

數碼服務普及 險企疫下變招

遙距投保反應佳 業界冀措施恆常化

新冠疫情於全球爆發，令全球經濟幾乎陷於停頓，香港亦不例外。保險業一向着重「面對面」接觸客戶，封關及保持社交距離等防疫措施，影響本港今年首季的新造保單保費，按年大跌27.5%至351億元。但有危就有機，香港網上人壽保險銷售佔市場比例不足2%，增長空間巨大，而疫情加速市民接受及使用數碼服務，保險業界正好抓緊時機力拓數碼化業務。

新聞追蹤

大公報記者 邵淑芬

本港疫情爆發後不久，保監局已於2020年2月和3月分兩期推出臨時便利措施，容許以非親身銷售方式分銷保障型產品，包括合資格延期年金保單、自願醫保產品、定期人壽保險保單、不含高儲蓄成分的保費回贈保單以及無現金價值的可續保保單。保監局早前宣布，將有關臨時措施再延長三個月至2020年9月30日。

疫情帶動保險需求

市民對「遙距投保」反應正面，本港保險業界均表示疫情以來，不少客戶均透過「遙距投保」或網上投保。但即使保監局再三延長，始終是臨時措施，終有完結的一日。業界遂透過「保險科技沙盒」，推出「遙距投保」，即透過視像會議方便客戶購買保險，讓「遙距投保」恆常化。友邦、宏利及保誠就先後宣布透過「沙盒」推出相關措施，除投資相連壽險計劃外，差不多覆蓋所有類型產品，包括儲蓄、醫療、危疾、人壽保險保單

及個人意外保險。

事實上，在新冠肺炎疫情下，市民消費模式改變，開始轉向網上，企業數碼化已是大勢所趨。網上人壽保險公司Blue行政總裁兼執行董事孔德秋就指，「疫情帶動保險需求，推進數碼化發展，網上保險增長趨勢持續上升。今年1至4月與去年9月至12月比較，公司所有保險產品申請數目大升四倍，保障型產品申請數目則升1.7倍。」

保泰人壽保費月增三成

儘管面臨保險行業的整體收縮，本港首家獲發牌的虛擬保險公司保泰人壽（Bowtie）表現依然理想，長期業務的新造保單保費每月平均增長三成。本港其餘三家虛擬保險公司分別是，安我保險、OneDegree及眾安人壽，最新獲得虛擬保險牌照的眾安人壽表示，該行將透過科技，以精簡的營運架構、高效率的產品開發策略和成本模式，讓更廣泛的有需求人士獲得保障。



▽新冠疫情全球爆發，影響本港今年首季的新造保單保費增長
資料圖片



生產力局：企業數碼化大勢所趨

提升效率

香港生產力促進局首席數碼總監黎少斌（圓圖）表示，今次疫情令越來越多的企業意識到進行數碼轉型、建立智慧城市的重要和迫切性，並增加對於困難時期使用資訊科技來維持生產力的認知，驅使他們認真考慮將工序進一步數碼化，將作業模式「升呢」，

長遠提升企業的抗逆力和競爭力。

「當企業始應用各種科技提升工作效率和營運效益後，走向數碼化轉型已是勢在必行，不可逆轉的全球大趨勢。他們亦會繼續探索，在數碼轉型的藍圖中怎樣走下一步，以從中獲得更大的效益，例如建立新商業模式，從而創造新的收入以提高其整體收益。」

他稱。

同時，相關的技術和平台開發商，包括雲端、大數據、人工智能、金融科技等技術會繼續加速改進，繼而會吸引更多人才投入相應範疇進行技術研發或創新。另外，市民在疫情後更習慣利用電子支付、網購平台等，此等線上服務的滲透率會更高。

保監局促進本港保險科技發展措施

保險科技沙盒

●讓個別保險科技項目在沙盒的環境下試行，讓保險公司收集足夠的數據，向保監局證明該保險科技的應用可大致符合守則、指引和其他規管做法的相關監管規定

供持有和使用全數碼分銷渠道的新保險公司作授權申請之快速通道(Fast Track)

●加快處理採用全數碼分銷渠道的新保險公司在香港或從香港經營保險業務的授權申請，以促進保險科技在香港的發展

保險科技促進小組

●加強與在香港從事保險科技發展和應用的公司和人士溝通，並推動香港成為亞洲區的保險科技樞紐

未來專責小組旗下的「推動本港金融科技工作小組」

●探索保險業的未來並提出建議。在未來專責小組的三個工作小組當中，「推動本港金融科技工作小組」專注於推廣保險業的金融科技應用

今年首季新造業務保單保費收入表 (百萬元)

類別	2020年首季	2019年首季	變動
個人人壽及年金(非投資相連)	32453	45601	-28.8%
個人人壽及年金(投資相連)	2481	2646	-6.2%
其他個人業務	23	50	-54%
非退休計劃團體業務	128	81	+58%
總額(不包括退休計劃)	35085	48378	-27.5%

資料來源：保險業監管局

三月推人工智能健康管理App



保誠喜見透過遙距投保渠道投保的客戶人數有上升趨勢，單是由三月至四月期間，以遙距投保渠道投保的保單數目已有五倍的增幅。相信當香港市民對遙距投保渠道有更多的認識，投保以上產品的人數將會持續增長。是次疫情其實也間接甚或直接推動了保險科技的發展。相信疫症過後，港人的健康意識將會有所提升，更注重個人健康。

保誠首席客戶及市場拓展總監吳詩雅表示，保誠在保險科技創新應用上一直走在業界前線，並洞悉到人工智能勢將成為促進未來健康科技應用普及化的關鍵，因此今年三月於香港推出了搭載先進人工智能技術的一站式健康管理手機應用程式Pulse，透過提供個人化、可靠、安全及免費的健康管理平台。

Pulse利用人工智能科技在「預防」、「延緩」及「保障」三大健康關鍵階段，主動積極地協助用戶管理個人的健康需求。有別其他同類型的健康應用程式，Pulse是一個開放予港市民免費下載的超級應用程式（SuperApp）。而Pulse獨有的AI人工智能Chatbot更可以分析用戶的健康狀況，讓他們更了解自己的症狀。Pulse自三月中在港推出以來，市場反應熱烈，首24小時錄得超過20萬下載量。而自去年8月份起，Pulse已在其中8個亞洲區市場推出，並錄得超過400萬下載量。



▲保誠以遙距投保渠道投保的保單數目增長達五倍之多
資料圖片

率先推「iShop 友保易」網上投保平台



友邦香港為回應客戶對科技應用的需求，多年前已經開始積極推動數碼化發展。公司於2018率先推出「iShop 友保易」網上投保平台，讓客戶只需要大約三分鐘、三個步驟就可以在網上完成投保程序，購買一些比較簡單的產品，例如意外保險。「iShop 友保易」網上投保平台在今年2月的銷售機遇按年增長四倍，這可能表示客戶有興趣加強保障，或想了解更多公司為冠狀病毒病提供的優惠及相關產品。

從該公司一直以來在服務數碼化的經驗可以看到，科技發展並非單單為客戶提供多一個購買保險的平台，而是幫助傳統保險回應客戶期望，從而為客戶提供更專業和全面的服務。因此，會繼續朝着這個方向，引入更多科技，包括硬件和軟件。

銷售情況方面，多項數據都顯示客戶對公司的產品反應熱烈，尤其是年輕在職人士，可見他們認同盡早規劃醫療以及退休保障的重要性。以可扣稅產品為例，「AIA自願醫保計劃」系列在今年二月和三月的銷售數字均有上升趨勢。「AIA延期年金計劃」在三月的銷售數字比二月更有倍數增長。強積金可扣稅自願性供款（TVC），自去年四月推出以來，市場的反響非常正面，於年初至今，開立TVC賬戶的情況也有明顯上升趨勢。



▲友邦網上投保平台在今年二月的銷售機遇按年增長四倍
資料圖片

採混合模式經營 保留傳統優勢



AXA安盛數碼遙距投保自推出以來深受客戶歡迎，不少理財顧問透過旗下電子銷售系統iBuy為客戶進行投保，表現相當理想。隨著網上購物日漸普及，消費者逐步習慣網上購物這個消費模式，所以預期市民透過網上購買保險的趨勢亦會穩定上升，當中以一般保險最為顯著。AXA安盛首席商務及客戶總監黃瑞雯表示，AXA安盛會繼續積極投放資源發展數碼平台，讓更多產品可以在網上銷售，同時亦會簡化投保及索償過程，將整個保險價值鏈數碼化，提升客戶體驗。

AXA安盛會採用混合模式經營（hybrid model），保留傳統保險的優勢，透過理財顧問、中介人、銀保及網上銷售等多個渠道推廣業務；同時研發數碼工具，利用大數據及人工智能科技輔助理財顧問進行銷售。

AXA安盛一直積極投放資源發展保險科技，建立數碼平台給客戶使用。希望能透過全面的數碼科技策略能幫助簡化繁複流程、提升客戶體驗，為客戶帶來更個人化、簡單及快捷的服務，以及將產品快速推出市場。例如近年推出的Emma by AXA流動應用程式，客戶只需透過流動裝置，即可進行索償、查閱保單、獲取保險資訊及服務等，為客戶提供更便捷的體驗。

▶AXA理財顧問透過集團電子銷售系統iBuy為客戶進行投保
資料圖片

