保險業鬧市開店 搶攻本地客

分區經理變陣銷售 捨易拉架改租街舖

經濟透視

疫情持續已逾一年半，在封關等情況下，旅客絕跡，零售業大受打擊，導致核心區域出現大量空置舖位，租金亦大幅下滑。保險業同樣受內地旅客未能來港的影響，生意大減。但有危就有機，有保險公司轉攻本地市場，利用租金回落的機會，大舉開設理財中心，藉此提升品牌形象；亦有保險公司旗下分區經理以自負盈虧方式開舖，主攻銷售，力吸本地客源。

大公報記者 林惠芳 邵淑芬

過往甚少在商場或街舖見到保險公司影子，但自去年開始愈來愈多保險公司出現於商場或街舖。這些保險公司店舖分兩類，一是由集團直接開設的理財中心，提供全方位服務；二是由保險公司旗下分區經理自己開設的店舖，主力宣傳及銷售用途。

代理人自負盈虧 力拓銷售

立橋人壽行政總裁李滿能表示，疫情下，內地旅客未能來港購買保險，來自內地旅客的生意大幅減少，加上退稅年金及自願醫保的推出，令保險公司愈來愈重視本地市場。他說：「於商場或地舖開店，是接觸本地客戶最直接、亦是最好的方法。」立橋的財富管理中心均是公司自己開設，標準統一，亦是全功能性。「其他保險公司的街舖，多是由代理人自己開設，自負盈虧，主力是銷售產品，未必是全功能店。」

友邦（AIA）香港亦稱，AIA會因應市場環境，適時透過不同渠道，讓更多客戶認識、了解和購買到AIA的服務和產品。這些店舖分布在不同地點，選址地點主要是方便客戶，例如紅磡黃埔。

揀人流旺區 租期愈短愈好

美聯工商舖行政總裁（工商舖）盧展豪指出，疫情自去年爆發後，香港實施封關措施，保險業的內地客大減，適逢疫下街舖租金大幅回落，保險公司旗下分區經理趁機改變宣傳策略，以自負盈虧的方式租舖，由以往的「易拉架」模式「升格」至地舖，藉此提升形象，亦可開拓更多本地客源，這個現象於去年已經出現。

◀盧展豪指出，代理人開設店舖，租期一般會較短。

盧展豪透露，公司今年接獲保險公司租舖的查詢，比疫情前大增3至4倍，他們都以自負盈虧的方式租舖，每月預算約數萬元，主要物色人流較旺的地段、面積200方呎以下的舖位，因為租舖純粹「試水溫」，在未有十足把握前，他們期望租期愈短愈好，甚至可接受兩個星期的租約，待確認區內生意「有得做」後，便會跟業主洽商續租事宜，直至新增客源回落，他們又會另覓其他舖位拓展商機。

不過，盧展豪相信，保險公司承租地舖不會成為趨勢，隨着內地與香港通關，傳統旅遊相關消費行業生意反彈，舖位租金自然水漲船高，業主亦會要求揀選長租客，屆時保險業覓盤難度將會增加。

租賃查詢大增2倍

多寶旺舖董事總經理陳志寶亦指，本港整體舖租比高位回落六至七成，保險業界租舖態度明顯積極，該公司今年接獲的保險公司租賃查詢較去年大增兩倍。除了短租約外，保險業亦以公司名義長租舖位；例如，立橋人壽及中國人壽海外在近年就積極於四大核心消費區（包括中環、銅鑼灣、尖沙咀及旺角）物色優質舖位，至於民生區則以主街及逾千呎的地舖為主，付租能力很強。

▲陳志寶認為，保險公司的付租能力強，主要物色優質舖位。

今年保險公司租舖個案

地址	建築面積（平方呎）	租客	現租金（元）	舊租金（元）
中環德輔道中55號協成行中心地下連1樓舖位	7239	立橋人壽	22萬	70萬(長租)
旺角亞皆老街64至70號地下舖位	600	立橋人壽	15萬	--
旺角太子道西157號別樹華軒地下10號舖	180	中國人壽(海外)	4萬	4.28萬
油麻地彌敦道530至538號地下5號舖	660	中國人壽(海外)	--	--
旺角廣華街1號地舖	172	宏利保險	2.8萬	--
佐敦彌敦道298至306號地下B號舖	1050	宏利保險	8萬	--
旺角花園街1號鴻禧大廈地下4號舖	183	保誠保險	1.8萬	--

資料來源：美聯工商舖資料研究部、多寶旺舖及市場消息

國壽海外擁120舖 網點多如便利店

覆蓋全面

提到保險公司於商場、地舖開店，就不得不提中國人壽（海外）。近年中國人壽（海外）積極拓展財富管理中心網絡，差不多如便利店般「總有一間在左近」。中國人壽（海外）透露，截至9月初，公司在港九新界開設逾120間財富管理中心，是全港擁有最多財富管理中心的保險公司之一，未來將會繼續在不同地區擴充財富管理中心數量。

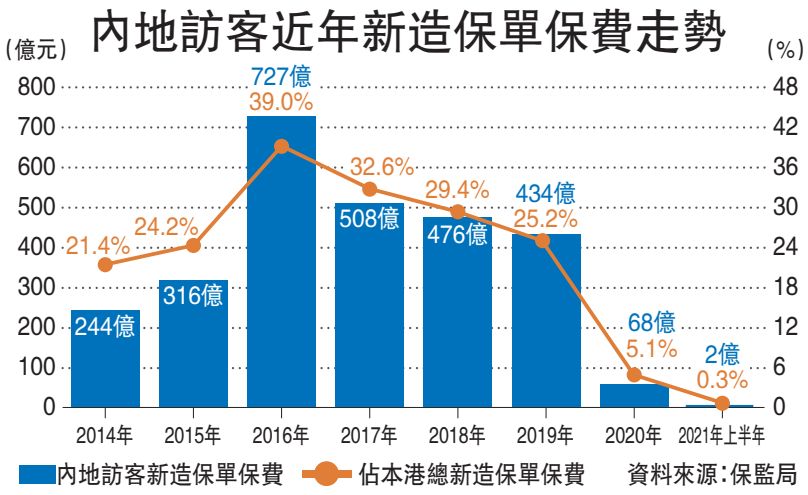
服務多元化 滿足客戶需要

中國人壽（海外）接受《大公報》查詢時表示，公司深耕香港37年，一直秉承以客為本的宗旨，深入社區為市民提供優質和便捷的服務。近年來，公司積極投入資源，於全港逐步建立完善的分店網絡，以照顧不同地區的客戶需求。

各間財富管理中心可為客戶提供全面的理財建議，涵蓋財富增值、醫療及危疾保障、退休策劃，以及財富傳承，為客戶度身訂造合適的方案，滿足處於不同人生階段的客戶需要。此外，理財顧問亦提供行業資訊，協助有志投身理財策劃事業的人士掌握更多市場動向。

中國人壽（海外）續稱，為方便與客戶制定適切的理財及健康保障方案，財富管理中心均選址交通便利的地點，如鄰近住宅區的商場或人流暢旺的街道，大部分財富管理中心於星期一至日營業，延長的營業時間可以服務更多人群。

▲在租金高企時期，不少保險從業員會在人流較旺的地區擺設「易拉架」推廣，以招攬客戶。



加速擴張 立橋冀區區有分店

品牌提升

立橋人壽自去年10月於灣仔開設首間「立橋人壽財富管理中心」，不單市場反應理想，亦帶動整體業務增長。公司於是加快開設財富管理中心，立橋人壽行政總裁李滿能表示，現時公司合共有5家財富管理中心，分別位於灣仔、中環、旺角、佐敦和元朗的核心人流位置。他又說：「未來一年財富管理中心數目希望增至20間，目標是每一區均有一間財富管理中心。」

上月初，位於中環商業核心地段的「立橋人壽財富管理中心」旗艦店正式開幕。店內設有活動區域，可舉辦各種活動及培訓。

積極招聘 組建代理人團隊

李滿能表示，目前「立橋人壽財富管理中心」已於港九新界旺區設立據點，專業保險團隊亦長駐候命，為客戶提供全面保險服務。他透露，截至今年6月，立橋人壽客戶錄得雙位數字的按年增幅，突破1萬名，表現令人鼓舞。

李滿能又指，集團的財富管理中心是全功能性，除銷售外，還提供查詢、理賠等服務，而進駐其中的團隊，均經過嚴格挑選，希望提升服務水平。他解釋：「選址會選擇一些交通方便的當眼位置，人流多，且接近銀行。中心每星期開7日，平日服務時間亦延長至晚上7時，方便上班一族。」

▲李滿能透露，隨着品牌認知度提升，地舖或經紀渠道銷售均見明顯上升。

大公報記者梁堅攝

在人流暢旺地點開設財富管理中心後，品牌的認知度都在提升。李滿能透露，無論是地舖或經紀渠道銷售均見明顯上升，現時公司的銷售渠道主要有三方面：一是財富管理中心團隊，二是經紀，三是網上平台，而三者銷售比重相若。他又指，正招聘代理人，希望今年內建立代理人團隊。

中環巨舖月租22萬 壓近七成

旺區搶舖

核心區舖租大跌，保險公司旗下前線營業員改變「吸客」模式，由「易拉架」遷入地舖，而保險公司也伺機進駐核心區，開設旗艦店。例如立橋人壽今年於核心區連環增設2個據點，包括中環協成行中心旗艦店，月租約22萬元，較舊租金低69%。

▲立橋人壽位於中環協成行中心的旗艦店，面積逾7000方呎。

大公報記者梁堅攝

上址為德輔道中55號協成行中心地舖及1樓，面積約7239方呎，屬區內罕見巨舖，早於2012年由中國藝術工藝品百貨公司「中藝」承租，直至去年約滿離場，有指當時月租約70萬元，呎租約97元。舖位其後交吉，至去年底獲口罩生產商短租半年，月租18萬元，今年5月底遷出。

消息指，業主協成行於口罩商租約屆滿後，以月租約40萬元放租，約1個月後即獲立橋人壽承租，為近年罕見保險業進駐核心區巨舖，月租約22萬元，呎租約30元，比中藝舊月租70萬下跌約69%，重返2005年前水平。

旺角新店長租6年

此外，立橋人壽上月再進駐旺角亞皆老街大單邊舖。消息指，物業位於亞皆老街64至70號偉基樓地下B1舖，鄰近先達廣場，屬大單邊舖位，面積約475方呎，由立橋人壽承租6年，租期至2027年7月，首3年月租約13.8萬元，呎租約291元，第4至6年月租增加10%至15.18萬元、呎租約320元。