



美國萬通 最受歡迎保險品牌

以客戶需要為經 靈活創新方案為緯

美國萬通保險亞洲有限公司（下稱萬通保險）自1995年在香港成立以來，時刻保持靈活求變，着眼於客戶真正的需要，展現着年輕及富朝氣的「創新」鮮明品牌形象，並一直穩步發展，於過去20多年，新造個人壽險業務業績平均每年增長比率達雙位數字。憑藉具前瞻性的業務發展策略及創新的市場推廣企劃，萬通保險於iMoney 優秀保險企業大獎2018 獲評選為「最受歡迎保險品牌」。



萬通保險首席市務總監

蕭莉玲

「創新」一直是萬通保險品牌的DNA，萬通保險首席市務總監蕭莉玲認為：「優秀保險企業必須具有前瞻性的視野，能預視客戶需要，為他們創造價值。面對市場激烈的競爭，敢於創新，除可滿足市場對保險產品的殷切需要，更可為企業建立競爭優勢。因此，『創新』必先從客戶的角度出發，才能推出配合其需要的產品。」

追求突破 從客戶真正需要出發

多年來，萬通保險開拓了一系列創新的退休計

獲選為『最受歡迎保險品牌』，不只代表了廣大市民和客戶對我們的支持和信任，更是對我們業務發展的策略的肯定。

劃、危疾保障及人壽保險等，而以彈性十足見稱的「萬用壽險」就是其中的代表作，成為全港澳首家推廣萬用壽險計劃的保險公司。

萬用壽險有如一個理財戶口，其獨特的靈活性，讓客戶可在同一個保單戶口因應需要而不斷調整保額，更重要的是，日後增加保障額時亦會按當初投保時的年齡計算保費率，故此十分划算。

蕭莉玲表示：「萬用壽險能靈活地配合客戶於不同人生階段對保障和理財的需要，即使需要一舉資金調動亦毋須透過貸款，同時仍可繼續享有十足保障。」萬通保險致力將這以往主要針對高端客戶的保障及理財產品概念普及化，讓普羅大眾亦可享受到其好處。

研發創新產品 廣受大眾歡迎

除率先推出萬用壽險外，萬通保險亦於本港首創「無條件人壽保障計劃」，除接受任何健康狀況的人士投保，而無需審批健康狀況外，計劃更設有保費原銀奉還承諾，即使已患上癌病、心臟病或腎病等危疾，亦保證「無條件」受保。

萬通保險在產品及服務方面一直走前幾步，有見香港人口老化問題持續，加上港人越趨長壽，故此，於2002年率先推出全港首個終身年金計劃，嶄新產品概念好比「私人長俸」，保證客戶於退休後可以「一世有糧出」，每月享有具持續性的退休收入。憑藉終身年金的獨特優勢，萬通保險的終身年金計劃一直大受市民歡迎。

萬通保險於今屆「優秀保險企業大獎」中，獲頒多個獎項，更獲選為「最受歡迎保險品牌」，蕭莉玲直言深感榮幸，「這不只代表了廣大市民和客戶對我們的支持和信任，更是對我們業務發展的策略的肯定。」



萬通保險在今屆獎項中「連中三元」，該公司常務董事兼總裁鄭慶藩（左）從立法會議員陳健波手中接過有關獎項。

延續創新精神 積極回饋社會

萬通保險的「創新」精神，不單體現於一系列創業界先河的風險及財富管理方案，更伸延至履行企業社會責任上。公司最具代表性的企業社會責任活動「萬通小太空人訓練計劃」就是一個好例子。計劃致力宣揚「It is Possible!」精神的口號，已成為不少小朋友和大朋友的座右銘。

此外，萬通保險一直透過贊助及參與本地具特色的大型活動，履行其致力為香港市民服務的承諾。過去兩年，萬通保險成為《香港美酒佳餚巡禮》的主要贊助機構，藉著參與這項香港標誌性的盛事，進一步提升品牌的認知度。萬通保險更特別於會場內開設貴賓廊，讓客戶及同行嘉賓在舒適的環境下，盡情享受美酒佳餚的樂趣。