

Apple Daily 蘋果日報 (27 July 2015)

## 信諾搶攻年輕人保險市場



因姜大衛及「Benz 雄」許紹雄廣告而為人熟悉的信諾，被市民認定為老人保險公司，不過信諾香港行政總裁馬浩廷 (Austin Marsh) 接受專訪時稱，該公司提供全面醫療保險，老人保險業務實際佔比少於 15%。

馬浩廷謂，據政府統計，現時本港逾 200 萬人為 55 歲以上人士，人口老化問題料持續，偏偏 65 歲以上人士投保常遇困難，故該行着重老人保險宣傳，但業務比重並不高。信諾廣告謂：「再鋒利嘅刀都會

有生鏽嘅一日」，馬浩廷更願意打入「鋒利刀」的年輕客戶市場，故不期望老人保險業務佔比未來會提升。整體醫保銷售下半年料仍可維持雙位數增長。

早前醫保公司保柏 (Bupa) 與恒生簽訂長年期獨家銷售協議，作為競爭對手，馬浩廷無意在銀保 (bancassurance) 上大展拳腳，認為銀保渠道難向客人解釋醫保產品內容。內地客來港購保險趨勢持續，該公司正研究與經紀等拓展該市場，但認為內地客對壽險興趣多於醫保。

記者：周家誠