

Sing Tao Daily 星島日報 (6 July 2015)

信諾保險 擬今年凍價搶客

醫療保險近年是本港保險業的增長動力火車頭，專攻醫保市場的信諾保險亦出招催谷市佔率。信諾香港市場推廣部總監鄭嘉雯坦言，雖然醫療通脹上升，但該公司今年無計畫加價，更計畫每季推出一隻新產品，有望5年內可將現有投保客戶數目增加4倍。

研每季推一新產品

內地客增長潛力龐大，鄭嘉雯坦言，內地客投保額普遍較港人高，投保傾向亦有明顯差異。如偏好投保肺病，該公司擬明年初前推出迎合內地客戶需求的產品，期望內地客所佔的業務份額可超越業界水平。

市場普遍認為信諾專針對「銀髮族」，鄭嘉雯笑指那是來自於廣告引起的誤解，事實有近90%的保險經紀單都不是來自長者，並且現有醫保的主要客戶年齡層為30至40歲。

鄭嘉雯更指，信諾正大力開發和改善網銷售渠道吸引新世代消費者，亦透露今年首5個月



■ 信諾香港市場推廣部總監鄭嘉雯認為，冀5年內將現有投保客戶數目增加至4倍。

醫保新單增長高達50%。另有指自願醫保計畫將加重保險業的承保壓力，她承認，業界擔心現方案實施後索償額會大幅增加，從而構成加價壓力，期望自願醫保可保障消費者的選擇權，容許他們選擇最適合自己的保險產品。

Headline Daily 頭條日報(6 July 2015)

- 信諾保險香港市場推廣部總監鄭嘉雯表示，雖然醫療通脹上升，但該公司今年無計劃加價，更計劃每季推出一隻新產品，拓展中國客和中小企的醫保市場，有望5年內可將現有投保客戶數目增加4倍。