

2024 年 3 月 27 日

新聞稿

香港人壽于《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》 荣获「最佳市场价值品牌大奖」

自 2001 年成立以来，香港人壽一直致力打造于客户心目中稳健可靠的品牌形象。我们深明品牌建设需要不断努力和持续经营，并就不断变化的市场和消费者偏好而调整。

近日，香港人壽获得香港设计师协会颁发《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》之「最佳市场价值品牌大奖」，足证香港人壽的专业保险品牌形象备受各界肯定。颁奖礼于 2024 年 3 月 14 日假香港天际 100 顺利举行。《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》旨在于设计业界领袖的评估下，奖励优秀及具创意的品牌。评选标准包括品牌形象、市场价值、可持续性、科技创新及用户体验。

香港人壽首席市务总监高卓轩先生表示：「香港人壽非常荣幸获得《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》之『最佳市场价值品牌大奖』。我们深信塑造良好的品牌形象首先需要了解目标客户群的需求和市场趋势，并通过持续的优化及创意，以优质的产品及服务赢取客户对品牌的信任和认同，从而建立长远而可信赖的伙伴关系。过去一年，香港人壽推出一系列的品牌推广，透过电影及舞台剧赞助、线上及线下广告、社交媒体宣传，加强与社会大众的接触，进一步提升品牌的知名度。展望未来，我们将会持续洞察及迎合市场变化和客户喜好，透过具创意的市场推广策略、产品及服务，为客户创造更多元化的品牌体验。」

香港人壽于不同方面增强我们的品牌形象：

1. 品牌个性

我们用心建立和维护我们的品牌形象，包括我们的名称、商标和整体设计美学。



我们标志中的“链扣”象征着股东之间的紧密连系，携手为客户提供全面的保障，同时也是我们为客户提供优质保险产品和服务的承诺。

作为一家香港本地的保险公司，香港人壽非常重视我们的商誉，并强调我们与本地客户的深厚连系，运用我们的专业知识及熟识香港本地文化的优势，服务香港不同的客户群。

香港人壽保險有限公司 Hong Kong Life Insurance Limited

香港皇后大道中183號中遠大廈15樓 15/F Cosco Tower, 183 Queen's Road Central, HK



HKLife.com.hk

2. 品牌定位

于市场策略方面，我们有明确的品牌定位，强调我们独特的市场价值、目标客户、以及与竞争对手的区别。

承诺促进健康生活方式和保护本地文化

于 2023 年 5 月，香港人寿赞助了一个为期 4 个月的本地电影+音乐会活动，旨在促进健康生活方式、保护本地文化、以及为社会带来积极和有活力的氛围。



于 2023 年 8 月，香港人寿赞助了改编自世界名著的舞台剧《相约星期二》。透过这次赞助，香港人寿旨在启发大众反思生命的意义，为社会注入积极的正能量，并介绍多姿多彩的舞台剧世界。

于 2023 年第 4 季，香港人寿还推出了一个名为“Care We On 健康挑战”的线上奖励活动。该活动将游戏元素融入香港人寿的官方 WhatsApp 账户中，让参与者通过简单的互动问答游戏获得健康提示和奖励，从而鼓励客户培养健康生活方式和习惯，并鼓励他们浏览我们的公司网站、手机应用程序和社交媒体平台，获得我们的最新信息及与我们互动。



3. 科技与创新

香港人寿一直致力于提供优质的保险服务，并善用保险科技为客户带来新体验。香港人寿为全港首间采用「智方便」身份认证技术进行帐户登录、以及于网上申请香港人寿指定保险产品时，可透过「智方便」填表通」功能自动填写个人资料的人寿保险公司。这技术为客户提供了一种安全、方便的登录方式，以确保资料准确并节省申请时间。香港人寿于《iMoney 智富杂志》主办的《优秀保险企业大奖 2022》中荣获「最佳保险科技创新」大奖，充分印证香港人寿的创新数码化服务备受业界认同。



香港人壽保險有限公司 Hong Kong Life Insurance Limited

香港皇后大道中183號中遠大廈15樓 15/F Cosco Tower, 183 Queen's Road Central, HK

2290 2882

HongKongLifeCS@hklife.com.hk

hklifeinsurance

2530 5682



HKLIFE.com.hk

于 2022 年，香港人壽凭借其「创富未来」终身保系列而获得「杰出财富传承奖」。该计划旨在满足长期储蓄目标，为客户累积资本，提供较高潜在回报。此计划特设市场首创¹更改至两位受保人选项，保单权益人可将现有保单分配至两份新保单，而每份新保单的保单权益人可再次按需要无限次更改受保人，直至最初 / 新受保人 130 岁，将资产灵活分配，传承后代，达致财富滚滚，代代相传。



香港人壽于 2023 年凭借「家·创健」危疾保险计划以及「家·守护」保费回赠住院现金保障计划，获得杰出创新产品奖(寿险-健康)，这两个加入了家庭元素的计划除了可保障自己，亦可添加指定的家人成为受保家庭成员，让他们同时享有额外保障，将家庭元素纳入其承保范围。「家·创健」危疾保险可以涵盖一家三代，特别为保单权益人的配偶、父母以及子女提供「家庭癌症保障」。而「家·守护」保费回赠住院现金保障则为保单权益人的配偶或子女提供市场首创²的「家庭每日住院入息保障」。



4. 可持续性

作为一家着重社会责任的公司，我们对环境保护的承诺始终如一。我们积极通过各种措施，实行可持续营运及负责任的投资、加快数码化转型和减少使用纸张，来减少我们的碳足迹。

我们非常关心社会，致力为社会带来正面影响。我们积极促进客户和员工的身心健康，支持可持续社区发展，履行企业社会责任，优先考虑多样性和包容性，确保工作场所的健康与安全，并积极参与不同类型的社区服务。





图一：香港人壽荣获香港设计师协会颁发《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》之「最佳市场价值品牌大奖」。



图二：香港人壽首席市务总监高卓轩先生出席由香港设计师协会举办的《BDA 最佳设计品牌大奖 2024》颁奖礼。

注：

1. 「市场首创」乃比较「创富未来」终身保 II 首推时，市场上截至 2020 年 6 月之同类型人寿保险产品而作出之陈述。
2. 「市场首创」乃比较「家·守护」保费回赠住院现金保障计划首推时市场上截至 2022 年 9 月之同类型住院现金保险产品而作出之陈述。

香港人壽简介

香港人壽保險有限公司(「香港人壽」)于 2001 年成立，由五间本地金融机构联合组成，包括亚洲保险有限公司、创兴银行有限公司、招商永隆银行有限公司、华侨银行(香港)有限公司及上海商业银行有限公司；各股东均建基于香港，平均服务香港逾 50 年，根基稳固，实力雄厚。我们主要透过创兴银行、招商永隆银行、华侨银行及上海商业银行约 130 个分销点之庞大分销网络，为客户提供多元化的寿险产品和服务。

- 完 -