



NewGen Talk P6

8招迎合新世代消費想法

醫者保險心 P13

超聲波導引增生注射療法
加速治癒肌腱痛症

封面故事 P7

正視死亡 更有效規劃人生？

陳敏兒：保險從業員
是生死教育的理想人選



CONTENTS

目錄 / 會長的話	P. 1
總編輯的話 / 活動表 / 保協培訓學院資訊	P. 2
i信息平台 — 保監局	P. 3
港險迎灣區	P. 5
NewGen Talk	P. 6
封面故事	P. 7
名人會客室	P. 9
小索償 · 大意義	P.11
「保協」50周年慶啟動禮	P.12
醫者保險心	P.13
保險慈善心	P.15
社會服務發展部專頁	P.17
會員部專頁	P.18
行業事務部專頁	P.21
保協培訓學院專頁	P.23
保險唔講得笑	P.25

保協會訊編輯委員會

公關部主席：陳頌琳 Carrie
 顧問：陳頌琳 Carrie
 總編輯：陳慧英 Susanna
 執行編輯：陳國贊 Thomas、陳日洪 Christopher
 編輯委員：陳頌然 Dorothy、陳巧霖 Piann、
 陳惠賢 Amanda、江耀文 Kambo、
 何家文 Albert、黎天任 David、
 譚學熙 Benjamin、黃思恩 Henry

訪問內容僅屬受訪者之個人意見，並不代表本會立場。

出版：香港人壽保險從業員協會有限公司

設計及製作：《香港經濟日報》

電話：2570 2256 傳真：2570 1525

地址：香港北角蜆殼街 9 - 23 號

秀明中心 23 樓 A - D 室

電郵：info@luahk.org

網址：http://www.luahk.org



The Life Underwriters Association of Hong Kong (LUAHK)

會長的話



香港人壽保險
從業員協會會長
姜楚芝

多元措施 為實現持續發展努力

時至今日，可持續發展已成為社會各界關注的議題，但回顧「保協」的成立目的與發展歷程，我們可以見到協會早於創會之初，已致力支持並積極推動行業實現持續發展模式，50年來從未間斷。例如在專業知識與資歷方面，「保協」多年來開辦及引進多元化的專業認證課程，滿足業界從業員在不同事業發展階段的進修需要，幫助他們與時並進，為客戶提供最適切和全面的建議。

此外，作為本港會員人數最多的保險業界組織，我們又於2013年與「香港人壽保險經理協會」（GAMAHK）組成「壽險行業規管與發展關注組」（下稱ICG），就業界的規管與發展跟政府和有關當局進行交流。而上月，ICG便舉辦了一場以「保險條例ICU」為名的研討會，當中邀請了保險業監管局和廉政公署的代表，以及財富管理和家族辦公室的專家擔任分享嘉賓，跟與會同業分享行業與市場的最新資訊。大家可在今期《LUA iWealth》中重溫當日活動的精彩內容（見P.22）。

在關注行業規劃與發展的同時，「保協」亦深明大眾對環境、社會及管治（ESG）的重視，因此協會於今年起亦積極在不同領域上作出調整，並就ESG訂定多項的短、中、長綫目標，為員工、行業、社會及環境帶來更多正面影響。以短期目標為例，協會除了把聯合國17個可持續發展目標（SDGs）納入執委會及職員手冊，在制定營運方針和日常運作上加以實踐外，我們又籌組ESG委員會，並資助數名資深同事修讀認可ESG策劃師（CEP）課程，協助「保協」制定及執行合適的ESG方向框架和政策。

在中長綫方面，協會一方面積極透過多項節能減排措施，減低日常營運的碳排放，同時亦致力提升協會營運的透明度、打造友善的工作空間，加強同事的歸屬感。此外，我們又會與專業機構合辦ESG課程，向會員推廣ESG，並透過保協慈善基金撥款，或鼓勵會員同業身體力行，繼續支持本港、內地以至海外的社會服務和義務工作。

往後，「保協」會繼續透過不同的措施和活動，為行業和社會的可持續發展作出貢獻。本人期望一眾會員同業和廣大市民能積極支持和參與協會舉辦的各類型活動，一同構建可持續發展的未來。

多元化資訊平台 冀同業積極投稿

「保協」多年來積極為會員同業提供適時的行業資訊與多元化的支援服務。過去，本人一直有參與「保協」執委會與社會服務發展部的工作，今年獲推舉為《LUA iWealth》的總編輯，實在深感榮幸，期望在公關部主席的帶領下，加上一眾編委會同仁的共同協作，令同業能在新一年的《LUA iWealth》中感受到耳目一新的感覺。

提到《LUA iWealth》的改變，相信部分讀者已留意到自今年起，《LUA iWealth》由以往的一年6期（雙月刊）變為一年4期（季刊），同時增設新欄目，加強會訊的資訊性與娛樂性。

此外，我們更全面推行電子化，讓讀者能夠隨時隨地可透過手機或電腦瀏覽會訊的精彩內容，並為環保出一分力。而綜觀今年2月號推出後的反應，我們喜見讀者普遍均給予正面評價。

事實上，要令到會訊的內容做到廣泛、全面兼有代表性，實在需要同業們的支持和參與，因此我們在個別欄目如〈小索償·大意義〉和〈保險唔講得笑〉中設有投稿安排，期望同業能夠投稿分享日常工作中的感動或有趣故事，令大眾對保險業有更深入的了解。

最後，本人在此再次感謝「保協」執委會與編委會的支持和信任。往後我們會繼續為大家帶來更多最新最詳盡的行業與市場資訊，希望大家繼續支持「保協」和《LUA iWealth》。

陳慧英 (Susanna)

《LUA iWealth》總編輯



「保協」活動表

即日起至7月31日 接受報名	2023保協傑出新星獎（上半年度）	9月18日	2023保協國際龍獎日暨頒獎典禮
7月5日	保單捐贈計劃嘉許典禮2023	10月中起	保協50載呈獻「講好保險故事」領展商場展覽
7月11日	2023「亞太區壽險理財大獎」頒獎禮	10月25日	2023優質顧問/優質經理/優質領袖大獎頒獎典禮
7月31日	2023卓越誠信顧問大會	11月21日	保協大灣區日2023
8月1日	保協50載晚宴暨MTA頒獎禮	11月26日	保協生命傳愛慈善跑2023

保協培訓學院資訊

查詢：WhatsApp 5720 6641

保協傑出財務策師大賽、認可財富管理誠信顧問（CTAdvisor）認證、工商管理碩士（MBA）課程、特許財務策劃師（FChFP）高階課程、特許壽險策劃師（ChLP）課程、副特許財務策劃師（AChFP）課程、保協普通話演講會、保險普通話班、認可兒童財商導師（CCFQI）[初階/進階]課程、認可數碼直播營銷領袖證書課程、壽險管理師（FLMI）

大灣區學院資訊

查詢：WhatsApp 5720 6641

大灣區企業管理證書課程 - 資產配置管理師

特別鳴謝以下保險公司於2023年度的贊助：

ABA | FOCUS 富康



AWA 安盛

中銀人壽
BOC LIFE

中國人壽 | 海外 |
CHINA LIFE

中国太平 | 太平人壽(香港)
CHINA TAIPING | Taiping Life Hong Kong

CHUBB
安達人壽

FTLife
富通保險
新世界集團成員

FWD
insurance

Manulife 宏利

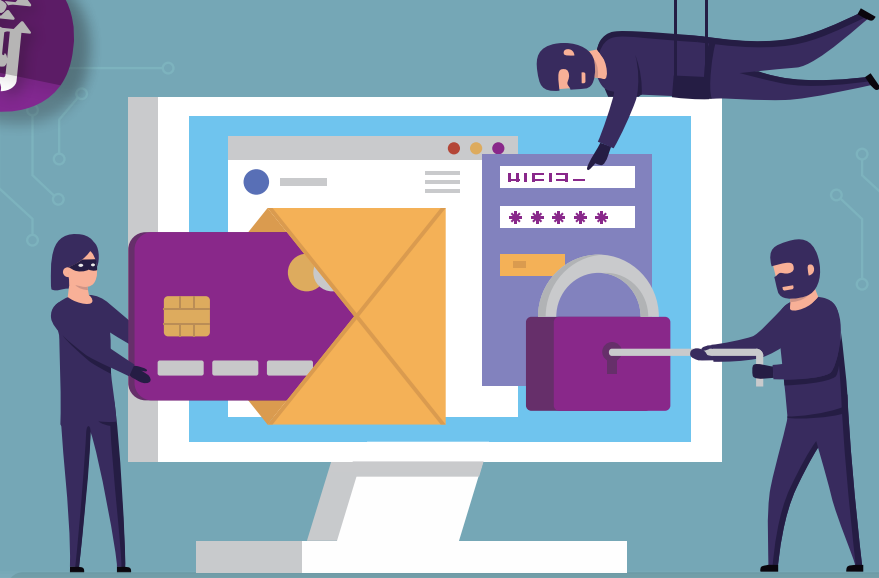
PRUDENTIAL
保誠保險

Sun Life
永明金融

YFLife
萬通保險

欺詐網站和建立信任錯覺 的藝術

網上活動已成為日常生活的一部分。從金融服務到娛樂、從購物到健康建議，網絡空間開闢了新的視野，為我們提供了前人從未想過的便利。



然而，我們對科技的全面擁抱是有代價的。騙子和騙徒會利用網絡空間的外衣，結合他們對人類心理學的知識，制定多種方法來讓受害者蒙受金錢損失。

不錯的網站……這一定是真的

涉及欺詐網站最簡單的騙局，是向大眾市場提供假冒的保險產品進行網上銷售，並誘騙受害者通過虛假的申請途徑，輸入他們的付款資料和個人資料。詐騙者除了竊取保費外，亦可以將偷取的資料用於其他犯罪手段，例如信用卡詐騙或身份盜竊。

然而，保監局也遇到過其他詐騙手法，其中欺詐網站被部署為另一個更精心設計的計劃的一部分，目的是在騙取受害者的金錢之前，與受害者建立信任。例如，欺詐網站可以作為一種機制，讓不知情的受害者對公司進行盡職調查，從而給受害者一種錯誤的信任感，進而繼續進行涉及大額保費支出的欺詐交易。

在某些情況下（而且相當令人驚訝的是），欺詐網站會自行展示警告，提醒大家要小心同類型的欺詐行為，以建立信任。看到網站上的警告，不知情的受害者被誘騙思考（a）

這家公司不可能會對自己的欺詐行為發出警告；（b）該公司知道與此類保險產品相關的欺詐類型這一事實，確立了其銷售此類產品的專業知識。簡而言之，通過大膽的虛張聲勢，來建立信任。

例子

騙徒

一群騙徒為XYZ Sustain Ltd.建立了一個網站。然後，騙徒開始通過電話，聯絡目標受害者，提供「投資保障保險」，作為一種投資擔保債券。

其中一位潛在受害者，對所提出的「投資保障保險」概念感興趣。該保險旨在保障與投資相關的某些財務損失。受害者對XYZ Sustain Ltd.進行了基本的盡職調查，並瀏覽了其網站。

精心設計的網站

受害者發現XYZ Sustain Ltd.的網站經過精心設計，其圖片類型完全符合你對保險公司的期望。有專業拍攝的照片，如不同世代微笑的家庭、有戴安全帽的人的基建項目、穿白袍的醫生、參加瑜伽課的健康運動員，以及聲稱為該公司工作、面露微笑的西裝人員。這一切，都與保險保障生命和企業的預期承諾相結合。

不要上當！

下面的例子雖然是虛構的，名字不是真實的，但大致是基於引起我們注意的不同現實生活情況。

豪華、看起來真實的網站，與通過提出警告欺詐，作為獲取信任的手段所進行的心理操縱相結合，有時會令人墜入陷阱。

不要上當！請注意其中的詭計，並牢記以下提示，以幫助識別潛在的欺詐網站。

1 仔細檢查域名。欺詐網站可能使用看起來與合法網站網址相似的名稱，試圖將自己冒充為保險行業的真實公司（儘管域名地址永遠不會與真實公司完全相同，或者可能添加了文字）。

2 提防那些看起來非常專業，但仔細檢查後會察覺到「危險信號」的網站，這代表它們只是「華而不實」。是的，該網站可能有豪華的專業照片，但是……

- 關於公司本身的資料，通常是非實質性的，而且非常籠統。例如，它甚至可能沒有提供其保險牌照號碼，或表明其受誰規管。
- 可能有中斷的連結（這是明顯的「危險信號」）。
- 所提供的部分保險產品的描述可能有誤。例如，「人壽保險」的網頁描述，可能甚至沒有提及身故保障，這可能是從另一個描述個人意外保險的網站抄襲過來的。
- 言詞不通，語法可能帶有明顯錯誤。

3 不要單靠該網站。嘗試尋找另一個可信的來源作驗證。事實上，如果你能找到的唯一資訊就是該網站本身（並且根本沒有其他公司的參考資料），那就應該提高警覺了。

4 你可以善用保監局的登記冊來驗證該公司的授權或牌照狀況，以檢查它是否受規管的實體，並通過保監局登記冊上顯示的聯絡資料。如果該網站表明該公司有香港地址，那麼它很大機會應該是保監局登記冊上顯示的受規管實體。

5 你認識其他人曾使用過該公司的服務嗎？如果不認識，要格外小心。特別是，如果它是一種「突然」提供給你的保險產品，而且目的是補償你在投資中所受的損失等。

6 致電你信任的持牌保險中介人，徵詢他們的意見。

7 最重要的是，相信你腦海中的那個聲音，它告訴你「事情不太對勁！」，這會為你省卻很多金錢。

保險欺詐警報

有趣的是，該網站有一個標題為「保險欺詐警報」的頁面，警告有公司會出售虛假投資證券債券，並提供如何避免此類騙局的提示（並說明如果你有任何懷疑，請報警）。

在網站的另一個單獨頁面上，XYZ Sustain Ltd.將自己定位為投資證券債券專業市場的領導者。

受害者的信任

由於該網站的外觀，以及XYZ Sustain Ltd.本身就潛在欺詐發出警告的事實，受害者認為這表明該公司的真實性和誠意，於是決定把握機會，致電給騙徒。

在獲得受害者的信任後，騙徒誘使受害者預先支付保費，來申請該投資證券債券。然後，受害人會獲發一份看起來很正式的保單。

發現受騙

有一天，受害人試圖通知索賠。他的電話和電郵都沒有收到回覆。他再也看不到他自己的錢了，他很快就意識到，那份保單的價值，連白紙都不如。

從財富管理 解構大灣區保險市場



黃淑儀博士

有消息指，監管機構希望能於今年中推進「跨境理財通」計劃第2階段。計劃將引入更高的投資額度和更多的產品選擇。據了解，今年3月

初已有幾家資產管理公司被廣東省監管部門邀請。根據中國人民銀行廣州分行副行長郭雲喜表示，截至2023年2月末，粵港澳大灣區內地9市已有31家銀行參與「跨境理財通」業務試點，為4.36萬名個人投資者提供相關服務，涉及跨境資金金額26.66億元（人民幣，下同），當中包括「南向通」資金匯劃20.97億元，「北向通」資金匯劃5.69億元。

目前，參與「南向通」的內地投資者達1.21萬人，參與「北向通」的港澳投資者3.15萬人。其中，港澳投資者人數較2021年末增長1.3倍，增長速度是內地投資者的2.2倍。

同時，31家內地試點銀行包括國有銀行、股份制銀行及外資銀行等機構。其中8家試點銀行已同時與香港、澳門銀行機構建立財富管理業務合作關係，20家試點銀行同時開通「南向通」和「北向通」業務。

那麼上述情況跟香港財富管理和保險市場有甚麼關係呢？筆者相信，掌握有關數據和形勢，有助業界了解如何抓緊機遇，並加深認識中國客戶對保險理財的取態，以及與客戶開展業務的規則和規定。今期筆者歸納了部分重點與大家分享。

今年4、5月，部分香港保險公司的一次性投資出現極大幅度的躍升。有關數字十分驚人，部分涉及5、6位數的一次性投資保費。從中印證了大灣區財富管理發展的影響和機遇。

來自大灣區的影響和機遇絕不平凡，將會是我們前所未見。本港保險公司或從業員應該認識和了解近期來自中國的財富管理業務，尤其是投資的發展情況。

此外，配合市場發展，人壽保障元素對上述的一次性投資乃不可缺少的元素，理財顧問必須對相關產品的用途和價值有充分認識，以免錯失機遇。

銀行機構將更積極涉足大灣區的財富管理業務，此舉亦為香港保險公司帶來更激烈的競爭。同時，許多保險公司正在將「家族信託」作為一種工具推廣至財富管理領域。即使今天大家尚未專注於家庭信託領域，但它在未來將成為焦點。

很多人都以為自己知道甚麼是財富管理，包括業內的一些培訓師，但他們所知道的其實可能是很狹窄的範圍，而且往往是由產品主導，尚未了解財富管理顧問的重要性。這是英國、歐美與香港之間的最大差異之一。

財富管理的基礎和結構涵蓋了大量的金融、銀行、風險、經濟學知識及技能，而香港部分頂尖會計師乃真正的財富管理人員。

8招 迎合新世代消費想法

Z世代泛指1995年至2010年出生的下一代人，有指他們約佔全球總人口的25%，乃不能忽視的強大經濟力量。

全球市場調研公司歐睿國際於今年1月17日發表《2023全球十大消費者趨勢》報告 (<https://bit.ly/3oLlvdb>)，當中提及Z世代這類不拘一格的新生代消費者即將經濟獨立，而他們非一般的成長經歷將為商業世界帶來變革。報告同時列舉了一些Z世代在消費模式上的喜好：



1 社交媒體已融入Z世代的生活，他們會通過瀏覽關注的頻道來獲得靈感、知識及評論。



2 傳統廣告難以影響Z世代，真實性和社會影響才是關鍵。48%的Z世代希望與品牌互動，影響產品創新。



3 Z世代的注意力集中時間不斷縮短，品牌必須在幾秒鐘內說好故事。

4 品牌故事就是賣點。不過，空頭承諾或對社會公益事業保持沉默會嚴重損害聲譽。

5 30%的人會根據品牌的社會和政治理念作出購買決策；而64%的Z世代消費者表示信任獨立消費者評價。



6 包括Z世代在內的39%消費者表示，在未來5年，大多數日常活動會以綫下方式進行，如外出用膳或進行各類娛樂活動。

7 在29歲以下的消費者群組中，80%人能夠與機械人自然互動，但是科技的進步並不能滿足消費者對人與人實際接觸的渴望。真正的情感共鳴會讓消費者感到欣慰與被尊重。



8 由於大眾保留了疫情帶來的習慣，又渴望過連貫的生活，希望嘗試回歸更樸素的時代，使生活重回正軌成為優化交易分銷策略的良機。

綫上推廣及銷售渠道日益重要

為了解疫情以至疫後新常態對大眾消費習慣，特別是年輕人的影響，香港浸會大學管理、市場及資訊系統學系教授去年聯同香港優質顧客服務協會，就港人在疫情期間的網上購物體驗進行調查。調查訪問近500名本地消費者，當中包括本地學生及在職人士，結果顯示近50%受訪者因疫情轉至電商平台購物；受訪者中約80%學生平均每天或每兩天便在網上平台購物一次，意味Z世代已成為經常網購的消費群組。負責調查的張美君教授認為，疫情推動電子商貿加速擴展，並預期有關趨勢將會持續，所以企業應該多了解消費者的網購體驗，盡早調整品牌定位及銷售策略。



老、病、死雖然是我們一生中必然遇到的課題，但有多少人會主動探究當中的學問，在經歷這些課題前為自己及親朋做好準備？經歷過多次喪親之痛後，陳敏兒（敏兒）四出學習不同的治療和輔導方式，為自己的傷痛尋找出口；近年她更成為生命教練和善別輔導員，期望藉個人經歷與專業知識，令更多人及早認識生死教育，從而獲得更幸福的生活。她更直言保險從業員乃讓大眾認識生死教育的理想人選。

正視死亡 更有效規劃人生？

陳敏兒：保險從業員 是生死教育的理想人選

陳敏兒於80年代與同為藝人的丈夫廖啟智（智叔）結婚後，逐漸淡出演藝圈；然而看似平淡的生活中卻穿插着一次又一次的生離死別。過去30年，她先後經歷喪父與喪子之痛，而其丈夫智叔亦於2020年確診末期癌症，翌年病逝。

面對摯愛離逝，哀傷乃人之常情，陳敏兒直言，即使經歷過多次生離死別，亦無法輕易接受人生無常的道理。因此，既然老、病、死乃人生必經的階段，她認為每個人都應該及早認識死亡這位人生導師，從而了解人生的意義和價值，為自己和家人構建幸福和圓滿的人生。

死亡是偉大的生命導師

德國哲學家海德格（Martin Heidegger）曾說：人是向死存有的（being-towards-death），意指當人意識到自己終會死亡，願意直視死亡時，才會深刻反思自己生命的意義，度過一個真實的人生。陳敏兒對此深表認同。「我們每天都為生活營營役役，有多少人會反思自己的作為和生命的價值？惟有意識到死亡臨近，自己時日無多，才會思考或計算日常作為的價值和意義。」

與其待死亡「殺到埋身」時才匆忙應對，陳敏兒認為及早認識死亡、接受死亡終會來臨，除了可以減低屆時不知所措的情緒，更有準備地度過餘下的日子，甚至可以推動我們善用每分每秒，令自己的人生變得更有意義和價值，做到不枉此生。

「例如智叔生前想選一張沒有鬚鬚的相片作為遺照，然而當我們着手尋找時卻發現這要求原來難以實現，因為他近年的生活照都保留了鬚鬚造型，至於劇照又只能展現他飾演的角色，並非真實的他。」陳敏兒表示，他們千辛萬苦終於從某廣告中找到合適的相片，然而有關廣告公司未有保留相片底片，正當大家感到徬徨無助之際，拍攝該相片的攝影師竟在社交媒體上載有關相片，懷緬與智叔的合作，而他們因而立即聯絡該攝影師，並取得其同意，借用相片作為智叔的遺照。這次經歷令她再次肯定及早正視死亡，無論對當事人或其他人均有好處。

合著新書 藉死亡探討生命價值

為了令到更多人能夠透過探討生命的終點而反觀人生，陳敏兒於今年初與「善因生命教育學會」共同創辦人李志誠博士（Amen）合著《借「死」談「生」 幸福生活的選擇》一書，透過二人的經歷分享與對談，讓更多人明白到知生、知死的重要性。

「自智叔離逝後，我已立志投放更多時間，從事生死教育的工作。因為在陪伴親人面對死亡的過程中，我體會到很多事情需要處理，很多事情也教人措手不及，所以既然死亡是我們必然面對的議題，我希望能藉個人經歷與分享鼓勵和幫助更多人做好死亡這個階段的生涯規劃。」陳敏兒表示，得知Amen有意出版一本關於生死教育的書籍，所以二人一拍即合。

「能夠找到知音人實在是一件幸運的事。」Amen透露，個人從事生命教練工作近20年，由於陳敏兒對生死教育有相當的認識，而且彼此的想法接近，加上有編輯的幫忙，令書籍的出版過程十分順利，不消數月新書已經面世。他更指出在二人的對談過程中，彼此均有所啟發和得着，期望透過新書令更多人嘗試從死亡反思生命，繼而活出幸福人生。

生死教育是全民教育

在著書分享以外，陳敏兒近期亦舉辦與生死教育相關的工作坊，「想不到5堂工作坊於一日內已全數爆滿，反映不少港人有關議題十分關注。」但除了個人的推廣外，她更期望其他界別人士，特別是保險從業員能夠積極參與有關工作，只因保險從業員的日常工作正是協助客戶進行人生規劃，而死亡所牽涉的財務規劃，如財富傳承也是其人生規劃的一部分，所以由他們向大眾進行推廣可謂合情合理。

「本港的保險從業員人數不少，假如業界能夠攜手推動有關教育，使之成為一個運動或勢力，其成效想必超乎想

像。」陳敏兒認為，本港的生死教育可以做得更廣，而保險從業員為客戶提供保險財策方案時，假如能幫助他們做好人生最後一程的生涯規劃，以至他們或其家人面對死亡時能淡定、自在，除可算得上是功德無量，對業界而言也令他們體會到其工作的價值不只限於金錢上的回報，想必有助提升他們的使命感，工作時更有動力。

Amen補充表示，他早於18年前曾獲邀擔任「香港人壽保險從業員大會」的分享嘉賓，而他當時已鼓勵業界把自己視為生命教練，助客戶認清Life Insurance（人壽保險）中Life（人生）乃先於Insurance（保障），繼而釐清人生目標並進行適當的保險與財務規劃。二人認為，很多港人有買保險，而保險亦與生死相關，所以保險從業員無疑是推廣生死教育的理想人選，他們與客戶會面時只需多花幾分鐘的時間的推廣，或者已可令他們做到生死兩相安。



陳敏兒（右）與李志誠博士合著書籍，期望透過二人的經歷分享與對談，讓更多人明白到知生、知死的重要性。



更多訪問內容可瀏覽
「保協」facebook專頁

想成為最受歡迎從業員？ 專家教你打造個人品牌

本港保險從業員已逾10萬人，若要在芸芸同業中突圍而出，建立並提升個人品牌是從業員實現持續發展的重要關鍵。到底怎樣才能有效地建立個人品牌，令自己成為業內受歡迎的從業員呢？今期《LUA iWealth》就邀得人稱「五哥」的資深品牌策劃師陳順輝（Edward）分享箇中秘訣。

從事設計及品牌策劃工作逾30年的五哥，其客戶主要來自本港、內地及國外的國際知名品牌，包括可口可樂。「我們的客戶主要經營快銷品業務。過去我們亦有為部分保險公司提供品牌策劃方案。」五哥透露，隨着市場的競爭日益激烈，加上疫情帶動，近年各行業對品牌發展的重視程度有明顯的上升，反映愈來愈多企業明白到品牌乃企業最具價值的資產。

助品牌持續發展乃設計師使命

「公司旗下部分客戶乃內地的OEM代工廠房，他們在所屬領域上擁有豐富的經驗和成熟的技術，但受疫情影響而生意大減，所以過去數年我為不少這類公司提供建議，助他們建立及發展自家品牌。」五哥表示，作為設計業的一份子，其工作不只為客戶打造合適的品牌設計，當中還包括透過有關設計助客戶轉型，為企業賦予新價值。「我相信這是設計師的一份使命。」

轉型以外，五哥談及近十年不少中港企業均面對傳承問題，大概部分保險從業員的客戶也遇到同類挑戰。作為品牌策劃師，五哥不時亦會扮演中間人，協調兩代甚至數代人的想法，使相關企業及品牌得以持續發展。



「新一代年輕人往往有自己的目標和夢想，他們未必有意繼承家族事業，但眼見數十甚至過百年的企業品牌因無人繼承而消失，實在十分可惜，所以我也會扮演中間人，與企業的準繼承人接觸並提供方案，讓他們可以輕鬆繼承及管理公司而無礙他們追尋個人夢想。」五哥坦言，「說客」的工作並非容易，假如遊說失敗，他亦會嘗試為客戶尋找買家，令品牌能夠延續。談及保險從業員建立及提升個人品牌的關鍵時，五哥分享了以下的關鍵：

問 面對新客戶，你會如何掌握他們的想法和需要？

五 我跟客戶首次會面時，一般會先問他們的vision（願景）是甚麼，或透過問卷了解他們的想法。事實上，聆聽非常重要，我們必須掌握客戶的想法和需要，才能為他們提供合適的建議。另外，跟客戶接觸的過程中，我會抱着以客為本、幫助他們解決問題的心態與他們溝通，不會因為生意而只顧推銷公司的方案。我相信這點與保險從業員十分相似，我們都是致力協助客戶實現其心中所想，而非我們想要的結果。

問 有否遇過一些想法或要求難以實現的客戶？

五 向客戶解釋並助他們調整期望是必須的。另外，由於很多事情並非我一人或公司可以獨力處理，所以很多時候亦會扮演中介人，利用自己和公司的人脈，因應客戶的需要尋找不同專業的合作夥伴，在解決問題的同時，亦令到各方能夠受惠，實現多贏。我相信，這種一心為客戶着想、樂於與他人共贏的想法將有助你建立個人品牌，並成為客戶樂於依靠的對象。

問 保險從業員建立個人品牌時需要注意哪
五 些事項？

我相信首要是勤力，但這不只限於拓展業務、尋找生意，當中更重要是積極自我增值，發掘自己的強項和優勢，建立個人特色；繼而因應個人的強項和興趣，專注個別領域的發展，成為該領域的專家。

這好比醫生一樣，醫生也有專科與全科之別，兩者雖然同樣能夠助人並帶來回報，但目標「客戶群」與發展方向卻有所不同，而在一般情況下，具備專科知識無疑較具競爭力。

問 打造個人品牌是否需要很長的時間？

五 當然，要成為專家，過程可能會很漫長或辛苦，但大家若對自己銷售的產品或提供的服務有信心，且清楚個人目標，一直朝目標進發，除可避免中途迷失方向外，他人亦更容易了解你的想法，有需要時為你提供建議或支援。至於時間方面，一個品牌從建立雛型到相對穩定，往往需要兩年或以上，期間亦要因應市場環境作出調整。

問 配合大灣區的發展，你認為本港保險從業員有
五 甚麼優勢？

就我觀察，內地市民普遍對本港保險產品和服務較有信心，而內地龐大的人口亦為業界提供無限機遇。不過本港從業員如果缺乏人脈，在拓展內地市場時可能有些困難。從業員可考慮透過報讀一些內地課程，在自我增值的同時，拓展人脈，強化個人優勢。

陳順輝簡介

投身設計及品牌策劃行業30年，現為卓駿廣告有限公司（Prime Solution Ltd.）Chief Creative Director，客戶包括多家國際知名品牌。

保險不能沒有愛



在我加入保險行業前，對保險並沒有好感，畢竟年輕，對金錢非常著緊，說到要先付出金錢，來換取一些未知數的保障，實在難以接受。由於這個原故，因而遲遲才跟保險結緣。直至1992年的農曆大年初一前夕，一場交通意外，保險改寫了我的人生，而我亦在同年8月，待身體傷勢痊癒、理賠完成，花了的醫療費亦全數獲償後，我隨即加入保險銷售行業，將自己的保險見證，跟別人分享。

多年來的保險工作，除了業務以外，服務也是非常重要的一環，憑着「先有服務，後有業務」的保險理念，我不斷宣揚保險的大愛精神，及其不可取代的獨特性。

在我處理過的云云保險服務個案中，有名年輕女客戶（化名陳小姐）的故事教我十分難忘。我負責陳小姐公司的團體醫療保險7年，她是店內一位前綫銷售人員。某日，該公司的人事部門主管致電給我，表示一名店舖員工突然在店內昏倒，不省人事，被送往瑪麗醫院搶救。

當我收到消息後，便隨即趕往醫院，看看有甚麼地方能夠提供協助。到達醫院時，陳小姐仍然處於昏睡狀態，身上接駁着測量心跳的儀器和一些監察維生指數的設備，在醫院內除了她的兩名同事外，還有一位非常憂心的女士，不斷查問陳小姐的情況。後來得悉，該名女士乃陳小姐的親姐姐。

陳小姐在醫院內留院半年之久，而且需要入住深切治療部的單人病房，完全與外界隔離。我其後得知，陳小姐的免疫系統原來出現了問題，身體十分虛弱，幾乎只能透過心跳機屏幕顯示的心跳波頻綫判斷其生命迹象。

在這半年間，陳小姐靠着維生儀器和吊針輸送營養來維持生命，而我跟該公司人事部門主管和她的姐姐，不時保持聯絡，了解情況，也回答了很多她們關注的問題，例如醫療費用的索償安排、萬一情況發生變化的跟進事情等。由於溝

通多了，彼此也成為了朋友，而我亦深深感受到陳小姐的家人、朋友及同事都非常關注她的病情。

事實上，我不是醫生，只是一名保險從業員，有關免疫系統的疾病，我又能懂得多少呢？！只是有一次，亦是最後一次，我跟陳小姐的姐姐一同前往探望她，當我們穿上覆蓋全身的藍色保護裝束，進入深切治療隔離病房，當時她的姐姐問我有沒有信仰，因為她很想大家能握着她的手，一同為陳小姐禱告。在禱告過程中，我和她姐姐看着心跳測量儀器的屏幕，她的心跳慢慢、慢慢地停下來。那一刻，我從來沒有想過一個生命，原來是這麼脆弱，而死亡又是這麼接近。

由於陳小姐在離逝前一直在醫院留醫，因此有關當局很快便發出了陳小姐的死亡證，隨後我便跟進辦理其團體壽險和團體醫療保險的索償手續，將理賠支票交付予陳小姐的唯一親人，也是其遺產承辦指定受益人，即她的親姐姐。

在跟進這宗個案的過程中，讓我發現保險真的不能沒有愛，它時刻彰顯的，不只是一種保障、一項服務、一個承諾，而是一種充滿愛的穿透力，穿透每個需要愛的心靈，每段相互感動的生命。



文章由黃思思提供

歡迎投稿！一經刊登即送\$200現金券

如果你與客戶相處的過程中也有一些牽動人心的故事，不妨投稿跟大家分享，一同見證保險的意義，並向社會發放更多正能量。有關稿件可電郵至：pr@luahk.org，字數800-1000字，並請附上你的半身近照。稿件一經刊登，將送你200港元現金券。

*請勿在稿件提及公司名字及作任何宣傳，編委會將就有關稿件作微調或修改，恕不另行通知。如有任何爭議，「保協」將保留最終決定權。

「保協」50周年慶典 歷屆會長聚首 分享業界展望 探視未來新機遇

今年是「保協」創會50周年，協會早前以「超越五十載」為主題，舉行「保協超越50載啟動禮」，當日除邀得財經事務及庫務局副局長陳浩濂及立法會議員李鎮強擔任嘉賓外，籌委會主席曾繼鴻亦公布本年度一系列的宣傳與慶祝活動。

▶「保協」現任會長姜楚芝（前排左4）與創會會長陳炎光（前右5）及一眾嘉賓合照。



陳浩濂：政府全力支持保險業發展

陳浩濂在致辭時表示，保險業一直是香港經濟發展的重要一員，業界從業員即使遇上任何艱難時刻仍謹守崗位，為香港市民提供保障。「感謝『保協』50年來一直推動業界正面形象的發展。隨着保險教育的成熟和普及，由業界走至民生，由獎項推展至誠信。『保協』在維護以及創造的是業界新趨勢，也是在持續提升香港於世界金融的地位。」他又表示，特區政府將會支持保險業，包括延長保險相連先導計劃兩年、引入公司遷延機制及保險專業人員的培訓支援、優化監管保險集團的機制、於國內設立保險售後服務中心，以及探討兩地跨境銷售的可行性等。



持續提升水平 推廣可持續性

自1973年創會以來，「保協」一直致力促進香港的保險教育和培訓，「保協」現任會長姜楚芝表示，自80年代開始，「保協」一直推陳出新，為業界樹立正面形象並協助培訓人才。「『保協』至今已



舉辦了數以千計的工作坊、專業會議，並撥出百萬元計的慈善捐獻及推動數以億元計的認捐保額。未來，『保協』會繼續薪火相傳，致力提高從業人員的專業水平、誠信及行業操守，積極推廣保險業的可持續發展。」

社會賢達擔任課程首席顧問

活動期間，籌委會主席曾繼鴻指協會除了邀得知名導演潘梓然夥拍藝人黎學勤推出微電影廣告，並會舉行一系列「講好保險故事」的商場展覽外，更會配合通關政策安排，推進香港與內地的交流。他透露，獲得譚耀宗及陳智思擔任「保協大灣區委員會」首席顧問，透過舉辦不同課程、活動及考察等促進香港及大灣區兩地的保險業交流。



「保協」前會長暨「保協大灣區委員會」主席李冠群認為，透過於灣區設立諮詢點及積極推進兩岸交流，將有助吸引粵港澳金融科創企業、資金、人才集結，推動大灣區高質量發展，並發揮輻射和引領作用。他更透露，協會將於今年11月再次舉辦「保協大灣區日」，由不同界別精英擔任演講者，分享香港與大灣區的發展機遇。

超聲波導引增生注射療法

精準注射痛點 加速治癒肌腱痛症

都市人經常會因坐姿不正、長期運動、工作勞損等而出現各種痛症，而這些痛症並非源於骨骼問題，而是由於軟組織（韌帶及肌腱）沒有痊癒所致。1939年，一位叫Dr. Hackett的美國外科醫生發現，只要在受傷的軟組織注射一些刺激物質如濃縮葡萄糖水，然後刺激體內的疤痕生長後，痛症便得以改善及治癒。此後，這種增生注射療法開始被職業運動員和普羅大眾使用。為了提高注射的精準度，後來更發展成超聲波導引，可以透過儀器在超聲波監察的情況下，在患處進行注射，精準度比以前更高。

編：LUA iWealth

倪：家庭醫學專科醫生及中文大學運動及醫學科學碩士倪浩然醫生



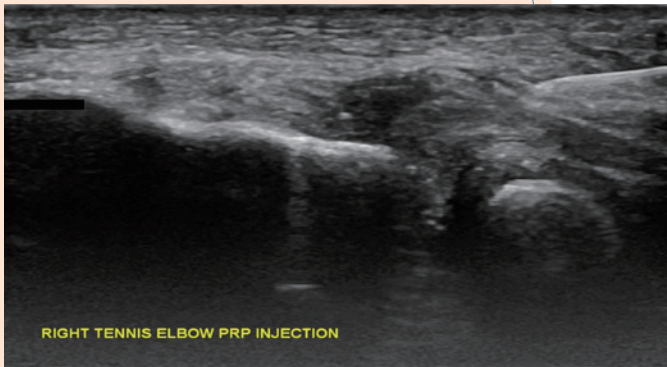
倪浩然醫生

編：增生注射療法的原理是甚麼？

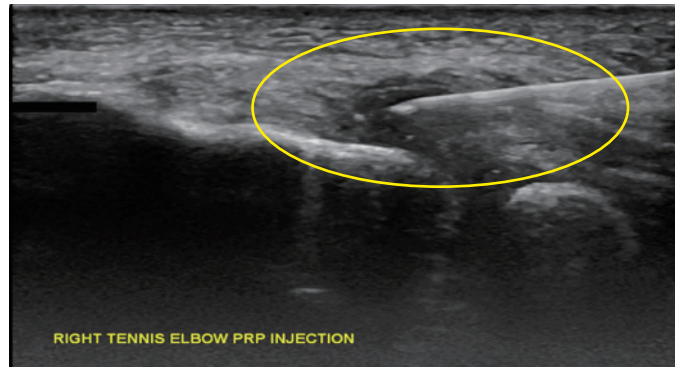
倪：增生注射療法，英文即 Prolotherapy，理論是把一些能促進和刺激韌帶及肌腱疤痕生長的物質注射到患處，將慢性發炎轉變為急性發炎去重啟軟組織修補過程。舉個例子，當我們的皮膚被割傷然後流血，流血過程其實就是急性發炎的第一步。血液中的血小板會第一時間流到傷口先將患處堵塞，然後就會引發急性發炎，再啟動修復程序，到最後形成疤痕，將傷口癒合。至於很多韌帶及肌腱創傷，都是由於這些軟組織的血液循環在成年後會逐漸減少，所以它們於受傷後就會很難自癒。所以增生注射療法的原理就是注射一些刺激性物質到這些軟組織去觸發一個急性發炎，然後令其長出疤痕，填補破壞或撕裂的部分，從而減輕痛楚。



▲ 在超聲波導引注射過程中，醫生會利用一隻手握著探頭，另外一隻手進行注射。



▲ 超聲波影像準確照出病人網球肘肌腱病變位置。(中間黑色部分)



▲ 用超聲波影像準確導向，醫生將高濃度血小板精準注射到病變部分。

編：增生注射療法分哪幾種？

倪：在香港常見的增生注射療法有兩種，分別是濃縮葡萄糖水（10-25% dextrose）注射療法及自體高濃度血小板（platelet-rich plasma PRP）注射療法。

編：濃縮葡萄糖水注射療法和自體高濃度血小板注射療法有何分別？

倪：濃縮葡萄糖水注射療法較經濟及簡易，用到的是15%至25%濃度的濃縮葡萄糖水，將濃縮葡萄糖水注射到受傷的軟組織後，葡萄糖水會留在軟組織細胞外的外側基層，因為滲透壓（Osmolality）高的關係，細胞外側基層會將軟組織細胞內的水份抽乾，導致有限度的局部細胞死亡而引發一個輕度的急性發炎，然後啟動修補程序。近年較多人會採用自體高濃度血小板。步驟需要用無菌方法抽取病人血液，再用離心機分隔出血小板層，再將高濃度血小板直接注射到患處，血小板就會破開釋放修復因子，直接啟動急性發炎的過程。

編：濃縮葡萄糖水注射療法適用於哪些情況？

倪：有一些比較好的臨床科學實驗證明，這種療法在退化性膝關節炎、網球肘、足底筋膜炎、骶髂關節痛有不錯的療效。香港中文大學2016年曾發表過一份統合分析，證明葡萄糖水注射能有效改善退化膝關節炎患者的痛症及關節活動能力。

編：濃縮葡萄糖水注射療法多久要注射一次？

倪：一般理論上約4至6星期需要注射一次，大概注射3至6次左右，視乎病人進展而定，如果採用超聲波導引注射，注射次數有機會可以減少。

編：增生療法跟注射類固醇有何分別？

倪：注射類固醇並非屬於增生療法，其用途只是抑制發炎，改善痛症。如果將類固醇注射到肌腱位置，就會將組織受傷而產生的發炎抑制而產生止痛作用，但很多時只能維持短時間。另外，類固醇會令肌腱組織變弱，重複注射更會增加肌腱韌帶撕裂的風險，加快退化速度。而增生注射療法的好處是採用非藥物的葡萄糖水或自己身體內的血小板注射，所以對身體傷害較少，而且可以重複注射，且能促進癒合，如傷口癒合理想，就無需要再進行注射，而且復發率較類固醇注射為低，例如肩膊及網球肘便有臨床實驗證明。

編：甚麼是超聲波導引注射？

倪：增生注射療法需要精準注射技術，所以如果傷口範圍細小就需要採用影像導向如X光、超聲波和電腦掃描等。透過超聲波監察下，可以把藥物精準地打到患處，而且能避免把物質注射到一些較危險的地方如神經、血管等。但超聲波亦會受病人體質影響，例如骶髂關節臨床實驗證明，病人的身體質量指數（BMI）超過35，會大大令精準度降低。不過對大多數近皮膚的位置如網球肘、迴旋肩袖頭、膝頭、腳踝等則沒有太大影響。

編：康復後能否進行劇烈運動？會否較容易受傷？

倪：由於增生的是疤痕，所以彈性比正常原生的筋鍵低，理論上會較容易受傷。所以在接受注射後，病人一定要配合改善姿勢、運動技術和用具，以及做強化的復康運動來減低復發。



▲ 「保協慈善基金」聯同「鄰舍輔導會」合辦「保協鄰舍樂同行2023」，分別為深水埗、東涌、天水圍及屯門的獨居長者送上福袋。

「保協」與鄰舍輔導會合辦「保協鄰舍樂同行2023」 探訪獨居長者 送上愛心福袋

自社會服務發展部成立以來，「保協」一直為慈善不遺餘力，多年來除積極與不同慈善機構團體、非政府組織合作，共同推動社會服務外，「保協慈善基金」更推出保單捐贈計劃，協助和關懷社會上有需要的人士。過去「保協」及「保協慈善基金」便聯同「鄰舍輔導會」合作舉辦不同的探訪活動，為長者送上物資和祝福。今年亦不例外，活動一共為四區共1,000名獨居長者親手送上福袋和暖暖的祝福，鄰舍輔導會表示十分感謝「保協」一直以來的慷慨贊助和大力支持，在往後的日子，也將繼續攜手合作，為社會貢獻更多公益。

逾250義工 惠及千戶獨居長者

繼去年舉辦的互助關懷行動後，今年「保協」繼續聯同「鄰舍輔導會」舉辦「保協鄰舍樂同行2023」。活動當日共有259名義工參與，包括「保協」會長姜楚芝、「保協慈善基金」主席蘇婉薇博士、鄰舍輔導會主席嚴元浩、鄰舍輔導會副主席戴健文以及一眾「保協」委員和鄰舍輔導會代表等。

◀ 今次活動共有259名義工參與。



鄰舍輔導會主席嚴元浩表示：「十分感謝『保協』連續4年服務社區的長者，過往4年我們共服務了4,000個家庭，動員超過1,000名『保協』義工參與服務，充份展示出『保協』對本會服務對象的關懷及愛護。我們特別感謝『保協慈善基金』的慷慨贊助，送出共4,000個心意福袋，讓我們的服務對象感受到社會的關懷和溫暖。希望透過這些活動，讓長者朋友們感受到社會大眾對他們的關心和支持，盼望在未來的日子，能夠繼續攜手合作，為社會的公益事業貢獻更多的力量。」



▲ 在啟動禮後，蘇婉薇博士（左）頒發紀念品予鄰舍輔導會主席嚴元浩。

鄰舍輔導會亦一直回應長者的需求，積極與不同的機構合作，為各區長者送上適切的幫助和關心，來到今年第4年，「保協慈善基金」主席蘇婉薇博士表示：「這3年因疫情關係，大家的生活都大受影響，現在疫情受控，希望我們能夠帶動社會重回良好氣氛，透過今次活動，將慰問和關懷送給長者。另外，每年的活動得以順利完成，也有賴各位義工朋友和機構的幫助與支持。」

自製愛心福袋與心意卡傳關懷

今次活動分別於深水埗、東涌、天水圍以及屯門等4區同時進行，並於網上直播，同步進行啟動禮。今次活動目的是為區內的獨居長者送上內有各種物資的福袋和心意卡，為一班「老友記」送上暖暖的關懷和愛心。

以愛心帶動社區復常

過去3年反覆的疫情為長者帶來了各種困難和壓力，而



◀ 「保協」會長姜楚芝（右）代表致送紀念品予鄰舍輔導會代表



◀ 義工們花盡心思為「老友記」送上窩心的祝福。



▲ 保協慈善基金主席蘇婉薇博士（左4）及鄰舍輔導會主席嚴元浩（左5）與一眾委員合照。



▲ 出發前，義工分工合作把不同物資裝進福袋內。



◀ 即使是數句的關心和問候，已經是長者們最大的支持。

關於鄰舍輔導會

鄰舍輔導會於1968年成立，為一間紮根基層，以服務弱勢社群為己任的註冊非牟利慈善機構，為基層社區提供多元而到位的社會服務，提升個人及家庭的能力感；並連繫社會資源，推動關愛互助社區。服務對象包括嬰幼兒、兒童、青少年、長者、殘疾人士、低收入家庭等，亦有提供教育及醫療服務，以及推展社會企業和內地服務。目前該會共有87個服務單位、員工數目超過1,700人。截至2021-2022年度，該會為社會福利署十大資助機構之一，年度服務人次超過227萬。

鄰舍輔導會一直關顧基層長者及家庭的需要，近年更積極在多個新建立的公共屋邨提供社區支援服務予有需要的家庭及長者，包括東涌區、深水埗區、屯門區及天水圍區，讓服務使用者獲得適切的關懷及支援。此外，鄰舍輔導會在這4個社區提供社區支援服務予獨居及雙老4,000個或以上的家庭。

Info

網址	www.naac.org.hk/
Facebook	www.facebook.com/naac1968/
電話	25274567
電郵	ho@naac.org.hk
慈善機構編號	383935

▼ 「保協」今年已舉辦了4次派發飯盒和愛心物資活動，預期年內將舉行多6次同類活動。



與廚尊合作 為弱勢社群送上滋味



高廣恩

社 企廚尊 (Dignity Kitchen) 一直為弱勢社群提供培訓、就業以及融入社會的機會，讓他們可以善用個人能力，在發揮所長的同時換取溫飽。作為社會的一份子，「保協」自然大力支持！

「保協」社會服務發展部主席高廣恩透露，過去多年社

會服務發展部一直透過「保協慈善基金」的撥款向廚尊購買飯盒，並由「保協」義工隊和廚尊職員合作，向區內弱勢社群派發相關飯盒和愛心物資。「今年我們計劃舉辦10次派飯活動，至今已舉辦了4次，派出380盒飯盒予有需要長者。」

高廣恩表示，協會未來會繼續與廚尊及其他慈善組織合作，為社會上有需要人士提供支援，他更鼓勵更多會員同業參與其中，成為「保協」義工隊的一份子，支持有關活動，或善用餘暇服務社會。

培育人才 頒發獎助學金予優秀大學生

「保協慈善基金」一直期望落實長遠、具持續性的項目，既可突顯保險理財的重要性，亦可幫助行業提升正面形象，更可回饋社會，配合可持續發展方向。本着「授人以魚，不如授人以漁」的理念，「保協慈善基金」於去年推出「5年獎助學金」計劃，與「保協」為嶺南大學、香港大學、香港中文大學及香港恒生大學設立合共港幣200萬元的獎助學金，為修讀保險、精算及財富管理相關課程的大學學生提供資助，為將來保險行業培育更多人才。

早前，「保協慈善基金」與「保協」代表分別向嶺南大學及香港恒生大學的相關學生頒發獎助學金，鼓勵他們在學業以至專業發展路上精益求精。

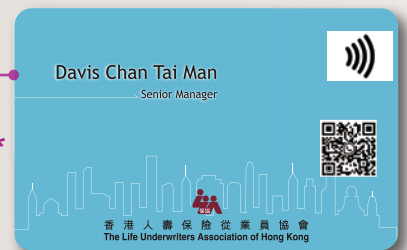


▲ 「保協」會長姜楚芝 (左3) 與「保協慈善基金」主席蘇婉薇 (右4) 頒發獎學金予嶺南大學同學。

立即成為「保協」會員 享受多項專屬禮遇！

「保協」本着服務會員的精神，致力為會員搜羅及爭取最佳商戶優惠。
重點優惠包括：

- 「保協」50周年NFC電子卡片優惠 (由EiD提供) *
- 「Shell燃油優惠卡」申請優惠 (由協東有限公司提供) *
- 特選企業員工優惠 (由1010提供) *



其他優惠包括：

- 「保協」會員尊享2022/23「專業責任保險」
- 灣景國際餐飲8折優惠
(優惠期至2023年11月30日)
- 24/7 Fitness 健身會籍優惠
(優惠期至2023年10月31日)
- 美邦醫學體檢中心體檢優惠
(優惠期至2023年6月30日)
- 香港經濟日報 x iMoney智富雜誌電子版訂閱優惠 *
- 海人遊艇課程優惠*



成為「保協」會員，盡享連串獨家禮遇！
即掃描右方二維碼或瀏覽以下網址取得
優惠詳情：<https://bitly/41FNEAD>



購買商品或享用有關服務與否，由會員自行決定，買賣雙方的交易事項及其有關細節均與本會無關。

*優惠期至2023年12月31日

2023 保協傑出新星獎 LUA New Star Award 2023



上半年度
First Half Year

保協
傑出新星獎
LUA New Star Award

2023



獎項申請準則

- 申請者必須為行業新人（須符合以下其中條件）
 - A. 於2022年1月1日或之後加入保險行業；或
 - B. 於2022年1月1日之前曾經從事保險行業，但沒有連續12個月在任何一間保險公司，以營業代理登記成為保險代理人或保險經紀
 - 必須為2023年度之保協會員
 - 比賽期內（2023年1月1日至6月30日）須達到以下*業績要求：
 - 銅獎：FYC HK\$42,000 或 FYP HK\$126,000 及 6張批核的壽險保單
 - 銀獎：FYC HK\$84,000 或 FYP HK\$252,000 及 7張批核的壽險保單
 - 金獎：FYC HK\$168,000 或 FYP HK\$504,000 及 8張批核的壽險保單
- * 註：FYC — 首年實收佣金 FYP — 首年實收保費
- * 以上要求，必須由申請者所屬的公司確認
- 報名費：HK\$200
 - 報名截止日期：2023年7月31日
 - 過往曾獲此獎項者，不能再次申請

得獎者榮譽

厚卡證書
卡片名銜
於特定的本港報章
刊登得獎者照片
於本會網站刊登
得獎者名字

掃一掃
立即下載報名表格



網上入會申請



查詢熱線：2570 2256

贊助公司



主辦單位

香港人壽保險從業員協會
The Life Underwriters Association of Hong Kong

香港北角規規街9-23號秀明中心23樓A-D室
Units A-D, 23/F., Seabright Plaza, 9-23 Shell Street, North Point, Hong Kong

Tel: 2570 2256 Fax: 2570 1525 Website: www.luahk.org Email: info@luahk.org

The Life Underwriters Association of Hong Kong

關注「保協」微信：
LUAHK 保協



EXPLORE
THE DIFFERENCE
發掘 · 創不同



2023
MTA CONVENTION DAY
卓越誠信顧問大會

Convention Hall, Theatre 1 & 2, HKCEC
July 31st (Monday)
香港會議展覽中心會議廳及演講廳1&2
7月31日 (星期一)



掃描二維碼
網上報名

總監會/早鳥優惠 (6月30日前) - \$1128/張
團購優惠 (30張或以上) - \$1098/張
(原價\$1298/張)

查詢: 2570 2256 / info@luahk.org

「保協」辦首個業界灣區交流團

由「保協」旗下「保協大灣區委員會」籌辦，約40多名香港主要保險業協會及專業機構代表組成的交流團，早前深入走訪了粵港澳大灣區的兩大重點發展區——廣州南沙及深圳前海。交流團為中港恢復通關後，首個訪問內地的保險業代表團，為中港業界溝通及協作揭開新的篇章。

► 保險業大灣區交流團獲深圳市政協黨組書記兼主席林潔（首排中）接見及安排座談會。



香港保險業大灣區交流團成員包括香港9大保險行業協會的代表，除了主辦單位「保協」的一眾執委會成員外，還包括香港人壽保險經理協會（GAMAHK）、香港專業保險經紀協會（PIBA）、香港保險中介人商會（HKCII）、香港一般保險業協會（HKGIAA）、美國壽險管理學會（LOMA）、香港保險師公會（HKCIP）、國際資產規劃師協會（IAPA）、中國保險經理人協會（CIMA），其他友好專業協會有香港股票分析師協會（IFAPC）、香港專業同盟，以及隨團傳媒機構《香港經濟日報》的代表。



▲ 交流團參觀明珠灣金融集聚區，並與南沙區統戰部部長靜慧（前排右4）座談交流。

顧問團穿針引綫 與深圳政協主席會面

這次三日兩夜（3月30日至4月1日）的交流團行程相當充實，考察活動既有現場考察也有座談交流，兩地參與者均有深入和充分的溝通。擔任是次交流團團長的「保協大灣區委員會」主席李冠群表示，是次交流團獲得廣州及深圳有關部門的高規格接待，實在有賴是次交流團顧問，包括身兼第十至十三屆全國政協委員的香港廣東社團總會常務副主席龍子明的聯絡及安排，以及香港立法會議員吳傑莊，及第十三屆全

國人大代表暨香港產學研促進會副會長洪為民的全力支持。

香港人壽保險從業員協會會長姜楚芝感謝業界代表參與，並為中港保險業溝通協作提供寶貴意見：「團員均表示前海及南沙的巨大變化讓他們眼界大開，認為考察活動有助了解國情和國家最新發展，並可藉此機會廣結友好，就雙方關心的保險互聯互通議題交換意見，以及討論如何促進兩地業界交流協作。」

「保協大灣區委員會」誠邀不同的顧問於未來共同商討「保協大灣區委員會」之發展方向、大灣區座談會及交流團活動等，希望能鼓勵香港保險從業員嘗試踏出他們的第一步，向一個比香港大十倍的市場進發。



▲ 前海管理局副局長兼前海地方金融監管局局長文嫻（左2），與李冠群（右2）及龍子明（右3）交流。



▲ 「保協」位於前海的諮詢有限公司辦公室正式開幕，為會員提供一個內地服務據點。「保協」會長姜楚芝（左3）、「保協大灣區委員會」主席李冠群（右3）、「保協」上屆會長謝立義（左2）、「保協灣區薈萃」主席鄭禮祺（左1）、「保協」副會長曾繼鴻（右2），以及「保協」副會長黃坤成（右1）於開幕禮後合照。

ICG話你知：保險業都要有ICU

由「保協」及「香港人壽保險經理協會」組成的「壽險行業規管與發展關注組」（下稱「ICG」）於4月27日舉辦「保險條例ICU」研討會，並邀得監管機構代表與多名嘉賓出席，跟與會者分享行業與市場的最新發展。

▶ ICG召集人李冠群（前排右7）、「保協」會長姜楚芝（前排左7）及香港人壽保險經理協會會長詹瑞欽（前排右6）與一眾嘉賓講者、保險公司代表及業界代表合照。



是次研討會以「保險條例ICU」為名，壽險行業規管與發展關注組召集人李冠群表示，當中的ICU分別代表了Information（資訊）、Connect（連繫）及Update（更新），寓意ICG期望藉着活動，讓與會者和業界掌握最新的行業和市場資訊，加強彼此的聯繫與合作，令同業能夠與時並進。「ICG並非代表單一協會，它代表了整個行業的從業員，包括『保協』與『香港人壽保險經理協會』的會員，能夠充分反映行業的聲音。」

監管機構分享 共同維持行業穩健

首先分享的嘉賓是保監局法律總監及市場行為部主管郭家華（Peter Gregoire）、市場行為部法規執行組副總監徐文儀，以及市場行為部高級經理吳維權，三人分別就該部



▲（左起）徐文儀、郭家華、吳維權

的工作與職能進行簡介，更就從業員入職要求、持續進修課程（CPD）需要、保費收取安排、跨境銷售、資料披露，以及冷靜期等6大重點進行分享，讓與會同業能夠溫故知新，最重要的是提醒同業如何避免違規，亦提供了近一年來保監局對違規同業的懲處，對維持行業專業健康發展有着正面幫助。

另外，針對日常銷售過程中可能出現的不當行為與利益輸送事宜，大會邀請了廉政公署社區關係處香港商業道德發展中心總幹事樓國媚就主題「破解貪污迷思——利益篇」作

出分享。她透過精闢的例子和短片，向同業分析不當的客戶轉介行為可能觸犯法例，如遇到疑問時應向所屬公司相關部門尋求協助，但在所屬公司知情及同意下收受小禮品則不算犯法，藉此讓與會者均明白到如何處理懷疑貪污情況，一同構建更廉潔公平的市場環境。



分享市場資訊 助同業自我增值

法規以外，隨著客戶對財富傳承的關注和需求增加，大會又邀請了瑞橡資本合夥人兼財富管理及家族辦公室主管黃恆德擔任嘉賓，大談「家族辦公室與保險業關係」，期間他除了解構家族辦公室的種類與營運資訊外，更分享業界與保險業的關係與合作機遇。



研討會壓軸活動乃「行業事務論壇」，大會邀請了香港保險業聯會行政總監劉佩玲、壽險行業規管與發展關注組始創召集人陳炎光和容永祺擔任嘉賓，並由壽險行業規管與發展關注組召集人李冠群擔當主持，跟與會者分享ICG的成立目的、過程，以及近年的關注議題與相關行動。



▲（左起）容永祺、陳炎光、李冠群、劉佩玲

引領專業 「誠」就非凡 CTAdvisor認證 接受申請



Certified Trusted Advisor
認可財富管理誠信顧問

—— 首個以客戶導向為主的認證

以誠信作為一個核心價值 專業 誠信

引領專業 • 「誠」就非凡

- 品格高尚，遵守行業法規過去3年(36個月)沒有任何違規紀錄
- 著名學府合辦及認證
- 涵蓋保險業持續發展方向(如大灣區機遇、綠色保險新趨勢等)/
- 高端客戶財富管理(家族辦公室)/財富心理學/金融科技革新動向
- 每年完成指定持續進修學分要求
- 網址專頁，公開認證名單及相片
- 個人電子相片

查詢詳情
5720 6640

為進一步推動專業、誠信的理念，令保險從業員的專業水平與職業操守能夠持續提升，「保協」首推「認可財富管理誠信顧問」(CTAdvisor)認證。到底CTAdvisor認證能為從業員帶來甚麼啟發和得着呢？不如由早前獲頒認證的同業跟大家分享箇中體會！



李佩珊
(Zen)

過去行業一直以業績、資歷去衡量從業員的專業水平，但卻鮮有方法衡量「誠信」這個無形的核心價值，而CTAdvisor認證正好成為業界的指標，展現同業誠信與好學的一面。

由於同業必須完成指定的「認證三部曲」才可取得專業資格及持續擁有認證，期間同業除可透過HKU Space提供的課程，在專業導師指導下，獲取最新的市場資訊和知識，更可推動他們勤奮自勉，持續為客戶提供優質服務。值得一提的是，「保協」特別為CTAdvisor認證者提供參與大灣區交流團的優先報名資格，令同業可快人一步更深入地了解灣區市場，為拓展業務做好準備。



陳泰麗
(Tenny)

CTAdvisor是業界首個以客戶導向為主，並以「專業誠信」作指標的認證，它除重視保險從業員的業績，更要求從業員品格高尚，遵守行業法規並在過去3年沒有任何違規紀錄。而由HKU Space提供的課程涵蓋了保險業持續發展方向(如大灣區機遇、綠色保險新趨勢)、高端客戶財富管理(家族辦公室)、財富心理學及金融科技革新動向等範圍，為學員提供最新的專業知識與市場資訊，令認證的認受性得以提升。加上認證設有獨立網址專頁，並會公開認證名單及相片，有助取得認證的從業員展現專業誠信的一面。



張家銘
(Ka Ming)

以誠為根、以信為本，保險業是面對人的行業，品格和道德是我們行業的根本。拿取CTAdvisor認證能提高客戶對我們的信心，更能大大提高我們在行業內的認受性。

我從事保險工作已經24個年頭，以往修讀過無數專業認可課程，但為我帶來的只是一份證書和學歷，而非一份「認證」。我認為同業必須獲取CTAdvisor認證，因為它不但有助我們增進專業知識，亦是業內一個專業認證，代表了個人專業操守及守法規的素質，能夠給予客戶一份安心和信心。



何婉顏
(Wendy)



劉禮詩
(Ivy)

獲取CTAdvisor認證後，我見客時會把CTAdvisor的襟章戴上，並向客戶解釋誠信顧問的身份，令客戶對我的信任可以視覺化。這樣亦有助客戶轉介他們的朋友給我時，更容易地道出我的優勢，繼而令到每位客戶可以成功轉介最少一名客戶給我。我相信CTAdvisor認證能夠幫助我在生意上做得更好，與客戶的關係建立得更好、更長遠。



雷小敏
(Sillia)

CTAdvisor可以有公証力證明自己專業及誠信。因為除設有課程，令我增加專業知識外，還證明我在行業中3年內沒有違規，無疑是對我的誠信的最佳證明。

獲取CTAdvisor認證後，進一步令到客戶認定我不只是一個專業，而且更是具備誠信認證的財策顧問！這令客戶更安心把自己和家人的保障及退休安排交由我為他們規劃，並願意轉介身邊的親朋好友給我，從而令到我的客源更為穩定、業績亦因而更加卓越！



黃家寶
(Ka Po)

信任是保險行業不可或缺的元素。為加強保險代理、客戶，以至保險公司之間的互信關係，促進行業持續發展，「保協」推出「認可財富管理誠信顧問」認證。若要取得認證，同業必須順利完成以下「認證三部曲」，才可取得專業資格及持續擁有認證。



申請要求:

- 持有保協有效會籍
- 成功修畢保協舉辦/協辦之認證課程



- 認證費用: 首次申請\$920
續證\$400

大衛和約翰站在雲端，俯瞰回凡間，約翰睇見大衛越睇越唔開心，不斷嘆氣，唉！唉！唉！

邊個最

Happy?



約翰：「你仲乜唔開心呀？」

大衛：「我真係死得太早！」

約翰：「我就覺得早啲咪幾好。」

大衛：「啲錢未洗晒，我就上咗嚟呢度喇！唉！」

約翰：「咁好呀！有得洗到最後嗰日，仲有得剩！幾生修到啦！」

大衛：「有得剩，無得洗，有鬼用咩！」

約翰：「咁早知我早啲識你，幫你洗咁啲啦！」

大衛：「有乜所謂！」

約翰：「我都唔知幾想死早啲！」

大衛：「死早啲會開心啲？！」

約翰：「你有所不知，我同你唔同，一個大病，啲錢洗晒都未死，都唔知幾痛苦！」

大衛：「咁唔怪得知你而家咁happy啦！」

約翰：「其實最happy嗰個唔係我！」

大衛：「仲有人happy過你？」

約翰：「我上咗嚟，我老婆就第一時間去保險公司擺錢。」

大衛：「咁我老婆而家都應該好happy！」

(文章由黃思恩創作及提供)



立即投稿，贏取\$200現金券！

有趣故事無謂「收埋埋」！如果你有跟保險相關的笑話或有趣故事，不妨投稿跟大家分享，為社會帶來更多歡樂氣氛。有關稿件可電郵至：pr@luahk.org，字數不多於600字。稿件一經刊登，將送你200港元現金券。

*請勿在稿件提及公司名字及作任何宣傳，編委會將就有關稿件作微調或修改，恕不另行通知。如有任何爭議，「保協」將保留最終決定權。

LUA iWealth謹啟