

藍十字(亞太)保險有限公司執行董事尹志德表示，Blue Cross HK 手機App方便顧客以指尖處理保險事宜。



76

科技改變保險業界 藍十字乘勢擴大市場

政府推出自願醫保計劃，近期成為熱門話題，各大保險公司乘勢推出宣傳推廣相關產品的活動。其中，藍十字更推出了加入區塊鏈技術的手機應用程式(App)，提高顧客於求診及索償的整體體驗，未來並將陸續在手機App加入更多產品及功能，方便顧客以指尖處理保險事宜，同時吸引更多客源，擴大市場分額。

隨著科技進步，顧客除到訪保險公司的客戶中心，還可以透過網絡，與保險公司互動。

香港政府於4月1日正式推出自願醫保計劃，購買認可產品更可獲扣稅，藉此吸引市民轉向私營醫療市場，減輕公營醫療的負擔。

各大保險公司陸續推出由食物及衛生局認可的自願醫保計劃產品，主要分為標準及靈活兩種計劃，前者提供基本保障，保費相對較後者為低。

折扣優惠吸醫保客

自願醫保計劃產品必須因應食物及衛生局的指引設計，尤其是標準計劃，因此不同保險公司的產品大同小異；至於靈活計劃，在符合指引的基礎上具較大彈性。

除符合指引外，保險公司當然可以提供更佳保障，藍十字推出的兩種計劃，皆提供其他保障。

無論標準或靈活計劃，藍十字均提供住院現金保障，指病人於住院期間，每天可獲現金津貼；此外，藍十字的靈活計劃提供中風復康治療、緊急門診治療、受保兒童住院陪床費用及註冊私家看護費用。

藍十字(亞太)保險有限公司執行董事尹志德說：「這些額外保障很受市場歡迎，我們接到眾多查



詢，當中有顧客全新投保，或者從原有的計劃轉移。」

為了爭奪自願醫保市場，各大保險公司推出五花八門的推廣優惠，藍十字選擇直接以保費折扣吸引顧客。

由於今年是藍十字50週年紀念，故身分證號碼同時有5及0兩個數字，並且是「至醒會」(Smart Club)會員，於網上成功投保自願醫保產品，便可享首年保費半價優惠；其他顧客也有15%至25%的折扣。

手機App獲用戶歡迎

醫療保險是藍十字旗艦產品，去年集團整體保費收入逾13.5億元中，醫療保險(包括個人及團體)的佔比高達70%，在全港醫療保險市場排名第四位。

近年保險業受到科技衝擊，業界出現極大變化，顧客可以透過網絡，直接與保險公司互動。

藍十字剛於4月推出Blue Cross HK手機App，其定位功能協助顧客快速搜尋網絡醫生或診所，以及即時遞交門診索償申請等。

Blue Cross HK手機App最獨特之處是加入區塊鏈(Blockchain)

技術，將顧客、醫生及保險公司三方連結起來，建立直接的交易渠道。

傳統醫療網絡的數據傳送由中央處理，區塊鏈的加密機制令數據分散存儲，有效杜絕潛在第三方介入或數據遺失。

現時顧客憑醫療卡使用門診服務，要由診所助理協助確認身份；但在區塊鏈技術協助下，顧客的Blue Cross HK手機App可自動產生二維條碼(QR code)，於診所登記時一「嘟」便能確認身份。

診症後，手機App會產生另一個QR code，一「嘟」便能確認診症完成，相關診症紀錄可在手機App查閱，節省不少繁複程序。

Blue Cross HK手機App將不

斷加入更多功能，包括預約醫生、提示輪候時間，日後將推展至住院的層面。

尹志德說：「Blue Cross HK手機App於4月中推出，很受用戶歡迎，截至5月中總累積下載逾7,200次。」

不少企業惠顧藍十字的團體醫療保險，Blue Cross HK手機App很受企業的人力資源部歡迎，因為可以免去處理大量實體醫療卡的工序；而且僱員可以自行查閱保障項目、索償狀況及紀錄，毋須凡事向人力資源部查詢。

藍十字計劃於7月在Blue Cross HK手機App加入其他產品，包括旅遊、外傭、家居及寵物保險，顧客可以即時購買，以及隨時索償。

Blue Cross HK手機App於4月中旬推出。(圖片由藍十字提供)



顧客可在Blue Cross HK手機App中翻查索償狀況。(圖片由藍十字提供)



藍十字現時聘用約230名員工，仍需繼續聘請人手。(圖片由藍十字提供)



藍十字推出兩種自願醫保產品。

藍十字支持員工參與慈善活動，圖為香港傷健協會舉辦的「傷健共融步行×運動日2018-19」。(圖片由藍十字提供)



此外，第四季將加入對話機械人(chatbot)，方便顧客隨時查詢，例如颱風對家居帶來的各種狀況，是否屬於保障範圍。

「透過人工智能(AI)教授對話機械人對答技巧，例如先發問關鍵問題，避免問完多個問題，才發覺本末倒置。」尹志德說。

網上索償反應佳

藍十字主力經營一般保險業務，並無推出人壽保險產品，超過九成顧客均為香港居民。

過去數年，內地人蜂湧來港購

買保險，而他們主要購買人壽保險產品，在一般保險的範圍，以高端醫療最受內地人歡迎，藍十字也因而受惠，但佔比不高，故近兩年內地客減少帶來的影響有限。

一般醫療保險，就各項費用設有索償上限，而高端醫療則是全數賠償，保障範圍較大，當然保費相對高昂。

一般保險種類繁多，藍十字因應人們生活模式的改變，以及市場需求，推出不同產品，包括率先推出寵物、裝修、門診、外遊警示延伸保險，以及覆蓋轉工期間出現醫

療保險空窗期的「轉工醫療保」短期醫療保險。

因應數碼化趨勢，顧客可在藍十字網站購買13種保險產品，當中七種可在網上續保。

藍十字是首批於網上銷售旅遊保險的保險公司，早於2000年推出，於去年下半年更推出網上索償服務，顧客只需輸入資料以及上載文件，便能完成相關程序。

「網上索償服務推出不夠一年，現時已佔整體索償宗數一半，可見顧客覺得這個服務非常方便。」尹志德說。

港醫療保險覆蓋率僅過半

提起醫療保險，可能不少人都會覺得滲透率已經很高，但是翻查資料，原來在香港市場的覆蓋率僅僅超過一半。

根據政府統計處2017年底發表的《主題性住戶統計調查第63號報告書》，享有僱主/機構所提供的醫療福利及/或受個人購買的醫療保險保障的人士佔所有人士的百分比為51%。

這些受到醫療保險保障的人士當中，33%只享有僱主/機構所提供的醫療福利；36%只受個人購買的醫療保險保障；32%同時享有僱主/機構所提供的醫療福利及受個人購買的醫療保險保障。

根據保監局公布的一般保險業務的統計數字顯示，醫療保險的整體保費收入，一直持續上升，2013年按年增幅僅4%，及後拾級而上，至2017年按年增幅已達11%，首次突破雙位數字。

保監局公布的一般保險業務2018年臨時統計數字顯示，去年醫療保險的整體保費收入，按年增幅亦達10%，總額逾12.8億元。

藍十字因應人們生活模式的改變以及市場需求，推出不同產品。



藍十字(亞太)保險有限公司 醫療和僱員福利保險業務拓展 部門主管張淑芳 (Eva)

Eva大學主修管理及市場學，畢業後順理成章投身金融行業，第一份工作在保險顧問公司出任客戶主任，負責跟客戶接觸及跟進保險事宜。

在這段期間，Eva對保險業產生濃厚興趣，並且考取美國壽險管理學會壽險管理師(FLMI)資格。

Eva於1999年加入藍十字，最初是銷售部主任，負責醫療保險的銷售工作，其後累積工作經驗，不斷晉升，由主任升至經理，現時出任業務拓展部門主管，負責管理醫療和僱員福利保險部門的運作，旗下有15名員工。

Eva說：「現時工作充滿挑戰性，除了舉行策略會議，制定銷售策略外，亦會進行定期例會，匯報工作的進度；同時不時拜訪業務夥伴及客戶，了解他們業務上的需要及分享最新的公司資訊，最重要是協調同事工作與公司的方針一致。」

Eva欣賞公司不斷創新，經常推出嶄新的保險產品及服務，例如40日醫療保單諮詢期、轉工醫療保等，而她有份參與門診「索償易」網上服務的研發。

「在過程中，同事向公司提出各種意見，令製成品更能切合客戶所需，我從中得到很大的滿足感。」

藍十字(亞太)保險有限公司執行董事尹志德於2006年上任不久，隨即舉行Talk to CEO，邀請中層員工分享意見，Eva亦有參與，相關活動其後推展至不同級別的員工，大家一邊吃早餐，一邊表達意見。



藍十字(亞太)保險有限公司醫療和僱員福利保險業務拓展部門主管張淑芳(Eva) (右)在獲執行董事尹志德(左)頒發長期服務獎。(圖片由藍十字提供)



藍十字因應Blue Cross HK手機App舉行發布會。(圖片由藍十字提供)

應對行業衝擊 積極增聘人手

藍十字現時在港聘用約230名員工，仍需增聘人手，以應付公司業務發展，加上近年保險業受科技衝擊，集團期望能夠覓得合適人才。

藍十字(亞太)保險有限公司執行董事尹志德說：「大數據、區塊鏈等新科技，大家都不太熟悉，各人均是邊做邊學，所以我們最想聘請態度開放，同時對周遭事物具興趣的人才。」

風險管理人才最搶手

以剛推出的Blue Cross HK手機App為例，需要由不同部門、職

級的員工參與，員工有很多機會接觸新事物，同時跨部門合作。

在各個部門之中，以風險管理及合規的人才需求最大，因為近年政府對金融機構加強監管，規定企業必須聘請相關人才；而本港約有140間保險公司，加上人才供應有限，令市場出現搶人情況。

為了吸引人才，除提供具競爭力的薪酬待遇外，藍十字全力資助員工的專業發展，包括考取專業資格、持續進修等，協助員工工作長線事業發展。

除一般公司提供的福利外，藍十字員工可享各類產品折扣、優於法例規定的年假、以及生日假、結婚假、優於法例規定的產假及侍產假等，讓員工於工作與家庭生活之間取得平衡。

藍十字經常安排公餘康樂活動及團隊活動，例如成立義工隊，員工服務社會之餘，同時增進對公司的歸屬感及同事之間的溝通。

參與公司義工活動的員工，可享義工服務假期、年度嘉許及獎賞，以作鼓勵。

