

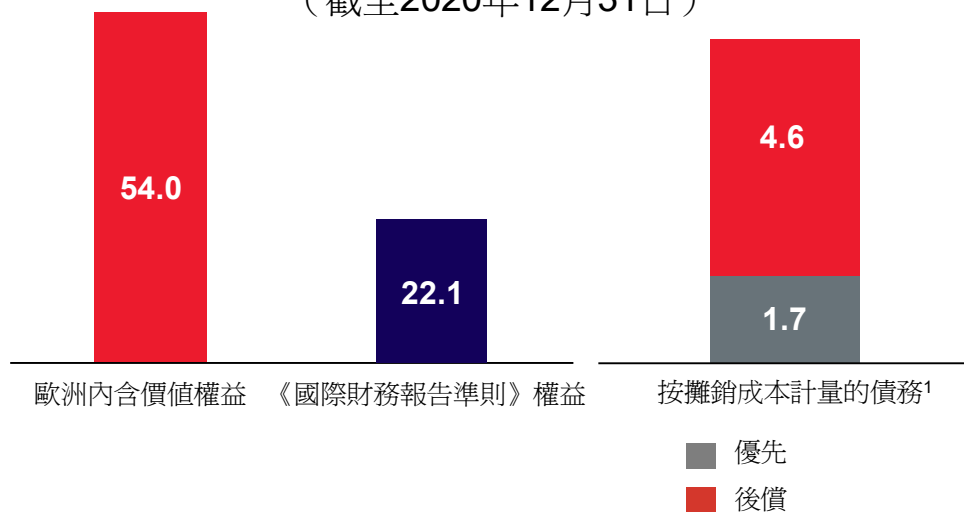
# 附錄

## 2020年全年度業績

### 目錄：

集團	28
亞洲	79
非洲	79
美國	82

歐洲內含價值、《國際財務報告準則》權益及按攤銷成本計量的債務，十億美元  
(截至2020年12月31日)



○ 均衡的贖回日期／到期情況  
○ 促進集團債務管理

英國保誠有限公司\*：債券到期時間表<sup>2</sup>，2020年12月31日

到期日	下一個贖回日期	可贖回	貨幣	票面息率	金額 (百萬)	類別	
不適用	永久／贖回時	2021年3月23日	每季	美元	6.50%	300	後償
不適用	永久／贖回時	2021年3月23日	每季	美元	6.75%	250	後償
不適用	永久／贖回時	2021年3月23日	每季	美元	5.25%	700	後償
不適用	永久／贖回時	2021年7月20日	每季	美元	5.25%	1,000	後償
不適用	永久／贖回時	2021年10月20日	每季	美元	4.38%	725	後償
不適用	永久／贖回時	2023年1月20日	每季	美元	4.88%	750	後償
37.25 億美元							
2023年1月20日	期滿時	不適用	不適用	英鎊	6.88%	300	優先
2023年7月10日	期滿時	不適用	不適用	歐元	0.06%	20	後償
2029年5月11日	期滿時	不適用	不適用	英鎊	5.88%	250	優先
2030年4月14日	期滿時	不適用	不適用	美元	3.13%	1,000	優先
2031年12月19日	期滿時	不適用	不適用	英鎊	6.13%	435	後償
23.71 億美元 <sup>3</sup>							
60.96 億美元 <sup>3</sup>							

1. 根據財務報表，不包括3.50億美元銀行貸款  
2. 按本金價值計，僅包括英國保誠的債券，不包括3.50億美元銀行貸款  
3. 採用2020年12月的收市匯率換算

# 亞洲部分

重要信息

策略優先事項及進展

市場最新概況

資本及資產負債表

# 亞洲

藉助優質平台及創新能力，把握復甦及結構性趨勢



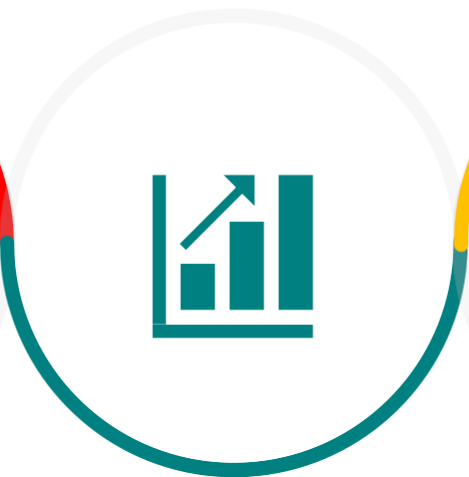
消費者對  
健康及保障產品的  
結構性需求穩健



提升滿足客戶需求  
的業務能力



加快推出**Pulse**



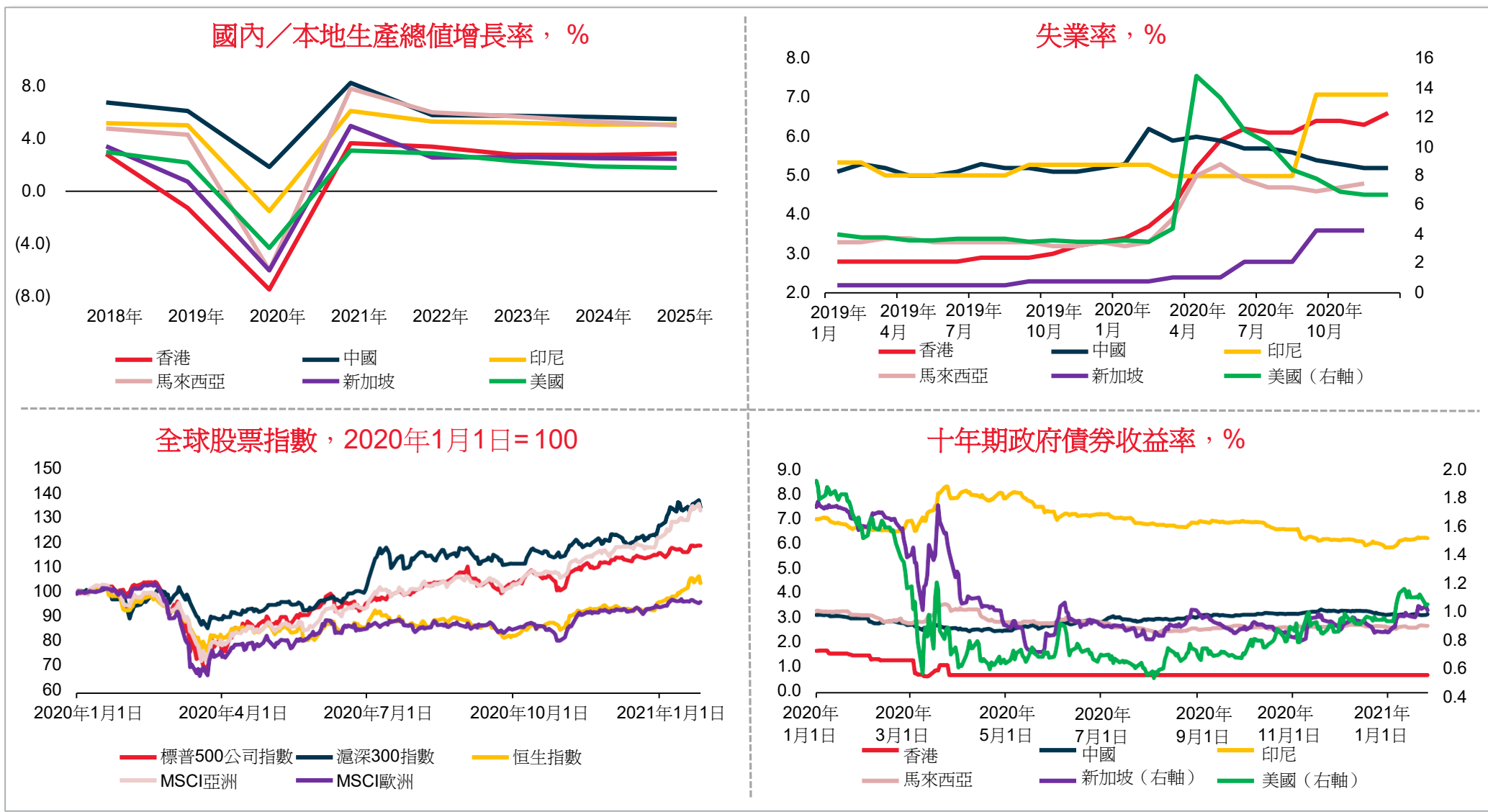
持續強勁  
回升



透過多元化優質平台  
提升抗逆力

# 市場背景

即使市場環境挑戰重重，但業務仍不斷好轉



資料來源：國際貨幣基金組織、彭博、美國銀行



### 對健康及保險產品的認知及需求日益增長

91%

的香港消費者仍會保留壽險，即使他們的財務狀況因2019冠狀病毒病疫情而處於不利的境地<sup>1</sup>

46%

的亞洲消費者尋求購買新保單<sup>1</sup>

58%

的亞洲消費者渴望獲得增值服務（例如虛擬全科醫生）<sup>1</sup>

58%

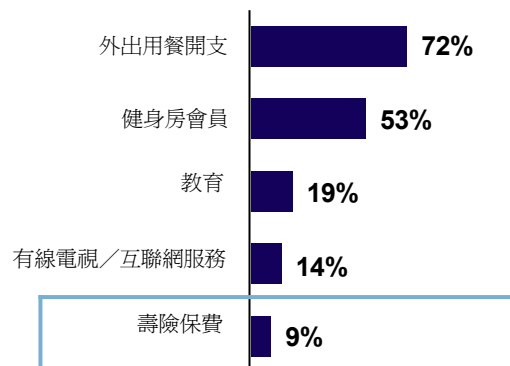
的亞洲消費者尋求更具彈性的條款（例如加入保障）<sup>1</sup>

61%

的中國內地旅客傾向於在香港接受危疾治療<sup>2</sup>（2020年第四季度調查）



#### 願意削減各類開支的香港消費者百分比



 73%

 41%

 31%

 68%

 54%

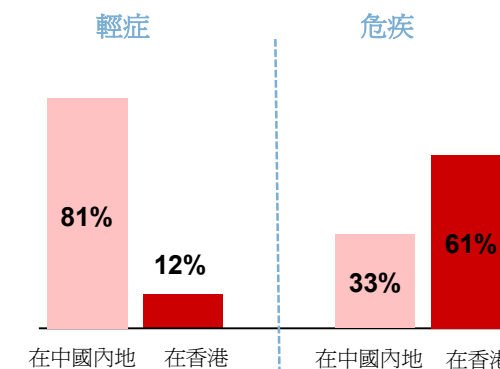
 57%

 59%

 55%

 56%

#### 內地旅客的醫療偏好<sup>2</sup>



1. 瑞士再保險2019冠狀病毒病消費者調查(Swiss Re COVID-19 Consumer Survey)，2020年4月  
2. 基於尼爾森在線小組代表保誠香港以線上調查形式進行的2020年第四季度中國內地消費情緒追蹤。調查結果以451個樣本為基礎。



### 拓展在中國的業務版圖

**20**家分支機構  
遍佈99個城市（增加5個）

**17**家分支機構於2020全年的市場份額有所增加<sup>1</sup>

**34%**  
銀行保險年度保費  
等值增長率

**85%**  
代理利潤率

### 建立 pulse<sup>®</sup> 生態系統 by Prudential

**15**個市場<sup>2、3</sup>

下載量達**2,000**萬次<sup>2</sup>

**32**個數碼合作夥伴<sup>2</sup>

發出**200**萬份保單<sup>4</sup>

透過直接銷售及代理人轉介錄得  
**2.11**億美元年度保費等值<sup>4</sup>

### 擴大產品範圍

**175**款

於2020全年新推出及重新設計的產品<sup>5</sup>，貢獻20%的年度保費等值

逾**115**款

新推出的傳統與健康及保障產品<sup>5</sup>，包括規模較小的獨立保障

**7**個市場的健康及保障產品組合均錄得增長

### 鞏固在伊斯蘭市場的領先地位

年度保費等值增長**14%**

新業務利潤增長**27%**

新保單增長**49%**

在馬來西亞伊斯蘭保險市場份額為32%，**排名第一**<sup>6</sup>  
在印尼伊斯蘭保險市場份額為35%，**排名第一**<sup>6</sup>  
觸達東南亞**2.40**億穆斯林<sup>7</sup>

1. 按毛保費收入劃分  
2. 截至2021年2月22日  
3. 包括11個亞洲市場及4個非洲市場  
4. 截至2020全年，包括免費保障保單、微型保費保單及透過向代理人轉介的普通保額保單  
5. 包括37款微型數碼產品  
6. 截至2020全年，按加權新造保單保費劃分  
7. 資料來源：牛津伊斯蘭研究在線(Oxford Islamic Studies Online)





### 加快代理人招募及提高銷售效率

亞洲符合「百萬  
圓桌會議」會員  
資格的人數**超過**

**13,200**人，  
為2019全年的

**兩倍**

代理人招募達

**143,000**人<sup>1</sup>，

按年**增加4%**

每名活躍代理人的  
保單數目

**增長8%**<sup>1</sup>

### 拓展銀行保險業務

與**20,000**間

銀行分行合作開展業務<sup>2</sup>

與TMB、SeABank、BFL、  
Yoma、PPCBank建立新的  
合作夥伴關係

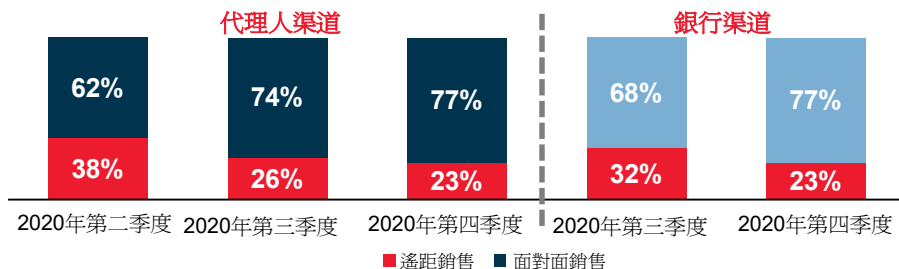
**5**

個市場的銀行保險年度保費等值  
錄得雙位數增長

包括中國、印尼、泰國、越南

### 新設遙距投保

遙距及面對面銷售的保單組合



遙距投保賦予新的能力

### 推動瀚亞發展

在Beta Solutions  
核心收益股票及  
綠色債券方面執行  
**新策略**

**2,480**億美元

管理基金，包括來自  
第三方的1,100億美元  
及來自亞洲壽險業務的  
1,380億美元（按年  
增長19%）<sup>4</sup>

中國合營企業  
管理基金

**+16%**<sup>3</sup>

印度合營企業  
管理基金

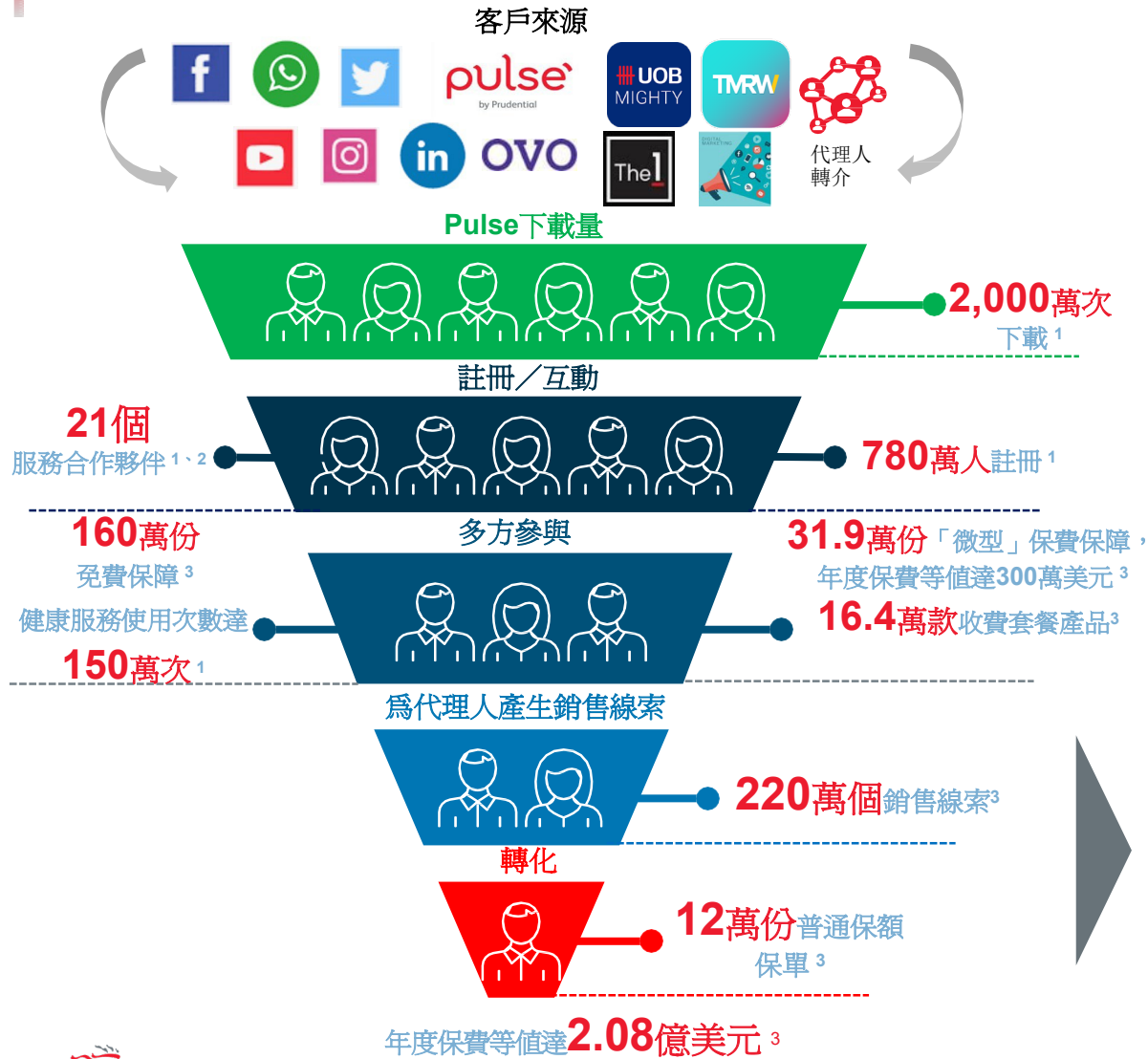
**+9%**<sup>3</sup>

1. 不包括印度

2. 包括非洲

3. 截至2020全年，英國保誠擁有兩間實體49%股權。中信保誠基金管理公司的管理基金為195億美元(@100%)及ICICI Pru AMC  
的管理基金為550億美元(@100%)，增長率按固定匯率基準計算。

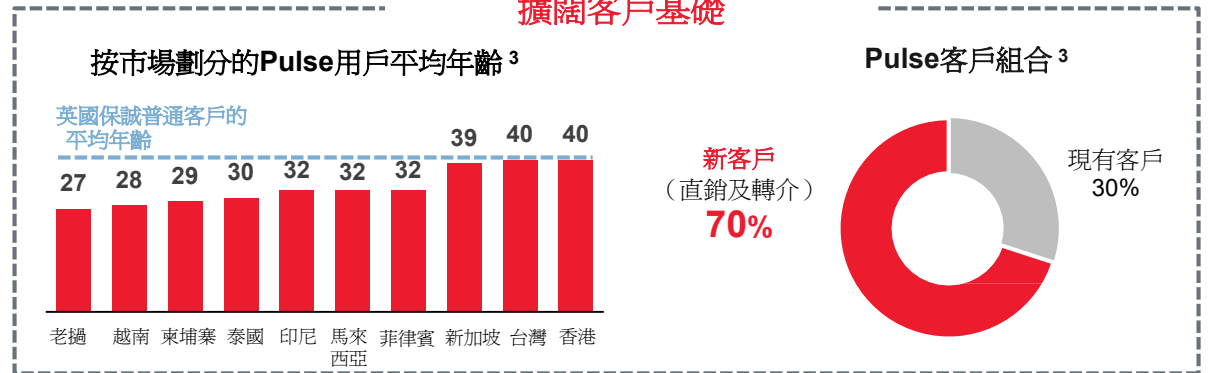
4. 按實質匯率基準計算



### 將用戶轉化為客戶



### 擴闊客戶基礎





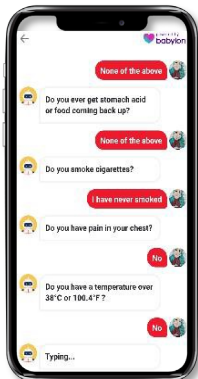
雙語及臉部識別  
登入



健康檢查及  
人工智能虛擬分身



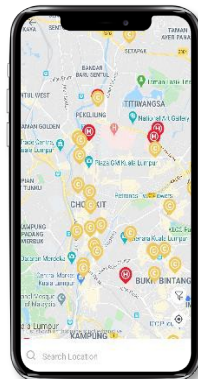
評估症狀



遙距醫療、  
線上醫生會診



醫站通



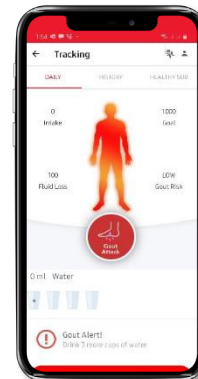
登革熱  
警報



自拍身體質量  
指數及皺紋  
指數



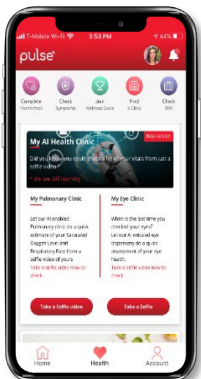
痛風症  
剋星



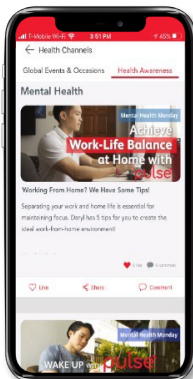
中醫評估



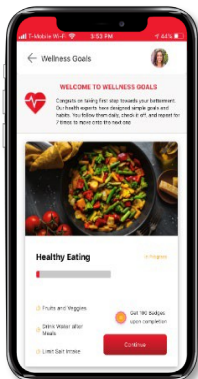
我的人工智能  
健康中心



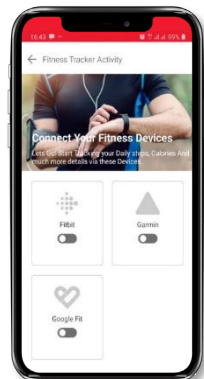
我的健康  
內容



我的健康目標  
及社區



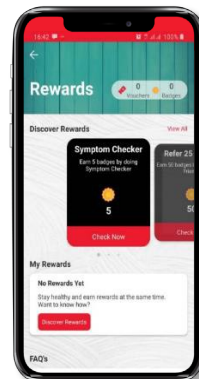
我的可穿戴  
裝備



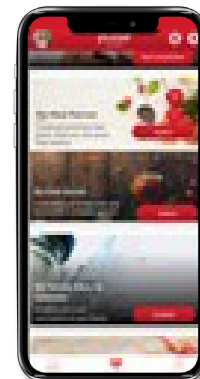
我的家庭  
疫苗日曆



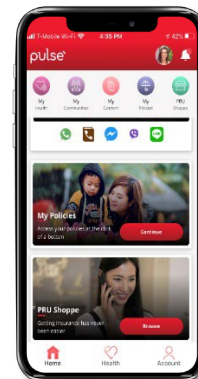
我的獎勵



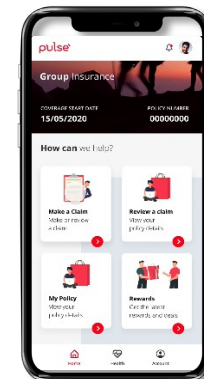
我的飲食計劃  
及飲食日誌



我的保單/  
PruShopper



僱員彈性福利

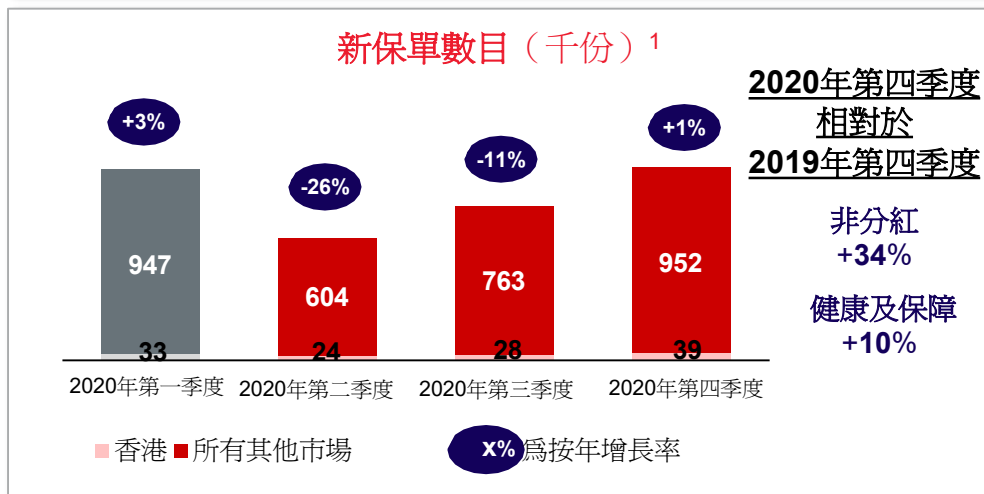
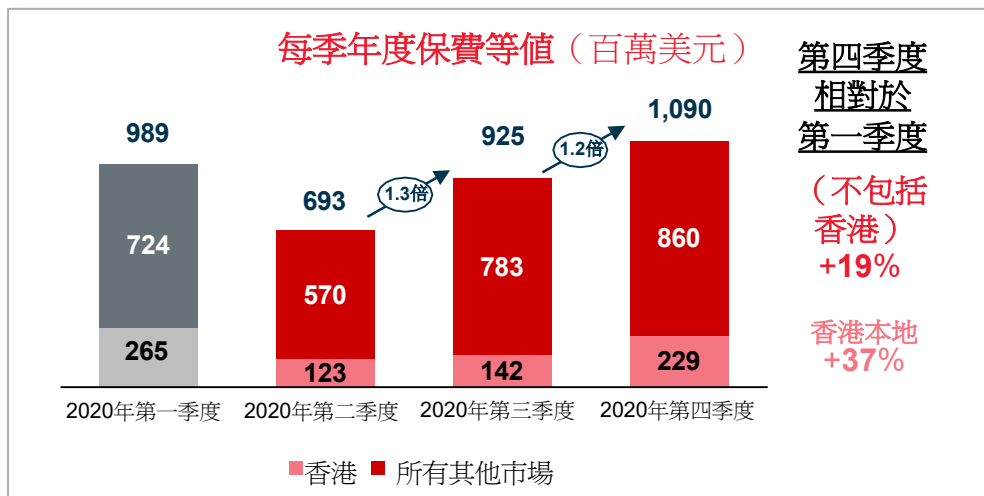


# 亞洲

## 銷售持續強勁回升



### 銷售持續強勁回升

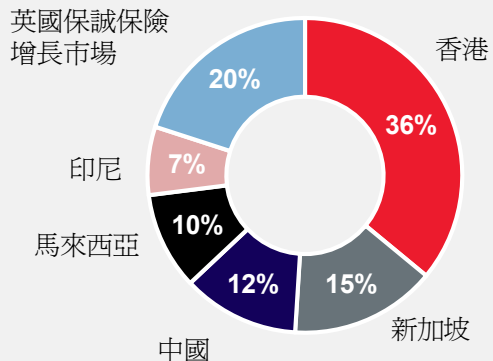


### 強勁的反彈能力

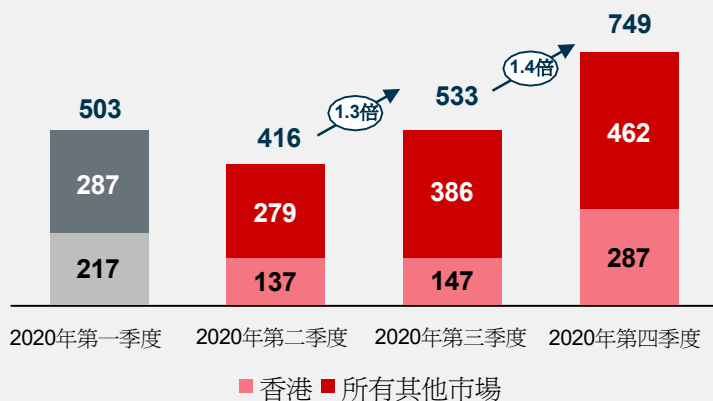
- **9個**市場 (包括香港、新加坡、馬來西亞、印尼、越南、印度、菲律賓) 及所有產品種類的年度保費等值於2020年第三季度及2020年第四季度均錄得持續強勁增長
- 亞洲 (不包括香港) 年度保費等值於**2020年下半年度**按年**下降1%**，較2020年上半年度12%的按年降幅有所好轉
- 整體以及對**9個**市場 (包括香港本地、新加坡、馬來西亞、印尼、越南、泰國、菲律賓) 及香港本地而言，**2020年第四季度**是本年度錄得最高年度保費等值的季度 (與2020年第一季度相比**上升10%**)
- 轉向獨立保障產品 (保單金額較小)，以滿足消費者不斷增長的需求
- **2020年第四季度**新保單按年**增長1%**；新保障型保單按年**增長10%**
- 在動盪的一年，2020全年發出的新保單總數僅按年減少8%



多元化新業務利潤組合  
(按地域劃分)，2020全年



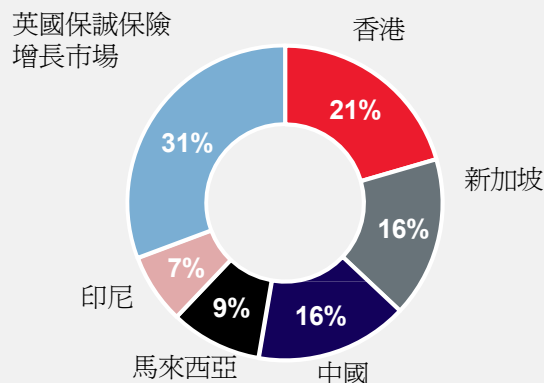
新業務利潤持續強勁回升，百萬美元



- ✓ 新業務利潤由2020年第二季度的低位持續強勁回升。**8個**市場（包括香港、新加坡、馬來西亞、越南、菲律賓、泰國）於2020年第三季度及2020年第四季度均錄得新業務利潤持續增長
- ✓ **7個**市場於2020全年錄得新業務利潤增長，包括中國(+3%)、馬來西亞(+1%)、菲律賓(+6%)、台灣(+12%)、泰國(+38%)、越南(+18%)
- ✓ **10個**市場於2020全年錄得溢利率改善，包括中國、香港、馬來西亞、印度、菲律賓、台灣、泰國、越南
- ✓ 亞洲（不包括香港）新業務利潤於2020全年僅下降(4)%



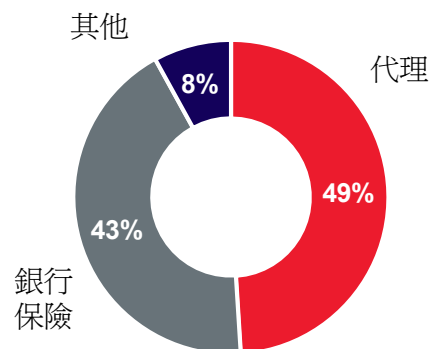
多元化年度保費等值組合  
(按地域劃分)，2020全年



✓ **穩健的平台**：有賴於分佈廣泛的地域足跡，亞洲（不包括香港）年度保費等值於2020年下半年度止跌於(1)%

✓ **2020年下半年度業務持續好轉**：中國(+4%)、馬來西亞(+14%)、新加坡(+5%)、台灣(+20%)及越南(+10%) 2020年下半年度重新錄得年度保費等值按年增長

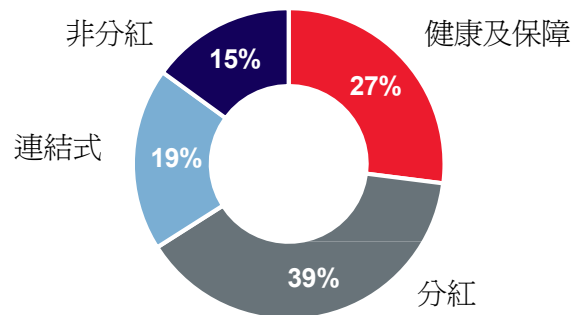
多元化年度保費等值組合  
(按渠道劃分)，2020全年



✓ **銀行渠道表現強勁**：在中國(+34%)、印尼(+15%)、泰國(+21%)及越南(+35%)的帶動下，年度保費等值（不包括香港）於2020全年按年持平

✓ **代理渠道持續走強**：於2020年下半年度強勢反彈；在馬來西亞(+15%)及新加坡(+20%)的帶動下，主要市場均錄得增長

多元化年度保費等值組合  
(按產品劃分)，2020全年



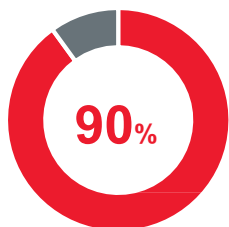
✓ **有利的產品組合轉變**：在印度（上升9個百分點至24%）、新加坡（上升5個百分點至25%）、泰國（上升9個百分點至25%）及越南（上升3個百分點至17%）的帶動下，2020全年有7個市場的健康及保障產品組合均錄得增長

✓ **更加重視傳統產品**：非分紅產品的年度保費等值於2020全年增長35%



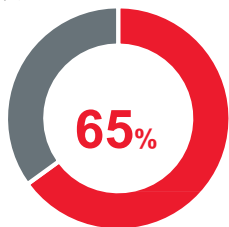
### 高期繳保費佔比

期繳保費 (佔年度保費等值百分比)



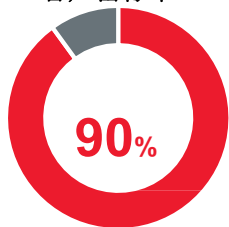
### 專注於健康及保障產品

產品組合 (佔新業務利潤百分比)



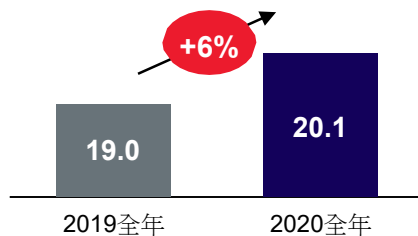
### 高留存率

客戶留存率<sup>1</sup>



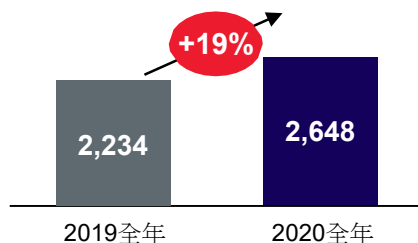
### 業務優勢

續保保費 (十億美元)<sup>2</sup>



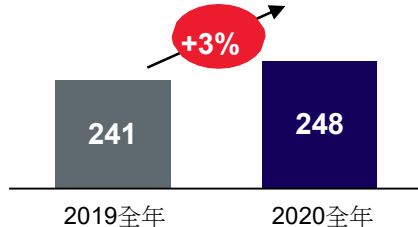
### 優質的利潤驅動因素

保險損益差 (百萬美元)<sup>2</sup>

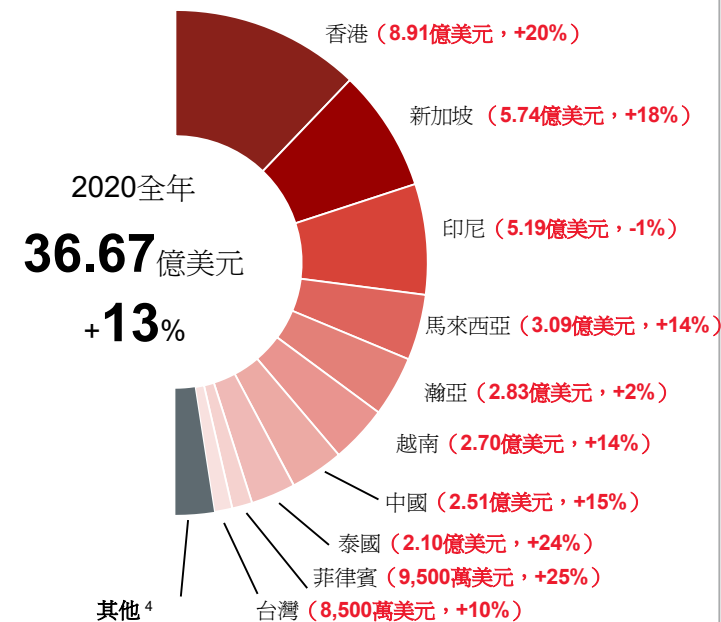


### 不斷增長的資產基礎

瀚亞管理基金 (十億美元)<sup>3</sup>



### 《國際財務報告準則》經營溢利，百萬美元<sup>2</sup>



9 項業務<sup>4</sup>錄得雙位數盈利增長

8 項業務錄得逾2.00億美元《國際財務報告準則》溢利

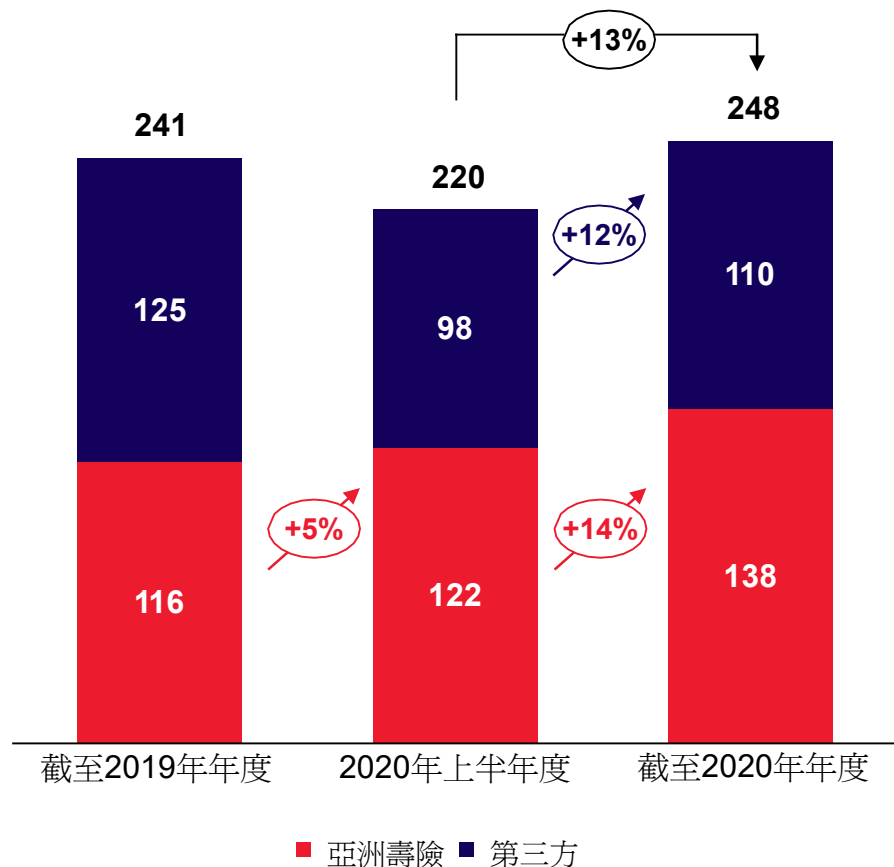
賺取的經營自由盈餘<sup>2</sup> 歐洲內含價值<sup>3</sup>

增加8%至18.95億美元 增加13%至442億美元

1. 不包括印度、老撾及緬甸  
2. 固定匯率基準  
3. 實質匯率基準  
4. 包括《國際財務報告準則》經營溢利以雙位數速度增長的柬埔寨



### 管理基金於2020年下半年度回升<sup>1</sup>（十億美元）

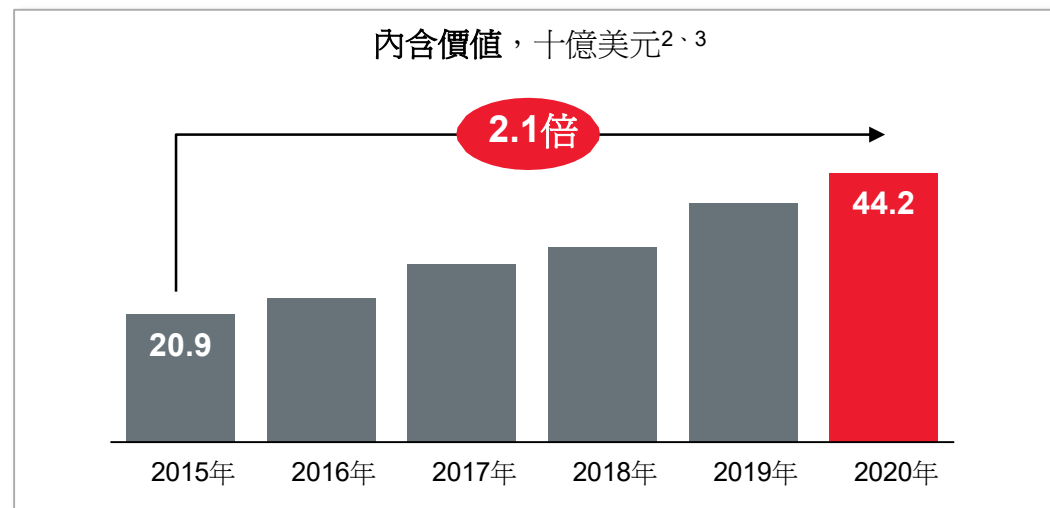
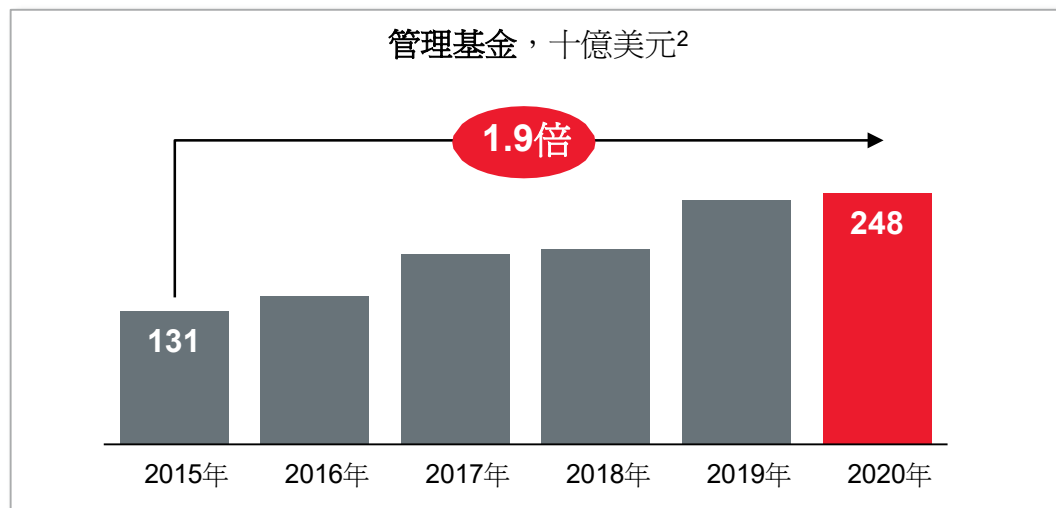
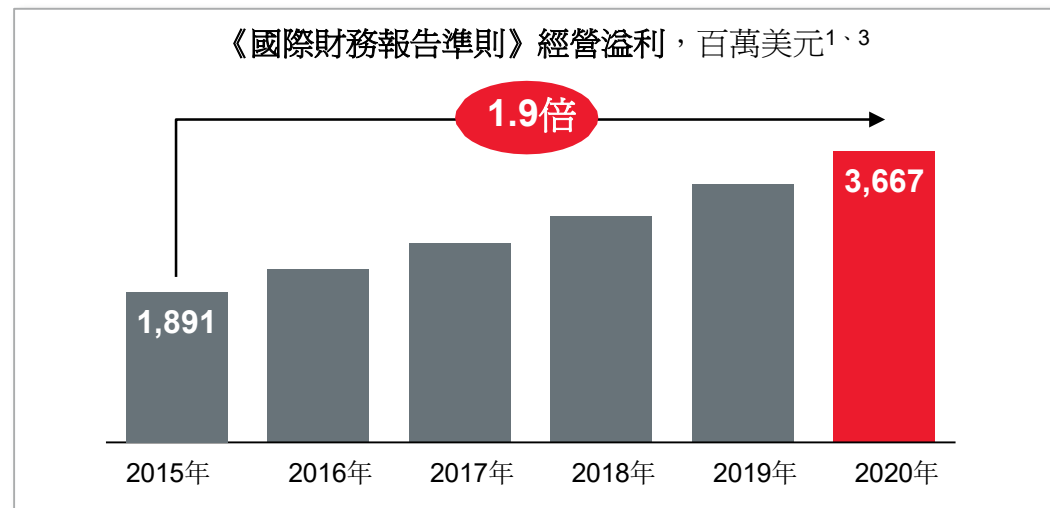
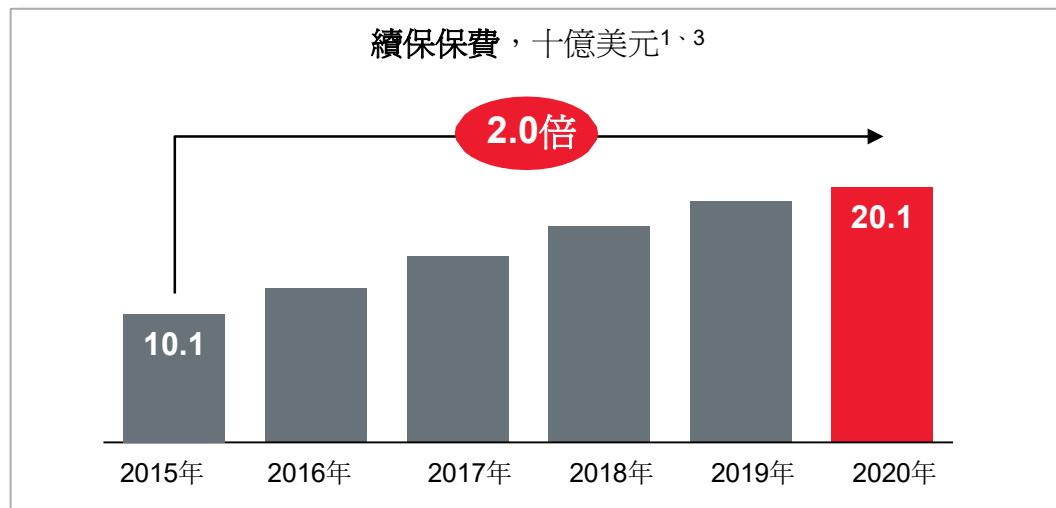


- 有賴於2020年第三季度淨流出減少及2020年第四季度錄得淨流入，管理基金於2020年下半年度回升，比上半年上升**+13%**
- 亞洲壽險的管理基金於2020全年增加**19%**<sup>1</sup>至**1,380億美元**，提供穩定的流量，是ESI結構性優勢的基礎
- 在Beta Solutions、核心收益股票及綠色債券方面執行新策略
- 中信保誠基金管理公司的管理基金增加**16%**<sup>2</sup>至**195億美元** (@100%)及ICICI-Prudential AMC的管理基金增加**9%**<sup>2</sup>至**550億美元** (@100%)



# 業績記錄

## 在各週期錄得複合增長



# 亞洲

## 為實現長期盈利增長做足準備



- 多元化優質平台帶來穩健的業績和業務持續強勁增長的勢頭
- 在全球疫情下，結構性機遇並未受到影響並進一步得到強化
- 拓展數碼健康及保健平台和數碼賦能模式
- 透過拓闊接觸渠道、發掘新的客戶群及擴大產品和服務範圍，提升現有以滿足客戶需求
- 制定明確的策略並高效執行，以實現長期盈利增長

重要信息

策略優先事項及進展

市場最新概況

資本及資產負債表

## 2020年明確的策略優先事項及高效的執行力

### 策略優先事項

#### 加強現有核心業務

- 與TMB達成協議，進一步鞏固於銀行保險渠道的領先地位<sup>1</sup>；與約**20,000**間銀行分行合作開展業務<sup>2</sup>
- **175**款新推出及重新設計的產品<sup>3</sup>
- **28%**的代理人渠道（4月至12月）及**27%**的銀行渠道（7月至12月）新保單透過遙距方式銷售
- 符合「百萬圓桌會議」會員資格的人數增長一倍至超過**13,200**人；新代理人招募增加**4%**至**143,000**人<sup>4</sup>

#### 建立一流的 健康服務能力

- **Pulse by Prudential**：下載量達**2,000**萬次<sup>5</sup>
- **200**萬份<sup>6</sup>新造直接保單及透過 **pulse**<sup>by Prudential</sup> 向代理人的轉介
- 在印度、新加坡、泰國及越南的帶動下，**7**個市場的健康及保障產品組合均錄得增長
- **Business@Pulse**（中小企業保險產品）推動團體業務銷售額增加**17%**

#### 推動瀚亞發展

- 亞洲壽險業務錄得穩健流量，帶動內部管理基金增加**19%**<sup>7</sup>至**1,380**億美元（管理基金總計**2,480**億美元）
- 在擴展策略的推動下，**2020**年第四季度重新錄得淨流入
- 中國外商獨資企業引入／分層顧問管理基金總額達**7.43**億美元
- 在**Beta Solutions**、核心收益股票及綠色債券方面執行新策略

#### 拓展在中國 的業務版圖

- 客戶數目<sup>8</sup>增加**8%**至**160**萬；**20**家分支機構遍佈**99**個城市（增加**5**個）<sup>8</sup>，並設有**229**個銷售網點
- 銀行渠道增長**34%**及代理渠道的溢利率達**85%**
- **20**家分支機構中有**17**家分支機構的市場份額有所增加<sup>9</sup>
- 壽險資產總額增加**32%**至**216**億美元；續保保費增加**24%**至**11**億美元

數據截至2020全年及增長率按固定匯率基準計算，除非另有註明。

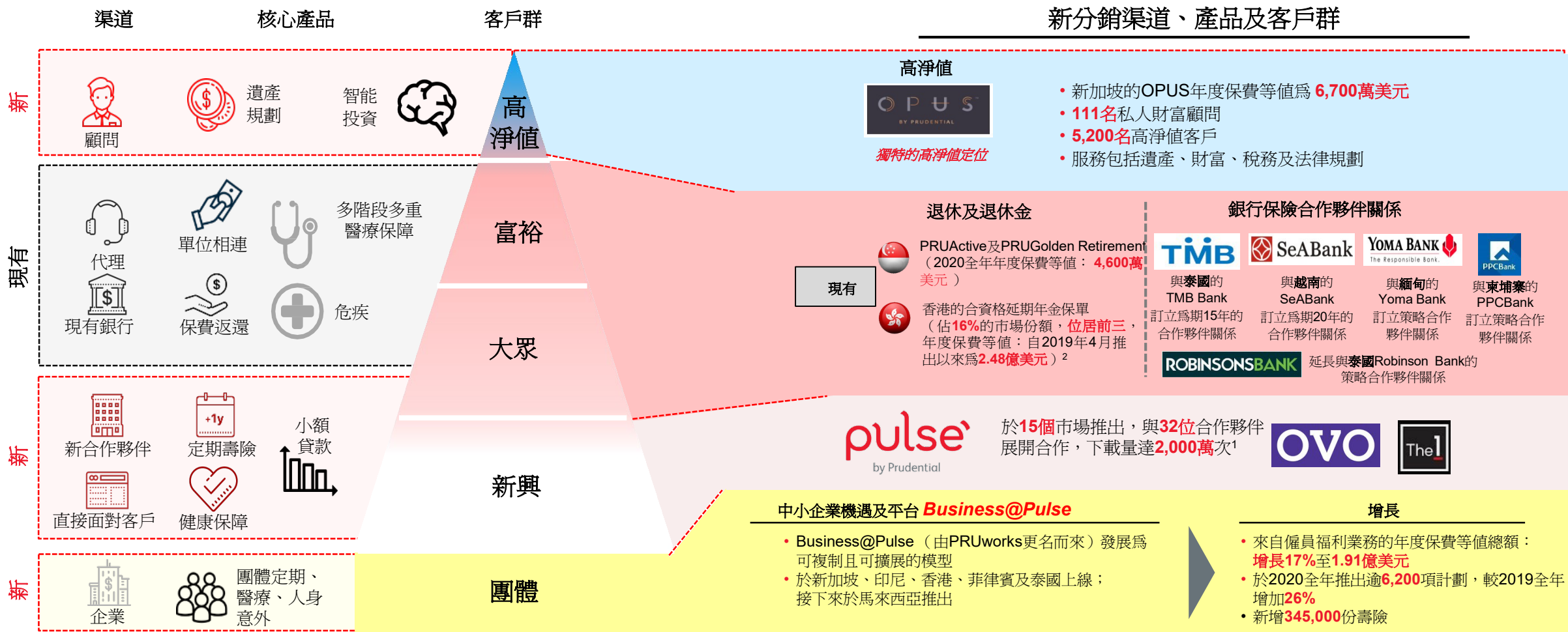
1. 按銀行分行
2. 包括非洲
3. 包括37款數碼產品
4. 不包括印度
5. 截至2021年2月22日

6. 截至2020全年，包括免費保障保單、微型保費保單及透過向代理人轉介的普通保單

7. 增長率按實質匯率計算
8. 相較2019年年底的增長
9. 市場份額按毛保費收入劃分。資料來源：中國銀保監會

# 加強現有核心業務

## 拓展新分銷合作夥伴、客戶群及產品



# 重塑健康

## 從保險公司到健康合作夥伴

### 巨大的健康缺口



80%的亞洲人口缺乏保險保障<sup>1</sup>

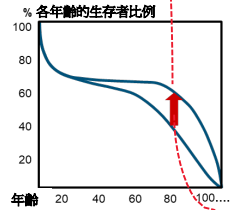


消費者在醫療保健方面支出的自付費用高達**4,000**億美元<sup>2</sup>

### 巨大的保健缺口

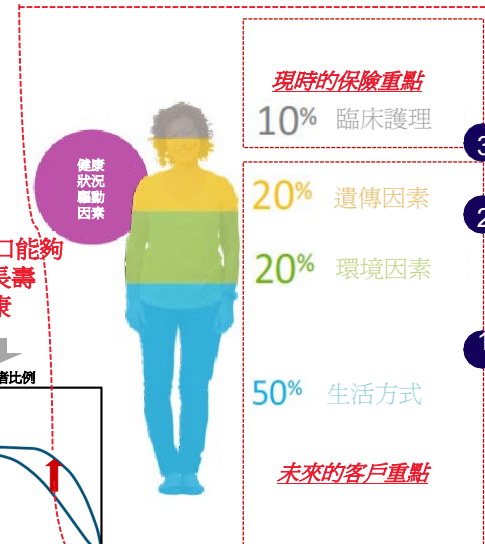


讓亞洲人口能夠活得更長壽和更健康



70%的健康驅動因素與生活方式及環境相關

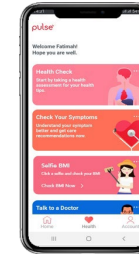
全球雖然有超過**50**億部手機，但仍有**50%**的人口缺乏基本的健康服務<sup>3</sup>



# pulse

by Prudential

一體化、個人化及觸手可及的  
人工智能應用程式



- 1 預防**
  - 風險因素識別
  - 健康評估
  - 健康及保健指導。
- 2 延緩**
  - 疾病診斷、治療及管理
  - 營養指導及支持
  - 透過指導改善服藥方法
- 3 保護**
  - 醫院探訪、遙距醫療
  - 分診及症狀診斷
  - 增值產品及服務



# Pulse

## 端到端健康及保健平台

### 互動

值得信賴的顧問及導診員 — 幫助個人達成個人化健康及保健目標

- 人工智能評估及分診
- 生活方式管理及保健
- 遙距醫療問診及藥物配送
- 慢性疾病管理
- 健康紀錄
- 醫站通



### 1 推動收入來源

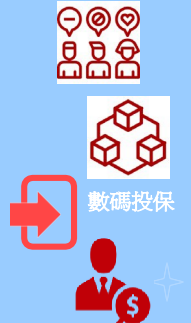


透過Pulse進行互動，推出度身訂造的解決方案，藉以推動收入來源

### 引進

拓闊客戶群、接觸渠道及產品種類

- 轉向客戶提供微型保障
- 定制套餐、產品及第三方服務
- 可供訂閱並收取服務費的模塊化產品
- 為英國保誠代理人產生銷售線索，並透過遙距面對面的方式達成銷售
- 在合作夥伴的平台貼上白色標籤，以使數據更加豐富並創造網絡效應



### 3 透過數據及人工智能提供更豐富的客戶服務

人工智能學習閉環有助提升能力，以提供更豐富的客戶服務

### 服務

端到端一站式服務

- 應用程式內置錢包，支持無縫銜接的支付
- 全天候在線客戶服務
- 一流的索償體驗
- 為客戶及分銷商而設的單一應用程式

### 2 提供經營槓桿

綜合服務平台、提供現代化的客戶體驗並推動規模效益

#### 於Pulse的電子索償



#### 於Pulse的電子服務



#### 電子錢包/Pulse Pay



#### Pulse上的數碼產品



#### 透過Pulse訂閱



#### 透過Pulse進行遙距面對面的銷售

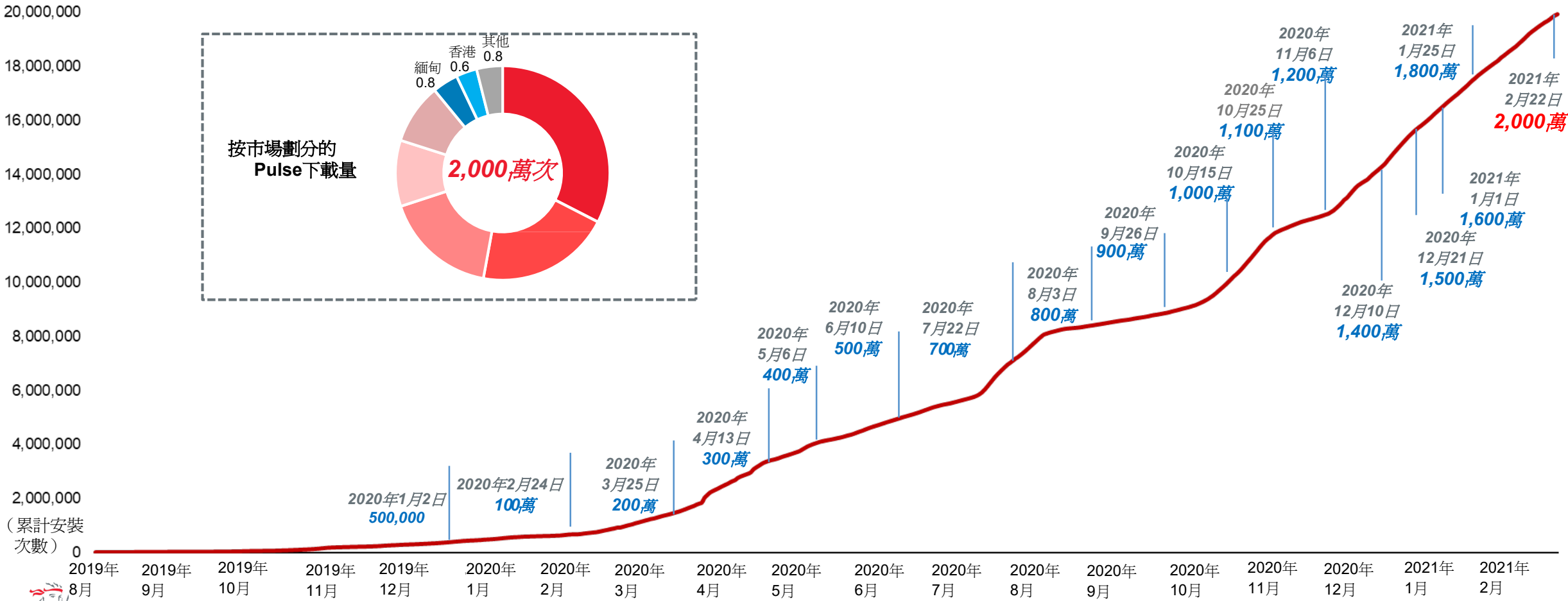




# Pulse

## 於首18個月達成目標的路線圖

- 2019年8月** 在馬來西亞推出
- 2019年9月** 開展人工智能營銷活動
- 2020年2月** 在印尼推出
- 2020年3月** 在香港及菲律賓推出
- 2020年4月** 在新加坡推出
- 2020年5月** 在越南推出
- 2020年6月** 在泰國推出
- 2020年第三季度** 台灣、緬甸、老撾及柬埔寨
- 2020年10月** 推出 PRUShalira
- 2020年10/11月** 在肯亞及尼日利亞上線
- 2020年12月** 在贊比亞及喀麥隆上線
- 2021年2月** 在馬來西亞（穆斯林社區）推出 PRUIman



數據截至2021年2月22日。其他：柬埔寨、台灣、新加坡、老撾及非洲市場





### Pulse已於15個市場以11種語言推出



下載量達**2,000萬**次<sup>1</sup>



**780萬**名註冊用戶<sup>1</sup>



**32**個數碼合作夥伴<sup>1</sup>



推出**37**款數碼產品<sup>2</sup>



透過數碼渠道獲得**130萬**名  
新零售客戶<sup>2</sup>



遙距醫療服務使用次數達**150萬**次<sup>1</sup>



發出**200萬**份保單<sup>2、3</sup>



**164,000**名用戶訂閱「以手續費為基礎」的套餐<sup>2</sup>



**319,000**份「微型」保費保障，年度保費等值為**300萬**美元<sup>2</sup>



產生**逾220萬**個銷售線索，錄得年度保費等值**2.08億**美元<sup>2</sup>

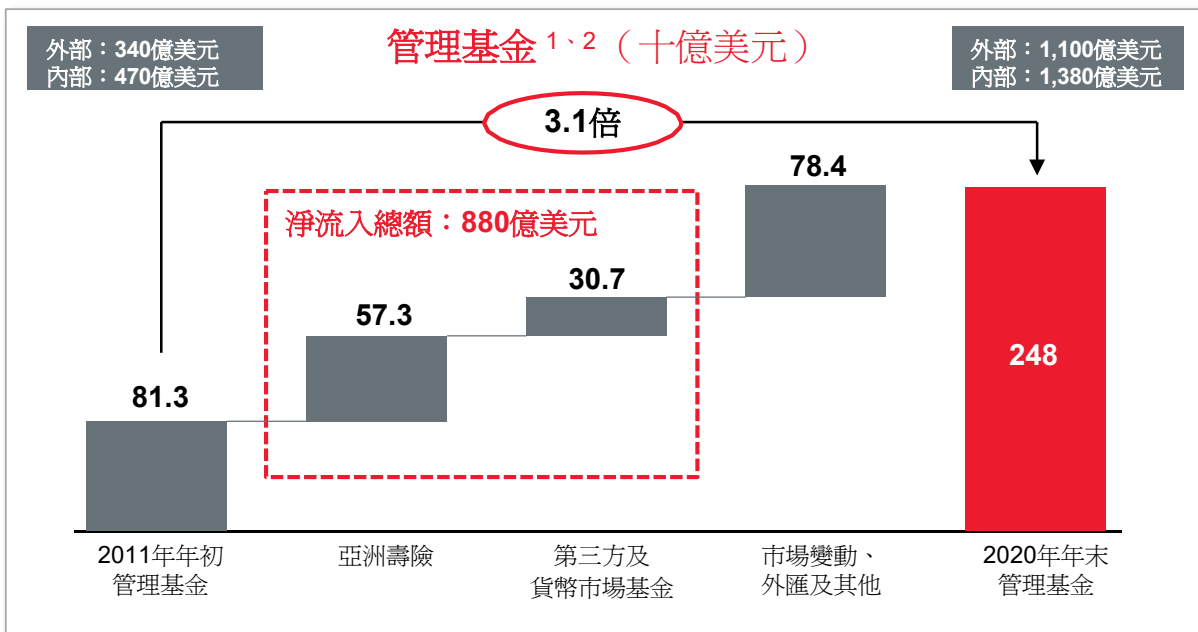
1. 截至2021年2月22日。

2. 截至2020全年。

3. 包括160萬份免費保障保單、319,000份微型保費保單及120,000份透過向代理人轉介的普通保單保單

# 推動瀚亞發展

## 良好的業績記錄；拓展新能力



1. 所呈列的瀚亞管理基金包括貨幣市場基金。該等金額不可因取整而增加。M&G自2019年10月起被分類為外部客戶。  
2. 實質匯率基準  
3. 固定匯率基準

### 獲得迅速發展

- ✓ 超過300名投資專業人才；超過300名分銷合作夥伴
- ✓ 中國業務不斷增長。外商獨資企業引入／分層顧問管理基金總額達**7.43億美元**。中信保誠基金管理公司的管理基金增長**16%**<sup>3</sup>至**195億美元** (@100%)
- ✓ ICICI-Prudential AMC的管理基金增長**9%**<sup>3</sup>至**550億美元** (@100%)，於印度位居前三
- ✓ 泰國外國投資基金的主要參與者：於2020全年向新推出的外國投資基金籌集**20億美元**，佔於泰國籌集的外國投資基金首次公開發售基金總額超過**50%**；外國投資基金管理基金為**46億美元**，佔**24%**的市場份額

### 推動能力擴展及增長的三大支柱

#### Alpha引擎



集中的投資能力，注重驅動Alpha資產類別（就單一投資策略而言）

#### 諮詢解決方案



為機構客戶而設的獨立諮詢服務；專注於OCIO、解決方案及產品

#### 相輔相成的合作夥伴解決方案

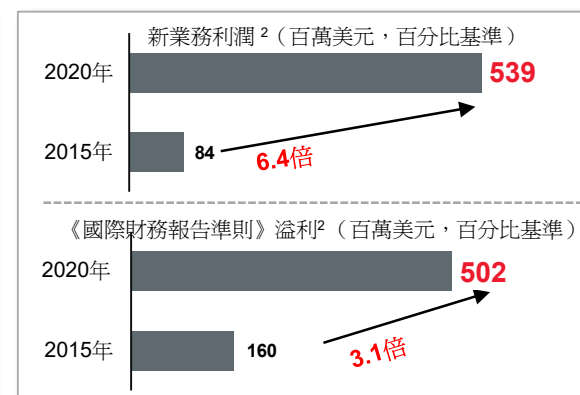
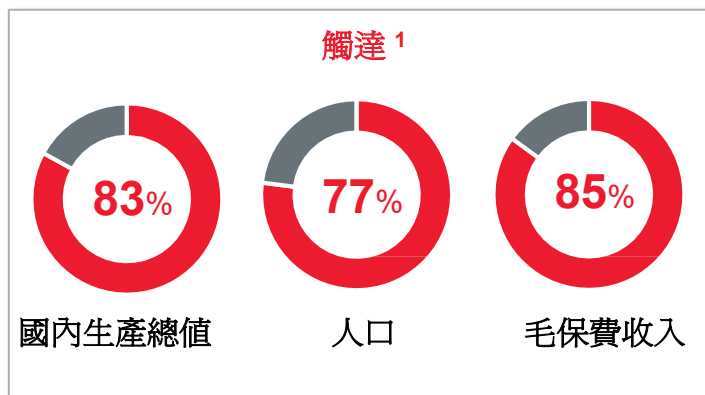


合作夥伴帶來互補投資能力，以優化向投資者提供的策略

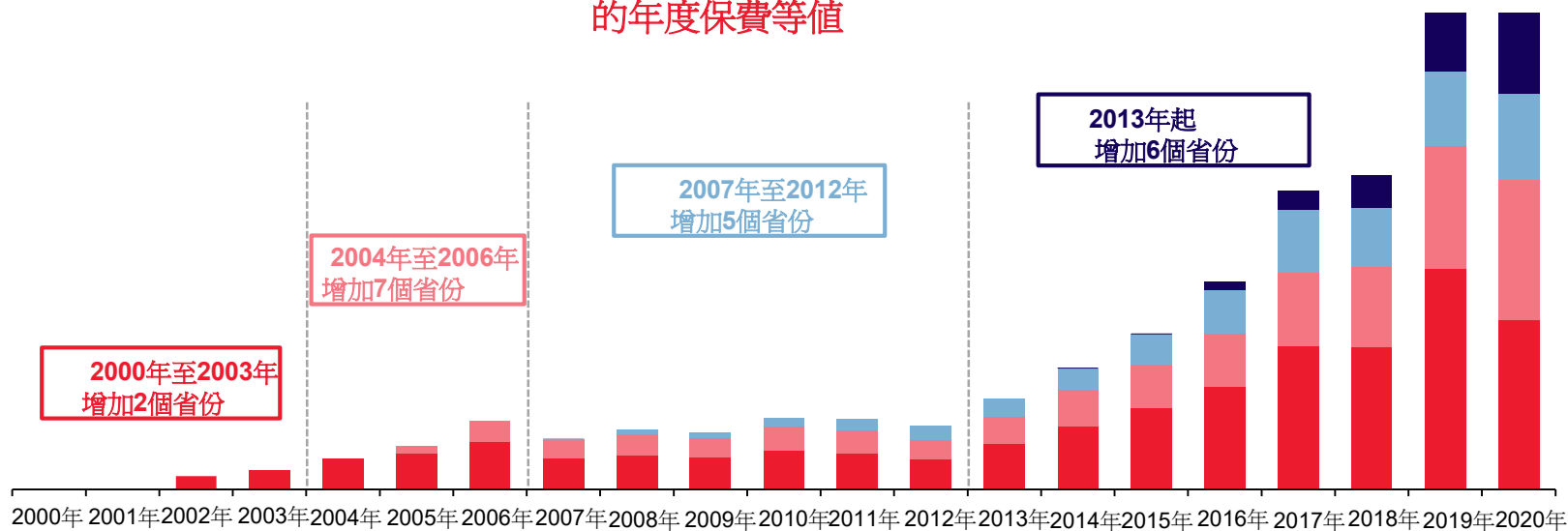
# 拓展在中國的業務版圖

## 提高滲透率帶來重大的增長潛力

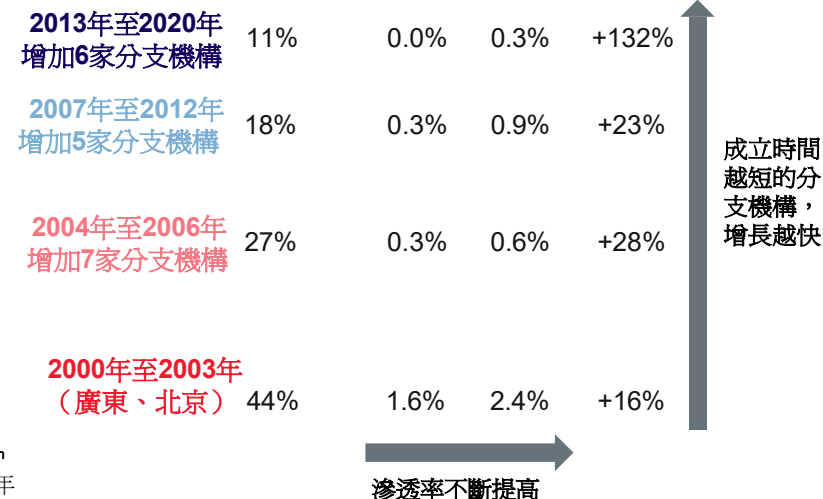
中信保誠人壽保險業務版圖  
(2020年12月)



按分支機構劃分的年度保費等值的年度保費等值



年度保費等值貢獻 (2015年至2020年總計) 按毛保費收入劃分的市場滲透率 (2015年 2020年) 年度保費等值複合年增長率 (2015年至2020年)



## 在受2019冠狀病毒病影響的期間持續為持份者提供服務



客戶

- 2019冠狀病毒病保障
- 加快理賠支付
- 靈活的保費支付選擇



員工及  
代理人

- 靈活的「居家辦公」支援
- 推出數碼工具
- 線上培訓及教育計劃



社區

- 設立250萬美元2019冠狀病毒病抗疫基金
- 設立「新冠疫苗•全護基金」
- 推出Cha-Ching Kid\$ at Home計劃
- Safe Steps 2019冠狀病毒病抗疫計劃(COVID-19 Pandemic Programme)

重要信息

策略優先事項及進展

市場最新概況

資本及資產負債表

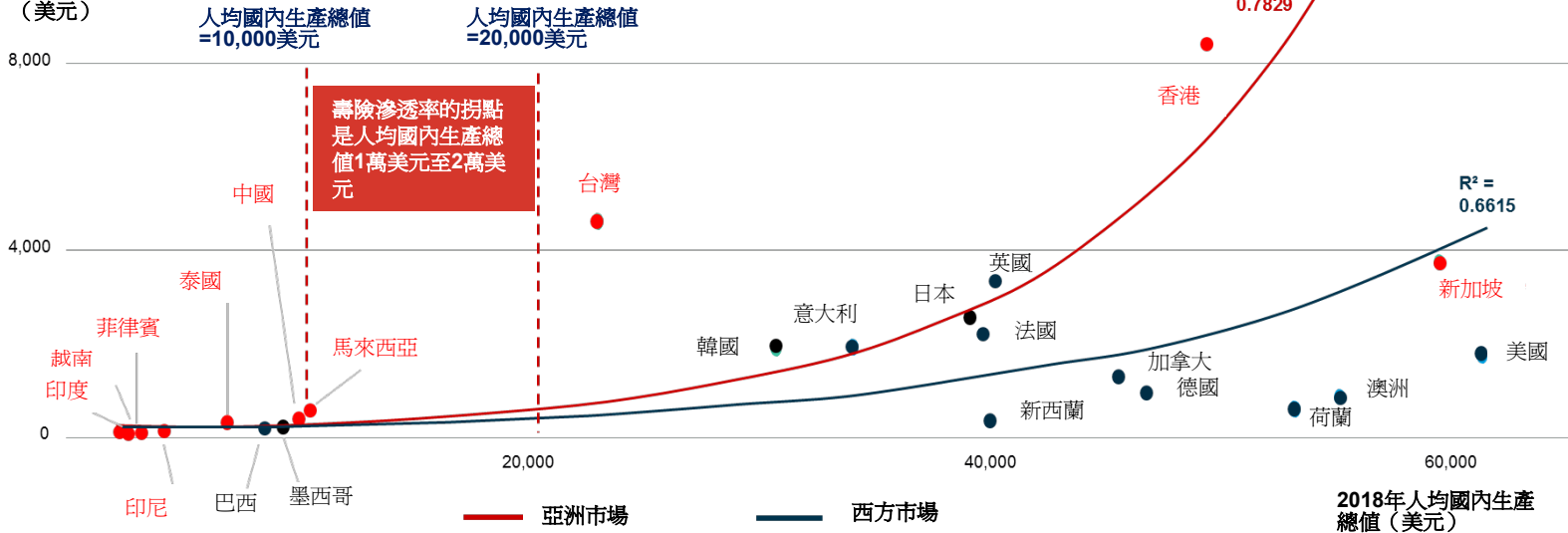
# 亞洲

## 重大長期增長機遇：預計保費達1.3萬億美元<sup>2</sup>

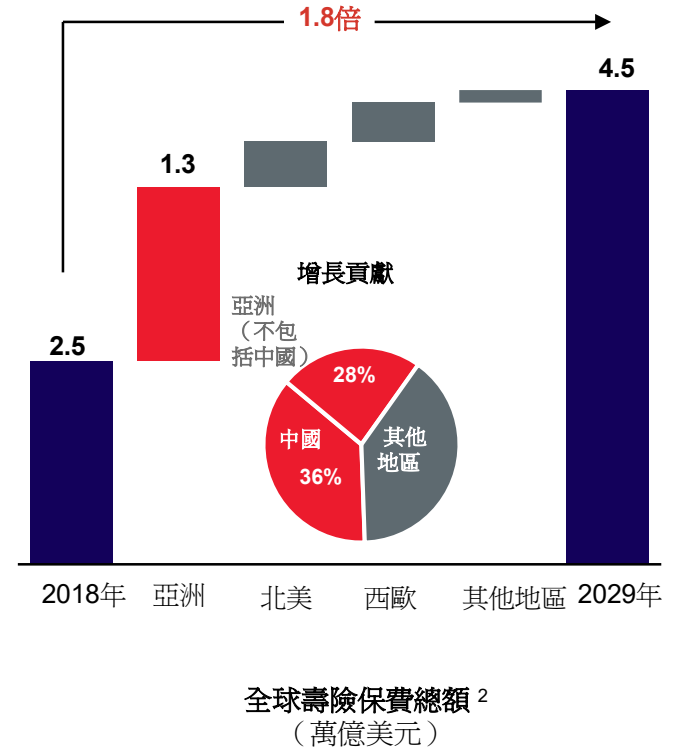
大部分亞洲市場仍未達到壽險滲透率的拐點，即人均國內生產總值1萬美元至2萬美元

### 亞洲市場概況<sup>1</sup>

2018年人均壽險  
毛保費收入  
(美元)



### 未來增長來源



1. 資料來源：Sigma瑞士再保險。  
2. 資料來源：安聯環球保險市場速覽（2019年5月）。全球壽險保費乃自總保險保費計算得出

# 亞洲

## 領先的泛區域商業品牌

約**60**萬名

代理人

逾**300**個

壽險與資產管理分銷合作夥伴

前三

在13個壽險市場當中9個的排名<sup>1,2</sup>

領先的

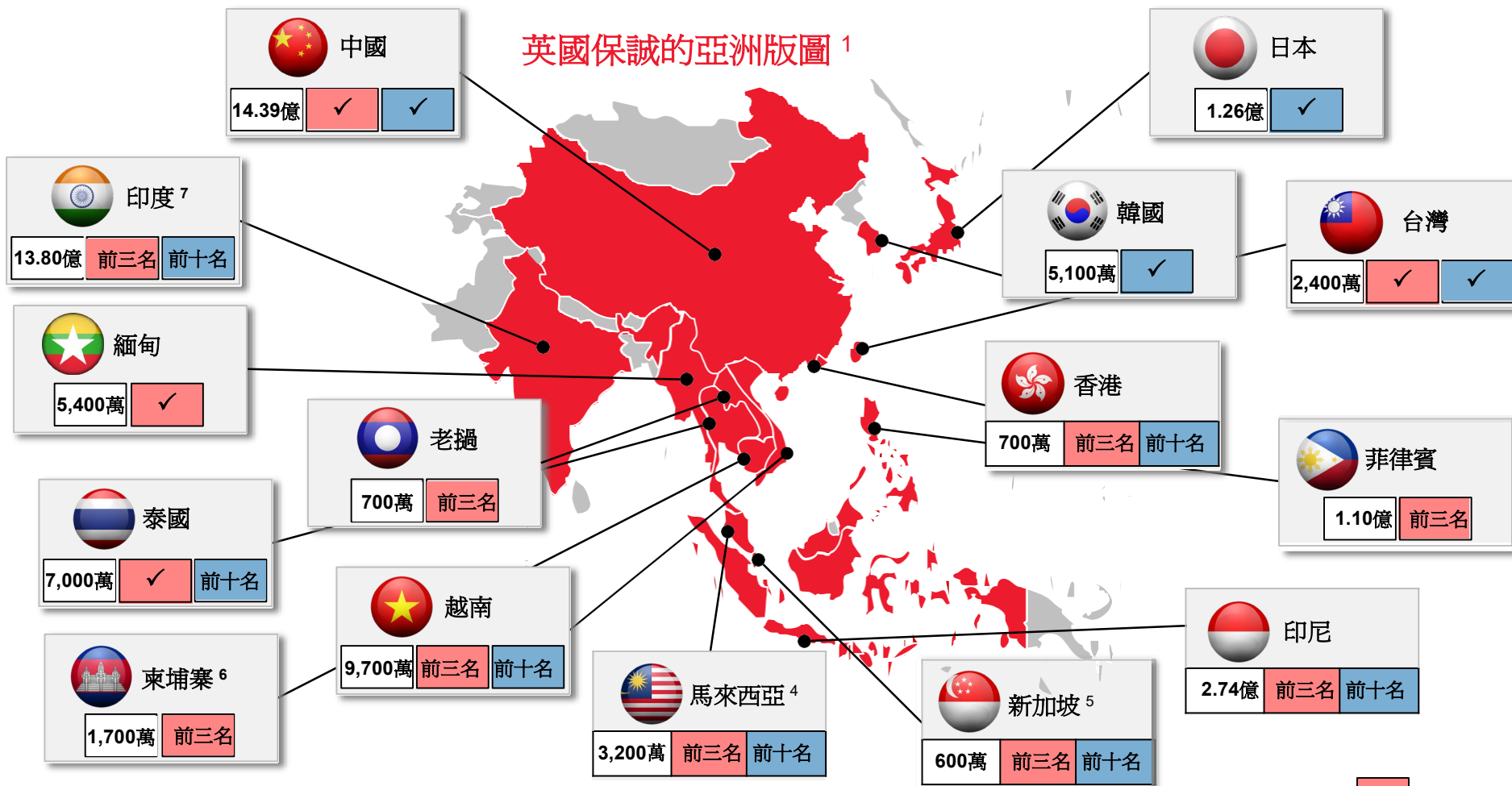
亞洲泛區域資產管理公司<sup>8</sup>

觸達：

**37**億

人口<sup>3</sup>

### 英國保誠的亞洲版圖<sup>1</sup>



基於2020年全年度（就印度而言，為2020日曆年）。資料來源包括正式（例如競爭對手業績公告、當地監管機構及保險協會）及非正式（業界交流）市場份額數據。排名基於新業務（年度保費等值銷售額、全年度加權保費或全年度保費，視乎可獲取的數據）或加權收入保費總額。

- 這些市場根據監管和業務要求釐定
- 在13個市場當中的9個排名前三。資料來源：基於正式（競爭對手業績公告、當地監管機構及保險協會）及非正式（業界交流）市場份額數據。排名基於新業務（年度保費等值或全年度加權保費，視乎可獲取的數據）。老撾及東埔寨的市場排名乃基於2019全年的數據。
- 聯合國經濟和社會事務部人口分部 - 《世界人口展望：2019年修訂版》
- 包括伊斯蘭保險，不包括團體業務

5. 僅包括境內業務。

6. 首年毛保費

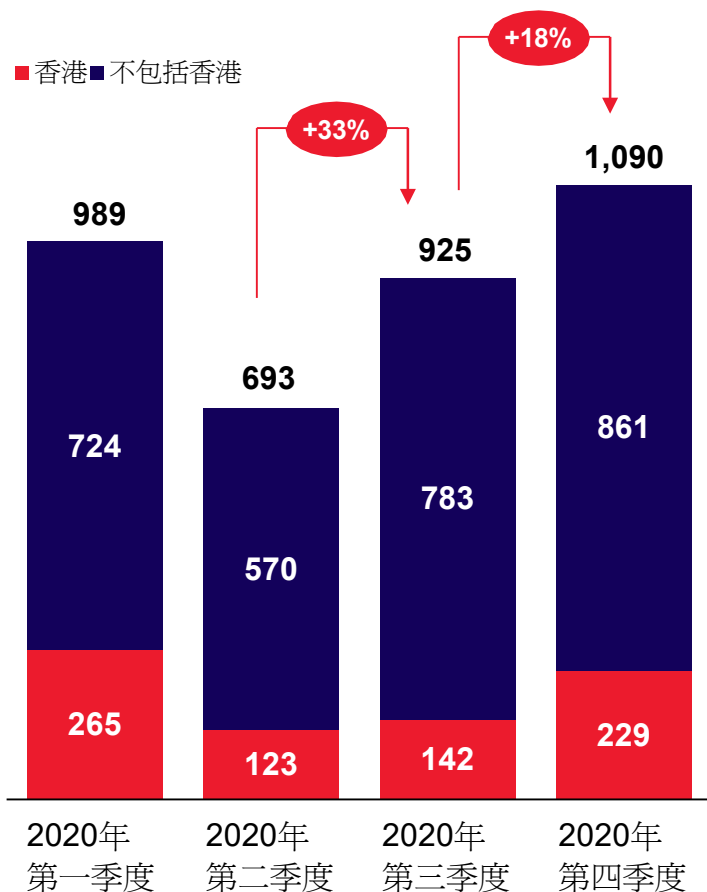
7. 僅包含私人企業

8. 資料來源：亞洲資產管理 - 基金管理人調查。基於來自亞洲（日本除外）、澳洲和新西蘭的資產。僅根據參與公司排名。

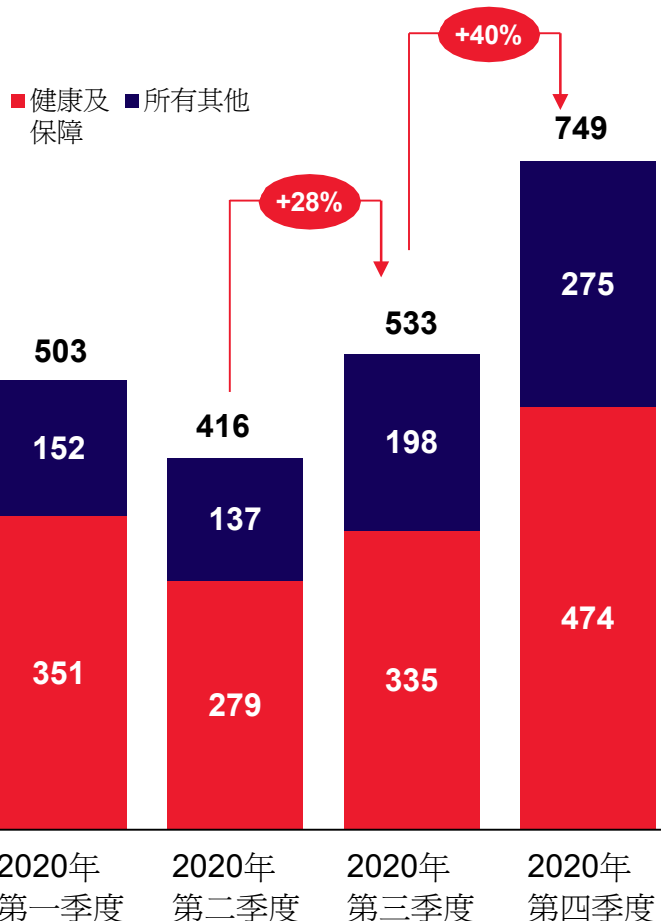




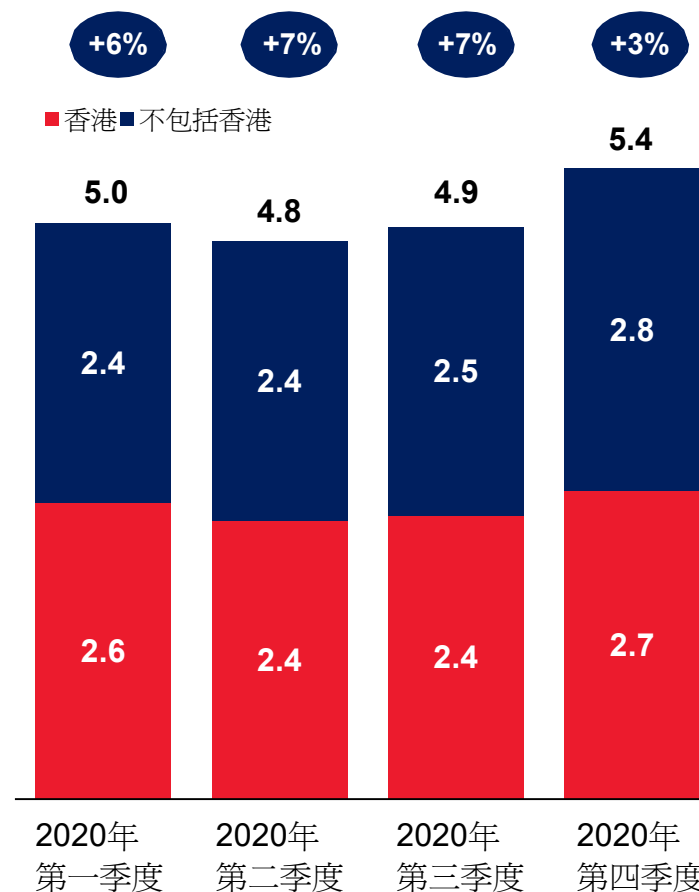
年度保費等值於2020年下半年度持續增長  
百萬美元



新業務利潤於2020年下半年度回升  
百萬美元



期繳保費業務模式的優勢  
十億美元



X% 指按年增長率

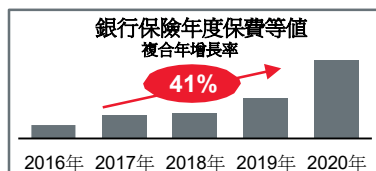
# 亞洲 市場摘要 — 中國

## 穩健的結構性需求驅動因素

- 國內生產總值增速快於發達經濟體<sup>1</sup>
- 中產階層日益壯大；巨大的保障缺口<sup>2</sup>
- 2019冠狀病毒病疫情發生後，**每5名**消費者當中有**4人**有意購買更多保險<sup>3</sup>
- 有**三分之二**的消費者表示需要更多健康保險，但目前為止僅有一半消費者採取行動<sup>4</sup>

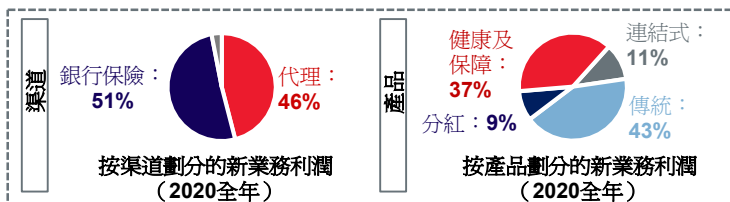
## 增強分銷能力

- 提高代理人質素，符合「百萬圓桌會議」會員資格的代理人人數增長**3倍**至**超過1,600人**
- 在**43**個銀行合作夥伴、**3,755**個銀行網點的帶動下，銀行保險年度保費等值按年增長**34%**；**2,328**位保險專家；按年增長**22%**



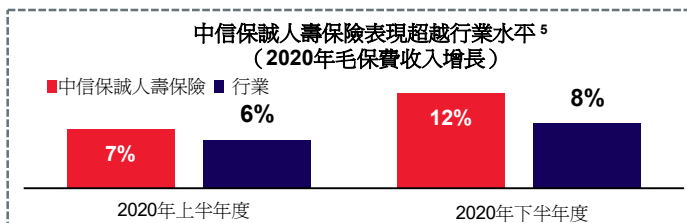
## 藉助技術推動代理銷售

- 於2月推出數碼產品；代理分析／評估／招聘／培訓均轉至**線上**進行
- 2020全年有**62%**的新代理人保單透過遙距方式銷售
- 代理渠道健康及保障產品年度保費等值組合佔**53%**（由38%上升）



## 藉助技術推動代理銷售

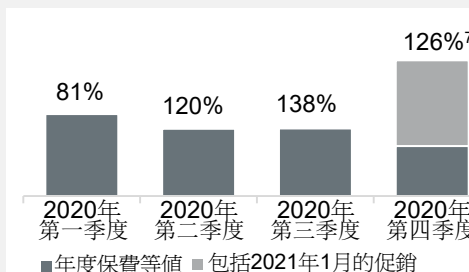
續保保費增長 **24%** 至 **11億美元**  
 客戶人數增長 **8%** 至 **160萬人**  
 《國際財務報告準則》盈利增加 **15%** 至 **2.51億美元**



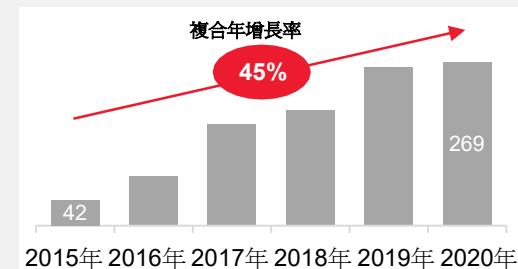
## 執行情況<sup>6</sup>

### 年度保費等值

(條形大小代表實際數字；百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例)



### 新業務利潤



	2015全年	2020全年
代理人利潤率	32%	85%
銀行保險利潤率	16%	39%

數據截至2020全年，除非另有註明。

1. 國際貨幣基金組織《世界經濟展望》(2020年6月)：實際國內生產總值增長  
 2. 瑞士再保險：《亞洲的健康保障缺口：建立更強抗逆力的見解》(Asia's health protection gap: insights for building greater resilience)。2018年10月。指中國內地、印度、日本、韓國、印尼、馬來西亞、台灣、越南、菲律賓、新加坡、香港及泰國  
 3. 麥肯錫報告「2019冠狀病毒病如何加速塑造中國經濟的五個主要趨勢」(How Covid-19 is accelerating 5 key trends shaping the Chinese economy)  
 4. 摩根士丹利報告：「塑造中國經濟的主要趨勢」(Key trends shaping the Chinese economy)

5. 資料來源：中國銀保監會

6. 按固定匯率基準計算

7. 2020年第四季度年度保費等值增長率126%指2020年10月至2021年1月四個月期間相較2019年10月至2020年1月期間的銷售額，以配合中國春節期間的促銷。

# 亞洲

## 市場摘要 — 香港

### 穩健的結構性需求驅動因素

#### 香港本地

- 人口老齡化
- 巨大的保障缺口
- 政府措施：合資格延期年金保單及自願醫保計劃



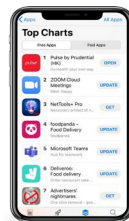
#### 內地

- 91%的中國內地客戶有意於12個月內購買香港壽險；對健康及保障產品的需求有所增長<sup>1</sup>
- 政府措施：大灣區



### 增強分銷能力

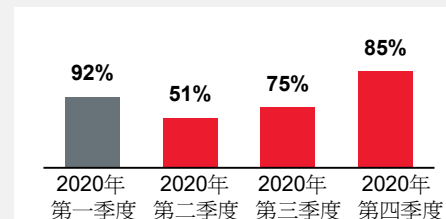
- **Pulse**下載量達**60**萬次<sup>2</sup>
- 所有產品均可透過代理及銀行渠道進行**遙距銷售**。所有代理招聘及培訓均轉至線上進行
- 代理團隊規模全港**第一**，代理人數增加**3%**至**2.48**萬人
- 與渣打銀行建立**領先的**區域合作夥伴關係



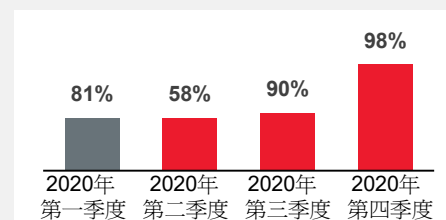
### 執行情況<sup>3</sup>

(條形大小代表實際數字；百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例)

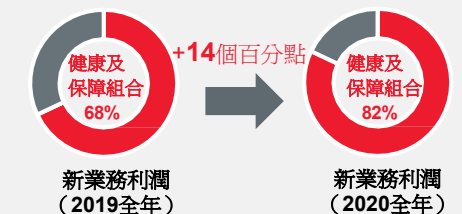
#### 年度保費等值 — 香港本地



#### 新業務利潤 — 香港本地



#### 新業務利潤 — 香港本地<sup>3</sup>



### 產品創新及注重質素

- ✓ 合資格延期年金保單：市場份額為**16%**，**排名前三**<sup>4</sup>
- ✓ **13**款新推出及重新設計的獨立產品；於4月推出 **Business@Pulse**；於9月推出「**保誠**自願醫保尚賓計劃」
- ✓ 香港本地健康及保障產品新業務利潤於2020年下半年度按年**增長8%**（2020全年：按年下降1%）

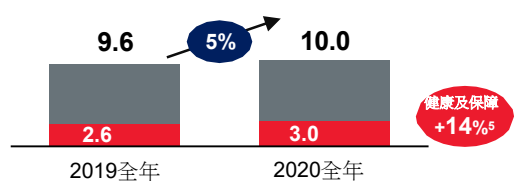
**98%**  
期繳保費組合

**97%**  
客戶留存率

### 穩健的有效業務帶動利潤增長

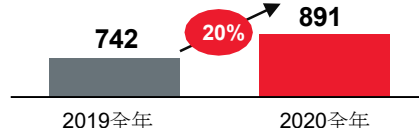
#### 穩健的有效業務

續保保費<sup>3</sup>，十億美元



《國際財務報告準則》經營溢利<sup>3</sup>，百萬美元

#### 帶動《國際財務報告準則》溢利強勁增長



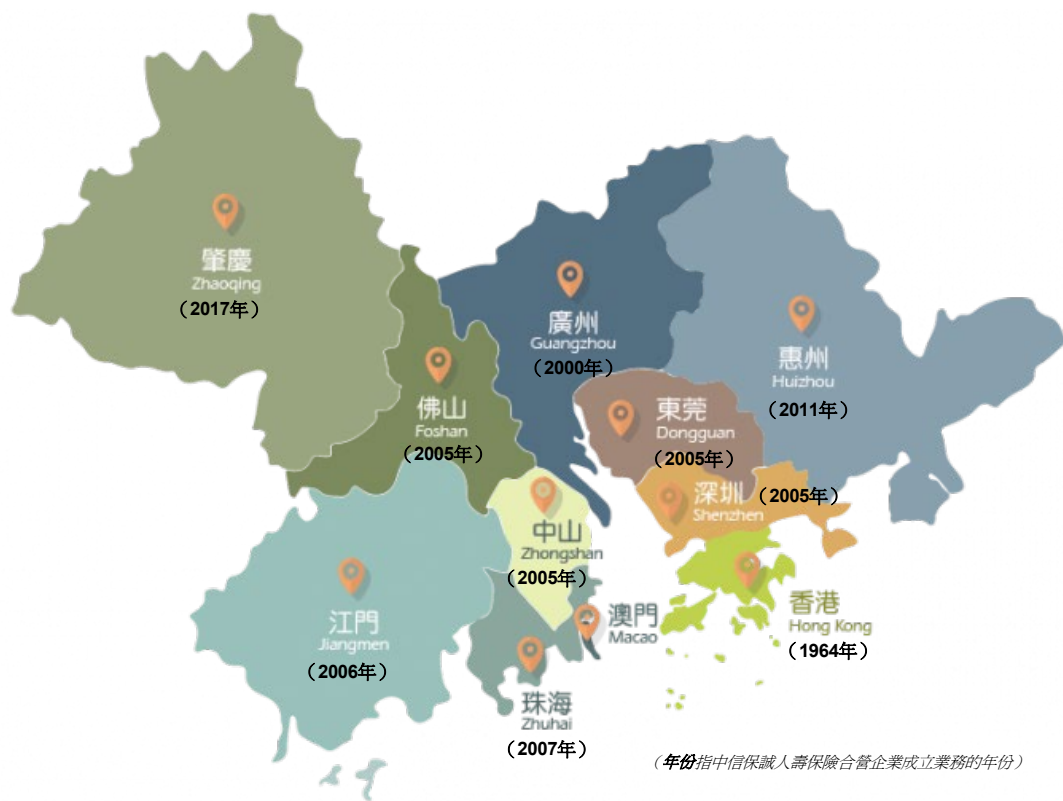
數據截至2020全年，除非另有註明。

1. 基於2020年第四季度中國內地消費情緒追蹤  
2. 截至2021年2月22日

3. 按固定匯率基準計算  
4. 自2019年4月推出以來  
5. 就個人健康及保障產品年度保費等值而言。

# 亞洲

## 在大灣區佔據有利位置



11  
個城市

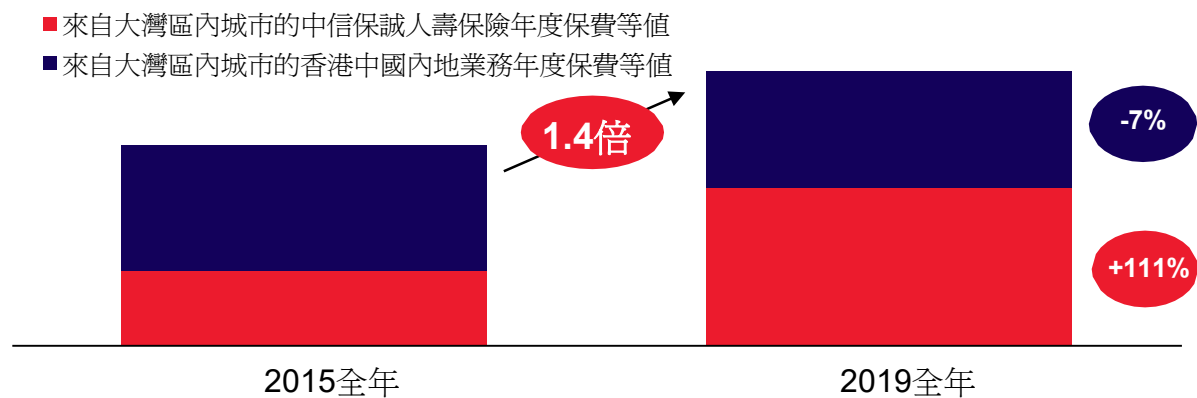
7,300 萬  
人口<sup>1</sup>

1.7 萬億美元  
國內生產總值<sup>1</sup>

### 在大灣區建立穩固的根基

業務版圖	<ul style="list-style-type: none"> <li>英國保誠的業務遍佈香港及大灣區內的全部九個城市</li> </ul>
歷史	<ul style="list-style-type: none"> <li>英國保誠於1964年進入香港市場，於2000年進入中國內地市場，並在廣東省設立第一家分支機構</li> </ul>
主要市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>大灣區內的九個城市為中信保誠人壽保險合營企業貢獻20%的年度保費等值（2020年）及為我們在香港的中國內地業務貢獻18%的年度保費等值（2019年）</li> </ul>
穩固地位	<ul style="list-style-type: none"> <li>英國保誠在香港代理市場位居前三<sup>2</sup></li> <li>英國保誠在廣東代理市場的合營企業／外資企業中排名前三<sup>3</sup></li> <li>大灣區內城市的保險滲透率仍然偏低<sup>4</sup></li> <li>73%的大灣區居民計劃於未來12至18個月內購買香港保險<sup>5</sup></li> </ul>
機遇	

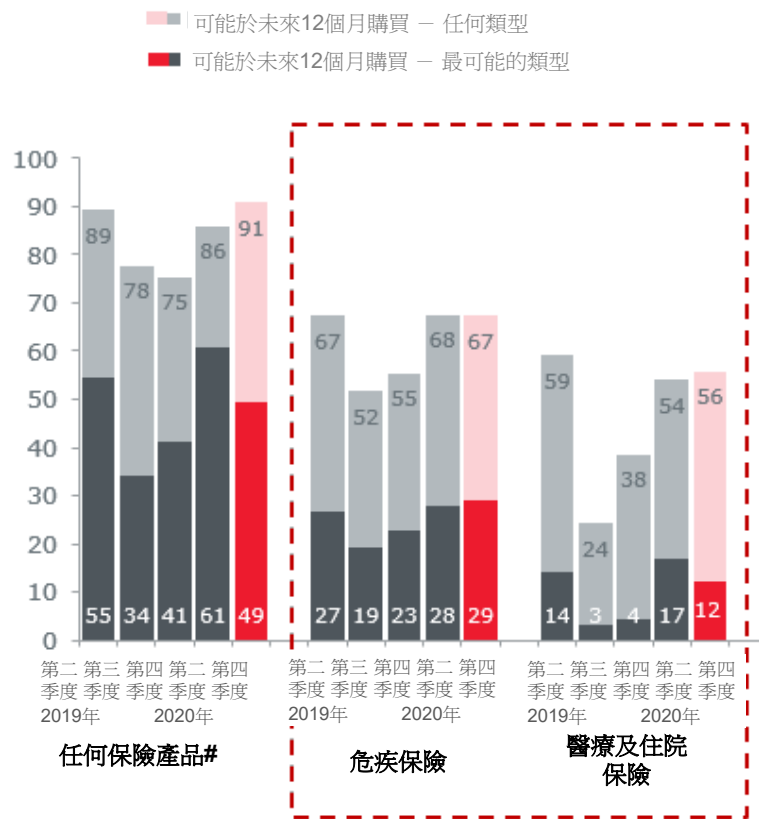
### 來自大灣區的年度保費等值，百萬美元



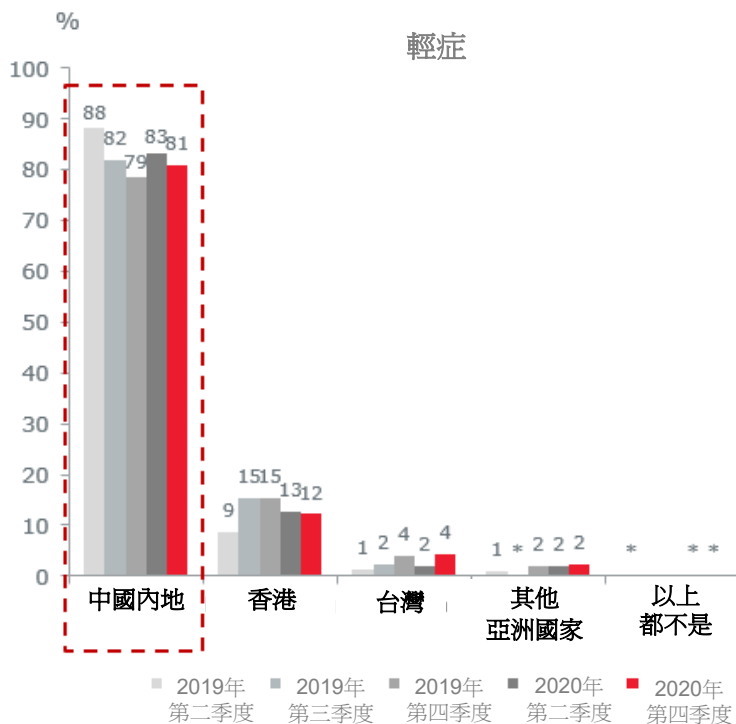
1. 2019年數據：資料來源於香港特別行政區政府(bayarea.gov.hk)  
 2. 按年度保費等值計算；截至2020年首九個月  
 3. 按未加權新保費計算；截至2020年首十一個月  
 4. 資料來源：《你預備好去實現粵港澳大灣區金融服務的機會嗎？》（貝恩公司(Bain & Co)）  
 5. 資料來源：截至2021年1月大灣區與波士頓諮詢公司進行的客戶機會聯合研究(Customer Opportunity joint studies)。

## 香港：中國內地客戶的需求驅動因素未受影響

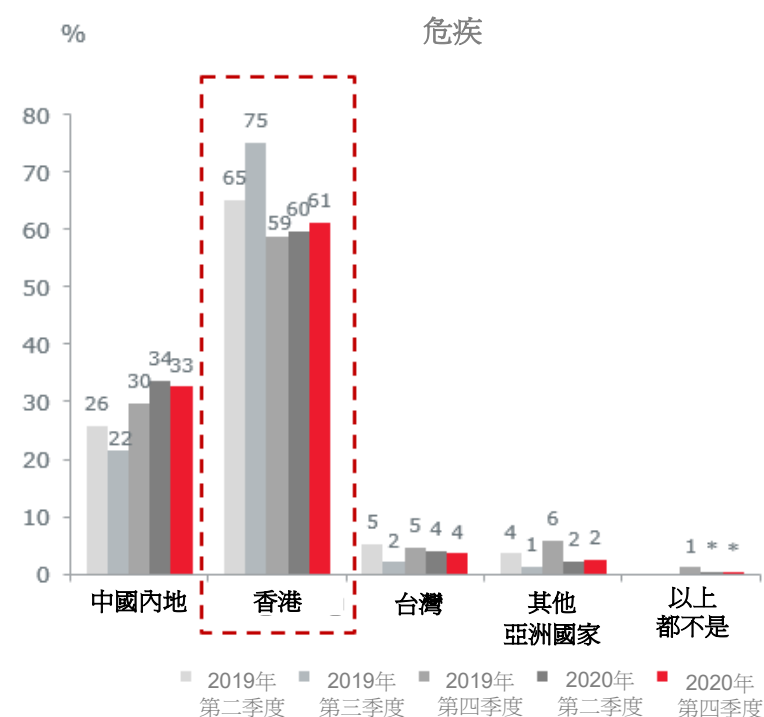
### 中國內地旅客對金融產品的潛在需求



### 中國內地旅客的醫療偏好



### 中國內地旅客的醫療偏好



附註：基於尼爾森在線小組代表保誠香港以線上調查形式進行的2020年第四季度中國內地消費情緒追蹤。調查結果以451個樣本為基礎。

# 任何保險產品指保障範圍涵蓋身故、危疾、醫療及住院的保險以及儲蓄保險。

# 亞洲 市場摘要 — 印尼

## 穩健的結構性驅動因素及優質的商業品牌

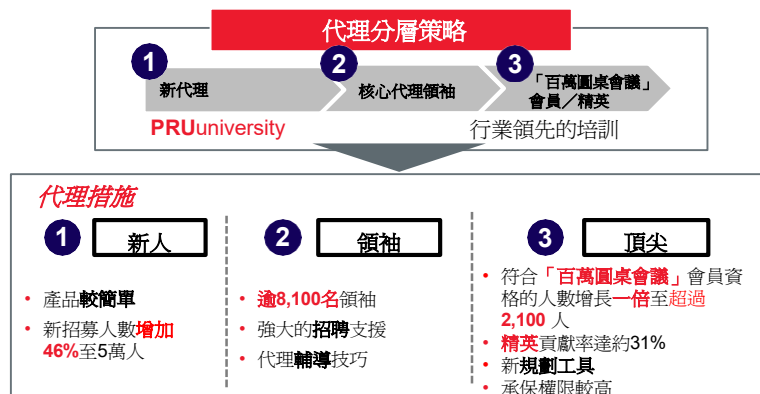
- 中產階層快速增長；巨大的保障缺口
- 僅次於中國及印度的亞洲第三人口大國，保險滲透率偏低

<p>整體市場份額<sup>2</sup> <b>排名第一</b></p> <p>伊斯蘭保險市場份額<sup>2</sup> <b>排名第一</b></p>	<p>「百萬圓桌會議」會員 人數在印尼<sup>3</sup> <b>排名第一</b></p> <p><b>371個</b> 代理辦事處</p>	<p>總保費達<b>24</b>萬億印尼盾<sup>4</sup> <b>排名第一</b></p> <p>總資產達<b>77.6</b>萬億印尼 盾<sup>4</sup>，<b>排名第一</b></p>
--	--	--

## 擴大產品範圍

2019年		2020年		
全新 PRUCritical Benefit 88 (獨立危疾)	經更新 PRUPrime Healthcare Plus (高淨值醫療)	全新 PRUworks Shariah Non-linked (保障及儲蓄)	全新 PRUTop (危疾附加保障) PRUCinta & PRUCinta Sejati (傳統伊斯蘭保險) Pay Later Protect (OVO)	全新 PRUSolusiSehat & PRUSehat Shariah (獨立保障) PRUTect Care (Pulse) PRUWealth Extra (渣打銀行及大華銀行)
<p><b>產品多元化</b></p> <p>2020全年推出<b>60</b>款產品</p> <p><b>37%</b>的年度保費等值及<b>52%</b>的新保單來自獨立保障產品<sup>5</sup></p> <p>新保單按年<b>增長12%</b></p>		<p><b>伊斯蘭保險市場表現強勁</b></p> <p>年度保費等值<b>增長6%</b></p> <p>新業務利潤<b>增長27%</b></p> <p>新保單按年<b>增長106%</b></p>		

## 增強分銷能力

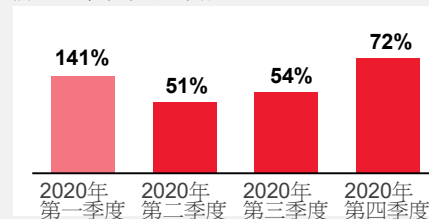


## 業務數碼化及與時併進

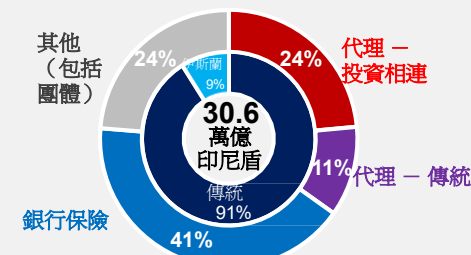
- Pulse + **PRUCEKATAN** + PRUServices  
Cepat tanggap harus berdekatan 遙距面對面平台
- 微型數碼產品：**babylon** **halodoc**  
PRUTect Care (Pulse) + 健康症狀評估 + 遙距醫療
- 數碼化
  - pulse** 650萬下載量<sup>1</sup>
  - ✓ **98%** 電子提交率
  - ✓ **75%** 自動承保率
- PRUMedical網絡
  - ✓ **2,316** 個醫院合作夥伴
  - ✓ **34** 個城市設有**75** 家首選醫院
  - ✓ **4** 家海外醫院
  - ✓ 可透過數碼方式辦理住院手續的電子診療卡

## 執行情況

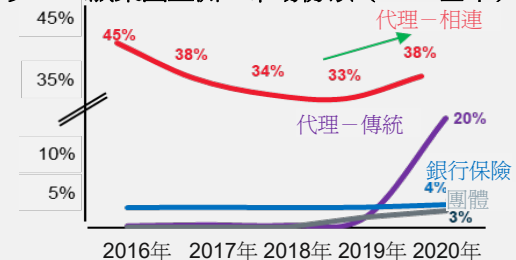
年度保費等值  
(條形大小代表實際數字；百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例)



市場 — 總加權新造保單保費<sup>2</sup> (2020全年)



英國保誠集團亞洲 — 市場份額 (2020全年)<sup>2</sup>



數據截至2020全年，除非另有註明。

- 截至2021年2月22日
- 按加權新造保單保費計算。資料來源：印尼人壽保險協會
- 截至2020全年。資料來源：百萬圓桌會議
- 當地法定基準
- 於2019年為8%的年度保費等值及11%的新保單

# 亞洲

## 市場摘要 — 泰國

### 泰國機遇



- **人口老齡化**：於2020年首次有**20%**的泰國人口年齡達60歲及以上<sup>4</sup>



- 泰國高淨值人口**增長37%**<sup>5</sup>



- 電子商貿應用比率達**83.7%**，全球排名**前三**

### 增加健康及保障產品組合

- 健康及保障產品年度保費等值**增加78%**，銷售佔比**增加9個百分點**<sup>6</sup>
- 於2020年推出的**14**款新產品中，有**10**款為健康及保障產品

全面的健康解決方案



幸福生活保障



婦女癌症



健康財富



PRUPrime Protect

健康增值服務

- **70%**自動承保率
- 於2020年4月推出**電子理賠**服務
- 推出「**一日賠付**」服務
- 推出**遙距醫療服務**
- **330**間醫院網絡**+65%**



### 新分銷 — TMB & Tbank (「TTB」)

於**2021年1月1日**推出



- 覆蓋**685**間銀行分行
- 已培訓**超過5,500**名銀行銷售人員
- 銷售支持團隊人數**增加一倍**至**240**名全職僱員
- **完整的產品系列**，涵蓋高淨值、零售、商業及中小型企業等市場
- 在所有分支機構推出**全新的電子銷售點系統**

### 新分銷 — 數碼合作夥伴

**180萬**  
Pulse下載量<sup>7</sup>



- 於2020年推出首款**數碼產品**

2020年的新合作夥伴關係  
(最大零售及電訊集團)



獨家合作夥伴

**1,700萬**  
會員



首選合作夥伴

**4,200萬**  
手機客戶

### 執行情況

客戶滿意度及淨促進者得分  
在泰國領先的人壽保險公司  
中**排名第一**<sup>1</sup>

**88%**  
客戶滿意度

**58%**  
淨促進者得分

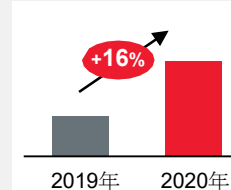
市場總計<sup>2</sup>

- PLT**增加15%**，而市場**減少7%**
- 市場份額由4%增加至**5%**
- 排名**第八**

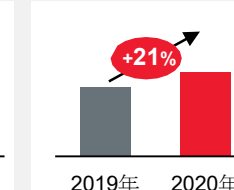
銀行保險<sup>2</sup>

- PLT**增加22%**，而市場**增加4%**
- 銀行保險市場份額由8.6%增加至**10%**
- 排名**第四**

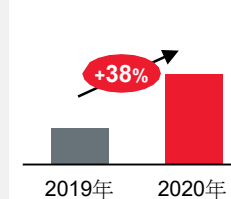
年度保費等值<sup>3</sup>



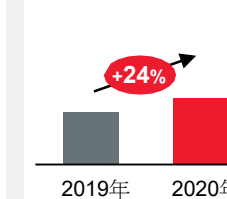
年度保費等值 — 銀行保險<sup>3</sup>



新業務利潤<sup>3</sup>



《國際財務報告準則》  
經營溢利<sup>3</sup>



1. 來自2020年AC Neilsen調查的淨促進者得分及客戶滿意度得分  
2. 截至2020全年。泰國人壽保險協會(TLAA)公開統計數字基於加權新造保單保費 = 新造保單保費 + 首年保費10%  
3. 按固定匯率計算  
4. 泰國政府公共關係部(Thailand government public relation department)  
5. 瑞信，Julius Baer 1) 高淨值人士是指擁有管理資產超過100萬美元的個人  
6. 健康及保障產品年度保費等值組合由2019年的16%增至2020年的25%  
7. 截至2021年2月22日。

# 亞洲

## 市場摘要 — 印度

### 人壽保險：新的經濟增長引擎

- 亞洲國內生產總值增長的**第二大**貢獻來源；預測實際國內生產總值增長6.1% (2020至2030年全年)<sup>1</sup>，為亞洲增長最快之一
- 截至2030年就業人口將**增加10億**<sup>2</sup>；中產階層快速增長
- 保險滲透率偏低(**2.8%**)；巨大的保障缺口 (**16.5萬億美元**)<sup>3</sup>
- 到2030年，預計壽險市場毛保費收入的絕對值將超過所有東盟市場的總和<sup>3</sup>
- 到2030年，預計私營機構的壽險客戶將增加兩倍至**超過1.20億**<sup>4</sup>

### 資產管理：廣闊的長期增長前景

- 行業勢頭強勁，互惠基金管理資產按**16%**的複合年增長率 (2015至2020年全年) 增長，達**3,050億美元**<sup>7</sup>
- 於滲透率不足的市場：互惠基金管理資產佔國內生產總值的**13%** (中國：16%；英國：79%；美國：>100%)<sup>8</sup>
- 預計互惠基金投資者將由2020年全年的2,500萬增加**超過兩倍**至2030年全年的**9,100萬**<sup>9</sup>
- 未來十年，預計互惠基金管理資產將按**13%**的複合年增長率增長<sup>4</sup>

### ICICI-PRU：市場領先的商業品牌，表現一向穩健<sup>5</sup>



在私人企業中  
**排名第三**<sup>10</sup>

**12%**

的市場份額<sup>10, 11</sup>

**500萬**

份保單<sup>10</sup>

**360萬**

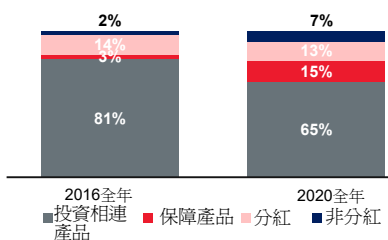
客戶<sup>10</sup>

**18.3萬**

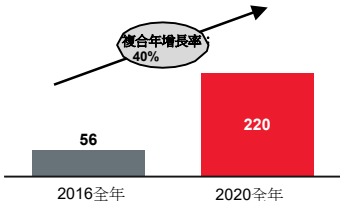
代理人<sup>10</sup>



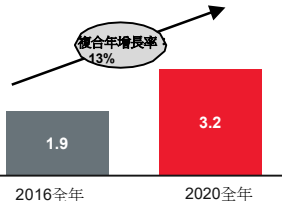
產品組合改善  
(按年度保費等值)<sup>6</sup>



新業務利潤 (百萬美元)<sup>6</sup>



內含價值 (十億美元)<sup>6</sup>



### ICICI-PRU：分銷渠道多元化，在資產管理公司中排名前三<sup>5</sup>



在資產管理公司  
**排名第三**<sup>12</sup>

**13%**

的市場份額<sup>12</sup>

**620萬**

投資者<sup>12</sup>

**逾2,000**

僱員<sup>6</sup>

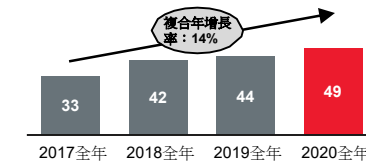
**逾300**

個網點<sup>12</sup>

獲業界評為**排名第一**  
的資產管理公司  
流動應用程式<sup>12</sup>

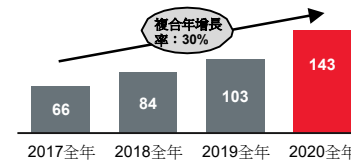
管理資產<sup>6</sup>

(截至3月31日止財政年度的平均管理資產，百分比基準，十億美元)



稅後利潤<sup>6</sup>

(扣除特殊項目前，100%基準，百萬美元)



零售渠道組合<sup>10</sup>



1. 資料來源：經合組織、經濟學人智庫  
2. 資料來源：世界銀行  
3. 資料來源：瑞士再保險Sigma  
4. 英國保誠集團亞洲估計數字  
5. 資料來源：IIRDAl；ICICI Prudential的年度報告及投資者簡報

6. 財務數據乃基於印度的財政年度 (截至3月31日止年度) 及按百分比基準列示  
7. 資料來源：AMFI。截至2020年3月。  
8. 資料來源：Trading economics、IIFA。截至2020年9月。  
9. 資料來源：貝恩研究(Bain Research)  
10. 基於2020曆年年底

11. 僅包含私人企業。  
12. 截至2020年9月30日。



# 亞洲

## 新加坡及馬來西亞

### 新加坡



#### 繼續專注於質素

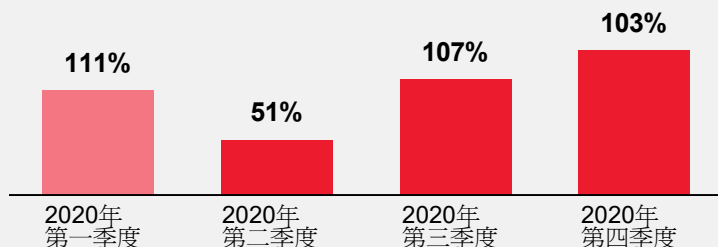
- 健康及保障產品年度保費等值**增加17%**，銷售佔比**增加5個百分點至25%**
- 穩固的客戶留存率**96%**
- 續保保費**增加10%**，推動經營溢利**增長18%**
- 符合「百萬圓桌會議」會員資格增加約**1.5倍**至超過1,000人；代理年度保費等值**增加6%**（於下半年度**增加20%**）

#### 拓展業務能力

- 新增期繳保費及代理銷售額**排名第一**，於2020全年的市場份額分別增加至**20%**及**31%**
- **51%**的代理人渠道保單（4月至12月）及**47%**的銀行保險渠道保單（7月至12月）透過遙距方式銷售
- Business@Pulse強勁增長，年度保費等值**增加27%至5,100萬美元**；計劃數目**增加18%**至2,300項

#### 年度保費等值

（條形大小代表實際數字。百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例）



### 馬來西亞



#### 繼續專注於質素

- **97%**的年度保費等值來自期繳保費
- 經營溢利**增加14%**
- 代理人數**增加8%**至**2.15萬人**；符合「百萬圓桌會議」會員資格的人數增加約**2倍**至超過900人
- 穩固的客戶留存率**95%**

#### 在伊斯蘭保險市場的領先地位

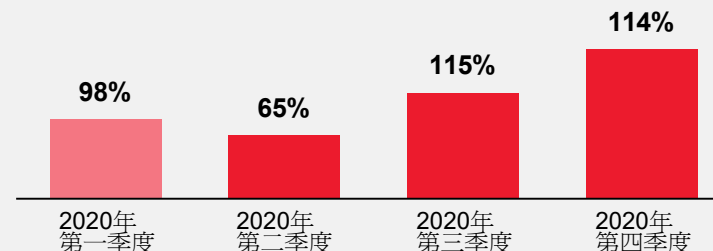
- 增長：年度保費等值**增加26%**；新業務利潤**增加29%**；新保單**增加30%**
- 在伊斯蘭保險市場**排名第一**，市場份額**增加4個百分點至32%**

#### 發展數碼能力

- **Pulse**下載量達**200萬次<sup>2</sup>**
- **100%**的產品可在線銷售

#### 年度保費等值

（條形大小代表實際數字。百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例）



# 亞洲

## 越南及菲律賓

### 越南



#### 增強分銷能力

- 於銀行保險渠道的領先地位，佔據21%的市場份額<sup>1</sup>
- 於4月啟動SeABank合作夥伴關係
- 代理招聘增加6%
- Pulse下載量達410萬次<sup>2</sup>

#### 轉向更均衡的分銷渠道

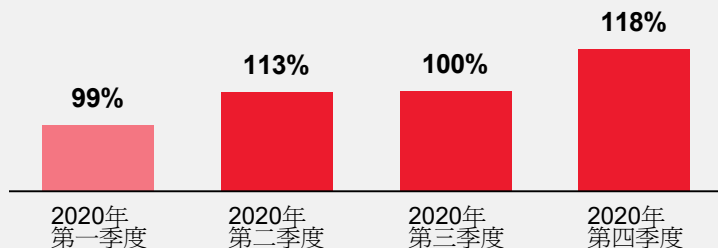
- 銀行渠道的年度保費等值增加35%
- 符合「百萬圓桌會議」會員資格的人數增加2倍至超過1,700人

#### 專注於質素

- 續保保費增加15%，推動經營溢利增長14%
- 健康及保障產品年度保費等值增加35%，推動新業務利潤增加18%
- 99%期繳保費

#### 年度保費等值

(條形大小代表實際數字。百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例)



### 菲律賓



#### 增強分銷能力

- 代理人數增加21%至4.5萬
- 排名第一，佔據18%的市場份額<sup>3</sup>

#### 專注於質素

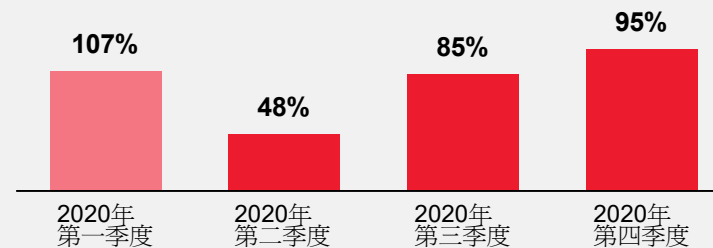
- 96%期繳保費
- 健康及保障產品組合提升至+29% (增加2個百分點)，推動新業務利潤增加6%
- 續保保費增加22%，推動經營溢利增長25%

#### 發展數碼能力

- Pulse下載量達340萬次<sup>2</sup>
- 4月至12月遙距銷售額佔代理銷售額的80%
- 推出Business@Pulse，向中小型企業提供團體保險

#### 年度保費等值

(條形大小代表實際數字。百分比指2020年銷售額佔2019年水平的比例)



數據截至2020全年及增長按固定匯率基準計算，除非另有註明。

1. 按2020全年年度保費等值計算。資料來源：Vietnam Actuarial Workgroup

2. 截至2021年2月22日

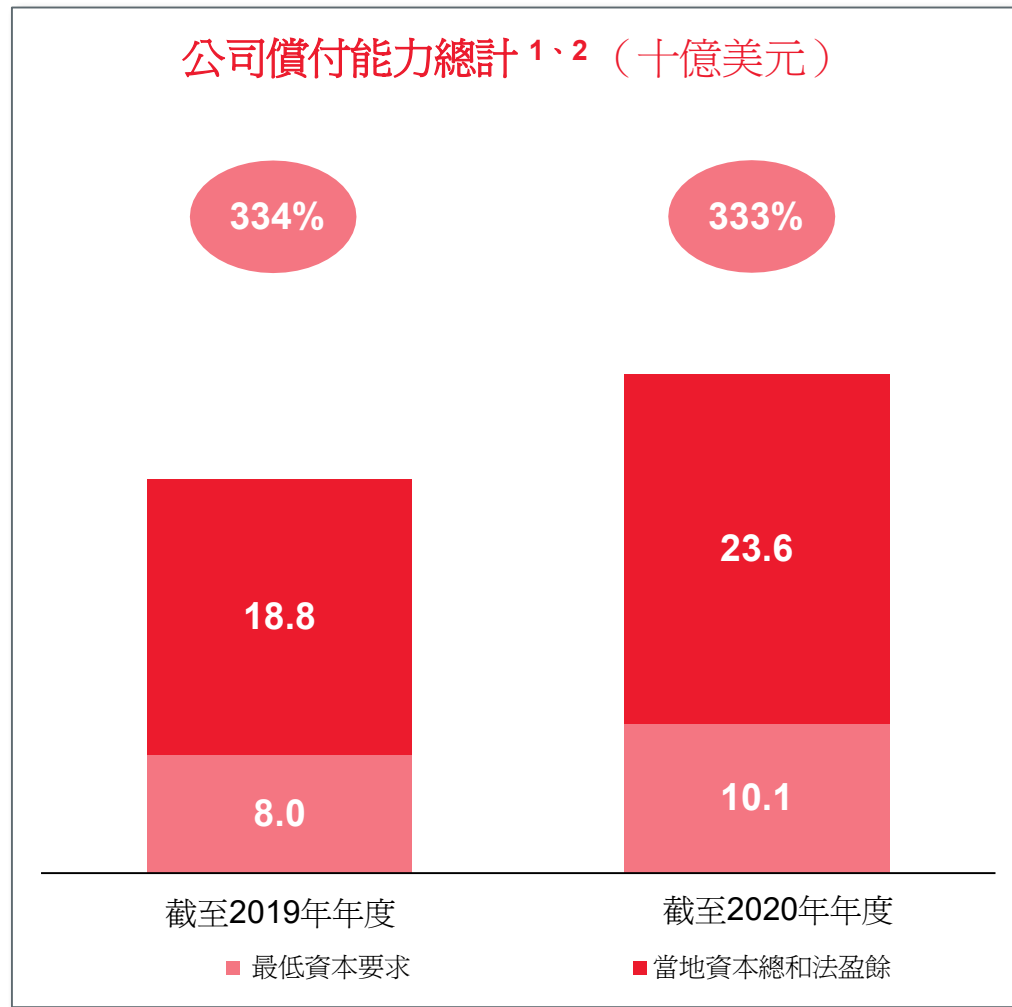
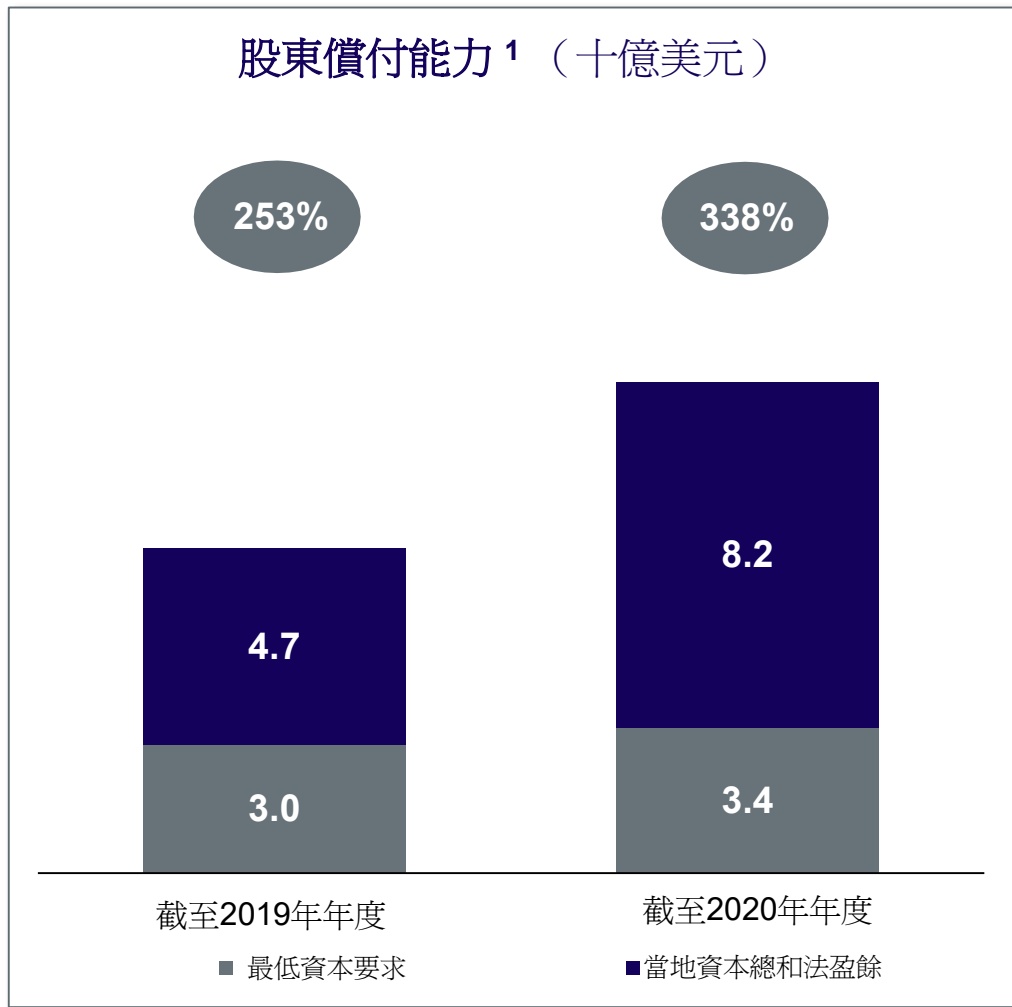
3. 資料來源：菲律賓保險委員會(The Philippines Insurance Commission)。基於截至2020年9月止九個月的加權首年保費(截至2019年9月止九個月的市場份額為13%)

重要信息

策略優先事項及進展

市場最新概況

資本及資產負債表



1. 基於集團最低資本要求。於香港的集團監管框架生效前，英國保誠將採用與香港保監局協定的當地資本總和法，以釐定集團監管資本要求。  
2. 包括香港、新加坡及馬來西亞的分紅基金，以及印尼的Tabarru基金

# 亞洲資產投資

## 資產組合

亞洲資產投資細分<sup>1</sup>（2020年12月31日，十億美元）

	分紅基金	單位相連	股東支持 <sup>2</sup>	總計
債務證券	55.9	5.7	28.0	89.6
股票	33.8	20.5	5.0	59.3
按揭	0.0	0.0	0.2	0.2
其他貸款	1.7	0.0	0.4	2.1
其他 <sup>3</sup>	1.5	0.4	2.2	4.1
<b>總計</b>	<b>92.9</b>	<b>26.6</b>	<b>35.8</b>	<b>155.3</b>

股東債務證券組合（2020年12月31日）

	組合 十億美元	發行人 數目 <sup>4</sup>	按發行人劃分的持有量		BBB級以下 <sup>5</sup>
			平均 百萬美元	最高 百萬美元	
主權債券	12.6	77	163.6	2,881.5	10.3%
其他債券	15.4	1,326	11.6	258.7	6.8%
<b>投資級</b>	<b>28.0</b>				<b>17.1%</b>
高收益	13.5	1,045	12.9	258.7	不適用
	1.9	332	5.7	145.1	6.8%
	<b>15.4</b>				<b>6.8%</b>

附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值

1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入

2. 包括資產管理

3. 其他金融投資包括衍生資產、其他投資及存款

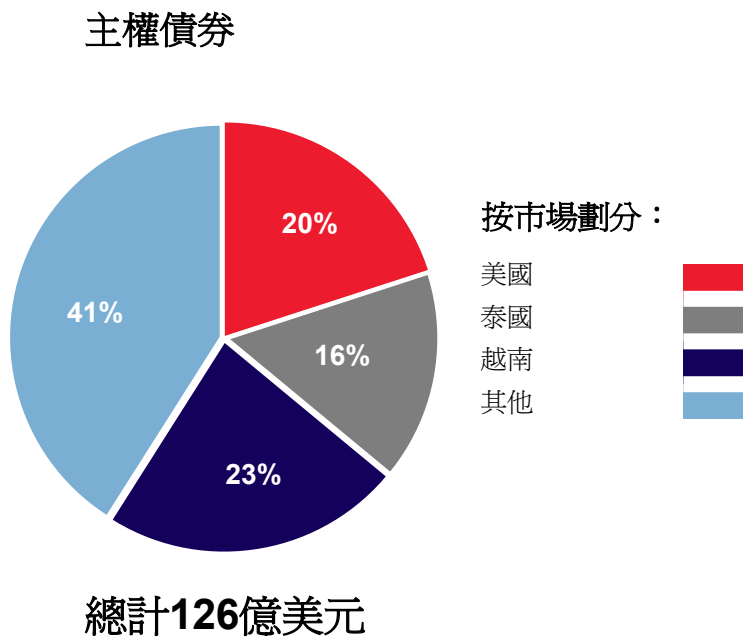
4. 按發行人集團基準呈列

5. 基於標準普爾、穆迪及惠譽的中間評級。若無法獲取，則採用當地外部評級機構評級以及內部評級

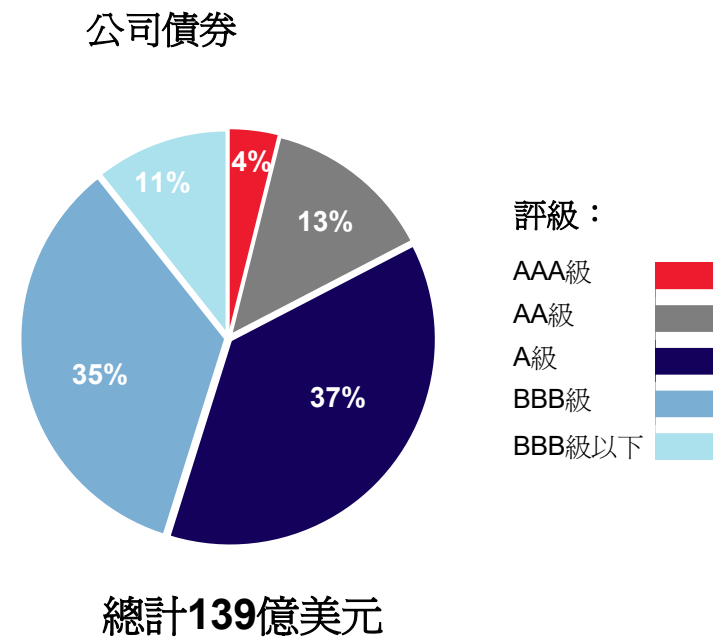
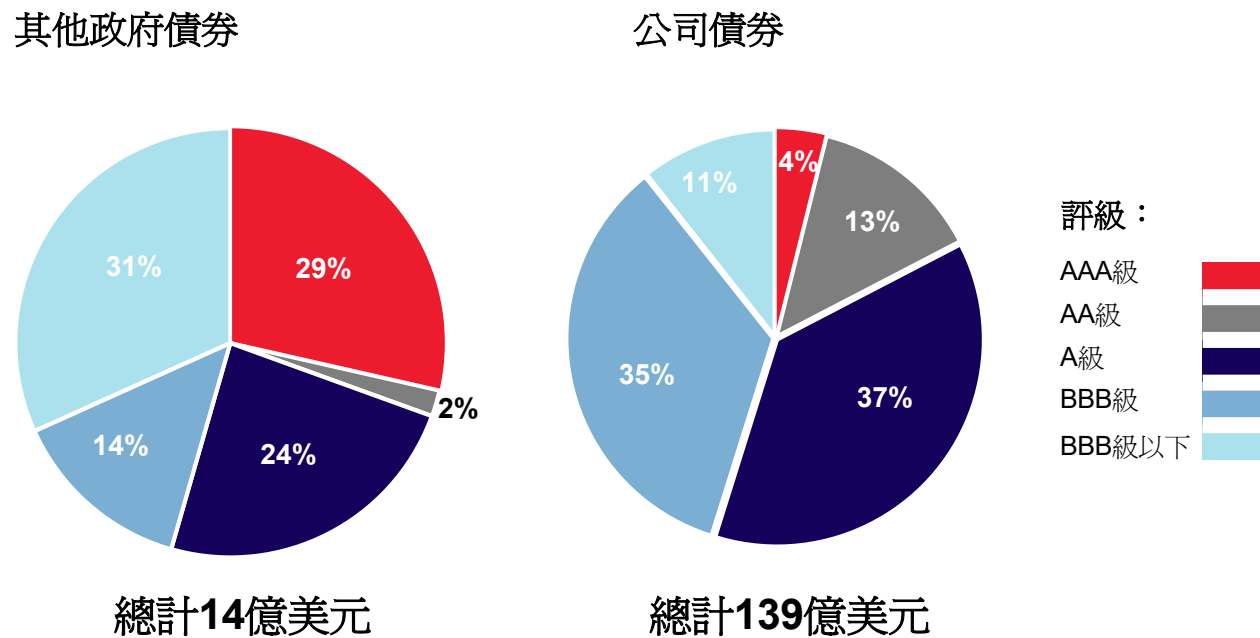
# 亞洲資產投資

## 股東支持債務證券持倉

按地域劃分<sup>1</sup>（2020年12月31日，十億美元）



按信貸評級劃分<sup>1、2</sup>（2020年12月31日，十億美元）

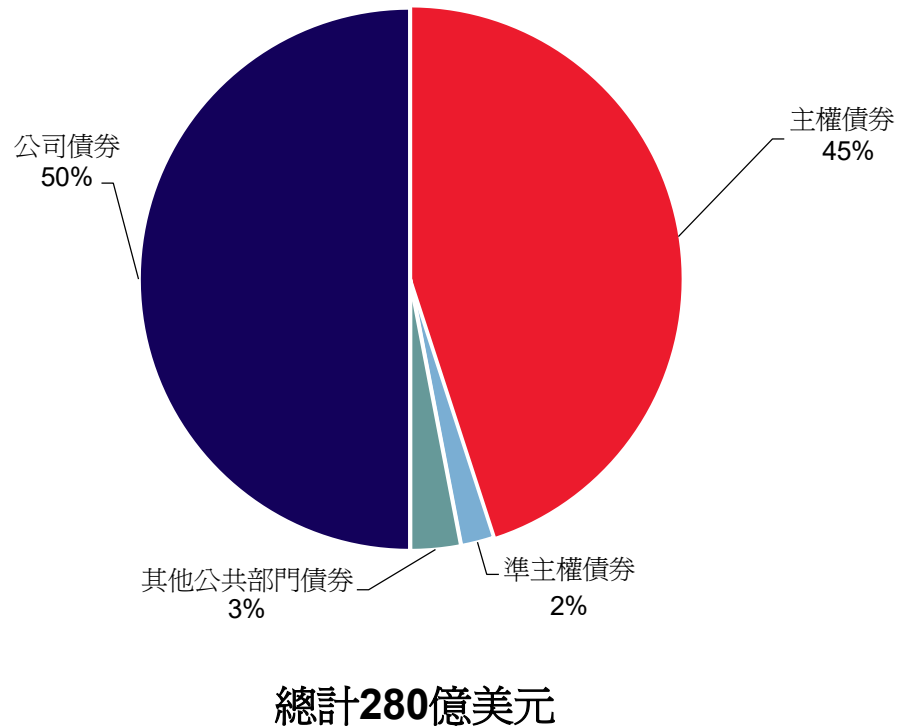


附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值  
 1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入  
 2. 基於標準普爾、穆迪及惠譽的中間評級。若無法獲取，則採用當地外部評級機構評級以及內部評級

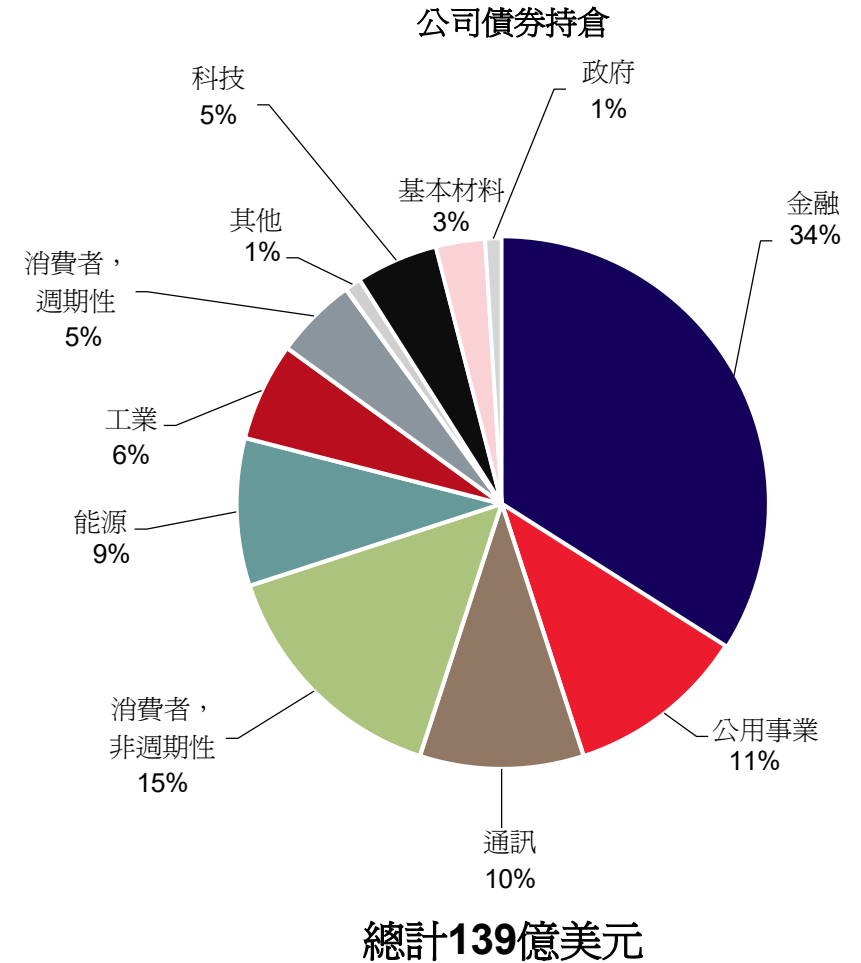
# 亞洲資產投資

## 股東支持債務證券持倉

按資產類別劃分<sup>1</sup>，2020年12月31日



按行業劃分<sup>1、2</sup>，2020年12月31日



附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值

1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入

2. 行業分類資料來源：Bloomberg Sector、Bloomberg Group及Merrill Lynch。若無法根據上述三個來源予以確認，則分類為其他

合作夥伴

英國保誠份額

市場價值

內含價值

《國際財務報告準則》資產淨值

毛保費收入

稅前經營溢利

英國保誠董事會代表

主要產品



ICICI Bank

22.1%

97億美元 7,054億印度盧比<sup>1</sup>

35億美元 2,571億印度盧比<sup>2</sup>

11億美元 821億印度盧比<sup>2</sup>

47億美元 3,343億印度盧比<sup>4</sup>

2億美元 107億印度盧比<sup>4</sup>

Wilfred Blackburn

人壽保險

其中

單位相連 65%

非分紅 7%

分紅 13%

健康及保障 15%

2020年佔年度保費  
等值銷售額百分比<sup>5</sup>

資產管理

資產管理公司管理基金<sup>3、6</sup> 550億美元（按100%計算）

# 中信保誠

中信集團

50%

不適用

56億美元（按100%計算）<sup>3</sup>

未披露

34億美元 人民幣234億元（按100%計算）

5.02億美元（按100%計算）

黎康忠(Nic Nicandrou)、吳立賢、張桂櫻、  
陳尚偉及金文洪

人壽保險

其中

單位相連 17%

非分紅 30%

分紅 26%

健康及保障 27%

2020年佔年度保費  
等值銷售額百分比

資產管理（中信保誠基金管理有限公司）

管理基金<sup>3</sup> 195億美元<sup>3</sup>（按100%計算）

附註：參照2020全年的披露資料，除非另有註明。

1. 彭博，截至2021年2月11日，按2021年2月11日的即期匯率折算。

2. 按最新可用數據，截至2021全年止九個月的印度財政年度按100%計算，按2020年9月的即期匯率折算。

3. 截至2020年12月31日，按2020年12月的即期匯率折算。

4. 財務數字乃基於印度財政年度（截至2020年3月31日止年度）。按截至2020年3月止十二個月的年初至今平均匯率折算。

5. 財務數字乃基於印度財政年度（截至3月31日止年度）。

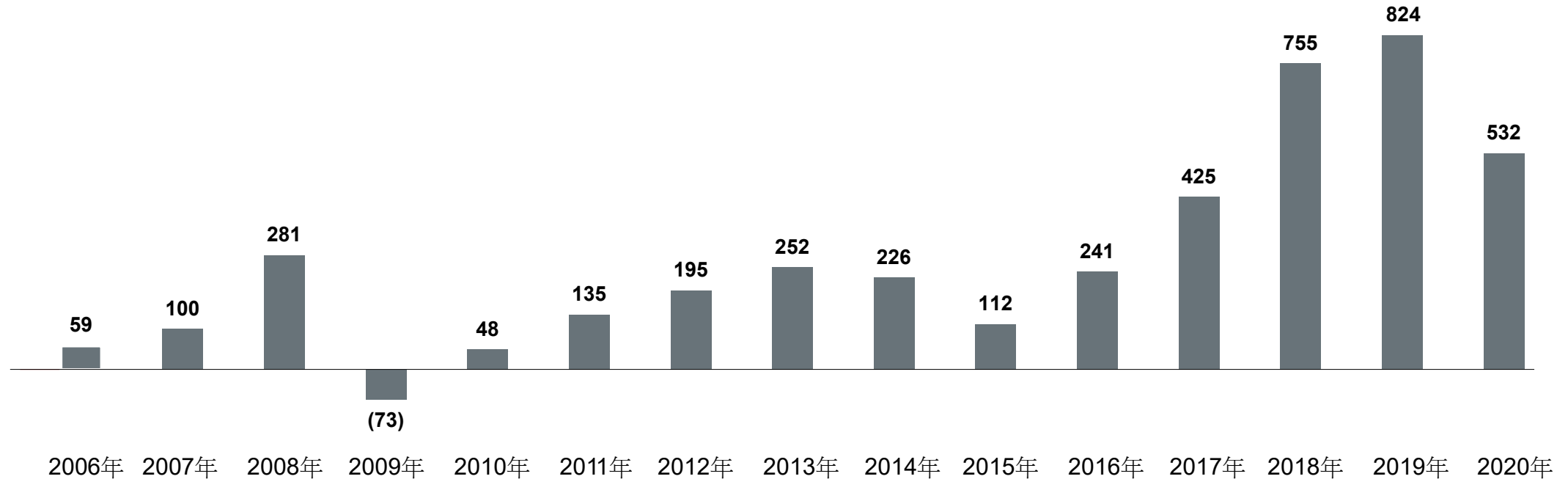
6. ICICI Prudential Asset Management Company



# 歐洲內含價值經營溢利

## 壽險經營經驗差

亞洲壽險經營經驗差<sup>1、2</sup>（百萬美元）



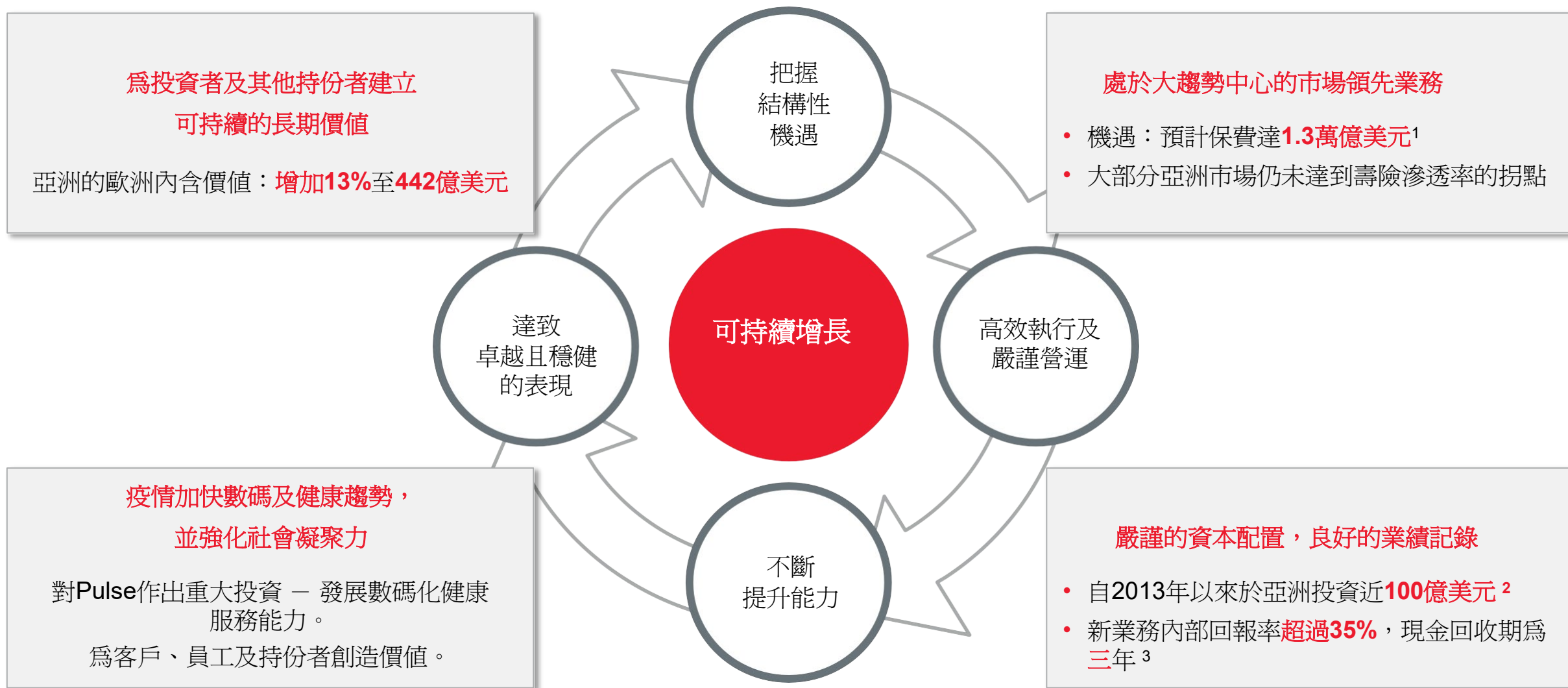
附註：經驗差／假設變動按稅後基準計算及不包括日本。按實質匯率基準計算。2006年至2018年按平均匯率折算。  
1. 2015年及2014年的經驗差及假設變動按前期開發成本前列示。2006年至2013年按後期開發成本列示。  
2. 由於持作出售的韓國壽險業務應佔之業績重新分類，故所有比較業績均已就過往已發佈的業績予以調整。

# 集團關鍵績效指標概要（不包括美國）

## 新分部

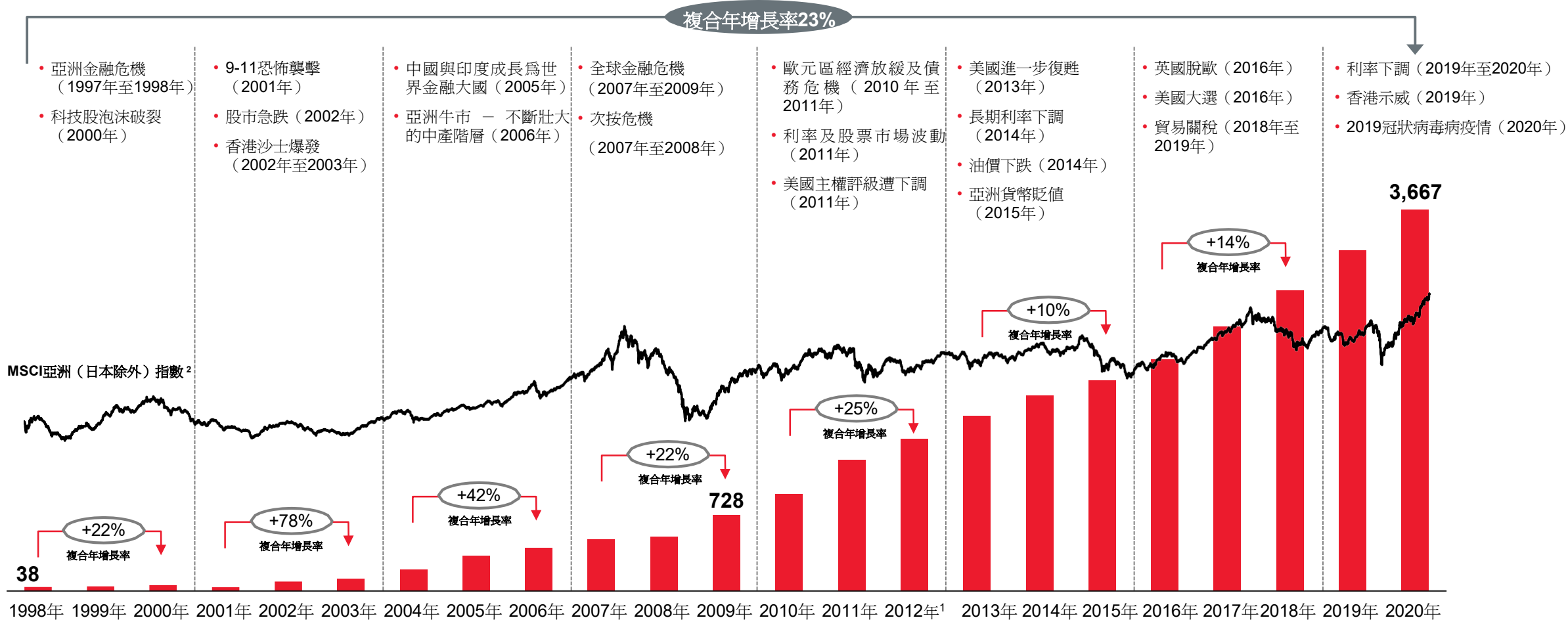
百萬美元（實質匯率）	年度保費等值		新業務利潤		經調整 《國際財務報告準則》 經營溢利		長期業務的 歐洲內含價值	
	2020年	2019年	2020年	2019年	2020年	2019年	2020年	2019年
中國合營企業	582	590	269	262	251	219	2,798	2,180
香港	758	2,016	787	2,042	891	734	20,156	18,255
印尼	267	390	155	227	519	540	2,630	2,737
馬來西亞	346	355	209	210	309	276	4,142	3,535
新加坡	610	660	341	387	574	493	8,160	7,337
增長市場及其他 **	1,245*	1,232*	440	394	835*	737*	4,975*	3,858*
瀚亞	不適用	不適用	不適用	不適用	283	283	不適用	不適用
<b>總計</b>	<b>3,808*</b>	<b>5,243*</b>	<b>2,201</b>	<b>3,522</b>	<b>3,662*</b>	<b>3,282*</b>	<b>42,861*</b>	<b>37,902*</b>

# 持久的業務模式 為所有持份者創造價值



## 高效的執行力：在各週期錄得持續及穩健增長

### 《國際財務報告準則》經營溢利<sup>1</sup>，百萬美元



- 亞洲金融危機（1997年至1998年）
- 科技股泡沫破裂（2000年）

- 9-11恐怖襲擊（2001年）
- 股市急跌（2002年）
- 香港沙士爆發（2002年至2003年）

- 中國與印度成長為世界金融大國（2005年）
- 亞洲牛市 — 不斷壯大的中產階層（2006年）

- 全球金融危機（2007年至2009年）
- 次按危機（2007年至2008年）

- 歐元區經濟放緩及債務危機（2010年至2011年）
- 利率及股票市場波動（2011年）
- 美國主權評級遭下調（2011年）

- 美國進一步復甦（2013年）
- 長期利率下調（2014年）
- 油價下跌（2014年）
- 亞洲貨幣貶值（2015年）

- 英國脫歐（2016年）
- 美國大選（2016年）
- 貿易關稅（2018年至2019年）

- 利率下調（2019年至2020年）
- 香港示威（2019年）
- 2019冠狀病毒病疫情（2020年）

64%

保險損益差<sup>3</sup>

79%

1. 所呈列數字按實質匯率計算，不包括韓國、日本及中國人壽保險公司2012年在台灣的銷售額。  
2. 資料來源：彭博。  
3. 保險損益差 = 保險收入 / 總收入（保險收入、息差收入、手續費收入及分紅）。

# 非洲部分

# 非洲 區域版圖

## 非洲機遇

### 人口快速增長<sup>1</sup>

**13億** 2019年 → 預計增長一倍至**超過20億** 2050年

由佔世界人口的**17%**增至**24%**

### 日益興起的中產階層<sup>2</sup>

**1.20億** 2020年 → **11億** 2060年  
6%複合年增長率

在全球增長最快的**10個**經濟體中，非洲佔**6個**

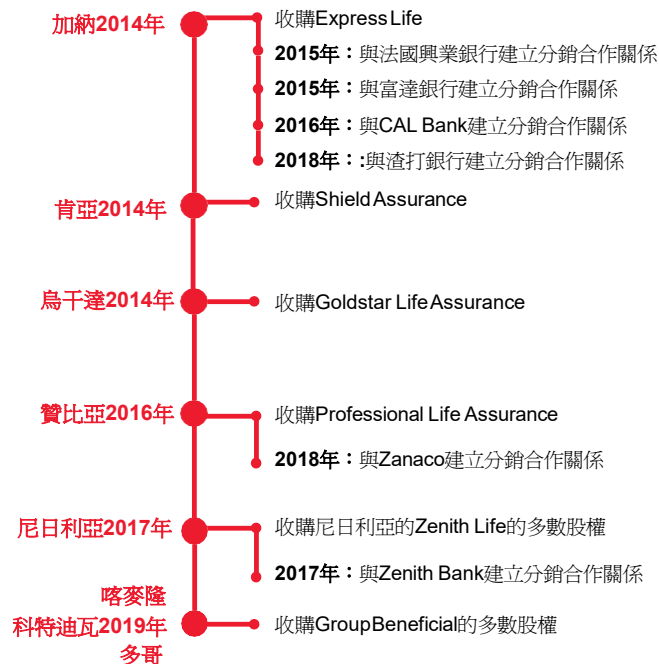
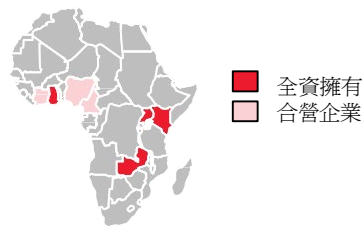
### 儲蓄及保障缺口

**2.7%**的保險滲透率<sup>3</sup>

不足亞洲**5.8%**<sup>4</sup>的一半

**37%**的非洲醫療支出來自自費支付<sup>6</sup>

## 我們的時間線



## 成果

逾**1,200,000**名客戶<sup>5</sup>

逾**11,000**名代理

觸達約**600**家分支機構

**8**個「百萬圓桌會議」國家

**2**家移動通訊合作夥伴

**各項業務**  
的表現優於市場

附註：數據截至2020年12月31日，除非另有註明

1. 聯合國經濟和社會事務部人口分部 (2019年)。《世界人口展望：2019年修訂版》
2. 非洲開發銀行 (2020年非洲經濟展望)
3. 德勤 - 新興市場，「日益增長的保險及挑戰—以非洲為重點」(Growing insurance & challenges with a focus on Africa) · 2019年
4. 瑞士再保險協會(Swiss RE Institute) Sigma · 2017年第3期
5. 不包括微型保險客戶，但包括本集團各項計劃的成員
6. 布魯金斯。《未來發展—填補非洲的醫療融資缺口》(Future Development-Closing Africa's Health Financing Gap) · 2019年

# 非洲

## 2020全年業務摘要

### 分銷

年度保費等值銷售額**1.12** 億美元

年度保費等值增長

**51%**<sup>1</sup>

### 代理

在所有**8**個市場擁有

**約11,000名**

符合「百萬圓桌會議」  
資格的代理人

年度保費等值  
銷售額增長

**71%**



### 銀行保險

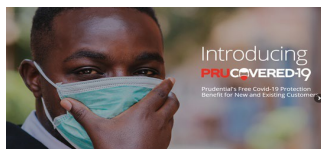
年度保費等值銷售額增長**84%**

優化  
策略  
合作關係

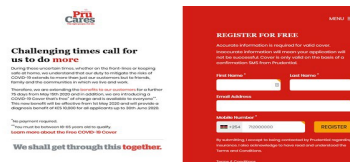


### 產品

為所有客戶提供**2019冠狀病毒病**保障



2019冠狀病毒病基本保障的**數碼**投保

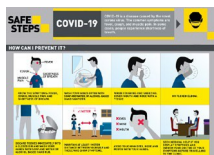


尼日利亞的**移動**保單



### 社區

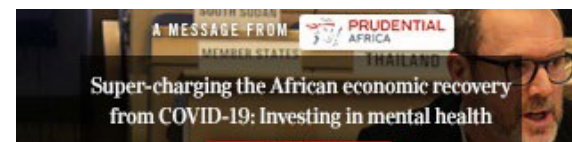
為所有市場設立**2019冠狀病毒病**社區抗疫基金



在非洲推廣**SafeSteps**，協助預防**2019冠狀病毒病**

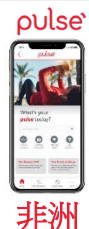


員工**心理健康**計劃



### 技術

**Pulse**於  
**4**個市場上線：  
喀麥隆、肯亞、尼日利亞、  
贊比亞



**Pulse**的一體化功能：

- 社區
- 健康追蹤
- 我的挑戰
- 獎勵錢包



數碼產品及  
支付錢包



客戶服務  
• 查看我的保單  
• 服務及理賠

由人工智能支持的健康資訊站

- 健康評估
- 人工智能評估症狀
- 自拍BMI
- 皺紋指數
- 尋找醫療院所
- 健康及健身資訊



附註：鑑於非洲業務相對不成熟，該業務未計入本集團的新業務銷售額及新業務利潤指標  
1. 固定匯率基準

# 美國部分



# 美國

## 主要特徵



### 美國財務表現，百萬美元

	2020全年	2019全年	%	2020年 上半年度
年度保費等值	1,923	2,223	(13)%	979
新業務利潤	601	883	(32)%	248
《國際財務報告準則》 經營溢利 <sup>1</sup>	2,796	3,070	(9)%	1,266
風險為本資本比率 (%)	347%	366%	(19) 個百分點	>425% <sup>2</sup>

# 美國資產投資 資產組合

美國資產投資明細<sup>1</sup>（2020年12月31日，十億美元）

	股東支持 <sup>2</sup>
債務證券	<b>36.0</b>
股票	0.3
按揭	7.8
其他貸款	4.5
其他 <sup>3</sup>	4.1
<b>總計</b>	<b>52.7</b>

股東債務證券組合（2020年12月31日）

	按發行人劃分的持有量				
	組合 十億美元	發行人 數目 <sup>6</sup>	平均 百萬美元	最高 百萬美元	BBB級以下 <sup>7</sup>
主權債券 <sup>4</sup>	5.2	7	735.9	5,121.1	0.0%
其他債券	29.7	1,180	25.2	232.8	2.5%
合併基金 <sup>5</sup>	1.1				3.1%
	<b>36.0</b>				<b>5.6%</b>
投資級	28.8	1,007	28.6	217.8	不適用
高收益	0.9	195	4.6	77.1	2.5%
	<b>29.7</b>				<b>2.5%</b>

附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值

1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入

2. 包括資產管理

3. 其他金融投資包括衍生資產、其他投資及存款

4. 在美國業務單位主權債券持有中，超過99%投資於美國政府

5. 主要由外部第三方（無追索權）借款撥款的合併基金中的資產，而本集團就此所面臨的風險僅限於Jackson持有的投資

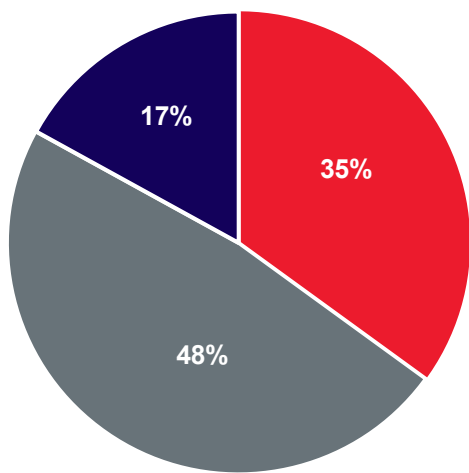
6. 按發行人集體基準呈列

7. 基於標準普爾、穆迪及惠譽的中間評級。若無法獲取，則採用美國全國保險監督協會評級

# 美國資產投資

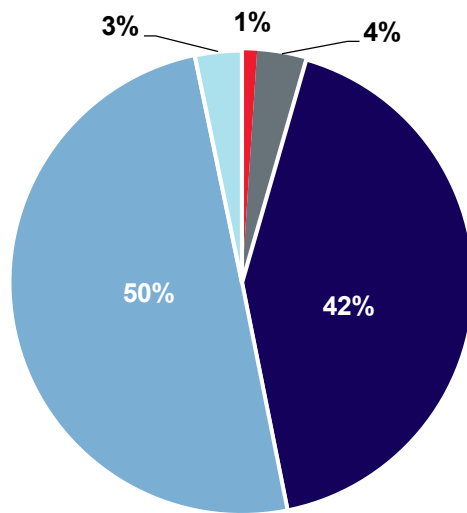
## 按信貸評級劃分的股東支持債務證券持倉<sup>1、2</sup>

### 其他政府債券



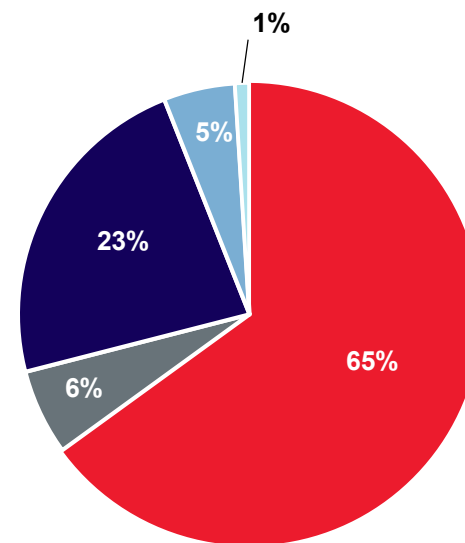
總計11億美元

### 公司債券<sup>3</sup>



總計254億美元

### 資產抵押證券



總計32億美元

評級：



附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值

1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入。截至2020年12月31日。

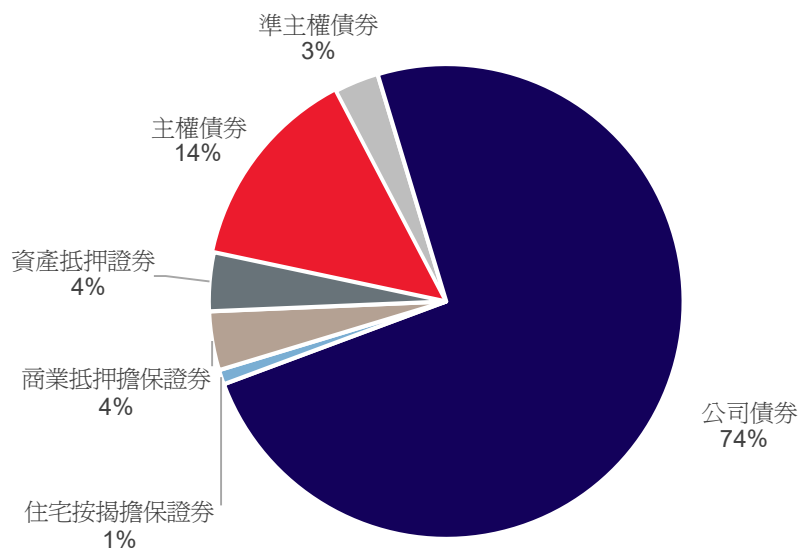
2. 基於標準普爾、穆迪及惠譽的中間評級。若無法獲取，則採用美國全國保險監督協會評級

3. 不包括主要由外部第三方（無追索權）借款撥款的合併基金中的公司債券，而本集團就此所面臨的風險僅限於Jackson持有的投資。若計及該等資產，美國公司債券組合中有93%屬投資級。

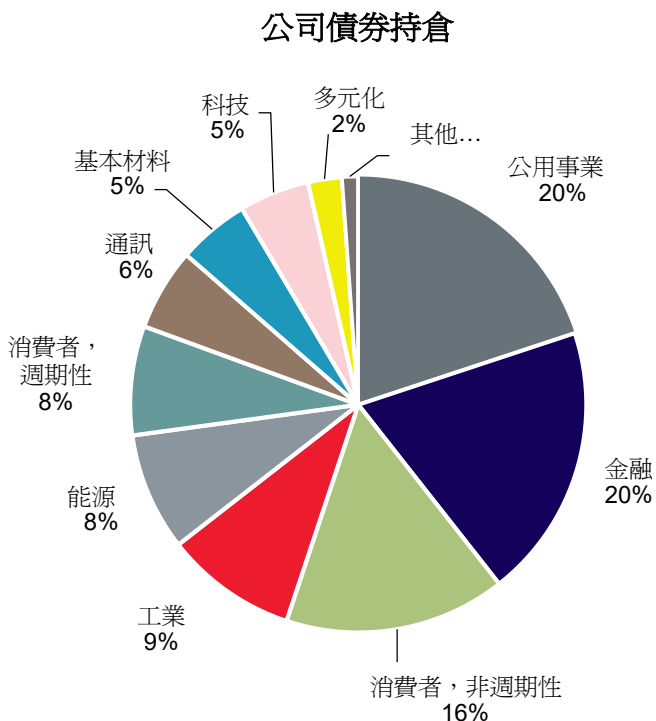
# 美國資產投資

## 股東支持債務證券持倉

按資產類別劃分<sup>1、2</sup>，2020年12月31日      按行業劃分<sup>1、2、3</sup>，2020年12月31日



總計360億美元



總計266億美元

### 公司債券組合<sup>4</sup>

#### 投資級

- 投資級佔重大比重
  - 投資級佔公司債券組合的97%
  - 公司債券投資級佔美國投資組合總額的48% (2007年：52%)
- BBB級持倉傾向於較高評級
  - BBB+級及BBB級佔BBB級持倉的82%
  - BBB-級僅佔美國投資組合總額的4%
  - 平均持有2,200萬美元來自102名發行人的BBB-級 (平均持有投資級公司債券組合總額：3,200萬美元)

#### 高收益

- 高收益公司債券相當於美國投資組合總額約2%
  - 持倉顯著減少 (2007年：>5%)
  - 平均持有500萬美元

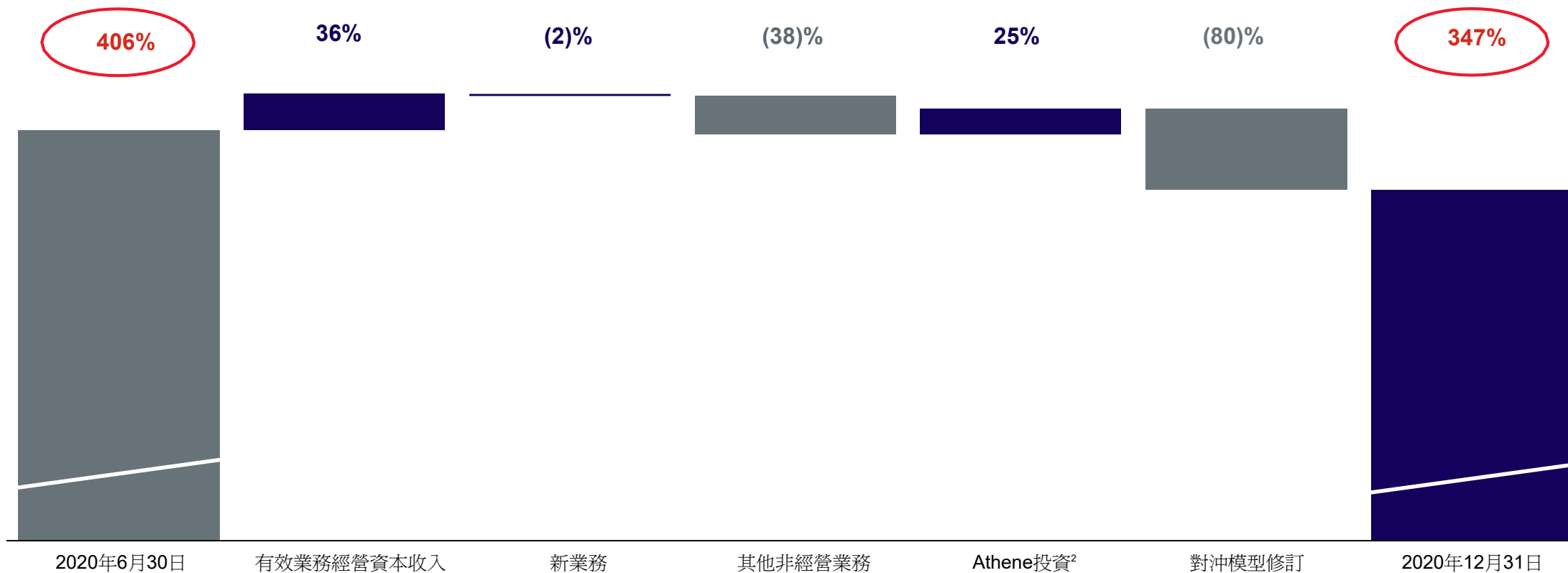
附註：資產按《國際財務報告準則》基準估值

1. 由於四捨五入，各數字加起來可能與總數略有出入
2. 包括主要由外部第三方（無追索權）借款撥款的合併基金中的資產，而本集團就此所面臨的風險僅限於Jackson持有的投資
3. 行業分類資料來源：Bloomberg Sector、Bloomberg Group及Merrill Lynch。若無法根據上述三個來源予以確認，則分類為其他
4. 不包括主要由外部第三方（無追索權）借款撥款的合併基金中的資產，而本集團就此所面臨的風險僅限於Jackson持有的投資。若計及該等資產，美國公司債券組合中有93%屬投資級

# 美國附錄

## 2020年下半年度風險為本資本比率發展

風險為本資本比率發展，2020年下半年度<sup>1</sup>



1. Jackson National Life

2. 於2020年7月，Athene Life Re Ltd向英國保誠的美國業務投資5.00億美元，以換取11.1%的經濟利益（涉及9.9%的投票權益）。



Prudential plc

英國保誠有限公司\*

2020年全年業績

2021年3月3日

\*僅供識別