



PRUDENTIAL

Prudential plc
二零二四年
业务概览



我们的宗旨

我们是保诚。

保障每个人生，我们与你同行。 诚就每个未来，我们为你守护。

我们的使命旨在透过向当代及新生代提供简单易用的理财和健康保障方案，成为其最值得信赖的伙伴和守护者。

财务摘要

新业务利润

31亿美元

增长11%⁽¹⁾

每股股息

+13%

至23.13美分⁽²⁾

每股股份的经调整税后
经营溢利

+8%⁽³⁾

及相关合约服务边际增加9%

二零二四年股东总回报

14亿美元⁽⁴⁾

(计及股息及股份购回)

二零二五年预期展望

新业务利润、产生的经营自由盈余总额、每股经营盈利及
每股股息

>10%⁽⁵⁾

加快至于二零二五年年底完成

20亿美元

股份购回计划

有效保险及资产管理业务产生

26亿美元

的经营自由盈余总额。

备考自由盈余比率⁽⁶⁾

204%

资本状况强劲

集团欧洲内含价值权益

442亿美元

相当于每股1,664美分⁽⁷⁾

附注：增长率均按固定汇率基准计算，另有注明者除外。

⁽¹⁾ 按欧洲内含价值基准计算，并已撇除利率及其他经济变动的影响。

⁽²⁾ 按实际汇率基准计算。

⁽³⁾ 按与二零二三年一致的基准计算(未计就我们于马来西亚传统寿险业务的非控制权益作出的调整)。

⁽⁴⁾ 二零二四年的股息约为6亿美元，股份购回近8亿美元。

⁽⁵⁾ 新业务利润按传统内含价值基准计算，二零二五年的每股基本盈利基于经调整税后经营溢利计算，每股股息按实质汇率基准计算。

⁽⁶⁾ 二零二四年十二月三十一日的备考自由盈余比率已计及将于二零二五年完成的12亿美元股份购回、派付二零二四年第二次中期股息及印尼伊斯兰银行的交易)。

⁽⁷⁾ 包括商誉。

千万客户信赖的合作伙伴

我们的人寿、健康保险及资产管理解决方案服务亚洲及非洲24个市场逾1,800万名客户。我们的总部位于香港，并于香港联合交易所(2378)及伦敦证券交易所(PRU)拥有双重第一上市地位。

- 我们的市场
- 寿险—提供健康及保障等一系列产品
- 资产管理



卓越的投资策略

订有明确的策略，透过营运及财务纪律，加快创造价值



客户

到二零二七年实现
净推荐值评分*

第一个四分位



雇员

到二零二七年实现
敬业度评分*

第一个四分位



股东

二零二二年至二零二七年新业务利润⁵

复合年增长率达15%至20%

且于二零二七年产生至少44亿美元的经营自由盈余^{5*}



社区

到二零五零年实现净零

加权平均碳密度*到二零三零年降低55%

遍及亚洲及非洲的
广阔业务版图

总人口

40亿²

未来10年市场增长规模

约1万亿美元³

雄厚而强韧的资本
实力

雄厚而强韧的资本实力，反映保
诚注重质素的长期策略。

超出集团订明资本要求的集团监
管股东覆盖率达

280%

在庞大的保障需求
及日益增加的财富
推动高增长的寿险
及储蓄市场占据领
先位置。



于十个亚洲
寿险市场位居

前三¹



于三个非洲
寿险市场位居

前三¹

颇具规模的多渠道
分销

月均活跃代理达

约65,000名*

在亚洲银行保险业界的独立保险
公司中排名

第一⁴

瀚亚

我们的泛亚洲资产管理公司
业务规模可观、市场地位领先

**管理基金
2,580亿美元**

于11个市场拥有

逾400名

专业投资人士

* 我们在本报告中讨论表现时所使用的关键指标的定义载于年度报告词汇的「表现指标释义」。

(1) 除非另有注明，否则均按二零二四年全年度呈报资料。资料来源包括官方(例如竞争对手业绩公告、当地监管机构及保险协会)及非官方(业界交流)市场份额数据。排名基于新业务(年度保费等值销售额、加权新业务保费、零售加权已收保费、全年度保费或加权首年保费)或毛保费收入(视乎可获取的数据)。香港排名基于年度保费等值销售额；就中国内地、台湾及缅甸而言，按外资保险公司排名；就印度而言，按私营公司排名。基于截至二零二四年十一月止十个月的市场；泰国：截至二零二四年九月止九个月；中国内地、香港、马来西亚、乌干达(非洲)；截至二零二四年三月止三个月；PPMZ(非洲)；以及二零二三年全年度：老挝、赞比亚(非洲)、加纳(非洲)、尼日利亚(非洲)及肯尼亚(非洲)。

(2) 资料来源：联合国经济和社会事务部人口分部，二零二二年全球人口预测。

(3) 资料来源：瑞士再保险(Swiss Re)预测(二零二三年七月)二零三三年度毛保费收入相较二零二二年的预计增量。

(4) 按当地监管机构、行业协会二零二二年全年度数据及保诚内部数据计算。估计基于市场情报(若数据并未公开)。

(5) 该等目标采用二零二二年十二月的汇率，并基于该等目标设定时适用于本集团的监管及偿付能力制度。目标假设同一套传统内含价值及自由盈余的方法将在整段期间内适用，且不会有重大的经济假设变动。

快速而广泛地复制成功的组织模式

多市场增长引擎

大中华区

东盟

印度

非洲

策略支柱



提升
客户体验



以科技驱动
的分销



健康业务
模式转型

集团层面的推动要素



开放式结构的科技平台
及高效的业务营运



敬业的员工及
追求卓越表现的文化



理财及投资能力

为所有持份者缔造价值



客户



雇员



股东



社区

管理风险

周详的风险管理，兼顾员工、客户、监管机构及股东的利益

以本集团可持续发展策略的三个支柱为基础

简单易用的健康及财务保障 • 负责任投资 • 可持续发展业务