



友邦保險控股有限公司 2025年 可持續發展報告
分節報告

財務共融



財務共融

財務共融

友邦保險與財務共融 03

我們在各個市場推行的措施 04

實踐財務共融的實例 05

為柬埔寨農村社區女性賦能 05

提升南韓農村社區的理財知識 06

提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心 07

聚焦印度各邦的財務共融計劃 08



保險是建立抗逆力的重要支柱。配合公共政策的支持與創新科技應用，保險能夠發揮推動經濟賦能及維持長期財務穩定的積極作用。當個人與家庭獲得週全保障，便會更有信心掌握機遇、投資未來，全面投入經濟活動。

曹安美 (Amita Chaudhury)

集團可持續發展主管

友邦保險致力為亞洲經濟建立韌性，收窄保障缺口，而財務共融是實踐這個承諾的關鍵因素。

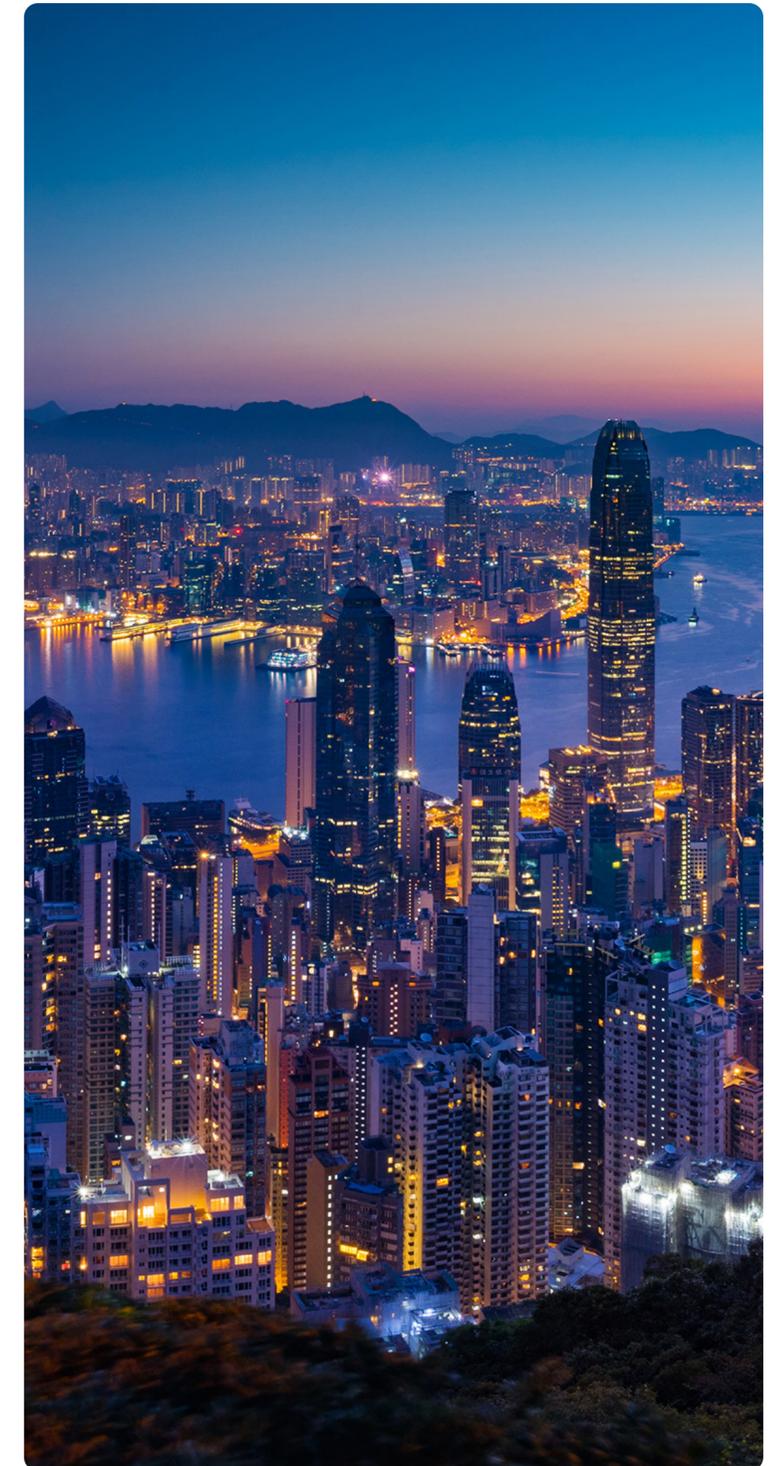
在2025年，我們繼續協助大眾更易獲得金融產品和知識，並在多個市場推出數碼平台，提供更多簡單實用的保險解決方案。

我們亦透過針對性的計劃、夥伴關係及數碼工具，努力提升社群的金融知識水平，幫助客戶深入了解保險儲蓄及長期規劃。

我們確保個人和企業均能獲得可負擔和負責任的金融產品與服務，並以可持續的方式提供相關服務。藉著推廣理財教育和提供普及的保障方案，我們正在協助打造更具韌性的社區。

協助應對全球挑戰

財務共融有助推動八個聯合國可持續發展目標，包括目標1（無貧窮）、目標3（良好健康與福祉）及目標10（減少不平等）。優先推動財務共融可以促進經濟穩定、降低脆弱度，並加快轉型至更具可持續性和公平的全球經濟。



友邦保險與財務共融 我們在各個市場推行的措施

友邦保險與財務共融

財務共融的社群及階層

綜觀亞洲區，監管機構、決策官員及保險公司已經識別了可以藉著加強財務共融而受惠的社群與階層，包括得不到充分服務，並受到疾病、經濟衝擊和自然災害威脅的個人與企業¹，以及金融知識水平偏低、難以接觸正規金融體系，因而無法獲得充足或可負擔保險保障的社群。

塑造更穩健的未來

在確保個人、社群及企業獲得發展所需的保險保障方面，保險公司、監管機構和政府均發揮關鍵作用。

作為財務共融的重要支柱，保險有助降低脆弱度，提升個人突然面對財務壓力時的抗逆力。友邦保險將繼續提供可負擔、方便和創新的方案，以滿足弱勢社群的需要。其中包括：

→ 與政府、監管機構和當地社群合作，為在財務、際遇或社會方面處於弱勢的客戶提供適合的產品、服務與知識。

- 支持推廣理財知識的計劃，賦能社群掌握管理自身財務未來的知識。
- 提升亞洲各地民眾及社群的長期可持續財務健康。
- 積極了解個人及企業客戶，以及我們所服務的不同社群，從而提供共融創新的產品及解決方案，全面滿足其需求。



財務共融可持續發展目標



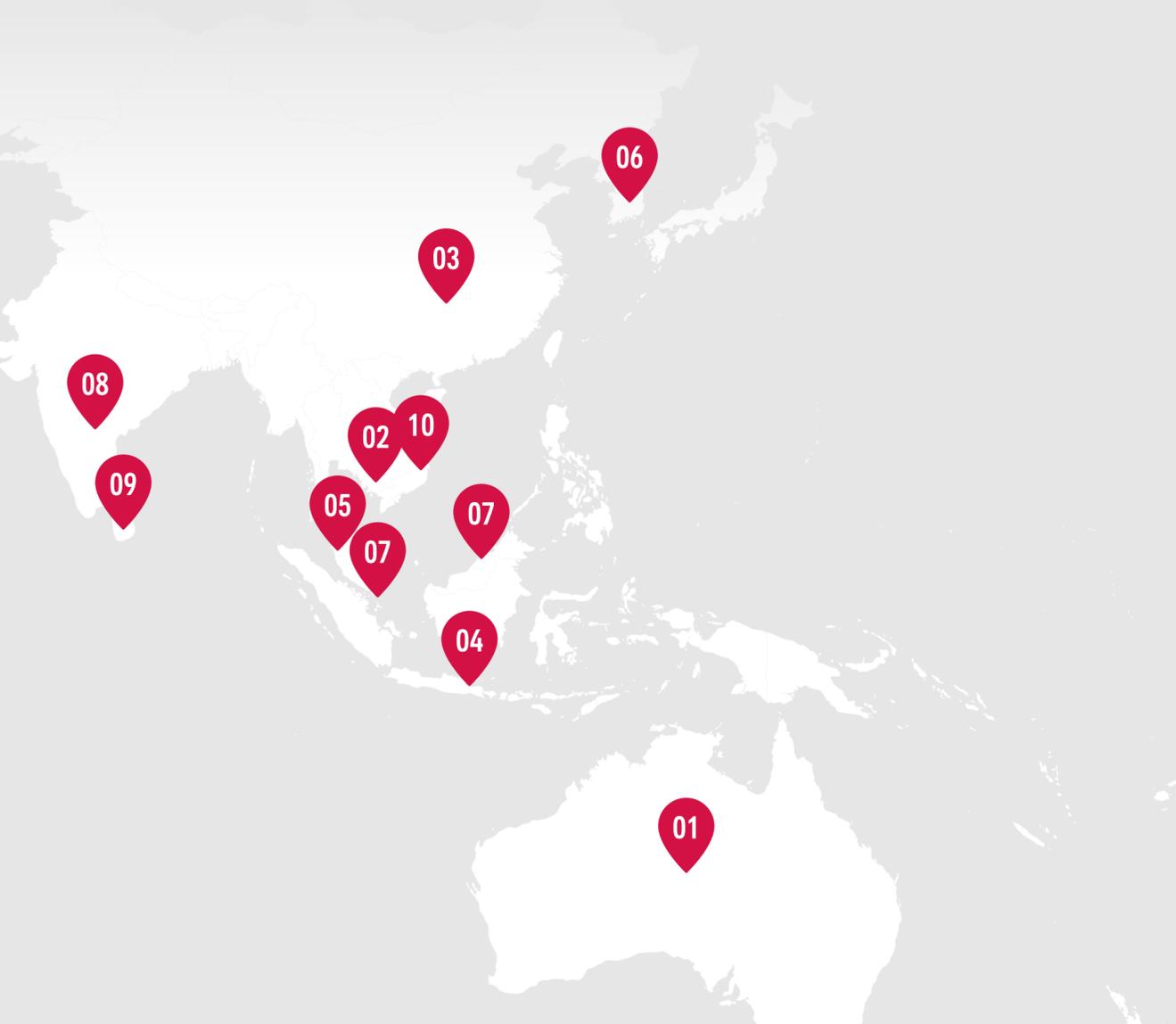
社群及階層

長者	女性	偏遠及農村人口	微型、小型及中型企業 (微小中型企業)
傷殘人士	零工工作者	低教育人士	高風險職業
低收入人士	容易受災地區	低理財知識	地域及數碼渠道限制
孤兒／自力更生的青年			

1. 世界銀行—The Road to Financial Resilience (The Road to Financial Resilience | The Partnership for Economic Inclusion)

友邦保險與財務共融 我們在各個市場推行的措施

我們在各個市場推行的措施



在各個市場的當地業務單位領導下，友邦保險一直致力於區內推行財務共融措施，以涵蓋傳統上得不到充分服務的客戶群。

友邦保險澳洲



01

→ 「互動及教育」(Engage and Educate) 數碼計劃旨在提升團體人壽保險計劃成員的保險知識，協助他們深入了解其保障範圍、福利及財務保障的重要性。

友邦保險柬埔寨



02

→ 透過與婦女事務部簽署諒解備忘錄，友邦保險柬埔寨為女性提供健康及理財知識計劃，提升她們的生理、心理及財務健康水平。

友邦保險中國



03

→ 友邦保險中國為長者、青年、少年及殘疾人士等群體推出全年的理財教育及推廣活動，當中具影響力的『友+未來星』青少年財商教育計劃，致力提升年輕人及家長的理財意識。

→ 為滿足中國人口老齡化的需要而建立廣泛的養老退休網絡。這個網絡包括70多個城市的逾500家機構，涵蓋9類的養老機構，包括持續關懷退休社區、復康醫院及認知障礙症護理中心。這個養老生態圈專為45歲以上的客戶提供服務，自推出以來已有20萬名客戶使用本服務。健康及養老生態圈現已覆蓋350萬名客戶。

友邦保險印尼



04

→ 「AIPedia」是一個數碼學習計劃，旨在提高大眾的理財及保險知識。由理財規劃專家主持的網上研討會以農村社區的學生和青年為目標，分享有關編制預算、儲蓄、穩健投資與保險的實用建議。

→ 友邦保險「Switch Up Generation」活動啟發年輕專業人士和有志創業者在健康、財務及個人成長方面作出積極改變。活動包括講座與互動環節，旨在建立參加者的信心及抗逆力。

友邦保險馬來西亞



05

→ 「友邦保險Penyala Harapan獎學金計劃」(AIA Penyala Harapan Scholarship Programme) 資助於馬來西亞國際伊斯蘭大學 (Universiti Islam Antarabangsa Malaysia) 修讀伊斯蘭銀行、金融或法律學位課程，並來自低收入家庭的大學一年級學生。該計劃體現友邦保險致力培育未來領袖，讓他們將來為社會作出貢獻。

→ 透過與馬來西亞最大電子錢包公司TNG Digital Sdn. Bhd組成的策略性合作夥伴關係，提供便捷的數碼保險方案。

友邦保險南韓



06

- 製作中英雙語指南，為外籍保單持有人在保險流程的每個階段提供協助。
- 專為中學生而設的「自由學期」(Free Semester) 教育計劃，幫助他們建立良好的理財習慣，支持他們建立長遠的經濟自主能力。
- 「Grutergi營地」(Grutergi camp) 向在政府和院舍設施成長且沒有父母照顧的孤兒及自力更生的青年提供理財教育、職業輔導、獎學金及藝術治療。
- 「財務共融青年外展計劃」(Financial Inclusion Youth Outreach Programme) 為農村學校和社群而設，提供以流動裝置為本的理財管理培訓。該計劃已擴展至殘疾人士學校，讓更多學生獲得理財教育。

友邦保險新加坡及友邦保險汶萊



07

「簡明英語計劃」(Plain English Initiative) 致力精簡保險文件，使其清晰易懂。該計劃已獲「簡明英語運動」(Plain English Campaign) 頒發「水晶標誌」(Crystal Mark) 認證。

TATA AIA



08

- 與位於泰米爾納德邦 (Tamil Nadu) 的非政府組織DHAN Foundation - People's Mutual合作，向農村社區及生活在貧窮線以下的女性介紹保險如何帶來財務保障。
- 在西孟加拉邦 (West Bengal) 及米佐拉姆邦 (Mizoram) 等服務覆蓋不足的邦份推出針對性的社交媒體推廣活動，運用當地語言及文化背景，使財務保障訊息易於產生共鳴和提升成效。
- 「Jagruti理財知識」計劃 (Jagruti Financial Literary programme) 透過教授財務獨立、社會保障計劃和儲蓄策略，為弱勢社群賦能。

友邦保險斯里蘭卡



09

- 「友邦保險退休基金計算機」(AIA Retirement Fund Calculator) 是一款容易使用的數碼工具，斯里蘭卡大眾可以運用其所提供的寶貴意見作退休理財規劃。
- 「AYA Surakina AIA」計劃透過以女性為本的保險產品與服務、財務知識教育、技能培訓，以及提供人脈與資訊的渠道，為女性提供支援並提升其自主能力。

友邦保險越南



10

「人壽保險：正確認識」(Life Insurance : Understand it Right) 媒體宣傳活動致力提升大眾的財務知識，透過釐清常見誤解及簡化複雜概念，為消費者提供必要的保險及理財資訊。

為柬埔寨農村社區女性賦能 提升南韓農村社區的理財知識 提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心 聚焦印度各邦的財務共融計劃



個案研究

為柬埔寨農村社區女性賦能

於2022年,友邦保險柬埔寨與婦女事務部合作推出「促進柬埔寨女性健康及財務福祉」計劃(Promote Health and Financial Wellbeing for Cambodian Women)。該計劃旨在解決女性在取得醫療保健及理財教育時所面對的系統性障礙,特別是在獲取途徑仍然有限的農村、沿海及山區。

在柬埔寨,逾60%¹的15至49歲農村女性面對至少一種醫療保健障礙,而她們獲取有關服務的限制可能性較城市人口高出2至4倍²。文化規範亦進一步限制大眾公開討論健康及財務議題,令這些女性更容易受到非傳染性疾病及財務不穩定的影響。

這個計劃是柬埔寨首個由保險主導,並結合健康和理財知識的女性倡議,而在2022年至2025年期間,當地團隊於六個省份舉辦了64場教育論壇,接觸全國逾1.5萬名女性及其家庭。這些活動提供預防性保健、家庭預算編制和領導才能方面的實用技能,協助女性為家庭作出明智的決策。

憑著這個項目的成功經驗,團隊將合作範圍擴展至磅通省(Kampong Thom)和茶膠省(Takeo),並延期至2028年,惠及兩省接近200萬人口。

1. 2021年至2022年柬埔寨人口與健康調查
2. 刊載於《柬埔寨公共衛生期刊》(Cambodia Journal of Public Health)的2024年研究報告

影響力

舉辦 **64** 場論壇
(2022年至2025年)



逾 **1.5**
萬名女性及其家庭受惠



該計劃擴展至六個省份

六個省份
(2022年至2025年)



提升對預防性保健及理財規劃的意識



增強服務不足的女性對保險的信任



為柬埔寨農村社區女性賦能 提升南韓農村社區的理財知識 提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心 聚焦印度各邦的財務共融計劃



個案研究

提升南韓農村社區的理財知識

友邦保險韓國的「財務共融青少年外展計劃」(Financial Inclusion Youth Outreach Programme) 為學生, 包括居住在農村地區的視障青少年, 提供實用的財務知識, 協助他們從小建立健康的理財習慣。

為了應對務安郡 (Muan-Gun) 及龜尾市 (Gumi-si) 等服務不足地區的低財務知識水平, AIA 韓國消費者保障 (CP) 團隊的義工前往學校開展度身訂造的財務教育課程, 支援金融保障不足的農村社區。這些具互動性的課堂涵蓋儲蓄、資產與信貸管理、保險、風險管理及防詐騙等重要主題, 並透過遊戲和問答活動提升學生的參與度。

在2023年4月, 該計劃擴展至清州孟氏盲人學校 (Cheongju Maeng School for the Blind), 讓視障學生亦能在無障礙環境下獲得理財教育。

儘管在計劃初期, 團隊於接觸偏遠學校和製作共融教材方面遇上挑戰, 但計劃仍能穩步推進。截至2025年, 友邦保險韓國已為11所學校提供了26個小時的理財教育, 接觸逾385名學生, 協助他們建立應對財務風險的抗逆力。

老師的正面評價

「這個課程極具價值, 讓我學到日常資產管理和防範語音網絡詐騙的實用技巧。我期望將來能夠繼續發展本計劃。」

「個案因應學生水平而設計, 講解方式深入淺出, 本課程提供了很多可應用於日常生活的實用觀點。整體而言, 本計劃令人感到非常滿意。」

影響力:

提供 **26** 個小時理財教育



11 間學校參與



接觸逾 **380** 名學生



為柬埔寨農村社區女性賦能 提升南韓農村社區的理財知識 **提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心** 聚焦印度各邦的財務共融計劃



個案研究

提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心

配合印度保險監理發展局 (IRDAI)「2047年全民保險」(Insurance for All by 2047)的目標，Tata AIA推出旗艦財務共融計劃「Jagruti」，旨在增加人壽保險的普及度，並提升滲透率仍然偏低、服務覆蓋不足社區的理財意識。

儘管政府提供了多項福利計劃，但由於外展工作範圍有限、語言障礙及理財知識水平偏低，導致印度弱勢社群的參與率仍然較低。這些差距令數以百萬計人口缺乏充足的保障或儲蓄，以及非正式勞工與低收入家庭更長期處於困境。

「Jagruti」透過舉辦社區主導的理財知識講座來應對這些挑戰，以簡單易明的方式講解儲蓄、投資、保險及退休規劃。該計劃為家務助理、司機、清潔工及保安人員等提供實用的工具，讓他們有信心作出明智的理財決策。

運作方式

- 由受過培訓的Tata AIA義工主持互動小組講座
- 使用因應地區調整的語言和符合當地文化的實例，增加參加者的參與度及對財務的理解
- 內容簡明、視覺效果豐富及吸引參加者投入參與，以克服知識水平障礙
- 於排燈節及聖誕節等節日期間舉行講座，方便大眾參加，有助普及講座內容
- 涵蓋各項相關核心課題，包括政府計劃、社會保障、人壽及健康保險

由具備相關知識的保險專業人士親身傳授，「Jagruti」將複雜的理財概念轉為易於產生共鳴的資訊，從而建立信任，並促進長遠的財務抗逆力。

本計劃培養服務不足社區的理財意識，鞏固Tata AIA對社會責任的承諾，並為友邦保險各個市場奠定最佳實踐基準。

至今的影響力:

惠及多個地區逾 **2** 萬名人士

接觸了生活在貧窮線以下的家庭、女性及非正式勞工

提升理財意識及對保險的信任

為柬埔寨農村社區女性賦能 提升南韓農村社區的理財知識 提升印度服務覆蓋率偏低社區的理財信心 **聚焦印度各邦的財務共融計劃**



個案研究

聚焦印度各邦的財務共融計劃

Tata AIA在西孟加拉邦 (West Bengal) 及米佐拉姆邦 (Mizoram) 推行為期多年的財務共融計劃，結合實地外展工作與具文化特色的互動活動，有助增進理解、建立信任，並加快在服務不足的農村與偏遠社區推廣人壽保險。

由於語言障礙、人口分散，以及地形複雜等因素，使得偏遠地區的保險覆蓋率依然偏低，並造成基層民眾在獲取保險服務上的困難。這些因素也導致當地居民對保險的認知及信任度有限。

為克服這些挑戰並支持印度保險監理發展局在邦份層面實現「2047年全民保險」的議程，Tata AIA採取全面的外展策略：

- 透過宣傳車、知識推廣營及每月舉行的保險理財知識日擴大接觸範圍
- 為各邦設計專屬吉祥物、多語內容和地方敘事者，確保符合當地文化
- 與鄉村企業家 (Village Level Entrepreneurs)、公共服務中心 (Common Service Centres)、政府官員及其他保險公司合作，強化分銷網絡和擴大影響力

該計劃取得實質成效，過往從未考慮購買人壽保險的家庭，現在能以地方語言深入了解各個保障方案。在家居附近提供指導及跟進支援服務，有助充分裝備住戶，讓他們更有信心了解合適的保障計劃。值得注意的是，這兩個邦份的保單投保增長已超越廣泛趨勢，理財知識及對保險的信任亦顯著增強，進一步推進印度的共融目標。



網上影響力：

透過付費推廣活動接觸

260 萬人



專設的多語網站 (米佐語、英語及孟加拉語) 錄得

80 萬次瀏覽量



社交媒體的自然觸及人數達

1,400 萬



覆蓋 **3,492** 個地點



西孟加拉邦保險意識宣傳車：

行駛超過 **1,100** 公里，橫跨12個地區及30個地點

逾 **2,500** 名參與者；1,142人參加推廣營

透過派發單張活動接觸 **2.8** 萬人

理財知識推廣營：

由州政府推出的國家理財教育委員會 (NCFE) 計劃，接觸 **30** 萬人

為跨性別社群舉辦講座

為微型及中小企業舉辦 **200** 場講座



友邦保險控股有限公司 2025年 可持續發展報告

不同持份者的反饋對於我們繼續改進可持續發展表現及披露實踐至關重要。

如果閣下有任何問題、意見或反饋，請透過電郵groupsustainability@aia.com或以下地址與我們的集團可持續發展團隊聯絡：

集團可持續發展團隊

香港灣仔司徒拔道1號友邦大廈12樓