2026-02-07 MCV101

> 日期和時間： 2026-02-06 15:03:55
> 地點：[插入地點]
> [插入標題]

`MCV市場開發` `保險銷售技巧` `養老金缺口`

主題

本講座為FCB101培訓課程摘要，由講師Monica主講，旨在協助保險代理人開發2026年的MCV（內地訪客）及新香港人市場。內容涵蓋中國人口老齡化趨勢、社保與養老金缺口分析、資產結構轉型機遇，以及如何克服信任障礙與進行合規銷售。課程詳細解析了客戶畫像、針對性的產品組合（如儲蓄、醫療、年金），並介紹了iPOS系統更新及「一大日競賽」激勵計劃，致力於提升代理人的專業認知與實戰技巧。

要點

1. 講師Monica（鄭）擁有大陸背景及8年左右的一線銷售經驗。
2. 課程名稱為FCB101，時長約兩個小時。
3. 現場一半以上是香港local同事，部分同事已做過兩張含兩張以上MCV單。
4. 課程旨在幫助同事在2026年的MCV市場業務上有更大進步。
5. MCV市場開發常見難點：缺乏人脈資源。
6. MCV市場開發常見難點：客戶對保險不信任（特別是經濟欠發達地區）。
7. MCV市場開發常見難點：對內地社保及內地商業保險產品瞭解有限。
8. MCV市場開發常見難點：如何合規地與客戶溝通。
9. 課程目標一：瞭解MCV市場現狀和前景，解決為什麼要做的問題。
10. 課程目標二：全面瞭解MCV客戶分類與需求，解決怎麼談的問題。

金句

- `"我不投資我不懂的生意。"-- Speaker 1 《巴菲特》`
- `"真正愛情是要雙向奔赴的，所以客戶也得認識到他是需要保險的，才會有我們跟別人去聊的機會。"-- Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於客戶需求的探討》`

- "我給不給自己買保險，說白了，是我認不認可自己的價值。"-- Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於人均可支配收入與保險關係的探討》
- "很多有的時候簡單的東西，我們把它再現出來，不一定是為了說服客戶，可能客戶本身就已經知道了，但是你可以有機會跟他去做一個共鳴。"-- Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於銷售溝通技巧》
- "保險是時間的玫瑰，再好的產品不給他足夠的時間，可能也達不到你理想的那個數字。"-- Speaker 1 《課程講師》
- "世界上沒有任何一個國家像中國這樣未富先老。"-- Speaker 1 《課程講師》
- "在某一個階段是一個很好的，但是在某一個階段可能就成為一個社會很大的一個障礙。"-- Speaker 1 《關於日本老年破產的紀錄片討論》
- "我一天的看診量可能是你一個月的工作量。"-- Speaker 1 《電影《北京遇上西雅圖》》
- "我知道您的時間很寶貴，但是我這麼想，您的這個商業帝國非常的大，很有實力，就類似是泰坦尼克號，我造船沒有您厲害，但是我是專門造救生艇的。"-- Speaker 1 《一位臺灣的前輩》
- "人在哪，錢在哪，風險在哪。"-- Speaker 1 《課堂內容》

章節和主題

FCB101課程目標

> FCB101課程是基於下半年收集到的需求而開設的定製課程，旨在解決代理人在MCV（內地訪客）市場開發中的痛點，提升業務能力。

- **關鍵點**
    - 對MCV市場的現狀和前景有更深入的瞭解，明確為什麼要做這個市場。
    - 對MCV客戶進行分類並深入瞭解其需求，掌握基礎類型客戶的談單思路。
    - 學習並掌握與MCV客戶交流的具體方式、方法和技巧，以促進成交並確保合規。
- **講解**

  課程設計圍繞三個核心維度展開：市場認知（Why）、客戶認知（Who/What）以及技能應用（How），通過兩個小時的培訓幫助代理人建立信心並掌握方法。

MCV業務常見挑戰

> 代理人在開發MCV市場時普遍面臨的四類主要障礙。

- **關鍵點**
    - 人脈資源匱乏：不認識內地客戶，不知道如何開啟生意。
    - 信任基礎薄弱：客戶對保險行業或產品存在不信任感。
    - 專業知識盲區：代理人對內地社保體系及內地保險公司產品缺乏瞭解。
    - 合規操作疑慮：不知道如何既能推動生意又能符合監管要求的進行溝通。
- **講解**

  講師通過課前調研和現場互動，總結了阻礙代理人開展MCV業務的主要因素，這些因素是課程內容針對性解決的重點。

- **Examples**

  > 尤其是一些來自經濟相對沒有那麼發達地方的客戶，他們可能在保險理念上還有很長的路要走，表現為對保險的不信任。

    - 這是市場開發中的心理障礙，需要代理人具備耐心和教育客戶的能力。

  > 代理人可能知道客戶有社保或買過大陸商業保險，但具體保什麼、保障情況如何並不清楚，尤其是Local同事。

    - 這是專業知識的盲區，直接影響代理人能否準確分析客戶缺口。
- **註意事項**
- 對於Local同事，需要特別加強對內地社保和現有商業保險的認知。
- 在溝通時需兼顧生意發展與合規性。
- **特殊情況**
- 如果遇到經濟相對不發達地區的客戶，需要預期其保險理念可能較弱，需要更多的時間進行理念疏通。

MCV市場宏觀機遇與資產結構

> MCV保險市場的宏觀機遇分析，基於人口、經濟增速及資產結構。

- **關鍵點**
    - 中國經濟體量全球第二，增速4.8，保險發展潛力大於老牌發達國家。
    - 中國居民資產配置：房產佔比超過60%（第一），其次是存款和現金，股票排第三。

    - 市場轉型機遇：客戶正面臨從房產/現金向其他資產形式轉型的階段，市場空間巨大。
- **講解**

  雖然中國人口呈下降趨勢，但仍有14億人口基數，且經濟體量全球第二，增速4.8在排名前十的國家中依然很快。相比發達國家保險市場已趨於成熟，亞洲（如中國、印度）等人口眾多且經濟發展迅猛的國家，是保險業的主要增長機會。此外，中國居民資產結構過度依賴房產（>60%）和現金，隨着時代變化，資產轉型需求巨大，市場潛力將持續至2050年。

- **註意事項**

- 在與客戶交流時，不僅要講「是什麼」，還要講「為什麼」，例如為什麼公司專注亞洲市場（經濟增長點在亞洲）。

- 溝通時應尋求與客戶的同頻和共鳴，而不僅僅是說服。

- 要意識到社會經濟變化很快，客戶的資產配置觀念可能滯後（如十年前與現在對房產的態度），需要引導。

- **特殊情況**

- 如果遇到客戶質疑為什麼專注亞洲市場，應解釋經濟增長點多在亞洲，說明公司對市場的了解。

- 如果客戶仍持有「房產和現金為王」的舊觀念，應指出近十年的經濟變化，引導其認識到資產配置轉型的必要性。

收入水平與保險滲透率關係

> 人均可支配收入與壽險市場發展階段的關聯性分析。

- **關鍵點**

    - 人均可支配收入7000-10000美金：壽險爆發期（當前階段）。
    - 購買動機：對自身價值的認可（能掙錢即值錢）及對健康長壽的追求。
    - 未來趨勢：人均收入2萬美金後進入財富管理成熟期，預計還有約25年的發展紅利期（至2050年）。
- **講解**

  當人均可支配收入達到7000到1萬美金時，壽險滲透率會呈井噴狀態。中國目前（2025-2030年）正處於此階段。原因在於：1. 收入提高代表個人價值提升，如同給貴重物品買保險，人也會為自己的價值買保障；

2. 經濟寬裕後，人們希望有病能治、延長壽命以享受生活。當收入超過2萬美金後，市場將進入財富管理階段。

- **註意事項**

- 理解客戶購買保險的深層心理：一是對自身價值的認可，二是生活水平提高後對生命質量的重視。

老齡化與養老挑戰

> 中國老齡化現狀及帶來的養老、退休挑戰。

- **關鍵點**
    - 中國老齡人口數據：60歲以上3億人，65歲以上2億人，50-60歲預備老齡人口2億人。
    - 客戶需求驅動力：老齡化、少子化、退休規劃。
    - 養老金壓力：隨着壽命延長（長壽風險），養老金支出規模巨大。
- **講解**

  客戶認可保險的三大原因為：老齡、少子、退休。中國面臨嚴重的老齡化問題，60歲以上人口達3億，65歲以上2億，50-60歲還有2億。龐大的退休人群對社會養老金體系構成巨大挑戰，單靠國家統籌難以維持高質量的退休生活。

- **Examples**

  > 武漢大學年初為退休老教師舉辦壽宴。數據顯示：全校退休教師共7424名。其中100歲以上7位，90歲以上500多位，80歲以上2000多位。

    - 假設平均每人每月退休金1萬元。
    -
    - 一年僅退休金支出就接近10個億。
    - 通過此賬單展示單一機構面臨的巨額養老負擔，映射全社會的壓力。
- **註意事項**

- 利用具體案例（如高校退休教師）的數據衝擊力，讓客戶感知到社會整體的養老金支付壓力。

基礎常識與社保知識

> 課程互動環節中涉及的地理、飲食及社保基礎知識。

- **關鍵點**
    - 省會區分：廈門非省會（福州是），青島非省會（濟南是），貴陽是省會。
    - 退休金水平：西藏平均水平最高（高於北京上海），源於政府補貼。
    - 社保繳費：課程中強調「失業保險」為不需要個人繳費的項目。
- **講解**

  通過互動問答普及基礎常識：1. 省會知識（濟南是山東省會，福州是福建省會，貴陽是貴州省會）；2. 飲食習慣（江蘇口味偏甜，不似四川、湖南、江西吃辣）；3. 退休金水平（西藏因高原補貼及高齡人口相對較少，平均退休金水平最高，2025年數據顯示為第一）；4. 社保繳費（課程中指出失業保險是不需要個人繳費的，僅公司繳費）。

人口結構與老齡化數據

> 中國人口老齡化現狀、未來趨勢及對社會撫養比的影響。

- **關鍵點**
    - 目前50歲以上人口有5個億
    - 勞動人口將從70%下降到2050年的60%
    - 2050年老齡人口佔比將近31%，撫養比接近70%
- **講解**

  講師分析了從50歲以上人口的總量（5個億）到未來的勞動人口比例下降（70%降至60%）。通過撫養比的概念（100%即一個年輕人養一個老人）說明壓力，指出到2050年撫養比將接近70%。

- **Examples**

> 對比2026年與2050年的人口分佈圖。2026年還是中間多兩頭少，
> 但2050年變成了一根「血糕」，年輕人作為社保主力在底部變少，
> 老年人在頂部變多。

    - 展示人口結構圖形的變化
    - 強調80後在2050年時的處境（最慘）
    - 引導客戶思考自己在圖中的位置

嬰兒潮與退休潮

> 歷史嬰兒潮對當前及未來社保基金消耗的影響分析。

- **關鍵點**

    - 1963年是出生人口最多的一年
    - 1962-1973年出生的人群正在陸續退休
    - 未來10-15年社保消耗速度將加快
- **講解**

  分析了中國歷史上的三次嬰兒潮，重點講述第二波嬰兒潮（1962-1973年）。這批人目前（2026年）陸續進入60歲退休年齡，開始領取社保，導致未來10到15年國家社保消耗加快。

- **Examples**

> 對比1949年出生人口（1900多）與2024年出生人口（900多），以及指出1963年是出生人口最多的一年。

    - 通過出生人口數據對比展示生育率下降幅度
    - 說明退休潮來臨對社保池子的衝擊

社保的三種分類

> 中國社會保險的三種主要分類及其特點。

- **關鍵點**

    - 職工社保：公司代扣代繳，含五險一金
    - 靈活就業：自費繳納，通常包含醫療和養老
    - 居民醫保：費用低（如400多/年），需一直繳納，類似消費型保險
- **講解**

  講師詳細區分了三種社保類型：1. 職工社保（上班族或公司老闆，代扣代繳）；2. 靈活就業（自僱人士，分檔次自選）；3. 居民醫保（如港人在深圳購買，保費低但需終身繳納）。

- **Examples**

> 以江蘇為例，靈活就業社保一個月交1400多塊錢（含醫療和養老）；以深圳為例，港人購買居民醫保一年400多塊錢。

    - 列舉具體地區的費用數據
    - 對比不同類型的繳費差異和保障期限（居民醫保類似消費型保險，停交即停保）
- **註意事項**

- 在與客戶溝通時，需先了解客戶持有的是哪一類社保，因為退休待遇和就醫差別很大

養老金領取條件

> 領取養老金的法定必要條件。

- **關鍵點**
    - 必須達到法定退休年齡（考慮延遲退休政策）
    - 必須滿足規定的繳費年限
- **講解**

  課程中通過提問互動的方式，確認了領取養老金的兩個核心條件：1. 達到法定的退休年齡；2. 社保繳納滿足一定年限（互動中提及15年）。

養老金領取條件與現收現付制

> 領取養老金需要同時滿足兩個條件：1. 達到法定退休年齡（男性逐步延遲，女性55或58歲，取決於工人或幹部身份）；2. 繳納社保滿一定的年限（從15年向20年過渡）。

- **關鍵點**
    - 法定退休年齡要求
    - 繳費年限要求（15年至20年）
    - 現收現付制的定義與風險
- **講解**

  目前的社保制度是「現收現付」制，意味著現在年輕人交的錢發給現在的退休人員。由於年輕人變少，未來養老金的支付面臨壓力。

- **註意事項**
- 需要關注2030年或2031年是否達到法定退休年齡。
- 如果那時未達到退休年齡（例如2031年才48歲），僅交滿15年可能不夠，需按照計算公式，最多可能要交到20年。

養老金替代率

> 養老金替代率是指退休後領取的養老金與退休前工資的比率。例如退休前一萬塊錢一個月，退休後變五千，替代率就是50%。

- **關鍵點**
    - 替代率計算公式
    - 世界銀行建議標準（70%）
    - 中國現狀（40%左右）

- **講解**

  這是一個衡量養老金領取水平的重要指標。中國目前的替代率約為40%，這意味著僅靠社保養老會導致生活品質下降。

- **註意事項**

- 退休後生活開支（如房貸、子女撫養費）通常會減少，因此低於100%的替代率是可以接受的。

- 但目前40%的水平低於世界銀行建議的70%，且趨勢是越來越少。

醫保藥品分類與基金壓力

> 醫保藥品分為甲、乙、丙三類，不同類別的報銷比例不同。最新的數據和集採政策反映了醫保基金的壓力。

- **關鍵點**

  - 甲乙丙三類藥區別
  - 藥品目錄數量變化
  - 醫保基金赤字現象

- **講解**

  透過觀察藥品目錄的變化（如丙類藥減少、甲乙類比例調整）以及部分城市（如北京）出現當年期赤字，可以判斷醫保面臨資金壓力，未來可能影響報銷比例或終身醫療的獲取條件。

- **Examples**

> 北京醫保基金已經出現當年期的赤字，即當年的收入不夠當年的支出，雖然有歷史積累還是正數，但反映了趨勢。上海和蘇州等大城市也有類似壓力。

  - 這解釋了為什麼未來可能「交滿20年」也不一定能終身享受醫保，或者政策會調整。

- **註意事項**

- 甲類藥基本不需要自己承擔費用，乙類藥需要承擔一部分。

- 近期趨勢顯示丙類藥從19萬種變成了15萬種，部分進口藥退出集採，甲類和乙類數量出現交換，乙類變多，患者自付壓力增大。

惠民保（政府指導商業保險）

> 惠民保是一種有政府背景的商業醫療保險，通常價格低廉（如深圳88元，一般不超過300元），特點是允許帶病投保（既往症可賠）。

- **關鍵點**
    - 價格低廉（<300元）
    - 可帶病投保
    - 高免賠額與低報銷比例
- **講解**

  這是政府與保險公司協商的產物，旨在為無法購買普通商業保險的人提供兜底保障。

- **Examples**

> 深圳的惠民保價格為88元一年。

    - 展示了惠民保極低的價格門檻。
- **註意事項**
- 惠民保利潤控制在3%到5%，保險公司主要為了覆蓋無法購買商業保險的人群。
- 雖然便宜且可帶病投保，但免賠額高（墊底費高），報銷比例低。
- **特殊情況**
- 如果客戶因身體原因無法購買任何商業保險，可以建議購買惠民保作為最後的托底保障。

個人養老金制度

> 個人養老金是國家鼓勵的第三支柱養老保險，每年最多可繳納12000元，這部分金額可以在各人所得稅前扣除。

- **關鍵點**
    - 年度繳費上限（12000元）
    - 稅前扣除優惠
    - 領取時稅率（3%）
- **講解**

  這是一種通過稅收遞延和優惠來鼓勵個人儲蓄養老金的政策工具。

- **註意事項**
- 稅收優惠：如果是45%稅率的人群，一年最多可以節省5400多塊錢的稅。
- 限制：這筆錢要退休才能拿，且取出時需繳納3%的稅。

MCV客戶群體畫像與銷售策略

- **關鍵點**
    - 企業主（創一代）：難約見、重實力、關注傳承與風控
    - 全職太太/富二代：時間充裕、需情緒價值、是通往決策者的橋樑
    - 專業人士：重專業與體面、擔憂未來收入、適合退休規劃
    - 隱形富豪：難以歸類、圈層抱團、忠誠度高
- **特殊情況**
- 如果遇到企業主時間緊迫，只給10分鐘怎麼辦？應展現不卑不亢的態度，或使用「救生艇」話術吸引興趣，或要求另約充足時間以示尊重。
- 如果遇到專業人士（如高管、明星），如何切入？切入點應為「體面」與「尊嚴」，強調在沒有職位或光環時仍能保持生活品質。

新香港人市場開發

- **關鍵點**
    - 群體規模：約100萬左右，包含各類人才
    - 優勢：人已在香港，接觸容易，有資產轉移與配置需求
    - 核心需求：醫療保障（替代內地醫保）、退休補充（強積金不足）、跨境家庭照護
- **特殊情況**
- 如果新香港人認為已有內地社保或百萬醫療，如何應對？解釋香港醫療體系差異，指出內地百萬醫療通常僅限二級以上公立醫院，無法覆蓋香港的高昂私家醫療費用。

理財金字塔與人生階段規劃

- **關鍵點**
    - 理財金字塔底層：風險管理（危疾保障、意外、人壽）
    - 理財金字塔上層：財富管理（教育儲備、退休計劃、財富增值）
    - 人生階段匹配：社會期重自保，拚搏期重家庭責任，退休期重尊嚴
- **特殊情況**
- 如果客戶因健康原因被加保費（Loading）想拒保怎麼辦？利用逆向思維，強調家族病史的真實風險，指出「越窮越見鬼」的風險概率，並強調現在能買到即使加價也是一種保障機會。

新香港人客群銷售策略

> 針對新香港人（內地來港定居/工作人士）的產品銷售邏輯與重點推薦產品。

- **關鍵點**
    - 推薦產品：Global Fancy（儲蓄）、延期年金（扣稅）、醫療重疾險。
    - 賣點：產品多樣性、高潛在回報、稅務扣減、獨家醫療增值服務。
- **講解**

  新香港人對「年金」概念較強，且有實際扣稅需求。同時利用香港保險產品的高潛在回報（如Global Fancy）及獨有的醫療增值服務（如Medix全球專家意見）作為切入點。

- **Examples**

> 一個「零字多大」的例子（推測為儲蓄計劃演示）：5年保費繳付期，每年保費10萬，總共50萬。預期回本在第17年已超過本金兩倍，第39年達10倍。

    - 展示長期複利效應及產品在公司強力配合下的可觀回報。
- **註意事項**
- 新香港人來到香港發展，必定有稅務需求，延期年金（QDAP）非常適合。
- 內地客戶食物方面改善，鼻咽癌減少，但肺癌（即使不吸煙）風險仍存在，需強調醫療保障。

iPOS系統更新與Always On模式

> 介紹投保輔助工具的更新，特別是解決系統不穩定時的應急方案。

- **關鍵點**
    - iPOS與i認證二合一，無需切換App。
    - Always On模式：支援離線/系統維護期間進行身份認證，拍攝客戶照片及小白條（入境紙）。
    - IT支援電話：3108-1338（普通話服務良好）。
- **講解**

將iPOS與i認證合併為一個App，簡化操作。研發Always On模式，在系統後台維護或當機時，前端仍可進行認證操作（拍照、確認在港銷售），待網絡恢復後上傳。

- **註意事項**
- 過去遇到系統維護時，需手持報紙或iPad展示日期拍照，體驗不佳，Always On模式解決此痛點。
- 如果不幸遇到Always On也無法解決的問題，可帶客戶前往客戶服務中心（24小時）。
- **特殊情況**
- 如果遇到iPOS或i認證系統故障/IT問題，應撥打3108-1338求助。

預先查詢服務 (Pre-inquiry)

> 為身體有既往病史的客戶提供的預先核保諮詢服務，以確定公司是否受保及加費情況。

- **關鍵點**
    - 適用對象：明知身體有毛病，想來港買單的客戶。
    - 所需文件：過往12個月入境記錄、下載並簽署的聲明書、具名健康檢查報告。
    - 服務承諾：3個工作天回覆。
- **講解**

  流程包括下載聲明書、收集客戶資料（入境記錄、體檢報告）、電郵至指定部門，通常3個工作天內回覆結果。

- **註意事項**
- 必須要有客戶過往12個月的來港記錄（入境紙）。
- 內地體檢報告如果是SMS形式通常沒有名字，必須要求客戶提供「有客名」的正式報告。
- **特殊情況**
- 如果發送電郵後沒有回覆，請再發電郵或聯繫負責同事跟進。

客戶案例分析與產品組合

> 針對不同人生階段與收入水平的客戶，進行保險組合配置的實戰案例分析。

- **關鍵點**
    - 年輕客戶策略：低保費高保障，建立儲蓄習慣。
    - 高淨值客戶策略：資產多元化（對抗低利率）、大額壽險（家庭責任）。
    - 理財觀念：保障與儲蓄應佔可支配收入的50%-60%（講者提及的觀念）。
- **講解**

  通過兩個具體案例（剛畢業大學生與高才人士），展示如何根據客戶預算、家庭責任及市場環境（如內地利率下跌）來搭配重疾、醫療、壽險及儲蓄產品。

- **Examples**

> 背景：24歲大學畢業留港工作。方案：100萬重疾、100萬定壽、50萬意外、半私家房醫療、小額儲蓄。總保費：一年一萬一千多（月供八九百）。

    - 年輕預算有限時，用低保費做到「全保」。
    - 隨年齡增長（如30歲）再升級至「愛伴行2」及「GF」儲蓄。

> 背景：40歲男性高才（年收250萬港幣）。需求：補充香港醫療/危疾，尋求安全資產（因內地儲蓄利率跌破1%）。方案：配置新產品「活燃人生」及GF，年繳約23萬（其中13萬為儲蓄）。

    - 利用保險作為安全資產配置，應對內地利率下行（1.75%到2%）。
    - 強調家庭支柱的壽險保障（印鈔機理論）。
- **註意事項**
- 財務金字塔概念：通常先買保障（危疾）再買儲蓄，但客戶可能因收入或觀念先買儲蓄，銷售時需靈活。
- 全保概念並不一定昂貴，可透過月繳化解說降低門檻。

定期壽險加保策略

- **關鍵點**
    - 利用客戶已購買儲蓄、醫療、危疾後的空間進行切入
    - 只需多花約15%保費即可讓身價翻倍
    - 香港定期壽險保障時間長，可保至85歲
- **特殊情況**

- 如果客戶已經購買了儲蓄、醫療、危疾保險，仍然有很大的空間可以交流壽險需求。

第五消費時代的獲客洞察

- **關鍵點**
    - 休閒方式轉變：KTV大幅下降，City Walk、逛公園、親近大自然（如徒步）成為主流。
    - 消費觀念轉變：從追求表面精緻轉向重實用、重價值。
    - 生活方式轉變：相比疫情前（18、19年），現在更傾向於居家（喝咖啡、逗貓、看書），減少長途旅行。
- **特殊情況**
- 針對新香港人或MCV客戶，可以通過參與徒步（如大潭水塘）等低成本、高頻次的自然活動來建立連結。

社交拓客與關係經營

- **關鍵點**
    - 核心原則：「出來混最重要的是出來」，必須走出家門與人接觸。
    - 有效途徑：徒步、鯨魚展（針對家長）、寵物活動、廣東話班（針對Local同事認識想學廣東話的人）、讀書會。
    - 關鍵要素：接觸的「頻次」比單次見面的「時長」更重要，多頻次見面能增加了解。
- **特殊情況**
- 如果不知道如何開啟話題，可以先亮明保險代理人身份（如在群組自我介紹），但不要隨後立即進行銷售動作，而是通過發表觀點、展示價值觀來吸引互動。

多看效應（Mere Exposure Effect）在跟進中的應用

- **關鍵點**
    - 定義：人們會單純因為自己熟悉某個事物而產生好感，又稱日久生情。
    - 應用：建立關係的關鍵是頻率。第一次見面不討厭，之後多頻次出現（包括社交媒體點讚、互動）。
    - 目的：讓客戶在有需求時第一時間想到你，而不是追求立即成交。

- **特殊情況**
- 如果在社交媒體上發布內容，避免過硬的產品廣告，應注重情緒價值和價值觀共鳴。

轉介紹（Referral）的識別與獲取

- **關鍵點**
    - Key Man識別：不一定是你的客戶，也可以是非客戶；不一定是發朋友圈的活躍者，也可能是低調但有影響力的大佬。
    - 數據分析：對現有客戶進行數據分析，找出誰是轉介紹中心。
    - 難搞客戶的價值：難相處的人一旦被攻克，往往忠誠度極高，能帶來大量轉介紹（參考醫藥代表與難搞醫生的案例）。
- **特殊情況**
- 如果遇到特別挑剔或難講話的客戶，不要輕易放棄，這類人一旦建立關係，排他性強，可能成為最好的轉介紹來源。

隨身攜帶資料的工作習慣

- **關鍵點**
    - 隨時準備：隨身攜帶建議書或相關資料，以備不時之需。
    - 專業形象：即使是偶遇，也能展現專業度，提升客戶心中的評價。
- **特殊情況**
- 如果在路上偶遇客戶或潛在機會，能立即拿出資料進行講解，這可能促成意想不到的成交。

社交媒體平台的定位與選擇

> 針對不同社交媒體平台（微信、小紅書、抖音）的屬性與受眾，分析其在保險銷售與個人品牌建設中的適用性與策略。

- **關鍵點**
    - 微信：了解客戶的私域工具
    - 小紅書：影響決策的個人品牌展示
    - 抖音：不推薦用於直接銷售
- **講解**

  微信被視為較好的媒介，因為流量大且屬於私域，可通過朋友圈關注客戶動態（生活方式、性格、朋友），幫助更了解客戶。小紅書被定位為

影響銷售決策的平台，適合展現「值得信賴、工作生活平衡」的個人形象，增加客戶好感與未來連結的可能性。抖音雖然體量大，但內容多為無效信息或誤導性內容，對正面影響客戶幫助不大，不推薦用於直接拓客。

- **Examples**

> 復旦大學教授在課程中展示了一個4秒鐘的爆款視頻，內容不知所云；同時展示了幾個社交媒體上關於大陸講保險的視頻，內容多為胡說八道。

    - 說明流量大的內容未必有深度或正面價值
    - 社交媒體上的保險內容質量參差不齊，可能對客戶產生負面誤導

- **註意事項**
- 不要期待社交媒體能直接促進生意，而是將其作為了解客戶和展現自己的工具
- 年輕化平台（如學生使用的平台）不推薦用於建立個人品牌

社交媒體使用的合規與禁忌

> 保險從業人員在使用社交媒體時必須嚴格遵守的合規界限，明確區分「該做」與「不該做」的行為，特別是針對跨境客戶的限制。

- **關鍵點**
    - 嚴禁向境外客戶發送銷售資料（建議書、名片等）
    - 嚴禁在公開平台發布產品對比
    - 嚴禁使用誤導性官方標識
    - 允許分享個人榮譽與工作狀態
- **講解**

  合規的核心在於不應在社交媒體上進行與銷售直接相關的動作。不該做的行為包括：明知客戶不在香港卻發送建議書、方案、名片或打電話；在網站、公眾號、小紅書上發表產品對比或具體產品信息；使用誤導性的公司Logo或名稱；自製材料即使未體現Logo但針對境外客戶發送也是違規的。

- **註意事項**
- 確保客戶身處香港或澳門才能進行相關銷售動作
- 可以轉發MDRT排名或個人表現到朋友圈，但不能涉及產品對比
- **特殊情況**

- 如果客戶不在香港，絕對不可以發送建議書或進行銷售對接
- 若遇到同行使用類似官方Logo誤導客戶，需明確區分，不可效仿

「一大日競賽」激勵計劃詳情

> 為鼓勵同事開發新香港人市場及內地人士補單而設立的短期銷售激勵競賽，包含具體的時間、對象、要求及獎勵金額。

- **關鍵點**
    - 競賽時間：2026年2月7日至5月18日
    - 目標客戶：新香港人（ID為M/R/F開頭）或內地人士
    - 業績門檻：FYCS 8000港幣或以上
    - 獎勵：500元（首50名）
- **講解**

  競賽名為「一大日競賽」，旨在鼓勵同事將101訓練內容付諸實踐。競賽期間為2026年2月7日至2026年5月18日。目標對象為「新香港人」（身份證M、R、F字頭）的B單，或內地人士的G單。要求申請日在2月7日或以後，且單張保單的FYCS（首年佣金/銷售額）需達到8000港幣或以上。達成者可獲得500元獎金。

- **註意事項**
- 必須在2026年2月6日當天完成登記（或補登記）
- 獎勵名額有限，僅限首50位

作業或建議

- 請掃描二維碼參與四個小問題的互動，在填寫個人姓名時請填寫agent code，因為前三名準備了小禮物，填寫代碼可避免重名無法送出的情況。
- 在向客戶介紹公司專注於亞洲市場時，除了陳述事實，建議進一步闡述個人理解（如經濟增長點在亞洲），以尋求與客戶的觀點共鳴。
- 在與客戶溝通時，可以利用宏觀經濟數據和資產結構變化的趨勢，引導客戶思考從房產/現金為主的資產配置向保險保障轉型的必要性。
- 結合出生年齡和2050年的人口結構圖（血糕圖），與客戶（特別是80後）討論退休規劃和社保議題
- 利用生育率數據（中國全球倒數第二）和老齡化趨勢與客戶探討養老需求

- 如果有興趣，可以去看看關於日本老年破產的紀錄片，瞭解社會制度在不同階段的影響。
- 針對11月份發生的不幸事件（意外），思考如果時光倒流，你會為客戶配置什麼保障（人壽和意外）
- 觀察並思考你的客戶屬於哪個人生階段（社會新鮮人、事業拚搏期、退休享福期），針對其需求開採適當的安排
- 在針對「活燃人生」產品培訓時，建議客戶多花約15%的保費加購定期壽險，以實現身價翻倍。
- 推薦去香港大潭水塘徒步，這是一個適合拓展社交和認識新朋友的地方。
- 觀看電視劇《中年好翻身》（國內叫《蠻好的人生》），學習如何做保險代理人和Top Sales。
- 參加廣東話班、讀書會（如樊登讀書會）或寵物主題活動，以多頻次接觸潛在客戶。
- 隨身攜帶建議書或相關資料，以便隨時應對偶遇的客戶需求。
- 未在前台登記的同事需要找工作人員補登記參加競賽
- 掃描二維碼完成課後評估
- 在接下來的100天內（2026年2月7日至5月18日）完成競賽目標，爭取獲得獎金

2026-02-07 MCV101

2026-02-06 15:03:55

00:00:00 Speaker 1
很高興見到大家，歡迎大家來到我們今天的FCB101的課堂現場，正式開始之前先跟大家自我介紹一下，我姓鄭，大家可以叫我莫妮卡，如果願意的話可以寄下我的郵箱，有相關產品的問題以後也可以發郵件給我，看到了之後可以回覆，從這個口譯上應該能看到大陸背景，來這個友邦做培訓之前是做過8年左右的一線銷售，所以我對MCV的市場和客戶還是有一些瞭解，

00:00:31 Speaker 1
也希望今天下午跟大家一起共度的這兩個小時，咱們都有收穫，好不好，那好，謝謝同事，那除了我自我介紹，我也想了解一下在座的各位，還問兩個小問題，希望大家能跟我積極互動，那第一個想請問在座是香港local的同事，可以舉手示意我一下，謝謝大家，就一半以上是local的同事，謝謝大家，那我普通話講可以嗎？可以，那太好了，因為我廣東話不太行啊。

00:01:04 Speaker 1
第二個問題啊，第二個問題。已經做過兩張含兩張以上MCV單的同事請舉下手。也有小一半的同事啊。好，那我就默認有一部分同事沒有舉手，可能是可能現在還沒有MCV單，或者是隻做了一單這個樣子。那今天來我們的課程就是要讓大家在MCV這個市場上，讓這個業務上有一個在2026年有一個更大的進步。好，那在開始課程之前想問一下大家，

00:01:36 Speaker 1
在做MCV生意的時候，你都遇到過哪些問題啊？什麼？人脈，OK。誒，你怎麼知道我第一個題？對，沒有資源，對吧？我不認識，我怎麼去做這個生意呢，是吧？還有嗎？還有其他的，什麼同事？對保險不太信任，這個是MCV市場一部分客戶的一個特點，但是呢，整體來講也在慢慢慢慢的變好，但是如果你確實碰到了，尤其是經濟相對沒有那麼發達的地方的人，他可能在保險理念上確實還有很長的路要走啊，還有其他的問題嗎？

00:02:22 Speaker 1
除了對保險不信任以外，有沒有我們瞭解對方的東西啊？大家有的是不是，什麼，會講到哈，比如說大家對社保瞭解嗎？但是具體保什麼？客戶大概保障是個什麼樣的情況？我可能，尤其是對Local的同事來講，

00:02:52 Speaker 1
可能沒有那麼的清楚，所以我們今天也有準備，或者說你這個客戶保險理念也不錯，然後也有社保，他還買過大陸的商業的保險，但是我們不僅對社保不太瞭解，可能對國內的很多的保險公司和產品瞭解也是比較有限的，對不對？所以這個可能也是阻礙我們去做這個業務的一個原因。另外，大家都知道我們要合規，對不對？怎麼跟咱們的客戶進行溝通，既能有助於我的生意，然後我又

是合規的，對不對，所以這個可能也是大家很關心的一件事，那為什麼會整理這些呢，因為這個今天來的這個課程，可以說是一個定製的課程，我們在下半年做計劃的時候，就是收到了大家這方面的一些需求啊，所以我們來開辦了這個FCB101的課程，那今天這個課程呢，大概兩個小時，會大家會得到什麼呢，我們主要有三個目標。

00:03:44 Speaker 1
第一個目標，希望大家對MCV這個市場，包括它的現狀和前景更加的瞭解，解決什麼問題，我為什麼要做這個市場的生意，對不對，挺難的，我為什麼要去做，對不對，第二個呢，就是MCV客戶有更全面的一個瞭解，不管是分類還是需求，是用這個課之後基礎的類型的客戶，他怎麼談，咱們心裡是多多少少會有一些收穫的，那第三個呢，就是，那我對市場也瞭解了，我對客戶也基本有些收穫，那第三有些瞭解了，到底應該用什麼樣的方式和方法跟他來交流，對我的生意有幫助啊，所以技巧方面我們也會給大家進行一些交流和互動，好，那就是這三個目標，那在正式開始之前，巴菲特有一句話，他說，我不投資我不懂的生意，對不對，那我也要先看看大家對MCV市場到底瞭解多少，所以我準備了四個小問題的互動，好不好，大家稍微等我一下，我切換一下屏幕。

00:04:48 Speaker 1
然後這個互動呢，大家一會兒掃碼的時候呢，給大家一個小建議啊，因為現在咱們人比較多，填寫個人姓名的時候，填一下咱們的agent code，好不好，因為前三名我給大家準備了小禮物，我想把它送出去，所以如果重名的，不知道送誰了，好不好，所以大家，哎，掃一下這個二維碼，哎，我看看一會兒人多起來了之後呢，我就開始下一頁，我們就可以開始了，下一頁呢，就是讓大家自己填一個姓名，請大家填一下自己的姓名，好不好，我們的agent code啊，我們稍等一下，目前才40多位同事，好不好，我們再稍等一下，對，你們現在還看不到，我要點了這邊下一頁之後，你們才可以看到，好，還沒有掃的同事，請你，哎，拿出這個二維碼來掃一下，旁邊這個也可以，

00:05:48 Speaker 1
可以嗎？好，80多位了啊，先到100吧，可能有些同事沒來參與，好，我們85，哇，好多人，一共四道題，不一定都和保險相關，好，謝謝大家的參與啊，我們馬上就要到100個人了，好，那差不多我就開始啊，好，第一個問題，底下哪個不是省會？

00:06:49 Speaker 1
省會知道，就是一個省的政治中心。這是一個多選題啊。不用舉手，看手機，直接選。有嗎？手機，馬上結束了。來，我們來看看結果。

00:07:11 Speaker 2
我選錯了，我選了廈門。

00:07:13 Speaker 1
我說這是一個多選題，其實也是一道八坑題。四個都不是省會，北京我們叫首

都，全國只有這一個。然後呢，廈門特別容易跟福州混，福建的省會是福州，但是大家可能對廈門更熟悉。青島也是一樣，山東的省會是濟南，不是青島。

00:07:45 Speaker 1
那貴陽是怎麼個坑呢？貴陽是省名。貴陽省，它的省會是貴陽市。為什麼大家可以看到這些圖啊？因為我們當時接受大家訊息的時候，有些同事希望大家能有機會去國內去旅遊，所以放了一些漂亮的圖片給了大家。好，第一道題好了啊，下一道題。下一道題是單選的啊，我們來看看誰得分最高。

00:08:21 Speaker 1
你的客戶很喜歡吃辣，他大概率不是哪裡人，哪個地方的人像香港一樣不太能吃辣？你覺得是哪個，你就在手機上選，然後提交，我們這邊就會有一個結果出來了。這個大家很瞭解啊，江蘇人，對。

00:08:56 Speaker 1
四川是麻辣，川菜，湖南是香菜，都挺辣的，江西可能比前兩個省還辣，這個江蘇是比較吃甜的一個地方，不太能吃辣，好，我們來看看這一輪下來之後誰是第一名，還是我們這位，變了，H9507的同事排名第一了，我們來看看下一道題，也是單選題。你覺得哪裡的平均退休金水平相對更高，上海，西藏，北京，浙江，最後這張圖是西湖，非常漂亮，你覺得什麼地方的退休金水平相對更高，單選。

00:09:57 Speaker 1
這讓大家很驚訝，真的是西藏，其實北京上海的西藏都五千以上，都很多，但是西藏的第一是因為有一些政府的補貼，類似高原補貼，第二可能大家都知道高原對人的壽命其實是不利的，對吧，所以就是那個地方的老年人會相對比較少，所以呢，西藏的退休金水平，2025年的數據是最高的。

00:10:27 Speaker 1
好，看看第三輪之後是哪位同事跑到第一名了，哇，很厲害啊，我們來看最後一道題了，最後一道題和保險相關，單選題，請問以下哪一項職工社保是不需要個人繳費的，只是公司繳費的，養老，醫療，失業，還有失業，這個應該比較簡單，哪一個不需要個人繳費，但是你就可以享受了。

00:10:59 Speaker 1
失業是不需要個人繳費的，我們來看一下最終的一個結果。我們有同事，後來者居上了，H3548EVA是誰？謝謝，恭喜你，我們三個獎品，我們送出三份，前三名都有，我們先把第一名的獎品送出來。

00:11:35 Speaker 1
來，送給這位同事，謝謝你。第二名是H9332在哪裡？在後面，請我們Amy幫忙給那位同事一個。謝謝，第三名是H5341。這裡OK，好，祝賀這位同事，謝謝。謝謝。感謝大家的參與，我們這個互動就結束了，主要是活躍一下氣氛，也想讓大家知道，其實我們在做MCV市場的時候，保險專業是肯定需要的，但

是除了保險以外呢，我們也要知道這個市場很多其他的東西，才可以跟我們的客戶有更好的一個互動。

00:12:25 Speaker 1
好，那接下來進入咱們的第一個板塊，MCV保險市場的現狀與前景。那在這個板塊裡呢，我們會講到四個內容，第一個就是機遇，第二個是挑戰，第三個是關於社保的內容，第四個是關於國內商業保險的一些情況。那我相信在這個板塊裡面有些內容是大家知道的，對不對，如果是大家知道的呢，我們就盡可能講得稍微深一點，讓大家知道一些新的，如果是不知道的呢，我們就補充一下就可以了。好，那我們來看看第一個。第一個，機遇。

00:12:58 Speaker 1
我們先從紅冠上來看，這個數據其實大家平時都會接觸，雖然說我們的中國人口目前是一個下降的趨勢，但是咱們依然是14億人，而且在經濟體的排名上，我們也是排名全世界第二的，大家可以看一下排名前十的，除了中國，印度和巴西以外，基本上都是咱們熟知的老牌發達國家了，剩下的就是三個屬於發展中的國家。我們可以看一下除了排名以外，還有一個增量和增速，雖然我們現在已經沒有說疫情前的這個6啊7的水平，但是4.8這個水平，雖然沒有印度高，但是依然是這個前十裡面排名的裡面，增速很快的這樣的一個國家，那得出一個什麼樣的結論呢？

00:13:44 Speaker 1
其實現在很多的發達的國家，他的保險發展是屬於一個比較成熟的一個階段，基本上這個機會都是還在人口眾多，然後經濟發展也很迅猛的這樣的國家，印度的保險發展也很快，大家有關注過嗎？我們AI在那邊做的也蠻好的，對，所以印度的保險發展也非常的快，那麼為什麼把這個東西拿出來跟大家去講，我不是要在座的各位跟我們的客戶在座公司介紹的時候，會不會說到我們是專注於亞洲市場這個公司的？

00:14:16 Speaker 1
謝謝大家的觀看，我們下期再見。對吧，有的時候你會講的，有的時候你不會講到，對不對，那除了告訴客戶是什麼，我們這個專利亞洲市場，其實你也可以跟客戶再講一講，說你看，其實現在經濟的增長點很多都是在亞洲的，對不對，所以當一個保險公司他選擇去更多的專利亞洲市場，那說明我們確實對這個市場是比較瞭解的，所以有的時候我們跟客戶在交流，除了講是什麼以外，你可以講一講你怎麼理解這個東西，每個人都有每個人的理解，不一定有標準答案，

00:14:48 Speaker 1
但是你的理解正好跟客戶同頻，他都會覺得你跟其他人不太一樣，你跟我比較說得來，所以說其實很多有的時候簡單的東西，我們把它再現出來，不一定是為了說服客戶，可能客戶本身就已經知道了，但是你可以有機會跟他去做一個共鳴這樣的一個嘗試，所以這是第一個。好，那我們說國家有錢，那還要看看我們的客戶的情況，那這樣圖我已經擺出來了哈，問問在座我們的同事，咱們

大陸客戶啊，就中國人吧，生產排名第一的類型是房子，對吧，哎，我們都知道排第一的是房子，那房子佔多少呢，大家可以看一下，超過60%吧，這個圖是各個國家，美國，日本等等的，還有中國，對不對，那個紅色的部分就是它叫地上建築，對不對，其實就是房子啊，

00:15:43 Speaker 1
它是為了區別土地，對不對，哎，它超過60%，好，排名第二的咱們中國人的資產形式是什麼，股票。存款和現金。所以中國人的資產形式很簡單，基本上就兩種，一個是房子，一個是現金，當然少數的還會有股票，基本上股票可以排到第三。咱們倒退十年，2015年，如果一個客戶，他有34號房，200萬現金，客戶是不是感覺應該還挺好的？

00:16:19 Speaker 1
那個時候你跟他說，你把房子賣了吧，然後去買保險，他大概會擺你一眼，對不對？但是今時不同往日，十年之後你會發現現在，你跟他說，你把房子賣了，買保險吧，他說什麼？所以說這個社會經濟變化是非常非常快的，我們大部分的客戶都是事後才知道要做這件事情，但是可能已經錯過了一個比較好的一個時機了，對不對？

00:16:52 Speaker 1
所以即使到現在，大家今天來聽MCB101這個比較基礎的課，我們身邊可能有很多的同事已經MCB業務做得非常好了，對不對？沒有關係，為什麼？因為這個市場非常非常的大，我們的客戶在這個資產轉型的道路上可能是剛剛開始的這樣一個階段。所以即使是現在你進入這個市場，依然大有可為，那下一頁更能說明這個問題。好，大家可以看下這個圖。大家都知道，這個人買保險非常非常的重要，但是再重要也不可能在吃不飽穿不懶的時候去買保險吧，一定是我的可支配的收入達到了一定水平之後，我才會考慮這件事情。

00:17:36 Speaker 1
所以我們會認為說，人均可支配收入到7000到1萬美金的時候呢，這個受險的滲透率就會是一個緊噴的狀態。那大家可以結合右邊的這張圖，我們現在在2025年到2030年這個階段，正好是這個人均可支配收入在7000到1萬美金的這個階段。為什麼在這個階段，受險會大力的去發展呢？還是我剛才跟大家講的，你跟客戶說啊，這個階段就是保險會大力發展的，你可以跟客戶再講為什麼，引發客戶去思考一下。

00:18:11 Speaker 1
我想問問大家，你覺得為什麼這個階段，保險、受險會發展得很快？有錢就有規劃未來，非常好。老齡化嚴重。我相信大家都知道答案啊。就是一般，我剛跟大家講過，我是做過銷售的，對不對。就是有的時候，你跟客戶去講，你可以講得稍微接地氣一點。對不對。我覺得兩個原因啊，第一個原因就是你剛才說的。就是我之所以能有這麼多的可支配收入，是因為我這個人能掙錢吧。

00:18:42 Speaker 1
對不對。我能掙錢，我這個人就值錢，對不對。就像我寄一個快遞一樣，我這個快遞裡面的東西要不要給他買一份保險，取決於我寄的這個東西有沒有價值。對不對。反過來我們自己也是一樣。我給不給自己買保險。說白了，是我認不認可自己的價值。對不對。所以當你的客戶，剛才有一個同事說，理念不太好，不太相信保險。就是你認不認可你自己的價值。你是怎麼去保障你自己這個價值的。對不對。這是第一個原因。第二個原因是什麼？就是有錢了，人不捨得死。

00:19:12 Speaker 1
他就有錢了，他就希望有病了能治一治，受傷了能養一養，我還能繼續享受我的美好生活，對不對，這些都跟人均可支配收入是有關係的，對不對，好，那大家可以看一下，再往後啊，比如說到人均可支配收入兩萬美金之後，這個受險的可能就類似於現在這個是成熟的賞，該有的都有了，大家都有了，就進入到了下一個階段，就是財富管理的這樣一個階段，所以這就印證了，大家想現在是2026年，到2050年，還有25年左右的這個時間，這麼大的一個市場，哪怕你今時今日還沒有任何一張MCB的保單，沒有關係，這個市場大到你可能任你闖蕩，就很多很多的機會給到大家，我們有很長的時間去做一個發展和突破，所以這個市場是非常值得大家去探索的，好，那講完了剛才這個部分，是我們從我們的角度去看看這個市場，我為什麼要去，

00:20:08 Speaker 1
反過來，這個市場的客戶，他為什麼要買保險呢？我覺得你好，我要去找你，但是你覺不覺得我好呢？真正愛情是要雙向奔赴的，對不對？所以客戶也得認識到他是需要保險的，才會有我們跟別人去聊的機會，對不對？那基本上，他為什麼會認可保險？這三個原因給大家列出來，相信大家都知道，老齡、燒字和退休。好，我們來看一看真實的案例，在座的有沒有武漢的同事啊？

00:20:40 Speaker 1
有一位武漢的同事啊，看到了，看到了一位，可能還有，是吧？這是武漢大學的真實的案例，什麼案例呢？他有非常多的一個退休老教師，然後在年初的時候，校長就給這些退休老教師辦了一個壽宴，本身是跟保險沒有任何關係的，但是大家可以看他這個數據啊。100名，100歲以上的有7位，90歲以上的有500多位，80歲以上的有2000多位，整體啊，這個退休教室有7424名。

00:21:12 Speaker 1
我想請問大家，你覺得中國這種武漢大學這種級別的老師的退休金大概多少錢一個月？哎，一萬要的是吧，平均吧，是吧，肯定有多有少，一萬，咱們算一筆賬。一個人一萬，一個月就將近8000萬，一年就將近10個億。一個學校光發退休公司給這些老教師就要發掉這麼多錢，對不對？所以這些事情我們都知道，就是你要往下再去想一想，然後跟你的客戶去溝通啊，有的時候不知道哪句話就打動客戶了，對不對？

00:21:49 Speaker 1
所以可以說啊，這個養老這件事情在國內啊，是一個非常非常大的一個考驗對於我們的整個社會來講。那再問一下大家，大家知不知道中國現在六十歲以上的人口有多少？六十歲以上的有多少？三個億，差不多。好，我賣關子啊。六十歲以上的有三個億。那現在咱們國內一般講老人老人不是六十歲以上，因為太多人了，是六十五歲以上，就兩個億。那好，那五十到六十歲的呢，還有兩個億。

00:22:32 Speaker 1
所以從五十歲到往上啊，我們現在國家十四億人裡面有五個億的人，這些人有些是已經領退休金了，有些年輕的時候可能沒做什麼規劃，領不到退休金，但是他肯定也不會交社保了，對不對？所以呢，這些人就是我們這個社會老齡化的這樣的一個非常大的這樣的一個群體啊。那好，我們再從另外一個角度去看，從比例的角度去看。目前來講我們的勞動人口還有70%，到2049年2050年左右就下降到60%了，大家知道什麼叫扶養比嗎，扶養比，100%的意思就是一個年輕人養一個老人嘛，對不對，那這個壓力肯定是非常大的，所以到2050年，我們這個老齡人口要佔到將近31%，扶養比已經接近70%了，還沒到一個人養一個人，但是也快了。

00:23:25 Speaker 1
好，如果大家對數據聽起來不太，不是特別的有概念的話，我們來看一張圖，這個是2026年的人口的分佈的圖，那基本上還是中間會比較多，對不對，兩頭相對會比較少，但是如果到了2050年，這張圖就變成了一根血糕。大家可以看到，下面就是我們的年輕人了，他們就是社會的創造財富或者是江社保的一個主力了，在座的各位也可以結合一下自己的出生年齡，算一下2050年你多少歲，你是在這張圖的什麼位置，結論就是80後最慘。

00:24:07 Speaker 1
90後也不太幸福，但是80後真的挺慘的。所以說如果說你剛才說我們10年前讓客戶賣房子，客戶可能覺得你神經病，對吧？那以前你跟客戶聊保險，他說我有社保呀，對不對？但是現在10年之後，大概率客戶不會認為說有社保就可以了。所以這些數據，你想想你身邊有沒有80後。你覺得他可能知道，他未必是知道的。你把這些數據跟他講一講，他可能會認真的思考，哎，我的這個退休規劃是不是真的要提上日程了。

00:24:39 Speaker 1
因為大家都知道，保險是時間的玫瑰，對不對？再好的產品不給他足夠的時間，可能也達不到你理想的那個數字。所以這個也是非常重要的。那再來就說生育率啦，這個我們就不展開了。只問大家，知不知道全世界生育率最低的是哪個國家？韓國，是吧？號稱這個全球第一個消失的國家，對吧？但是中國排第幾，知道嗎？倒是第幾。到處第二。

00:25:10 Speaker 1
就是我們可能很少在很多排名上排到這個水平但是在生育率這件事情上咱們中

國已經排到全世界的到處第二了，可以說世界上沒有任何一個國家像中國這樣被復先老其實老齡化的社會有很多對不對但是人家沒有咱們這麼多人，沒有咱們這麼多人，所以說大家不管是我們自己還是照顧好我們自己身邊的客戶從養老這件事情上可以跟客戶好好好地去聊一聊，好那最後退休我們剛才說的人人口結構對不對我們再來看那是靜態的數字。

00:25:42 Speaker 1
我們再來看一下動態的其實咱們中國人也不是一直都那麼不想生小孩的對不對，我們歷史上出現過三次嬰兒潮，三次嬰兒潮我們通過右邊這張圖可以看到其實不同的年份大家的生育意願也是不太一樣的那我們今天講重點的就是第二次嬰兒潮，為什麼，因為今天是2026年，對不對，大概62年的人到現在應該是已經開始退休領退休金了吧，然後626364到73，就是這10年的人是不是陸陸續續進入到我們的社保池子裡去拿錢了，也就是說未來10到15年，不是你的社保，是國家的社保的消耗會比我們想象的更快一些，因為人多了，對不對，問一下大家知不知道從1949年建國到現在2026年，

00:26:31 Speaker 1
哪一年出生的中國人是最多的，有聰明的同事去找上面的數字了，長的是吧，對，1963年是出生人口最多的，那基本上就是，第二批二潮的人陸續進入60歲對社保的錢是有了更大的消耗這裡面有個很tricky的點，大家可以看一下1949年的出生人口如果我沒記錯的話是1900多。

00:27:03 Speaker 1
大家再看一下2024年是900多也就是說我們現在的生育率還不如剛見過而且差的不是一點半點，你想想現在什麼生活條件那時候什麼生活條件但是這個數據它就是不騙人的，所以不管是老齡少子還是退休潮都是咱們目前可以接觸到的MCV的客戶他需要去考慮自己保障的一個根本的原因不是我們要做業務是他們真的有需求。

00:27:36 Speaker 1
好，那大家都知道我們的客戶有了需求他是上來就買香港保險嗎。社保分三類，第一類是職工的社保，就是你所能接觸到的大部分的客戶，可能都是這一類，就是上班的，或者是他作為老闆，他開了公司，他也自己交社保這種。第二類，就類似於咱們叫自僱的，國內叫靈活就業，它有若干的檔次，可以根據你自己的經濟水平，你自己去決定。

00:28:06 Speaker 1
便宜的話，以我所在的江蘇的話，一個月大概交1400多塊錢，靈活就業1400多塊錢，包含醫療和養老，生育什麼的就都沒有了。最後一個就是居民醫保，有沒有在小紅書上刷到港人到深圳去買居民醫保這樣的新聞？你有買是吧？真聰明，400多塊一年是不是？一個月400多？你買的是居民醫保嗎？

00:28:40 Speaker 1
前兩類還是那種交感多少年可以終身享受的。最後那一類是你如果八十歲還想

享受，你八十歲還要繼續再交。就有點類似我們的消費類型的保險。它每個月的每年的錢是比較少的，但是你想保多久就要一直交下去。三種不同的社保身份。這三種不同的社保身份，在去醫院的時候差別挺大的，在退休的時候差別，拿錢領退休金差別也挺大的。所以說這個我們就不展開。你心裡要知道客戶他有社保，

00:29:11 Speaker 1
其實他不一定是有的這其中的某一種。這個咱們在以前的信任階段的培訓，大家應該都看到過了。五險一金到底是哪五險。我們剛才也跟大家有過互動。那什麼東西？剛才大家說失業保險，失業保險個人也是需要交的，只不過是很少。所以只有生理和工商是不需要自己交的。大家再拍照。好，那這個社保，因為我剛才講，如果是職工社保的話，他每個月發工資之前，國內叫代扣代繳，跟咱們香港不一樣，對不對，我們香港是自己去報，對不對，啊，國內如果你是正式工作的話，這是代扣代繳，基本上稅錢是多少錢，要扣掉你的稅和社保之後再發給你，基本上這個稅後的水平在80%左右，如果不是特別低的收入或者特別高的收入的話，它是有一個這樣的一個區別的，好，那問問大家，

00:30:09 Speaker 1
目前國內的養老金，如果我退休，想要拿到養老金，要滿足兩個條件，大家知不知道是哪兩個條件，有沒有同事可以舉手回答一下，我可以送小禮物，好，那邊有位同事，那邊，後面，對，那邊，對，要滿足兩個條件才能拿養老金，是哪兩個條件，85歲，85歲，沒有那麼老啊，沒有那麼老。

00:30:40 Speaker 1
然後，來，來，這邊。好多同事舉手啊。那這位。55歲退休，然後要交扣15年。這是一個答案，有沒有補充？來，這邊。男的要60。女的55。謝謝。不對。不完全對。來，這位同事。

00:31:07 Speaker 3
應該是要達到法定的退休年齡。

00:31:10 Speaker 1
但是多少呢？法定退休的年齡。

00:31:15 Speaker 3
現在已經開始延遲退休了，所以你要根據自己的情況跟國家有規定的。

00:31:21 Speaker 1
對，但是我想知道答案。

00:31:23 Speaker 3
不同的人不一樣。

00:31:24 Speaker 1
好，謝謝這位同事。來，來，來。62、63是吧？是，是，是，沒錯。沒錯，不同的年齡。對。好，這邊還有同事，你們只說了剛才有個15年，對不對，對，

有個15年，20年，對，是20年，是20年，要過20年，然後才到推送的時候才能拿，好，謝謝，我們來看一下，來看一下這是怎麼說的，但其實各位同學都說對了，這個信息，同事都說了這個信息的一部分，那第一個呢，交滿15年也對，交滿20年也對，

00:32:05 Speaker 1
取決於你在2030年能不能退休。就是你在2031年有沒有達到那個法定退休的年齡。那就比如說我到2031年才48，打筆吧。那我叫15年我就不行，我就得按照那個計算的公式最多可能最多要叫到了20年。第二個就是剛才各位同事有在講，這個年齡，男性是延遲退休逐步延遲。女性是55或者58，因為她有一個工人身份和幹部身份，還有靈活就業等等在裡面。

00:32:38 Speaker 1
所以說要滿足兩個條件。第一個就是我要到達法定退休年齡，就我們這位同事說的。然後再來就是我要交滿跟我這個法定年齡對應的這個年數，我才可以拿到我的這個養老金。然後呢大家都知道，大家知不知道國內的社保是我交的錢不是給我發養老金的。都知道對不對，這叫限收限複製。也就是說現在工作的人交的這些錢是給現在退休的人領的。

00:33:10 Speaker 1
那為什麼我們會擔心現在還在工作的人的未來的退休，因為我們下面的年輕人少了嘛，對不對，他們長大了之後交社保的人就變少了，所以導致我現在社保不少交，但是我退休拿的錢可能不是特別能保證，對不對，所以這個是限收限付啊，限收限付當然有它的好處啊，有它的好處啊，比如說它非常容易理解，是吧，也可以及時的去給，然後不受通風膨脹的影響啊，但是它是適用於年輕的社會，大家如果有興趣的話可以去看看，

00:33:40 Speaker 1
關於日本的一些紀錄片，講日本老年破產的這些紀錄片啊，都是可以很好的去了解到這個整個社會制度，在某一個階段是一個很好的，但是在某一個階段可能就成為一個社會很大的一個障礙啊，好，養老金替代率這個概念大家都瞭解過嗎？好，這個邏輯我就是定義我們不去說，很簡單，比如說我這個退休錢一萬塊錢一個月，我退休忽然變五千，我大概率可以理解為我養老金替代率就是50%左右，對不對，那當然了，正常一個人退休之後，他可能生活的開支會比上班的時候就是重大責任期要少吧，房貸大概率還完了吧，同事們，一個人退休的時候，孩子大概率成年了，對不對，可能你的消費上也沒有年輕那麼多種多樣了，對不對，

00:34:32 Speaker 1
所以說其實退休之後拿到的錢跟在職的時候稍微少一點是可以接受的，那基本上呢，我們會認為呢，世界銀行的建議呢，是不低於70%，但是現在目前中國的養老替代率是40%左右。而且這個還是一個，就是平均下來的一個水平，所以說大家可以看一下，因為這張圖呢，想跟大家講說40還不是一個底，因為我

們可以看到這個整體的這個替代率的這個變化的趨勢是越來越少的啊，那這個跟咱們前面講的所有的都是可以串在一起去了解的。

00:35:08 Speaker 1
好，那因為今天local的同事還挺多的，大家了不瞭解在國內就醫的這樣的一個流程啊。大概知道是吧，其實國內就醫還是挺方便的，還是挺方便的啊，比如說你掛號可以在很多小程序上面去掛呀，對不對，然後支付寶就可以直接刷醫保啊，等等啊，還是挺方便的，那國內我們分為這個三甲醫院，二甲醫院等等，基本上呢，我們肯定是覺得三甲醫院最好。那想問一下大家，如果你有客戶，你覺得他生了比較嚴重的疾病之後，他是更喜歡香港的這種，前提是他有保險報銷，是更喜歡香港這種私立醫院，還是國內的三甲醫院，喜歡香港的私立是吧，所以他需要買我們香港的醫療保險，對不對，對，其實我們香港醫療前有非常多的這個優勢，對不對，但是其實國內三甲醫院有一個好處，

00:36:04 Speaker 1
就是他的醫生經驗，非常非常的豐富啊，真的是啊，大家有沒有看過一個電影的北京日落西雅圖，有看過是吧，在最後的那個情節就是湯薇快生的時候，是吧，然後那個吳秀波那個角色就說了，是吧，說我一天的看著量可能是你一個月的工作量，對不對，不是說這個醫生不好啊，就單純從工作模式上來講它是不太一樣的哈，所以呢，哎，這個三甲醫院的這個，而且它的這個很多醫生的能力也是不差的。好，那說到醫院呢，肯定就說到咱們社保裡面的醫保了，

00:36:36 Speaker 1
咱們會有兩個賬戶，一個是個人賬戶，還有一個是統籌的賬戶，對不對？那個人的賬戶呢，是你自己交的錢，那基本上去藥房買藥，或者門診啊，都可以用這個錢。如果是住院啦，手術啦，或者比較大的這種疾病啦，就會用到這個統籌的賬戶啦。那剛才有跟大家提到，還就是說如果我是職工醫保，或者是我是這個交靈活就業的話，那大概目前的政策是交滿20年就可以終身享受了。但是不排除以後會延長。為什麼不排除以後會延長呢？大家可以看一下下一個啊，

00:37:07 Speaker 1
我們一會兒來看哈。那正常的我們的這個報銷比例和這個起伏線和風水線啊，這個邏輯大家都會知道的，也就是說，其實對於我們的客戶在醫院裡面產生的費用，是有一部分是可以被社保承擔的，還有一部分是需要自己去承擔的。那這張圖，大家不陌生吧？倒三角的圖。基本上只有中間這個白色的部分是社保，可以去覆蓋掉的。其他的起伏線、風景線、自費、自付等等，很多都是要我們自己，我們醫保帳戶裡的個人的帳戶或者是我的現金去覆蓋掉的。

00:37:42 Speaker 1
這張圖挺有意思，因為我剛來友邦的時候這個數字不是這樣的。然後為了做這個課件，我去查了最新的一個數據，同樣是甲乙丙三類藥。先說第一個，丙類藥從19萬種變成了15萬種。大家有沒有關注到最近就是有一些進口藥推出國內醫院集採的這樣的一個新聞啊？他就是退出了嘛。所以就是說，我哪怕想要去買，我在醫院買不到，我就得自己到藥房自費去買了。

00:38:14 Speaker 1
然後另一個，甲類和乙類這個數字有一點交換。我剛開始看到數據的時候，甲類是比乙類多的，大概有2000多種這個樣子。大家都知道，甲類是基本上不需要我們自己承擔費用的。乙類是要承擔一部分的。所以從這個變化趨勢，你也能感受到醫保的壓力。大部分是需要我們作為患者，承擔一部分的了。然後少部分才是國家完全承擔的這樣的一個藥品。所以說這也是一個隱隱在發生的一個變化。那這個就是我剛才說的，

00:38:46 Speaker 1
為什麼不排除未來可能會交20年也不能享受這個終身的醫療保障。大家看到這個案例是北京啊。已經出現當年期的赤字。就當年這一年這個錢是不會用的。但是考慮到以前的一些積累呢，它還是一個證書。那上海和蘇州這樣的大的城市，所以在國內目前，國內有一個醫療保險叫百萬醫療，大家有聽過吧，對，百萬醫療我們聊的過程中還沒有出現類似我們這個漲價，就醫療通脹導致那個保費就是比如說我這一年要交六百多，保險公司告訴我你明年要交九百多了，這個是因為就是年齡的變化可能會導致這個保費變化，這是買保險的時候就知道的，但是目前還沒有發生說因為醫療通脹告訴客戶說你這個保費要比你遠多，

00:39:36 Speaker 1
原來知道的那個要多一點，還沒有發生，但是不排除未來，對不對，因為這個整體的醫療壓力是非常非常大的，好，那這個我們就不展開了，像工商生育和失業基本上大家跟客戶聊天的時候聊的是比較少的啊，跟我們的保險相關的也比較少，我們就不展開了。好，那基本上說了這麼多關於社保的內容哈，那其實就是我們跟客戶去聊啊，客戶知道多的我們就少聊一點，客戶知道少的你就多跟他聊一會兒，那得出的結論就是什麼呢？只有社保是不夠的，對不對？尤其是對於80後和90後哈，那同時呢，以前呢還能靠投資，對不對？但是現在整體不管是利率也好，還是投資理財的收益和安全度也好，國內的客戶都是很清楚的。

00:40:22 Speaker 1
所以說現在其實保險成為了一個大家覺得，哎，是一個可以去重點考慮的這樣的，不管是保障呀，還是自然配置啊，都是一個很不錯的這樣的一個選擇。
好，那我們講完社保的時候，再簡單的跟大家講一下國內的商業保險。好，那因為我們不能去點評其他的公司哈，那這邊就是大概給大家放一下，這些公司大家都有聽過或者瞭解嗎？沒有，這個國內叫老六家，就是基本上就是，

00:40:54 Speaker 1
你不能說它全是國資背景吧，就是國內排名比較頭部的六大外行公司，像人壽和平安應該是比較瞭解的，對吧，因為人壽在香港有平安，在深圳很厲害，對不對，那其他的幾個呢，泰康這家公司大家有了解吧，國內做這個養老地產特別厲害的，也是咱們武漢那邊發起來的一家公司，所以如果現在有些客戶比較

看重養老，也有錢呢，他也挺喜歡去了解一下泰康的，因為他買了保險之後，可以有一個養老社區的入住的資格，

00:41:25 Speaker 1
對不對，如果大家有興趣的話呢，也可以到國內去看一看，很多城市都有這種類似示範區交付的，可以去了解一下，其實這家公司實力也不差的，實力也不差的，那第二個呢，叫何外資保險公司，這第一個大家都認識了，後面幾個大家看一看，跟你平時看的有什麼區別啊，像寶城、安盛、弘麗，我們其實在香港都知道，但是他們在FCP市場、大陸市場，他們的名字會有一點點變化，因為他們進入大陸市場就需要一個中方股東跟他們來合資，只有我們友邦，所以從這個角度，你也可以跟你的客戶去聊，我覺得這個也是很有談的這樣一個點。

00:42:16 Speaker 1
那這裡面呢，公營安盛從名字上就可以判斷，還有光大有名，我們從名字上可以判斷，基本上是銀行的渠道做得會比較好，對不對？那中鴻和這個中信寶城呢，就是代理人渠道相對會好一點，但整體最好的還是。對，所以在大陸還是我們，還是我們。好，匯民寶大家有了解過嗎？沒有，有啊。剛才提到的是百萬醫療，對不對？百萬醫療是保險公司的，惠民寶是有點政府背景的，基本上各個城市都有。當你的客戶跟你聊說我買了一惠民寶的時候呢，你不需要清楚它一定是什麼。那第一，它很便宜，大家看到這個深圳的例子是多少錢啊？88了，對吧？基本上不會超過300塊錢啊，各個城市一年啊。那它的特點是什麼呢？好處是什麼呢？它的寄網證也可以賠，就它可以帶病投保。

00:43:07 Speaker 1
那它壞處是什麼呢？免賠額高，就咱們叫墊底費，免賠額高。然後呢，報銷比例低，就肯定做不到百分之百或是什麼的，對不對？就有好有壞啊。這個聊保險是怎麼產生的呢？當時有些保險公司已經不太好了，就是經營很困難，他就跟保監去聊說怎麼辦，他說我們願意保那些買不了保險的人。保監說，你確定你要做這個生意嗎？他說確定，好，那你們可以做，那你們的利潤就控制在3%到5%這個樣子。所以他們的對象，他們的最大的優勢就是可以帶病。

00:43:40 Speaker 1
所以說，如果說一個人他什麼商業保險都買不了了，他如果買一個惠民保也算是有一個，托底的這樣的一個保障。好，大陸有個人養老金，大家有聽過嗎？個人養老金類似於咱們也是一些可退稅的產品。不知道哈，沒關係哈，就是我如果買了某些保險公司的個人養老金產品，當然不一定是保險，也可以是其他哈，我就最多一年可以交一萬二的保費，這一萬二可以作為我每一年報稅的時候稅錢扣除，就是可以結稅，那如果是我這個稅率是百分之四十五的人呢，那我一年最多是可以結到五千四百多塊錢的稅，對於客戶來講，那本身有產品本身的收益，當然這個產品也是要退休的時候才能拿出來，而且拿出來還要交百分之三的稅，

00:44:29 Speaker 1
但是此刻當下，他這一萬二，有五千多，本來如果他不買的話，是不是要稅後去交百分之五，四十五的稅，對不對，那現在買了這類產品可以稅錢扣除，就可以享受到這個稅優的政策了，這是個人養老金。好，保險金信託給大家帶一下，這個是想說什麼呢，國內的保險發展的非常非常快，雖然我們不是專業做信託的，不建議大家去跟客戶展開講很多信託的功能，但是想告訴大家國內的保險金信託發展的也非常的快了，所以說大額的授寫啊，省不下的對接的這個保險金信託，所以我們很多的客戶也是瞭解這個信息的。

00:45:06 Speaker 1
好，那這個國內的商業保險的部分呢，我們基本上跟大家就講的差不多了，很簡單的一些資訊給到大家哈。好，那我們進行到我們的第二個板塊，就是我們的這個客戶的分類的分析。好，想問一下大家啊，你們覺得MCV也好，新香港人也好，來咱們香港買保險的客戶，大概的這個畫像，不管是職業啊，或者社會角色啊，你覺得哪一類會比較多，有沒有同事可以跟我分享一下。

00:45:37 Speaker 2
來，老闆，一定是做生意的家族。因為他一般是有生意的人要有一個比較大的保障，是保障他的家庭，怕他的生意有什麼垮了，就我覺得他們都會買。

00:46:04 Speaker 1
可以給他送個小禮物嗎？謝謝。還有呢？除了生意人、老闆以外，還有什麼其他的你覺得？來，這位同事。

00:46:14 Speaker 4
還有一些高知識的那些，對，然後他是比較注重小孩的教育吧，還有自我的保障，健康吧。

00:46:30 Speaker 1
幫我也送個小禮物給他，謝謝。好，那基本上大家說到的其實我們也經常會自己也能想到的哈，基本上我們把這個客戶分為四類哈，其實當有一個做生意的老闆的時候就會產生富二代和全職太太是吧，有的時候不一定是全職太太啊，就是這個，而且不一定會產生一位太太對不對，對，這個也是需求對不對，然後另外的專業人士就是我們剛才這位同事說的，還有一些隱形的富豪啊，隱形的富豪就是你可能沒辦法很好地跟他去歸類，但是他確實還挺有實力的，

00:47:05 Speaker 1
我們一個一個來看哈，大家覺得企業主創一代好談嗎，不好談，為啥不好談，我覺得很難的一個點是你可能很難抓住他。他的時間是比較難約的，對不對，比如說你好不容易約了一個客戶，約了，他給了你半個小時，結果他前面那個會二十分鐘遲了，最後你只剩十分鐘了，對吧，說來，莫妮卡，我現在只有十分鐘的時間，你來給我介紹一下你今天跟我聊的這個東西是什麼，請問如果大家碰到這樣的高級的客戶，你會怎麼辦，有沒有誰想試一下你會從哪個角度跟他去聊這個十分鐘，大家覺得有希望嗎，這十分鐘，

00:48:03 Speaker 1
有希望，都覺得有希望，那怎麼做呢，讓他說，我不懂你，我聽你講，你能不能跟我講什麼。嗯嗯嗯，好，那是這樣的啊，我其實在這個部分呢，就是我聽到我的不代表是唯一的標準的答案啊，其實我們也應該獲得客戶的尊重，對不對？

00:48:36 Speaker 1
他給你十分鐘，你當然可以，比如說我記得去年年底我們是不是公司請了一個跟馬雲對賭的一個人，大家有沒有參加那場活動，賀學友，是不是？他就說我今天想要成交你，你告訴我怎麼做？然後很多人就會說你這個好狂但是很多高級人可能還是滿欣賞這種有膽識有魄力的就是我今天不走我今天就要搞定你我就跟你繼續下去就可以了那還有一種我個人聽到的一個是一個臺灣的一個前輩我很喜歡他的這個。

00:49:07 Speaker 1
你說話術也好說詞也好比如說王總我知道您特別的忙但是十分鐘真的不夠我想跟您另約一個時間然後他說這樣一句話他說我知道您的時間很寶貴但是我這麼想您的這個商業帝國非常的大很有實力就類似是泰坦尼克號我造船沒有您厲害但是我是專門造救生艇的。

00:49:41 Speaker 1
所以您這艘商業大船，如果沒有足夠的救生艇，其實也不是特別理想，所以如果您關注怎麼去造救生艇，我是專家，我可能需要您再找一個時間，給我多多多的時間，來聊這個事情，創一代它之所以能那麼成功，它聽得懂的，對不對，它聽得懂的，它說，其實很多時候我們在高淨的客戶面前要不畏不抗嘛。

00:50:11 Speaker 1
你要讓他尊重你是非常重要的，所以說創意帶其實不是很好聊，但是你一旦抓住了他，他有的時候忠誠度還蠻高的，因為他很忙，他沒有時間接觸那麼多的代理人，對不對，這是一個機會了。那好，全職太太和富二代跟創意帶完全不一樣，我們出去social啊，我們出去社交，我們經常其實如果能見到一些比較不錯的，有實力的人，可能大部分是這個角色，因為他們有時間出來，創意帶經常是沒有什麼時間的。

00:50:45 Speaker 1
那這一類人，大家覺得他的需求點在什麼地方？非常好，對，就是你要，讓他開心，對吧，讓他開心，那這一類人呢，他有一個就是，你不能叫作用吧，就是很有可能他不是最終做主的那個人，但是你給他提供了足夠的情緒價值之後呢，他可能會把你介紹到真正有決策權的那個人面前，就是有機會跟他去見面了，對不對，所以這一類人呢，是一個很好的群體，因為他們相對來說時間比較充分，我們後面會去講，

00:51:22 Speaker 1
見客戶其實時長不重要，頻次很重要，你能多頻次的接觸是比較好的，那第三類呢，我們的專業人士，就是我們剛才這位同事說的，專業人士非常多，其實

高管都屬於專業人士，醫生啊，律師啊，都屬於專業人士，大家覺得專業人士最在意的是什麼？專業，就是你得專業，對不對，對，是，這是他對我們的要求，他對自己最在意的是什麼？體面，誰說的？

00:51:55 Speaker 1
對，這個是我個人的觀點，可能在座同事不一定認為體面排第一，那我個人接觸這麼多客戶，我覺得是體面排第一，為什麼？因為他的那個職位不是百分之百一直屬於他的，比如他是一個大明星，他會一直紅嗎？也不一定，對不對？所以他希望在自己沒有那麼紅的時候，或者是沒有那麼高的收入的時候，依然能保持身邊人對他的那種認可，所以尊嚴和體面是高管人群或者專業人是非常非常在意的一件事情，他這盤哪天都不是走了，別人看不起他，對吧？

00:52:30 Speaker 1
所以這類人群我個人認為是談儲蓄，談退休，非常非常好的一類人群，跟創一代不要談退休，因為老闆不會退休，對吧？他到七十八十隻要他幹得動，他還是會幹的，所以跟創一代就聊傳承，聊控制權，他們是愛聽的，退休不要聊，他沒有退休這個概念，小的責任他要關心家人，大的責任他要關心員工，對不對？高管會不會退休啊？會啊，對不對，高管會退休啊，所以他在高管的時候他的生活狀態就是那種很舒適的狀態，他希望退休之後依然可以這樣，對不對，所以這個群體是我們我個人認為是做保險非常好的一個群體啊，又有支付能力，又有理念，因為他沒有知識沒有理念他當不了高管，對不對，然後同時呢他有非常強烈的這樣的一個需求。

00:53:18 Speaker 1
那最後一個隱形富豪啊，大家有沒有，關鍵是23年吧，在海港城出現了一群僧人，據說是來買保險的，對，就是一群師傅啊，穿著那個那個那個僧袍啊，就出現在我們海港城的那個地方，那個我當時看到了，就說他們應該是來買保險的，僧人，還有包括運動員，對不對，剛才我們提到的運動員當然他可屬於專業人士，對不對，他們也，他們的運動身材相對也不是終身的，對不對，所以他也是需要後面很多的這個保障的。

00:53:51 Speaker 1
包括我以前有一個客戶，他是個海員。他半年在船上，半年在地上的這種，對吧，他也是希望說我來給自己有一些這方面的這個保障，還有一個明星叫什麼來著，就林花的那個人叫什麼來著，鳳凰傳奇，那個女主唱，她其實是一個牧場主，他們家有非常多的羊，非常多的地，對吧，像這種人，你問他，他也不是個大老闆，你問他，他也不是在某一個公司去高管，但是他的實力其實不一定差，而且這類人的要求其實有的時候沒有那麼多，

00:54:26 Speaker 1
而且他很抱團，他可以把他身邊的朋友介紹給你，所以是個很好的一個轉介紹的一個中心，好，那就是這一類，那我們這一類呢，這四類呢，基本上說的是我們MCV的客戶，那如果我們還有一類非常非常好的，大家都知道香港的人才政策，對吧，來了非常多的大陸的人才到香港來，那就是新香港人也是我們非

常好的一個客戶的群體。是不是比MCV客戶做起來還要接觸起來要容易，它畢竟大概是在香港了，對不對？所以大家其實啊，一定要注意新香港這個群體的開發，那定義我就不去跟大家講了，我們來看一看幾個數字，大家可以看到有這個100萬左右的新香港人來到香港來了，然後也帶了非常非常多的錢，雖然這個20億的保單不是存在我們這裡的，對吧？

00:55:13 Speaker 1
但是也說明高競職客戶還有未來的這些人在保險這件事情上其實是很有潛力的一群人，大家也不一定非要跑到MCV市場裡面去怎麼怎麼樣，對吧？其實你身邊可能就有很多很不錯的潛在客戶給到大家。好，那如果我跟新香港人去聊的話，聊什麼他才能學說保險是對他說很重要的呢？那首先大家都知道香港醫療很貴，對不對？所以醫療是肯定是需要的呀。他以前在國內有個社保有個百萬醫療就行了，但他現在到香港來行嗎？不行。

00:55:48 Speaker 1
人到香港來百萬醫療基本上用不上了，因為百萬醫療是國內二級幾常公立醫院才可以用的，對不對？好，那另外呢，退休大家都知道香港的退休只有一個，強基金，對不對？強基金可能不是太夠吧，尤其是這種在香港生活，對不對？那香港的儲蓄保險又這麼好，他為什麼不會去考慮？那另外呢就是可能子女跟他來了，但是父母還在。所以說如果咱們有些產品是不是有些很好的增值服務啊，同事們，對不對，如果這個增值服務讓我一個身處香港的子女可以很好的照顧到我在大陸的父母，也是一個不錯的一個加分項哈，所以說基本上他在香港就是，當然有這樣一句話，人在哪，錢在哪，風險在哪，所以如果這個客戶他已經到香港來生活了，哎，他肯定在這邊要花錢吧，對不對，他也要做一些儲蓄的動作哈，他的很多的風險也會在這個地方，所以呢，他在當地去做一些儲蓄的動作，他也要做一些儲蓄的動作，所以呢，他在當地去做一些儲蓄的動作，所以呢，他在當地去做。

00:56:41 Speaker 1
去配置一些適合他的保險產品，這個也是他本身的需求來的啊，好，那我們說到需求了，那我們的這個MCV的客戶也好，或者是我們的新香港人的客戶也好，具體有什麼樣的一些需求，哎，那我們就邀請我們MCV市場的這個專家，Steven Chen，來給大家做一個分享，好，現在歡迎。先給我們的Monica老師一個掌聲，好不好。

00:57:10 Speaker 3
好，現在歡迎。很久沒有聽過這句話了，我整天都在柬埔。行了行了行了，我一問而已，有一半人在另口。那行了，我說回廣東話好不好？好，多謝大家支持。我多怕，每個人都說聽廣東話，真的死定了。不過這樣，我想在座的同事可能是想聽廣東話的。I'm so sorry.

00:57:41 Speaker 3
我不能幫你了。我只是負責說很細的一個部分。其實呢，大家都知道，其實客人在他不同的階段，是有很多不同的人生目標，有排序，不同的。包括他要保

障他的自愛。提供子女美好的將來、關愛長輩、關注身體健康、規劃退休生活、達成自己的夢想。希望在這個階段，大家可以留意到。

00:58:14 Speaker 3
你的客人是屬於哪一個階段的，你又針對他的需要，開採出一個適當的安排。這是醫童的人主要的主旨。為了配合不同客戶在不同人生階段的需求，其實在財富管理上，我們都需要對症下藥。在座很多其實的款式，是像剛剛踏入社會期的。沒有反應，即是不是啦。

00:58:47 Speaker 3
但譬如，都不是我Steven都像，那個Steven，我講你呀。為了達成自己的夢想，為了將來，如想置業、結婚，關注自己身體的健康，要踏入社會。如果面對一些第二代、第三代，剛入社會工作的小朋友，他們會有這個需求。四葉冰壩期，一定是。

00:59:18 Speaker 3
我屬於那一種，所以我特別留意。四葉冰霸期的客戶，保障他們的自癌，關注身體健康。最重要的是甚麼呢？家庭責任更多。其實我絕對相信，中國人，不要說洋人，洋人不要家庭責任。但中國人有家庭責任的觀念，尤其是我國外單位新香港人，在座的很多都是，其實他有家庭責任，

00:59:49 Speaker 3
其實他會願意拿出他的錢，去幫他的家人，去計劃好他們的將來，提供孩子美好的將來一定是，這裡也有很多美好的將來我見到，關於長輩，退休享福期我特別留意的，其實個個都要關注身體健康，亦都要提供孩子美好的將來，最重要是好好享受退休生活，剛才Monica老師講過，其實很多國內人，他需要有個好的提醒，

01:00:19 Speaker 3
其實剛才見到，其實在國內的退休金，或者幾年之後，十多年之後，其實那個退休金，講得衰些會爆煲，我想問大家，中國人最緊要是甚麼？對，再想多一點，面子，中國人是想有面子去過去的退休生活，你的出現，你提供給他的退休保障，

01:00:54 Speaker 3
就是令到他將來有面子，體面地去退休生活，是大家幫助他們，明白嗎？好，其實這個我就幫忙弄，你在金字塔有風險管理，包括有危疾保障，意外，人壽，財富管理包括了我們的教育儲備，退休計劃，財富增值，就是有一個儲蓄和投資，這個就是一個基本的理財金字塔，

01:01:25 Speaker 3
影響MCP或者新香港人選擇保險的因素。MCV客戶對保險的固有認知，對風險管理的忽視和一個僥幸心理，即是我沒事了。但其實我不知道大家有沒有聽過一句俗話，廣東話叫做越窮越見鬼。你越想著自己沒事，一下不覺意你就會出事。所以其實沒有一個僥幸的心態，

01:01:58 Speaker 3
其實任何人都有機會遇到一些不好的事情。這個必然是優先考慮小孩的保障，尤其是現在我認識的那些，我的朋友、子女，其實一個起兩個字，他們很疼愛那些小朋友，每個人都疼愛。在內地買我的CI和Medical，我不會去踩人家的產品，

01:02:29 Speaker 3
不過，事實上我們公司的醫療，或者是危疾的產品，在保障方面，是會給其他產品有些優勝的地方。有些客人是因為健康的理由，只可以買Saving，個案的經驗跟大家分享，就是有些客人，可能大家都不想客人要加價，沒有人會喜歡的，但你反過來想，如果經過公司嚴謹的核保，

01:03:00 Speaker 3
加價給他賣住院，你可能說不要加價，扔回去，應該去想有得給你賣，你就快點賣了。我早兩天放了個假，我去做一個身體檢查，沒事，我去做腸胃鏡，因為小弟家裡有一個頗強勁的家族病事，好在都沒事，我回來第一個反應，我跟同事有個醫生說，

01:03:31 Speaker 3
真的，原來家族病事是很真的，其實沒所謂，照了腸胃的色慾。小弟家裡有強勁的家族歷史，你想想家族病史，你當然不高興壓，你當然想壓，反過來想，現在驗到沒事，跟客人說馬上買，不是第二天買不到。

01:04:02 Speaker 3
所以其實你身邊有時要想想，客人可能某些原因不買，你反過來跟他解釋，其實你是在幫客人，好，有時候，客戶不是沒有錢，或者不信任保險，但就不要將保險優先考慮，好像譬如，大家記得11月，應該是11月，香港發生了一件很不開心的事，沒有人會開心的，這件事其實透露了一件事，

01:04:32 Speaker 3
很多客人在人壽，和意外的保障，是不足夠的，我不是要你馬上做，你去思考。如果這麼不幸的客人是你的客人，你會覺得如果時間可以倒流，你會幫他添置什麼保障？我相信人壽和意外是一定會有的。你們自己思考，自己思考。好，我很喜歡Monica做的這句，

01:05:04 Speaker 3
事前不交集，事後來不及。掌聲鼓勵。因為這一句要主講是沒有神找的，但是聽你說完，說得更加好的是怎麼說的。

01:05:22 Speaker 1
事前不著急，事後來不及。

01:05:52 Speaker 3
所以有一些新香港人的客人，一定要向他們介紹。安常老師說過，其實大家身邊很多新香港人，他們來到香港，必定在香港需要他們的發展，那你沒理由不扣稅的嘛。所以這兩個產品非常適合他們。大家留意到我們的藝術產品的賣點

有些部分不一樣，黃牌的藝術產品有癌症、中風，大家都知道其實很不幸地中國人中風、心臟病癌症都是多的，

01:06:28 Speaker 3
癌症這幾年都算好一點，因為我都做過 operative，以前你知不知癌症最多是什麼？以前我講，但你不知道是好的，你黑戶中毒，不要吃太多鹹魚、鼻咽，現在少了很多，可能香港人或者國內的客人食物方面好了，其實鼻咽是少了，但另外一種是肺癌，就算你不吃煙也有點危險，所以這個是沒理由不買的。

01:07:01 Speaker 3
醫療產品的賣點大家可以看到，我不特別說了。儲蓄產品我們有我們的Global Fancy，即是這一款好像是Girlfriend，女朋友，盈餘衣服，接著這個愛無憂，這個AIA盈平。其實很有趣，在新香港人的世界，是多人買延期鏈金的，反而國外客是沒有買這款的，買盈餘或者買…

01:07:34 Speaker 3
GF，我不要說賣女朋友，好像很壞，對不起。不好意思，不錯而已。賣這個Global Fancy，我覺得不要緊，但其實你會記得新香港人來到香港，真的對年金的概念是會比較強的。所以你可以在這裡向同居賣多一點，這裡有提到產品的賣點，包括多樣，產品特點不同，非保證，潛在匯報很高，最重要是延期年金是可以扣稅的。

01:08:08 Speaker 3
這裡有講解我們環裕的特點，例如有貨幣的轉換，提存的應變，這個新的，即是可以提存，穩壓的傳承，可以分拆選項。有保單站館人的安排、市場首創、新僱的賠償支付，大家可以慢慢研究。我們也看到這個產品的非常好的回報。

01:08:38 Speaker 3
預期回本，這個例子是一個零字多大，是甚麼零字呢？美關4，5年補費繳付期，每年補費10萬，總共給了50萬。預期回本呢？奇怪了，又自己打了。在17年的時間已經超過了他原本給的母肺的兩倍，

01:09:14 Speaker 3
39年10倍，所以你看到這些產品在公司強力配合之後，回報是非常可觀的。好，其實也要留意一下，就是剛才說的一些醫療，有機會大家會覺得有些客戶，他說我在國內，我有社保已經OK，但其實可以對他推介就是說，我們在醫療的有些增值的服務，我們覺得我們在市場上現在是No.1，譬如說尊助你這個，可以幫你打通內地就醫的流程。

01:09:47 Speaker 3
全程覆蓋，住院和出院後，以及醫護家訪，我的專業也很精彩。在個人，由Medix這間公司提供的一些管理服務，包括香港、海外，患上重大疾病，可以找到全球專家的第二意見。你未用過，你覺得沒問題，寫一箱。不是我，總之有些朋友，通常用這個都不是好東西，

01:10:18 Speaker 3
正常打傷風感冒，你不會用這個，但如果客人真的有點重疾，他會發覺這個服務是真的救到命，你買份保險都是為了準備將來，所以這些服務如果我們有，而在市場上是獨有的話，大家應該多多留意。好了，這個既然大家知道做國內單的好處，那我就介紹一些iPOS、i認證的東西。

01:10:51 Speaker 3
大家現在有做國內單的同事，知不知道我們已經將iPOS和i認證二合為一了，即現在不是兩個app了，你新iPOS的版面的右下角，你按下去已經可以用到i認證，即不是像以前一樣，你要分開兩個app，一個刮一個不刮，就沒有這個情形了。新的iPOS，在下面見到i認證，接著介紹一個，希望你是沒有機會見到的，Always On，大家過往有沒有試過，

01:11:23 Speaker 3
在座200的一定有，你有沒有試過，你想做i認證的時候，系統颳了？沒有理由沒有試過的。有沒有試過每一年有兩次說那些什麼系統要刪除它，系統維護。有沒有人試過要拿一張報紙做認證？有沒有人試過升這裡？你試過嗎？是不是很肉酸？超肉酸。

01:11:53 Speaker 3
好了，後來我們就說不用報紙了，用iPad。一定有同事試過在地鐵站拿著iPad去做認證。有沒有人試過？不要說地鐵站。iPad展示過日子去證明你那一刻在香港。有沒有人試過？沒有試過是好的。我們很感謝IT的同事研發了這個Always On mode。我衷心希望大家沒有機會用。就是說如果那些系統下降了，

01:12:25 Speaker 3
你仍然可以用。可以用i認證。用i認證拍照，拍攝客人的個人照片，拍攝客人的小白條，他們都會放那張聲明，客人確認在香港銷售，而不需要再去找地鐵站，找iPad，iPad是我記得用來展示日子的，這個Always On已經研製了，你現在沒機會用是好的，即是說由它研發成功，

01:12:57 Speaker 3
8月到現在，那部機沒死過。所以我希望你沒有機會使用。但是你一年之內一定有機會使用兩次。因為有系統維護。但是其實系統也算穩定的。所以跟大家說，當發生這件事，部機有問題，你用不到的話，這個Always On的模式就會出現，你仍然可以做到認證。所以大家不需要這麼擔心。有時候我們會說，

01:13:27 Speaker 3
死機，做不到認證，那怎麼辦？帶他上傳中心，不是開24小時的嗎？我介紹了這個Always On，希望大家沒有機會使用。我們很少做出那些系統，不希望大家使用。但是這是其中一個。好，最後介紹一件事。大家知不知道，譬如你的客人想來買單，但是他明知自己身體有些毛病，你可以怎樣做？大家不知道就好了。

01:13:59 Speaker 3
有個預先查詢服務有沒有人用過？沒有，也有啊。多久才發上來？他們答應我是三個工作天的，如果他沒有回覆，你再發個電郵給我幫你跟進。第二次都沒有。那我就要跟客戶講了。我們是要有些要求的，客戶在過往12個月來過香港，

01:14:29 Speaker 3
他就要電郵去這個電郵那裡，那你就叫他如客名、年齡、性別、計劃名稱、寶額，就要簽一張聲明書，在這裡下載，給客人的身體健康檢查報告，這個同事的個別個案我就在網上跟進。在三個工作組之後，他們就會因應你客人想買什麼產品，告訴你如果他來到香港買單，會給你什麼價值。

01:15:00 Speaker 3
推出之後，其實我們平均一個星期收到10至15個案例。當然有機會，好像覺得我跟士芳去過兩次，但是沒人回覆，那這個是我的問題。那我就會待會私底下問他拿回資料去追回客補。有沒有思考過，為什麼我們需要客人過往12個月來過香港？正確，繼續說，怎樣合規法呢？

01:15:32 Speaker 3
很簡單問一個問題，你的客戶沒有來過香港，你怎會知道你的客戶想買甚麼？這個同事問我，正規銷售嘛，所以你要給他過往來過香港的記錄，我們就相信，在過往他來香港的時候，他跟你談好了，只不過欠簽署，不過客戶突然間睡醒，請教他，同事，同事，我身體有點毛病，你問問你公司受不受我，

01:16:04 Speaker 3
應該這件事是發生了，但留意一件事，我們最近收到一些報告很有趣，現在國內很多時候，報告是SMS給你的，上面是沒有名字的，一定要他給我們一個有個客名的報告。三件事，過往12個月來香港給一個入境證，下載這張訊息，還有要電郵去這裡，我們三個工作天之內會回覆。之後我和你私訊。好，那等一下我會有個時間交回給Monica。

01:16:37 Speaker 3
彩虹啊，這個大家要拍的。李Sir，我都說大家做單的問題，如果你iPOS不行，iPOS，是不是很奇怪，我不知道啊，我沒有碰到他。這間房有點奇怪，我的手有點奇怪。你iPOS或者iPOS遇到問題，IT有問題，你打這個電話3108-1338。星期一到星期日，公眾假期都有人聽電話。

01:17:09 Speaker 3
早九，晚九。最重要的是，接這個電話的同時，普通話是好我很多的。好，好，好，好，好。你們一定能夠溝通。好，等下時間交給Monica老師。不過，說完之後，不要走。有一點點好處給大家。時間交給Monica老師，謝謝。

01:17:29 Speaker 1
謝謝你們。好，給我們介紹了很多客戶的需求。那我們就來簡單的探討一下兩個案例。大家可以看一下，這是一個真實的案例。是我們同事的一個案例。我

們在做這個頭腦風暴的時候，覺得他這個很有代表性。大家可以看一下。他就是大學來香港讀書的。然後畢業的時候就在香港工作了。可能現在沒有33歲，我們把它演繹了一下。

01:18:00 Speaker 1
大家覺得這個客戶，如果你碰到他，認識他，已經有信任可以開始去做銷售的交流了。你會跟他聊點什麼？你怎麼知道我的答案，這是最正確的答案，我們就不賣關子，我們來看一下，我們其實梳理了一下他的這個投保的這個過程，比較有趣的一個點在哪裡，大家知道，就是你們覺得客戶一般saving和這個危疾會先買什麼，危疾，對吧，我也聽到了saving，但危疾會多一點，對不對，大家都知道我們那個理財金塔，對吧，下面四個是吧，就是carve，對不對，

01:18:47 Speaker 1
那危疾會排在那邊，所以當我們在探討的時候，我就說，我是先買的這個，他說，我不是，我說你是怎麼做的呢，他說，我就是工作了之後先買了儲蓄。相反的儲蓄，也有一定的道理，如果他收入比較高的話，他可以去考慮退稅，或者他可能會覺得說，我年輕是健康還不錯，我可以晚一點再去買，危疾，我們不是說這是一個正確的理念，但是客戶有客戶自己的想法，所以有的時候我們去見客戶的時候，就會發現你可以，你把道理講給他聽，選擇他可以自己去選，那我們就給大家列舉一下，看一下這個，我們給大家一個產品的組合，

01:19:30 Speaker 1
這個組合，整體的客戶的保費，一年才花了一萬一千多塊，是不是還挺平的，是吧，那一萬一千多塊都買到什麼，一百萬的重疾，一百萬的定壽，五十萬的意外，還有辦私家房的醫療，還有了一個儲蓄的小習慣，是不是還挺吸引的。對不對，用這樣的一個，有些人說保險很貴啊，其實不一定的，對不對，其實不一定的，當然這個客戶24歲比較年輕，他收入也暫時沒有很高的情況下，大家可以看到，那這一萬多塊錢的保費裡面還有一個這個2000多塊錢，其實是一個儲蓄的產品，對不對，其實保障的產品整體，我們如果客戶覺得一萬多塊錢依然有點貴，有一個很好的辦法，大家知道什麼，給他月化一下，就是每個月花多少錢，我們這邊都給大家算出來了，

01:20:26 Speaker 1
這個客戶每個月加在一起可能就是八九百塊錢，就可以有到這樣一個全保的一個方案了，如果到這兒客戶都說不買，那他一定不是錢的問題，對不對，他一定不是錢的問題，他一定是其他方面的問題，你要看看是什麼問題去解決了，好不好，如果說客戶成長了，到了30歲了，收入有增加了，那我們就可以，比如說他的危疾，我們可以去做愛辦行二了，對不對？然後我們的儲蓄也可以去做這個GF了，等等。

01:20:59 Speaker 1
那這樣的話呢，整體的這個保費的話，大概是4萬多億。根據這個客戶的年收入其實也不到10%。如果大家有了解過，大家有沒有了解過一個叫，就是四個象線的那個財富的那個管理。就是，正常的我們的保障和我們的儲蓄加在一起，

是要佔到整個可支配收入的50%的。60，對，那就更好，這個理念就非常好。所以說其實從這個費用的角度上來講，對於這個客戶他一定是可以，而且是適合他的。

01:21:29 Speaker 1
好，大家可以看一下我們這個產品的一個組合。所以說，你哪怕碰到的是比較年輕的客戶，只要他的理念到位，對你的信任到位，我們其實可以哪怕用一個不多的一個預算，都可以給客戶做到一個全保的這樣的一個概念。好。第2個案例，我們做了一個男士的，高才的案例。假如他是高才A的話，大家知道高才的收入門檻是多少？250萬港幣，所以說這個人的收入應該是沒有什麼太大的問題的。

01:22:02 Speaker 1
這個客戶我們經過採訪之後，我們給他梳理了一下，他是這樣的一個情況。他其實來香港之前，他肯定像我們剛才講的，他在國內已經配置了重大疾病保險還有醫療保險。但是他到香港他要長期的工作和生活，他覺得我這個香港的醫療和危機是需要去把它補起來的。然後大家都知道近年我們國內的利率的這個水平吧。儲蓄已經跌破百分之一了，保險產品的確定收益基本上在1.75到2了，越來越低，所以說很多的客戶，他在這個安全資產這一塊，他其實如果看到了這個國內的這個整體的一個情況的話，那儲蓄崩潰的產品也是可以他們去考慮的，那這個40歲之後的這個呢，大家知道我們最近出了1月20號出了一個新產品，有關注嗎？1月20號出了一個新產品，活燃人生，對不對？

01:23:00 Speaker 1
其實剛才Steven也有講，就是很多的客戶儲蓄和這個危機都是比較顯現的需求，人壽和意外其實。不是特別的足夠，對不對，我們很多的客戶都是這個樣子的哈，但是其實對於一個家庭經濟支柱來講，他的這個壽險的保障和意外的保障是非常非常重要的哈，因為這個就決定了他站著的時候是一臺印鈔機，他倒下能不能變成一堆人民幣，對不對，所以就是說如果一個客戶，哎，他在這方面的保障不是很充足的話，如果他不幸提前離場跟上帝去喝咖啡了。

01:23:36 Speaker 1
那他的家人可能就沒有辦法保持現在的一個生活水平哈，所以我們客戶去聊，說尤其是二胎出生，那就說明他的家庭責任會更重，哎，那這個時候他可能會考慮去買一個大額的一個壽險，那到退休階段的話呢，大家都知道我們的GF很好，對不對，我們的GF很好，他的增值哈，那其實很多時候客戶也追求一個穩定性，就年金現金流的配置啊，也是客戶在這個就是50歲之後吧，45歲之後，50歲之後會重點考慮的這樣，一個方案，那好，那這個客戶呢，我們做了這樣。

01:24:12 Speaker 1
不一定要每一個都買，但你可以看一下，這樣類型的客戶，如果年後收入能有這麼多的話，其實不只他都是高才了，他是不是可以從全保的概念去考慮這些，那當然大家可以看一下，這個裡面的儲蓄，剛才Steven跟我們講啊，就是

延期的年金啊，還有我們的這個儲蓄的這個還原盈活，其實他這個保費不是一個花費，對不對？只是換了一種形式存在，換了一種財富的形式存在而已，所以看似說他每年可能要交23萬的保費啊，有點多，但事實上其實裡面有13萬左右都是儲蓄來的啊，保障的部分呢，其實只有9萬多啊，這樣的一個情況，我們也可以把它換算成這個月度的一個數字來告訴客戶，哎，你做這樣的事情的話，整體你的家庭會獲得一個什麼樣的保障，那結合咱們的新產品啊，

01:25:06 Speaker 1
我們可以把我們的樂意，比如說換成，在活燃人生這個產品我們到最後去培訓的時候跟大家有建議可以加我們的定期壽險，對不對只要多花大概15%左右的一個保費啊就可以讓他的身價，翻倍啊而且咱們香港定期壽險保障的時間還是挺長的，對不對能保到85歲哈所以說客戶如果很認可也許你接觸這個客戶的時候他他儲蓄買過了醫療買過了危急買過了但是他的壽險我相信啊很多時候都還是有挺多的去交流的空間的。

01:25:44 Speaker 1
所以這個地方也是我們一季度去做很好的業績大家可以嘗試跟我們的客戶去溝通一下我們還人生這樣的一個壽險的產品，好，第三部分到這兒就講完了，我們講了客戶，我先講了市場，然後講了客戶，客戶的話就是一個是分類，一個是它的需求，接下來這個部分是我們在收集大家需求的時候一個非常顯性的一個需求，大家說我想知道怎麼脫課或者是什麼的，其實剛拿到這個需求的時候，我做了整個的課程設計，同事們也會說，他們其實更想聽這個，我堅持前面還是要跟大家去講講前面的部分，

01:26:24 Speaker 1
因為這個部分呢，其實是有點是兵器層面的東西，你的內功如果沒有修煉好的話，給你個倚天劍和屠龙刀，你當然也是用不好，所以說大家有沒有參加20號反正老師的那個講座啊？其實他說的你整體的提升不是去學話術，是你整體的一個素養和你思維的一個變化才能讓你跟客戶更好的去交流，對不對，當然最後我們肯定還是要滿足大家的需求，先講一講大家關心的這個內容，那第一個如何認識這樣的新朋友，剛才第一個同事就說了是吧，沒資源的不認識，那好，我們先來看一下我們現在整個的這個MCV市場處於一個什麼樣的一個階段，或者整個的社會吧，這都處於一個什麼樣的階段，

01:27:08 Speaker 1
為什麼要講第五消費時代呢，其實就是想知道我們的客戶他日常休閒，你如果想去認識這些客戶的話，你要在什麼地方能跟他們接觸到，對不對，那大家有沒有關注到大家這個國內的這個休閒的娛樂的方式有發生很大的變化，KTV已經下降了非常非常多了，現在更多的是什麼，City Walk，還有這種日常的這種小的這種就是逛公園啊，這種就是成本相對比較低，然後跟大自然親密接觸的這種活動方式會比較多，所以香港有一個特別好的資源叫徒步，大家有這方面的愛好者嗎？

01:27:50 Speaker 1
我其實特別不喜歡運動，但是我在香港剛買的、逛的、逛完了之後沒事幹，我現在也開始加入這個運動的這個行列，每個週末都去看一看，推薦大家去大潭水塘去逛一逛，我覺得那地方還挺漂亮的，是吧，然後也可以認識非常多的新朋友，所以在這個過程中呢，大家想要知道就是說第五消費時代我們要面臨的這個客戶，他可能他的整體的這個思維跟以前是不一樣，他以前買東西可能比較喜歡那種表面上非常，精緻的或者什麼的，現在就是比較重實用重價值的這樣的一個階段，所以整體的社會在往這個方向去發展的時候，我們跟客戶去溝通，我不知道在座的各位就是有沒有像以前那麼喜歡旅行了，有嗎？

01:28:35 Speaker 1
有人有，有人沒有，我身邊很多的人就跟18、19年比起來有個很大的變化，之前呢，就是說走就走，全世界到處飛，但是現在呢，你會發現他好像就覺得在家喝個咖啡，逗個貓，招個狗，看本書，他也覺得挺開心的了，因為我以前以為這是我個人的一個變化，我沒發現身邊很多的人都會有這樣的一個趨勢，然後那個小紅書你刷也發現有很多你不認識的人也表達了這樣的一個觀點，那可能就是整個社會在進入這個第五消費時代的這樣的一個發展的一個趨勢，好，那他也提出來了這樣的一個消費的趨勢，我覺得這裡面跟我們比較有相關的就是軟性是什麼呢，雖然我們第一是因為合規，我們也不可能在社交媒體上去發產品，對吧，也不可能，但是。

01:29:23 Speaker 1
允許的情況下，你也不能那麼幹，因為那麼發其實是不會吸引到很多的客戶，太硬了嘛，太直接了，對不對，然後另外呢，就是這個社交啊，人和人之間的情緒價值也好，或者是價值觀方面的共鳴也好啊，等等啊，可能就是我們後面去跟我們的客戶進行交流的過程中能夠吸引到客戶，讓客戶去認可我們很重要的一個點，那可持續就不用講了，什麼時代其實都是這樣的，我們做一件事情，關鍵是要堅持啊，你持續去做，又要說到反正老師那個密切法則了，對不對，有的時候你做了一段時間，覺得好像沒什麼成果，不是這件事你做的不對，只是這個時間還不夠，對不對，還沒有到那個拐點啊，所以大家，我不知道在座的各位現在在MCV這個市場上，你做了哪些動作啊，去拓展你的客戶，可能你說每客戶並不是你什麼都沒做，你可能也做過一些嘗試了，但是沒有結果，對不對，沒關係，只要你的方式方法是對的，可能只是時間不夠而已啊，只是時間不夠而已。

01:30:22 Speaker 1
好，這個狗MCV的同事一定都知道，Local的同事有沒有聽過，出來混最重要的是什麼？出來混最重要的是出來。對了，所以就是說你如果真的想認識朋友，不管你是做保險還是幹啥，你首先得出來，你不能天天在家裡面呆著想我怎麼認識客戶，一定是要出來的，你去逛一逛多和人接觸接觸，

01:30:54 Speaker 1
這個才是第一步。好，那這個是我們這個大陸有一個非常好的電視劇，最近孫

力剛拿了獎，國內叫蠻好的人生，香港叫中年好翻身，這個就是專門講保險代理人的，所以如果在座的各位，你如果想要了解國內市場怎麼做，怎麼做top sales，可以去看看這部劇，中年好翻身，孫力演得很好，對，然後這裡面是截過來的，就是很多時候我們不敢跟別人接觸什麼的，

01:31:26 Speaker 1
可能就覺得我不是top sales，對吧，我們公司誰誰特別厲害，其實沒關係的，只要你敢出去，你一定能接觸到特別喜歡你的這一類人，所以這是第一步了，這是第一步，好，那拓展社交圈的方式有非常多，比如說我剛才說的徒步，第二張圖是什麼，第二張圖是現在剛才講到，我們有很多的新香港人來香港，是不是很多帶著小朋友啊，但是小朋友就會參加一個叫鯨魚展的活動，我不知道大家有沒有人知道。對不對，人特別多，

01:31:56 Speaker 1
而且很多都是家長啊，很多都是家長，其實是可以認識到一些朋友的。那比如說寵物這個主題，或者像我，對吧，我廣東話不太好，我可以去上廣東話的班吧。在座的這個local的同事，你也可以去上廣東話的班。你不是為了上學，你是去為了認識那些學廣東話的人。對不對，你還可以跟他們私下去教他們。對吧，就是一件事你但但想做，他一定是有方法的。關鍵是你有沒有去做，那包括像讀書會，

01:32:27 Speaker 1
像樊東老師這個，這類似的這種讀書會對吧，都是可以的。那我覺得很重要的一個點是什麼呢，其實哪一種方式真的不重要。關鍵是你有沒有多頻次的去做，有沒有跟這個人多頻次接觸的一個可能性。我剛才列舉的這些東西，除了教育展我不說哈，像那個廣東話班或者是讀書會，你是不是可以跟一個人多次見面。你跟他多次見面，你就有機會更瞭解他，他有機會更瞭解你，所以說其實不是方式方法的問題，是我們是不是找到了適合自己的方式，好，那如何開啟保險話題，這是大家的問題嗎，你新認識了一個朋友，你會給他聊保險嗎，不聊，完全不聊嗎，找機會啊，是不是，應該是很自然的聊，聊完以後他也不知道我在跟他說保險，

01:33:26 Speaker 1
好，謝謝這位同事，還是這個開啟，我覺得為什麼會問這個問題，因為這是大陸的代理人很重要的一個障礙，就是沒辦法開口告訴別人，在座的各位可能也有這個，那我個人的感覺是要解決事情，你要先解決心情啊，你為什麼覺得開口難呢？

01:33:56 Speaker 1
我們跟客戶開口聊保險，我們的目的是讓他買單嗎？核心訴求是，是吧？但是我肯定不是說開口他就得買吧，對不對？所以呢，如果我聊保險不是開口就讓別人買，我就沒有那麼怕別人拒絕我嘛，對不對？我聊保險不是，當然如果能立即成交當然好了，更多的是什麼呢？讓客戶第一時間就想到你，以後他有這個需求的時候，他第一時間想到你。所以在這個過程中，

01:34:28 Speaker 1
如果你特別認可自己的保險人的身份，怎麼向這個好朋友，就是新認識的朋友去展現呢？我個人的一個建議，大家可以根據自己的情況，就是你從開始就亮明你的身份，亮明你的身份，但是不要馬上就跟著銷售動作。比如說，我做agent的時候，我在一個群裡面，加入群，群組把我邀請進去，我做自我介紹吧。這是很正常的，我一定會告訴他我是保險代理人，

01:34:58 Speaker 1
告訴所有的人是保險代理人，但是我不會接下來一個個去加別人，因為我去加別人的話，別人可能防備性會比較重。我在群裡了，別人也知道我是保險代理人，日常是不是會有一些互動，你是不是可以發表自己的觀點，是不是可以展現自己的性格，展現自己的魅力，展現自己的價值觀，那時不時就會有人願意跟你互動，只要你的內容是好的，大家就願意跟你互動。一來二去，就出現了你說的那個合適的機會了。可能他主動來，

01:35:29 Speaker 1
所以很多時候我們的身份的亮明是可以在第一時間去做的，但是不用說一上來就跟別人邀約了，那別人可能對你的瞭解不夠，他也會直接就say no，大家會覺得這個方式不太好，加群沒有用。我在這個群裡簽了一張，能說嗎，這是MCV的以前的，不是香港的，40萬的頓繳，然後簽了10張危急的保單在這個群裡面。所以說其實大概前前後後，不到半年的時間，

01:36:00 Speaker 1
所以整個的這個群裡面的一個業績的一個情況。所以說其實很多的時候大家可以把那個時間放緩一點，你要做一點經營的動作，其實是一定是會有成果在的。那如何跟進呢？就這個人咱們已經加上了。如何跟進他呢？我可能已經跟他開口聊過了。但是呢，他就覺得不太著急，對不對？那怎麼去？就像那天樊老師在現場就講了，是跟緊一點怕別人討厭，

01:36:32 Speaker 1
跟少一點又怕別人丟了，對吧？所以沒有絕對的一個告訴你一天聯繫幾次，一個月聯繫幾次有效，沒有這個數據給大家去參考。每一個人，每一個客戶都有不同的方法。但是，有些原則性的問題，有些原則的邏輯可以跟大家分享。第一個叫多看效應，有沒有聽過這個？還有一個多看效應的說法，叫日久生情。我們接觸客戶多品次是非常重要的，第一個條件是他第一次見你不討厭，這個初識印象是非常重要的，第一次不討厭之後呢，你跟他多次的去見面，每次也不一定要時間很長，他就會越看你越順眼，而且呢，真的就像我剛才講的，他可能你認識他的時候，跟他講保險的時候，他沒有那麼的需要，

01:37:29 Speaker 1
但是他什麼時候忽然有需求了，他會第一時間想到你，這是很重要的一個契機，所以呢，而且有的時候呢，你適當的拒絕，可能還會讓對方覺得你這個人跟別人不太一樣，所以呢，這個就是多看效應，我們可以在日常的工作中用起來，建立好的交流的關鍵，關係的關鍵是頻率，而不是時長。好，那常出現才

有機會表現，那這個也是我們經常跟Agent的同事去講的，對不對，你給了給你的客戶點贊啊，哎，非常好，對吧，這個肯定合規，對吧，我點贊有什麼問題呢，對不對，這也是一種出現，對不對，哎，你看旁邊那個，那個班尼也有講了，是不是啊，說，哎。

01:38:15 Speaker 1
你不給客戶點贊就說明你客戶心裡沒他，雖然你點贊他不一定會成為你的客戶，但是你有這個互動在他心裡其實就是在不斷的去加分的。這個裡面有一個我想跟大家講，這個隨身攜帶建議書或者相關資料，這個是咱們去年就是MDRT6500的時候有一個同事分享的，他當時的業績就差一點點，然後他開車走在路上，一個客戶從他車前走過，因為是廣東話的，我聽的可能不一定有大家好，但是大概我懂，他就說別動，站在那兒，然後就下來跟那個客戶去聊，然後那個單不就成了嗎，然後他的目標就達成了嗎。

01:38:53 Speaker 1
我以前做agent的時候，我也會隨身攜帶很多的建議書，所以如果我們做新香港人的話，你香港反正就這麼大嘛，你萬一碰到了客戶，你都可以跟他去聊上兩句。所以它不一定是個大概率的事件，但是你這是一個很好的工作的習慣。你的客戶看到你這件事的時候，他一定會說你這件事，他一定會說你這件事。你這個保險做到已經完全跟你融為一體了。他心裡對你的評價一定是會會上升的對不對好那另外的就還是凡德老師說的我們除了保險方面變專業我們要。

01:39:27 Speaker 1
廣泛的設立很多的知識啊這樣就可以跟客戶在很多的層面上可以互動啊這個一定是有加分的，好那如何獲取介紹那客戶是我們這個行業很重要的一個點哈很多的，新人呢到這個行業來可能先做一批朋友之後然後就沒有了然後就就悄然離場了對不對所以客戶的這個介紹是非常非常重要的因為誰進入這個行業的一開始他的資源都是有限的都是有限的那如何去獲取這個介紹也是我們做這行可以做久的一個很核心的一個技能啊那第一個你得識別出來哎誰。

01:40:04 Speaker 1
有可能給你介紹吧，你有20個客戶，雖然我們不會說保費多的客戶我就更好，保費少的客戶我就不理他，不是這樣的，但是我一定知道哪個是我的key man，對不對，可以給我更好的一個介紹，那這邊給大家梳理一些也是我們過往的一些經驗，就是其實你的key man可以是你的客戶，也可以不是你的客戶，在座的同事有這方面的經驗嗎，就是你一個不是你客戶的人給你介紹了很多的客戶，有吧，

01:40:36 Speaker 1
所以說其實你今天去見了一個人沒成交，只要你跟他保持很好的鏈接，不代表他未來不會給你推薦客戶給你，而那個人是有可能會成交的，對不對，好，那有些人呢，他的朋友圈非常熱鬧，你就可以判斷這個人是比較有影響力的，經常是互捧換友的，那你如果有機會跟他一起去見他的朋友的話，這本身就是一個很好的一個托克的機會，有些有實力的大佬不發朋友圈，不代表人家沒有影

響力，有時候他一句話你就找他買，可能就成交了，所以其實我們也不是單純的從一條兩條去判斷這個人他是不是會給我介紹客戶，是不是合適我的，我們可以根據客戶的具體情況，從數據大家可以做一個數據分析，你已經有的客戶你可以做一下數據分析看看誰是那個轉職票中心經常會給你推薦的，那難相處的人不一定不是好的轉職票來源，這個大家認可嗎？

01:41:35 Speaker 1
這個是我師父跟我講的，就是我剛進這個行業的時候，我師父進保險行業之前是醫藥代表，醫藥代表就是要到醫院裡面去跟醫生推薦藥品，大家都知道這個醫院裡的醫生各種，有些醫生就是態度非常好，有些醫生就是很差。但是你會發現那個太多好的那個醫生他用若干個醫藥代表的推薦，你做他的生意只能做他一部分的生意但是那個特別難講話的那個醫生呢你一旦跟他建立了好的關係。

01:42:05 Speaker 1
他所有的都從你這來，他反而成為了你一個很好的一個客戶和轉介紹中心所以有的時候我們不要怕那些要求比較高啊比較挑剔的客戶啊有的時候他可能還是一個挺好的一個客戶的一個來源好那如何這個獲取有效的大家都知道現在我給你一份名單有名字有電話大家覺得這是有效的轉電上吧，不是的，人家可能直接給你掛了，現在這個電信大廈這麼厲害，誰會沒事接你電話呀？我前兩天去接煩惱老師的時候，我給那個司機發那個whatsapp，

01:42:38 Speaker 1
發了一堆，他說，大家問你是誰？對吧，所以他不相信我是公司的那個人，因為我不是跟他直接對接那個人，我是換了一個人跟他對接的嘛，所以現在大家防範心理都非常強，所以我們一定要用好這個，給我們介紹的這個人的影響力，對不對？那在這裡我相信大家都知道，會不會出現你新認識這個客戶會問你，那個誰是誰，他買了什麼呀？會吧，大家會說嗎？對，非常好啊，就是一定要注意保護這個介紹人的隱私啊，這個是非常專業的一個點啊，也會顯得兩個人都會覺得你非常專業啊，

01:43:11 Speaker 1
所以說這個也是我們日常工作中一個非常非常好的一個習慣。好，那最後了最後了啊，就是這些是MCV常用的社交媒體，在座的同事你們都用那個比較多啊。微信合規的這個需要重點關注的地方，對吧，然後抖音啊小紅書啊等等，那從這個整體的流量上面來講呢，肯定是前兩回比較多了。

01:43:42 Speaker 1
但是呢，我們這次不是去復旦大學有交流嗎專門有一個教授也跟我們上了一趟關於社交媒體的課那結論給到大家，這個微信還是比較不錯的一個，平臺，一個媒介，當然我們要注意合規後面有幾頁是給大家再強調一下的，但是因為它流量大而且它是一個私域的對不對，你可以用它做什麼關注客戶的動態吧，客戶發朋友圈對吧你知道這個客戶大概生活方式是什麼樣，性格是什麼樣有什麼樣的朋友等等，所以微信還是一個比較不錯的。

01:44:12 Speaker 1
一個社交媒體可以去幫助我們更瞭解客戶，不能直接的促進我們的生意但是可以讓你更瞭解客戶啊，然後這兩個就不太推薦了，這兩個就不太推薦了，雖然體量很大，但是在座的同事有用抖音響去拓展客戶的嗎？沒有，是吧？這個當時教授給我們展示了一個4秒鐘的一個爆款視頻，不知所云。他也展示了幾個社交媒體上關於大陸的講保險的視頻，可以很負責的跟大家說，現在社交媒體很多講保險都是在胡說八道，就是瞎講，對不對，所以其實對我們的客戶沒有什麼太多的正面的影響，所以我們如果用社交媒體，我覺得更多的是你展現你自己吧，你是一個值得信任的人，對不對，你在這個行業裡有深耕的這個意願，對不對，這些讓客戶喜歡你的動作是可以的，但是我們不會開展跟銷售相關的一些動作，

01:45:09 Speaker 1
那小紅說就是比較符合我剛才說的這個定位，它是一個銷售決策的一個影響，那大家都知道銷售決策關於保險這塊，除了產品公司以外肯定有代理人的層面吧，如果我在小紅說是一個給人的感覺是一個值得信賴的，工作和生活都處理得很好的這樣一個人，他對比較喜歡我的話，同樣他也會增加是不是以後到香港來有可能跟我產生一些鏈接，所以小紅說是大家可以日常去使用一下的。

01:45:39 Speaker 1
好，那這兩個就不說了，基本上是比較年輕化的對吧，就是學生啊或者是二十幾歲的人他用的比較多，也不太推薦大家用它來去做個人品牌或者是一些其他方面的一些使用。好，那最後呢，我們想來說一下社交媒體的這個邏輯，我相信大家都知道現在這個時代就是一個流量的時代，就是想能不能有什麼好的辦法可以讓我一下子就觸達到更多的人，對不對，能接觸到更多的客戶，這個想法是非常好的，那不管是這個合規的要求以外，還是我們這個性質，大家都知道保險其實還是一個信任為基礎的，對不對，而且是人與人之間需要深入溝通的一個方式，

01:46:54 Speaker 1
所以不建議大家去在社交媒體上去做一些跟銷售相關的動作，首先那肯定是不合規的，再來就是沒有什麼太好的辦法給到，就是反饋給到我們。好，但是呢，我們是可以什麼的，我們自己如果用微信朋友圈，我們是可以每天更新的吧，對吧，你客戶刷朋友圈的時候是不是可以看到你的工作狀態和生活狀態，這個就是也是我們剛才說的，你要多出現嘛。你沒有出現在客戶的身邊，你出現在他的事業裡也是一個出現嘛，對不對，所以不要懶哈，做社交媒體這件事情更多的，如果你保持一個更新的一個頻率，對於我們的收益一定是有一個隱形的一個幫助的哈，那最好的一個結果就上客戶來找你嘛。

01:47:34 Speaker 1
就不是我去找客戶，然後我客戶被我吸引了，然後他來找我，這個可能是如果我們把社交媒體用到比較好的一個狀態的一個，他可以給我們提供的一個效果了。好，那最後呢，相信大家都是比較熟悉的啊，那我們講了這麼多社交媒

體，我要戴一個頭盔，是吧，在座的各位也都在強調一下，使用社交媒體的該做與不該做哈，那該做的是什麼呢，肯定是我們要恰當的使用了，然後確保我們的客戶是在香港或者澳門的，對不對，那這個PPT不是完整的，大家如果想要更詳細的去了解社交媒體的該做不該做，還是要到我們完整的那個課件，我們是由E-learning給到大家的啊，好，那不該做是什麼呢？

01:48:11 Speaker 1
那比如說你發送建議書啊，對不對，你發送一些方案啊，或者發送名片啊，等等，或者你打電話給客戶啊，就是知道客戶不在香港，對吧，這些都是不可以的，然後或者是說，哎，我在這個微信上留了自己的聯繫方式，讓客戶來找我啊，等等啊，這個也是不可以的，然後你在一些這個以接觸境外的客戶為目的，比如說在一些網站上，公眾號上，小紅書上啊，你去發表一些相關我們的產品啊，或者是對比啊，或者等等的，這個也是不可以的。

01:48:42 Speaker 1
然後呢轉載一些跟銷售相關的跟產品相關的內容也不行哈那我們有一些是可以轉發到我們的自己的朋友圈裡去比如說我們MDRT的排名啊或者我們的整體的一個表現啊這些都是OK的對不對但是如果你是去做那些對比或者是說一些跟產品相關的跟銷售相關的那這些都是不符合我們的要求。好那這個就給大家舉一個例子第一個就是有些同事哈就是可能會就不是說我們公司的有些同行吧應該這麼講哎他起了一個公眾號啊什麼的可能會對我們客戶有一個誤導哎說你這是不是官方的一些或者用了一些logo啊或者一些名字啊這些都是不行的。

01:49:22 Speaker 1
最後就是說，哪怕你自制一些材料，你沒有體現公司的logo，你沒有體現產品的名字，但是如果他不在香港，你如果要去做的話，那這樣的也是不可以的。所以這只是一部分的摘錄，我們有很多不允許的部分，大家需要在我們的社交媒體的使用上來進一步的去注意了。好，那我到這就講完了，最後我們會有一個驚喜給到大家，剛才我們的Steven也講過了，對不對？那具體是什麼呢？我們請Steven給大家說一下。

01:50:03 Speaker 3
多謝今天差不多有二百多個同事出席，為了鼓勵大家開始做你的新香港人單，或者抵抗內地人事補單，我們有個小小的競賽，由明天二零二六年二月七號到五月十八號，我想問是不是所有同事應該進來的時候在外面登記了？有沒有人沒有登記？沒有登記的你自己，那你待會留下，你回去中國的同事，沒有登記的同事，後面那位美女舉一舉手，

01:50:35 Speaker 3
等會找她登記，那你在這段時間，我們叫一大日競賽，你在這段期間裡面完成你的一張B單，屬於新香港人，或者一張G單，而在這段時間裡面，即是你的申請日是二月七號或以後，那你完成了，而你那個B單或者G單那個FYCS，已是八千港幣或以上，我們就會多一點點的獎金，我們就這樣，慢慢。獎勵大家的。

01:51:05 Speaker 3
這是一個獎勵多謝大家參加101的訓練希望大家可以實際用到首50位同事是可以獲得的，在這裡宣傳一下，希望大家回去後加油利用今天老師的介紹教你的東西在100天之內完成了。

01:51:35 Speaker 3
你的新香港人單或一張畫，即是你一張B一張G都是你一張都是500元記住有個補費FIC的要求新香港人大家記住了，Mr.F MRF 字頭的身分證就是新香港人，好嗎？大家有沒有問題？希望大家盡快完成這個安排，拿到這500元的獎金，好嗎？有沒有同事想問老師，有沒有特別的東西想問？

01:52:08 Speaker 3
好，多謝大家今天的出席，記住剛才沒有登記的同事，找後面的同事登記，再把時間交給Monica老師，謝謝！給老師一點掌聲，謝謝！

01:52:25 Speaker 1
我們會有一個課後評估給到大家，稍微佔用大家一到兩分鐘的時間，請大家掃碼給我們一個反饋，比如說你想聽哪方面的內容，或者說你覺得哪個地方可以再進行一些加強，都是可以反饋給我們的，好不好，請掃這個二維碼完成評估，然後另外就是如果你簽到沒有做的話，找一下我們的同事，或者說剛才如果你有拍我的那個郵箱，

2026-02-07 MCV101-摘要

- 日期和時間： 2026-02-06 15:03:55
- 地點：[插入地點]
- [插入標題]
- 'MCV市場開發', '保險銷售技巧', '養老金缺口'

主題

- 本講座為FCB101培訓課程摘要，由講師Monica主講，旨在協助保險代理人開發2026年的MCV（內地訪客）及新香港人市場。內容涵蓋中國人口老齡化趨勢、社保與養老金缺口分析、資產結構轉型機遇，以及如何克服信任障礙與進行合規銷售。課程詳細解析了客戶畫像、針對性的產品組合（如儲蓄、醫療、年金），並介紹了iPOS系統更新及「一大日競賽」激勵計劃，致力於提升代理人的專業認知與實戰技巧。

要點

- 1. 講師Monica（鄭）擁有大陸背景及8年左右的一線銷售經驗。
- 2. 課程名稱為FCB101，時長約兩個小時。
- 3. 現場一半以上是香港local同事，部分同事已做過兩張含兩張以上MCV單。
- 4. 課程旨在幫助同事在2026年的MCV市場業務上有更大進步。
- 5. MCV市場開發常見難點：缺乏人脈資源。
- 6. MCV市場開發常見難點：客戶對保險不信任（特別是經濟欠發達地區）。
- 7. MCV市場開發常見難點：對內地社保及內地商業保險產品瞭解有限。
- 8. MCV市場開發常見難點：如何合規地與客戶溝通。
- 9. 課程目標一：瞭解MCV市場現狀和前景，解決為什麼要做的問題。
- 10. 課程目標二：全面瞭解MCV客戶分類與需求，解決怎麼說的問題。

金句

- "我不投資我不懂的生意。"—— Speaker 1 《巴菲特》
- "真正愛情是要雙向奔赴的，所以客戶也得認識到他是需要保險的，才會有我們跟別人去聊的機會。"—— Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於客戶需求的探討》
- "我給不給自己買保險，說白了，是我認不認可自己的價值。"—— Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於人均可支配收入與保險關係的探討》
- "很多我的時候簡單的東西，我們把它再挑出來，不一定是為了說服客戶，可能客戶本身就已經知道了，但是你可以有機會跟他去做一個共鳴。"—— Speaker 1 《第一板塊：MCV保險市場的現狀與前景 – 關於銷售溝通技巧》
- "保險是時間的玫瑰，再好的產品不給他足夠的時間，可能也達不到你理想的那個數字。"—— Speaker 1 《課程講師》
- "世界上沒有任何一個國家像中國這樣未富先老。"—— Speaker 1 《課程講師》
- "在某一個階段是一個很好的，但是在某一個階段可能就成為一個社會很大的一個障礙。"—— Speaker 1 《關於日本老年破產的紀錄片討論》
- "我一天的看診量可能是你一個月的工作量。"—— Speaker 1 《電影《北京遇上西雅圖》》
- "我知道您的時間很寶貴，但是我這麼想，您的這個商業帝國非常的大，很有實力，就類似是泰坦尼克號，我這船沒有您厲害，但是我是專門造救生艇的。"—— Speaker 1 《一位臺灣的前輩》
- "人在哪，錢在哪，風險在哪。"—— Speaker 1 《課堂內容》

章節和主題

- FCB101課程目標
  - 關鍵點
  - 講解
- MCV業務常見挑戰
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 對於Local同事，需要特別加強對內地社保和現有商業保險的認知。
  - 在溝通時需兼顧生意發展與合規性。
  - 特殊情況
  - 如果遇到經濟相對不發達地區的客戶，需要預期其保險理念可能較弱，需要更多的時間進行理念疏通。
- MCV市場宏觀機遇與資產結構
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 在與客戶交流時，不僅要講「是什麼」，還要講「為什麼」，例如為什麼公司專注亞洲市場（經濟增長點在亞洲）。
  - 溝通時應尋求與客戶的同頻和共鳴，而不僅僅是說服。
  - 要意識到社會經濟變化很快，客戶的資產配置觀念可能滯後（如十年前與現在對房產的態度），需要引導。
  - 特殊情況
  - 如果遇到客戶質疑為什麼專注亞洲市場，應解釋經濟增長點多在亞洲，說明公司對市場的了解。
  - 如果客戶仍持有「房產和現金為王」的舊觀念，應指出近十年的經濟變化，引導其認識到資產配置轉型的必要性。
- 收入水平與保險滲透率關係
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 理解客戶購買保險的深層心理：一是對自身價值的認可，二是生活水平提高後對生命質量的重視。
- 老齡化與養老挑戰
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 利用具體案例（如高校退休教師）的數據衝擊力，讓客戶感知到社會整體的養老金支付壓力。
- 基礎常識與社保知識
  - 關鍵點
  - 講解
- 人口結構與老齡化數據
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
- 嬰兒潮與退休潮
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
- 社保的三種分類
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 在與客戶溝通時，需先了解客戶持有的是哪一類社保，因為退休待遇和就醫差別很大
- 養老金領取條件
  - 關鍵點
  - 講解
- 養老金領取條件與預收預付制
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 需要關注2030年或2031年是否達到法定退休年齡。
  - 如果那時未達到退休年齡（例如2031年才48歲），僅交滿15年可能不夠，需按照計算公式，最多可能要交到20年。
- 養老金替代率
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 退休後生活開支（如房貸、子女撫養費）通常會減少，因此低於100%的替代率是可以接受的。
  - 但目前40%的水平低於世界銀行建議的70%，且趨勢是越來越少。
- 醫保藥品分類與基金壓力
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 甲類藥基本不需要自己承擔費用，乙類藥需要承擔一部分。
  - 近期趨勢顯示丙類藥從19萬種變成了15萬種，部分進口藥退出集採，甲類和乙類數量出現交換，乙類變多，患者自付壓力增大。
- 惠民保（政府指導商業保險）
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 惠民保利潤控制在3%到5%，保險公司主要為了覆蓋無法購買商業保險的人群。
  - 雖然便宜且可帶病投保，但免賠額高（壁底費高），報銷比例低。
  - 特殊情況
  - 如果客戶因身體原因無法購買任何商業保險，可以建議購買惠民保作為最後的托底保障。
- 個人養老金制度
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 稅收優惠：如果是45%稅率的人群，一年最多可以節省5400多塊錢的稅。
  - 限制：這筆錢要退休才能拿，且取出時需繳納3%的稅。
- MCV客戶群體畫像與銷售策略
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果遇到企業主時間緊迫，只給10分鐘怎麼辦？應展現不卑不亢的態度，或使用「救生艇」話術吸引興趣，或要求另約充足時間以示尊重。
  - 如果遇到專業人士（如高管、明星），如何切入？切入點應為「體面」與「尊嚴」，強調在沒有職位或光環時仍能保持生活品質。
- 新香港人市場開發
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果新香港人認為已有內地社保或百萬醫療，如何應對？解釋香港醫療體系差異，指出內地百萬醫療通常僅限二級以上公立醫院，無法覆蓋香港的高昂私家醫療費用。
- 理財金字塔與人生階段規劃
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果客戶因健康原因被加保費（Loading）想拒保怎麼辦？利用逆向思維，強調家族病史的真實風險，指出「越窮越見鬼」的風險概率，並強調現在能買到即使加價也是一種保障機會。
- 新香港人客群銷售策略
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 新香港人來到香港發展，必定有稅務需求，延期年金（QDAP）非常適合。
  - 內地客戶食物方面改善，鼻咽癌減少，但肺癌（即使不吸煙）風險仍存在，需強調醫療保障。
- iPOS系統更新與Always On模式
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 過去遇到系統維護時，需手持報紙或iPad展示日期拍照，體驗不佳。Always On模式解決此痛點。
  - 如果不幸遇到Always On也無法解決的問題，可帶客戶前往客戶服務中心（24小時）。
  - 特殊情況
  - 如果遇到iPOS或認證系統故障/IT問題，應撥打3108-1338求助。
- 預先查詢服務 (Pre-inquiry)
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 必須要有客戶過往12個月的來港記錄（入境紙）。
  - 內地體檢報告如果是SMS形式通常沒有名字，必須要求客戶提供「有客名」的正式報告。
  - 特殊情況
  - 如果發送電郵後沒有回覆，請再發電郵或聯繫負責同事跟進。
- 客戶案例分析與產品組合
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 財務金字塔概念：通常先買保障（危疾）再買儲蓄，但客戶可能因收入或觀念先買儲蓄，銷售時需靈活。
  - 全保概念並不一定昂貴，可透過月繳化解說降低門檻。
- 定期壽險加保策略
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果客戶已經購買了儲蓄、醫療、危疾保險，仍然有很大的空間可以交流壽險需求。
- 第五消費時代的獲客洞察
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 針對新香港人或MCV客戶，可以通過參與徒步（如大潭水塘）等低成本、高頻次的自然活動來建立連結。
- 社交拓客與關係經營
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果不知道如何開啟話題，可以先亮明保險代理人身份（如在群組自我介紹），但不要隨後立即進行銷售動作，而是通過發表觀點、展示價值觀來吸引互動。
- 多看效應（Mere Exposure Effect）在跟進中的應用
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果在社交媒體上發布內容，避免過硬的產品廣告，應注重情緒價值和價值觀共鳴。
- 轉介紹（Referral）的識別與獲取
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果遇到特別挑剔或難講話的客戶，不要輕易放棄，這類人一旦建立關係，排他性強，可能成為最好的轉介紹來源。
- 隨身攜帶資料的工作習慣
  - 關鍵點
  - 特殊情況
  - 如果在路上偶遇客戶或潛在機會，能立即拿出資料進行講解，這可能促成意想不到的成交。
- 社交媒體平台的定位與選擇
  - 關鍵點
  - 講解
  - Examples
  - 註意事項
  - 不要期待社交媒體能直接促進生意，而是將其作為了解客戶和展現自己的工具
  - 年輕化平台（如學生使用的平台）不推薦用於建立個人品牌
- 社交媒體使用的合規與禁忌
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 確保客戶身處香港或澳門才能進行相關銷售動作
  - 可以轉發MDRT排名或個人表現到朋友圈，但不能涉及產品對比
  - 特殊情況
  - 如果客戶不在香港，絕對不可以發送建議書或進行銷售對接
  - 若遇到同行使用類似官方Logo誤導客戶，需明確區分，不可效仿
- 「一大日競賽」激勵計劃詳情
  - 關鍵點
  - 講解
  - 註意事項
  - 必須在2026年2月6日當天完成登記（或補登記）
  - 獎勵名額有限，僅限首50位

作業或建議

- 請掃描二維碼參與四個小問題的互動，在填寫個人姓名時請填寫agent code，因為前三名準備了小禮物，填寫代碼可避免重名無法送出的情況。
- 在向客戶介紹公司專注於亞洲市場時，除了陳述事實，建議進一步闡述個人理解（如經濟增長點在亞洲），以尋求與客戶的觀點共鳴。
- 在與客戶溝通時，可以利用宏觀經濟數據和資產結構變化的趨勢，引導客戶思考從房產/現金為主的資產配置向保險保障轉型的必要性。
- 結合出生年齡和2050年的人口結構圖（血條圖），與客戶（特別是80後）討論退休規劃和社保議題
- 利用生育率數據（中國全球倒數第二）和老齡化趨勢與客戶探討養老需求
- 如果有興趣，可以去看看關於日本老年破產的紀錄片，瞭解社會制度在不同階段的影響。
- 針對11月份發生的不幸事件（意外），思考如果時光倒流，你會為客戶配置什麼保障（人壽和意外）
- 觀察並思考你的客戶屬於哪個人生階段（社會新鮮人、事業拚搏期、退休享福期），針對其需求開保適當的安排
- 在針對「活德人生」產品培訓時，建議客戶多花的15%的保費加購定期壽險，以實現身價翻倍。
- 推薦去香港大潭水塘徒步，這是一個適合拓展社交和認識新朋友的地方。
- 觀看電視劇《中年好聲音》（國內叫《蠻好的人生》），學習如何做保險代理人和Top Sales。
- 參加讀書話術、讀書會（如樊登讀書會）或寵物主題活動，以多頻次接觸潛在客戶。
- 隨身攜帶建議書或相關資料，以便隨時應對偶遇的客戶需求。
- 未在前台登記的同事需要找工作人員補登記參加競賽
- 掃描二維碼完成課後評估
- 在接下來的100天內（2026年2月7日至5月18日）完成競賽目標，爭取獲得獎金