

新聞稿

香港，2019年2月12日

AXA安盛公佈全新品牌承諾： 「Know You Can」

AXA安盛香港及澳門公佈嶄新全球品牌承諾——「Know You Can」，新市場定位象徵AXA安盛對客戶的新承諾——讓AXA安盛成為客戶的合作夥伴，鼓勵和幫助他們更有信心成就理想並走得更遠。而這全新品牌承諾進一步展現AXA安盛對客戶的決心，從「理賠角色」演變成為客戶的「夥伴」。

全新品牌承諾廣告及新標語已在全球各地開展，並邀請了網球界的傳奇莎蓮娜·威廉絲擔任 AXA 安盛品牌形象大使。廣告融合了成功和自信，充份展現 AXA 安盛的價值觀和抱負。而與莎蓮娜·威廉絲合作拍攝的廣告為整個大型宣傳計劃的核心，另與利物浦球隊球員¹合作拍攝短片，並有關於 AXA 安盛策略性業務——健康和商業保險的振奮人心故事，以及其他本地市場見證，充分展示 AXA 安盛對客戶的全面承諾。

AXA 安盛香港及澳門行政總裁白禮恒表示：「『Know You Can』彰顯了 AXA 安盛的決心，致力成為客戶的夥伴，幫助他們相信精彩人生近在咫尺。而在香港及澳門的業務，這份決心演繹成三大策略方向：提供創新保險方案、使客戶體驗更人性化及增強營銷網絡。朝著這方向持之以恆，我們相信會一直守護在客戶身邊，與他們每天一起邁進，實現理想人生。」

AXA安盛香港及澳門首席市務及客戶總監黃瑞雯表示：「AXA安盛新標語配合與體壇傳奇合作的全新品牌宣傳計劃，成就了AXA安盛品牌策略的一個重要里程碑。品牌活動體現了我們致力成為客戶夥伴的承諾，定必能令我們在行業中脫穎而出。香港及澳門能成為亞洲第一個市場及全球第二個城市推出這個全新品牌活動，我感到非常自豪。我們於不久將來會分享更多能展示AXA安盛如何成為客戶夥伴的故事。」

香港及澳門於今天隆重推出一系列的鋪天蓋地宣傳，包括電視廣告、社交媒體、香港及澳門機場及多個大型戶外廣告，將AXA安盛的品牌承諾帶到香港及澳門的每一位客戶。想了解更多關於全球品牌承諾宣傳計劃，可登入：<https://www.axa.com.hk/zh/know-you-can>

-完-

¹ 利物浦球隊為 AXA 安盛的官方全球保險合作夥伴。

關於AXA安盛

AXA安盛為AXA集團之成員，憑藉其超卓的產品及服務，現時於香港及澳門的客戶人數已超過100萬^[2]。AXA不單是全球最大財產險商（按整體毛保費收入計算）^[3]，並連續10年獲選為全球第一保險品牌^[4]。在香港及澳門，我們是其中一家最大的醫療保險供應商。

「幫助客戶活出更精彩人生」是AXA安盛的目標，並切實反映於我們所做的一切。AXA安盛為最多元化的保險公司之一，提供全方位的保障予個人和商業客戶。我們為人壽、健康及財產提供全面綜合的解決方案，積極滿足客戶所有的保險需求。

作為一家創新的保險公司，我們利用大數據和人工智能革新客戶體驗，使保險變得更簡易及更個人化。我們不斷推動創新，集中於健康保障領域上尋求突破，照顧客戶於預防、治療和康復路上的種種需要。

我們一直以回饋及支援社區為使命。安盛慈善基金是我們企業社會責任的旗艦計劃，涵蓋我們在推廣健康、教育和社區服務方面的努力，致力為香港創造正面和持久的影響。

^[1] 包括安盛金融有限公司、安盛保險（百慕達）有限公司（於百慕達註冊成立的有限公司）及安盛保險有限公司的客戶

^[2] 由 AXA CORPORATE SOLUTIONS、AXA MATRIX RISK CONSULTANTS、安盛保險、安盛藝術品保險、與 AXA XL 保險及再保險匯集而成，於 2016 年總保費合共十億歐元

^[3] Interbrand全球最佳品牌2018（以品牌價值計算）

此新聞稿亦上載至AXA安盛的網頁：AXA.COM.HK

新聞垂詢，請聯絡：**AXA安盛：**

李倩雯: +852.3702.2566
盧燕玲: +852.3702.2571

SPRG:

李凱苓: +852.2114.4945
蔡穎兒: +852.2114.4342

有關前瞻性陳述的重要法律訊息及警示聲明

此新聞稿中可能包含若干前瞻性的陳述，其中包括但不限於對未來事件、趨勢、計劃或目標的假設或預測。由於前瞻性陳述的本質受制於已知及未知的風險及不確定因素，與其他因素可能令實際結果、AXA的計劃及目標與前瞻性陳述內明示或暗示的描述出現重大差異，閣下不應過分依賴上列陳述。請參閱2016年12月31日止年度AXA之參考文件AXA's Document de RAXA's Do (年報)第四部份中的「風險因素及風險管理」，有關可能影響AXA業務及/或營運業績的若干重要因素、風險及不確定性的重要描述。AXA並不承擔任何義務為此新聞稿中的任何前瞻性陳述作出任何公開更新或修改，不論是反映未來的資料、事件、情況或任何其他方面。