



PRUDENTIAL

Prudential plc  
二零二四年  
業務概覽



我們的宗旨

# 我們是保誠。

保障每個人人生，我們與你同行。  
誠就每個未來，我們為你守護。

我們的使命旨在透過向當代及新生代提供簡單易用的理財和健康保障方案，成為其最值得信賴的夥伴和守護者。

## 財務摘要

新業務利潤

**31億美元**

增長11%<sup>(1)</sup>

每股股息

**+13%**

至23.13美分<sup>(2)</sup>

每股股份的經調整稅後  
經營溢利

**+8%**<sup>(3)</sup>

及相關合約服務邊際增加9%

二零二四年股東總回報

**14億美元**<sup>(4)</sup>

(計及股息及股份購回)

二零二五年預期展望

新業務利潤、產生的經營自由盈餘總額、每股經營盈利及  
每股股息

**>10%**<sup>(5)</sup>

加快至於二零二五年年底完成

**20億美元**

股份購回計劃

有效保險及資產管理業務產生

**26億美元**

的經營自由盈餘總額。

備考自由盈餘比率<sup>(6)</sup>

**204%**

資本狀況強勁

集團歐洲內含價值權益

**442億美元**

相當於每股1,664美分<sup>(7)</sup>

附註：增長率均按固定匯率基準計算，另有註明者除外。

<sup>(1)</sup> 按歐洲內含價值基準計算，並已撇除利率及其他經濟變動的影響。

<sup>(2)</sup> 按實際匯率基準計算。

<sup>(3)</sup> 按與二零二三年一致的基準計算(未計就我們於馬來西亞傳統壽險業務的非控制權益作出的調整)。

<sup>(4)</sup> 二零二四年的股息約為6億美元，股份購回近8億美元。

<sup>(5)</sup> 新業務利潤按傳統內含價值基準計算，二零二五年的每股基本盈利基於經調整稅後經營溢利計算，每股股息按實質匯率基準計算。

<sup>(6)</sup> 二零二四年十二月三十一日的備考自由盈餘比率已計及將於二零二五年完成的12億美元股份購回、派付二零二四年第二次中期股息及印尼伊斯蘭銀行的交易)。

<sup>(7)</sup> 包括商譽。

# 千萬客戶信賴的合作夥伴

我們的人壽、健康保險及資產管理解決方案服務亞洲及非洲24個市場逾1,800萬名客戶。我們的總部位於香港，並於香港聯合交易所(2378)及倫敦證券交易所(PRU)擁有雙重第一上市地位。

● 我們的市場

● 壽險—提供健康及保障等一系列產品

● 資產管理



# 卓越的投資策略

訂有明確的策略，透過營運及財務紀律，加快創造價值



客戶

到二零二七年實現  
淨推薦值評分\*

**第一個四分位**



僱員

到二零二七年實現  
敬業度評分\*

**第一個四分位**



股東

二零二二年至二零二七年新業務利潤<sup>5</sup>

**複合年增長率達15%至20%**

且於二零二七年產生至少44億美元的經營自由盈餘<sup>5\*</sup>



社區

**到二零五零年實現淨零**

加權平均碳密度\*到二零三零年降低55%

遍及亞洲及非洲的  
廣闊業務版圖

總人口

**40億<sup>2</sup>**

未來10年市場增長規模

**約1萬億美元<sup>3</sup>**

雄厚而強韌的資本  
實力

雄厚而強韌的資本實力，反映保誠注重質素的長期策略。

超出集團訂明資本要求的集團監管股東覆蓋率達

**280%**

在龐大的保障需求  
及日益增加的財富  
推動高增長的壽險  
及儲蓄市場佔據領  
先位置。



於十個亞洲  
壽險市場位居

**前三<sup>1</sup>**



於三個非洲  
壽險市場位居

**前三<sup>1</sup>**

頗具規模的多渠道  
分銷

月均活躍代理達

**約65,000名\***

在亞洲銀行保險業界的獨立保險  
公司中排名

**第一<sup>4</sup>**

瀚亞

我們的泛亞洲資產管理公司  
業務規模可觀、市場地位領先

**管理基金  
2,580億美元**

於11個市場擁有

**逾400名**

專業投資人士

\* 我們在本報告中討論表現時所使用的關鍵指標的定義載於年度報告詞彙的「表現指標釋義」。

(1) 除非另有註明，否則均按二零二四年全年度呈報資料。資料來源包括官方（例如競爭對手業績公告、當地監管機構及保險協會）及非官方（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、加權新業務保費、零售加權已收保費、全年度保費或加權首年保費）或毛保費收入（視乎可獲取的數據）。香港排名基於年度保費等值銷售額；就中國內地、台灣及緬甸而言，按外資保險公司排名；就印度而言，按私營公司排名。基於截至二零二四年十一月止十一個月的市場；泰國；截至二零二四年九月止九個月；中國內地、香港、馬來西亞、烏干達（非洲）；截至二零二四年三月止三個月；PPMZ（非洲）；以及二零二三年全年度：老撾、贊比亞（非洲）、加納（非洲）、尼日利亞（非洲）及肯亞（非洲）。

(2) 資料來源：聯合國經濟和社會事務部人口分部，二零二二年全球人口預測。

(3) 資料來源：瑞士再保險（Swiss Re）預測（二零二三年七月）二零三三年年度毛保費收入相較二零二二年的預計增量。

(4) 按當地監管機構、行業協會二零二二年全年度數據及保誠內部數據計算。估計基於市場情報（若數據並未公開）。

(5) 該等目標採用二零二二年十二月的匯率，並基於該等目標設定時適用於本集團的監管及償付能力制度。目標假設同一套傳統內含價值及自由盈餘的方法將在整段期間內適用，且不會有重大的經濟假設變動。

# 快速而廣泛地複製成功的組織模式

## 多市場增長引擎

大中華區

東盟

印度

非洲

## 策略支柱



提升  
客戶體驗



以科技驅動  
的分銷



健康業務  
模式轉型

## 集團層面的推動要素



開放式結構的科技平台  
及高效的業務營運



敬業的員工及  
追求卓越表現的文化



理財及投資能力

## 為所有持份者締造價值



客戶



僱員



股東



社區

## 管理風險

周詳的風險管理，兼顧員工、客戶、監管機構及股東的利益

以本集團可持續發展策略的三個支柱為基礎

簡單易用的健康及財務保障 • 負責任投資 • 可持續發展業務