

# IR Fact Sheet

ฉบับที่ 66 : กรกฎาคม 2563

- Market Position
- IR Corner
- Highlight Product
- MTL Happening
- Etc.



ทีมนักลงทุนสัมพันธ์ สำนักเลขานุการองค์กร  
ติดต่อ: ir@muangthai.co.th

## KEY INFORMATION

### วิสัยทัศน์

“มุ่งมั่นเป็นคู่คิดที่ลูกค้าวางใจ ผ่านนวัตกรรมเพื่อตอบสนองทุกความต้องการ ด้วยการทำงานที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง”

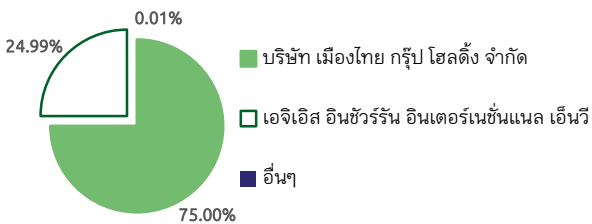
### พันธกิจ

- เราคือผู้นำการประกันชีวิตในระดับภูมิภาคที่มีความแข็งแกร่ง ทั้งทางด้านการเงิน การบริการ และภาพลักษณ์ ภายใต้หลักธรรมาภิบาลและระบบการบริหารความเสี่ยระดับมาตรฐานสากล
- เราเข้าใจความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง เพื่อส่งมอบสินค้าและบริการที่เหมาะสม ในการสร้างความมั่นคงทางการเงิน และเติมเต็มชีวิตของลูกค้าได้อย่างสมบูรณ์แบบตลอดช่วงชีวิต
- เราให้ความสำคัญกับความยั่งยืนในระยะยาว พร้อมทั้งมุ่งมั่นที่จะส่งมอบความสุขแก่ลูกค้า พนักงาน พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น และสังคม

### ประวัติความเป็นมา

6 เมษายน 2494 ก่อตั้งบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด  
1 ตุลาคม 2555 แปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจำกัด  
ทุนจดทะเบียน 1,000 ล้านบาท

### สัดส่วนผู้ถือหุ้น



ประธานกรรมการ: นายโพธิพงษ์ ล่ำซำ

กรรมการผู้จัดการและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร: นายสราระ ล่ำซำ

สำนักงานผู้แทน: กรุงเทพมหานคร สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

### Credit Ratings:

#### Fitch Ratings

Rating	Outlook
International	A- Negative
National	AAA (tha) Negative

(ณ วันที่ 8 พ.ค. 63)

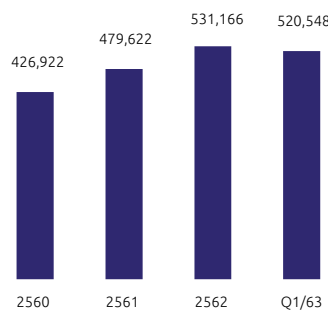
#### S&P Global

Rating	Outlook
International	BBB+ Stable
National	-

(ณ วันที่ 15 เม.ย. 63)

## FINANCIAL HIGHLIGHTS

### สินทรัพย์รวม<sup>1</sup>

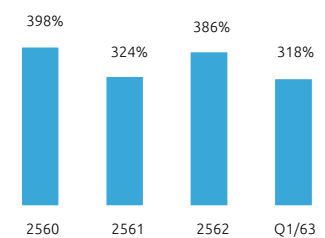


หมายเหตุ:

- ข้อมูลสินทรัพย์ผ่านการสอบทานแล้วโดยผู้สอบบัญชีรับอนุญาต
- การคำนวณเงินกองทุนของบริษัทฯ ดำเนินการตามหลักการดำรงเงินกองทุนตามระดับความเสี่ยง (RBC)

### อัตราส่วนความเพียงพอของเงินกองทุน<sup>2</sup>

(หน่วย: ล้านบาท)



## MARKET POSITION

1 - 31 พฤษภาคม 2563

### เบี้ยประกันชีวิต รับรายใหม่

#### MTL เป็นอันดับที่ 2

ของธุรกิจประกันชีวิต

- จำนวน 1,525.04 ล้านบาท
- ส่วนแบ่งทางการตลาด 14.11%

### เบี้ยประกันชีวิต ต่ออายุ

#### MTL เป็นอันดับที่ 3

ของธุรกิจประกันชีวิต

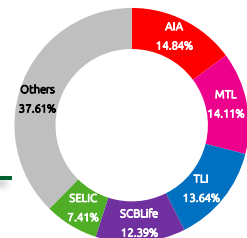
- จำนวน 4,478.59 ล้านบาท
- ส่วนแบ่งทางการตลาด 13.47%

### เบี้ยประกันชีวิต รับรวม

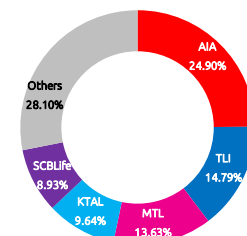
#### MTL เป็นอันดับที่ 3

ของธุรกิจประกันชีวิต

- จำนวน 6,003.64 ล้านบาท
- ส่วนแบ่งทางการตลาด 13.63%



เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่



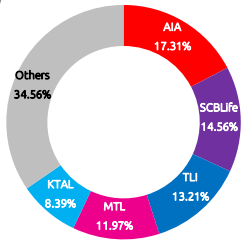
เบี้ยประกันชีวิตรับรวม

### ภาพรวมธุรกิจประกันชีวิต

	จำนวน (ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (YoY)
เบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่	10,809.32	-28.15%
เบี้ยประกันชีวิตรับต่ออายุ	33,239.33	-0.19%
เบี้ยประกันชีวิตรับรวม	44,048.65	-8.89%

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย

ประกันชีวิตรับรายใหม่



MTL เป็นอันดับที่ 4

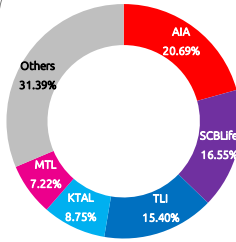
- เป็นจำนวนเงิน 7,392.74 ล้านบาท
- คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 11.97%

Industry: -5.18% growth (YoY)



ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันชีวิตรับรายใหม่ 61,764.59 ล้านบาท

ประกันชีวิตรับปีแรก



MTL เป็นอันดับที่ 5

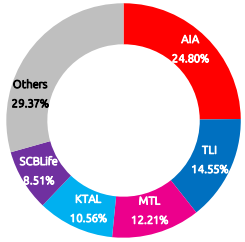
- เป็นจำนวนเงิน 2,888.14 ล้านบาท
- คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 7.22%

Industry: 1.05% growth (YoY)



ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันชีวิตรับปีแรก 40,019.58 ล้านบาท

ประกันชีวิตรับต่ออายุ



MTL เป็นอันดับที่ 3

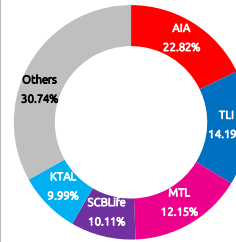
- เป็นจำนวนเงิน 20,966.60 ล้านบาท
- คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 12.21%

Industry: -1.88% growth (YoY)



ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันชีวิตรับต่ออายุ 171,664.54 ล้านบาท

ประกันชีวิตรับรวม



MTL เป็นอันดับที่ 3

- เป็นจำนวนเงิน 28,359.34 ล้านบาท
- คิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาด 12.15%

Industry: -2.78% growth (YoY)



ธุรกิจประกันชีวิตมีเบี้ยประกันชีวิตรับรวม 233,429.13 ล้านบาท

IR CORNER

NEW NORMAL | <https://guruprakanphai.oic.or.th>

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันภัยที่เสนอขายผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์  
ประกาศใช้สำหรับบริษัทประกันชีวิต พ.ศ. 2563 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2563

รู้ก่อนซื้อ

ประกันภัยแบบไหน?  
ที่เหมาะสมกับคุณ...



<https://guruprakanphai.oic.or.th>

ค้นหาแบบประกันภัย

เปรียบเทียบแบบประกันภัย

ความรู้ประกันภัย

เพิ่มเติม

ตรวจสอบ  
การขึ้นทะเบียนการขายประกันภัย  
อิเล็กทรอนิกส์

เพิ่มเติม



สังคมไทยได้ก้าวเข้าสู่  
ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล



ทำให้เกิดโอกาสในการเข้าถึง  
ผู้ทำประกันภัย



ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

โดยการดำเนินงานตามประกาศฉบับดังกล่าว จะช่วยให้ประชาชน  
มีแหล่งสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกรมธรรม์ประกันภัยและสามารถ  
เปรียบเทียบข้อมูลของแบบการประกันชีวิต การประกันอุบัติเหตุ  
ส่วนบุคคล และการประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทาง เช่น เจ็บป่วย  
ความคุ้มครอง การจ่ายเงินผลประโยชน์ และอัตราเบี้ยประกันภัย

ซึ่งข้อมูลดังกล่าว จะเป็นประโยชน์ต่อการพิจารณาในการตัดสินใจ  
ทำประกันภัยของประชาชน กรณีมีการเสนอขายผ่านช่องทาง  
อิเล็กทรอนิกส์ โดยสามารถสืบค้นข้อมูลผ่านเว็บไซต์ สำนักงาน  
คปภ. <https://guruprakanphai.oic.or.th> หรือที่เรียกว่า  
“guruprakanphai” ในหัวข้อ “ค้นหาแบบประกันภัย” และหัวข้อ  
“เปรียบเทียบแบบประกันภัย”

## เมืองไทย พรีเมียร์ เลกาซี



## โครงการเหมาจ่าย เอ็กซ์ตรา



- หมายเหตุ:
1. การพิจารณาได้รับประกันภัยเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของบริษัทฯ
  2. สำหรับสมัครทำประกันภัยผ่านช่องทางตัวแทนประกันชีวิตเท่านั้น

**คำเตือน** ผู้ซื้อควรทำความเข้าใจในรายละเอียดความคุ้มครอง เงื่อนไข และความเสี่ยง ก่อนตัดสินใจทำประกันทุกครั้ง



- สร้าง "หลักประกันก้อนใหญ่" ได้ด้วย "เงินก้อนเล็ก"<sup>(1)</sup>
- ส่งต่อทรัพย์สินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามเจตนารมณ์ที่ต้องการ โดยสามารถระบุชื่อผู้รับประโยชน์และสัดส่วนผลประโยชน์ได้ชัดเจน
- สุขภาพดี มีส่วนลด<sup>(2)</sup> ได้รับส่วนลดเบี้ยประกันภัย หากผู้เอาประกันภัยสุขภาพดีกว่ามาตรฐาน เช่น ไม่สูบบุหรี่ คอเลสเตอรอลไม่สูง เป็นต้น<sup>(1)(3)</sup>

- เหมาครอบครัว** ทั้งกรณีเจ็บป่วยและกรณีผ่าตัด
- เหมาจ่ายตั้งแต่บาทแรก** สูงสุด 500,000 บาทต่อการเข้าพักรักษาตัวครั้งใดครั้งหนึ่ง<sup>(1)</sup>
- เหมาจัดเต็ม** รับเพิ่มค่าห้องไม่นับรวมในวงเงินสูงสุด 4,000 บาทต่อวัน<sup>(2)</sup> ค่าห้อง ICU เพิ่มอีกเป็น 2 เท่า
- คุ้มครองครบ** ทั้งโควิด-19 โรคระบาด โรคทั่วไป และโรคร้ายแรง

หมายเหตุ: (1) ให้ความคุ้มครองชีวิตสูง (2) ครอบคลุมการประกันสุขภาพและสุขภาพดีกว่ามาตรฐานตามหลักเกณฑ์ของบริษัทฯ จะไม่พิจารณาผู้ที่มีโรคเรื้อรัง (Preferred) (3) กรณีดีตรงสุขภาพและมีสุขภาพดีกว่ามาตรฐาน



รางวัลเกียรติคุณบริษัทประกันภัยดีเด่น ประจำปี 2560  
รางวัลเกียรติคุณบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่น  
ต่อเนื่อง 3 ครั้ง (ปี 2551, 2554 และ 2558)  
รางวัลบริษัทประกันชีวิตที่มีการบริหารงานดีเด่น อันดับ 1  
ต่อเนื่อง 13 ปี (ประจำปี 2549 - 2561) จากสำนักงาน คปภ.



รางวัล Life Insurance Company of the Year  
(ปี 2557, 2560 และ 2561)  
รางวัล Asia Insurance Industry Awards ปี 2556  
สาขา Corporate Social Responsibility  
โดยนิตยสาร Asia Insurance Review



รางวัลองค์กรโปร่งใส ประจำปี 2562  
โดย สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามทุจริตแห่งชาติ  
รางวัลประกาศเกียรติคุณ "จรรยาบรรณดีเด่น"  
หอการค้าไทย ประจำปี 2548 และ 2562  
โดยหอการค้าไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย



รางวัล Brand of the Year 2015-2016  
หมวดธุรกิจ "ประกันชีวิต" โดย World Branding Forum



มาตรฐานระบบบริหารจัดการ  
ความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ  
ISO 27001:2013 ใบรับรองเลขที่ IND17.0416/U



มาตรฐานการบริหารความต่อเนื่องทางธุรกิจ  
ISO 22301:2012 ใบรับรองเลขที่ 44 756 150640  
ระบบคุณภาพมาตรฐานสากล ISO 9001: 2015  
ใบรับรองเลขที่ TH 98/1709



รางวัล Superbrands 2549-61  
จาก Superbrands Thailand

## MTL HAPPENINGS

### "เมืองไทยประกันชีวิต" คว่ำโลเชนส์ไพรเวทพินด์รายแรก



เมืองไทยประกันชีวิต คว่ำใบอนุญาตประกอบ  
ธุรกิจหลักทรัพย์ ประเภทการจัดการกองทุน  
ส่วนบุคคล ตอบโจทย์การวางแผนการเงิน  
ครบวงจร นับเป็นบริษัทประกันชีวิตรายแรก

นายสาระ ล่ำซำ กรรมการผู้จัดการและประธาน  
เจ้าหน้าที่บริหาร เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้รับ  
ใบอนุญาตและให้เริ่มประกอบธุรกิจหลักทรัพย์  
ประเภทการจัดการกองทุนส่วนบุคคล  
(ไพรเวทพินด์) ภายใต้ค่าธรรมเนียมประกันชีวิต  
ควบการลงทุน (ยูนิติลิงก์) จากสำนักงาน  
คณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาด  
หลักทรัพย์ (ก.ล.ด.) โดยเป็นบริษัทประกันชีวิต  
รายแรกที่ สามารถเพิ่มบริการบริหารพอร์ต  
การลงทุนลูกค้ายูนิติลิงก์ของบริษัทฯ ได้

## "เมืองไทยประกันชีวิต" เปิดกลยุทธ์ New Normal Now "MTL"

นายสาระ ล่ำซำ กรรมการผู้จัดการและประธาน  
เจ้าหน้าที่บริหาร เปิดเผยว่า เพื่อเป็นการตอบรับกับ  
ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ที่ทำให้โลกเกิดการ  
เปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ ทั้งในด้านของ  
ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมา  
ให้ความสำคัญด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้น

บริษัทฯ จึงได้ ประกาศเดินหน้าจุดยืน "MTL  
Everyday Life Partner" ในการเดินเคียงข้างในทุก  
ช่วงของชีวิตโดยยึดหลักลูกค้าเป็นศูนย์กลาง พร้อมชู  
กลยุทธ์ New Normal Now "MTL" ด้วยการ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และช่องทางการขายที่  
หลากหลายบนแพลตฟอร์ม Digital และ Non-  
digital มุ่งตอบโจทย์ความต้องการในทุกไลฟ์สไตล์  
และจัด Pain Point ของลูกค้าอย่างตรงจุด

