TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Manulife Việt Nam chi trả hơn 9.000 tỷ đồng quyền lợi bảo hiểm cho khách hàng trong năm 2025

12:47 13/04/2026

Manulife Việt Nam vừa công bố báo cáo tài chính năm 2025 với kết quả kinh doanh tích cực, tiếp tục khẳng định định hướng lấy khách hàng làm trọng tâm trong hoạt động vận hành và phát triển sản phẩm và dịch vụ.

Theo báo cáo, lợi nhuận trước thuế đạt hơn 3.545 tỷ đồng, phản ánh hiệu quả hoạt động cùng quản trị chi phí của doanh nghiệp. Trong bối cảnh thị trường còn nhiều biến động, công ty vẫn duy trì được kết quả kinh doanh ổn định so với năm 2024.

Tính đến cuối năm 2025, tổng tài sản đạt hơn 156.000 tỷ đồng, tăng hơn 13% so với năm trước. Song song với tăng trưởng tài sản, Manulife Việt Nam tiếp tục giữ vững vị thế dẫn đầu về quy mô vốn trong ngành bảo hiểm nhân thọ với vốn điều lệ 22.220 tỷ đồng.

Manulife Việt Nam vừa công bố báo cáo tài chính năm 2025 với kết quả kinh doanh tích cực

Đáng chú ý, trong năm 2025, doanh nghiệp đã chi trả 9.060 tỷ đồng quyền lợi bảo hiểm cho khách hàng, tăng 15% so với năm trước, với gần 420.000 hồ sơ được xử lý, thời gian xử lý trung bình khoảng 3 ngày, đảm bảo tính kịp thời và minh bạch trong toàn bộ quy trình.

Đẩy mạnh minh bạch sản phẩm và nâng cao trải nghiệm khách hàng

Trong năm qua, Manulife Việt Nam tập trung rà soát và thiết kế lại danh mục sản phẩm theo hướng rõ ràng, dễ hiểu, phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng.

Danh mục sản phẩm mới bao gồm Xanh Tương Lai (bảo hiểm liên kết đơn vị), Xanh Ước Mơ (bảo hiểm liên kết chung) và gần đây là Xanh Phú Quý (bảo hiểm liên kết đơn vị), cùng các sản phẩm bổ trợ đã được thị trường đón nhận tích cực. Kết quả này phản ánh nhu cầu ngày càng rõ nét đối với các giải pháp bảo vệ và tích lũy dài hạn.

Từ góc độ hiệu quả đầu tư, công ty vừa công bố báo cáo thường niên của các quỹ liên kết đơn vị và liên kết chung với kết quả khả quan. Cụ thể, quỹ liên kết chung đạt tỷ suất lợi nhuận 5,56%, trong khi các quỹ liên kết đơn vị ghi nhận mức lợi nhuận dao động từ 3,5% đến 27,5%.

Những kết quả này tiếp tục khẳng định cam kết dài hạn của Manulife trong việc nâng cao trải nghiệm khách hàng, minh bạch hóa sản phẩm và xây dựng tăng trưởng bền vững tại Việt Nam

Để hoàn thiện hành trình trải nghiệm khách hàng, công ty tiếp tục triển khai các sáng kiến số hóa và cải tiến dịch vụ. Hệ thống đo lường mức độ hài lòng theo thời gian thực (M-PS), chương trình khách hàng thân thiết Manulife Rewards, cùng với các kênh tương tác như Live Chat và ứng dụng Manulife Việt Nam giúp hành trình khách hàng trở nên thuận tiện và nhất quán hơn.

Ở khía cạnh con người, Manulife tiếp tục đầu tư vào đội ngũ tư vấn viên, tập trung nâng cao năng lực chuyên môn và chuẩn mực đạo đức nghề nghiệp. Trong năm 2025, hơn 1.000 tư vấn viên đã được đào tạo về kiến thức sức khỏe cộng đồng nhằm hỗ trợ khách hàng tốt hơn trong bối cảnh nhu cầu bảo vệ sức khỏe ngày càng gia tăng.

Đồng thời, trong định hướng chuyển đổi số, doanh nghiệp tích cực ứng dụng công nghệ, bao gồm trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI), nhằm nâng cao chất lượng tư vấn và hiệu quả phục vụ khách hàng.

Không chỉ dừng lại ở hoạt động kinh doanh, Manulife Việt Nam còn triển khai các chương trình cộng đồng nhằm nâng cao nhận thức và chăm sóc sức khỏe. Trong năm 2025, doanh nghiệp đã triển khai chiến dịch “Chọn Xanh Cho Khỏe”, tổ chức khám sức khỏe miễn phí cho hơn 10.000 người dân, góp phần lan tỏa lối sống chủ động và nâng cao chất lượng cuộc sống trong cộng đồng.

Tập đoàn Manulife duy trì tăng trưởng tích cực trên toàn cầu

Ở phạm vi toàn cầu, Manulife Financial Corporation tiếp tục ghi nhận kết quả kinh doanh tích cực trong năm 2025. Lợi nhuận cốt lõi đạt 7,5 tỷ đô la Canada. Doanh thu phí bảo hiểm quy năm (APE) tăng 14%, lợi nhuận cận biên từ hợp đồng bán mới (New Business CSM) tăng 28%, và giá trị khai thác mới (NBV) tăng 18% so với cùng kỳ năm trước.

Động lực tăng trưởng tích cực này được thúc đẩy bởi khu vực châu Á và mảng Quản lý tài sản (Wealth & Asset Management), kết hợp với việc duy trì kỷ luật thực thi trên các thị trường trọng điểm. Đồng thời, tập đoàn đã mở rộng triển khai các giải pháp GenAI tại 9 thị trường nhằm nâng cao hiệu quả bán hàng và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Những kết quả này tiếp tục khẳng định cam kết dài hạn của Manulife trong việc nâng cao trải nghiệm khách hàng, minh bạch hóa sản phẩm và xây dựng tăng trưởng bền vững tại Việt Nam.

Phạm Thịnh