

出國報告(出國類別：出席國際會議)

參加第二十四屆太平洋保險會議

(24 Pacific Insurance Conference 2009) 會

議報告

服務機關：行政院金融監督管理委員會保險局

姓名職稱：曾玉瓊副局長

派赴地點：泰國曼谷

出國期間：98年11月1日至98年11月4日

報告日期：99年2月3日

壹、會議背景說明

第二十四屆太平洋保險會議(24 Pacific Insurance Conference 2009) 會議於 2008 年 11 月 1 日至 4 日在泰國曼谷舉行。

該會議計有澳洲、比利時、不丹、加拿大、中國、德國、香港、印度、印尼、日本、馬來西亞、荷蘭、菲律賓、新加坡、南韓、西班牙、瑞士、台灣、泰國、突尼西亞、英國、美國及越南等 24 國派員共 160 人參加。

本次會議討論內容包括五項主題分別為金融風暴後會朝向衰退、毀滅或逐漸繁榮？、如何因應變化讓產業未來得以穩定安全、透過創新獲得勝利、如何贏得退休儲蓄—提供資金或增加賦稅誘因、銀行保險能繼續存活或將消失？

貳、會議重點

如果沒有堅強的復甦力，美國市場將持續蕭條多年，美國保險商品之成長除變額年金外已面臨數年挑戰，消費者購買力低、財務壓力高、監理之強化及商品

價格高漲，讓此市場面臨更大之挑戰。而在亞洲市場受到北美洲、歐洲之影響，監理機關及評等機構對資本的要求提高，致公司資本成本提高，公司盈餘亦受到衝擊，雖然保險銷售之恢復會比較快，但仍極具挑戰。

保險公司如何因應變化？在保險商品及行銷通路方面，在美國，權益連結商品及獲利保證之商品成為新客戶或舊客戶續保最受歡迎之商品。公司因過於集中於某些商品或風險，在金融風暴中受到很大傷害，公司更小心及前瞻性的經營，更重視風險的暴露及核保風險，審慎管理權益市場之儲蓄商品及固定收益基礎之儲蓄商品。亞洲國家亦歷經數年固定收益商品市場之轉換，許多亞洲市場投資受到嚴重的限制，政府債券及銀行存款，無法讓長期保障之壽險商品具有吸引力，而具風險及變動性大之投資連結商品，因風險高，對客戶吸引力變弱，加上保險公司亦受到權益及不動產投資之影響，資本風險亦增加。保險公司進一步發展長期保障及儲蓄保險，尤其是保戶具選擇權及利率保證商品。在一個持續低成長的環境，強化行銷系統提昇業務人員之效率，

以增加新契約亦是很重要的。

在弱勢市場及強勢通路環境下，可促進保險公司發展更創新、更具有特色及競爭力之商品。在美國結合銀行及經紀人通路增加儲蓄商品之競爭性。

在金融風暴中亦學習到風險管理的重要性，保險公司風險管理焦點除放在風險胃納、風險之累積、容忍度及衡量所需資本，強化營業及商品經理對風險之識別、衡量、偵測及管理風險的責任。另亦增加壓力測試，減少對標準模型之依賴。高階管理應參與風險管理過程及回應，而董事會須更強的監督，監理官應更強化監理。並由獨立且有影響力的風險長向執行長定期的報告風險管理情形，俾充分掌握風險。

新興市場如印度、中國商品創新速度比其他國家快，因其產品的獨特性不會維持長久，在此情況下，增加創新產品是需要的，醫療產品在這兩個國家屬創新產品，其發展考量當地的成本結構及需求，並由其他國家學習經驗創新商品。

另對於老年人口的快速增加，健康照顧成本增加，

老年生活之照顧受到重視，政府對老人負擔愈來愈重，每個人應對自己未來退休做好如下規劃：1. 規劃退休要過如何生活，需要多少錢？2. 現在要付多少錢，未來才有足夠之退休金？3. 要如何管理金錢以達到未來目標？在政府則必須考慮到所有民眾有合理的退休生活，須考慮強制要求提撥公職金，或以稅的誘因而鼓勵個人儲存退休金。在澳洲要求雇主提撥，而香港要求雇主及員工都要提撥，美國則以商業方式不強制參與，而瑞典由政府管理退休計畫，較高的社會福利則需較高的稅。商業金融機構可以在累積退休金方面扮演重要角色。商業金融商品可因應不同需求，每個家庭對健康、財富、風險的態度不同，而有不同的退休需求。許多國家面臨最大的問題在於個人提撥不夠，許多消費者發現自己只注意到現在的生活，而未充分做好退休規劃。透過公職金及稅誘因而強制及自行儲蓄方式可達到妥善安排退休金計畫。

銀行保險日漸重要，謹就歐洲及亞洲保險市場銀行保險占率及變化列表如下：

歐洲市場銀行保險占率及變化：

歐洲國家	2003 年市場 占率%	2008 年市場 占率%
法國	61	63
葡萄牙	80	83
西班牙	77	77
義大利	56	57
比利時	56	56
德國	23	24
挪威	50	52
芬蘭	45	46
荷蘭	32	35
英國	18	22

亞洲國家銀行保險占率及變化：

亞洲國家	2003 年市場 占率%	2008 年市場 占率%
日本	25	統計中

韓國	51.6	減少中
新加坡	27	減少中
香港	33	減少中

亞洲國家銀行保險之占率比歐洲國家低，銀行保險帶給保險公司相當多業務來源，但也可能帶來一些困擾，若在行銷上未能有效管理，可能造成誤導消費者，消費者可能不了解所購得之商品為保險商品，而造成糾紛，或者於低利率時期，保險公司成為銀行轉嫁利率風險之對象。

參、心得與建議

一、經過金融風暴後，各國皆強化監理，增強清償能力，加強整體性風險管理，施行壓力測試，及早掌握風險，妥善管理風險，我國亦朝此方向努力，俾降低不可預期之風險造成之損失。

二、商品創新為因應金融低迷時期相當重要之課題，我國亦提供環境及空間，鼓勵業者創新產品，優體保險、外幣傳統保單、微型保險皆為新近開發之商品。

三、老年人口占率提高為世界趨勢，老年人醫療之照

護，經濟生活之安頓，是各國努力之方向，除政府基本保障外，商業性保險亦應扮演相當重要之角色，我國保險公司亦可提供老人看護保險及退休年金與老年人，協助建構社會秩序協助建構社會制度。

四、近幾年我國銀行保險亦蓬勃發展，由於在銀行櫃檯行銷保險，若未說明清楚，容易造成爭議，宜加強銀行保險之管理。