

出國報告（出國類別：參加國際會議）

第 21 屆海峽兩岸及港澳保險業交流 與合作會議

服務機關：金融監督管理委員會保險局

姓名職稱：林組長耀東

黃科員盈銘

出國地點：香港

出國期間：104 年 9 月 10 日至 12 日

報告日期：104 年 9 月 23 日

摘 要

第 21 屆海峽兩岸及港澳保險業交流與合作會議於香港舉行，來自臺灣、大陸、香港、澳門的保險業菁英聚集於此進行經驗分享及意見交流，並報告兩岸四地保險業最新發展概況。此會議為兩岸四地保險業相互交流合作的重要平臺，本次會議主題為「金融科技創新」，其中中國保險行業協會朱進元會長進行專題演講，闡述兩岸四地共築大中華區的保險夢，共同促進兩岸四地保險業的繁榮發展。此外，澳門保險公會姜宜道會長報告澳門保險業的現況與前瞻，受益於橫琴自貿區掛牌、港珠澳大橋通車預期及澳門單牌車將可自由出入橫琴，將為澳門的經濟和保險行業的發展增添新的動力。

為因應數位化時代來臨，我國於 2014 年 8 月 26 日開放保險業辦理網路投保業務，並適時檢討相關措施。今(2015)年 8 月 31 日，大陸國務院正式頒布印發「促進大數據發展行動綱要」，推動現代化數據建設，宜持續關注其發展。金融科技創新時代，保險業將面臨眾多挑戰，無論是在通路創新、服務創新等方面均須積極因應，保險業應建立自身互聯網平臺，採取主動積極之策略，才能立足於數位時代。

目 次

壹、會議目的.....	1
貳、會議過程.....	1
一、專題演講.....	1
(一) 共築大中華區「保險夢」，同圓保險業人「中國夢」.....	1
(二) 從保險看兩岸四地的金融科技創新.....	3
(三) 澳門保險業的現況與前瞻.....	6
(四) 以資訊科技重新為客戶關係策略定位.....	7
二、產險論壇.....	9
(一) 大數據—保險業的機遇與挑戰.....	9
(二) 網絡風險與一般保險.....	11
(三) 臺灣產險業網路保險之現況、機會與挑戰.....	13
三、壽險論壇.....	15
(一) 擁抱移動互聯 融合多元化通路.....	15
(二) 臺灣壽險網上保險及服務分析.....	17
(三) 啟動創新之旅—如何創新?.....	19
參、心得及建議.....	21
肆、附件(會議議程).....	23

壹、會議目的

「第 21 屆海峽兩岸及港澳保險業交流與合作會議」(簡稱兩岸四地會議)於香港舉行，本次會議臺灣代表團共 43 人參加，與會人士來自產、官、學界。兩岸四地會議為保險業之交流及合作的平臺，每年輪流於臺灣、大陸、香港、澳門舉行，今年主題為「金融科技創新」，顧名思義是指利用資訊科技提供創新金融服務，隨著新科技技術層出不窮，互聯網的出現顯著影響金融諸多領域，也帶來許多重大變革，保險市場在互聯網的發展下會進入何種格局，對保險業或是監理機關而言，均為非常重要的議題。

爰此，本次兩岸四地會議演講主題包括以保險觀點看兩岸四地的金融科技創新、以資訊科技重新定義客戶關係、大數據時代下保險業的機遇與挑戰、互聯網下多元化通路的融合等，透過科技革新的觀點，探討保險業商業模式的轉變及創新等議題。近年來兩岸經濟互動越趨頻繁，對於保險業而言也有相當良好的發展機遇，兩岸四地的保險市場需求不斷增長，並在保險業發展方面累積許多寶貴經驗。經過此次兩岸四地保險業之相互交流，希望能啟發新的思維，以及更多創新經營策略，讓保險業能在互聯網的時代下穩健成長，創造更寬廣的發展空間。

貳、會議過程

一、專題演講

(一) 共築大中華區「保險夢」，同圓保險業人「中國夢」

主講人：中國保險行業協會朱進元會長

1. 前言

2014 年大陸保險業的發展顯著進步，總資產突破了 10 兆元，保費收入超過 2 兆元，增長速度高於全球平均水平 13%，大陸政府越來越將保險視為公共管理和社會治理的重要手段，支持保險業發展的各項政策不斷推出，截至 2015 年 7 月，大陸保險業保費收入達 1 兆 5,838 億元，增長速度達 19.89%，其中產險保費收入達 4,930 億元，增長速度為 11.07%，壽險保費收入 1 兆 493 億

元，增長速度為 24%，大陸保險業發展進入歷史上最好的時期，大陸保險業逐漸成為全球重要的地區或國家之一，同時也具備參與世界市場的能力和條件。

2. 兩岸四地攜手合作，共創保險市場契機

今(2015)年 8 月 18 日，在中國保險行業協會主辦的中國保險業發展年會上，保監會主席項俊波明確提出從保險大國向保險強國邁進的戰略及要求，明確界定保險強國的定義，未來 15 至 20 年大陸保險業的發展將進入黃金時期，因此，兩岸四地應協力合作，共促大中華區的保險夢。兩岸四地會議為相當重要的平臺，透過此平臺分享彼此寶貴的經驗及資訊，同時為下一步合作找到契機。兩岸四地應從人員交流培訓、資格認證、數據資訊分享及行業標準統一等眾多方面進行合作，例如中國保險行業協會與保發中心簽署合作備忘錄亦具焦於上述領域，於此方能促進兩岸四地保險業的繁榮發展。

3. 新政策激發保險新活力，為大中華保險夢實現創造新機遇

2014 年 8 月份，中國國務院發布促進保險業發展的若干意見，新國十條將保險業的發展提到了前所未有的高度，保險業是市場經濟的重要產業，為風險管理的基本手段，大陸保險業普遍認為已從過去的「我要發展」轉變為「要我發展」，從保險業發展的產業意願變成國家意志。新國十條的推出打開了保險業發展的政策藍海。大陸保監會在保險監理上亦推出一系列政策，例如商業健康險稅優政策、軍隊購買商業保險政策、互聯網金融政策、保險業進入養老產業發展政策、資金運用領域更加開放等，使得大陸保險業獲得發展良機。

4. 新戰略創造保險新需求，為大中華保險夢的實現開闢新市場

大陸經濟進入新常態，持續推進改革升級，同時也推出一系列重大戰略，例如一帶一路、大眾創業萬眾創新等，此亦為保險業發展之機遇。一帶一路是大陸倡導未來國家間新型的合作模式，涉及 65 個國家，44 億人口，占全球

人口 63%。透過一帶一路的政策，連通道路、連通貿易及促進貨幣流通等，能打造世界最具潛力的經濟走廊。一帶一路存在的一系列風險不可忽視，而風險的存在則為保險業的目標和市場所在，故保險業在一帶一路的建置上可發揮重要作用。此外，人口往來及國家貿易頻繁，諸如貨運保險和意外保險的需求會不斷增加，受惠一帶一路的政策，沿線國家的經濟亦會成長，將進一步推動養老、健康等方面的保險需求。一帶一路也需要大量資金的投入，此為保險業資金運用的重要市場，因此，保險業應跟隨一帶一路的發展，一帶一路發展到哪，保險業的服務就應跟到哪。

5. 全面對接大眾創業萬眾創新的政策實施

技術創新是經濟成長的最根本動力，從大陸的經濟發展歷史來看，從過去依靠人口紅利、技術模仿的低附加價值產業，轉變為技術創新、服務創新的高附加價值和資本密集型產業。現今 3D 列印、機器人、生物工程及互聯網等技術性革命席捲全球，每一次的新技術革命，均會帶來新的領域、新的產業，在這場革命中，保險業可以從發揮穩定器和發動器的作用，帶動大眾創業萬眾創新的能力，也為國家轉型發揮應有的作用。

6. 結語

兩岸四地會議為保險業者分享彼此寶貴經驗及資訊的重要平臺，冀望透過此平臺能有更多的交流合作，也希望能有更多參與者參與大陸保險業市場發展，共同促進兩岸四地保險業的繁榮發展。

(二) 從保險看兩岸四地的金融科技創新

主講人：亞洲資本再保險集團私人有限公司邱展發副總裁

1. 前言

人類歷史上經歷 3 次工業革命，第一次於發生於 18 世紀時，發明了機械；第二次於 19 世紀，發明了電力；第三次則是 20 世紀電腦通訊的發明。此 3 次工業革命，創造了動力、機械及自動化，帶給人類文明。到了 21 世紀，醞釀

了第 4 次工業革命，此次革命帶來了智慧，使得前 3 次工業革命所累積的生產及服務均添加了智慧，影響各行各業及人類的生活，保險業也不例外，若仍保持被動態度，可能將於此洪流中遭受淘汰。

2. 互聯網生態圈

(1) 過往時代欠缺互聯網的基礎建設，包括大數據、雲端計算等。然而，當這些技術成熟後，加上支付清算中心的建立，金融業將遭受嚴重衝擊。傳統商業模式認為客戶是消費者、買方，但在互聯網商業模式下，保險業之客戶不只是消費者，可能還包括生產者，此外，電商、物流等行業均可能為保險業之客戶群。

(2) 金融業為特許行業，故以往均仰賴政府保護，互聯網業者難以跨入金融領域。然而，隨著政府政策的開放，互聯網業者將慢慢走入金融領域，若金融業者仍處於觀望角度，不久的將來互聯網業者將掌控並分配所有資源，金融業的處境將更加險峻。

(3) 對金融業來說，最好的模式為金融業建立互聯網相關平台或建置屬於自身的互聯網體系。金融業者應主動參與，不論是以股權或經營形式參與，而非扮演被分配的角色，如此一來才能掌控市場。若由互聯網業者主導，金融業者將無法與客戶直接接觸，一旦客戶資源遭受奪取，將會產生巨大損失。

3. 金融+互聯網 vs 互聯網+金融

(1) 「金融+互聯網」為金融業主動積極創新，建立自身之互聯網體系，而非被動參與。互聯網模式為金融業之一環，由金融業掌握核心利基。

(2) 「互聯網+金融」則為互聯網業者跨足金融產業，傳統金融業將成為互聯網系之一環，使得金融業者無法參與核心業務，掌握利基。

4. 兩岸互聯網金融政策比較

(1) 臺灣：2015 年金管會宣示打造臺灣數位金融 3.0，鬆綁銀行、保險與證券現

行法規，讓臺灣金融業全面朝數位化和行動通訊升級。

(2)大陸：2015年國務院總理宣示「促進互聯網金融健康發展，完善金融監管協調機制」，並以政策宣示令補救立法，例如2015年發布「中國人民銀行等十部委互聯網金融指導文」。

5. 互聯網金融的優勢

對金融業來說，互聯網金融在整個金融業如同超級機器人，帶來效率的提升及成本的降低。此外，互聯網金融不需要實體，電商、物流及金流皆為高效率運作，消費端和生產端的距離越來越近，省卻大量人力及物力。互聯網時代下由於不須紙張、單據及減少交通運輸工具的使用，因而促進了環保。

6. 對保險業的衝擊

(1)互聯網的「鯰魚效應」將帶動金融保險業倍速創新與改革，在「保險+互聯網」架構下，保險業才會有正面發展，若在「互聯網+保險」架構下，保險業不僅承擔風險，且營利將大減。

(2)傳統附加保費成分將大幅調整，未來在互聯網體系之下，將會由主控者重新分配。未來的商業模式中角色將會越來越小，獲利空間有限，傳統保險經紀人及代理人應儘速採取行動，否則可能將於此洪流中被淘汰。然而，對保險經紀人及代理人而言，互聯網時代是危機亦是轉機，其可創建自身的互聯網平台，亦或更有企圖地構建自身互聯網系，如此便是參與者，同時也是支配者。

7. 保險業因應之道建議

保險業應以「保險+互聯網」模式進行整合並強化既有資源功能，結合其他互聯網系，如醫院、車商、修車廠、旅遊、物流等。此外，保險業可啟動跨業購併，惟須選擇具互補的對象，並針對消費者設計貼心、有效率、淺顯易懂的商品，才能立足於互聯網金融時代。

(三) 澳門保險業的現況與前瞻

主講人：澳門保險公會姜宜道會長

1. 前言

2015 年全球經濟低迷和地區政治動盪，造成金融市場的劇烈波動，中國正經歷經濟成長速度趨緩及結構調整的過度期。全球以及中國的內需持續下滑，減緩全球經濟復甦，使得中國經濟發展進入了中速成長的新常態。

2. 澳門經濟概況

受全球經濟和中國經濟趨緩，以及博彩收入顯著下跌及旅客消費減弱等影響，澳門全年經濟呈現下跌趨勢。2014 年 GDP 較去年降低 0.4%，此為澳門特別行政區成立以來首次負成長，結束連續十年的高成長。2014 年澳門博彩毛收入約 3,500 億元(澳門幣，下同)，而批發、零售、酒店、飲食、建築和金融這些非博彩收益超過 1,900 億元。2014 年澳門人均 GDP 達到 8.93 萬美元，名列亞洲前茅；全年入境旅客數為 3,150 萬人次，其中內地遊客達 2,100 萬人次。2015 年第一季 GDP 較同期下滑 24.5%，惟因以博彩業為主，對保險業衝擊不大。

3. 博彩業有助於穩定澳門經濟

博彩業為澳門產業龍頭，為澳門實現經濟多元化及建設世界旅遊休閒中心奠下深厚基礎。唯有在穩定龍頭產業的同時，才能進一步培育新興產業發展。從 2015 年上半年數據來看，澳門經濟多元化發展已取得一定成果。雖然博彩業發展進入調整期，但澳門特區政府將強力支持經濟多元化和區域合作等非博彩因素之發展，如此將有助於澳門經濟之穩定。

4. 澳門保險市場概況

(1)2014 年澳門金融保險業維持良好穩健發展，人壽保險保持高速成長，2014 年毛保費收入約為 69.33 億澳門幣，較同期增長 40%。另受到重大博彩工程項目陸續完工等影響，產險業務增長速度趨緩，2014 年毛保費收入約

為 19.56 億澳門幣，較同期增長 5%

(2)在保險監理方面，澳門保險規模較小，目前獲准在澳門經營共計 23 家保險公司，其中 11 家為壽險公司、12 家為產險公司。以原屬地區分，8 家為本地公司，15 家為外資保險公司之分公司。澳門保險活動的監管、協調為透過澳門金融管理局下轄的保險監察處執行。澳門金融管理局強化對本地保險機構的實地及場外審查，以監控保險業之財政情況與準備金之充足性。

5. 持續推動投資，提升經濟發展動力

受全球政治動盪加劇和大陸經濟發展趨緩影響，澳門經濟成長下跌或許延至明年，但受工資上升和就業增長，民間消費將提高。政府支出亦將支持整體經濟活動。數個建造中的度假村項目將持續進行，公共基礎建設項目執行率上升將有助於推升投資，澳門經濟將保持穩健成長。此外，受益於橫琴自貿區掛牌、港珠澳大橋通車預期及澳門單牌車將可自由出入橫琴，將為澳門的經濟和保險行業的發展增添新的動力。

6. 結語

澳門保險業將共同努力迎接新的挑戰，一同貢獻澳門社會的進一步發展，希望透過此次兩岸四地交流合作會議，啟發新的思維，相互學習，共創四地保險市場的穩健發展。

(四) 以資訊科技重新為客戶關係策略定位

主講人：亞洲保險和非銀行金融行業研究瑞銀投資研究部梁智勤董事總經理

1. 前言

在現今互聯網的時代，大陸民眾每天 6 分鐘看一次手機，7 成的人會在吃飯前將食物拍照上傳至網路，4G 及 3G 網路使用者分別達到 9,728 萬和 4 億 8,525 萬戶，上述數據尚未將港、澳、臺包含進去，由此可知，互聯網時代帶來龐大商機。然而，如何利用這些數據進行營利將是一大學問。

2. 資訊科技未必解決所有問題

互聯網或資訊科技不一定能解決所有問題，主要有三：

- (1)金融互聯網帶來新的商業模式，使得公司業務加快橫向擴張，惟於此同時，也將非金融行業的對手帶入此領域相互競爭。
- (2)養老金已市場化，透過網路平臺銷售基金已相當普遍，互聯網的出現能著墨的地方甚少，關鍵仍為政府抱持何種態度，此遠比新科技平臺更具有決定性。新的科技未將過往的老問題解決，而是僅幫助我們將老問題簡單化。
- (3)就醫療保險而言，中、港個人自付醫療支出百分比均相當高，台灣卻相對較低。醫療保險如何透過互聯網銷售，或者互聯網如何能做到核保業務，這些均是科技難以解決的。

3. 互聯網「金融」還是「互聯網」金融

若將互聯網視為形容詞，用以形容金融，此尚非全面性的觀點，無法掌握互聯網金融的核心價值。然而，若將互聯網金融整體視為一個名詞，則才是真正利用互聯網從事金融業務，掌握互聯網結合金融的發展契機。互聯網金融主要分為四個階段，包括利用資訊科技加強內部系統操作程式、利用資訊科技改良銷售辦法和銷售服務、將資訊科技融入公司拓展業務策略、利用資訊科技獲取非傳統客戶。

4. 客戶關係管理—客戶獲取過程的策略

一般保險公司均能將互聯網或前臺銷售平臺資料進行統一管理，然而如何加強動態追蹤尚有相當大的改善空間。保險公司應思考如何動態更新客戶訊息，並有效利用客戶資訊提升滲透度及深度。此外，保險公司可透過互聯網平臺設定或選擇客戶，才能更容易針對目標客戶群，並透過平臺管理逆向選擇風險。

5. 全面通路管理，平衡發展策略

以歐美國家經驗為例，互聯網電子銷售並不能完全替代或變成唯一的顧客服務基礎建設。透過互聯網、手機等平臺雖可擴展客戶接觸面，並更有效地服務客戶群，但是同樣也產生一些新的監理問題和市場變革的挑戰。保險公司應瞭解，追求全面的銷售管理遠比單單平衡保費、險種及通路複雜得多。此外，如何利用資訊科技進一步提升品牌價值而不增加品牌風險為相當重要的課題。

6. 結語

(1) 利潤率取決於對產品、通路及客戶三方面的管理與配合，大陸保險業並不欠缺產品研發能力，所欠缺的是高效率且有水準的行銷通路。反觀臺灣和香港則是保險產品選擇多，欠缺如何有效加強說明之方式，讓客戶能選取最合適自身的產品。互聯網的出現除了降低公司銷售成本外，並不一定能解決所有老問題。

(2) 任何人均知道金融服務業是以服務取勝，惟要取悅客戶，最重要的是要超越客戶之期望。大陸民眾對保險行業的期望普遍不高，保險公司應真正瞭解客戶的需求及期待，才能讓客戶透過互聯網新平臺購買產品。

二、產險論壇

(一) 大數據—保險業的機遇與挑戰

主講人：中國人民財產保險股份有限公司降彩石副總裁

1. 前言

隨著資訊科技、互聯網、雲端計算以及社交網路等技術的發展，數據的採集、傳輸、儲存及處理應用能力不段提升，這些技術變化亦對大數據的產生及應用提供良好的基礎。在經歷了互聯網時代，全球已經進入大數據時代，大數據是伴隨科學技術的發展所出現的龐大數據，其類型也相當多元，數據的採集、處理及分析方式與傳統方式有相當大的區別。對保險業來說，大數據在銷售、服務模式與經營管理方面都產生顯著影響。

2. 大陸國務院頒布大數據發展行動綱要

今年 8 月 31 日，國務院正式頒布印發「促進大數據發展行動綱要」，將發展大數據應用提升至國家層次，也加快大數據發展的步伐，推動現代化數據建設。根據大陸互聯網信息中心數據顯示，中國大陸的網民達 6.68 億，互聯網的普及率達到 48.8%，擁有手機的網民達 5.94 億，規模龐大的網民數量及互聯網的普及率帶來爆炸性的數據增長，而越來越多的企業也從中發現商機。

3. 大數據在保險業的應用

(1) 保險業是基於大數法則，數據也是保險業存在的基礎，大陸改革開放以來，保險業迅速發展，就市場規模而言，改革開放之初，大陸保險市場只有一家經營，全年保費收入僅 4.6 億人民幣。然而截至 2014 年底，各類保險公司達 180 家，總資產達 10 兆人民幣，年保費收入達 2 兆人民幣。就業務範圍而言，從初期的傳統保險如貨運險、家產險、機動車輛保險等，逐步擴大到人壽保險、責任保險、意外傷害保險及健康保險等，保險業務的迅速擴張也帶來大量的數據，以及從這些數據基礎衍生出的龐大客戶訊息，例如保單資訊、交易資訊等。

(2) 外國保險公司率先開展大數據運用，例如 AIG 從 2012 年成立大數據分析團隊，規模達數百人，透過定價、理賠、營銷等方面分析，為公司創造可觀利潤。而大陸保險業目前也積極探索大數據的應用，中國保監會亦進一步推動大型保險信息平台的建置，促進業內信息集中與共享。2006 年起，中國保險行業協會開始建置車險信息平台，目前該平台包括 20 多個省的車險業務數據，同時亦有 13 個省建立了獨立的車險訊息平台。車險信息平台有助於減少保險詐欺，同時也促進了保險業的穩健發展。

(3) 2013 年，為了進一步促進信息的集中與共享，中國保監會推動建立中國保險信息技術管理有限責任公司(中保信)，資本為 20 億，現已逐步成為包括壽險、產險、健康險等險種之大型保險信息平台。去年中國保險行業

協會以協會名義公布汽車零件「零整比」(汽車配件總價和整車銷售價格的比值)，對整個汽車生產及經銷產生極大影響，也促進車險費率市場化的改革。此外，中國人民財產保險公司也推動車聯網應用技術，透過安裝於汽車上的數據收集裝置，分析駕駛人之行為，將之應用於承保及理賠方面，有效提升駕駛的行車安全意識。

4. 大數據為保險業帶來新發展機遇及挑戰

(1)大數據能夠重塑保險業的產業鏈，使得保險業能便利地整合資源，拓展保險業務。大陸保險市場經過多年經營，也積累大量承保、理賠及客戶服務等相關數據，藉由大數據技術能聚合保險業上、下游的資源，將自身業務拓展至汽車維修、醫療服務、中介平台等各個領域。

(2)此外，大數據能為保險業發掘並引導保險需求，也能夠創造新的商業機會，降低經營成本，驅動保險業的模式創新，促進保險產品服務的升級，也將提升保險公司經營管理之能力，進一步提升其競爭力。

(3)然而，大數據時代也將帶給保險業眾多挑戰，包括互聯網企業對於大數據的應用將衝擊傳統保險業、人才培育及能力建構均有待加強等。

(二) 網絡風險與一般保險

主講人：嶺南大學財務及保險學系助理教授高進博士

1. 前言

科技的進步、互聯網的發展改變了各行各業的型態，資料的蒐集以及產品銷售方式的改變除了提高企業經營效率外，也降低了經營成本。然而，由於看許多具有價值的資訊傳遞到網路上，也因而產生了新的風險。

2. 網路風險的定義

(1)網路風險為使用互聯網而遭受的風險，包括電腦系統遭受入侵而導致的商務中斷，遭受駭客或病毒攻擊而導致的數據和機密資料外流，以及企業在網路上遭受誹謗而導致消費者信心的降低等。

(2)根據 Symantec 的互聯網安全威脅報告指出，2014 年全球有 3.17 億個新惡意軟體，以及每日產生 100 萬個新網路威脅。加密軟體遭受攻擊的受害者則增加了 45 倍。每 6 間大型企業就有 5 間受到過攻擊，更有 6 成攻擊目標鎖定中小企業。駭客主要攻擊對象為政府機構、教育領域以及金融企業。近來受攻擊的領域轉變到醫療衛生(如病歷資料)及零售業領域。隨著網路攻擊事件愈趨頻繁，網路安全意識的提升至關重要。

3. 網路保險市場需求

(1)對保險業來說，互聯網的時代亦使其暴露在網路風險當中，故應做好資訊科技基礎建設並做好資訊安全防護措施。另一方面，網路風險增加也為保險業帶來新契機，例如推出網路風險保險(cyber insurance)商品，承保互聯網使用者所遭受的網路風險。網路風險保險商品於 1995 至 1996 年已在歐美國家已出現，惟尚未普及。然而直到 2014 年，全球有超過 60 家保險公司推出網路風險保險商品。

(2)網路保險市場現今規模已達 20 億美元，在未來 5 至 10 年仍會顯著成長。相較於 2012 年各行業對網路保險的需求量，2013 年的網路保險增長速度為 2012 年的 2 至 3 倍。從 2015 年第一季倫敦的網路保險市場數據來看，單從保單數量就要比 2014 年同期成長 50%。根據 Advisen Cyber Liability Insurance Market Trends 問卷調查，超過四分之一的業內人士預計，所有行業對網路保險的需求均會增加。另各行業網路風險第三方責任險的需求成長預測，零售業、醫療衛生、金融及專業服務領域需求將大幅增長。

4. 網路風險保險面臨的挑戰

(1)因為網路風險保險屬較新產品，數據資料較傳統保險缺乏，因此在定價方面相較困難，對風險的錯誤認知亦會導致錯誤定價。另網路風險及網路攻擊具有動態性，例如兩家規模相當的企業，由於資訊科技架構的不

同，所面臨的風險也會不同，因此歷史數據的參考價值較小。現今大部分企業內部的風險管理模型亦無法確定網路風險之機率分布。

(2) 中小企業由於研發及網路技術力量薄弱，因此未來將會有更多的中小企業面臨網路風險保險的迫切需求，然而，因為保險公司針對中小企業的承保成本相對較高，因此可能因特殊考量而拒絕承保。

(3) 再保險業之支持亦為重要因素，再保險為風險分散的重要機制，但是以目前數據來看，許多網路風險均被排除於再保險所承保的風險之外，可能的原因為網路風險屬較新議題，再保險業對於前端的承保不具信心。

5. 未來展望

(1) 互聯時代下，網路風險和網路保險未來仍將持續存在，保險公司應該繼續研究網路風險的定價模型，才能確保持續盈利，並且應多關注產品中網路風險的系統性風險。此外，監理機關現今也越來越關注網路風險，例如美國保險監理官協會(NAIC)於 2015 年將網路安全視為一重要議題。

(2) 對保險公司和再保險公司而言，網路保險是一個充滿機遇的領域，隨著網路風險知識及意識的提高，網路風險保險的需求量也將大幅增加，使得網路保險市場迅速擴張。

(三) 臺灣產險業網路保險之現況、機會與挑戰

主講人：華南產物保險公司林適祺副總經理

本演講以電子商務作為主題，闡述電子商務之緣起，以及各地區電子商務發展近況，並探討臺灣產險業網路保險發展的契機與挑戰。電子商務係指透過電腦或資訊設備過程中的電子化、數字化及網路化，其主要模式有企業對企業(Business-to-Business, B2B)、網路零售及離線商務模式(Online to Offline, O2O)，特點包括以現代資訊技術服務作為支撐體系、以全球市場及消費者為業務發展範圍及以迅速、互動的訊息回饋方式作為高效率營運基礎。

1. 各區域電子商務發展概況

- (1)美國：該國電子商務產業居世界領導地位，全球著名國際電商，如 eBay、Amazon 均發展旗下行動支付業務。未來行動支付裝置技術提升，將有利於消費者進行線上消費，另結合網路社群之力量，將可提高潛在之客戶量。
- (2)中國：為亞洲電子商務發展最快速之國家，其最著名之網站為淘寶網，並搭配支付寶之第三方支付機構，成功朔造跨業的基金商品銷售。未來朝向多元化跨業之電子商務零售交易模式。
- (3)歐盟：與美國發展情況相近，電子商務企業自行成立第三方支付機構，融合社交網站以提高潛在客戶量。
- (4)日本：電子商務發展較為先進，在 Business to Customer(B2C)電子商務方面，日本國內民眾消費方式之不同，使得國外電子零售商與第三方支付機構較不易進入日本市場。
- (5)臺灣：電子商務發展情況較晚，2015 年 2 月 4 日通過「電子支付機構管理條例」，對於未來電子商務之發展建立重要里程碑。

2. 臺灣產險業網路投保發展現況

- (1)臺灣目前網路投保險種部分包括汽車保險、機車保險、住宅火險、旅平險，並於 2015 年 6 月 24 日增加個人責任保險、高爾夫球員責任保險、家電維修保險及智慧型行動裝置失竊保險等。依 2015 年上半年產險業網路投保及網路要保件數統計，主要以機車、汽車保險佔多數，分別為 50%及 28%。客戶群以自然人為主，30 歲至 50 歲為主要客戶群，其中男性占大宗，約為 55%。另以行動裝置造訪比率由 2014 年之 16.2%提高至 2015 年之 19.5%。
- (2)就制度面來說，已建立相關法令規範、消費者保護機制、商品管理及要保人身份確認等制度。另在投保流程管理上，依據保險業辦理電子商務應注

意事項，亦已建立會員註冊、投保作業及風險控管機制等相關規定。

3. 臺灣產險業未來發展機會與挑戰

(1) 發展機會

臺灣產險業經營網路保險市場剛起步，伴隨行動通訊的發展及社群網站的推動，未來存在廣大的發展空間及商機，透過網路進行虛實整合可不受時間、地區、交通及天候影響，能迅速便捷完成保險交易。另可發展電子保單完整傳送驗證機制(不可否認性)，以減少保險契約製作及寄送成本，並進行跨業合作交易模式，擴大業務經營層面。

(2) 未來挑戰

除了保險電子交易憑證(如自然人憑證、金融憑證、電信憑證及生物辨識系統)普遍化仍待解決外，行動網路及行動載具尚未有應用程式在軟體內建置直接購買保險之功能。此外，保險業者對於網路商品、行銷及管理方式創新均須加強，另隨著大數據的開放及運用，保險業者須提升其資訊系統功能，並強化自身數據分析及運用的能力。

三、壽險論壇

(一) 擁抱移動互聯 融合多元化通路

主講人：中國太平洋人壽保險股份有限公司徐敬惠董事長、總經理

本演講主要探討互聯網的興起帶給傳統保險通路許多挑戰，故保險業者須掌握互聯網的趨勢，推動多元化通路融合。最後，講者分享中國太平洋人壽保險公司進行通路轉型之實例予與會者參考。

1. 傳統保險通路困境

(1)傳統仲介、銀行保險及團體直銷三大銷售通路在近十年之壽險保費收入占總保費收入均高於 95%，2014 年三大銷售通路壽險保費收入占約 96%，其中仲介通路占 49%、銀行保險通路占 39%、團體直銷占 8%，惟因銷售誤導、價格競爭激烈及高退保率等問題，已面臨困局。

(2)2011 年至 2014 年，電話行銷及網路行銷業務快速發展，成長率分別達到 21%及 228%，但仍面臨發展瓶頸，原因包括電話行銷產品同質性高，產生擾民問題及服務提供不足等。

(3)現今客戶對保險產品及服務的需求呈現多元化之特點，傳統保險通路因以通路為核心，故已無法滿足日趨多元化的客戶需求。依據 2012 年全球保險客戶調查結果，單一通路無法提供與客戶期望一致的服務。

2. 推動多元化通路融合

(1)現今壽險市場正由賣方市場轉移至買方市場，傳統通路係以產品為導向，未考量客戶真實需求，重銷售、輕服務，客戶體驗欠佳。互聯網時代下之保險通路為以客戶為導向，通過深入瞭解客戶，關注於客戶的需求，並藉由線上線下的全面服務，提升客戶體驗。

(2)互聯網已成為人們生活方式的一部分，網路購物交易規模快速成長，2014 年網購交易額達 2.8 兆人民幣，互聯網用戶數達到 8.75 億人。壽險業者須瞭解到互聯網改變了商業世界，對人們的生活方式和消費行為產生深刻影響，故作為與客戶接觸的保險通路界面必須同步改變。

(3)互聯網為保險通路帶來許多轉型機遇，包括創新產品和服務、提升客戶體驗及通路效率提升與降低成本。互聯網的興起結合大數據的運用，能有效細分客戶群體，瞭解個別客戶需求，進而為客戶提供客製化產品及服務。另互聯網可促進產品資訊的透明化，可避免銷售誤導的情形，保障客戶權益。此外，業務員可借助行動設備提升銷售服務水平，提升業務效率，以改善客戶體驗。

(4)保險業應借助互聯網之應用，有效融合線上線下多元化通路，形成 O2O 之銷售服務模式，充分整合相關資源，提供客製化的保險解決方案，以及即時的點對點服務，最大程度上滿足客戶需求。

3. 太平洋壽險通路轉型實踐

(1)太平洋壽險以客戶需求為導向，率先實施組織架構優化調整，依據客戶屬性區分個人業務及法人業務兩大經營體系，透過企業級移動應用平臺，融合多元化通路，持續注重客戶需求並提升客戶體驗。

(2)2014年12月至2015年6月間，太平洋壽險透過微信平台，預約銷售「安行寶」保險商品，採取客戶線上預約與業務員線下面訪相結合之O2O模式，共有2.3萬位業務員參與，8.8萬客戶完成預約，有效改善銷售服務效率及提昇客戶滿意度。

4. 總結

傳統保險通路係以產品為核心，然而在互聯網興起的時代，通路型態越趨多元，保險業者必須以客戶需求為導向，透過大數據的分析，實際瞭解客戶的需求。客戶需求不僅僅是對產品的需求，而是指客戶接觸、銷售、服務及溝通方式等全方位的需求，保險業應藉由融合多元化通路，加快保險通路的轉型，才能突破瓶頸，掌握互聯網時代之契機。

(二) 臺灣壽險網上保險及服務分析

主講人：南山人壽保險公司王瑜華資深副總經理

本演講首先介紹臺灣電子商務法規之演進，說明臺灣網路投保之相關規定、資格要求及服務項目範圍等，並介紹臺灣壽險業市場發展現況，包括銷售面及服務面，最後以南山人壽網路投保旅行平安險為例作結。

1. 臺灣電子商務法規之演進

(1)主管機關為推動金融服務創新，於2014年8月26日開放保險業辦理網路投保業務，並適時檢視作階段性之放寬，承辦網路投保業務需符合相關資格要求，如財務業務健全及有經營網路投保業務能力，且最近一年之自有資本與風險資本之比率不得低於百分之二百等。

(2)依取得會員方式區分投保金額上限：

險種	投保金額上限(新臺幣元)
----	--------------

	網路方式註冊(非有效契約保戶)	網路方式註冊(有效契約保戶)、臨櫃或數位憑證
旅行平安保險	600 萬	1000 萬
傷害保險	300 萬	600 萬
定期人壽保險	300 萬	600 萬
實支實付型醫療險	10 萬	20 萬

(3)主管機關為兼顧網路投保業務之整體性，於 2015 年 6 月 24 日放寬網路保險業務之服務項目範圍：

作業類別	辦理項目
查詢	線上查詢保險契約內容
新契約發單後作業	生效前契約註銷/撤銷作業
個人基本資料變更	變更地址/電話/電子信箱/職業等
文件申請	補發保單/保險費送金丹/收據/續期憑證等
保單基本資料變更	變更繳費方式/繳費期別等
保障內容變更	展期定期保險/減額繳清等
保全給付	終止契約/部分解約/保單借款等
投資型保單內容變更	投資標的贖回/轉換/投資組合變更等
利變形保單變更	每期保費變更

(4)為落實保險業差異化管理，發揮市場機制，並提升保險監理效率，主管機關於 2015 年 6 月 24 日增訂保險業辦理網路投保業務之差異化管理重點指標獎懲方式，區分積極指標及消極指標，例如符合全部積極指標者，得提高最高投保金額限制的百分之二十五或降低電話訪問抽樣比例二分之一，藉由差異化管理方式給予風險管理良好之保險業者更大發展空間。

2. 臺灣壽險業市場發展現況

(1)截至 2015 年 7 月底止，有 8 家壽險公司開辦網路投保業務，險種以旅平險為主，總保費收入約新臺幣 370 萬元，件數約 1 萬件。

險種別	累計	
	件數	金額(單位：新臺幣元)
旅平險	10,040	3.5M
傷害險	101	0.1M
定期壽險	20	0.05M
合計	10,161	3.7M

(2)臺灣網路保險尚在發展階段，消費者關注重點為操作便利與交易安全性，險種需求以旅平險為主。依南山人壽保險公司資料顯示，消費者最近一年網路投保需求以旅平險占 54%為大宗，其餘則為意外險占 18%，醫療險占 17%，定期壽險占 11%。網路保險商品內容與一般實體通路的商品相異部大，客戶容易瞭解商品內容，網路投保商品價格相較於一般實體通路約便宜 25%至 30%。

(3)以南山人壽網路投保旅平險為例，利用網路進行投保之族群集中於 30-44 歲，就整體網路投保用戶來看，男性占 45%，女性占 55%。高產值族群女性(40-44 歲)網路投保率約 25%，男性(35-39 歲)約 21%，整體網路投保率約 19%。

(三) 啟動創新之旅—如何創新?

主講人：大都會人壽流明實驗室創新管理負責人黃麗紅博士

企業必須持續創新才能於市場立於不敗之地，市場上創新型公司將為現有企業帶來威脅，舉例來說，Marriott 旗下擁有 4 千多家酒店，2014 年總收入達 138 億美元，市值估計約 210 億美元，然而，成立於 2008 年的 Airbnb 已有 9 億美元的收入，並在今(104)年 6 月獲得 10 億美元的融資，市值估計已高達 250 億美元，由此可知，現今市場獎勵創新，創新能給公司帶來巨大溢價空間。

1. 亞洲壽險市場趨勢提供創新良機

從亞洲社會和經濟角度來看，人口增長與高齡化趨勢均帶給壽險業者創新良機。從技術角度來看，科技發展、互聯網時代來臨、行動裝置普及化等，為整個市場帶來相當巨大的創新突破。從客戶的角度來看，現今客戶與以往不同，忠誠度相較之下不如以往，且權力都掌握在客戶一方，客戶較注重自身經驗而非產品本身。此外，從競爭角度來看，可朝與明星品牌合作方向努力，並與消費者作更緊密的連結。

2. 定義創新類別

創新可從商業模型及功能兩個面向切入，商業模型又區分為現有模型及新模型，而功能則分為現有功能及新功能。許多企業會進行持續性的創新以促進企業發展。若採取新模型及新功能，整體創新就更具有顛覆性。顛覆性的創新包括新的通路及新的功能，舉例來說，當連鎖酒店使用機器協助以減少人力成本，這就是一種持續性創新，而 Airbnb 採取新模型及新功能的顛覆性商業模式，建立與顧客全新的互動方式，更關注顧客本身體驗。研究顯示，10%的顛覆性創新能為企業帶來 70%的價值，效益十分可觀。

3. 三種隱形創新阻力

所有企業都瞭解創新能創造價值，惟大部分的企業只能透過持續性的創新來降低成本，很少企業能在透過創新定義整個市場。大型企業難以進行顛覆性創新之原因有三：

- (1) 在市場趨勢變化初期，大企業時常忽視革新需求，因而失去先機，例如 Nokia 是最早推出智慧型手機的品牌，然而近幾年受到 Apple、Android 的衝擊，因而失去市場領先優勢，此情況就像溫水煮青蛙一樣，當大企業驚覺到時，整個市場已被其他競爭者搶先。
- (2) 當企業對市場的定義太過狹隘時，就會失去許多發展機會。例如一家鐵路公司若僅針對買賣車票、維修及調度列車等方面發展業務，將失去其他可

能的創新動力，但若將自身視為現代交通運輸系統中的運輸公司，就會從更廣泛角度考量自身業務，能開發新產品及新服務。保險業的定義是否太過狹隘，也是值得思考的一個問題。

(3)企業本身的文化及心態是種隱形的阻力，大企業在確定並穩定商業模式後，將逐漸對現有的核心業務產生依賴和慣性，新的事物相較之下顯得風險過高，因而不願意嘗試新的事物，失去創新的可能性，文化及心態為阻礙創新的最大阻力。

4. 大都會人壽創立流明實驗室開發顛覆性的創新

鑒於顛覆性創新對企業至關重要，故大都會成立流明實驗室，以開發顛覆性的創新。該實驗室設立於新加坡，選擇此地點原因除了受到政府補助外，旨在維持其獨立性，不受其他因素干擾，以客觀的角度提供創新方案。流明之義代表流光溢彩，前途光明，實驗室則代表用科學實驗的方法進行創新，期望保險業從單純的保險商品銷售轉變為生活品質之提升。實驗室的使命為透過瞭解顧客需求，提供企業整體價值及拓展業務。

5. 結語

顛覆性創新為行業帶來變革，亦能為企業帶來價值，企業唯有瞭解客戶需求並結合市場趨勢，才能進行創新。創新之旅始於客戶，也以服務客戶為最終目標。

參、心得及建議

本次兩岸四地會議以金融科技角度探討保險業未來可能面臨的機遇與挑戰，隨著科技進步及互聯網時代的來臨，保險業以過往的傳統商業模式已無法滿足消費的需求，傳統的保險商業模式為將已設計好的產品銷售予客戶，然而在互聯網時代崛起下，通路型態將多元化，資訊也更加透明化，唯有以客戶需求為導向，透過大數據分析實際瞭解消費者的需求，在銷售通路、服務等方面進行創新，才能掌握互聯網時代的契機。對監理機關而言，互聯網時代下的所帶來的網路風險

亦不可小覷，保險市場監理亦將面臨更多挑戰，如何在保險市場發展及消費者權益保護間取得平衡，將是各國監理官必須正視的重要課題。

本會曾主委亦表示，在科技創新時代下，銀行受衝擊最快，保險業受衝擊最大，保險業的價值鏈正在分解，未來越來越多消費者將透過網路平臺購買保險服務，傳統通路將遭受衝擊，我國保險業者應及早因應。另為因應行動通訊、社群媒體、大數據、雲端科技等資通訊技術之進步，本會推動「打造數位化金融環境 3.0」計畫，於 2014 年 8 月 26 日開放保險業辦理網路投保業務，並研訂保險業得投資金融科技事業之主要業務範圍。隨著科技發展進步，未來本會將適時檢討相關措施，營造有利於金融業之數位化環境，協助金融業強化數位科技的應用能力，推動金融創新，為臺灣金融產業奠定新的發展利基。

肆、附件(會議議程)

		
第 21 屆海峽兩岸及港澳保險業交流與合作會議		
2015年9月11日(星期五) 地點：香港唯港薈酒店		
9:30	開幕禮	
全體大會 一樓(L1)宴會廳		
9:40	主持人：中國保險行業協會章清副會長 主講人：中國保險行業協會朱洪元會長 【共築大中華區“保險夢”，同圓保險業人“中國夢”】	
10:10	主持人：台灣保險學會戴英祥理事長 主講人：亞洲資本再保險集團私人有限公司邱區毅副總裁 【從保險看兩岸四地的金融科技創新】	
10:40	拍攝大合照	
11:00	茶敘小休	
11:20	主持人：澳門保險公會馬竹濠副會長 主講人：澳門保險公會姜宜道會長 【澳門保險業的現況與前瞻】	
11:50	主持人：香港保險業聯會李少川主席 主講人：亞洲保險和非銀行金融行業研究瑞銀投資研究部梁智勳董事總經理 【以資訊科技重新為客戶關係策略定位】	
12:30	午膳—地下一樓(B1)會議廳 5 及 6	
產險小組 一樓(L1)宴會廳		
14:30	主持人：香港保險業聯會一般保險總會余健南主席 主講人：中國人民財產保險股份有限公司陸彩石副總裁 【大數據—保險業的機遇與挑戰】	
15:00	主講人：嶺南大學財務及保險學系助理教授高進博士 【網絡風險與一般保險】	
15:30	茶敘小休	
16:00	主持人：澳門保險公會張明輝副會長 主講人：華南產物保險公司林遠頌副總經理 【台灣產險業網絡保險之現況、機會與挑戰】	
壽險小組 一樓(L1)宴會廳		
14:30	主持人：中國保險學會姚慶海會長 主講人：中國太平洋人壽保險股份有限公司徐啟惠董事長、總經理 【擁抱移動互聯 融合多元化通路】	
15:00	主講人：南山人壽保險公司王瑜華資深副總經理 【台灣壽險網上保險及服務分析】	
15:30	茶敘小休	
16:00	主持人：人壽保險公會許舒博理事長 主講人：大都會人壽洗明實驗室創新管理負責人黃麗紅博士 【啟動創新之旅—如何創新？】	
18:30	回謝晚宴—一樓(L1)宴會廳	