

各位與會嘉賓，大家好：

現代的資訊科技日新月異，使得我們的生活型態也跟著改變，連我們最傳統的保險業，也深受影響，許許多多新興通路快速崛起，比如說超商通路、線上電子商務通路、智慧型手機的行動商務通路，都讓我們對台灣未來保險市場通路發展有無限的想像。日前，備受業界關注的大陸「三馬」結盟賣保險，由阿里巴巴、中國平安保險、騰訊聯手創辦，資本額達 10 億元人民幣，成立大陸首家網路保險公司，使得大陸保險業在網路上的發展更上一層樓，我們相當關切這樣的經營模式，我想，沒有錯，通路越多元化對保險業的銷售影響越顯著，幾年前主管機關開放銀行通路行銷保險，可以看出它對整個保險市場的影響，尤其在這段低利率期間，它的影響更為明顯。

保險電子商務，是保險業透過電子網路的方式，來進行有關商品或服務的廣告、行銷、投保或發送保單等商業活動。透過保險電子商務與傳統通路購買保險有著極大的不同。透過傳統通路購買保險必須注意業務員的專業誠信及招攬文件的完整明確，透過保險電子商務則是著重在個資、網路安全問題。網路犯罪手法日新月異，常聽到有些不肖份子利用非法的媒體收集客戶的基本資料，以作為犯罪的工具，消費者常常在無法確認網站真實性的情況下受害，這使得主管機關不得不加強這方面的宣導。

由於保險商品的銷售，常涉及到複雜的法律關係與產品結構，除少部分已標準化又沒有道德風險的商品外，很難套用現有的通路銷售，主管機關基於監理責任，對新興通路在監理上，會比較強調風險控管、避免爭議以及保障消費者的權益，相對的也會比較保守，而以循序漸進方式進行開放。但是，要求保險業者開發新的保險商品通路時，不應只想到機會，更應具有專業性、安全性，以及資訊充分揭露，這些通路才能有健全且長久的發展。

不可否認的，因為現代的社會關係，人與人之間，越來越不用面對面，若要套用固有的監理架構有時候恐怕會窒礙難行。因此主管機關，面對新的交易環境，將會以更積極的思考，用新的想法與做法來協助解決問題，並主動與保險業者，及潛在通路，如超商、物流或網路業者共同研議新的通路發展。

今天的研討會，齊集了許多專家學者，討論的主題涵蓋了保險電子商務的契機、相關的法令與實務、歐美的以及中國的可貴經驗，我相信今天的成果一定非常豐碩，相信一定可以提供業者、主管機關珍貴的參考資料，謝謝大家!