

出國報告（出國類別：國際會議）

第 28 屆東亞保險會議（EAIC） 出國報告

服務機關：金融監督管理委員會保險局

姓名職稱：副局長 施瓊華

稽 核 賴虹文

派赴國家：澳門

出國期間：105 年 10 月 10 日至 10 月 15 日

報告日期：105 年 11 月 日

摘要

東亞保險會議 (East Asian Insurance Congress, EAIC) 每兩年於會員城市舉辦一次，迄今已有 54 年歷史。EAIC 創設之宗旨係藉由會議之舉辦，提供亞洲地區保險業者討論保險相關實務議題及意見交流的平台、協助促進亞洲地區的相互瞭解及維持友好關係，並促進亞洲區域的保險發展與交流合作。本次會議於 2016 年 10 月 11 日至 10 月 14 日在澳門舉行，由澳門保險協會舉辦，會議主題「保險的未來 - 以客戶為中心 (The Future of Insurance – Customer Centricity)」。

目 錄

第一章 前言	1
第二章 EAIC 簡介	1
第三章 EAIC 會議摘要	2
壹、開幕致詞	2
貳、城市會員國家保險概況	2
參、專題演講	10
第四章 其他行程	26
第五章 心得與建議	26
附錄：	
一、第 28 屆東亞保險會議臺北代表團名冊	
二、第 28 屆東亞保險會議議程	

第一章 前言

本次東亞保險會議 (East Asian Insurance Congress, EAIC) 第 28 屆會議於 2016 年 10 月 11 日至 10 月 14 日在澳門舉行，由澳門保險協會 (the Macau Insurers Association) 舉辦。與會人員除包括 12 個會員城市組成之代表團外，尚有來自其他國家之保險業者，總參加人數約 900 餘人。本次會議主題「保險的未來 - 以客戶為中心 (The Future of Insurance – Customer Centricity)」，安排保險業及相關產業代表就相關議題進行研討及座談。鑒於我國近年積極拓展亞洲地區保險業務，藉由參加該會議除可獲得亞洲地區保險市場概況及發展趨勢等重要資訊，更可與他國之保險監理單位共同交換意見，增進監理技巧並提升國際視野，爰派員參加本次會議。

我國代表團由中華民國保險學會負責召集，共有 44 人共同參與會議，代表團成員主要來自產、壽險公司高階主管、再保險公司之高階主管與保險週邊單位代表及金融監督管理委員會 (簡稱金管會) 保險局等。財團法人保險事業發展中心總經理梁正德先生擔任代表團團長並為城市報告 (City Report) 之主講人，金管會保險局施副局長瓊華係以保險監理官貴賓身分獲主辦單位邀請參加，賴稽核虹文陪同與會。

此外金管會施副局長利用出席本次國際會議，順道接受邀請參加由亞洲保險評論 (Asia Insurance Review) 舉辦之第 20 屆亞洲保險專業獎頒獎典禮 (Asia Insurance Industry Award)。

第二章 EAIC 簡介

EAIC 係源自於 1962 年由日本第一生命保險公司福室泰三先生代表日本保險學會 (Japan Society of Insurance Science)，邀請東亞各國保險業負責人於東京會商創設及決定會議每二年召開一次，並於同年在日本東京召開第一屆會議，迄今已有 54 年歷史。EAIC 創設之宗旨係藉由會議之舉辦，提供亞洲地區保險業者討論保險相關實務議題及意見交流的平台、協助促進亞洲地區的相互瞭解及維持友好關係，並促進亞洲區域的保險發展與交流合作。

EAIC 目前由亞洲地區 12 個會員城市組成，按各會員城市英文字母排序如下：汶萊-Bandar Seri Begawan、泰國-Bangkok、Hong Kong、印尼-Jakarta、馬來西亞-Kuala Lumpur、Macau、菲律賓-Manila、柬埔寨-Phnom Penh、韓國-Seoul、新加坡-Singapore、臺灣-Taipei、日本-Tokyo。截至 2016 年 8 月 31 日止，EAIC 擁有 948 公司會員及 630 個人會員，公司會員數最多之國家為新加坡，計 176 個，其次是印尼，141 個，個人會員數最多之國家亦是新加坡，計 128 個，其次是菲律賓 125 個，其中來自於臺灣之

公司會員共 39 個，個人會員則有 30 個¹。

EAIC 最高管理及制定決策機構為執行委員會 (EAIC Main Executive Board)，由 12 個會員城市各推派代表一名組成，本 (28) 屆執行委員會總裁 (President of EAIC Main Executive Board for the 2014~2016) 為我國中華民國保險學會理事長陳燦煌先生擔任。執行委員會委員之主要職責包括參與會議，討論及選定開會地點，規劃及進行籌備會議，擬定大會議程、主題及指定選派報告人、與談人與主持人、及審查新會員入會申請。

第三章 EAIC 會議摘要

壹、開幕致詞

本屆大會特別邀請澳門金融管理局行政委員會主席丁連星先生代表澳門政府致歡迎詞，致詞內容摘要如下：

保險公司要永遠回應不斷變化的需求，因應消費者的期望和人口結構的改變，保險公司要保持動態和創新，使其產品和分配適應當前的需求。

客戶期望改變，將對產品設計和服務的提供產生影響，保險公司必須不斷地重塑他們的提案，以跟上持續發展的消費者前景。

一個例子是，壽險公司如何改變他們的行銷，以聚焦於追求健康的生活方式，而數位科技，使得保險公司需要提高網路參與度和更容易接近。但在科技時代，保險公司應該提高風險管理能力，以面對網路犯罪的威脅。另對於資料的安全保護，則變得更具挑戰性，所以要鼓勵市場參與者平衡自身風險，同時追求新的利基。

談到澳門，則將持續強化市場的監理制度，保持對 IAIS 指導方針的警惕。澳門目前正在提高保險中介人的標準，並很快將為中介人推出專業培訓計劃。

貳、城市會員國家保險概況

由主要城市會員代表就其國家之經濟情勢及保險現況於大會中進行簡報，已為東亞保險會議的傳統，本屆會議由十二個城市會員代表團團長報告內容摘要如下：

一、汶萊

(一) 產險機構手冊 (The General Agency Handbook ; GAH) 指南和監理於 2015 年 1 月 1 日全面實施。

(二) 壽險機構手冊 (The Life Agency Handbook ; LAH) 指南和監理是一項正在進行的工作，預期 2017 年上半年實施。

(三) 所有財產保險和回教保險代理人已全部許可，並向 AMD 和 BITA 註冊。

¹資料來源：東亞保險會議官方網站 <http://eaic-network.org/Members>。

(四) 回教保險代理人資格考試 (QEFIRA) 已於 2015 年 5 月初，由汶萊 CIBFM 進行。

二、泰國

(一) 2015 年泰國 GDP 成長率為 2.8%，壽險業直接簽單總保費成長率 6.7%，產險業直接簽單總保費成長率 1.9%。

(二) 產險市場概況：

1、保險委員會辦公室 (Office of Insurance Commission ; OIC)。

(1) 2016-2020 保險總體規劃。

(2) 人壽及財產保險法兩項法規待決定。

(3) 起草泰國海上保險法。

(4) RBC 第二階段準備。

(5) ERM 第二階段準備。

(6) 起草農作物保險法。

2、泰國產物保險協會 (TGIA)

(1) 與保險委員會辦公室協調和發展保險局系統 (IBS)。

(2) 電子保單和數位保險架構計畫。

(3) 汽車保險為取消規章費率準備。

(4) 為殘疾人士提供保險保障 (個人意外保單)。

(5) 為低收入者提供保險保障 (個人意外保險)。

(6) 泰國米災害救濟保險計畫。

(三) 壽險市場概況：

1、風險資本 (Risk Based Capital) 第二階段：OIC 發布了「RBC 第二階段」測試，保險公司於 2015 年底完成，並於 2016 年 7 月回報測試結果。

2、責任充足測試 (Liability Adequacy Test)：泰國利率的下降影響了壽險業務準備金的計算。

3、2016 死亡率新表：OIC 預期調整泰國死亡率表，以配合目前不斷變化的趨勢。

4、數位化保險：泰國壽險協會 (TLAA) 已成立委員會，透過科技，學習和發展業務。金融科技使壽險領域有更好的發展。

5、連結投資的壽險保單：TLAA 已成立委員會，以發展連結投資的壽險保單及推動限制，以解決可能影響業務的問題。

三、香港

(一) 2015 年整體保險業保費總額為 3,741 億港幣 (480 億美元)，其中產險保費為 460 億港 (59 億美元)，成長 5.4%，產險整體核保利潤為 12 億港幣 (1.54 億美元)。壽險整體有效總保費為 3,281 億港幣 (421 億元)，成長 11%。

(二) 重要監理改變

1、成立獨立保險業監管局 (Independent Insurance Authority ; IIA) :

- (1) 於 2015 年 7 月 10 日獲立法會通過「2015 年保險公司 (修訂) 條例」，將會分三個階段實施，讓現有的規管制度順利過渡至保監局下的新制度。
- (2) 香港特區政府於 2015 年 12 月 28 日委任臨時保監局主席及七名保監局非執行董事。
- (3) 臨時保監局將於 2017 年初接管審慎監管工作，並在 2017 年或 2018 年初進入保險中介機構監管。
- (4) 香港保險業聯會 (HKFI) 一直與財經事務及庫務局 (FSTB) 及保險業監理處 (OCI) 就過渡事項的安排緊密合作。

2、競爭法 (Competition Law) : 在「競爭條例」於 2015 年 12 月 14 日全面生效前，香港保險業聯會已採取行動確保新規定獲得遵守。

3、香港的風險資本架構 (Risk-based Capital ; RBC) : 於 2015 年 9 月，保險業監理處發佈「香港保險業 RBC 框架諮詢結論」。在香港保險業聯會下的 RBC 工作小組已討論並認為採取更主動的方法，突出關注的關鍵問題，並要求保險業監理處在第二輪磋商之前更詳細地討論。

(三) 產業發展現況如下：

- 1、自願健康保險計劃 (VHIS) : 於 2015 年 5 月，香港保險業聯會成立了專責小組，藉由進行調查，提出了一個改進版本的健康保險計劃，並提交給食物及衛生局 (FHB)。
- 2、建立預防詐欺的保險理賠資料庫：從海外市場的統計和經驗顯示，產業廣泛的理賠資料庫，可以幫助強化保險業的偵測、阻止和預防保險詐欺的合作能力，以保護誠實消費者的利益。
- 3、保險金融科技 (FinTech) : 2015 年 9 月成立了一個專責工作小組，以從保險的角度幫助發展香港的金融科技。
- 4、保險才俊 (Young Insurance Executive Development ; YIE) 計劃：香港保險業聯會於 2015 年 3 月正式推出保險才雋計劃，研究人才培訓的工作，並與職業訓練局轄下的高峰進修學院合作推出「保險才雋計劃」，培養優秀人才，同時吸引青年投身保險行業。

四、印尼

(一) 2015 年印尼經濟成長率為 4.79%，整體保險業保費收入成長 4.6%，保險滲透度為 2.29%，人均保險密度為 1,012.23 印尼盾 (IDR)，印尼總人口數超過 2.55 億人。

(二) 2015 年產險總保費為 57.61 兆印尼盾，賠款為 32.51 兆印尼盾，壽險總保費為

106.37 兆印尼盾，賠款為 68.59 兆印尼盾，回教保險（Takaful）保費 10.49 兆印尼盾，賠款為 3.34 兆印尼盾。

（三）最新議題：

- 1、保險監理（Insurance Regulations）：自2014年開始建立新的保險業監理制度，以取代1992年舊的監理制度。印尼政府將實施二項監理規定，這些規定的新保險監理制度所衍生。這兩項規定將限制國內保險公司外資的股份以及相互保險業務。
- 2、規章費率（Tariff）：規章費率的規定對財產保險和汽車保險業務實施是重要的，因為目前的財產保險和汽車保險佔保險費的55%。印尼金融服務管理局（Otoritas Jasa keuangan；OJK）目前正在檢查自2015年以來實施的規章費率的實施情況，以改進並儘量減少實務中發生的違規行為。
- 3、持續優化國內承保能量（Optimizing Domestic Capacity）：自2015年起，保險公司有義務從本地再保險公司購買再保險（至少25%），使本地再保險行業的保費收入增長了兩位數，從而增加了國內再保險公司的利潤。此外，目前有5家再保險公司，被Fitch and Pefindo評級為A級。
- 4、產險公司銷售投資相關產品（Investment-linked Products for General Insurance Company）：產險公司銷售投資相關產品的法規，目前正在等待立法，這項規定，金融服務管理局將在不久的將來施實。如果產險公司最低資本達250億印尼盾，將被允許銷售投資相關產品。
- 5、精算相關發展（Actuarial Related Developments）：目前有一個規定，每家保險公司必須至少有1位精算師，但精算師的人數仍然很少，無法滿足行業的需求。
- 6、評級（Rating）：在貿易自由化時代，評級不僅必須由地方評級機構進行，而且還需要國際機構評級。金融服務管理局規定，所有當地再保險公司必須至少評級為A-。

（四）印尼保險的願景：我們相信印尼保險業在未來幾年將持續增長，成長的原因主要來自下列方面：

- 1、印尼眾多和不斷增長的人口，以及低的保險滲透率。
- 2、相對大幅增加的中產階級人口。
- 3、印尼政府經濟成長率目標是全世界的前三高。
- 4、政府承諾基礎設施建設、海洋和農業的發展，將反映在所有這三個部分政府預算的增加。
- 5、自二年前開始，印尼政府推出全國醫療保險計劃（the national health insurance program），現在已涵蓋66.7%的人口，該計劃的建立，預計將對保險的滲透率是樂觀的。

五、馬來西亞

(一) 監理發展：

1、壽險及家庭回教保險框架 (Life Insurance and Family Takaful Framework)

- (1) 於 2015 年 11 月 23 日生效，目標是支持壽險和家庭回教保險業的長期成長和發展，並為更大的滲透提供有利的環境，同時保護消費者的利益和需求，其中三個具體舉措為，促進產品創新、多元化寬廣的行銷管道和加強消費者保護。
- (2) 至 2020 年，將滲透率從 56% 提高到 75%，同時保護消費者的利益。
- (3) 擴大產品和行銷管道的拓展和多樣化。
- (4) 產業自由化，促進商品的良性競爭和創新，造福消費者。
- (5) 加強市場指導，灌輸中介人更大的專業精神，以擴大消費者保護。
- (6) 更專業的服務，確保為消費者提供優質的服務。
- (7) 持續教育消費者意識，賦予消費者權力。
- (8) 保持保單價值，以確保消費者從其保單中獲得價值。
- (9) 清楚透明的產品揭露，確保消費者了解購買的產品和服務，沒有隱性的成本。
- (10) 通過直接管道提供純保障的產品。

2、車險和火險費率分階段自由化 (Phased Liberalisation of the Motor and Fire Tariffs)

- (1) 於 2016 年 7 月 1 日生效，政策目標是維護市場秩序，保持產業的健全發展、適度增加競爭和創新，使產業和消費者能夠適應變化，以及盡量減少政策逆轉的風險，利益相關者的抵制和公眾的不良反應。
- (2) 預期成果是，根據風險模式差別取價、更寬廣的車險及火險的商品、更高的效率水平、多樣化的傳送管道、擴大中介機構的作用。
- (3) 第一階段 (2016 至 2019 年) 保費逐漸變化與有限的產品創新，促進保費與風險模式相結合，並營造健全競爭的舉措。將引入定性和定量指標，為產業完全自由化做好評估準備，並可補充現有的監督評估。
- (4) 第二階段 (2019 年後) 取消規章費率取決於產業是否準備好完全自由化，此時將自由定價保費和設計商品。

(二) 2015 年馬來西亞產壽險業成長率呈現正向成長，壽險有效年保費收入達 70.14 億美元，成長 6.6%，產險業總簽單保費為 43.3 億美元，成長 2.3%。

六、澳門

(一) 澳門政府發展的策略是，圍繞在旅遊和博奕產業，以發展其經濟，具有適當的多元化程度。

(二) 2015 年澳門整體保險業持續正成長，最近幾年整體產業的健全有著非常大的

改善，損失率指標，從 2009 年的 50.33% 降至 2015 年的 24.3%。

- (三) 僅管 2015 年經濟呈現萎縮，但整體保險業仍然達到二位數成長，2015 年澳門整體保險業展現 58.9% 的成長率，達到 140 億澳門幣 (18 億美元)，其中壽險業總保費顯著成長率為 73.6%，達到 120 億澳門幣 (15 億美元)，產險業總保費成長率為 6.4%，達到 20 億澳門幣 (2.597 億美元)。
- (四) 2015 年保險業的賠款增加 15.2%，達到 34 億澳門幣 (4.287 億美元)，其中壽險賠款占 74.4%，為 25 億澳門幣 (3.188 億美元)，產險賠款占 25.6%，為 8.791 億澳門幣 (1.098 億美元)。
- (五) 澳門經濟在 2014 年 5 月達到最近的高峰，當時博弈收入也達到頂峰。2014 年第一季國內生產總值同比增長 12.4%。然而，2014 年第 2 季度縮水，2014 年全年的負成長為 -0.9%。2015 年全年的下降幅度更達到 -20.3%。而 2015 年來澳門旅遊之遊客人數超過 3,000 萬，對於澳門的經濟有著重要的貢獻。
- (六) 澳門與中國大陸之間的經濟合作與一體化正在不斷加速。中國珠海橫琴島對澳門的開放，是澳門與內地融合的重要一步，不僅在經濟上，而且在社會和文化上。這些發展將對澳門整體帶來極大的好處，包括保險業。
- (七) 連接香港、珠海、澳門三地大橋的建設，加上大量的本地建築項目，將繼續提供以前從未存在過的保險業機會。隨著當地經濟繼續演變和變化，對產品和服務的新需求將出現並獲滿足。掌握這些機會和繁榮是由這個產業來決定的。
- (八) 我們幸運的是即使在這樣一個經濟衰退的情況，保險業仍然能享受可觀的成長率，主要因素有：
 - 1、民眾對於保險需求的意識增加。
 - 2、人口規模的增長。
 - 3、可獲得創新的商品與擴大服務，刺激消費需求。
 - 4、目前保險密度和保險滲透率是低的，提供巨大的成長潛力。

七、菲律賓

- (一) 截至 2016 第 2 季，菲律賓 GDP 成長 7%。2015 年壽險業總保費成長 18.8%，達 1,885 億比索，產險業簽單總保費成長 7%，達 711 億比索。
- (二) 壽險公司共 32 家，前 10 大市占率達 83%，產險公司共 67 家，前 20 大市占率達 85%。
- (三) 預估至 2019 年時，保險滲透率將從 2% 上升至 3%，保險總保費達 5,000 億比索。
- (四) 研擬銀行保險、微型保險、金融知識、財務報告框架、稅務結構調整等議題的行動計畫。

八、柬埔寨

- (一) 1993-2013 年平均每年經濟成長率為 7.7%，世界排名第六位，2015 年經濟成長率為 7%。每人平均 GDP 從 2005 年的 487 美元，成長至 2015 年達到 1,215 美元。服裝行業、建築和服務業是經濟的主要驅動因素，預計 2016 年仍保持強勁成長。
- (二) 經濟財政部有權頒布條例，管理和控制保險業務的行為，只有柬埔寨政府獲得許可經營的保險公司才能在柬埔寨承保保險業務，而保險經營許可執照的類型包括壽險、產險及微型保險，壽險及產險公司之最低資本額為 700 萬美元。
- (三) 2015 年產險市場，仍以火災保險是最大的險種，佔總保費的 40%，其次是醫療及個人傷害險占 21%，以及車險占 15%。
- (四) 2015 年壽險市場主要在於儲蓄保險，占 97.1%，定期壽險占 2.9%，而微型保險產品，則以定期壽險和健康險二種主導整個市場。

九、韓國

- (一) 2015 年經濟成長率為 2.6%，成長放緩的主因是消費支出疲軟及出口下降。
- (二) 2015 年保費收入為 1,960 億美元，世界排名第 8 名，保險滲透率為 12.4%，世界排名第 5 名。自 2006 年起，10 年間每年保費平均成長率為 7.5%，另外初年度保費增加 106%，其中個人退休養老保險產品和汽車保險強勁的成長。
- (三) 2015 年產險的簽單總保費為 797 億美元，較 2014 年增加 4.8%。壽險的簽單總保費 1,163 億美元，較 2014 年增加 6.0%。
- (四) 保險業務環境的變化：
 - 1、經濟
 - (1) 經濟增長緩慢的新常態：保險公司增加新商品業務的商機。
 - (2) 低利率和金融市場波動增加：保險公司在不尋求傳統資產類別外的投資時，變得難以產生可靠的投資回報。
 - 2、監理
 - (1) 金融改革和費率自由化：市場競爭加劇，政府對費率的干預減少。
 - (2) 準備國際財務報導準則 (IFRS4) 第二階段：保險公司被迫加強資本適足率和資產負債管理制度。
 - 3、人口老齡化和人口統計的變化：對健康保險和年金產品的需求上升，而死亡保單的需求下降。
 - 4、環境風險意識的增長：基於嚴格責任的環境保護框架和「污染者付費」原則正在加強，推動了對環境保險的需求。
 - 5、金融技術和大數據的發展：科技改變了保險業務，從產品開發到承保和理賠管理的方式。

十、新加坡

- (一) 2015 年經濟成長放緩，實質 GDP 成長率 2%，2014 年經濟成長率則為 3.3%，這種放緩的經濟節奏明顯反映在製造業，尤其是在電子、海洋和海洋工程行業出現了全年萎縮。雖然金融服務普遍表現優於新加坡其他經濟體，但隨著對東亞和國內貿易相關產業的貸款增長放緩，其表現也較為溫和。
- (二) 未來經濟定位於保守和不均衡的增長，不確定性源自於英國全民公投後的發展、中國市場和其他全球經濟和地緣政治威脅的總體放緩。
- (三) 2015 年產險總保費成長 3.9%，達到 39.99 億星幣，成長超過前一年的 3.0%。除貨物險、車險及工傷賠償 (WIC) 險，分別下跌 10%、3.9% 及 6.2% 外，其他所有主要業務類別的毛保費均為正成長，船舶和責任保費收入成長 23.4%，健康險成長 13.9%。2015 年產險業的整體損失率微升 2.1%，至 51.0%。
- (四) 2015 年新個人壽險業務，保費超過 1,013 億星幣，較去年成長了 14.2%。新的團體人壽保險業務，保費超過 668 億星幣，較去年成長了 52.8%。

十一、臺灣

- (一) 經濟概況：消費及國際貿易對於經濟成長扮演重要角色，2015 年因出口及內需低迷，經濟成長率僅為 0.65%。
- (二) 保險市場概況
 - 1、2015 年產險簽單保費收入新臺幣 1,361 億，保費成長率 3%，成長主要來自車險。產險前三大業務分別為車險、火險及意外險，分別占保費 53.9%、16% 及 10.9%。
 - 2、2015 年壽險保費收入新臺幣 2 兆 9 千 267 億，保費成長 5.6%。壽險前三大業務分別為利率變動型壽險、傳統壽險及投資連結型年金保險，分別占保費 37.5%、20.9% 及 14.9%。
- (三) 保險的未來發展
 - 1、產險市場最主要的挑戰是市場大小，隨著天然災害的威脅增加，核保紀律和足夠的費率是必要的。在壽險市場方面，利差損及維持適足的資本，仍是關鍵的議題。面對低利的挑戰和回到保險的本質，臺灣的壽險市場應鼓勵改變策略，增加低利率保單的銷售、產品的保障、醫療照護及退休金保險新商品的發展上。
 - 2、壽險業當今的要務為如何強化壽險公司的清償能力與負債準備。主管機關將持續推動國際會計準則第二階段 (IFRS Phase II) 實施，協助壽險業者強化負債準備，以確保保險業資本適足及清償能力。保險業應導入企業風險管理和強化資本管理，以有效控管風險，並使資金有效配置。
 - 3、面對經濟困境，金融監理與政策，必須與時俱進，以增加就業機會和促進正向的經濟循環。主管機關在 2016 年 5 月 23 日已制定刺激投資、鼓勵創新及產業發展的政策，包括各項短期政策及長期政策。

十二、日本

- (一) 日本是全世界最快老年化國家，估計至 2040 年時，將有 1/3 人口超過 65 歲。政府以投保人壽保險作為遺產稅減免措施，2015 年日本 60 歲以上的新個人保單成長 19.6%，主要通路是代理店及銀行保險。
- (二) 日本保險業在巨災中的價值與社會地位：東日本大地震事故發生之後，日本保險業透過了理賠機制成為政府復原的後盾。
- (三) 壽險業透過商品的發展及對保戶服務的改善，保費收入維持成長，在低出生率及人口老年化情形下，致力於銷售醫療保險及長期照護保險。
- (四) 產險業由於車險及火險淨簽單保費增加，使 2015 年產險淨簽保費收入達 742 億美元。
- (五) 所有保險公司被要求一年提交一次自我風險及清償能力評估 (ORSA) 報告給主管機關金融廳 (FSA)，保險公司 ORSA 評估流程包括現在及未來風險確認及評估、資本適足評估及管理作為等。

參、專題演講

一、專題演講一：英國脫歐—給亞洲的課題

英國於 2016 年 6 月通過脫歐公投 (51.9% 贊成脫歐)，新任首相德蕾莎·梅伊於 10 月 2 日宣布，將於 2017 年 3 月底前啟動脫歐程序，預料談判需時兩年，估計 2019 年英國便會正式脫離歐盟。在不遲於 2017 年 3 月底，便會引用《里斯本條約》第 50 條啟動退出歐盟機制，正式與歐盟各國展開談判，預計在 2019 年，英國便可以正式脫歐。

(一) 英國脫歐後，對保險合約之影響？

演講者 (Lloyd's 亞太區執行長 Mr. Kent Chaplin) 於 EAIC 與會中保證多年期保險合約運作將照舊，但單一牌照制 (Passporting) 權力將僅能再持續一陣子。

(二) 何謂單一牌照制？脫歐後失去此權利有何影響？

- 1、單一牌照制源自單一歐元支付區 (Single Euro Payments Area; SEPA) 的條例所產生，為歐盟的單一市場准入權利，目前享有此權利的包括 28 個歐盟會員國加上冰島、列支敦斯登和挪威，得以進入規模 19 兆美元的歐盟市場，將商品或服務賣給 5 億以上的歐盟，其目的在減低交易的成本與時間。單一牌照制包括了存款、衍生性金融商品交易、貸款與債券承作、投資組合管理、付款服務、保險與抵押仲介等金融活動。
- 2、英國失去單一牌照制權力後，將使許多以倫敦為歐洲總部之跨國企業都必須遷移到歐洲大陸，因總部設立在歐盟地區以外 (倫敦) 將失卻長期穩定進入歐盟市場的機制，企業將因此增加更多交易成本與時間。

(三)英國脫歐後，其保險業清償能力是否沿用歐盟制定之 Solvency II ？

將繼續沿用 Solvency II，因短期內還未正式脫歐，所有規範還是需要遵循歐盟法令，且已投入龐大經費與相當多人力及精力在擬定 Solvency II。

(四)英國脫歐後，對亞洲之影響？

演講者引用 KPMG 報告，指出英國新的國際貿易協定政策，將很有可能以國家對國家方式而非對 ASEAN（東南亞國家協會），但長遠目標還是與 ASEAN 協定。並援引馬來西亞總理所說「英國脫歐後將是增進馬來西亞與英國直接貿易投資關係的一個機會。」

而對於 Lloyd's 之營收，亞洲即佔了 Lloyd's 之總營收的 10%，演講者也認為亞太區將持續是世界經濟的主要引擎，在未來的一年，亞太區 GDP 將有 5.3% 成長率，超過全球三分之二之成長率，且新興國家的保險業，如中國及印度，明年將有超過 10% 的成長，亞洲將成為保險業及再保險業的一個大好機會。

(五)英國脫歐後，給亞洲之課題：

演講者表示，歐盟是個市場和諧發展的好例子，這使得保險業能更親近客戶，並提供客戶需求及更有價值的服務。例如 Lloyd's 即提供建築整合協議，從保險觀點來看，此即讓客戶擁有更多再保容量支持及專業核保人員讓客戶擴張業務。

在監理方面，例如 ASEAN 之各會員國之經濟發展皆不盡相同，因此各別市場應以適合的節奏前進，此時 ASEAN Economic Community (AEC, 東協經濟共同體)將確保各個市場之監理者維持其監理責任。而在歐盟則有一個監理機構，European Insurance and Occupational Pensions Authority (EIOPA)，為國家之監理機構，且市場擁有更加和諧之監理機構，將增進對當地保險認知及更多專業技術人員。

二、專題演講二：如何以創新科技（使保險業）導向以消費者為中心

對於已有 100 多年發展歷史的保險業而言，提升商品的創新能力迫在眉睫。過去保險業對於客戶所提供的服務並未以客戶為中心，險種之間各自為政，直到今日仍未跨險種整合。再者，保單的內容不易被了解，產業趨於封閉。

「Y 世代」（約 1981 年後出生的一代）已是產險業所面對的最新一代客戶，在世界各地、社會各層面皆有普遍且積極的參與（engaged），尤其是在商品/服務的購買力方面。依演講者觀察，消費者對於供應商提供的商品或服務有以下三大期待，且三者密不可分：

(一)其設計能讓消費者以新的角度看世界；

(二)透過大數據分析了解消費者，進而塑造消費者的參與度；

(三)能涵蓋消費者不同型態的生活方式。

Figure 1: Three expectations consumers have of providers



隨著「Y 世代」主導消費市場，保險業正面臨「disruption」—混亂重整局面，其主要來自於年輕一代消費習慣的改變，如線上投保。但演講者提醒，商品創新不僅僅是將商品購買方式數位化，業者必須持續不斷地提醒自己：*What does the customer say?*—即以消費者的需求出發設計商品，如保險公司在商品設計時，不應還只是圍繞著保險公司的組織架構以險種區分，而是要貼近新世代消費者的生活。

演講者強調，現在消費者的大數據資料取得容易，保險業者應有能力分析出消費者的需求，不該再視消費者為陌生人，需要透過所得出的資料適時調整行銷模式，方能維持競爭力。

三、綜合座談一：壽險業者面臨的主要挑戰

根據瑞士再保的統計，2015 年亞洲國家平均保險滲透率只有 4.1%，且保險滲透率在亞太各國間差異頗大，其中開發中國家保險滲透率尤其偏低，這些開發中國家的經濟成長率雖然高，但每人平均保費偏低。就整體亞太區國家而言，保險不足的缺口大約以每年 10% 的速度增加，其中越南和中國的缺口成長速度，分別高達 14% 和 17%，為壽險保障明顯不足的地方。消費者之所以未投保，主要係對保險的認識不足以及無力負擔保費，這兩個因素大約佔了 90% 的比例，這也是壽險業所面對的挑戰。又全球利率普遍下降，導致保費上升，則是總體環境造成的挑戰。亞太國家消費者壽險保障不足和缺口擴大，顯示壽險業者仍有努力的空間。

消費者財務知識不足對壽險業者也是個挑戰。根據萬事達卡所做的調查，2015 年亞太國家消費者的財務知識分數平均為 64 分，財務知識分數和經濟發展以及金融發展呈現正向關係。消費者財務知識不足，導致亞洲區消費者的儲蓄率偏高，平均達 24%，因此如何說服消費者以更有效及更均衡的方式理財也是亞洲壽險業必須克服的課題。

另外，隨著消費者財務管理需求的改變，以及科技的應用，壽險保單銷售管道也必須調整。參考新加坡的例子，保單銷售通路於 2011 年至 2015 年之間出現明顯

變化，透過保險業務員銷售的保單比重由 49% 下降至 40%，透過銀行及財務顧問銷售的比重則上升；另外，由於電子商務具有成本優勢及方便性，因此預期也會快速成長，不論對於 34 歲以下的 Y 世代或 35 歲以上的世代，考慮透過網路投保的比例都增加。

監理思維方面，當前大多數亞太國家監理標準仍為風險基礎資本比率（RBC ratio）或採用類似的公式，大約可以分為四大類：

- （一）未採取風險加權的公式：越南及香港採取這類公式，通常會要求清償能力維持在保險負債的一定比例以上，另外加上一定比例的邊際清償能力，例如香港規定壽險公司的資產必須較保險負債準備金高 200 萬港幣或 4% 以上，另外加上 0.3% 的風險資本做為緩衝。
- （二）純粹以公式計算的風險資本：菲律賓、泰國、印度、馬來西亞、印尼及新加坡採取這個方式，這是最常見的 RBC 監理方式，通常會額外要求保險公司進行壓力測試。例如新加坡就要求保險公司必須對其總曝險要求（Total Risk Requirement；TRR）維持一定比例的資本。
- （三）風險及資本整合公式：臺灣及韓國採取這個模式，做為保險公司資本的方針。前述二類國家傾向於未來將其監理模式調整為本類型。
- （四）完全內部模型：目前僅大陸採取這個模式，要求保險公司發展內部模型，評估其經濟資產負債表，並能夠隨金融環境變化提供計算即時資本。

觀察亞太各國的監理趨勢，將由目前偏重風險資本的方式逐漸增加注重風險監理的方式，加強場外（off-site）及場內（on-site）監理、聚焦於董事會及高階經理人關於法規遵循及風險評估的落實、強化集團監理及系統風險議題、關注表外事項及非保險業務曝險、對於保險公司委外的核心業務進行更嚴謹的檢視、要求保險公司提供更多資料以提升總體審慎監理。

壽險公司也需要提升其顧客價值。研究顯示亞太地區約 70% 的消費者對於保險公司具有完全或中等的信任，較其他行業為低。消費者若終止或更換保單，最大的考量為成本或保障內容不滿意，而消費者是否會繼續和保險公司交易，主要則是考量保險公司形象是否良好以及財務是否穩健。目前保險公司所提供各項交易仍由公司派任人員與消費者接觸進行服務，但消費者認為部分交易或服務可透過電話或網路進行，將逐漸取代人員直接接洽的服務。保險公司善用網路等科技進行銷售或服務，將可創造更高的利潤，而透過人員直接服務的方式，業務成長性則相對不足。綜合上述研究，對於潛在價值較低的消費者，保險應以科技取代人員服務以創造更多獲利。

四、綜合座談二：電腦犯罪保險

本座談主要分享及探討下列幾項議題：

- （一）犯罪保險背景介紹

- 1、白領犯罪正在每個層面持續增加，且最嚴重的損失通常是來自受信任管理階層和長期僱員。相關行為可能長時間未被發現，除了靠舉報及內控制度分別發現約3成多及5成多的犯罪外，僅約1成是透過外部審計發現。另外約有75%的員工犯罪是盜竊和現金詐欺。貪污的資產中，一般只有25%能收回，但仍有大部份公司沒有提供舞弊偵防培訓及或制定反欺詐政策。
- 2、雖然有針對相關犯罪者進行側寫（Profile）分析，但並無很明顯的特徵。在犯罪動機上，8成以上係源於個人貪婪或奢侈的生活方式，當然經濟環境條件變化亦有影響，因此不適當的人員精簡而產生的內控要求降低，也會增加犯罪誘因，相關情形在企業購併及各項流程改造推動進行過程更形加重。

（二）電腦犯罪定義

依維基百科的定義，電腦犯罪是指涉及電腦和網路的犯罪。其中電腦可能是犯罪的工具也可能是犯罪的目標。而目前以對象假冒及付款轉移為兩種主要之犯罪型態，並透過社交軟體，網路釣魚或惡意軟件，在全球全天候進行中。

（三）電腦犯罪相關之風險及保障安排

為對抗電腦犯罪的不斷增加，目前各國對個人資料保護法律及規範越來越多，事實上亞太地區網路威脅甚至比全球平均高45%，因此面臨的風險也更形嚴重：

- 1、電腦犯罪的估計年度成本超過1,000億美元。
- 2、每年有超過230萬人的身份暴露，每18秒就有一位犯罪受害者。
- 3、調查有59%的前員工會竊取公司信息。
- 4、美國海軍每小時都有超過11萬次網路攻擊。
- 5、網路攻擊背後的主要動機，有40%是為了網路犯罪。

（四）與電腦犯罪相關保險市場：

- 1、電腦犯罪保險市場預計在全球將達到25億美元，並以每年大約25%成長，預估到2020年，市場可能達到100億美元到200億美元。
- 2、相關產品於1999年首次推出，儘管美國、歐洲、中東和非洲地區的定價已經趨於穩定，雖然在亞洲，我們較少看到第三方索賠或集體訴訟，但亞洲大多數國家已經或正在開發本地數據保護立法，增加了第一方保障和相關服務的需求。

（五）電腦犯罪保險之經驗及未來發展

1、未來犯罪理賠趨勢

- (1)經典員工欺詐（單獨或共謀）：如未經授權的費用和假發票等，通常發生在總公司以外地區的小型子公司，是只要有資產和員工就一直存在的

風險。

- (2) 高級管理階層欺詐：通常是由公司高層進行的複雜和嚴重欺詐行為，犯罪者層級越高，控制和實施大型欺詐的能力越大，最常見的型態是與供應商/業務夥伴的共謀欺詐，將非法利潤轉移給高級管理人員有利害關係的公司。
- (3) 供應商欺詐：供應商如缺乏明確和嚴格的審查程序，可能會經由收到非法利潤（秘密佣金甚至供應商的股份）的員工或由供應商員工以賄賂方式，在授予合同時支付回扣。
- (4) 員工盜竊存貨：直接損失，如未能快速發現將造成很大的損失，所有具有形資產的行業都面臨風險

2、電腦犯罪保險所可能提供的保障：

- (1) 對投保人本身之保障：包含網路中斷、網路勒索、數據恢復及重置、員工對數據的破壞、病毒/駭客對數據的破壞、服務癱瘓攻擊。
- (2) 對第三方之保障：包含個人資料侵害、公司資料侵害、外包責任/代理責任、任何未經授權的軟體，電腦代碼或病毒對第三方數據的污染、第三方數據服務癱瘓、竊取公司辦公地點的通行碼、破壞，修改或刪除數據、公司硬體盜竊、破解導致的數據洩露、相關法律諮詢費用和開支、罰款。
- (3) 公司/個人聲譽的修復：包含媒體內容責任、通知成本。

3、AIG相關理賠經驗

- (1) 頻率：美國的理賠數量在 2015 年至 2016 年上半年同期理賠數增加 20%（266/318），2014 年至 2015 年理賠數增加 24%（558/690），AIG 預估在 2016 年理賠數將超過 1,000 件。
- (2) 數量：理賠案件增加及不斷提高的相關法律義務，都促成電腦犯罪保險的購買需求增加。
- (3) 嚴重性：美國每年理賠準備金增加超過百萬美金，其中 2014 年至 2015 年增長 23%，2011 年至 2015 年增長 300%。

（六）結論

目前全世界在這個領域所累積的相關經驗，仍不足以提供建構合適的承保及理賠系統與機制，因此提供下列建議供業界進一步研究及加強：

- 1、保險業對電腦及網路技術的基礎研究及了解。
- 2、保險業對承保客戶事業的了解。
- 3、保險業對承保客戶資訊業務及資料的管理了解。

五、綜合座談三：客戶中心

本座談主要分享及探討下列幾項議題：

(一) 客戶在保險價值鏈中的角色

- 1、在傳統的保險思維中，保險業將自己定位成保險產品的生產者，而主要透過內部或外部的經紀通路及銀行保險通路接觸客戶，因此，保險業容易變成產品導向，僅能透過有限的通路，取得簡單的客戶資訊。
- 2、隨著時代的發展，未來保險業除將結合傳統及數位相關通路外，並將進一步與醫療、通訊、居住及購物等等系統的夥伴合作，以預測分析及大數據方式，全方面進行「客戶中心」之發展。

(二) 認識我們的客戶的新方式

- 1、香港市場現況，消費者對與保險公司的直接互動參與度非常低，市場上競爭主要朝感性方向對客戶訴求而非直接接觸，特別是利用配合「特殊事件」找尋機會。
- 2、香港目前在產品及服務的做法大概歸納如下：
 - (1) 客戶分析部份：確定香港消費者的態度/行為的觀點和數量。
 - (2) 客戶分群：根據人口特性將客戶分成不同的群組。
 - (3) 客戶角色：深入分析客戶群。
 - (4) 客戶歷程：歸納每個細分的客戶歷程和關鍵時刻
 - (5) 產品解決方案：重新進行產品設計，通路策略，服務體驗，促銷/優惠。

(三) 保險業在面對「客戶中心」潮流將面臨之挑戰

主要在於如何將客戶認知觀點轉化為有形保險解決方案，重點在保險公司如何解決客戶以下的主要問題：

- 1、認知：客戶是否意識到需要保險？客戶是否意識到您滿足他/她需求的能力？
- 2、聯繫：客戶喜歡保險公司如何與他/她溝通？
- 3、提案：這對我有什麼好處？(WIIFM)
- 4、降低誤會：人壽保險昂貴，複雜等。
- 5、時機：什麼時候是觸發保險的機會？
- 6、產品：什麼產品將滿足客戶的需求（方便，靈活，價格合理）？

(四) 將數據轉化為客戶認知進而採取行動的方式

針對要達成以客戶為中心，市場上並沒有一個單一的解決方案能夠完全做到，因此要消除與您定位的客戶不相關的內容，在產品上，將客戶個別承保範圍，付款條件及選項納入設計，在通路上，考慮納入電子通路，自助程度及主動或被動喜好，另外考慮客戶特質進行保費折扣，生活形態搭配及廣告安排的行銷安排。

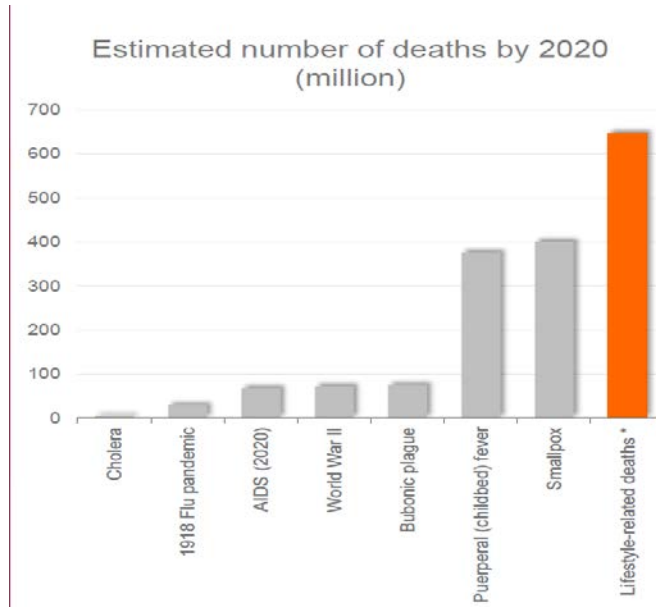
(五) 結論

以客戶為中心將提供公司及所有利益相關者長期價值：公司可以由建立

客戶定位，進行通路規畫，提昇客戶體驗及建立客戶認知四個客戶策略的運用，達到改善客戶產品組合，降低客戶購買成本，提高產品滲透比率，增加交叉銷售機會，增加客戶品牌忠誠及降低客戶維持成本的目的。

六、分場綜合座談一（壽險）：銷售一種新的生活型態 - 新壽險模式

(一)由於全球人口的快速老化，健康照護的費用也隨之大幅成長，而不良的生活型態和方式，也對全球性的健康產生了負面的影響。



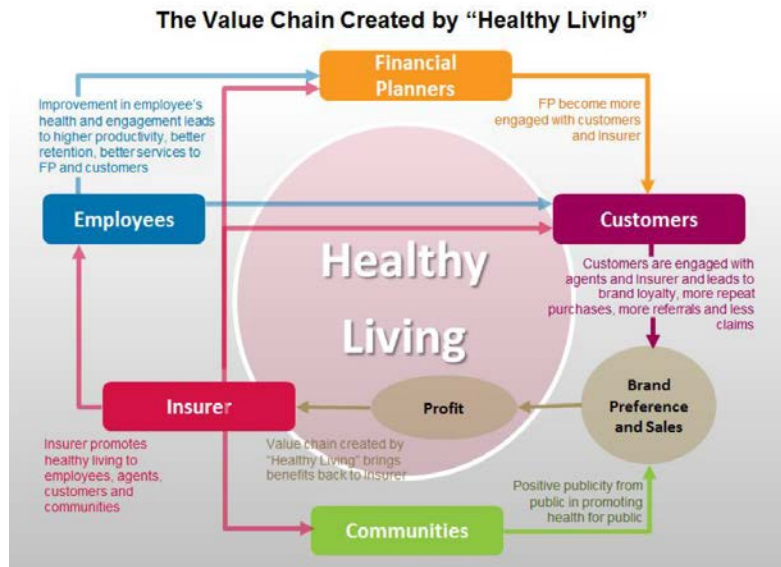
(二)人們之所以沒有採取行動去進行預防性的照護，以及採行更健康的生活方式，主要導因於下列因素：

- 1、缺乏對不同生活方式的功效和差異性的足夠資訊；
- 2、對自己的能力和健康狀態過度樂觀；
- 3、對健康生活型態的未來回饋予以低估，而對今日所付出的辛苦代價又過於高估。

所以如何利用行為經濟學使得人們活得更加健康，就成為壽險業者所需要思考的重大議題。

(三)健康生活方式所創造的價值鏈

保險業者對員工、業務員、客戶及公眾推廣健康生活方式所創造的價值鏈，將會為保險業者帶來更多的回饋與利益，包括品牌的忠誠度、更多商品的購買、更多客戶的轉介，以及更少的理賠支出。



(四) AIA Vitality 健康程式計畫

AIA Vitality 健康程式計畫結合了許多夥伴商店共同提供健康回饋，來協助促成保戶達成更健康生活方式的目標，這些夥伴商店主要可分為三大類：

- 1、如何了解自我健康：如健康檢查、營養評估及健身評估。
- 2、如何改善自我健康：如健康飲食、運動健身及生活方式與健康生活。
- 3、享受回饋：如購物、娛樂和旅行。

Wellness Program with Reward Partners



持有符合資格的 AIA 友邦香港保單即可成為會員，另投保保險計劃才享有保費折扣。

投保 AIA 健康系列旗下的保險計劃，首年保費可高達 9 折。其後每個續會年度，隨著使用「AIA Vitality 健康程式」獲取積分之高低，優惠最高可達

85 折。獲得積分方式：

(1) 健身配置：根據使用裝置(Garmin、Fitbit、小米等)不同，有不同累積方式：

● 每日 7,500–12,499 步，可獲得 50 積分。

● 每日 12,500 步以上，可獲得 100 積分。

(2) 戒煙 3 個月後完成非吸煙者網上聲明，可獲得 1,000 積分。

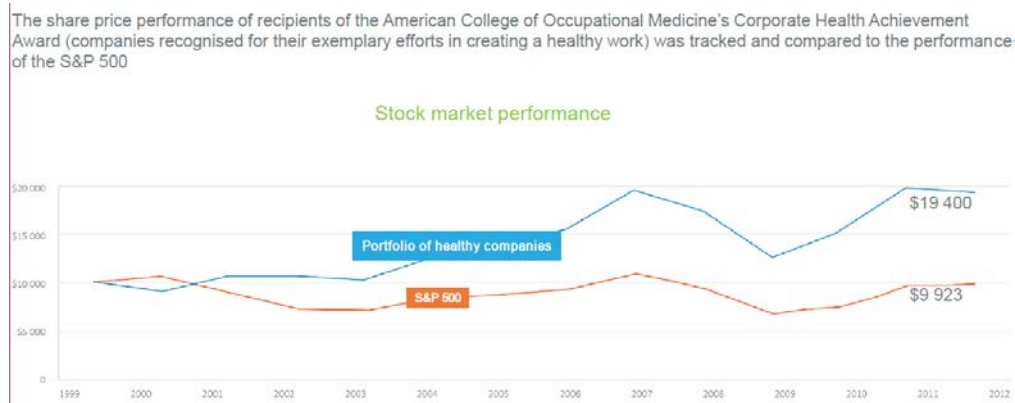
(3) 於特定商店消費或健身房健身。

(4) 參加大型運動賽事。

(五) 健康計劃績效成果

1、健康計劃不僅使得員工更加健康，減少錯誤，也提升了員工的生產力和工作績效。

2、採行健康計畫的公司股價較其他公司有更高的表現。



3、以 Alcon 愛爾康公司為例，該公司採行健康計畫後，不僅在員工的健康風險和醫療費用支出上大幅的降低，員工的產值和公司的投資報酬率也大幅的上升。



七、分場綜合座談一（產險）：保險於災後救濟的角色—日本產險業的倡議行動

日本損害保險協會（The General Insurance Association of Japan, 以下簡稱 GIAJ）

即日本的產物保險同業公會。主講人代表該協會就日本保險業於災後救濟所扮演的角色於 EAIC 簡報。主講人表示，面對天然災害，日本產險業者有著自許的使命：「以保險為促使民眾重新站起來的力量」，近期執行了多項倡議行動：

(一) 強化災後復原力

1、防災減災宣導：

日本保險業、政府官方和學界持續合作投入各項防災減災計畫，逐漸形成一個強化災後復原力社群，由 GIAJ 統籌以各地災害潛勢為導向的各項防災與減災宣導活動。

2、住宅地震保險宣導：

(1) 住宅地震保險宣導工作：GIAJ 訴求該保險是震災後自救最有效且實用的工具，主要宣導內容包括：

● **媒體公關活動**：2016 年以活動主題—地震險是民眾重新站起的力量 (Earthquake insurance as the driving force for people to stand up again)，以主視覺畫面，於網路、電視、廣播、報紙媒體刊登或播放廣告，另印製海報及宣導手冊等廣為流布。

● **面對面講座**：於全國各地方行政單位舉辦式講座活動，直接面對群眾說明投保地震險的好處。

(2) 提高住宅地震險投保率：截至 2016 年 3 月，日本住宅地震險投保率已達 29.5%，投保件數達 1,694 萬件，另於 2015 年度，自願於住宅火險保單勾選加保地震險者達 60.2%。

(二) 加速生活重建：以快速且合理的理賠，促進災後迅速重建

1、日本住宅地震保險制度簡介

(1) 保障特色：統一保障內容、統一費率，以及由產險業者負責保單銷售及理賠處理。

(2) 危險分散機制：由政府、產險業者及日本地震再保險公司 (Japan Earthquake Reinsurance, JER) 共同分擔責任。截至 2016 年 4 月 1 日，政府承擔大部分的責任，比例高達 97.26%：

	承擔責任額 (JPY)	比例
產險公司	398,000,000	0.35%
JER	2,700,000,000	2.39%
政府	109,902,000,000	97.26%
總計	113,000,000,000	100.00%

2、日本住宅地震保險理賠處理措施

日本 GIAJ 在住宅地震保險制度中，有關理賠處理及損害認定標準上，扮演中央統籌的角色。

- (1) 平時準備：GIAJ 訂定「地震保險理賠查勘綱要」，以俾全體產險業者於震災後有所依循，並依該綱要規劃相關演練及訓練課程請業者參與。
- (2) 災後應變：GIAJ 於震災後設立中央及地方各層級的「地震保險理賠對策本部」，並實施理賠特別措施，以簡化查勘作業加速理賠，同時積極主動接洽保戶，提醒申請理賠。

i. 理賠特別措施 (Specific Measures for Payment)

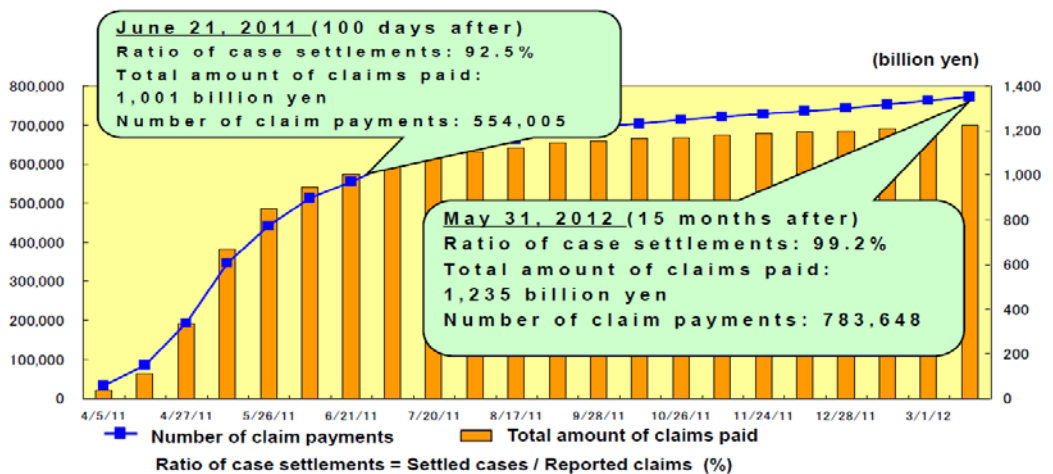
- GIAJ 製作並分享災區所有產險公司保戶的名冊。
- 以空照及衛星圖資劃分全損區域 (適用於海嘯及地震引起的火災大面積損失，運用於 2011 年 311 東日本大地震)。
- 簡化損害查勘流程 (例如：由保戶提供自行查勘報告—主要運用於 2016 年熊本地震)。

ii. 積極接洽保戶，提醒申請理賠：由產險公司主動接洽保戶請其提出理賠申請，另於災民收容所透過海報及傳單等，或透過網站，提供理賠處理相關資訊。

iii. 對於受災保戶提供續保及保費支付緩衝期。

(3) 日本震災理賠處理經驗

i. 2011 年 3 月 11 日東日本大地震：日本產險業於短時間迅速賠付大量災損案件，達成了使民眾快速重建的目標。GIAJ 歸納其因，發現除了因為各產險公司皆依循前述 (以產險業為一體的) GIAJ 災前準備及災後應變計畫，更因為各公司不約而同地全體動員，上下一心共同執行災後緊急應變計畫，且無論是總公司或分公司層級，皆調遣大量人力至理賠部門協助，以加速賠付作業。



ii. 2016 年 4 月熊本地震：所造成的住宅損失是繼 2011 年 311 地震之後次高者。截至 2016 年 8 月 31 日，求償件數約 26.3 萬件，完成賠付比例約 98.3%，累計理賠金額達 3,573 億日圓。

iii. 產險業者在 311 地震與熊本地震，理賠方式之比較：

- 311 地震因地震引起海嘯及火災，故以空照及衛星圖資劃分全損區域，適用於大面積損失；而熊本地震並未引起海嘯，並未實施共同調查，仍以人力進行現地查勘作為理賠與否的依據。
- 無論是共同調查或現地調查，GIAJ 及產險業者皆特別注重服務態度，因此前揭兩次地震幾乎未發生客訴的情形。

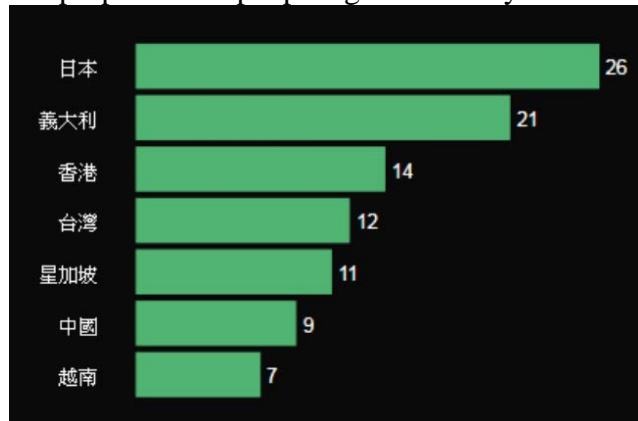
八、分場綜合座談二（壽險）：高齡人口與健康-高齡人口對壽險運作之影響

本場次主題是由我國國泰金控金副總負責主講，主要分享及探討下列幾項議題：

（一）人口老化趨勢及影響：

- 1、何謂高齡化社會？一般來說65歲以上的人口有7%-14%的社會就稱為高齡化社會（Ageing society），而如果65歲以上的人口比例達到14%-21%時即稱為高齡社會（Aged society），如果比例在21%以上的話，就已達到超高齡社會（Hyper-aged society）。依目前各國65歲以上的老年人口占比來看（如下圖），日本跟義大利均為超高齡社會，義大利的人口中，每五個就有一個老年人，日本更是每四個就有一位老年人，華人世界的幾個主要地區或國家，如香港、新加坡、中國及臺灣均為高齡化社會，即便是東南亞的越南也已邁向高齡化社會；由此可見，人口老化是全球人口發展的一個趨勢。

The proportion of people aged over 65 years.



- 2、人口老化是全球人口發展的趨勢為眾人所知，在亞洲的國家尤為嚴重。依據聯合國在1960年的統計資料中，65歲以上的人口占全球老年人口比率，亞洲41.6%、歐洲34.6%、美洲17.3%，到2010年時，亞洲老年人口提高到53.6%、歐洲22.8%、美洲16.2%，聯合國預估到2060年時，亞洲65歲以上的老年人口占全球老年人口將達60.7%、歐洲將下降到11%、美洲16.3%。從上面的統計資料來看，老年化議題影響最大的地區為亞洲。
- 3、在人口老化的速度上，又以臺灣在全球中是最快的，臺灣估計在2018年將

邁入高齡社會，2026年將成為超高齡社會，預估在2050年，臺灣老年人口將達36.5%。臺灣除面臨人口快速老化外，隨著醫藥技術的進步及生活水準的提高，國人平均壽命也逐漸延長。據統計，2013年臺灣男性平均餘命為76.7歲，女性為83.3歲，預估2061年時，男性將達81歲，女性則為87.7歲。隨著臺灣人民平均餘命的延長，民眾應該至少要準備健康跟財富這兩樣東西，因為隨著年齡的增長，所需要的醫療資源相對增多，故除了相關的保險，如全民健康保險或一般商業保險外，尚須要有一定的經濟能力才能支應相關的開銷；臺灣人口老化除了平均餘命延長的原因外，另一個主要因為少子化，臺灣少子化的問題導致人口結構老化的情況更為加劇，據統計自2000年起臺灣的出生率逐年下降，總生育率從1.68%，降到2010年的0.9%，生育率為全球最低，高齡經濟依賴子女的程度越來越高，以子女奉養為主要經濟來源，再來則是政府救助或津貼，少子化及高齡化社會將導致高齡照顧人力不足且社會保險的財務也將面臨極大的壓力，對家庭及社會都將造成沉重負擔。

4、退休生活所需的來源主要可分三個層次，第一層為社會保險，第二層為從事工作所累積的職業退休金，第三層為個人所自存的退休金，假設以60歲為退休年齡，每年的生活費用估計50萬元，平均餘命為80歲來看的話，每人至少需準備1000萬元的退休準備金；隨著少子化及人口老化，產生老人與青壯年人口比例失衡的情況越來越嚴重，以第一層社會保險來說，政府的負擔將越來越重，也將導致必須面臨延長退休年齡及相關退休金制度改革的狀況。

5、人口高齡化所造成的影響將產生醫療資源使用高，隨著醫療科技進步，國人的壽命延長，也產生了不健康的存活期間也更長了，因而老年醫療費用的負擔也增加。依據臺灣衛福部的統計，2011年65歲以上的人口僅占11%，然而醫療費用卻佔全體的33%，另一方面高齡化也衍生長照需求增加的情形，到2025年全台失能人口將突破100萬人。

(二)保險業的挑戰：隨著人口的老化，生存型保險商品將成為未來市場的主流，保險公司高估未來死亡率將造成保費收取不足，另外醫療理賠風險的錯估也將導致保險公司承重的負擔。隨著人口老化及少子化，全民健康保險在財務壓力下，將縮小保障範圍，而這些醫療成本將轉嫁到商業保險，目前政府長照政策在照護人力、產業定位、產業發展及補助制度等議題的配套不足，這也造成保險業在長期照護的相關保險推展上面臨挑戰。

(三)保險業的機會與對策：在保險業可結合健康管理規劃保險商品，藉由健康管理控管理賠風險，國外跟臺灣都有實證顯示搭配健康管理，可有效降低醫療費用跟非必要急診的比例。另外亦可推出特訂定族群如三高（高血壓、高血

糖、高血脂)的專屬保單,以及發展未來的保險趨勢—長期照護保險。

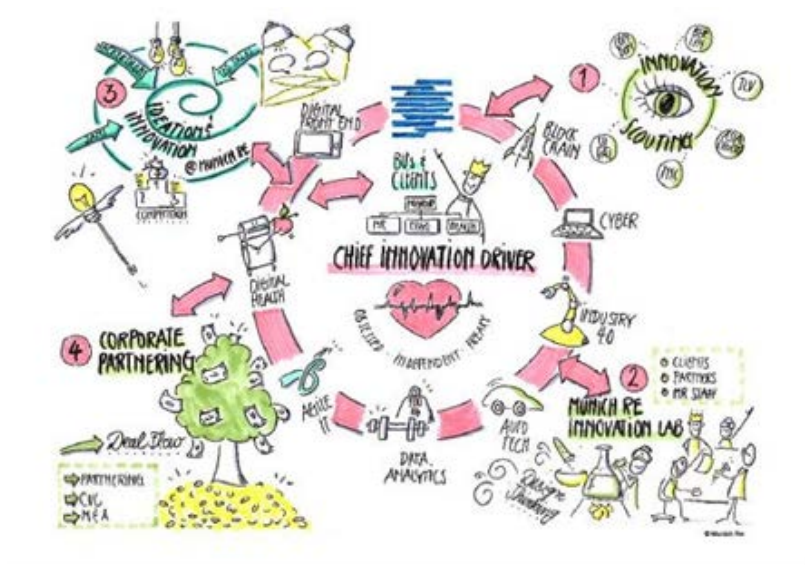
九、分場綜合座談二(產險):再保險公司作為創新的合作夥伴

再保險人能不能成為強有力的創新合作夥伴?答案是肯定的,而現在正是創新的時機,再保險人將支援業務夥伴,並與業務夥伴共同合作,掌握創新趨勢,創造機會與面對挑戰。

(一)主要創新趨勢,給予保險人及再保險人創造機會與挑戰

主要創新趨勢	機會與挑戰	
1.數位化及新科技(例如互聯網、感測器、無人機、自動化汽車等)對風險景觀的衝擊。	機會	1.新的風險(例如網路、營業中斷、聲譽、資產分享等)。 2.連結保險預防性服務的產品。
	挑戰	1.減低風險頻率。 2.新的風險頻率。
2.以前無法獲得的大量資料及複雜的分析方法(例如大數據)。	機會	1.改善風險選擇和定價。 2.對於資料擁有者的長期優勢。
	挑戰	如果資料和方法還沒掌握時,有逆選擇的危險
3.關於產品的設計、服務及數位銷售,改變合作夥伴的預期及行為。	機會	獲得高效的客戶,以及透過新的市場和銷售管道改善自留。
	挑戰	須要新的能力,與當前體系競爭。
4.數位市場的進入者(例如大量的互聯網、金融科技、保險科技)建立新的分銷管道。	機會	公司合作的機會
	挑戰	中斷的風險

(二)創新圖示如下:



(三)慕尼黑再保與業務夥伴一起工作

1、創新基礎設施

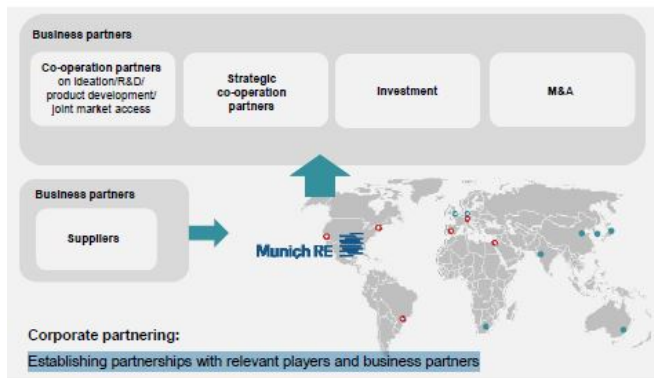
(1)創新實驗室:慕尼黑再保人員、商業夥伴、合作團隊、計劃團隊及偵察

事件。

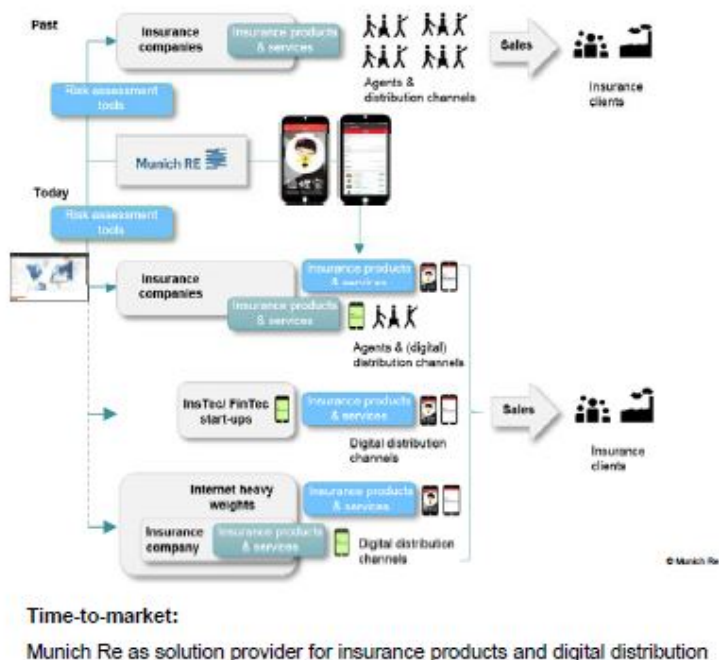
(2) 創新偵察：探索趨勢，建立網絡，慕尼黑再保險公司積極參與全球创新中心（倫敦、特拉維夫、矽谷、柏林、北京、紐約...），透過與知名的合作夥伴關係獲取相關的創新生態系統。

(3) 創新思維：創新實驗室為業務合作夥伴提供創意，業務合作夥伴可以獲得新產品開發方法（例如設計思維）。

(4) :



2、創新領域：包括新保險產品、新業務模式、新客戶與需求及新風險相關服務，支援業務夥伴。



3、創新促進因素：數據分析、靈活運用IT等。

第四章 其他行程

亞洲保險評論 (Asia Insurance Review) 舉辦之第 20 屆亞洲保險專業獎頒獎典禮 (Asia Insurance Industry Award) 適逢 EAIC 期間，頒獎典禮係在 2016 年 10 月 11 日舉行。金管會施副局長利用出席本次國際會議，順道接受邀請參加本屆頒獎典禮。

本屆亞洲保險專業獎共頒贈 15 個獎項，其中臺灣共獲頒三項獎項，分別是年度壽險公司獎 (Life Insurance Company of the Year)、年度產險公司獎 (General Insurance Company of the Year) 及年度企業風險管理獎 (Corporate Risk Manager of the Year)。

第五章 心得與建議

- 一、本屆會議的主題為以客戶為中心，主要在於隨著科技的進步，保險業更容易取得及分析客戶的資料，透過科技的運用，在商品設計、行銷策略更貼近客戶的需求，並應跟隨世界的脈動，掌握年輕世代的消費方式與對保險的需求，據以擬定未來經營的策略。隨著網路快速發展，客戶的交易習慣與生活形態也快速改變，目前的客戶關係維護不再僅針對基本資料，還包括社群經營，大數據，醫療資訊等等，保險業不能再以過去的經營模式來服務現在的消費者，應思考如何以創新的方式，滿足消費大眾各式各樣的需求，據以建構及強化保險業的核心能力，並應該加速相關投入，以因應未來的競爭及發展。
- 二、近年來科技創新快速發展，利用網路交易更是頻繁，可以預見有關電腦網路相關的風險持續增加，網路安全漏洞所可能造成之各項損失或衍生之責任，亦需要被預防及重視，因此將可帶動網路風險的保險需求，為保險業帶來重要商機，但是目前全世界在這個領域所累積的相關經驗仍不足以提供建構合適的承保及理賠系統與機制，保險業應透過持續累積經驗，因應未來電腦網路犯罪保險發展之需求。
- 三、東亞保險會議每二年舉辦一次，會議時間時值保險公司洽談次年度再保險續約 (約在第 4 季初)，可提供再保險公司、再保險經紀人與保險公司代表洽談業務機會，係亞洲地區保險業重要的會議之一。從與會代表的國籍來看，除東亞國家出席外，現在歐美等國之國際再保險公司，皆推派公司高階主管參加，人數亦較以往為多，由此可見各國際再保險公司對於亞洲市場的重視程度。會議中討論的主題雖偏重實務面，但市場動向常是監理機關所需的保險趨勢，可藉由會議的討論，或不同市場的發展比較，找出監理的方向，並可透過各會員重要的監理概況與訊息提供借鏡。