

產險科技下的保險通路變化

實踐大學風險管理與保險系
 張邦銘 副教授兼系主任

簡歷

1

逢甲大學
保險系

2

政治大學
保險研究所

3

政治大學
企業管理學系博士

4

興農人壽專員

大綱

01

保險行銷通路 現況、文獻回顧

02

保險保險科技現況、國外發展


03

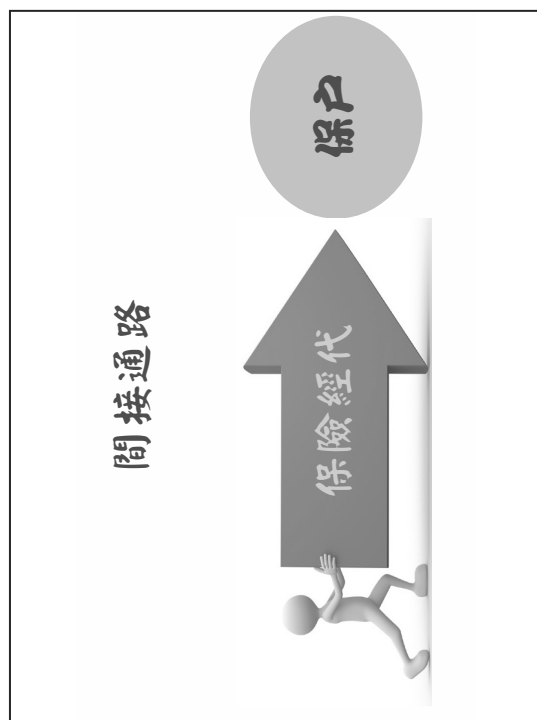
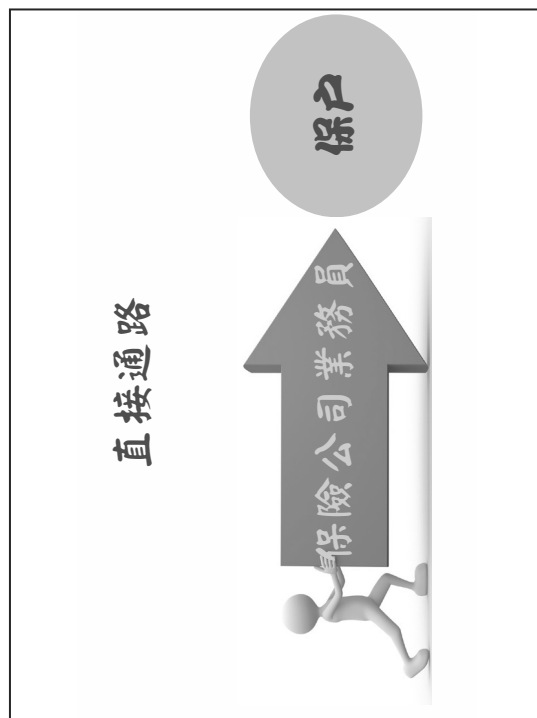
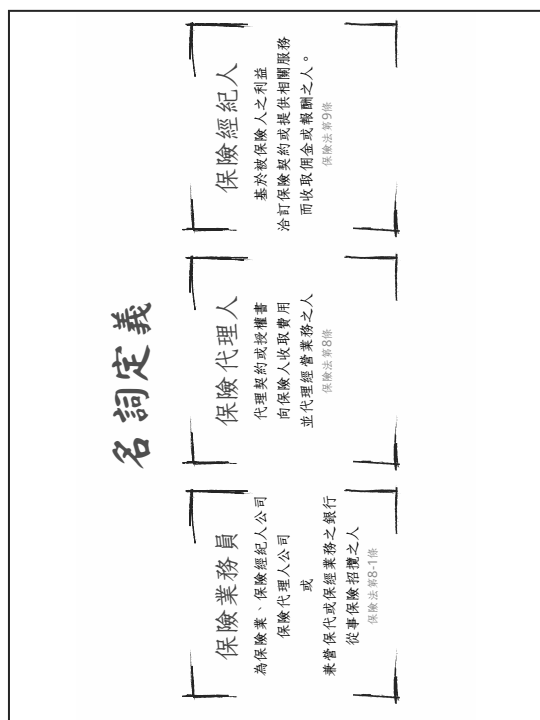
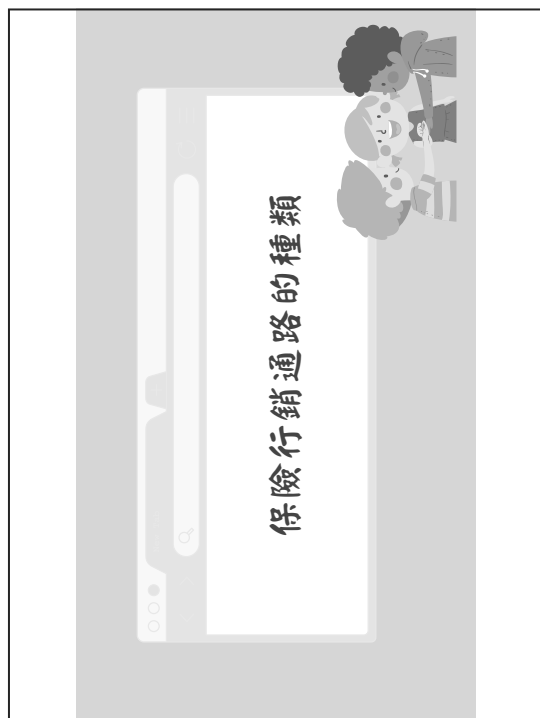
保險科技下產險通路的變化

04

保險科技於產險通路未來發展
ESG、疫情、純網路保險

保險行銷通路





保險行銷通路文獻



保險行銷通路文獻



謝俊良、張鈞宏與
蘇方潔 (2014)
保險公司的銀行保
險通路比非營商、
所謂藍領保險業通
關卡也更高。



Peng, Cheng,
Wang, and Chen
(2017)
銀行利用現有通路
銷售保險公司商品
的比率最高，對於
銀行的獲利以及效
率都有明顯提高。



劉俊廷、吳鴻雲與
江和時 (2017)
保險經紀人在任意
責任險的理賠金額
顯著高於直接營業
通路。顯示保險經
代人影響保險受向
保險公司爭取較高
的理賠金額。



Marvel (1982)
業務員通路可以保護
保險公司的廣告和行
銷投資的「智慧財產
權」，所以保險公司也
需要投入較多的廣告
費用及業務技術，以
提高知名度，使得保
險公司使用業務員通
路的固定成本較高。

保險行銷通路文獻



Peng and
Wang (2015)
銀行可以提供保險
公司額外信用資
抵，可以降低保險
公司延遲理賠通
風險。



Eckardt and
Ratke-Döppner
Trigo-Gamarra
(2010)
(2008)
獨立代理人可以提供
較好的服務品質、較
佳的諮詢與風險分析
服務。



Barrese et al.
(1995)
採用獨立代理人通路的
保險公司，相對於
直接通路，客戶的申
訴率較低。



Baranoff and
Sager (2003)
保險業及理賠成本理
險的角度，認為合理
人通路的監督程度較
高，他們的研究所也發
現採用代理人通路的
保險公司，有較低的
風險承擔行為。

保險行銷通路文獻



Regan and
Tzeng (1999)
保險公司會依理賠
品質略決定行銷通
路。



Hilliard, Regan,
and Ternyson
(2013)
銀行保險通路的總
保險人主要來自於
銀行的分支，可以
降低保險公司的行
銷費用。



Venezia et al.
(1999)
當風險的顧客考慮保險
經紀人的優勢與風險
而選擇保險經紀人通路
從風險的顧客預期降低
的出險頻率，選擇向直
接營業通路。



江和時、彭維輝與洪
和廷 (2015)
直接營業通路比非
營商通路、保險業中
度呈正相關。
佣金率與經紀人通路
比率呈正相關，
代理人通路與費用率
呈正相關。

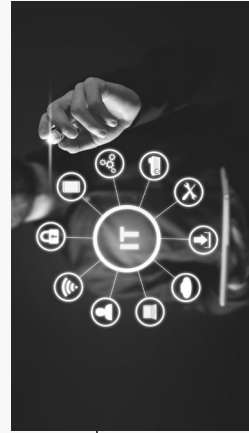
直接通路VS間接通路

直接通路	間接通路

傳統通路VS網路通路

傳統通路	網路通路

保險科技



科技的種類



人工智慧



Artificial Intelligence(AI)人工智慧
人類製造的機器所表現出來的智慧。通常人工智慧是指透過普通電腦程式來呈現人類智慧的技術，例如，機器人

資料來源: 機器學習百科

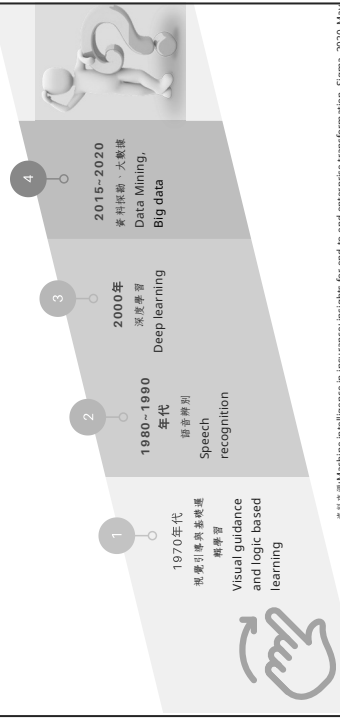
機器學習



Machine Learning (ML) 機器學習
讓電腦能夠應用數據和資訊解決一組程序和流程

資料來源: Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

MI發展歷程



資料來源: Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

區塊鏈



Blockchain 區塊鏈
由分散在系統各處的用户節點一起參與紀錄交易歷史，也是分散交易簿，例如加密貨幣、保險理賠發起通保全/理賠聯盟鏈、產險聯盟區塊鏈

資料來源: 機器學習百科

雲端運算



Cloud computing 雲端運算

以網際網路的運算方式，共享軟體硬體資源和資訊，使用者可以在各種終端和其他裝置，使用服務商提供的電腦設備作運算和資源，例如，公用雲、私有雲

資料來源:維基百科

資料科學



Data Science 資料科學

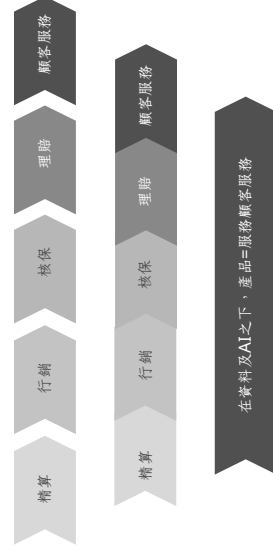
利用資料，結合數學、統計、圖型識別、機器學習、資料視覺化、資料倉儲及高效的計算等方法，從資料中提取出有價值的部份，來生產資料的產品，例如，大數據、理賠、核保系統、商品銷售

資料來源:維基百科

保險科技的發展

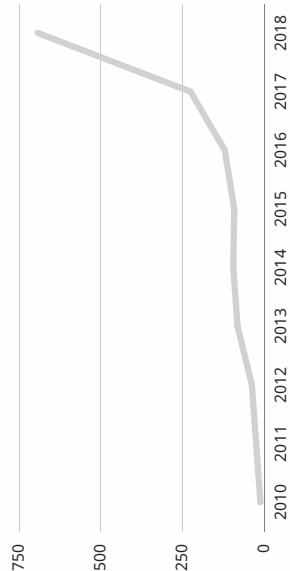


價值鏈的裂解



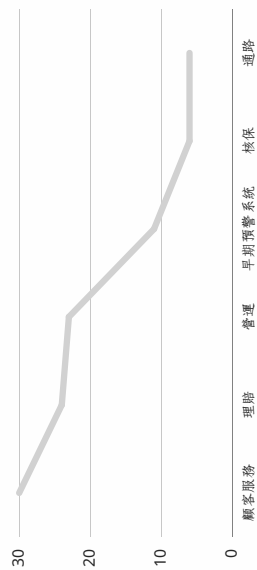
資料來源:Machine intelligence for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

保險科技的專利數



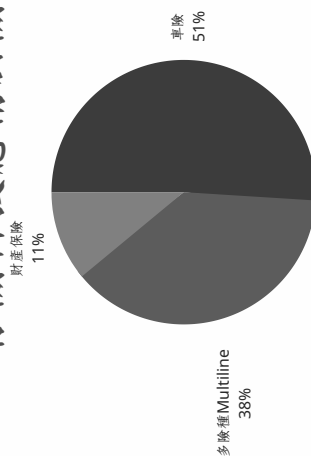
資料來源: Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

保險科技應用於保險價值鏈



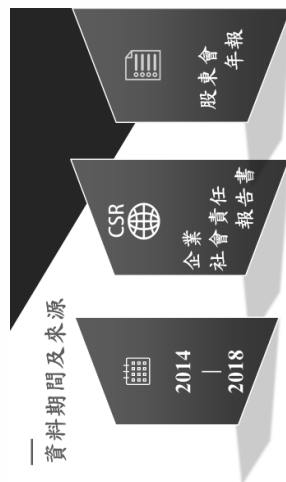
說明: Operation翻譯為營運, Early warning system翻譯為早期預警系統
資料來源: Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

保險科技應用於險種



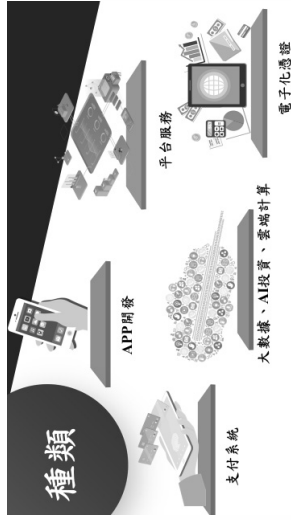
資料來源: Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May

壽險業採用保險科技的情形



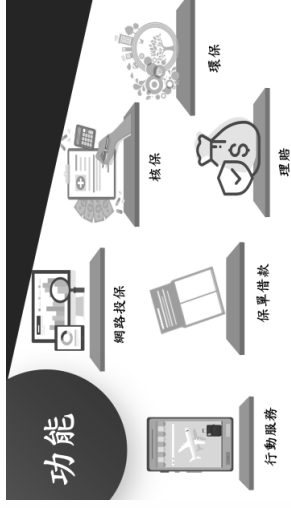
資料來源: 實效風控系專業專欄, 2019, 保險科技投入對壽險公司構成的影響

壽險業採用保險科技的情形



資料來源:實踐風險系統專案小組, 2019, 保險科技有何價值, 保險科技投入對壽險公司績效的影響

壽險業採用保險科技的情形



資料來源:實踐風險系統專案小組, 2019, 保險科技有何價值, 保險科技投入對壽險公司績效的影響

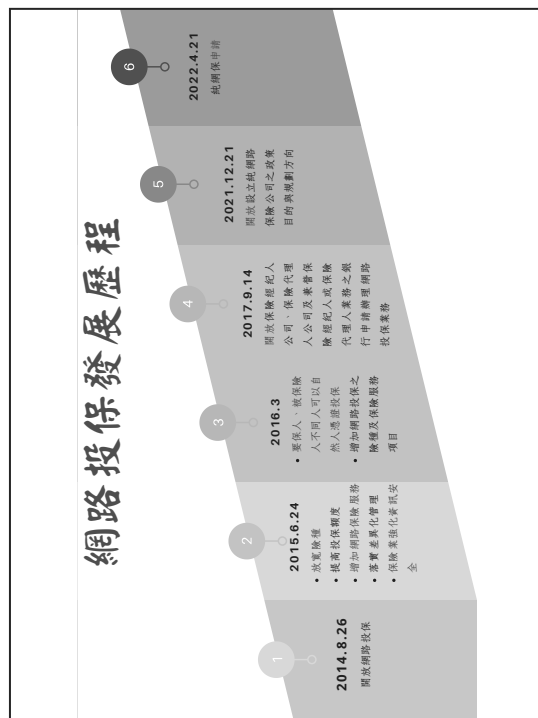
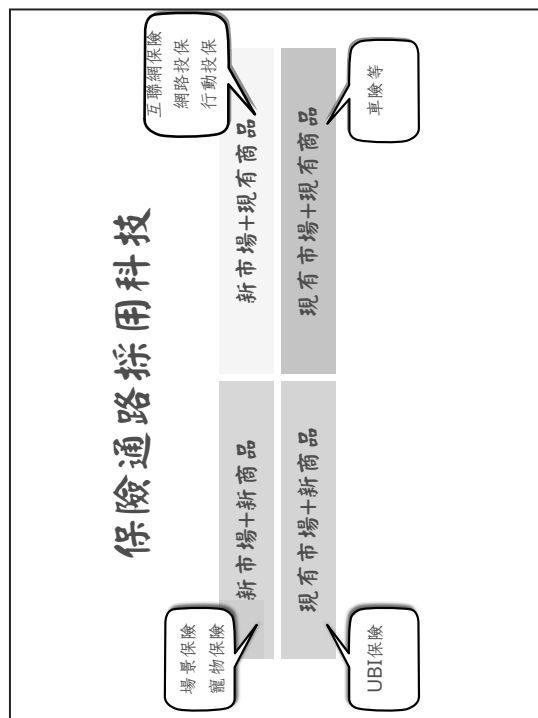
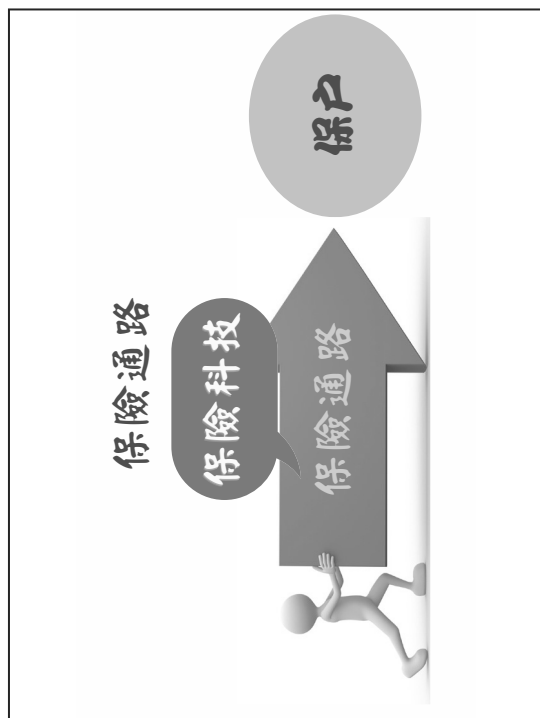
壽險業採用保險科技的情形

種類	APP開發	平台服務	支付系統	AI、大數據、雲端計算	電子化憑證	綜合
功能						
理財	2	1		1		
核保	3	1				
網路投保		5	1	2	1	
行動服務	5	5	3	3	2	2

資料來源:實踐風險系統專案小組, 2019, 保險科技有何價值, 保險科技投入對壽險公司績效的影響

保險科技於通路的應用 網路投保





網路投保統計資料



資料來源: 網路保險

網路投保消費者在意甚麼

驅動因子	功能性	情感	個人成長
要素	<ul style="list-style-type: none"> 購買過程簡單 方便 即時快速的購買流程 更優惠的價格 	<ul style="list-style-type: none"> 低壓 享受 無痛過程 如購重負的感覺 舒適感 	<ul style="list-style-type: none"> 賦予消費者權利 認知價值
Lemonade's home insurance	購買過程簡單方便	客戶有靈敏的保費，捐贈與非常利組織	消費者自己決定，保費的點檢捐贈予哪個團體

資料來源: Data-driven Insurance ready for the next frontier?, Sigma, 2021, No. 3

網路投保消費者在意甚麼

- 樣本: 美國壽險公司 Ladder Life + Haven Life
- 樣本數: 400 名要保人
- 消費者網路購買的驅動因素
 - 功能
 - 無痛苦、幸福、愉快的感受
 - 17% 的投保人表示，不直接接觸保險代理人，讓他們感到壓力較小
 - 情感
 - 要保人看重自己能解決尋產品價格和條款等方面信息的能力
 - 希望能夠自行決定何時保險最適合自己的需要獲得權能的投保
 - 要保人主動參與獲得訊息，不再依賴保險代理人意見
- 保險產品設計主要集中功能，很少考慮情感和個人成長價值

資料來源: Data-driven Insurance ready for the next frontier?, Sigma, 2021, No. 3

保險科技於通路的應用 數據科學



通路的數據科學在做甚麼

取得正確可用的資料
協助制訂策略
獲取利潤
增加顧客回購率

資料來源: Machine Intelligence in Insurance: Insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May.

數據科學流程圖



資料來源: Machine Intelligence in Insurance: Insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May.

使用數據科學的成功關鍵因素

成功的標準	關鍵成功因素
end-to-end流程能夠獲得報酬	<ul style="list-style-type: none"> 工作流流程架構符合公司的 MI 優勢 執行計劃中應計提的經常性費用 整合問題優先處理 規劃初期就需考慮資料的安全性及隱私性
以 Production-ready 為出發的資料策略	<ul style="list-style-type: none"> 隨時需關心資料的複雜、工程、工具及建構
能符合企業及監管	<ul style="list-style-type: none"> 現有組織和工作流程能融入 MI 優勢 一開始就評估 MI 能解決的痛點，公司可取得的資料及技術
管理階層的投入	<ul style="list-style-type: none"> 管理階層需定期並仔細監督，以及持續性的投資，才能獲得價值

資料來源: Machine Intelligence in Insurance: Insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May.

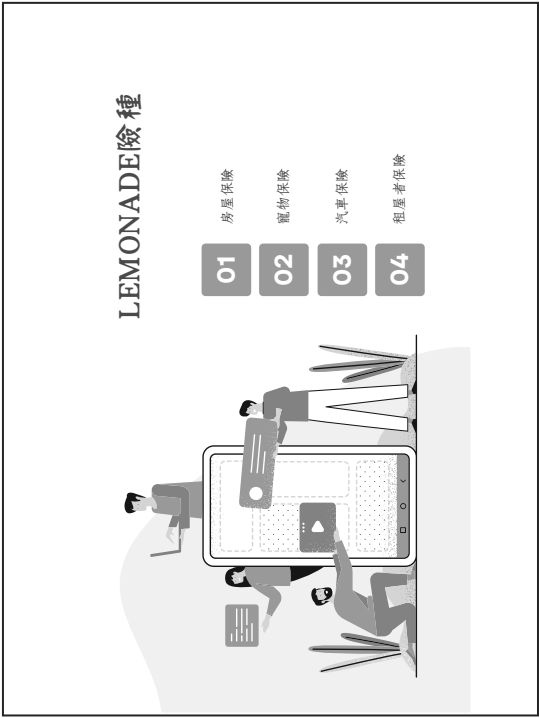
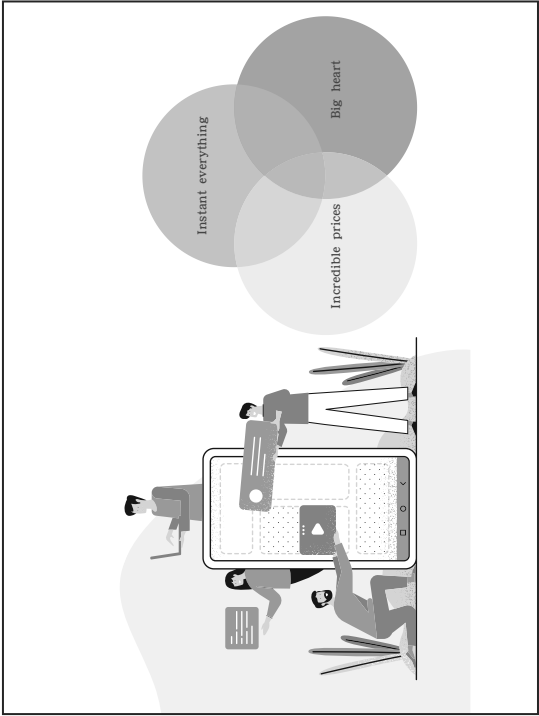
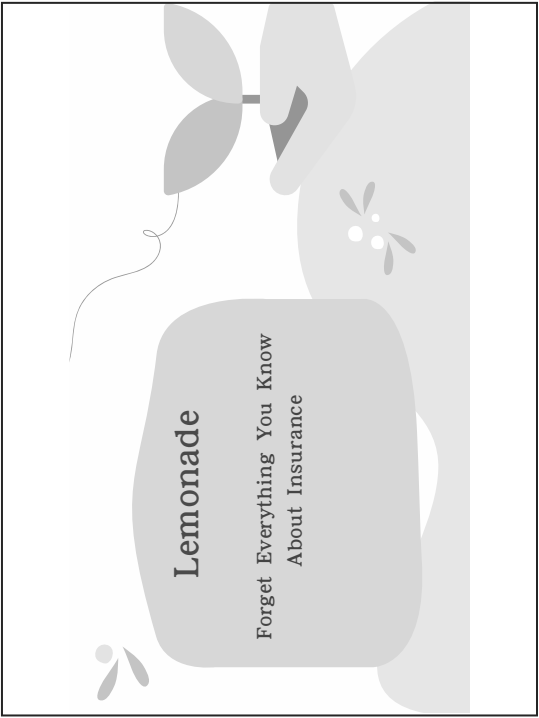
數據科學如何解決的痛點

行銷通路的痛點是如何找尋顧客、留客，也就是精準行銷

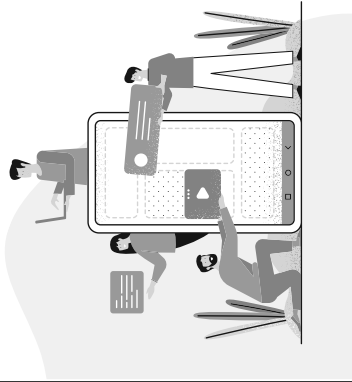
Swiss Re Sigma 2020 年第一期

- 洞察顧客資料
 - 展望客戶體驗，發覺好顧客
 - 生命事件、新聞事件
 - 交叉行銷
 - 現有顧客經驗，留住客人
 - 將顧客生命周期的價值最大化
 - 客戶很少關注競爭對手的產品
 - 提高客戶生命週期價值
 - 關注現有顧客生活的變化
 - 預測顧客行動
 - 提供附加價值

資料來源: Machine Intelligence in Insurance: Insights for end-to-end enterprise transformation, Sigma, 2020, May.

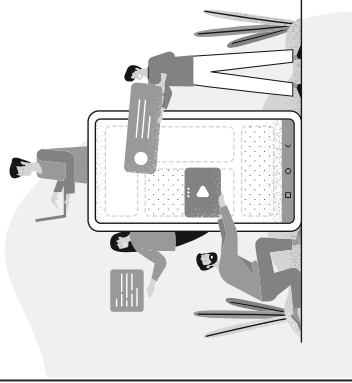


LEMONADE技術



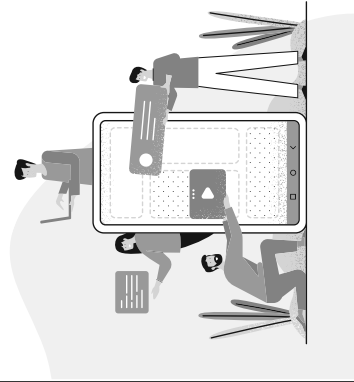
- 01 AI
保險機器人Maya和Jim線上業務
員處理保單銷售和客戶理賠程序
- 02 機器學習

LEMONADE成功之道



- 01 理賠及90秒迅速核保
- 02 保單是你的錢，不是我們的錢
We treat the premiums you pay as if
it's your money, not ours.
- 03 簡單及透明
- 04 回饋社會
Give back what's left to causes you
care about

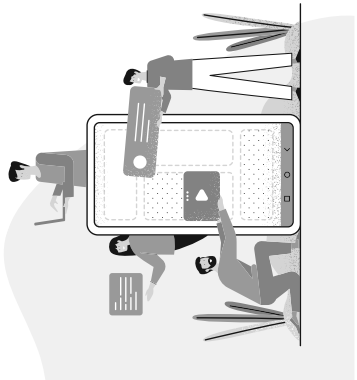
LEMONADE成功之道



- 05 來自網友的推薦Twitter
- 06 活潑的網頁
<https://www.lemonade.com/homeowners>
- 07 環保愛地球
<https://www.lemonade.com/car>

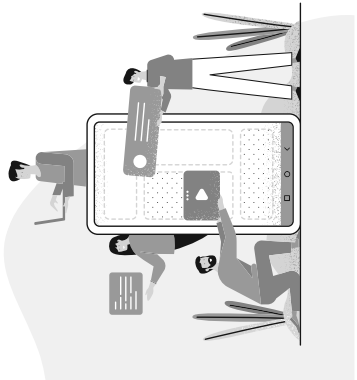


ONEDEGREE險種



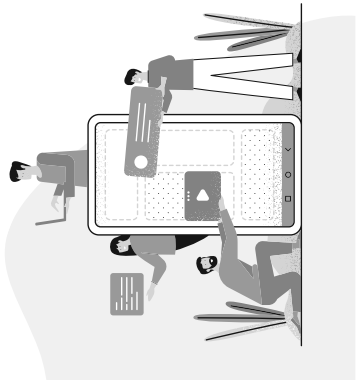
- 01 重疾保險
- 02 寵物保險
- 03 家居保險、火災保險
房產保險、寵物險、新冠肺炎疫情保險
- 04 數字資產保險 **Digital asset**
cryptocurrencies, security tokens and non-fungible tokens

ONEDEGREE險種



- 05 網絡保險
Cyber Insurance
- 06 退貨保障服務
系統運維和帳務管理
- 07 保險科技平台IXT
協同保險公司開發產品、科技服務


ONEDEGREE成功之道



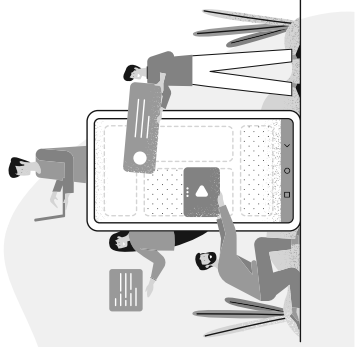
- 01 多元服務
- 02 科技服務
- 03 寵物保險

众安保險

科技驅動金融
做有溫度的保險



众安保險險種



- 01 健康保險
- 02 意外保險
- 03 特色創新保險
百萬新冠狀病毒險、寵物醫療險

众安保險成功之道



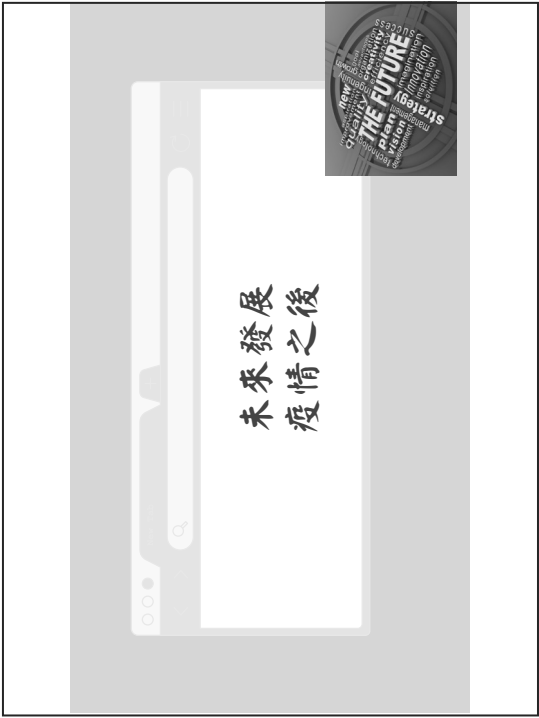
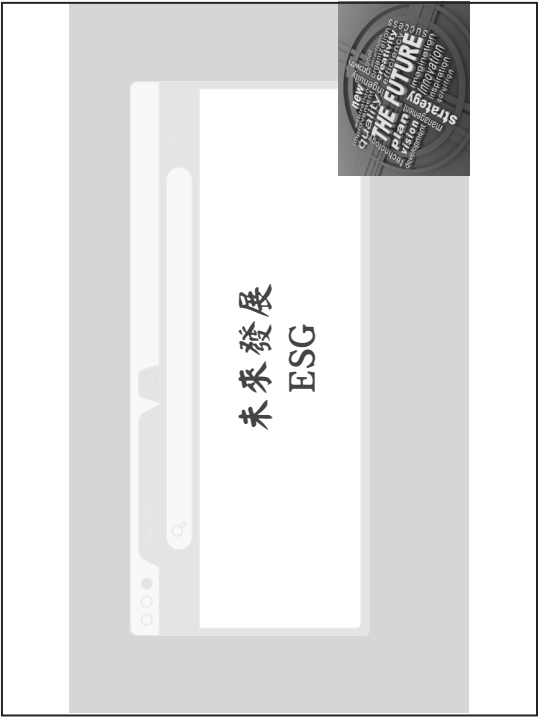
- 01 商品特色
積極提供滿額和特色類保險品種，彌補了傳統保險公司產品的不足
- 02 交叉銷售策略
針對人、壽對話、產對事
- 03 大型保險公司未進入的市場
保額低、保費低

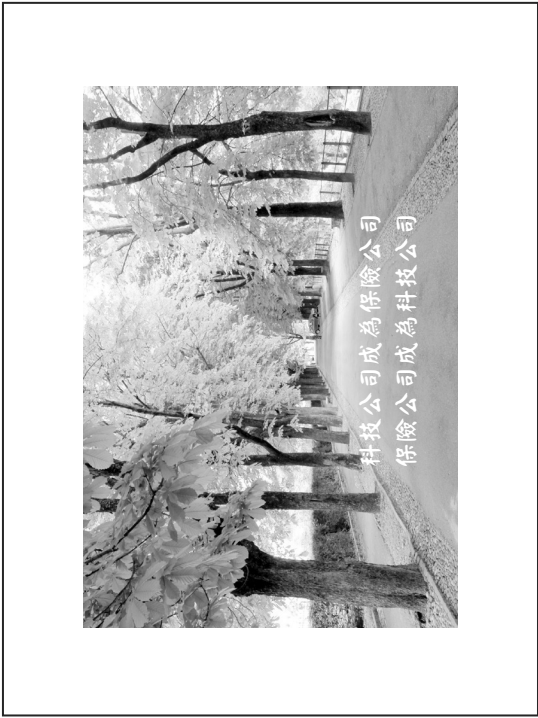
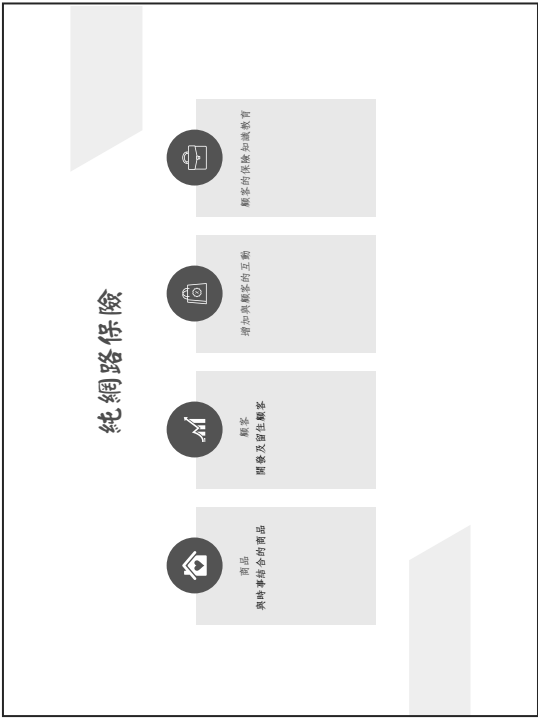
保險科技下 保險通路 的變化

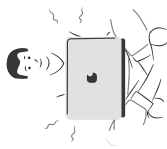


保險科技下產險通路的變化

- 部門間的界線模糊化
- 精準行銷
- 交叉銷售
異業策略聯盟
- 增加顧客體驗的
娛樂性







Question Time

參考文獻

- Baranoff, E. and T. Sager, 2003, The Relations among Organization and Distribution Forms and Capital and Asset Risk Structures in the Life Insurance Industry, *Journal of Risk and Insurance*, 70:375-400.
- Barrese, J., H. I. Deepinghaus, and J. M. Nelson, 1995, Do Independent Agent Insurers Provides Superior Service? The Insurance Marketing Puzzle, *Journal Risk and Insurance*, 62:297-308.
- Eckardt, M. and S. Rathke, 2010, The Quality of Insurance Intermediary Services: Empirical Evidence for Germany, *Journal of Risk and Insurance*, 77:867-701.
- Hillard, J.J., L. Regan, and S. Tenyson, 2013, *Insurance Distribution*, Handbook of Insurance, Ch25, Springer: New York.
- Marvel, H., 1982, Exclusive Dealing, *Journal of Law and Economics*, 25:1-25.
- Peng, J. L. and K. Wang, 2015, Information Problems in Bancassurance: Empirical Evidence Based on a Comparison between Over-the-Counter and Telephone Marketing Customers, *Geneva Risk and Insurance Review*, 40:102-132.
- Peng, J. L., V. S. C. Cheng, J. L. Wang, Y. C. Chen, 2017, The Impact of Bancassurance on the Efficiency and Profitability of Banks: Evidence from Taiwan, *Journal of Banking and Finance*, 80: 1-13.
- Regan, L. and L. Y. Tzeng, 1999, Organizational Form in the Property-Liability Insurance Industry, *Journal of Risk and Insurance*, 66:259-273.
- Trigo-Gamarra, L., 2008, Reasons for the Coexistence of Different Distribution Channels: An Empirical Test for the German Insurance Market, *Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 33: 389-407
- Venezia, I., D. Galai, and Z. Shapira, 1999, Exclusive vs. Independent Agents: A Separating Equilibrium Approach, *Journal of Economic Behavior and Organization*, 40: 443-456.

參考文獻

- Sigma, 2020, Machine intelligence in insurance: insights for end-to-end enterprise transformation.
- Sigma, 2021, Data-driven insurance ready for the next frontier?

參考文獻

- 江朝峰，數據與保險經銷：2015，保險業行銷通路決定因素之研究，*風險管理季報*，17卷1期，頁5-28。
- 彭金隆，陳麗如與劉文彬，2014，保險公司銀行保險通路合作策略與效果分析，*經濟論文*，42卷2期，235-269。
- 彭金隆，陳麗如與陳彥志，2017，保險公司銀行保險通路策略會不會受到競爭者行為的影響：動態競爭觀點之探討，*臺北管理學報*，27卷25期，149-176。
- 劉俊廷，吳瑞雲與江朝峰，2017，保險經紀人能否提供較佳的理財服務品質？：台灣汽車責任保險業，*臺北管理學報*，27卷25期，頁119-147。
- 柯宏如，張靜茹與鄭方強，2014，保險業通路與產品優勢對財務績效之影響，*管理季報*，31卷4期，245-262。