



## 產險業經營之核心價值

華南產險 凜志信  
2019.06.11 /09.04

## 大綱

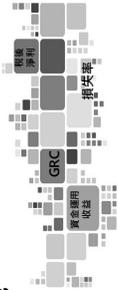
- 1 專業的保險經營，充分發揮保險功能
- 2 有溫度的服務，感受保險人的熱情。
- 3 科技創新與數位化服務，讓保險無所不在。
- 4 響應政策發展，履行企業社會責任永續經營

2

01

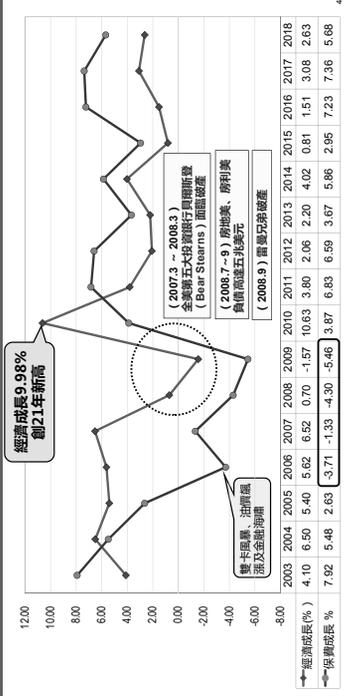
## 專業的保險經營，充分發揮保險功能

總體經濟與市場規模  
產險業經營概況  
G.R.C.



3

## 經濟成長 & 產險業保費成長率



$$Y=C+I+G+(X-M)$$



5

### 產險業發展趨勢與影響因素

#### 變數

- 景氣變化
- 匯率波動
- 貿易戰
- 經營成本提高, 區域政治不穩定
- 金融科技變革
- 法令/制度改變
- .....
- .....

#### 可能發展



6

### 2017 各國保險密度 & 滲透度前20名排行榜

資料來源: 國際保險發展中心

Ranking	Country	Total	Life	Non-Life
1	阿曼群島	12,622.0	490.6	11,632.0
2	阿曼群島	8,313.0	6,756.0	1,557.0
3	香港	6,811.0	3,522.0	3,289.0
4	丹麥	5,772.0	4,215.0	1,557.0
5	盧森堡	5,011.0	3,091.0	1,920.0
6	台灣	4,998.0	4,195.0	803.0
7	新加坡	4,750.0	3,835.0	915.0
8	芬蘭	4,337.0	3,870.0	867.0
9	瑞士	4,067.0	3,870.0	867.0
10	法國	3,811.0	3,855.0	3,716.0
11	美國	4,216.0	1,674.0	2,542.0
12	瑞典	3,811.0	2,873.0	938.0
13	南韓	3,672.0	2,694.0	978.0
14	荷蘭	3,522.0	1,999.0	1,523.0
15	英國	3,446.0	2,222.0	1,224.0
16	日本	3,312.0	2,411.0	901.0
17	加拿大	3,260.0	1,407.0	1,853.0
18	澳洲	3,246.0	1,304.0	1,942.0
19	德國	2,688.0	1,169.0	1,519.0
20	世界	650.0	353.0	297.0

保險滲透度 (Insurance Density)：保費收入除其人口數，也就是平均每人每年的保費支出，代表該國保險業發展的程度的，高國人均保費意義的強度。

保險滲透度 (Insurance Penetration)：即保險費占該國內生產毛額 (GDP) 的比率，代表該國保險業對經濟的貢獻度及重要程度。

Ranking	Country	Total	Life	Non-Life
1	台灣	21.31	17.88	3.42
2	阿曼群島	19.61	0.79	18.82
3	香港	17.94	14.58	3.36
4	南非	13.76	11.02	2.74
5	南韓	11.56	6.56	5.00
6	芬蘭	10.65	8.79	1.95
7	丹麥	10.21	7.46	2.75
8	英國	9.58	7.22	2.36
9	荷蘭	9.54	1.89	7.67
10	法國	8.95	5.77	3.18
11	日本	8.64	6.26	2.34
12	巴拿馬	8.59	2.53	6.06
13	瑞士	8.52	6.30	2.22
14	義大利	8.34	6.30	2.04
15	新加坡	8.22	6.64	1.58
16	新加坡	7.55	3.12	4.41
17	加拿大	7.22	2.82	4.41
18	美國	7.10	2.82	4.28
19	瑞典	6.79	4.98	1.81
20	愛爾蘭	6.79	5.62	1.17
	世界	6.13	3.33	2.81

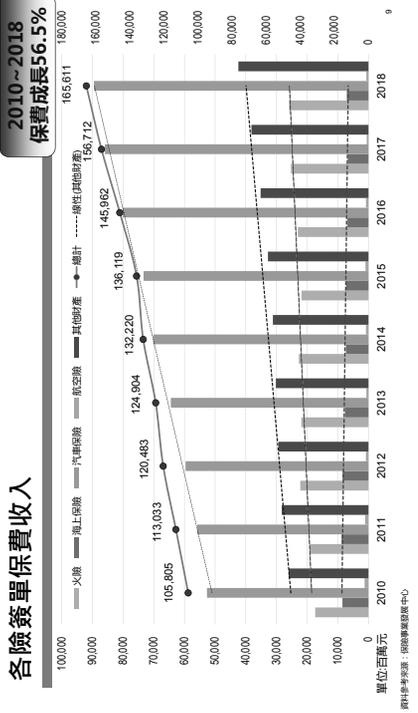
### 保險密度、滲透度

年度	保險密度(元)		保險滲透度(%)	
	總計	財產保險	總計	人身保險
2002	44,330	4,843	9.28	0.95
2003	54,949	4,843	11.33	1.00
2004	62,760	5,089	12.22	0.98
2005	69,225	5,204	13.04	0.98
2006	73,340	4,988	13.27	0.90
2007	86,579	4,904	14.63	0.84
2008	87,971	4,872	15.41	0.82
2009	91,195	4,408	16.27	0.73
2010	104,423	4,558	17.13	0.74
2011	99,514	4,867	16.15	0.82
2012	111,461	5,167	17.63	0.82
2013	115,874	5,344	17.78	0.82
2014	123,885	5,642	18.02	0.82
2015	130,376	5,794	18.26	0.81
2016	138,310	6,201	19.09	0.85
2017	151,750	6,648	20.44	0.90
2018	155,885	7,021	20.68	0.93

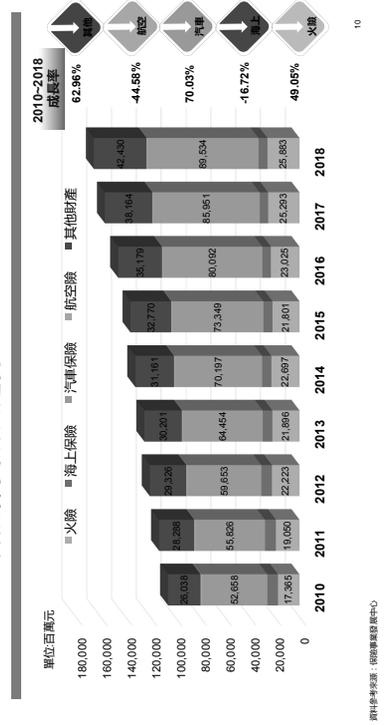
資料來源: 國際保險發展中心

9

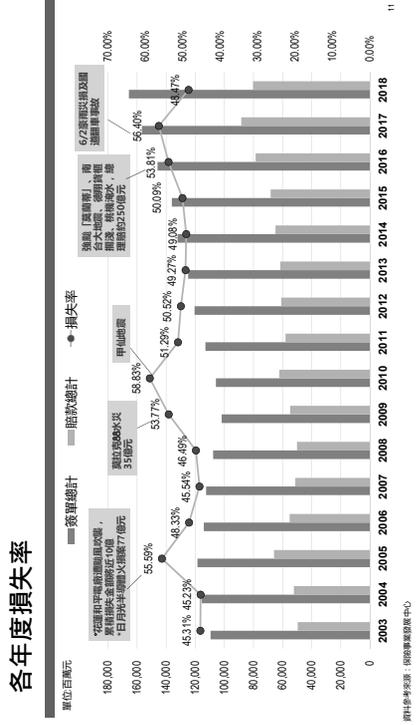
### 各險簽單保費收入



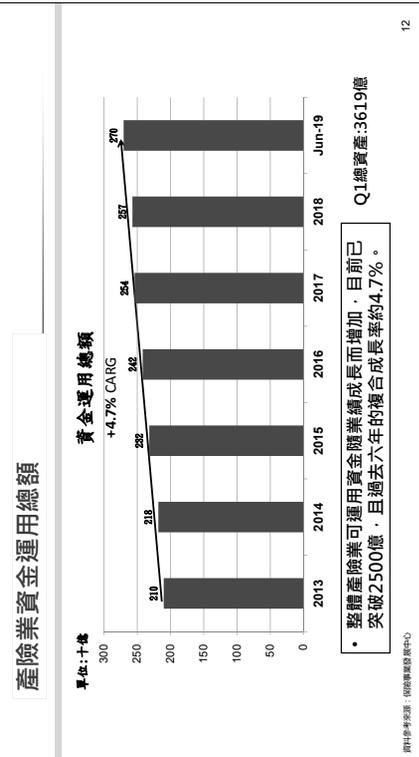
### 2010~2018 各險保費成長趨勢



### 各年度損失率

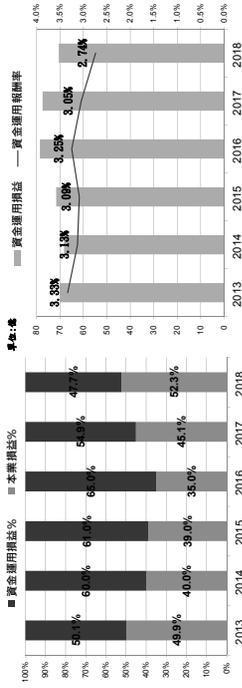


### 產險業資金運用總額



• 整體產險業可運用資金隨業績成長而增加，目前已突破2500億，且過去六年的複合成長率約4.7%。  
Q1總資產3619億

## 產險業資金收益

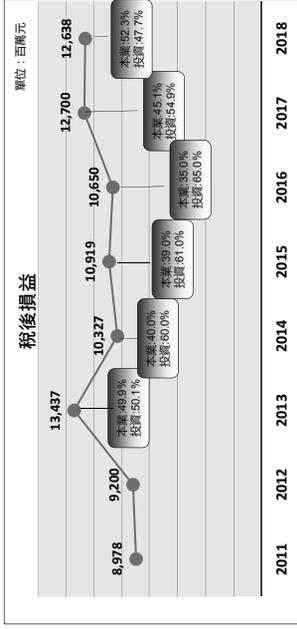


- 資金運用收益為產險業獲利一大支柱，2018年因金融市場動盪加上本業獲利良好，致資金運用收益占比低於本業獲利。
- 資金損益逐年成長，受到近期低利率影響致投報率呈階段性下降趨勢，使產險業近年資金運用收益數大致持平。

資料來源：保險業發展中心

13

## 財產保險業 稅後損益



資料來源：保險業發展中心

14

## 風險管理發展 - 重大歷程

除法令紀律外，建立自律精神  
保險局於民國98年責成保研中心及產、壽險公會成立ERM小組研擬「保險業風險管理應守原則」並於民國99年起施行。

提升ORAM位階，實施罰則規範

公會於民國101年1月5日函請定「保險業內部控制及稽核制度實施辦法」第4條第10款規定之項目包括業務守則所有「處」執行條文，並要求保險公司訂定相關控制作業處理程序並通報董事會通過。

提報至董事會，並負最終責任

公會於民國104年8月6日函請定「自我風險及清償能力評估機制(ORSA)」自民國105年起實施。

## 風險管理



### 保險風險

核保風險、準備金風險、再保險風險、巨災風險

### 信用風險

放款、發行人、交易對手、保險業務招攬人員、再保險人、信用資產組合管理(集中度)

### 作業風險

操作程序(CLD)、自動辨識(PSA)、評估程序(CRAP)、作業性業務風險管理(KORC)、關稅稽課(KRI)、各項工具之追蹤(Action Plan)

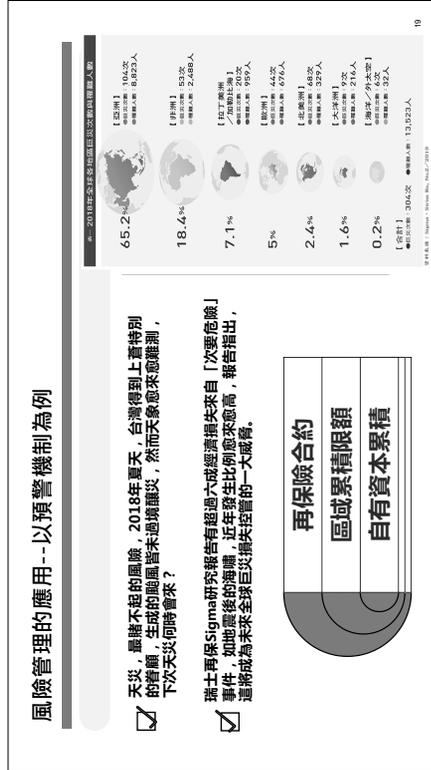
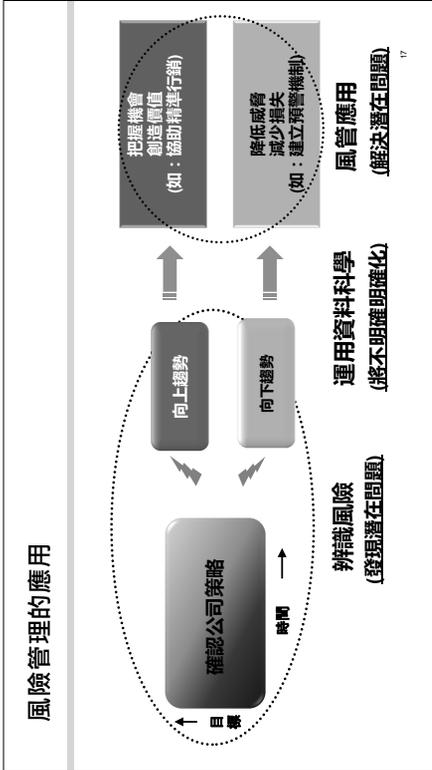
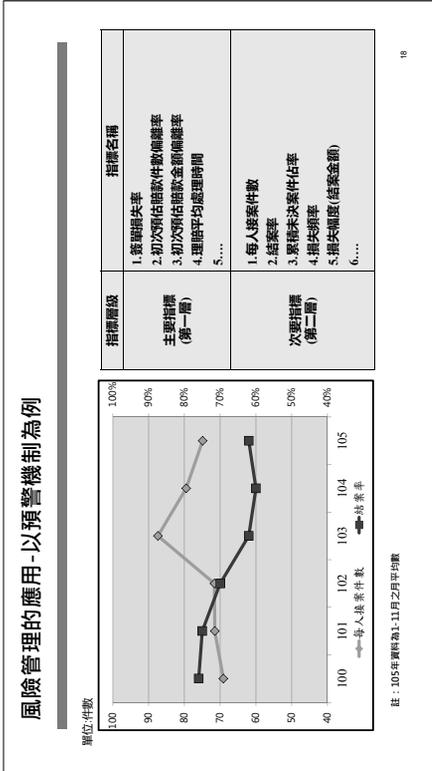
### 市場風險

交易簿、公平價值部位、非交易簿-備供出售部位、交易簿(公平價值)之回購估計情形

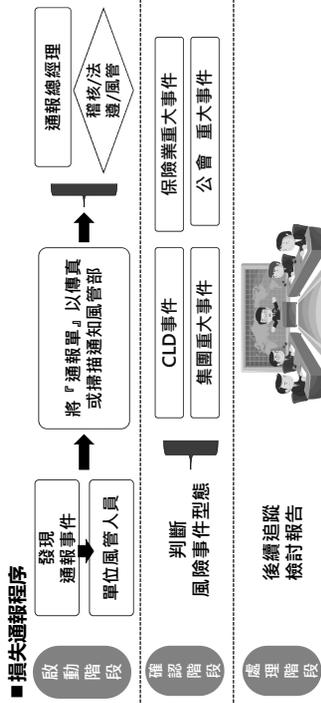
### 資產負債管理

總額與淨額、利率預測、資產負債保險部位之關控與管理、各別流動性指標監控...

15



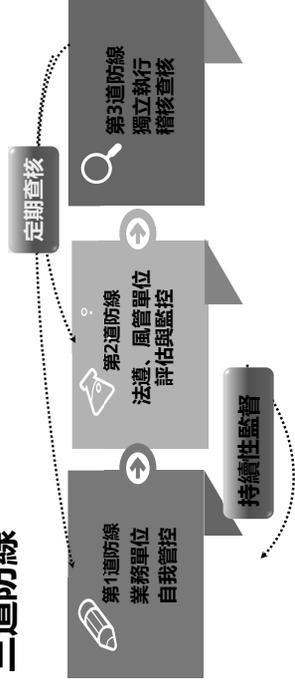
### 風險管理的應用--以突發事件為例



21

### 廣義風險管理防線

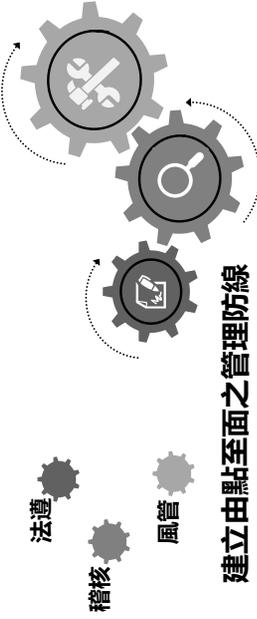
#### 三道防線



22

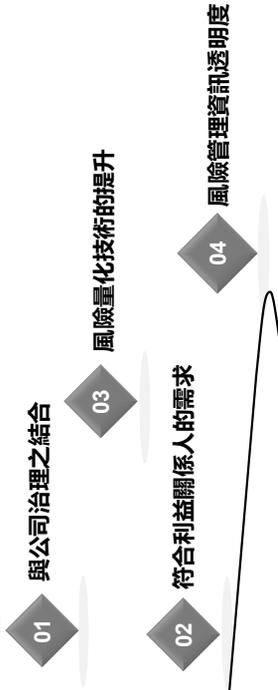
### 廣義風險管理防線--G.R.C.

G.R.C. 平台 (Governance, Risk Management & Compliance)  
建構稽核、風管、法遵之合作平台，提升經營發展



23

### 風險管理未來挑戰



24

風險管理~在於落實與時俱進的完善機制  
「是種文化培養，不只是量化目標的」



上 建構內控、內稽、風險管理，法令遵循(GRC)之文化，  
強化公司治理並保障資訊安全

## 02

有溫度的服務，感受保險人的熱情。



客戶關係管理(CRM)

傳統貼心的保險服務

有溫度的保險數位服務



顧客關係管理(CRM) - 服務就是競爭優勢



管理大師彼得·杜拉克

新經濟就是服務經濟，企業存  
在的目的在創造顧客、服務顧  
客、滿足顧客，服務就是競爭  
優勢。

### 01. 服務客戶(操作型)

- 透過作業流程的數位轉譯，藉由IT技術提升服務效率，提高服務效率上獲得顯著效益，包括：銷售自動化(Sales Force Automation)、行銷自動化(Marketing Automation)與顧客服務(Customer Services)等。

### 02. 了解目標客群(分析型)

- 蒐集客戶互動記錄資料，透過資料探勘(Data Mining)技術，廣泛應用於行銷、客戶服務、產品開發與營運能力，同時強化服務即時反應與品質。

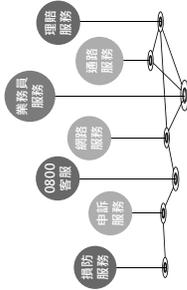
### 03. 滿足客戶需求(協作型)

- 整合企業與客戶接觸與互動的單一通途，包含Call Center、聲訊、電子郵件、社群媒體等，向客戶提供溝通能力，同時強化服務即時反應與品質。

傳統貼心的保險服務

傳統保險服務 - 以人為本，透過大量  
人力投入，提供各項保險服務 -

- 保險業面臨數位轉型的衝擊 -



### 損害防阻專業服務

- 提供企業損害防阻服務、避險措施等
- 舉辦預防研討說明會、案例分享等
- 提供防災設備計畫與研究等



### 事故現場服務

- 車禍現場服務、拖吊服務等
- 重大火警事故現場服務，如：火災、地震、颱風、空難等

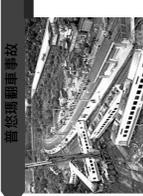


### 理賠及災後關懷服務

- 理賠關懷服務、快速理賠服務
- 協助災後復原、急難救助服務等
- 客戶申訴服務機制等

## 有溫度的保險數位服務 - 以客戶為中心

**事故現場服務**



105.02.06 台南地震事故



**緊急服務中心**



花蓮地震事故



**精進服務行銷策略**



國通火燒車事故





**保險數位服務**

**保險新服務機制興起**

運用科技革新(大數據、區塊鏈、AI等)，創新保險新服務，提升服務效率。包括：理賠自動化、流程機器化、智能客服、行動服務等。

**跨金融科技產業合作**

結合金融科技業者或新創公司等異業合作，提升客戶與保險連結度，擴大服務範圍。例如：網路社群媒體、科技公司、電子支付等。

**虛實通路平台整合**

整合實體、網路數位平台及社群媒體等，提供客戶全方位支援服務，滿足客戶需求。

**精準服務行銷策略**

配合網際網路、人工智慧、應用大數據(人工智慧、AI等)科技，提供精準行銷服務網絡，主動提供客戶更貼心的服務。

30

**03 科技創新與數位化服務，讓保險無所不在**



## Gartner Top 10 Priorities for Financial Services CIOs

**No. 1: Digital**

**No. 2: Revenue/Business Growth**

**No. 3: Customer experience**

**No. 4: Operational Excellence**

**No. 5: Data and Analytics**

**No. 6: Business Model Change**

**No. 7: Cost Optimization**

**No. 8: Modernization of Legacy Systems**

**No. 9: Security**

**No. 10: New Products and Services**

32

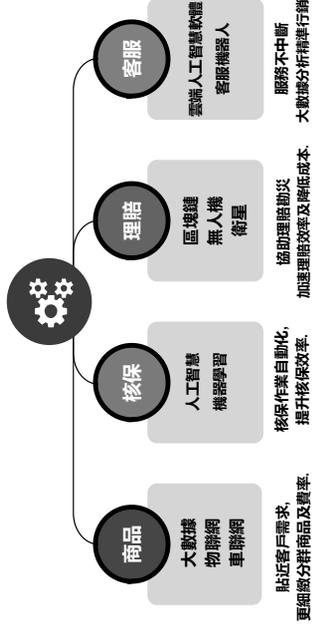
## The Top 10 Digital Insurance IT Imperatives for Ensuring IT Agility and Innovation Success

01. Digital Experience Platform to Support Omnichannel Interactions
02. Ability to Quickly and Efficiently Build and Launch New Insurance Products
03. Robotic Capabilities (Including RPA and AI)
04. Digital Business Platform for Ecosystem Support
05. Data Mastery and an Information Architecture Aimed at Analytics Innovation
06. Business-User-Maintained Workflow and Business Rules
07. Intelligent Processing
08. Improved Integration Using APIs and Microservices
09. Enhanced Cybersecurity
10. Cloud-Based IT Environment



33

## 新科技在保險業的應用



34

## 2030年未來世界新樣貌



科技的變化愈來愈快速，10年後的世界會是怎樣的面貌？  
人類的工作會被機器人取代嗎？  
屆時需要什麼樣的人才？

資料來源: 工商院產業科技發展趨勢報告(分析預測版)

35

## 把AI轉變為IA

機器人並非搶走所有的工作，除非我們讓它們這麼做；若我們不在人力、教育和職業等領域上加速創新，若我們不重新想像從初等教育、工作到終身學習這整條輸送帶，才會發生機器人搶走所有工作飯碗的情境。

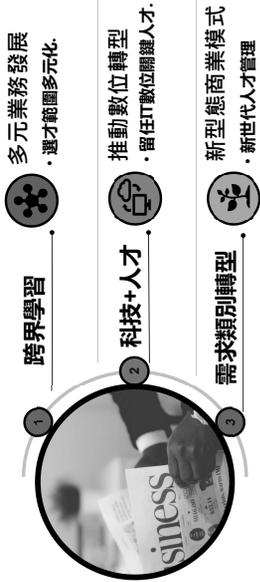


**轉型管理關鍵：是人而非科技  
人類才是導引與掌握方向的主角**

資料參考來源：謝勝輝運到了一場戰爭的理曼

36

## 數位轉型三大關注發展族群



37

## 04

響應政策發展，履行企業社會責任永續經營



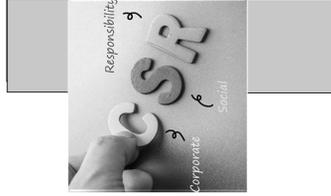
使命 ∞ 責任

38



39

## 保險業企業社會責任



保險業之經營與一般產業無異，除提供保險專業服務，保障社會大眾生命財產安全外，其旨在獲利。

惟保險業為政府特許事業，就善盡企業社會責任言之，必有不亞於其他產業之使命，故取之於社會，必用之於社會，始為保險業經營之道。

保險業應以本身力量積極參與  
關聯弱勢族群，推動知識普及，推廣體育活動及扶植文  
創產業等公益活動，善盡企業社會責任。



40

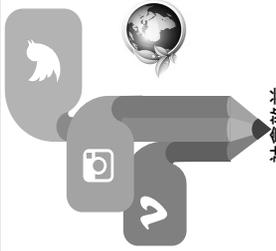
## 聯合國永續發展目標(SDGs)

### 永續治理

- 公司治理
- 誠信經營
- 風險管理
- 法令遵循

### 員工關懷

- 人力招募與多元化
- 員工薪酬與權益
- 人力資本發展
- 職業安全與健康



### 社會效益

- 聯繫弱勢族群
- 推動知識普及
- 支持體育活動
- 支援文創產業

### 金融創新與服務

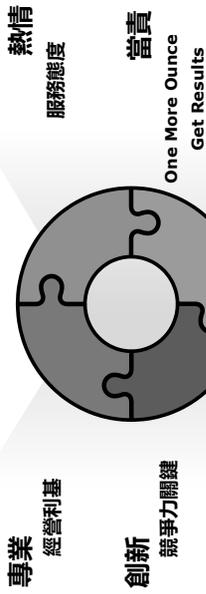
- 發展數位金融與創新
- 重視客戶權益
- 資訊安全
- 創舉效益的金融服務

### 環境永續

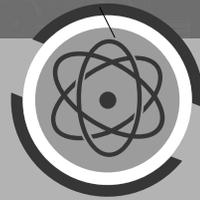
- 環境政策與成果
- 環境政策實踐
- 環境公益活動

41

## 產險業經營核心價值



42



# Q&A

# THANKS

2019.09.04  
South China Insurance

43