

個人保險近況與 未來展望

目錄

0 台灣產險市場介紹

1 互聯網

2 物聯網

3 大數據

4 AI人工智慧

5 台灣產險發展趨勢及未來方向

保險

科技



陳維格

主講人簡歷

現任:
個人保險版塊 資深副總經理
(轄個人保險商品/客戶服務)

經歷

學歷

富邦產險 個人保險功能主管
副總經理

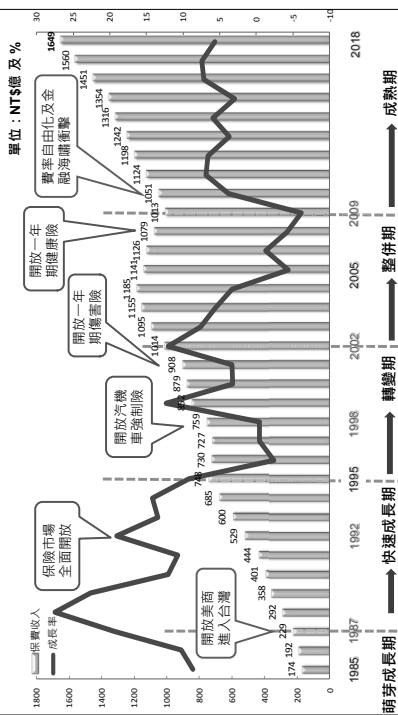
富邦產險 個人保險商品部
資深協理

富邦產險 企劃部
副理

美國哈特福大學 保險碩士
淡江大學保險系

0 台灣產險市場介紹

0. 台灣產險市場介紹：歷年保費收入



5

0. 台灣產險市場介紹：早期產險業－隨經濟發展而轉型

- 1947年：由省屬銀行公庫等投資的台灣產物保險公司正式開業
- 1961年止僅五家產險公司，承保之險種並不多
- 1961年第一家民營保險公司國泰產物保險公司成立(富邦產險前身)
- 險種逐漸由海上保險、火災保險、汽車保險發展至責任保險
- 1985年市場保費規模174億元，產險公司共計14家

萌芽期
(1985之前)

- 保費規模由1985年的174億元成長至1987年的229億
- 國內產險公司由1985年的14家成長至1987年的19家(新增五家外商)
- 1986年起，財政部依中美保險諮詢所獲結論，陸續對美商開放我國保險市場
- 先後核准美商聯邦產物、美國皇家保險、大陸產物、恒福產物、宏泰產物等在台成立分公司經營產險業務

成長期
(1985~1987)

6

0. 台灣產險市場介紹：產險業之轉變

- 1992年市場全面開放，公佈「保險公司設立標準」與「保險業務管理規則」
- 保費規模由1987年的229億元成長至1995年的748億
- 產險公司家數由19家增至23家(本國公司15家，外商分公司8家)
- 1993年成立「財產保險安定基金委員會」
- 1995年財政部公佈「財產保險費率結構」

快速成長期
(1987~1995)

- 保費規模由1995年的748億元成長至2002年的1,014億
- 產險公司家數由23家增至24家(本國公司16家，外商分公司8家)
- 1998年開放汽機車強制險，1999年市場保費大幅成長12%。
- 911事件及國內天災頻仍影響，商業保險費率提高約四成
- 2001年由於一年期壽險的開放，逐漸達成市場規模

轉變期
(1995~2002)

7

0. 台灣產險市場介紹：產險業進入整合期與自由化競爭

- 2002年保費1,014億元，歷經三年成長後下滑至2009年的1,013億
- 加入WTO後，外商改採併購策略，以立即獲得市佔率及營業通路：
 - 東京海上取得新安與統一產險股份，合併為新安東京海上產險
 - 三井住友併明台產險
- AIG併中央產險、友邦產險、美亞產險
- 2001金控成立後之通路改變，著重CRM行銷、壽險銷售及銀保
- 主管機關監理方向轉變為促進市場健全：
 - 財務監管：RBC
 - 財務業務資訊透明(產險業公開資訊)
 - 差異化管理(商品送審分級制)
 - 建立退場機制程序，分為監管、接管或法院重組、勒令停業清理及解散

整合期
(2002~2009)

- 國華產險清償、由台灣人壽招標收購 - 台灣產險(2005)
- 友聯產險因力霸案造成其財務問題，現由旺旺集團(主 - 旺旺友聯(2007))
- 華山產險因財務問題，遭金管會勒令停業清理(2009)

8

0. 台灣產險市場介紹：自由化後的產險業邁入成熟期

- 2009年，費率自由化三階段完成
 - 第一階段(2002)：非政策性保險「附加費用自由化」
 - 第二階段(2005)：1.「危險保費」有限度自由化；2.開放政策性商品附加費用；3.建置商品資料庫
 - 第三階段(2009)：1.除政策性保險「危險費率」外，其他商品由業者自行釐訂費率；2.新商品個人保險採核准制、企業保險採備查制；3.建立費率檢測調整機制
- 2010年ECFA簽訂，開啟台商在中國大陸的市場競爭
 - 重構市場自律及合法合規
 - 保代事件加速公會的自律
 - 2011年通過金融消費者保護法
 - 2013年實施IFRS制度與國際接軌，對財務呈現方式產生衝擊
 - 巨災頻傳導致再保成本增加，經營成本提高
 - 美商聯邦產險退出台灣市場，由富邦承接業務
 - 瑞士商蘇黎世產險退出台灣市場，由和泰汽車完成收購
 - 金融科技創新對產險業既有之經營模式將產生巨大影響與衝擊

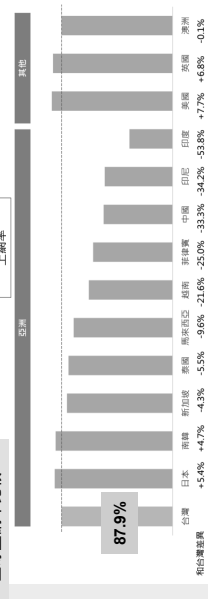
成熟期
(2009~)

9

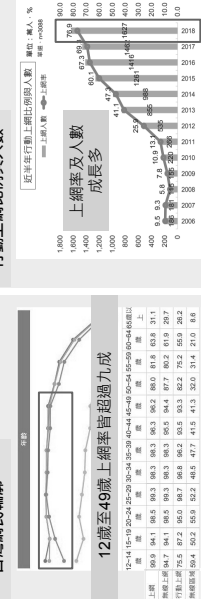
1. 互聯網：台灣人使用網路分析

全球上網率比較

資料來源：2018台灣網路報告



台灣網民輪廓

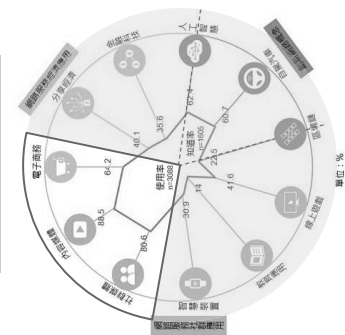


11

1 互聯網

1. 互聯網：保險通路因應互聯網之改變

台灣網民最常使用之服務



調查顯示網民於內容媒體、社群媒體的使用率最高，皆超過八成，電子商務使用率則有六成，都是網路應用較活絡且發展蓬勃的市場。
資料來源：2018台灣網路報告

12

1. 互聯網：保險業的異業合作之路

中國：眾安保險退貨運費險

中國最大
網購平台

- Alexa全球流量排名：8
- 註冊用戶數：約5億
- 固定消費數：約6,000萬
- 在線商品數：8億件
- 平均每件銷售4.8件商品

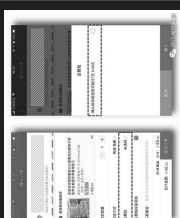
眾安保險

- 中國最大純網路保險公司
- 成立時間：2013年10月
- 三大股東：馬化騰、馬雲、馬明哲
- 三年累計銷售超過72億份保單

2016年阿里開放
合作保險公司

序號	保險公司	產品名稱
1	人保財險	退貨運費損失險
2	華泰財險	網絡購物運費損失保險
3	泰康在線	*核心網絡購物運費損失保險
4	太保產險	網絡購物運費損失保險條款
5	太平財險	網絡購物運費損失保險
6	國聯產險	網絡購物運費損失保險
7	泰康在線	網絡購物運費損失保險(獨家投保險)
8	眾安保險	網絡購物運費損失保險條款

退運險購買場景

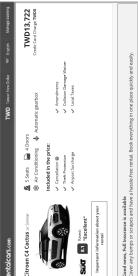


雙十一最大商品
2015年
成交筆數
3.08億
2014年
1.5億筆



1. 互聯網：保險業的異業合作之路

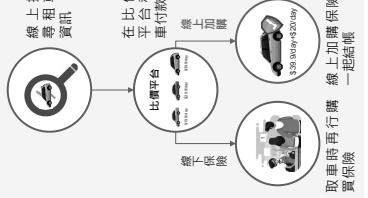
歐美：RentalCover.com租車保險



Rentalcars.com為歐美知名租車平台

- 免費取消
- 保險加購服務

線上租車行為流程



Full Protection ...for complete peace of mind	
At this counter, the car hire company will block a deposit on your credit card. You could lose your whole deposit if the car is damaged or stolen. But as long as you have full protection, RentalCover.com will refund you with full money for cover of the car hire deposit.	
T&Cs and standard exclusions apply. Please read 230303 Terms	
What is covered:	No Protection
> The car's excess	④
> Windscreen, mirror, wheels & tyres	④
> Administration & breakdown charges	④
① Please note: Your own car insurance doesn't cover hire cars.	
Go To Book Without Full Protection	Go To Book With Full Protection

1. 互聯網：保險業的異業合作之路

台灣：電商平台開設保險館

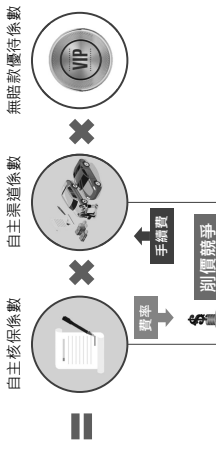
YAHOO! 奇摩

網站排名
5
平均消費者瀏覽時間
4:10
平均消費者瀏覽頁面
4.25
從其他網站進入數
436,198
data source: Alexa



1. 互聯網：保險商品的轉變

中國：互聯網車險



1. 互聯網：保險商品的轉變

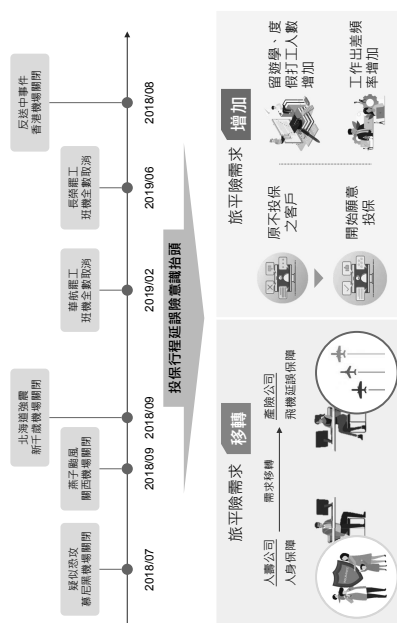
日本：LINE保険 x Mysurance

LINE保險銷售中商品

[illegible]

1. 互聯網：保險需求因應事件的移轉與增加

近期行程延誤/取消事件



1. 互聯網：保險商品的轉變

台灣：新安東京及國泰產險

长龙应因

[illegible]

因應趨勢



暑假遊玩 超值優惠

由即日起至八月三十一日

凡持指定機票 3小時起
定座往返國泰 36,000元

**凡持以下各航空公司
指定 3 小時
點對點往返國泰小樽社
機票者，即可享受 36,000 元
起之國泰航空假期。**

海外航線及國內航線
均可參加，詳情請向
各服務處查詢。

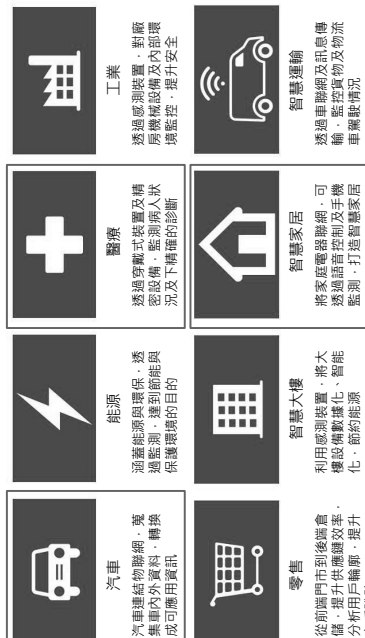
國泰航空假期

航線	國泰航空假期	國泰航空假期
香港至台北	香港至台北	香港至台北
香港至上海	香港至上海	香港至上海
香港至北京	香港至北京	香港至北京
香港至廣州	香港至廣州	香港至廣州
香港至深圳	香港至深圳	香港至深圳
香港至澳門	香港至澳門	香港至澳門
香港至新加坡	香港至新加坡	香港至新加坡
香港至曼谷	香港至曼谷	香港至曼谷
香港至東京	香港至東京	香港至東京
香港至大阪	香港至大阪	香港至大阪
香港至名古屋	香港至名古屋	香港至名古屋
香港至福岡	香港至福岡	香港至福岡
香港至濟南	香港至濟南	香港至濟南
香港至西安	香港至西安	香港至西安
香港至昆明	香港至昆明	香港至昆明
香港至貴陽	香港至貴陽	香港至貴陽
香港至成都	香港至成都	香港至成都
香港至重慶	香港至重慶	香港至重慶
香港至長沙	香港至長沙	香港至長沙
香港至杭州	香港至杭州	香港至杭州
香港至南京	香港至南京	香港至南京
香港至武漢	香港至武漢	香港至武漢
香港至鄭州	香港至鄭州	香港至鄭州
香港至太原	香港至太原	香港至太原
香港至西安	香港至西安	香港至西安
香港至昆明	香港至昆明	香港至昆明
香港至貴陽	香港至貴陽	香港至貴陽
香港至成都	香港至成都	香港至成都
香港至重慶	香港至重慶	香港至重慶
香港至長沙	香港至長沙	香港至長沙
香港至杭州	香港至杭州	香港至杭州
香港至南京	香港至南京	香港至南京
香港至武漢	香港至武漢	香港至武漢
香港至鄭州	香港至鄭州	香港至鄭州
香港至太原	香港至太原	香港至太原

2 物聯網

2. 物聯網：八大應用領域

物聯網八大應用領域



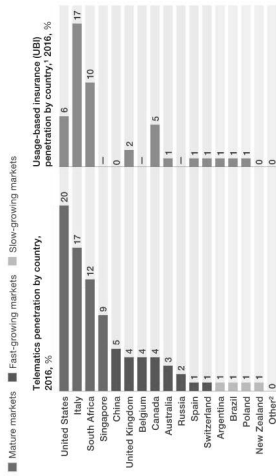
資料來源：Intel及2014物聯網行業應用研究報告

21

2. 物聯網：車聯網於車險的應用

全球使用車載設備滲透率

The United States, Italy, and South Africa have the highest penetration of telematics.



¹UBI penetration for some countries is nonexistent or not reliable and so has not been added.
Countries with telematics penetration equal to 0 or less than 1% are France, Germany, Japan, Mexico, Norway.
Source: McKinsey Center for Future Mobility

22

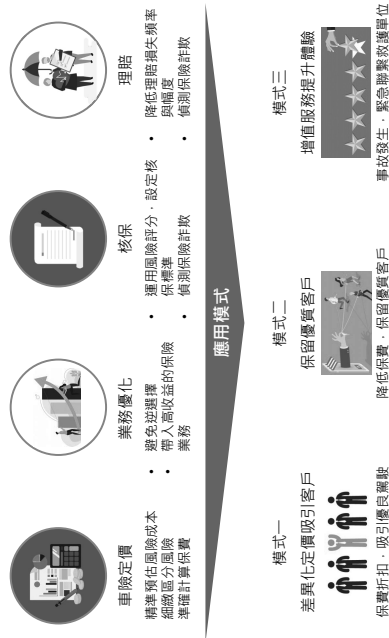


客戶使用原因



2. 物聯網：車聯網於車險的應用

車聯網對保險公司影響



23

2. 物聯網：車聯網於車險的應用

AVIVA



成立時間：2000 / 總部：英國

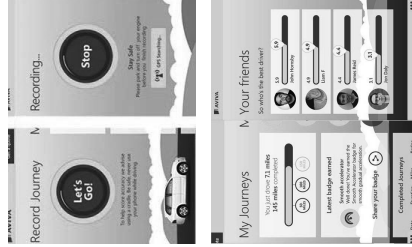
模式

- 收集客戶個人資料、車輛資料和使用情況、駕駛歷史等資料
- 引入車載設備，通過手機App來監控駕駛者最初200英里的駕駛狀態
- 根據駕駛者行為（如加速、剎車和轉彎）資料記錄，開發駕駛風險預測模型，建立個人化車險定價。

成效

- 為安全駕駛者提供最高達20%的折扣。
- 客戶滿意度提高，客戶流失也大幅減小。

24



2. 物聯網：車聯網於車險的應用

Metromile

metromile

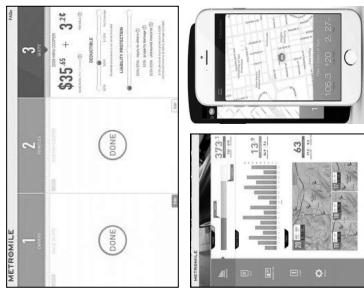
成立時間：2011 / 總部：美國

模式

- 提供免費OBD裝置和配套手機應用，通過客戶安裝的設備追蹤行駛里程而繳納保費，實現了「按駕駛里程收費」。
- 計算費率的唯一依據就是駕駛里程，與駕駛時間、地點與方式無關。
- 為鼓勵客戶使用提供免費的無線服務，客戶無須對流量付費。

成效

- 數萬位美國客戶使用，每月支付15-40美元的固定費用以及2-6美分/英里的使用費。
- 平均計算，年行駛里程在10000英里的駕駛者節省40%的費用。



25

2. 物聯網：穿戴式裝置於健康險的應用

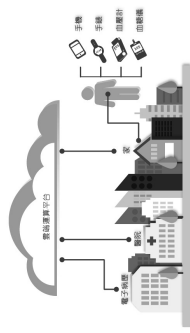
個人化醫療：4P醫學



瞭解基因與疾病的關係，達到個人化適時適量的診斷與治療方式

預防個人未來可能發生的疾病及最佳化的治療方式

預防勝於治療，積極保健預防是重要課題



穿戴式裝置於保險業之應用

大量收集數據 分析健康、弱體 差異 合理保費定價

資料來源：Genet微點（精準醫療4P以病患為導）

27

2. 物聯網：車聯網於車險的應用

Liberty Mutual

Liberty Mutual
INSURANCE

成立時間：1912 / 總部：美國

模式

- 為公司車或大型車隊提供GPS跟蹤監控設備。
- 可通過設備回傳的里程數、車速、加速情況和位置等資訊，說明車隊監控並改善司機駕駛習慣。

成效

- 開發車輛安全管理，從而有效控制風險。



Safety Score

駕駛分析工具，有助於降低高風險駕駛和節省燃料費用。

Fuel Card

綁定駕駛人之自動化加油卡，幫助追蹤實際的燃油成本，節省用油。

Insurance Discount

改進駕駛的安全性，即可獲得保費折扣。

28

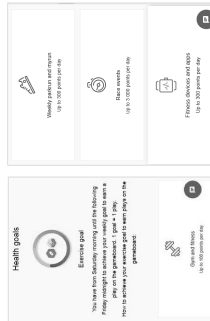
2. 物聯網：穿戴式裝置於健康險的應用

Discovery Insure

Discovery
Insure

成立時間：1992 / 總部：南非

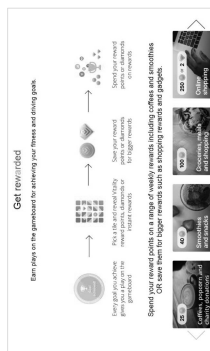
每週健康目標



Discovery Vitality

- 推出Vitality健康計畫
- 鼓勵保戶運動、健康飲食並使用穿戴裝置
- 將健康計畫「遊戲化」，集點換優惠
- 優惠包含健身優惠、飲食優惠等，還有機會換到國外旅行

達到目標抽點數或鑽石，換獎品



29

2. 物聯網：穿戴式裝置於健康險的應用

Cigna康健人壽



成立時間：1792 / 總部：美國

模式

- Cigna與Bodymedia合作使用Bodymedia手錶作為體感預防與管理的工具
- 與企業客戶合作，企業雇主的員工配戴Bodymedia裝置，追蹤員工健康狀況。
- 建立機制，鼓勵員工養成良好生活習慣。

成效

- 降低企業員工患糖尿病機率，從而降低企業醫療險成本。
- 配戴客戶睡眠及鍛煉資料，形成客戶健康檔案，制定更加個人化的保單價格。



29

2. 物聯網：穿戴式裝置於健康險的應用

國泰人壽



成立時間：1962 / 總部：台灣

- 推出Cathay Walker走路計畫
- 鼓勵機制：日走7,500步送30元7-11現金兌換券
- 投保機制：日走7,500步獲得Walker專屬保單增額

國泰人壽
CATHAY WALKER
走路計畫 送現金 送保險

自己Walk

2013.7/1-9/30
活動辦法
凡參加Cathay Walker走路計畫者，每日行走步數達7,500步，即可獲得30元7-11現金兌換券一張。

揪團Walk

2013.7/1-9/30
一起賺現金6,666元！
邀請1-10位好友一起參加，
每邀請一位好友參加，即可獲得1,111元現金兌換券一張。
邀請10位好友參加，即可獲得11,111元現金兌換券一張。

納入揪團機制

凡參加Cathay Walker走路計畫者，每日行走步數達7,500步，即可獲得30元7-11現金兌換券一張。
凡參加Cathay Walker走路計畫者，每日行走步數達7,500步，即可獲得30元7-11現金兌換券一張。

30

2. 物聯網：智慧家居於家財險的應用

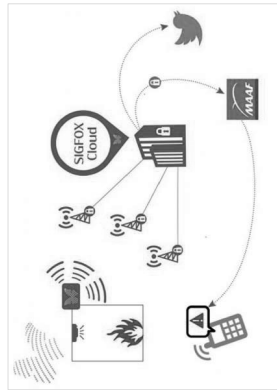
MAAF



成立時間：1950 / 總部：法國

法國 MAAF 保險公司和網絡公司 Sigfox 合作，Sigfox 生產煙霧與移動探測器

- 消費者安裝家庭安全裝置後，會在有人闖入或發生火災被觸發時向消費者發送簡訊。
- 及時發現和緩解風險，從而降低理賠成本

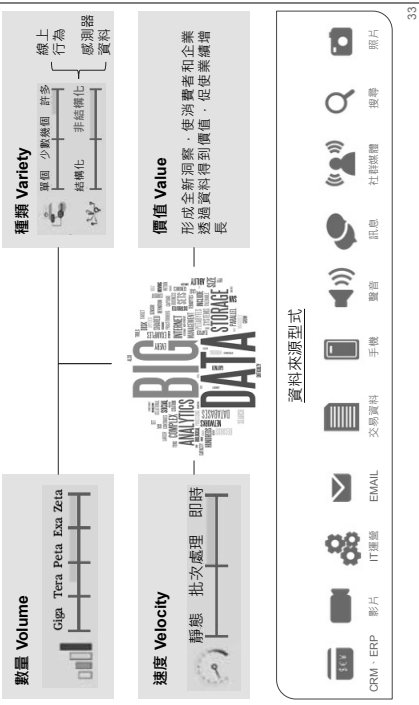


31

3 大數據

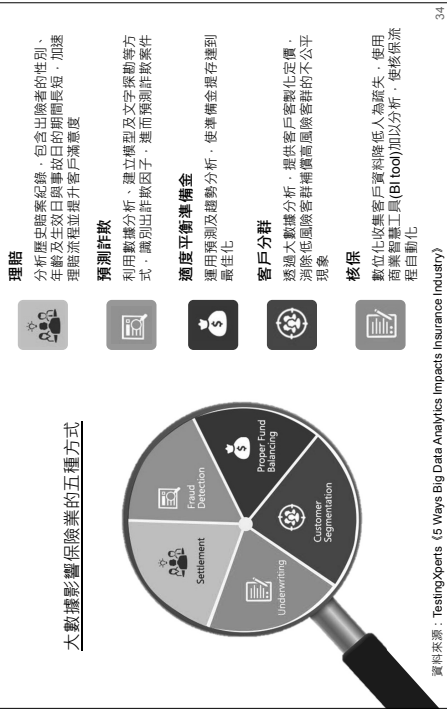
32

3. 大數據：巨量資料的時代



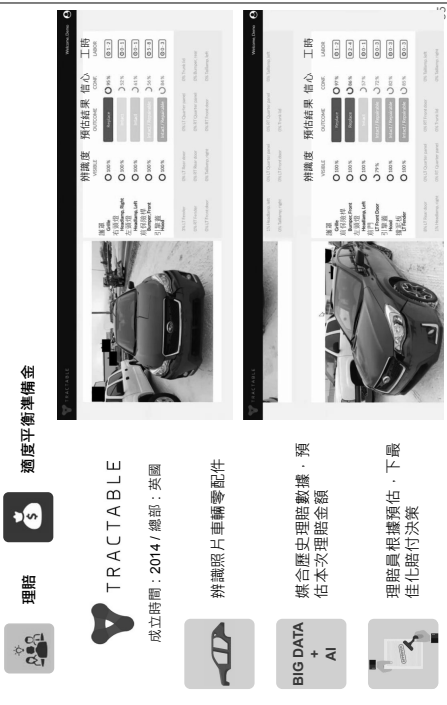
33

3. 大數據：於保險業之應用



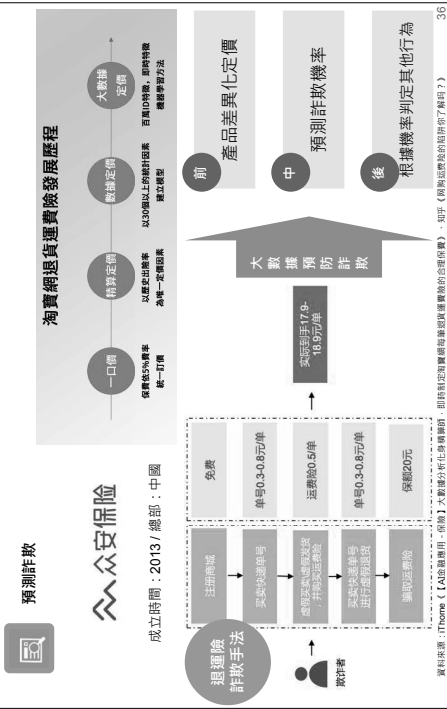
34

3. 大數據：於保險業之應用



35

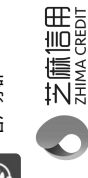
3. 大數據：於保險業之應用



36

3. 大數據：於保險業之應用

客戶分群



阿里巴巴集團螞蟻金服旗下第三方信用評估，及信用管理機構——芝麻信用管理有限公司推出的個人信用評分。

芝麻信用服務主要依託客戶在阿里巴巴旗下事業的信息，運用大數據及雲計算技術呈現個人的信用狀況，通過連接各種服務，讓每個人都能體驗信用所帶來的價值。

成立時間：2015 / 總部：中國



3. 大數據：於保險業之應用

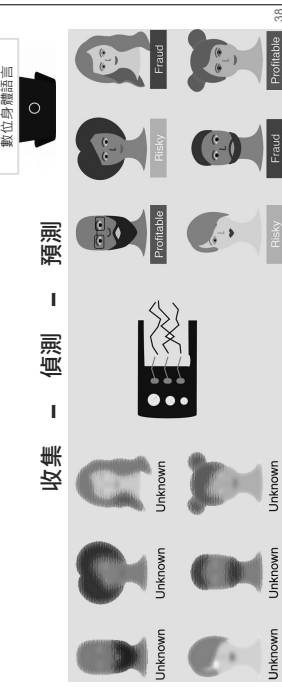
核保



透過收集客戶即時的「數位身語語言」，如修改答案、複製貼上、回答特定問題產生遲疑等多種行為特徵，提供「故意分數」

運用演算法，預測客戶的風險及詐欺程度

成立時間：2017 / 總部：美國



4. AI人工智慧：台灣產業導入AI現況

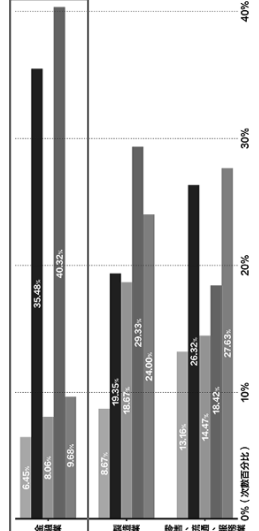
組織型態 VS 分群

「金融業」已投入AI分析者高達58%，是相對啟動較早也有一定規模的產業

AI團隊組織型態概觀 - 產業

■ 獨立AI分析團隊，整合外部資源打造系統

■ 跨部門組織，整合外部資源打造系統



4 AI人工智慧



4:1 擊敗世界棋王



看到一張偏暗的照片，系統會自動幫助你調整曝光，讓照片更亮點

一



Facebook messenger



某合各大保險公司
車險商品及報價

35



個性化服務與體驗

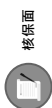
個性化服務與體驗 串接內外部資料定價

固定化服務與體驗 串接內外部資料定價 客服機器人加入

固定化服務與體驗 串接內外部資料定價 客服機器人加入 串接內外部資料防詐



24

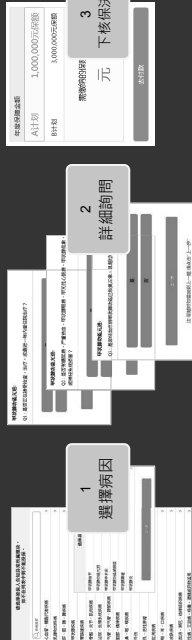


—平安e生保plus—
全民百万医疗险

上市時間：2016 / 保險公司：平安財險



地址:



44

4. AI人工智慧：保險業應用

客服面

uniphore

對話式人工智慧新創公司

成立時間：2008 / 總部：印度

2019/08再度募資5,100萬美元

金融業投資者

BNP PARIBAS

MetLife

語音分析工具

分析業務人員與客戶的對話紀錄，瞭解客戶的需求及喜好

虛擬語音助手

有即時客戶分析支援，提供真實自動服務介面及即時資訊，使客戶服務流暢且高效率

語音識別技術

識別客戶獨特的聲音模式，驗證客戶本人真實性，達到客戶資料安全及預防詐騙之目的

45

4. AI人工智慧：保險業應用

客服面

GEICO Voice



GEICO's Virtual Assistant, Kate

- 詢問保單承保範圍及繳費資訊等



Google + GEICO

- 請求道路救援
- 理賠進度查詢
- 瞭解保單條款



Alexa + GEICO

- 理賠進度查詢
- 瞭解保單條款

46

4. AI人工智慧：保險業應用

流程面

Lemonade

成立時間：2015 / 總部：美國

- 客服機器人主導整個理賠流程
- 大數據媒合相似歷史賠案
- 運用演算法預測理賠詐欺
- 數秒內匯入款項

自動理賠流程



下載APP



客服機器人 AI JIM



上傳照片



上傳單據



如：報案證明



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據



上傳單據

47

5 台灣產險業發展趨勢及未來方向

48

5. 台灣產險業發展趨勢及未來方向



積極跨業合作，拓展客戶接觸點

- 由跨售、銀保、車商、電銷等傳統通路，走向網路/電話行銷
- 產險公司利用網站提供電子商務服務，並擴大至行動平台
- 異業結合以擴大客戶基礎，如保全業、便利超商、量販店



整合內外部資料，大數據完成客戶全視圖

- Data Mining及CRM的分析內部資料，瞭解客戶樣貌
- 外部大數據之應用，區隔不同之客戶群，建立以市場需求為導向，適合不同行銷通路特點的商品行銷體系
- 運用行動科技提升效率，創新提昇滿意與忠誠度



培養專業人才，打造公司發展保險科技基礎

- 培養基本經營專業人才及跨領域創新人才
- 規劃完整訓練與留才計劃
- 與國內外各類產業交流，拓展人才視野與想像

謝 謝 聆 聽