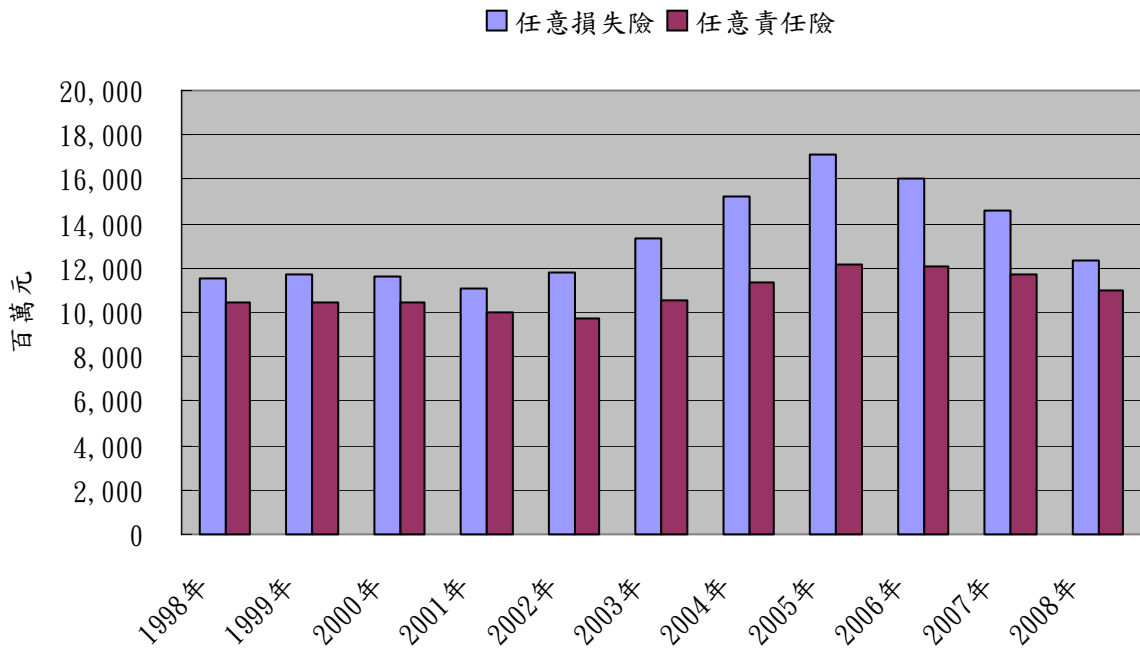


我國汽車損失保險經營之展望

淡江大學保險系副教授 賴曜賢先生

一、特殊的汽車保險業務結構

在許多國家裡汽車保險幾乎都是產險公司的經營主力，我國也不例外，然而比較特殊的是，絕大部分的國家汽車責任保險業務量總是大於汽車損失保險，在我國情況卻正好相反。如圖一所示，汽車損失保險業務量規模一直以來總是大於責任保險，所以在我國汽車損失保險也一直是產險業者經營時最重要、也是最賴以生存的險種，然而近幾年來業務量的發展趨勢卻令人憂慮。



資料來源:保險事業發展中心，汽車保險業務統計年報。

圖一 全體產業近十年來任意汽車損失險與責任險保費收入比較圖

二、汽車損失保險業務發展危機

由圖一有關於近幾年來全體產業汽車損失險保費收入狀況的比較，很明顯可看出，保費收入在二〇〇五年來到最高峰，此後就連年下降，其中任意汽車責任險雖亦有相同狀況，其幅度卻不若汽車損失險明顯，這對經營汽車險的產險業者而言，是值得嚴重關切的警訊，因為保險業的經營雖是以營利為目標，但沒有業務就不可能有利潤產生，業者的生存就受到威脅，因此我們有必要來探究汽車損失險業務量(以保費收入反映)萎縮的原因，讓我們就從其構成部分談起。

關於使用於汽車損失險保費收入的構成，我們可以將其分解為三項因素如下：

$$\text{保費收入} = \text{費率} \times \text{保險金額} \times \text{投保車輛數} \quad (1)$$

在此一結構式中，保險金額是取決於被保險汽車投保時的價值，並非變動因素，亦即保費收入的變動非保險金額因素可以左右，因此真正左右保費收入的因素就只有費率與投保車輛數兩項而已。為了方便觀察這兩項因素對保費收入的影響，我們暫時忽略個別投保車輛間之危險程度及投保車價差異，則公式(1)可以進一步表示為：

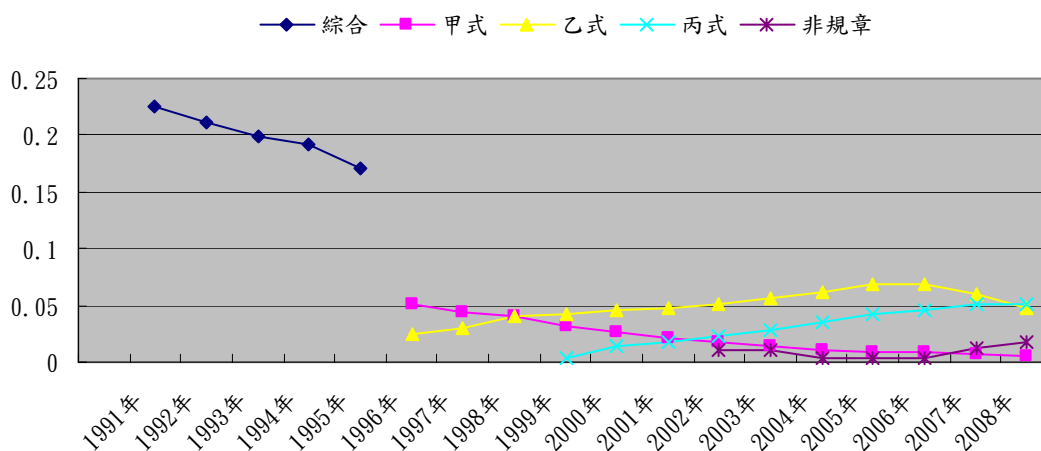
$$\text{保費收入} = \text{平均保費} \times \text{投保車輛數} \quad (2)$$

其中 平均保費=平均費率×平均保險金額，如前所述，由於保險金額係由客觀的車價所決定，我們可以將之視為常數，因此，平均保費與平均費率的變動是同向的，觀察平均保費的變動等於也觀察到平均費率的變動。就讓我們從平均保費與投保車輛數兩因素分析起。

三、汽車損失險業務量萎縮原因探源

如圖二所示為近二十年來我國汽車損失險投保率趨勢圖，其中綜合損失險在一九九六年以後由汽車車體損失險甲乙式所取代，再經過四年，又新增了丙式，非規章保險在二〇〇二年以後才漸漸生成。由於我國汽車數量一直以來都是正成長的，但從圖二的觀察中卻發覺，損失險的投保率在綜合損失險時代是逐年下降的，綜合損失險改制為車體損失險

甲、乙式以後更陡降，之後乙式維持平穩，甲式則續降，另四年以後丙式的出現拉抬了一些投保率，非規章保險則幾乎不具影響力。

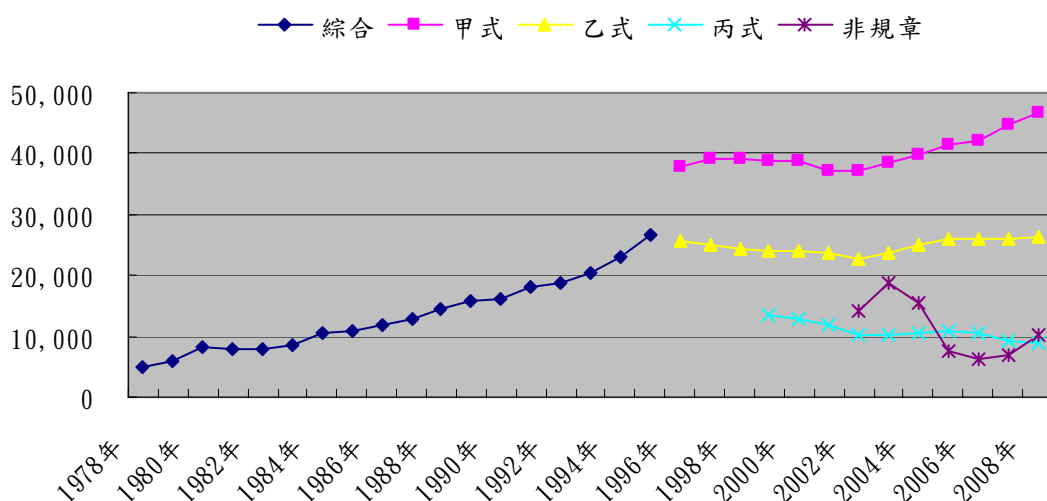


資料來源:保險事業發展中心，汽車保險業務統計年報；交通部，交通統計年報。

圖二 近二十年來我國汽車數量成長與車損險投保率趨勢圖

另一方面，有關平均保費的發展，如圖三所示，為近三十年來我國各種汽車損失險平均保費發展趨勢圖。比較一下圖二與圖三線圖的發展，我們發現，除了非規章保險的發展不太規則(因個別公司商品內容不一所引起的)難以分析以外，其餘四險種投保率與平均保費的發展均呈負相關，亦即平均保費愈高者投保率愈低，平均保費愈低者投保率愈高，這顯示汽車損失險消費者對費率的高低有相當高的敏感度，藉此我們可由公式(2)推知，當費率提升的速度趕不上投保率下降的幅度時，保費收入就逐漸萎縮了。說得更直接一點，由圖一觀察到近幾年來汽車損失險業務量的萎縮，其直接原因恐怕與費率的不斷提高有相當因果關係！何以至此，讓我們進一步分析如下。

有關汽車損失險消費者對費率的高低有相當高的敏感度一事，擁有數十年經營車險經驗的產險業者不可能不知，但為何仍執意提高費率呢？此事不能不提專營汽車保險業務車商保險代理人(以下簡稱車商保代)的崛起。由於汽車保險業務多屬具個人險業務性質，每單平均保費收入相較於一般商業險種低許多，因而墊高了業務取得成本，以致於業者欲在

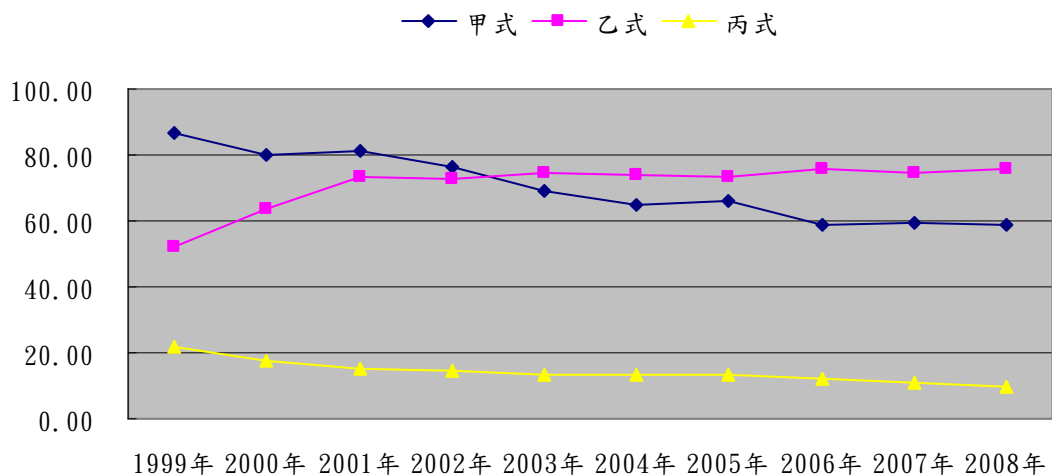


資料來源:保險事業發展中心，汽車保險業務統計年報。

圖三 近三十年來我國各種汽車車損險平均保費發展趨勢圖

汽車保險業務經營上謀取核保利潤倍加辛苦，這使得產險業者亟於透過經紀人或代理人等保險業務輔助人系統的協助，來降低業務取得成本，當然前提是保險業務輔助人系統有辦法自行降低業務取得成本才行，不然保險輔助人無法於市場上立足，車商保代的興起正好符合這樣的條件，因為車商保代幾乎都是汽車市場上的主要經銷商所成立，擁有汽車販賣與維修方面常與汽車使用消費者直接接觸的利基，因為有相當容易接近市場之便，其取得汽車保險業務之成本遠低於產險業者，才會使得產險業者與車商保代間之合作一拍即合。車商保代崛起於一九八〇年代初期，其家數不超過十家，但迄今其在任意汽車保險市場之業務量占率已超過 30%，某些車商保代一年之業務量甚至於超過一家產險公司任意汽車保險業務量總和，顯見其影響力，也使得車商保代對產險業者代理汽車險業務有了相當大的利益請求力量，要求提高佣金率是可想而知的，但最令產險業者難以承受的是，車商保代將車主對汽車損失險的投保視為服務其買車與維修保養汽車客戶的工具，藉此增加車商本業維修與保養汽車業務收入，致使產險業者付出過多非意外事故所致的賠款支出，這麼推論不是沒有道理，理由是非意外事故的發生若是純粹出於被保險人單方行為所致，保險業者事實上有許多核保與理賠手段可以因應，然而汽車的維修與保養對車商而言，是主要

的收入來源之一，鼓勵甚至於給優惠予汽車損失險被保險人對被保險汽車做維修與保養，會大幅增加車商收入，產險業者既無力對抗車商保代，只能默許被保險人與車商保代聯合製造非意外事故，而墊高了賠款支出，典型的證據之一如圖四所示。在圖四中所顯示者為近十年來汽車車體損失險甲、乙、丙式損失頻率數據比較圖，由於丙式承保範圍只限於賠付車碰車損失(是大部分合理車損險事故原因)，又必須有警方肇事紀錄的佐證，如此保證了被保險人的求償很難出自於非意外事故，但甲、乙式卻難以有如此的特質來防範產險業者對非意外事故的賠付，而於圖四中我們很清楚地可看出甲、乙式的損失頻率高出丙式數倍，超越了一般車損險理賠經驗所想像範圍，顯然在甲、乙式裡有一部分求償事故非出自於意外事故。因此，面對車商保代，產險業者一方面付出高額的佣金，二方面賠款支出又居高不下，致使汽車損失險業務的利潤空間受到嚴重擠壓，但卻又難以抗拒與車商保代往來(車商保代動輒以拔除所有代理業務使業務量劇降來威脅產險業者)，不得已採提高費率之下策，終於導致業務量不斷萎縮。



資料來源:保險事業發展中心，汽車保險業務統計年報。

圖四 近十年來汽車車損險甲乙丙式自小客損失頻率發展趨勢圖

四、契機與商機

面臨汽車損失險業務量不斷萎縮，除了提高費率舉措以外，產險業者事實上也針對不當賠款的抑制採行種種措施，只是過去所施行的因應對策，效果有限者有之，無效果甚至反效果者亦不少見。前者如丙式的推動，雖提高了些許投保率，但對被保險人限縮了賠償範圍，從圖二中亦可看出其業務成長緩慢而有限；後者如甲式的推動，自開辦以來投保率就不斷萎縮，迄今投保者已所剩無幾，等於名存實亡，是無效的典型代表；另外變動式自負額如 3000/5000/7000 元者的採行，不但無法抑制不當賠款，反而造成積案弊端，讓業者付出更多的賠款。

以上產險業者所施行的各種改善方案不見良好成效，疑係是方法論上出了問題，因為這些方案至少有兩方面可議之處。其一，絕大部分措施著重在除弊而非興利，不過是一味地抑制賠款支出，反而招來部分被保險人更嚴重道德危險事故的反撲。其二，如前已述及，保費收入的萎縮其根本問題不在被保險人而在車商保代，光針對被保險人出手，當然難有成效。那麼應該朝何方向改善呢？以下是本文的建議。

既然業務量萎縮的根源在車商保代，我們就必須針對車商保代提出因應之道，而要提出因應之道，就必須先了解車商保代的限制。首先若將圖二各種損失險同一時期的投保率予以加總，大略上可知，近幾年來所有損失險投保率最多僅有 13% 之譜，若仔細分析被保險汽車使用年份，便可發覺大部分屬一、二年以下新車，而一、二年以下新車正是車商保代企業集團(指同一廠牌之汽車經銷商維修廠與保險代理人)可以掌握的對象，車商保代擁有接近新車消費者的絕對優勢，係產險業者難以取代的，針對此部分的汽車市場產險業者恐怕難有有效措施因應車商保代，不過也不必因此而消極以對，因為從積極觀點來看，現行汽車損失險市場最多有 13% 的投保率意味著至少有 87% 的市場待開發，這部分車商保代企業集團並不存在接近客戶的絕對優勢，對產險業者而言如此龐大的市場如能有效開發，其業務量恐怕是現行數倍之多，其商機不可限量。

其次，如前所述，車商保代企業集團從產險業者手中獲取之利益，除了超高的佣金以外，更大的就是非意外事故所生的維修被保險汽車賠款收入，關於此事實上與現行產險業對被保險汽車受損賠付方式有關。按現行汽車損失險保單條款規定，為避免有重複賠償弊

端(事實上保險公司對被保險汽車受損部位拍照存證即可防止)，保險公司對受損被保險汽車的賠付係採直接修復方式，這使得產險業者必須依賴車商保代所屬之維修廠修復被保險汽車，才讓被保險人與車商保代有聯合製造非意外事故的機會，如改以現金賠付方式取代，此一弊端應可有效遏止。

綜合以上兩點所述，針對汽車損失險的經營，產險業者未來宜朝向針對舊車市場開發以賠付現金方式為主的商品，才得以有大幅提升業務量並進而獲得核保利益的機會。

