

| | | |
|------------------|---------------------------|----------------------|
| Bitcoin 虛擬貨幣 | Block Chain 區塊鏈 | 第三方支付 |
| 行動支付 e-Wallet | FinTech 數位金融 | P2P貸款 |
| AI人工智慧 機器人 | IoT & Big Data 物聯網、大數據 | Bank 3.0 |
| | | Crowdfunding 群眾募資 |

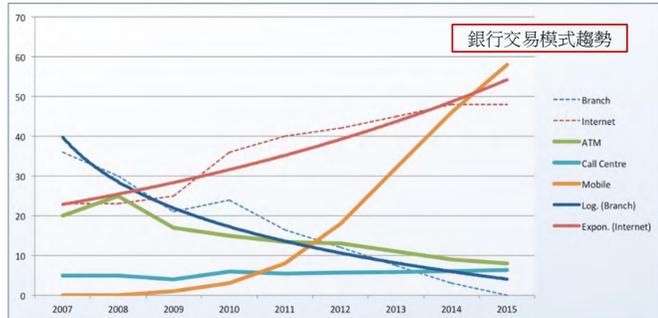
Bank 3.0: The Future of Banking

Bank 3.0 (2014) : 作者 Brett King



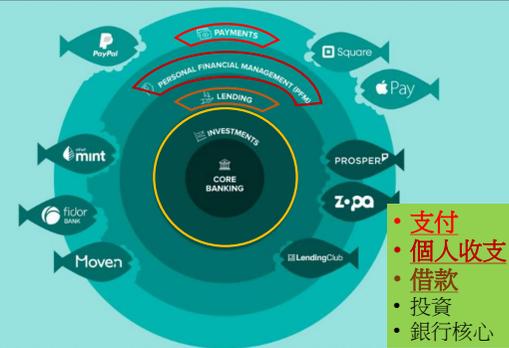
• Presenter: Job O. Otian'ga
March, 2016

銀行交易模式趨勢



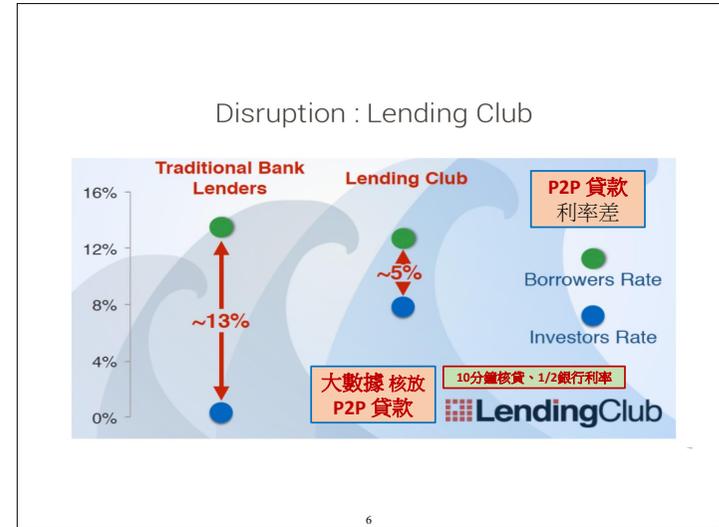
source: ABA, Nielsen Research, Javelin Strategy & Research

Fintech is chomping at the fringes.



- 支付
- 個人收支
- 借款
- 投資
- 銀行核心

Source: Thomas J. Lovetto 9



Bank 3.0: The Future of Banking

- ▶ 銀行交易行動化 (手機網銀App)
- ▶ 零售交易將由行動支付 (含電子錢包) 主導
- ▶ 使用 NFC 手機或感應式金融卡在ATM提款
- ▶ 分行數大幅減少, 全面數位化
- ▶ 分行變為『品牌旗艦店』與『迷你店舖』
- ▶ 銀行理專變成 Pepper (機器人)
- ▶ 日本銀行將外部的 ATM 網路外包給7-Bank

Presenter: Job O. Otian'ga
March, 2016

"2/3 of Contactless Payments Since October Have Been Through Apple Pay"

-TIM COOK, CEO, APPLE

Apple Pay 搶佔美國 行動支付市場

"Apple Has Now Signed Up 750 Banks & Credit Unions For Apple Pay"

-TIM COOK, CEO, APPLE

Big Data 企業成功經營之鑰



成功案例：

- Amazon
- Netflix

15/3/2017

FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

9

Amazon Prime會員

- 亞馬遜 Prime 會員：年費99美元（約台幣3,000元）

Prime會員優惠：

- 任何訂單：免運費、兩天到貨服務（Two-day shipping）
- 訂單金額超過35美元，可獲得當天到貨服務
- 主要大城市：2小時到貨
- 免費音樂：超過200萬首歌
- 無限雲端照片存儲服務
- Amazon Student：免費試用6個月

大數據：是Amazon
推出Prime會員制度
的策略依據

15/3/2017

FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

10

Amazon Prime會員策略成功

- 美國近半家庭擁有Amazon Prime會員
- 超過50%的亞馬遜的消費者是Prime會員
- Prime會員消費金額比一般會員高出一倍以上
- Prime會員的超高續約率（90%以上）
- Prime會員成交總金額（GMV）已經佔到近6成
- 高收入家庭有超過70%是Amazon的Prime會員
- Amazon Prime會員在平台消費頻率越來越高
 - 每週都會在Amazon購物的人已經超過20%。
 - 每個月造訪1到3次的人則已經接近50%

15/3/2017

FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

11

Big data is the future. Will banks crack the code?

百事達 不敵Netflix，2010年申請破產

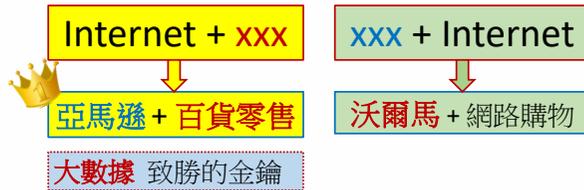
Netflix, like Amazon, is a flywheel that keeps spinning faster: As it gets more subscribers, it gets more data and more money to fund more content, which in turn helps it bring in more customers, and on and on, ever faster.

越多用戶，越多大數據，越多資金，建構更多影片吸引更多用戶

- Farhad Manjoo, NYT Columnist

12

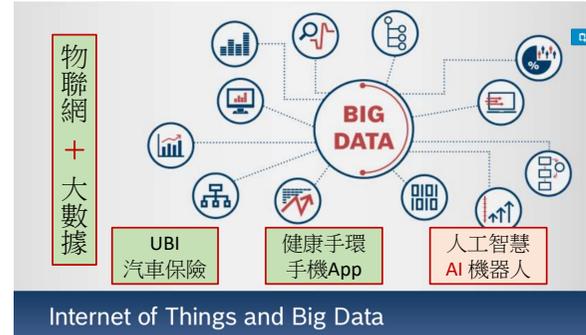
Internet Plus (互聯網加)



15/3/2017

FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

13



15/3/2017

FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

14

2017-01-18 天下雜誌615期 作者：林之晨
AI 搶工作 人如何往高處爬



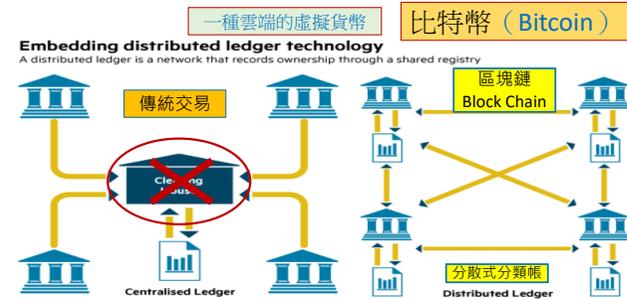
人工智慧
AI 機器人

同時間，日本富國人壽 (Fukoku Mutual Life Insurance) 發布消息，今年起將以IBM華生人工智慧，取代該公司三十四位理賠人員，預計每年可省下約三千五百萬台幣的薪資，並提升理賠處理效率達三〇%。換言之，AI正式開始接管人類社會的白領工作，不但成本更低，且工作表現更好。

15/3/2017

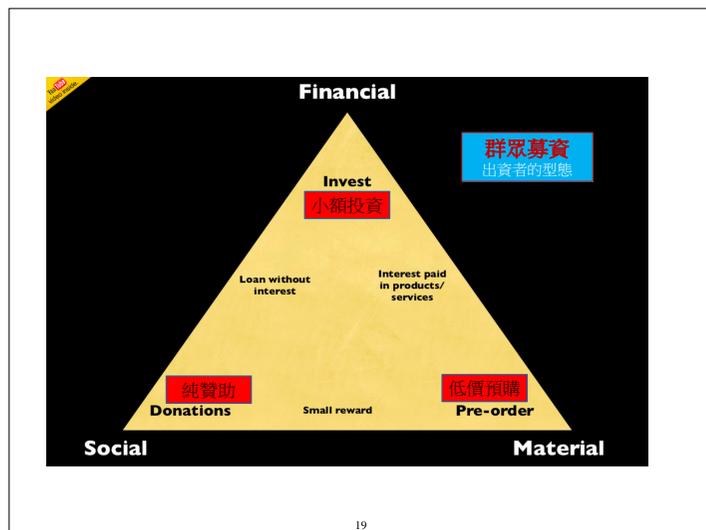
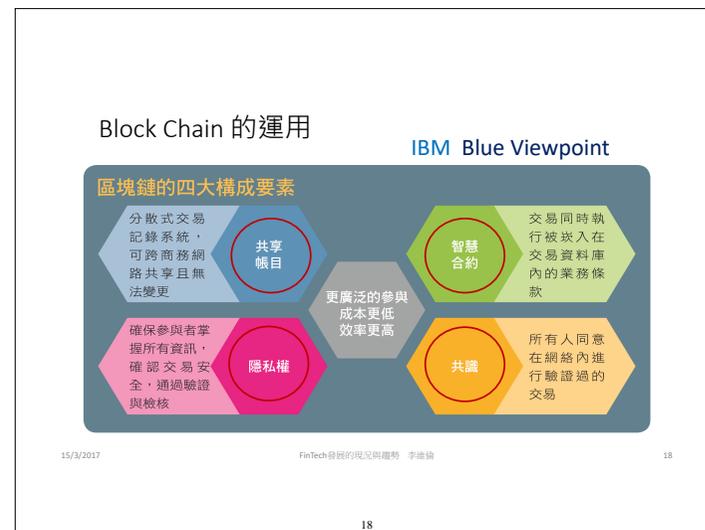
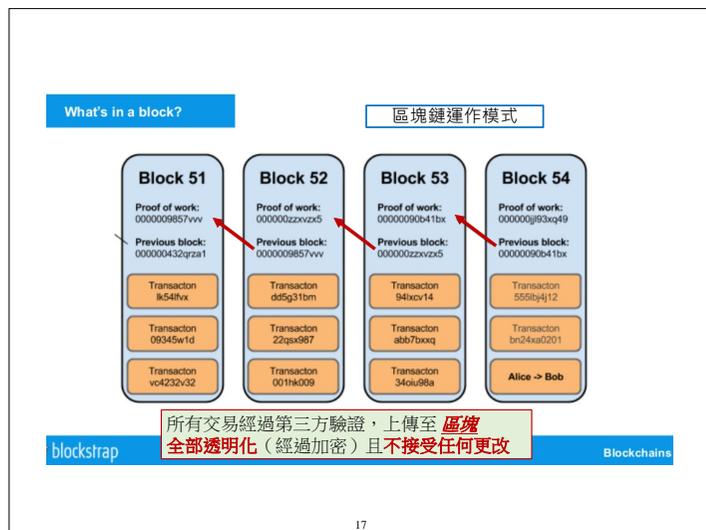
FinTech發展的現況與趨勢 李維倫

15



In contrast to today's networks, distributed ledgers eliminate the need for central authorities to certify ownership and clear transactions. They can be open, verifying anonymous actors in the network, or they can be closed and require actors in the network to be already identified. The best known existing use for the distributed ledger is the cryptocurrency Bitcoin

FT graphic. Source: Santander InnoVentures, Oliver Wyman & Anthemis Partners



flyingV 登錄 探索 關於我們 登入

台灣文字風景

金萱 · 新時代中文字型

用心栽培 新時代的中文字型 培育新鮮的台灣文字

目標 \$1,500,000

\$25,930,099

7667 人贊助 @ 3,382元

已結束

非計畫於 2015/09/06 - 2015/10/08 期間募資 籌集募資成功!

15/3/2017 FinTech發展的現況與趨勢 李維倫 20



i519 We do Safe Payment only
雲端即時支付平台

i519 與你分享！

謝謝各位的聆聽！

李維倫

15/3/2017 FinTech發展的現況與趨勢 李維倫 23

Users ↔ Technology ↔ Data

Management. Access. Protection.

國內保險業務人員對於FinTech的因應之道 壽險篇

元大期貨總經理 周筱玲

元大期貨 Yuanta Futures

目錄

- 了解 壽險業員工的挑戰
- 理解 金融業態的質變
- 掌握 國內金融業者創新概況
- 運用 壽險業員工因應之道

元大期貨 Yuanta Futures

挑戰:我快要被淘汰了嗎?

2016年金融保險與投顧業 薪資衰退第一名, 薪資下滑-3.06%

2016年新資變化最大產業

| 產業 | 薪資變化 (%) |
|-----------|----------|
| 運輸物流、倉儲 | 2.80 |
| 法律、會計、顧問 | 1.63 |
| 大眾傳播 | 0.39 |
| 傳統製造業 | 0.08 |
| 住宿餐飲服務 | 0.04 |
| 金融保險與投顧 | -3.06 |
| 建築營造與不動產 | -1.50 |
| 旅遊、休閒、運動 | -1.46 |
| 醫療照護、環境衛生 | -1.45 |

資料來源: 1111人力銀行 製表: 洪組會

元大期貨 Yuanta Futures

80萬金融人不變身就淘汰

未來最缺變型人才? 那現在的從業人員呢?

| 非典型人才入侵 (徵才結構改變) | | 入門門檻 數位科技能力 | |
|------------------|---|-------------|-----------------------|
| 人才 | 知識 | 金融轉職 | 新晉專業 |
| 產品設計人員 | 金融產品銷售模式、流程及方案設計與開發 專業管理 品質導向 | 銀行業 | 專為培訓金融專業 從業員的從業人才 |
| 系統設計人員 | 技術研發 雲端科技應用 | 證券業 | 資料探勘、專業培訓 |
| 數據分析人員 | 資料探勘與數據洞察 統計分析、計量、數理分析 資料庫應用 金融相關知識 數據分析與運用 | 第一銀行 | 社群行銷、跨境支持、跨金融科技投資案件 |
| 數位行銷人員 | 社群行銷及整合行銷 大數據分析與運用 | 富邦金控 | 發想新的金融科技應用、評估金融科技投資案件 |
| 風險控管人員 | 數位金融風險控管 風險稽核 | 永豐銀行 | 擴大電話業務量、新增中理專和臨場開戶 |
| | | 中國信託 | 電子簽單 電子發票 行匯款業務 |

資料來源: 天下雜誌調查

元大期貨 Yuanta Futures



Fintech浪潮 對金融業者的衝擊

保險業務員衝擊，「只能更專業」 提供客製化產品及服務

保險業兩大衝擊

去中間化

以前買保險透過保險保代及業務員；以後透過網路，民眾投保可能都利用線上、視訊。

通路平台

專業知識

價值鏈裂解

網路投保、新型費率釐算等衝擊，未來保險業務員得吸收非金融的知識及科技行銷。

| 衝擊 | 因應方案 |
|----------------|---------------|
| 1.簡易個人險種易採網路投保 | 1.個人化商品發展多元化 |
| 2.業務員需求減少，採精兵制 | 2.傳統保險服務價值鏈分解 |



台灣:金融監理沙盒制度



台版金融監理沙盒來了

機會:發展金融業創新獲利模式

提供業者一個安全空間，讓業者可在小範圍內側是新產品、服務與商業模式。該作法讓創新不受現有法規限制，也可確保消費者權益不受影響。

威脅:降低非金融產業進入門檻

與國外監理沙盒相異處：台灣允許FinTech公司可從事部分金融業才准經營的業務。代表不須與金融機構一樣有龐大的資本額門檻。

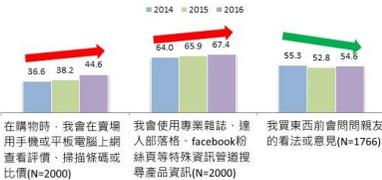
各國監理沙盒比較

| | 臺灣 | 英國 | 新加坡 | 澳洲 | 香港 |
|------|--------|--------------|----------------|-------------------|-------|
| 主管機關 | 金管會 | 金融行為監理署 | 金融管理局 | 證券投資委員會 | 金融管理局 |
| 適用對象 | 金融+非金融 | 金融+非金融 | 金融+非金融 | 限非金融 | 限金融業 |
| 試驗期間 | 1年 | 3-6個月 | 依照個案 | 12個月以內 | 依照個案 |
| 審查期間 | 60天 | 審查3個月/準備期10周 | 初審21個工作天，在實質審查 | 一個項目一定人數及金額上限採報備制 | 未明訂 |



數位原生世代 30歲以下新世代扮要角

運用科技力搜尋產品資訊 以自己決策為主



資料來源：東方線上E+CP歷年資料

網路保險對年輕人號召力

- 1.操作程序簡單「滑世代」的年輕人，習慣透過手機、網路搞定所有的交易
- 2.節省手續費，通常這類手續費，僅為其他通路的2成多
- 3.年輕人的購買行為：先購買不須經過太多考慮的保險

特點及轉變

- 20-30歲年輕人為主
- 傳統銀保通路不買單
- 不喜歡諮詢他人



國內結合數位之產品案例：富邦人壽計步保單

保險創新=客製化契約



- 公司小檔案
 - 成立：1993年富邦集團建立富邦人壽
 - 專業領域：創新商品、多元通路，提供全方位金融保險理財服務
 - 獲獎：2016年Asia Insurance Industry Awards雙冠王
 - 年度最佳產險公司
 - 年度最佳壽險公司

- 寶可夢 首張計步保單 「計步」為首發保單，配合提供優惠價格的計步器給保戶購買。富邦人壽更會規劃推出「運動社群」服務，類似Nike+ Run等運動Apps功能，讓保戶可與社群內的朋友競爭，增加黏著度並激勵保戶多多運動。

- 搭配個人行動裝置達到客製化契約 若每保費年度有120天以上能走上5000步，可享有保費減免，倘若能每年150天走7000步，甚至每年180天走9000步，則能享有更高的保費折扣。



資料來源：聯合新聞網、公司官網

大陸結合數位之產品案例：眾安保險 保險創新=自助式購物車



公司小檔案

- 成立：2013年由阿里巴巴、中國平安、騰訊聯手設立
- 專業領域：初期主攻責任險、保證險，目前已涉足旅行、意外、健康等領域
- 經營績效：累計服務客戶數量超過3.69億，投保件數超過36.3億

■ **全線上交易的模式** 以產品優勢去吸引客戶主動了解保險，從賣保險轉變為讓客戶自助買保險，並利用大數據技術協助產品設計、自動核保、自動理賠、精準行銷、風險管理

■ **保單設計「很互聯網」** 主要針對的投保項目包含兩大層面，一是互聯網產品、二是物聯網產品，例如：虛擬貨幣竊盜險、線上支付安全保障責任險等



資料來源：眾安保險、KPMG

眾安保險：保險場景化、碎片化 讓保險有溫度：體驗式產品設計

| | | |
|---|--|---|
| 退運險 發生退貨時，於交易結束後的72小時內，保險公司將按約定對買家的退貨運費賠付 | 航延險 第一款即買即用，自動化風險訂價，若航班延誤，無需提交資料便自動給付。 | 車險 經由車載技術與行為分析，採用「隨人隨車」的風險定價模式，讓車主能按需定制保險 |
| 信用保證險 以信用風險為保險標的，保險人(保證人)為信用關係中的義務人(被保證人) | 碎屏險 出現手機屏幕損壞的情況，由保險公司支付保費。 | 健康險 連接用戶的行動裝置，藉此掌握行為數據，進一步提供個人化定價。 |

碎片化保險

1. 網購退貨險



- 電商生態保險，與淘寶天貓合作
- 保費一般0.5元-1元不等
- 同一訂單中的所有商品可以一起投保退貨險



2. 高溫險

- 例：只要廈門氣溫達到36°C，保險公司1天賠3元
- 不需證明輕鬆獲賠償：補償自動支付到微信錢包

壽險業數位能力-四個自我提升的重點方向

線上智慧理財服務平台 + 線下專屬服務人際互動 = 主導未來市場!

方向1 提供全方位與多元化的保險理財專業服務

- 保險業務員的專業服務價值：

全方位的幫客戶在生、老、病、死、殘以及在汽車、住宅、網路等各方面的風險做財務規劃，自然也不可能被單一功能的理財機器人或是車險網站所取代！

方向2 善用科技，成為客戶的風控諮詢專家

- 優化個人業務開發與客戶訊息掌握力

提升工作效率必須要練習並且熟悉與善用各式新型態的科技工具、移動裝置、溝通模式，包括各種型態的網路溝通平台 (Line, 微信)、社交平台 (Facebook, LinkedIn), 學習平台 (Google)，甚至未來要使用機器人助理。

壽險業數位能力-四個自我提升的重點方向

線上智慧理財服務平台 + 線下專屬服務人際互動 = 主導未來市場!

方向3 提供線上與線下O2O兼顧的服務

- 效率提高，代表的就是業績的提高：

- 維持傳統的銷售循環、電話約訪、客戶推薦名單等實體銷售。
- 透過網路科技(LINE及Facebook)，線上7/24的全天候服務、精簡效率、用以節省時間，去從事於更重要的客戶開發與溝通的工作！

方向4 人的愛與關懷，有溫度！

- 數位金融及大數據是帖好藥，但藥引是業務員的愛和溫度

Fintech及機器人只是工具，而使用它的永遠是人，善用智慧科技來創造自我價值。來自保戶的回應，也許熱情、也許淡然，但因為有持續的關心問候，在有需要的時候，相信會有繼續提供服務的機會！

<觀點>

FinTech帶來保險業的數位化，只是改變客戶對購買保險的形式和管道，不是衝擊保險業的主要因素；而是日新月異的需求是否被滿足。

未來的業務團隊不是只有簡單的產品銷售和觀念導入，而是客戶個人或是家庭單位的風控顧問，提供客戶產品差異化服務。

未來是一個講究體驗的世界，無論是保險或是其他產品。



元大證券 Yuanta Financial 元大期貨 Yuanta Futures 11



感謝聆聽



元大期貨官網



元大期貨FB



元大期貨APP



元大期貨Line@

元大證券 Yuanta Financial 元大期貨 Yuanta Futures

FINTECH研討會~產險從業人員因應之道

報告人：泰安產物保險公司陳嘉文總經理 106/3

1

破壞式創新的起源1~Smart Phone



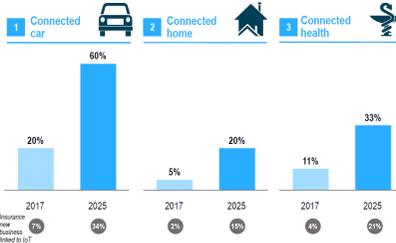
2

破壞式創新的起源2~Internet of Things

Roland Berger
Strategy Consultants

Connected car is perceived as the first IoT segment to grow, pushed by car manufacturers

Expected share of cars/homes/people equipped with IoT solutions¹⁾ and share of insurance new business linked to IoT solutions



| Category | Year | Expected share of IoT solutions | Share of insurance new business |
|--------------------|------|---------------------------------|---------------------------------|
| 1 Connected car | 2017 | 20% | 2% |
| | 2025 | 60% | 8% |
| 2 Connected home | 2017 | 5% | 2% |
| | 2025 | 20% | 15% |
| 3 Connected health | 2017 | 11% | 4% |
| | 2025 | 33% | 21% |

Comments

- > Connected car is seen as the first IoT segment to emerge pushed by car OEMs embedding IoT in new vehicles
- > Home and Health should emerge at a slower pace, mainly pulled by consumers
- > Lack of consensus for 2025 estimates and on Health:
 - Overall consensus on the emergence of Care IoT solutions
 - Various points of view on the IoT emergence on Wellness (temporary fashion or long-term trend?)

1) Connected solutions with sensors tracking multi-dimensions data on a frequent & regular basis and enabling real time consultation on smartphones/tablets/laptops
Question: Which share of cars/homes/people will be equipped with IoT solutions in 2017/2025 in your country?
Question: Which share of insurance new business will be 'IoT linked' in your country (overall market)?
Source: Interviews, Roland Berger analysis

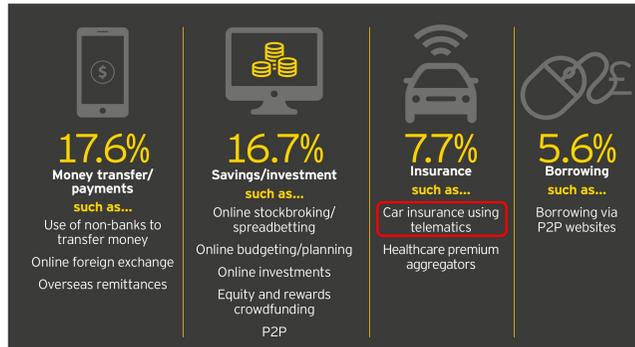
3

產險從業人員因應Fintech之道

- Smart Insurance
 - 大數據分析、物聯網保單
- Smart Process
 - 電子收費、電子標章、電子保單、電子簽名
- Smart Sales
 - 社群媒體行銷、電子報價

4

全球保險業最受歡迎的金融科技是UBI



Percentage of digitally active customers who have used each product.

Source: EY FinTech Adoption Index

保單由【以類定價】到【一單一價】

The Economist World politics Business & finance Economics Science & technology

Insurance and telematics How's my driving?

Gizmos that track driving habits are changing the face of car insurance
Feb 23rd 2013 | From the print edition | [Traveler](#)



Underwriters have **traditionally** used crude demographic data such as age, location and sex to separate....By monitoring their customers' motoring habits, **underwriters can increasingly distinguish between drivers who are safe on the road from those who merely seem safe on paper.** Many think that "telematics insurance" will become the industry norm.

- The rewards for insurance companies could be **even greater.**
- A side benefit is that insurers can more easily identify **scams**
- Some also hail telematics as a way of **improving driving standards**
- But customers (and some regulators) also worry about the **privacy**
- Despite such concerns, **the market is growing quickly.** Customers like **personalized discounts.**

6

UBI讓利更獲利~保費降2成、事故機降4成

UBI車險國際風行主因，不只在於新增費率因子，而有改變風險本質及預防詐欺的效果

英國UBI保單爆增39% 國內首張UBI蓄勢待發

文◎李家輝

UBI (Usage-Based Insurance) 保單在國外蓬勃發展，尤其年輕族群接受度最高。英國保險經紀人協會 (BIBA) 公布調查，去年 (2015) 年英國UBI保單的使用量暴增39%，達45.5萬輛，相較2009年使用者不過1.2萬輛。成長速度極快。調查也顯示，使用UBI保單的駕駛平均可減少40%的保險單費。UBI保單是利用遠程監控設備，蒐集使用者的駕駛紀錄的保單，透過精準量子的車載裝置

能，也有助於偵測汽車竊盜。相較於國外的發展，國內在汽車UBI保單上起步較晚，不過安產險日前開發的國內首張UBI車險，已獲保險局核准，預計不久就可開始銷售。



Reduce claim costs

- ▶ Speed up FNOL/claim handling
- ▶ Reduce fraudulent claims
- ▶ Reduce theft losses

現代保險2016年4月號

SOA Actuarial Seminar Nov. 16, 2015
(SOA係指美國精算學會)

7

Smart Sales-由銷售到數位自媒體行銷



30-50歲主要客群生活習慣分析

82.4% 使用即時通訊
語話軟體

77.7% 使用社交
社群網站的功能或服務

72.5% 查詢蒐集各類資訊

■ 其中 32.1% 會下載APP
代表著TA裡面有3-4成消費者是主要UBI的TA



8

Smart Process-鼓勵休假、準時下班

電子報價
電子收費
電子保單
電子標章
電子簽名

業務聯繫
資訊傳遞
數位理賠

內部會議

9

The diagram features a central clock face with a person in a red car at the center. A green arrow points to the 8 o'clock position, and a red arrow points to the 5 o'clock position. Surrounding the clock are icons for digital services (two people), a LINE chat bubble, a group of people for a meeting, a sun, a person with a suitcase, a moon, and a person on a treadmill.

【總結】回歸保險本質~價值、溫度

NOKIA
Connecting People
科技始終來自於人性

10

The slide features the Nokia logo and slogan. Above the logo is an image of two hands reaching towards each other. Below the logo is the slogan 'Connecting People' and '科技始終來自於人性'.