

出國報告（出國類別：其他）

參加「FinTech 保險金融考察團」 研修課程

服務機關：臺灣銀行 財富管理部

姓名職稱：林美玲 中級襄理

派赴國家：中國大陸〈杭州、上海〉

出國期間：105年11月21日至25日

報告日期：106年1月13日

摘要

中國大陸互聯網保險發展獨步全球，過去三年來，中國大陸互聯網保費規模飆升成長 26 倍，愈來愈多網路平台業者利用數據和雲端服務優勢，推出各式各樣透過網路銷售甚至定價的保險商品，不但大幅降低了保險商品的購買門檻，也讓投保流程變得更即時、更有彈性，這股來勢洶洶的互聯網風潮，讓保險成了普羅大眾人人可買的平民商品，徹底翻轉了傳統保險業的獲利模式。

在 FinTech 浪潮下，為協助臺灣金融業界瞭解中國大陸保險公司、互聯網金融公司、大數據與電商平台等如何以不同策略觀點與經營手法，出奇制勝，由保險事業發展中心與研訓院首次合作共同舉辦「FinTech 保險金融考察團」，帶領臺灣金融業者到互聯網標竿城市杭州、上海一探究竟。

本次研習全程五天四夜（11 月 21 日至 25 日）與中國大陸互聯網保險金融先驅者面對面交流，瞭解中國大陸互聯網保險的銷售魅力，幫助臺灣金融業掌握關鍵情報，並在這股潮流中，將保險業與科技結合，產生更符合一般民眾的「保險科技」。

目

次

壹、前言（目的）	4
貳、參訪行程機構或專題內容概要（過程）	5
參、參訪結論及建議	23
肆、附件	28
伍、參考資料	32

壹、前言（目的）

隨著中國大陸「互聯網+」的快速發展，加上金融科技如火如荼的發展下，互聯網保險平台也蓬勃成長，改變了保險業傳統的商業模式。

其中大數據（Big Data）為互聯網和雲計算不可或缺的關鍵要素，隨著智慧手機、電子商務、互聯網的飛速發展，企業將獲取大量的資料，包括客戶資料、銷售資料、財務資料、需求預測資料以及外部環境、競爭對手的相關資料，企業通過“大數據”分析出消費者的興趣愛好和行為習慣，精準預測顧客的需求，而互聯網則藉由大數據優勢，可依客戶需求提供許多創新的保險商品，並在大數據、雲端計算、移動互聯網等技術支援下，激勵互聯網保險市場快速擴增。

互聯網擴展了保險業的前端銷售管道，優化了保險中間環節，使保險產品在互聯網上的行銷成本和傳統行銷的成本差距很大，傳統的行銷大多通過電話銷售和紙本資料發放；互聯網通過大數據資料改變保費的定價模式，利用經營成本小、操作簡捷及創新型的保險產品等優勢，互聯網行銷推出後便迅速佔領了市場，對銷售商來講，節約了店鋪租賃的成本，對於用戶來講，足不出戶便可買到多樣化的產品，如此雙贏的方式，當然成為這幾年網路購物成長快速的最核心原因。

「FinTech 保險金融考察團」係由保險事業發展中心與台灣金融研訓院首次合作共同舉辦，團員包括台灣金融研訓院、銀行業者、保險業者、資訊科技公司學校及金融相關公司等中高階主管共 40 餘人（詳附件一）。參訪研習座談單位及業界有阿里巴巴商學院、螞蟻小微金融服務集團有限公司、平安財產保險公司、易保網路技術（上海）有限公司、和訊互聯金融網等（詳附件二），此次座談參訪中，我們可以瞭解到中國大陸保險公司、互聯網金融公司，透過創新技術建立綜合而開放的互聯網保險平台及透過大數據的應用創新金融產品

，共同面對數位金融轉型的機遇與挑戰，也讓我們見識到這股金融科技潮流在中國大陸保險科技業所掀起的影響。

藉由此次研習交流了兩岸保險制度以及獲得每個公司的經驗分享，達到理論與實務相輔相成之學習成效，成果相當豐碩，期許我們能開拓視野及思維，共同面對數位金融轉型的機會與挑戰。

貳、參訪行程機構或專題內容概要（過程）

一、主辦單位：

保險事業發展中心與台灣金融研訓院

二、參訪行程機構：

105 年 11 月 21 日 啟程 臺北－杭州

105 年 11 月 22 日 機構參訪－阿里巴巴商院、浙江螞蟻小微金融服務集團有限公司

105 年 11 月 23 日 搭動車杭州東站-上海虹橋站，參訪－中國平安保險(集團)股份有限公司

105 年 11 月 24 日 機構參訪/座談－易保網路技術（上海）有限公司、和訊網

105年11月25日回程 上海－臺北

三、專題內容概要：

茲說明每日之活動行程如下：

（一）105 年 11 月 21 日（星期一）

由保險事業發展中心總經理梁正德(現為兆豐產物董事長) 帶領 40 名團員參加中國大陸杭州、上海「FinTech 保險金融考察團」，於長榮航空團體櫃台 CHECK IN 後，搭乘 16:25 長榮航空 B758 班次，約經兩小時後抵達杭州蕭山國際機場，並於杭州蕭山機場全部團員合影留念(圖一)。



圖一：抵達杭州蕭山機場後團員合影

(二)105 年 11 月 22 日（星期二）上午拜會阿里巴巴商學院

1. 單位簡介：

阿里巴巴商學院成立於 2008 年 10 月 31 日，是杭州師範大學與阿里巴巴（中國）有限公司¹合作共建的一所校企合作學院，阿里巴巴集團董事局主席馬雲先生擔任董事長及首任院長。不同於以往的大學模式，學院立志於改變傳統的學歷式教育為創業式教育，興辦一所以互聯網商務見長的創業者學院。

阿里巴巴商學院按照“開放、創新、卓越”的理念，以培養具有“國際視野、實戰能力、創新精神”的創新型大學生，希望以理論為基礎，搭配全球現在最新的金融創新發展的實務，努力興辦一所“創業者大學”。力圖用 10 年時間，打造以電子商務、創新思維為特色的人才培育地，努力躋身大陸境內一流商學院行列；再用 10 年左右的時間，大力提升大學生學科上的知識水準，加強大學生應具備的實力，以順應經濟全球化發展趨勢，培養具有國際視野、企業家精神、傑出創新創業能力的創業者，並以打造大陸境內一流、國際上有一定影響力的商學院為其學院宗旨。

¹ 阿里巴巴集團創立於 1999 年，是一間提供電子商務線上交易平台的公司，業務包括 B2B 貿易、網上零售、購物搜尋引擎、第三方支付和雲計算服務。集團的子公司及關聯公司有阿里巴巴 B2B、淘寶網、天貓、一淘網、阿里雲計算及支付寶等。

面對蓬勃發展的電子商務產業，阿里巴巴學院搭建了電子商務專業學院，設有電子商務、國際商務、網路行銷、物流管理等四個本科專業。其擁有服務科學與管理碩士優勢，加上擁有電腦應用技術、軟體工程專業碩士技術，建有杭州市首批哲學社會科學重點研究基地「電子商務與網路經濟研究中心」和「電子商務與資訊安全」等杭州市重要實驗室。在互聯網資料、電子商務服務、互聯網經濟與產業模式等研究方向上具明顯特色和優勢，在大陸境內有很大的影響力。

阿里巴巴學院人才培養品質顯著優秀，受到企業歡迎和社會廣泛好評。四年來有近 50%學生入職阿里、騰訊、美團、快遞、亞馬遜、蘑菇街等知名企業，學生在「創青春」全國大學生創業大賽、全國大學生電子商務「創賽」、全國「互聯網+」大學生創新創業大賽等國家級大賽中獲得獎項 18 項。阿里巴巴學院會根據最先進的電子商務理念和實務經驗不斷推出人才創業培訓計劃，力求走在電子商務教育最前端。

2. 考察紀錄。

會議首先由阿里巴巴商學院書記、副院長張佐致歡迎詞(圖二)，陸續由現代電商研究院執行院長裘涵博士(圖三)、副院長張樹人博士授課(圖四)。



圖二：張佐書記致歡迎詞

張佐²書記在致歡迎詞中指出，阿里巴巴商學院開展創新創業教育是比較活躍的，在馬雲先生的帶領下，將學歷式教育變

²張佐，阿里巴巴商學院黨委書記、副院長，阿里巴巴商學院創始人之一，多年以來一直從事創業教育與互聯網商務教育研究，對電子商務格局、發展趨勢及大學生創新創業有獨到見解。擔任全國電子商務“三創”大賽等多項國家級創業大賽評委和創業團隊導師

為創業式教育及以互聯網商務為特色的學院。自建院以來，先後有 30 餘支在校學生實戰團隊入住，團隊以互聯網+和電子商務為主要培訓目標，培養了一批具有創新創業意識、能力和精神的大學生。

雙 11，是阿里巴巴新金融服務的練兵場，它不斷地刷新著阿里巴巴普惠金融的服務新記錄與新標準。2016 年是阿里巴巴第八個雙 11，它的交易額最終定格在人民幣 1,207 億元，巨大成交額背後則是阿里金融交易平台為其提供的強大保障。據螞蟻金服公佈的數據，雙 11 全天完成支付 10.5 億筆，最高峰達到 12 萬筆/秒。其中，餘額寶佔比 11%，花唄佔比 20%。保險總保單量 6 億筆，保障金額達 224 億元。據螞蟻金服研究院的測算，花唄、消費保險等新金融服務，將雙 11 的消費力提升了 20%。

這次雙 11 兩個支付最高峰再次刷新世界新紀錄，一個是總支付最高峰 12 萬筆(每秒)，為去年的 1.4 倍；另一個則是協調全球銀行達到交易支付最高峰 54 萬筆(每秒)，是去年的 2 倍。其中，關注重點除了數字外，更重要的是透過這些數字去思考和探索互聯網金融各項服務所帶來的金融創新發展方向，所有的產業在互聯網時代都面臨著變革，機會在哪裡，創新創業機會又在哪裡，張佐的短短歡迎詞即讓我們嘆為觀止。



圖三：裘涵博士授課

阿里巴巴商學院
副教授、現代電商研
究院執行院長裘涵³博
士以「電商發展新趨
勢：新五通、新機遇」
為題，深度分析馬雲

³ 裘涵博士，浙江大學、東京大學聯合培養博士，副教授。阿里巴巴商學院 e 次方電商基地負責人，浙江省現代電子商務研究院執行院長。中國知名的電子商務專家，主要從事電子商務、互聯網領域的研究與實踐工作，是國內電子商務領域“學院派”與“實戰派”結合的專家。

所提出「新零售（電商）、新製造、新技術(雲端)、新金融、新能源(數據)」等「五新」的時代背景，並以實際案例分享如何從人事物全方位互聯的趨勢中探詢互聯網電商如何掌握個人化消費與服務需求，及在互聯網保險平台上銷售的各種保險。比如近年來，在中國大陸許多好心人出於好心扶跌倒老人反被敲詐，以致跌倒老人沒人敢扶導致死亡事件頻頻發生。「支付寶」看到了這項商機，針對中國大陸市場，設計出這款“扶老人險”，該險種保費為3元人民幣（約新臺幣15元），保期一年，投保後如果不幸發生好心扶起受傷老人，反而被誤認為是肇事者進而敲詐的意外狀況，最高可獲得2萬元人民幣（約新臺幣10萬）的法律訴訟費用賠償”，雖然中國大陸推出這款保險後出現許多正反意見，但中國大陸電子商務結合互聯網的顛覆與創新讓人印象深刻。



圖四：張樹人博士授課

阿里巴巴商學院副教授、現代電商研究院副院長張樹人⁴博士以「中國互聯網保險現況與機遇」為題，介紹中國大陸互聯網保險發

展現況、主要商業模式及險種，分析互聯網保險用戶特徵和未來保險行業的發展趨勢。

中國大陸互聯網保險保費規模逐年大幅度增加，主要是伴隨著互聯網金融的熱潮，一是在平台上有大量的使用者及流量，網路的交易平台很方便地進行行銷活動，就例如理財型保險產品在協力廠商電商平台上的持續熱賣，以及互

4 張樹人，博士，杭州師範大學阿里巴巴商學院副教授，浙江大學計算機學院博士後，主要研究複雜系統、互聯網集體行為與電子商務模式創新，曾著作出版過《Web2.0 與信息系統複雜性變革》，在國內外發表學術論文 20 餘篇，獲得浙江省科技進步獎 2 項。

聯網車險保費收入增速；二是保險公司對於互聯網管道的重視度大增，加大力度拓展互聯網管道。

目前中國大陸除了眾安保險(2013年2月18日由阿里巴巴、中國平安、騰訊，共同籌畫的眾安在線財產保險公司，2013年12月眾安在線財產保險公司成立，為中國大陸首家純互聯網財產保險公司)、安心、易安拿到互聯網保險牌照外，百度、京東、樂視等也加入互聯網保險行列，泰康人壽、銀之傑、奧馬電器、銀江股份等各類機構也紛紛開始投入互聯網保險建設，雖然大型保險公司的地位短期之內難以撼動，但互聯網、大數據和雲計算技術等減少初期固定資產投入，為中小型保險公司提供了走捷徑的機會，同時保障營運順利進行，也能在產品開發上更貼近用戶的需求。

另外張博士提到中國大陸互聯網保險保費收入連續5年高速增長，根據螞蟻金服的統計，互聯網保民已達3.3億人次，借助互聯網平台，中國大陸保險行業發明「跑步險」、「美顏險」、「賞月險」、「跑步無憂險」等，滿足各類特殊客戶的需求，保費從1元到1,000元不等，惟這些創新的互聯網保險產品，對來自臺灣的考察團來說是可以稱為“奇葩險種”。



圖五：團員與大陸陪同人員於阿里巴巴商學院合影

(三)105年11月22日(星期二)下午拜會浙江螞蟻小微金融服務集團有限公司

1.單位簡介：



浙江螞蟻小微金融服務集團有限公司，簡稱螞蟻金服，正式成立於2014年，是專注於服務小微企業與普通消費者的網際網路金融服務公司。其前身是成立於2000年10月，獨立於阿里巴巴集團之外的中國大陸內資公司——浙江阿里巴巴電子商務有限公司。

螞蟻金服的誕生，源自於阿里巴巴在電商事業的成功，從而延伸到線下消費的佈局，並為阿里巴巴補足了金流的最後一塊。螞蟻金服的電商背景，夾帶著龐大的交易數據優勢，快速衍生貼近市場的服務，目前旗下擁有九大業務：支付寶、芝麻信用、螞蟻聚寶、網商銀行、螞蟻小貸、螞蟻金融雲、餘額寶、招財寶、螞蟻花唄等。

「我們服務小微企業與消費者。」是螞蟻金服的明確定位，以要推翻傳統金融業大者為王的思考，打造以個人為核心的網路新金融模式，提供普惠金融服務⁵。目前，螞蟻金服的業務橫跨支付、基金、保險、銀行、徵信、網路理財、

⁵在螞蟻金服看來，普惠金融的題中之義，在於給所有具有真實金融服務需求的個人或者企業，提供平等的無差異的金融服務。

股權眾籌、IT 系統，聚集強大的螞蟻軍團，透過網路的力量，一點一滴堆疊出龐大的金融帝國。

螞蟻金服自 2015 年 2 月開始佈局海外市場，先是投資印度最大行動支付平台 paytm，佔其母公司 One97 Communications 近 25% 股份；2015 年 11 月，螞蟻金服更聯手韓國電信等公司共同發起互聯網銀行「K Bank」，並作為技術股東參與其中。

2. 考察紀錄



圖六：螞蟻金服公司動態牆

首先由螞蟻金服人員透過動態牆(圖六)，很仔細的介紹該公司概況及主要產品之佈局，並為團員解說為何取名螞蟻，係

因為雖然螞蟻渺小，但它們齊心協力，展現驚人的力量，並以一隻藍色螞蟻作為公司的 Logo。

我們在螞蟻金服總部的展示大廳，看著動態牆看板上不斷跳動的數字，有如這家全球最大網路金融集團的心跳。在大廳裡有隻睜著大眼、咧嘴笑的藍色螞蟻是公司的 Logo，在另外的一角，展示著一本帳本、一台傳真機，這就是十二年前支付寶的雛型。

另外導覽人員也提到螞蟻金服把主要的服務對象定位為小微企業和個人消費者，從撿銀行不想做的客戶開始，將長尾⁶客戶納入主要的服務客群，透過快速、小額、分散與大量來控制風險，阿里小微金融集團的資料主要來源於阿里

⁶長尾理論是網路時代興起的一種新理論，過去人們只能關注重要的人或重要的事，例如所謂「VIP」客戶，「無暇」顧及在人數上居於大多數的普通消費者。而在網路時代，人們有可能以很低的成本關注正態分佈的「尾部」。

巴巴的電子商務平台累計的大量交易資料，建立一個互聯網（網路）金融的生態系統，透過雲計算、大數據、資訊交易平台與支付網絡，降低交易成本，跟其餘金融機構一起，幫消費者與小微企業以最少的交易成本創造價值。

2003年，淘寶網成立，小商家可上網買賣東西，但小商家無法刷卡，然而當時大陸跨行匯款很難，阿里巴巴即在中國大陸招商銀行、工商銀行等大行開設專戶。交易過程為客戶把錢匯到專戶，淘寶通知店家出貨，客戶確認收到貨沒問題，淘寶再從專戶把錢匯給店家。靠著一台傳真機、一本帳本，透過支付寶的把關機制，這些零散交易成為支撐淘寶網的力量，也是未來阿里巴巴集團的根基。

由於支付寶是唯一讓中國大陸四大行跨行匯款不收手續費的平台，許多人把支付寶當成銀行帳戶使用，客戶平時存在支付寶的錢超過千億人民幣，等於一個花旗(台灣)銀行。支付寶為了想辦法必須把錢投資出去，於是發明了餘額寶，餘額寶連結的是沒有門檻的天弘貨幣型基金，如今基金規模高達七千億人民幣。

但餘額寶本來應是現金管理的工具，理財的目標是追逐高利，後來卻發現許多資金一進來就六個月到一年不動，然而如果不把它當理財工具，一旦餘額寶報酬降低資金撤出，就會像銀行擠兌一樣，最後會因為因應不及而有金融危機。因此為引導資金分流，螞蟻金服推出招財寶平台，把手中的數據開放給金融機構，設計新商品，讓銀行在收益上比餘額寶高一到三個百分點，條件是投資需要綁時間長的固定收益產品，比如招財寶推出一檔「淘金一百保本基金」商品，是由天貓與淘寶網提供的電商銷售數據，給基金公司參考設計產品。

為了讓理財更簡單，螞蟻金服旗下的智慧理財平台螞蟻聚寶，用戶只需要一個支付寶帳號，輕鬆打理餘額寶、招財寶、存金寶、基金，收益一目了然，

省下了傳統理財規畫耗費的時間與成本。目前合作的基金公司 92 家，涵蓋超過 1,600 支基金。

2015 年螞蟻金服成立徵信公司「芝麻信用」，乃是為了彌補中國大陸本身信用體系的不完善，發明了透過雲端運算、大數據分析、機器學習等技術，蒐集來自政府、金融機構、電商平台、支付工具的數據，呈現出個人的信用水準高低，簡單來說就是「幫你這個人打分數」，最高分 950 分，最低分 350 分。芝麻信用的優勢在於掌握了淘寶、天貓等電商平台的信用紀錄，以及支付寶等源源不絕的交易資料，無論是淘寶上的買賣紀錄、與朋友之間的互動、支付寶的每筆消費…。這些數據拆開來看都不特別，但一點一滴累積起來的「信用力」，就決定了每個人的價值。

芝麻信用與螞蟻小貸、租車公司、人力仲介、外交使館，甚至婚友社簽約，讓「芝麻分」高分者可以享受生活便利的好處。譬如，芝麻分 600 分以上，可以直接貸款、租車免押金，甚至變成婚友社的篩選標準，避免被騙婚；達 750 分，辦新加坡、盧森堡的出國簽證可以免財力證明。

螞蟻小貸貸款對象是小微企業或個人信用貸款，在阿里生態系（淘寶網、天貓、阿里巴巴）裡的商家與用戶，螞蟻金服利用大數據做徵信，透過支付寶撥款、還款，掌握廠商現金，由浙江網商銀行承接螞蟻小貸的業務。

螞蟻金服也致力於農村金融服務，搶占農村市場新藍海。中國大陸農村的金融市場很龐大，但農村地理位置偏僻，人口分散，大量的村鎮缺乏最基礎的金融服務，而螞蟻金服以此作為其目標客群，致力為農村市場用戶提供金融服務。另外螞蟻金服最大的特點是貸款速度快，傳統金融機構的審批流程比較慢，甚至長達幾個月都很難貸到款，也讓急著用錢的個人戶借不到錢，這樣的放貸模式很難完全適應農業和農民的生產生活需求。而螞蟻金服提供的貸款靈活性很強，會根據不同產業的養殖、種植週期提供不同期限的貸款，比如：育肥牛

的養殖週期是 5-6 個月時間，新金融模式則針對性地設計了相應週期的放款產品；而農戶養鴨週期在 45 天左右，於是新金融創新出了 45 天的信貸產品。



圖七：螞蟻小微金融服務集團有限公司交流會場

離開了動態牆，我們接著至會議室進行交流座談(圖七)，由螞蟻金服人員說明今年雙 11 購物節又

再度創新紀錄，消費金額共達人民幣 1,207 億元，交易筆數 10.5 億筆，最高峰為 12 萬筆/秒為去年的 1.4 倍(104 年最高峰為 5.4 萬筆/秒)，除了交易的服務外，螞蟻更提供了貸款的服務，讓賣家提前貸款備貨，買家也可貸款消費。另外還提供了保險平台並與 9 家保險公司合作，提供 5 大類的保險服務，比如生鮮腐爛險、物流破損險、化妝品過敏險、保價險、退貨險等，消費保險突破 4.7 億筆，相當於平均每分鐘就有 46 萬單。

雙 11 的強大消費力則源於網路購物的興盛，螞蟻金服看中這項潮流，推出了退貨運費險。退貨運費險推出後即受到廣大消費者的歡迎，而這款退費運費險讓消費者更大膽購物、帳戶安全險則讓用戶使用支付服務更放心。這些保險不僅是對用戶的經濟保障，也讓提供該保險的公司，創造出行銷及客服的價值。

螞蟻金服運用科技，打破以往由商家為主的銷售模式，建立以消費者為主的客製化服務。例如螞蟻金服在網路上賣基金，完全取決於用戶需求，與銀行不同的是，螞蟻金服服務的對象往往是被銀行省略的個人及小微企業戶，而不是銀行搶著做的 VIP 客戶。過去我們投資方法為用戶定時定額一次交易 10,000 元或是 5,000 元，但螞蟻金服更偏好 1 萬次 1 元或是 5,000 次 1 元的交易。如此高的交易頻率，相對表示客戶黏著度越高，可以蒐集到更多的信用數據，相對更能推出優惠活動給用戶。

但螞蟻金服如何可以撐起如此大的交易量及安全性呢?背後是因為公司內有 1/5 的員工在從事安全及風險管理工作，全公司擁有 2,800 多台伺服器，在 100ms 的時間裡，螞蟻金服的智能風控系統會對支付寶平台上的每一筆交易實行 8 個維度的大數據掃描。此外，螞蟻金服還有 80 多個模型，幾千個風控規則，每天對一億多筆的用戶交易行為進行實質風險掃描，將風險降到最低。在未來，希望達成百個風控規則，5 個深度學習模型及 2,400 台的伺服器，在控制風險及資安問題下，以更有效率的方式來處理更多的交易量。

聽了螞蟻金服人員的解說，瞭解到中國大陸因信用卡及 ATM 不如臺灣普及化，為了取得網上交易買賣雙方信任並解決資訊不對稱的問題而誕生了支付寶。支付寶用戶綁定提款卡後，可直接用支付寶網上付款，也直接用手機轉帳，中國大陸目前已經超過 2.7 億支手機裡裝有「支付寶錢包」App，每天當這些用戶打開 App，即可繳水電瓦斯費、連線醫院掛號、預約計程車、付車錢，叫外賣、付飯錢，一鍵就可以完成所以日常必須的動作，用手機直接付款的動作幾乎用不到人民幣現金，不用擔心會有假鈔的問題。支付寶的出現，讓理財變成全民運動，也的確替中國大陸網路不信任的購物環境，帶來許多的幫助也徹底改變了人們的生活方式。



圖八：團員於螞蟻小微金融服務集團有限公司合影

(四)105年11月23日(星期三)下午參訪中國平安保險(集團)股份有限公司

1.單位簡介：

中國平安保險(集團)股份有限公司(以下簡稱「中國平安」,「公司」,「集團」)於1988年誕生於深圳蛇口,是中國大陸第一家股份制保險企業,至今已發展成為整合保險、銀行、投資三大主營業務為一體,與核心金融與互聯網金融業務並行發展的個人金融生活服務集團之一。

中國平安透過「綜合金融+互聯網」和「互聯網+綜合金融」兩個模式,聚焦在「大金融資產」和「大醫療健康」兩大產業,圍繞保險、銀行、資產管理、互聯網金融四大方向,為客戶創造「專業讓生活更簡單」的品牌體驗。持續以客戶為中心,提供完善的金融服務,以實現「一個客戶、一個帳戶、多項服務、多項產品」為目標,積極推動與使用者、客戶間的流動性。核心金融業務方面,利用向客戶提供專業一站式金融服務,並利用互聯網升級綜合金融模式,擴大服務範圍,提升服務效率和體驗。在互聯網金融業務方面,為滿足用戶的「醫、食、住、行、玩」需求,不斷改善線上平台提供多種服務和產品,將金融結合線上生活服務。

中國平安是中國大陸金融牌照最齊全、業務範圍最廣泛、控股關係最緊密的個人金融生活服務集團。平安集團旗下子公司包括平安壽險、平安產險、平安養老險、平安健康險、平安銀行、平安信託、平安證券、平安大華基金,涵蓋金融業各個領域,並已發展成為中國大陸少數能為客戶同時提供保險、銀行及投資等全方位金融產品和服務的金融企業之一。平安公司是通過多管道分銷網路,以統一的品牌向客戶提供多元化金融產品和服務。截至2015年12月31日,集團總資產高達人民幣4.77萬億元,歸屬母公司股東權益為人民幣3,342.48億元。從保費收入來衡量,平安壽險為中國大陸第二大壽險公司,平安產險為中國大陸

第二大產險公司，由此可見，平安公司已發展成為中國大陸領先的保險集團公司之一。

2. 考察報告：

首先由中國平安人員簡介該公司概況及歷史(圖九)，平安公司 1988 年在深圳成立，在中國大陸經濟較發達的地區如廣東、上海、北京及江蘇等均擁有龐大的市場。2014 年公司看中了金融科技的趨勢，開始專注於發展互聯網金融，策略是將科技元素嵌入傳統業務，由生活上的「醫、食、住、行、玩」著手，至今已發展成為金融保險、銀行、投資等金融業務為一體，整合、緊密、多元的綜合金融服務集團，為中國大陸保險業中領先的保險集團公司之一。



圖九：介紹中國平安保險(集團)股份有限公司歷史

平安人員帶領團員參觀中國平安車險 CALL CENTER，在平安人員的介紹下，我們看到了中國平安集團為了讓保險代理人更方便展業，推出許多展業神器。例如其中一個是平安口袋 e 行銷 App，可以直接在手機上有效進行產品銷售、客戶管理及服務；又例如平安好車主 App 是由平安產險打造的互聯網車主服務平台，涵蓋車輛保險、理賠、維修保養、車主社區及資訊分享等在線服務，為車主提供專屬的保險服務與管理。

中國平安集團也關注客戶消費習慣，研究當前的新技術（如智慧終端機、雲計算、社交網路），結合平安的實際業務場景金融科技，將投保程式化繁為簡，

讓客戶省時、省心又省力，體驗到綜合金融的簡單和便利，其中一個標語就是：一分鐘車險理賠，關注客戶的真正需求與每一次體驗。



圖十：中國平安公司會議室交流

參觀後隨即進入會議室進行交流(圖十)，首先先講解中國平安公司的各項業務，其中，特別分享的是平安網際網路金融的戰略體系—「四個

市場、兩朵雲、一扇門」，其中兩朵雲就是資產雲和健康雲。資產雲以「一帳通」為核心，健康雲以電子健康檔案和健康管家移動平台為核心。「一帳通」為中國平安公司為客戶提供的創新式綜合金融服務平台，只需一個帳戶及密碼，即可知道名下所有金融帳戶的餘額。

中國平安在雲平台上建立健康險公司「平安好醫生」、平安健康互聯網股份有限公司、萬家醫療等三單位，除了招募千餘位全職醫生進行「線上」問診服務，提供健康、美容、日常小病等線上諮詢、線上開立非處方藥外，也因應大陸地區醫療資源因地域而造成的限制，串連各級(縣市)醫療院所等資源，提供客戶「線下」醫療資源的整合服務。「隨身病歷」則是另一個創舉。在徵得患者同意後，平安科技用「隨身病例」整理出來以前就醫的病例數據，每次就診時只要輸入基本資料，就可以把詳細的歷史病情提供給醫生，幫助醫生快速做出正確的判斷。

透過此次參觀，我們瞭解了平安公司的部分業務，不但開闊了視野，也可以讓我們反思如何能以中國平安作為借鏡，如何將科技結合保險，讓臺灣保險業也可以有更大的突破，發展出一個滿足臺灣人民需求的「臺式保險科技」。感謝中國平安提供參訪的機會。

(五)105年11月24日(星期四)上午參訪易保網路技術(上海)有限公司

1. 單位簡介

易保網路技術（上海）有限公司成立於 2000 年，總部位於上海，是世界領先的保險應用軟體提供商，致力於為產、壽險公司提供基於 Java 程式語言的保險核心業務應用軟體解決方案。其宗旨是讓保險變得容易，使之變得更快、更好、更經濟，惠及整個保險生態圈中的各個方面，包括消費者、中間商、保險公司、服務提供商、監管機構等。

易保網在全球 10 多個國家設有分支機構，擁有本土化的團隊，專注於將商品的商業價值快速傳遞給客戶。全球眾多知名保險公司都與易保網建立了長久的合作，如：安達壽險、蘇黎世金融集團、新加坡職總英康保險、法國國家人壽、富通國際股份有限公司、英國保誠集團、美國丘博保險集團、瑞士人壽、大東方保險公司、安盛保險、利寶互助等等。易保網自 2000 年成立至今，先後在北京、新加坡、瑞士蘇黎世、馬來西亞、印度、東京開設了分公司，同時在全球 30 多個國家有 150 多個網路項目，分佈於亞太、歐洲、中東、非洲和美洲等地，成為全球保險技術領域中的領軍公司。

創新 Innovation (I)、品質 Quality (Q)和人才 People (IQ)，是易保網持續發展的立足點。易保網憑藉擁有自主智慧財產權的保險軟體產品和經營業績，被中國大陸政府認定為「國家重點軟體企業」，榮列 2006 年中國大陸自主創新榜中前十強企業。2007 年，易保網成為政府正式授權的「在校大學生實習基地」，更多的年輕學子藉由在易保網實習，讓在學學習的大學生能夠實務結合理論，直接地汲取到領先的行業知識、優秀的專業技能，以及開闊的國際視野。

2. 考察紀錄

首先由易保網服務人員為團員做簡單介紹辦公室環境後，由北亞事業部臺灣區總經理吳銀華為團員詳細解說易保網”前世今生”，易保網為中國大陸最早支援車險理賠管理平台的保險核心業務系統提供商，用服務導向式架構的方法，為保險業務和管理提供一系列軟件解決方案，包括針對產險（財產險與意外險）、壽險、團隊壽險和資產管理保險公司的各類解決方案。在全球 1,200 位員工中，

約 200 名員工專注於產品的創新和研發。值得一提的是，易保網臺灣產險、壽險事業部及臺灣分公司於 2015 年成立，專注於臺灣保險客戶的發展，也搭配雲端科技，同一時間點成立「雲事業部」，搶先拿下保險業的雲端商機。因此，易保系統的發展方向強調數位化保險，整合互聯網技術及保險專業，做為發展競爭策略的利基。

另外在「數字化保險趨勢與實踐」方面，易保網跳脫傳統的 80-20 思維，而著重於長尾理論的看法，將目標顧客鎖定在原本不被重視的微小族群；在中國大陸廣大的人口中，藉由聚集這些微小顧客，創造出與眾不同的服務優勢，奠定了易保網獲利的基礎。

在互聯網趨勢下，面對廣大的用戶需求，易保選擇從傳統單核心系統走向雙層模式，依性質差異分散巨量資訊，也提供更好的服務平台。



圖十一：團員於易保網路技術（上海）有限公司合影

(六)105 年 11 月 24 日（星期四）下午參訪和訊網

1. 單位簡介：

和訊網（www.hexun.com.tw）創立於 1996 年，從中國大陸早期金融證券資訊服務脫穎而出，建立了第一個財經資訊網站。經過二十年的耕耘，和訊網逐漸

樹立了自己在業內的優勢地位和品牌影響力，成為財經互聯網專業及高品質的代表。

和訊網是中國大陸目前唯一一家同時擁有互聯網新聞資訊服務許可證、信息網絡傳播視聽節目許可證及證券投資諮詢的網站，月平均用戶超過六千萬，全年用戶過億。

隨著金融電子商務的崛起，和訊網作為中國大陸最大的財經門戶，順應著金融電子化的潮流，整體業務朝多元化發展方向，保留和訊財經資訊平台為基礎，並向金融綜合服務一體化發展，即以和訊理財客戶為主的平台產品，目的是為中國大陸最龐大的財經用戶群打造多元化一站式互聯網金融服務平台。

和訊網是聯辦集團的下屬公司。以下簡單介紹一下聯辦集團。聯辦集團的前身為「中國證券市場研究設計中心」，成立於1989年3月，是中國大陸證券市場的發起者，旗下擁有香港上市公司「財訊傳媒」，使得和訊網在人脈、資源上都保有巨大的優勢。聯辦集團旗下雜誌媒體群包括：財經、財經網、證券市場週刊、證券市場紅週刊、成功營銷、新地產、中國汽車畫報、動感駕馭、PC電腦時空、信息方略、體育畫報、美好家園、新旅行、TIMEOUT北京、TIMEOUT上海、他生活、紅秀、葡萄酒評論、東方壹周、視覺、支點網。

和訊網精準聚焦正在崛起的新興中產階層，在不斷豐富完善股票、基金、銀行、外匯、期貨、保險、黃金等財經資訊和理財服務的同時，順應中高端用戶日益增長的多層次財富生活的需求，打造出中國大陸第一個兼具財經資訊資訊、投資理財工具及金融數據產品的價值互動平台。



2. 考察紀錄

由於和訊網會議室無法容納 40 位考察團團員，所以另於在南京西路 688 號 6 樓新百倫中國有險公司會議室進行交流，會議中提到和訊網不是單純依靠一個簡單的網絡模式，而是想辦法怎麼深入改善服務貼近用戶，因此涉足互聯網金融，對和訊網來講是轉型而非轉行。

和訊網主要業務領域涵蓋媒體與金融，其背後主要二大股東為聯辦集團 (SEEC) 及湯森路透，堪稱是中國大陸建立最早、專業用戶數最多、影響力最大的財經網站。就現況而言，財經媒體資訊平台佔其營收 40%，而 60% 營收則來自於金融電子商務平台。和訊網雖然具備 (1) 首獲證中國大陸監會基金銷售許可證、(2) 一流行業背景及全面商品覆蓋、(3) 專業金融團隊及強大流量支持等特點，但目前卻欠缺協力廠商支付牌照，在互聯網時代中仍是努力的方向。

一下午的時間，從公司組織架構到互聯網金融轉型，全面而深入的介紹使得團員對於中國大陸這一個將財經資訊與金融服務結合的平台有了更為深入的瞭解。

叁、參訪結論及建議

互聯網金融的濫觴始於阿里巴巴公司為了促進電子商務發展，在 2005 年時由於當時整個金融支付環境尚未完善的情形下，為了確保交易的有效性而推出的協力廠商支付系統-支付寶。到了 2013 年阿里巴巴和天弘基金推出的“餘額寶”被看做是當年度互聯網金融的最大亮點，當年亦被稱為互聯網金融元年。在中國大陸國家政策的主導下，互聯網金融的創新一直在進行，從協力廠商支付，到 B2B 電子商務的供應鏈融資（阿里小貸）、B2C 電子商務理財（餘額寶）、P2P 網路借貸，線上購買基金、保險等金融商品，一時之間百花齊放，那時候大家都以為只要搭上互聯網金融的順風車就商機無限。但是過度追逐互聯網金融的背後，卻也突顯出中國大陸在互聯網金融方面的規範不足，因為產業自律共識尚未形成，消費者權益被棄之如敝屣，一切只為追求高額報酬，淪為形成影子銀行體系，對於整個大陸金融體系形成沈重的壓力並成為向上發展的絆腳石。

一、參訪心得：

保險公司運用已成型的網路購物網站來銷售保險商品，因為這類成熟的網站有著大量的客戶瀏覽紀錄，其專業與安全也得到了很多人的認可，而保險互聯網行銷則是補足了傳統保險業不足之處，加以改善並提供客戶更完善的服務體驗過程，相較於傳統保險業務方式有著自己獨特的優勢和特點：

(一)經營成本低

傳統的行銷方式大多通過電話銷售和紙本資料發放，需要耗費人力及物料成本；而互聯網行銷則是有一個固定的宣傳點，即企業網站，這個網址一旦建立了，不會輕易被消除或變動，成本費用遠遠低於傳統行銷方式的投入。

(二)拓寬了保險業務的時間和空間

傳統銷售模式中，行銷人員有固定的上班時間、上班地點；而互聯網行銷沒有地域的劃分，只要互聯網環境允許，任何時間任何地點都能進行工作，這極大的改變了行銷的理念和方式。

(三)延伸服務

互聯網行銷的一大特點就是客戶與企業的直接交流，省略了保險經紀人、保險代理人的環節，因此，企業網站除了定期宣傳更新產品資訊外，還可開發各種保險行銷活動。

(四)拉近與客戶的距離

互聯網行銷過程中客戶和銷售人員不需要面對面接觸，這種溝通方式對大多數客戶來說顯得更輕鬆自在，可以激勵客戶更高頻率的諮詢與溝通，一旦客戶提出了問題，即是一個商機。

(五)發揮互聯網效益，擴展客戶群

互聯網本身就是一個供人們交流溝通的工具，和現實生活一樣，上網的用戶不會只有一人，每個客戶都有其交際圈，從一個客戶入手，由點入面，深入挖掘潛在用戶，發揮蝴蝶效應，建立客戶關係資料庫，可充分發揮互聯網優勢，將客戶群體擴大。

大陸在互聯網金融剛起步的階段一直是處於正面鼓勵的態度，但是隨著互聯網金融上糾紛頻傳，資本市場動盪不安，投資人權益受到重大影響的情況下，使得大陸監理單位不得不出手整治整個有些失控的現象。由此，我們可以看到在互聯網金融快速發展下，動輒以高投資收益率吸引投資人投入資金，不注重監理與行業自律的產業，已經有下列幾項明顯的缺點：

(一)投資人保護不週

在互聯網金融下，為了引人注目，博取版面，企業紛紛祭出高額收益率以吸引投資人的目光，但是卻對投資標的、資金運用鮮有說明，更遑論投資人保護的措施在簽約前讓投資人瞭解。

(二)互聯網金融中的法律問題並沒有取得明確解釋

透過網路進行交易，但是目前並沒有看到像臺灣一樣有個人身分認證的機制。因此，如何確定該筆交易是一個“有效”的交易便是一個問題。另外，互聯網無遠弗屆，但是現實生活有法律管轄權的地域劃分，在網路上進行的交易，其管轄權如何歸屬也是一個問題。另外回歸現實生活中，一旦發生保險事件（例如意外事故），該由何地的保險人員與理賠人員進行相關手續的過程，恐怕也需再三斟酌。

(三)保險商品的侷限性

現在可以在網路上進行銷售的保險，以單純的意外險或傷害險為主，理由為因產品單純，可以將投保人的資訊以各項的條列化方式進行，並由背後的大數據運算以完成投保手續；但是面對較複雜的人壽保險或產物保險商品，由於規則繁瑣，保戶與標的物間差距頗大，尚無法利用線上銷售方式進行產品行銷，對保險公司而言尚無法發揮線上行銷以節省通路成本之優勢。

(四)保險互聯網行銷缺少必要的監督

保險涉及的金額大、流程繁瑣，特別是最後的核保過程，因為對保單的理解差異，經常出現各種糾紛。保險業實行互聯網行銷後，更加突顯了這一個問題。

隨著互聯網金融所帶來的 24 小時不間斷服務與跨越地理區的遠距離優勢，保險業在通路的選擇上有了更多的選項。但是保險業追根究底是一個高度與“人”有密切關係的產業，最佳的銷售模式是打造成線上交易+線下客服的金融服務模式。傳統保險業在線下擁有通訊處與業務員，藉由互聯網將業務員轉型為壽險顧問，透過與客戶的接觸與深度訪談，最終將客戶引導至線上交易，若線上客戶遇到問題，也可以透過就近的實體通訊處據點面對面解決，這種線下結合線上的優勢是單純互聯網金融平台無法取代的。

二、參訪建議

近幾年來，中國大陸保險企業面臨的市場競爭變得日益激烈，為了降低企業行銷成本，提高保險公司客戶回應率，解決傳統行銷的問題，利用大數據、雲端計算來分析保險公司多年來積累的大量資料，挖掘商機並準確把握市場，提高產品的市場覆蓋率。

在互聯網帶來便利的同時，卻面臨著許多不容忽視的問題，互聯網行銷對於保險業來說猶如雙刃劍，有利有弊。例如在法律上的風險，常常在互聯網保險交易的過程中存在著一些違反相關法律規定的風險；違反社會道德的風險，互聯網保險在銷售和理賠的過程中，也可能出現欺詐的行為，基於此，提出如下建議：

(一)專業人才的培養

互聯網行銷的形式對員工的素質提出了更高的要求，服務員工不僅要瞭解保險業專業知識，更要精通互聯網知識和各種行銷手段，以面對客戶多變的需求。

(二)優化業務流程

搭建自己的互聯網保險平台，以自己平台為核心，避免嚴重依賴協力廠商平台，步銀保業務後塵，淪為協力廠商賺錢工具。

(三)保險業互聯網行銷要完善配套措施

互聯網行銷絕不僅僅是建立一個企業網站。以線上客服為例，除了必要的銷售話術培訓外，線上客服在招聘、管理、業務量統計、晉升規則等上都需要建立相應的制度，確保每個環節的專業性及公開公平性。

(四) 互聯網行銷與傳統行銷手段結合

行銷人員可在電話溝通的過程中，逐步收集並建立使用者資料庫，如電子郵件，家庭住址等，部分使用者不熟悉互聯網操作步驟，可通過電話隨時與客服溝通，讓客服幫忙其完成投保流程。網銷和電銷同時進行，既能彌補對方缺點，又能給予客戶便利及多樣選擇性。

(五) 保險產品創新策略的保障措施

包括強化網路安全建設和防範各項風險，除了創新技術應用和提高業務效率，也應建立一套自己的行銷理念和提升服務品質，建立資訊服務平台和信用體系建設，完善互聯網法律法規和監管體系。

(六) 重視和加強互聯網保險資訊安全工作

採取必要的安全措施，保障交易安全、資料安全、支付安全。建議加強監管措施，如對互聯網保費確認、業務範圍、成本核算、產品費率、電子保單法律地位等方面加以明確規範，及時消除影響互聯網保險發展的政策障礙。

目前臺灣保險業在金管會的政策下，也有了不一樣的創新，金管會於 2016 年 5 月針對保險業訂立了幾項目標：

(一) 推動網路投保業務，2020 年達新臺幣 58.6 億元。

(二) 至 2020 年至少 10 家保險業者投入金融科技創新及研發相關產品。

(三) 推動保險業大數據應用。

保險科技在很多國家有高度的突破，在中國大陸，眾安保險結合各式網路平台，為顧客做客製化的保險，眾安保險運用跨界整合並不斷的研發、創新，讓保險可以更貼近人民的生活。在德國，透過互助保險的概念，以共享經濟為核心，鼓勵用戶進行團體投保，可以大幅降低成本。在美國，除了保險外，還有藉由互

聯網科技提共用戶更貼近生活的服務，各國在保險科技的發展都有自己特色，並為保險創造出另一種價值，而這些都值得我們做為借鏡。

臺灣的保險市場雖然已經發展成熟，保險的價值鏈卻停留在傳統模式，現行僅有些許的網路投保程序，大多還是著重於業務員的作業處理，消費者仍須面對繁瑣的保單條文與尚未完善的數位體驗，加上臺灣現行的法規相對保守，金融科技的發展較國外落後，使得保險科技難以快速跟上國際腳步。因此，我認為隨著網路科技的發展，保險業者應針對情勢做出調整，主管機關也應思考如何完善保險制度並制定相關法規，而不是一味地保護舊有模式，甚至排斥外來的經營策略，使臺灣無法與國際接軌，喪失競爭力。希望未來能有更大的政策突破，透過與大數據分析的結合，鼓勵保險業開發有外溢效果之健康管理保險商品，讓保險不僅有事後給付理賠，也可引導國人注重事前預防。保險科技在未來的發展會遇到更多的難題，主管機關應該適時給予支持，並鼓勵業者用創新的思維來看待相對於外國相對保守的保險金融市場，並推出更多創新的服務，給予消費者更多元化的保險服務體驗。

肆、附件：

(一) Fintech 保險金融考察團

項次	身份別	姓名	機構名稱
1	團長	梁正德	保險事業發展中心
2	副團長	吳鴻麟	台灣金融研訓院
3	第一組組長	楊孝翔	臺灣產物保險股份有限公司管理部
4	第一組	李佳蓉	磊山保險經紀人股份有限公司
5	第一組	周宛儒	太陽保險經紀人股份有限公司
6	第一組	朱蘊鑛	台中科技大學應用統計系
7	第一組	許錦龍	昇華科技研發部

項次	身份別	姓名	機構名稱
8	第一組	莊淑儀	國泰人壽壽險資訊部
9	第一組	張雅琪	明台產物資訊部
10	第一組	洪貴寶	優易資訊業務部
11	第二組組長	陳政國	國泰人壽課群經營部資料探勘科
12	第二組	張淑敏	澳盛銀行銀行保險部
13	第二組	王鴻翔	富邦人壽科技行銷部
14	第二組	戴錦周	台中科技大學財金系
15	第二組	林美玲	臺灣銀行財富管理部
16	第二組	李家敏	明台產物意外保險部
17	第二組	李昱瑩	綺瑩資訊股份有限公司業務部
18	第三組組長	蔡秀芬	台新綜合證券總經理室
19	第三組	沈弘哲	源創管理顧問股份有限公司
20	第三組	黃瑞祺	信託公會
21	第三組	陳俊傑	明台產物南港營業部
22	第三組	林聖凱	國泰人壽營業企劃部
23	第三組	陳昀利	昀翔國際股份有限公司
24	第三組	廖采如	台中科技大學保金系
25	第四組組長	遊勝宏	台中科技大學保金系
26	第四組	楊淑娟	南山人壽執行主管室
27	第四組	劉明達	國泰人壽綜合企劃部
28	第四組	杜文娣	錠崧保經管理部

項次	身份別	姓名	機構名稱
29	第四組	鄧中淦	優易資訊
30	第四組	陳秋華	新光人壽市場行銷部數位行銷課
31	第四組	李語宸	綺瑩資訊股份有限公司
32	第五組組長	曾崇育	小育工作室
33	第五組	李正之	台名保經
34	第五組	黃威翰	中華開發金控創新科技金融處
35	第五組	呂忠達	新光投信
36	第五組	李文城	國泰人壽行銷資訊部
37	第五組	張正明	優易資訊業務部
38	第五組	黃麗夙	台中科技大學保金系
39	工作人員	黃美蓉	保險事業發展中心教育訓練處
40	工作人員	何雅娟	台灣金融研訓院海外業務發展中心

(二)附件二：活動安排簡介

日期	時間	課程 / 活動安排
11月21日 (週)	下午	搭乘長榮航空 B758 16:25-18:15 桃園機場至杭州蕭山機場
11月22日 (週二)	上午	參訪機構: 阿里巴巴商學院 主題: 互聯網下之電商平台, 保險金融業可推展之商機 專注於電子商務策劃、營運與管理、網絡營銷、物流管理、商業資訊蒐集、商貿活動等管理工作, 深入瞭解電商的成功經營策略, 探索金融保險業未來可開拓商機。

日期	時間	課程/活動安排
11月23日 (週三)	下午	<p>參訪機構：浙江螞蟻小微金融服務集團有限公司</p> <p>主題：保險數據應用分析及跨業金融服務</p> <p>移動互聯網、人工智慧、大資料、生物識別、雲計算等技術正在迅猛發展，這些新技術左右保險業未來發展。深入瞭解螞蟻金服如何透過創新技術建立綜合而開放的互聯網保險平台，如何透過大數據的應用創新金融產品，進而創造互聯網「保民」破3億的驚人數字。</p>
	上午	<p>搭動車 3322 班次</p> <p>杭州東站-上海虹橋站</p>
11月24日 (週四)	下午	<p>參訪機構：中國平安保險(集團)股份有限公司</p> <p>主題：金融保險商業模式分析及車聯網保險操作</p> <p>平安保險提供多元化金融服務及產品，首先投入 UBI 保險的推動，透過 OBD (車載診斷系統) 數據分析，提供客戶個人化的保險服務。深入探究保險多元經營的成功商業模式與 UBI 車險車聯大數據應用新趨勢。</p>
	上午	<p>機構參訪：易保網路技術(上海)有限公司</p> <p>主題：協力廠商理財商品經營與營銷策略</p> <p>易保網技術(上海)有限公司成立於2000年，公司有近千名員工專注於保險核心軟件產品的開發和為客戶提供實施和維護的服務工作，公司擁有易保雲是一個革命性的平台，助力於保險行業全數向數位化轉型。完全基於互聯網和雲架構設計，全面支持保險生態的各個相關方、所有業務線、提供數位保險生態所需的全部主要功能。完全基於互聯網和雲架構設計，全面支持保險生態的各個相關方、所有業務線、提供數字保險生態所需的全部主要功能。</p>
	下午	<p>專題演講：金融行業新管道、新模式案例分享</p>

日期	時間	課程/活動安排
		<p>交流座談：和訊互聯金融網</p> <p>主題：大數據應用的營銷策略</p> <p>發揮財經資訊生產、金融市場研究、投資者互動平台及理財顧問服務等方面的獨特優勢，利用互聯網平台為廣大的投資者和金融機構提供產品與全面的服務。深入瞭解互聯網金融平台如何透過大數據資料成功建立營銷模式。</p>
11月25日 (週五)	上午	<p>文化考察：</p> <p>上海中心大廈（118層觀景）</p>
	下午	<p>搭乘長榮航空 BR751 16:00 - 18:00</p> <p>浦東機場至桃園機場</p>

伍、參考資料

維基百科：阿里巴巴集團

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E9%98%BF%E9%87%8C%E5%B7%B4%E5%B7%B4%E9%9B%86%E5%9B%A2>

(擷取日期 2016/12/12)

維基百科：螞蟻金服

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%9A%82%E8%9A%81%E9%87%91%E6%9C%8D>

(擷取日期 2016/12/12)

平安集團簡介

<http://about.pingan.com/>

(擷取日期 2016/12/12)

百度百科：易保網路技術（上海）有限公司

<https://wapbaike.baidu.com/item/%E6%98%93%E4%BF%9D%E8%BD%AF%E4%BB%B6?adapt=1>

(擷取日期 2016/12/30)

百度百科：和訊網

<https://wapbaike.baidu.com/item/%E5%92%8C%E8%AE%AF%E7%BD%91?adapt=1>

(擷取日期 2016/12/30)