

出國報告（出國類別：研討會）

法國再保險公司(SCOR)
2023泰國曼谷保險研討會

服務機關：臺銀人壽保險股份有限公司

姓名職稱：劉禹政 經理

潘謹玕 初級專員

派赴國家：泰國曼谷

出國期間：112年9月6日至9月8日

報告日期：112年11月21日

摘 要

研討會議題主要包含有介紹亞洲各國(如香港、日本、馬來西亞、新加坡、泰國、台灣、越南、印度等)保險發展之現況、並探討近年市場環境眾多變化如高齡化社會、後疫情時代、零工市場經濟等，保險業者如何在面對現今各種環境變化下，為滿足保戶保障需求所因應之方向。此外，保險業除持續提供國人更全面的保險保障外，透過與數位科技平台合作來推動保戶健康促進，進一步達到保險業由原先的事後補償，轉變為事前風險預防之正面影響力。

茲就本次參加研討會之內容摘要如下：

- 一、目前亞洲許多國家正面臨人口老化、生育率降低等社會及家庭結構的改變，造成了高齡化社會帶來的長壽風險、扶養比率上升、醫療費用增加等問題，此研討會中透過分享未來健康保險發展趨勢，並介紹日本現有健康福利與長期照護保險制度，瞭解未來因人口老化或罹患疾病等原因勢必造成國家所需長期看護者增加，加上高齡人口儲蓄不足等問題，提供民眾完整的保障制度是目前所需重視之議題，開發適合高齡長者的各式健康保險或具儲蓄性質的年金商品，以助銀髮族群未來擁有更高生活品質與醫療照護。
- 二、數位經濟的興起使得零工經濟也跟著在各國社會崛起，與傳統工作相較，零工勞動者所得及時間雖較能自由運用與彈性支配，然而工作的不穩定，且無一般傳統正職之福利或退休保障，係為零工經濟正面臨的問題。因此如何提供此類人員更完善的保障機制，亦為現今後疫情時代及數位經濟下保險公司可以致力的方向。
- 三、隨金融科技的日益發展，科技對於保險公司的營運發展也越來越重要。透由發展保戶之數位健康促進平台，以有效掌握保戶健康狀況，當保戶執行保健策略達到維持或改善自身健康狀況時，亦可獲保費折扣或提高保障之鼓勵機制，且可進一步改善保險公司理賠風險，同時減少國家醫療支出成本，進而達到三贏局面。
- 四、1992 年美國友邦保險(AIA)首次將代理人機制引入中國，改變了中國保險業的銷售理念和方式，2015 年後，互聯網技術與應用在中國各行業快速發展及成長，很大程度影響保險商品的銷售模式，這也驅動保險經紀人、保險代理人(簡稱保險仲介機構)銷售模式的創新，時至今日，保險仲介機構的保費收入在中國保險市場的各業務通路中，占有舉足輕重的地位，配合線上/線下模

式經營，發展出獨特的企業生態與商業模式。伴隨創新銷售模式的快速發展，主管機關也必須有同樣快速因應的監理機制，來確保消費者權益和保險業對保單品質風險控管的問題。

- 五、2022-2023 年「全球保險消費者研究」對消費者進行廣泛性調查提出幾項關鍵發現，包含消費者自身金融知識水平的認知、首次購買保險商品的接觸渠道、各世代消費者對數位保險服務的接受態度、消費者對數據分享的意願、對生理健康與心理的關注程度等，這些訊息，保險公司可以透過數據分析，來掌握消費者對商品與需求的相關性，調整經營策略，滿足消費者的需求。
- 六、新冠疫情爆發，尤其是 2021 年 Delta 和 2022 年 Omicron 病毒株流行期間，對東南亞健康保險需求產生重大影響，尤其是泰國、越南及台灣。由於前一次大規模疫情的流行，是在 20 年前 SARS 的流行，由於時間久遠，加上疫情很快得到控制，因此疫情並未顯著改變消費者的保險行為。由於投保與疫情相關健康保險的意識較低，在 Delta 流行期間雖造成大量的確診與死亡，但相關理賠統計數據較相對較低；到了 Omicron 流行期間，很明顯的，人們申請疫情相關理賠的件數和金額大幅上升。
- 七、經驗分析是保險公司商品訂價及風險管理的基礎，傳統經驗分析無法捕捉影響風險因素間的複雜交互關係，可能扭曲分析結果，造成保險商品的訂價風險。隨著大數據分析技術的發展，主辦單位也分享了如何透過運用大數據分析的演算法(如 GLM、GAM、隨機森林、聚類、LASSO 回歸等)，對潛在風險進行識別及分類，進而做出可靠的經驗分析結果。
- 八、台灣的保險滲透率、保險密度在全球各國均位列前 10 名，加上台灣已是高齡社會，預期 2025 年將邁入超高齡社會，長期健康保險的發展非常多元，含蓋一般醫療、住院、手術、癌症、重大疾病、特定傷病、自費醫材、長期照顧等。隨著金融科技的快速發展，在台灣主管機關的支持與推動下，近年還將區塊鏈與保險服務結合，推出保險存摺、理賠醫起通等服務，讓台灣保戶享受更便捷、效率的服務。

目 次

摘 要.....	2
壹、 研討會目的與過程.....	5
貳、 研討會議題摘要.....	6
一、 亞洲國家商品發展概況及最新發展趨勢.....	6
二、 保戶健康管理與促進之策略	12
三、 零工經濟（ Gig Economy ）對未來保險業的影響	12
四、 中國保險仲介市場介紹	13
五、 2022-2023 保險公司提升消費者能力的 8 項關鍵洞察	17
六、 COVID-19 與健康保險	19
七、 經驗分析模型最新發展	22
八、 台灣的長期健康保險商品	24
參、 心得及建議.....	30
附錄：研討會議程.....	32

壹、研討會目的與過程

本次保險研討會(SCOR Asia Insurance Symposium)係由法國再保於泰國曼谷舉辦，研討會時間為 2023 年 9 月 6 日至 9 月 8 日，參與人員來自於臺灣、中國、印度馬來西亞、新加坡、香港、韓國及泰國等國家約百位精算人員參與。

因本次參加同業研討會同業皆為亞洲國家，因此本次主辦單位研討會重點之一係針對亞洲各國保險商品概況及未來趨勢進行介紹。由於高齡化社會是多數亞洲各國正面臨的議題，人口老化對社會主要的衝擊是醫療與長照需求快速增加，同時也會造成社會福利負擔沉重，有鑑於此，各國保險業對於適合高齡長者之生活保障都相當重視，刻正積極投入及開發各式保險商品，其中包括了長期照護保險、重大疾病保、醫療保險及年金保險等多項保障型商品的議題進行探討。

且為因應近年社會環境轉變，除了高齡化社會議題，主辦單位亦介紹了如新冠肺炎疫情或零工市場經濟等對未來保險市場影響之相關議題，以針對不同族群輔以更合適或真正所需之保險商品。此外，除了介紹商品發展之面向，透由推動保戶的健康促進以達到公司未來理賠風險的掌握與改善，並減少未來醫療成本，讓保險從「事後理賠」走向「事前預防」的正向影響，締造三贏局面。

此外也介紹中國保險中介市場，包含經紀人與代理人的發展。由於中國保險業發展起步較晚，因此保險中介制度的發展過程中，一開始借鏡其他國家制度，逐步完善相關法規，此外隨著中國大陸互聯網的飛速發展，逐漸發展出屬於中國特色的保險中介市場，尤其是融入數位平台的中介市場，加速促進了互聯網保險的發展，此更需重視互聯網保險業務監管辦法，以防範經營風險、保護消費者權益。

研討會主辦方也分享了他們對全球保險消費者的調查及研究，以及隨著大數據分析技術的發展與應用，經驗分析的最新發展。在全球保險消費者的調查研究部分，主要在觀察消費者對於保險、健康、保健、財產、意外傷害及科技等的態度。以瞭解消費者對保險的認識、第一次購買渠道、數位化保險服務的接受程度、對健康的重視、分享保險健康數據的意願等，讓與會者對全球消費者保險態度有概括性的認識。

保險經驗分析部份，則介紹了運用大數據技術在分析脫退率、死亡率及罹病率等壽險保單關鍵風險因子的經驗發生率，這些新的分析方法或技術，有助於改善或修正傳統分析方式的可靠性。此外，主辦單位還特闢了一個單元介紹台灣長期健康保險的發展，讓與會者認識台灣全民健保制度下，商業健康保險的角色與多元性。

本次研討會內容豐富且多元，且於研討會期間，來自不同國家之精算人員相互交流，進一步彼此分享經驗與看法，對於提升自身專業知識及工作效能具實質幫助。

貳、研討會議題摘要

本次研討會主要由來自各國不同講師分享亞洲地區最新健康保險商品現況與未來發展趨勢，其中包括了因應老年化及少子化議題之長期健康險、看護保險、重大疾病保險等，以及其他保障型特殊保險商品的介紹；此外，主辦單位另針對現今各種社會環境(如 COVID-19)帶來之影響、中國保險仲介制度發展、全球保險消費者調查、經驗分析技術等進行分享，以提供保險業未來之因應；茲就本次研討會之重點內容，說明如下：

一、亞洲國家商品發展概況及最新發展趨勢

(一) 香港

根據統計，香港保險滲透度逐年升高且位居全球第二，而壽險滲透度更高居全球第一，在 2022 年保險滲透度已來到 20.8%，可見香港保險業對於香港的經濟貢獻具有相當的重要程度。此外，由於醫療科技的進步以及人均壽命延長，近幾十年香港人口的結構也正經歷快速老化階段。根據統計資料顯示，在 2002 年香港 60 歲以上人口約占總人口數 15.24%，經過 20 年後已上升至 29.93%，表示現今至少每四個人就有一位是長者，反映了香港人口嚴重老化的問題，也由於老化現象持續加劇，香港近年也更加關注重大疾病的推廣，以下簡介香港近年熱銷重大疾病商品。

Year	Population (million)	Percentage of age over 60 (%)	Birth rate (per '000)	Year	Insurance Penetration (%)	Insurance Density (Euro)
2002	6.85	15.24%	8.74	2020	19.4%	8,448
2012	7.23	20.09%	10.20	2021	19.6%	8,569
2022	7.49	29.93%	10.85	2022	20.8%	8,787

Sources

- 1) Insurance Authority
- 2) Census and Statistics Department
- 3) Health Bureau
- 4) European Commission

- 5) Marco Trends "Hong Kong Population" and "Hong Kong Birth Rate"
- 6) Insurance Asia "Hong Kong insurers step up to seize opportunities in Greater Bay Area"
- 7) The Hong Kong Federation of Insurers
- 8) Financial Services and the Treasury Bureau : Insurance and Risk Management



Art & Science of Risk

1. 分紅重大疾病險

香港分紅重大疾病險之保障內容除了重大疾病理賠或身故保障外，另加上額外分紅給保戶，且香港大部分重大疾病險為複利分紅，若投保時間越早，保險週期長，紅利金額則越高，也因此同時具有了對抗通膨及醫療費用上漲的效益，保單分紅亦成為目前香港在重大疾病險開發上的一大優

勢。此外，香港主管機關目前針於對重大疾病險之定義及承保問項尚無嚴格要求，因此香港的重大疾病險商品約有 50 至 100 種的重大疾病保障項目，也因此深受保戶及銷售通路的喜愛，但也由於目前的投資環境變化大，其分紅重大疾病商品周期約為 1 至 2 年左右。

2. 多重給付型重大疾病險

多重給付型重大疾病險是指當保戶符合申請條件於第一次賠償後，只要再次符合合理賠條件，後續仍可以再申請第二次或第三次的賠付，通常多重賠付是以附約的形式投保，且香港有些保險公司的多重給付的保額是逐次遞增的，可以幫助保戶為容易復發疾病(如癌症)減少未來巨額醫療費用。此外，該類商品因提供多次理賠，故對保戶而言，是可以提供較長遠的保障，也因如此保費會較一次理賠的商品貴，且商品結構較為複雜，條款內容也會較其他保單繁複。

3. 重大疾病險加入早期疾病承保條件

香港保險公司為重大疾病險加入早期疾病承保條件，其中包含了巴雷特食道症與高危險群結腸息肉(與癌症相關)、惡性心律不整與早期頸動脈狹窄(與心臟相關)等四種初期疾病，以及針對早期疾病指定之手術進行承保，如心血管、胸部、消化系統、耳、鼻、喉、頭頸、脊椎、脊髓、泌尿系統等共 22 種因良性疾病引起的手術。主要原因為輕微疾病通常較容易被大眾所忽略，然而某些輕微病症有可能是嚴重疾病的早期徵狀，因此，針對這些輕微疾病提供早期治療與預防保健，是可以避免未來惡化成為重大疾病的重要關鍵。

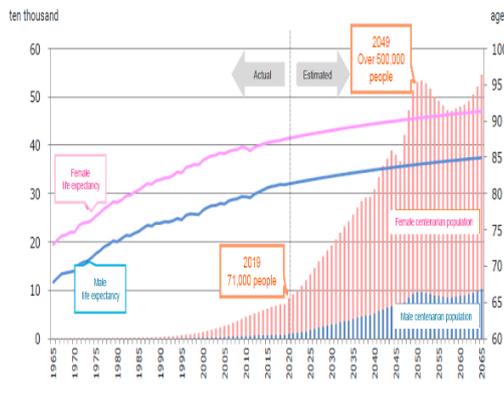
(二) 日本

日本人口老化是目前日本社會正面臨的一個重大議題，根據統計目前已約有 7 萬人(約總人口數的 30%)超過 65 歲，預計到 2049 年日本將有 50 萬人超過 100 歲，此外目前已約 15%人口超過 75 歲，預計到 2065 年，將有 25%人口超過 75 歲。另隨著平均餘命提高，預期平均退休壽命也會增加，目前女性平均退休壽命約為 24 年，男性平均退休壽命約為 16 年，可見日本人口老化日益嚴重問題是日本社會目前正在面對的一個重要課題。

為因應老年人口問題，日本政府也持續積極規劃各項老年福利政策，目前日本社會的保險制度可分為四大項目，包含社會保險、社會福利、公共救助及醫療保健公共衛生。其中有關提供高齡長者的保障制度之一為社會保險中的

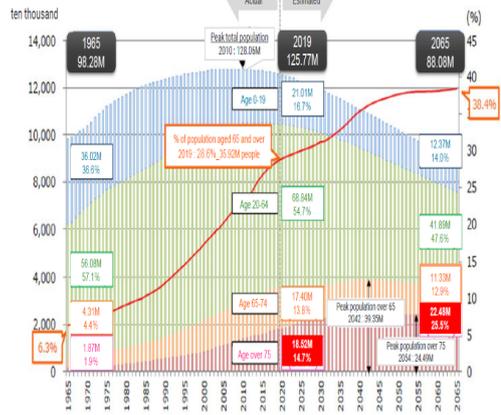
長期照顧險，主要強制 40 歲以上國人終身納保，其保險費是從國人 65 歲以前的薪資中扣除，至 65 歲以後則從國家公共退休金支出，當需要使用社會保險服務時僅需支付 10%費用，但各種自付費用(例如家中建造輪椅通道)是不可提出報銷的，另外如屬於實務給付部分每月提供服務有上限，這些項目將屬於保障缺口的部分。

[chart] Actual and Estimated 'Life Expectancy' and 'Centenarian Population'



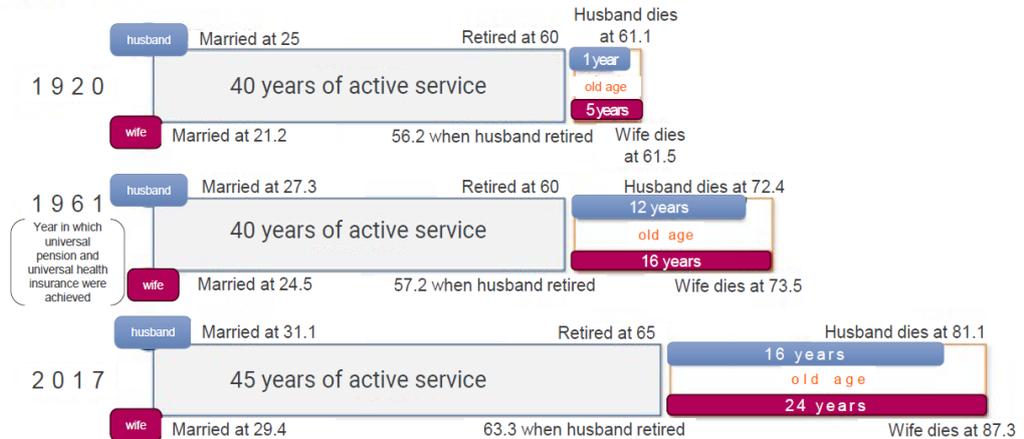
(source 1) Ministry of Health, Labor and Welfare of Japan "Annual changes in the number of elderly people ages 100 and over by gender"
 (source 2) National Institute of Population and Social Security Research "Estimated Future Population of Japan Medium fertility/mortality assumption Estimator in 2017". Created by The Life Insurance Association of Japan

[chart] "Population Transition" and "Future Estimates"



(source 1) Ministry of Internal Affairs and Communications Japan "Japan Population Estimates"
 (source 2) National Institute of Population and Social Security Research "Estimated Future Population of Japan Medium fertility/mortality assumption Estimator in 2017". Created by The Life Insurance Association of Japan

[chart] Extended old age period

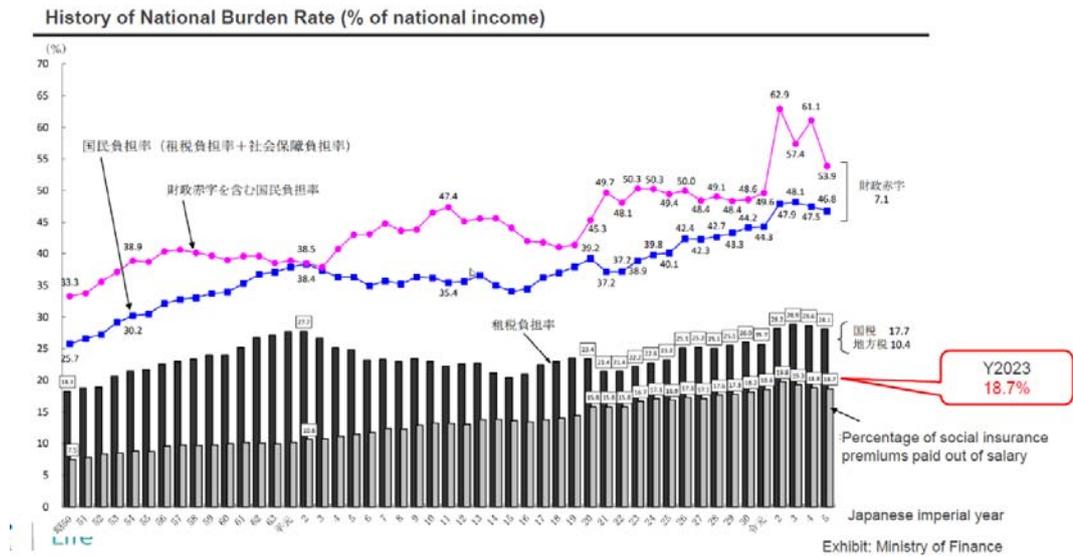


(source) Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan
 "Basic Data on the Direction of 'Bright Social Security Reform' for the 100-Year Life Era May 2019". Created by The Life Insurance Association of Japan

根據日本財政部統計，日本國民負擔率(含租稅負擔率及社會保障負擔率)已連續 11 年超過 40%(如下圖)。根據統計，於 2023 年國民負擔率約占平均薪資的 46.8%，其中社會保障負擔率則占了平均薪資的 18.7%，可見高齡化導致社會負擔並不輕，也因高齡人口需仰賴各項保障以因應未來老年生活，有鑒於此，為持續給予高齡者有足夠生活品質及各項保障需求，日本保險公司亦積極投入開發許多適合高齡長者的保險商品。雖然截至 2021 年為止，日本長期照護保險僅銷售約 40 萬張(市佔率約為 0.3%)，總有效契約約 390 萬張(市佔率約為 2%)，市佔率並不高，但多數日本保險公司仍正持續研發高齡化商

品，儘管開發時間長(商品平均研發期程為 14 個月)，但日本保險公司仍持續將商品開發重點放在老年商品上，如長期照護險、失智症保險、年金保險及外幣養老保險，主要保險公司仍然相信未來此族群的保障需求是會更加顯著並持續擴大的。

【日本國民負擔率(%)】



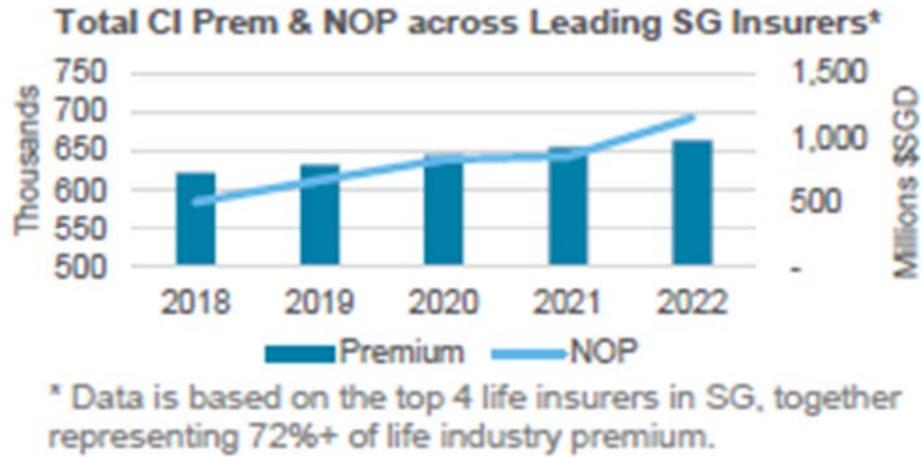
此外，為因應高齡長者保障需求，簡化問項的醫療保險亦是日本壽險公司正積極開發的商品之一。簡化問項醫療產品系列，主要是透過保戶通過 3 個問題聲明後即可納入投保。日本大都會人壽於 2014 年 9 月推出第二版的簡化問項醫療產品後，截至 2017 年 7 月以銷售 25 萬張，最新版本於 2021 年 4 月推出，其中包括家庭醫療給付，以因應老年人口對家庭醫療護理增加的需求(非醫院)；目前市售最便宜的產品於 2020 年 11 月重新訂價後推出，主要保障女性特有疾病如甲狀腺、白內障、子宮肌瘤等，或推出給付涵蓋較多樣性(如原位癌)的保費豁免附加條款，亦受老年人口所青睞。

由於高齡者保戶本身健康條件經評估後多為次標準體，因此可能已無法全額投保，而需透過購買其他保險來補足保障缺口，這類的高齡者也相對願意付出較多保費來進行投保。另對保險公司而言，因老年人口中標準體之壽險市場也越來越小，所以保險公司也願意盡可能開發這類保險來滿足老年市場的需求。

(三) 東南亞

東南亞市場開始涉足多重給付重大疾病險(Multi-pay critical illness, MPCIC)商

品領域，尤其是馬來西亞及新加坡有越來越受歡迎的趨勢。重大疾病險銷售額一直在穩步增長，在大型新加坡保險公司，重大疾病險保費收入在過去 5 年中甚至增長了 35%，而保單數增長了 18%。



在馬來西亞部分，多重給付重大疾病險深受客戶好評且銷售火熱。保險代理人成功地將多重給付重大疾病險定位為對消費者具有巨大價值的產品：保單設計上，雖單一重大疾病須額外支付約 50% 的費用，但卻可以申請高達 800% 的保險金額理賠。

在新加坡部分，保險公司開始推出更多多重給付重大疾病保險產品。然而，此類產品並未在新加坡成為焦點商品，因為（1）保險公司/通路渠道認為這樣的產品太過複雜（2）與普通的傳統壽險搭配重大疾病，或終身壽險搭配重大疾病相比，多重給付重大疾病保險產品則顯得價格高昂，因此銷售結果不像馬來西亞這麼火熱。

在泰國部分，重大疾病險似乎沒有受到太多的關注，主要是因為重大疾病險產品在泰國並未有太多符合當地需求的特色，例如，客戶普遍認為重大疾病險的用途與醫療保險類似，並且往往泰國消費者更喜歡一般性的醫療保險商品。

(四) 台灣

由於擁有享譽全球的公辦全民健康保險制度，因此壽險業對健康險的發展，主要是針對政府全民健康保險制度，設計健康、醫療、重大疾病以及長期照顧等補充性或互補性的保險商品，試圖填補政府全民健康保險制度中不保項目的健康保障空缺。

台灣衛生福利部定有特定的重大疾病清單，如果病患符合清單上重大疾病的

標準，即可申請重大傷病手冊，並免除全民健康保險下相關治療的自付費用，惟若沒有列在清單上的重大疾病項目，則須自費。因此，保險公司會針對全民健康保險的重大疾病清單推出補充性保險商品。

然而，由於理賠爭議以及台灣衛生福利部處理重大傷病手冊的管理負擔增加，從 2021 年 7 月起，台灣金融監督管理委員會要求所有補充全民健康保險重大傷病險產品，一旦被保險人診斷出清單上指定的重大疾病，無論是否核發重大傷病手冊，保險公司都必須給付費用。由於放寬理賠給付條件，導致保險公司可能面臨更高的風險。

(五) 越南

保險公司正積極投資數位化，不僅是簡單地將保險商品移到網路上，而且還試圖改善整體的客戶服務體驗。一項小型的研究將 3 種不同銷售類型的數位保險商品進行比較，MIC、AIA Tiki、Manulife Momo，結論如下：

- **Manulife max health** 是一項成功的商品：主要歸因於 (1)代理人積極的推展 (2)充分運用社交媒體與平台，發起許多線上的促銷活動 (3)是第一個針對大眾市場的醫療險商品，因此競爭者不多 (4)設計簡單、易懂，且保費極具競爭力。
- **AIA x Tiki** 醫院現金給付，相對來說算得上是比較成功的商品，因為 (1)不是由業務員所驅動 (2) Tiki 的客戶使用體驗反映還算不錯。
- **MIC** 則不算是成功的商品，因為 (1)商品設計上對於網路通路而言有點複雜 (2)只能在銀行保險的應用程式上使用 (3)行銷方法是每天使用彈出橫幅(banner)推播，不是互動式的，也沒有針對目標客群，這會讓使用者有不好的體驗感受。

在越南，有許多銀行將保險與貸款捆綁在一起，或與儲蓄產品捆綁在一起，在客戶沒有充分意識到或理解的情況下，增加了許多保險的附加險商品，造成保險銷售醜聞，因此近年來越南監理機關對於銀行的銷售行為發布了更多嚴格的規定。

(六) 印度

COVID-19 之後，客戶的健康意識顯著提升，已不滿足於對疾病的發現與治療，反而對提供預防性的健康檢查，以及生活管理上的需求快速增長，而這樣的需求主要是由年輕消費者所驅動。根據《新健康常態報告》的研究，84%

的受訪者認為，新冠疫情過後，印度民眾對健康相關問題的認識有所提高，85%的受訪者表示，他們會考慮將更多支出轉移到健康保險上。

二、保戶健康管理與促進之策略

人壽保險是一種提供保戶當人身遭遇病痛或相關事故時，轉嫁風險給保險公司的風險管理概念，然而與此同時，若保戶可藉由持續改善自身的健康狀況來減緩或預防病痛的發生，而達到事前預防的效益，保戶自身係可為未來帶來更好的生活品質。因此，為達成前述理念，保險公司也開始著手於相關計畫，例如針對影響較大或較廣的疾病如癌症、心血管疾病和糖尿病，透過預防、早期發現和管理來改善被保險人的壽命及健康狀況，同時探索如何提供更好的心理健康計畫，而制定相關保健策略和方法來促進保戶參與健康活動，以提升自身健康。此概念也可視為將傳統保險打造成為改善客戶健康的保健策略，進而減少未來醫療成本。

以香港大灣區為例，對大灣區 1/10 的糖尿病患者而言，尋求全面性保障是一項挑戰，因此香港法國再保險公司與專門從事數位疾病管理的保險科技公司合作，以擴大保險範圍為保障不足的糖尿病消費者提供醫療照護。在此計畫中，患有糖尿病的保戶可以透過 Healthy2Syne 平台來自我管理健康狀況，該類保戶於投保後便開始紀錄血液、血糖和日常活動數據，並接受健康生活方式建議，並在指定的監測期後(如兩年後)，如果保戶維持自身的糖尿病狀況或是出現改善，將可以獲得保險公司提供的保費折扣或增加保障。Healthy2Syne 平台健康管理相關核保流程如下圖。

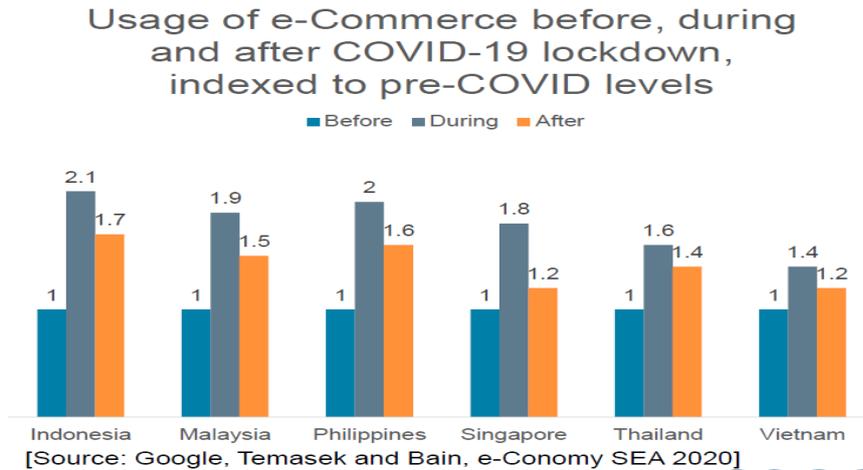
【Healthy2Syne 平台健康管理核保流程】



三、零工經濟（Gig Economy）對未來保險業的影響

「零工經濟」原始定義為自由、兼職勞動者在短期、完成少量工作且得到一次性報酬。以往此類工作能讓勞工在閒暇時提供服務、獲得報酬，但在數位平台興起後，便利的服務吸引了民眾的支持、創造出大量的勞力需求，新商業模式也隨之成形，如：載客—Uber、美食外送—Foodpanda 等。

【各國新冠疫情前後，電子商務使用情形】



根據世界銀行 2019 年估計，東南亞零工勞動力每年持續成長 30%，且至 2021 年全球零工經濟市場規模為 3,550 億美元，預估到 2028 年零工經濟將每年成長 16%，截至目前零工經濟已占泰國 GDP70%，可見東南亞對零工勞動力的依賴。此外，東南亞地區如馬來西亞、泰國等零工勞動者亦有年輕化趨勢，馬來西亞估計 90% 的計程車司機年齡在 35 歲以下，只有 2% 的人年齡在 60 歲以上，估計全球 50% 以上的零工勞動者在 35 歲以下。

零工經濟是一種新興工作模式，由於它沒有來自雇主提供如傳統全職工作所具有的福利和保障，零工勞動者可能比傳統全職員工面臨更大的風險。此外，因零工工作並不完全納入承保範圍，例如個人保險並無理賠因使用商業用途的車輛運送乘客而導致的意外，因此零工勞動者也可能尚未意識他們正面臨的所有風險。根據新加坡對 1,183 名外送員調查，僅有 1.84% 的受訪者覺得意外險最重要，74% 的受訪者希望能在生病時擁有收入保障，而超過 80% 的受訪者有意願購買保險，90% 的受訪者認為如有保險更願意工作。在印尼，超過 50% 的零工勞動者青睞醫療現金給付，且據估計，僅 50% 的零工勞動者享有健康保險，僅 30% 的零工勞動者享有公傷保險，由此可見，日漸龐大的零工經濟也包含了一個巨大的保險保障缺口，因此保險業可朝規劃開發適合零工勞動者的保險商品，以符合該類工作型態的保障需求。

四、中國保險仲介市場介紹

(一) 中國保險仲介市場的發展的四階段：

1. 1993-2000 是初步探索階段

1992 年美國友邦保險(AIA)將個人保險代理機制引進了中國，顯著改變了

中國市場的銷售理念和方式。一些代理人仲介機構也開始在中國相繼設立。中國保險法也在 1995 年明確了經紀人和代理人的定義和基本職責。

2. 2001-2014 快速成長階段

從 2001 年開始，保險代理人開始大量地出現在中國市場，主要是以線下銷售為主，銷售方式與經紀人差異不大，業務主要集中在產物保險（如汽車保險）。中國保監會並在 2007 年和 2014 年底布了兩項法規，明定了保險仲介市場發展的方向、目標和原則。

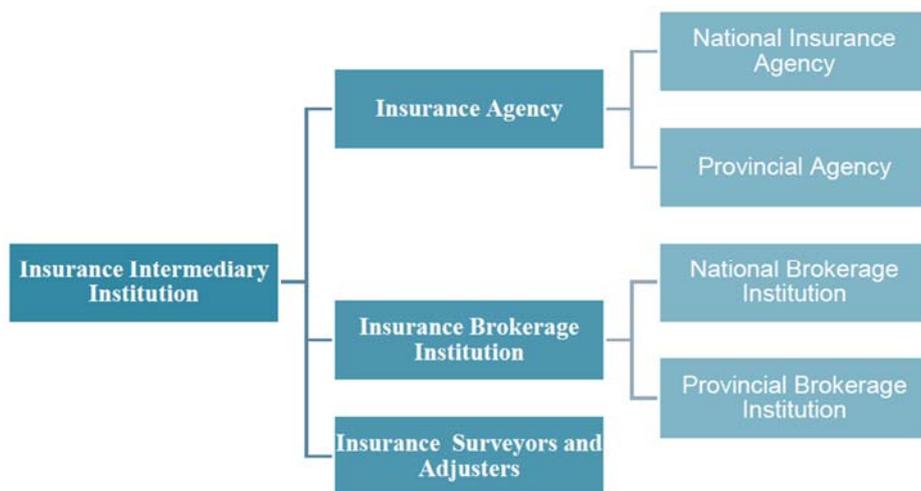
3. 2015-2019 創新發展階段

這個階段，中國互聯網巨頭開始進軍保險仲介市場，數位平臺開始出現在仲介市場的應用中，這迫使傳統保險仲介機構也開始積極探索數位化轉型。在這段期間，中國保監會也公布了互聯網保險業務監管辦法，以有效促進互聯網保險的發展。

4. 2020 迄今 過渡階段

明確區分線上業務和線下業務，採不同方式監理線上業務和線下業務。強化互聯網保險業務監管辦法，防範經營風險、保護消費者權益。

根據中國保險法規定，專業保險中介機構通常可分為保險代理機構、保險經紀機構和保險公證機構等三大類。截至 2021 年底，這些保險中介機構總計有 2605 家，其中，5 家是保險中仲集團、1735 家保險代理機構、493 家保險經紀機構，以及 377 家保險公證機構。



(二) 保險仲介機構結合互聯網技術發展出獨特的競爭優勢

1. 互聯網技術提升保險仲介銷售能力

- 互聯網巨頭進軍互聯網仲介保險市場，利用互聯網技術優勢保險產品推廣與銷售能力。
- 越來越多的網上經紀機構的設立，從而改變了保險仲介環境。
- 越來越多的傳統線下經紀機構不斷探索線上業務模式。

2. 發展出多元仲介生態系統

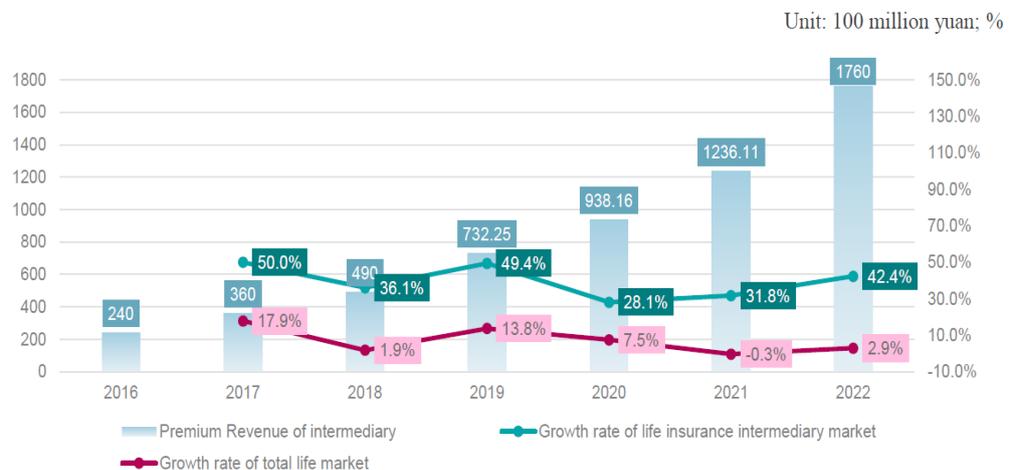
- 不同仲介市場主體具有獨特的企業生態和商業模式。
- 線上、線下業務融合成為中國保險仲介市場的一大特點。

(三) 保險仲介機構業務及品質

中國的壽險仲介市場存在三項重要趨勢，一是壽險仲介市場快速增長；二是仲介市場增速超過壽險市場整體增速；三是雖然壽險市場整體呈現下滑趨勢，但仲介市場增速卻持續提升。

1. 人壽保險仲介機構保費收入及成長率

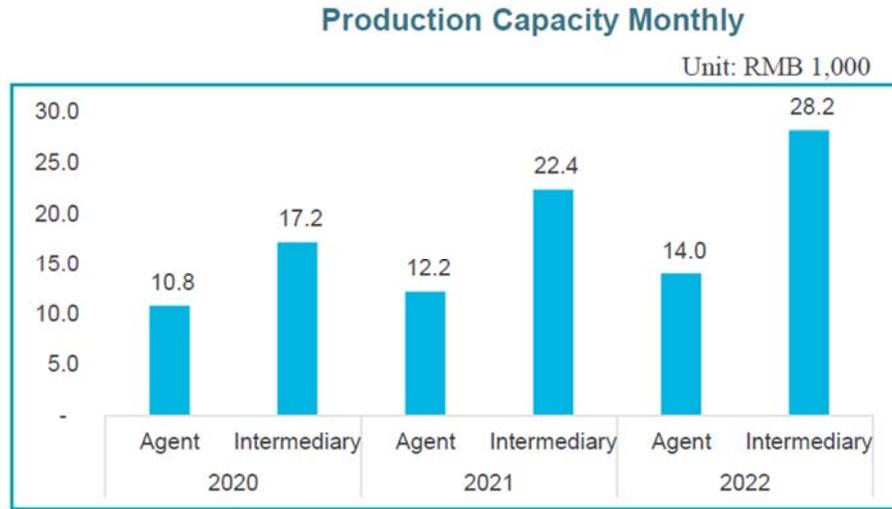
中國的人壽保險仲介機構保費收入，從 2016 年的人民幣 240 億元增加至 2022 年的民幣 1760 億元。從 2016 年以來，仲介機構的人壽保費收入成長率位居各通路之首，年平均成長率在 30% 以上（整個產業年平均成長率低於 10%）。人壽保險公司的保費收入不斷提高，壽險仲介保費收入從 2016 年占整體之 2.2%，提升至 2022 年的 6.1%。



Source: China Banking and Insurance Regulatory Commission, public data

2. 保險仲介機構產能

從產能分佈來看，專業壽險仲介機構的產能也高於產業整體水準。2022 年，專業壽險仲介機構月人均產能為 2.82 萬份，而業務員通路僅有 1.4 萬份，約為壽險業整體產能的兩倍。



3. 保險仲介機構業務品質

從業務品質來看，2022 年專業壽險仲介機構銷售保單之 13 個月繼續率高達 96.6%，而壽險業平均僅為 80.6%。

下表是 2021 年中國保險市場全球百萬圓桌會員(MDRT)數百大排名，其中，Mingya、EverPro、Datong 都是保險仲介機構，其培養出的百萬元桌會員數，並不亞於保險公司所直轄的業務員通路。

Rank	Company	Members
3	AIA China	3283
11	Ping An China	1766
19	Mingya	1068
24	MetLife	962
27	Huaxia	890
28	Ever Pro	884
30	CITIC-Prudential	769
41	Datong	504
45	Pacific	472
55	Manulife-Sinochem	367
64	Aviva-cofco	297
75	New China	220
85	Generali China	185
90	China Life	171

(四) 保險仲介機構的風險監控及管理

保險仲介明確的風險定義包含：客戶未揭露訊息、逆選擇、詐欺索賠的風險，以及短期內出現大量銷售後脫退的風險等。這些風險可運用大數據風控系統來控制風險，進而維持甚至提升繼續率、保費收入及產品供應鏈的穩定性。此外，部分仲介機構投入大量資源自建風控體系，或與第三方合作共同建構風控系統，來強化保險仲介的風險管理。

在業務品質監控(Business Quality Monitoring)方面，保險業務損失率的波動，將直接影響保險仲介機構營運及商品供應鏈的穩定性。如果理賠率穩定且較低，仲介機構可以向保險公司要求更高的佣金和更低的價格（總保費和再保險報價），也就提升自身的議價能力。高品質的風險管理和有效的損失率控制可以有效提升市場聲譽，從而增強中介機構的全面競爭實力，例如建立自身的信譽、提升在行業內的影響力等。

五、2022-2023 保險公司提升消費者能力的 8 項關鍵洞察

「全球保險消費者研究」是全球最大的保險消費者調查報告之一，總計調查 22 個市場，以從中取得 12,728 份的問卷回覆，主要在於檢視消費者對於保險、健康、保健、財產與意外傷害、科技等的態度。這項調查報告提出了 8 項關鍵的洞察。

(一) 瞭解保險消費者知道什麼與不知道什麼

針對「消費者在金融商品的知識」的調查發現，許多人認為他們對於個人理財和保險的關鍵領域知識有基本的了解。但事實上，很多人高估了自己的知識水平。70%的人喜歡透過一對一電話、線上課程、社群媒體等管道獲得更多理財和金融保險的知識與教育。

(二) 購買保險從親友推薦開始

從「最初促使你購買保險商品的管道」的調查發現，「口碑推薦」在第一次購買保險商品的行為與決策中具有重要價值。消費者在購買保險時經常受到家人和朋友的影響。這是最顯著的單一觸發因素，購買財產與意外險(P&C)產品的受訪者中有 26.7%以及購買壽險與健康險(L&H)產品的受訪者有 31.6%的受訪者提到了這一點。

(三) 為下一代量身打造數位化保險服務

從「各世代購買保險使用線上服務的情形」的調查顯示，線上服務在購買過程中受到大多數消費者的廣泛接受，30%的年輕一代使用保險公司應用程序

(APP)，而老一代的比例僅為 3.2%。為了吸引所有群體，保險公司需要同時吸引熟悉金融科技的消費者和傳統消費者。

(四) 消費者對於分享數據的意願

針對「是否放心安心地分享個人資料」的命題調查顯示，消費者熱衷於保險公司利用健康數據來了解患病風險(70.6%)，並就如何降低這些風險提出建議(95.7%)。保險公司和消費者都可以從資料共享中受益，這可能會減少理賠或提高道路安全性(例如，將遠端資訊處理與安全駕駛的激勵措施連結起來)。

(五) 消費者越來越注重健康

有關「健康的生活態度在消費者生活中的重視程度」的調查顯示，消費者每週運動 20 分鐘以上達 3 次的比率達 54.4%。最注重健康的受訪者來自智利、中國、墨西哥和西班牙等國家，而對健康問題的態度表現較冷漠的受訪者來自愛爾蘭、義大利、日本和英國等國家。大多數受訪者都知道身體活動對於健康的生活方式至關重要，但很少人認為需要改善飲食習慣，才能讓生活變得更健康。

(六) 要更關心心理健康的力量

34%的受訪者表示他們經常或總是感到壓力。這似乎與年齡有關，Z 世代的受訪者表示「經常」或「總是」感到壓力的可能性是「沉默的一代」的五倍。Z 世代往往更關注財務上的問題，而沉默的世代則更關心自己的健康。

(七) 健康應用程式 - 激勵和吸引消費者的最佳方式

61.4%的人認為健康與保健/健身應用程式能夠激勵他們；30.1%經常使用穿戴式裝置。

(八) 保險的案例分享

71%的受訪者知道保險商品可以與其他商品或服務一起購買(即搭售)。商品嵌入式的保險，可作為面向更廣消費者的低成本的銷售管道，這樣的銷售方式能夠使三個群體受益，即保險公司、消費者和一般商品製造商。但是，儘管大多數消費者知道購買商品和服務時可以和保險搭售，但 58.2%的消費者在購買商品和服務時是不喜歡這種的搭售方式，普遍會認為因此而提高價格或是不必要的保險需求。針對這個問題，保險公司可以透過大數據分析，來掌握商品與保險的相關性，藉此改變這一現狀。

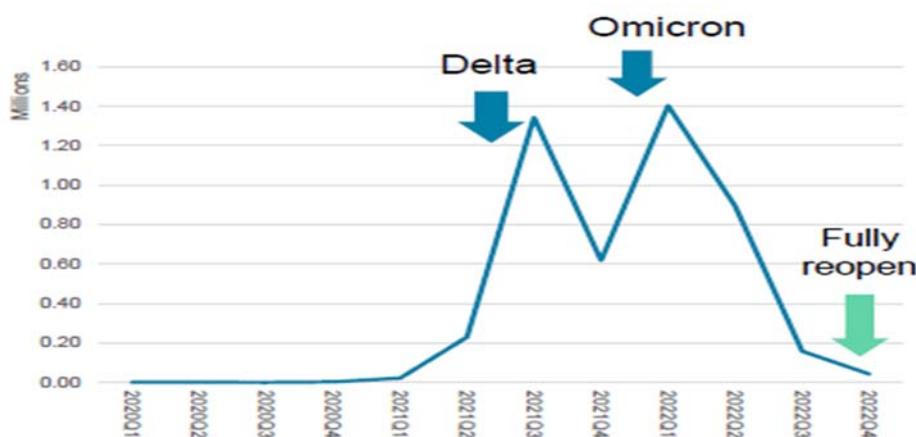
六、COVID-19 與健康保險

2019 年底新冠疫情悄然爆發，並在 2021 年的 Delta 及 2022 年 Omicron 病毒株流行期間創下兩波確診高峰期，這波疫情影響了人們對於健康保險的購買行為。儘管 COVID-19 的感染率很高，但對健康保險的影響也因地區而異。受影響相對較大的是泰國、越南，受影響相對較低的國家或地區則是新加坡及香港。



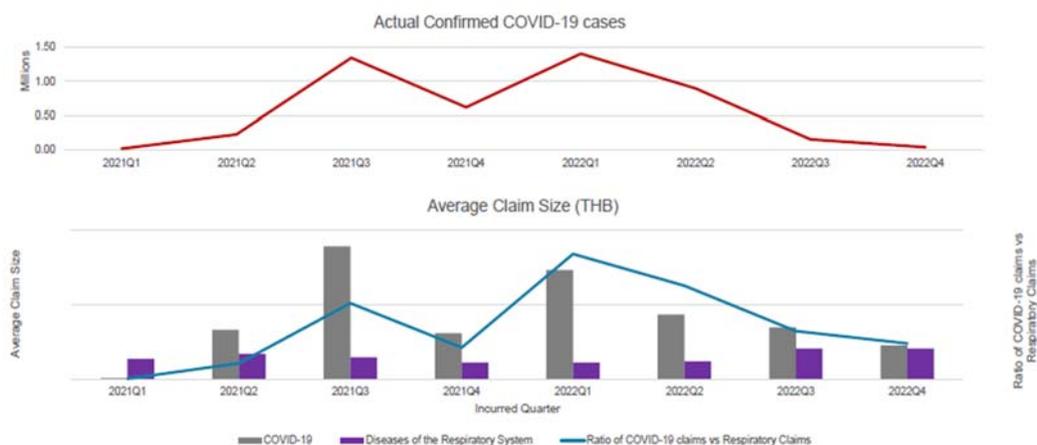
(一) 泰國

泰國在 2021 年第 3 季和 2022 年第 1 季疫情來到相對高峰，分別是先後受到 Delta 及 Omicron 變異病毒株影響。



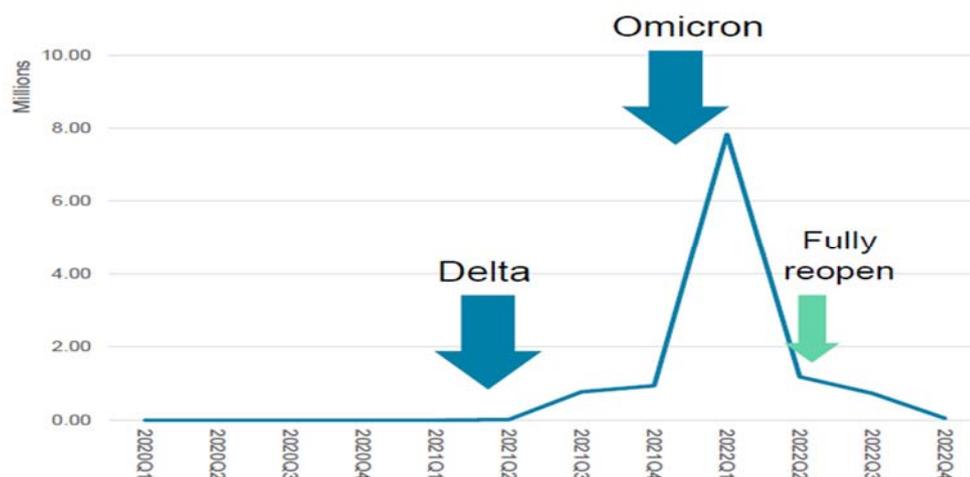
以獲得理賠人的平均年齡觀察，因 COVID-19 理賠平均年齡是 37.9 歲、因呼吸系統疾病理賠的平均年齡是 36.5 歲；不論就理賠金額或理賠人數觀察，男性占比均較女性為低。

在 Delta 流行高峰相對於 Omicron 流行高峰時，感染 Delta 病毒的健康險平均理賠金額，高於感染 Omicron 病毒的平均理賠金額；但在 Delta 高峰時期，申請 COVID-19 理賠相對申請呼吸道感染的比率低於 Omicron 高峰期，顯見 Delta 高峰期時，投保 COVID-19 保險的意識相對較低，在經歷 Delta 感染者大量死亡訊息後，投保 COVID-19 相關保險的比率就有明顯提升。



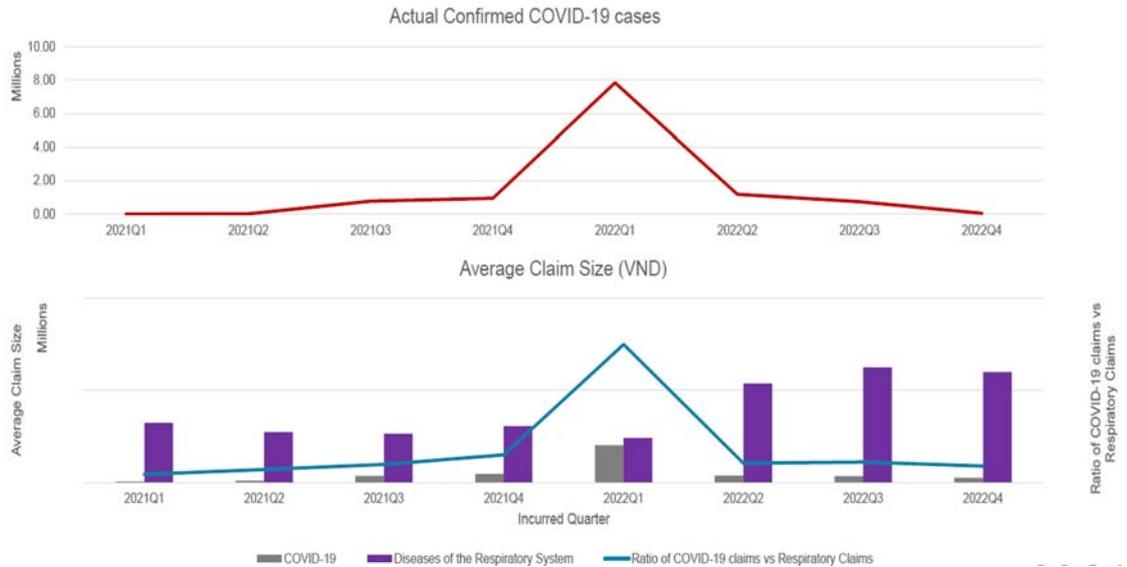
(二)越南

越南受 Delta 變異病毒株影響的程度相對較小，流行高峰期主要是受 Omicron 感染流行期間，影響時間約 3 個季度。



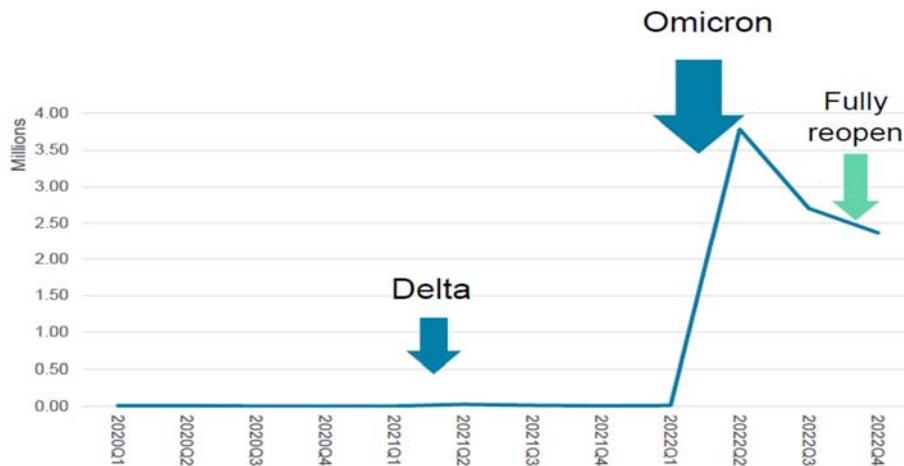
以獲得理賠人的平均年齡觀察，因 COVID-19 理賠平均年齡是 21.2 歲、因呼吸系統疾病理賠的平均年齡是 9.8 歲，在理賠年齡觀察，遠較泰國理賠年齡低；但不論就理賠金額或理賠人數觀察，男性占比均較女性為低，這部分與泰國分布約略相同。

受 Omicron 病毒株爆發影響，越南在 2022 年第 1 季 COVID-19 確診人數來到相對高峰。對於 COVID-19 感染存在的風險，相較於泰國，越南保險意識相對較低，其平均理賠金額低於一般呼吸道感染的理賠金額。



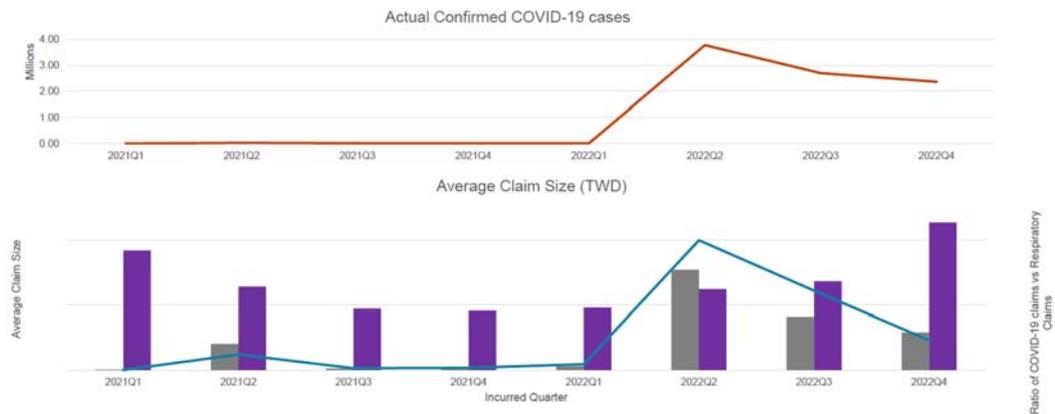
(三) 台灣

台灣嚴謹的防疫措施，在 COVID-19 在全球流行蔓延期間，多數時間均維持極低確診率，直至 Omicron 病毒株流行時期，確診人數才開始大幅攀升。



以獲得理賠人的平均年齡觀察，因 COVID-19 理賠平均年齡是 20.1 歲、因呼吸系統疾病理賠的平均年齡是 20.4 歲；但不論就理賠金額或理賠人數觀察，獲得 COVID-19 理賠的男性/女性比率約略相當，無明顯差異，相較獲得呼吸道疾病理賠，則是呈現男性比率明顯高於女性比率的現象。

台灣 COVID-19 確診高峰期主要發生在 Omicron 流行期間，由於台灣 COVID-19 相關保險投保率高，且採較寬鬆的確診認定標準，確診高峰期的 COVID-19 平均理賠件數相對一般呼吸道感染平均理賠件數大幅提高，且 COVID-19 平均理賠金額亦高於一般呼吸道的平均理賠金額。



(四) 後疫情時代的下一步

- 更多地使用數位工具來遠端支援和監控醫療保健。
- 由於癌症和其他疾病（如“長新冠病毒”）的延遲診斷，可能會產生長期影響。
- 心理健康保險越來越受歡迎，需求也越來越大。
- 加快健康保險重新定價的時間表。

七、經驗分析模型最新發展

(一) 經驗分析的發展與挑戰

傳統經驗分析是多維度的分析，可能包括年齡、性別、職業、地區等維度，且不同維度可能存在相關性，分析方式複雜，須透過大量的人工作業。由於傳統分析方法無法捕捉複雜的交互關係，可能導致扭曲的分析結果，造成保險訂價上的風險。

經驗分析模型(例如 GLM、GAM、隨機森林、Boosting 模型等)可以減少、甚至不需要以人工作業來指定個別影響因素，而是透過模型演算法判斷、識別多種影響因素或風險因素。尤其是隨著電腦運算速度及資料處理能力的提升，可以運用機器學習或人工智慧演算法建立經驗分析模型，透過模型的訓練與驗證，將有助於將分析結果自動分類，進而視別潛在風險因素。

經驗資料分析或模型應採取多維度分析，可能包括年齡、性別、職業、地區、保單期限、吸煙狀況、季節性影響、給付類型等。一般而言，採用所有的變數進行分析並不是理想的方式，一方面將使模型運算速度變慢，一方面是太

多變數會讓模型產出的結果難以解釋。因此，我們需要一個適合的演算法來選擇變數，並依重要性排序可能會用到的變數。

(二) 經驗分析建構

1. 脫退風險

可以運用 LASSO 迴歸衡量脫退風險，以快速建立簡化又不失可靠的脫退率假設，這方法應可適當捕捉主要脫退的驅動因素，足以實現衡量脫退風險的簡化假設。

2. 死亡風險

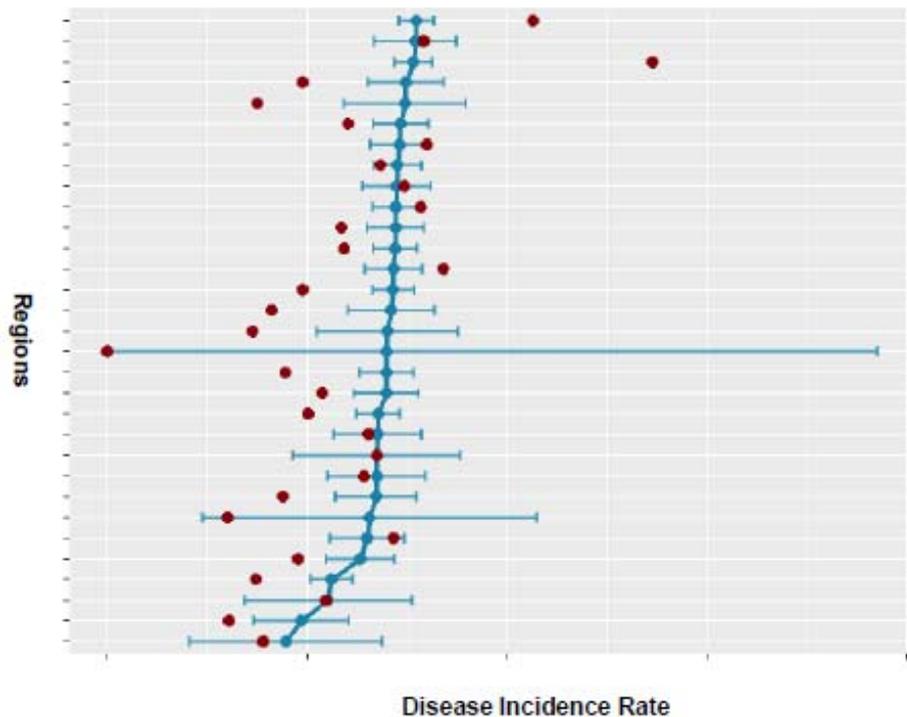
聚類(Clustering)方法可以創建各種分類下的死亡率。在分析死亡風險時，有必要區分部分變異性和實際死亡率的差異，例如那些變數分類是與死亡因素攸關的（如性別），那些變數分類不是（如郵遞區號）。

傳統上，我們常用年齡區間（例如 5 歲一個區間）建立死亡率網格分析，建立死亡率網格是衡量經驗成本的有效方法，但最好的聚類(clustering)，應該是要能夠反應風險的聚類。使用聚類方法可以確定統計上有意義的群組。以下範例是採用聚類方式估計最佳年齡組。



(三) 經驗分析檢測異常值

異常值檢測也是估計經驗發生率的重要一環，以罹病發生率為例，它可以指出疾病發生率的異常區域。以下圖疾病發生率分布圖為例，紅點是使用 GLM 估計的發生率，考慮到每個地區不同業務組合的影響，淺藍色區間顯示估計的信賴水準。從圖上觀察，有些區域的發生率明顯高於模型預測，這有可能是逆選擇因素所造成，但這需要針對高風險區域單獨分析，以進一步確認異常原因。



(四) 小結

經驗分析的旨在於釐清多重因素交互影響效應，以解答複雜問題，經驗分析模型有助於精算師解釋不同風險因素的影響。分析模型擅長自動識別各影響因素組合區域，更重要的是，分析模型可以有效地整合到通常的經驗分析過程中。

八、台灣的長期健康保險商品

(一) 台灣保險市場簡介

台灣保險市場相當成熟，其中壽險滲透率高達 11.6%，在全排名第 2，僅次於香港；壽險密度指標的人均保費達 3,772 美元，全球排名第 8；台灣前五大壽

險業者市占率達 65%，本土壽險業者市占率合計則達 90%。

在銷售商品類別組成部分，儲蓄險占 80%、其他占 20%；在通路結構方面，銀行保險與傳統通路比約 49:50，台灣壽險經營所面臨的最大挑戰是已經歷了近 20 年的低利率金融環境，多數壽險公司均存在利差損風險。

(二) 台灣的長期健康險商品

長期健康險商品在台灣是相當成熟的商品，包含有標準化的疾病定義、標準化的核保流程，但針對新型態的保險商品，則還要需要經過主管機關的核准（例如，外溢保單）。

在商品研發部分，設計構面主要元素有繳費期間、保障期間、費率是平準型還是隨著年齡增長而遞增型、給付條件(疾病給付、身故給付、或身故退還所繳保費)等。

長期健康險的型態，有提供住院與手術保障的醫療保險、提供重大疾病、癌症等重症經濟保障商品，還有因應高齡化社會，提供長期照顧以及失能扶助經濟支持的商品。

(三) 台灣各類型健康險產品的介紹

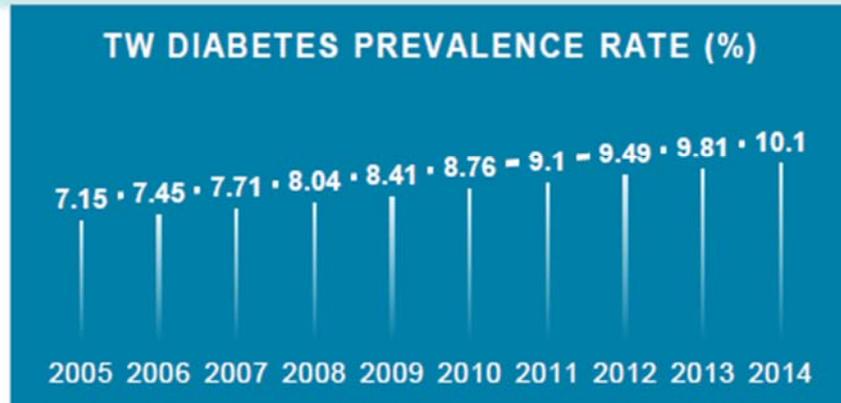
1. 住院與手術醫療保險

主要定位為基本的終身型健康保險，繳費年期多設計為 10 至 20 年間，主要用以補充全民健康保險未保障或保障不足的部分。提供的醫療給付的項目有「住院日額保險金」、「手術與處置醫療保險金」及「身故與祝壽保險金」等。

2. 糖尿病醫療保險

由於台灣有 50%人口體重過重(BMI 介於 24-27 之間)或肥胖(BMI>27)，使得糖尿病盛行率逐年遞增，已達 11.8%，成為極需糖尿病醫療保障支持的族群。2. 糖尿病醫療保險主要保險金給付項目有「住院日額」、「住院手術」、「糖尿病特定傷病給付」等。

糖尿病盛行率 11.8%



3. 癌症醫療保險

癌症保單主要提供給更關注自己健康，並擔心罹患癌症的族群投保，但已罹患癌症的患者，基於風險管理原則，通常會被保險公司拒保。2019年癌症定義標準化後，癌症保險商品也漸趨標準化，主要類型包含癌症住院日額醫療保險、一次給付型癌症保險、精準防癌定期保險、晚期特定部位癌症保險等。

台灣可投保癌症保險的項目主要有口腔癌、食道癌、甲狀腺癌、胃癌、大腸癌、肝癌、肺癌、皮膚癌、前列腺癌、子宮頸癌、子宮癌、乳癌等，透過投保癌症所提供醫療上的經濟支持，有助於提升癌症患者的存活率。癌症醫療保險主要保險金給付項目有「住院日額」、「門診手術」、「住院手術」及「加護病房給付」等。

4. 自費醫材醫療保險

在台灣，由於健保經費有限的關係，許多醫材是不提供健保給付的。隨著國人醫療品質要求的提升，品質較好的自費醫材需求亦隨之提升，保險公司也為因應這項需求發展自費醫材醫療保險。主要保險給付項目有「住院日額」、「手術、處置與縫合」及「醫材補助保險金」等。

常見自費醫材手術有：人工水晶體植入手術、全膝關節置換手術、全股關節置換手術、人工臍關節置換手術、心臟血管支架置放手術、心律調節器植入手術、心室輔助裝置手術、兩瓣膜置換手術等。

5. 住院醫療日額加上住院醫療費用實支實付

主要與一年期住院醫療費用實支實付搭配，由於人口老化，醫療費用占家庭可支配所得已高過其他支出，這類保單可免除家庭對老年醫療費用的憂慮。主要給付項目包含繳費期間內提供住院日額、加護病房、醫材補助保險金；繳費期滿後提供住院日額、門診手術費用保險金等，身故則退還所繳保費加計一定乘數。

6. 重大疾病與特定傷病保險

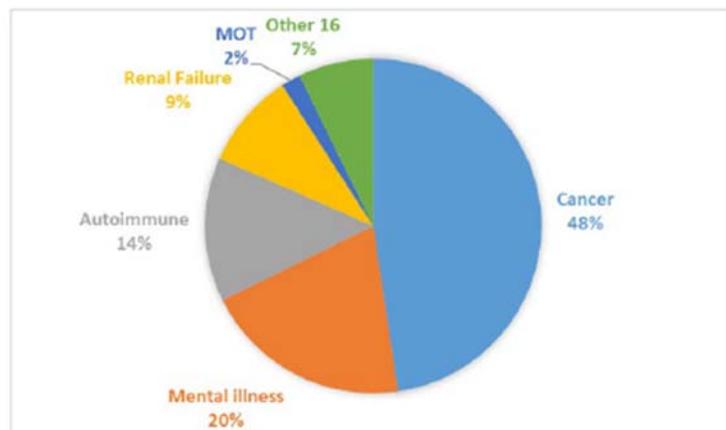
重大疾病與特定傷病保險在台灣已有 20 年的歷史，平均每人約有 0.5 張重大疾病險。重大疾病的類型包含癌症、急性心肌梗塞、腦中風、冠狀動脈繞道手術、末期腎病變、重大器官移植、癱瘓、重度阿茲海默症、多發性硬化症、主動脈手術、良性腫瘤併發神經後遺症、極重度昏迷等共 29 項重大疾病。

7. 三高特定疾病保險

台灣三高慢性疾病盛行，其中高血壓盛行率達 27%、高血脂 26%、高血糖 11%。主要給付項目為罹患三高疾病所引發的心肌梗塞、雙目失明、末期腎病變等。主要給付項目，除了傳統「住院日額」、「手術保險金」與「身故保險金」的設計外，針對罹患三高者的特定疾病給付保險金額的一定乘數。

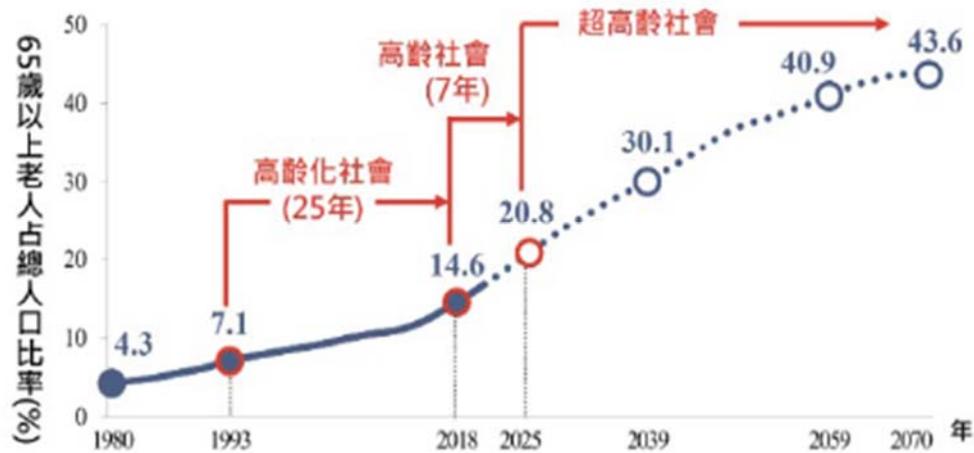
8. 重大傷病卡保險

台灣約有 1 百萬張的有效重大傷病卡。重大傷病在台灣有明確的定義，提供 22 類重大傷病保障，但有 8 類重大傷病屬除外理賠項目（主要是先天性疾病與職業病）。



9. 長期照顧保險

台灣已是高齡社會，將在 2025 年邁入超高齡社會，人口老化嚴重，長期照顧費用支出逐年增加，但長期照顧保險滲透率仍低，僅約 4%，發展長期照顧保險在台灣仍屬於具有高度潛力商品。長期照顧保險給付設計，主要為長期照顧或完全殘廢一次給付保險金、長期照顧或完全殘廢分期給付保險金、豁免保費、身故保險金等。



10. 特定傷病年金

設計思維主要是考量台灣人口扶養比率逐年遞減，特定傷病年金提供特定傷病長期生活及醫療上的經濟支持，設計上保費比長期照顧險便宜（約長照的 60%~80%），且初次診斷後不須每年提供特定傷病證明。主要付項目為特定傷病與完全殘廢一次金及分期金。

11. 失能扶助保險

又稱類長照險，幾乎解決了長期照顧保險的所有痛點，保費比長期照顧險便宜（約長照的 40%~60%），具有簡單易懂、保障豐富，且一次認定，不須每年重新認定的優點，部分商品保證給付甚至長達 15 年以上。保險金給付的設計上，主要有 1-11 級失能一次保險金、1-6 級失能分期保險金等。失能扶助保險在 2015 年至 2020 年銷售火熱，一年約 100 萬張新契約，隨著銷售後經驗惡化，在主管機關的管制措施下，2020 年後失能扶助保險已逐漸退出市場。

(四) 長期健康險的市場趨勢

1. 外溢保單

因健康意識的提升，外溢保單近年成為熱門討論的保險新聞或話題。外溢保單是透過保戶健康活動的設計（如走路）獲得獎勵（如保費折減、保額增加等），台灣主管機關也鼓勵保險業者發展外溢保單。



2. 區塊鏈在保險服務上的應用

台灣人平均擁有 9.7 張保單，其中 2.6 張壽險與年金險、2.7 張意外險、4.4 張健康保險。個人對於保單的保存與管理極為不易（例如變更個人資料），申請理賠也須跟醫院申請多份文件，才能符合理賠申請要件。因此，在主管機關同意下，台灣壽險公會於 2022 年推出「保險存摺」，使用者可以在 APP 上看到自己的所有保單。另外壽險公會也在保險存摺的功能上，推出「理賠醫起通」服務，保戶可以授權 24 家醫院提供給 19 家保險公司住院醫療理賠所需文件。這些都是區塊鏈在保險服務上的應用，讓消費者獲得更便捷、有效率的服務。

參、心得及建議

藉由參加本次曼谷研討會，有機會更了解亞洲地區商品未來發展趨勢，並透過與各國參與者交流，拓展在保險領域更宏觀的角度。茲就本次出席研討會之心得及建議說明如下：

- 一、為因應老年化及少子化的社會趨勢，長期照護保險、重大疾病險等高齡健康保障型商品是未來必要的商品發展趨勢，然而目前國內相關經驗發生率尚不足，且因死亡率的不斷改善，未來實際理賠情況將可能對公司財務影響甚大。參考法國再保險公司與專門從事數位疾病管理的保險科技公司合作之經驗，透過制定保健策略來引導保戶自主健康管理，並提供相關保險優惠，讓保險從「事後理賠」走向「事前預防」，是公司未來可以推動的方向。
- 二、由於民眾隨著年齡增長，體況風險也相對變高，使得高齡者未來皆可能面臨難以購買到所需的醫療保障的狀況，而龐大的醫療費用亦將影響原有的退休生活規劃，因此考量設計簡化問項的健康保險，即採簡易核保方式，且理賠認定不過於複雜，並採一次性給付方式，係有助於銀髮族保戶未來擁有較好的醫療品質及生活照護。
- 三、中國保險業雖然起步較晚，但隨著互聯網技術的發展，不僅僅如研討會所介紹的，保險仲介機構運用互聯網技術發展出獨樹一格的通路銷售模式，事實上，在其他互聯網技術上也有創新的應用與發展，例如，在微信平台銷售、電商平台銷售等，甚至運用大數據技術，從各通路挖掘潛在客群。當然，這並不意味著中國保險業的創新走在我們前面，而是監理機制、消費者保護和壽險業務發展間的取舍。相對保險業的發展，我國主管機關更重視消費者保護和金融風險的防範，因此在推動金融創新的步伐相對穩健。但近年，我國主管機關也積極推動保險業金融科技的創新，例如運用區塊鏈技術推出保險存摺、理賠醫起通等服務平台，提升消費者更便捷與效率的服務。
- 四、COVID-19 爆發至今已近四年，人們的生活雖已大致回歸正常，但事實上疫情尚未完全結束。這次的疫情，不僅改變人們對健康保險的投保態度，也改變了對保險公司開發防疫險的態度。從初期，投保防疫險的觀念較低，因此在第一波 Delta 病毒流行期間，投保率相對較低，但到了第二波 Omicron 爆發時，投保觀念改變，台灣幾乎到了人手一張防疫保單的盛況。但由於可能經驗率不足，以及保險公司在商品設計時未考慮到確診定義可能隨時間變化改變，以致於訂價偏低、理賠率偏高，造成保險公司重大損失。台灣防疫保單的經驗，雖然不是一個好的經驗，卻是保險公司在風險管理上重要的學習

經驗，相信未來保險公司在缺乏經驗數據的商品研發將會更為審慎，或者隨著人工智慧技術的發展，建議商品研發前，事先運用金融科技技術做好深度的風險評估工作，以確保清償能力及企業永續。

- 五、這次研討會主辦單位特別介紹台灣的長期健康保險商品，由於台灣已是高齡社會，長期健康保險需求存在高度潛力，配合全民健康保險制度發展，台灣擁有各項疾病完整經驗率資料庫，因此長期健康險商品的發展相當成熟。但研討會中也提到東南亞國家近期在多重給付重大疾病險商品相當受到好評，尤其是馬來西亞有近 40%的華人結構組成，國內保險業者或許可以借鏡東南亞的人口結構、生活習慣等因素，引進類似具潛在需求的保險商品。
- 六、定期派員參加國際研討課程，不僅可培養國際觀，擴展視野，同時透過與各國人員交流，學習如何表達想法、溝通意見與整合結論，對於工作品質及效率的提升係有相當助益。

SCOR Asia Insurance Symposium

AGENDA

Wednesday, September 6, 2023

- 08:30 **Registration**
- 09:00 **Welcome Speech**
Chloe Wang
- 09:15 **Climate Change Impact on L&H Risks**
Sonal Bagul
- 10:00 **TKEyes and YXZ Platform**
Tiger Li
- 10:45 **Coffee Break**
- 11:00 **Pros and Cons of Simplified Underwriting and Application of Behavioural Science in Underwriting**
Farooque Ahmed
- 11:45 **CI Developments and Trends in Hong Kong**
Daphne Wong & Kitty Wang
- 12:45 **Lunch Break**
- 14:15 **Ageing / Senior Products from Japan - The Dilemma of the Gap between Market and Life Insurance Expectations**
Shinya Kitamura
- 15:00 **The Gig World: A Glimpse into the Sharing Economy**
Andrea Ho
- 15:45 **Coffee Break**
- 16:00 **The Future of Health and Wellness in Insurance**
Nick Williamson
- 17:30 Gather at Sindhorn Kempinski Hotel Lobby for Onward Transfer to Dinner Venue
Coach will depart hotel at 18:00hrs sharp
- 18:30 **Welcome Dinner**
- 21:45 Coach Transfer from Dinner Venue back to Sindhorn Kempinski Hotel

AGENDA

Thursday, September 7, 2023

- 09:30 **Panel Session**
- 10:30 **China Insurance Intermediary Market Introduction**
Zhuang Xiao Fei
- 11:15 **Coffee Break**
- 11:30 **2023 SCOR / Remark Global Consumer Study**
Hemant Mehta / Yvonne Tay
- 12:15 **Product and Digital Trends in Asia**
Rebecca Zhang
- 13:00 **Lunch Break**
- 14:15 **Long Term Health Insurance Products from Taiwan**
Mark Hsiao
- 15:00 **COVID 19 and Health Insurance**
Tang Shiuan You
- 15:45 **Coffee Break**
- 16:00 **Latest Developments in Analytical Models for Experience Analysis**
Adam Shao
- 17:30 Gather at Sindhorn Kempinski Hotel Lobby for Onward Transfer to Dinner Venue
Coach will depart hotel at 18:00hrs sharp
- 18:30 **Dinner**
- 21:45 Coach Transfer from Dinner Venue Back to Sindhorn Kempinski Hotel

Friday, September 8, 2023

- 09:00 **Grand Palace - Half Day Tour**
Gather at Sindhorn Kempinski Hotel Lobby for Onward Transfer to Grand Palace
Coach will depart hotel at 09:00hrs sharp
- 11:45 End of Tour and Transfer Back to Hotel