

出國報告（出國類別：開會）

「2024 第 30 屆東亞保險會議」
出國報告書

服務機關：中華郵政股份有限公司

姓名職稱：簡詠涵 協理

游美婷 管理師

派赴國家：香港

出國期間：113.09.24—113.09.28

報告日期：113.11.14

行政院及所屬各機關出國報告提要

出國報告名稱：「2024 第 30 屆東亞保險會議」出國報告書

頁數 35 頁 含附件：無 有

出國計畫主辦機關：中華郵政股份有限公司

聯絡人：黃笹彥 聯絡電話：(02) 23921310-2536

出國人姓名：簡詠涵等 2 人 服務機關：中華郵政股份有限公司

職稱：協理、管理師 聯絡電話：(02)23931261-3796

出國類別：1.考察 2.進修 3.研究 4.實習 5.視察 6.訪問

7.開會 8.談判 9.其他

出國期間：113 年 9 月 24 日至 113 年 9 月 28 日

出國地區：香港

報告日期：113 年 11 月 14 日

分類號 / 目：交通/郵政

關鍵詞：第 30 屆 東亞保險會議

內容摘要：

EAIC(亞太保險大會)於 1962 年在東京成立，源起於日本第一生命保險公司的福室泰三先生代表日本保險學會(Japan Society of Insurance Science)致函邀請東亞各國保險業負責人於東京會商討論籌設及決定會議每二年召開，第一屆會議於同年在日本東京召開，迄今已有 50 年歷史，是東亞地區規模最大、享譽盛名的保險大會。

EAIC 每兩年舉辦一次，現已凝聚保險業界 1,000 多名領導人，包括保險公司、再保險公司、經紀人、監管機構、學術界、媒體和相關組織，分享專業知識和經驗，同時促進多邊交流與合作。目前由亞洲地區 12 個會員城市組成，包括：汶萊-Bandar Seri Begawan、泰國-Bangkok、香港- Hong Kong、印尼-Jakarta、馬來西亞- Kuala Lumpur、澳門- Macau、菲律賓- Manila、金邊-Phnom Penh、韓國-Seoul、新加坡- Singapore、台灣-Taipei、日本-Tokyo 等。截至 2012 年 8 月 31 日止，EAIC 擁有 1,033 公司會員及 626 個人會員。

本次第 30 屆東亞保險大會，由香港保險業聯合會 (HKFI)於 2024 年 9 月 24 日至 9 月 28 日在香港地區辦理。為期四天的大會，匯集來自香港地區和世界各地的保險公司、再保險公司、專家以及保險年輕人才，分享他們對當前問題的看法，並就保險業面臨的挑戰提供見解及交流，以活潑適切的電影主題搭配小組討論之方式進行，增加會議主題特色。

目 錄

| | |
|--|----|
| 壹、 目的 | 1 |
| 貳、 過程 | 3 |
| 一、 正式開幕儀式..... | 3 |
| 二、 會議重要議題..... | 3 |
| 參、 參訪心得 | 24 |
| 一、 銷售滿足客戶保障需求及服務的商品 | 24 |
| 二、 持續創新商品設計與簡化核保作業流程 | 24 |
| 三、 加強推廣電子通路及網路投保業務 | 24 |
| 四、 創新體驗服務、落實企業社會責任與永續經營 | 25 |
| 五、 結 論..... | 25 |
| 肆、 建議事項 | 27 |
| 一、 因應科技時代來臨，為積極開拓網路市場目標客群，除持續開發網路 投保商品，辦理廣告行銷活動，優化作業流程，並於各類活動加強宣 傳網路投保業務及功能，提升民眾資訊力，並獎勵辦理績優之郵局 | 27 |
| 二、 因應接軌 IFRS17 及 ICS，積極調整商品結構及行銷策略，辦理商品 特色分析及銷售課程，結合顧客保障需求與銷售 CSM 較高之商品，提 升業務員銷售動能，穩健壽險業務經營 | 27 |
| 伍、 活動照片 | 28 |

壹、 目的

亞洲保險業正面臨轉型，逐步成為全球保險業重要核心，促使全球相關企業在商業模式、產品服務、科技支持、企業文化等方面進行變革，在世界經濟貢獻中扮演重要的角色。我國保險業與亞洲各國長期持續交流，保持相互合作及經驗分享，如商品、精算機制、業務發展及 IFRS 對經營的影響等，並加強普惠金融的推廣。現今隨著自然環境的急遽變化，各國都面臨氣候變遷的問題，在發展業務的同時，更要展望未來，共同建立天災風險的防禦機制，保護我們共同生活的自然環境，落實永續經營發展的理念。

本次「東亞保險會議(EAIC)」主題為「建基過去、回到未來：建構 2044 後的東亞保險新世代」，討論東亞保險業面臨變革機會與挑戰，協助保險公司在未來不斷變化的環境中蓬鬆發展，主動擁抱變革，秉持以客戶為本的理念，進行多項議題討論。

本次參與之 12 個會員城市，其 GDP 成長幅度、地理環境、監理法規、銷售通路來源、保險商品的設計及主要消費族群等，皆不相同。例如在市場投保概況，泰國壽險的普及率偏低，約為 4%，馬來西亞壽險普及率約為 55%，臺灣的壽險及年金保險普及率極高，約為 273%。在銷售型態上，印尼人口多但分散諸多島嶼，早期主要由保險業務員招攬行銷，在銀行保險通路崛起後，已逐漸被銀行通路取代，而柬埔寨全國人口 2/3 為年輕人，網路的普及率及手機的持有率並不低於其他先進國家，利用先進科技通路招攬，極具發展潛力。而在保險商品設計上，印尼是著重於內容簡單的傳統壽險保障商品，而新加坡、馬來西亞和泰國，銷售商品性質則與臺灣相近，為複雜性較高的商品，如儲蓄保險、萬能壽險、分紅保單等。

綜上，有鑑於各國保險發展情況之差異，為瞭解未來東亞保險業發展的途徑以及如何因應時代挑戰，並蒐集各國意見，相互交流相關保險實務議題，本次「2024 東亞保險會議」，臺灣約有近 20 家產、壽險業者、再保險公司及相關機構等近百人參加，本公司則由簡詠涵協理及壽險處游美婷管理師代表前往，進行相關交流與議題研討，以作為未來業務規劃之意見參考，並提升中華郵政壽險之國際曝光度。

貳、 過程

一、 正式開幕儀式

首日(9月24日)開幕典禮於香港會議展覽中心揭開序幕，由香港特別行政區政府署財政司副司長 Mr. Michael Wong Wai-lun 開場致詞，除表達歡迎各會員國代表及得獎人員共同蒞臨盛會外，希望藉由本次會議促進東亞地區業者交流，激發不同以往的思維想法及創新方案。

第二日(9月25日)研討會正式展開，由 EAIC 副總裁 Ms. Sally Wan 說明本年會議主要探討東亞保險業面臨的變革機會和挑戰，以幫助保險公司在 2044 年及不斷變化的環境中蓬勃發展，並取得成功。另介紹香港是一個充滿活力的保險中心，除了擁有 160 多家保險公司，也有眾多的旅遊景點，及東西方文化交流之美等。接續由香港保險業監理局主席 Mr. Stephen Yiu 及 EAIC 總裁 Mr. Michael Rellosa 歡迎各會員國出席，並預祝會議圓滿順利。

二、 會議重要議題

(一) 政府政策及 RBC 制度，協助保險公司因應挑戰

香港特別行政區財政司副司長 Michael Wong 表示，香港是世界上最開放和最具活力的保險中心之一，但氣候變化、經濟不確定性和新技術等新風險，對從業者來說挑戰與機會一樣多，為此，香港政府推出了許多政策和基礎設施來協助因應這些不利因素。香港的保險滲透率高達 70.2%，吸引了多元化的保險公司進入，但鑒於風險和科技的快速發展，必須為未來的挑戰做好準備。

為了因應氣候變化帶來的挑戰，香港政府一直積極推出激勵措施，

以推動香港成為巨災債券與保險相連的證券中心。自 2024 年 7 月起，香港實施了新的風險為本資本（RBC）制度，該制度對資本適足率提供更敏感的風險評估，這種基於風險制度，將加強保險業的韌性，並有效地加強對投保人的保護。

人工智慧和數位平台等技術創新正在徹底改變保險公司進行承保、處理索賠和提供服務的方式。借助保險科技，許多保險公司正在積極尋求與金融科技公司合作，開發新產品和工具，以滿足保險價值鏈不同部分的需求。保險科技即將有一個光明的未來。

（二）香港與大灣區的聯繫，提升全球風險管理中心效能

香港特別行政區保監局 Clement Cheung 表示，粵港澳大灣區（GBA）作為中國最具活力和最重要的地區之一，是中國財富 500 強企業最集中的地區，匯聚了中國最具創新力的科技公司，如華為、中興通訊、大疆創新、比亞迪、廣汽集團和騰訊等，就像是新興的亞洲矽谷。

香港具有成為專屬內地企業保險公司樞紐的能力，可全面監控其海外專案風險並擴大其集團內部風險管理。香港擁有成熟發達的市場、地理位置和文化力，是內地居民滿足其財務管理和個人保護需求的最佳地點。香港還具備世界一流的金融基礎設施、充滿活力的資本市場，完善的專業服務、強大的政府支援以及大灣區的緊密聯繫。在此堅實的基礎上，保監局正加緊與內地有關當局溝通、擴大產品結構範圍、豐富承保風險類別，以及提高亞洲機構投資者的認知度。保監局除了在大灣區設立售後服務中心，為持有香港購買的保單人士提供全面支援外，亦正研究可行的方法，以因應香港人口結構變化帶來的挑戰，刻正積極開發量

身訂製的保險產品，讓香港公民能夠在大灣區更廣闊的範圍內提供優質且價格合理的住宅護理設施，為他們的退休生活做規劃。

另為補足民眾保障缺口和深化地區金融性，保監局正在協調業界和學術界，提高數據的品質性和可用性，建構複雜程度較高的風險建模，以完善氣候相關政策和披露標準。

（三）在動盪的經濟環境下，創造有韌性的未來

亞洲金融控股有限公司主席 Hon Bernard Charnwut Chan 表示，香港在 2003 年發生 SARS 時，情況比新冠疫情還糟糕，那時每個人都驚慌失措，所有的私立醫院都無法獲得保險保障。在香港，員工賠償或工傷賠償是法定的保險要求，但沒有保險公司願意承保，因為不知道該如何處理這類問題。於是，民眾陷入了恐慌模式，政府監管機構立即介入，試圖找到解決辦法，因為如果沒有足夠的保障和保險，醫院是無法運作的。最終，找到了一個解決方案來減少風險，在公立醫院，一旦有任何有症狀的人進入醫院後，就會拒收請其離開，完全規避風險，但這顯然不是處理問題的最佳方式，卻是當時市場決策的結果。

面對上述疫情的突然爆發，強迫大家必須快速適應環境的變化，並緊急應變，例如新冠疫情帶來了負面影響，但同時也促進了科技及技術的導入與快速運用。此外，面對地緣政治問題，在過去的 30 年裡，香港一直作為資本進入中國的門戶，在幫助中國籌集資本方面發揮了至關重要的作用。但現今考慮到政治情勢，香港扮演的角色已然發生了重大變化，因為中國企業無法再將自己定位為中國公司而必須進行多元化，倚賴香港的新角色幫助其進行風險管理，在接下來的 10 到 15 年內，香港

企業恐無法承受在一個區域或一種貨幣上的風險。

所有這些都在改變，但有一點始終不變：就是永遠都在變。我們必須找到大家共同的目的，例如對於全球來說，氣候變化就是一個共同性的問題。氣候變化是真實存在的，但企業是否能將成本轉嫁給消費者？要知道把能源來源轉換為永續可使用的方式，是需要付出高成本的，再生能源很昂貴，誰會為這些成本付費，這是全球性的問題，需要跨行業的參與合作努力才能解決，所以需要找到共同議題，讓參與者有共同的目標，凝聚共識。

另一個共同性的議題是人口老化，現今日本 65 歲以上人口數占總人口數的 30%，而中國、泰國、香港以及許多亞洲國家也都面臨相同的問題。隨著老年化及超高齡社會的來臨，除了民眾醫療支出增加外，照護人力的需求亦大幅增加，如果沒有菲律賓和印度等勞動力加入，年長者照護會陷入麻煩。為了解決人力需求問題，日本已經開始利用科技來從事長期照護工作，在日本政府提出的「2040 年社會保障和工作方式改革」明確指出，「善用 AI 等科技」是改革醫療照護的重要關鍵之一。日本政府為了鼓勵長照單位可以善用新科技改善照護現場問題，從各項搭載 AI 的環境偵測硬體、AI 辨識到語意理解，相關單位都可以向政府申請，甚至修訂保險給付，讓資訊科技可以加速落實，這是值得大家參考的。

保險業要積極滿足消費者不同的需求，應隨市場需求變化保有創新的思維，不能只是反應式地應對，要能與時俱進，而且不能只侷限在保險中思考問題，也要從其他行業中瞭解需求。此外，適時回顧過去與關注未來同等重要，但適時也很重要。回顧讓我們定期省思「我是誰」、「來自哪裡」、「有什麼經驗是值得學習借鏡的」。面對改變迅速應變，找出生

存方式並付諸實行，才能持續跟上時代的腳步，因為過去我們認為十年能改變的事情，如今可能在一年內就會發生，這是令人警惕的。

最後，還有一個重要的議題，就是中產階級。大部分中產階級的人們對於生活的期望是相同的，無論來自哪裡，都想要追求更好的生活品質、更好的醫療服務、可負擔的醫療費用、合理的消費支出和更好的工作。一個充滿活力的中產階級，是社會穩定和經濟發展的關鍵要素。他們是消費的主力軍，持續推動經濟增長；他們也是社會的中流砥柱，維護著社會的秩序和穩定。

以上這些都是團結所有人的共同話題，期在經濟環境的高度動盪下，朝共同的目標努力，創造更具彈性的未來。

（四）擁抱改變，與時俱進

中國人壽保亞洲保險（海外）有限公司的總裁 Liu Yue jin 指出，當前的國際形勢正經歷複雜和深層的變革，伴隨地緣政治所帶來的連鎖效應，導致全球產業鏈重新布局，世界經濟正處於深度調整和轉型階段。儘管歐美國家的貨幣緊縮政策持續發酵，經濟放緩、資本流動趨弱，但亞洲保險業依然在逆境中展現出強大的韌性和巨大的潛力，為全球保費收入增速最快的地區之一，打破了自新冠疫情以來經濟衰退與復甦交替的循環，不斷為全球保險業注入活力，成為動能推進引擎，在全球經濟中扮演著越來越重要的角色。

亞洲地區市場發展的三大優勢。首先，亞太地區市場廣闊，擁有 40 億人口，是世界上人口最稠密的地區。國際貨幣基金組織預計，亞太地區 2024 年經濟成長將達到 4.5%，亞洲對全球增長的貢獻將達到 60%。

2025 年將繼續保持 4.3%的正增長，整體經濟的持續增長為保險業帶來了巨大的發展空間。其次，市場潛力龐大，相較於高度發展國家，亞洲地區保險密度和滲透率相對較低，但隨著風險意識增強、財富水準提高、疫情後的經濟復甦以及人口結構等因素的驅動，消費者開始更加重視保險保障和金融安全的重要性，越來越關注風險缺口的暴露。保險需求的逐步上升，推動了亞洲成為全球保險業的重要動力。第三，保險政策利多，許多亞洲國家政府正積極推動保險業的發展，通過財政激勵、稅收優惠和監管放寬等舉措，創造了更友好的營商環境。社會保障體系的建設和區域自由貿易協定的推進，增強了商業保險需求和跨境流動。政策支持 and 行業規範化，顯著提高了行業的穩定性和持續發展能力，為保險業注入強大的動力。

當今世界經濟正在經歷前所未有的大變局，技術發展、勞動力短缺、客戶期望轉變，加上宏觀經濟環境的影響，促使全球企業在商業模式、產品服務、技術支持和企業文化等方面皆要進行變革，亞洲保險業也不例外。亞洲人口老齡化加劇、健康意識提升以及新技術的迅速發展，正急遽改變保險市場結構和競爭型態。在這樣的前提下，傳統的保險產品和服務模式已經無法滿足客戶的需求，保險公司必須不斷調整和優化經營策略，才能滿足客戶日益提升的多元化需求。擁抱變革、與時俱進，方能立於不敗之地。

此外，客戶需求發生哪些變化，亦是需要關注的重要環節。自新冠疫情發生以來，民眾的風險意識大幅提升，消費者對保險保障的認識及接受度普遍提高，越來越多的亞洲消費者傾向於購買保障型保險產品，如身故和醫療保險。在醫療成本逐年上升的情況下，健康險滲透率也穩

定提升。

在亞洲開放的商業政策和監管環境下，促進了高資產財富人數的增加，已成為全球僅次於北美的富裕人士第二集中區域。為數龐大的中產階級視壽險為保障家庭未來財富安全的重要工具，成為保險購買的主要動力。在亞洲的中國內地、香港和新加坡市場，高資產的年輕族群不斷增加，他們偏好經由線上自行購買保險產品，並希望通過可信賴且精通數字技術的顧問，來獲得個人化的保險配置。

亞洲部分地區的人口老齡化程度達到美國和歐盟的兩倍。亞洲開發銀行預計，到 2050 年，亞太發展中經濟體 60 歲以上人口將增長近一倍，達到 12 億，佔總人口的 25%，這將大大增加醫療和養老需求，保險保障不再是客戶的唯一訴求。更多的客戶希望保險公司在滿足醫療保障、退休規劃、財務管理、資產傳承、資產增值等需求之外，能提供更多樣化的增值服務、一站式健康管理和個性化的配套解決方案。

未來更應著重推進轉型與 AI 應用，提升效率、簡化流程、實現以客戶為中心的現代化方法。保險科技在重塑商業模式中發揮了關鍵作用，將雲計算、大數據、區塊鏈、物聯網等關鍵技術廣泛應用於產品創新、保險行銷和公司內部管理，應用層面包含服務客戶的範圍。

人工智能技術，特別是生成式 AI 技術，將掀起新一波數字革命浪潮，融入保險業務的風險評估、理賠流程、行銷策略、市場服務等核心領域。通過智能化應用，推動保險應用從線上化向智能化發展，協助降低成本、減緩風險、提升效率，並提供優質服務和改善客戶體驗。

而在精算及核保方面，應用智能科技，簡化資料提取並整合流程，讓核保人員能夠專注於高價值工作，從而提升風險篩選能力和準確性，

提高產品的營收能力。在理賠方面，通過簡化運營實現自動化的通報流程，限制損失成本，加強防範損失。在銷售和客戶服務方面，分析客戶情緒和行為模式，識別目標客戶並預測購買傾向，推薦最佳產品與服務。透過聊天機器人等定制虛擬銷售和服務代表，提供更高階的聊天體驗，增強線上互動的可信度和解決複雜問題的能力等等。

隨著消費者對 AI 的接受度逐漸提高，並開始將 AI 使用於不同的任務和場景，客戶行為的變化正在影響各行各業，越來越多的保險消費者傾向於透過單一平台獲得全面的解決方案，包括人壽保險、健康醫療、退休養老和財富增值等。為了應對日新月異的客戶需求，保險業需建立穩定的治理模式和政策，必須尋求與具備互補能力的信賴夥伴進行跨行業合作，共享資源和技術，實現雙贏，從而在激烈的市場競爭中獲得更大的優勢。保險公司可以與醫療機構合作，為客戶提供健康管理與保險保障於一體的服務，或與財務規劃公司合作，幫助客戶進行財務管理與風險防範。複合式保險成為跨行業合作的新趨勢，將保險產品融入其他產品和服務中，以場景化銷售方式為消費者提供無縫便捷的體驗。例如，在購車或購買旅遊產品時直接提供相應的保險服務，簡化購買流程，提升產品的便捷性，並提高客戶的保險意識與購買意願。如此可以大幅提升銷售管道的可擴展性，增加與客戶接觸的機會，拓展收入來源，降低發掘客戶成本。

此外，將醫療保健、教育等非保險產品和服務反向融入保險產品體系中，也將受到消費者的歡迎，成為市場的重要發展方向。總而言之，將保險產品融入更廣泛的服務平台，不僅為企業帶來新的增長點，也提升了整體競爭力。這樣的合作將推動保險業向更靈活、多元化的方向發

展，為企業和客戶創造更大的價值。

在於普惠金融與社會責任方面，普惠金融最早由聯合國提出，是指立足機會平等的原則，以可負擔的成本向社會各階層提供適當有效的金融服務。簡單來說，就是讓普羅大眾都能獲得金融服務，尤其是那些在傳統金融體系中被忽視的群體，許多人可能會先聯想到發展中國家或貧困地區，但事實上，無論是在經濟發達還是未發達地區，都存在金融服務不足的問題。以香港為例，儘管香港的金融體系非常發達，仍有部分群體在獲取金融服務方面面臨困難。例如，低收入族群由於缺乏足夠的信用記錄和抵押品，難以獲得貸款或信用卡等金融服務，嚴格的信用審核和高昂的金融服務費用讓他們難以獲得合理的金融支持，被排除在主流金融體系之外。以及部分老年人面臨的數字鴻溝問題。儘管數字金融在香港廣泛應用，但他們因對數字金融安全性的疑慮，或不擅長使用智能設備，不願意甚至無法使用線上工具，從而無法獲得金融服務的便捷和高效。作為保險公司，如果能突破各種有礙於傳遞金融服務的屏障，細分市場中的普惠金融需求，識別未被充分滿足的客戶痛點，及挖掘被競爭對手忽略的市場空間，不僅能開拓出龐大的新客群，帶動業務成長，還能為社會公平和穩定做出貢獻，主要設法平衡成本效益和豐富客戶體驗，可行的方式包括為預算較少的消費者制定靈活的方案，提供多種選擇的付款方式，如增加保費、保費豁免期或小額保險產品，研究更切合實際的產品設計，採用組合的附加服務，允許客戶根據自身需求的變化對已有保障進行調整，通過與政府合作，借助政府的優惠措施，為大眾定制健康醫療保障計劃等。

接著是保險與永續環境、社會責任及公司治理（ESG）。2012年，

聯合國環境規劃署金融倡議組織在永續發展大會上發布了永續保險原則。永續保險被定義為以負責任且前瞻性的方式來實現保險價值鏈中的所有策略方式，並為全球保險業提供了一個應對 ESG 的實踐框架，主張通過減少風險、應用創新解決方案、提升業績表現等方式為永續發展做出貢獻。首先，推動環境轉型。保險業可以通過產品設計、投資理念和風險管理等來推動綠色低碳轉型，增加對綠色低碳產業經濟或符合 ESG 標準的公司綠色投資力道。其次，加強社會責任。保險業在自身發展的同時，也需要承擔更多的社會責任，關注社會和環境問題，加強對弱勢群體的保障，例如推出針對老人、兒童、殘疾人等特殊群體的保險產品，參與公益事業。最後，完善公司治理機制。保險業需要加強內部治理機制，提升風險管控能力及社會責任意識，例如，加強內部道德建設，提高員工的環保意識，增強投資風險管控，避免環境影響和決策失誤。

接續以中國人壽（海外）為例說明，中國人壽（海外）自 1933 年成立，是中國人壽集團在境內唯一的全資子公司。中國人壽集團在中國擁有超過 2 萬家分支機構和網點，近 80 萬銷售人員和員工，4,000 多家銷售服務中心，2023 年營業收入將近 1 萬億人民幣，合併保費收入近 7,900 億人民幣。市場發展策略為緊貼客戶需求，持續提升產品和服務供給。為靈活適應市場變化，不斷創新產品設計和拓展產品範圍，受到客戶的歡迎，包括推出自選重疾保障、三高疾病保障等首創保障，提供家庭共享重疾以及單次賠付、多次賠付、定期和分紅重疾產品，為不同預算和需求的客戶提供多樣化的產品，並建立大眾醫療至高端醫療的完整產品線。另是升級長期儲蓄產品，協助客戶財富增長。不僅專注於保險核心服務，還以增加保單的附加價值，想客戶所想，提供多元增值服

務。近年持續整合大灣區內的優質醫療資源，搭建了一站式醫療服務平台和醫療福利會員平台，該平台為會員提供疾病預防、健康管理、醫療問診、醫療信息等服務，優惠範圍涵蓋普通門診、專科門診、物理治療、中醫跌打、針灸、牙科等，參與網點 650 個，參加的醫療機構 1,300 名。

為了創新服務，持續簡化理賠流程，加快理賠速度，提升理賠效能。通過一站式的網上服務，客戶只需三個步驟便能在線申請理賠，還可以隨時查閱理賠申請進度、查閱理賠過往記錄，接收電子通知書，簡單便捷。2024 年上半年，個人住院醫療最快處理時效為 15.7 分鐘，團險門診最快處理時效為 10 秒，持續刷新香港保險理賠速度的上限。

在經濟運行中，商業機構追求利潤最大化的同時，更將永續發展融入經營管理的各層面，實現經濟、社會、環境效益的統一，成為受社會尊敬與認可的可持續經營企業。具體包括，加大綠色投資，採取可持續投資策略，將環境、社會責任和公司治理因素納入投資決策考量，促進綠色經濟和社會責任共融。目前，公司包括綠色債券在內的綠色投資規模已超過 880 億港元，投資領域涵蓋清潔能源、新基建等綠色金融領域，未來將持續引導資本，優化資本配置，促進可持續發展，注入綠色新動能。

最後是嚴格遵守法律法規以及監管要求，健全公司治理結構透明度，保障利益相關者的權益，持續提升公司治理架構健全性、事業目標與股東利益契合度、風險防範及市場約束有效性，規範公司運作，支撐企業的長期穩定發展。推動社會公平與包容，始終堅持以人為本，採取多元文化融合等措施，促進機會均等，持續投入資源支持員工培養與發展，提升員工的獲得感和幸福感，成為回饋社會的責任企業，為社會和

諧發展貢獻一份力量。

（五）鼓勵女性參與職場，關鍵措施與政策

通用再保險公司（Gen Re）香港分公司的總經理 Orchis Li 認為，性別平等是關鍵的市場驅動力，職業領域的女性在職業生涯中，往往會遇到無數挑戰。網路運用、親屬和家庭的支持，非常重要，保險業擁有許多模範女性領導者，在 2023 年 1 月香港的一項調查顯示，在保險業中，21% 的首席執行官是女性。在鼓勵女性參與行業的政府及企業政策，至為重要。公司可以通過為現職的育兒婦女或家庭主要照顧者，提供靈活的工作安排和彈性的工作時間，以及加強託兒服務來支援，營造真正重視多樣性和包容性的工作場所，是女性職場成功的關鍵，要將其整合到公司的戰略規劃和決策過程中。

當前形勢下，重視領導階層的多元化，將推動多樣化的措施發展，這種氛圍為女性提供了一個宣導包容和公平的職場文化的平臺。組織優先考慮與性別多樣性的公司結盟，因為它們通常支援職業發展。重視開放式溝通和扁平化層級制度文化，鼓勵參與式領導風格，即管理者尋求團隊成員的意見並共同做出決策，這可以導致更民主的管理方法，培養主人翁意識和責任感。如果一家公司喜歡新想法，領導者可能會激勵他們的團隊大膽思考並突破界限，這種類型的文化通常會導致更具活力和適應性的管理方法。公司更深層次的價值觀，如關心社會或個人成長，塑造了領導者，因為在這樣的公司中，他們可能會將團隊的需求放在首位，或者充當導師，幫助每個人共同成長和成功。

（六）吸引多元化人才，追求創新和發展

滙豐人壽香港行政總裁 Daisy Tsang 表示，吸引年輕的工作力加入保險行業需要整體的規劃，包括在一個充滿活力、不斷發展的行業，享有工作的機會，同時也要享受全面的福利，得到個人成長。充滿活力和競爭的亞太地區保險業面臨的挑戰之一，便是對熟練專業人員的高需求。專注於吸引、培養和留住頂尖人才是重要策略。通過提供有競爭力的薪酬待遇、職業發展機會和積極的工作文化，認識到個人的貢獻和團隊合作的重要性，以激勵和留住市場上最優秀的人才。另外則是建立該地區多元化的人才庫，才能彙集各種觀點和經驗，促進創新和增長。

要進軍 Z 世代人才市場，首先是將自己定位為行業首選企業，來吸引頂尖人才。這意味著為員工提供福利，例如優質休假、具有靈活預防性健康支出帳戶的醫療保險，以及提供體育和娛樂活動。公司擴大人才網路的另一項方式是員工推薦計劃。具向心力、有才華的人，將更傾向於與志同道合的人合作，因此，建立一個利潤豐厚的員工推薦計劃，獎勵幫助協尋人才的員工，通過優秀員工的介紹，有助於公司在市場上找到合適的人，可以幫助公司人才庫增長。

另在員工培訓方面，如滙豐人壽培訓學院，以及滙豐的人才發展平臺，如滙豐大學、學習平臺 Degreed 和基於人工智慧的人才市場，根據員工的技能、經驗和抱負，將員工與專案和短期任務相匹配。員工將能夠深入研究新的業務領域或市場，獲得新技能，提高知名度，並在該地區建立更廣泛的網路以實現職業抱負和發展計劃，而專案擁有者將能夠快速找到具有合適技能和經驗的人來幫助他們完成工作。

為了留住人才，滙豐保險提供支援和包容性的工作環境、具競爭力

的薪酬和福利，為員工提供眾多的職業發展機會。其他包括多樣人化的員工活動，例如午餐學習培訓課程、節日慶祝活動、社區工作以及同事和管理層之間的定期交流會，以鼓勵促進溝通和合作的直言不諱的文化。尤其是年輕員工，越來越重視工作與生活的平衡、靈活度和成長機會。為了留住人才，致力於傾聽員工的反饋，積極滿足這些需求，並創造一個讓員工感到受到充分重視和參與的環境。

（七）亞太地區網路市場風險，長期下將找到平衡

Beazley 亞洲網路風險承保人區域經理 Teck Siong Ng 表示，整個亞太地區，依網路市場的成熟度來看，對風險的整體認知仍是不足。然而，隨著嚴謹的隱私權保護法和網路安全法規發展，逐漸改變了香港、新加坡和馬來西亞等市場的網路發展。亞太地區的風險意識已明顯增加，這表示預防風險的網路需求市場日益成熟，加強預防風險的決心。從長遠來看，網路市場風險將找到平衡，但歷經風險選擇下的市場利率可能會在短期內走軟。

勒索軟體和 AI 攻擊等威脅，對沒有在網路安全措施進行充分投資的組織，持續產生影響，雖然人們可能認為某些行業或企業規模比其他行業或企業更容易受到這種威脅，但趨勢表示，網路犯罪分子的目標是那些他們認為『唾手可得』的公司，即那些安全控制措施最少的公司，風險選擇即將成為營收能力的關鍵部分。發展成熟的組織意識到網路環境是動態的，因此並非總是尋求最低的網路解決方案費率，而是更渴望獲得全方位的服務。

總體而言，雖然部分公司可能在預防和檢測風險方面表現出色，但

對事件回應策略卻缺乏穩健性。這種不穩定的缺口可能導致更大的損失，包括數據恢復和基礎設施恢復，以及伴隨而來的聲譽損害。很明顯，雖然網路預防措施狀況不斷改善，但仍迫切需要對事件回應能力進行投資。行業需要應對積累風險，為網路戰或關鍵基礎設施中斷等系統性事件做好準備。全面的網路防護是預防損失問題並方便聯繫網路安全專家的安全措施，確保客戶擁有強大的網路安全生態系統，以預防新出現的網路威脅並即時因應新風險。

（八）利益相關者的參與，縮小保障差距的關鍵

Peak Reinsurance 的總裁 Franz Hahn 表示，在過去的十年裡，中國的保險業經歷了顯著的增長。然而，保險的滲透率仍然偏低，尤其是在易受自然災害影響的農村地區。2023 年，中國非壽險類的保險滲透率約為 GDP 的 1.8%，與全球平均水準 4.2% 形成鮮明對比。這種差異突顯了巨大的市場增長潛力，尤其在服務不足的地區。在中國，人們期望政府會介入，通過直接財政支援或說明重建，在損失後提供救濟，這種想法限制保險需求上發揮了作用，因為許多人期待政府援助，而不是尋求私人保險解決方案。

有效的解決作法即是讓多個利益相關者參與，結合傳統的財產保險、地方政府優惠計畫和國家自然災害補貼資產，並與國際再保險市場建立緊密聯繫。這種整合不僅帶來額外的產能，還帶來寶貴的專業知識和支援。通過解決保護差距的多方面問題，這個整體框架可以培養一個更具彈性和包容性的保險生態系統，瞭解當地市場狀況的複雜性，對於制定針對性和有效的解決方案至關重要。

新興的亞洲中產階級通常對保險產品有所瞭解，並且有經濟能力負擔得起保費。但仍然存在明顯的保險缺口，這可能是由於人們認為這些產品不能充分滿足他們的特定需求，或者註冊過程過於複雜。另在補足健康保險缺口方面，要求私人保險產品必須先滿足政府補助計劃項目。即是在為公共健康保險計劃中未包含到的醫療狀況或費用，提供保險，從而為個人提供更全面的安全網。

將私人保險產品與公共計畫協調起來，採用複合式的健康防護措施，讓消費者更加安心。總之，保險業必須與其他利益相關者（如政府和醫療服務提供者）更緊密地合作，為那些沒有受到保護或保護不足的人提供最佳解決方案。

（九）大中華區巨災損失，加速風險缺口分析

Guy Carpenter 的 亞太區分析與顧問主管 Kitty Bao 表示，隨著世界努力應對日益嚴重和頻繁的自然災害，大中華地區近年來一直是受影響最嚴重的地區之一。該地（再）保險公司越來越注重分析風險，並且更願意投資於數據收集。今年上半年影響中國的自然災害包括洪水、地震、颱風、風冰雹、冰凍、森林和草原火災以及沙塵暴，讓中國面臨 930 億元人民幣（130 億美元）的直接經濟損失。在過去的兩個月，該地區發生了兩場風暴，在海南、廣東和上海造成了大規模破壞。（再）保險市場一直受到巨災損失的衝擊，越來越意識到災難風險管理的必要性，專注於理解和分析風險缺口，並投資於數據收集。總而言之，保險公司已逐漸將自然災害視同如財產保險和汽車保險一般，積極開發創新保險產品。

儘管預算有限，政府對彌補傷亡和家庭財產損失的金額仍不斷增加。雖然傳統的巨災超額損失保險普遍存在，但保險公司仍持續找尋替代解決方案。為了分散巨災風險，保險公司正在尋求海外再保險支援，雖然再保險承保能力充足，但費率充足性問題阻礙了有效部署。保險公司很少將產品定價中的巨災負載與再保險的費率維持一致，這導致潛在的風險定價過低，尤其是在沒有損失歷史的情況下。因此，再保險成本通常被視為初級定價中不斷增加的費用。在競爭激烈的市場中，保險公司需要時間才能系統地將巨災負載納入其定價模型。

(十) 參數型保險，強化再保險公司的資本保護平臺

巨災損失的增加，尤其是次生風險的增加，在承保能力有限，以及為了降低總損失而需改變的再保險結構，皆促使尋找風險轉移解決方案，而其中即包括參數型保險產品。參數型保險是一種將金融衍生性商品操作特性納入保險機制的新型保險，此類保險的賠償並非取決於標的實際損失，而是與損失相關之指標，只要「觸發事件」就能賠償，例如氣溫超過熱浪的門檻，水位超過洪水的門檻，保險公司就會賠償，故其經營因而存在有基差風險的缺失。參數型保險講究數據和自動化，一切視天氣資料而定，省略了理賠申請和審核流程。亞太地區巨災諮詢 Guy Carpenter 公司的 Jeremy Waite 表示，與傳統保險相比，參數型產品可以強化再保險公司的資本保護平臺，並提供比傳統保險更快的資金獲取管道。參數保險可以填補保險在免賠額、除外風險、稀缺能力和意外業務中斷方面留下的保護缺口，參數保險並不是為了取代傳統保險，而是為了補充它，幫助涵蓋財務損失或不可投保的風險。參數化保險市場正

在迅速增長，越來越多的實體提供參數化產品或與提供專業知識和能力的管理總代理（MGA）或管理總承銷商（MGU）合作。

然而，由於某些地區的可靠數據和模型有限，參數保險面臨挑戰，構建變得困難。開發模型和數據以精確衡量基差風險需要時間，雖然它是公共部門需求的理想選擇，但確保跨地區和風險的相關覆蓋及有效觸發仍然是一個大挑戰。

（十一）降低氣候變化風險，需要積極加速適應

EAIC 小組討論指出，採取針對性的政策措施來解決巨災損失的結構性因素，收集風險數據，建立模型來應對氣候風險。瑞士再保險亞太區首席經濟學家 John Zhu 曾警告說，自然巨災損失的負擔越來越重，每年以 5-7% 的速度增長，給經濟體系帶來壓力。

在亞洲，氣候風險與經濟因素交織在一起，並且由於房地產高度集中等因素而變得更加明顯，這些因素包括房地產高度集中、面臨高溫、颱風和洪水等各種風險、城市化的速度以及缺乏高效排水系統等基礎設施要素。這些損失給私人部門和公共部門帶來了巨大壓力，需要採取重建等行動，而由於通貨膨脹，重建的成本越來越高。自然災害風險保護缺口正在擴大，而且很多災害損失根本沒有保險，世界上許多地區仍然缺乏足夠的保險保護，包括亞洲新興經濟體的許多國家。

香港財經事務及庫務局局長許正宇表示，香港市場正在努力實現淨零目標，並著眼於導致碳排放的特定行業。香港是一個服務型經濟體，沒有太多的製造業，基本上主要是發電（超過 60%）和運輸，而到 2035 年停止燃煤發電，以及將可再生能源的使用增加到 10% 等，透

過監管或政策要求經濟體系的業者實現碳中和的具體措施。

瑞士再保險董事總經理兼亞太地區和多邊開發銀行公共部門解決方案主管 Lubomir Varbanov 強調，除了討論備受關注的緩解措施外，還需要積極適應風險管理。保險公司和再保險公司可以在某些因素上承擔更多風險，如政治風險或是供應鏈中斷風險，以降低投資者的成本。

蘇黎世香港首席執行官 Eric Hui 指出，為保險公司提供可持續的投資組合以管理損失和為客戶提供負擔得起的費用非常重要，將複雜數據模型化是一種挑戰。在亞洲，沒有針對資產或資產的標準地理編碼，面臨的問題是無法提出數據。

安盛香港和澳門大中華區一般保險首席技術和創新官 Chelsea 表示，雖然已經對氣候變化所造成地理區域影響有深入的瞭解，但個人對氣候風險對自身所造成的影響，瞭解卻非常少。我們只能看到和感受到雨水和洪水，但人們真的瞭解未來是什麼樣子嗎，如果我們不加快應變速度，將無法承受自然災害和氣候變遷所造成的巨大損失。

（十二）再保險公司，中國巨災保險體系的關鍵支撐力

太平再保險首席執行官 Sheldon Yu 表示，中國政府將依市場原則進行推動巨災保險制度，以因應監管機構對自然災害的應對措施。自然災害在 2024 年上半年造成了 932 億元人民幣（128 億美元）的直接經濟損失。

香港金融機構和投資者可以通過投資內地保險公司或保險產品，為內地保險市場提供必要的資金支援，提高承保能力。中國的保險和再保險行業非常重視降低風險，而各個地區對災難性保險的需求也在不斷增

加。再保險是分散和轉移保險風險的重要手段，香港作為國際金融中心及再保險中心，擁有雄厚的資本實力和豐富的金融資源，可以為內地保險業提供再保險支援。近年來，一些國內保險機構在香港發行巨災債券，以防範內地的巨災風險，這也是應對自然災害風險的有益嘗試。

（十三） 氣候變化和永續發展成為關鍵主題

馬來西亞再保險公司的總裁兼首席執行官 Ahmad Noor Azhari 表示，近幾年，馬來西亞地區所有國家/地區的市場整體保險損失相對平靜。儘管如此，在過去兩年中，全球市場（再）保險市場卻未能倖免。自今年年初以來，全球市場開始疲軟。對該地區主要趨勢和發展的一些觀察包括：承保及實踐將氣候變化和永續發展因素納入風險選擇和投資組合管理。採行費率因國家/地區而異，主要受當地監管機構設定淨零目標的影響。

另外民眾對品牌悠久的業者，所提供的巨災風險模型則越來越感興趣，開始使用並量化自身公司的淨巨災風險。某些客戶甚至繪製了個人保單級別之淨巨災風險開口數據，並將淨巨災累積風險開口，納入保險和風險承擔中。而根據從客戶端蒐集的數據，再保險公司還可以減少其高風險領域的風險開口，實施更嚴格的條款和條件，甚至排除某些類型的風險。

（十四） 保險公司多管齊下的碳轉型方法

蘇黎世保險（香港）首席執行官兼蘇黎世保險（中國）董事長許志強表示，為因應氣候變遷達到永續經營，保險公司除了承保業務和投資計畫外，更可進一步作為氣候行動的宣導者，利用專業知識影響民眾

對永續發展的討論，透過各種措施及宣傳工作，在促進邁向低碳經濟方面發揮關鍵作用。亦作為金融生態系統中的關鍵參與者，透過將資金引導至綠色專案和降低氣候相關風險，例如投資於綠色債券，為提倡永續經營之企業提供資金，從而將資金投入到支援環境目標的專案上，為永續發展做出重大貢獻。而通過支援綠色議題，保險公司不僅可以增強其投資組合，更可為永續經營之經濟轉變做出貢獻。

此外，保險公司也可在其組織內培養永續發展文化，通過實施以永續發展和氣候風險管理為重點的培訓計劃，為員工提供推動變革所需的知識和技能。保險公司越來越多將永續性和 ESG 因素納入其承保和投資決策。而在投資方面，保險公司依規範排除不合規的行業，對風險全面分析，使保險公司能夠進行有效投資，著眼於能夠提升社會和環境效益的專案。亞太地區再保險行業正在經歷重大變化，這些變化正是由不斷增加的自然災害和新出現的風險（如網路威脅和流行病）所驅動的。保險公司正透過綠色資產和可再生能源專案，開發專門的保險商品來因應這些挑戰，解決運營風險和監管變化，而參數保險產品尤其受到關注，根據預定義的天氣事件提供更快的賠付。

保險公司在實踐永續發展目標，仍面臨一些挑戰。主要障礙之一則是缺乏高品質的 ESG 數據，尤其是關於客戶行為產生的數據。此外，在不斷變化的氣候風險下，需要不斷重新評估風險模型，以確定可承保性。另保險公司必須掌握配合永續發展而不斷變化的法規，並制定強大的報告績效指標。平衡市場需求與邁向永續發展目標帶來策略挑戰。最終，保險公司必須操控這些複雜因素，打造一個可持續操作且財務可行的新商業模式。

參、 參訪心得

參加本次會議，有鑑於東南亞保險市場的發展，摘取重要心得如下：

一、銷售滿足客戶保障需求及服務的商品

東南亞人口占全球人口相當高的比重，保險市場有相當大的成長空間，基本的保障型商品，例如定期健康險或定期壽險等，仍具有非常龐大的需求。在臺灣，投資型保單為保險業主要的保費收入來源，近年來，在政府政策引導下，為提升國人保險保障，各家保險公司除積極推廣小額終老保險，並結合投資型保單銷售，滿足客戶理財需求，同時提供服務和保障，成功留住客戶。

二、持續創新商品設計與簡化核保作業流程

在保險競爭激烈的東南亞地區，保險商品需不斷創新，商品設計需滿足顧客需求與市場潮流，並注意保單適合度與高齡者投保等問題，需評估保險商品對於高齡者投保是否存在潛在影響及各種不利因素等。另善用數位化科技蒐集各類客戶行為及風險發生數據，以建立相關作業應用模型。簡化核保流程也相當重要，透過管理技術應用，簡化客戶投保程序，提升投保速率及滿意度，也應避免逆選擇的發生。

三、加強推廣電子通路及網路投保業務

電子通路或網路保險是東南亞新型態的業務，惟保單成交量仍偏低。東南亞國家具有經濟高速發展且移動快速的特性，若持續配合科技發展開拓銷售通路，例如結合行動裝置等，將能創造省時、省成本的服務方案。如東南亞保險科技公司 Democrance 提出將微型保險與手機移動上網方案結合做銷售。順應科技潮流發展，臺灣保險業自 2014 年及 2015 年起開辦

網路投保及行動投保業務，而本公司也於 2016 年及 2022 年陸續開辦，透過操作介面、步驟不斷優化，及商品內容推陳出新，提供保戶更便利的投保方式，積極提升數位化服務品質。

四、創新體驗服務、落實企業社會責任與永續經營

本次會議針對未來的重要議題包括提升創新服務、善盡企業社會責任、因應氣候變遷與永續經營。隨著人口逐漸老化，強調對高齡長者及金融弱勢族群的權益保護，確保在金融交易過程中，能以公平合理之方式對待每一位金融消費者。近年保險與新興科技的結合越來越密切，保險科技已成為重要的一環，應用新興科技創造多元化的產品與服務，簡化投保與理賠的流程，讓消費者擁有更多不同體驗。而面對全球氣候變遷嚴峻挑戰，「綠色經濟」已成為企業永續發展的重要方向，政府持續訂定因應的相關措施，促使保險業者善盡社會責任，設計與永續經營相關之保險商品，注重公益與環境保護，完善公司治理，落實企業永續經營。

五、結論

東南亞是非常具有潛力的市場，包括高人口成長率、低保險滲透率及重大基礎建設計畫等。而東南亞保險市場相對於臺灣是處於比較自由的環境，就如同香港是一個高度自由的地區，因此可以因應市場需求設計許多創新型保單，臺灣保險市場則因受高度監理監管，而限縮了創新的空間與機會，所以要進軍東南亞保險市場，如何在產品設計及業務發展上滿足當地消費者的需求，將成為致勝關鍵。

本公司經營郵政簡易人壽保險，受簡易人壽保險法之規定，於可銷售商品種類與及保險金額等皆受到限制，而前述臺灣業者進入東南亞保險市場所面臨的限制與致勝關鍵，即可作為本公司壽險業務推動與發展之借

鏡，在即將接軌 IFRS 17 及 ICS 之前提下，除持續進行保單商品結構轉型，並應緊密結合市場需求與產品特色設計，進一步開拓潛在目標客群，以提升郵政壽險在臺灣保險市場之占有率，穩健郵政壽險業務之經營。

此次會議課程內容豐富充實，結合多方理論與實務等議題，並藉由小組研討方式，吸取各國專家學者之寶貴意見，更可與來自亞太地區之各國學員代表及保險業者相互交流，分享彼此的業務資訊及實務經驗，可作為本公司未來壽險業務規劃及推展之參考，獲益良多。

肆、 建議事項

- 一、 因應科技時代來臨，為積極開拓網路市場目標客群，除持續開發網路投保商品，辦理廣告行銷活動，優化作業流程，並於各類活動加強宣傳網路投保業務及功能，提升民眾資訊力，並獎勵辦理績優之郵局

受到全球科技潮流衝擊，本公司積極開辦行動投保與網路投保業務，以提供民眾更便利的投保管道。為加強數位通路之推廣，擬於各類活動加強推廣網路投保業務及功能，提升民眾資訊力，減少數位落差，並獎勵辦理績優之郵局。

- 二、 因應接軌 IFRS17 及 ICS，積極調整商品結構及行銷策略，辦理商品特色分析及銷售課程，結合顧客保障需求與銷售 CSM 較高之商品，提升業務員銷售動能，穩健壽險業務經營

為利順利接軌新一代會計及清償能力制度，本公司積極調整商品結構與行銷策略，為引導業務員加強銷售 CSM 較高之保險商品，擬聘請保險業界或本公司知名講師，講授商品特色並結合顧客保障需求，提升業務員銷售動能，以利壽險業務之經營。

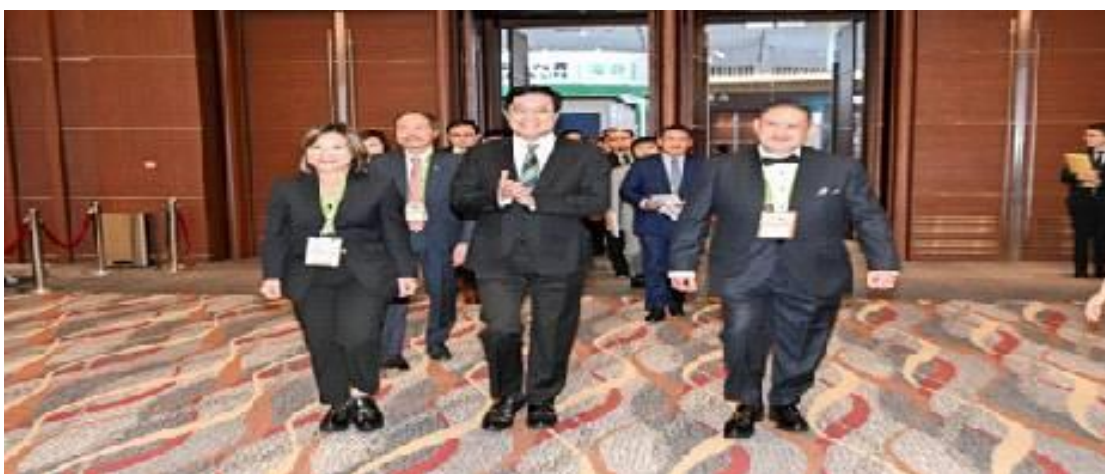
伍、 活動照片



(圖 1)東亞保險會議-主辦單位及會員國代表合影



(圖 2)東亞保險會議-參加人員全體合影



(圖 3)香港財政司副司長及本屆 EAIC 總裁、副總裁出席盛會



(圖 4) 香港財政司副司長 Michael Wong 會議開場致詞



(圖 5) EAIC 總裁 Michael Rellosa 會議開場致詞



(圖 6) EAIC 副總裁 Sally Wan 會議開場致詞



(圖 7)研討會議開場全體合影



(圖 8)小組議題研討實況-1



(圖 9)小組議題研討實況-2



(圖 10)簡協理與EAIC副總裁Sally 合影



(圖 11)簡協理與 EAIC 秘書 Selina 合影



(圖 12)簡協理與保險學會李松季理事長、前保險局局長施瓊華及臺灣同業合影



(圖 13)與臺灣保險業者合影-1



(圖 14)與臺灣保險業者合影-2



(圖 15)與臺灣保險業者合影-3



(圖 16)臺灣保險業者合影-4



(圖 17)本屆 EAIC 主辦單位與各會員國代表合影



(圖 18)會場保險業者展示攤位-1



(圖 19)會場保險業者展示攤位-2



(圖 20)EAIC 總裁 Michael Rellosa 閉幕致詞



(圖 21) 閉幕典禮合影



(圖 22) 2026 年 EAIC 主辦國-日本致歡迎詞



(圖 23) 2026 年 EAIC 主辦國-日本表演活動