

金融創新 0924 金融科技演講心得

壽險發展轉型與保險科技

今年因為新冠肺炎，保險市場轉型於銷售保障型與 A&H 保單，加上死亡保障門檻的法令要求，保險保障成分與健康險提升。所以今年新業績是負成長，唯獨健康險正成長。

人壽保險業主要銷售通路有

(一)業務員通路(直銷制)：

又稱業務員體系，為壽險公司自身發展的通路，是壽險商品與資訊傳遞的主力，也是客戶服務重要的支援。

(二)銀行行銷通路(仲介制)：

銷售通路非壽險公司所有，目前為首年度保費佔率最大的通路來源。

(三)保險經紀人與保險代理人(仲介制)：

可以跟許多家保險公司合作，為保戶提供合適的保險規劃。與傳統單一保險公司販賣自家公司商品略為不同。

(四)直效行銷：

是指利用各種非人員接觸的工具，透過多重管道，如：

網路平台、電話、DM/信件。

IFRS17: 台灣預計於 115 年 1 月 1 日實施，IFRS17 是將保單負債用公允價格表達，因此早年高利率保單的利差損，在 IFRS17 上路後，會帶來增資壓力；壽險公司需逐年調整商品結構，降低接軌時的衝擊。

簡單說就是新制上路後所有負債都要 mark to market，以前南山賣的 8%利率終生壽險現在都會是負債，所以 ifrs17 會影響保險業非常多(保險公司都有利差損)