

出國報告（出國類別：出席國際會議）

「2024 國際龍獎 IDA 年會」
出國報告

服務機關：財團法人保險事業發展中心

姓名職稱：簡董事長仲明、陳處長曉珮、王專員思捷

派赴國家：馬來西亞吉隆坡

出國期間：113 年 08 月 09 日至 12 日

報告日期：113 年 11 月 05 日

目錄

第壹章 前言	2
第貳章 國際龍獎會議摘要	3
一、年會主場演講內容	3
二、國際金融前瞻論壇內容	4
第參章 心得與建議	16
附錄一 大會議程	18
附錄二 會場剪影	19

第壹章 前言

保險行銷集團(IMM INTERNATIONAL)於 1998 年馬來西亞蘭卡威的第 2 屆世界保險華人大會上宣布設立「國際龍獎(International Dragon Award, 以下簡稱國際龍獎 IDA)」, 提供一個公正客觀的標準, 進行嚴格謹慎之資格審核, 並透過獎項的頒予及《國際龍獎 IDA 名人錄》(IDA Who' s who)的出版, 給予金融保險菁英們國際性的榮譽與肯定。國際龍獎 IDA 以「典範、完美、尊貴」為理念, 帶領保險業的正向發展。

本次大會於馬來西亞國際貿易會展中心 MITEC 舉行, 主題訂為「境由心生」, 期待廣大保險從業人員在當前經濟、社會、科技快速變革的大變局時代中, 不驕不躁, 由心出發, 在危境中尋找機會, 於變局中打開新局。今年共有來自 17 個國家與地區, 逾 250 家金融保險機構, 以及 1 萬 1,000 位的保險從業人員與會, 內容包含頒獎典禮、年會演講、國際金融前瞻論壇及慈善活動等。

第貳章 國際龍獎會議摘要

一、年會主場演講內容

【主場演講一】“心想事成”可能否?我一生經驗分享

(主講人：遠見、天下文化事業群與財團法人遠見、天下文化教育基金會董事長 高希均)

高希均多次受邀擔任主場分享嘉賓，本次分享個人在台、赴美讀書、任教之人生經歷。也分享兩位令其仰慕的典範人物：李國鼎及錢煦。

【主場演講二】如何落實保險是一輩子的事

(主講人：保險行銷集團保險資訊研究發展中心 IRDC 院長 陳嘉虎)

陳嘉虎表示，要做到持續一輩子經營保險事業並不容易，必須做到3個P：熱忱(Passion)、初衷(Purpose)、方法(Process)，缺一不可。要讓不同階層的業務員燃起熱忱，並讓自身隨著保險市場不斷成長。此外，保險業務員須堅持初衷，方能善始善終。若只關注佣金高容易銷售的商品，忽略長期的增值服務，偏離了初衷，會離行業越來越遠。最後，許多業務員雖然抱有熱忱，懷有初衷，但卻沒有掌握正確的方法，亦即不懂善加規劃自己的三大資源：客戶、準客戶、時間，也無法經營一輩子。

【主場演講三】前瞻全球金融保險業的未來發展趨勢

(主講人：財團法人保險事業發展中心董事長 簡仲明)

簡董事長首先分享全球保險業保費收入總計，其中人壽保險增長主要來自於亞洲，已超過歐洲成為全球最大的壽險市場。另未來發展主要包含其一「因應高齡化之保險產品」：藉由保險補足高齡化所產生的保障缺口，除了傳統型之年金保險、長期看護保險、終身醫療保險等商品外，亦可提供具外溢效果之健康管理商品或實務給付型商品。其二為「因應醫療科技金化之保險商品」，專業門檻以下的保險商品，很容易被保險業或其他行業利用保險科技發展出新商業模式。因此保險從業人員需調整思維，必須透過建立信任關係及提升醫療知識等多放面的能力，重新建構科技業無法輕易踏入的門檻。

二、國際金融前瞻論壇內容

本屆國際金融前瞻論壇專題報告摘要簡述如下：

(一)臺灣壽險業的挑戰與機會

(主講人：財團法人保險事業發展中心簡仲明)

本中心董事長就保發中心對臺灣保險市場的研究，分別以壽險業的 1 個現況、2 個挑戰及 3 個機會提出分析與說明。首先壽險業的現況，由 2018 年至 2023 年的壽險總保費收入變化，可以看出無論從初年度保費、續年度保費或是總保費收入，都是向下移動的狀況。保險業經營雖是根植於長期契約之上，但許多消費者不見得有深刻理解，因此當環境變動致使商品的數字有些變化，不同的消費者就會有不同的反應，

而這需要保險業者運用智慧加以思考及因應。若將總體保費收入從人壽保險、健康保險、年金保險、傷害保險 4 大類商品加以拆分，能看出來臺灣保險商品雖然仍是以人壽保險為最大的商品主軸，但從 2018 年到 2023 年底來看，人壽保險保費收入幾乎減少一半，原因之一係是在這期間經歷 Covid-19，大幅影響並改變人與人之間的接觸模式，業務員與客戶見面少，成交機會就會變少，自然就影響到初年度保費；二是隨著資訊發達，人們在愈來愈瞭解保險商品與其他金融商品的狀況下，消費者心理及思維會產生變化。另一方面，從數據可看出健康保險幾乎不受外在環境更迭影響，不像人壽保險商品有如此大的變化幅度，甚至還有增長的趨勢。雖然健康保險在總體占比不算很高，成長也較緩慢，但數據說明了這類商品是消費者的剛性需求，必然會是保險業者的重點經營項目。

壽險業所面臨的挑戰有二，其一為新臺幣與美元利差擴大。隨著新臺幣與美元的利差擴大，銀行定存或海外債券上探高息，相較比保單利率為高，誘使保戶調整理財策略，造成新契約保費減少、續期保單面臨解約，自然也會為壽險公司資

產負債面帶來一些壓力。另一個挑戰即為醫療保險保障缺口。臺灣雖擁有全民健康保險這個社會保險制度，提供了民眾主要的基本保障，不過隨著現今少子化、高齡化、醫療科技、醫療通膨這些愈來愈顯著的因素，不僅使健保財務負荷愈加沉重，而漸有限制給付項目或額度的情況。此外，許多保險契約都來自多年前購買，在醫療科技進步以及醫材、藥品及醫療成本增加的情況下，對於保險及被保險人都會造成額外的負擔。這也是保險業者在日後商品設計上所必須考量的部分。除此之外，也衍生出社會保險與商業保險如何互相搭配的挑戰，當社會保險沒有過多的資源能夠承擔民眾的風險，就會希望保險業者從社會責任的角度開發商品協同負擔，不過仍面臨一些實務上需要克服的部分。比如當民眾屬於弱體或有既往症社會保險仍需承保，但同樣的情況若商業保險比照辦理，就會面臨到經營風險難以管控的問題，因此有賴政府與保險業者共同的努力。

壽險業有三個機會，其一為接軌 IFRS17 之商品結構轉型，預期兼具保障及收益的利變型商品仍屬重要。保障型的健康險也是主力商品，

(二) 打造溫度的保險公司

(主講人：宏利人壽保險(國際)有限公司行政總裁 白凱榮)

白凱榮分享宏利人壽如何運用信任與科技尋求可持續發展。香港的高保險滲透率主要係靠本地區民和內地訪客的需求所帶動的。另外在粵港澳大灣區建設中，澳門滲透率不及香港一半，而其他城市不僅少於4%，甚至低於澳門的一半。因此香港若能利用優勢，必能有很大的發展機會。另一方面，保險行業和企業所面臨的挑戰是要將數位化、科技與人工智慧帶來的便利性、資訊性、高效率，與客戶對業務員的信任相結合。不過光數位科技無法解決客戶需求，高效的壽險銷售流程始終需要數位科技和人才相輔相成。因為科技即使提供足夠多的資訊，亦須仰賴專業的保險業務員幫助客戶選擇符合其自身需求的產品。

(三) 多元通路下各通路的經營角色與業務通路發展之布局

(主講人：百年人壽保險股份有限公司總裁 戴文浩)

戴文浩認為，在多元通路下，業務員通路是保險公司最重要的經營重心。當前，中高端客群規模日益增加，對保險公司而言，傳統的銷售及服務模式已無法滿足中高端客戶的需

求，需要針對他們個性化的要求提供。而百年人壽實施「以客戶需求為中心」的客戶經營策略，該公司業務員通路係根據客戶分層、客戶屬性來建立不同的團隊，團隊不同，定位不同，管理模式及產能表現也會有所不同。

(四)馬來西亞保險市場的機遇與挑戰

(主講人：馬來西亞豐隆保險集團董事經理暨首席執行員 羅玥蘭)

當下馬來西亞保險市場正面臨著「1 個不變」及「2 個變化」，1 個不變指的是保險業長期向好的基本面不變，馬來西亞保險市場仍有很大增長空間，市場潛力並未充分開發。2 個變化則指消費模式的轉變、先進科技和技術創新的影響。社交媒體的興起，讓大眾對保險業的服務有了新要求，期待保險平台方便快捷、即時資訊更新、購買流程更快、理賠處理自動化。另外，保險公司也需要擁有科技轉型的能力及相關的技術人才，是否能夠採用新興技術來或許更多的資訊源、實現產品創新等。未來，還有 2 大機遇，機遇 1 則是消費者保險意識低，若民眾保險意識提升，保險市場就有大幅成長空間。機遇 2 則是銀色海嘯，馬來西亞 60 歲以上人口迅速增

加，可能成為全球高齡化速度最快的國家。高齡人口的醫療費用及照護費用的需求龐大，這也將帶給保險市場業務機會。與此同時，理賠率也可能會激增，進而導致保費大幅提高。

(五)科技賦能帶來外勤通路經營的策略思考

(主講人：同方全球人壽保險股份有限公司總經理 朱慶國)

在低利率的環境下，保險業面臨許多挑戰，最大的挑戰在於資產和負債的匹配關係，由於資產端的投資範圍受制度約束，因而保險公司將經營著力點主要放在負債上。目前大陸的公司無論規模大小都在討論降本增效的話題，在這樣的環境下如何獲得更多客戶，係一大挑戰。因此，同方人壽除透過科技方式，例如在熱門社交平台上發表文章吸引新客戶，也以活絡既有客戶名單方式來獲得客戶。

(六)金融科技對壽險公司經營的影響與機遇

(主講人：保誠保險有限公司行政總裁 林智剛)

過去保險公司使用大量資料來檢視理賠情況，分析市場趨勢，現今更應主動利用資料來做個性化客戶互動、提升客戶服務、實現客戶細分、定制行銷策略及增加業務機會來做出

決策，創造商機。另外，也可以運用人工智慧技術幫助業務員和客戶獲取資訊，日後，人工智慧可以充當智慧、自動化的虛擬助手，透過對話式人工智慧工具來處理客戶諮詢等；另外也可透過人工智慧提供個性化和資料驅動的客戶支援。保誠的「AI-PIL 保誠智庫」就是可讓業務員來搜尋相關資訊，透過人工智慧生成技術，來提升客戶體驗、簡化工作流程和優化內部流程，提高效率及優化。最終也提高客戶的滿意度。

(七)兼具年輕化與永續性的業務通路策略

(主講人：安聯人壽資深副總經理暨策略長 劉育群)

由於金融數位科技不斷發展，以及業務員年輕化的趨勢下，安聯人壽也成功具備兼具年輕化與永續性的業務通路，主要歸功於在台灣長期經營下來的成果。而安聯人壽近 10 年來數位化的成果，讓業務員能帶著手機和 ipad 能夠創業。而安聯人壽的銷售流程也即將徹底無紙化，安聯已向金管會申請，期能將生物辨識合併入系統中，達成 100% 數位化銷售。另一方面，安聯人壽也將辦公室打造成一個數位創業基地，不採固定座位，也可運用這些空間舉辦客座會、讀書會等活

動，使得業務員對於辦公室的黏性增加，吸引年輕世代。

(八)創造好體驗服務提高客戶心占率

(主講人：富衛人壽保險(百慕達)有限公司香港及澳門首席行銷總監 王君傑)

隨著大眾保險意識增強，客戶對保險產品與服務的要求也越來越高。富衛保險認為好的服務體驗比新體驗更重要，因為好的體驗才能真正提升客戶的心占率。提升客戶心占率有3個關鍵，關鍵1為擁有一流的行銷團隊，提供客戶良好體驗。關鍵2則為檢視從點到點的銷售服務，王君傑舉例至香港 rosewood 酒店的體驗，從進門至宴會廳，從門口泊車職員至酒吧職員皆可準確叫出他的名字，讓他擁有貴賓的感受。關鍵3為提供客戶意想不到的服務體驗。

(九)打造全新智能治理

(主講人：國泰人壽保險股份有限公司副總經理 林佳穎)

根據麥肯錫調查顯示，生成式 AI 將為全球保險業提供至少 500-700 億美金的商業價值，並分為 3 大面向：人機協作、員工職能、賦能科技。國泰人壽在人機協作方面，主要時協助龐大的客服人員、業務員及專業人員這些重大人員打造一個

全新的數位工作臺。並在工作臺上提供一些 AI 工具輔助人員使用。在員工職能方面，則是運用 AI 的協助大量縮短整體的審查時間。另外，在賦能科技上，國壽運用 AI 輔助提高該公司 APP 的更新頻率，讓新應用/產品的上市時間更加快速。然而 AI 不是所有的一切，林佳穎強調，必要正確瞭解如何使用 AI，才不會錯置資源。

(十)以家族辦公室為發展核心的高端客戶市場

(主講人：安達人壽香港總裁及北亞區域主管 歐張明儀)

2023 年香港壽險市場新單保費已達 190 億美元，已經接近新冠疫情前發生的水準。當前，香港保險市場的新單主要由高資產客戶所貢獻，而高資產客戶對於保險公司的品牌要求也很高，重要公司的歷史及營運情況。安達人壽相較於安達產險的知名度較低，因此在高資產客戶的經營上還有一大段路。而「家族辦公室」則是對高淨值客戶擁有較大的吸引力，除了為客戶安排財富管理，還有 6 個職能，包含財富保值、規劃理財傳承、充當個人財務總監角色、幫客戶做業務架構調整、管理家庭事務及佈局慈善事業策略。最主要的吸引力就是協助客戶成功的家族財富傳承。

(十一) 保險公司長期經營的 6 個關鍵

(主講人：大東方控股集團前總裁 許福成)

許福成提出保險公司長期經營的 6 大關鍵，包含 1.經營模式因應行業的發展而改變；2.與各分銷管道建立協作關係，全面提供客戶的體驗感；3.檢討與審視，賞握企業優勢提高競爭能力；4.運用科技和「仿生勞動力」為未來做好準備；5.應對收益率曲線倒掛與市場波動；6.增加品牌信任度與透明度，推動長期發展。現在市場變化迅速，保險公司必須對資產負債管理、客戶體驗、技術應用和品牌信用等方面進行升級，才能保持競爭力。

(十二) 友邦保險的核心價值及人才培育

(主講人：友邦保險集團代理營業拓展首席執行官 蔡偉兵)

友邦保險的核心價值為「以信為本、點燃希望、為愛奔跑」。公司協助業務員獲得客戶信任，並讓購買保險可以心存某種美好的希望，達成用處。也讓旗下業務員能夠用愛來行動，這樣影響力也是無窮的。此外，友邦對於人才的培育理念是「不拘一格降人才」，蔡偉兵以自身經驗為例，表示其無高學歷無留過學，英文基礎也很薄弱，但公司仍看中他的潛力

破格拔擢，也協助提升語言能力，進行培養，也讓他的視野及格局有了變化。這也是友邦對於人才培育的重視之故。

(十三) 保險全方位通路發展的策略

(主講人：新光人壽保險股份有限公司通路長暨資深副總經理 劉信成)

環境變遷，公司須進行轉型工作，而轉型不易，有賴極大的毅力與溝通，才能進行。新光人壽秉持三不政策：不歸路、不躁進、不等人，意即公司轉型勢在必及，也透過不斷溝通期許所有同仁能及早調整心態。未來，AI 興起也將繼續推動保險業數位化轉型，且以客戶為中心策略也將成為主流，保險公司必須提供更加個性化和便捷的服務，才能滿足客戶需求。

(十四) 你比你想的勇敢-成就更好的自己

(主講人：國泰人壽保險股份有限公司總經理 劉上旗)

現今保險業務員面臨 3 大挑戰，其一為「急」的時代，要能迅速因應，其二為「疾」病的世代，台灣進入超高齡世代，醫療及相關照護費用增加，最後則為「極」端的年代，極端氣候的社會問題也是迫切需要面對的問題。面對三極，保險

業務員應緊抓未來三勢，才能開創新的道路。其一為科技勢，透過科技賦能強化縱度及深度。接著是高齡勢，除了成為客戶的壽險顧問，亦可嘗試建立更深層次的連結，成為健康推手或是家族夥伴，甚至財富智囊。最後則是永續勢，以追求一個更好的地球、社會及自我。發會影響，永續社會，關懷守護反毒反詐；永續自我，落實行動人人參與。面對環境變化，內心則要更篤定。

第參章 心得與建議

本屆國際龍獎 IDA 聚集專家學者、保險業高階主管及第一線從業人員，彼此經驗交流分享，獲益匪淺。茲將參與本屆國際龍獎 IDA 之心得建議敘述如下：

- 一、國際龍獎 IDA 係為全球保險菁英每年交流及學習的一大平臺，亦為亞洲保險業界的盛事之一。自 2000 年首次頒發獎項至今，累計超過 6 萬 500 人獲得獎項。今年與會人數更是突破萬人，堪稱歷年之最。本中心首長應邀演講，除提升本中心於全球華人保險業之知名度，並展現本中心作為保險業專業智庫之角色，達宣傳本中心區域性保險教育中心之效。
- 二、本次舉辦地點於馬來西亞，有許多來自越南、泰國、新加坡及港澳等地的高階主管與從業人員與會，此行除了與各國代表交流外，亦與當地公協會代表、當地保險業者經驗分享，瞭解各地的保險發展趨勢以及區域特性。
- 三、另與工作人員交談中得知，原訂馬國總理出席開幕典禮，因公務改請第二財政部長代表出席，惟開幕前一天又改了出席日期，流程再度變更。而活動的各項變更在在考驗工作人員的危機應變能力，即便活動舉辦經驗豐富，亦是難題，更讓工作人員彩排至半夜才能放心。
- 四、IDA 也成立 IDA 院制課，打造線上四大學院課程，內容涵蓋保險研修、行銷、經營管理及互聯網營銷等。並開發 AI 小銷，係基於人工智能大模型研發的保險業 AI 智能助教。大會現場亦有演繹與小銷的問答，確實能夠精準的回答，並給予學習建議及分析學習成果等。
- 五、最後，大型會議及活動的舉辦往往需投注相對的資金及人力。

本中心國際活動向來以有限的經費人及力舉行，著實不易。期望將來，本中心能有更豐富的資源投入以舉行更多國際化的活動，為臺灣保險業國際化的發展更盡一份心力。

附錄一 大會議程



為便於閣下安排時間，特將大會擬定之日程告知如下，敬請先行參考：

日期	時間	大會安排議程與活動
8月9日 星期五		◎BR217 桃園→吉隆坡 11:15 飛抵吉隆坡國際機場， 大會安排接機並送往吉隆坡達曼薩拉索菲特酒店入住及報到。
	14:00~17:30	◎大會分享會
	17:30~19:00	※「大會歡迎晚宴」 地點：MITEC 會場 1A 層 NOVEL 廳
	19:30~21:30	※「大會開幕典禮」吉隆坡政府官員、貴賓蒞臨及揭幕。
8月10日 星期六	08:20~17:00	◎大會第一天課程
	10:30	簡董事長請抵達大會主會場 ★請著正式服裝★ 由講師接待人員引領與協助您
	11:30~12:10	簡董事長分享題目：【 前瞻全球金融保險業的未來發展趨勢 】 地點：主會場四 (HALL 9-11)
	12:30~13:30	※「IFOF 國際金融前瞻論壇貴賓午宴」 宴請發言貴賓與大會講師、論壇貴嘉賓。 地點：MITEC 會場 1A 層 NOVEL 廳
	14:00~17:25	※ 國際金融前瞻論壇 (IFOF) ◎ 地點：會場 1A 層 My 9-11 廳
	14:20~14:40	※ 國際金融前瞻論壇 (IFOF) 專題報告 1 簡董事長的發言議題：【 臺灣壽險業的挑戰與機會 】 ◎ 地點：會場 1A 層 My 9-11 廳
	17:00~18:30	※「龍之夜晚宴」 宴請發言貴賓與大會講師、論壇貴嘉賓。 地點：MITEC 會場 1A 層 NOVEL 廳
19:00~23:00	※「龍之夜頒獎典禮」 吉隆坡政府官員、各地區 CEO 貴賓蒞臨龍之夜頒獎典禮。	

附錄二 會場剪影

2024 國際龍獎 IDA 年會

