

出國報告（出國類別：國際會議）

2013 年太平洋保險會議
26th Pacific Insurance Conference,
Hong Kong, 2013

姓名職稱：袁曉芝 壽險精算處處長

派赴國家：香港

出國期間：102 年 10 月 27 至 102 年 10 月 30 日

報告日期：103 年 01 月 10 日

摘要

太平洋保險會議(Pacific Insurance Conference, 簡稱 PIC)每兩年舉辦一次,地點均選定亞太地區,本次第 26 屆會議在香港君悅飯店舉辦,由於同時是 PIC 成立 50 周年,故有 340 位來自太平洋地區 22 國家或地區的保險及金融產業相關機構代表參與,人數打破以往紀錄。臺灣之前也曾主辦過兩屆 PIC 會議,分別是在 1991 年的第 15 屆以及 2005 年的第 22 屆。下次會議地點訂在菲律賓的首都馬尼拉。

PIC的成立宗旨為:提供太平洋沿岸地區的保險公司及其他金融機構之高階主管一個有系統的公開討論會議平台,本次會議訂定主題為" Winning Strategies for the Next Generation" -下一世代的贏家策略,除了金融及保險相關議題外,亦有許多關於科技及資訊的專題討論,受邀演講人也都是一時之選。受高齡化趨勢影響,本次會議也針對健康保險的發展有專門議題討論。討論議題包括保險行銷的新技術、保險行銷與科技結合、退休儲蓄、策略結盟、客戶服務等。引用本次會議貴賓香港財政司鄭建華的演講內容:「回顧過去50年,善用新科技管理客戶資訊者就是現在的贏家,而且未來還是一樣。」,可知必須同時擁有客戶資訊以及善用資訊科技才能走得更長更遠,保險業亦不例外。

目 次

摘要.....	2
壹、 簡介 PIC.....	4
貳、 會議過程及內容摘要	6
一、開幕及議程.....	6
二、內容摘要.....	6
參、心得與建議	20
一、消費者須受保障，但不可過度被保護	20
二、團體保險可提供多樣化的保障內容	20
三、SOCIAL MEDIA 是各行各業不可或缺的行銷通路.....	21
四、雲端運算決不會在保險產業中缺席	21
五、網路購買商品雖方便但卻要更為小心	22
附錄.....	23
一、PIC 議程表.....	23
二、PIC 歷屆主辦國家.....	25

壹、簡介 PIC

太平洋保險會議 (Pacific Insurance Conference, 以下簡稱 PIC) 是一個非營利性的組織，其成立可回溯至 1958 年秋天，在本東京一間非常古老的英國飯店裡，一個不算是正式的會議中，一些保險公司高階主管及學校教授的討論，希望在太平洋區也能有一些以保險為主題的國際性組織研討會，讓保險公司的高階主管、學界人士及監理官能共同參與，最初目的在資訊與想法交換以及解決各國或各地區共同面臨之問題。

PIC 的成立宗旨為：提供太平洋沿岸地區的保險公司及其他金融機構之高階主管一個有系統的公開討論會議平台，討論議題包括人壽保險、健康保險、退休金及財富管理等相關業務，以期達到：

- 以國際手足之情的精神無償分享及交換關於公司管理、行銷、客服的經驗及想法；
- 強化人壽保險、健康保險、退休金及財富管理業務的短中長期效益，尤其是在亞太地區；
- 增進業務及了解社會情況。

此為 PIC 的雛型。

第一屆 PIC 於 1963 年在美國夏威夷校園舉辦，共有來自六個國家的 47 家保險公司以及大學教授出席，討論包括策略擬訂、人力資源、產品開發、需求創造及解決問題技巧等議題，自此輪流在不同國家或地區每兩年舉行一次會議（其中僅第 20 屆原定 2001 年 9 月在加拿大班夫舉行的會議，因紐約雙子星的 911 事件而取消）至今。本次為第 26 屆會議，有來自澳洲、不丹、柬埔寨、加拿大、中國大陸、德國(漢諾威再保)、香港、印度(瑞士再保)、印尼、愛爾蘭(慕尼黑再保)、日本、韓國、馬來西亞、菲律賓、新加坡、西班牙(美國再保)、瑞士(再保)、臺灣、泰國、英國(再保公司及會計師事務所)、美國、越南等 22 個國家或地區的 340 位代表與會。

臺灣之前曾主辦過兩屆 PIC 會議，分別是 1991 年的第 15 屆及 2005 年的第 22 屆。下次會議地點在菲律賓的首都馬尼拉。

以下將依時間先後順序，重點報告本次研討會之各項議題，最後提出心得與建議。

貳、會議過程及內容摘要

一、開幕及議程

本屆雙年會共有340位來自太平洋地區的保險及相關機構代表參與，人數打破以往紀錄。會議以傳統中國的舞龍舞獅做為開幕儀式，引起許多外國人的興趣，驚喜之情溢於言表。這次也有多位來自臺灣的代表與會，席間有位知名律師事務所的高階主管，恰巧也曾出席了2013年在臺灣由本中心協辦的國際保險監理官年會(IAIS)，其在舞龍舞獅的表演過程中，就附耳小聲地對我說，這樣的水準相比臺灣10月份的IAIS年會中的類似表演，真是小巫見大巫，馬上把香港給比了下去，使我聽了也不自覺的因為保發的名聲而跟著驕傲起來。

由於本次會議適逢 PIC 的 50 周年，故在會議安排上強調是最佳 speaker 陣容，分享的主題也是當下最夯最符合實務，例如：保險銷售新技術、保險銷售新科技...等等，議程詳附表一。

下次第 27 屆會議（兩年後）地點選定在菲律賓首都馬尼拉舉行。

二、內容摘要

(一) 榮譽嘉賓致詞

本次會議地點因在香港，故邀請香港財政司鄭建華先生（The Hon. John Tsang Chun-wah, GBM, JP, Financial Secretary of the Hong Kong Special Administrative Region）擔任嘉賓，其演講內容重點如下：

1. 亞太地區較易出現天然災害（颱風，洪水，地震，大火...），主要原因之一是”人”造成的；
2. 2008 年全球金融海嘯災難，至今仍餘波盪漾；

3. 一般來說，較富裕的中產階級雖然已多有年紀，但也較有智慧。根據安永會計事務所預估，中國大陸至 2030 年會有 10 億人口屬於中產階級，這些人將會是保險最主要的銷售目標群；
4. 銷售金融商品首要之務是了解客戶需求，歐盟及澳洲監理機構也先後強調，保險最重要的是顧及保戶需求及利益，香港政府也特別建立獨立的保險監理機構，使保戶能獲得最佳利益及相關資訊。

(二) special keynote： PIC 50 年及行銷革命 (Fifty Years of the PIC and the Evolution of Distribution– the Past, the Present, the Future)，演講者是 Mr. Ronald Arcull，FWD Group 的執行長

本場演講原受邀人為香港首富李嘉誠之子，原主題訂為：征服下一代 (Conquering the Next Generation)，據聞是本次會議許多與會者最想聽的一場，故也興致勃勃充滿期待，不料改為他人，表情透漏些許落寞。但演講結束後獲得的掌聲顯示演講人也是有備而來的。其重點如下：

1. 人口：一世紀前世界人口約有 16 億人，因醫學進步，現已增至 41 億人，且增長無任何減緩跡象，而女人相較之下更懂得如何適應環境(女人平均餘命超過男性)；
2. 能源方面：1990 年全球每天消耗 6,600 萬桶石油，到了 2010 年每天消耗 11,100 萬桶石油；
3. 科技進步：1990 年代開始出現網際網路，目前亞洲區使用者有 14 億人，占全球之 40%，2012 年全球每 12 人有一台電腦設備，預估 2020 年會增至 17 倍；
4. 更新更進步的資訊設備：現在香港人 96% 使用手機上網，日本 94%，新加坡 93%，南韓 92%。而香港人有 63% 有智慧型手機；
5. 新的病症：一種稱之為無手機焦慮症 (homophobia) 正在蔓延，症狀例如：手機不可以關閉、不斷看手機、不斷充電、即便上洗手間也要帶著看著…，保險公司好像可以提供此種病症之保險保障 (一陣笑聲)；
6. 消費者資訊交換平台：有 25% 的消費者加入市場銷售物品比較 (比較過後才會購買) 之活動團體。資訊交換方式包括短片、遊戲…，其中

- 62%是透過手機來搜尋，其中 66%是商品資訊。顯示傳統行銷通路已逐漸遠離，而朝向社群媒體 (social media)；
7. 2011 年有愈來愈多的公司編列預算及投下資金，改變原有行銷通路以適應社群媒體；
 8. 全球有 12 億人使用臉書，亞洲有 25%人是臉書的客戶；有 30%的人會將看過的 You Tube 影片分享給朋友；44%會在 google 上看短片；
 9. 每 24 秒鐘就會有 24 小時長度的短片上傳；
 10. 消費者透過 internet 較不會感覺是被強迫推銷而購買產品；
 11. 傳統保險直效行銷多採電視、報紙方式，許多人認為上網買賣保險商品較不可行，也認為保險購買者多為有錢人，需要面對面的互動方式。這些都是迷思，應予以打破；
 12. 傳統保險的接觸點以 agent 占 32%最多，但以喜好來看，有 45%的人喜歡線上購買，因為消費者可獲致較多的資訊，包括佣金揭露。

Ronald Arcull 的簡報內容非常「炫」，充分運用現代科技及手機功能，像是在撥放影片，相當吸引聽眾的注意力。

(三) Plenary Session 1: Executive Panel Discussion – Conquering the Next 50 Years

本場次主持人為 Trevor Matthews，CEO，UK。有三位演講者，分別為：

1. Gary Comerford，CMO，*Reinsurance Group of America, Incorporated*
2. Marcelo Teixeira，*Group Head of Insurance，HSBC Holdings plc*
3. Ross Mayne，CEO，*Munich Re Automation Solutions Ltd*

主持人 Trevor 先分享了他對這個主題的看法：

1. PIC 於 1958 年在東京成立，之後 1963 年是多事之秋，屬動盪的 60 年代，包括美國總統甘迺迪被刺殺身亡；1987 年遭逢美國股市大跌；接著行銷通路有革命性的改變。根據 LIMRA's Market Maturity Model，早期公司以招募人才為主，現在則改以留住人才及培育人才。

2. 回顧過去 50 年，善用新科技管理客戶資訊者就是現在的贏家。未來還是一樣，透過新科技分析客戶，提供客戶按鈕服務，是不可缺的功能。

Gary 是 RGA 的風險管理長，演講主題為 **Winning Products and Services**，內容重點如下：

1. 一定要使用新科技才能避免被淘汰。以柯達底片為例，全盛時期市占率超過 70%，但現在卻在申請破產，原因就是沒有隨著變動的環境接受新的科技；
2. 少子化及高齡化趨勢下，工作人口減少，加之醫療科技發展，保險公司應積極創新商品，以提供新的人口族群所需；
3. 科學家相信，透過基因檢測可降低死亡率及罹病率，也愈來愈多的人重視自身健康；
4. 以往多透過併購方式讓公司快速長大，卻不一定都會成功。而今科技使許多小型公司迅速變大，愈來愈多的公司提供社交媒體行銷平台；
5. “行銷”不應只重視銷售，必須是高層次的服務及良好的產品雙管齊下，才能提高銷售額；
6. 保險公司應要降低新契約成本，亦即擴大業務但不增加成本，才可提升銷售效率。方法是善加利用資料庫分析、加強自動化業務處理；
7. 自動化處理的好處是“降低失敗機會”，因為讓客戶考慮的時間愈長，做出退出決定的客戶就愈多，所以自動化處理是提升服務改善服務的最好方式。

Marcelo 是 HSBC 的集團主管，演講主題為 **Winning New Players and Alliances**，內容重點如下：

1. 銀行已適用巴賽爾 III 協定，以 10% 資本放在保險，故勢必要調整工作。尋找目標客戶，不見得一定要透過保險公司，銀行也可使用網際網路；

2. 須提升規模經濟，加強零售服務及財富管理業務。要以全球的角度來發展業務，清楚了解各國的保險法令規章；
3. 為減少風險，保險產品可以中央廚房方式管理，建立全球統一的操作模式，訂定表現指標；
4. 建立分群目標客戶：儲蓄型、保障型、投資型、醫療保障型、高資產型...，以滿足不同族群之需求為目的，而不是以銷售為目的；
5. 要尋求好的夥伴關係(例如再保險)，以收簡化流程及加強風險管理之效；
6. 好的夥伴可以減少風險，目前 HSBC 建立獨家合夥伴關係，並簽 10 年約，例如：美國之 manulife，法國之 UB，亞洲之安聯人壽。

Ross 是慕尼黑再保的執行長，演講主題為 **Winning New Technologies**，內容重點如下：

1. 應用科技建立新的銷售流程；
2. 觀察亞洲的趨勢：
 - (1) Sony life：採用科技行銷，有 4000 位業務員使用 i-pad，公司採自動化核保，保單可在一天內發單；
 - (2) Signa：使用電腦銷售服務，不一定需透過保險中介人；
 - (3) 印度：使用網路投保；
 - (4) 新加坡：保險公司提供結合數據分析的網路服務；
3. 銷售成功的必要條件：
 - (1) 利用 Social media；
 - (2) 採用 Big data；
 - (3) 發展電子系統銷售程序，利用不同客戶的接觸點。例如：i-phone，i-pad；
 - (4) 具有彈性的銷售平台，隨時提供客戶所需的資訊；
 - (5) 具一致性的銷售水準。

(四) Plenary Session 2: Executive Panel Discussion – Future Challenges, Opportunities and Imperatives in Retirement Savings : Crafting an Industry Solution

本場次主持人為 Donald Kanak, *Chairman, Prudential Corporation Asia* ,
有四位演講者，分別為：

1. Donald Guloien , *President & CEO, Manulife Financial Corporation*
2. The Hon. Cesar V. Purisima , *Secretary, Department of Finance, Republic of the Philippines* (菲律賓財政部秘書長)
3. Ian Brimecome , *Executive Chairman International, Tokio Marine Holdings*
4. Tim Schiltz , *President, Asia Pacific, AIG Life & Retirement*

主持人 Donald Kanak 是保德信亞洲區執行長，就此主題很簡短的表達看法：以目前香港的退休金水準，仍不足以支應退休生活所需，尚需與不同社區及社團合作，提供專業財務顧問服務，以增加退休準備。這除了需要有經驗的專業人才外，政府的財經政策及稅務推動儲蓄都是重要影響因素。

Hon. Cesar 是本次會議演講人中唯一具有監理官身分者，演講內容亦是以菲律賓的金融發展現況為主。最後也不忘就下一屆 PIC 在馬尼拉舉行進行遊說：

1. 良好的監理管制可增加金融信心，近年來菲國的國債已降低許多，財政也開始有盈餘，增加的推動力道主要來自投資及基金；
2. 現在正是時機：菲國現為東協組織之一員，日益發展中；
3. 比較菲國 2009 年及 2012 年：保險資產增加 48%、保單件數增加 44%、保費收入上升 110%、保險密度增加 98%、已是一個成熟的保險市場；
4. 2011 年菲國保險滲透度為 0.8%、新加坡為 4.2%、香港 10.1%，相較之下菲國仍有極大潛力；

Donald Guloien 是 Manulife 保險集團執行長，演講內容重點如下：

1. 北亞各國的高齡化情況非常嚴重且迅速，但泰國、越南、緬甸等國家目前 65 歲以上的人口占率只有 6%；
2. 退休金商品雖然很好，但對購買者而言受保護的範圍較小。究竟是要慷慨(generosity)？還是要保障(coverage)？是大家可以再深思之處。臺灣目前此兩者皆高，但還可持續多久？
3. 亞洲人的財富組合中存款占了 60%，而美國約 20%，顯示在亞洲還有很大的財富管理市場商機；

Ian 是日本東京海上成立 130 年來第一位非日本籍的執行長，有多年的資產管理及投資銀行經驗，資歷相當豐富，演講主題為 **What Asia can learn from pension in Europe**，內容重點如下：

1. 歐洲尚存在很多的 DB(Define Benefit，確定給付)退休金制度，故財務問題還會愈發嚴重，也開始漸漸導向至 DC(Define Contribution，確定提撥)，但民眾希望有保證投報率機制；
2. 法國嘗試將退休年齡自 60 歲延長至 62 歲，引發民眾大型示威，現其總統想拉回至 60 歲；
3. 在 solvency II 規定制度下，某些退休金制度恐面臨結束；
4. 為提升消費者信心，應加強監管，但也不可過度；
5. 在英國保險業，因過去有些機構的行銷人員有不當銷售行為，或銷售不當商品，致消費者對業務員的印象不好，所以許多人脫離此行業，因此英國監理機關嘗試做法規改變；
6. 歐洲已有逾 100 年的歷史，應該要能在教訓中學習。而消費者確實也需要受保障，但不應受過度保護(例如：保證的投報率)。

Tim 是 AIG 亞洲區總裁，同時是精算師。

1. 精算師，一個被戲稱對話時會忘記你是誰、喜歡預測、也愛看科幻小說的職業。如果有人(精算師)真的有預知能力，就可以預作準備。讓我們來看看日本；
2. 買壽險？還是買年金？日本國人喜歡買壽險，針對躉繳保費修改相關監理法規及會計；

3. 日本銀行自 2005 年開始銷售人壽保險；
4. 日本的保險經驗：採積極監管方式，才可有穩定的保險市場；由於已是超高齡社會，故長期以來消費者均購買養老保險以滿足退休後的支出；保險公司也提供多樣化商品，替股東創造利潤；願意花錢培育業務人員；預先設立好所有的 ERM 工具。

(五) Plenary Session 3: Special Executive Discussion – Responding to Change

本場次主持人為 Nirmala Menon, Head of Designated Markets and Health Asia, MetLife Asia Pacific，有二位演講者，分別為：

1. Maria Ferrante-Schepis, *Managing Principal of Insurance & Financial Services, Maddock Douglas, Inc*
2. Jason Sadler, *President, Cigna Global Individual*

主持人為 Nirmala 是大都會亞太區行銷及健康險業務主管。

Maria 在人壽保險業及相關金融機構擔任執行長超過 20 年的經驗，其演講重點如下：

1. 美國過去十年保險業務低迷，問卷調查原因結果顯示，是因為生活太過便利舒適，使人們忽略的保險的重要性；
2. 經驗顯示，有愈來愈多的年輕人不買保險，因為風險的可控制性在增加，而不可控制的風險逐漸在減少。現在 google 正在想解決死亡問題，希望人能活得更長久；
3. 將消費者分為嬰兒潮出生、x 世代、y 世代等三族群，應分別找出與各族群之溝通之方法，且服務接觸點也不僅限於業務員或代理人或經紀人模式；
4. 有一個創新名詞：prosumer = product + consumer，建立起產品與消費者間之相關性已愈形重要；
5. 保險具獨特性，無其他產品有保險之特色。一般商品是如果對現在有利就可買，但如果要有利於當下，反而就無須買保險；

6. 曾在一個保險高峰會上，討論到有哪些與消費者有高度相關性的保險購買因素，主要包括態度、語言、中介人、佣金、家庭、…等；
7. 年輕人為何不買保險？他們是在擔心甚麼？嬰兒潮、x 世代、y 世代彼此都有不同的想法→保險已到了須重新發展的時候了。

Jason 是康健人壽總裁，其分享兩個現今全球的趨勢：科技及健康醫療：

1. 醫療成本不斷在墊高，尤其是在亞洲地區，主因是平均餘命的不斷延長；
2. 現今智慧型手機銷量是電腦銷售額的兩倍，是目前最有能力成為行銷的新通路，有 17 億人口在使用 social media，消費者使用 social media 的能力將會愈來愈強，也有蠻高比例的人相信朋友的推薦而購買商品、會比較價格、會比較商品的品質。現在已進入一個聰明創新(smart innovation)的年代。
3. PHILIPS 是一個非常有名的公司，曾經在做人體掃描時碰到不願意配合的小孩子，故而想出讓願意配合的小朋友可以選一個禮物，結果問題立即消失。這就是創新。

(六) Plenary Session 4: Special Executive Discussion –Future Challenges, Opportunities and Imperatives in Health Insurance : Crafting an Industry Solution

本場次主持人為 Moses Ojeisekhoba, *CEO Reinsurance Asia, Swiss Re*，有二位演講者，分別為：

1. Andrew Scott, *EVP, Ping An Health*
2. J Dr. Harald Sprenger, *Regional Director Market Access Asia-Pacific, Roche* (製造癌症用藥的公司)
3. Rosaline Koo, *CEO and Founder, ConneXionsAsia* (IT 公司)
4. Chris Kaye, *Partner and Managing Director, Hong Kong*，*The Boston Consulting Group of Swiss Re.*

主持人 Moses 的開場引用了大量的統計數據，說明健康保險的需求及商機。

1. 亞洲人口數量在 2050 年將開始下降，但老齡人口還是會增加；
2. 中國人口紅利在 2012 年即已達到高峰；
3. 現在的亞洲人口占全球人口之 60%，2020 年占率將降為 50%；
4. 上述結果將產生下列之影響：政府稅收減少、更多人依賴退休金及福利、隱瞞老人死亡(日本)、房屋需求量下降、政治家應學會如何應付 60 歲以上選民之要求…；
5. 2011 年健康保險有 1000 億美元的市場，2020 年預估將增至 2000 億美元，醫療的需求有增無減，政府必須放更多的預算在醫療上；
6. 退休後購買醫療險的意願下降，最大障礙是在保費；
7. 還是有不少人認為不需要購買醫療保險，因為可依賴自身儲蓄、家人支持以及政府社會保險。

Andrew Scott 在中國平安健康保險公司擔任商品開發及健康分析高階主管，其演講重點放在中國大陸：

1. 中國有一個極有趣的現象：不願付小費給服務生或司機，但卻願付給醫生，而且有 34% 的人得自己支付醫療費用。中國平安保險注意到醫療保險的商機，也獲得政府的支持，但保險發展卻不如預期，主要原因也是因為依賴自身儲蓄及家人支持，即便是仍有多數的消費者需求尚不足；
2. 社會醫療保險涵蓋面：中國的醫院、醫生、病床等均呈現嚴重不足情況，病患就算有錢也不易住進高等病房，另外好的醫生大都在公立醫院或教學醫院，也增加了民眾就醫的困難度；
3. 商業醫療保險市場：一次給付性的重大疾病保險保費極高，故僅少數人有此保障。團體醫療保險多由雇主及員工共同分擔保費，但仍約有 25%~30% 的員工無團體保險；
4. 平安保險的健康保險結合健康管理，以健康管理績效做為減費之誘因，引導保戶重視自身健康；
5. 消費者認為”不會生病”的心態對保險業者仍是一大挑戰。

Roche 是一家製造癌症用藥的公司，亞洲區行銷主管 Harald Sprenger 在開場時就表明參加此會議的目的是提供創新的夥伴關係。

1. 中國大陸人民對癌症治療方式的認知普遍不足，當然也不知道發生率這件事，目前 *Roche* 公司出資 50 萬人民幣在上海地區協助乳癌治療。
2. 首先接觸前 10 大保險公司，例如中國人保就擁有 100 萬名業務員，*Roche* 公司分享癌症治療資訊及成本，瑞士再保則協助蒐集資訊。
3. 中國人民如果發生癌症，多數人不知要到哪間醫院治療較好。有位名人罹患乳癌，但錯聽醫生建議，必須不吃東西才能殺死癌細胞，結果自己也因無抵抗力而死亡。
4. *Roche* 公司會提供業務員教育訓練，安排癌症專科醫生與銷售團隊對話，也辦理多場研討會。
5. 在中國，乳癌是女性第二號癌症殺手。目前也有很多藥廠表示有興趣加入這種模式的夥伴關係。

ConneXionsAsia 是一家資訊科技公司，演講者 Rosaline Koo 過去有從事愛滋病防治的工作經驗。

1. 現在的社會，員工健康情形普遍是下降的，保險公司支付的理賠金額呈上升趨勢。同一家公司的員工，有時候並不需要雇主提供完全相同的一套團體保險，而是能依員工需求而異；
2. 在美國，允許每一位員工自行選擇退休基金的投資公司，故公司不須承擔通膨及投資報酬率壓力，所以確定給付制已漸漸改成確定提撥制；
3. 資訊科技可以協助甚麼呢？我們將員工資訊輸入電腦並輔以問卷，員工不一定要選擇保險，另可選擇健康課程或營養食品，使可以擁有健康的生活。例如新加坡，如果員工選擇保險，每人有 2000 元額度可使用，這 2000 元也可以選擇其他健康選項；
4. 使用智慧型手機，可使用 app，也可與 google map 連線，如此即可捕捉所有的訊息。現正在發展 i-pad 設計，如果有買健康保險，則可

提供相對應之 app。目前新加坡政府正投入此項計畫，期待國人可以更健康。

瑞士再保 Chris Kaye 演講內容主要針對兩個人口最多的國家：中國大陸及印度，因為此兩國的健康保險缺口達 55%，重點放在醫療科技及消費者需求。

1. 病床數在過去 10 年雖已呈倍數成長，但相對於已開發國家仍明顯不足；
2. 印度平均每一萬人擁有一名醫生，所以在醫院常可看到排隊、擁擠、等待之現象；而中國的醫療仍無法完全服務至農村，出現嚴重城鄉差距。此兩國約有僅 5% GDP 花費在醫療方面；
3. 目前中國已增加許多私人醫院，而 50%~60% 印度人民須自行負擔醫療費用；
4. 建議可加強此兩地區的保險業務行銷，解決銀行無法消售健康保險的問題，並與其他行業(例如健康管理公司、資訊科技公司)合作，我們非常看好中國市場。

(七) Plenary Session 5 : Competing for Funds in Asia; Achieving Growth in a Low Interest Environment

本場次主持人為 Paul Sinnott, *Principal and Consulting Actuary, Greater China & South East Asia, Milliman*，有二位演講者，分別為：

1. Chris Wei, *Group CEO, Great Eastern Holdings Limited*
2. Marie-Soazic Geffroy Dernoncourt, *Co-Head Asia Financial Institution Group, Investment Banking Division, Morgan Stanley*

主持人 Paul 是一位精算師：

1. 有人認為美國的量化寬鬆政策是最好的央行經驗，而最近幾個月的利率持續上升，增加利率的波動度，對追求固定利率的投資組合帶來嚴重的挑戰；

2. 對目前的保險市場看法：

- (1) 分紅率下降；
- (2) 歐洲產品策略改變，重視保障，保本壽險，但減少長期保障；
- (3) 不同國家之責任準備金提存利率有不同之法規，精算師需重新評估投資回報，以期準備金提存是適足的；
- (4) 中國平安在 1990 年代銷售了大量的高預定利率保單，造成財務報表失衡，所幸後來利率調升而改善此情況；
- (5) 管理團隊要更關注公司的資本充足、資產組合效益、跨國企業經營、法令遵循、匯率避險策略。

Chris 的演講主題是 competing for funds：

1. 未來資金會持續投入亞洲市場，也會供應長期債券；
2. 須重視財務風險管理，風險管理委員會應該是精算、財務、投資三者並重，也要衡量管理資本；
3. 現在仍處於低利率環境，在資本管理方面，如果還有資源，可放在較 risky 的投資以增加投報率。建議資產配置予以系統化，減少人為可能出現不理性的判斷；
4. 投資者普遍具有恐懼及貪婪性，雖然投資利潤無所不在，怕會錯失良機，但仍應同時做好負債管理，建議每周定期追蹤負債模型；
5. 了解客戶需求及購買金融資產之原因，也要注意客戶回饋，協助客戶訂定長期的理財規劃；
6. 資訊化及系統化的作業流程，提高行銷及核保效率，最終即會提升成交率。

Marie-Soazic 是大摩在亞洲區的主管，演講重點放在購併：

1. 亞洲的競爭力在購併，但這些年下來，好目標已很少了。目前利率環境不斷改變，也增加了購併的困難度；
2. 2012 年亞洲有 200 億美元的購併，2013 年購併活動速度已放慢，交易要完成也趨困難，且監管面也愈來愈嚴謹。之前業務重點集中在中國大陸，目前轉為東南亞地區；

3. ING 退出韓國市場，國際保險公司陸續自臺灣撤資，願意接手的公司多為多元化公司；
4. 展望 2014 年的購併，影響因素有二：要能增加利潤率以及買家購併後的價值。如果市場利率上漲，可提升公司的償付能力(例如韓國及臺灣)，則對購併業務有利。

叁、心得與建議

本會議中一位主持人說到：善用新科技管理客戶資訊者就是現在及未來的贏家，且多場主題都會提到以新科技做為新的行銷通路的輔助工具，雖然後學目前工作內容以精算為主，較少參加非精算議題的國際研討會，但因過去有16年從事資訊的工作經驗，所以整個會議聽下來頗有回到從前的感覺，也充分感受到資訊科技的進步，以及應予以善加利用。以下是針對本次會議後學的心得與建議。

一、消費者須受保障，但不可過度被保護

歐洲早期實施的DB退休金制度正轉型為DC制度，其民眾希望新的DC制度能提供保證的投資報酬，這樣的過程與臺灣相當類似。臺灣企業所提供的退休金制度在1995年進行了劃時代的改革，不但將DB制度改為DC制度，最重要的是將DC帳戶改成可攜式的個人帳戶，並由勞保局負責管理。為使過程順利，政府訂出此個人帳戶有最低保證利率，也同意保險業可以提供年金保險來參與。但至今並無任一家壽險公司推出商品，原因之一即為無法給予帳戶最低保證利率的承諾，致政府美意一直無法實現。在此也呼應日本東京海上執行長所言，政府確實有保障消費者的責任及義務，但是消費者也應自行承擔一部分的風險，譬如帳戶的選擇。

二、團體保險可提供多樣化的保障內容

目前在有些國家的雇主，其提供給員工的團體保險是非常活潑的內容，不全都是「保險」，因為保險是著重在事後消極的經濟補償，而是在雇主提供不變的額度下，多提供其他選擇項目，屬於事前積極的疾病預防，例如：健康課程或營養食品，使可以擁有健康的生活。

三、Social media 是各行各業不可或缺的行銷通路

在一份爲了更瞭解行銷業者如何使用社群媒體來拓展商務的調查報告中顯示，有86%的行銷業者很重視社群媒體；其中策略和互動是最多行銷業者(88%)想掌握的面向；而在眾多social media當中，以YouTube是未來最多行銷業者(69%)打算要加強的平台；Facebook 和 LinkedIn 對行銷業者是最重要的兩個社群網路。

到底甚麼是social media？中文翻成社群媒體，簡言之，就是利用社群網站爲媒介來達到增加業務量的目的，換句話說，就是透過「口耳相傳」的傳播力量來出售產品，所以翻成社群媒介會讓人更清楚其意。在社群媒體上，是要讓粉絲會主動向他們的「朋友」，推薦商品和服務，因爲業務員講一百次，說破了嘴，都沒有他們講一次有用。

本次研討會中，在不同的主題場次竟然都會有主講人提到要善用社群媒體，以及目前全球各地區的保險業者都在做相關研發，原因是他們的目標都鎖定在X及Y世代的年輕人，他們可是未來最重要的消費族群。

四、雲端運算決不會在保險產業中缺席

人類自從發明了電腦，「計算」及「儲存」這些事就忽然變得簡單起來，且設備、方式以及速度不斷更新，從早期的大電腦到個人電腦，再進展到網際網路，最近更是一躍爲雲端服務。其實「雲端」就是網路，根據國立高雄科技大學資訊工程學系張保榮教授的說法：「雲端運算」並不是一種新的技術，而是一個「概念」，利用網路使許多電腦得以串聯合作，或使服務達到無遠弗屆，包括「雲端服務」及「雲端科技」兩種意涵。

其實你我早就在使用雲端科技了，例如Yahoo電子信箱就是一種，我們的個人信箱並不在你我使用的個人電腦，而是在Yahoo的伺服器裡，透過網路讓我們可以收信及寄信。使用雲端服務的好處是企業不需投入大量的固定資產採購軟硬體，也不需要增加資訊管理人員，只要透過雲端服務供應商所提供的服務，在很短的時間內就可以迅速取得服務。這對保險從業人員來說，也會產生相當大的助益。

五、網路購買商品雖方便但卻要更為小心

這裡說的「小心」並不是指個資洩漏或信用卡帳號被竊取之類的事。

研討會上一位演講者在回答聽眾的問題時提到，現在網際網路太發達了，未來會有愈來愈多的消費者在 internet 上購買商品，但「錯誤購買」比「誤導銷售」對客戶的傷害更來得嚴重，因為購買環境太方便了。以往如果發現 sales 有誤導消費者而銷售者，只要消費者反應，應該包括主管機關及公司都會朝向還給消費者一個公道的方式去處理。但是，如果是消費者自己下的決定，自己選擇的商品，除非是網站上的商品介紹有不實或不妥之處，否則事後如後悔，恐不易獲得補償。

附錄

一、PIC 議程表



Conference Programme October 27 – 30, 2013 • Hong Kong

Conference Theme: Winning Strategies for the Next Generation

Sunday, 27 October 2013

- 10:00-19:00 **Registration** at PIC Registration Desk, Grand Ballroom Entrance, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
19:00-21:00 **Welcome Reception** - Grand Hyatt Poolside Podium, Level 11, Grand Hyatt Hong Kong
-

Monday, 28 October 2013

- 08:30-09:15 **Opening Ceremony and Guest of Honour**
The Hon. John Tsang Chun-wah, GBM, JP, *Financial Secretary of the Hong Kong Special Administrative Region*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 09:15-10:00 **Special Keynote Presentation: Conquering the Next Generation**
Richard Li, *Chairman and Chief Executive, Pacific Century Group*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 10:00-10:30 Refreshment Break
- 10:30-12:15 **Plenary Session 1: Executive Panel Discussion - Conquering the Next 50 Years**
Chaired by: Trevor Matthews
Introduction: Fifty Years of the PIC and the Evolution of Distribution - the Past, the Present, the Future
• **Winning Products and Services**
Gary Comerford, *Chief Marketing Officer, Reinsurance Group of America, Incorporated*
• **Winning New Players and Alliances**
Marcelo G Teixeira, *Group Head of Insurance, HSBC Holdings plc*
• **Winning New Technologies**
Ross Mayne, *CEO, Munich Re Automation Solutions Ltd*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 12:30-13:45 Lunch
Tiffin Lounge, Mezzanine Floor & Grand Café, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 14:00-16:00 **Interactive Workshops**
(English): Salon I - IV, Lounge and Library, Mezzanine Floor, Grand Hyatt Hong Kong
(Mandarin): Grand Club Meeting Room, Level 30, Grand Hyatt Hong Kong
- 16:00-18:00 Free Time
- 18:00-18:15 Assemble at Hotel Lobby for transfers to World Trade Centre
- 19:00-22:00 **Opening Dinner** - Hooray Restaurant & Bar, Level 5, World Trade Centre, Causeway Bay
-

Tuesday, 29 October 2013

- 08:30-10:15 **Plenary Session 2: Executive Panel Discussion - Future Challenges, Opportunities and Imperatives in Retirement Savings: Crafting an Industry Solution**
Chaired by: Donald Kanak, *Chairman, Prudential Corporation Asia*
Panelists: Donald Guloiien, *President & CEO, Manulife Financial Corporation*
The Hon. Cesar V. Purisima, *Secretary, Department of Finance, Republic of the Philippines*
Ian Brimecome, *Executive Chairman International, Tokio Marine Holdings*
Tim Schiltz, *President, Asia Pacific, AIG Life & Retirement*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 10:15-10:45 Refreshment Break
- 10:45-12:00 **Plenary Session 3: Special Executive Discussion - Responding to Change**
Chaired by: Nirmala Menon, *Head of Designated Markets and Health Asia, MetLife Asia Pacific*
• **Satisfying Tomorrow's Customer**
Maria Ferrante-Schepis, *Managing Principal of Insurance and Financial Services, Maddock Douglas, Inc*
• **Satisfying Tomorrow's Customer Needs**
Jason Sadler, *President, Cigna Global Individual*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 12:15-13:30 Lunch
Tiffin Lounge, Mezzanine Floor & Grand Café, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 13:45-15:45 **Special Technology Tuesday Panel Discussion - Future Uses of Technology and Data**
Chaired by: Hugh Terry, *Principal, The Digital Insurer*
Panelists: Raphael P. Young, *Managing Principal, Global Financial Services Transformation Office, SAP*
Jin Zwicky, *VP Group Customer Experience, OCBC Bank*
Peter Miller, *CEO, Tune Ins Holdings Berhad*
Benjamin Li, *Chief Health and Employee Benefits Officer, AXA Hong Kong*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 15:45-19:00 Free Time
- 19:00-22:00 **Gala Dinner** - Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
-

Wednesday, 30 October 2013

- 08:30-10:30 **Plenary Session 4: Executive Panel Discussion - Future Challenges, Opportunities and Imperatives in Health Insurance: Crafting an Industry Solution**
Chaired by: Moses Ojeisikhoba, *CEO Reinsurance Asia, Swiss Re*
Panelists: Andrew Scott, *EVP, Ping An Health*
Harald Sprenger, *Regional Director Market Access Asia-Pacific, Roche*
Rosaline Koo, *CEO and Founder, ConneXionsAsia*
Chris Kaye, *Partner and Managing Director, Hong Kong, The Boston Consulting Group*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 10:30-11:00 Refreshment Break
- 11:00-12:15 **Plenary Session 5: Executive Panel Discussion - Competing for Funds in Asia; Achieving Growth in a Low Interest Environment**
Chaired by: Paul Sinnott, *Principal and Consulting Actuary, Greater China & South East Asia, Milliman*
Panelists: Chris Wei, *Group CEO, Great Eastern Holdings Limited*
Marie-Soazic Geffroy Demoncourt, *Co-Head Asia Pacific Financial Institutions Group, Investment Banking Division, Morgan Stanley*
Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong
- 12:30-14:00 **Closing Ceremony & Farewell Lunch** - Grand Ballroom, Ground Floor, Grand Hyatt Hong Kong

二、PIC 歷屆主辦國家

History of the Pacific Insurance Conference

Year	Location
1963	Honolulu, Hawaii
1965	Kona, Hawaii
1967	Seattle, Washington
1969	Sydney, Australia
1971	Maui, Hawaii
1973	Fuji National Park, Japan
1975	Santa Barbara, California
1977	Melbourne, Australia
1979	Banff, Canada
1981	Manila, Philippines
1983	Kauai, Hawaii
1985	Seoul, Korea
1987	Rotorua, New Zealand
1989	Vancouver, Canada
1991	Taipei, Taiwan
1993	San Francisco, California
1995	Tokyo, Japan
1997	Sydney, Australia
1999	Singapore
2001	Banff, Canada [cancelled due to the 9/11 attack]
2003	Hong Kong
2005	Taipei, Taiwan
2007	Kuala Lumpur, Malaysia
2009	Bangkok, Thailand
2011	Singapore
2013	Hong Kong