

費率自由化衝擊下火險市場的藍海策略

楊清榮
呂文亞

壹、產險費率完全自由化鳴槍起跑

產險費率自由化第二階段，今年四月一日正式鳴槍起跑，這意味著產險市場從此進入了完全競爭的市場。

自由化、國際化乃世界潮流，政府為因應全球自由化風潮，訂定產險市場開放政策，參酌歐美先進國家費率自由化之實施經驗，並考量我國產險市場精算統計資料建立完備及相關配套措施完成之時間、減低市場全面自由化後之衝擊、保障被保險大眾權益及促進產險市場健全發展等因素，爰採取三階段循序漸進方式，鬆綁保險商品送審及費率訂價，以達成我國產險市場自由化之目標。

所謂費率自由化三階段，第一階段由主管機關公布一體適用之規章危險費率，附加費用率則先行鬆綁，由業者考量成本自行釐訂之，採總量管制原則查核，至於商品審查，個人保險採核准制，商業保險採備查制；第二階段

是損失經驗較好的公司經核准後，其危險費率可在規章費率範圍內做有限度的調整，各家調整幅度在五%、一〇%不等，商品審查除任意車險、住宅火險及新型態之個人保險商品採核准制，其餘商品均採備查制；第三階段完全廢止規章費率，開放由業者自行釐訂商品費率，惟應於報送備查之費率計算說明書載明危險費率及附加費用率精算資料，並依行銷通路（保險代理人、保險經紀人、保險業務員、要保人直接採購或投保及其他通路）分列其總保險費，商品審查除新型態之個人保險商品仍採核准制外，其餘商品報送備查即可販售。

自二〇〇二年四月一日開始每一階段二至四年，三階段的自由化時程迄今已經走了七年，終於定在二〇〇九年一月一日開始產險費率自由化第三階段。金管會雖已於二〇〇八年十二月三十一日公布了一「實施產險費率自由化第三階段相關監理配套措施」，且所有產險公司的精算統

計資料庫及費率檢測資訊系統亦均依照規定於二〇〇八年底建置完成，但主管機關仍擔心業者陷入價格競爭，故要求精算學會、保發中心及產險公會研訂相關費率釐算實務處理原則、費率檢測機制及自律規範等，各產險公司亦必須在今年三月底前修正內稽內控作業處理程序及相關人員違反監理配套措施之處分機制，並完成報送費率計算說書報送主管機關備查之法定程序後，才能以自訂的新費率銷售商品，因此，真正上路在四月一日以後，自此產險市場進入了一個全面自由化的新紀元。

貳、當費率自由化遇上金融海嘯

政策推動時機十分重要，產險費率自由化分三階段實施是既定的時程，惟正值全球金融海嘯方興未艾，在經濟大環境仍十分險峻的時刻，產險業確實面臨前所未有的挑戰。

面對全球金融海嘯的嚴重衝擊，我國景氣訊號已連續五個月的藍燈，顯示景氣十分低靡，各種產業同受其害無一倖免。根據經濟部統計資料顯示，二〇〇八年國內登記解散或撤銷的公司達五〇、九〇〇家，工廠登記歇業者達一二、五三二家，遠高於歷年平均數。對保險業而言，

非但業外之投資收益受到重創，業內之保費收入亦受企業倒閉、營收衰退及保險預算刪減等因素而大幅下降，導致獲利嚴重衰退，不僅如此，市場道德風險的潛在威脅更是火險經營的一大隱憂。

受此波金融海嘯影響，許多國家已出現經濟衰退現象，相關政府單位、研究機構及專家學者對於景氣的看法，多數認為恐須延至二〇一〇年方可能復甦，因此，今年四月起跑的費率自由化第三階段，將是產險業最大的考驗，如果市場仍不知警惕，流於殺價競爭，嚴重的話，恐危及業者生存。

參、對火險市場的衝擊

觀諸日、韓等國的經驗，當保險市場邁入費率自由化的初期，無可避免的就是市場頓時陷入一片廝殺慘烈的「紅海」。

我國火災保險一直以來均採規章費率，各產險公司銷售之商品和價格差異不大，消費者無論向那家保險公司購買火險保單，其獲得之保障範圍及支付之保險費都差不多，行之多年，業者及消費者均習以為常，因此，一旦進入費率競爭的戰國時期，產險業者與消費者均受影響。

基本上，反映市場供需機能的價格競爭，本有利於消費者，也是自由經濟的特色，但保險業畢竟是高度監理的行業，其經營穩定與否，關係國家金融市場的安定與長期發展，倘有部分業者短視地採惡性殺價來競爭業務，將導致整體市場保費規模下降、產險業獲利衰退，甚至可能因危險對價不足與責任準備金提存不足，而危及產險公司的清償能力，一旦不幸發生產險公司破產倒閉，最終受到損害的還是被保險大眾及廣大投資人的權益。

依保發中心的統計資料顯示，產險業業績受景氣衰退及費率競爭的影響，已經連續三年呈現衰退，二〇〇六年出現自一九九八年以來的首次衰退。整體產險簽單收入一、一四一億元，較上年減少三・七一九％，二〇〇七年持續下滑至一、一二六億元，又減少一・三三三％，而二〇〇八年更降至歷史新低一、〇七七億元，下降幅度四・三一九％。一般來說，自由化之後，費率下降將更形加劇，為求生存，市場恐因爭搶業務而流於殺價競爭，激烈競爭的結果，恐導致產險公司收益惡化。日本的經驗即是如此，在實施費率自由化之後，加速保險公司的倒閉與重組。

對消費者而言，費率自由化之後，市場上可供消費

者比較選擇的同類型商品增多，同一商品將視保險標的之風險狀況而有不同之保費對價，且經由不同通路購買保險，支付之費用亦不相同。因此，消費者應多方蒐集相關資訊，依本身需求，選擇最適合的商品及通路，向最信賴的保險公司投保。

在費率全面自由化後，消費者的購買行為確實會有所改變。對消費者而言，不論是企業或是個人，確實很容易落入價格的迷思，在選擇保險公司時，往往忽略其他重要項目，而以誰的價格低就向誰投保。其實，選擇保險公司，價格絕非唯一的考量因素，其他如保險公司之財務狀況、信譽、專業能力及相關服務等，也不宜忽視。這一點，在歷經此次金融海嘯的慘痛經驗，金融機構不倒神話的破滅，消費者應該有了深刻的體認。

肆、火險市場的藍海策略

過去各產險公司的火災保險，均必須依照主管機關核定的規章費率簽單承保，因此，各公司販售的火險商品和價格均不具差異性，為了爭取業績，除了殺價，別無他法，導致市場不當放佣、錯價等之違規案件時有所聞，造成市場亂象。

危機就是轉機，因此，邁入自由化之後，產險公司應回歸精算原理與核保策略來經營火險業務，搭配合宜的配套監理措施及自律機制，同時，藉由新產品開發、提供優質服務，努力尋找本身的利基市場，將可促進市場的健全發展，開創一片充滿機會的「藍海」，共創政府、產險業及消費者三贏的局面，實為吾人所引領盼望的。如何尋求火險市場的藍海策略，茲就個人淺見分述於下，

一、建立精算費率所需之統計資料庫

實施費率自由化的必要條件，首在建立市場整體產業的正確完整統計資料庫，定期提供市場參考危險費率業者，俾使精算人員了解各類風險的損失成本，做為各產險公司自行釐訂危險費率之重要參考依據。

目前保發中心即擔任此一相當於費率局的重要角色，主管機關並責成保發中心負責檢視每年產險公司費率檢測及調整報告，訂定檢測費率之標準作業程序與報告格式等相關作業準則。隨著該單位功能逐步增強，相信未來能更為協助產險業及主管機關保險市場取得必要的統計數據資料及監理依據。

二、依精算原理與核保技術及成本因子釐訂費率

各產險公司精算人員進行商業火險費率釐訂時，須考量可信度理論及相關精算原理原則，依據公司本身的損失經驗，並參考保發中心提供之整體市場參考危險費率，以計算公司自訂之基本危險費率，同時，對於難以量化且具顯著影響之費率因子，例如消防設備、損害防阻、安全管理及核保考量等項目，依核保人員的核保經驗及策略，計算核保技術調整係數後，就基本危險費率加以調整，以釐訂危險費率；附加費用率則由各公司，依不同的行銷通路考量成本因素訂定之。

產險公司之定價原則與資金成本為公司是否能穩健經營主要關鍵，而費率自由化還必須搭配自律機制方能竟其全功。因此，產險公會依據主管機關監理配套措施之規定，基於整體業者之業務需要，爰就火險風險分類及費率結構公式訂入財產保險業保險商品設計自律規範，意即，火災保險的危險費率及附加費用率由各公司自行釐訂，惟釐訂費率的規則，包括保險標的物的使用性質分類、建築物構造等級分類及費率結構公式等，則必須依照產險公會自律規範所訂之規則辦理。

倘各公司均能依精算原理及核保策略釐訂費率，並

照實反映各項費用成本，且確實遵守自律規範，非但公司得以穩健經營，市場亦得以健全發展。

三、以創新產品、優質服務取代價格競爭

為配合費率自由化的實施，主管機關於二〇〇一年十二月十七日修法訂定發布「保險商品銷售前程序作業準則」做為配套，並歷經多次修正部分條文，進一步鬆綁保險商品之送審程序，簡化為核准制及備查制。旨在鼓勵保險業者產品創新，且兼顧保險業清償能力的確保及消費者保護等層面，並落實保險業及其簽署人員承負送審商品之各項責任。

進入自由化第三階段後，除了保險期間超過三年之保險商品及屬於新形態之個人保險商品仍須事先報送主管機關審查，核准後方可在市場上銷售，其他的商業保單或個人保單均採備查制。也就是說，產險公司於商品設計完成後，經過公司內部的相關作業程序及報送董事會後，即可在市場上銷售，只要在銷售後十五個工作天內依規定的報送格式，檢附相關送審文件，報送保發中心的商品資料庫即屬完成備查。

日本市場於費率自由化之後，不但業者推出的新商

品種類多樣化，可供消費者依需要選擇，更為了業務競爭，發展出各種五花八門的服務項目，除了與火災保險相關的服務項目外，甚至擴及業者介紹（住宅漏水、開鎖等）、醫療、年金、稅務、育兒商談等，可謂是無所不包。他山之石，可供我國業者模仿學習，這些觀念的突破，非但有助於競爭力的提升，嘉惠廣大消費者，更為市場的發展創造出很大的空間。

因此，產險業在商品及費率鬆綁之際，應思如何針對客戶的需求，致力於研發新商品，或提供風險評估、安全管理、損害防阻及其他更具價值之服務項目，做為市場區隔，增強本身的競爭力，避免流於殺價之紅海競爭，實為產險同業應戮力以赴的。

四、嚴格遵守主管機關監理措施

費率自由化過程中，主管機關的政策目標，在於透過之市場機能及自律機制，來導正市場，引導業者注重核保專業技術、精算能力及提升服務功能，促進產險業健全發展。

為避免費率自由化引發產險業殺價競爭而危及經營安全，主管機關的監理措施尚包括費率檢測調整機制及費

率適足預警指標。費率檢測調整機制係規定產險業應於每年定期檢視商品之最近三個曆年平均實際損失率，並與預期損失率比較，倘超出一定比率時，則必須由精算人員檢討調整費率；費率適足預警指標則在監控產險公司直接業務與自留業務之綜合率，倘超過一定指標時，必須敘明原因及具體改善計畫報送主管機關。相關監理配套旨在監控產險業費率定價的適足性與合理性，防範業者收取之對價不足而影響經營安全，或是超收保費而損及消費者權益，同時，亦監控業者的經營效能，避免因長期虧損，致清償能力不足，而危及社會大眾。

業者倘能確實遵守相關監理措施，必能永續經營，健全發展。

五、落實執行產險公會的自律規範

費率自由化必須搭配自律機制方能竟其全功，因此，主管機關的監理配套措施中，強化產險公會自律規範及產險業者法令遵循與內稽內控制度，亦為重要的一環。

產險公會依據主管機關監理配套措施的規定，針對費率自由化第三階段增訂相關自律規範，並於「產險業自律監控組織及作業準則」、「財產保險業保險商品設計

自律規範」中增訂查核項目，包括是否依保發中心所定統計規程分拆危險分類報送資料、佣金支付是否超過給付標準、核保人員是否依報送備查之費率出單承保、是否於網路揭露直接投保之優惠內容及火災保險是否依公會訂定之費率結構公式規範設計商品等之查核，以維護市場秩序。

同時，產險業者亦必須將主管機關公布之監理配套措施及產險公會所訂自律公約查核項目納入修正內部控制作業處理程序及相關人員違反相關監理配套措施之處分機制，稽核部門每季應就相關部門執行費率自由化之情形予以稽核，並提報董事會。

這些自律及內稽內控等機制的落實執行，將更能杜絕惡性競爭，匡正並引導市場健全發展。

六、推動再保險風險管理機制

隨著我國高科技產業的發展，商業火災保險的保額動輒新台幣數千億元，而業者承保天災保險的分區累積責任額更高達數兆元，因此，運用再保險機制分散危險，則成為火險經營及安全管控上不可或缺的一環。

再保險的規劃，涵蓋範圍甚廣，包括公司自留風險

管理、再保險風險管理及巨災風險管理等，其中涉及最大可能損失的預估、每一事故承受能量的評估及累積責任限額的控管等。前述種種均須依據統計經驗及精算分析，才能獲得合理的評估資料與數據證明。同樣的，自由費率的運作也應植基於與前述相同的統計精算原理原則。

因此，費率自由化的啟動，也意味著市場正走向風險模型量化管理的方向，若能落實嚴謹的核保政策，並配合經驗法則或模型的風險量化標準，在面對市場的變化及競爭時，自然不會隨波逐流，而捨棄了業務經營最核心的安全管控。

保險同業若均能在前述法則及標準下發展自由費率，自然能形成良性的競爭，將可安然渡過每一個市場循環的波動。

伍、結語

「藍海策略」的意義是創造新價值與新市場，跨過流血的紅海，不要在沒有未來的死胡同裡競爭廝殺。這顯然是產險市場面對自由化的新課題，期盼產險業能破繭而出，捨棄殺價競爭，回歸精算原理與核保專業，發揮市場機能，提高產業競爭力，並與國際再保險市場接軌。

全面自由化對火險市場的發展而言，應是短空長多，短期的衝擊是無可避免的，但就長期而言，這是必走的正確道路。

(作者：楊清榮／產險公會火險委員會主任委員；
呂文亞／產險公會秘書)

