

產險業遵循「電子商務自律規範」服務消費大眾

／林萬福

近年來由於網路科技之發展逐漸成熟與普及，企業或個人透過電子商務方式交易之比重逐漸增加，電子商務將成為未來商業活動之重要模式，政府為因應此一趨勢，已訂定「電子簽章法」以資規範。

就保險業而言，消費者傳統上係透過廣告文宣、及業務員說明的方式協助完成投保程序；但在網路環境下，雙方當事人僅能透過網頁進行溝通，因此，消費者必須能掌握更多交易資訊，以作為是否訂約之參考，否則，對處於相對經濟資訊一方之消費者而言，即屬不公。

因此，一個安全、可信賴及便利的保險消費環境，確保交易條件資訊能完整呈現，並使當事人事後不致輕易否認交易完成之事實，係保險業建置電子商務環境之基本要求。而訂立業者間從事電子商務交易之自律規範，以建立消費者之交易安全信心並保障其合理權益，則是達成前開要求之重要步驟。

經由Internet進行交易，提供迥異傳統的銷售通路，電子商務帶來無限商機，消費者保護以及個人隱私權等問題亦漸漸浮現；諸如網路上買燒錄機變成烏龍茶，網路廣告大賣MP3隨身聽，結果卻是一場空，在網路進行演唱會宣傳，消費者購買門票後到現場卻只見攤販，甚至出現冒充之網路銀行網站，騙取帳號與密碼等糾紛，以及在網路上販賣名冊等。

這些紛爭，雖然透過法律途徑，仍可獲得事後救濟，但不少消費者視上網交易為畏途；若電子商務業者自發性提供交易安全保障措施，相信能更有效減少消費者之憂慮。

但若對保險業者本身而言，透過自律規範塑造良好經營環境，更能避免法律預先硬性規範，而箝制電子商務發展的風險。保險業者依據監理單位的指示訂立「保險業經營電子商務自律規範」，期許這項自律規範的實施，讓消費大眾享受高品質的電子商務服務。

(一) 本規範內容共十四條，其內容要點摘錄如下：
1. 明定本規範之訂定目的（第一條）

2. 本自律規範之遵循宣示（第二條）
 3. 明定保險業網路相關行銷活動之原則與規範（第三條）
 4. 明定保險業揭露線上資訊時應包含之基本項目（第四條）
 5. 明定保險業揭露線上交易條件資訊時應包含之項目（第五條）
 6. 明定保險業經營電子商務應履行之義務及責任（第六條）
 7. 明定保險業網路消費者個人資料及隱私權之保護規範原則（第七條）
 8. 明定保險業應訂定網路交易安全規範及其他有關網路交易安全應遵循之原則（第八條）
 9. 明定保險業應提供安全之付款機制即應遵循之原則（第九條）
 10. 明定保險業應建立電子商務申訴處理機制及處理之原則（第十條）
 11. 明定保險業應善盡網路犯罪通報之責任（第十一條）
 12. 本自律規範之法令遵循原則與管轄法院約定（第十二條）
 13. 本自律規範應定期進行修正調整（第十三條）
 14. 本自律規範之施行程序（第十四條）
- （二）、『保險業經營電子商務規範』報部備查後執行狀況
1. 目前執行狀況：
 - (1) 各會員公司都遵循本規範相關規定辦理，並無窒礙難行之處。
 - (2) 業者在設計公司網頁時，版面層次架構以遵循本規範理念為架構。

如：第二條「遵循宣示」，多數公司都有連結至金管會保險局及相關保險機構網站。

第三條「廣告與宣示之規範」，多數公司都以簡單明確方式表達，而非採密集式發送電子郵件廣告。

第四條「保險業資料之提供」，每一家都以「公司簡介」或「認識我們」等方式展現。第五條「完整提供交易條件資訊」及第六條「保險業之義務與責任」，多數公司以「商品介紹」或「服務專區」的方式展現。

第七條「消費者個人資料及隱私權之保護」，有的公司以整頁專區方式展現；有的以「有關消費者重大事項」專區展現。

第十條「客戶申訴與抱怨處理」，大都以專區專頁方式展現，有的公司除提供處理人員姓名，電

話，傳真外，另加上申訴專用之E-Mail給職級較高主管。
第八條「安全之交易環境」，大多數公司都以文字敘述展現「公司經營政策」或揭露「電子交易安全規範」的網頁。

第九條「安全之付款機制」，除少數公司需專人連絡送保單、收款或用轉帳、劃撥方式付款，目前以提供透過金資公司的線上付款安全機制的公司家數增加。

(3) 外商公司大都無專屬網站，或只是純粹宣導公司形象，介紹商品而已。

2. 本規範實施前狀況：

(1) 各公司在網站銷售商品不多，大都以宣導公司形象，介紹商品，提供相關保險資訊或投保須知為主，只有少數公司採用一段式進行，網站上提供要保資料登記，經核保單位核保後再以專人方式跟進服務與收款，即是「網路要保」。

(2) 各公司於設計網站架構除以公司自己立場為架構，較缺乏「消費者權利保護」角度思考。

3. 本規範實施後狀況：

(1) 線上付款方式提升至利用線上信用卡、銀行轉帳之機制。

(2) 目前「網路投保」比「電子保單」之接受度更低，仍待宣導。尤其消費者對「CA」及「RA」認證與作業機制，一知半解，能否接受買保險要先辦理申請電子簽章「保險電子憑證」，而且一般人購買「保險」，不似銀行交易或股票證券業務需求度及使用頻率高。

(3) 目前提供線上交易之險種，仍以不必繁瑣核保保險程序且能提供線上核保（或試算）為主，如：汽車保險、旅行平安險。

(4) 「保險電子憑證」能不能跨業與銀行業、證券業等金融行業共用或以「自然人憑證」代替使用，擴大電子憑證使用面及降低建置電子憑證發行相關電腦軟硬體配備成本，以及險種性質（有的險種一定要面對面溝通，有的險種一定要現場查勘，有的險種涉及通路或跨業作業流程）及線上核保技術（程式設計的難易度）實是業者評估考量重點。

(5) 各公司於設計網站架構除以宣傳公司業務及形象為架構，更積極朝向「消費者權利保護」角度思考及相關作業規範的揭露與遵循。

（本文作者：產險公會資訊委員會組長）