

第三章 臺灣壽險市場的變遷

第一節 臺灣壽險市場的演進

一、商品自由化

¹臺灣自光復後，經營人壽保險業者，在開業初期（民國 49 年）經營方針都著重在儘速以收入的保險費聚集成資金，然後投資於經營者的其他事業，或運用其資金以謀取利益，因此在販賣保險種類中，選擇了推銷最容易而且集積資金也容易的短期生存保險為主力（這種保險未具有壽險的保護，只把儲蓄存款與意外保險組合而成）商品，本來生存保險以其商品價格，或與銀行的定期存款比較而言，保險費中所包含的附加保險費是非常少數的，所以若要採取生存保險為主力的經營方法，保險公司必定要節省經費不可，所以對於保險公司的經營者而言銷售短期生存保險有兩點痛點：一為招攬經費過高，自是集積的資金成本也偏高；二為保險期間太短，作為事業投資的資金不適用於運用；對社會貢獻而言，生存保險亦是短期性的儲蓄，這與壽險的特性大為不同，而且也喪失了經營壽險的立場，所以政府基於此自民國 56 年起停止受理五年期以下之儲蓄保險，改辦 6 至 10 年期之儲蓄保險並將商品的主力逐漸轉移到 10 年期以上的長期養老保險；在死亡

¹ 資料來源：人壽保險季刊，第十三期（民國六十三年九月三十日出版），頁 10

險的部份，保險業初萌芽時期，由於人們對保險的概念亦是保守的情況之下，對於死亡之一事仍是忌諱不談，所以在其經營之部份仍屬於困難；²但是隨者經濟高度成長，國民所得水準的逐年上升，加上通貨膨脹的繼續進行，致使一般人都認為與其投入儲蓄性高的商品，不如要求高額保障的定期化保險，尤其人們對各種意外事故和疾病的不安，而要求「萬一發生不幸時之保障」的傾向，日漸增大，定期化保險商品正能符合這類社會要求；在政府機關方面，為了達成完整的醫療照顧目標，並且提升全民保險意識於，民國 84 年 3 月實施全民健康保險的實施，引導社會大眾對健康保險的重視。

³近年來，保險公司透過多種多樣商品的混合來充實並提高競爭能力，使得新種商品亦朝往多型化、複雜化方向進行，例如人身保險業引進國外商品設計新觀念（例如：投資型保單）、另因應高齡化社會的來臨，年金保險將可能成為人身保險的重要業務。

二、利率自由化

於民國 89 年 11 月為因應國內外經濟環境變遷及配合我國保險市場國際化與自由化之需要，行政院核定修正保險法施行細則第 11 條，各類人身保險商品計算責任準備金所依據之利率標準，得視實際需要適時訂定或調整，俾以督促人身保險業之健全經營及發展；並且

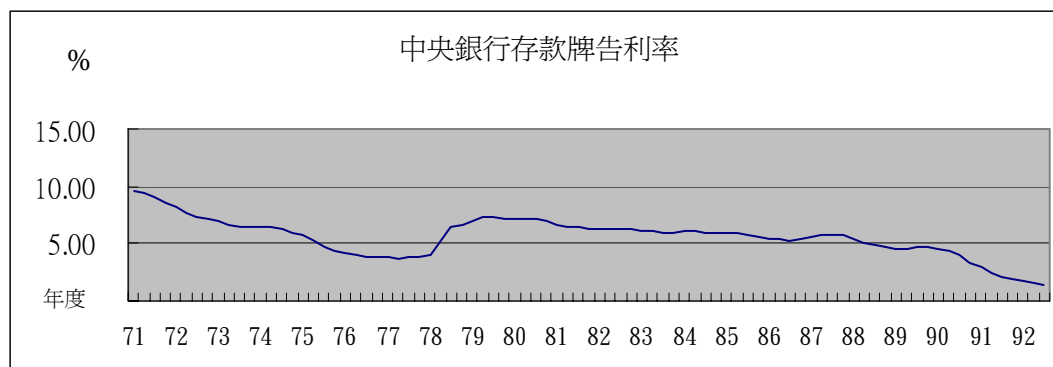
²盧兆麟(1978)，壽險季刊，新商品、新構想，頁 12-13。

³資料來源：財政部保險司 <http://www.insurance.gov.tw/>

因應市場利率長期走低及為降低保險業因固定利率保險單銷售，可能引致清償能力不足之危險，國內壽險公司在利率大幅走低情勢下，不但調降保單預定利率，也積極開發利率敏感度較低或與利率風險脫鉤的新種商品，包括躉繳型儲蓄險、利率變動型年金保險及投資型保險，例如財政部於民國 89 年 11 月核准美商宏利人壽保險公司在台灣分公司推出投資型保險商品，而其他人身保險業將陸續跟進，以有助於國內保險市場及保險業之持續穩健發展及競爭力之提昇；又例在低利率的潮流下，國泰人泰於 91 年 4 月下旬推出一張 6 年期躉繳型儲蓄險，在 91 年熱賣而使保費收入暴增，造成財政部保險司的關切…等，觀以過去 20 幾年來國內利率的走勢來看（如表 3-1-1）⁴，預期在未來短期間利率走升不易，因此，在這種特殊的競爭現象，國內保險公司恐怕應更要有危機處理的能力，才不會因利率的變動進而造成保險公司財務發生窘困。

⁴ 資料來源：中央銀行

圖 3-1-1 中央銀行近二十年來的存款牌告利率



資料來源：中央銀行
(本研究整理)

三、市場自由化（外商的開放）

⁵政府自民國 38 年遷台後至民國 50 年止，台灣壽險市場只有中央信託局人壽保險處及台灣人壽 2 家公營壽險業者；自民國 50 年政府公佈第 3 期經建計畫，才開始開放民營壽險公司設立，第一階段的開放共 8 家壽險公司，分別為：第一（現更名為慶豐）、國光、國泰、中國、南山、國華及新光人壽（其中國光人壽因為投資不善而宣告倒閉）分享市場的寡占情形。⁶直至民國 76 年，因中美貿易逆差過大，在美方三〇一條款的壓力下，保險市場開放，提供美商每年產、壽險各兩家的名額來台設立分公司。美商逐年加入後，由於市場競爭激烈，為爭取顧客、搶占市場地位，引進許多國外的條款及產品，使本國公司面臨內外勤人員異動頻繁、增加對消費者有利的條款、產品設

⁵ 資料來源：鄭秀娟，銘傳管理科學研究所碩士論文，台灣地區壽險業經營績效之研究，85 年 6 月，頁 18-19。

⁶ 資料來源：汪芳國，人身與財產保險經營－壽險行銷，頁 91。

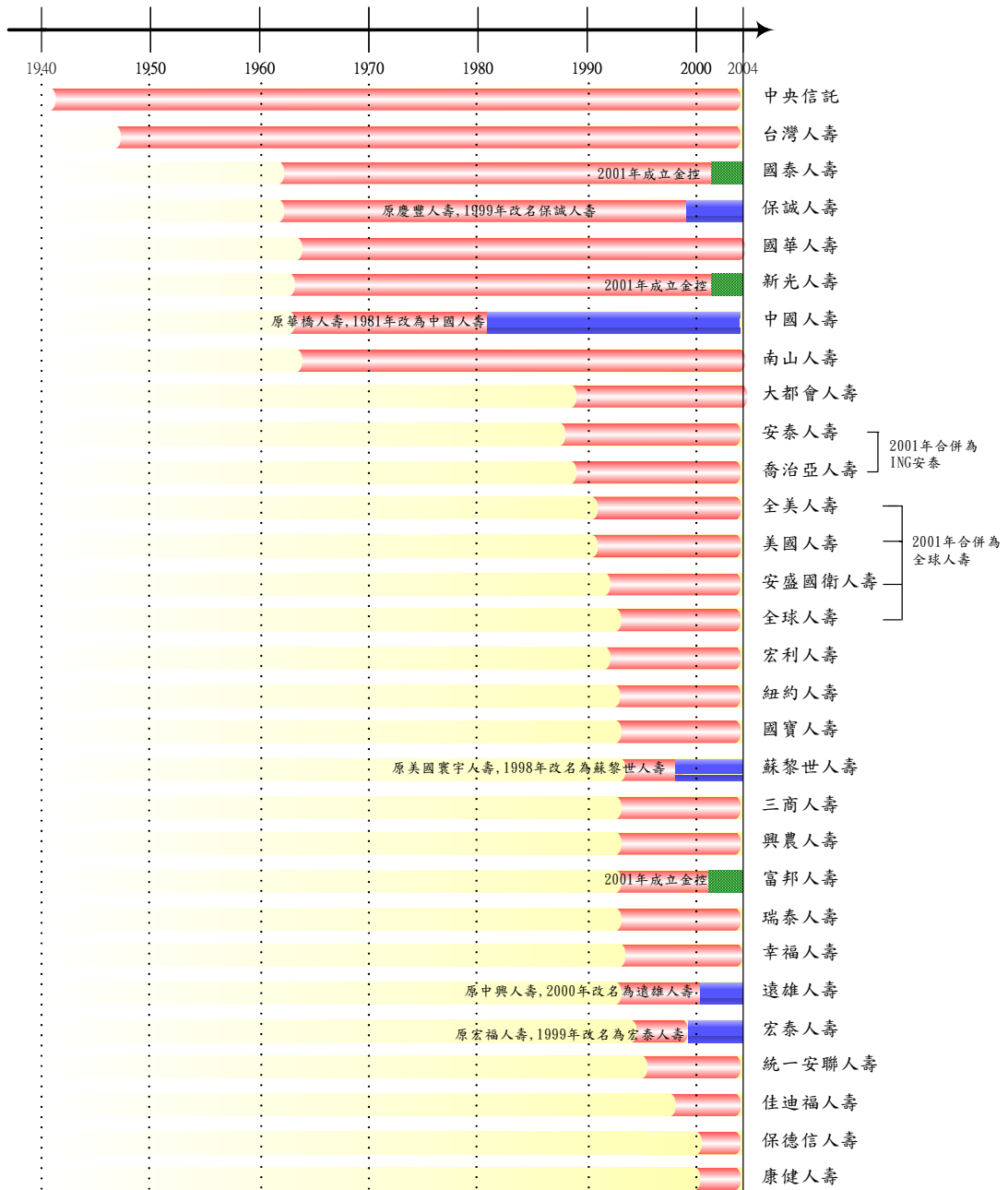
計開發速度加快和提高經營效率的壓力，也為壽險市場注入一股活力。

⁷隨著美商公司陸續增加，市場上反而呈現美商多於本國公司的現象，因此形成另一次的市場開放壓力。第 1 階段為 81 年財政部保險司對國內開放市場，富邦、國寶、三商、興農、幸福、中興、宏福等已於 82 年間陸續成立正式營運。⁸截至 90 年底為止，全國壽險公司有 28 家，其中本國有 19 家，外商有 9 家，由下(圖 3-1-2)可以清楚的看出各家保險公司成立的時間及變化。

⁷資料來源：鄭秀娟，銘傳管理科學研究所碩士論文，台灣地區壽險業經營績效之研究，85 年 6 月，頁 18-19。

⁸ 圖 3-1-2 的資料來源於各家保險公司的網站公開資訊中所尋得。

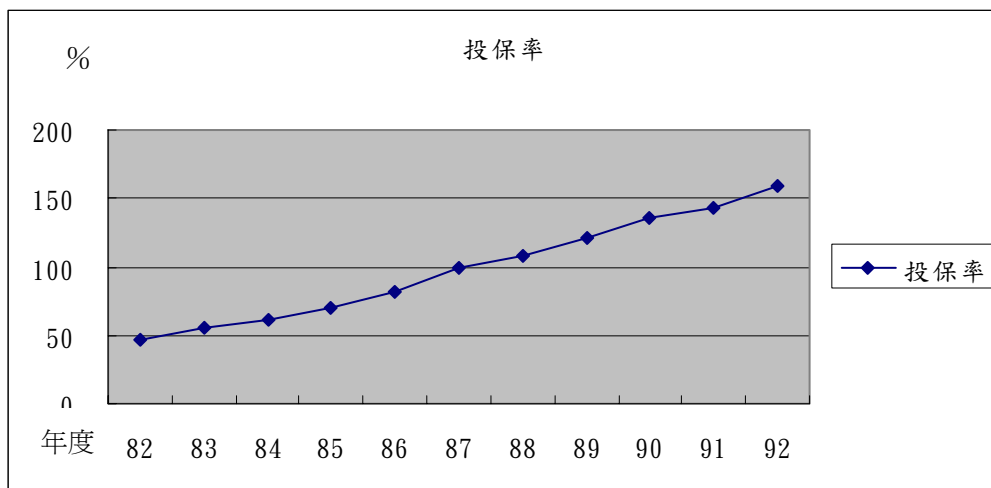
圖 3-1-2⁹ 國內人壽保險公司成立時間及改變



⁹ 資料來源:黃虹玲, 利用馬可夫鏈模式探討人壽保險市場占有率移轉之分析, 政治大學統計研究所碩士論文

由¹⁰ (圖 3-1-3)可以看出，政府開放保險公司設立的條件，使得國內的壽險投保率¹¹ (壽險投保率是指當年度有效契約件數除以當年度的總人口數，表示平均每位國民所擁有的保單件數) 逐漸上升，並且可以提昇保險業的競爭能力，間接使得社會大眾對保單的選擇更加多元化。

圖 3-1-3 歷年來人壽保險公司的投保率



資料來源：財政部保險司網站：<http://www.insurance.gov.tw/>。
(本研究整理)

四、通路的改變

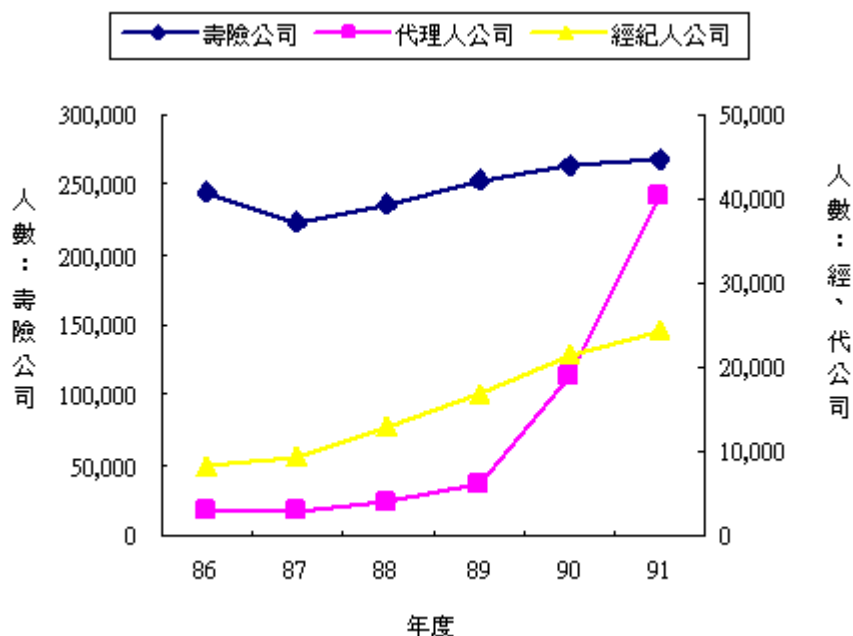
壽險業創立初期，臺灣地區尚屬農業經濟社會，生活習慣亦都因循古老的保守觀念，忌諱言及生、老、病、死等不幸事故，故在推銷不易的情形下，業務員對新契約的招攬僅能靠人情關係而得，換言之，業務員不論其資歷經驗，通常無需豐富的保險知識即可招攬保

¹⁰資料來源：財政部保險司網站：<http://www.insurance.gov.tw/>。

¹¹資料來源：現代保險考試叢書，頁 81。

單，¹²但是隨著商品的多樣化，人壽保險單的推銷方式（例如店頭販賣、通信銷售、窗口銷售…等）及行銷通路（例如：透過銀行、代理人、經紀人、便利商店…等做銷售）也起了變化，所以各保險公司若是再以人海戰術來提高新契約件數，那麼將大幅提高保險公司的人事成本，故人海戰術的銷售方式逐漸被其他銷售管道而取代之，¹³以2002年國內壽險業務員登錄人數達33.16萬人，新增的2.7萬人中，有2.1萬人成來自代理系統，我們由（¹⁴圖3-1-4）的趨勢可見一般，保險經、代人成為保險公司銷售的另一跳板。

圖 3-1-4 歷年壽險業務員登錄狀況



¹²資料來源：何萍實(1978)，壽險季刊，今後人壽保險市場之變化與招保活動之研究，頁51-57。

¹³資料來源：藍昭輝、廖泗滄(1979)，壽險季刊，臺灣地區壽險市場之演變與革新，頁14。

¹⁴資料來源：保險事業發展中心，<http://www.iiroc.org.tw/>

保代、保經公司人數的暴增，主要有兩大原因：其一，在銀行保險整合行銷之下，國內銀行業者紛紛成立保險代理人公司，並要求旗下理財專員擁有壽險銷售資格所致，其二，則為保險公司為了使業務員可跨險種銷售而成立保經公司所致。在過去台灣市場對保險的定位不清，造成消費者將保障、儲蓄兩者目的相互混淆，也使得保險從業人員在銀行通路盛行之下備感威脅，事實上多重行銷通路的廣泛使用，並非為了完全取代傳統行銷的通路，相反地，反倒是可以利用其有效支援傳統行銷通路無法開發的市場。

第二節 臺灣壽險市場目前的經營狀況

臺灣的淺形經濟體系，經濟活動受國際景氣因素高度牽制，加上近年國際化的程度提高、全球金融體系日趨複雜，都使得景氣狀況不確定性升高，導致台灣整體金融環境仍透露相當程度的風險。

財政部在 2001 年 3 月「我國金融改革方案施行計畫」中，極積以政府預算成立金融重建基金(RTC)，以優先處理問題基層金融機構，建立金融機構退場機制，雖然保險業不納入金融重建基金保障範圍，但在金控組織之下，金融系統性風險仍互有影響；而延續 2002 年財政部發布「保險業各種準備金提存辦法」、「保險業辦理國外投資

範圍及內容準則」、開放壽險業得銷售不分紅保單¹⁵（不分紅保單 Non-participating policy 是指保險公司有紅利的部份並不分配給保單持有人）等政策更是促進台灣壽險市場的競爭更為激烈，¹⁶就民國 90 年的經營狀況，在本土保險公司市場佔有率約為 87.15%，外商保險公司佔有率約為 12.85%，共計 29 家（如表 1-1-1），以下分別就¹⁷1997 年到 2001 年各家保險公司的有效契約保額（圖 3-2-1）與新契約件數（圖 3-2-2）列表出保險公司的競爭及排名。

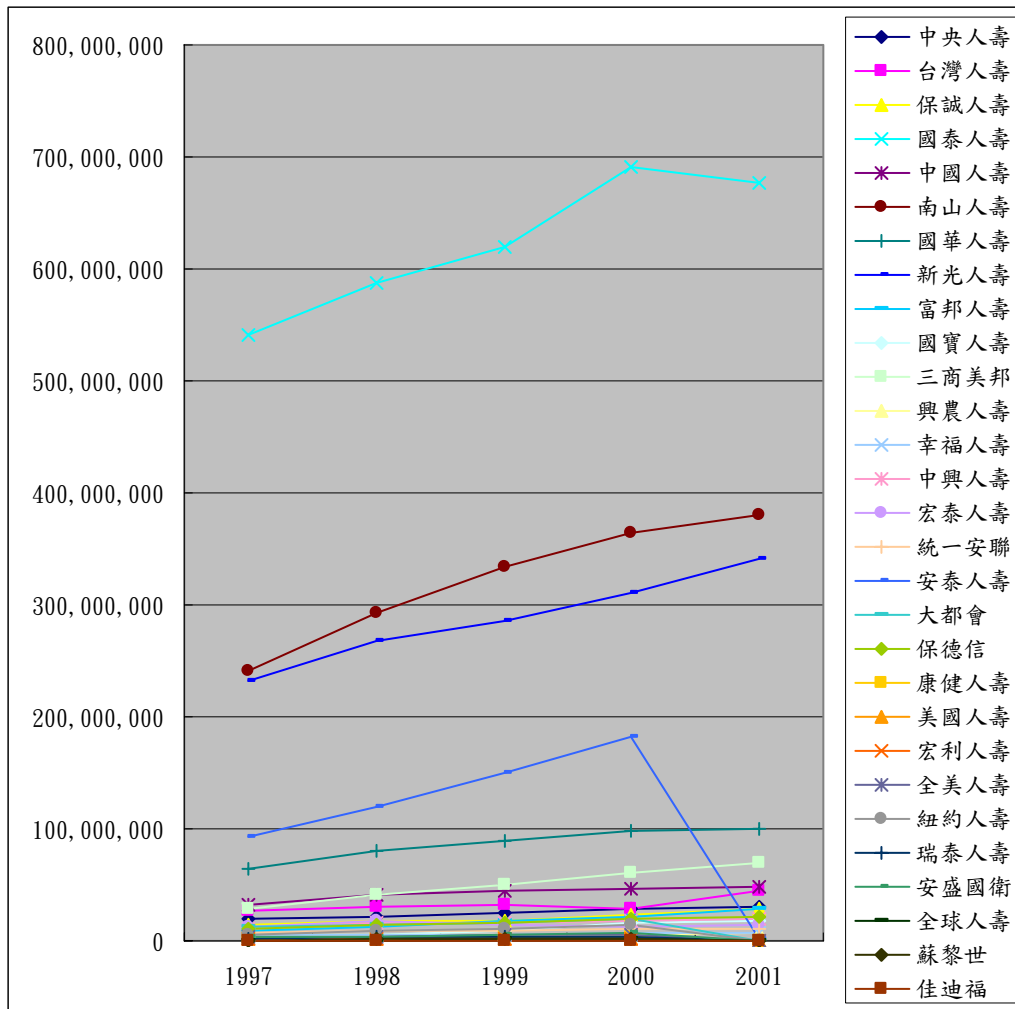
¹⁵資料來源：袁宗蔚，保險學-危險與保險第三十四版，頁 638，三民書局。

¹⁶資料來源：財政部保險司，<http://www.insurance.gov.tw/insu/insu2.asp>

¹⁷資料來源：保險年鑑，人壽保險有效契約保額及新契約件數 1997 年至 2001 年

圖 3-2-1 臺灣的人壽保險公司歷年有效契約保額

單位：新台幣萬元

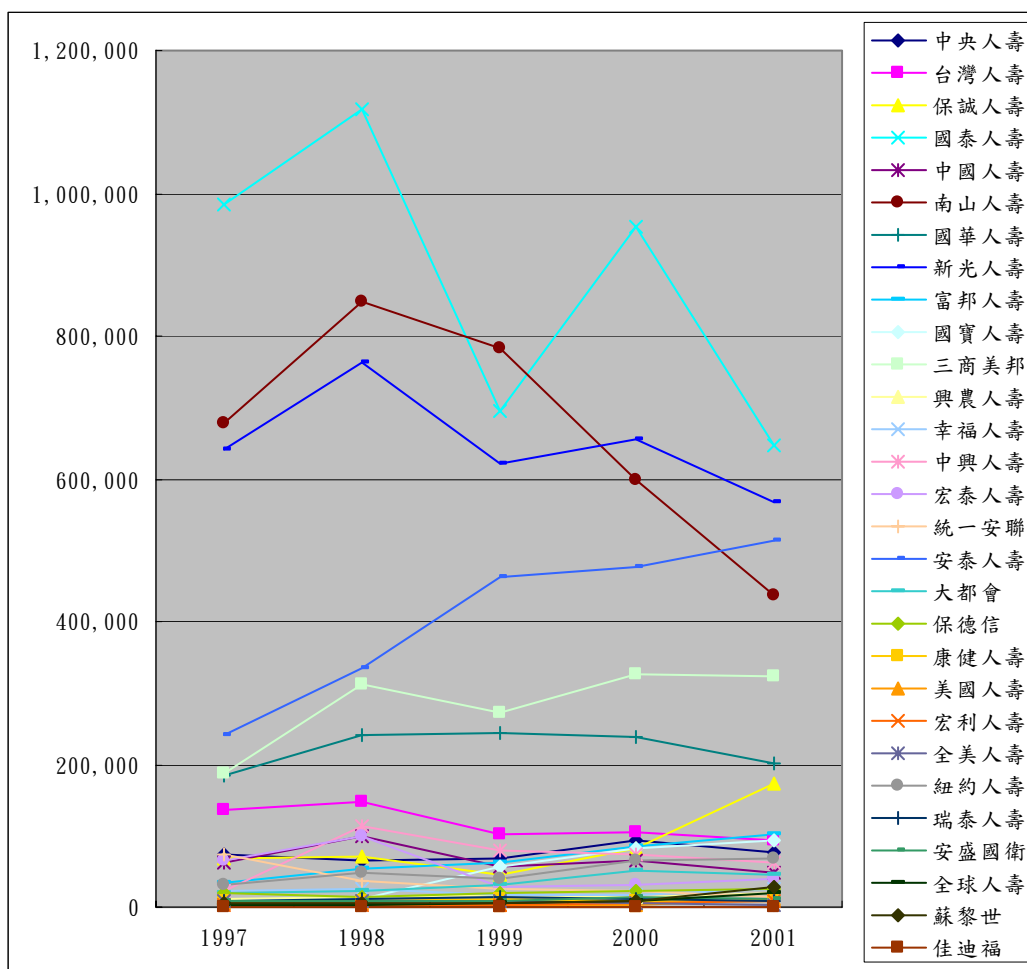


資料來源：保險年鑑 1997 年~2001 年。

(本研究整理)

由(圖 3-2-1)中可以看出，從 1997 年到 2001 年中，人壽保險有效契約保額佔前 3 名的為國泰人壽、南山人壽與新光人壽，以下並輔以 1997 年到 2001 年來的人壽保險新契約保單件數(圖 3-2-1)做佐證，亦是得到相同的結果，因此本研究以國泰人壽、南山人壽與新光人壽為研究對象。

圖 3-2-2 臺灣的人壽保險公司歷年新契約保單件數



資料來源：保險年鑑 1997 年~2001 年。
(本研究整理)

第三節 馬可夫鏈的運用

馬可夫鏈理論

蘇俄數學家馬可夫專長從事數論和機率論方面的研究，隨機過程裡的馬可夫鏈 (Markov chain) 即為馬可夫於 1907 年所提出的一篇論文而得名，他並將馬可夫鏈的概念應用於物理學、生物學和語言學上。經過將近一世紀的研究發展，馬可夫鏈理論已趨成熟地步，近代

學者也廣泛應用馬可夫鏈處理許多自然現象或社會科學問題，利用現有資訊建立模型，預測未來狀況。茲將馬可夫鏈理論說明如下：

馬可夫鏈是一種模擬隨機行為的機率模式，馬可夫發現，一連串隨機試驗之機率移轉過程中，第 n 次試驗結果往往只決定於前一次（第 $n-1$ 次）試驗結果，而與更先前（第 $0, 1, 2, \dots, n-2$ 次）試驗結果無關。因此，「由一種狀態（state）（狀態是指每一次個別隨機試驗的過程所產生的結果）轉換到另一種狀態之過程中具有移轉機率（transition probability），且移轉機率可依據其前項狀態推算出來」的過程，稱為馬可夫程序（Markov process）。

馬可夫理論可以衡量持續發生、具有前後因果相循的、又屬於隨機性的動態過程，在數學上稱這種機率模式為隨機過程（stochastic processes）。舉個例子說明，市場上目前銷售的奶粉有甲、乙兩種品牌，另其代碼分別為 1 與 2。假定根據市場調查的結果，發現顧客購買的情形是目前使用甲牌奶粉的顧客下次仍然會購買甲牌奶粉占 60%；目前使用乙牌奶粉的顧客下次仍然會購買乙牌奶粉占 75%。以上的機率問題就是典型的馬可夫鏈問題，其中每一次購買就是一次個別的隨機試驗，稱每一次個別的隨機試驗為過程（step），所購買的品牌就是試驗中可能的結果，在馬可夫鏈中稱這些可能的結果為出象（output）或者是情況（state）。當隨機試驗的結果僅含有限個情況，

稱為有限馬可夫鏈 (finite Markov chain)，定義如下：

【定義】具有下列性質的機率過程稱為有限馬可夫鏈：

(1) 每一次個別的隨機試驗的結果必為有限情況 S_1, S_2, \dots, S_n 中某一個。

(2) 若某一次個別隨機試驗的結果為 S_i ，則下一次個別隨機試驗的結果是情況 S_j ，由情況 S_i 轉變成 S_j 的機率稱為轉移機率 (transition probability)，以 p_{ij} 表示之。轉移機率 p_{ij} 可安排成一矩陣 P 。

記 $P = [p_{ij}]_{n \times n}$ ，即

$$P = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{12} & \dots & p_{1n} \\ p_{21} & p_{22} & \dots & p_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ p_{n1} & p_{n2} & \dots & p_{nn} \end{bmatrix}$$

稱 P 為此馬可夫鏈的轉移矩陣 (transition matrix)。

馬可夫鏈的基本概念是利用機率與矩陣來表示。轉移矩陣 P 的元素均為機率值，因此矩陣內每一列 (ROW) 元素的加總值必須正好為一，數學符號表示如下：

$$(一) p_{ij} \geq 0, i = 1, 2, \dots, n; j = 1, 2, \dots, n;$$

$$(二) \sum_{j=1}^n p_{ij} = 1, i = 1, 2, \dots, n$$

上述所舉兩種品牌奶粉之例子，其轉移矩陣表示如下：

$$P = \begin{bmatrix} 0.60 & 0.40 \\ 0.25 & 0.75 \end{bmatrix}$$

其中每一個轉移機率 p_{ij} 所代表的意義如下：

$p_{11}=0.60$ 表示目前使用甲牌奶粉下次仍購買甲牌奶粉的機率

$p_{12}=0.40$ 表示目前使用甲牌奶粉下次改購買乙牌奶粉的機率

$p_{21}=0.25$ 表示目前使用乙牌奶粉下次改購買甲牌奶粉的機率

$p_{22}=0.75$ 表示目前使用乙牌奶粉下次仍購買乙牌奶粉的機率

馬可夫鏈是隨著時間週期 (period) 轉移，若隨機試驗的情況僅受上一次隨機試驗的情況所影響，稱為一階馬可夫鏈 (first order Markov chain)，以數學函數定義如下：

設隨機試驗過程 $\{X_s\}_{s=1,2,\dots,t,t+1}$ 中，第 $t+1$ 次隨機試驗的情況僅和第 t 次隨機試驗的情況有關，而和 $1, 2, \dots, t-1$ 次隨機試驗的情況無關；即：

$$\begin{aligned} & P\{ X_{t+1} = x_{t+1} \mid X_1 = x_1, X_2 = x_2, \dots, X_t = x_t \} \\ &= P\{ X_{t+1} = x_{t+1} \mid X_t = x_t \} \end{aligned}$$

而機率 $P\{ X_{t+1} = x_{t+1} \mid X_t = x_t \}$ 稱為情況由時間 t 期轉移到 $t+1$ 期情況的轉移機率，事實上轉移機率是一種條件機率，但在實際運算時利用矩陣的運算會較為方便。

若轉移矩陣不隨時間轉變而改變則稱為穩定型馬可夫鏈 (stationary Markov chain) 以數學函數表示，由情況 i 轉變成情

況 j 的轉移機率 P_{ij} ：

$$P\{ X_2 = j \mid X_1 = i \} = P\{ X_3 = j \mid X_2 = i \} = \dots P\{ X_{t+1} = j \mid X_t = i \}$$

$\forall t$

觀看國內使用馬可夫鏈研究方法在零售業、通訊業、金融業、電信業、醫療保健…等領域的研究中多不甚數，江長慈（2001）台灣地區行動電話行銷策略之研究，主要使用的方法是採用問卷調查法，先將馬可夫鏈的轉移矩陣算出，再去預測出各品牌行動電話市場佔有率；方琮雅（2001）桃園台地水域用地空間結構變遷之研究，運用馬可夫鏈模式推導出不同時期的土地利用變遷理論趨勢值，度量土地利用變遷的趨勢。在馬可夫鏈模式平衡矩陣的求得是利用地理資訊系統軟體 ARC/INFO 的空間套疊分析功能，套疊不同時期的數值土地利用資料，並以套疊後的數值資料，經由屬性分析的功能，以各種類土地利用變化為他種土地利用形式的比例為機率，製成轉變機率矩陣，接著重複自乘轉變機率矩陣，直到矩陣內各個數值不再發生變化為止，之後再將初始土地利用分佈矩陣乘上平衡矩陣，便可得各種類土地利用變遷的理論趨勢值，而此一數值反應出這一時期內的各種土地利用變遷程度。