

銀行保險研究發展中心調查報告 Survey Report

銀保通路業者對保障型保險的趨勢問卷調查

有效問卷：215 人

調查時間：2024 年 7 月

主辦單位：



國立政治大學商學院
CARDIF 銀行保險研究發展中心

協辦單位：



中華民國保險代理人商業同業公會

銀保通路業者對保障型保險的趨勢問卷調查 — 報告摘要

發現

A

金融業者普遍認為保障型商品為未來銀保通路趨勢，且潛力商品為傳統壽險；專注於市場需求強勁的險種，如傳統壽險、重大疾病險等有助於提升符合會計制度的趨勢並滿足消費者的需求

- 銀行業者及保險業者普遍認為保障型商品是未來銀保通路的趨勢（詳見 量化Q1）
- 銀行業者及保險業者認為銀保通路的現行主力商品為投資型商品 (72%)、類定存保單 (66.5%)、房貸壽險 (50.2%)（詳見 量化Q2）
- 銀行業者及保險業者普遍認為ICS、IFRS17導入後未來的主力商品是投資型保險 (54%)、傳統壽險 (49.8%)、及房貸壽險 (34.4%)（詳見 量化Q3）
- 壽險業高層主管認為在未來，投資型商品 (80%) 及傳統壽險 (63.6%) 是主力商品（詳見 量化Q3）

銀保通路業者對保障型保險的趨勢問卷調查 — 報告摘要

發現

B

金融業者認為ICS、IFRS17導入後對未來銀保通路保費收入影響傾向減少，而看待銀保通路銷售保障型商品上樂觀看待，尤其是銀行銷售端更為樂觀

- 整體銀行保險業者認為 IFRS17 或 ICS 的導入，對保費收入規模影響傾向是減少 (佔 39%) (詳見 量化Q4)
- 銀行業者及保險業者普遍認為銀行理專或行員對銷售保障型商品的態度是可以接受的 (詳見 量化Q5)
- 相比於壽險端 (高階主管 43.6%與一般專員 41.2%)，銀行第一線的理專 (73.3%) 對於銷售保障型商品更為樂觀 (詳見 量化Q5)
- 銀行業者及保險業者認為對消費者可以接受在銀保通路購買保障型商品 (詳見 量化Q6)
- 銀行業者及保險業者普遍認為最不適合銀保通路銷售的商品為長照險 (76.3%)、實支實付醫療險 (74.0%)、重大傷病險 (71.6%) (詳見 量化Q7)

銀保通路業者對保障型保險的趨勢問卷調查 — 報告摘要

發現 C 金融業者普遍認為保障型商品複雜難以訓練、後續服務麻煩； 另銀行端也擔心容易引發消費爭議

- 整體銀行業者及保險業者普遍認為銀保通路銷售保障型商品的挑戰在**保障型商品複雜需要更多訓練 (78.1%)**、**後續服務比較麻煩 (64.2%)**（詳見 量化Q8）
- 相較於其他組別，壽險業者普遍對保障型商品複雜需要更多訓練 (94.5%) 更不樂觀；銀行保代端則最擔心後續服務 (69.2%)、保障型商品需要更多訓練 (64.1%)、以及容易引發消費爭議 (56.4%)（詳見 量化Q8）

銀保通路業者對保障型保險的趨勢問卷調查 — 報告摘要

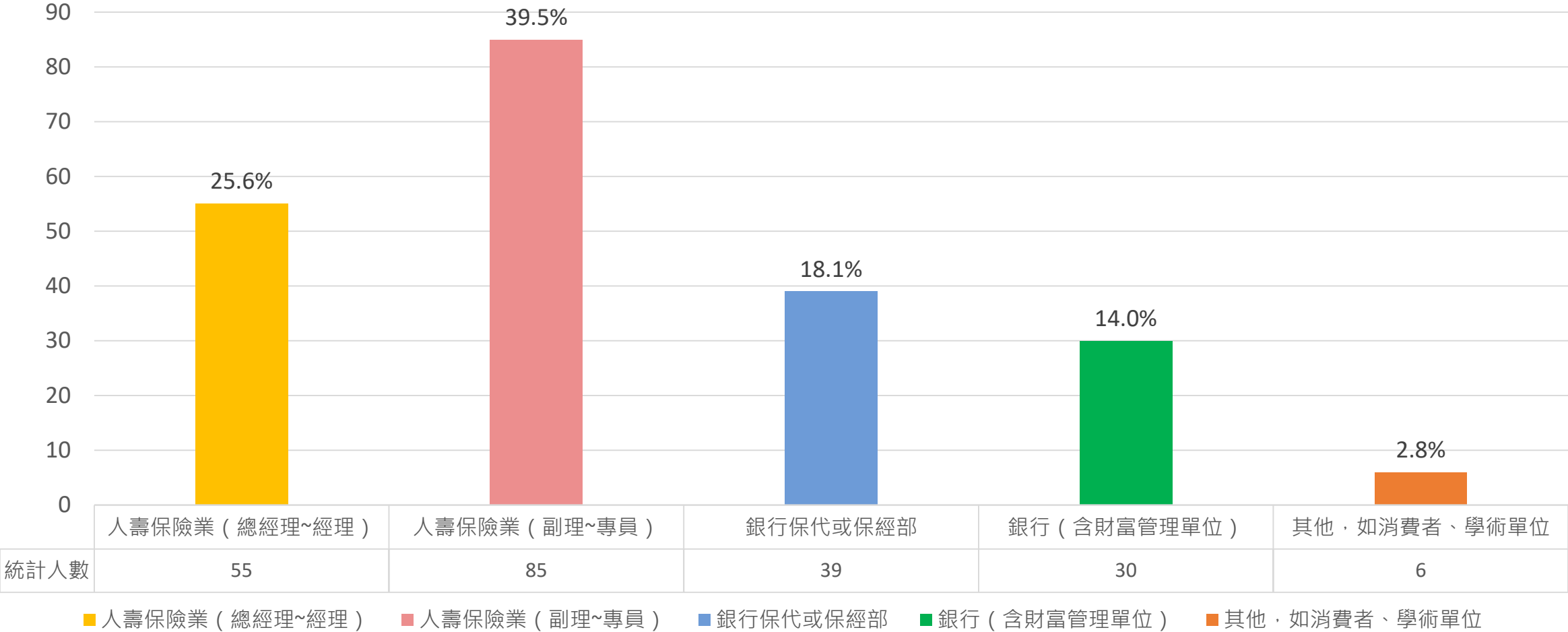
發現

D

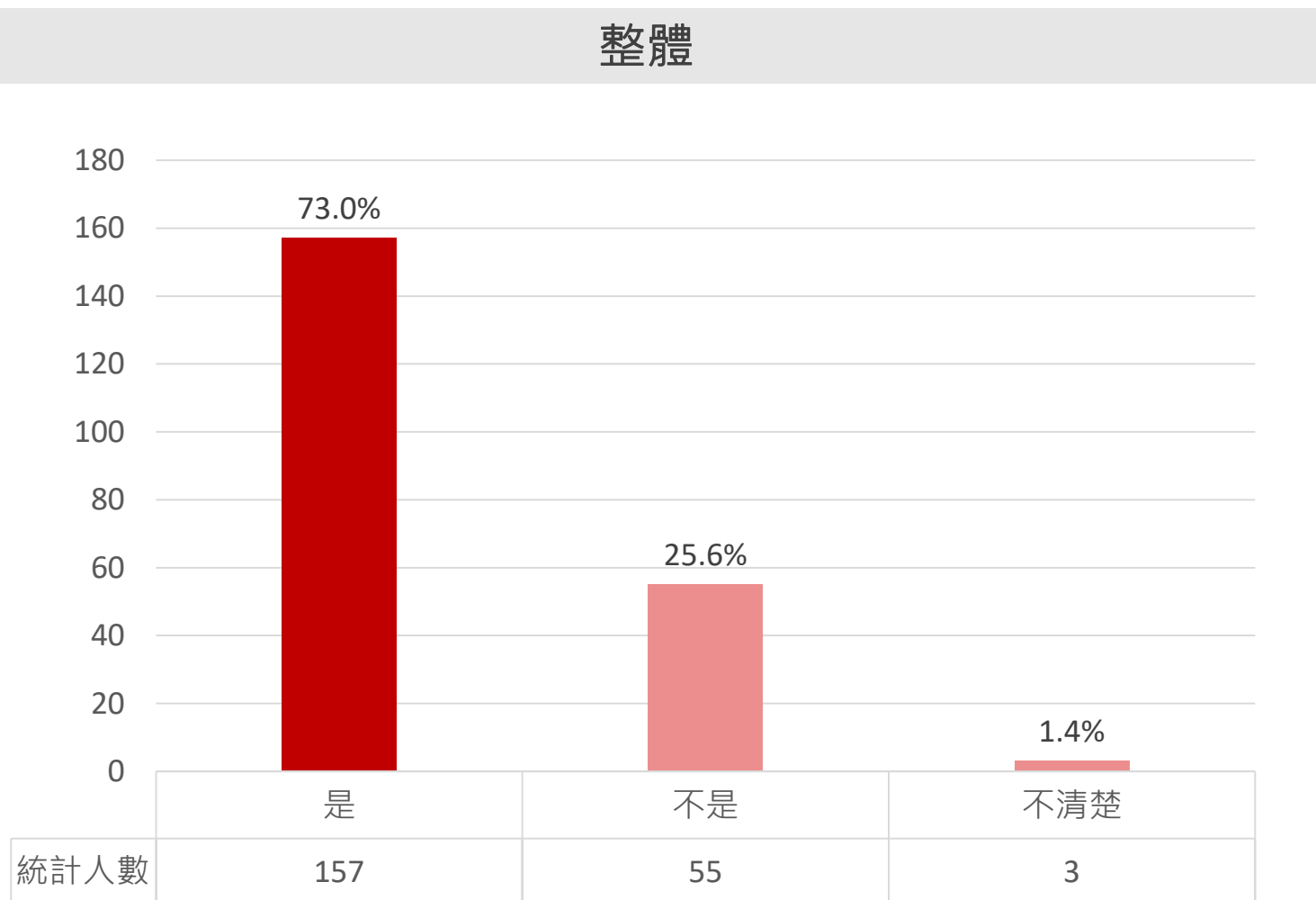
金融業者認為現行銀保通路數位化程度偏低，且監管部分偏強；
且消費者轉往數位移動的趨勢對銀保通路是負面影響

- 銀行業者及保險業者普遍認為客戶逐漸轉往數位移動，對銀保通路的業務是負面影響（詳見 量化Q9）
- 銀行業者及保險業者普遍認為銀行在銷售保險時的數位化程度偏低（詳見 量化Q10）
- 銀行業者及保險業者普遍認為銀行保險數位化的監管強度稍微偏強（詳見 量化Q11）

受訪者職業別分布



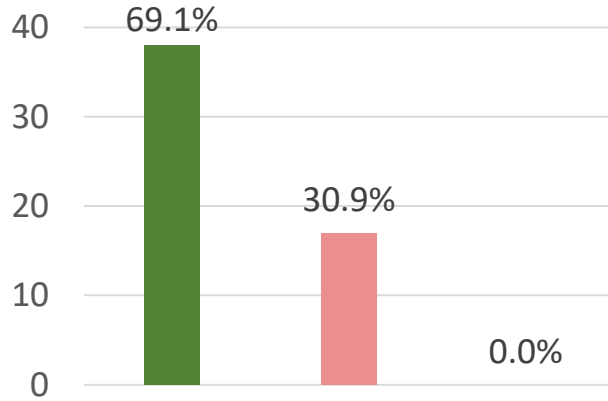
1. 您覺得銀行通路未來要銷售更多保障型商品（如長照險、壽險、意外險、醫療險等）是一種必然的趨勢嗎？



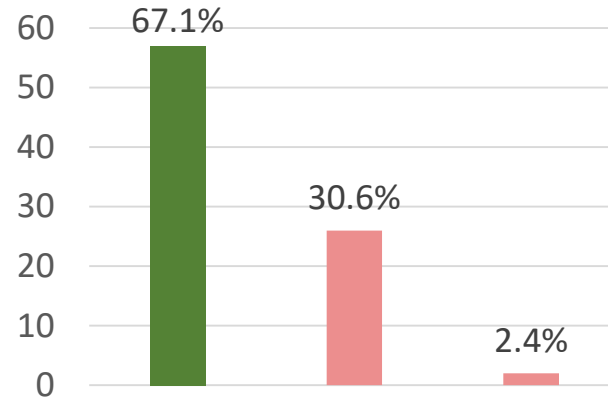
整體分析：銀行業者及保險業者普遍認為“保障型商品是未來銀保通路的趨勢”

1. 您覺得銀行通路未來要銷售更多保障型商品（如長照險、壽險、意外險、醫療險等）是一種必然的趨勢嗎？

人壽保險業（總經理～經理）

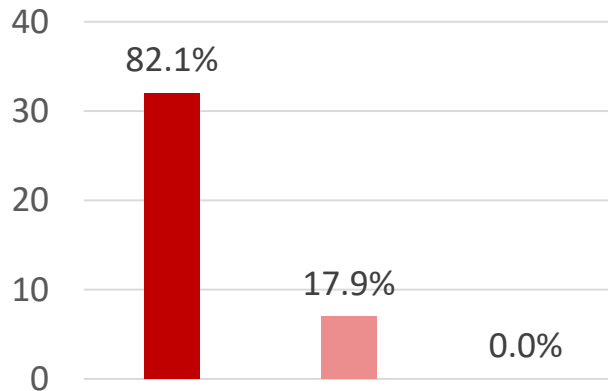


人壽保險業（副理～專員）

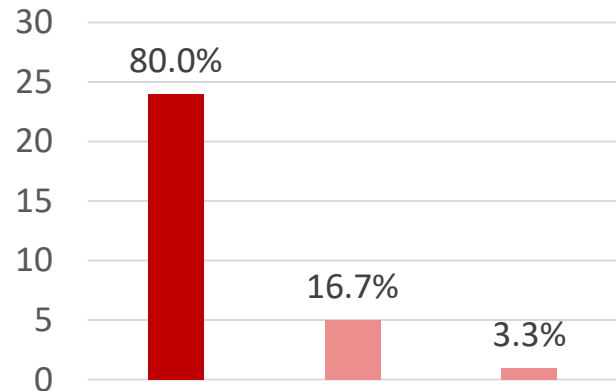


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



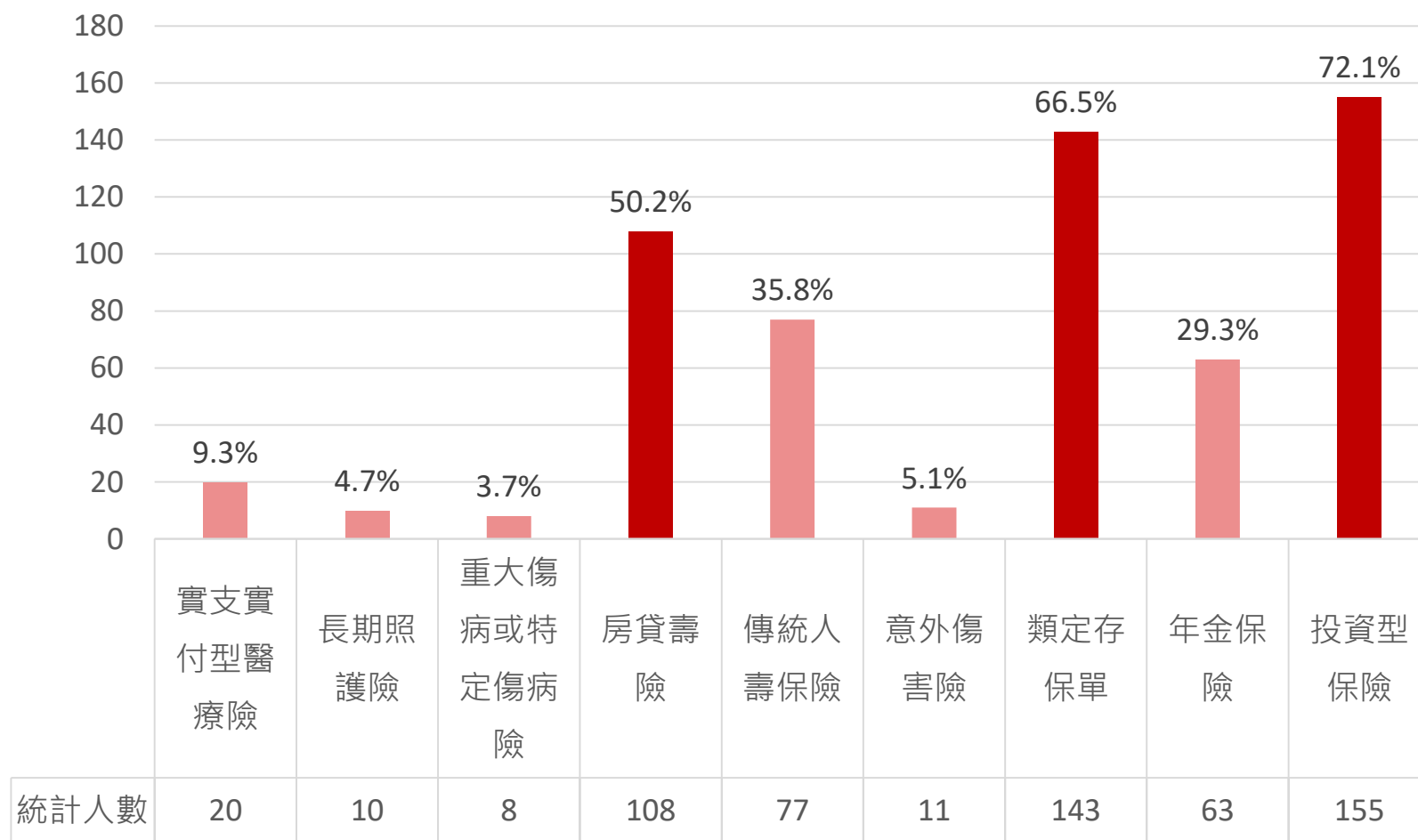
銀行（含財富管理單位）



相比壽險端 (67.1%-69.1%)，銀行端 (80.0%-82.1%) 更認為銷售保障型商品是必然趨勢

2. 您認為目前銀保通路現行的主力商品會是哪些？

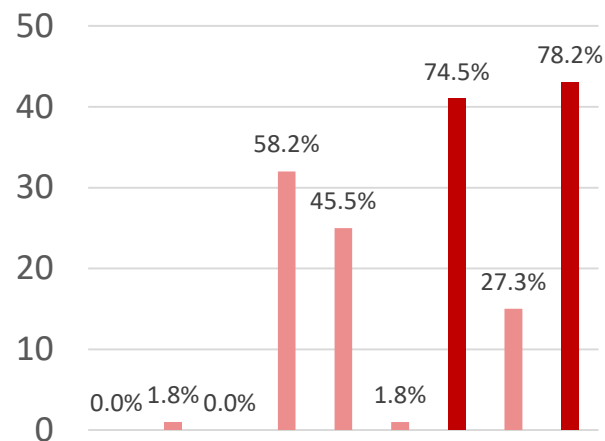
整體



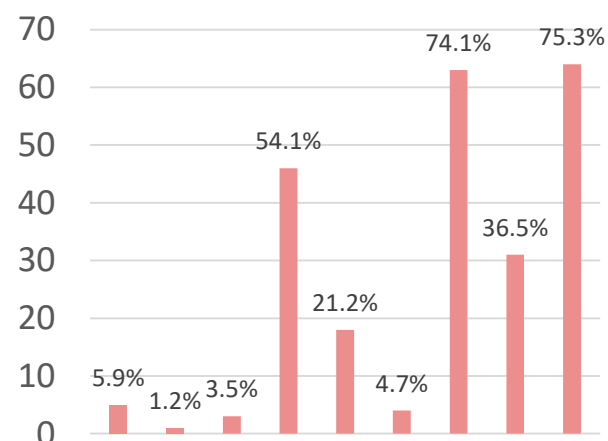
現行銀行業者及保險業者認為銀保通路的主力商品為**投資型商品 (72%)**、**類定存保單 (66.5%)**、**房貸壽險 (50.2%)**

2. 您認為目前銀保通路現行的主力商品會是哪些？

人壽保險業（總經理～經理）

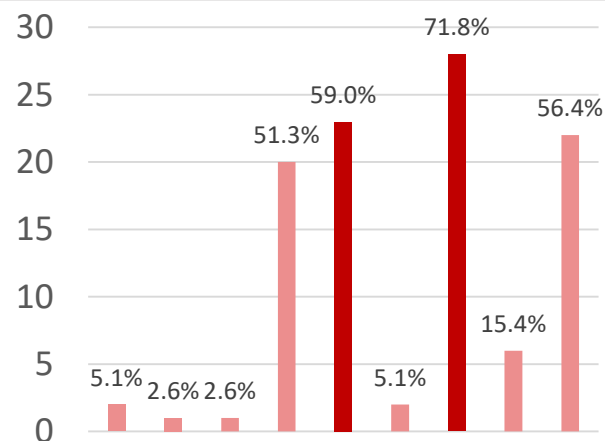


人壽保險業（副理～專員）

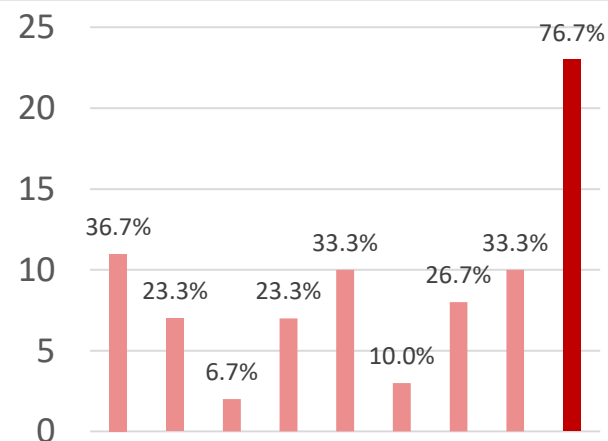


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



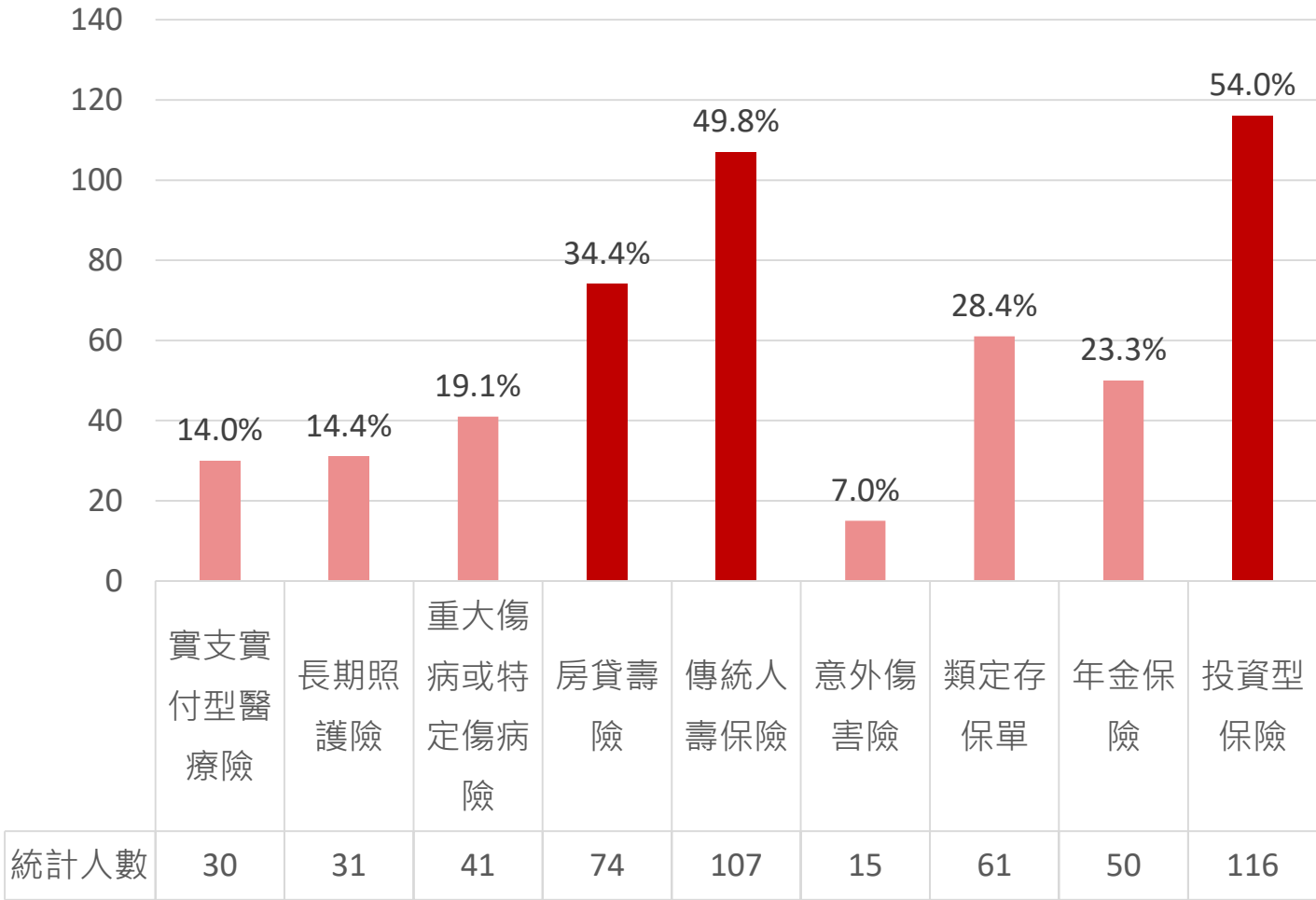
銀行（含財富管理單位）



壽險高階主管認為其主力商品為投資型商品 (78.2%)、類定存保單 (74.5%)；銀行保代或保經代認為其主力商品為類定存保單 (71.8%)、房貸壽險 (59.0%)；銀行理專認為其主力商品為投資型保單 (76.7%)

3. 隨 ICS、IFRS17 的會計制度導入，您估計未來銀行通路的主力商品會是？

整體



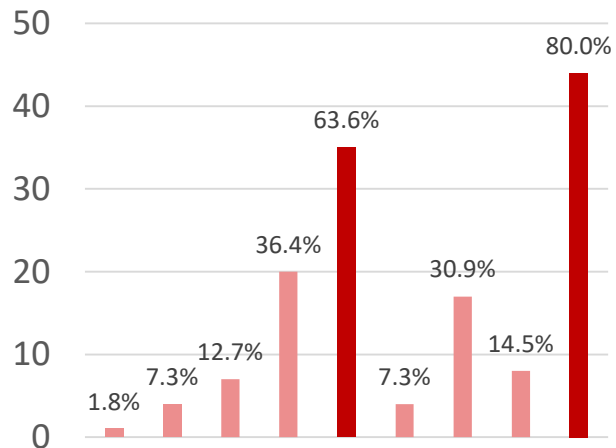
產品類型	產品名稱	市場優勢
重大疾病險	CI (活力成家)	健康風險意識提升，需求持續增長
附加意外險	CI PA riders (放心寶倍 / 福氣寶貝)	提升保障全面性，適合綜合保障方案
定額給付型醫療險	OYT medical package (醫療補充包)	定額給付靈活，吸引注重醫療保障的客戶
投資型保單	UL (投資型保單)	符合財富增值與保障需求，吸引年輕及高收入客戶
傳統壽險	分紅保單 (鴻運旺旺來)	穩定性高，滿足保守型投資者需求，提供長期保障與分紅機制

與法巴相關的保險商品列表

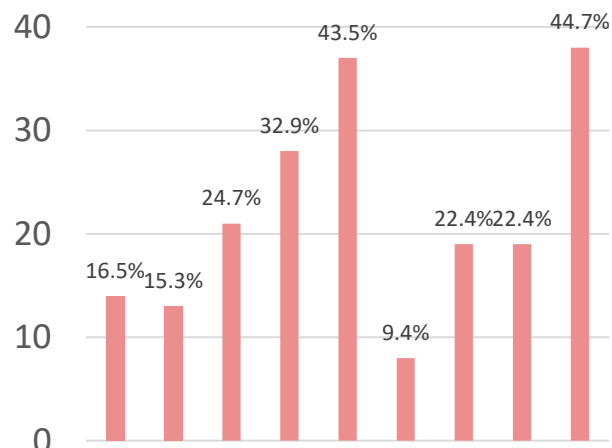
銀行業者及保險業者普遍認為未來的主力商品是投資型保險 (54%)、傳統壽險 (49.8%) 以及 房貸壽險 (34.4%)

3. 隨 ICS、IFRS17 的會計制度導入，您估計未來銀行通路的主力商品會是？

人壽保險業（總經理～經理）

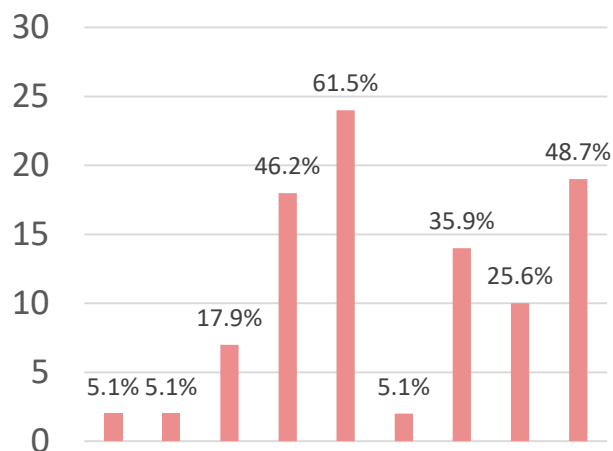


人壽保險業（副理～專員）

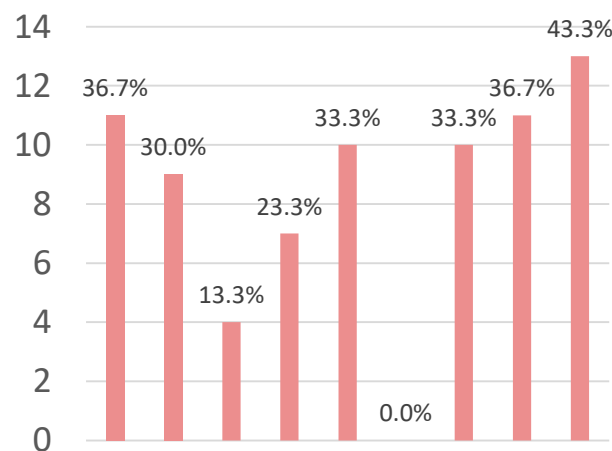


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



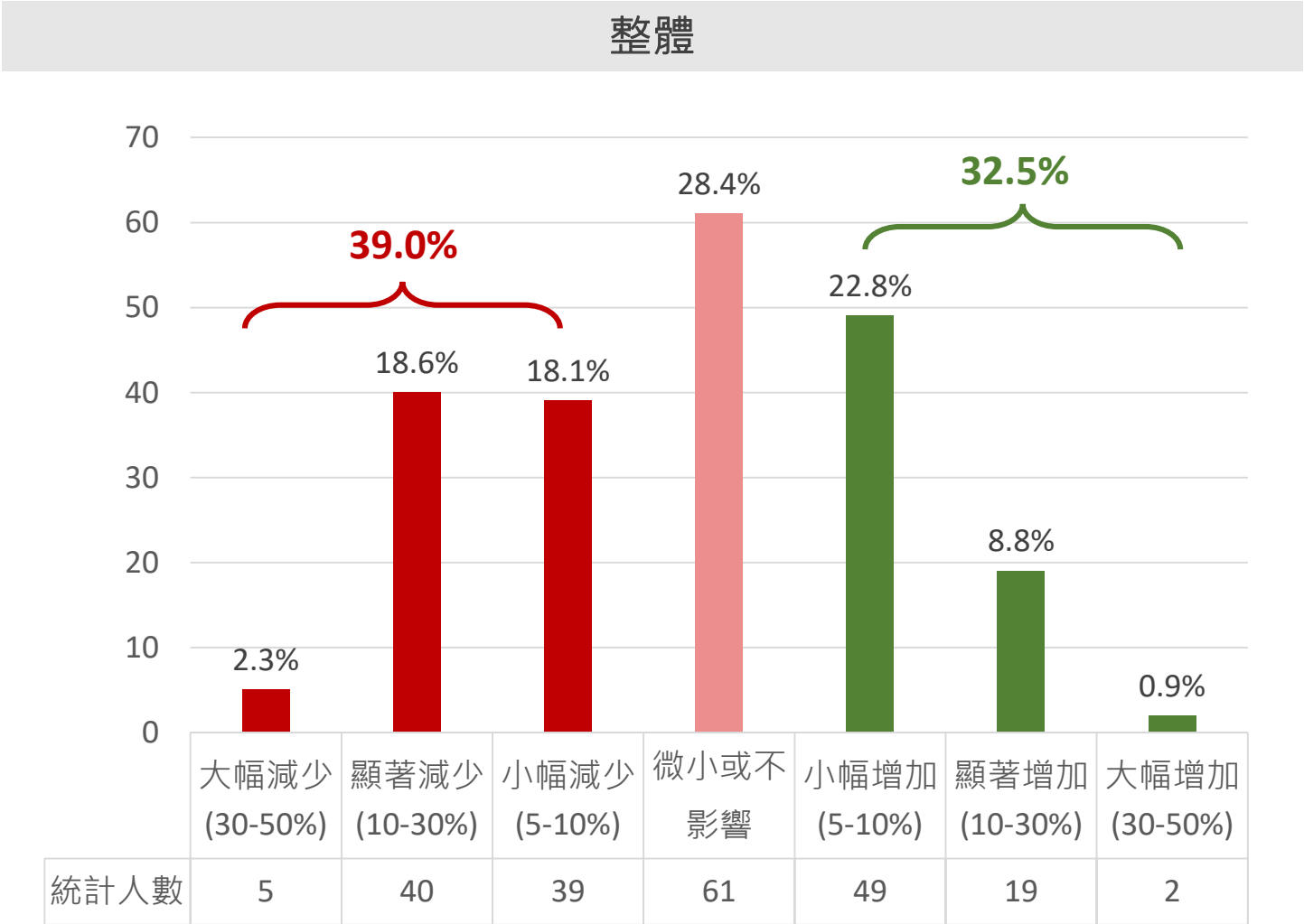
銀行（含財富管理單位）



業者認為相比於現在 (Q2) 有提高的險種包含：如「傳統壽險」、「重大傷病險」、「長照險」、「實支實付險」

壽險業高層主管認為在未來，投資型商品 (80%) 及傳統壽險 (63.6%) 是主力商品

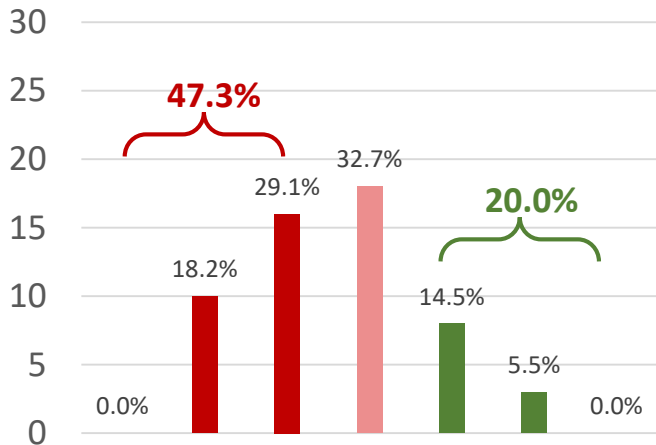
4. 隨 ICS、IFRS17 的會計制度導入，您估計未來銀行通路的保費收入規模會？



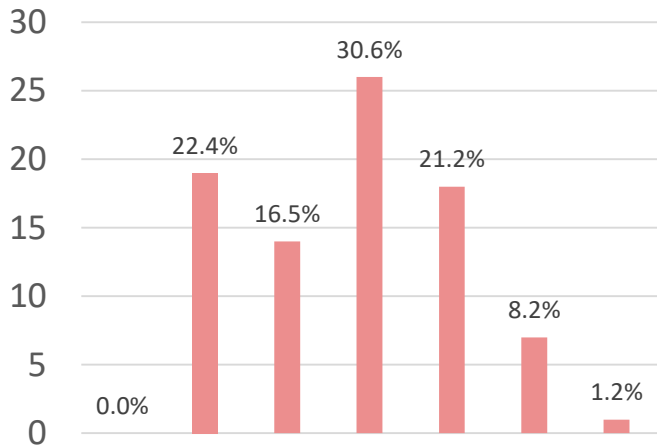
整體銀行業者及保險業者認為 IFRS17 或 ICS 的導入，對保費收入規模影響傾向是「減少」(佔 39%)

4. 隨 ICS、IFRS17 的會計制度導入，您估計未來銀行通路的保費收入規模會？

人壽保險業（總經理～經理）

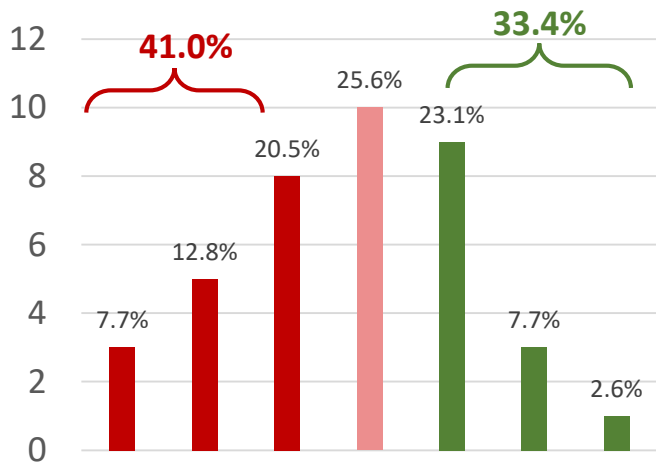


人壽保險業（副理～專員）

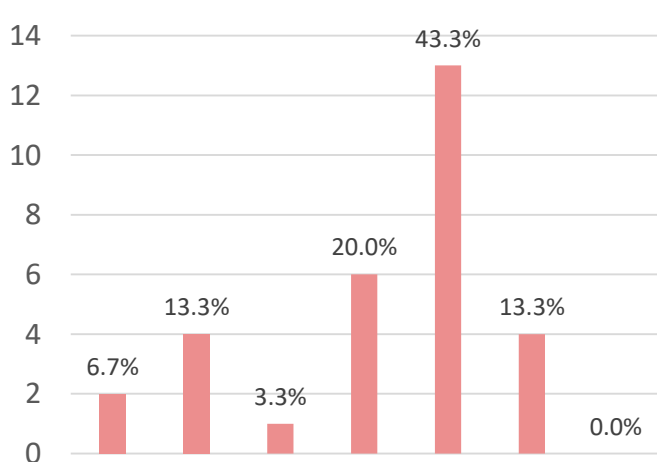


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



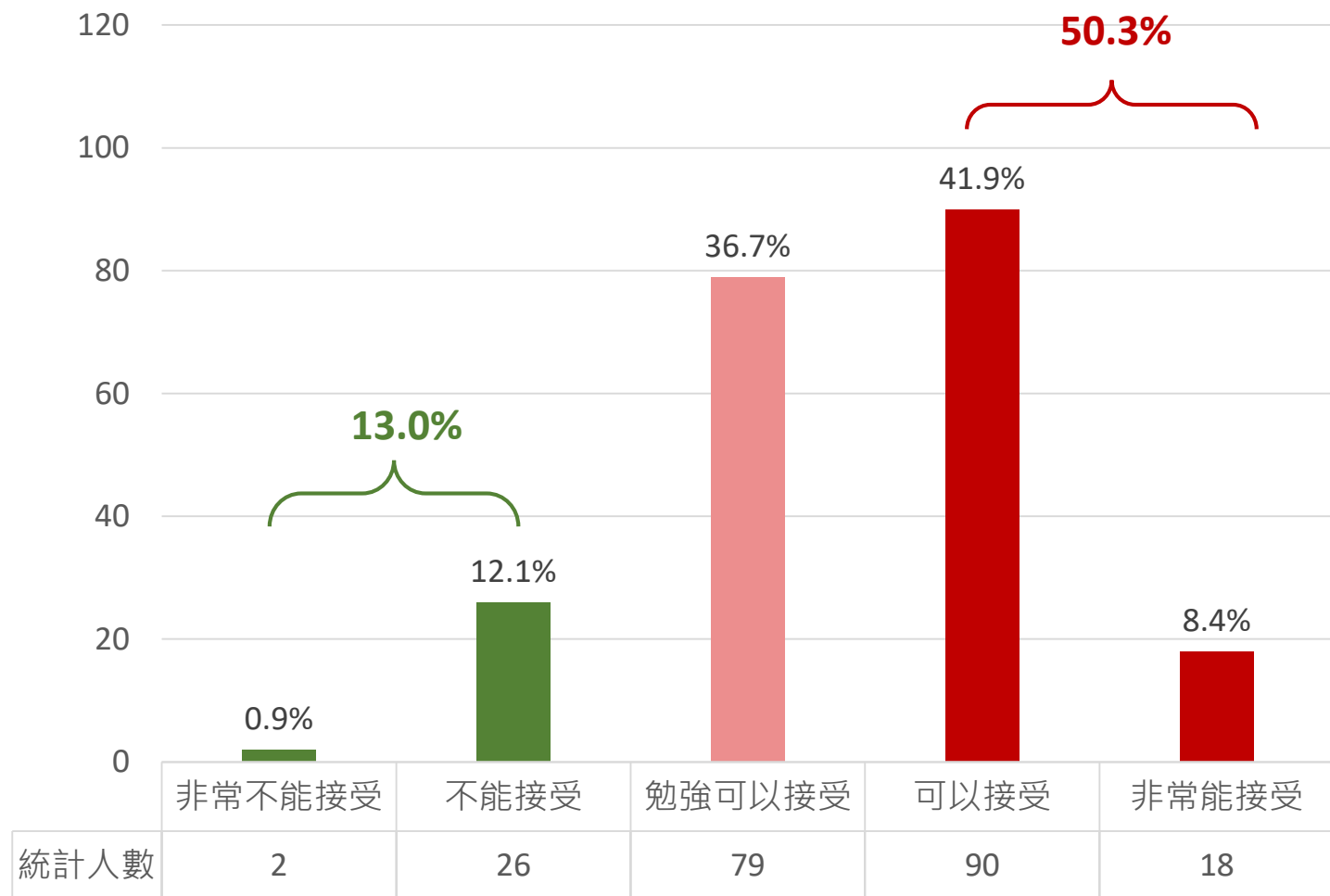
銀行（含財富管理單位）



壽險業高層主管與銀行保代，皆認為未來銀保通路的保費收入會較微減少一些

5. 您覺得「銀行理專或行員」對銷售「保障型商品」的態度是？

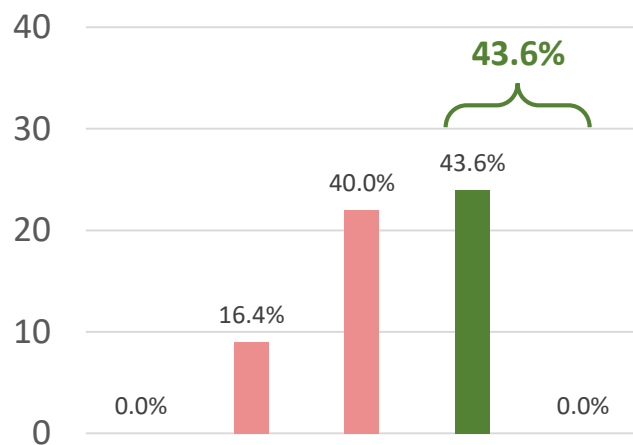
整體



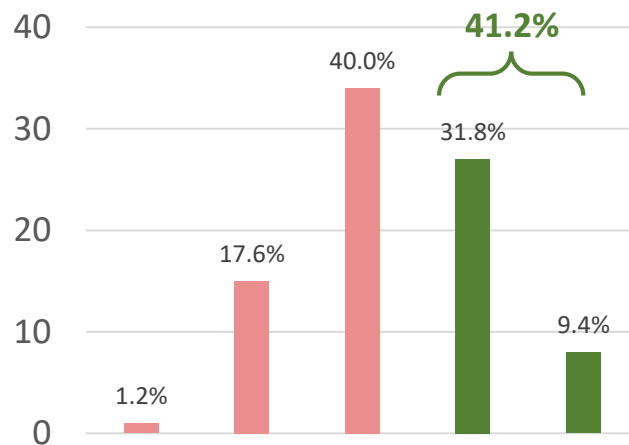
整體銀行業者及保險業者認為銀行理專或行員對銷售保障型商品的態度是**接受佔50.3%**，**不可接受佔13.0%**

5. 您覺得「銀行理專或行員」對銷售「保障型商品」的態度是？

人壽保險業（總經理～經理）

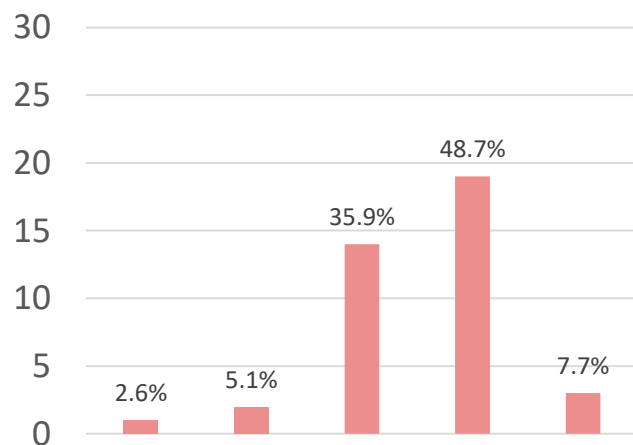


人壽保險業（副理～專員）

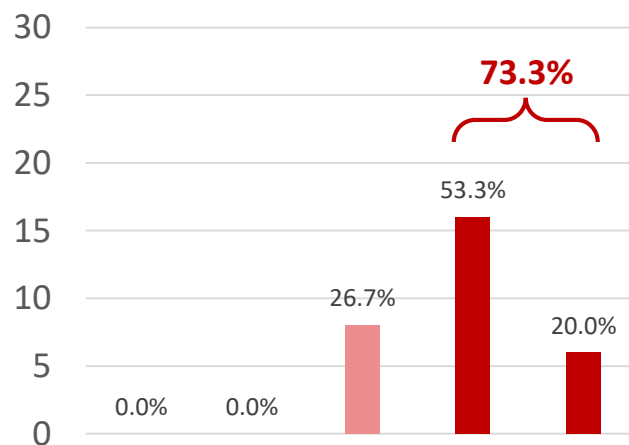


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部

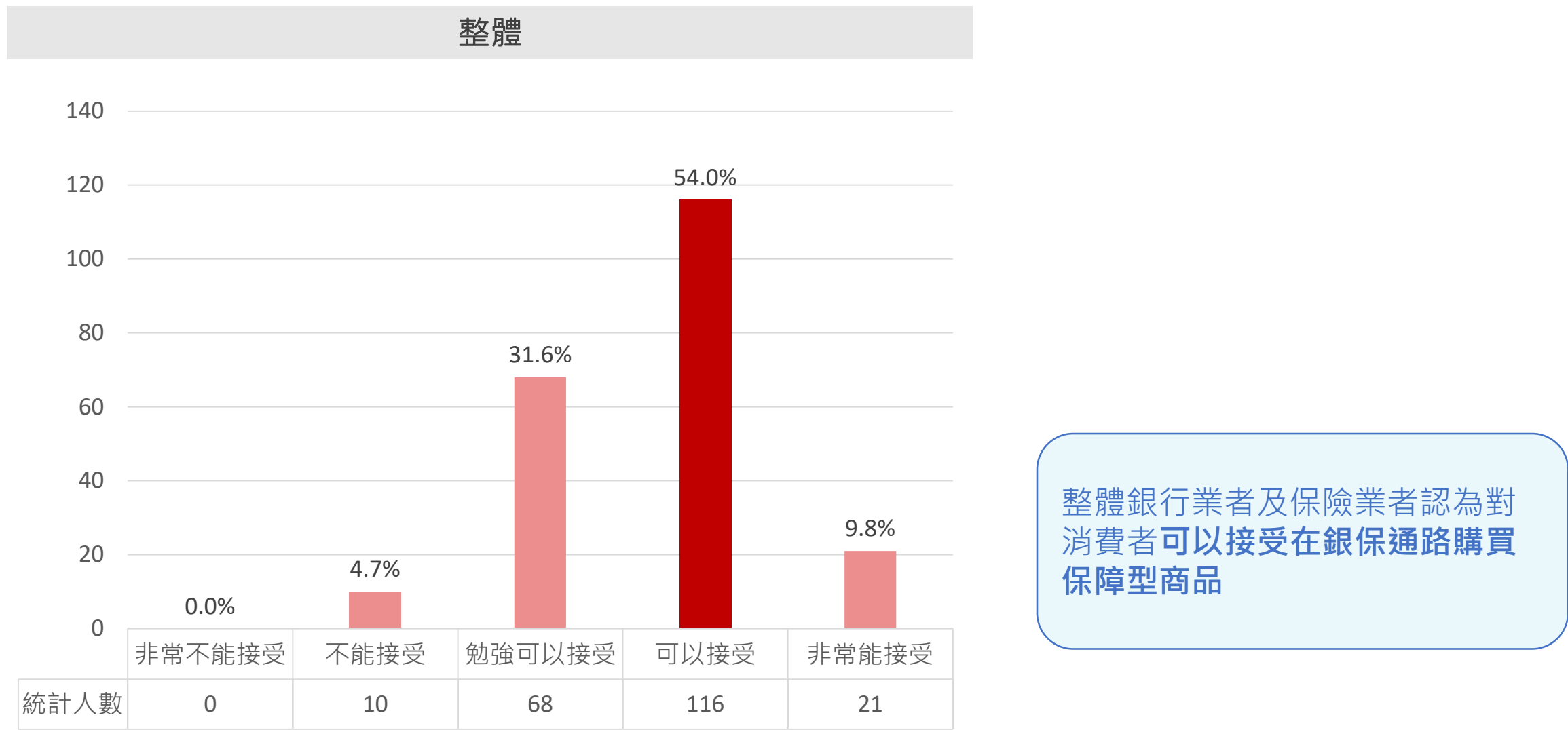


銀行（含財富管理單位）



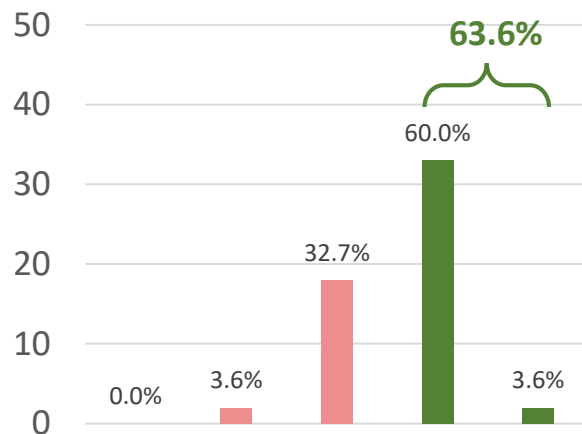
相比於壽險端（高階主管 43.6% 與一般專員 41.2%），銀行第一線的理專 (73.3%) 對於銷售保障型商品更為樂觀

6. 您認為目前「消費者」對於銀保通路銷售「保障型商品」的接受度如何？

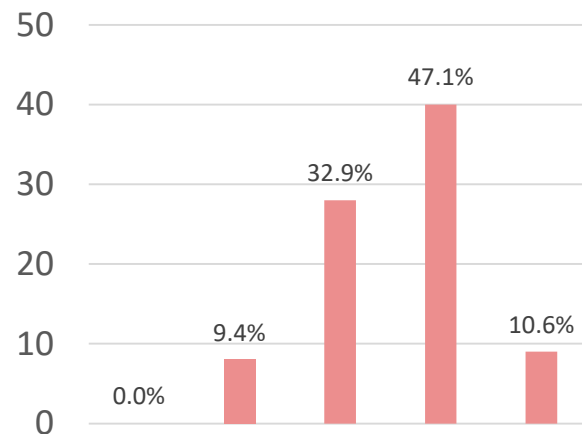


6. 您認為目前「消費者」對於銀保通路銷售「保障型商品」的接受度如何？

人壽保險業（總經理～經理）

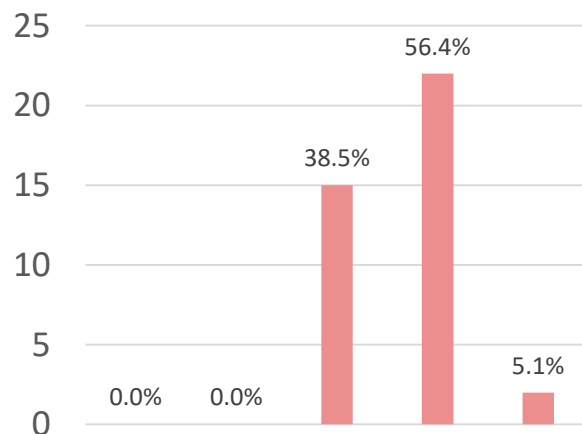


人壽保險業（副理～專員）

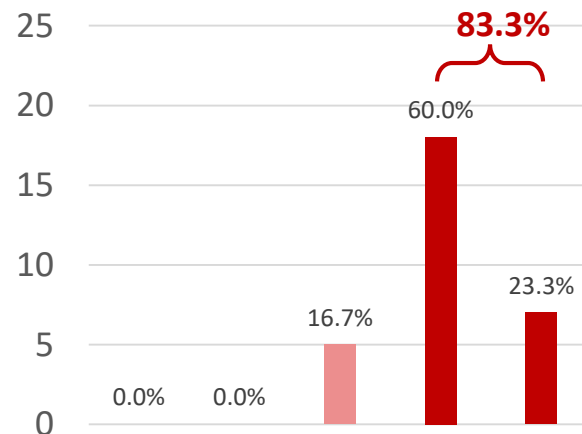


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



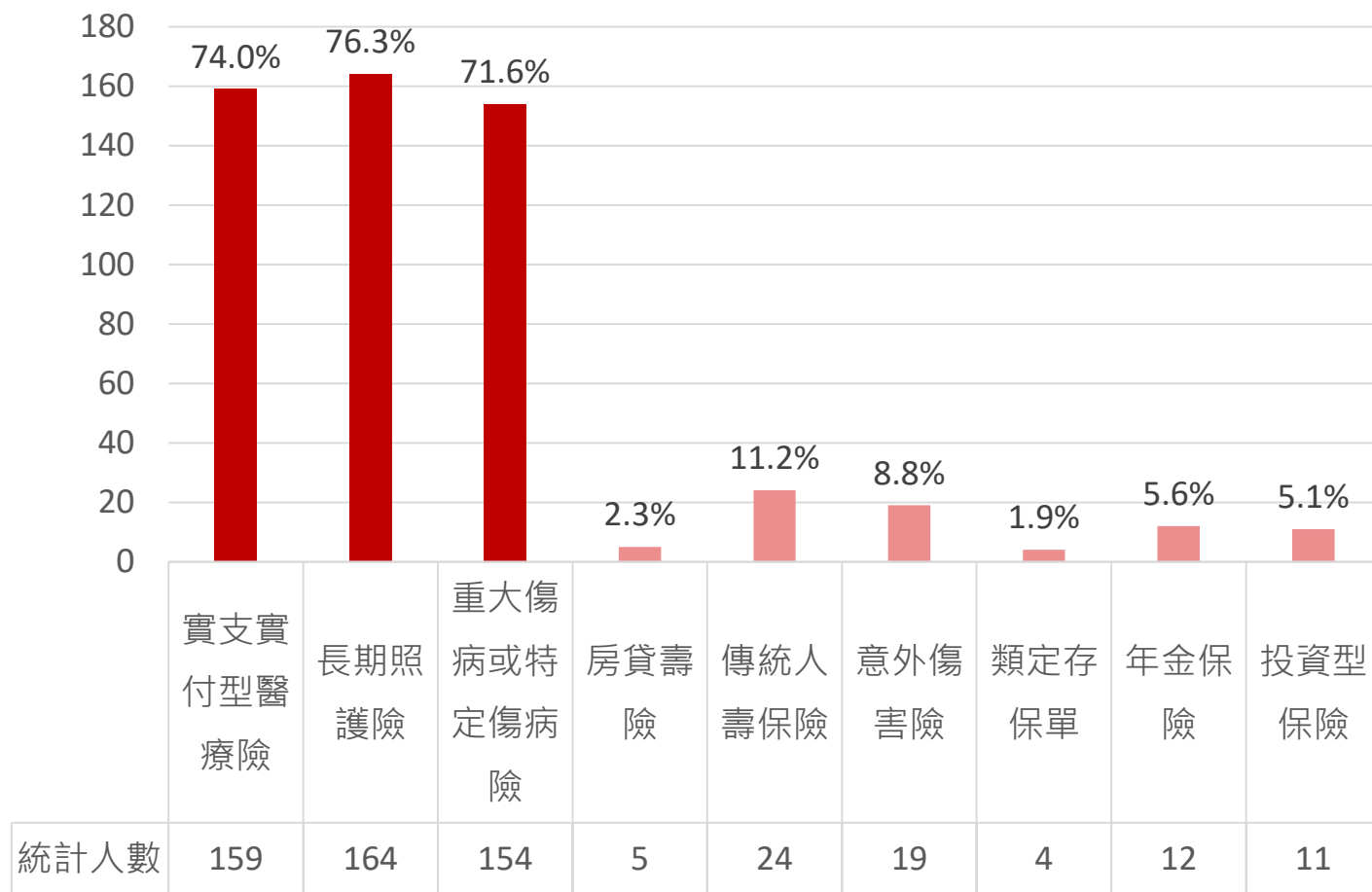
銀行（含財富管理單位）



相比於壽險高階主管 (63.6%)，銀行第一線的財富管理單位 (83.3%) 認為在銀保通路銷售保障型商品，消費者接受度高

7. 您覺得銀行通路最不擅長銷售哪一種保險商品？

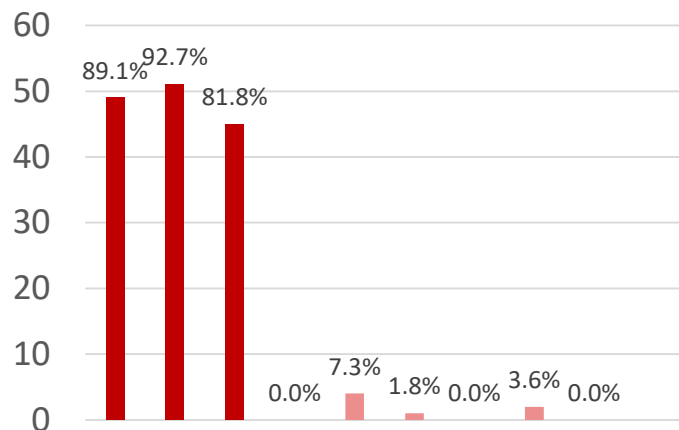
整體



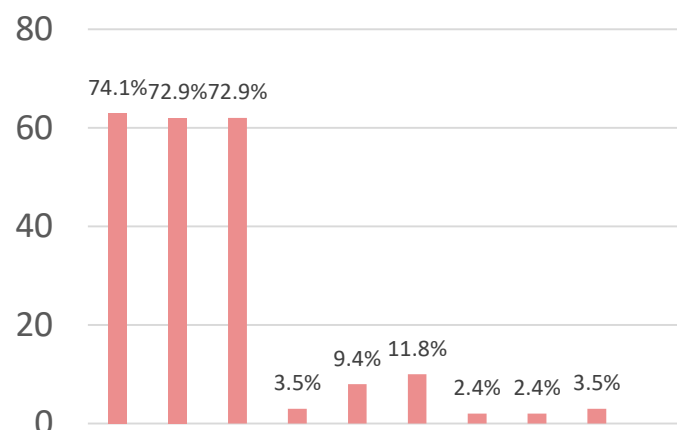
整體銀行業者及保險業者普遍認為最不適合銀保通路銷售的商品為**長期照險 (76.3%)**、**實支實付醫療險 (74.0%)** 以及**重大傷病險 (71.6%)**

7. 您覺得銀行通路最不擅長銷售哪一種保險商品？

人壽保險業（總經理～經理）

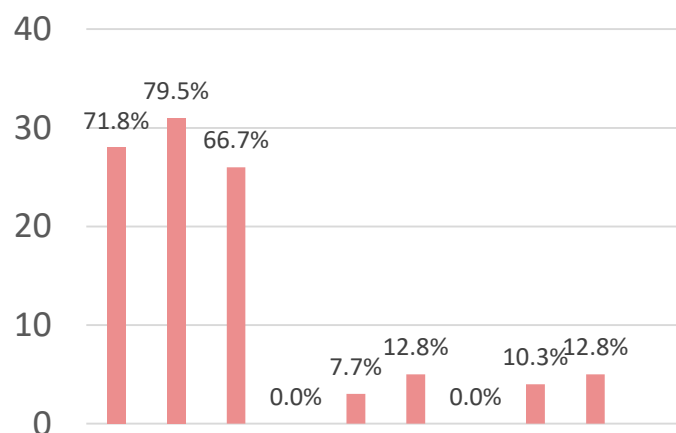


人壽保險業（副理～專員）

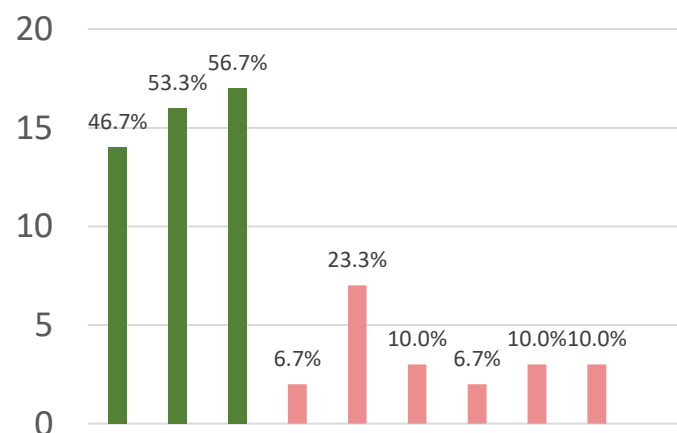


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部

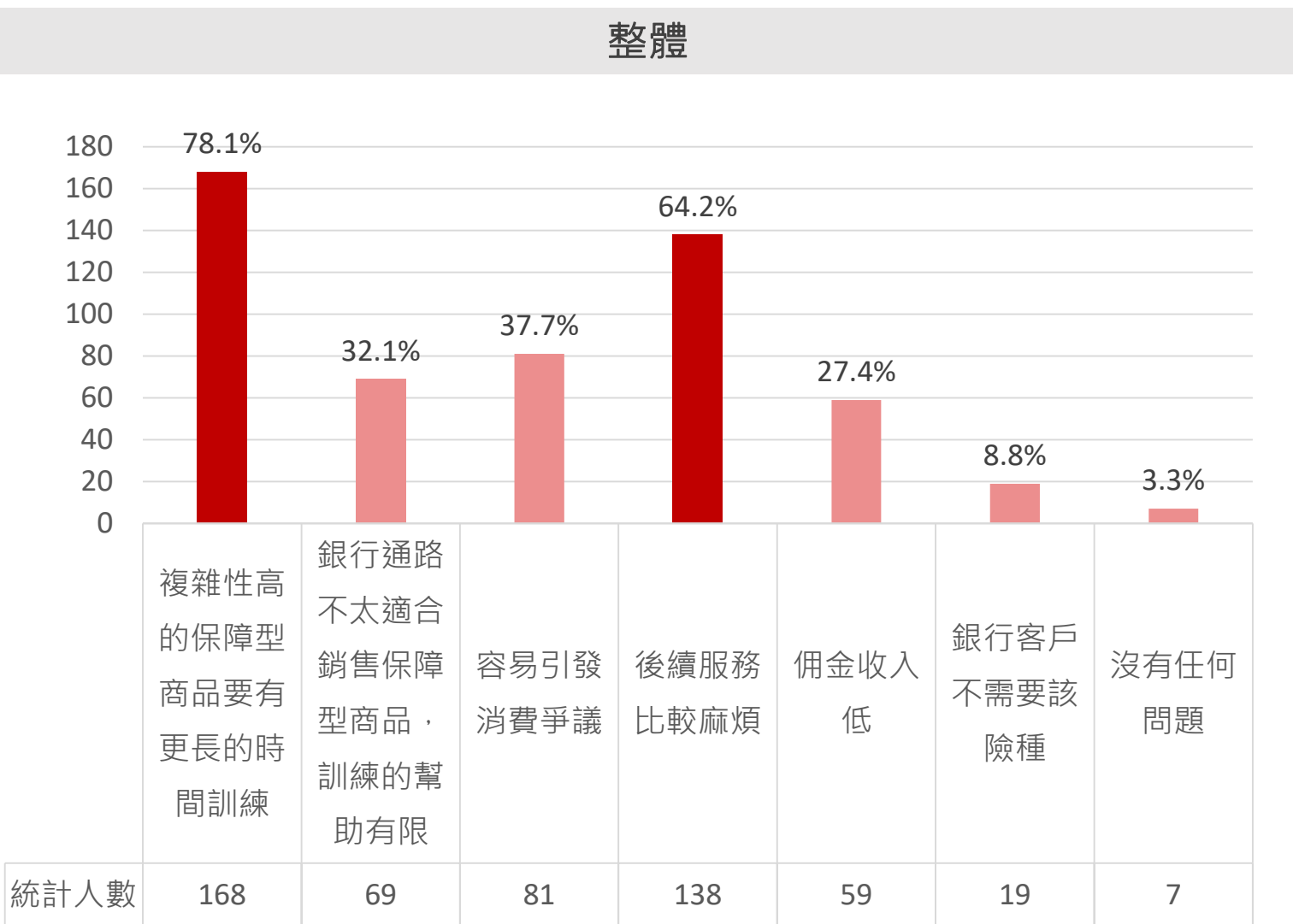


銀行（含財富管理單位）



壽險業高層主管對長照險 (92.7%)、實支實付醫療險 (89.1%)、重大傷病險 (81.8%) 在銀保通路販售更不樂觀；相比之下，銀行財富管理單位沒那麼不樂觀（長照險 (53.3%)、實支實付醫療險 (46.7%)、重大傷病險 (56.7%)）

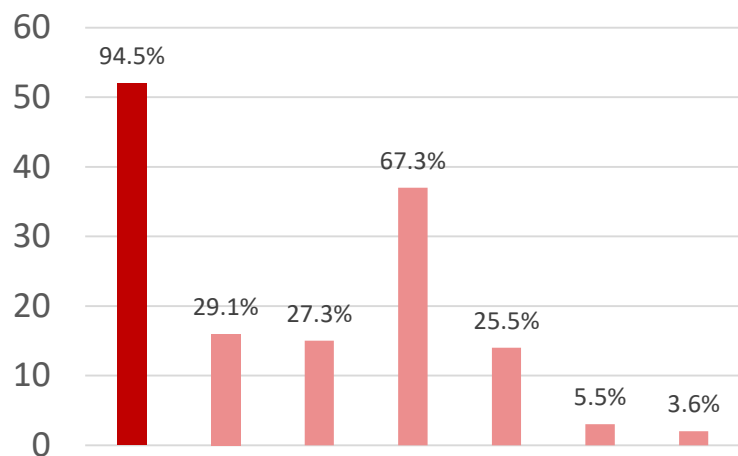
8. 您覺得目前銀行通路銷售保障型保險的挑戰為？



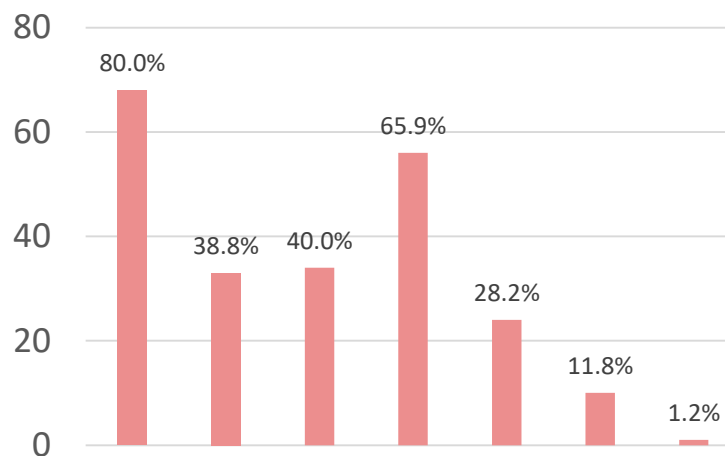
整體銀行業者及保險業者普遍認為銀保通路銷售保障型商品的挑戰在**保障型商品複雜需要更多訓練 (78.1%)**、**後續服務比較麻煩 (64.2%)**

8. 您覺得目前銀行通路銷售保障型保險的挑戰為？

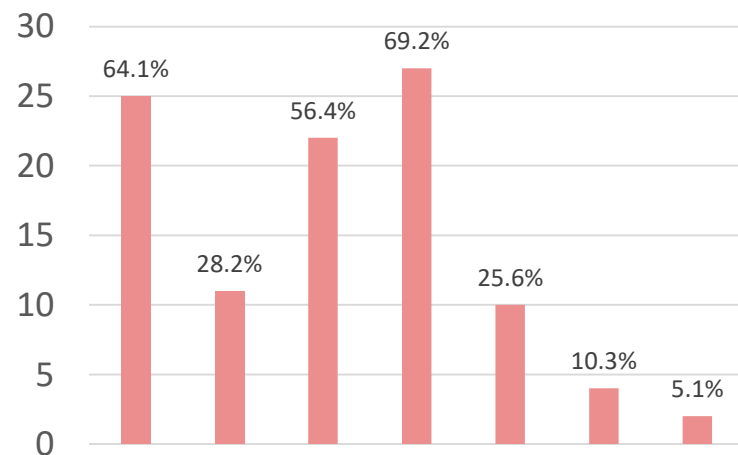
人壽保險業（總經理～經理）



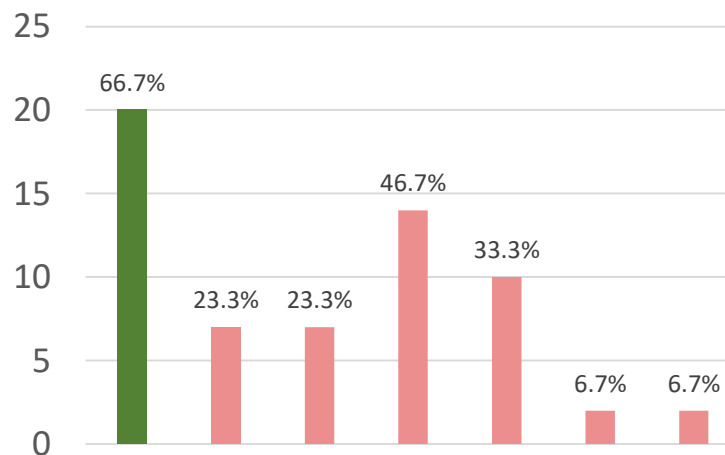
人壽保險業（副理～專員）



銀行保代或保經部



銀行（含財富管理單位）

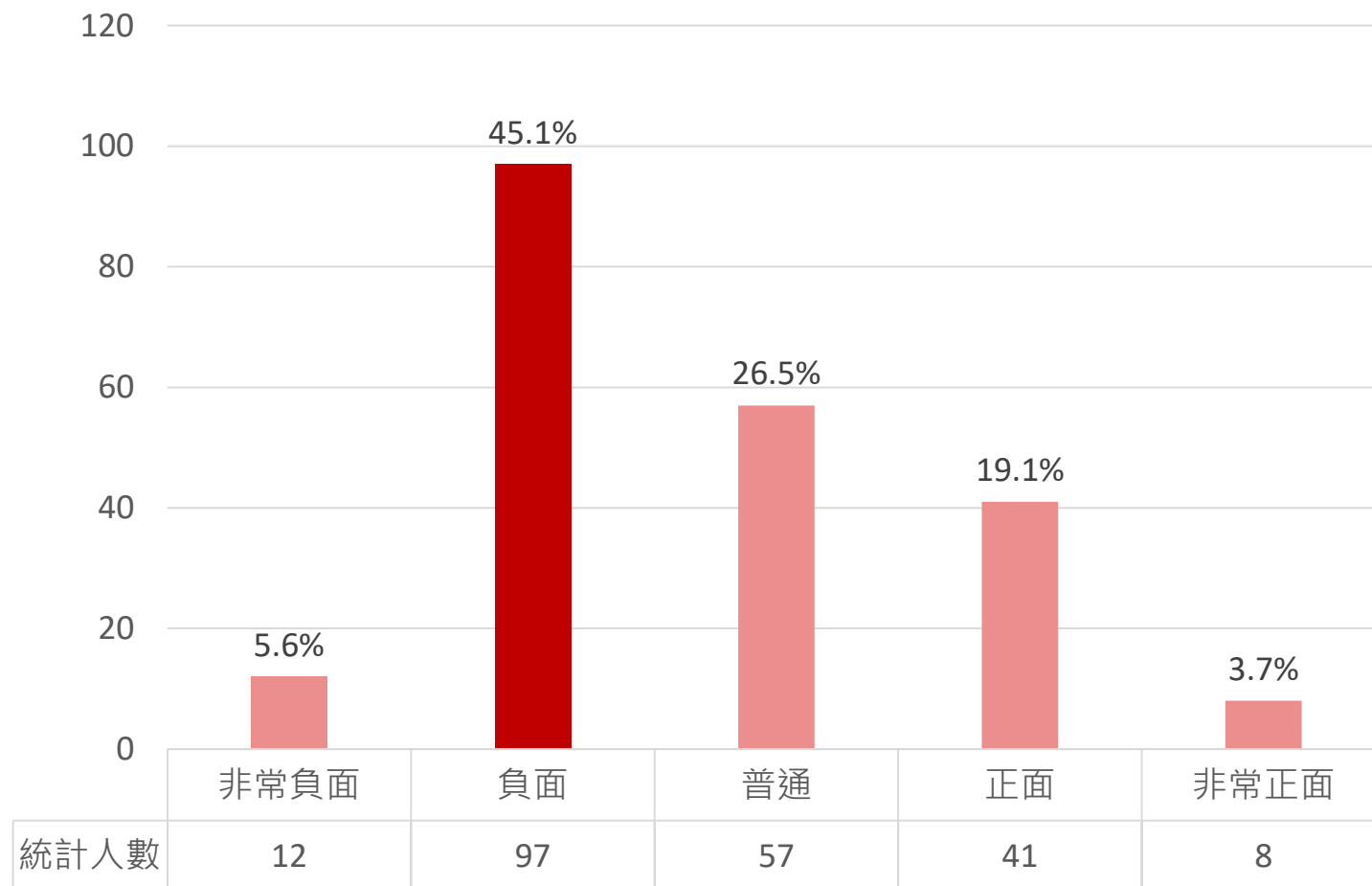


註：排序項目同上一頁（整體）

壽險高階主管對保障型商品複雜需要更多訓練 (94.5%) 最為保守謹慎，銀行財富管理則僅稍顯樂觀 (66.7%)

9. 您認為客戶大量透過網路銀行，而越來越少到實體分行，對未來銀行銷售銀保業務之影響是？

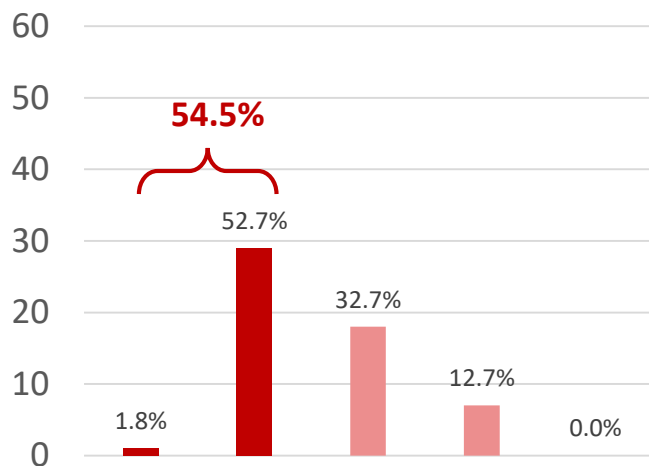
整體



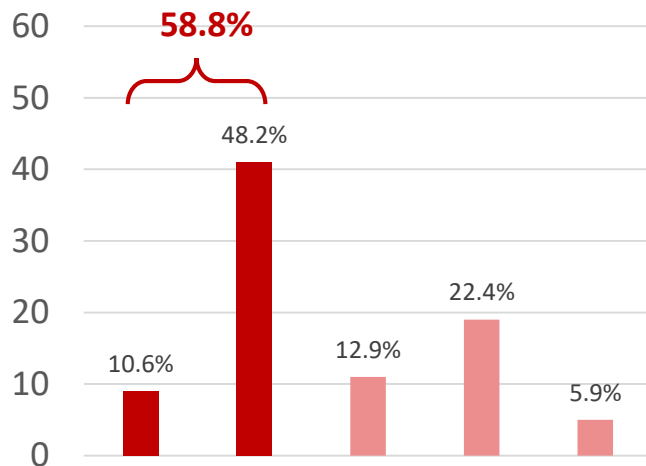
整體銀行業者及保險業者普遍認為客戶逐漸轉往數位移動，對銀保通路的業務是**負面影響**

9. 您認為客戶大量透過網路銀行，而越來越少到實體分行，對未來銀行銷售銀保業務之影響是？

人壽保險業（總經理～經理）

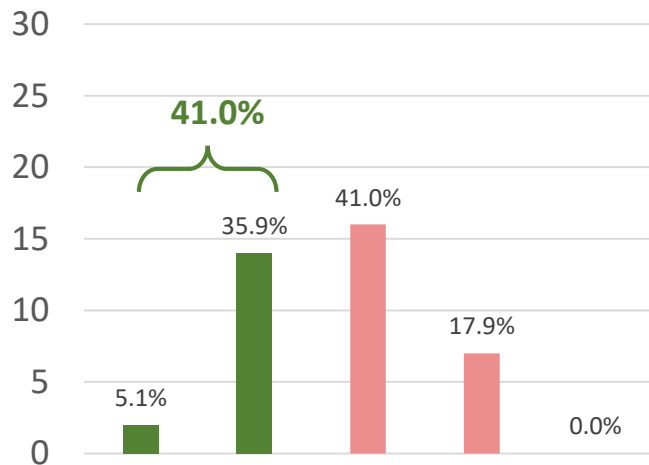


人壽保險業（副理～專員）

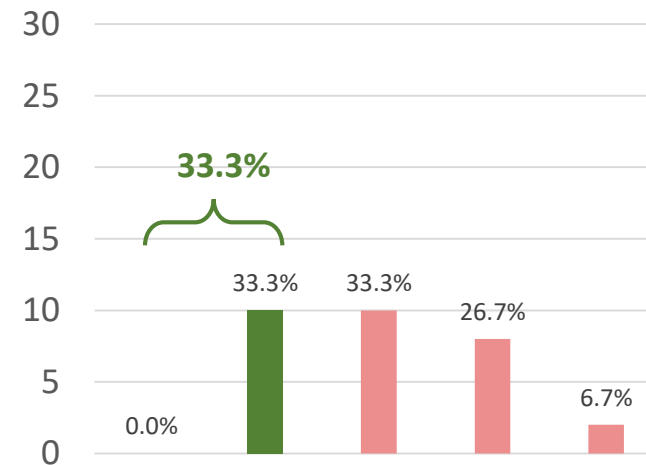


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



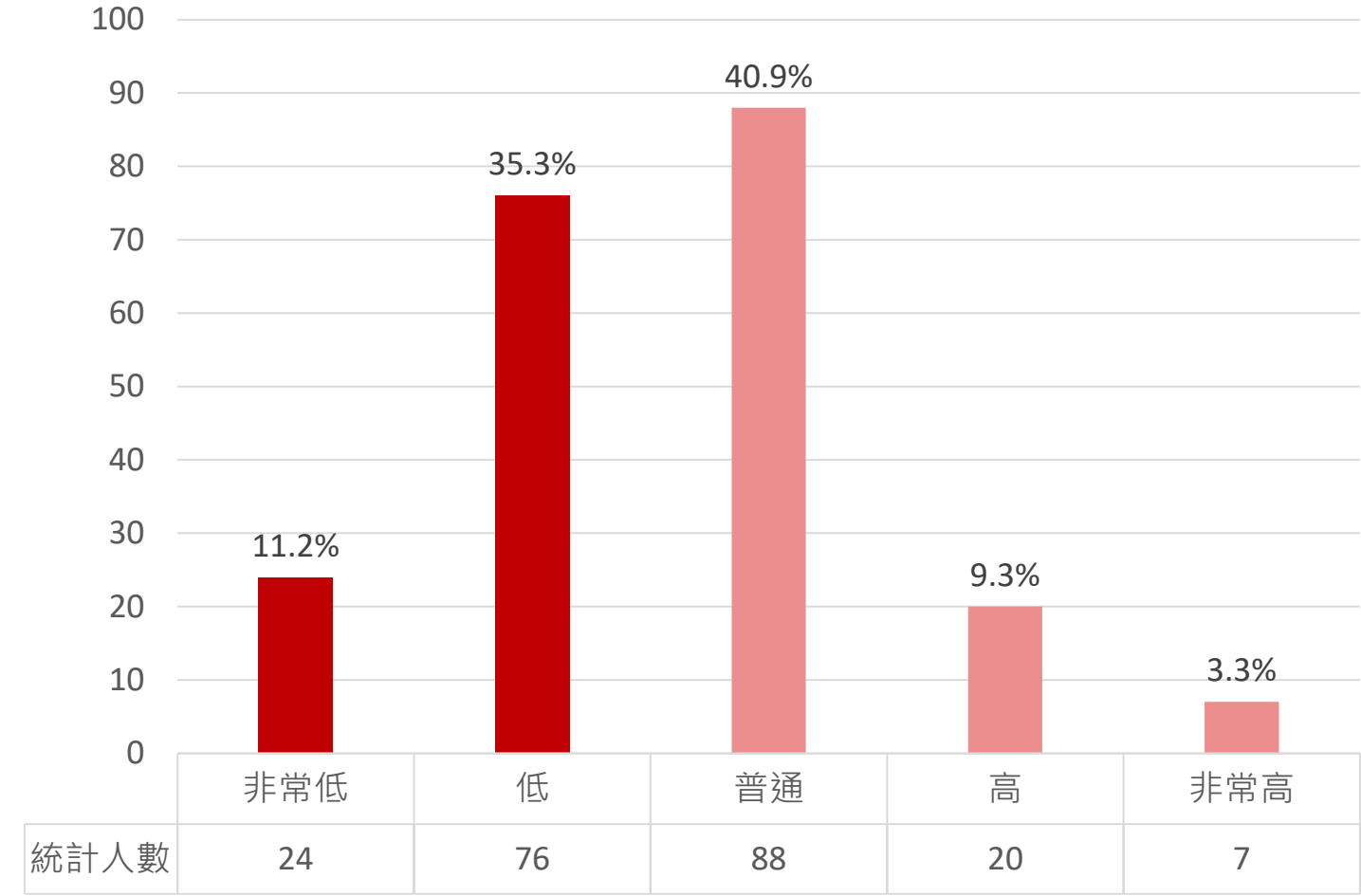
銀行（含財富管理單位）



壽險業者對於客戶轉往數位移動，對銀保通路的業務影響較為負面 (54.5%-58.8%)；銀行端較不負面 (33.3%-41.0%)

10. 您認為相較其他銀行業務服務，目前銀行通路在銷售保險時，數位化的程度如何？

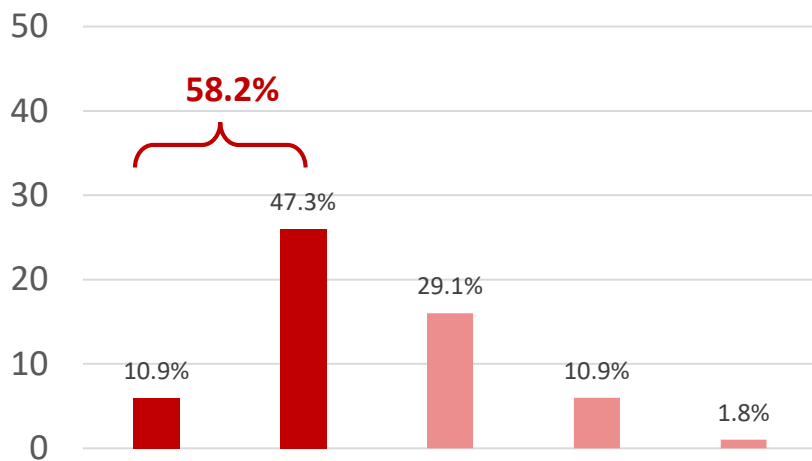
整體



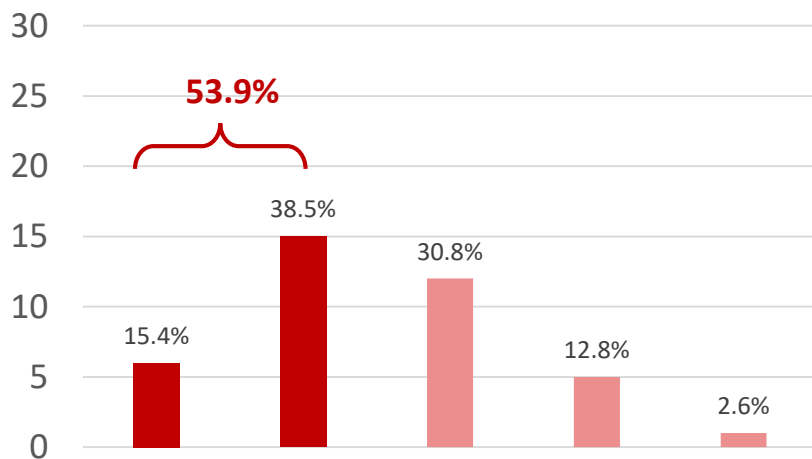
整體銀行業者及保險業者普遍認為銀行在銷售保險時的數位化程度偏低

10. 您認為相較其他銀行業務服務，目前銀行通路在銷售保險時，數位化的程度如何？

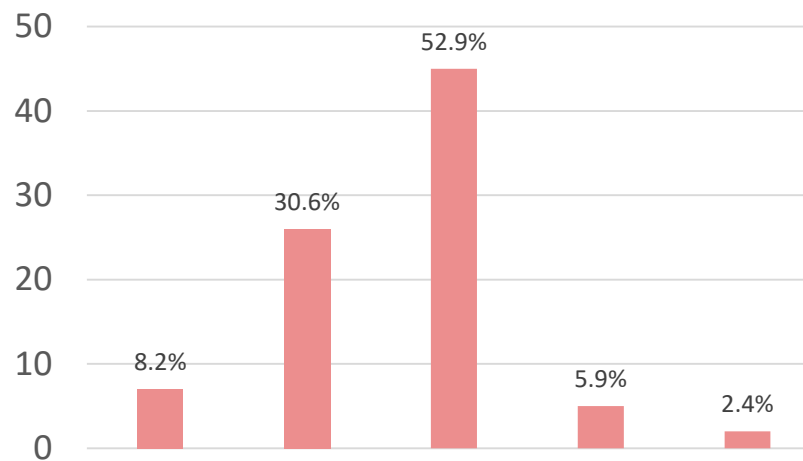
人壽保險業（總經理～經理）



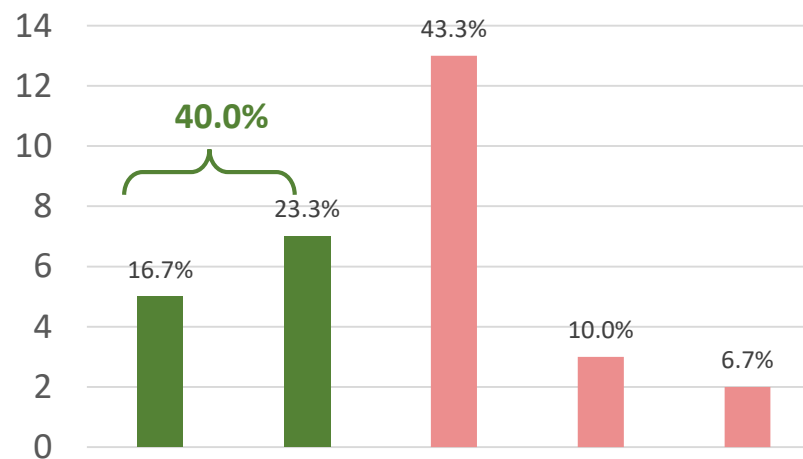
銀行保代或保經部



人壽保險業（副理～專員）



銀行（含財富管理單位）

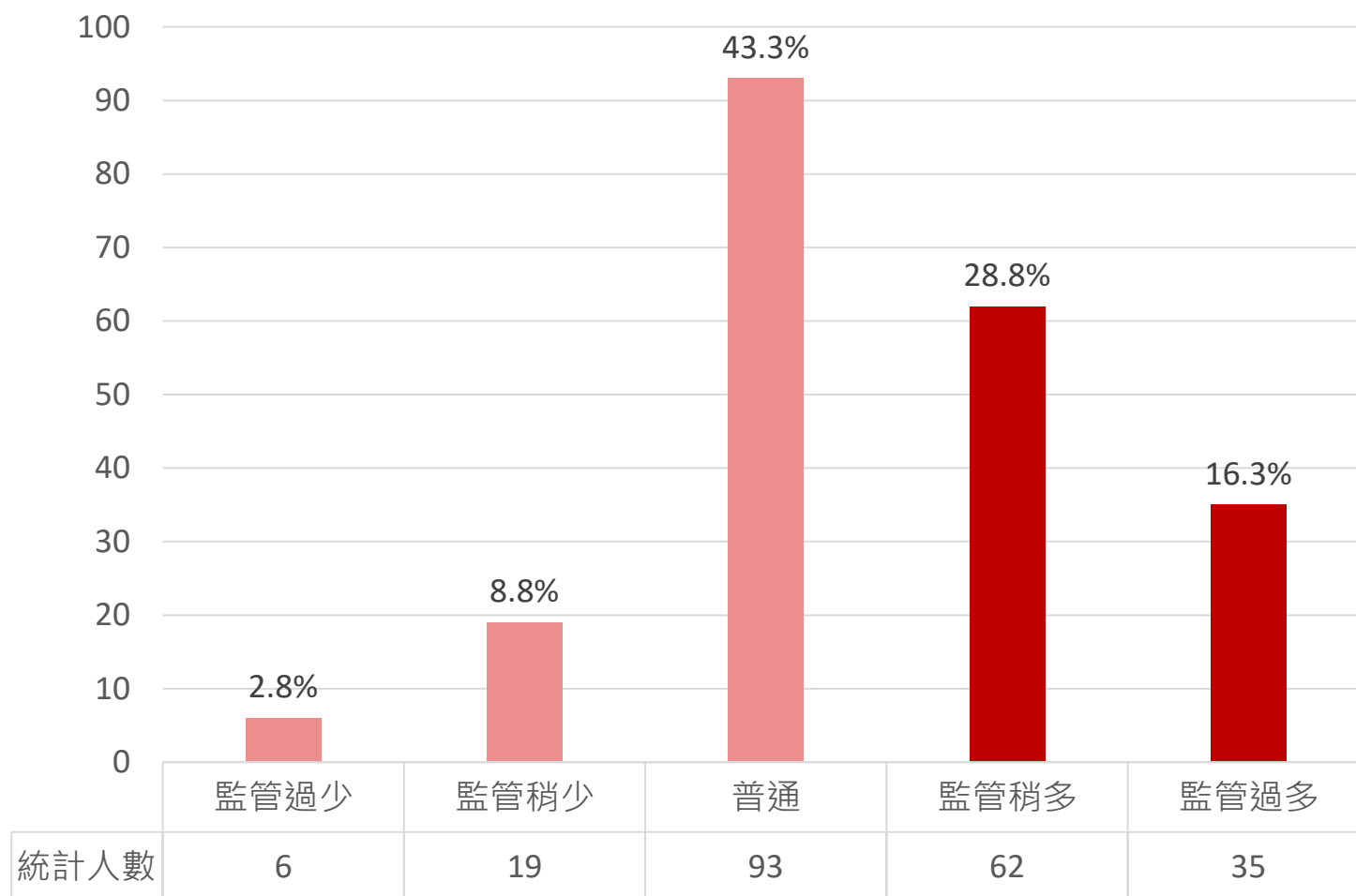


註：排序項目同上一頁（整體）

壽險高層認為銀行在銷售保險時的數位化程度偏低的比例為**58.2%**，與銀行保代或保經部相似**53.9%**；相比之下，銀行財富管理認為數位化程度偏低的比例僅有**40.0%**

11. 您認為現在監理法規，對於銀行保險的數位化監管強度如何？

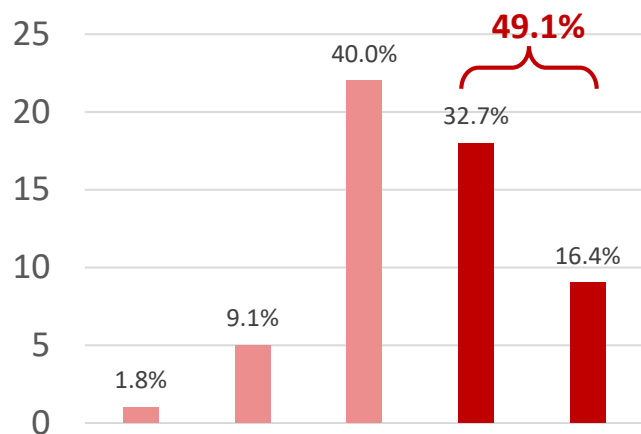
整體



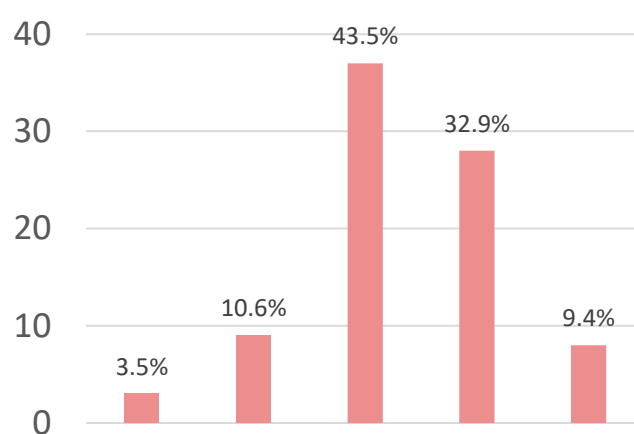
整體銀行業者及保險業者普遍認為銀行保險數位化的監管強度稍微偏強

11. 您認為現在監理法規，對於銀行保險的數位化監管強度如何？

人壽保險業（總經理～經理）

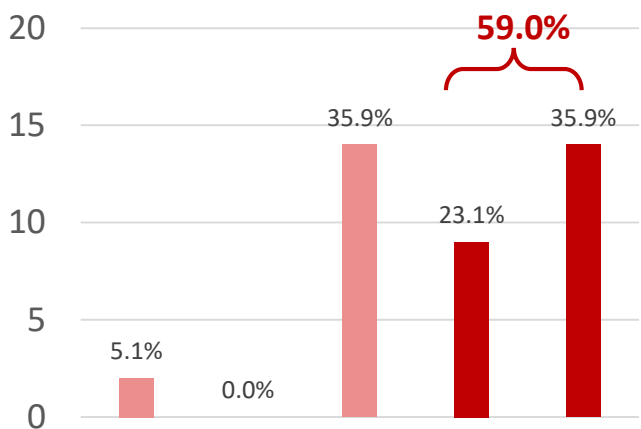


人壽保險業（副理～專員）

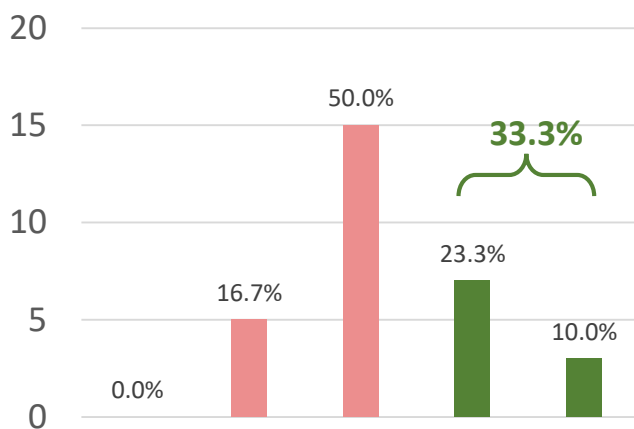


註：排序項目同上一頁（整體）

銀行保代或保經部



銀行（含財富管理單位）



壽險高層認為銀行保險數位化監管強度偏強的比例為 **49.1%**，與銀行保代或保經部相似 **59.0%**；相比之下，銀行財富管理認為數位化程度銀行保險數位化監管強度偏強的比例僅有 **33.3%**