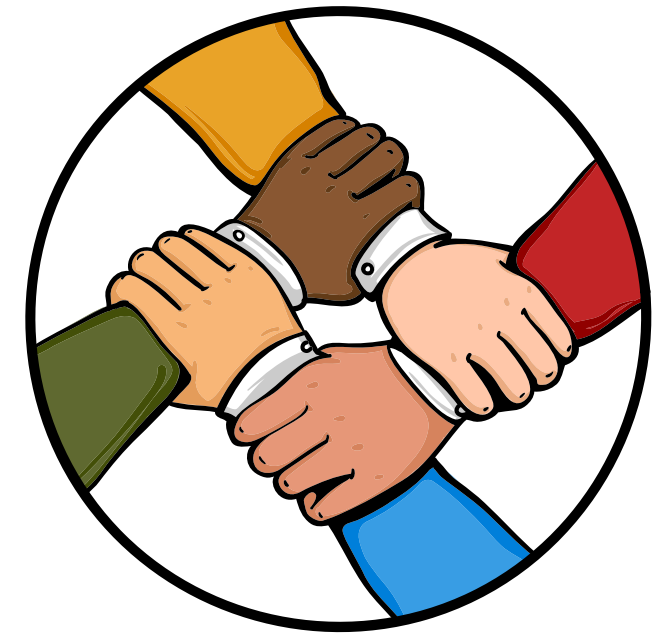


從事保險事業 為何 **首選** 是保險經紀人公司



• 2024/3修

法律地位: 保險經紀人是基於保戶利益而存在

- 保險法第九條

所稱保險經紀人，指基於被保險人之利益，洽訂保險契約或提供相關服務，而收取佣金或報酬之人。

產業界觀察：保險業鉅變！傳統保險公司的挑戰



- 時任三商美邦人壽總經理
張鎮坤先生

【資料來源：經濟日報/2019.6.15】

三商壽總經理張鎮坤在法說會上直言：
業務員從壽險公司轉向保經保代公司是現在趨勢

另一方面也是商品結構問題，過去市場著重類定存儲蓄險與投資型保單，不僅首年佣金低，且要推介外幣與投資型保單，需擁有相關證照，對新進保險員不利，因此衝擊人員留存率，新進員工養成不易，許多業務員待了三個月、不到一年就撐不下去。

 傳統保險公司面臨人才出走、保單賣不出去兩大難題，業務員轉戰保經是趨勢

學界觀點：保經優勢看得見！登錄人力大爆發



- 淡江大學風管系
郝充仁副教授

【資料來源：經濟日報/2019.9.22】

專家分析，保險經紀或代理人公司具有商品多樣化、彈性制度、職涯多元發展等誘因，成為愈來愈多新進人員發展的首選。

淡江大學風險管理與保險學系副教授郝充仁分析，低利率、高風險的投資環境與高度監理的政策，加上保險業面對即將要接軌的國際會計準則IFRS17，讓外在市場有許多改變，保險公司面臨的財務壓力愈來愈大，若利潤愈來愈薄又必須兼顧損益的經營困境下，就會優先考量降低人力成本。



保經具有商品面、制度面的雙重優勢，是保戶和業務雙贏的選擇

媒體觀察：保經代業務更多元、人力逆勢成長

A13 金融市場 | 2023.02.17 | 工商時報

保經代業務更多元

壽險公司業務員跌破21萬

彭禎伶/台北報導

農曆年後離職潮湧現，壽險公司登錄業務員1月底跌破21萬人次關卡。據壽險公會統計，1月廣義壽險業務大軍共有37萬5,467人，比前一個月還增加181

分析壽險公司業務員減少有四大原因，一是農曆年後離職潮外，二是近來壽險保單難賣，壽險公司考核掉或認為自己不適合的脫離人數，三是新光銀行成立保代部，原登錄在新光人壽下的業

員轉往保經代公司或自己成立保經代，從銷售單一公司保單變成可推薦多家商品。

去年壽險新契約保費7,730億元，創15年來新低業務，投資型保單因資本市場不穩而難賣，利

保經保代通路占比多起伏 變動中守優勢市場

相較於壽險公司只賣自家商品保單，保經代業者可代理多家壽險業者商品。並且，依照各家業者的特色商品，提供保戶多元選擇，推薦最適合也最符合經濟效益的產品組合。

公勝保經總經理蔡聖威表示，另一個優勢是，保經代業者因為非商品發行者，產銷分離，因此更具有選擇權；單一保險公司有設計商品能力，但也只能銷售單

一品牌的商品，保戶選擇反而受限。

另一方面，保經代通路較吃虧的地方則在品牌知名度、整合行銷能力比不上大型壽險業者，在意品牌的保戶可能還是會選擇直接向壽險業者投保。

今年上半年初年度保費收入，銀行通路佔比明顯下滑，其中一部分和保經代佔比逐年提升也有關。

整體壽險業初年度保費收入已連續5年衰退，但保經代通路除了2020年小幅下滑，其他年度都是正向成長，顯示市場勢力此消彼漲，有越來越多消費者由銀行通路轉向保經代業者購買保單商品。

而隨著2026年接軌IFRS 17和ICS，可以預見保險商品更加重視壽險保障價值，才能在新的會計制度下增加財務效益。

保經代：回歸保險保障本質 才是主軸

蔡聖威指出，「重儲蓄、輕保障」的類定存保單漸被淘汰，加上投資型商品受限主管機關的新

2021年，兩年共少掉1.62萬人，等於壽險公司花大錢、砸重本招募新人加上培訓，如同白忙一場。

A5 綜合要聞 | 2024.02.07 | 工商時報

壽險大軍縮減 保經逆勢增

去年增3,227人攀高，加上保代業務員總數達16.73萬人，與壽險業務員創史上最近差距

戴瑞瑤/台北報導

壽險新契約保費連二年重挫，衝擊壽險業務員生態。據壽險公會統計，2023年底壽險公司登錄業務員人數為20萬8,534人，較2022年減少2,615人，從2021年新冠肺炎爆發以來，三年內壽險公司大軍少逾1.88萬人。

但保險經紀人的業務員人數去年則「逆勢」增3,227人，人數達8.93萬人，應是歷史新高，若加上保代業務員，總數已達16.73萬人，與壽險公司業務員僅差距4.12萬人，創史上最近的差距，若持續「此消彼長」，不排除會出現「死亡交叉」，即保經代業務員人數多過壽險公司業務員。

升息、市場波動，加上投資型保單新規定，壽險新契約保費去年僅6,714億元，創17年新低，加上壽險公司不斷改革業務制度

及考核無效人力，收入影響就業意願，壽險公司登錄業務員人數連三年減少，去年底20.85萬人，創八年新低。

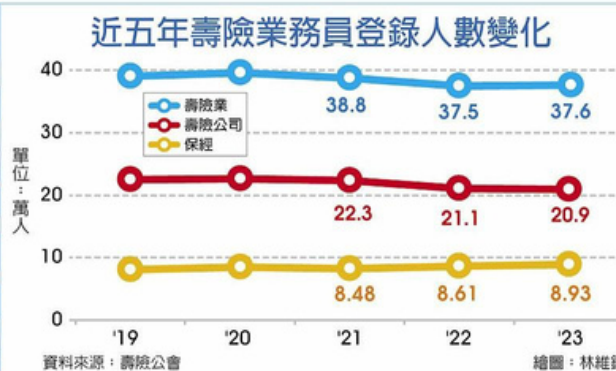
保險經紀因代表消費者，可推介多家保險公司的保單，加上銀行賣保單多改設保經部，所以保經業務員逆勢增加，今年有望破9萬人。

但因為2026年要接軌負債會計IFRS17與新清償能力ICS制度，這二年壽險新契約保費成長不易，且推介保障型商品，佣金率雖高，但保費不高，估計壽險業務

員也難大幅成長。

整體壽險業務員總登錄人數（即壽險公司、保經、保代合計）在2020年底曾一度逼近40萬人，達39.6萬人，2021年就碰上新冠肺炎疫情，業務員無法面對面銷售，壽險業務員總登錄人數從2021年一路下滑，2022年跌到37.53萬人，比2021年大減超過1萬人。

2023年疫情結束，業務員銷售恢復正常，但壽險公司業務員仍減少2,615人，保經人數增加3,227人、保代小幅減少34人，合計年增577人，但三年內依



舊少了2萬人，去年底總人數近37.59萬人。去年有九家壽險公司登錄業務員減少，減少較多的

是遠雄人壽與新光人壽，業務大軍最雄厚的國泰人壽稍微減少42人，但仍維持在6.4萬人以上；

富邦人壽、安聯人壽增加較多，富壽去年登錄人數增加911人，安聯也增加224人。



保經業務多元、登錄人數逆勢增長，成為保險從業人員首選的通路

媒體觀察：保經代業務更多元、保費占比大幅成長

- 十年來，三大通路保費占比：
- 政策有利保經發展，其他兩通路考驗嚴峻

壽險公司：-4.8%

銀行保經代：-9.11%

傳統保經代：+13.92%

壽險公司：因應IFRS17會計制度上路

銀行保經代：投資型新制、宣告利率平穩機制

傳統保經代：業務多元

A9 金融市場 | 2023.06.19 | 工商時報

銀行保單難賣 占比13年新低

7月新制上路，難上加難，今年銀行銷售占比難重返過往5成以上水準

戴瑞瑤／台北報導
銀行賣保單大幅縮水，改賣高利美債。據壽險公會的數據，今年前五個月銀行賣保單占整體新契約保費大幅下降到41.8%，至少為13年新低，由於銀行主要銷售的保單是利變型保單、投資型保單，利變型、投資型保單，前五個月新契約保費皆年減3成之多。

壽險業者預估，7月投資型保單新制上路，銀行的保單銷售難度增加，看來今年銀行銷售占比很難回到過往5成以上水準。去年下半年開始聯準會（Fed）持續升息，美債殖利率一路飆高，銀行財管改賣高利率債券、少賣保單，銀行銷售占整體新契約保費比率一路衰退，去年9

下、當年為48.4%，2009年全年銀行通路占比為63%、2008年為43%。觀察銀行銷售利變型、投資型保單新契約保費呈現銳減，前五個月利變型壽險新契約保費約1,218億元、年減23.5%，投資型保單前五個月新契約保費約436.5億元，年減31.9%。

壽險業者表示，銀行過去多銷售投資型保單、利變型保單，但去年下半年利率飆升，銀行理專改賣其他非保險的商品，像是高利債券、高利定存等。在利變型保單部分，原本保戶期待升息後利變保單宣告利率回跟著調高，

但宣告利率平穩機制新制去年底上路，對於宣告利率調整保守下，相對賣相不佳。

其次，投資型保單去年下半年主要是受到金融市場波動影響，保戶多持觀望態度，今年上半年金融市場回穩後買氣有稍微回溫，但下半年投資型保單新制也要上路，提高業務員與理專銷售難度，流程越來越複雜。壽險業者指出，美利率仍在高位，銀行淨利息收入多，必須靠著賣保單來增加手續費收入的壓力相對較輕，短期內要銀行理專像過去一樣努力賣保單實有難度。

近十年三大銷售通路占整體壽險新契約保費占比

各年度1-5月	壽險公司 (%)	銀行保經代 (%)	傳統保經代 (%)	各年度1-5月	壽險公司 (%)	銀行保經代 (%)	傳統保經代 (%)
2014	44.72	50.90	4.37	2019	37.38	55.05	7.58
2015	40.71	53.90	5.40	2020	40.81	48.43	10.76
2016	43.38	50.67	5.95	2021	35.39	54.45	10.16
2017	37.36	55.58	7.06	2022	34.92	51.14	13.92
2018	36.03	57.01	6.97	2023	39.92	41.79	18.29

資料來源：壽險公會 製表：戴瑞瑤

近十年三大銷售通路占整體壽險新契約保費占比

各年度1-5月	壽險公司 (%)	銀行保經代 (%)	傳統保經代 (%)	各年度1-5月	壽險公司 (%)	銀行保經代 (%)	傳統保經代 (%)
2014	44.72	50.90	4.37	2019	37.38	55.05	7.58
2015	40.71	53.90	5.40	2020	40.81	48.43	10.76
2016	43.38	50.67	5.95	2021	35.39	54.45	10.16
2017	37.36	55.58	7.06	2022	34.92	51.14	13.92
2018	36.03	57.01	6.97	2023	39.92	41.79	18.29

資料來源：壽險公會

製表：戴瑞瑤



三大保險通路中，保經通路一支獨秀，十年來保費占比成長 13.92%

保險經紀人的優勢: 符合保戶需求、滿足業務利益

泛亞保經的優勢

1. 需求導向

為客戶設計及選擇最適當的保單，並分析其利益

2. 立場客觀

為客戶權益著想，是客戶的代表而不是保險公司的業務代表，更受客戶的推薦

3. 商品多元

貨比多家不吃虧，貨買多家效益高(條款、權益)，多元化商品搭配。

4. 保單健檢

為客戶檢視保單，配合需要，將保單權益做適當調整

5. 創業制度的精神

自己當老闆，同工又同酬，幸福圓滿退休、傳承。



站在保戶的立場、以業務同仁利益為依歸，就是保經的DNA

傳統保險公司 VS 泛亞保險經紀人

項目區別	傳統保險公司	泛亞保險經紀人	優勢區別
法律地位	是保險公司之代理人	是消費者之代理人	消費者有保障
代理商品	只限登錄之保險公司	商品多樣化可量身訂做	消費者有選擇性
經營成本負擔	保險公司本身	經紀人公司全體處經理	公司一般不考核
人員管理	須依照公司規定出勤	出勤較彈性自由	上班較自由
考核面	按職階不同考核不同	只需每年產壽險保費合併一萬元	幾乎零考核
業績壓力	有	較無	
晉升制度	按職階各有不同組織人員業績 皆需達成	業績累積不歸零	晉升簡單
有無降階	有	無	
佣金是否合理	一般FYC為30~40% 其它需達成公司訂定業績才可領	FYC 40 ~ 92%	詳見制度表



不比不知道，一比嚇一跳，泛亞保經是您最好的選擇！

傳統保險公司 VS 泛亞保險經紀人

項目區別	傳統保險公司	泛亞保險經紀人	優勢區別
續佣領多久	需達公司考核,才可續領佣金	可以,領一輩子	詳見制度表
是否世襲	不一定	可以,且簡單	詳見制度表
可否兼職	通常不行,發現兼職一律開除或降階	可	管理人性化
保戶是否會成保單孤兒	常常 (非常多)	否	因佣金一直領
可否成為真正自己的事業	不一定 (變動因素太多)	只要在泛亞早晚晉升處經理	公司為泛亞夥伴一起經營,故公司皆以每位夥伴為考量,另公司有短中、長期計劃目標,讓有心想經營事業之夥伴與公司一起成長
上班有無保障	不一定 (可能因各種市場環境因素變動而變動,如:制度或公司政策改變)	一定有	
合約是否有保障	無 (保險公司可隨意更改制度,致業務員生存空間發生危機)	有 (合約條款規定保障公司業務夥伴有效契約續期佣金利益)	詳見經紀代理合約



不比不知道,一比嚇一跳,泛亞保經是您最好的選擇!

保經，邁入黃金時代

保經商品多元

保經制度彈性

站在消費者立場

登錄人數成長

保經一站式購足

保費收入成長

符合保戶貨比三家心態

保經通路蓬勃發展



如果有未來，何必怕重來;如果沒未來，為何不重來，加入保經，現在正是時候