

論以保險商品比較平臺 推動普惠金融之可行性

曾允君^{*}

摘 要

客觀且健全之保險商品比較平臺所具資訊整合及網路保險功能，應具有減省保險消費者取得適合保險商品之成本、促成保險市場商品資訊透明度等功能，有助於降低弱勢個人或群體接觸、瞭解及利用保險商品之障礙，促成普惠金融之落實。若得藉法令或政策安排，由具相當專業性之客觀中立第三方建置保險商品比較平臺無償提供民眾使用，並開放各保險業者得於該平臺執行網路保險服務，且適度容許第三方業者透過開放應用程式介面方式提供更多元應用服務，應更具推動及落實普惠金融之效益。

關鍵詞：保險商品比較平臺、普惠金融、保險科技、資訊整合、網路保險服務

^{*} 律師；國立臺北大學法律學系碩士。謹此鳴謝匿名審查委員及交大法學評論編審團隊之寶貴意見，使拙著更趨具體及完整。惟若仍有淺陋或疏誤之處，均屬個人自負文責之範疇，自不待言。

投稿日：2021年1月1日；採用日：2021年3月29日

Cite as: 9 NCTU L. REV., September 2021, at 157.

Study on the Feasibility of Promoting Financial Inclusion by Insurance Product Comparison Platform

Yun-Chun Tseng^{*}

Abstract

Insurance product comparison platform has the function of information integration and online insurance service, which can reduce the cost of insurance consumers to obtain suitable insurance products, increase the transparency of insurance product information, and then help reduce the barriers of vulnerable individuals or groups to contact, understand and use insurance products, and finally achieve the goal of financial inclusion. If a professional, objective and neutral third party can set up an insurance product comparison platform through appropriate laws and policies, which can be used by the public free of charge and allow various insurance companies to provide online insurance services, even further allow other third-party operators to provide more diversified application services through the open application interface, the financial supervision environment shall be more conducive to promote and implement the benefits of financial inclusion.

Keywords: Insurance Product Comparison Platform, Financial Inclusion, InsurTech, Information Integration, Online Insurance

^{*} Attorney; LL.M., National Taipei University.

1. 前言

金融科技（Financial Technology, FinTech）發展為金融業發展之重要趨勢，如何透過金融科技合作與發展以提升金融服務之可及性、實用性及品質，使社會各階層個人或群體均可獲得更便利且低成本之金融服務，進而促成普惠金融（Financial Inclusion）之落實¹，為現今金融主管機關重點政策之一。金融科技於保險業之運用上（即保險科技；Insurance Technology, InsurTech），主要發展面向約有保險業自行建立網頁辦理網路保險服務、由第三方建構電子商務平臺提供保險服務、以網路居間代理媒合保險服務、與非保險業者合作於網頁介接保險服務，以及設立專業網路保險公司等²。

鑑於金融商品或服務之無形、高度專業及複雜等特性，具有相當智識水平之民眾尚非得輕易瞭解及掌握，遑論社會弱勢個人或群體更恐因不理解或錯誤資訊，致阻礙其接觸或利用之意願，進而形成推動普惠金融之障礙。因此，本文擬以由網路爬蟲或稱自動索引程式等演算法技術組成之保險商品比較平臺為主軸，研析該平臺就各保險業者之商品或服務資訊為整合及比較，以及設置媒合或容許保險消費者逕行投保等功能，與現行法令或監理政策間可能存在之扞格。復進一步探究若排除此等法令或政策阻礙下，此等平臺之存在與運用，是否有助於消弭資訊不對稱及促進保險商品之可及性，進而落實普惠金融。最後，嘗試探究達成普惠金融目標之最適平臺營運模式，以作為政策或業者之參考。

2. 保險商品比較平臺功能對推動普惠金融之效益

於探究保險商品比較平臺之功能是否有助推動普惠金融前，應先建立普

¹ 李瑞倉，「金融科技發展與監理」，管理與法遵，第2卷第1期，頁2-3（2017）。

² 曹磊、錢海利，FinTech 金融科技革命：網路金融新體系，改變你我消費、理財、保險與借貸的未來，頁114（2016）。

惠金融及保險商品比較平臺之概念，以為分析之基石。

2.1 普惠金融之概念與發展

2.1.1 概念

普惠金融係一多元、抽象而尚乏一致定義之概念，與金融排斥（Financial Exclusion）對立，其核心意旨及目的在於確保經濟體中之個人、群體或事業（尤其欠缺資源或經濟能力低落者），均得輕易接觸、取得及利用正規金融服務以滿足需求³，可謂係立基於更佳經濟及社會平等下，達成總體經濟成長之必要前提條件⁴。普惠金融具有促進生產資源有效分配、降低資金成本、改善日常財務管理及減少剝削性非正式金融增長等優點，漸成為許多國家金融政策之重點事項⁵。

2.1.2 發展及於我國之實踐

普惠金融概念於 2005 年間由聯合國所提出，並於次年提出「建設普惠金融體系」（Building Inclusive Financial Sectors for Development）藍皮書勾勒基礎框架及內涵⁶。2008 年金融海嘯發生後，使 20 國組織（G20）、國際貨幣基金組織及世界銀行等國際組織，益發體認普惠金融落實與否將影響全球經濟發展，其中 20 國組織（G20）於 2016 年決議通過「G20 數字普惠

³ Gupta Anurag, Chotia Varun & Rao NV Muralidhar, *Financial Inclusion and Human Development: A State-Wise Analysis from India*, 2(5) INT'L J. ECON., COM. & MGMT. 1-2 (2014); Thorsten Beck, *Financial Inclusion – Measuring Progress and Progress in Measuring*, at 2-3 (2016), https://www.imf.org/external/np/seminars/eng/2016/statsforum/pdf/beck_paper.pdf.

⁴ FINANCIAL INCLUSION 17 (Sameer Kochhar, R. Chandrashekhar, K. C. Chakrabarty & Deepak B. Phatak eds., 2009).

⁵ Mandira Sarma & Jesim Pais, *Financial Inclusion and Development*, 23 J. INT'L. DEV. 613, 613 (2011).

⁶ *Building Inclusive Financial Sectors for Development*, UNCDF, <https://www.uncdf.org/article/597/building-inclusive-financial-sectors-for-development-migration> (last visited Aug. 20, 2020).

金融高級原則」、「G20 普惠金融指標體系」升級版及「G20 中小企業融資行動計畫落實框架」等三項重要文件，確立普惠金融於世界主要國家金融政策所處之關鍵地位⁷。

鑑於此等國際浪潮，我國金融主管機關即金融監督管理委員會（以下簡稱「金管會」）亦於 2016 年間將普惠金融特定為三核心面向，即金融服務之可及性（Access）⁸、使用性（Usage）⁹及品質（Quality）¹⁰等，各別推行多項措施以提升金融基礎建設，期提供低成本且便捷之金融服務予社會各界¹¹。

為進一步接軌國際，金管會於 2020 年復參考「G20 普惠金融指標體系」及衡酌我國金融市場發展現況，發布「金管會普惠金融衡量指標及觀察指標」，從金融服務可及性、使用性及品質等三面向，評估我國普惠金融發展狀況及政策執行成效。具體而言，於金融服務可及性面向下，區分為「服務據點」及「金融友善服務」等 2 項目計 7 項衡量指標；於金融服務使用性面向下，區分為「成年人享有銀行服務」、「數位金融」及「保險商品」等 3 項目計 8 項衡量指標；於金融服務品質面向下，區分為「金融教務宣導」、「保險服務品質」、「公平待客」及「糾紛解決機制」等 4 項目計 6 項衡量指標，就此三面向合計設有 21 項衡量指標。此外，就金融服務使用性

⁷ 佚名，「推動普惠金融需要結合金融科技」，台灣經濟研究月刊，第 41 卷第 7 期，頁 6（2018）。

⁸ 銀行業普惠金融（Financial Inclusion）辦理情形，金融監督管理委員會網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201610200002&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap_root,o=fsc,c=tw&dtable=News（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。指「確保消費者可取得新金融服務，尤其是消除弱勢和低所得民眾及微中小企業等所面臨之障礙。」

⁹ 同前註，指「強化金融服務之使用頻率，促進金融服務之採用，並提升消費者能力以充分運用金融服務。隨著金融創新科技發展，可提供民眾多元化、便捷及較低成本之金融服務。」

¹⁰ 同前註，指「使金融服務符合民眾需要及金融資訊取得，如推廣金融知識普及之教育和金融消費者保護措施等。」

¹¹ 同前註。

面向下，另設有 4 項觀察指標，以落實「中小企業融資」及「數位金融」等二項目。就此等衡量及觀察指標，原則上將一年發布一次衡量結果並持續追蹤有關數據，藉以觀察普惠金融政策之落實程度並適時調整修正¹²。據此，堪認普惠金融業為我國金融政策核心要點之一，並已具體執行落實中。

2.2 保險商品比較平臺之概念、功能與類型

2.2.1 概念

金融消費者之日常生活無法與金融活動脫鉤，惟因金融資訊之特性，易形成金融消費者與業者間資訊不對等之狀況。因應此等資訊不對等狀態，許多新興網路服務業者即設計各式資訊整合平臺，為金融消費者彙整及比較各類金融資訊，如信用卡、貸款、定期存款或金融帳戶資訊等，協助消費者蒐集、分析、比較金融資訊，更有部分具備推介適合金融商品或媒合金融業者之服務，其中針對保險商品之資訊整合平臺，個人稱之為「保險商品比較平臺」¹³，屬於數位平臺應用態樣之一¹⁴，於結合網路效益下，將大幅擴張交易範圍而為傳統資訊輔助業者所未能及¹⁵。

所謂保險商品比較平臺，個人曾於〈論保險商品比較平臺之特性與競爭

¹² 金管會建置我國普惠金融衡量指標，金融監督管理委員會網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202001140002&dttable=News（最後點閱時間：2020年8月20日）。

¹³ 有研究報告將其稱之為「保險商品聚合平台」（Insurance E-Aggregator），參章明純、呂慧芬、廖淑惠，建置保險商品聚合平台可行性之研究，保險業務發展基金管理委員會委託研究，頁10，2018年。

¹⁴ 就數位平臺之概念與內涵，可參 DAL YONG JIN, GLOBALIZATION AND MEDIA IN THE DIGITAL PLATFORM AGE 5-6 (2019)；邱映曦，競爭法的數位紀元——論數位平台資訊力對競爭法適用之影響，國立政治大學法律學系博士論文，頁10-14（2019）。

¹⁵ Diane Coyle, *Practical Competition Policy Implications of Digital Platforms*, at 3 (Bennett Inst. for Pub. Pol’y, Working Paper No: 01/2018, 2018), https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical_competition_policy_tools_for_digital_platforms.pdf.

關係〉一文中，嘗試構築其定義、功能及類型，為建立本文後續討論之基石，謹引述該文部分要旨如下，以茲參酌¹⁶：

所謂保險商品比較平臺，廣義而言，得指蒐集及彙整各保險業、主管機關或其他相關單位（如財團法人保險事業發展中心）之公開資訊，並經使用者自行指定欲比較之業者及條件後，透過程式演算法自動按條件生成保險商品比較列表或推薦最適商品之資訊整合平臺。此等平臺之使用者可能為不特定公眾或經註冊成為會員者，而後者又可再區分為須付費與不須付費等不同模式；部分平臺之使用者更可能分別來自金融消費者端及業者端¹⁷。

2.2.2 功能

保險商品比較平臺應具有以下主要功能：

2.2.2.1 資訊整合功能

保險商品比較平臺主要功能之一係就保險商品資訊為整合，所蒐集之公開資訊範圍，可能包括保險商品說明、行銷文宣及型錄（DM）、保單條款、保險費率及其他與保險商品相關之資訊。經平臺為資訊整合及分析後呈現之比較條件，可能包括理賠項目、保險期間、保險金額、保險費、商品特色描述、繳費方式、附約選擇、目前購買人數及其他與保險商品相關連之項目¹⁸。

就保險商品比較平臺之介面操作上，使用者除得依據自身偏好選取特定多數保險商品或條件進行資訊比較外，部分平臺更得不自行擇定，而選擇鍵入自己或被保險人之人別資料（如姓名、性別、出生年月日或職業別）或預期保險計劃等資訊後，由系統概括式按所輸入之條件，擇採一個或數個適合該被保險人之保險商品或商品組合供使用者

¹⁶ 曾允君，「論保險商品比較平臺之特性與競爭關係」，科技法律透析，第 32 卷第 11 期，頁 52-55（2020）。

¹⁷ 同前註，頁 52。

¹⁸ 同前註。

參考。此外，部分保險商品比較平臺更可能設有保險費試算、自選多數保險商品進行組合試算，或即時專人線上諮詢等功能，甚藉由特定演算條件對個別保險商品進行等第評分，可謂具有多元性、互動性且客製化之功能¹⁹。

2.2.2.2 提供保險商品或服務功能

除提供資訊整合功能外，保險商品比較平臺更可能直接於線上提供保險商品或服務，亦即：

當使用者瀏覽經程式進行比較或推薦之結果後，倘欲取得進一步之資訊或進行投保時，除逕將相關保險商品資訊檔案內嵌於頁面者外，部分保險商品比較平臺頁面會設置網站連結選項（如「立即投保」、「前往申請」等），經使用者點擊該連結後，即會將頁面跳轉至各別保險業之線上頁面，讓使用者得自行於該等頁面取得資訊或投保²⁰。

除以點擊連結進行頁面跳轉者外，部分保險商品比較平臺係設計保險業務員媒合機制，當使用者透過系統比較、篩選並擇定特定保險組合後，即得進一步選擇媒介保險業務員之管道，與經媒介之保險業務員洽商後續投保事宜。經媒合之保險業務員或來自於與平臺業者配合之保險業或保險經紀或代理業，亦或係自平臺另建立之線上機制自行註冊而來。此外，亦不排除部分平臺逕行設計代為投保之機制，得由使用者直接於其頁面上完成投保²¹。

2.2.3 類型劃分

倘以「營運主體」、「獲利模式」及「主要服務功能」等三面向作為區分標準，個人將保險商品比較平臺劃分為8項子類型（如表1）。

19 同前註。

20 同前註，頁52-53。

21 同前註，頁53。

表 1 保險商品比較平臺之類型

		主要服務功能			
		投保服務	居間媒合	資訊提供	
營運 主體	業務輔助		線上業務型	—	線上行銷型
	獨立營運	利源依存	受託招攬型	傳導媒合型	行銷媒體型
		利源獨立	代為投保型	機會媒合型	資訊整合型

資料來源：曾允君，論保險商品比較平臺之特性與競爭關係，頁 54。

首先，若保險商品比較平臺之營運主體係保險業或其輔助業（業務輔助型）時，可依其提供之主要功能，區分為線上業務型及線上行銷型等二類。所稱「線上業務型」係指所營平臺具有直接投保或代為投保之功能（投保服務型）者，此類平臺實質上即屬業者進行線上業務之網站；所稱「線上行銷型」則係指不具備直接投保或代為投保功能，而僅係提供保險商品資訊服務（資訊提供型）者，如保險經紀業架設此類平臺用以提供要保人資訊以利行銷，惟當有要保需求時，仍須透過實體通路進行保險經紀行為。此外，既係保險業或其輔助業自營，難以想見設有居間媒合之功能（居間媒合型）者，併此敘明²²。

其次，若保險商品比較平臺之營運主體非保險業或其輔助業（獨立營運型），惟係以保險業或其輔助業之資金作為獲利來源（利源依存型）時，可依其所提供之主要功能，區分為受託招攬型、傳導媒合型及行銷媒體型等三類。所稱「受託招攬型」，係指除提供保險商品比較資訊外，更設有代為投保服務（投保服務型）之平臺，既其獲利來自保險業或其輔助業，實質上即具有受託招攬之性質。所稱「傳導媒合型」，係指一方面提供保險商品比較資訊、另一方面提供保險業或其輔助業廣告或行銷服務，並設有跳轉或媒介機制，將要保需求導引至該等事業之網站或個別保險業務員（居間媒合型）之平臺²³。所稱

²² 同前註，頁 54-55。

²³ 金管會於 2021 年 1 月 4 日發布金管保綜字第 10904184633 號函，明示「為保障消費

「行銷媒體型」則指營運模式與前二者相類，惟不具備代為投保或媒介機制，單純提供資訊比較服務（資訊提供型）之平臺²⁴。

最後，若保險商品比較平臺之營運主體非保險業或其輔助業（獨立營運型），且亦非以保險業或其輔助業之資金作為獲利來源（利源獨立型）時，可依其所提供之主要功能，區分為代為投保型、機會媒合型及資訊整合型等三類。所稱「代為投保型」，係指除提供保險商品比較資訊外，當使用者有要保需求時，並設計有代為投保機制（投保服務型）之平臺。所稱「機會媒合型」，係指設有跳轉或媒介機制，將要保需求導引至保險業網站或個別保險業務員（居間媒合型）之平臺，如分別建立保險消費者會員及保險業務員會員群體，居間媒合要保需求並對消費者端會員收取會員費獲利者。所稱「資訊整合型」則指單純提供保險商品比較資訊，而未設有任何投保、跳轉或媒介機制之平臺（資訊提供型），如建立會員或進階服務機制，提供付費會員查詢或取得精準資訊之服務者²⁵。

2.3 保險商品比較平臺對推動普惠金融之效益分析

確立普惠金融及保險商品比較平臺之概念後，即可續就建置該等平臺是否對普惠金融之推動具有效益為分析。

2.3.1 商品資訊整合及比較促進資訊普及與對稱性

2.3.1.1 金融資訊取得及判讀之中介成本

因金融資訊具有專業、複雜、單方、變動及風險等特性，常使金融消費者無法全然加以理解及即時因應，或於接觸金融業者前即確實理解相關商品

者權益，保險業及保經代公司不得接受第三方業者之媒合或派遣與消費者洽訂保險契約」等旨。據此函令，於現行監理政策下應似無存在「傳導媒合型」平臺之空間。

²⁴ 曾允君，前揭註16，頁55。

²⁵ 同前註，頁55。

資訊，甚或以跨業者方式瞭解及比較各別業者提供金融商品之優劣或適合度，進而處於資訊不對等之弱勢地位，故於傳統上金融消費者往往須仰賴中間輔助業者，如金融分析師、理財規劃顧問或保險經紀人等，協助金融消費者彙整、歸納及判讀源自不同金融業者或市場之金融資訊，並針對需求提供專業建議及服務²⁶，期消弭資訊不對等所伴隨之風險。

惟透過中間輔助業者篩選及判讀金融資訊，除潛在之主觀或利害衝突因素²⁷外，原則上將直接或間接增加金融消費者取得金融商品之成本（即服務報酬）²⁸，仍屬弱勢個人或群體取得金融商品之阻礙。易言之，當弱勢個人或群體須負擔中間輔助者協助判讀金融資訊之成本時，恐因而無法極大化取得金融商品效益²⁹或排擠有限資源之利用；抑或，弱勢個人或群體為減省給付予中間輔助者之成本，選擇自己蒐集及判讀金融資訊，除難以避免仍須耗費相當勞力、時間及費用外，更可能因資訊蒐集不健全或判讀錯誤，而無法確切取得符合己身需求之金融商品，徒增不利益。抑有進者，此等資訊取得及判讀成本之存在，更可想見將促使部分弱勢個人或群體逕行拒卻利用金融商品，或於資訊不充足下選擇利用非正規之金融商品；若此，不僅未蒙金融商品之利，更將反受其害，實待防阻。

保險商品為金融商品之主要類型之一，該商品資訊自有上揭金融商品資訊之特性，故於傳統資訊取得管道上，亦將存有前述成本而形成保險消費者接觸及利用保險商品之阻礙，而有予以排除之必要。

2.3.1.2 保險商品資訊整合之效益

無論何種類型之保險商品比較平臺，基本功能均係就保險商品資訊為整

²⁶ 同前註，頁 48-50。

²⁷ 如中間輔助者以自身利益極大化為出發提供偏頗資訊，或因蒐集不健全或判讀疏誤而提供錯誤資訊。

²⁸ 縱中間輔助者係由金融業者所提供且負擔所生費用，惟該等費用多數亦將化為金融商品對價之一環，間接轉嫁予消費者。

²⁹ 如於有限保險費預算下，僅得於扣除給付與中間輔助者費用後，選擇保險金額及保險費均較低之保險商品，進而無法滿足預設保險需求。

合及比較，除特殊情事（如業者刻意推介特定商品或提供不實資訊）外，由演算法所得出之商品比較及建議結果應具相當中立及客觀性³⁰，得減少傳統通路中所具受主觀因素影響而產生資訊偏頗³¹及疏誤等情事³²。

又，保險商品比較平臺所整合之資訊原則上及於多數保險業者（或全市場）所提供之保險商品，足令具有不同需求之使用者無需個別洽詢不同保險業者，即可不受時間及空間限制地同時比較多元且複雜之保險商品³³，並從中取得最切合自身保險需求之商品資訊。

此外，保險商品比較平臺所呈現之比較結果，足以凸顯個別保險業者所營同類保險商品之差異性（如承保範圍及保險費等），且通常係以易於理解之方式呈現，得使保險消費者不受時間、能力或資訊取得管道等因素影響，取得全面、完整且淺顯之保險商品資訊，進而拉近與保險業者間資訊不對等之地位落差³⁴。

是以，保險商品比較平臺之保險商品資訊整合及比較功能，具有使保險商品資訊客觀、便利及對等化之效果，復因網路所具資訊快速及跨地域傳遞特性，更足生普及化之效應。

2.3.1.3 資訊整合對普惠金融之效益

鑑於保險商品比較平臺所具將商品資訊客觀、便利、對等及普及化之效果，於相當程度上應可減免保險消費者取得及判讀商品資訊之成本，實質降低接觸、取得及利用保險商品之阻礙，進而使弱勢個人或群體亦得滿足其分散自身所面臨危險之需求，可謂具有促進普惠金融之效益。

³⁰ 章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註13，頁16-17。

³¹ 如保險輔助人出於佣金考量而推介非全然切合要保人（被保險人）需求之保險商品。

³² 如保險輔助人未確實掌握保險商品資訊而於招攬時提供錯誤內容。

³³ 章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註13，頁15-16。

³⁴ 有學者亦指出保險商品比較網站具有促進保險商品資訊透明，改善保險業者與消費者間資訊不對稱之缺失，並提高消費者購買意願等效果，參呂慧芬，「韓國保險商品比較網站之研究」，核保學報，第26期，頁3（2019）。

2.3.2 網路保險服務提升商品取得之即時與便利性

2.3.2.1 取得保險商品或服務之成本

傳統上，保險消費者欲取得保險商品或服務，多係透過實體通路即保險業務員、保險經紀人或代理人、銀行保險或電話行銷等，依據保險事業發展中心於 2019 年之統計數據，人壽保險業於 2019 年之初年度保費收入，主要來自於銀行保經代通路之 6,743 億元及壽險業保險業務員之 5,045 億元，二者占率分別為 52.90%及 39.58%，合計 92.48%，其他通路僅占 7.52%³⁵，可謂實體通路仍為保險業之主要通路。

傳統實體通路雖具有主動積極招攬、擴大開發潛在保戶群體、貼近保戶發覺實際需求³⁶及強化保戶信賴及忠誠關係等優勢，惟除無法排除受時間及空間等客觀條件限制外，傳統通路往往僅提供單一或部分保險業之保險商品招攬服務³⁷，未能使保險消費者取得全方面之完整比較資訊，且無法排除招攬人員之主觀或個人因素（如佣金導向、觀念錯誤或職業轉換等）影響保險服務品質³⁸，更將因提供服務之個人或組織須收取相當服務對價，實質上提

³⁵ 2019 年臺灣壽險業市場概況，財團法人保險事業發展中心網站：<https://www.tii.org.tw/export/sites/tii/research/files/2019-Taiwan-Life-Insurance-Market-Overview.pdf>（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

³⁶ 林俊廷，2018 年亞洲春季研討會出國報告，金融監督管理委員會保險局，頁 6，2018 年。

³⁷ 如保險業務員管理規則第 4 條及第 14 條即限制保險業務員應專為其所屬公司從事招攬服務，並僅得招攬公司所定之保險種類；保險代理人亦將受限於取得代理權限之保險業者所營商品。

³⁸ 由金管會保險局所建置之「保險電子商務與傳統通路主要差別」網頁中，亦有指出傳統通路不易就不同公司間不同商品之優劣為比較，且於人性面向上可能存有強迫推銷之情形，參保險電子商務與傳統通路之主要差異，金融監督管理委員會保險局風險管理與保險教育推廣入口網：<https://rm.ib.gov.tw/Pages/Insu.aspx?Dir=012000&PKID=faa00376-554c-484f-90ae-24112e999533>（最後點閱時間：2021 年 9 月 22 日）。此外，亦有學者指出保險從業人員素質參差不齊下，亦難排除招攬過程有瑕疵或過度追求佣金而忽略保險專業本質等情形，參葉昇榮、蔡政憲，「台灣壽險業業務招攬爭議分析」，壽險管理期刊，第 33 卷第 1 期，頁 3（2020）。

高保險消費者透過此通路取得保險商品或服務之成本³⁹，就弱勢個人或群體而言，難謂非接觸及利用保險商品之阻礙。

2.3.2.2 網路保險服務之效益

藉由網路所具不受時間及空間限制之特性，建立數位通路提供保險服務業為各國近年發展趨勢⁴⁰。網路保險服務得破除時間及地域隔閡，提供保戶即時性之保險服務，且保戶使用網路保險服務多係出於主動，就選擇自主性上亦較傳統實體通路高⁴¹，應可於相當程度上避免傳統實體通路所具人為選擇（如佣金導向）或人際因素（如人情投保）影響。更關鍵者，在於網路通路得使供需直接對接，減省傳統實體通路衍生之成本⁴²，倘將此等減省成本實質反應於保險商品對價上，應可就相同保險需求提供相對低保險費之保險商品⁴³。

於保險商品比較平臺中，線上業務型、受託招攬型及代為投保型等均有提供線上投保功能⁴⁴，得令使用者於取得經整合及分析之保險商品資訊後，

³⁹ 有學者指出網路保險服務多數消費者主動要保，保險業者應可減省保險行銷費用，就韓國保險市場而言，網路投保之保險費約莫有 5-10% 之折讓，參呂慧芬，前揭註 34，頁 10。相同的，亦有研究指出保險業者強化線上服務功能，具有減省提供給保險經紀人或代理人佣金費用，減緩銷售成本壓力之誘因，參章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註 13，頁 19。

⁴⁰ 王儷玲等，我國保險業金融科技（FinTech/InsurTech）發展趨勢之風險管理及監理機制研究，財團法人保險安定基金委託研究，頁 8-9，2018 年。

⁴¹ 章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註 13，頁 15-16。

⁴² 有論者指出得減省 58% 至 71% 之費用，參孫群，「大陸網路保險的實踐與反思」，保險專刊，第 34 卷第 1 期，頁 80（2018）。

⁴³ 依據金管會於 2016 年發布之金融科技策略發展白皮書，網路保險服務將「致使保險業者將個人風險標準化及商品化、保險市場趨向價格競爭、保戶忠誠度降低、業務員通路及品牌之傳統競爭優勢將逐漸喪失，這都將導致保險業價值鏈（包括產品開發、銷售、核保、理賠、風險資本及投資管理等）快速分解。」參 2016 年金融科技策略發展白皮書，金融監督管理委員會網站：<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=517&parentpath=0,7,478>（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

⁴⁴ 傳導媒合型及機會媒合型等原則上僅係媒介使用者與保險業或保險輔助業接洽，使用者取得保險服務多數仍係透過傳統實體通路（如保險業務員）為主。

本於自身保險需求主動選擇保險商品，並於同一平臺直接取得而滿足需求，無需經手中介服務者或另行耗費取得該商品之勞力、時間及費用，應具上揭網路保險服務所具效益。

2.3.2.3 網路保險服務對普惠金融之效益

鑑於網路保險服務所具去中間化之通路費用減省效益，就相同保險需求得藉網路投保方式取得更為經濟之保險商品，實質上消弭弱勢個人或群體受限於經濟因素而無法取得保險商品之阻礙，亦得避免傳統實體通路於佣金導向下，無形中形成弱勢個人或群體無法覓得保險服務之狀態，應有助於普惠金融之落實，此自金管會普惠金融衡量指標及觀察指標將網路保險件數列為衡量指標之一⁴⁵即可見一斑。

此外，保險商品比較平臺所具資訊整合及分析功能，得令使用者於取得跨業者之完整且切合需求資訊下，再行擇定所需之保險商品，更可避免傳統個別保險業者所建立網路保險服務之片面性，應可進一步減省弱勢個人或群體須各別比較不同網路保險服務之勞力、時間及費用，更可避免其等囿於智識及能力而無從選擇最切合需求商品之情事，較諸通常網路保險服務，應更具促進普惠金融落實之效益。

3. 保險商品比較平臺功能之適法性界限

確立建置保險商品比較平臺具有推動普惠金融之效益後，即應續為探究於現行法下是否有建置該平臺之容許性，此部分應得以該平臺所具功能為分析基礎。

⁴⁵ 金管會普惠金融衡量指標及觀察指標，金融監督管理委員會網站：<https://www.fsc.gov.tw/uploaddowndoc?file=news/202001141656290.pdf&filedisplay=金管會普惠金融衡量指標及觀察指標%28核定%29.pdf&flag=doc>（最後點閱時間：2021年9月22日）。

3.1 商品資訊整合與比較功能之適法性界限

就此功能之適法性界限探討上，可再以平臺營運主體區分子類型分析。

3.1.1 業務輔助型保險商品比較平臺

若由保險業或保險輔助業自行營運保險商品比較平臺（即線上業務型及線上行銷型），提供所營（或所經紀或代理）保險商品與他業者商品之比較資訊，作為保險消費者選擇參考依據而推展業務者，是否為現行法令所容許，應有分別就所營者為保險業或保險輔助業加以探討之必要。

3.1.1.1 保險業經營

由於保險商品比較平臺所具資訊整合功能，係植基於多數不同保險業者所營商品資訊，而非限於單一保險業者所營者，否則無法全然發揮其資訊整合效益，故平臺整合及比較之資訊勢必涉及不同保險業所營商品，而應探究保險業比較他業者商品資訊之容許性⁴⁶。

3.1.1.1.1 保險法令面向

保險業招攬及核保理賠辦法第 6 條第一項第八款第三目規定：「保險業或其從事保險招攬之業務人員不得有下列情事：……(三)以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告、以不同保險公司之契約內容作不當比較或其他不當之方法為招攬。」保險業招攬及核保作業控管自律規範第 2 條亦規定：「各會員對其業務員（含電話行銷人員）在執行人身保險商品招攬業務時，應要求依社會一般道德、誠實信用原則及保護要保人、被保險人及受益人之精神進行招攬，並確實遵守相關法令、自律規範及公司內部之業務招攬處理制度及程序等規定，不得有虛偽不實、誇大、誤導、不當比較或其他足致他人誤信之招攬行為。」就同業商品資訊比較而言，依此二規範文義，受限制者應係以不同保險公司之契約內容作不當比較之招攬行為，似未及於就同業商品資訊

⁴⁶ 至於實際上保險業者是否有建立此類平臺以為保險商品行銷之誘因，並非本文擬論範圍，尚待另行探究。

為客觀整合及比較⁴⁷，即關鍵仍在於整合及比較行為是否「不當」⁴⁸。

又，保險業招攬廣告自律規範第 4 條第一項第二款及第七款規定：「保險業從事保險商品銷售招攬廣告，應依社會一般道德、誠實信用原則及保護金融消費者之精神，遵守下列事項：……二、應確保廣告內容之正確性，不得有誇大不實，或與銀行存款及其他金融商品作比較性廣告，保險業對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。」、「七、分紅保單不得以分紅率多寡為招攬廣告。保險業不得將分紅金額與同業、銀行存款或其他金融商品之報酬作比較性廣告。」而該自律規範所稱「廣告」，依第 3 條規定係指「運用下列傳播媒體或於公開場所，就各項保險商品相關事務為傳遞、散布或宣傳」。就此等規范文義觀之，保險商品比較平臺所具商品資訊整合及比較功能，將使不同保險業之保險商品資訊經陳列及比較，並有傳遞、散布之效果，似為此等規範所禁止之行為。

惟倘參酌公平交易法就比較廣告行為之解釋，依公平交易委員會對於比較廣告案件之處理原則（以下簡稱「處理原則」）第二點所示名詞定義，比較廣告應「指事業於廣告中，就所提供商品或服務（以下簡稱「商品」）之特定項目，與他事業進行比較，以增進其交易機會。」則若保險商品比較平臺所提供之商品資訊整合功能，僅係將符合使用者所設定條件之保險商品資

⁴⁷ 至於資訊整合行為本身是否為「招攬」，或有探究之空間，惟保險業透過保險商品比較平臺提供整合及比較資訊，目的應在於引誘要保人對其提出要約，進而成立保險契約，故將此行為解釋為招攬，應屬適切。就招攬行為之探討，可參彭金隆、葉啟洲、鄭筱璇，「我國保險業務員招攬行為規範內容之探討」，保險專刊，第 27 卷第 2 期，頁 145（2011）；曾允君，「初探境外保險之代理、經紀及招攬」，全國律師，第 22 卷第 6 期，頁 62-63（2018）。

⁴⁸ 透過金管會保險局網站中「裁罰案件」檢索頁面（<https://www.ib.gov.tw/ch/home.jsp?id=42&parentpath=0,2>），以「不當比較」為關鍵字搜尋，因不當比較而經金管會裁處者有三例，即 2017 年 12 月間國際康健人壽保險股份有限公司辦理電話行銷業務、遠雄人壽保險股份有限公司及元大人壽保險股份有限公司等辦理保險經紀人教育訓練業務涉及不當比較等三者，惟所涉不當比較行為是否係同業間商品比較抑或係其他比較行為，於金管會公開資料上未臻明確。

訊加以呈現，並未涉及特定項目比較者，應非比較廣告行為而非上開規範應禁止者；縱所提供之功能尚包括商品間特定項目之比較而符合比較廣告行為，亦應參酌公平交易法就比較廣告之規範意旨，將受限制範圍限縮於不當比較行為，而非概括性禁止一切比較行為，否則難謂無不當抑制業者營業自由，並使保險消費者喪失比較及選擇機會之虞，應非此等規範設立本意，且此等解釋亦得與保險業招攬及核保理賠辦法之規範內容相切。

據上，當保險業建立保險商品比較平臺，就自身所營商品與同業商品進行整合及比較，若未涉及不當比較者，應非保險相關法令所限。至於何謂不當比較，似尚乏明確規範或函令解釋，或得參酌公平交易法比較廣告所定標準判斷（詳下述）。

3.1.1.1.2 公平交易法令面向

保險商品比較平臺所具資訊整合功能，除單純提供保險商品資訊外，關鍵在於將提供保險商品間內容及價格之比較，更可能具有依據使用者所提供之條件，自動篩選最適商品以達推介效果者，此時將呈現不同業者所營個別商品特定項目相互比較之狀態，其比較結果呈現之商品排序、優劣標示或推介效果等，均將影響保險消費者之消費決策，而有必要探討是否構成公平交易法所規範之比較廣告行為。

所謂比較廣告，依據處理原則，係指事業於廣告中，就所提供商品或服務之特定項目，與他事業進行比較，以增進其交易機會，而學說認為無論係事業自行或委託他人所為比較，或引用他人之商品測試報告或報導所形成之廣告，均足構成比較廣告⁴⁹。比較廣告並非原則性禁止，僅須於公平交易法之容許性範圍內所為，即無違法之情，而其容許性範圍得以處理原則第五點及第六點所定標準界定⁵⁰；逾越該等容許界限者，則有構成違反公平交易法第21條及第24條之虞。

⁴⁹ 劉孔中，「事業以比較廣告從事競爭之界限」，公平交易季刊，第3卷第3期，頁7（1995）。

⁵⁰ 各項標準及公平交易委員會相關處分之分析，可參陳櫻琴，「比較廣告之判斷原則——以公平會案例為主」，中原財經法學，第4期，頁144-153（1998）。

申言之，保險業若建置保險商品比較平臺提供使用者商品資訊整合及比較服務，因將涉及就自身所提供保險商品或服務之特定項目，與他事業商品或服務進行比較，以達增進交易機會之效果，應可符合比較廣告之定義而須受公平交易法規範。惟縱以平臺提供資訊整合及比較構成比較廣告行為，亦非當然禁止，仍應視是否有不當比較情形，其標準應依循處理原則第五點及第六點判斷。

其中，處理原則第五點以例示方式規定：

事業於比較廣告無論是否指明被比較事業，不得就自身與他事業商品之比較項目，為下列之行為：(一)就自身或他事業商品為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。(二)以新舊或不同等級之商品相互比較。(三)對相同商品之比較採不同基準或條件。(四)引為比較之資料來源，不具客觀性、欠缺公認比較基準，或就引用資料，為不妥適之簡述或詮釋。(五)未經證實或查證之比較項目以懷疑、臆測、主觀陳述為比較。(六)就某一部分之優越而主張全盤優越之比較，或於比較項目僅彰顯自身較優項目，而故意忽略他事業較優項目，致整體印象上造成不公平之比較結果。(七)就比較商品之效果表示，並無科學學理或實驗依據。(八)其他就重要交易事實為虛偽不實或引人錯誤之比較行為。

而第六點則設有概括規定即：「事業於比較廣告，不得為競爭之目的，陳述或散布不實之情事，對明示或可得特定之他事業營業信譽產生貶損之比較結果。」據此，若保險商品比較平臺所呈現之比較結果符合此揭規範所定情事，例如無論輸入何種比較條件均將自家商品顯示於首列並為醒目標示，或僅強調自家商品具有保險費低廉之優勢而隱蔽他業者商品承保範圍較廣之長處，抑或將自家商品與他業者舊商品為比較等，足致使保險消費者錯誤之比較行為，應屬公平交易法所禁止之列。惟若係依循客觀呈現方式（如以業者名稱筆畫排列符合條件商品且無特別醒目標注）提供保險商品資訊整合及

比較結果，應非所禁⁵¹。

3.1.1.2 保險輔助業經營

保險商品比較平臺若係由保險經紀人、代理人或業務員所建置，得認為屬保險經紀、代理或招攬行為之一⁵²，而應受相關法令規範限制。

就保險經紀人而言，保險經紀人管理規則第 49 條規定：「個人執業經紀人、經紀人公司、銀行及受經紀人公司或銀行所任用之經紀人不得有下列各款行為之一者：……三、故意隱匿保險契約之重要事項。……五、以誇大不實、引人錯誤之宣傳、廣告或其他不當之方法經營或執行業務或招聘人員。……二十一、使用與保險商品有關之廣告、宣傳內容，非屬保險業提供或未經其同意。……二十九、其他有損保險形象。」就保險代理人而言，保險代理人管理規則第 49 條亦設有與此揭保險經紀人管理規則第 49 條相類規範內容，故當保險經紀人或代理人建置保險商品比較平臺時，雖應注意其內容是否涉有此揭規範所禁止之情事，惟應非全然為法令所禁止⁵³。

若建置保險商品比較平臺者係保險業務員，應受保險業務員管理規則第 19 條規定拘束，即：「業務員有下列情事之一者，除有犯罪嫌疑，應依法移送偵辦外，其行為時之所屬公司並應按其情節輕重，予以三個月以上一年以下停止招攬行為或撤銷其業務員登錄之處分：……五、對要保人、被保險人或第三人以誇大不實之宣傳、廣告或其他不當之方法為招攬。……十三、以誇大不實之方式就不同保險契約內容，或與銀行存款及其他金融商品作不當之比較。」又，該業務員若係所屬於保險業者，應與該保險業同受保險業招攬及核保理賠辦法第 6 條第一項第八款第三目規定拘束；若係所屬於保險經

⁵¹ 透過前揭註 48 所示檢索頁面，以「比較廣告」為關鍵字搜尋，尚未有保險業因違反公平交易法比較廣告規範而受裁罰或判定應負損害賠償責任者。

⁵² 就建構保險商品比較平臺何以屬保險經紀、代理或招攬行為，將於下文 3.1.2 處論述。

⁵³ 透過前揭註 48 所示檢索頁面，以「不當比較」為關鍵字搜尋，金管會曾於 2016 年及 2017 年間以富昇人身保險代理人股份有限公司辦理電話行銷業務時有不當比較（如新舊商品）情事而為裁罰。

紀人或保險代理人者，保險經紀人管理規則第 38 條⁵⁴及保險代理人管理規則第 36 條⁵⁵分別規範有宣傳及廣告行為之限制。是以，據此揭規範，保險業務員雖非不得建置保險商品比較平臺以利招攬，惟不僅不得有不當情事，並應受所屬公司之管制，應較無自由形塑之空間及建置誘因。

須附言，依據保險業招攬及核保理賠辦法第 6 條第一項第九款及第二項，保險業應要求保險經紀人或代理人遵循保險經紀人管理規則或保險代理人管理規則之規定，故保險業尚應就保險輔助人所建置之保險商品比較平臺為相當之監管；若平臺建置及比較行為進一步經認定係保險業所委託者，依前述學者就公平交易法所規範比較廣告行為之定義，保險業更有負公平交易法相應責任之虞，併此敘明⁵⁶。

3.1.1.3 比較資訊錯誤責任與紛爭處理

由保險業或保險輔助業建立之保險商品比較平臺，其提供保險商品比較資訊與使用者之行為，相當於就保險商品為宣傳、廣告或從事招攬行為，除上揭法令規範外，金融消費者保護法（以下簡稱「金消法」）第 8 條亦規定：「金融服務業刊登、播放廣告及進行業務招攬或營業促銷活動時，不得有虛偽、詐欺、隱匿或其他足致他人誤信之情事，並應確保其廣告內容之真實，其對金融消費者所負擔之義務不得低於前述廣告之內容及進行業務招攬或營業促銷活動時對金融消費者所提示之資料或說明。」並設有相應罰鍰規定（金消法第 30 條之 1 參照）。據此，於民事責任上，若要保人因保險商品比較平臺所示錯誤資訊而締結保險契約，得請求保險業或保險輔助業提供不低於該等錯誤資訊內容之服務；若要保人係因錯誤比較結果誤信所締約之商

⁵⁴ 保險經紀人管理規則第 38 條規定如下：「經紀人公司或銀行所任用之經紀人及所屬業務員使用之宣傳及廣告內容，應經所屬公司或銀行核可；其所屬公司或銀行並應依法負責任。」

⁵⁵ 保險代理人管理規則第 36 條規定如下：「代理人公司或銀行所任用之代理人及所屬業務員使用之宣傳及廣告內容，應經所屬公司或銀行核可；其所屬公司或銀行並應依法負責任。」

⁵⁶ 劉孔中，前揭註 49，頁 7。

品較他保險業者所提供者為佳而締約，此時或無從提出前述請求，惟此等事由似不排除得依民法第 88 條以具交易上重要性之動機錯誤主張撤銷，或依締約上過失規範主張權利之空間⁵⁷。就此等紛爭處理，除循通常民事救濟管道外，因涉及金融消費爭議，使用者亦得循金消法相關規範提出申訴或評議申請，以資救濟。

3.1.2 獨立營運型保險商品比較平臺

若營運保險商品比較平臺之業者非保險業或保險輔助業，則其透過該平臺所提供之資訊整合與比較（行銷媒體型、資訊整合型）、業務媒介（傳導媒合型、機會媒合型）或協助要保（受託招攬型、代為投保型）等行為，是否為現行法令所容許，亦有探究之必要（末者將於網路保險服務之適法性處論述）。就此疑義，關鍵應在於該等行為是否構成保險經紀、代理或招攬，而屬依法須具備相應資格始得從事之行為，故應先界定保險經紀、代理或招攬之行為框架後，始逐一就前揭平臺營運行為態樣為分析。

3.1.2.1 保險經紀、代理與招攬行為之界定

保險法所稱「代理」，據第 8 條之規定，係指「根據代理契約或授權書，向保險人收取費用，並代理經營業務」之行為，其核心行為應為「代理經營業務」，而通常經授權而得代理經營之業務，或有招攬保險契約、對保險標的為查勘、代收保險費、代收送要保書等相關文件及特定個案理賠等等⁵⁸，甚為廣泛。有論者更具體認為，應參酌美國立法例，認為凡屬就保險商品為廣告或散布資訊、諮詢或招攬、評估危險、代訂保險契約、代為收送要保書、收取保險費、發送保險單或保險證，抑或就保險事故為調查或代為和解等行為，均屬本規範所稱「代理」行為⁵⁹。

⁵⁷ 本文探討核心在於保險商品比較平臺設置之容許性及效益等面向，至於保險商品比較平臺（包括下述獨立營運型平臺）與使用者間之民事關係及行為責任等，謹於本文相應部分為初步提要及分析，詳細議題容待另文探究。

⁵⁸ 江朝國，保險法逐條釋義——第一卷總則，頁 285-292（2012）。

⁵⁹ 黎曉鵬，保險經紀人之法律地位與境外保單制度研究，國立政治大學法律學系碩士

保險法所稱「經紀」，據第 9 條之規定，係指「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」之行為，其核心行為應為「洽訂保險契約或提供相關服務」。所稱「洽訂保險契約」較易理解，即代理要保人洽商訂定保險契約而言⁶⁰，惟所稱「提供相關服務」所指為何，則有疑義。對此，主管機關金管會曾於民國 96 年 12 月 31 日發布金管保三字第 09602551731 號函釋對「提供相關服務」為解釋，其認為應包括風險規劃（含人身、財產、責任、損害防阻及其他與保險或風險規劃相關諮詢與服務）、再保險規劃⁶¹及保險理賠申請服務⁶²等。此外，洽訂保險契約之過程中，難免將有危險評估、代為轉送要保書或相關文書及收取保險費並代為轉送等行為，既尚未逾越洽訂保險契約之文義範圍，自應併列「經紀」行為之態樣中⁶³。

就招攬行為而言，保險法雖於第 8 條之 1 就保險業務員所為定義規定中有提及，惟未有進一步明確定義，若參酌保險業務員管理規則第 15 條第三項之規定，應指「一、解釋保險商品內容及保單條款。二、說明填寫要保書注意事項。三、轉送要保文件及保險單。四、其他經所屬公司授權從事保險招攬之行為。」然何謂「其他經所屬公司授權從事保險招攬之行為」則仍留有解釋空間。對此，學者有認為招攬行為應指本於促成保險契約訂定之意圖，從事誘發消費者締結契約之行為而言⁶⁴。倘循此定義，招攬於本質上即屬保險契約之要約引誘行為，故凡欲促成保險消費者要保而為廣告或散布相關商

論文，頁 184-185（2016）。

60 江朝國，前揭註 58，頁 372-373。

61 該函「註一」指出「所稱再保險規劃與諮詢，限業經本會核准經營再保險經紀業務之保險經紀人始得辦理；且與原經手之再保險契約無利益衝突者。」

62 該函「註二」指出「所稱協助保險理賠申請事宜，係指非經該保險經紀人洽訂之保險契約所生之理賠申請案件，且限與原經手之保險契約無利益衝突者。」

63 曾允君，前揭註 47，頁 61。

64 彭金隆、葉啟洲、鄭筱璇，前揭註 47，頁 46。

品資訊之行為，亦應歸為招攬行為態樣之一⁶⁵。

3.1.2.2 平臺營運行為分析

就保險商品比較平臺所具商品資訊整合及比較功能是否構成保險經紀、代理或招攬，而應具有相應資格始得從事，金管會尚無明確釋示或裁罰前例可資參酌。對此，論者有以金管會保險局行政作為觀察，認為保險商品比較平臺就商品為分析比較並提供投保之行為，將被視為從事保險招攬活動而應取得相應資格⁶⁶。亦有論者參酌上揭學說就招攬行為之定義，認為當平臺所傳播之資訊有指向特定保險商品，即有促發保險消費者購買該商品之可能，應符合招攬行為而應受相關規範監管⁶⁷。就此，本文認為得以保險商品比較平臺之類型為基礎，類型化界定平臺所提供服務是否構成保險經紀、代理或招攬行為⁶⁸。

首先，就「傳導媒合型」平臺，其主要收益來自於保險業或其輔助業，並因而提供特定保險業或其輔助業廣告或行銷服務（如關鍵字廣告、搜尋順位優位或商品推播等），且設有跳轉或媒介機制，將對特定保險商品產生投保動機之使用者與保險業或其輔助業之通路相媒合，增益保險商品之要保機會，核該平臺提供服務之目的係為促成保險契約之要保，至少將符合招攬行為之範疇。

其次，就「機會媒合型」平臺，此類平臺獲利來源為平臺使用者或第三方（如網頁使用費、會員費或非保險業之廣告費），所整合之資訊均係來自客觀公示資料，並以中立角色就商品比較結果為呈現，故雖有建置保險業網站連結或保險業務員媒合機制，惟因其獲利並非源自於保險契約之促成或機

⁶⁵ 曾允君，前揭註47，頁63。

⁶⁶ 陳耀南，「兩岸網路保險監理之研究」，發表於「東海大學法律系第六屆保險與金融法制學術研討會暨第二屆兩岸保險法論壇」，頁112（2016），轉引自林永正，網路保險監理之研究——以保險比價網為中心，國立臺灣大學法律學系碩士論文，頁74（2018）。

⁶⁷ 林永正，同前註，頁122-123。

⁶⁸ 惟實際營運狀況及功能多元，具體判斷仍應視個案平臺所提供服務個別認定。

會媒合成功，主觀上似欠缺促成保險契約之意圖，客觀上亦不當然有誘發使用者締結保險契約之行為，應未落於招攬行為之框架內。至於媒合使用者與保險業務員接洽之行為，若未涉及契約內容解說或風險規劃，且未有代理要保之行為者，應亦不構成保險經紀行為。

再者，就「行銷媒體型」平臺，簡化而言，可謂係未具備傳導媒介功能之「傳導媒合型」平臺，故就其商品資訊整合及比較行為，應可認係本於促成保險契約締結之意思而誘發使用者締結契約之行為，至少將落入招攬行為之範疇。

末者，就「資訊整合型」平臺，可謂係更單純化提供整合及比較資訊之「機會媒合型」平臺，原則上係由使用者付費取得有利於自身判斷之保險商品資訊，甚或無須付費即可取得相關資訊（收益來自於第三方，如非保險業者之廣告），惟並未設有任何媒介或傳導締約機制，較之「機會媒合型」平臺更難謂有促發保險契約締結之主客觀行為，亦無解說、洽訂保險契約或提供相關服務，應未符合保險經紀或招攬行為之要件。

綜上所敘，獨立營運型保險商品比較平臺所提供保險商品資訊整合、比較及機會媒合功能，並不當然符合法令規定之保險經紀、代理或招攬等行為內涵，進而並非均須取得相應資格始得營運⁶⁹。至於獨立營運型平臺若提供錯誤資訊之責任為何，實待探究。若平臺業者所提供之資訊係基於演算法設計自資訊來源擷取而來，若無法令規定或契約約定使其負有查證義務下，得否謂平臺業者應就資訊錯誤或有瑕疵所生損害具可歸責性，不無疑問。惟縱平臺業者負有查證義務，或資訊錯誤係因演算法設計疏失或頁面顯示錯誤等因素所致，是否當然認定傳輸錯誤資訊之平臺業者之行為具違法性、如何認定使用者所受損害或其間因果關係而構成侵權責任、是否可能與資訊來源構成共同侵權責任⁷⁰等，仍待探究。又，若平臺業者與使用者間透過使用者條

⁶⁹ 至於是否應就無須具備相應資格之保險商品比較平臺為監管及如何監管，有論者提出間接監管之想法，請參林永正，前揭註 66，頁 135-147。

⁷⁰ 就網路服務提供者傳輸不法或不當內容之侵權行為責任面向分析與議題探討（惟就其是否構成侵權責任似無結論），可參財團法人資訊工業策進會科技法律中心，網際

款構成契約關係，另應視其間契約關係而判斷是否構成債務不履行等責任。此外，因獨立平臺業者並非金融服務業，應無從適用金消法所設金融消費爭議處理機制救濟，故除主管機關將該等業者納入金融服務業加以監管外，應僅得循通常民事或消費者爭議處理程序尋求救濟⁷¹。

3.2 提供網路保險服務功能之適法性界限

就此功能適法性之探討，亦得同樣以營運主體為子類型分析。

3.2.1 業務輔助型保險商品比較平臺

3.2.1.1 保險業經營

當保險業自營保險商品比較平臺且建置網路投保等服務時，即屬於保險業辦理網路保險業務，應受辦理網路保險業務相關法令之拘束。亦即，依據保險業辦理電子商務應注意事項第三點：「保險業辦理本業務，應經由保險公司建置網站專區、網頁或保險公司設置之行動應用程式（APP）投保平台，且其所屬業務員不得自行建置。保險業依異業合作應注意事項與異業合作辦理網路投保業務及網路保險服務，該異業建置網站專區、網頁或行動應用程式（APP）投保平台，應由保險業負責管理維護並揭露相關資訊。」並應依該應注意事項建置相應身分驗證機制及符合相當資格條件，相關規範尚屬明確⁷²。

3.2.1.2 保險輔助業經營

就保險經紀人或代理人經營具有網路保險功能之保險商品比較平臺時，

網路服務提供者法律責任與相關法制之研究，行政院經濟建設委員會委託研究，頁 106-108，2003 年。

⁷¹ 於資訊整合型平臺，平臺業者與使用者間似非必然構成消費關係，則得否適用消費者保護法相關規範就使用者加以保障，亦待進一步分析。

⁷² 就金管會於 2014 年開放網路投保業務及相關法令規範沿革，可參陳靜怡，「保經代業經營網路投保之新契機——增訂『保險法第 163 條之 1』之簡析」，科技法律透視，第 30 卷第 8 期，頁 12（2018）。

應依保險法第 163 條之 1 及相關法令辦理。亦即，保險法第 163 條之 1 規定：「保險代理人、保險經紀人經主管機關許可，得配合保險業電子商務發展辦理相關業務，並得以電子系統執行業務；其資格條件、業務範圍及其他應遵行事項之辦法，由主管機關定之。」而依此規定授權訂定之保險代理人公司保險經紀人公司辦理網路投保業務及網路保險服務管理辦法第 3 條則規定：「保經代公司辦理網路投保業務及網路保險服務，應於公司建置網站專區、網頁或公司設置之行動應用程式（APP）投保平台，且其所屬業務員不得自行建置。」並設有應建置相應身分驗證機制及符合相當資格條件等，可謂亦有得依循之規範⁷³。

又，依據上揭保險業辦理電子商務應注意事項或保險代理人公司保險經紀人公司辦理網路投保業務及網路保險服務管理辦法等規範，保險業、保險經紀業或代理業所屬保險業務員，均不得自行建置網路保險服務相關網站或應用程式，故於現行規範下，保險業務員應不得自行建置具有網路保險功能之保險商品比較平臺，併此敘明。

3.2.2 獨立營運型保險商品比較平臺

就「受託招攬型」及「代為投保型」等保險商品比較平臺，因係非保險業或其輔助業之業者所營，於其等未具有相應資格下，是否得提供包括網路投保等網路保險服務，則有待討論。

對此，台灣金融服務業聯合總會曾於 2017 年所提「106 年金融建言白皮書」具體建議：「主管機關准予開放讓保險公司可於第三方網路平台辦理網路投保業務，以讓民眾在流量大的電子商務平台可直接購買到規格化之保險商品，使民眾的投保管道更多元⁷⁴。」惟於該年度金管會回覆意見則表示：「目前保險業者已可藉由第 3 方平台（如 YAHOO、GOOGLE），連結至保

⁷³ 就開放保經代經營網路保險之相關沿革，請參同前註，頁 12-15。

⁷⁴ 「106 年金融建言白皮書」——主管機關回應意見彙整表，頁 21，台灣金融服務業聯合總會網站：<https://www.tfsr.org.tw/Uploads/files/106年白皮書-主管機關回應意見彙總.pdf>（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

險公司網頁進行投保，倘消費者逕於第 3 方平台進行投保，因涉及保險經紀人代理人業務，該第 3 方平台需取得保險經紀人代理人之資格，始得辦理⁷⁵。」可謂已明確指出於現行法令下，若第三方網頁提供網路投保服務，將屬於保險經紀及代理業務而應取得相應資格始得辦理。據此，於現行法令框架下，並無法存在「受託招攬型」及「代為投保型」等保險商品比較平臺類型。

4. 保險商品比較平臺之效益、侷限與展望

綜觀本文上揭就保險商品比較平臺具有推動普惠金融之效益及其適法性之分析，應可歸納出以下結論並以之為展望及建議。

4.1 健全之保險商品比較平臺應具推動普惠金融之效益

保險商品比較平臺具有大範圍蒐集、彙整、歸納及比較保險商品資訊之整合功能，得使保險消費者立於對等地位便利地取得具客觀性之資訊，並減少為取得或判讀資訊耗費之勞力、時間及費用，且相當程度避免人為因素所產生之資訊錯誤、偏差或誤導，實質降低接觸、取得及利用保險商品之成本及阻礙。又，保險商品比較平臺所具備之網路保險功能，得使保險消費者即時取得保險商品而減省時間及勞力成本，並產生去中間化之通路費用減省效益，有助於相同保險需求得以較低之成本獲得滿足。

綜合保險商品比較平臺所具上揭二主要功能及其效益，健全且具客觀性之保險商品比較平臺，得減省保險消費者取得保險商品之成本，並促成全保險市場商品資訊之透明度，避免保險消費者處於資訊偏誤下取得與保險需求不相切合之商品，應有助於降低弱勢個人或群體接觸、瞭解及利用保險商品之障礙，促成普惠金融之落實。

4.2 保險商品比較平臺功能發揮於現行法制之侷限性

姑不論商業獲利或監管政策等考量恐使保險業無建立保險商品比較平臺

⁷⁵ 同前註。

之誘因，就保險商品比較平臺適法性於現行法規範下存有解釋空間之現況下，除保險經紀或代理業較有投入資源開發外，第三方業者或將因法令模糊（如是否應取得相應執照）而不敢貿然投入資源建置保險商品比較平臺。況於現行法令就網路保險仍採取相對嚴謹之立場下，保險業與第三方業者合作建置網路保險服務之可行性，亦尚未獲肯定，則縱第三方業者勇於創新建置平臺，仍將因法令限制而無法極大化相關功能，似難期待客觀且健全之保險商品比較平臺建立，就促進普惠金融之效益亦顯有限。

4.3 過度鬆綁法令限制之潛在風險

雖現行法令恐就保險商品比較平臺之發展產生抑制效果，惟若過度鬆綁法令或未予以適當監管，仍將對保險消費者權益產生相當潛在風險。

4.3.1 資訊蒐集及整合之完整與正確性無從確認

保險商品比較平臺基本資訊蒐集方式，除係保險業者自營而取自本身資料庫外，應係運用演算法自各保險業者自行公開資料或由第三方建置之公示資料庫（如財團法人保險事業發展中心建置之保險商品資料庫）中蒐集、彙整及分析後呈現，惟除演算法本身編寫可能存在之瑕疵所致資訊整合疏誤或不完整外，自資料來源所得資料是否均為客觀可信之即時資訊（如停售商品仍存在於資料庫中⁷⁶），亦容有質疑⁷⁷。是以，於無相當監管以查驗資訊完整及正確下，恐使保險消費者取得錯誤資訊致損及權益，進而反增加其取得

⁷⁶ 如財團法人保險事業發展中心所建置之保險商品資料庫中即包括各式已停售之商品，參保險商品資料庫資訊，財團法人保險事業發展中心網站：<http://insprod1.tii.org.tw/database/insurance/query.asp>（最後點閱時間：2021年9月22日）。

⁷⁷ 就網路爬蟲技術上存有不同程度之應用與分類，就所呈現結果之精確度亦與所採用之技術水平有相當關連，如採用通用性網路爬蟲所呈現之結果，即無法同時掌握資訊之質量、數量與即時性等各面向，參網路爬蟲，MBA 智庫網站：<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/网络爬虫>（最後點閱時間：2021年9月22日）。此外，亦有研究指出非保險業者經營之比較平臺，資訊來源為保險公司之 DM，實無法確保資訊揭露之正確性，參章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註 13，頁 36。

保險商品之成本，並減損對金融商品之信賴度，不可不慎。

4.3.2 資訊篩選及比較之客觀與適合性難以確保

保險商品比較平臺所具資訊整合、篩選及比較功能，如何呈現保險商品篩選或比較結果，取決於業者設計之演算邏輯。鑑於現今保險業者銷售之保險商品縱屬相同類型商品，仍均有各自優缺特質，此亦體現保險商品之複雜性，如何呈現比較結果始符合客觀性，誠非易事⁷⁸。惟於通常情形下，本文以為若保險商品比較平臺所顯示之比較結果，係依演算法按照使用者鍵入或勾選之條件篩選出符合之全數保險商品後⁷⁹，以業者名稱筆畫順序或商品簡稱字母排列順序等客觀條件排列顯示，或依照使用者於鍵入或勾選時特定之排列順序（如保費由低至高、保障項目由多至少等）予以顯示，並詳細揭露商品各項內容者，應可符合資訊篩選及比較之基本客觀性要求。進一步論，若保險商品除主約外尚涉及附約始足形成完整之商品組合時，應將特定主約得搭配之各式附約均明列於顯示結果中（附約呈現方式上亦可採用筆畫排列之方式），並明確揭示附加此等附約後之保障範圍及保險費等資訊，藉以符

⁷⁸ 有研究同樣指出消費者於比較平臺搜尋商品時，主要會以保險費高低為比較基礎，惟保險商品內容複雜，單純以保險費為依歸難免有誤導消費者之虞，故建議主管機關應就比較基礎之妥適性，進行相關管理，參章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註13，頁36。

⁷⁹ 此部分或可進一步探究，於現今大數據技術發展下，保險業者可將危險為更精準之分類後推出相應之保險商品，則保險商品比較平臺之篩選邏輯上是否亦應予以細緻化，否則難謂所篩選出之結果足夠正確或完整無瑕疵？對此，本文以為若資訊取得來源足夠具體（如保險業者之公開資訊有明確揭示承保危險之細部內容），且平臺演算法邏輯設計上具有區辨危險不同及劃分細部商品類型之能力下，具備因應細緻性危險類型劃分而得提供更精確篩選條件及比較結果之平臺，自屬更切合保戶（使用者）需求及準確度之平臺。惟若不具備前揭條件，亦不宜逕認比較平臺所呈現之結果不具客觀、正確性或具有瑕疵，蓋此應係分類標準之不同，採用較概括標準所篩選之結果雖精確性較低，惟仍足以含括細緻標準下各項篩選結果，仍非得逕認該等結果有錯誤。至於概括標準所篩選之結果是否確實符合保戶（使用者）之需求，相當程度上已涉及個案資訊取得後之商品內容解釋與危險規劃，似非保險商品比較平臺提供服務之核心範疇。

合資訊篩選及比較之客觀性要求⁸⁰。然而，於行銷效益或商業利益考量下，若貿然放寬法令限制，於業務輔助型及利源依存型平臺下，如何確保商品資訊不因商業利益而受不當比較或推介，而保有商品資訊之客觀性？於利源獨立型平臺，如何確保平臺演算得出之結果與保險消費者具有適合性？此等情事於無相當監管下，恐均難以確保，難謂無潛在損及保險消費者利益情事存在，不宜速斷。

4.3.3 服務提供及營運之專業與健全性缺乏監管

保險商品比較平臺所提供之服務，仍係以具有高度專業、複雜及權益攸關性之保險商品為核心，原應屬高度監理，若放寬法令限制使不具相應資格（如保險經紀人或代理人）之第三方業者均得建置，恐將使該第三方業者落於既有監理法規框架外而不受相應監管，則如何確保該業者具相當專業性而不致損及保險消費者權益，或其營運具有相當穩定性而於紛爭發生時不致無可咎責及賠償之主體存在，均應慎慮。

4.4 展望與建議

鑑於上揭保險商品比較平臺所具潛在風險，有研究即指出於平臺管理機制上，至少應達到確保商品資訊正確與即時、比較或推介行為公正與客觀、平臺業者資訊公開透明，以及營運業者具相當專業性等效果，始足確保保險消費者權益⁸¹。為衡平保險商品比較平臺就普惠金融之效益及其對保險消費者之潛在風險，本文擬提出以下可能展望與建議：

4.4.1 相關監管法令之明確化

於我國傾向原則禁止之金融監理環境下，於法規範未明確之情況下，不

⁸⁰ 此處可再進一步討論，若平臺具備自動依需求進行主約與附約搭配，進而推介單一或少數最適合使用者需求之保險組合功能時，除有可能使比較結果喪失客觀性外，似屬於就風險為規劃或就需求提供諮詢之行為，而有構成保險經紀、代理或招攬等行為之虞，惟此等比較結果複雜多元，仍宜按具體個案分析判斷。

⁸¹ 章明純、呂慧芬、廖淑惠，前揭註 13，頁 154-157。

僅保險業或保險輔助業是否得建置保險商品比較平臺容有疑義，第三方業者架設保險商品比較平臺是否涉及就保險商品為經紀、代理或招攬而須取得專業資格，亦未臻明確，故於立法論上，謹提出以下三面向建議，以資參考：

首先，雖承本文上揭分析，保險業或保險輔助業建置保險商品比較平臺似非法令所限，惟此係以保險商品之宣傳、廣告及以比較作為招攬方式等相關規定所推敲而得，保險商品比較平臺建置後之應用及效益恐非必然得為此等規範文義所指範疇所涵括，則於該等規範文義射程外之應用，是否為保險業或保險輔助業所得營運，不無疑問。因此，於法令未明確指出保險業或保險輔助業得建置保險商品比較平臺或類似業務下，業者恐囿於原則性禁止之監理環境而選擇不從事相關服務之開發。是以，若監理政策上希望透過保險商品比較平臺發揮資訊整合等效益，並容許保險業或保險輔助業加以建置，或應制定或公布相關容許性法令，以資遵循。

其次，獨立營運型保險商品比較平臺從事資訊整合業務之容許性，承本文上揭分析，應視所提供之服務內容是否構成保險經紀、代理或招攬行為，進而確立業者是否應取得相應資格。惟就保險經紀、代理及招攬行為之定義，雖散見於保險業務員管理規則或主管機關函令有相應解釋，然似非列舉式規範結構，因此就該等行為之定義仍存有解釋空間，則保險商品比較平臺所具備之各面向資訊整合功能及服務，與保險經紀、代理或招攬行為之界定，未臻明確，此於資訊整合型平臺尤然。是以，無論自監管或業者需求等面向，若能透過法令明確將比較平臺之功能與保險經紀、代理或招攬行為為界定，將更具效益。

末者，保險商品比較平臺容許性最大爭議，應在於由第三方業者所建立之情形。此等異業透過金融科技運用提供與金融服務相近服務或輔助金融業提供服務之情形，該等第三方業者應如何定位、應由何單位加以監理，以及得如何與金融業互動互利等面向，均有待相應法令加以明確化。此外，於目前監理態度上，並不容許於第三方網路平臺辦理網路投保業務，惟不僅從本文提及之台灣金融服務業聯合總會所提「106年金融建言白皮書」之建言，或自國泰人壽保險股份有限公司與易遊網間所執行之保險監理沙盒實驗，均

可見擴大網路保險及異業合作之需求⁸²。因此，若第三方業者得建置符合監理政策及客觀獨立等要求之保險商品比較平臺，是否仍不得放寬網路保險服務之提供，或值思考。

4.4.2 由客觀公正第三方建置平臺

鑑於保險業或其輔助業者建置之保險商品比較平臺難免以商業利益導向，雖應可確保商品資訊之正確性與即時性，且所提供之服務亦應具有相當專業性，惟其所篩選及比較之商品資訊易受客觀性之質疑，且難以確保無利益衝突之情。又，由第三方業者所建置之平臺，雖具有創新、彈性及貼近網路使用者需求等優勢，惟除專業度難以監管且易受獲利來源因素影響服務品質外，所整合之商品資訊係取自於各保險業者或其他公示資料，恐無法確保其正確性與即時性，亦將使法律關係複雜化而增加紛爭發生時責任釐清之難度。

是以，若得藉法令或政策安排，由具相當專業性之客觀中立第三方建置完整且即時之保險商品資料庫（資料由保險業者提供與即時更新），復以該資料庫為核心資料來源，建置保險商品比較平臺無償提供民眾使用，並開放各保險業者得於該平臺建置網路保險服務，應可令使用者於取得客觀商品比較及推介資訊後，逕自與提供保險商品之保險業者接洽與要保，應可形成完整去中間化通路成本減省效益，並避免弱勢個人或群體為取得比較資訊而須額外支付使用費，且因不存有利益衝突之情，更足以確保商品資訊之客觀及正確性⁸³。

⁸² 保險業也辦 Demo Day！國泰人壽發表最新保險科技服務，國泰金控網站：<https://www.cathayholdings.com/holdings/information-centre/intro/latest-news/detail?news=Q1egY5lvBU2Rq-xiPQLPgg>（最後點閱時間：2021年9月5日）。

⁸³ 如韓國即有由壽險及產險公會共同負責經營之保險商品比較平臺，詳請參呂慧芬，前揭註34，頁9-20。

4.4.3 與保險科技運用共享平臺整合

4.4.3.1 我國現行保險科技應用發展概況

就我國目前保險科技應用發展面向，以人壽保險業為例，主要著重於保險契約之保全及理賠面向⁸⁴，如各保險業者與醫院建立之醫療費用扣抵服務⁸⁵、擬以衛生福利部所設全國電子病歷交換中心平臺（Electronic Medical Record Exchange Center, E.M.R. Exchange Center, EEC）而建構之電子病歷交換機制⁸⁶，以及由中華民國人壽保險商業同業公會（以下簡稱「壽險公會」）推動及建置之保險業保全理賠聯盟鏈試辦業務，所提供保全理賠「單一申請、文件互通」之資訊共享及傳遞機制等⁸⁷。就末者之應用規劃上，未來更將擴大建置為「保險科技運用共享平臺」，除已上線之保全理賠聯盟鏈功能外，更將整合區塊鏈存證服務、保單條款無紙化、電子保單、身分驗證、保單存摺、保險智能保全及保險智能理賠與醫院資料介接等功能⁸⁸，應

⁸⁴ 就此等應用及未來發展簡介，請參陳明環，保險業與醫院交換資料平台之現況與發展，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpress/wp-content/uploads/2020/07/20200812_國壽陳明環資深副總_保險業與醫院交換資料平台之現況與發展_V6.pdf（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁸⁵ 如南山人壽保險金扣抵醫療費用服務、國泰人壽保險金抵繳住院醫療費服務等均屬之。參見保險金扣抵醫療費，南山人壽網站：<https://www.nanshanlife.com.tw/NanshanWeb/static-sidebar/530>（最後點閱時間：2020年8月20日）；理賠金抵繳住院醫療費服務，國泰人壽網站：<https://www.cathaylife.com.tw/cathaylife/services/info/claim/claim-offset>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁸⁶ 詳請參陳恭，強化電子病歷交換資訊安全及建立公私合營機制之評估研究，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpress/wp-content/uploads/2020/07/20200812_政大陳恭老師_會議EMR-保險公司相關作業流程.pdf（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁸⁷ 保險業保全／理賠聯盟鏈專頁，中華民國人壽保險商業同業公會網站：<http://www.lia-roc.org.tw/insurancechain/>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁸⁸ 翁仲和，保險科技運用共享平臺，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpress/wp-content/uploads/2020/07/20200812_壽險公會翁仲和顧問_共享平台-保險同業與異業共建資訊

可預期將建構具有完整各保險業者保險商品資料之資料庫，並得介接各保險業者服務之共享平臺，並達到整合前揭醫療費用扣抵或病歷調取等功能之效益。

4.4.3.2 與保險科技運用共享平台整合之效益

就上揭由壽險公會所籌劃、建置、營運及管理之保險科技運用共享平臺，營運者為壽險公會而可認定係公正客觀第三方，非以營利為目的，若該平臺未來所建構之資料庫亦具有相當正確與即時性，原則上應符合本文所述由客觀第三方所建置之平臺⁸⁹。

是以，若得於保險科技運用共享平臺基礎上，再增設保險商品資訊比較功能，並適當開放各保險業者於其上執行網路保險服務，且適度容許第三方業者透過開放應用程式介面（Open Application Programming Interface, Open API）方式⁹⁰提供更多元應用服務，或可達到保險商品比較平臺所具有普惠金融之效益，並同時避免潛在之不利風險，更得整合網路保險有關應用提供一站式服務，促成多方共贏之局面⁹¹。

交換平台挑戰與因應_v5.pdf（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁸⁹ 於此概念上，若涉及產物保險商品或產險業者得銷售之人身保險商品之比較平臺，或可由產物保險商業同業公會加以規劃與建置。進一步論，若從便利保戶（使用者）之角度出發，於長期發展上，得否由壽險公會與產險公會合作或由主管機關主導設立第三方單位，以整併開發單一保險商品比較平臺，提供保戶（使用者）單一化之客觀資訊取得途徑，均為可再深入討論之方向。

⁹⁰ 就 Open API 概念及於銀行業之應用規劃，可參 Open Banking，國立政治大學金融科技研究中心網站：<http://www.openbanking.com.tw>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

⁹¹ 於本文撰稿完成後，據報載金融監督管理委員會保險局預計於 2021 年在基富通退休平台上建置人壽保險商品比價服務，該項服務僅提供各保險業者之商品「比價」，欲執行投保仍應由要保人自行至各壽險業者網頁進行，預期效果為推動潛在要保人接觸並取得低附加保險費之保障型壽險商品，此部分可謂與本文研究部分結論相同，或亦不失為建置及擘劃保險商品比較平臺之可行方向。就基富通建置壽險商品比價服務之報導，請參搭退休風 基富通明年架保單平台，工商時報網站：<https://ctee.com.tw/news/insurance/376569.html>（最後點閱時間：2020年12月31日）。

5. 結論

客觀且健全之保險商品比較平臺所具資訊整合及網路保險功能，應具有減省保險消費者取得適合保險商品之成本、促成保險市場商品資訊透明度等功能，有助於降低弱勢個人或群體接觸、瞭解及利用保險商品之障礙，促成普惠金融之落實。若得藉法令或政策安排，由具相當專業性之客觀中立第三方建置保險商品比較平臺無償提供民眾使用，並開放各保險業者得於該平臺執行網路保險服務（如與壽險公會籌劃中之保險科技運用共享平臺整合），且適度容許第三方業者透過開放應用程式介面方式提供更多元應用服務，應更具推動及落實普惠金融之效益。

參考文獻

中文書籍

- 江朝國，《保險法逐條釋義——第一卷總則》，元照出版，臺北（2012）。
- 曹磊、錢海利，《FinTech 金融科技革命：網路金融新體系，改變你我消費、理財、保險與借貸的未來》，商周出版，臺北（2016）。

中文期刊

- 佚名，〈推動普惠金融需要結合金融科技〉，《台灣經濟研究月刊》，第 41 卷第 7 期，頁 6-7，2018 年 7 月。
- 呂慧芬，〈韓國保險商品比較網站之研究〉，《核保學報》，第 26 期，頁 1-29，2019 年 4 月。
- 李瑞倉，〈金融科技發展與監理〉，《管理與法遵》，第 2 卷第 1 期，頁 1-20，2017 年 1 月。
- 孫群，〈大陸網路保險的實踐與反思〉，《保險專刊》，第 34 卷第 1 期，頁 75-102，2018 年 3 月。
- 陳靜怡，〈保經代業經營網路投保之新契機——增訂「保險法第 163 條之 1」之簡析〉，《科技法律透析》，第 30 卷第 8 期，頁 11-15，2018 年 8 月。
- 陳櫻琴，〈比較廣告之判斷原則——以公平會案例為主〉，《中原財經法學》，第 4 期，頁 137-161，1998 年 12 月。
- 彭金隆、葉啟洲、鄭筱璇，〈我國保險業務員招攬行為規範內容之探討〉，《保險專刊》，第 27 卷第 2 期，頁 135-147，2011 年 12 月。
- 曾允君，〈初探境外保險之代理、經紀及招攬〉，《全國律師》，第 22 卷第 6 期，頁 52-65，2018 年 6 月。
- 曾允君，〈論保險商品比較平臺之特性與競爭關係〉，《科技法律透析》，第 32 卷第 11 期，頁 46-72，2020 年 11 月。
- 葉昇榮、蔡政憲，〈台灣壽險業業務招攬爭議分析〉，《壽險管理期刊》，第 33 卷第 1 期，頁 1-38，2020 年 3 月。
- 劉孔中，〈事業以比較廣告從事競爭之界限〉，《公平交易季刊》，第 3 卷第 3 期，頁 1-17，1995 年 7 月。

中文學位論文

林永正，《網路保險監理之研究——以保險比價網為中心》，國立臺灣大學法律學系碩士論文，2018年10月。

邱映曦，《競爭法的數位紀元——論數位平台資訊力對競爭法適用之影響》，國立政治大學法律學系博士論文，2019年1月。

黎曉鵬，《保險經紀人之法律地位與境外保單制度研究》，國立政治大學法律學系碩士論文，2016年1月。

中文研討會論文

陳耀南，〈兩岸網路保險監理之研究〉，發表於「東海大學法律系第六屆保險與金融法制學術研討會暨第二屆兩岸保險法論壇」，東海大學法律系主辦，臺中（2016）。

其他中文參考文獻

「106年金融建言白皮書」——主管機關回應意見彙整表，台灣金融服務業聯合總會網站：<https://www.tfsr.org.tw/Uploads/files/106年白皮書-主管機關回應意見彙總.pdf>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

2016年金融科技策略發展白皮書，金融監督管理委員會網站：<https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=517&parentpath=0,7,478>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

2019年臺灣壽險業市場概況，財團法人保險事業發展中心網站：<https://www.tii.org.tw/export/sites/tii/research/files/2019-Taiwan-Life-Insurance-Market-Overview.pdf>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

Open Banking，國立政治大學金融科技研究中心網站：<http://www.openbanking.com.tw>（最後點閱時間：2020年8月20日）。

王儷玲、彭金隆、謝明華、臧正運，我國保險業金融科技（FinTech/InsurTech）發展趨勢之風險管理及監理機制研究，財團法人保險安定基金委託研究（2018）。

林俊廷，2018年亞洲春季研討會出國報告，金融監督管理委員會保險局（2018）。

- 金管會建置我國普惠金融衡量指標，金融監督管理委員會網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=202001140002&dtable=News（最後點閱時間：2020年8月20日）。
- 金管會普惠金融衡量指標及觀察指標，金融監督管理委員會網站：<https://www.fsc.gov.tw/uploaddowndoc?file=news/202001141656290.pdf&filedisplay=金管會普惠金融衡量指標及觀察指標%28核定%29.pdf&flag=doc>（最後點閱時間：2021年9月22日）。
- 保險金扣抵醫療費，南山人壽網站：<https://www.nanshanlife.com.tw/NanshanWeb/static-sidebar/530>（最後點閱時間：2020年8月20日）。
- 保險商品資料庫資訊，財團法人保險事業發展中心網站：<http://insprod1.tii.org.tw/database/insurance/query.asp>（最後點閱時間：2021年9月22日）。
- 保險業也辦 Demo Day！國泰人壽發表最新保險科技服務，國泰金控網站：<https://www.cathayholdings.com/holdings/information-centre/intro/latest-news/detail?news=Q1egY5lvBU2Rq-xiPQLPgg>（最後點閱時間：2021年9月5日）。
- 保險業保全／理賠聯盟鏈專頁，中華民國人壽保險商業同業公會網站：<http://www.lia-roc.org.tw/insurancechain/>（最後點閱時間：2020年8月20日）。
- 保險電子商務與傳統通路之主要差異，金融監督管理委員會保險局風險管理與保險教育推廣入口網：<https://rm.ib.gov.tw/Pages/Insu.aspx?Dir=012000&PKID=faa00376-554c-484f-90ae-24112e999533>（最後點閱時間：2021年9月22日）。
- 翁仲和，保險科技運用共享平台，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpresseng/wp-content/uploads/2020/07/20200812_壽險公會翁仲和顧問_共享平台-保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應_v5.pdf（最後點閱時間：2020年8月20日）。
- 財團法人資訊工業策進會科技法律中心，網際網路服務提供者法律責任與相關法制之研究，行政院經濟建設委員會委託研究（2003）。
- 理賠金抵繳住院醫療費服務，國泰人壽網站：<https://www.cathaylife.com.tw/cathaylife/services/info/claim/claim-offset>（最後點閱時間：2020年8月20日）。
- 章明純、呂慧芬、廖淑惠，建置保險商品聚合平台可行性之研究，保險業務發展基金管理委員會委託研究（2018）。

陳明環，保險業與醫院交換資料平台之現況與發展，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpress/wp-content/uploads/2020/07/20200812_國壽陳明環資深副總_保險業與醫院交換資料平台之現況與發展_V6.pdf（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

陳恭，強化電子病歷交換資訊安全及建立公私合營機制之評估研究，「保險同業與異業共建資訊交換平台挑戰與因應」政策暨修法座談會網站：http://www.ftrc.nccu.edu.tw/wordpress/wp-content/uploads/2020/07/20200812_政大陳恭老師_會議EMR-保險公司相關作業流程.pdf（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

搭退休風 基富通明年架保單平台，工商時報網站：<https://ctee.com.tw/news/insurance/376569.html>（最後點閱時間：2020 年 12 月 31 日）。

網路爬蟲，MBA 智庫網站：<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/网络爬虫>（最後點閱時間：2021 年 9 月 22 日）。

銀行業普惠金融（Financial Inclusion）辦理情形，金融監督管理委員會網站：https://www.fsc.gov.tw/ch/home.jsp?id=96&parentpath=0,2&mcustomize=news_view.jsp&dataserno=201610200002&aplistdn=ou=news,ou=multisite,ou=chinese,ou=ap_rot,o=fsc,c=tw&dtable=News（最後點閱時間：2020 年 8 月 20 日）。

英文書籍

FINANCIAL INCLUSION (Sameer Kochhar, R. Chandrashekhar, K. C. Chakrabarty & Deepak B. Phatak eds., 2009).

JIN, DAL YONG, GLOBALIZATION AND MEDIA IN THE DIGITAL PLATFORM AGE (2019).

英文期刊

Anurag, Gupta, Chotia Varun & Rao NV Muralidhar, *Financial Inclusion and Human Development: A State-Wise Analysis from India*, 2(5) INT'L J. ECON., COM. & MGMT. 1 (2014).

Sarma, Mandira & Jesim Pais, *Financial Inclusion and Development*, 23 J. INT'L. DEV. 613 (2011).

其他英文參考文獻

- Beck, Thorsten, *Financial Inclusion – Measuring Progress and Progress in Measuring* (2016), https://www.imf.org/external/np/seminars/eng/2016/statsforum/pdf/beck_paper.pdf.
- Building Inclusive Financial Sectors for Development*, UNCDF, <https://www.uncdf.org/article/597/building-inclusive-financial-sectors-for-development-migration> (last visited Aug. 20, 2020).
- Coyle, Diane, *Practical Competition Policy Implications of Digital Platforms* (Bennett Inst. for Pub. Pol’y, Working Paper No: 01/2018, 2018), https://www.bennettinstitute.cam.ac.uk/media/uploads/files/Practical_competition_policy_tools_for_digital_platforms.pdf.

