



# 公司簡介

2017年4月

# 聲明

本簡報及同時發佈之相關資訊內含有預測性敘述。除針對已發生事實，所有對新光金控(以下簡稱新光金)未來經營業務、可能發生之事件及展望(包括但不限於預測、目標、估算和營運計劃)之敘述皆屬預測性敘述。預測性敘述會受不同因素及不確定性的影響，造成與實際情況有相當差異，這些因素包括但不限於價格波動、實際需求、匯率變動、市占率、市場競爭情況，法律、金融及法規架構的改變、國際經濟暨金融市場情勢、政治風險、成本估計等，及其他本公司控制範圍以外的風險與變數。這些預測性敘述是基於現況的預測和評估，本公司不負日後更新之責。

本簡報內容及同時發佈之相關資訊為自結之財務數字。

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 新光金控簡介

- 台灣大型金融控股公司之一
  - 子公司涵蓋壽險、銀行、證券、投信、保險代理人及創業投資
  - 2016年初年度保費市佔率達9.0%，為市場第五大保險公司
  - 擁有106家銀行分行，依總資產排名為第十大本國民營銀行
- 為金融控股公司中，同時涵蓋銀行及人壽業務

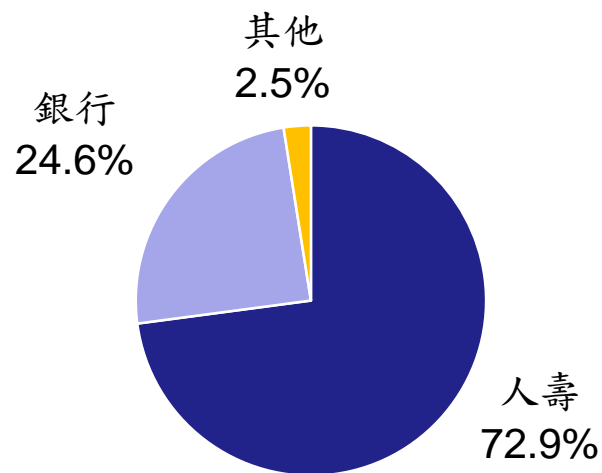
## 財務概況

| 新台幣十億元              | 2014    | 2015    | 2016    |
|---------------------|---------|---------|---------|
| 合併總資產               | 2,793.8 | 2,963.1 | 3,157.7 |
| 合併股東權益              | 125.5   | 123.1   | 135.6   |
| 市值                  | 88.6    | 73.1    | 80.8    |
| 稅後淨利 <sup>(1)</sup> | 6.8     | 5.8     | 4.8     |
| 資產報酬率               | 0.29%   | 0.24%   | 0.17%   |
| 股東權益報酬率             | 6.53%   | 5.50%   | 3.94%   |
| 外資持股比率              | 24.44%  | 22.29%  | 17.79%  |

註：

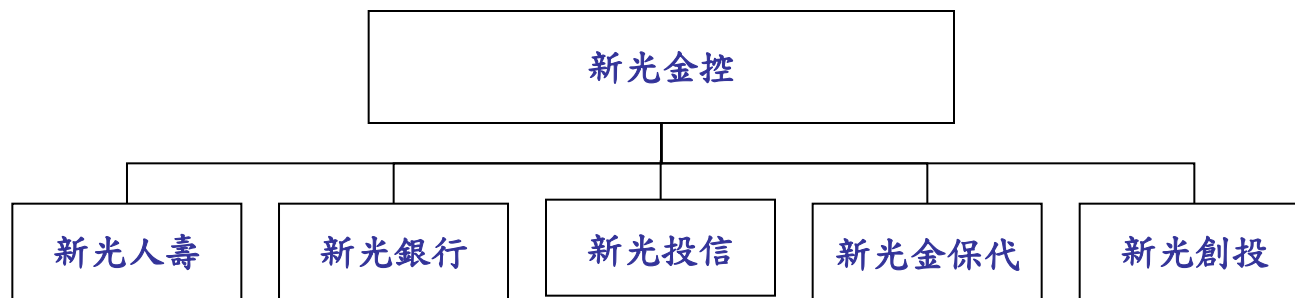
(1) 扣除非控制權益

## 2016年資產組合



# 公司架構

## 全方位金融服務平台



|             |          |        |        |        |        |
|-------------|----------|--------|--------|--------|--------|
| 成立日期        | 7/1963   | 1/1997 | 9/1992 | 1/2003 | 4/2011 |
| 總資產(新台幣十億元) | 2,319.73 | 782.38 | 0.76   | 0.13   | 1.47   |
| 佔集團資產比重(%)  | 72.9%    | 24.6%  | <0.1%  | <0.1%  | <0.1%  |
| 盈餘(新台幣百萬元)  | 138      | 4,630  | 86     | 53     | 25     |
| 分行/通訊處      | 311      | 106    | 3      | 1      | 1      |
| 市場佔有率(%)    | 9.0%     | 1.7%   | 1.4%   | -      | -      |

# 資深經營團隊



許澎

新光金控副董事長/發言人

經歷：

- 中華民國人壽保險商業同業公會理事
- 中華民國銀行商業同業公會金控業務委員會委員
- 中華民國精算學會秘書長



蔡雄繼

新光人壽總經理

經歷：

- 新光人壽資深副總經理
- 新光人壽副總經理
- 中華民國人壽保險管理學會常務理事



方正培

新光金保代董事長兼總經理

經歷：

- 新光海航人壽總經理
- 新光人壽副總經理
- 新光人壽研修部協理
- 新光人壽海外事務部協理



李紀珠

新光金控總經理  
新光人壽副董事長

經歷：

- 臺灣金控暨臺灣銀行董事長
- 中華民國銀行商業同業公會全國聯合會理事長
- 金融監督管理委員會政務副主任委員
- 中華郵政董事長
- 中華民國不分區立法委員
- 國立政治大學經濟系暨研究所專任教授



謝長融

新光銀行總經理

經歷：

- 大眾商業銀行資深副總經理
- 台新國際商業銀行副總經理
- 摩根大通銀行台北分行副總裁

# 成功吸引及整合外部專業人士



儲蓉

新光金控風控長  
新光人壽風控長

經歷：

- 金鼎證券公司資深副總經理
- 中華信用評等公司副總經理



袁宏隆

新光人壽投資長

經歷：

- 光大保德信基金公司首席投資總監
- 荷銀投信投資長
- 加拿大倫敦人壽保險公司權益證券資深副總經理
- 特許財務分析師



章光祖

新光金控資訊長  
新光銀行資訊長

經歷：

- 國泰世華銀行 營運長
- 國泰世華銀行 資訊長



吳惠玲

新光金控人資長  
新光銀行人資長

經歷：

- 渣打國際商業銀行人力資源資深副總裁
- 香港安盛保險人力資源副總裁



林漢維

新光人壽數理、資產負債管理、綜合企劃  
及商品開發部副總經理

經歷：

- 美國紐約人壽助理精算師
- 美國林肯金融集團董事及精算師
- 美國保險精算師
- 美國精算協會會員
- 特許財務分析師

# 健全的政策與執行以達到最適公司治理

## 董事會層級

- 多元化的股權結構，約20%的外資持股及2%左右員工持股
- 2014年選任三位獨立董事
  - 林美花：國立政治大學會計系教授
  - 李勝彥：國立臺北大學亞洲研究中心榮譽顧問
  - 李正義：前華南金控董事兼總經理

## 法令遵循

- 指派法令遵循主管以加強內部風險控管及法令遵循
- 法令遵循主管直接由董事會任命並直接向金控總經理報告；每半年向董事會呈交書面報告

## 內部稽核

- 總稽核直接向董事會報告
- 每年進行一次企業稽核
- 每半年針對財務、風險管理及法令遵循進行業務稽核

## 資訊透明

- 設立發言人及代理發言人制度
- 定期上傳公開資訊於網站上
- 設立投資人關係小組回覆投資人問題
- 每季舉辦說明會對媒體及法人說明公司營運狀況



# 新光金控2016營運概況

- 新光金控2016年合併綜合淨利為NT\$129.8億，合併稅後淨利為NT\$51.0億，歸屬本公司淨利為NT\$48.1億，EPS為NT\$0.48。股東權益較2015年底成長12.1%至NT\$1,214.0億，每股淨值為NT\$12.11
- 子公司核心業務穩健

## 新光人壽：

- ◆ 初年度保費較2015年成長46.9%達NT\$1,148.9億，推升新契約價值較2015年成長；負債成本較2015年底下降14 bps至4.37%
- ◆ 海外固定收益部位持續增加，利息收入較2015年提高12.5%達NT\$702.3億
- ◆ 其他綜合淨利達NT\$92.1億，股東權益較前一年底提高14.5%至NT\$737.7億

## 新光銀行：

- ◆ 淨利息收入及淨手續費收入分別較2015年成長3.1%及3.7%。合併稅後淨利為NT\$46.3億
  - ◆ 致力提高資金運用效益並調整存款結構，全年度存放利差較2015年提升4 bps至1.97%，淨利差較2015年提升4 bps至1.50%
  - ◆ 資產品質維持穩定，逾放比及呆帳覆蓋率分別為0.26%及492.04%
- 集團及子公司資本適足率皆優於法令規定，新光金控CAR為124.4%、新光人壽RBC為279.3%、新光銀行BIS為12.7%

# 稅後淨利 – 2016

## 子公司盈餘貢獻

新台幣十億元

| 子公司                       | 2015        | 2016        | 年變化率          |
|---------------------------|-------------|-------------|---------------|
| 新光人壽                      | 0.14        | 0.13        | -12.1%        |
| 新光銀行                      | 5.03        | 4.63        | -8.0%         |
| 新光投信                      | 0.02        | 0.09        | 454.0%        |
| 新光金創投                     | 0.02        | 0.03        | 46.1%         |
| 新光金保代                     | 0.05        | 0.05        | 14.6%         |
| 其他 <sup>(1)</sup>         | 0.52        | -0.12       | -123.1%       |
| <b>稅後淨利<sup>(2)</sup></b> | <b>5.78</b> | <b>4.81</b> | <b>-16.8%</b> |

註：

(1) 含金控其他損益、所得稅、以及合併認列元富證券收益

(2) 歸屬本公司稅後淨利

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

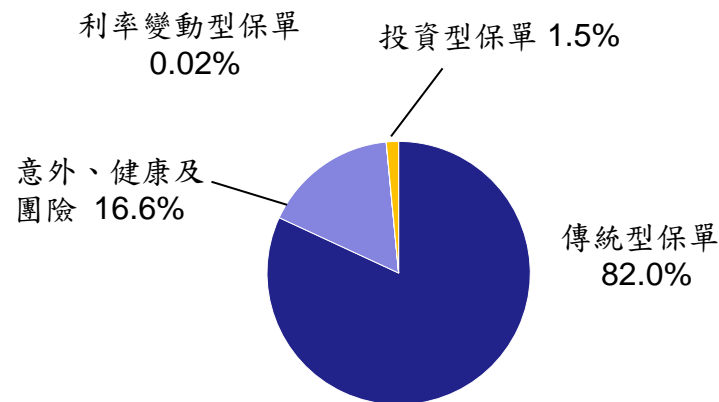
# 新光人壽

- 2016年初年度保費市佔率9.0%並擁有逾360萬客戶數，為台灣第五大保險公司
- 多樣化行銷通路，包含約7,600名專屬保險業務員、311個分支機構及近40家的銀行保險通路
- 金融產品線多樣化，包含傳統壽險、意外及健康、利率變動型及投資型保單

## 財務資訊

| 新台幣十億元  | 2014    | 2015    | 2016    |
|---------|---------|---------|---------|
| 總保費收入   | 210.2   | 227.8   | 264.4   |
| 稅後淨利    | 1.63    | 0.15    | 0.14    |
| 總資產     | 1,972.0 | 2,113.5 | 2,319.7 |
| 股東權益    | 69.6    | 64.4    | 73.8    |
| 股東權益報酬率 | 2.34%   | 0.22%   | 0.20%   |
| 總資產報酬率  | 0.08%   | 0.01%   | 0.01%   |

## 2016年總保費收入



總保費收入: NT\$2,643.8億

# 新光人壽市佔率

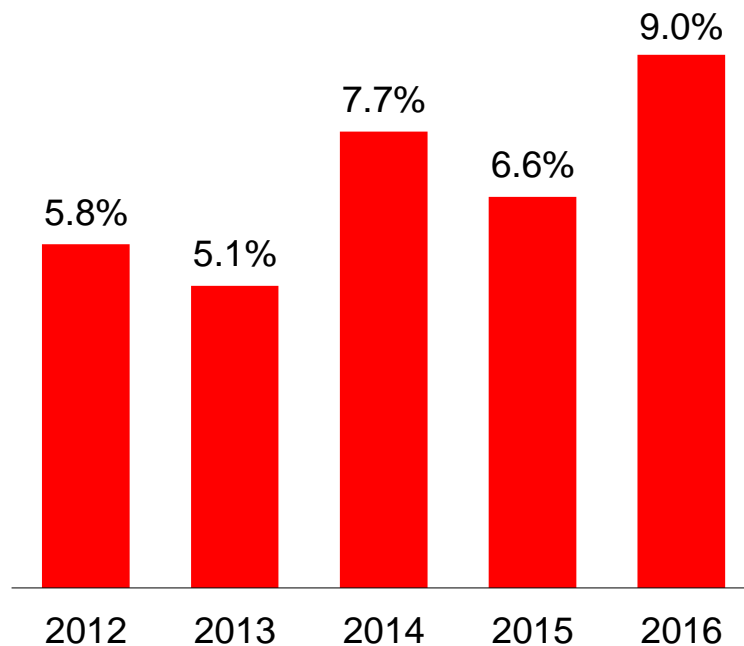
前十大初年度保費收入排名 - 2016年

新台幣十億元



近五年初年度保費市佔率

%

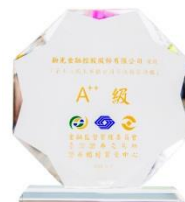


資料來源:人壽保險同業公會

# 獲得獎項及表揚



台灣超級品牌 (2006年)  
國際超級品牌協會  
(Superbrands International)



最佳資訊透明化 A+  
(2006, 2007, 2008, 2009, 2010,  
2012年)、資訊透明度最高等級  
A++ (2013, 2014, 2015, 2016年)  
證基會



最佳投資機構獎 (2006年)  
亞洲投資人雜誌



台灣資本市場年度最具代表性  
籌資案 (2009年)  
IFR Asia



國家品質獎 (2004年)  
行政院經濟部



國家公益獎 (2007年)  
行政院內政部



遠見雜誌傑出服務獎 (2008年)  
遠見雜誌



亞太區前五佳投資人關係網站  
(2012年)、台灣最佳投資人關係網  
站 (2010及2011年)及大中華區前  
五佳投資人關係網站 (2009年)  
IR Global Rankings

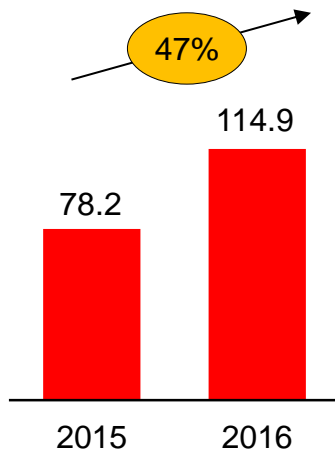
# 新光人壽2016營運概況

- 2016年合併稅後淨利為NT\$1.4億，其他綜合淨利達NT\$92.1億；股東權益為NT\$737.7億，較2015年底提升14.5%
- 受惠於利變型終身壽險需求強勁，初年度保費達NT\$1,148.9億，較2015年成長46.9%，市佔率為9.0%
- 初年度等價保費達NT\$537.2億，較2015年提高80.4%；負債成本較2015年底下降14 bps至4.37%，降幅高於預期
- 為提升經常性收益，持續佈局資金於國際板債券及國外美元計價公債，利息收入較2015年成長NT\$78.1億，避險前經常性收益率達3.90%
- 雖外匯市場大幅波動致匯兌避險成本增加至0.87%，2016年投資報酬率為3.80%，較2015年提升12 bps

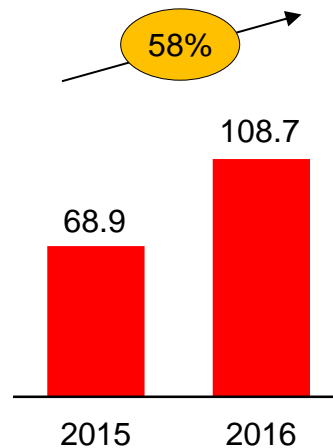
# 初年度保費收入 – 2016

新台幣十億元

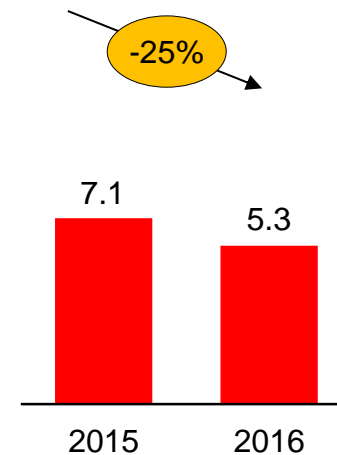
合計



傳統型



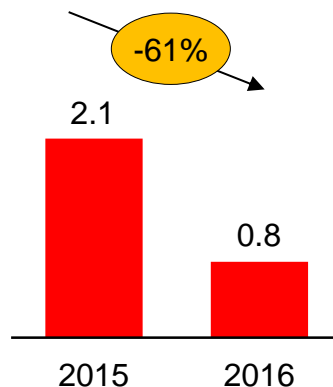
意外、健康及團險<sup>(註)</sup>



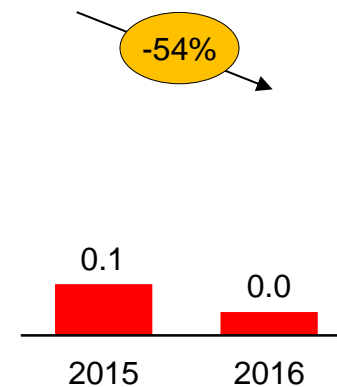
## 總結

- 受惠於利變型終身壽險需求強勁，初年度保費較2015年成長46.9%達NT\$1,148.9億
- 保費結構以傳統型商品為主，佔初年度保費比重94.6%，推動負債成本較2015年底降低14 bps至4.37%
- 初年度等價保費達NT\$537.2億，較2015年成長80.4%，推升新契約價值較2015年成長
- 有鑑於保單責任準備金利率及佣金調降，今年將持續強化外幣保單及保障型商品之銷售，以維持保費動能及新契約價值

投資型



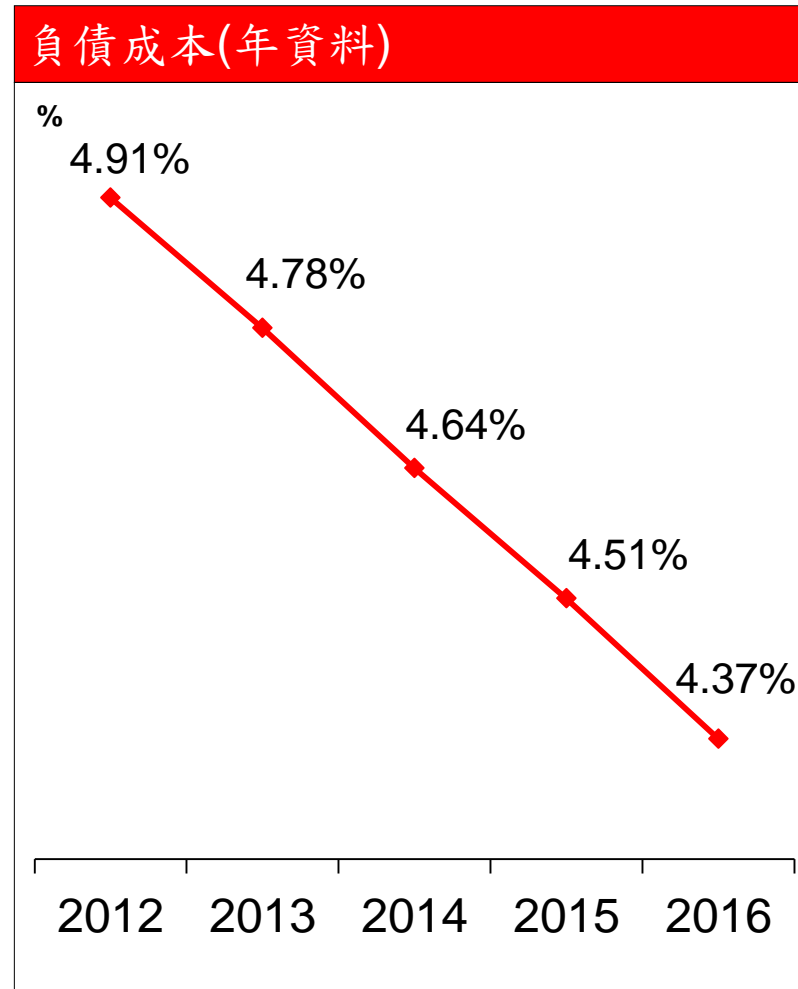
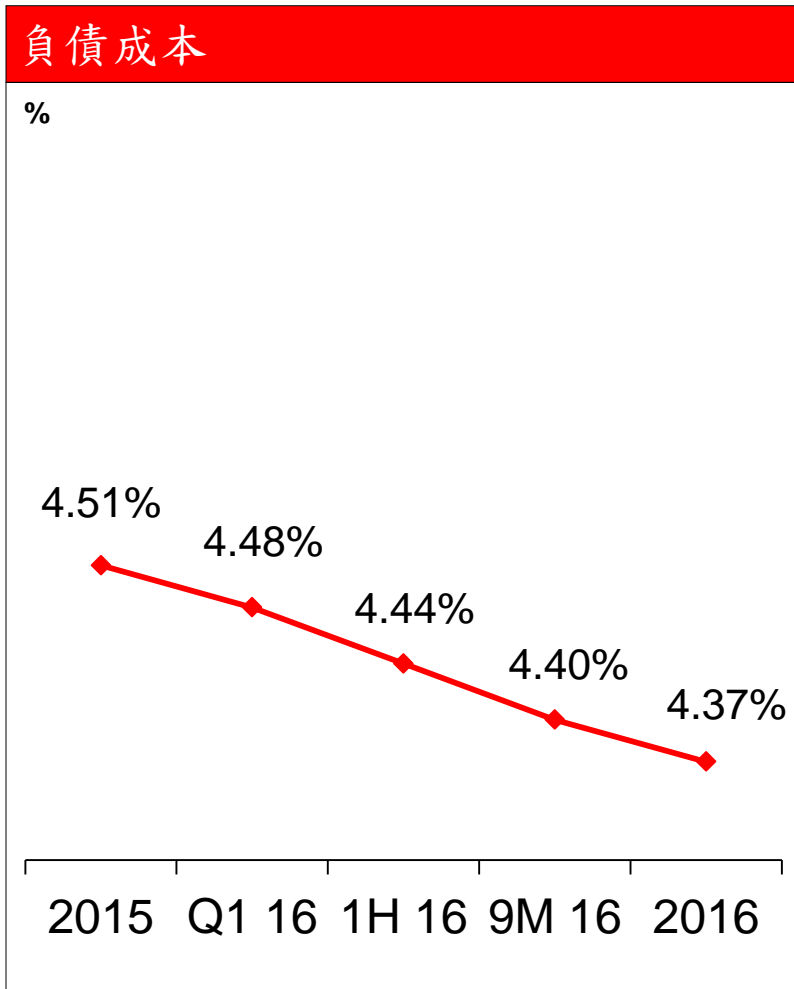
利變型



註：長扶久久A型及長扶雙享A型屬殘扶險，歸類於健康險

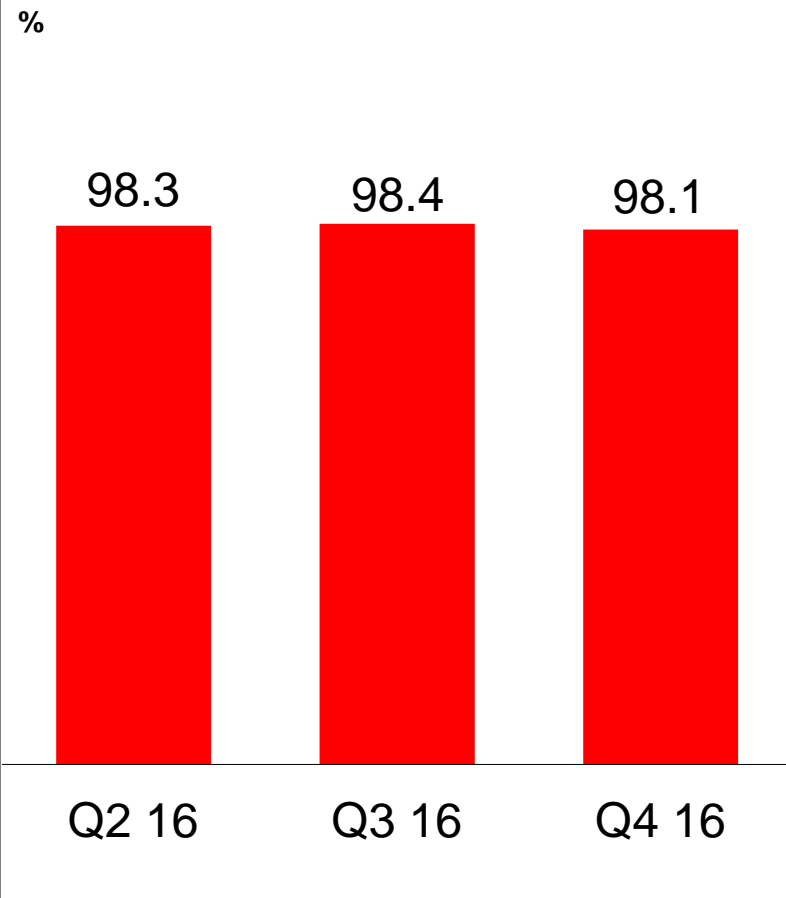


# 負債成本

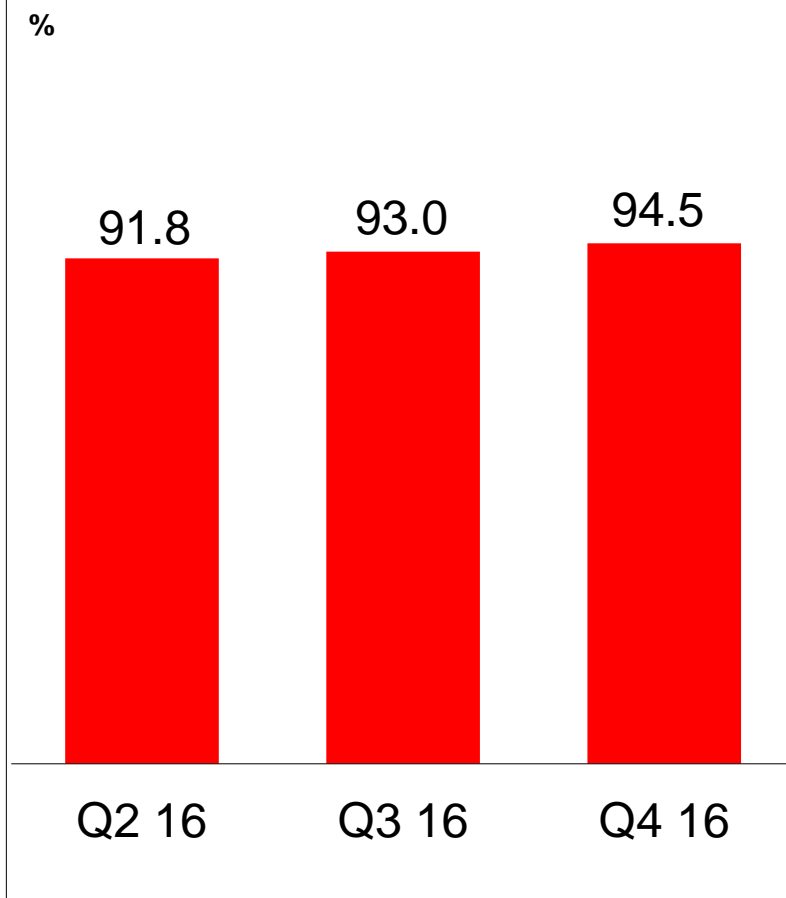


# 繼續率

## 13 個月繼續率

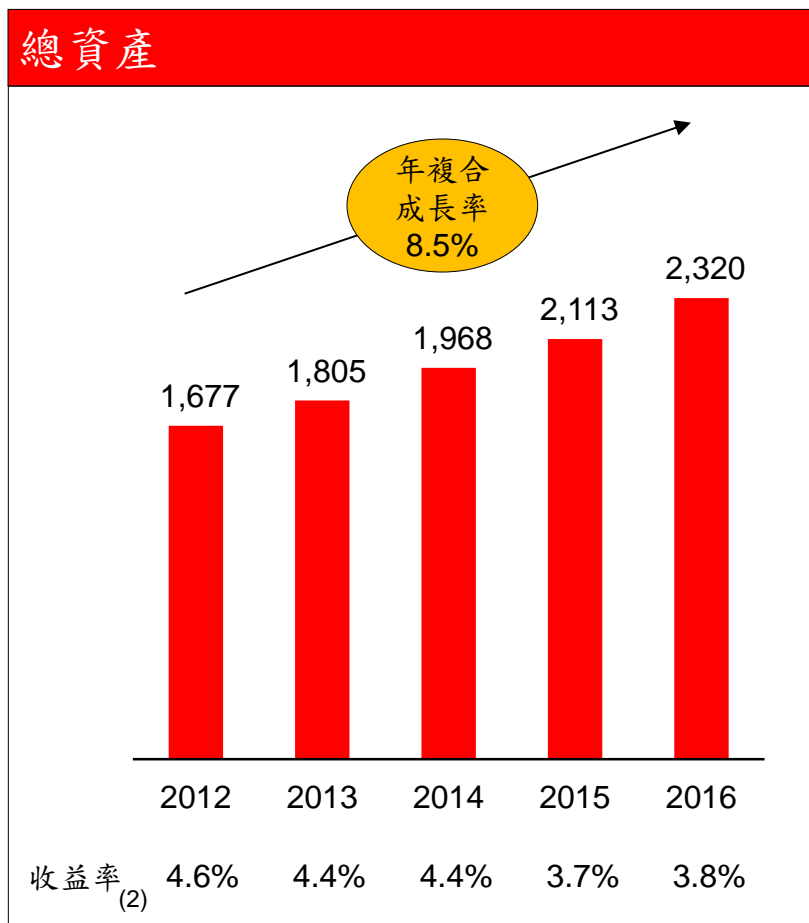


## 25 個月繼續率



# 資產配置

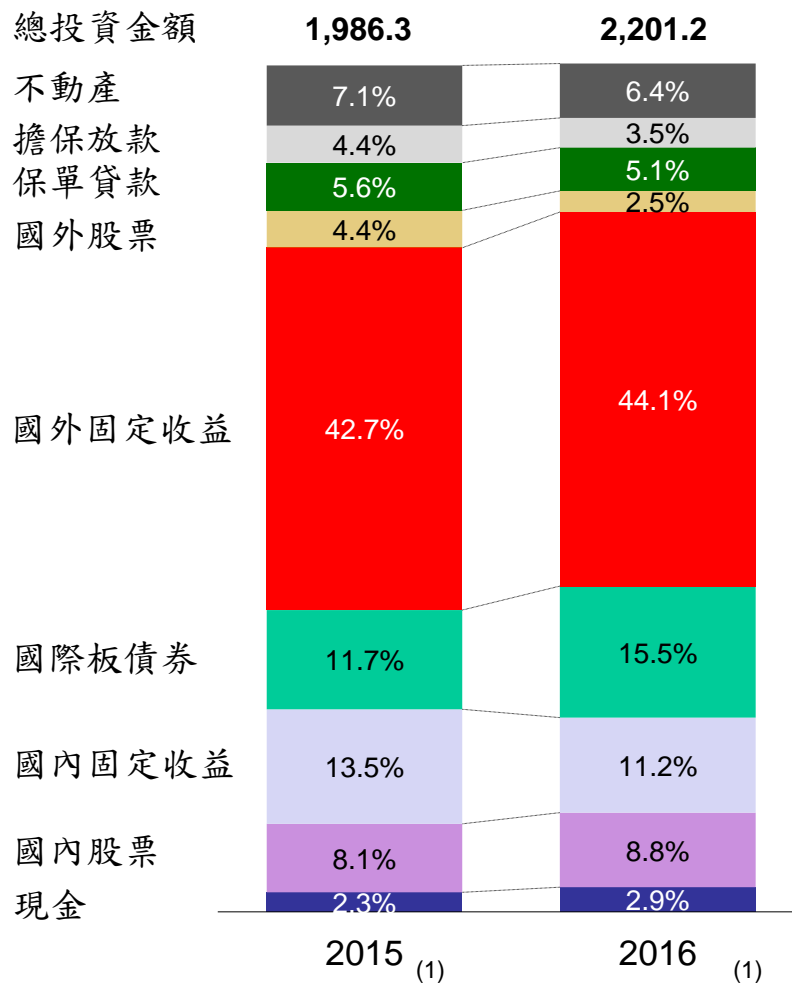
新台幣十億元



註:

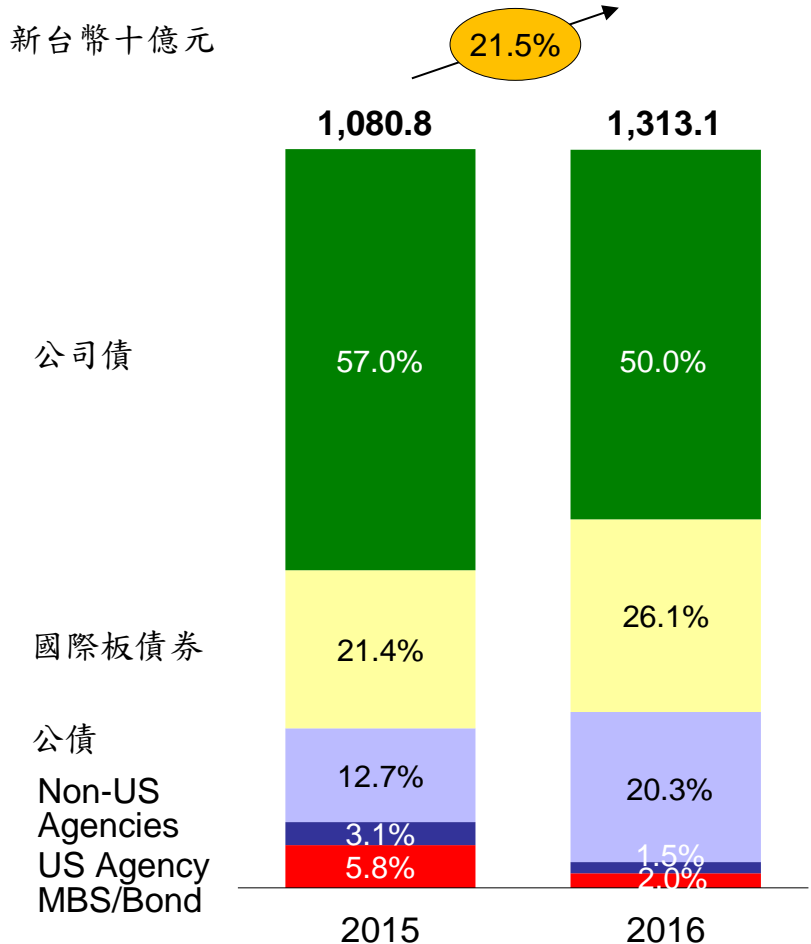
(1) 因四捨五入，資產組合之百分比加總不一定等於100%

(2) 包括資本利得與匯兌避險損益



# 海外固定收益投資配置

## 海外固定收益投資組合



## 總結

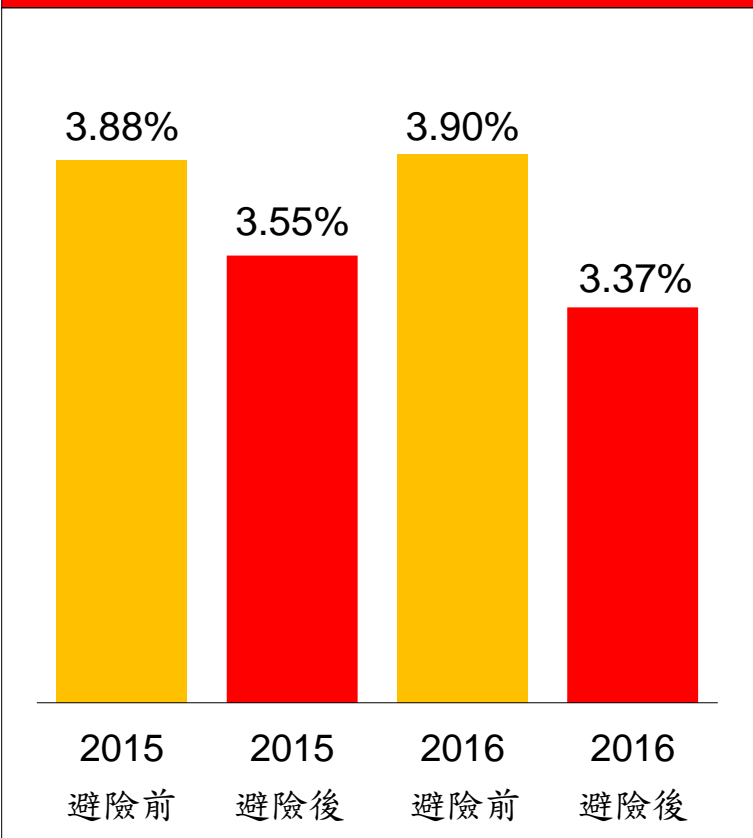
- 海外固定收益較2015年增加21.5%，主要配置於新興市場美元計價公債及國際板債券
- 截至2016年底，國際板債券投資金額達NT\$3,415億，避險前平均殖利率4.4%以上，避險後殖利率仍遠高於國內債券
- 持續投入固定收益部位，以提升債息收入。2016年第四季新錢投資報酬率較前一季提高約50 bps
- 配合長天期利率上升趨勢，將持續佈局新興市場美元計價公債及海外公司債，以提高經常性收益

註：

(1) 因四捨五入，資產組合之百分比加總不一定等於100%

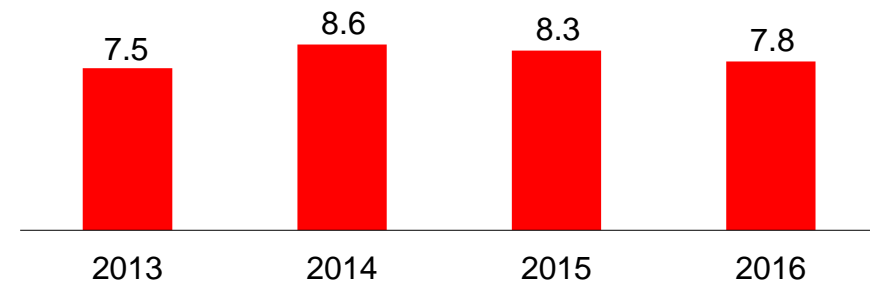
# 經常性收益

## 經常性收益率



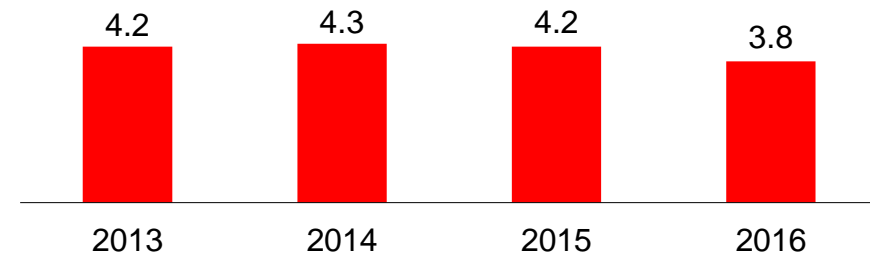
## 國內外現金股利

新台幣十億元



## 不動產租金收入

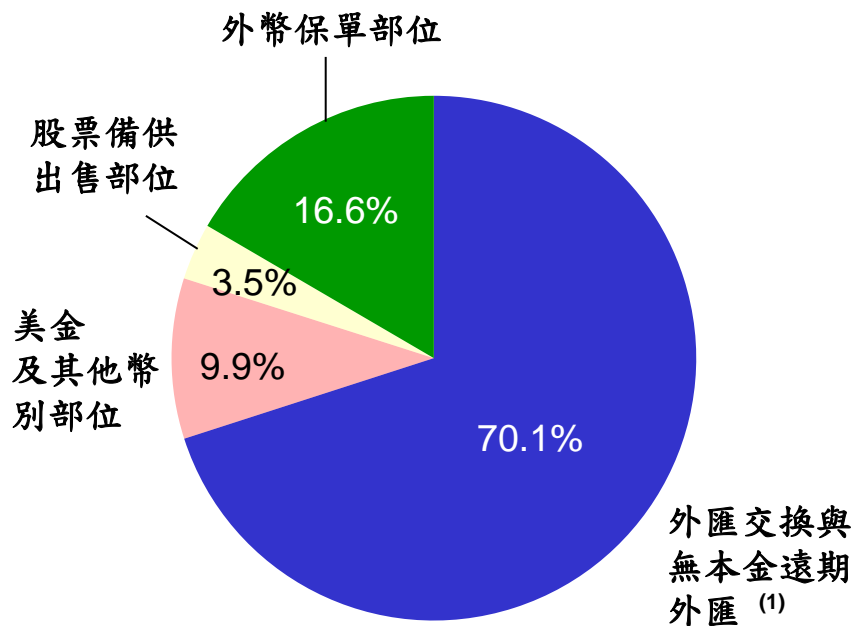
新台幣十億元



# 避險策略

## 避險策略配置

總計=新台幣14,058.5億元



## 總結

- 2016年避險成本為0.87%
- 外匯交換與無本金遠期外匯，加計無須避險之外幣保單部位，避險比例為86.7%。在嚴謹風險控管機制下，中長期配置目標介於70~95%之間
- 傳統避險中外匯交換及無本金遠期外匯避險比例分別為64%與36%
- 3.5%係股票備供出售部位，評價不需認列於損益表

註：

(1) Currency swaps 與 non-delivery forwards

# 新光人壽投資策略

## 資產負債配合

- 依負債組合和資本規劃，制定策略性資產配置
- 以台幣保單資金佈局國際板債券，並配合外幣保單銷售投資國外債券，以提高經常性收益

## 資產配置多樣化

- 多樣化資產配置(股票、信用、外匯、商品、不動產等)
- 透過海外投資以分散風險及提高收益率。持續投入投資等級債券，增加固定息收
- 限額控管波動較大之資產

## 控制匯兌避險成本

- 動態調整外匯避險策略之比重。外匯交換與無本金遠期外匯，加計無須避險之外幣保單部位，中長期配置目標介於70~95%之間
- 避險成本中長期目標為100 bps以下

## 強化投資風控

- 透過嚴謹的SAA與TAA規劃配置，有效管理整體投資風險
- 精進風管系統之風險值模型，以因應市場變化，並嚴控市場、信用、作業三大風險

# 新光人壽2017展望

- 著重外幣險及保障型商品銷售，優化保險商品組合，以控管避險成本、獲取穩定利差益及堆疊新契約價值；年度目標初年度保費逾NT\$1,000億，負債成本降幅10 bps以上
- 第一季底前於全台通訊處展開業務員轉型Agent+專案，善用app活動管理工具，以提高生產力；彙整分析客戶基礎資料及保險相關交易數據，以強化客戶分群及精準行銷，提高保單再購率
- 持續推廣e投保、e拜訪、e理賠及e契變等數位服務，以提升服務效能，並強化客戶自主服務平台，提高數位客戶黏稠度、滿意度
- 配合長天期利率彈升，持續降低現金部位，增加固定收益投資，同時佈局以FVOCI評價之高殖利率股票，以提高經常性收益
- 於全國12處基地興建大樓，四年內全數完工後每年預估將挹注租金收益約NT\$6億
- 獲主管機關核准收回不動產特別準備金NT\$70億，用以提升新契約價值及股東權益成長



# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 新光銀行

- 依總資產排名為台灣第十大本國民營銀行
- 超過200萬的客戶群，擁有106家分行，其中51家位於大台北地區，並包括1家香港分行
- 提供的服務包括信用卡、房貸、車貸、存款、其他消費性貸款及企業貸款
- 於2007年成立越南胡志明市代表人辦事處，2011年5月香港分行正式開業，2015年9月設立緬甸仰光代表人辦事處

## 財務資訊

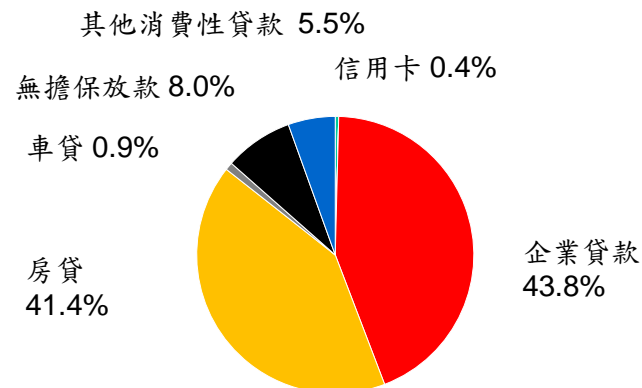
新台幣十億元

|                     | 2014   | 2015   | 2016   |
|---------------------|--------|--------|--------|
| 放款總額 <sup>(1)</sup> | 482.54 | 487.73 | 508.52 |
| 存款總額                | 643.68 | 679.59 | 686.88 |
| 稅後淨利                | 5.16   | 5.03   | 4.63   |
| 總資產                 | 759.91 | 788.39 | 782.38 |
| 股東權益                | 41.34  | 45.78  | 49.20  |

註:

(1) 含信用卡循環餘額，不含逾期放款

## 2016年放款組合

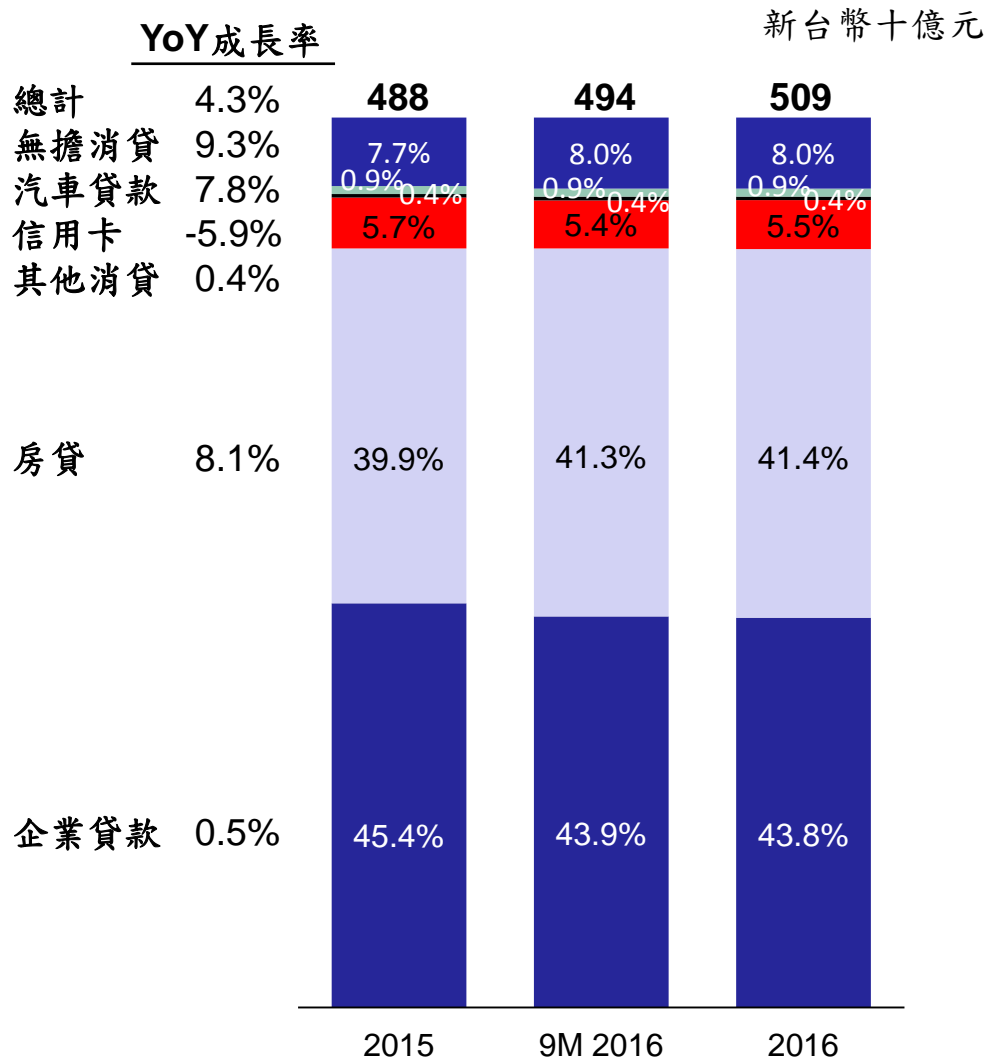


總放款: NT\$5,085.2億<sup>(1)</sup>

# 新光銀行2016營運概況

- 2016年合併稅後淨利為NT\$46.3億。受惠於存款結構調整，淨利息收入達NT\$106.9億，較2015年成長3.1%；淨手續費收入達NT\$32.3億，較前一年度成長3.7%
- 第四季放款餘額為NT\$5,085.2億，較前一季成長3.0%，動能主要來自消金與海內外企業放款
- 透過資金運用效益提升，淨利差較前一季提高5 bps至1.55%；存放利差為1.96%，維持前一季水平
- 2016年財富管理收入較2015年成長16.5%至NT\$19.8億，其中保險手續費收入達NT\$13.6億，較2015年成長40.8%
- 逾放比及呆帳覆蓋率分別為0.26%及492.04%，未來將嚴控授信風險以維持資產品質
- 因TMU業務放緩，風險性資產減少，BIS及Tier 1分別為12.7%及9.9%，皆優於2015年水準

# 放款組合



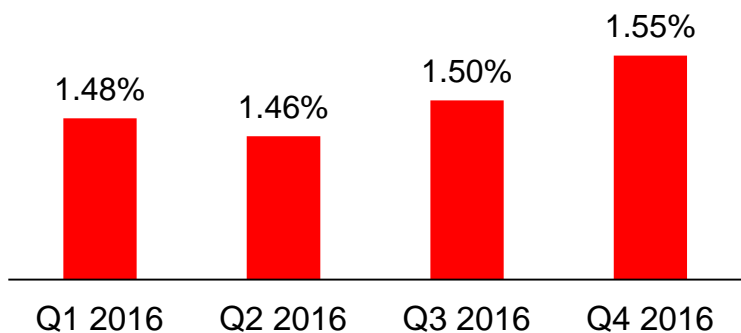
## 總結

- 2016年放款餘額成長4.3%至NT\$5,085.2億，主要因消費業務成長7.4%
- 為維持利差穩定，將持續推動海內外企業放款；海外聯貸放款餘額較2015年增加NT\$75.2億
- 房貸業務兼顧收益性及資產品質，2016年房貸餘額較2015年成長8.1%

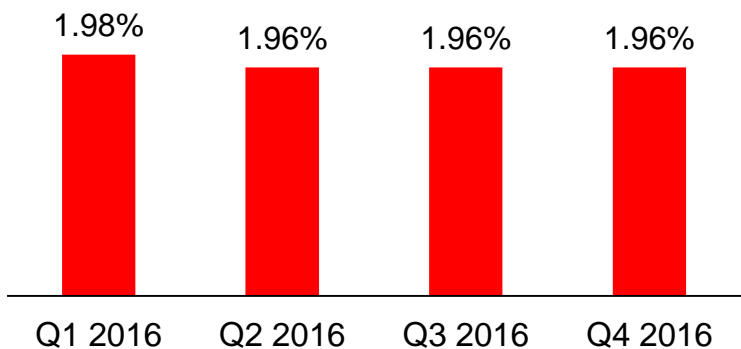
註：因四捨五入，放款組合之百分比加總不一定等於100%

# 利息收入

## 淨利差(NIM)



## 存放利差

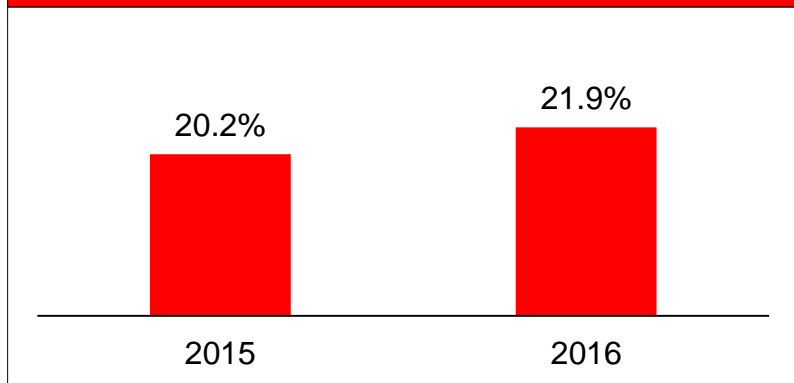


## 總結

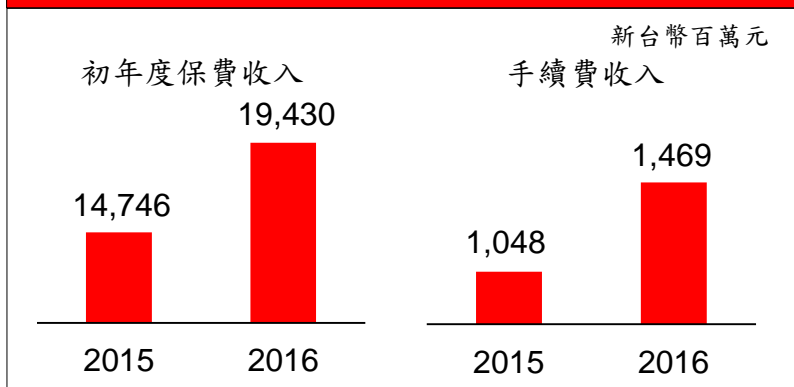
- 致力提升資金運用效益，第四季淨利差較前一季提升5 bps至1.55%；全年度淨利差為1.50%
- 2016年全年度存放利差較2015年提高4 bps至1.97%
- 未來新光銀行將持續：
  - 提高資金運用效益以維持利差穩定
  - 增加活期存款，降低資金成本
  - 持續推動外幣存款，以擴大海外聯貸及海外固定收益投資

# 手續費收入

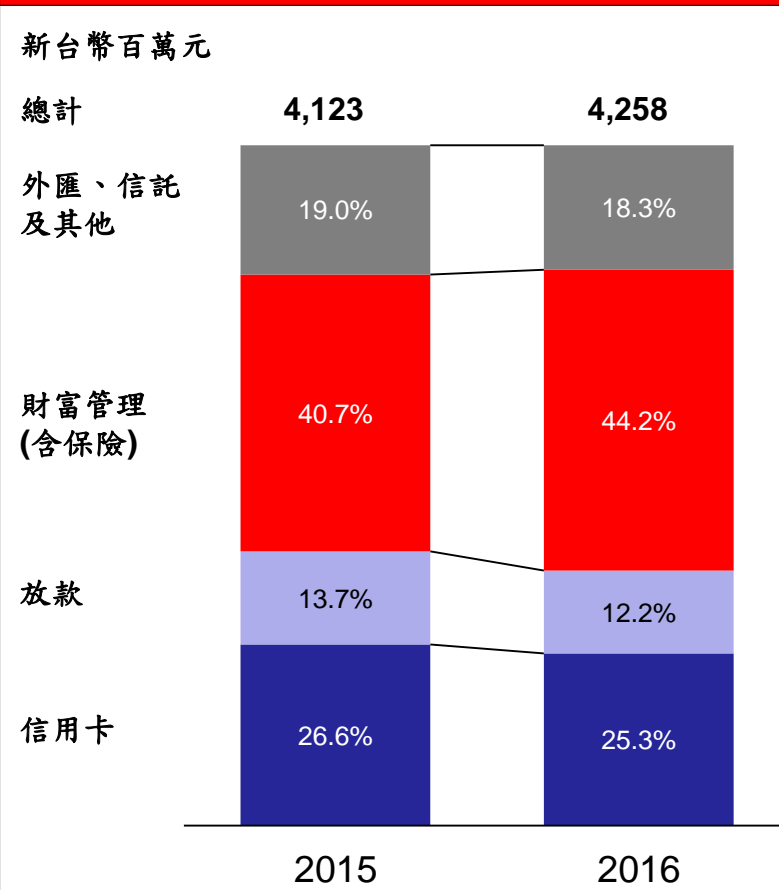
## 淨手續費收入佔總收入比率



## 交叉銷售新壽保單



## 手續費收入組合

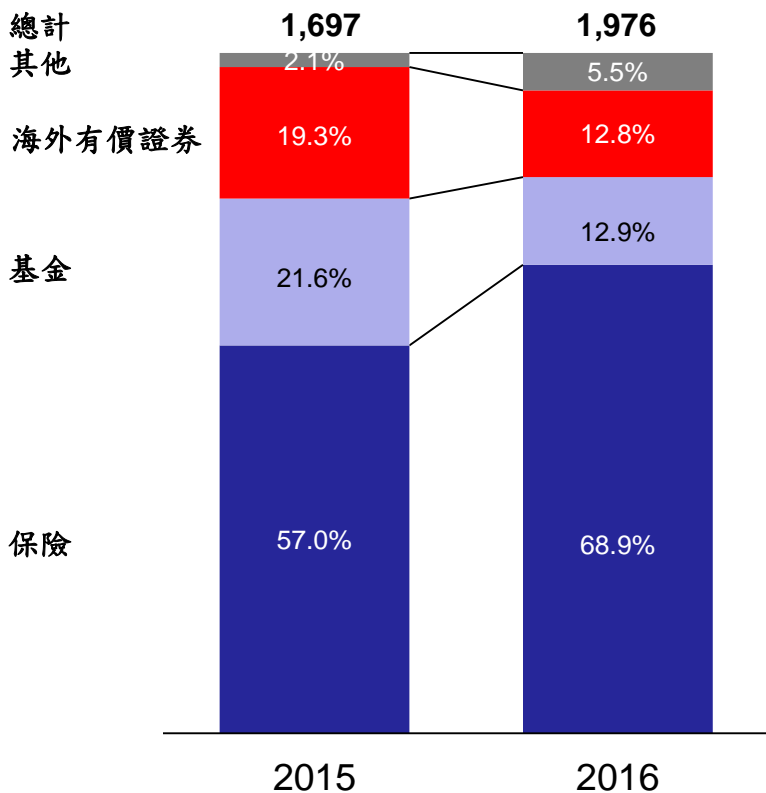


註:因四捨五入，手續費收入組合之百分比加總不一定等於100%

# 財富管理

## 財富管理收入組合

新台幣百萬元



註:因四捨五入，財富管理收入之百分比加總不一定等於100%

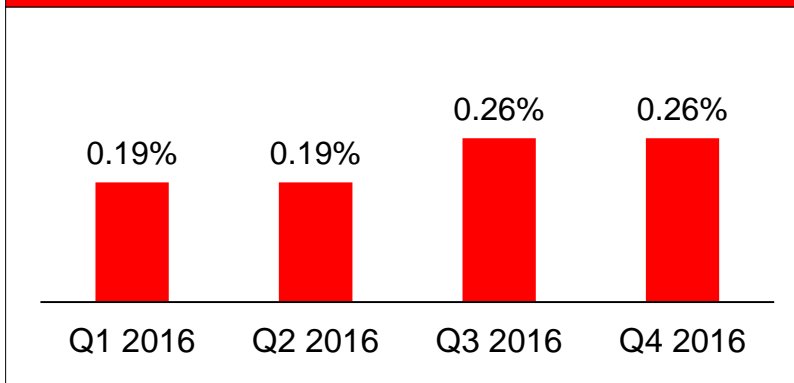
## 理財中心



- 受惠於保險銷售良好，2016年財富管理收入年成長16.5%至NT\$19.8億；保險手續費收入達NT\$13.6億，較2015年成長40.8%
- 因應保險佣金調降，將擴大推廣投資類商品，並成立專責單位提供投資研究報告以強化基金銷售動能
- 結合企消金部門開拓新客源，以增進理專生產力

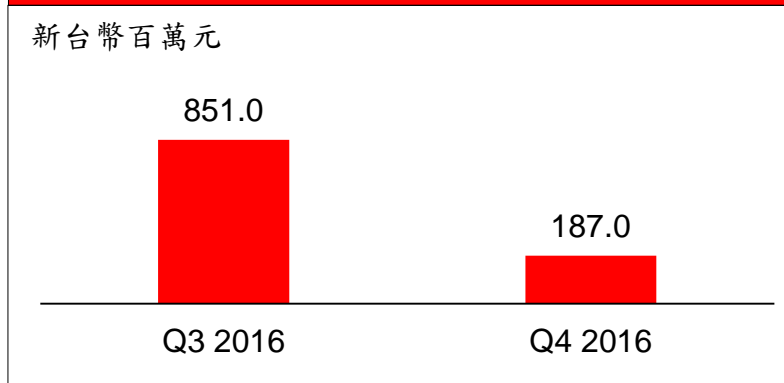
# 資產品質

## 逾放比率

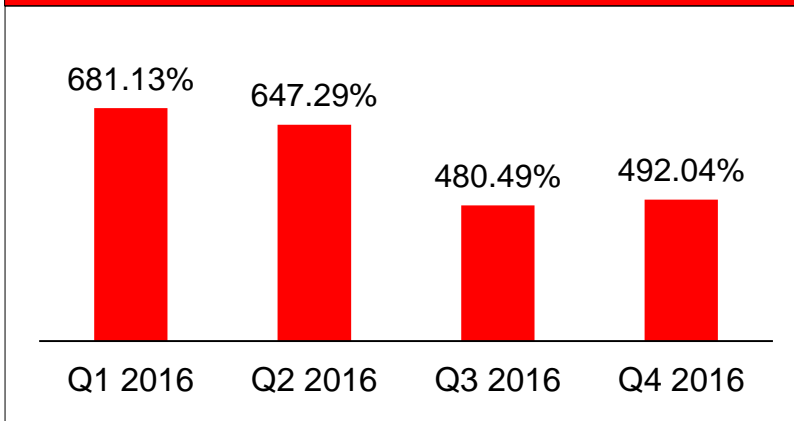


## 新增逾放金額

新台幣百萬元



## 呆帳覆蓋比率



- 2016年第四季新增逾放金額僅NT\$1.87億，較前一季減少NT\$6.64億
- 第四季逾放比及呆帳覆蓋率分別為0.26%及492.04%，將持續監管資產品質



# 新光銀行2017展望

- 積極參與海外聯貸，並強化香港分行理財與金融市場收入，以提升海外獲利佔比
- 持續推動企、消貸業務以增加放款收益、擴大資產規模
- 提高活期存款佔比以控管資金成本並維持淨息收成長動能
- 精進風險管理平台，持續加強KYC/KYP及ALM管理，以嚴控違約及市場風險
- 為維持財管收入雙位數成長，將擴大推廣投資類商品，並開拓消金與企金客群
- 持續創新數位金融服務，提高數位通路交易量，並達成客戶雙位數成長

# 目錄

I. 金控

II. 人壽業務

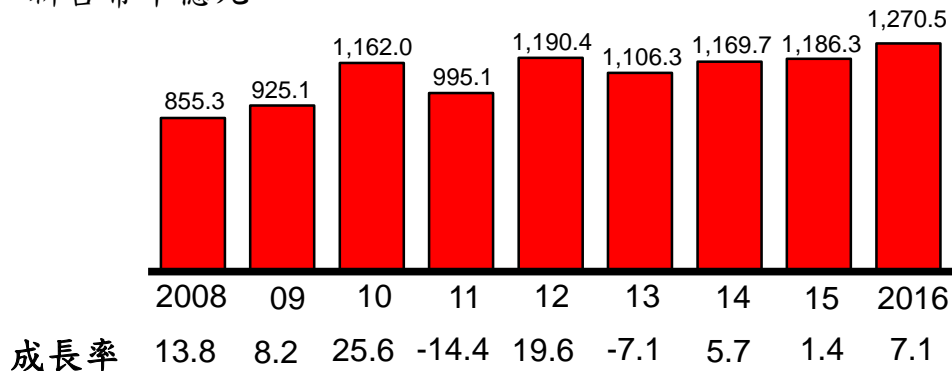
III. 銀行業務

IV. 附件

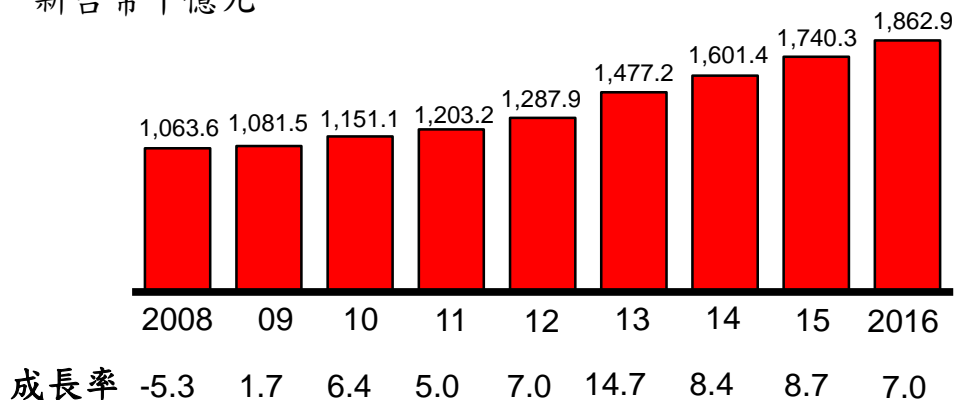
- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 人壽保險業務機會： 商品與通路改變

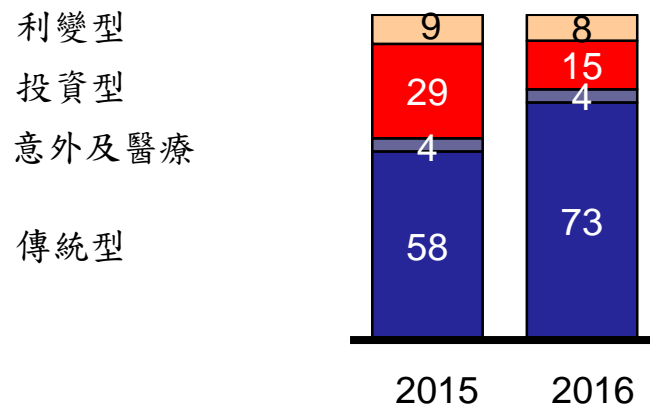
人壽保險初年度保費  
新台幣十億元



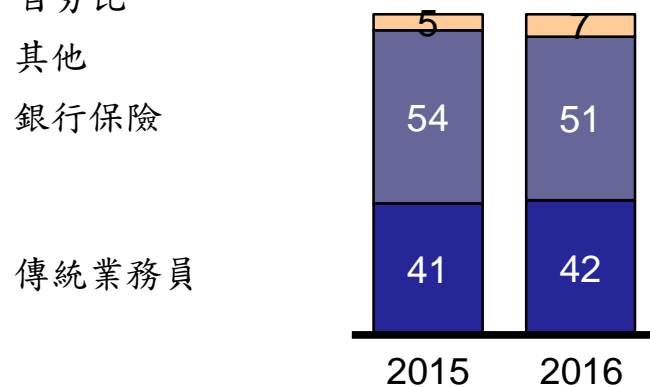
人壽保險續保保費  
新台幣十億元



新契約商品分類  
百分比

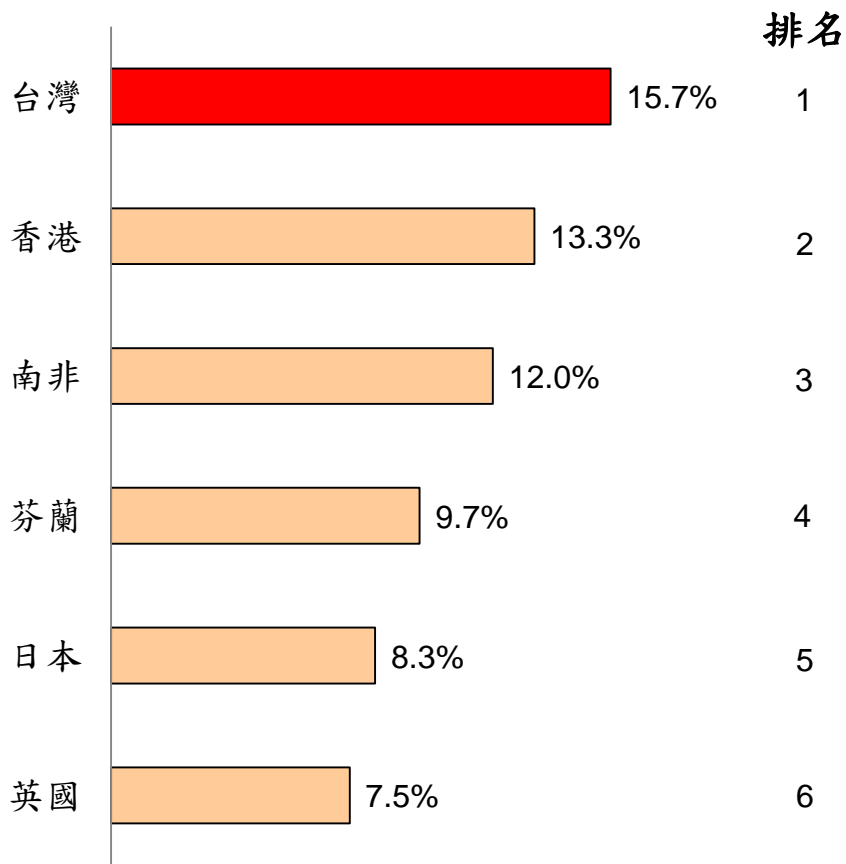


新契約通路組成  
百分比

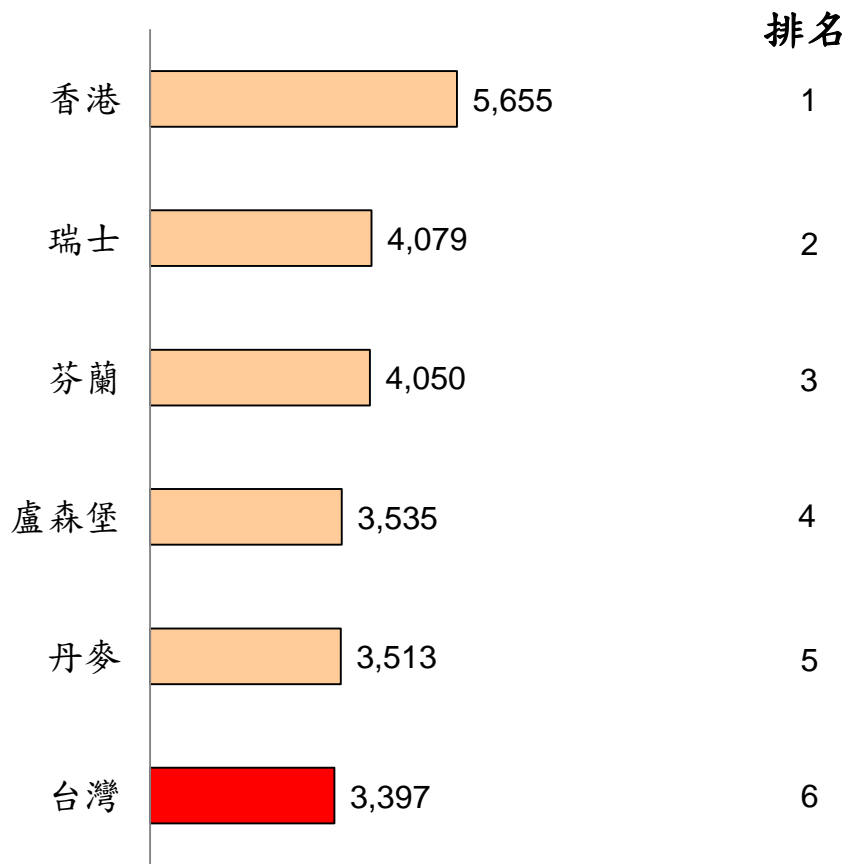


# 人壽保險業務機會： 滲透率高但密度低

人壽保險保費/國內生產毛額，%



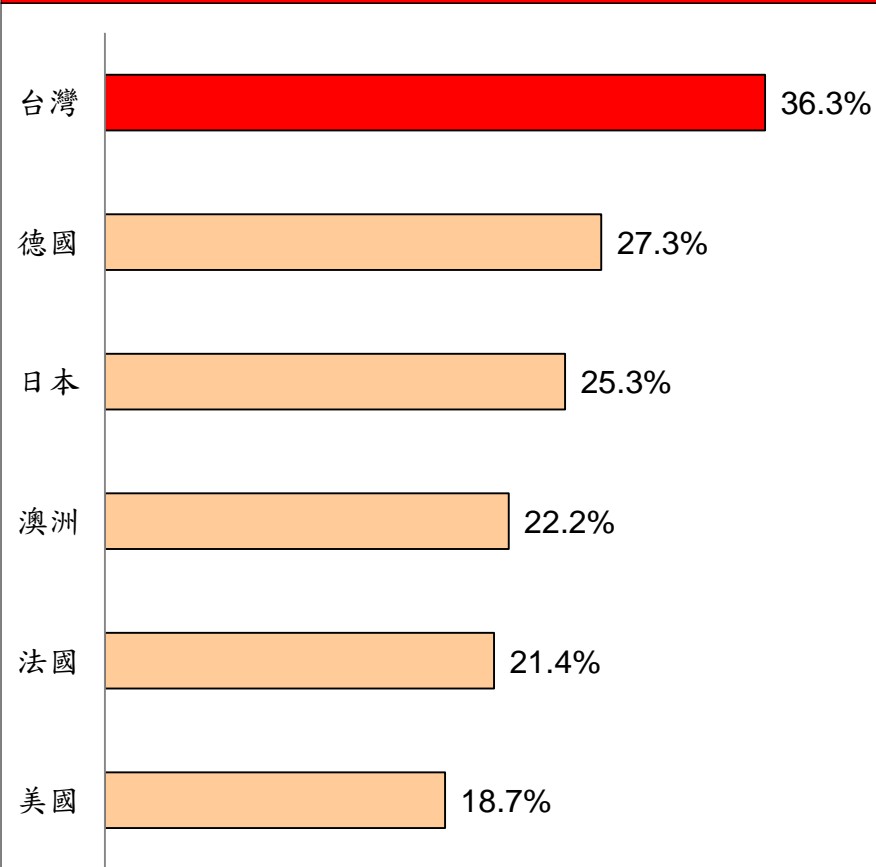
每人人壽保險支出，美金



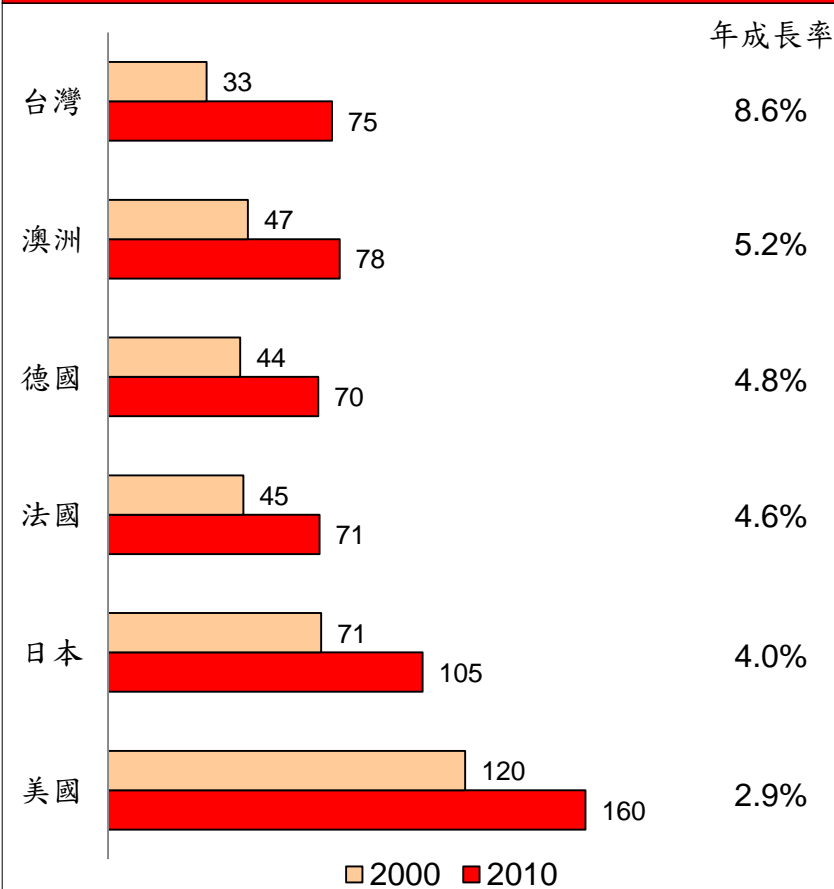
資料來源: Swiss Re, Sigma No.3/2016

# 人壽保險業務機會： 儲蓄率高且財富成長快速

儲蓄率 (1)



人均家庭財富(單位：美金仟元) (2)



註: (1) 資料來源: The World Factbook, CIA

(2) 資料來源: National Accounts at a Glance 2013, OECD

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- **人壽保費**
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 初年度保費 — 繳費型態

新台幣十億元

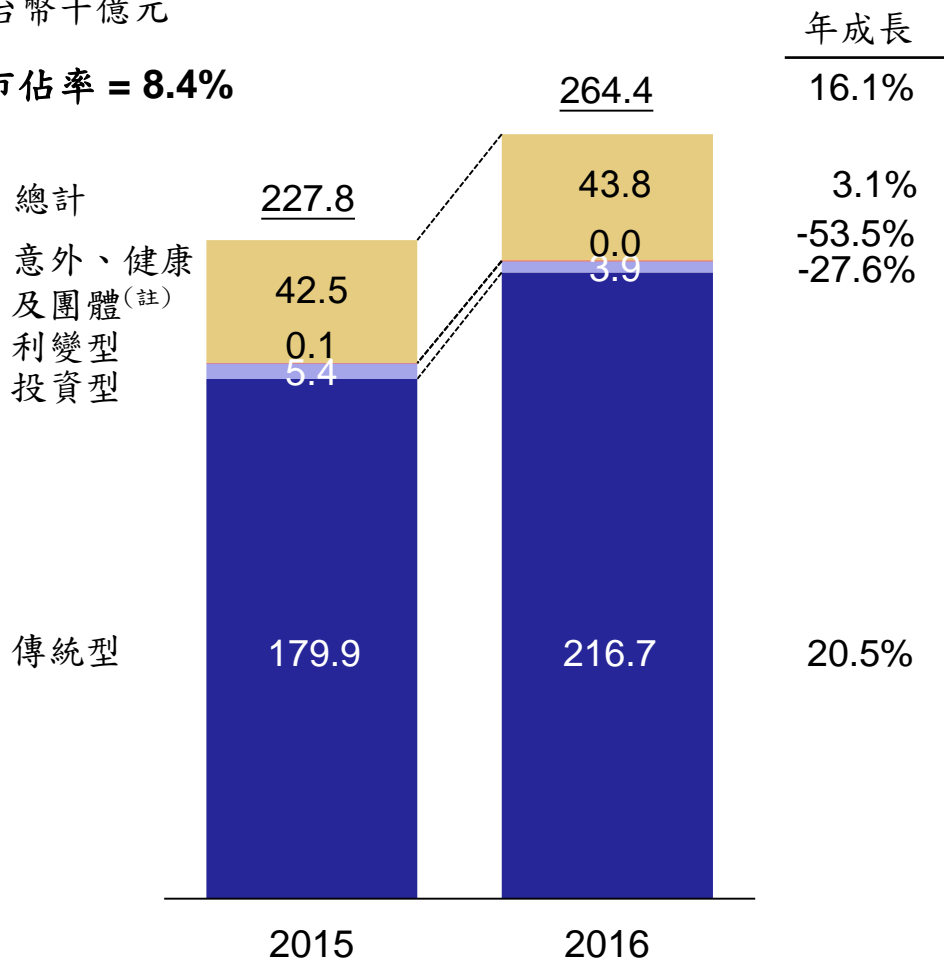
| 2016 FYP                | 躉繳           | 定期繳          | 彈性繳         | 總計            |
|-------------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|
| 傳統型                     | 63.71        | 45.01        |             | 108.72        |
| 投資型                     |              |              |             |               |
| VUL (基金)/變額年金           |              | 0.05         | 0.52        | 0.58          |
| 結構債商品                   | 0.23         |              |             | 0.23          |
| 利變型                     |              |              |             |               |
| 年金                      | 0.00         |              | 0.04        | 0.04          |
| 意外、健康及其他 <sup>(註)</sup> |              | 5.32         |             | 5.32          |
| <b>總計</b>               | <b>63.95</b> | <b>50.38</b> | <b>0.56</b> | <b>114.89</b> |
| <b>佔率</b>               | <b>55.7%</b> | <b>43.9%</b> | <b>0.4%</b> | <b>100.0%</b> |

註：長扶久久A型及長扶雙享A型屬殘扶險，歸類於健康險

# 總保費 – 2016

新台幣十億元

市佔率 = 8.4%



## 總結

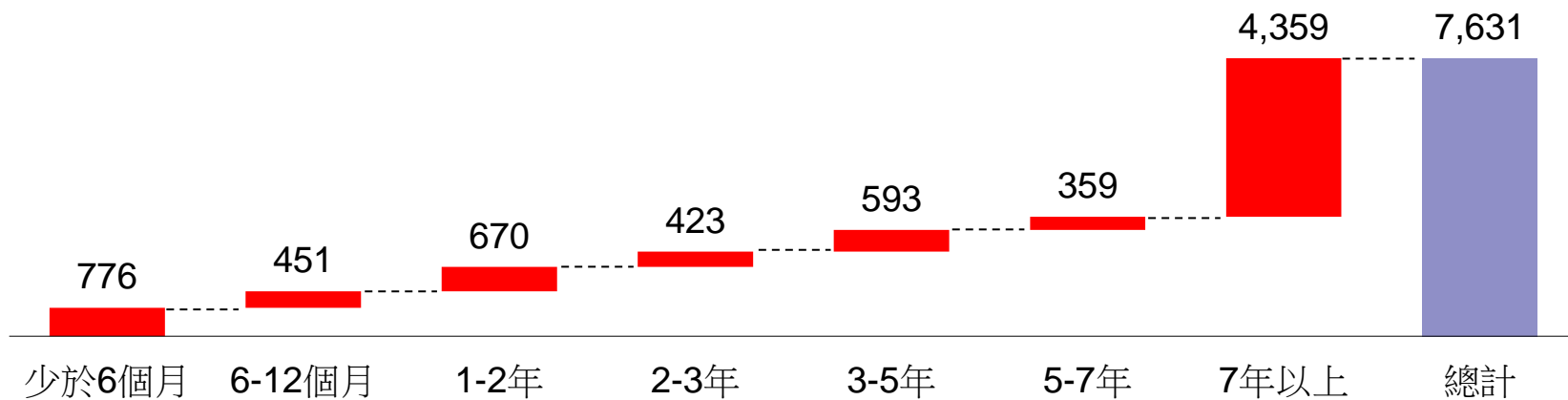
- 受惠於傳統型初年度保費較2015年成長57.7%，傳統型總保費成長20.5%，推升總保費較2015年成長16.1%
- 銀保通路著重終身儲蓄險，未推動利變型年金之銷售
- 意外、健康及團體保險呈現穩定成長趨勢

註：長扶久久A型及長扶雙享A型屬殘扶險，歸類於健康險



# 業務員人數及各年資生產力

2016



初年度保費  
銷售平均數  
字(新台幣  
百萬元)

1.41

2.35

2.79

3.15

3.70

4.57

5.34

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- **隱含價值與精算價值**
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 隱含價值、精算價值與新契約價值

新台幣十億元

|                                | 2014.12   | 2015.12   | 成長率  |
|--------------------------------|---|---|------|
| 投資報酬率(整體資產)                    | NTD 4.08%~5.10%<br>USD 4.64%~6.09%<br>等價報酬率：4.53%<br>(rolling over to 2015:<br>4.57%) | NTD 4.05%~5.10%<br>USD 4.32%~6.09%<br>等價報酬率：4.46% | --   |
| 投資報酬率(新錢)                      | NTD 4.13%~5.10%<br>USD 4.63%~6.02%  | NTD 4.06%~5.10%<br>USD 4.25%~5.68%                | --   |
| 調整後資產淨值(NAV)                   | 185.4   | 164.8   | -11% |
| 有效契約價值(VIF)                    | 111.7   | 121.4   | 9%   |
| 資本成本(COC)                      | 58.7  | 70.6  | 20%  |
| 隱含價值(EV)                       | 238.4   | 215.7   | -10% |
| EV / per share (SKL / SKFH)    | 41.1 / 24.3   | 37.2 / 21.1                                       | --   |
| 1年新契約價值(VNB)                   | 17.8  | 16.8  | -6%  |
| 精算價值(AV) - 5年新契約               | 297.1   | 273.8   | -8%  |
| 5年AV / per share (SKL / SKFH)  | 51.2 / 30.2   | 47.2 / 26.8                                       | --   |
| 精算價值(AV) - 20年新契約              | 383.1   | 349.8   | -9%  |
| 20年AV / per share (SKL / SKFH) | 66.1 / 39.0   | 60.3 / 34.2                                       | --   |

註：新光人壽2015年底總股數約58.0億股 (2014年底約58.0億股)、新光金控2015年底總股數約102.3億股 (2014年底約98.3億股)

# 隱含價值與精算價值

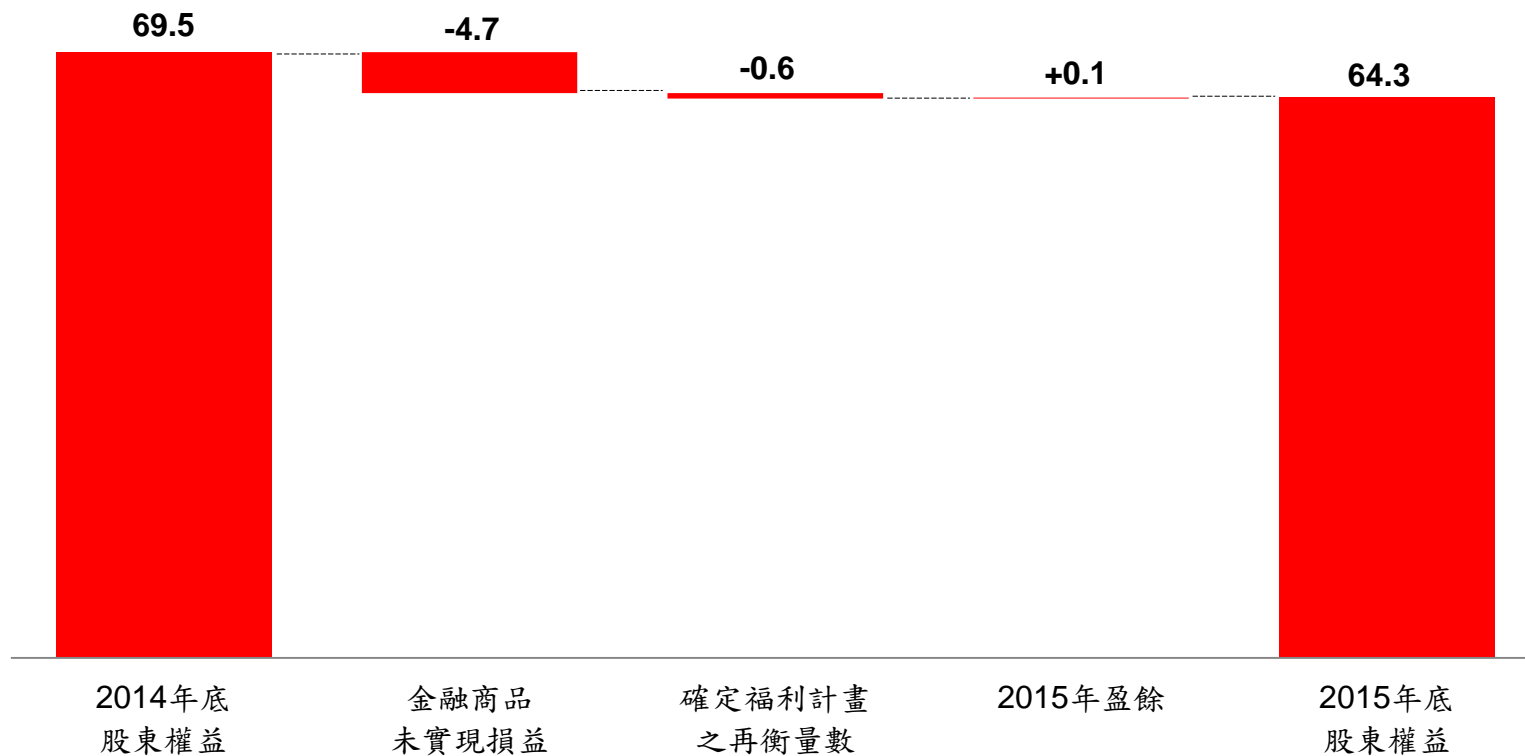
| 單位：新台幣十億元<br>評價時點：<br>2015/12/31<br>資本需求：<br>200% RBC |               |               | 基本情境   |              |              |
|---|---------------|---------------|--|--------------|--------------|
|   | 報酬率敏感度測試      |               | 有效契約<br>4.05%~5.10%<br>(USD 4.32%~6.09%)<br>新錢<br>4.06%~5.10%<br>(USD 4.25%~5.68%)<br>貼現率<br>10.5% | 貼現率敏感度測試     |              |
|   | 報酬率<br>-0.25% | 報酬率<br>+0.25% |  | 貼現率<br>-1.0% | 貼現率<br>+1.0% |
| 調整後資產淨值   | 164.8         | 164.8         | <b>164.8</b>   | 164.8        | 164.8        |
| 有效契約價值  | 78.3          | 161.4         | <b>121.4</b>   | 139.9        | 106.8        |
| 資本成本  | 72.8          | 68.2          | <b>70.6</b>  | 66.0         | 74.2         |
| <b>隱含價值</b>   | <b>170.3</b>  | <b>258.0</b>  | <b>215.7</b>   | <b>238.7</b> | <b>197.4</b> |
| <b>1年新契約價值</b>  | <b>15.5</b>   | <b>18.1</b>   | <b>16.8</b>  | <b>19.4</b>  | <b>14.6</b>  |
| 精算價值 - 5年新契約  | 223.8         | 320.6         | <b>273.8</b>   | 307.5        | 246.6        |
| 精算價值 - 20年新契約   | 293.8         | 402.8         | <b>349.8</b>   | 405.6        | 305.9        |

註：加總後尾數差異係四捨五入所造成

# 股東權益變動分析

## 2014年與2015年的變化差異

新台幣十億元

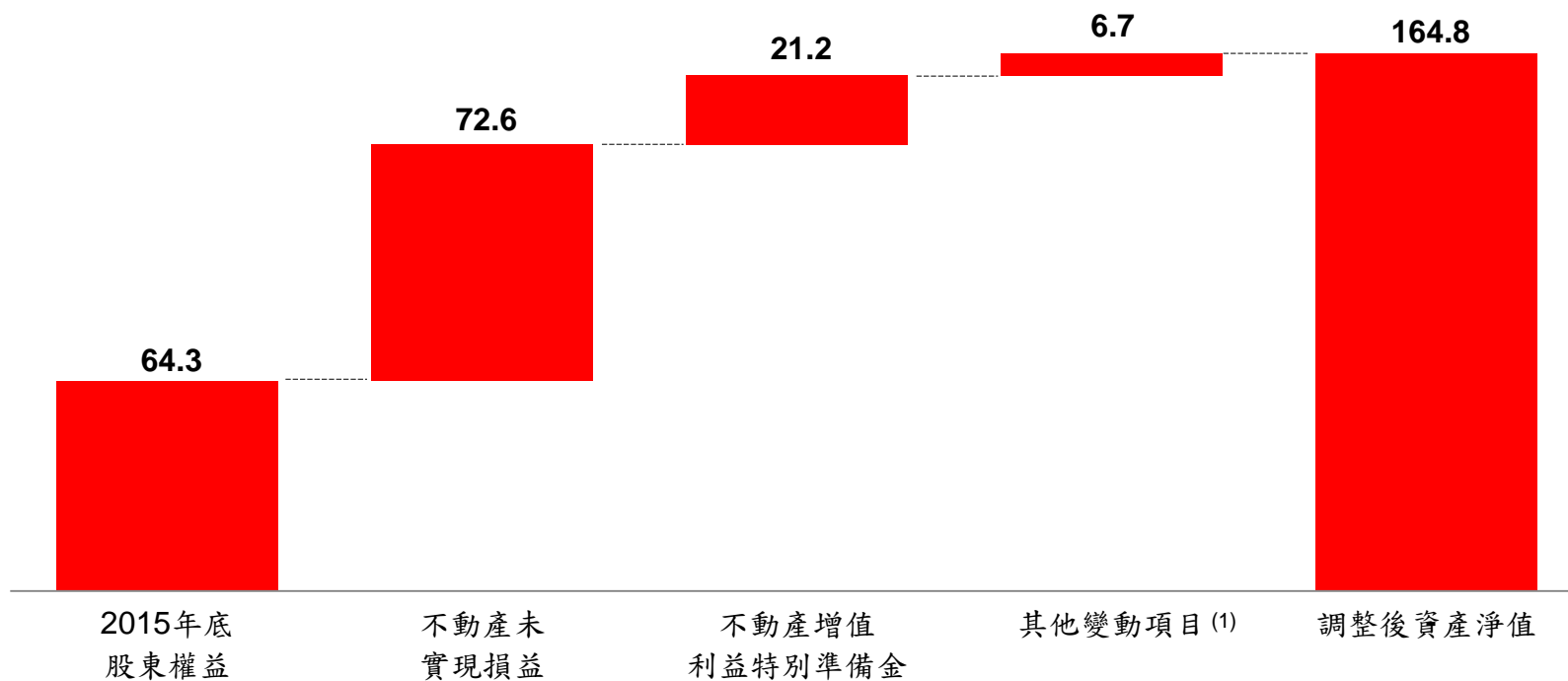


註：加總後尾數差異係四捨五入所造成

# 調整後資產淨值

## 股東權益調整項目

新台幣十億元



註：

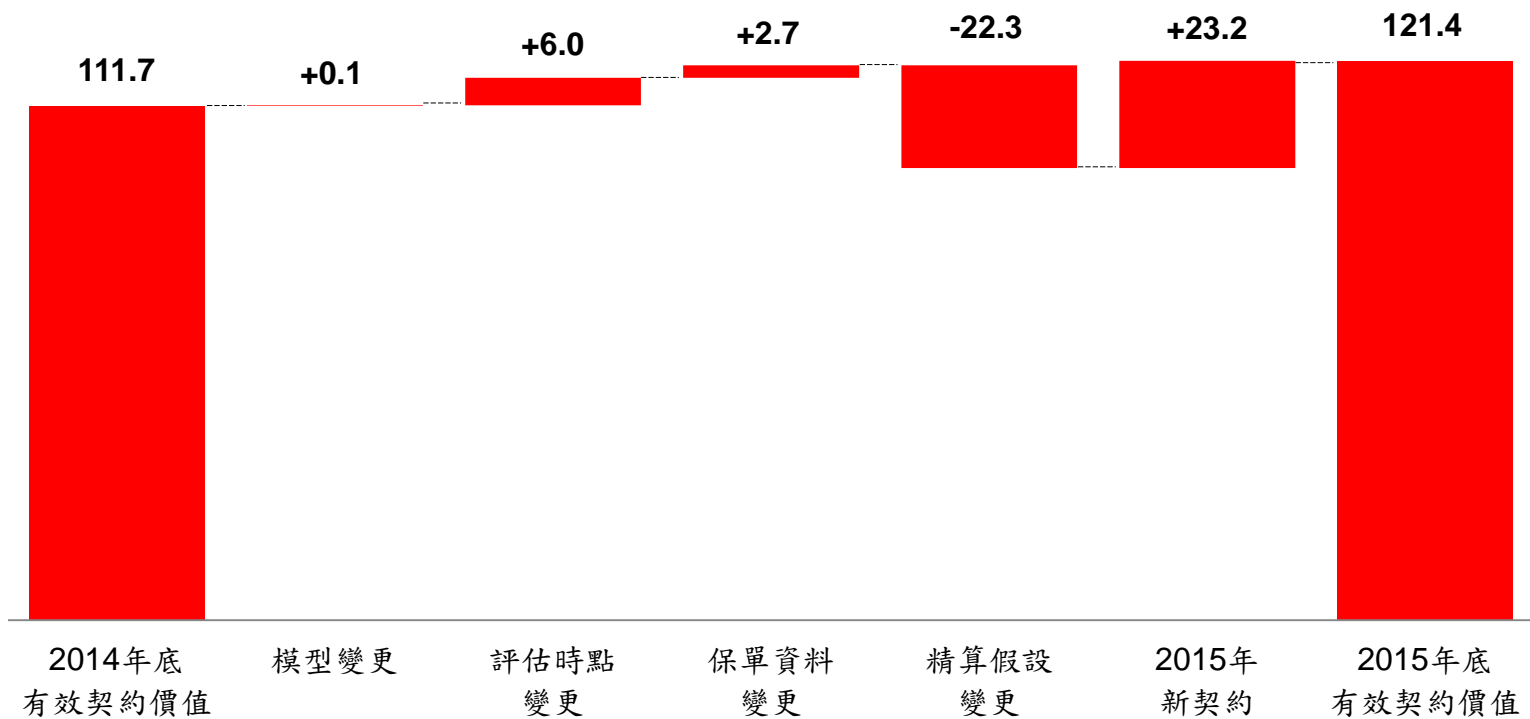
(1) 包括外匯價格變動準備金及其他項目等變化

(2) 加總後尾數差異係四捨五入所造成

# 有效契約價值變動分析

## 2014年與2015年的變化差異

新台幣十億元

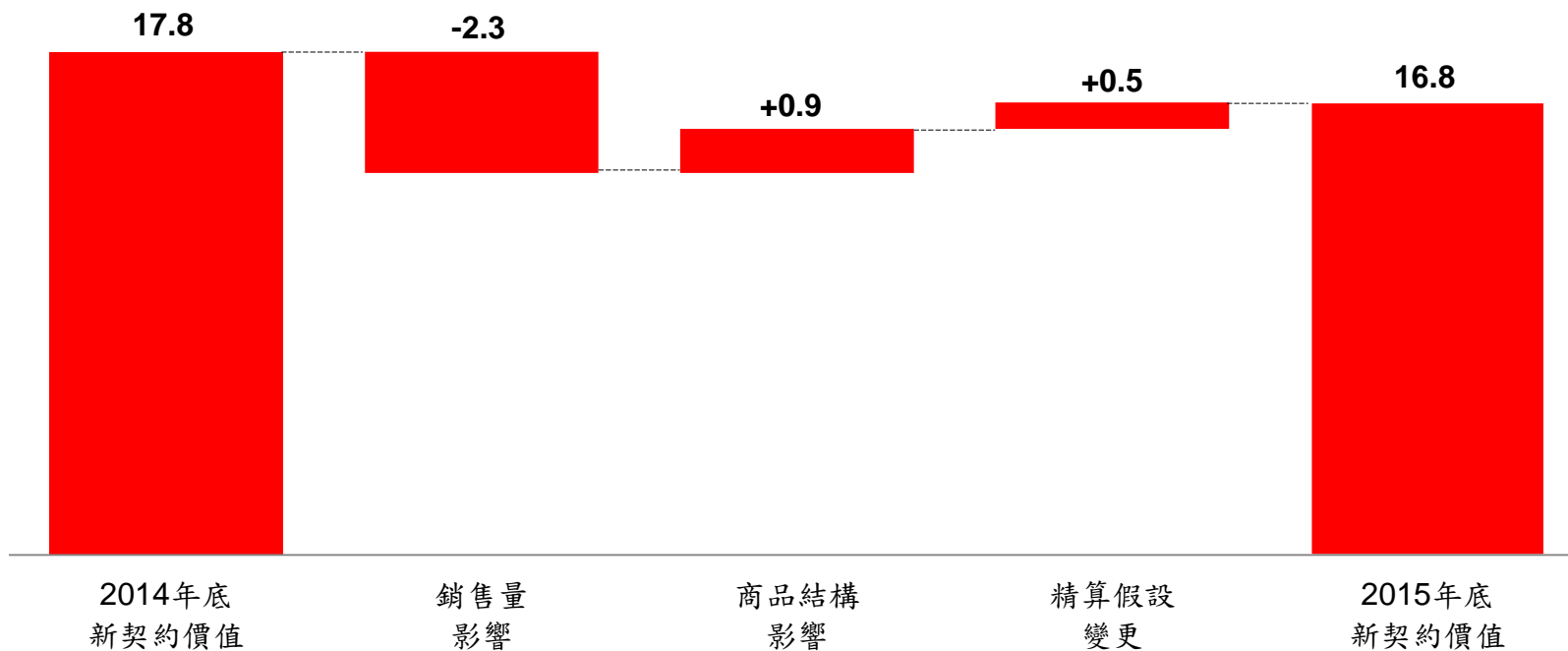


註：加總後尾數差異係四捨五入所造成

# 新契約價值變動分析

## 2014年與2015年的變化差異

新台幣十億元



註：加總後尾數差異係四捨五入所造成



# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- **業務員暨行銷轉型專案**
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 專案目的：提升業務員、客戶資源及商品行銷等核心業務管理

- 業務員管理方面(Agent+專案)：
  1. 自2016年1月起，新光人壽與BCG合作進行業務員團隊轉型Agent+專案，訂定三年策略，透過完善的設計規劃及標準化管理，全面提高業務員產能並優化組織結構
  2. 專案執行包含管理標準化、制度區別化、招募年輕化及培訓實務化，以達成業務員人均初年度等價保費每年平均成長超過15%，新進年輕業務員佔比達45%
  3. 自2016年7月起進行試辦，並預計於2016年第四季開始在全台通訊處分批實施
- 客戶資源及商品行銷方面(客群經營Inforce 2.0專案)：
  1. 與Oliver Wyman合作，量化分析有效保單，針對客戶之資料特性分群辨識並發展行動方案，有效維繫客戶黏稠度，提升客戶/保單價值
  2. 整合並強化新光人壽客戶資源管理的「一畝田制度」，透過系統化及透明化的業務員管理優化行銷效能

# 業務員管理優化：打造標準→優化組織→注入新血

打造標準，確實執行  
(2016年中~)

留強汰弱，優化組織  
(2017年起~)

注入新血，規模成長  
(2017年中以後~)

策略重點

透過標準化流程提升生產力

透過明確制度調整不同位階角色定位，並逐步留強汰弱

在改善機制後，積極招募年輕新血，協助其定著成長

管理



標準化銷售管理

優化資源分配機制

制度



差異化組長管理

激勵主管組織培育

招募



優化招募主張/管道

標準化招募作法

培訓



最適化講師配置

優化授課方式

# 落實活動管理透明化、標準化、行動化



## AM 8:00 每日工作準備

- 於E動秘書檢視拜訪行程及客戶資訊
- 瀏覽客戶繳納保費通知



## PM 4:45 每日活動回報

- 於商機系統填寫活動紀錄，並列出活動心得或銷售困難處
- 主管審批並提供意見或輔導



## AM 8:30 通訊處早會

- 以多媒體典藏分享新商品特性及銷售話術
- 於商機系統尋找商機



## PM 1:00 拜訪及銷售活動

- 於生涯御守檢視客戶保障，以行動e投保完成要保書填寫
- 透過e服務平台(e給付、e拜訪)提供客戶數位服務



## AM 9:30 各區交流會議

- 以多媒體典藏分享保險時事議題
- 討論客戶拜訪訣竅



## AM 11:00 拜訪途中

- 於商機系統快速查詢客戶資訊
- 擬定建議書內容



## AM 10:00 組長週規劃(每週)

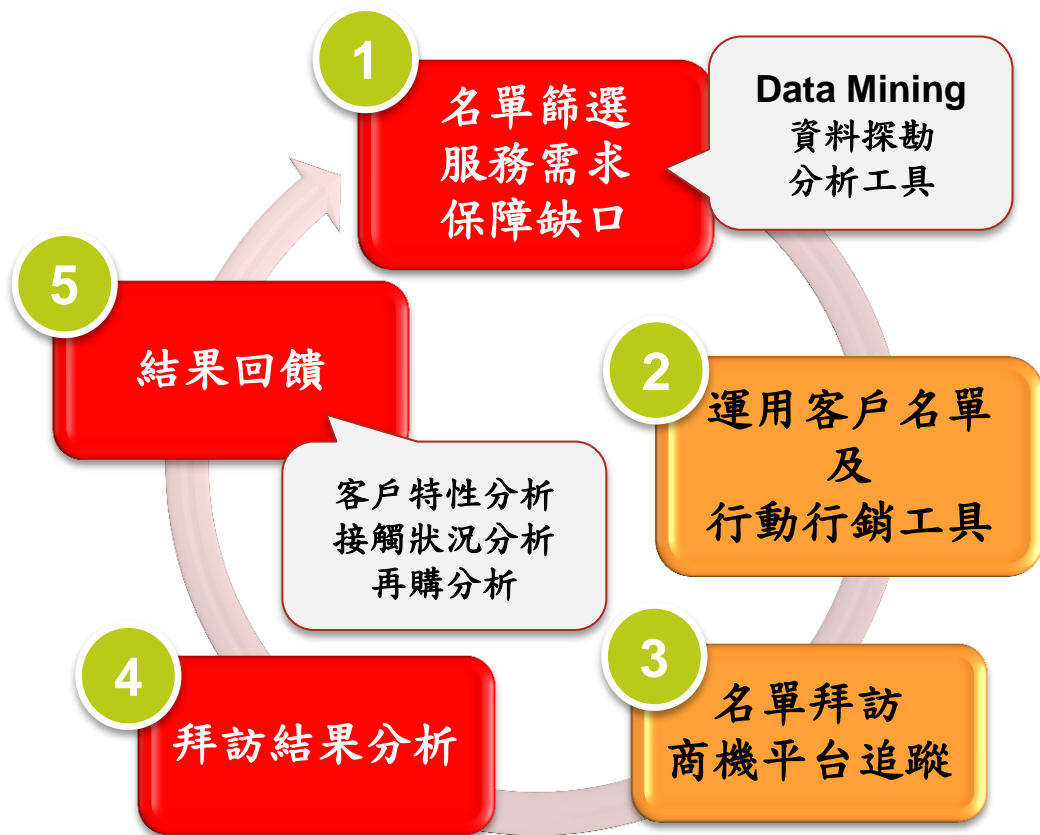
- 於商機系統規劃下週行程，訂定具體活動目標
- 檢視商機系統尋找高潛力客戶

### 結論

- 活動管理平台大多已完成建置，將於各單位落實執行
- 建立標準化業務活動管理機制並透過e化工具追蹤，完備規劃、執行及回報等業務推廣流程
- 紀錄並分析業務團隊使用數位銷售工具情形，給予最適訓練以強化銷售模式及效能

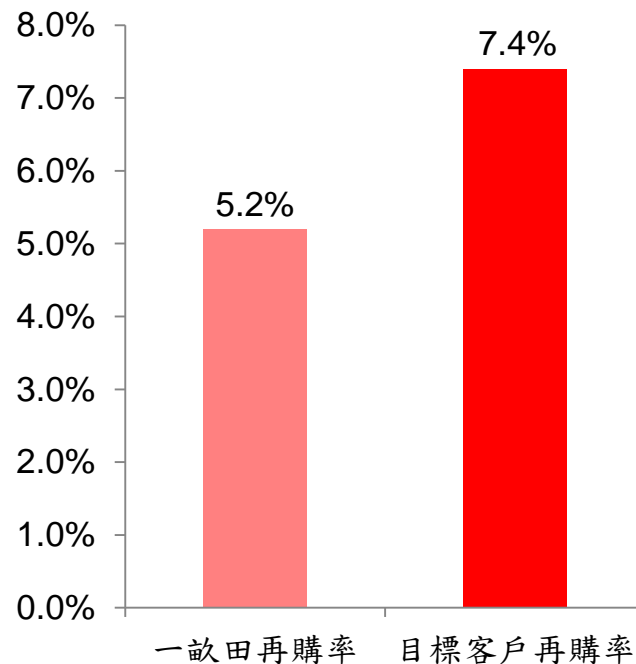
# 客戶資源管理數位化

- 運用大數據資料了解客戶資源(一畝田)，以發掘客戶價值與需求，並產出客戶名單(商機系統)
- 利用行動化行銷工具結合商品、服務、活動等公司資源，提升業績



■ 由業務員進行  
■ 由總公司執行

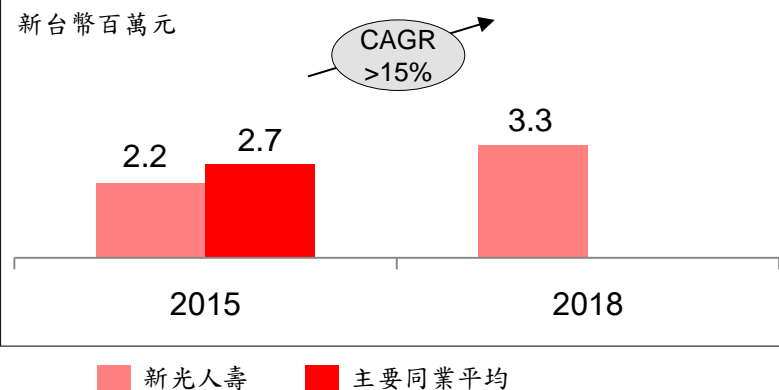
商機系統提供精準行銷，提高客戶再購率



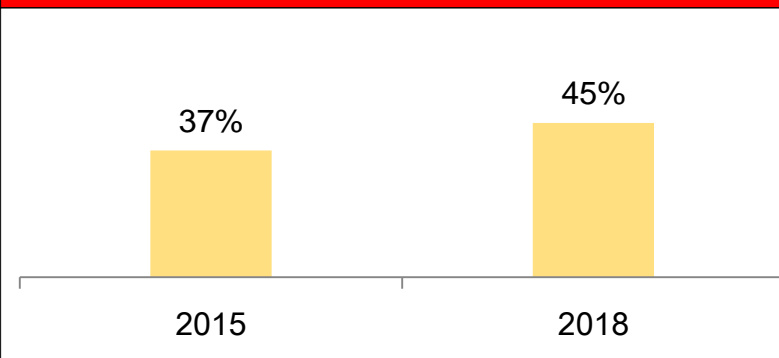
# 三年目標： 整體人均產能增加、強化年輕業務員招募

## 提升業務員人均初年度等價保費

新台幣百萬元



## 強化年輕業務員招募



■ 新進組長(非管理職之業務員)30歲以下佔比(%)

## 結論

- 業務員人均初年度等價保費每年平均成長超過15%，新光人壽業務員生產力將在三年內超越同業
- 預計30歲以下新進業務員佔比將提高至45%，以促進業務團隊年輕化

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- **數位金融發展亮點**
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 數位金融發展亮點

- 新光銀行：以「貼近生活，為客著想」之價值主張，整合產品、支付與交易平台；並進行異業合作，提供客戶於「消費、繳費、理財」所需之服務
- 新光人壽：透過數據分析與通路整合，建構快速及全方位服務模式，提供以客戶為中心之優質服務體驗

| 公司別  | 內容   | 獲獎肯定   |
|------|--|--|
| 新光銀行 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 領先同業開辦數位帳戶、微信支付、行動支付等服務；數位有效戶及交易量均較去年同期明顯成長</li> <li>• 積極導入票據交換所授權扣款機制，提供便捷的繳費服務；交易筆數達同業前五名</li> <li>• 參與FinTech推動發展，結合t wallet APP提供掃描QR Code轉帳服務</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 卓越雜誌－最佳數位銀行</li> <li>• 台灣票據交換所－ACH代收業務交易總筆數競賽優等獎</li> <li>• 財金公司－電子金流業務最佳創新卓越獎</li> </ul> |
| 新光人壽 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過數據分析，建立自動化理賠模型，成功優化作業流程，使理賠服務效能提升20%</li> <li>• 業界首創建置語音辨識分析系統，使客服中心得提供更即時、準確的服務；目前語音轉文字辨識率已近九成</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 數位時代－FCA創新商務獎「最佳客戶溝通」銀獎、財訊雜誌－金融獎「最佳壽險Fintech創新應用獎」</li> <li>• 遠見雜誌－五星服務獎保險業第一</li> </ul>  |



# 2016年數位業務發展

| 數位金融<br>業務分類 | 新光銀行                         | 數位金融<br>業務分類 | 新光人壽  |
|--------------|------------------------------|--------------|---|
| 數位平台         | 新官網/新行動銀行APP                 | 數位平台         | 行動e拜訪<br>行動e給付<br>行動版電子化轉帳授權服務                  |
| 行動金融         | HCE手機信用卡行動支付<br>新光跨境鑫支付-微信支付 | 智慧通路         | 0800語音辨識應用系統                                    |
| 數位分行         | 數位寫字台                        | 數據應用         | 核保風險預測模型<br>理賠風險篩選模型應用                          |
| 數位行銷         | 數位存款帳戶活動                     | 數位行銷         | 持續推出網路投保商品 <sup>(註)</sup><br>Inforce 2.0 數位精準行銷 |

註：旅平險、傷害險、醫療險、壽險、年金險

# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

## III. 銀行業務

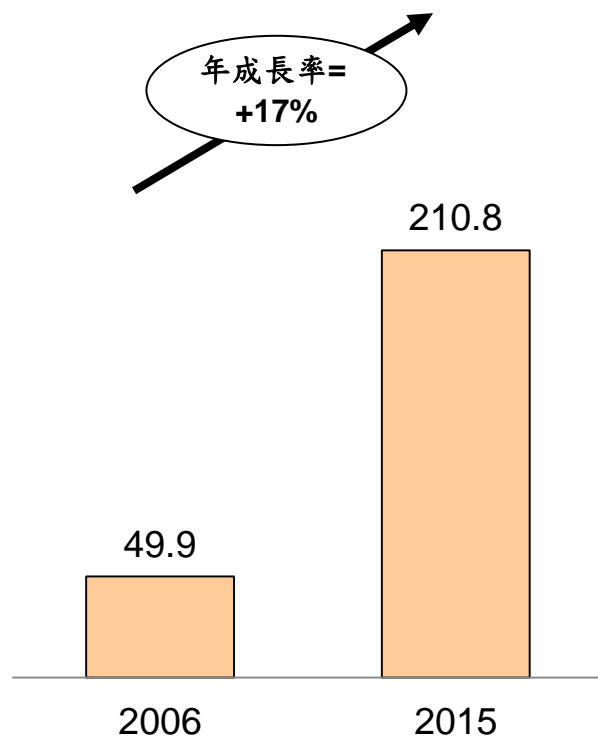
## IV. 附件

- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- **人壽業務在中國市場的發展策略**
- 資本適足性

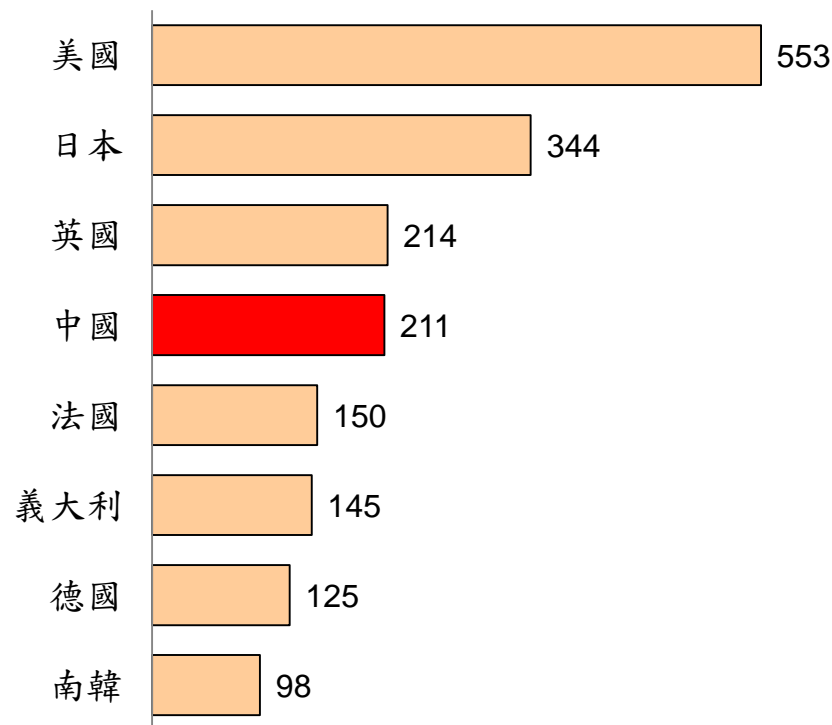
# 中國保險市場快速發展，排名世界第4位

美元十億元

人壽保險總保費收入



2015年人壽保險總保費收入



# 目錄

## I. 金控

## II. 人壽業務

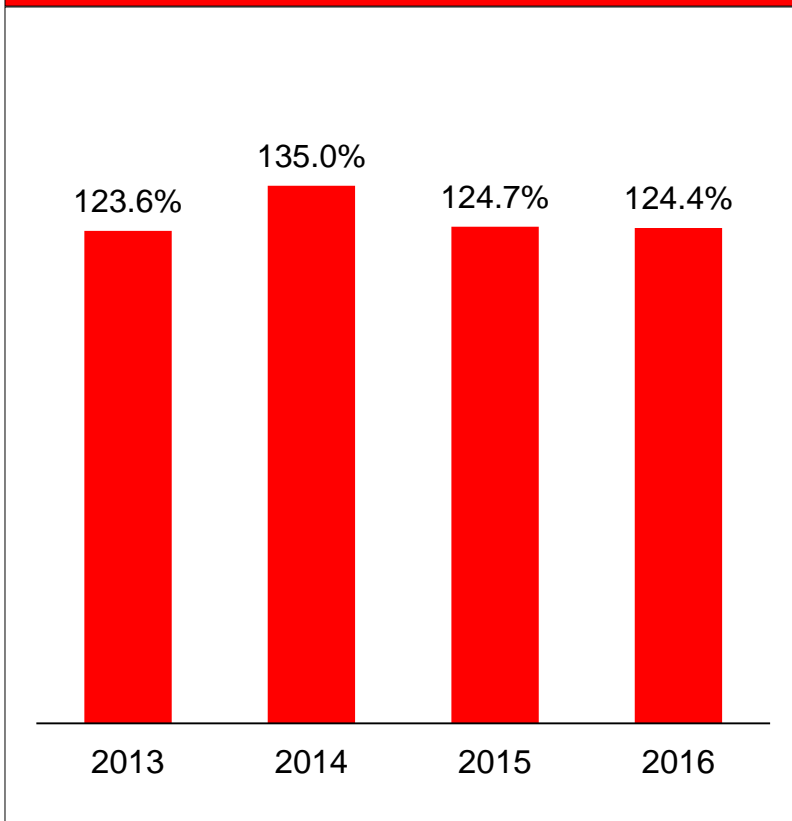
## III. 銀行業務

## IV. 附件

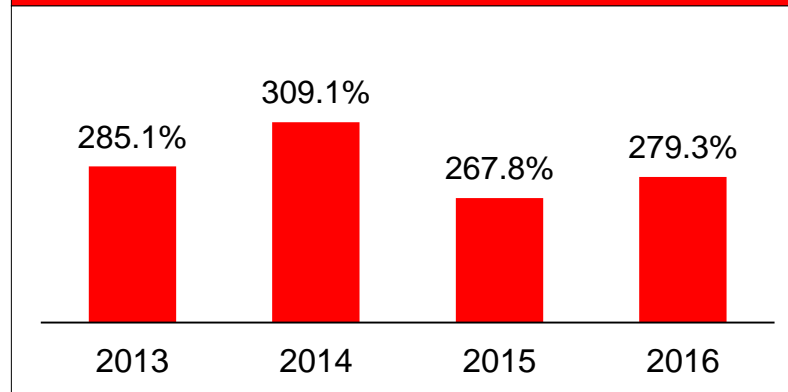
- 市場機會
- 人壽保費
- 隱含價值與精算價值
- 業務員暨行銷轉型專案
- 數位金融發展亮點
- 人壽業務在中國市場的發展策略
- 資本適足性

# 資本適足性

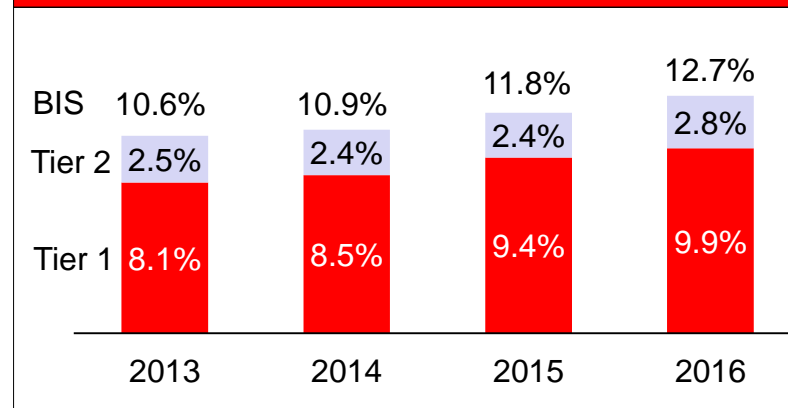
## 金控資本適足率



## 人壽資本適足率



## 銀行資本適足率





Shin Kong Financial Holding Co., Ltd.

**Website: [www.skfh.com.tw](http://www.skfh.com.tw)**

**E-mail: [ir@skfh.com.tw](mailto:ir@skfh.com.tw)**