

經濟日報



造反有理 一直擊沙盒五個案之創新與挑戰

旅遊網站賣旅平險篇

台灣是全球第一個以專法方式推動監理沙盒實驗的國家，衝撞法令需要耐心與勇氣，經濟日報直擊五個案，剖析其勇闖沙盒的動機、創新之處與挑戰，盼蓄積正向改變力量、共創更好金融環境。



文字記者／江睿智、陳怡慈 攝影記者／林伯東 數位編輯／黃慧文
數位內容中心製作

35 歲的張栩晨（化名）是一家總部位於台北市北投區的筆電與手機大廠的工程師，每年都會出國兩三次，足跡遍及日本、香港、越南、峇里島等地，對他來講，國內旅遊成本太高了，「同樣住 villa，台灣便宜點的要 1 萬元出頭，品質不一定好，但在峇里島，5,000 塊就可以住到很不錯的」。

張栩晨喜歡自己上網找行程，這幾年線上旅遊網站發達，除了訂機票、住宿、租車，還冒出像 kkday 之類的網站，專門提供當地特色行程體驗，讓他的自由行豐富又多彩。不過，儘管已是線上旅遊達人，他卻從來不曾在旅遊網站購買旅平險。

「我都打電話給我媽幫我買儲蓄險的那家壽險公司，或是用信用卡送的旅平險」，張栩晨說，旅遊網站上的投保廣告，得連回保險公司的官網，必須註冊成為那家保險公司的會員，還得填寫一堆投保資料，很麻煩。

相較下，打電話給已是保戶的那家壽險公司，講完「你是誰、身分證字號、去哪裡、哪天去、回來、幾個人、四個數字的密碼...」，對方照本宣科，念了保單條款要點、確認是否同意投保等等，錄音存證後，不到十分鐘就完成投保程序，對他來講很方便。而且，那家壽險公司還會發送手機簡訊，告知已經完成投保。

現行法令

旅行業不能經營保險

旅行業管理規則第 4 條規定，旅行業應專業經營；保險法第 167 條甚至明定，非保險業經營保險業務，處三年以上、十年以下有期徒刑，得併科新台幣 1,000 萬元以上 2 億元以下罰金。「所以，我們很怕被誤會。」易遊網公司（ezTravel）行銷長陳志豪說。

易遊網是國內最大的線上旅遊網站、已有 20 年歷史，其與國泰人壽合作，可讓消費者在 ezTravel 網站上，一站完成旅平險投保與繳費的監理沙盒實驗，獲得金管會核准，去（2019）年 12 月 5 日正式開辦，實驗期間一年。

有了金管會的免罰金牌，易遊網與國泰人壽合作的綠色投保 banner（網頁橫幅），擺放位置連帶鹹魚大翻身。



國人旅遊風氣盛行，旅平險商機大。(本報系資料庫)

陳志豪說，「以前 banner 都放在官網底層，而且沒跟訂機票綁在一起」；進了沙盒實驗之後，投保的 banner 被拉到首頁最上方，游標點一下「機票」處就會立即浮現。現在還用斗大的黃字寫上，「易遊網旅平險開賣」。

層層轉跳 每多一層客戶掉三到五成

無論從國內旅行業或保險業角度，旅遊網站賣起旅平險，都是各自行業史上創舉。沒進沙盒前，消費者點選易遊網上的投保 banner，會跳轉到國泰人壽的官網。「跳轉過去，每多一層會掉 30%~50% 人，譬如 100 人點進來，多一層，會掉 30 到 50 人。」陳志豪明白講出電商業者對跳轉的反感。

壽險公司主管也說，以前如果要購買旅遊商品，再加購保險商品，其實是蠻複雜的程序。「消費者體驗上來講，光註冊就很花時間」，除了得註冊成為易遊網的會員，國泰人壽這邊，還得再註冊一次。

保險是受到高度監理的行業，其註冊會員的規章是比較複雜的，「填的資料比一般的電商網站多」，除了身分證字號、生日、地址...等等之外，應注意事項都要打勾，且須搭配 OTP（一次性密碼）認證機制。

「投保時要選擇商品，要看完所有應注意事項、商品條款等等的，按下去說要投保，還會有一次 OTP。註冊一次 OTP、投保一次 OTP，總共兩次 OTP，你才可以完成投保程序。」壽險公司主管說。

易遊網上投保旅平險流程比較

沙盒實驗之前（先易遊網、再國泰人壽官網）	沙盒實驗之後（全部在易遊網上）
1. 在易遊網買好旅遊商品，跳轉到國泰人壽官網	1. 試算旅平險
2. 註冊成為國泰人壽的網站會員（須勾選注意事項）	2. 選擇保險方案
3. 填寫個人資料（姓名、ID、生日、年齡、年收入等）	3. 登入易遊網會員
4. 手機 OTP 驗證	4. 確認內容並填寫保單資料
5. 跳到國泰人壽的投保頁面	5. 線上付款，完成投保
6. 瀏覽商品說明	
7. 選擇想要投保的商品，再次輸入個人要保資料	
8. 閱讀保單條款、相關文件，並且打勾	
9. 再次手機 OTP 驗證	

資料來源：採訪整理

保險界專家分析此案，消費者的購買行為，看似發生在易遊網，實際上，背後的受理、核保、保險服務、保全等等，都還是國泰人壽在做，所以「對金管會來講 OK，這只是國泰人壽的商品在易遊網上架」。

根據國泰人壽的網路投保資料，國人購買旅平險，大約 70% 的人是出國前三天才在投保，但出國行程可能一兩個禮拜前就安排好了。壽險公司主管說，前述統計數字顯示，仍有不少人出國忘了要投保。

另外，從主管機關的角度，也會希望國人出門旅遊時，能夠有保險來轉嫁可能的風險。



沙盒實驗讓旅遊網站可以銷售旅平險，投保程序連帶簡化。(本報系資料庫)

提升保險意識 開創三贏

「機場櫃臺的旅平險，比線上投保旅平險貴二到三成」，易遊網方面，負責督導此案的機票事業處經理林雅聆說，「為何要讓消費者貴那三成？如果事先就可以提醒消費者，例如線上訂機票時就提醒，不是很好嗎」。

易遊網與國泰人壽的沙盒實驗，讓消費者在旅遊網站上，一訂完機票，就有視窗跳出來詢問，是否要投保旅平險。

林雅聆說，「等於訂行程時就告訴他，你要有保險意識喔，要加買旅平險」。而這樣的機制，對消費者、保險業者、旅行業者來講，可謂開創三贏。

旅遊網站賣旅平險的好處

消費者

便利、省時
投保意願提高

保險公司

增加商品銷售機會
API 化、有利異業合作

旅行業者

流量留自家網站
升資安能力

資料來源：採訪整理

不便民 政策美意打折

易遊網賣旅平險的沙盒實驗，原本規劃為期一年，總受試人數大約 1.8 萬人，平均每天投保人數約 50 人，不過，受到新冠肺炎疫情影響，加上金管會准許的實驗方式並不便民，要達到前述目標，困難不小。

陳志豪說，沙盒實驗允許消費者投保的旅平險，並不包含旅遊不便險，針對飛機沒飛、行李掉了...等等旅遊人士關心的權益，「等於要他們自己另外加買不便險，誰會願意這麼做」？

針對這點，金管會保險局壽險監理組組長蔡火炎表示，「人壽公司不能賣旅遊不便險，不便險是產險公司的業務」。易遊網合作銷售旅平險的對象是國泰人壽，國壽並非產險公司，自然無法提供旅遊不便險的保障。

投保資格方面，這項旅遊網站賣旅平險的沙盒實驗，每次只允許一個人投保，持有機票或住宿者本人，可替自己投保。但易遊網的機票單子，平均每單大約兩人，「兩個人（含）以上還是全家人出國，根本沒法線上一次完成。」陳志豪忍不住抱怨。

陳志豪說，目前的沙盒機制，若要替同行者投保，必須到國泰人壽的網頁，透過自然人憑證，或請國壽 E-Mail 資料，得列印出來、簽名後回傳，才能替其他人投保，「繁瑣且連動到線下，沒法一口氣在線上完成所有投保動作」。

蔡火炎則是解釋，死亡保險是拿被保險人的生命作為保險標的、茲事體大，加上為了避免道德風險，保險法第 105 條規定，「由第三人訂立之死亡保險契約，未經被保險人書面同意，並約定保險金額，其契約無效」。

旅平險包含身故給付，想替他人投保，必須取得被保險人書面同意，這是法律規定。

造反有理系列報導 ▾

[手機門號辦信貸/信用卡篇](#)

[外籍移工跨境匯款篇](#)

[在途款融資篇](#)

[基金交換篇](#)

本篇，旅遊網站賣旅平險篇之報導網址：

<https://money.udn.com/money/topic/2020031402>

可用手機點選下列 QR Code 直接連結：

