

# 市場占有率 分析

市場占有率                      市場占有率      保險密度      相關關係

## 1.                      相關關係

### 가. 專屬代理店

가                      專屬代理店

가

가

價格競爭力

劣位

負(-)

가

家計性 損害保險市場 가

가

가

(Telesure)

TM

, 1994

가

가

75%가 TM

價格競爭

TM

(information technology)

DM

가

1990

68%

1994

60%

1990

負(-)

가

· 會社直給

會社直給

(cherry-picking)

積極的 販賣

活動

가

個人生命保險 年金保險

가  
가  
負(-) 가

· 保險密度(一人當保險料)

가 가 認知度(  
)가 , 가  
· Browne Kim  
(1993)

가  
· 保險密度  
正(+) 가

2. 市場占有率 實證分析

가. 分析<sup>38)</sup>

가 가 가 가  
가 가 8 1990 1995

38) Hsiao(1986), Baltagi(1995),  
Frees(1996), Chung(1996)

市場占有率 保險密度

(basic fixed effects model)

가

39)

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta_1 AGEN T_{it,1} + \beta_2 BROKER_{it,2} + \beta_3 EMPLOYEE_{it,3} + \beta_4 DENSITY_{it,4} + \epsilon_{it}$$

$i$  가,  $i = 1, 2, \dots, 8$

$t$  ,  $t = 1, 2, \dots, 6$  (1990=1, 1991=2, ..., , 1995=6)

$$Y_{it} = i \text{ 가 } t$$

$$AGEN T_{it} = i \text{ 가 } t$$

$$BROKER_{it} = i \text{ 가 } t$$

$$EMPLOYEE_{it} = i \text{ 가 } t$$

$$DENSITY_{it} = i \text{ 가 } t$$

$$1, \dots, 4 =$$

$$i_t =$$

## . 分析資料

1) 直接販賣, 專屬代理店, , 會社直給 市場占有率

從屬變數

獨立變數

39)

TM, DM,

가

. <表 -1> 同資料 가 1990 , 1995  
2000 ( )

<表 - 1> 國家別 直接販賣,專屬代理店, ,直給 市場占有率推移  
( : %)

		1990	1991	1992	1993	1994	1995
		1	1.2	1.4	1.6	1.8	2
		46	45.8	45.6	45.4	45.2	45
		19	18	18.3	18.6	19	20
		33	32.6	32.2	31.8	31.4	31
		0	0.4	0.8	1.2	1.6	2
		64	63.2	62.4	61.6	60.8	60
		20	19.8	19.6	19.4	19.2	19
		14	14	14	14	14	14
		1	1.8	2.6	3.4	4.2	5
		4	3.6	3.2	2.8	2.4	2
		74	72	70	68	66	64
		11	11.2	11.4	11.6	11.8	12
		9	10.2	11.4	12.6	13.8	15
		5	4.6	4.2	3.8	3.4	3
		72	68.2	66.4	64.6	62.8	61
		8	7.8	7.6	7.4	7.2	7
		0	0.4	0.8	1.2	1.6	2
		72	70.4	68.8	67.2	65.6	64
		12	13	14	15	16	17
		16	15.6	15.2	14.8	14.4	14
		0	0.2	0.4	0.6	0.8	1
		60	59.6	59.2	58.8	58.4	58
		21	21.2	21.4	21.6	21.8	22
		17	16.6	16.2	15.8	15.4	15
		1	1.2	1.4	1.6	1.8	2
		2	2.2	2.4	2.6	2.8	3
		11	11.4	11.8	12.2	12.6	13
		86	85.2	84.4	83.6	82.8	82
		3	4.6	6.2	7.8	9.4	11
		5	4.4	3.8	3.2	2.6	2
		77	76	70	70	69	68
		11	11	11	11	11	11

資料 : Datamonitor, European General Insurance Distribution, 1996.

## 2) 保險密度 (Insurance Density)

가 損害保險密度 Swiss Re社 Sigma紙  
 同期間 가 <表 -2>

<表 -2> 國家別 損害保險 保險密度

( : US\$)

가	1990	1991	1992	1993	1994	1995
	624.3	639.0	638.4	653.9	703.5	833.9
	899.76	794.6	805.8	864.4	946.5	1136.1
	499.2	536.6	526.0	501.1	556.2	585.1
	778.3	785.2	802.2	843.3	931.7	1068.9
	157.1	183.8	211.9	227.8	251.7	300.2
	310.9	365.8	351.5	359.5	354.9	405.7
	1291.5	1278.7	1230.8	1249.7	1380.7	1613.2
	629.5	681.2	627.0	683.2	721.6	615.5

資料 : Swiss Re, Sigma,

### . 分析結果

<表 -3>

直接販賣 市場占有率

負(-)

正(+)

가 (research hypothesis)

(statistically significant)

(53%),

(38%),

(6%),

(1%)

<表 - 3>

分析結果(基本固定效果)

	- 0.394 (0.00)
	- 0.399 (0.00)
	- 0.373 (0.00)
	0.002 (0.05)

註 : p .

運用戰略

가

가

가

가

特化

가

.