

防疫保單之亂再起 富邦產險遭民眾惡搞

防疫保單觀測報告

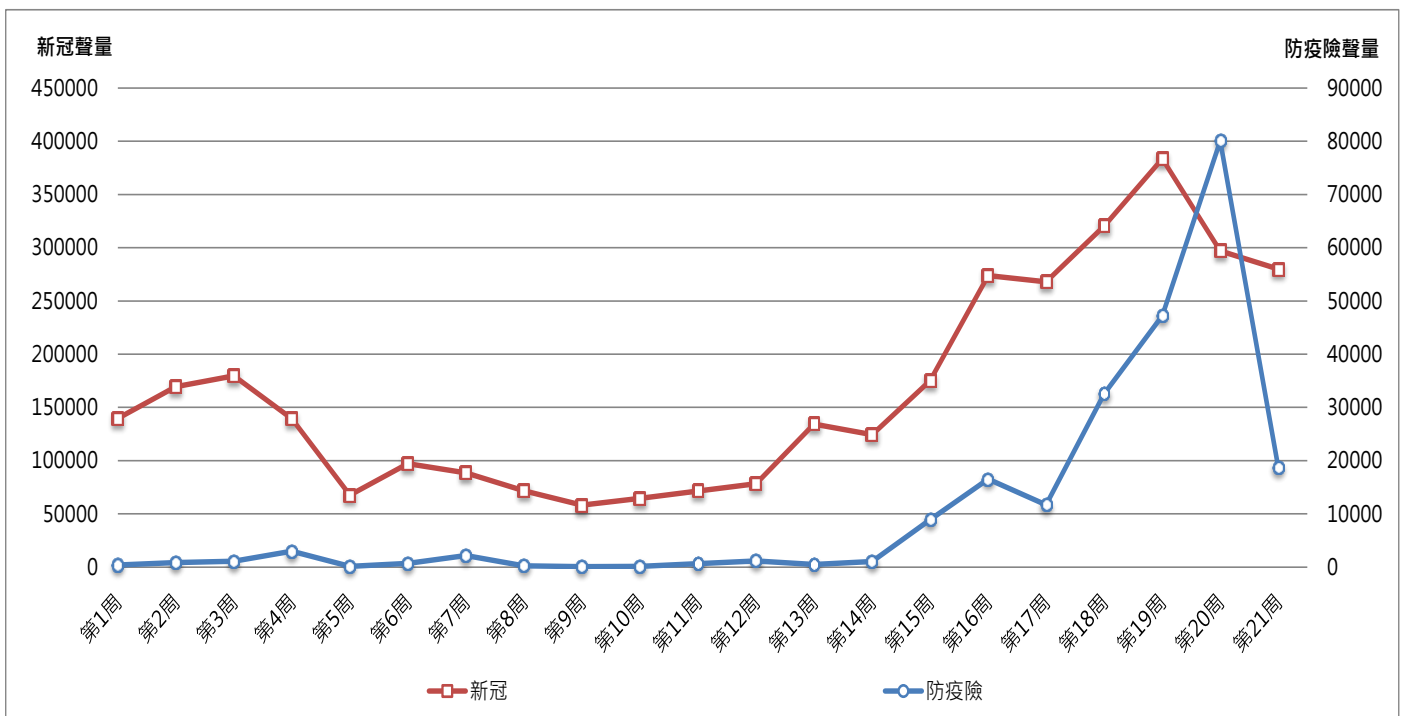
由於新冠疫情升溫，於 5 月再次引發防疫保單之亂，最終造成防疫險走入歷史。對此本刊利用【RMBS 社群觀測平台】觀察防疫保單相關話題，了解目前民眾對於防疫保單需求概況，供大眾作參考使用。

觀測概述

報告說明：	本分析報告使用【RMBS 社群觀測平台】，針對指定議題進行文本分析
資料時間：	2022/01/01~2022/05/31
資料範圍：	網站、論壇、批踢踢、臉書、Youtube

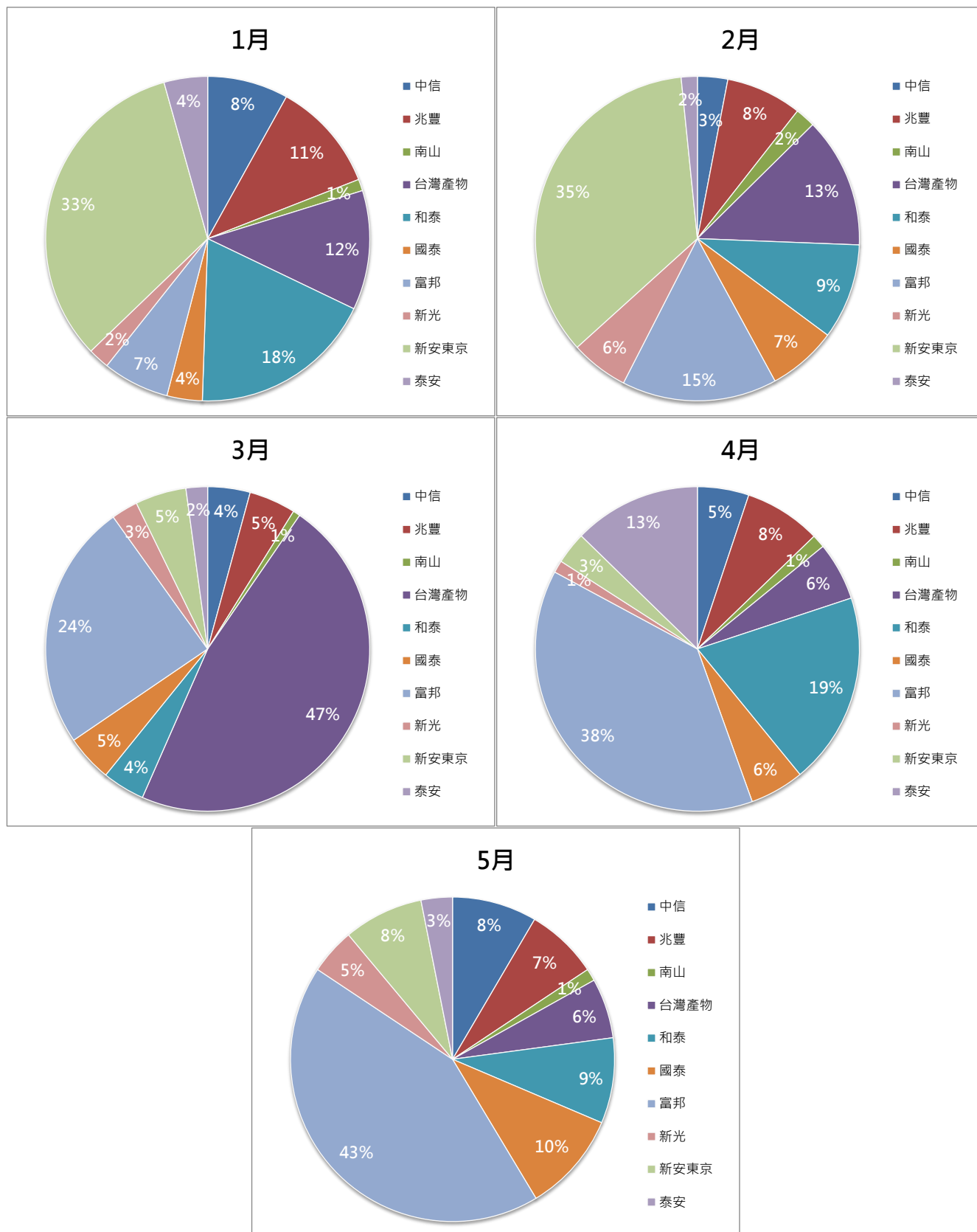
根據【RMBS 社群觀測平台】資料顯示，於 1 月、2 月時新冠疫情曾有過一波聲量高峰，但到了 4 月中疫情全面爆發，討論聲量也達到新高，並在第 19 周時達最高峰；而防疫險聲量概況中，1 月、2 月主要是討論買保險事宜，但到了 4 月後，由於疫情全面爆發，引發防疫保單之亂，導致討論內容大多與拒保與理賠相關，並在第 20 周達最高峰。

新冠與防疫險每周聲量概況



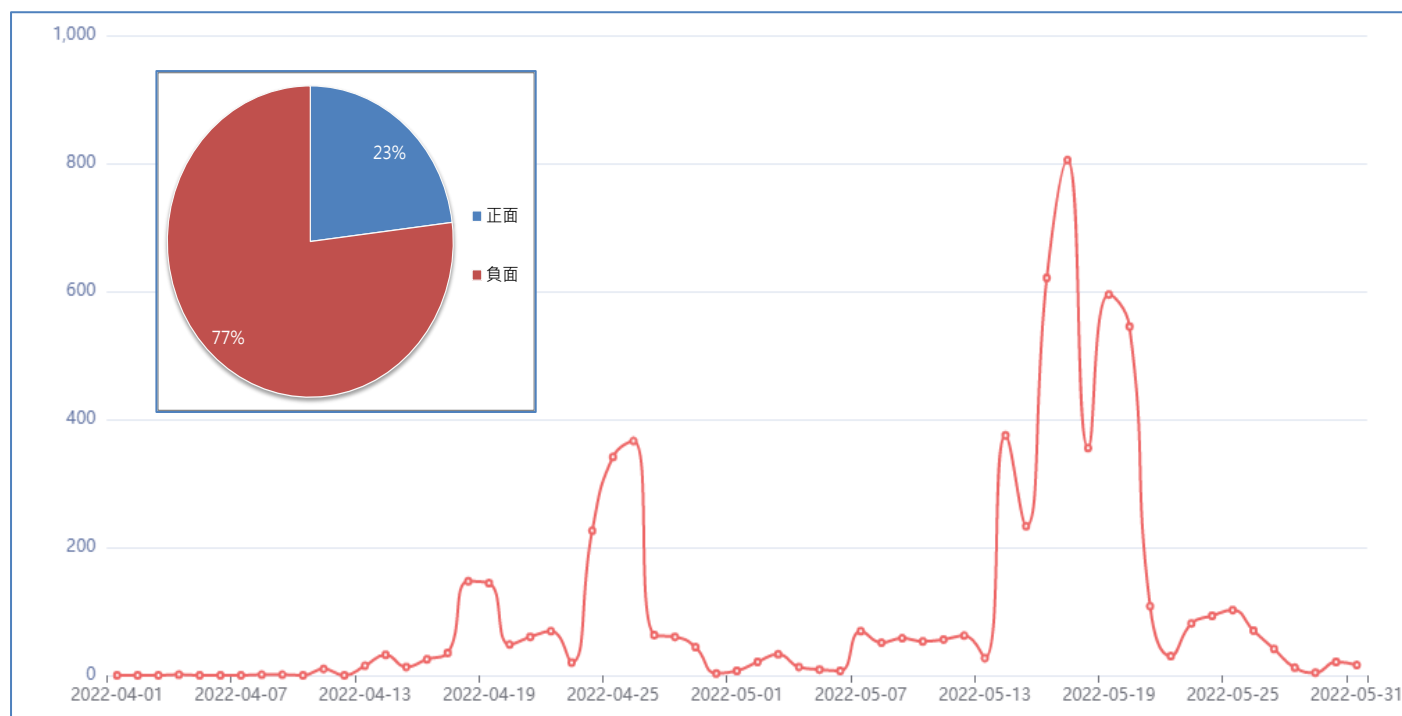
由每月防疫險品牌聲量概況變化中可發現，1月、2月討論量較高的品牌為新安東京，主要是推出的保費 666 元有著高 CP 值，導致民眾搶購，引發討論；而 3 月轉為台灣產物，是由於民眾因匡列隔離不理賠的爭議事件引起熱議；4 月、5 月因新冠疫情升溫，確診人數大增，導致理賠超乎預期，出現許多拒保與理賠與的爭議，其中又以富邦產險最受民眾關注。

防疫險每月品牌聲量概況



據上述資料顯示，本次防疫保單之亂受影響最大的品牌是富邦產險，整體負面聲量佔比超過 7 成，首先是 4 月中，因新冠疫情升溫，引發的不續保爭議，其後又率先宣布不重複承保，導致負面聲量大增。

4 月、5 月富邦產險負面聲量概況



由於接連的負面爭議，讓多數民眾不滿富邦產險對保單處理，雖然最終公告有條件放寬承保，但還是讓民眾認為富邦產險輸不起，紛紛在社群媒體間留言，連同 google 地圖都被民眾惡搞，竄改成「富邦輸不起產險總公司」。

4 月、5 月富邦輸不起聲量 & google 地圖惡搞擷圖

