

112年專門職業及技術人員高等考試大地工程技師考試分階段考試
(第一階段考試)、驗船師、引水人、第一次食品技師考試、
高等暨普通考試消防設備人員考試、普通考試地政士、
專責報關人員、保險代理人保險經紀人及保險公證人考試試題

代號：30340
頁次：6-1

等 別：普通考試

類 科：財產保險經紀人

科 目：財產保險行銷概要

考試時間：1 小時 30 分

座號：_____

※注意：禁止使用電子計算器。

甲、申論題部分：(50 分)

- (一)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在申論試卷上，於本試題上作答者，不予計分。
- (二)請以黑色鋼筆或原子筆在申論試卷上作答。
- (三)本科目除專門名詞或數理公式外，應使用本國文字作答。

一、在數位經濟時代，消費者注重不僅僅是產品或服務的價格和功能，更加注重個性化體驗，反商品化 (Anti-commoditization) 的策略變得更加重要，請說明反商品化意涵，並分析此對商業保險經紀人意義與其應對行銷策略。(25 分)

二、ESG 策略已成為 2023 年企業經營所關注的課題，請問何謂 ESG？並請說明其對商業保險經紀人產業經營的影響，以及所採取應對 ESG 的行動策略。(25 分)

乙、測驗題部分：(50分)

代號：4303

- (一)本試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當答案。
- (二)共 40 題，每題 1.25 分，須用 2B鉛筆在試卡上依題號清楚劃記，於本試題或申論試卷上作答者，不予計分。

- 1 有關於關係銷售 (Relationship selling) 與傳統銷售在觀念上的差異，下列敘述何者正確？
①傳統銷售強調販售商品；關係銷售強調販賣建議、協助與諮詢 ②傳統銷售強調將銷售規劃視為最優先；關係銷售強調僅作有限度銷售規劃 ③傳統銷售強調以團隊方式服務客戶；關係銷售強調對於顧客採取單兵作戰 ④傳統銷售基於訂價與產品特性進行提案與簡報；關係銷售基於利潤的衝擊與策略利益來提案與簡報
(A)①③ (B)②④ (C)①④ (D)②③
- 2 關於行銷策略優缺點，下列敘述何者錯誤？①「無差異行銷」優點是滿足不同消費者之需要，缺點是無法標準化生產且成本昂貴 ②「差異化行銷」優點是提供多樣化的產品組合，缺點是可能無法創造最高市場占有率 ③「集中行銷」優點是可以分散經營風險，缺點是無法創造最大利潤
(A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③

- 3 關於顧客忠誠指數 (Customer Loyalty Index, CLI)，下列敘述何者正確？
(A)顧客忠誠指數=顧客滿意度×顧客保留度×顧客推薦度
(B)顧客忠誠指數=顧客感動度×顧客保留度×雇主推薦度
(C)顧客忠誠指數=顧客滿意度×顧客價值度×雇主推薦度
(D)顧客忠誠指數=顧客感動度×顧客價值度×顧客推薦度
- 4 就保險行銷策略分析，下列敘述何者正確？①成本策略係指降低保險價格提升商品競爭力
②地區擴張策略係指在原有市場採促銷手段增加銷售業績 ③市場滲透策略係指擴充營業據點增加銷售業績 ④新市場策略係指開發保險新商品享有獨占市場優勢
(A)①② (B)②③ (C)③④ (D)①④
- 5 保險公司及競爭者共同面對之總體環境，關於產業競爭結構種類，下列敘述何者正確？①獨占性競爭市場廠商沒有訂價能力，寡占市場廠商則有 ②獨占性競爭市場的產品同質，寡占市場的產品異質 ③獨占性競爭市場有進入障礙，寡占市場則沒有進入障礙 ④獨占性競爭市場廠商多不會相互牽制，寡占市場廠商較少容易相互牽制
(A)①③ (B)②④ (C)①② (D)③④
- 6 關於市場競爭策略，下列敘述何者正確？①以穩健經營為訴求，保險人只提供無競爭性費率的標準保險契約，屬於市場追隨策略 ②產險市場中的領導者，能提供最多的服務據點，屬於市場利基策略 ③挑戰者可能在廣告支出或代理佣金上超過領導者或發展一套跟領導者不同類型的配銷制度，屬於市場領導策略
(A)僅① (B)①② (C)②③ (D)①②③
- 7 關於保險業保險代理人公司保險經紀人公司辦理電話行銷業務應注意事項，下列敘述何者正確？①電話行銷人員及其直屬主管，應具備保險業務員資格 ②銷售住宅火災保險及汽車保險不限為免勘屋或免勘車之保險契約 ③銷售財產保險、健康保險及傷害保險商品組合，每張保單年繳保費不得高於新臺幣 10 萬元 ④因電話行銷過程錄音設備或錄音品質不良等所造成之爭議，應作有利於要保人之解釋及處理
(A)①② (B)②③ (C)③④ (D)①④
- 8 關於保險市場需求衡量，下列敘述何者正確？①若過去的因果關係穩定，則可用來預估未來的需求或銷售量，屬於統計需求分析法 ②業務員意見綜合法係指保險業務員以其累積之銷售經驗估計保險需求 ③最有用的情報來源是購買者本身，稱為購買者意向調查法 ④德懷法是估計保險市場需求廣泛使用之工具，屬於市場試銷法
(A)①② (B)②③ (C)③④ (D)①④
- 9 保戶在購買保險產品時會意識到各種不同類型的購買風險，下列敘述何者正確？①消費者因購買產品，所導致本身經濟能力發生困難之程度，稱為財務風險 ②因所購買產品不符合參考群體標準，而產生壓力，稱為績效風險 ③消費者所購買、具重要性的產品，不符合其自我觀念或自我形象的機率，稱為心理風險 ④產品使用時無法達到預期效果或發生問題的可能性，稱為社會風險
(A)①② (B)③④ (C)①③ (D)②④
- 10 產物保險之保險費率釐訂原則中，有由「保險監理立場」之基本觀點，及「保險經營立場」之延伸觀點，下列何者屬於「保險經營立場」之原則？①充分性原則 ②穩定性原則 ③公平性原則 ④鼓勵損害控制原則
(A)①② (B)③④ (C)①③ (D)②④

- 11 有關配套式定價（**Bundle Pricing**）的論述，下列敘述何者正確？①相當於互補產品定價，如影音光碟機的售價壓低，光碟的售價提高 ②目的是促銷消費者原本不太可能購買的商品 ③配套在一起的產品種類愈多，消費者愈願意購買 ④屬於產品組合定價
(A)①② (B)③④ (C)①③ (D)②④
- 12 保險公司所屬的業務員與經紀人公司的業務員在銷售保險時，難免因競爭而產生衝突，下列對於這類衝突的敘述何者正確？
(A)屬於水平通路衝突 (B)屬於垂直通路衝突
(C)屬於多重通路衝突 (D)屬於單一通路衝突
- 13 保險業落實公平待客原則，下列原則何者正確？①酬金與業績衡平原則 ②複雜性高風險商品銷售原則 ③友善服務原則 ④落實誠信經營原則
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 14 保險公司推出保險費相對低廉的微型保險，並非據此獲取利潤，而是希望藉此吸引消費者眼光，進而購買保險公司其他的保險商品。此種方法係屬下列何種保險訂價方法？
(A)折扣訂價法 (B)偏向訂價法 (C)犧牲打訂價法 (D)價格內襯法
- 15 關於保險商品之構成要素，包含核心商品與週邊服務。請問關於週邊服務，下列敘述何者正確？①風險管理 ②安全措施 ③額外服務 ④理財規劃
(A)①② (B)②③ (C)③④ (D)①④
- 16 產物保險業的性質特殊，其訂價策略亦隱含不同於實體商品訂價特徵。下列敘述何者正確？
①保險服務之不可接觸性 ②保險要保人之高度取向性 ③保險保障服務具延後性 ④保險價格具有透明性
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 17 關於直效行銷通路，下列敘述何者正確？①保險經紀人通路 ②電話行銷通路 ③櫃台直銷通路 ④網路行銷通路
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 18 產險保險單雖以承保危險事故為保單設計之重心，但對於危險事故所致損失之相關服務（如道路救援），亦是保險消費者購買汽車保險時關注之重點，稱為：
(A)綜合式保險單 (B)與政策性保險互補的保單
(C)附加價值保險單 (D)儲蓄型保險單
- 19 保險行銷程序的第一個步驟即是要評估與確認保險市場機會。保險市場分析包括保險總體環境與個體環境分析，亦稱之為外在環境與內在環境分析。下列何者係屬於保險總體環境因素？
①經濟 ②物質 ③消費者 ④政治
(A)①② (B)①④ (C)①②④ (D)①②③④
- 20 從行銷管理哲學演變過程來看，銷售與行銷兩者顯然是不同的觀念。下列敘述何者正確？
(A)兩者皆以追求企業利潤為最直接經營目標
(B)兩者皆以滿足消費者需要為企業最直接經營目標
(C)銷售觀念係以滿足消費者需要為企業最直接經營目標，而行銷觀念則以追求企業利潤為最直接經營目標
(D)銷售觀念強調以銷售推廣為重心，而行銷觀念則係以採用不同行銷組合策略為手段

- 21 財產保險行銷具有下列那些特色？①保險行銷標的具有無形特色 ②保險行銷服務具有不可試用特色 ③保險行銷服務具相互信任特色 ④保險行銷服務品質具有不易變特色
(A)①③ (B)①②③ (C)①③④ (D)①②③④
- 22 保險商品的生命週期隨著時間的經過，其銷售可分為導入、成長、成熟與衰退期等 4 個階段，每一階段皆有不同特徵。請問下列何者係屬於財產保險商品生命週期中成熟階段的特徵？
①商品銷售量快速上升 ②單位成本最低 ③業者獲利最高 ④競爭者人數最多
(A)①③ (B)③④ (C)②③④ (D)①②③④
- 23 保險行銷人員透過溝通管道試圖建立消費者對保險公司與保單的認識，或改變消費者的態度，或說服潛在保險消費者採取特定行動，所以保險公司必須決定如何用最好的溝通途徑和目標市場溝通。保險公司與目標市場溝通基本上有廣告、促銷活動、宣傳及人員推銷等四種途徑，下列何者非屬於「促銷活動」溝通途徑所使用之工具？
(A)展示商標 (B)贈品獎項 (C)舉辦大型音樂會 (D)續保通知
- 24 行銷目標（marketing objectives）指出保險公司希望達成提供多少商品與服務的成果給選定的目標市場。最普遍的行銷目標多設定為獲利率、銷售成長、創新、多樣化與客戶滿意度等 5 種。若某產物保險公司設定「113 年度改變商品組合 30%；同時要達到公司 20%保險費來自新地區的目標；且要從最具獲利地區增加保險費收入 20%」，請問上述目標係屬何種行銷目標的設定？
(A)獲利率目標 (B)銷售成長目標 (C)創新目標 (D)多樣化目標
- 25 因應市場上消費者多樣化的需求，愈來愈多保險業者採用目標市場行銷方式，運用若干區隔變數（segmentation variables）將廣大異質市場區隔出若干同質目標市場進行銷售作業。一般區隔變數可以歸納成地理變數、人口統計變數、心理統計變數及行為變數等 4 個面向。請問下列何者係屬於人口統計區隔變數？①人口密度 ②家庭生命週期 ③人格特質 ④職業
(A)①③ (B)②④ (C)①③④ (D)②③④
- 26 保險產品組合（insurance product mix）是指保險行銷者所生產或銷售的所有產品線與產品項目的集合，其組合有廣度（width）、長度（length）、深度（depth）與一致性（consistency）等 4 個構面。若考量保險產品線內某單一保險產品項目有多少規格或樣式，係屬於何種保險產品組合構面？
(A)廣度 (B)長度 (C)深度 (D)一致性
- 27 促銷組合包括廣告、公共關係、促銷及人員推銷等 4 種，用以追求行銷目標。請問在消費品市場，這 4 種促銷工具其相對重要性的排序何者正確？
(A)人員推銷→促銷→廣告→公共關係 (B)廣告→公共關係→促銷→人員推銷
(C)廣告→促銷→人員推銷→公共關係 (D)人員推銷→廣告→促銷→公共關係
- 28 保險輔助人的存在雖會增加保險公司的行銷成本，但因保險輔助人存在，具有一些不同功能，可以協助保險公司進行行銷工作，所以仍有其存在必要性。其中功能之一係由於保險輔助人比較接近與熟悉保險市場，所以可以協助保險公司設計出更適合的保險單以滿足保險客戶的需求，請問這是屬於保險輔助人那一個功能？
(A)輔助人交易功能 (B)輔助人促成交易功能
(C)輔助人物流功能 (D)輔助人支援服務功能

- 29 顧客關係管理目的在於透過極大化顧客滿意與忠誠度，極大化公司利潤，並界定了 4 項顧客關係管理評估標準，分別是①產品與服務品質 ②顧客忠誠 ③顧客滿意 ④公司利潤極大化。這 4 項評估標準並不相等，但具因果關係與進階性，請問這 4 項評估標準因果關係依序為何？
(A)①→②→③→④ (B)③→①→②→④ (C)①→③→②→④ (D)①→④→③→②
- 30 一般保險公司顧客關係管理流程主要有：吸引顧客、維持顧客關係與提升顧客關係等 3 個步驟。請問下列何種作為係在提升顧客關係？①開發顧客需要的產品、服務與通路 ②透過各種方式增加顧客的價值感 ③保持公司與顧客溝通管道的暢通 ④適當時機滿足顧客新生的需求
(A)①③ (B)②④ (C)①②④ (D)①②③④
- 31 促銷係保險公司為了影響保戶對產品的印象，或是引發其有利回應所做出的告知或說服的溝通活動，正確促銷不僅可以滿足目標市場的需求，也有助於達成行銷目標。下列何種方法是決定總促銷預算最合理的方法？
(A)量入為出法：將預算設定在公司能負擔的程度
(B)銷售百分比法：將促銷預算設定在現有或預定銷售金額的某一百分比
(C)目標任務法：依照公司本身所要推廣達成的任務來決定促銷預算
(D)競爭對等法：設定其促銷預算能與競爭者的支出相匹敵
- 32 審視財產保險市場經營環境，並因應未來發展趨勢，下列那種保險單形式係未來財產保險商品設計時，應掌握的主流方向？①第三類保險單 ②綜合式保險單 ③與政策性保險互補保險單 ④附加價值保險單
(A)①② (B)②④ (C)②③④ (D)①②③④
- 33 保單的銷售是保險業務員接近準客戶做銷售遞送服務的最終目標，但此目標並非一蹴可幾。若在最終銷售目標未達成前，保險業務員在第一次和準客戶接觸時，則其可能的銷售服務遞送目標為何？①為準客戶辨識出保單產品之低成本與高保障的優勢 ②讓準客戶同意保險業務員進行保障需求辨識的詢問 ③為準客戶辨識各種保單產品不同的特色 ④獲得準客戶的個人資料以建立準客戶檔案
(A)①③ (B)②④ (C)②③④ (D)①②③④
- 34 保險業務員是保險客戶最常接觸的服務人員，同時保險服務工作也多由保險業務人員執行，因此保險業務員對保戶體驗保險公司的服務品質，具有舉足輕重的影響。下列有關 4 種衡量保險業務員服務品質準則的敘述，何者正確？
(A)穩定性 (reliability)：指保險業務員是否具有親和力，常常關懷保戶
(B)回應性 (responsiveness)：指的是保險業務員主動協助顧客與有效率回應顧客需求的能力
(C)信任性 (assurance)：指的是保險業務員的服務態度、方式與處理問題的效率，都必須維持在一定的水準，否則會造成保戶的不確定性與不滿
(D)同理心 (empathy)：指的是保險業務員的言行舉止，是否給予保戶一種信賴、安全的感覺

- 35 多數保險銷售人員認為和客戶建立優質關係，和提供客戶高品質服務同等重要，請問下列何者係產物保險業務員與保戶建立優質夥伴關係的重要關鍵因素？①誠實特質（character of integrity） ②價值分享（shared value） ③認同願景（committed to the vision） ④支持角色（the role of supporting）
(A)①②③ (B)①②④ (C)②③④ (D)①②③④
- 36 保險公司對於保險銷售人員薪酬的計算都會考慮銷售人員的行銷業績，是以如何公正客觀評估保險銷售人員的行銷業績，對任何一家保險公司而言都是相當重要的一件事。請問下列何者是保險公司用於評估行銷人員績效的準則？①個人生產力 ②保戶滿意度 ③業務達成率 ④業務品質
(A)①②③ (B)①③④ (C)②③④ (D)①②③④
- 37 金融監督管理委員會為推動保險產業數位轉型，鼓勵創新型保險商品之研發，提升保險產業競爭力，提出我國開放設立純網路保險公司之政策。有關純網路保險公司政策規劃方向的敘述，何者正確？①產物保險業之純網路保險公司最低實收資本額定為新臺幣 10 億元 ②產物保險業之純網路保險公司業務範圍以符合消費需求之創新商品為主（如共享運具、外送平台等碎片型商品），保險契約規劃多為 1 年期或短期性質 ③純網路保險公司與非純網路保險公司之差異在於提供服務之通路不同，故與現有保險公司適用之法規與監理要求不同 ④營運據點，除設置總公司及客戶服務中心外，得視業務實際發展情況，設立部分實體營業據點
(A)①② (B)①②③ (C)②③④ (D)①②③④
- 38 依據我國保險業辦理電子商務應注意事項，針對財產保險業可辦理網路投保業務的規範，下列敘述何者正確？①辦理業務範圍採負面表列方式 ②要保人或被保險人須為自然人 ③要保人與被保險人須非為同一人 ④每張保單主附約年繳保險費合計不超過新臺幣 10 萬元
(A)②③ (B)③④ (C)①②④ (D)①②③④
- 39 職團行銷係屬於保險業與特定有組織的團體合作，以說明會或其他推銷方式，公開推介保險公司商品。當產物保險業者在發展職團行銷的產品策略時，須考慮不同因素，下列何者不是基於行銷觀點考慮因素？
(A)產品須以需求導向，使潛在的被保險人產生價值上的認知
(B)產品簡單，消費者容易瞭解
(C)產品須具有獲利可能性
(D)消費者有負擔保險費的能力
- 40 保險業與銀行業者從事銀行保險行銷通路，各具有不同行業優勢，如雙方充分發揮其優勢，所經營的銀行保險業務將極為成功。例如現行多數住宅火災及地震基本保險業務係透過銀行通路銷售。請問下列何者是保險公司透過銀行保險通路的優點？①較佳企業形象與良好顧客關係 ②廣大的客戶資料庫 ③可提供多元行銷通路 ④有較佳的保險專業知識與服務態度
(A)②③ (B)①②③ (C)①③④ (D)①②③④