

109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、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、第一次特種考試驗光人員考試試題

等 別：普通考試

類 科：人身保險經紀人

科 目：人身保險行銷概要

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、請比較獨立代理人、專屬代理人與經紀人的異同。(25 分)

二、近日許多保險公司配合經濟環境，調降部分商品的宣告利率。應如何向客戶解釋宣告利率的意義，以及這類商品與傳統壽險商品在運作上的差異？(25 分)

乙、測驗題部分：(50 分)

代號：4304

- (一)本測驗試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當的答案，複選作答者，該題不予計分。
- (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 組織進行員工之績效評估時，其評估結果必須能夠反映其工作要求與工作成果，以確實衡量該員工之工作表現。此為績效評估的那一項原理？
(A)有效度 (Validity) (B)可靠度 (Reliability)
(C)公平性 (Fairness) (D)簡便性 (Simplicity)
- 2 產品生命週期是追溯產品從導入市場至退出市場的過程。對於進入已成熟期的保險商品，壽險公司可採用下列那一種行銷策略？
(A)減少相關支出 (B)更新市場區隔 (C)改良行銷組合 (D)擴增營運據點
- 3 BCG 矩陣又稱為市場成長率－市場占有率矩陣，用來判斷每個策略事業單位 (SBU) 的表現與展望，可作為企業在行銷策略與資源分配上的判斷依據。BCG 矩陣依照市場成長率的高低與相對市場占有率的大小，將策略事業單位分為四大類，其中「問題事業」係指下列那一項？
(A)市場成長率高，相對市場占有率高者 (B)市場成長率低，相對市場占有率高者
(C)市場成長率高，相對市場占有率低者 (D)市場成長率低，相對市場占有率低者
- 4 業績預算包括業績目標的訂定與執行時相關費用的編列。下列那些項目為壽險公司業績執行時可能產生的基本管銷費用？①訓練活動 ②增員活動 ③廣告活動 ④保戶慰問活動
(A)僅①② (B)僅①②③ (C)僅①②④ (D)①②③④
- 5 近期金融監督管理委員會同意多家產壽險公司運用金融科技共同試辦「保全/理賠聯盟鏈」服務，保戶可於任一家參與試辦之公司提出契約變更或理賠申請，透過公會建置之平台，通報其他同業啟動理賠或保全服務之受理。此一服務主要採用何種科技技術？
(A)物聯網 (IoT: Internet of Things) (B)區塊鏈 (Blockchain)
(C)資料探勘 (Data mining) (D)人工智慧服務鏈 (AI Service chain)

- 6 保險規劃是企業人身風險管理的重要方法，透過保險金理賠可填補因重要員工身故或失能所導致企業收入減少或費用增加的經濟損失。下列那些商品適用於企業為其高階經理人、董（理）事或重要員工之保險商品規劃？①人壽保險 ②健康保險 ③失能保險 ④利率變動型年金保險
(A)僅②④ (B)僅①②③ (C)僅①④ (D)僅③④
- 7 數家壽險公司近期推出「弱體外溢保單」，保單設計連結健康管理，以健康回饋保險金或保險費折扣方式鼓勵保戶維持健康不惡化，達到預防併發症、降低理賠的雙贏效果，此為保險商品訂價的那一項原則？
(A)彈性或伸縮性原則 (B)維持競爭能力原則
(C)穩定性或一致性原則 (D)損失預防誘導性原則
- 8 下列何者屬於保險公司的直接行銷通路？①直屬保險公司的業務員 ②電話行銷 ③櫃檯銷售 ④銀行保險
(A)僅②④ (B)僅①③ (C)僅①②③ (D)①②③④
- 9 下列有關個別消費者與組織型顧客在保險購買決策上的差異，何者正確？
(A)個別消費者的購買決策涉及更大的功能風險
(B)組織型顧客的購買決策較可能受到情緒的影響
(C)個別消費者數量少但個別差異大，更強調客製化與服務品質
(D)組織型顧客強調與保險公司的長期合作關係
- 10 某保險公司擬推出一壽險商品，強調以單一商品提供多項保險給付，可以同時滿足「小資族」、「夾心族」與「屆退族」在保障、失能與退休理財各方面的需求。該公司主要採用下列那一種市場策略？
(A)無差異行銷策略 (B)多區隔市場策略 (C)單一市場集中策略 (D)差異化行銷策略
- 11 近年來，企業愈來愈重視社會行銷概念，亦即將社會與道德考量納入行銷實務，監理機關也針對業務員之行銷行為訂定了相關規範。若我們將保險行銷道德分成法律性道德、專業性道德與社會性道德等三個原則，則「業務員經手保戶保費，卻擅自挪用，未於期限內繳交入庫」，違反了下列那些道德原則？
(A)僅專業性道德 (B)僅法律性道德
(C)專業性道德與社會性道德 (D)法律性道德與專業性道德
- 12 策略行銷規劃（strategic marketing planning）是市場導向的策略發展過程，不但將持續變動的商業環境列入考量，同時也體認到顧客滿意的重要性。下列有關壽險策略行銷規劃流程應採行的程序，何者正確？①經營理念 ②經營目標 ③策略 ④戰術
(A)①②③④ (B)②①③④ (C)①②④③ (D)②①④③
- 13 內部行銷，係以員工為對象，藉由類似行銷的方式，以適當的工作設計，吸引、發展、激勵及留任有能力的員工，進而達到行銷目標與公司任務。下列何者為內部行銷的重點？①產品廣告 ②教育訓練 ③價格競爭 ④人員管理
(A)①② (B)②③ (C)②④ (D)①④
- 14 下列那些保險商品，保險經紀人為被保險人洽訂保險契約前，應主動提供書面分析報告？①微型保險 ②保險金額 1000 萬元之旅行平安保險 ③具保費調整機制之長期健康保險 ④1 年期傷害保險續保業務
(A)①② (B)②③ (C)②④ (D)①②③
- 15 某外商保險公司進入我國保險市場時，以其業務員之專業訓練及形象為訴求，強調與其他本土保險公司不同之處。企業藉由聘僱與訓練比競爭者更佳的人員，以獲得更強的競爭優勢，係採取下列那一種差異化策略？
(A)產品差異化 (B)通路差異化 (C)人員差異化 (D)形象差異化

- 16 所謂行銷單位，是指可以獨立計算其成本及對總體組織貢獻的一個組織內次級單位。行銷單位的劃分，有助於行銷成本的分析。壽險公司針對個人壽險業務，通常採用下列那一種方式劃分行銷單位？
(A)收費部門別 (B)產品線別 (C)顧客別 (D)銷售地區別
- 17 傳統的行銷 4P，是從生產者觀點出發的行銷觀點。隨著市場競爭逐漸激烈、消費者意識抬頭，品牌行銷策略逐漸轉為消費者導向。行銷學者羅伯特·勞特朋（Robert F. Lauterborn）在 1990 年提出以消費者需求為中心的行銷 4C 理論，除顧客（Customer）、成本（Cost）及便利（Convenience）外，還包括下列那一項？
(A)溝通（Communication） (B)合作（Cooperation）
(C)整合（Collaboration） (D)能力（Capability）
- 18 隨著金融科技的發展，保險價值鏈面臨裂解與重組的情況，保險公司所受到的影響，下列何者錯誤？
(A)自我保險模式的業務競爭增加 (B)顧客忠誠度提高
(C)風險定價模式的轉變 (D)商品設計轉為消費導向
- 19 監理機關曾因多家保險公司未落實其財務核保作業，對於公司及所屬核保人員予以裁罰。下列那一項為監理機關要求保險業者落實財務核保機制的主要目的？
(A)提高清償能力 (B)維持穩定報酬 (C)防範道德危險 (D)減緩市場競爭
- 20 依現行法令之規定，受人身保險經紀人公司所任用之經紀人，應確實了解要保人之需求及商品或服務之適合度，並應在下列那些文件進行簽署？①代收轉付保險費收據憑證 ②終止契約申請書 ③要保人個人資料蒐集、處理及利用告知書 ④要保人及被保險人之保險需求、適合度分析評估報告書
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 21 保險業務員銷售投資型保險商品給 70 歲以上之客戶，若未承保，則在銷售過程所保留之錄音或錄影紀錄應於未承保確定之日起，做何處理？
(A)立即銷毀 (B)保存 6 個月 (C)保存 5 年 (D)保存 7 年
- 22 保險業者常會因極少數不肖業務員的不當銷售，而讓全體業者必須面對「一粒老鼠屎壞了一鍋粥」的效應。造成這種情形的原因，主要是因為保險商品的服務具有下列那一種特性所致？
(A)不可分割性 (B)不可儲存性 (C)易變性 (D)投機性
- 23 針對老年安養與醫療需求，將「長期照顧保險」、「特定傷病保險」及「失能扶助照護保險」三種商品組合行銷的方式，係屬於下列商品組合層面的那一項因素？
(A)深度 (B)密度 (C)廣度 (D)寬度
- 24 保險經紀人及所屬業務員印發經保險業核可之醫療保險商品銷售招攬廣告時，應加註下列那一種攸關的警語？
(A)理賠金給付 (B)商品脫退率 (C)告知義務 (D)保單猶豫期
- 25 2019 新型冠狀肺炎的流行，使得消費者對於人身保險的風險規劃需求增加。這種情形，主要是屬於下列那一種影響人身保險行銷的敏感因子？
(A)金融科技 (B)政府政策 (C)社會態度 (D)支配所得
- 26 行銷人員在探求銷售利潤最大化時，通常會對銷售反應函數進行測算。此時，銷售反應函數常用貨幣額來表示，而不是使用銷售量來表示，其目的為何？
(A)找出行銷費用支出的合理範圍 (B)得出毛利潤函數
(C)得出淨利潤曲線 (D)找出銷售量與利潤的關係
- 27 行銷管理人員對於顧客服務品質的管理，可依據金融監督管理委員會所訂立的「金融服務業公平待客原則」來衡量保險商品服務品質的那一個構面？
(A)有形性 (B)可靠性 (C)反應性 (D)同理心

- 28 行銷管理人員想要有效地區隔自家保險商品與同業競爭者的市場，必須要考慮下列那些條件？
①適合性 ②足量性 ③可接近性 ④可衡量性
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 29 金融服務業因商品特性不同於一般商品，因此其行銷組合一般採用 7P 模式。除了傳統行銷組合的 4P 之外，另外還有下列那 3P？①實體環境（Physical Environment） ②服務人員（Service Personnel） ③服務過程（Service Process） ④商品定位（Product Position）
(A)①②③ (B)①③④ (C)①②④ (D)②③④
- 30 下列有關保險經紀人公司透過電話行銷中心的電話行銷人員從事招攬保險，確認要保人投保意願並經保險業同意承保後成立保險契約的應注意事項之敘述，何者正確？
(A)外撥電話之對象限年滿 20 歲之要保人，但被保險人的年齡則不限
(B)銷售之人身保險商品不包括年金保險
(C)人壽保險限為免體檢及免告知之保件
(D)傷害保險之最高投保保險金額為新臺幣 500 萬元
- 31 壽險業務人員鼓勵或勸誘客戶以貸款方式購買保險商品，依保險業務員管理規則，將受到下列何種懲處？
(A)停止招攬 3 個月 (B)停止招攬 6 個月 (C)停止招攬 1 年 (D)撤銷登錄
- 32 保險經紀人公司為激勵業務人員積極的將產品推廣給消費者，通常會辦理年度業績競賽，以提升團隊績效。前述做法屬於下列何種行銷策略？
(A)拉的策略 (B)拖的策略 (C)推的策略 (D)拔的策略
- 33 保險業務人員以即時通訊平台（例如：Line 或 FB）向顧客定期問候或分享好文章，屬於下列強化顧客關係聯結的何種方法？
(A)財務聯結 (B)社會聯結 (C)客製化聯結 (D)結構化聯結
- 34 下列有關關係行銷模式中，對於行銷四部曲的順序敘述，何者正確？①辨認目標顧客 ②區隔目標顧客 ③與顧客互動 ④提供標準化的產品或服務
(A)①②③④ (B)②①③④ (C)③①②④ (D)③②①④
- 35 保險主管機關為強化保險經紀人公司健全業務經營，並配合實務作業建立相關作業制度，作為管理階層自我檢測重要依據，依現行法令規定：年度營業收入達新臺幣多少元以上者，應於次 1 年內建立招攬處理制度及程序？
(A) 5 千萬 (B) 1 億 (C) 2 億 (D) 3 億
- 36 能有效發揮顧客關係管理的大數據分析的數據資料，必須具備狹義定義的 3V 條件。此 3V 是指下列那些條件？①Volume（大量） ②Velocity（速度） ③Variety（多樣性） ④Value（價值）
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 37 以銷售績效為因（Cause），推廣成本為果（Result）所編列的推廣預算方法，稱為：
(A)銷售百分比法 (B)目標任務法 (C)競爭對等法 (D)量力而為法
- 38 影響顧客關係管理能否順利運作的三大要件，包括下列那些項目？①人力 ②商品 ③流程 ④科技
(A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)②③④
- 39 在行銷績效評估中，用來衡量不同因素影響銷售績效相對百分比的方法，稱為：
(A)獲利力分析 (B)市場服務分析 (C)行銷變異分析 (D)行銷組合效率分析
- 40 對於商品生命週期屬於導入期階段，且內容複雜之保險商品，業務人員的銷售目標應設定為：
(A)開發新客戶 (B)維持客戶忠誠性 (C)溝通商品的資訊 (D)提供技術型服務