

代號：30440
頁次：4-1

110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

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、為打造金融友善的環境，保險業對身心障礙者提供友善金融服務時，應注意那些原則？在招攬保險商品時，又應注意那些事項？(25分)
- 二、在金融科技的發展下，何謂行動投保？保險經紀人公司辦理行動投保業務時，在資訊揭露及資訊安全控管應遵循那些事項？(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 保險業遵循公平對待客戶原則之具體內容中，包括下列那些項目？①安全適合原則 ②複雜性高風險商品銷售原則 ③酬金與業績衡平原則 ④申訴保障原則 ⑤注意與忠實義務原則
(A)①②③④⑤ (B)僅①②④⑤ (C)僅①②③⑤ (D)僅②③④⑤
- 2 金融監督管理委員會為防止高齡長者金融剝削、防制消費詐欺及不法行為，已採取多項保護措施，其中金融監督管理委員會於109年8月28日修正「保險業招攬及核保理賠辦法」及「投資型保險商品銷售應注意事項」相關規定，將保險業銷售投資型保險商品予客戶之銷售過程應以錄音或錄影方式保留紀錄之客戶年齡門檻調降為：
(A) 70歲 (B) 65歲 (C) 60歲 (D) 55歲
- 3 企業存在的目的在於開發及留住顧客，擔任行銷人員主要責任在確保這個目的可以達成，然企業的運作都要以道德為前提，行銷道德可以為企業帶來那些正面的效益？①永續經營 ②建立信任感 ③商譽 ④獲得優秀人才與合作團隊 ⑤良心員工
(A)①②③④⑤ (B)僅②③④⑤ (C)僅①②③④ (D)僅②③
- 4 近年來許多壽險公司及保經代公司業務人員利用網路刊登特定保險商品招攬保險，依保險業招攬廣告自律規範第4條之1保險業應要求所屬業務員，除經公司核可之招攬廣告外，不得透過網際網路從事特定保險商品銷售招攬廣告，有關此自律規範之要求，下列敘述何者錯誤？
(A)如經查證刊登者為合作往來之保險代理人或保險經紀人公司所屬業務員時，保險業應要求其限期改善並撤除該廣告
(B)業務員可透過網際網路回答或說明一般性保險相關知識而非特定保險商品之內容
(C)保險業違反本自律規範經查核屬實者，提報各該公會理監事會，處以新臺幣5萬元以上，30萬元以下之罰款
(D)業務員有從事不實文宣、廣告情節重大者，所屬公司應依保險業務員管理規則相關規定懲處
- 5 保險公司在做保險商品市場區隔時，針對團體利率變動型年金保險推出「企業留才好選擇，員工退休儲蓄好工具」的廣告，這是採取何種市場區隔變數？
(A)人口統計變數 (B)心理變數 (C)地理變數 (D)行為變數

- 6 銷售產險保單給壽險保戶或銷售投資型保單給養老險保戶，這種交叉行銷可稱那一項策略？
(A)市場滲透 (B)產品發展 (C)市場發展 (D)多角化經營
- 7 網路投保業務自 103 年 8 月開放以來，許多電商平台多已開始販賣產、壽險各種商品，下列針對保險業辦理電子商務應注意事項規範之敘述何者錯誤？
(A)網路投保之人身保險商品種類包括微型保險及投資型年金保險
(B)人身保險商品投保，要保人與被保險人以同一人為限（以自然人憑證註冊或要保人為其 7 歲以下未成年子女投保旅行平安保險者不在此限）
(C)身故受益人以直系血親、配偶或法定繼承人為限
(D)透過電商平台販售保險商品，為多角化經營策略
- 8 出國旅遊時，可透過電商平台購買旅行平安保險。透過行銷通路可創造消費者那些效用？
①形式效用 ②時間效用 ③地點效用 ④擁有效用
(A)①②③④ (B)僅①②③ (C)僅②③④ (D)僅①②④
- 9 人身保險行銷利潤極大化的利潤方程式中，通常會以 $Z = R - C$ 表示，其中 Z 為公司淨利潤，R 為保費收入總額，C 為保險公司的成本，試問保險公司成本項下，不包括下列何者？
(A)賠款支出 (B)固定費用 (C)責任準備金 (D)辦公費
- 10 保險公司在進行市場定位時，必須先分析外在環境因素及公司內部因素，試問下列何者非市場分析因素？
(A)市場規模與成長潛力 (B)競爭優勢
(C)配銷系統 (D)獲利率
- 11 保險公司是一個複雜性高的組織，再加上必須面對各種顧客，使得員工需要處理的問題變得繁複。因此，為確保公司所屬人員之行為與績效，符合組織之標準、規定、程序及目標等的一系列過程，我們稱之為：
(A)行銷控制 (B)內部行銷 (C)行銷監理 (D)策略規劃
- 12 保險業者須落實顧客關係管理掌握服務品質，而服務品質構成要素有 5 項，試問如網站或業務人員使用的平板 (iPad) 等溝通工具屬於那一項目？
(A)一致可靠 (B)有形展示 (C)安全感與服務能力 (D)及時回應
- 13 為了讓保險業者有更大動力投資於服務品質改善，可透過改善服務品質的投資報酬率中了解改善的績效，試問 ROI 服務品質改善投資報酬率計算公式的因子，不包括下列何者？
(A)平均每位顧客所貢獻之終身利潤 (B)服務品質改善對利潤貢獻的百分比
(C)服務品質改善影響的顧客消費金額 (D)服務品質改善的投資成本
- 14 顧客關係管理是透過滿足目標顧客需要的服務品質，留住為公司貢獻利潤的客戶，試問顧客管理流程可劃分為那三步驟？
(A)開發、選擇、留住 (B)吸引、維持、提升 (C)開拓、維持、滿意 (D)吸引、選擇、留住
- 15 商品創新是整體保險市場的發展趨勢，金融監督管理委員會在 104 年底開放保險業者發行「實物給付」保單，許多保險公司開始推出以「實際服務」代替現金給付的保險商品，稱為「實物給付保單」，下列有關實物給付型商品說明，何者錯誤？
(A)實物給付的態樣限健康管理、醫療、護理、老年安養及殯葬等 5 大類服務
(B)目前有的商品，如：殯葬服務，亦即連結生前契約；醫療服務，海外醫療專機運送等等
(C)保險公司以提供約定之物品或服務以履行保險給付責任者
(D)可採實物給付方式理賠或現金給付的「給付選擇方式」
- 16 要培養成功業務員的五個重要步驟稱之 SHAKE，下列針對 SHAKE 的敘述何者錯誤？
(A) S：技巧，指有助於業務員達成行銷目標與落實行銷策略的作法
(B) H：習慣，協助業務員有效完成行銷工作學得的行為
(C) A：獎勵，訂定績效獎勵制度，協助業務員達成目標
(D) E：情緒管理，情緒商數高的業務員有較佳的業績表現
- 17 銀行保險通路是壽險行銷通路中占率最高的，相對的銀行本身也具備許多優勢，下列何者非為銀行通路的優勢？
(A)專業優勢 (B)據點優勢 (C)顧客資料庫優勢 (D)形象優勢

- 18 近年來保險公司透過舉辦活動，如義賣等，和媒體建立及保持保險業本身良好形象及信譽，並宣揚經營理念與目標，此稱之為：
(A)整合行銷 (B)社會行銷 (C)公共關係 (D)公益行銷
- 19 保險行銷的通路多元化，所謂的直接通路包括下列那些？①公司業務員 ②電話行銷 ③機場櫃台行銷 ④公司網路行銷 ⑤銀行保險
(A)①②③④⑤ (B)僅①②③④ (C)僅①②④ (D)僅①②③
- 20 保險公司應提供給顧客的核心利益就是風險管理與理財規劃，而影響這些核心利益的主要因素有三，下列何者正確？
(A)保費、行銷、商品 (B)保費、溝通、創新 (C)商品、服務、品質 (D)保費、時間、風險
- 21 下列關於「服務有形化」之敘述何者正確？
(A)服務有形化可以表現在服務人員的穿著 (B)服務有形化強調服務價格的操作策略
(C)服務有形化比較適合於新商品的銷售 (D)服務有形化就是積極從事善因行銷
- 22 下列有關「產品生命週期」的敘述何者錯誤？
(A)新產品上市即進入導入期
(B)當新產品利潤曲線由正變為負，此時可判定產品導入期結束
(C)當新產品利潤曲線到達頂峰，可判定進入成熟期
(D)產業中很多廠商離開此一產業，可判定進入產品衰退期
- 23 下列關於有效的市場區隔之敘述何者正確？
(A)有效的市場區隔必須滿足市場異質性的準則
(B)有效的市場區隔必須滿足產品創新的準則
(C)有效的市場區隔必須滿足高購買力的準則
(D)有效的市場區隔必須從製造廠商的角度出發
- 24 滲透訂價政策較「不適合」下列那一種情況？
(A)顧客對價格相當敏感
(B)顧客的需求彈性很大
(C)低價可以降低潛在競爭者進入市場競爭的意願
(D)有相當多的顧客對於該產品有高度需求
- 25 根據瑞士再保 Sigma 報告，臺灣壽險滲透度已經連續第 12 年在全球奪冠，顯示臺灣人士很愛買保單，試問何為壽險滲透度？
(A)壽險保險金額 ÷ 國民所得
(B)壽險保費收入 ÷ 全國人口數
(C)壽險保費收入 ÷ 國內生產毛額
(D)壽險保險契約數 ÷ 全國人口數
- 26 下列有關人壽保險商品銷售的敘述何者錯誤？
(A)人壽保險商品的生命週期與政策有關 (B)人壽保險商品的費用屬事前成本
(C)人壽保險商品銷售要基於保險人之利益 (D)消費者往往缺乏人壽保險的專業知識
- 27 保險業務員之銷售倫理行為不應該包括下列那一項目？
(A)重視客戶資料之機密性 (B)確實遵守監理法規
(C)拒絕對低收入者賣保險 (D)服務客戶應該秉持誠實
- 28 顧客對保險公司的產品及服務持正面態度且願意重複購買保險，為公司塑造好口碑，因此有關顧客忠誠度的衡量指標中，下列何者錯誤？
(A)是否重複購買 (B)是否介紹他人購買 (C)是否為公司帶來利潤 (D)是否對公司持正面態度
- 29 下列敘述何者錯誤？
(A)顧客導向經營模式是指企業以滿足顧客需求並增加顧客價值為出發點
(B)競爭者導向的經營模式是指人壽保險公司以競爭為中心，根據其他人壽保險公司的反應來採取行動
(C)開發新的壽險產品須以投資利潤為基礎
(D)目前先進國家的人壽保險事業均廣泛認同顧客導向觀念

- 30 關係行銷重點在於與顧客發展長期關係，其三階層模式中，透過提供競爭者無法提供且對顧客有價值服務，這些服務通常以科技為後盾，且可以讓客戶的運作更有效率，此指：
- (A)價格鏈行銷 (B)社會鏈行銷 (C)結構鏈行銷 (D)價值鏈行銷
- 31 下列何者不是壽險通路的正確說明？
- (A)人壽保險代理人依代理契約內容從事保險招攬
(B)人壽保險經紀人可替保戶洽定保險契約
(C)人壽保險經紀人可銷售多家人壽保險公司的商品
(D)人壽保險業的內勤組織可分為直接行銷通路以及間接行銷通路
- 32 下列關於壽險商品定價的說明何者正確？
- (A)壽險公司在從事商品定價時必須追求銷售量極大化
(B)壽險公司在從事商品定價時可針對高所得者定高價位
(C)壽險公司在從事商品定價時應考慮利率變化
(D)賣得好的商品可以漲價賣
- 33 下列何者不是社群銷售 (social selling) 的正確敘述？
- (A)社群銷售是成長快速的銷售趨勢 (B)社群銷售透過銷售人員出外實地拜訪顧客
(C)社群銷售是使用社群媒體去連結顧客 (D)社群銷售有助於辨識潛在顧客
- 34 下列關於服務利潤鏈 (service profit chain) 的敘述何者正確？
- (A)服務利潤鏈促使新商品快速進入市場
(B)服務利潤鏈降低員工離職率
(C)服務利潤鏈增加投資績效
(D)服務利潤鏈將公司的利潤和員工及顧客滿意度串連在一起
- 35 下列敘述何者正確？
- (A)市場滲透是在改變產品的情形下對新顧客增加銷售
(B)產品發展策略是針對現有市場提供改良的產品
(C)強迫推銷可以健全市場之發展
(D)多角化是指持續經營現有產品與市場的策略
- 36 縮編 (downsizing) 策略不適用於那種情況？
- (A)公司的某些產品或市場變得無利可圖 (B)公司可能發展的太過快速
(C)公司進入缺乏經驗的市場 (D)公司要為其現有產品開發新的市場
- 37 下列何者非為對產品定位 (positioning) 的正確敘述？
- (A)公司的產品在目標消費者心中占有一個明確的地位
(B)公司向顧客傳達更清楚的產品訊息
(C)公司把定位清楚地傳達給競爭者知道
(D)公司必須謹慎使用產品策略
- 38 下列對於行銷投資報酬率 (return on marketing investment) 的敘述何者錯誤？
- (A)行銷投資報酬率是衡量投資行銷活動所產生的收益
(B)產品生命週期的早期階段最容易增加行銷投資報酬率
(C)行銷投資報酬率是將行銷投資所獲得的淨利除以行銷投資的總成本
(D)從事行銷活動需考慮行銷投資報酬率
- 39 下列何者不是高壓式銷售的正確敘述？
- (A)壽險公司進行高壓式銷售的成本低
(B)壽險銷售人員說服消費者購買他們原本無意購買的產品
(C)壽險銷售人員非常賣力地推銷以便能獲得豐厚的獎金
(D)高壓式銷售會傷害與顧客間的長期關係
- 40 下列何者不是壽險業同時使用多種行銷通路所能帶來的好處？
- (A)推廣壽險公司品牌 (B)滿足壽險市場的需求
(C)化解通路衝突 (D)有助於達成壽險業的行銷目標