

目錄

圖目錄	II
表目錄	III
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景與動機	1
第二節 研究目的	3
第貳章 現況	4
第參章 文獻探討	5
第一節 投資型保險	5
第二節 投資型保險的定義	5
第三節 投資型保險的種類	6
第四節 投資型保單相關費用	9
第五節 投資型保險商品之特色	10
第六節 投資型保險與傳統保險之運作方式	11
第七節 投資型保險與傳統保險之差異	13
第八節 專業能力對「投資型保險」商品之影響	15
第九節 教育訓練對「投資型保險」商品銷售之影響	17
第十節 投資型保險教育訓練之內容	19
第十一節 投資型保險商品爭議分析	21
第肆章 資料敘述統計	24
第伍章 實證分析	34
第陸章 結論與建議	43
第一節 研究結論	43
第二節 研究建議	43
第柒章 參考文獻	44
研究問卷	46

圖目錄

圖 3-1 投資型保單之保費結構	10
圖 3-2 投資型保險與傳統保險之結構	12
圖 4-1 台灣壽險各通路保費收入佔率	24
圖 4-2 台灣壽險業新契約保費收入統計	25
圖 4-3 業務員的年齡層	26
圖 4-4 業務員男女生比例	27
圖 4-5 公司的服務型態	28
圖 4-6 銷售投資型商品平均成交件數	29
圖 4-7 業務員對各種教育訓練的喜愛程度	30
圖 4-8 銷售投資型保險商品時面臨的最大瓶頸	31
圖 4-9 測驗業務員對於基金風險認知	32
圖 4-10 測試業務員對於稅法制度的基本認知	33

表目錄

表 3-1 各類型壽險產品比較	7
表 3-2 投資型保單相關費用	9
表 3-3 分離帳戶與普通帳戶的操作方式比較	13
表 3-4 分離帳戶與普通帳戶之特色	14
表 3-5 投資型保險與傳統壽險的比較	15
表 5-1 敘述統計表	34
表 5-2 各認知的變數成為高所得者的關係	39

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

現今保險市場不僅保障人身安全，更注入了全方面的人生規劃，不但滿足人生各階段的需求，且量身訂做一個真正屬於消費者的保障及理財規劃，台灣於九十年六月二十九日於立法院三讀通過，七月九日總統令公布保險法部分條文修正案後，正式賦予保險業經營投資型保險業務之依據，揭開了壽險業經營投資型保險的序幕。

雖然說市場利率的逐漸下降以及金融市場的不景氣所影響，投資型商品的銷售有逐漸趨於緩和的現象，而各壽險公司所銷售的商品利率與市場上的利率相差愈來愈大，所以長久下來就可能危及到公司隱建的成長，台灣目前的壽險市場，由於市場太過競爭，使得業務員生存空間大幅縮減，業務人員為了生存，必需提升自己的專業知識及能力，而教育訓練對於協助業務人員提升績效是否有一定的功效，因此本研究是為了想了解投資型商品對於業務員在教育訓練上有沒有實質上的幫助，或應如何讓業務員實際在銷售保單時所會遇上的困難來研究。

從 92 年 93.99% 到 95 年的 81.62% 我們發現年每都有正向成長的趨勢，此顯示投資型保險商品逐漸被消費者所接受。

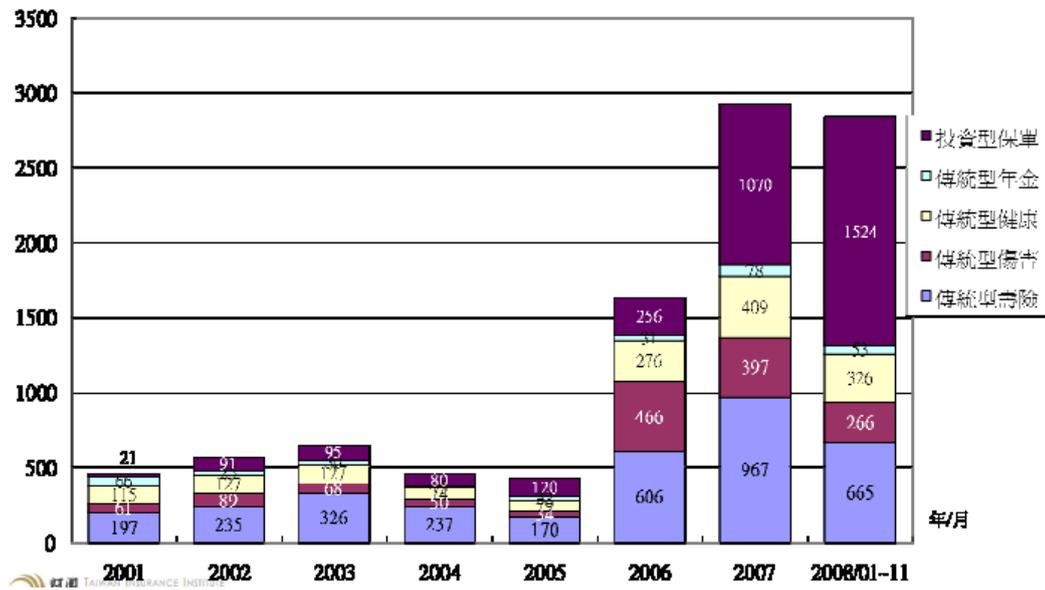
表 1-1 個人投資型保險費收入百分比占率

金額單位：新台幣千元

年度	保費收入	投資型商品成長率
92	84,826,654	93.99%
93	164,551,930	44.78%
94	238,237,879	39.09%
95	331,375,114	81.62%

資料來源：人壽保險業務統計年報

圖 1-1 台灣壽險業備查商品件數統計



資料來源：98 年台灣壽險市場與商品趨勢，財團法人保險事業發展中心

- 一、分析不同專業背景的業務員與銷售「投資型保險」商品績效能力 (K.A.S.H.) 表現的關係。

- 二、分析不同層次的「投資型保險」教育訓練課程內涵與業務人員銷售績效能力 (K.A.S.H.) 表現的關係，據以調整教訓練課程之內涵。

第二節 研究目的

根據上述的研究動機，本研究之具體研究目的如下：

- (一) 本研究以問卷調查及整理相關文獻找出對投資型商品有相當程度認識人員，來找出投資型保險商品經營的重要變數與所得的關係。
- (二) 機率迴歸分析方法萃取出投資型保險商品經營成功讓所得成長的關鍵。
- (三) 本研究以問卷方式取得所得資料，因此是用尺度的方式劃分所得高低，故採用機率迴歸分析方法，了解認知變數與所得高低的關係。
- (四) 了解各公司投資型保險商品相關課程及教育訓練，對於業務員在專業知識上的幫助。
- (五) 綜合總體經濟因素對於壽險業務人員，銷售「投資型保險」商品的績效能力之影響。
- (六) 分析不同層次的「投資型保險」教育訓練內涵與業務人員銷售績效能力(K.A.S.H.)表現的關係，據以調整教訓練課程之內涵。

第貳章 現況

現今傳統商品仍舊盤據 2009 的壽險市場，而發展 6 年的投資型商品，在 2007 年單一年度新契約保費收入曾經高達 4650 億元，2008 年急凍飽嚙敗績之後，2009 年還有「生機」嗎？

投資型保單因連結基金、債券等投資標的，在金融風暴下，確實讓保戶損失慘重，大家的投資態度轉趨保守，但並不表示投資型保單會在壽險市場消失，畢竟兼具「投資+保險」二合一功效的投資型保單，對保戶仍有一定吸引力，只是過去手持大筆現金，購買躉繳保單或單筆增額投資的「大戶」難以復見，大部分民眾會回歸分散風險的基本原則，採取定期定額方式購買。

2008 年台灣壽險市場有下列情況：

- 一、第三季初年度保費收入較第二季衰退 12.5%，主要是投資型保單業務萎縮。
- 二、前三季壽險業財務投資收益較去年同期大幅減少 37%，匯率損失加重虧損幅度。
- 三、壽險公司 RBC 比例大幅下降，普遍面臨增資壓力。
- 四、個人壽險新契約平均保額從 99 萬降至 70 萬元。
- 五、公司合併開始啟動，富邦人壽併購 ING 安泰人壽。

上述的觀察結論如下：

- 一、台灣民眾仍偏好理財及保本型的保險商品。
- 二、市場低利率水準使公司利差損壓力無法減輕。
- 三、台灣壽險市場的保險公司已飽合且過多家。
- 四、台灣壽險市場仍有相當大發展空間。
- 五、近幾年壽險公司業務成長仍是因投資型保單。
- 六、投資型保險業務與股票市場有相當大關連性。
- 七、保險公司依賴銀行的程度日益趨增令人甚憂。

第參章 文獻探討

第一節 投資型保險

本研究主要為「投資型保險」商品的定義與規範，討論「投資型保險」商品的市場規模與前景，探討相關「投資型保險」商品的文獻，包含總體經濟因素、不同專業背景能力、教育訓練課程等，尤其是在教育訓練課程的這一部份，來研究業務員在「投資型保險」認知上及業績成長的影響。

第二節 投資型保險的定義

投資型保險產品是指消費者「自行承擔」投資風險的壽險商品，結合保險與基金、債券等相關理財工具的投資型保險商品，該產品將投資的選擇權和投資風險同時轉移給客戶。不僅將投資風險轉嫁給保戶，更使保險公司可規避利差損及現金流量短少之風險。客戶獲利則根據其所選擇之投資項目依分離帳戶累積價值而定，為客戶建立理財目標，推介適當的保險商品，盡力替客戶爭取最大的獲利空間，可以轉嫁投資風險，更可以吸引客戶促進業務增長。

彭蘇容(2003)投資型保險商品(Investment-Oriented Insurance Products)是一種同時兼具保障與投資雙重功能的保單，除了提供被保險人基本的壽險保障外，透過分離帳戶提供投資服務，投資人可按個人理財策略，投資於不同的基金組合，以獲取長期的投資回報。保單最終給付金額則會因投資績效波動而變動。此外，投資人也可依據人生規劃及理財目標適當調整保額，以滿足在人生不同階段的財務需求。

我國財政部保險公司在投資型保險商品管理規則中，明定投資型保險商品應符合之要件，為「投資型保險商品管理規則」第三條規定，規定如下：

- (一) 要保人所繳保險費依約定方式扣除保險人各項費用，並依要保人同意或指定之投資分配方式至專設帳簿中。
- (二) 提供被保險人死亡或生存之保險保障。
- (三) 專設帳簿之資產所產生之投資淨收益損失，均應由要保人直接承擔，但依保險單約定，由保險人部分承擔投資損益風險者，不在此限。
- (四) 前款專設帳簿與保險人之其他資產分開設置單獨管理之。
- (五) 專設帳簿資產運用，應與要保人同意或指定之投資工具及標的相符，不得挪用或購買非要保人所指定之投資標的。
- (六) 保險人應定期對專設帳簿之資產加以評價，並依保險單所約定之方式，計算及通知要保人其於專設帳簿內收益之資產價值。

以上所說明的投資型保險需提供被保險人死亡或生存之保險保障，這部分就是「保險」；而專設帳簿的設置規定，就是「投資」的部分，兩者結合就形成「投資型保險」。

此外吳清讚(2002)指出「投資型保險」就是以壽險商品為核心，結合證券投資與資產管理，以「三合一」的方式，組合成一種兼具保險、投資、理財等功能的綜合性保險商品。換言之，投資型保險除了和傳統型壽險商品一樣給予保戶生命保障之外，還可以讓保戶直接參與由保險公司為投保人建立之「分離帳戶」內資金的投資活動。

王超馨(2002)陳淑瑋(2004)舉出保險公司並不保證最低解約金或保單價值準備金。保單價值準備金隨投資績效好壞而有所變動，投資績效佳，保單價值準備金較高。反之，保單價值準備金較低。因此，保險公司必須具有良好的投資管理能力，並且能夠提供保戶詳細明確的資訊。

第三節投資型保險的種類

吳清讚(2003)舉出依據歐美各國發展「投資型保險」的經驗，深入解析各類投資型保險商品，包括變額壽險(Variable Life Insurance)、萬能壽險(Universal Life Insurance)、變額萬能壽險(Variable-Universal Life Insurance)、變額年金(Variable Annuity)、指數年金(Index-Linked Annuity)、以及保證投資契約(Guaranteed Investment Contract)等共六種。依據2001年財團法人保險事業發展中心(2001)編撰之投資型保險商品業務員訓練教材中指出，投資型保險依其性質可以分成四種，分別是變額壽險、萬能壽險、變額萬能壽險和變額年金。

其各種類型壽險產品之差異如表所示：

表 3-1 各類型壽險產品比較

比較險種	變額壽險	萬能壽險	變額萬能壽險	變額年金
保費繳納方式	固定	固定	不固定	固定
保單利率	不固定	較低保證利率	較低保證利率	不固定
現金價值	不固定	保證最低現金價值+投資績效	不固定	不固定
投資收益	具最低保障。但實際收益由保險公司專門帳戶之投資收益決定，具波動性。	大都有最低保障報酬率。實質收益與保險公司專門帳戶之收益有關。	大都有最低保障報酬率。實質收益與保險公司專門帳戶之收益有關。	具最低保障。但實際收益由保險公司專門帳戶之投資收益決定，具波動性。
允許部分提領	否	可	可	可
保險保障彈性	最低保證可依投資效益增加	較大彈性	較大彈性	最低保證可依投資效益增加
客戶偏好	具最低保障，客戶承擔投資風險，具高報酬之可能，適合風險偏好者。	大都有最低保證之報酬率，亦具高報酬之可能。	大都有最低保證之報酬率，亦具高報酬之可能。	具最低保障，客戶承擔投資風險，具高報酬之可能，適合風險偏好者。

資料來源：投資型保險訓練教材(2001)，保險事業發展中心， P.9~P.30。

以下就各種類型分別敘述之：

- (一) 變額壽險(Variable life insurance)：「變額壽險」是由於保險業因應通貨膨脹及市場利率波動，而由保戶自行承擔投資風險的一種保險商品，也就是將保戶所繳之保費彙集成一筆共同基金，用來投資證券、基金和債券等投資工具。該基金之管理績效及報酬為保險給付的財源，而保額也隨投資報酬率的變化而調整。(陳淑瑋，2004)

「變額壽險」滿足保戶對於人壽保險的保障需求，及提供一個長期投資的機會，滿足保戶長期目標，如退休金規劃、教育基金規劃等；在保費的結構上一部分是提供死亡保障的純保費，另一部分的保費創造了一個「帳戶價值」(Account value)，而此帳戶價值會隨著投資績效而成長。(黃玉凌，1999)

此外，現金價值的計算方式，「變額壽險」的資產從保險人的一般帳戶資產中分離出來，另設分離帳戶管理，保險人將投資績效直接轉到保單所有人，而保單所有人必須承受投資的風險，其利率及現金價值皆無一定之保證。(陳聖儀，2002)

- (二) 萬能壽險(Universal life insurance)：險種保費的投資標的以債券為主，故屬於對利率敏感(interest-sensitive)的保險。其原理如同變額壽險，將淨危險保費與保單價值拆開。此保單的保費繳納方式可選擇及保險金額可調整，具有靈活性。

「萬能壽險」保單分成 A 與 B(Option A and B)兩種類型，A 型保單的淨危險保額(Net Amount at Risk,NAR)是每一保單期間調整，使現金價值與 NAR 之總合等於死亡給付；B 型保單之死亡給付等於逾期平準 NAR 與死亡當時的保單價值之和。

- (三) 變額萬能壽險(Variable universal life insurance)：「變額萬能壽險」是一種兼具「變額壽險」的投資獲利功能與「萬能壽險」彈性保費功能的新型壽險商品。(陳彩稚，1996)並以投資報酬與保證利率間取較高者來累積帳戶價值，而「變額萬能壽險」之保單持有人則可以選擇把保險單的現金價值投資在不同的分離帳戶或其子帳戶內，分離帳戶之單位價值及帳戶價值之計算方式與其他種類之「變額壽險」並無不同。

「變額萬能壽險」設有獨立的投資帳戶，個人投資帳戶的價值(保單的現金價值)，有固定的保證利率，但是當實際個人帳戶資產投資報酬率高於保證利率時，保險公司會與保戶分享高於保證利率的收益。

在觀念上「變額萬能壽險」的帳戶價值與終身壽險的現金價值並無不同，保單的死亡給付等於當時淨危險保額與帳戶價值兩個部分之和。綜合以上所述，「變額萬能壽險」為一種彈性保費、彈性保障及提供投資選擇並由保戶承擔風險的保險商品。(陳淑瑋，2004)

- (四) 變額年金(Variable annuity):「變額年金」則是因應通貨膨脹而發展出來，可以保證被保險人的終身收入(陳聖儀，2002)，可以得知年金適合已退休或是老年人投資，以保障其老年生活，而為了避免年金給付金額因為通貨膨脹的影響而降低購買力，保單價值的增減反映出保戶自己選擇投資組合的績效表現，其價值的增減以調整其年金金額的給付。故「變額年金」是年金與「變額壽險」相互結合的保險產品。

綜上所述，「變額年金」係透過資產劃分制度累積單位資金，於累積期間不斷依當期購得之累積單位數累積資金，而累積單位之價值也不斷隨著投資績效而變動，所以「變額年金」的報酬率決定於投資績效，投資風險也由保單持有人承擔，並且年金額度會不斷變動的一種年金商品。(廖勇誠，1997)

第四節 投資型保單相關費用

投資型保險的費用相當透明，消費者於簽訂要保書時應仔細閱讀相關費用說明，核保之後，保單上之保單條款也清楚載明各種費用條款，宜明瞭所有費用以避免本身權益受損，最常見之費用如表所示：

表 3-2 投資型保單相關費用

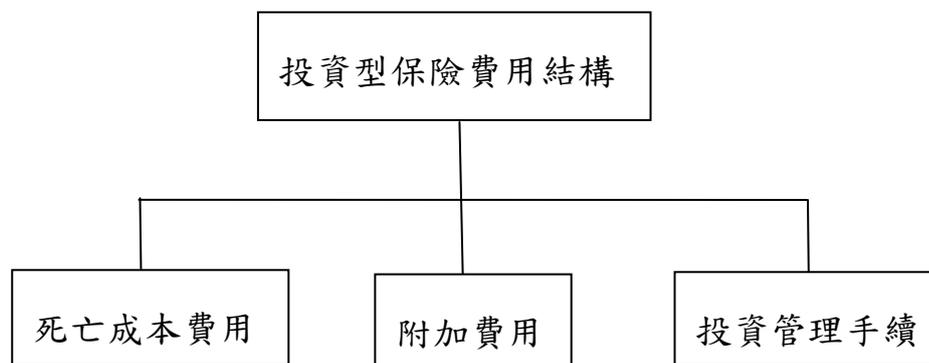
費用項目	說明
基本保障費用	指保險公司於簽發保單時，向保戶收取公司營運相關行政費用通稱前置費用。
額外投資費用	指保戶將額外一筆錢投入分離帳戶時，保險公司收取的投資行政費用。
保單管理費用	指保單運作所產生的行政管理費用，自保單現金價值中每月扣取，每月約新台幣 100 元不等。
投資標的轉換與贖回費用	指投資標的轉換時所產生之費用，一般而言，保險公司允許保戶在固定次數內，轉換投資標的不需要任何費用，若超過則依次數收取。有關贖回費用之計算及扣除方式，依各保險公司之契約規定辦理。

資料來源：財政部(2005)，投資型保險資訊揭露應遵循事項。

「投資型保險」以分離帳戶的型式運用在保單上，「投資型保險」的費用結構主要包括：

- (一) 死亡成本費用：風險保費，亦即保戶的死亡風險成本。
- (二) 附加費用：包括行政成本、發單成本、業務人員佣金等，而業務人員的佣金低於一般壽險的佣金。
- (三) 投資管理手續費：包括基金管理費、手續費等。在「投資型保險」的保費運用上，定期繳費的商品通常於首年度必須負擔許多成本，因此沒有投資部位，到第二年才開始進行投資，投資比率逐年增加。請參見圖↓

圖 3-1 投資型保單之保費結構



資料來源：陳聖儀，台灣壽險公司經營投資型保險之研究，碩士論文，P. 25

第五節 投資型保險商品之特色

投資型保險商品是結合「保障」與「投資」雙重功能的商品所產生的一種新的保險商品。其主要特色敘述如下：(陳淑瑋，2004)

- (一) **投資風險由保單持有人自行承擔**：投資型保險的資產運用著重收益性，在經濟情勢及運用良好時，可有較高的投資報酬率，但當股價或匯率波動時，也可能有較大損失風險，其運用之績效直接反應於保險給付，投資運用之損益完全由保單持有人自行承擔。

- (二) **保險金額變動**：投資型保單將保單現金價值部份運用於投資，死亡保險給付、滿期保險金和解約金都直接反應在實際投資績效而有所變動。
- (三) **資產劃分制度**：投資型保險的資產管理與運用方式與傳統型保險迥異，必須將其資產與其他資產分離，設立分離帳戶，以利其依本身之投資原則予以運用；再者，投資型保險之資產運用損益將由保單持有人承擔，為保護所有保單持有人(包括投資型保險及傳統型保險之保單持有人)之權益，不應將投資型保險及傳統型保險之資產與以混合並用。因此投資型保險在會計制度上應建立資產劃分制度，將其資產予以劃分。
- (四) **保險繳納的靈活度**：投資型保險之保費繳納屬於不定期且不定額。對變額萬能壽險方面而言，其保費繳納極富彈性，保險金額可調整，且有提高保額的選擇權。
- (五) **資訊公開**：投資型保險商品除費用透明化且設立分離帳戶，其管理公開與資訊透明，保單持有人可隨時知道其帳戶價值。
- (六) **結合保險與投資功能**：投資型保險具有保險保障與投資理財雙重功能，投資型保險藉由分離帳戶來決定保單的最終給付金額，而保險則提供被保險人基本之保障。

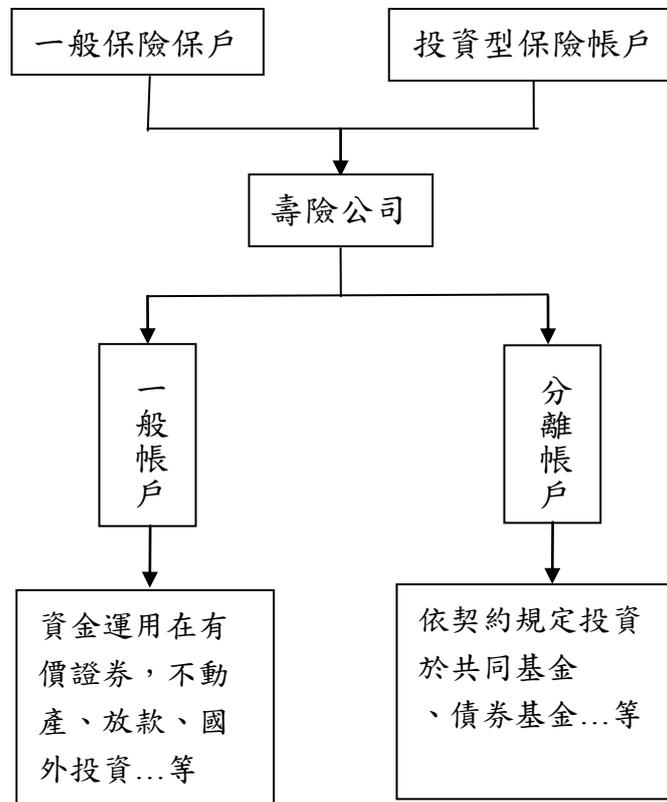
第六節 投資型保險與傳統保險之運作方式

投資型保險產品是「消費者自行承擔投資風險」的壽險商品，因為具有「投資」的功能其準備金與保險給付的額度要依要保人所指定之投資報酬情形而定。

陳雅正，(2001)「投資型保險」之運作為保單持有人透過「投資型保險」之購買、繳交保險費，保險公司將保險費中之危險保費及附加保費歸納至一般帳戶操作，達到一般傳統型保險之保障功能，而將保險費中具儲蓄之部分歸納至分離帳戶，再依據分離帳戶之實際營運績效，依據保單持有人於分離帳戶中所占之持份

(equity) ，將其投資報酬率分配予保單持有人。

圖 3-2 投資型保險與傳統保險之結構



資料來源：陳聖儀，台灣壽險公司經營投資型保險之研究，碩士論文 P.22

方明川(1995)指出，在產品設計上，分離帳戶 (Separate account ; SA) 的設立是「投資型保險」跟傳統壽險的不同之處，在投資收益會計處理上須與一般壽險的資金分開。分離帳戶把壽險業原有的帳戶區分為二：

- (一) 原有的傳統型會計帳戶，用來處理傳統型壽險各項商品的會計事項，此類業務其投資風險由保險人提供保證。
- (二) 分離帳戶，為投資風險由保單所有人自行承擔的各項會計事項，保單所有人獲得的報酬或承擔的損失直接受到分離帳戶績效的影響，其投資報酬的高低也沒有保證，「投資型保險」即是屬於此類。

因為分離帳戶已從保險人的一般帳戶中分離出來，所以保險人的一般債權人對它沒有請求權。我國保險法第 123 條中也有相關規定；「投資型保險契約之投資資產

非各該投資保險之受益人不得主張，亦不得請求扣押或行使其他權利。」

壽險公司有一般帳戶和普通帳戶可以運用，而保戶有適用於一般帳戶型的，也有適用於分離帳戶型的，壽險公司在收到保險費之後，依照個別帳戶分別進行投資，以符合契約之規定，並替保戶及本身創造利潤。分離帳戶和普通帳戶兩者因操作方式不同，適用在壽險商品上也有所不同（表 3-3）。

表 3-3 分離帳戶與普通帳戶的操作方式比較

帳戶名稱	適用商品	特 色
分離帳戶	變額年金 變額壽險 變額萬能壽險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 保戶可以自由選擇投資標的，並自行決定繳費方式。 2. 在契約期間內可隨時更改投資標的。 3. 保戶經由投資過程中，可以獲得投資收益，並須自負盈虧。 4. 依保險法規定可不受保險公司一般債權人的追索。
普通帳戶	傳統壽險 傳統年金 指數型年金 萬能壽險	<ol style="list-style-type: none"> 1. 經由壽險公司統一操作。 2. 在契約期間內不可以改變投資標的。 3. 必須接受債權人的求償權。

資料來源：江瑞雄(2002)

第七節 投資型保險與傳統保險之差異

投資型保險商品（Investment-Oriented Insurance Products）是一種同時兼具「保障」與「投資」雙重功能的保單。係指保戶所繳的保費將會部分拿來買壽險，部分則拿來投資。因此它除了提供被保險人基本的壽險保障外，同時也提供投資服務，客戶可依個人理財策略，選擇不同的投資標的。保單最終給付金額則會因投資績效波動而直接影響未來保險給付的額度，保戶必須自行承受投資風險的保險商品，換言之，這是一種由「消費者自行承擔投資風險」的壽險商品。

投資型保單的特色：

- 一、 自負盈虧：客戶享有全部的投資效益，當然也必須承擔所有的投資風險，保單最後的給付會隨投資績效而變動。
- 二、 資訊揭露：投資型保單對於各項附加費用、保險成本、投資標的內容等都必須對要保人做詳細的揭露，使要保人可清楚了解保費之流向。
- 三、 分離帳戶：保戶所繳之保費在扣除相關費用後，將進入分離帳戶進行投資，其投資損益直接影響保單價值增減。分離帳戶的權利屬於保戶，保戶可隨時提領帳戶價值，若保險公司發生財務問題，也不影響該分離帳戶的金額。

表 3-4 分離帳戶與普通帳戶之特色

	特 色
分離帳戶	<ol style="list-style-type: none">1. 保戶可自由選擇投資工具並直接分享投資績效。2. 不受保險公司一般債權人的追索。
普通帳戶	<ol style="list-style-type: none">1. 由保險人統一操作。2. 暴露在債權人的求償權之下。

傳統型保險商品 (Traditional Insurance Products) 對保險公司有相當高度的利率風險，當市場利率走低時，高預定利率使壽險保單的價格相對較低，壽險公司必須承擔高利率時期所售保單的利差損。相反的，低預定利率使保單價格較高，若市場利率長期處於上升趨勢時，原先在低利率時期購買保單的客戶會覺得不划算，於是紛紛退保或以保單貸款借出其保單的現金價值。因此，若市場利率不穩定，則傳統型的保單將容易使壽險公司面臨現金流量短少之困境。

傳統型保險與投資型保險最大的差異在於傳統型保險的現金價值是按固定利率計算，由保險公司將保費進行投資，並允諾顧客保證利率，顧客無須為保險公司的投資盈虧承擔任何風險。而投資型商品的現金價值則完全取決於實際績效，且一般無保證最低額度，把投資的風險轉嫁給顧客，而在費用方面，除傳統附加費用外，亦另行支付帳戶管理費用，因此成本可能較高。台灣現今投資型保險商品的重大特色在於設

有分離帳戶與一般帳戶，此點亦是與傳統型商品最大區別之處。

江瑞雄(2002)，運用歸納法收集國內外相關書籍、期刊、學術論文及有關單位的調查報告，並彙整國內外相關理論對我國壽險業經營投資型保險進行探討。結果發現：消費者方面，要自行承擔損失的風險，須有自負盈虧的觀念，且投資型保險，雖有投資加保險的功能，但投資是附加功能，本質上仍屬保險商品。壽險公司，在商品設計上，投資標的、投資組合皆須符合安全原則又因投資型保險涉及證券、保險與投資等專業的金融知識，因此，業務員的素質很重要。

彭蘇容(2003)指出傳統型保險與投資型保險之不同處，如保險保障、保險金額、投資收益和投資權利等不同，以下為兩者比較：

表 3-5 投資型保險與傳統壽險的比較

比較項目	投資型保險	傳統終身壽險
保費金額	保費(不)固定	保費固定
解約金	解約金不固定	解約金固定
投資權利	保戶可選擇如何投資	保戶不可選擇如何投資
保險金額	保險金額可能會變動， 超過保證的面額	保險金額維持不變
保單現金價值	沒有保證的現金價值	有保證的現金價值
資產之管理	保險費投資至分離帳戶或子帳戶	保險費投資至保險公司一般帳戶
客戶權益	公司倒閉保戶權益不會受損	公司倒閉保戶權益受損
費用透明度	費用透明化	無法分出費用部份
資金風險	保戶承擔投資風險	保險公司承擔投資風險

資料來源：馬瑗璘(2003)

第八節 專業能力對「投資型保險」商品之影響

隨著專業證照時代的來臨，過去的保險業務員需轉型為壽險顧問，因為靠人情銷售保險商品的時代已經過去，未來銷售保險商品必須具有專業能力，專業認證已成為未來發展的趨勢，而「投資型保險」商品因為涉及到證券投資方面的領域，所以銷售人員的專業素質非常重要，銷售人員必須有足夠的專業知識並通過考試，才

能銷售「投資型保險」商品。

「投資型保險」連結至股市、債市、共同基金，比傳統型保險商品複雜度更高，投資型保險是將保險、投資相結合的保險服務，此商品相較於傳統型商品的優點為：可依保戶個別財務需求，隨時調整保障和投資的額度，也因為投資型商品具有高度靈活性，相對的業務員的售後服務、契約變更的規定及條件等相關的專業能力更顯重要。

Crosby, Evans and Cowles(1990)指出，專業化能力常被視為一項銷售人員或傳播者(communicator)能夠有效影響特定對象(customer/audience)的特質之一(Busch and Wilson, 1976)。而「專業」代表著「顧客所感受到銷售人員對於產品及服務交易所表現出來的相關能力，經由銷售人員以資訊的形式提供給顧客」。

Busch and Wilson(1976)針對壽險業的研究指出，具有專業化能力的銷售人員應該由以下六個面組成：

- (一) 正式教育的年資。
- (二) 銷售經驗累積的年資。
- (三) 專業化及高等訓練的程度。
- (四) 應達成的績效是否符合甚至超越。
- (五) 由上級、同事以及顧客吸收知識的能力。
- (六) 人際溝通的能力。

Jauch&Glueck(1989)指出，專業知識對於個人在選擇專業性的服務產業時具有最大的影響力。

王多智(1993)認為「專業能力」定義為：知識取得與應用及所需行為技術的發展。包括知識、技能及態度三個因素，這三個因素是交互作用且同時發生，不易劃分。

- (一) 知識：專業人員每日工作時所需瞭解的事實、資料。知識能有效率，且有效率地促進某一功能的達成。知識層面的能力較易評量，在傳統方式的專業訓練中最被強調，也被認為是實際表現的必要條件。
- (二) 技能：指運用知識來解決特別問題的能力。技巧的評量可從觀察實際表現或某具體的表現成果而加以評定。
- (三) 態度：乃一種情感的趨避作用，可由觀察某一個人的行為表現，或是從對話中得知某人的態度。雖然態度不易評量卻也不容忽略。

專業能力的內涵應包括知識、技能、態度，可解釋為具備專業行為的知識、技能、態度，而能有效執行其任務所需具備的能力。因此，所謂專業能力係指成功地擔任專門工作或職務應具備之才能，主要包括知識、技能及態度等三大層面。

林振祥(2003)投資型保險與理財規劃關聯性之研究---以國內K人壽保險公司為例，研究發現:壽險從業人員必須熟悉掌握相關的金融知識，瞭解購買投資型保險商品之優勢，與直接購買基金之缺失，成為客戶和家庭的理財顧問;並尋找為準備退休基金規劃、子女教育基金或創業基金，以及投資理財規劃、稅賦規劃等適合行銷族群，進而轉型為「全方位理財規劃師」。

陳聖儀(2003)台灣壽險公司經營投資型保險之研究，研究發現：

- (一) 保險公司業務員仍為主要行銷通路，而「全方位理財顧問」將是業務人員的定位，因此教育訓練及選才是壽險公司進入投資型保險的重要課題。
- (二) 對行銷人員來說，以往「人情保」或「退佣金」的銷售模式已不適用，而是要規劃客戶需求的責任風險，及提供相關金融知識，成為客戶個人及家庭的理財顧問。
- (三) 投資型商品具有保障和投資雙重功能，但需將投資型保險當作保險商品來運用而非投資工具，並且要「長期持有」才能顯現基金績效;而業務人員誠實揭露相關費用及明確告知消費者權益和義務是避免銷售糾紛的最重要關鍵。

第九節 教育訓練對「投資型保險」商品銷售之影響

(一) 教育訓練之介紹

台灣自從開放民營壽險公司成立以來，人們對保險的觀感在社會價值觀的改變、家庭組成人員的縮減與社會高齡化等因素的影響下，使得社會大眾對於保險商品的接受度逐漸提升，並藉由媒體多方位的管道傳播下，使消費大眾獲得大量相關的訊息，這不僅是讓保險的觀念更加的普及於社會大眾，也提升了消費者選購滿足自身保險需求商品的自主性。是故，消費者對於以人員銷售為主要營運收入的保險公司其銷售人員素質就有著更高的要求。台灣各保險公司針對此點無不盡心竭力、絞盡腦汁的實施各項教育訓練和建構一套完善的教育訓練體系，以及能透過有計畫、有系統的教育訓練來提升銷售人員的素質及專業度，進而在消費者的需求滿足、

銷售人員的收入需要及公司的業績要求三者之間達成平衡。

美國壽險行銷協會(Life Insurance Marketing Research Association;LIMRA)明確的表示K.A.S.H (Knowledge專業知識、Attitude從業態度、Skill銷售技巧、Habit工作習慣)是業務人員教育訓練的重要內容。李耀宗(2002)也指出教育訓練是一項發展人力的方法，其目的在使業務人員增進知識、獲得技能並改變工作態度，協助其適應工作環境並確定未來發展方向;故壽險業教育訓練的內容應以實用的專業知識、有效的工作技能、正確的工作態度及良好的工作習慣為主，來提升業務人員的績效。茲將K.A.S.H等四要素詳述如下：

1. Knowledge(專業知識)

從事保險銷售工作，業務人員必須具備的相關保險專業知識與正確的保險觀念，且在銷售途中必須對各種的客戶，以及各式各樣的問題，例如：運動、休閒、資訊、健康、理財、養兒、防老、娶妻、生子等。業務員由於工作上需要接觸各行各業的人，故日常知識是基本的要求。此外，我國壽險業已是走入投資型保險商品的時代，相關的金融專業知識亦是業務人員生存的必要工具，舉凡：債券、共同基金、期貨、選擇權等方面。

2. Attitude(從業態度)

保險銷售工作本身即充滿挫折及不確定性，正確的從業態度是保險業的首要課題，所以積極、樂觀的工作態度對於第一線銷售人員而言是必須的;有了熱忱及正向思考的能力，在壽險銷售事業上，才能達成較高的銷售績效。此外，業務人員主要的工作便是接觸準客戶，在外代表的就是公司，為了使客戶留下好的印象，其工作態度也需誠懇實在(張豔玲，1995;劉盛光，2003)。

3. Skill(銷售技巧)

為了能將專業知識應用在實際工作上所必備的銷售技能，而這些技能包括尋找準客戶、商品說明、溝通能力、銷售話術、拒絕問題的處理等技能，除此之外，也需將行銷學的知識應用於壽險銷售實務上，使業務人員得以解決市場上的問題及採取市場上的主要攻勢(張豔玲，1995;陸瑞瑾，2000)。

4. Habit(工作習慣)

良好的工作習慣，對於提升業務人員的工作效率有著極正面的影響;因為業務人員的工作時間彈性，若缺乏自我要求及時間管理的能力，很快便會被市場所淘汰。然而，要養成良好的工作習慣，惟有透過不斷的練習，使其內化成業務人員行為的一部分(劉盛光，2003)。

(二) 壽險業教育訓練對於業務人員績效影響之實證研究

國內對於教育訓練對業務人員績效影響之相關實證研究有許多，茲將其研究主題、內容摘要，以及與本研究之研究結果彙整如下：

李耀宗(2002)教育訓練與業務績效之相關性研究---以宜蘭地區壽險業從業人員為例，研究發現：

1. 個人背景變項與教育訓練的成效達顯著差異。
2. 教育訓練課程(K.A.S.H)與業務人員壽險經營事業能力的提升成正相關。
3. K.A.S.H的課程影響個人績效的表現。

張豔玲(1995)壽險業務人員教育訓練及其績效相關性之研究，研究結果：

1. 教育訓練確實能提昇業務人員保險相關知識、從業態度、銷售技巧、工作習慣並增加業務人員推動業務的信心。
2. 從業態度對績效有顯著影響。

鄭志凱(2002)人壽保險業業務員績效與教育訓練成效之相關性研究—以某壽險公司為例，研究結果顯示：

1. 業務員績效與教育訓練成效是顯著相關的;教育訓練成效與加入壽險業前之保險認同度、家人支持度、前一工作滿意度具有顯著相關。
2. 具有顯著相關者有:從業態度與教育程度，銷售技巧與每天從事壽險時間、教育程度;業務員績效與工作狀態、家計來源、每天從事壽險時間、公司年資、家人支持度、職級具有顯著相關。
- 3.

第十節 投資型保險教育訓練之內容

投資型商品與一般傳統型保險商品有很大的不同，其業務員其需具備更豐富的財務方面的專業知識以提供保戶完整的諮詢與建議，因此需要特別的訓練與資格測驗，事前透過教育訓練及證照考試的嚴格篩選，事後則以相關罰則予以規範以確保

保戶權益。

依據「保險業務員管理規則」之規定，不同層次的「投資型保險」教育訓練課程內容概述如下：

(一)「投資型保險基礎訓練」課程範疇包括

- | | |
|------------|----------|
| 1. 投資型保險概論 | 5. 債券評價 |
| 2. 金融體系概述 | 6. 風險 |
| 3. 投資學概要 | 7. 報酬 |
| 4. 貨幣時間價值 | 8. 投資組合。 |

課程內容大綱：導論、投資型保險商品之種類、投資型保險商品之稅法相關規定、如何運用投資型保險、投資型保險商品爭議案例分析(以美國、英國為例)、投資保險商品之從業人員職業道德規範、我國投資保險商品之現況、投資型保險商品應約定事項之條款;金融體系簡介、金融仲介機構、投資工具;單利與複利、單筆金額的終值與現值、金融市場投資基本概念、年金的現值與終值、非等額現金流量的終值與現值、有效年利率的使用、債券評價模式、債券的風險與報酬、債券的種類、債券的利率風險及存續期間、債券評等、利率期限結構、投利折現模式、簡易評價方法、影響股價變動的政治與總體經濟因素;報酬的意義和衡量、風險的意義與衡量、風險與報酬的關係、投資組合報酬與風險的衡量、風險分散、資本資產定價理論、投資績效評估。

(二)「全方位理財顧問」課程目標有以下四項：

- | |
|-------------------------|
| 1. 建立業務同仁財務需求分析的知識。 |
| 2. 協助同仁以客戶需求為銷售導向。 |
| 3. 藉由需求分析提供最佳解決方案。 |
| 4. 運用財務需求分析以提昇業務同仁專業能力。 |

課程內容大綱：理財規劃的宗旨、醫療需求分析、財務需求分析的過程、財務需求分析引導、教育基金需求分析、退休基金需求分析、激勵與成交、保障需求分析、

案例研討、反對問題處理與法令遵循。

(三)「投資型商品推銷實務」課程目標：

1. 協助業務同仁確實掌握投資型商品的銷售技巧。
2. 建立業務同仁基礎理財觀念，讓業務同仁在推銷投資型保險商品時展現自信。
3. 有效提昇投資型商品的業績。

課程內容大綱：設定投資目標、選擇適當的投資管道、資產配置的重要、長期持有的目的、建立屬於自己的理財方程式。

(四)「投資型商品介紹暨投保實務」課程目標：

1. 引導同仁學習了解公司現有之投資型商品內容特色及優勢。
2. 協助業務同仁確實掌握商品內容及投保規定，以利投資型商品之推廣及銷售。

課程內容大綱：投資型商品內容、特色說明、投資型商品投保規則及作業規定說明、我賣的第一張投資型保單。

第十一節 投資型保險商品爭議分析

(一) 前言

壽險公司將投資型商品列為主力商品之一的同時，行銷人員更應具備更高且足夠的專業能力向消費者說明此類商品與傳統型保險商品有何不同，並且以更高的道德標準來自我要求。只可惜，自投資型保險商品推出以來，糾紛層出不窮，即使在英美日等保險先進國家亦難逃糾紛，不但讓保單持有人受到經濟上的損失，更有可能使大眾對於保險業的信賴度下降，其影響是十分嚴重的。

本節首先說明在美國有許多保險公司銷售變額保險而產生的糾紛種類。木來，介紹各國有關於投資型保險商品不當銷售的案例，這些案件小則引起法律訴訟，大則成為造成市場動盪的金融醜聞，藉此讓所有販賣投資型商品的業務員們作為前車之鑑。最後，說明行政院金管會以我國保險申訴資料進行分析之結果。

(二) 銷售糾紛的類型

在美國有許多保險公司曾經因為壽險顧問(或稱保險仲介人員)不當之銷售行為而與客戶產生糾紛。通常這些問題的發生都是因為保險商品本身有一些未保證的因素。比如說分紅保單之紅利，以及變額保險和萬能保險之投資報酬率都是不確定的。壽險顧問或保險仲介人員未將這些風險因素清楚的告知客戶，因而造成客戶之誤解與不滿。因變額保險之銷售產生的問題有以下幾類：

1. 誤導或誇大投資報酬率

壽險顧問誤導投資收益，讓客戶產生錯誤的期望。顧問丕沒有清楚的說明保險公司不保證投資收益，而且過去的投資收益未必代表之後會有相同的績效表現。又或者，壽險顧問他們以誇大投資報酬率的手法勸誘保戶購買投資型保險商品。投資型保險商品之給付與實際投資報酬率有關，壽險顧問在銷售過程中，強調高投資報酬率的情形，使保戶誤以為穩賺不賠，所以當投資報酬率不如預期時，便容易產生銷售糾紛。

2. 揩油行銷(churning)

不當的將保單置換壽險顧問為賺取額外佣金，勸誘保戶購買超乎其需求或經濟能力之保險商品。例如建議年收入僅300,000元的保戶購買年保費高達100,000元之保單。甚至在銷售說明時，誇大商品的投資報酬率來與傳統壽險商品進行比較，保戶因此被誤導而將原有商品解約並以其解約金來購買變額保險。事後發現新商品之投資報酬率反而不如原有商品好，因此產生極大的不滿。

3. 未說明繳費期間

在銷售說明書上未說明繳費期間是不正確的。保戶本來以為繳費期滿不需再繳費，但是結果因為實際之投資報酬率不如預期的好，公司因此要求保戶再多繳保費才能讓保單維持生效。使保戶覺得公司的說法並無一致，而產生了銷售糾紛。

4. 掩護行銷(sell insurance as investment plans or retirement plans)

將保險以投資商品的方式銷售壽險顧問假藉投資商品或退休金商品之名而行販售保險之實。例如將投資型保險商品描述成一種低風險高利得，且無需繳稅之投資產品，藉以誤導保戶購買。事實上，投資型保險商品本質上仍為壽險保險，而且所繳保費也並非全部用於投資。然而，保戶花了太多心思在選擇投資的方式，卻忽略了為什麼要付保費。事後當保戶了解真相後會非常生氣，因為他們覺得若要投資的話，可以有許多其他的選擇。變額保險雖有投資的成份，但絕對不是取代共同基金的投資工具。

這些問題會發生，主要是因為壽險顧問未受到適當的訓練，因此不了解賣的是什麼商品，也忽略了銷售時必須對保戶揭露的事項。壽險顧問對保險商品的競爭力沒有信心，因而誤以為必須以銷售投資商品的方式來和共同基金競爭。

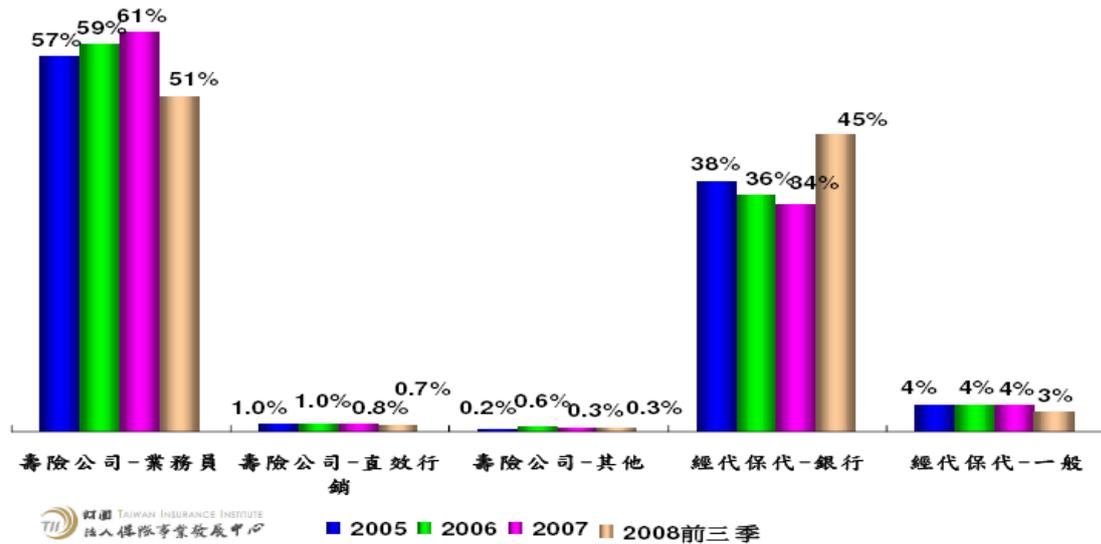
監理機關和保險公司都採取許多措施，以避免爭議事件的發生。這些措施如下：

- (1) 許多保險公司因壽險顧問之不當行為而被裁定罰款。
- (2) 開除壽險顧問和保險公司主管。
- (3) 銷售時，必須給保戶詳細的商品說明書，其必須清楚又容易了解。
- (4) 壽險顧問必須考過此類商品專有執照才能銷售。
- (5) 明訂行銷時和銷售後必須揭露之項目。
 - A. 行銷資訊揭露項目：保單特性簡介、基金的投資策略、基金過去數年的投資報酬率、基金的管理費、基金的計價基礎、對保戶及受益人稅負上的影響、保障項目說明。
 - B. 銷售後的資訊揭露：每年需通知保戶當年之保單價值準備金、死亡保額、保單貸款等資訊、每年公佈分離帳戶之投資組合及績效。

第肆章 資料敘述統計

由圖表中，可以看出從 2005 年到 2008 年前三季各通路保費收入佔率都是由壽險公司的業務員為主。因此業務員的訓練對於商品的銷售非常重要。

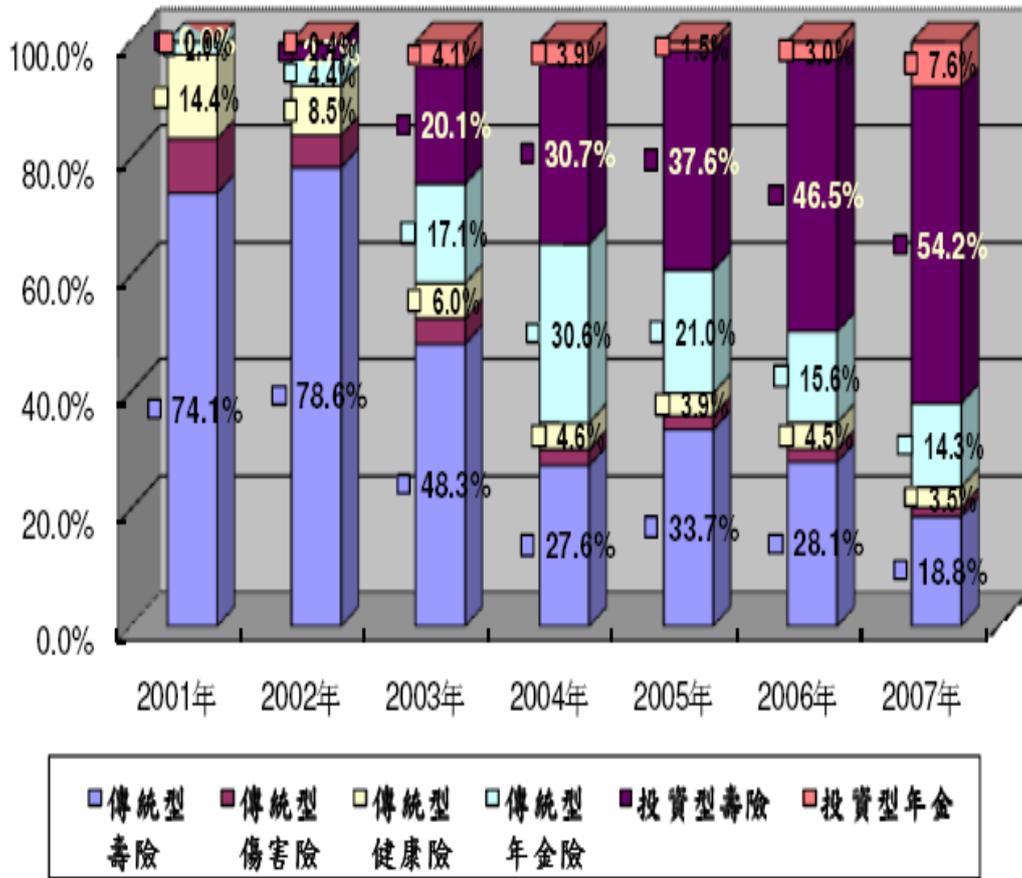
圖 4-1 台灣壽險各通路保費收入佔率



資料來源：98 年台灣壽險市場與商品趨勢，財團法人保險事業發展中心

由 2003 年至 2007 年趨勢看的出來，投資型產品的新契約保費收入年年成長，目前已高達 54.3%，成為壽險業最主要的收入來源。

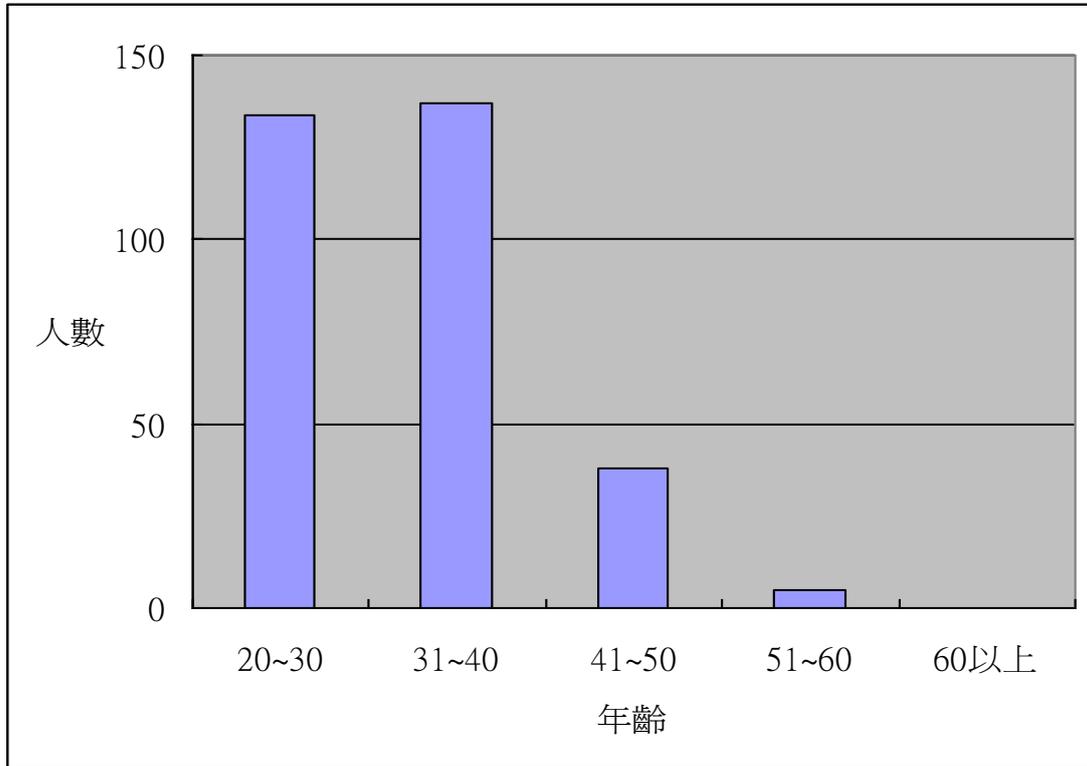
圖 4-2 台灣壽險業新契約保費收入統計



資料來源：98年台灣壽險市場與商品趨勢，財團法人保險事業發展中心

本研究訪問對象為壽險公司的保險業務員，總人數為 314 人，20~30 歲共有 134 人，佔總比例 43%，31~40 歲共有 137 人，佔總比例 43%，41~50 歲共有 38 人，佔總比例 12%，51~60 歲共有 5 人，佔總比例 2%，60 歲以上為 0 人。

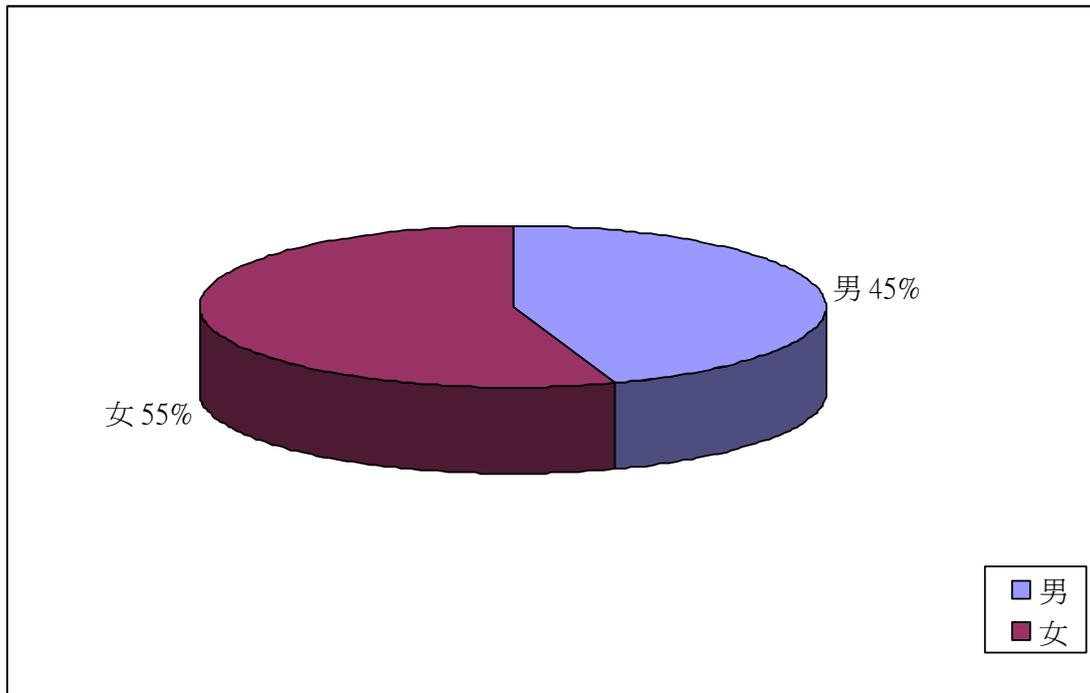
圖 4-3 業務員的年齡層



人數	年齡				
	20~30	31~40	41~50	51~60	60 以上
	134	137	38	5	0

本研究總訪問人數為 314 人，男生人數共有 140 人，佔總比例 45%，女生人數共有 174 人，佔總比例 55%。

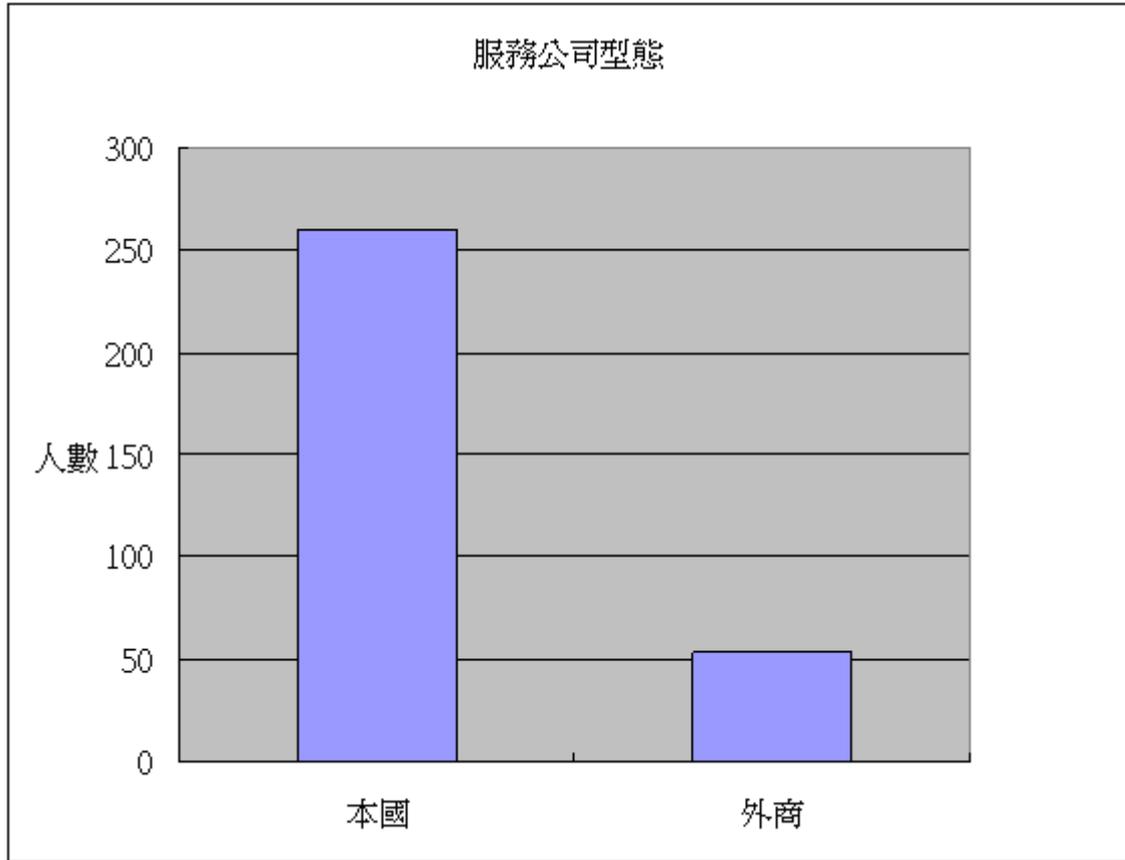
圖 4-4 業務員男女生比例



	人數
男	140
女	174

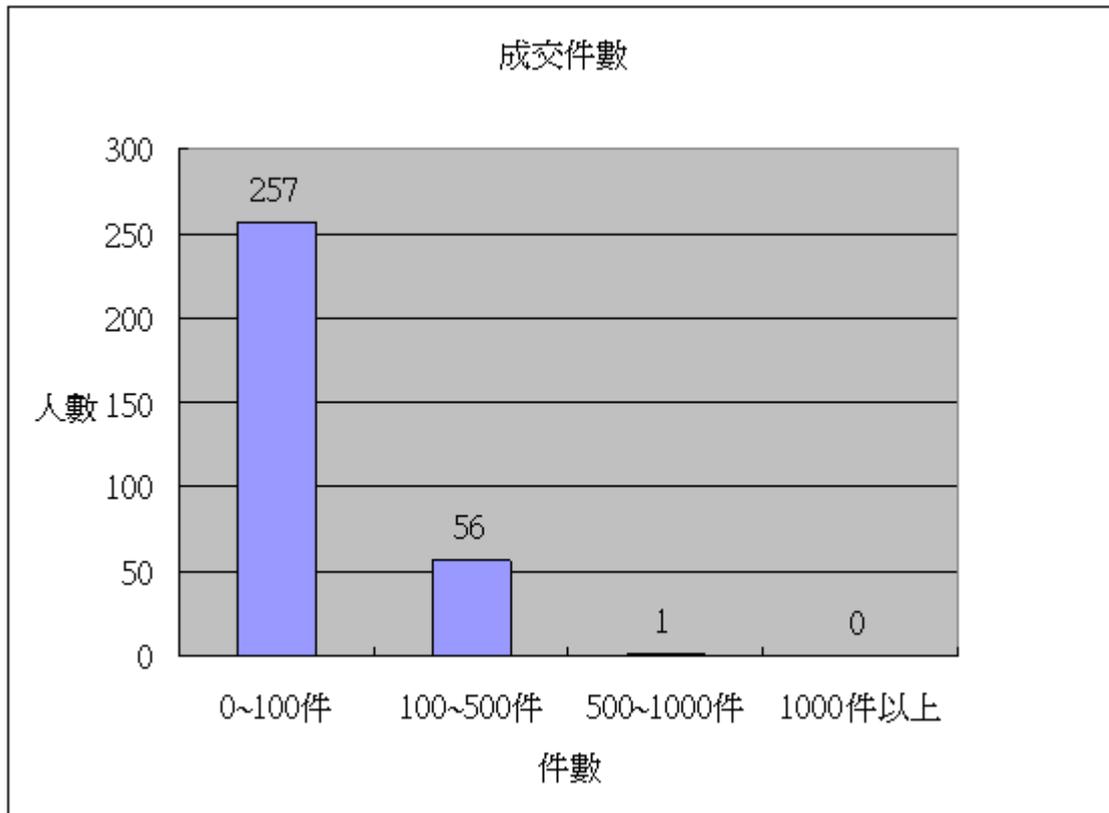
本研究總份數 314 人，本國業務員共 260 人，外商業務員共 54 人。

圖 4-5 服務公司型態



本研究總訪問人數為 314 人，銷售投資型商品平均每年成交 0~100 件共有 257 人，100~500 件共有 56 人，500~1000 件共有 1 人，1000 以上的共 0 人。

圖 4-6 銷售投資型商品平均成交件數



本研究總訪問人數為 314 人各種訓練課程中，業務員會優先選擇的課程為投資型商品市場狀況佔了 88 人，其次為消費者行為佔了 54 人，接下來為投資型商品的銷售技巧為 53 人。這三種訓練課程為業務員會優先選擇的前三名。業務員最不會選擇的則為其他公司投資型商品資訊以及其他各佔 5 人

圖 4-7 各種訓練課程中，業務員會優先選擇的課程

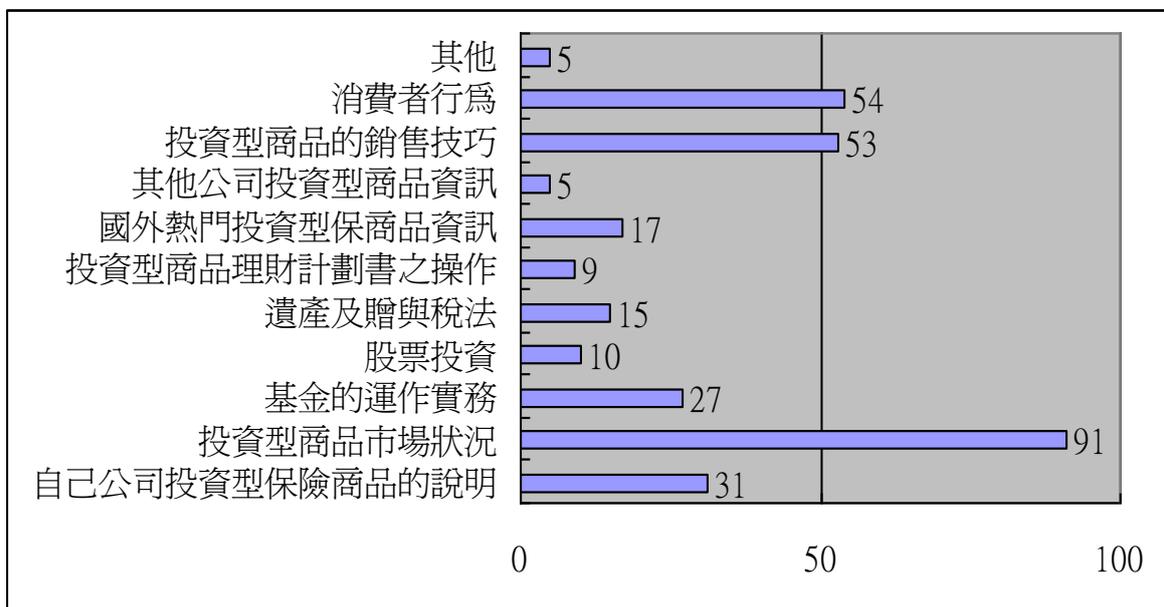
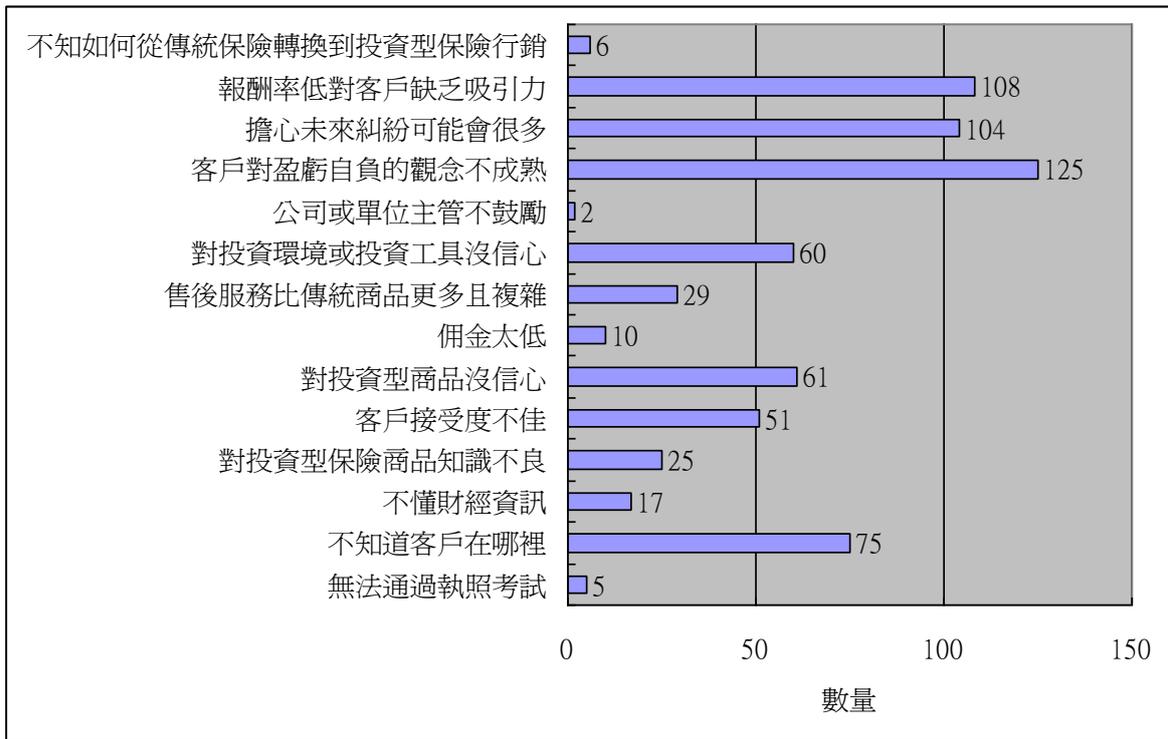


圖 4-8 銷售投資型保險時面臨最大的瓶頸為何



無法通過執照考試	5
不知道客戶在哪裡	75
不懂財經資訊	17
對投資型保險商品知識不良	25
客戶接受度不佳	51
對投資型商品沒信心	61
佣金太低	10
售後服務比傳統商品更多且複雜	29
對投資環境或投資工具沒信心	60
公司或單位主管不鼓勵	2
客戶對盈虧自負的觀念不成熟	125
擔心未來糾紛可能會很多	104
報酬率低對客戶缺乏吸引力	108
不知如何從傳統保險轉換到投資型保險行銷	6

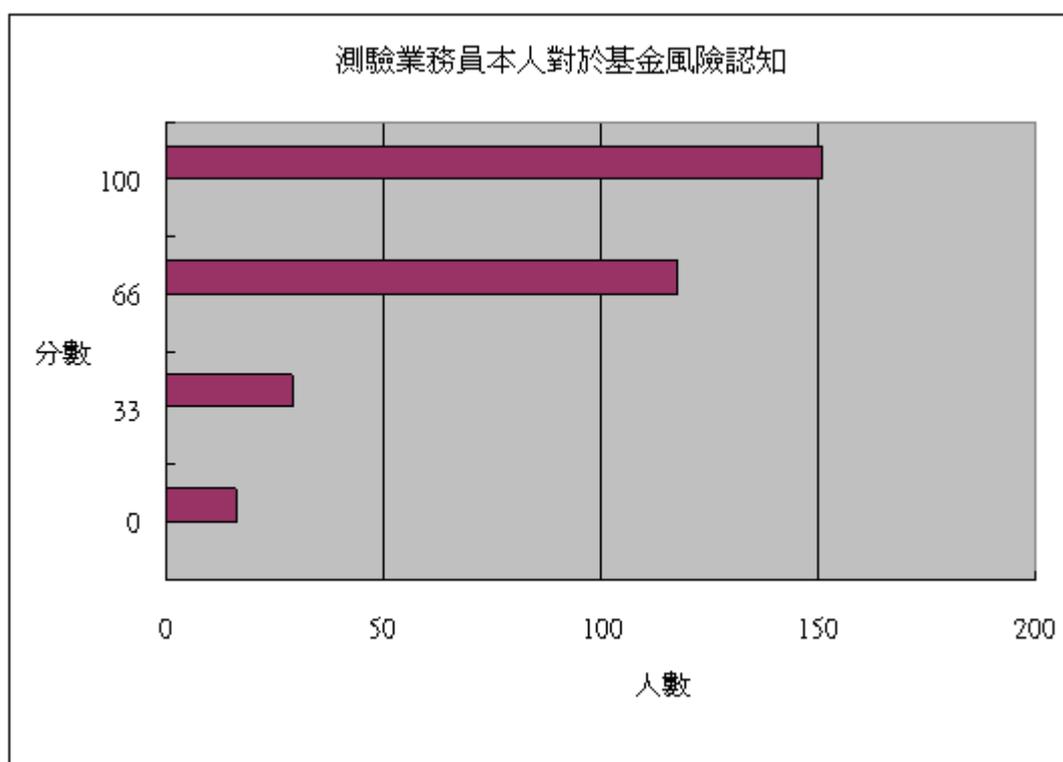
本題主要為測驗業務員對於基金風險的認知，因此擬定下列以下三項基金風險的基本指標，做為評定業務員對基金風險的認知：

1. 標準差
2. 夏普指數
3. 貝他係數

本研究總訪問人數為 314 人，基金風險認知 0 分共 16 人，33 分者共 29 人，66 分者共有 118 人，100 分者共有 151 人。

以上三項為基金風險的基本指標，因此業務員應該都要熟知這三項基本指標，以便替客戶找到對的基金。

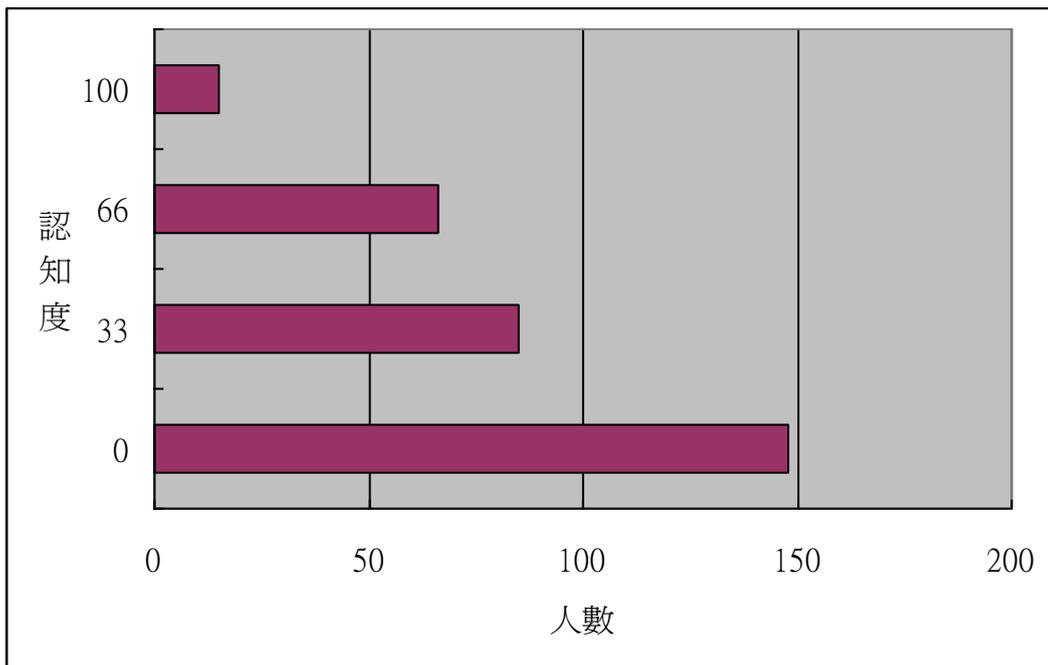
圖 4-9 業務員本人對於基金風險認知



本題為測試稅法制度基本的認知，從以下的分數來看，業務員對於投資型商品的稅法沒有一定程度的了解，顯示出業務員在稅法方面的知識不足，所以公司應著重於這方面的教育訓練。

本研究總訪人為 314 人，稅法制度認知 0 分共 148 人，33 分者共 85 人，66 分者共有 66 人，100 分者共有 15 人。

圖 4-10 稅法制度基本認知



第五章 實證分析

本文使用 314 份問卷訪問受訪者，其中 301 份為有效問卷，有效率高達 95.85%。期中本文將高所得者定義為年所得高於 300 萬者為一，低於者為零。本文使用的實證模型為機率模型(Probit Model)去捕捉業務員對於投資型商品的認知與所得的關係。此次問卷調查結果平均銷售年保險費收入為 156.37 萬，超過 300 萬所得者，佔本次問卷訪問者的 25%。

再者，52.9%的業務員喜愛瞭解投資型商品市場狀況。45.5%的業務員認為業務推展的阻礙在於客戶對盈虧自負的觀念不成熟。本研究的平均訪問者年齡為 32.26 歲，83.3%的受訪公司為本國公司。

表 5-1 敘述統計表

敘述統計	個數	最小值	最大值	平均數	標準差
1-1 銷售年保險費收入(萬)	314	100.000	1000.000	156.369	105.629
高所得者 (所得等於大於 300 萬者為 1，其他為 0)	314	0.000	1.000	0.258	0.438
1-2 初年度保險費收入(萬)	314	25.000	250.000	55.016	40.176
2-3 測驗業務原本人對於基金風險認知	314	0.000	100.000	75.939	27.967
2-4 是否會事先告知顧客風險程度	314	0.000	1.000	0.994	0.080
2-5 是否會事先告知顧客盈虧自負	314	0.000	3.000	1.045	0.319
2-6 是否會對顧客分析「風險偏好」	314	1.000	1.000	1.000	0.000
2-7 是否會先讓顧客做「風險承受測驗」	314	0.000	2.000	0.994	0.113
2-8 稅的認知	314	0.000	100.000	27.583	30.500
2-11 服務對象的身價(萬)	314	50.000	750.000	139.968	158.123
2-12 您多久為保戶做售後服務	314	7.000	365.000	99.627	91.794
2-13(1)緣故法	314	0.000	1.000	0.927	0.261
2-13(2)陌生拜訪	314	0.000	1.000	0.892	0.311
2-14 您銷售投資型商品每年成交的件數	314	0.000	750.000	94.761	99.887

2-15(1)自己公司投資型保險商品的說明	314	0.000	4.000	0.204	0.616
2-15(2)投資型商品市場狀況	314	0.000	4.000	0.529	0.869
2-15(3)基金的運作實務	314	0.000	4.000	0.204	0.611
2-15(4)股票投資	314	0.000	4.000	0.118	0.520
2-15(5)遺產及贈與稅法	314	0.000	4.000	0.210	0.737
2-15(6)投資型商品理財計劃書之操作	314	0.000	4.000	0.102	0.495
2-15(7)國外熱門投資型保商品資訊	314	0.000	10.000	0.210	0.872
2-15(8)其他公司投資型商品資訊	314	0.000	4.000	0.146	0.677
2-15(9)投資型商品的銷售技巧	314	0.000	4.000	0.373	0.822
2-15(10)消費者行為	314	0.000	4.000	0.299	0.750
2-15(11)其他	314	0.000	1.000	0.016	0.125
2-16(1)無法通過執照考試	314	0.000	1.000	0.016	0.125
2-16(2)不知道客戶在哪裡	313	0.000	10.000	0.265	0.696
2-16(3)不懂財經資訊	314	0.000	10.000	0.083	0.603
2-16(4)對投資型保險商品知識不足	313	0.000	1.000	0.077	0.267
2-16(5)客戶接受度不佳	314	0.000	1.000	0.162	0.369
2-16(6)對投資型保險商品沒信心	314	0.000	1.000	0.194	0.396
2-16(7)佣金太低	314	0.000	10.000	0.061	0.587
2-16(8)售後服務比傳統商品更多且複雜	314	0.000	1.000	0.092	0.290
2-16(9)對投資環境或投資工具沒信心	314	0.000	10.000	0.220	0.678
2-16(10)公司或單位主管不鼓勵	314	0.000	1.000	0.006	0.080
2-16(11)客戶對盈虧自負的觀念不成熟	314	0.000	10.000	0.455	0.908
2-16(12)擔心未來糾紛可能會很多	314	0.000	1.000	0.331	0.471
2-16(13)報酬率低對客戶缺乏吸引力	314	0.000	1.000	0.344	0.476

2-16(14)不知如何從傳統保險轉換到投資型保險行銷	314	0.000	1.000	0.019	0.137
2-17(1)投資型保險商品	314	0.000	1.000	0.032	0.176
2-17(2)投資型保險與傳統型商品各一半	314	0.000	1.000	0.863	0.344
2-17(3)傳統型保險商品	314	0.000	1.000	0.099	0.299
2-18(1)銀行行員及理財專員	313	0.000	1.000	0.498	0.501
2-18(2)證券營業員	314	0.000	1.000	0.146	0.354
2-18(3)投信投顧業務員	314	0.000	1.000	0.156	0.363
2-18(4)經紀人或代理人	314	0.000	1.000	0.589	0.493
2-18(5)壽險同業	314	0.000	1.000	0.736	0.442
3-1 投資型商品須設置分離帳戶	314	2.000	5.000	4.704	0.546
3-2 保險給付須視投資標的獲利情形	314	3.000	5.000	4.685	0.547
3-3 保單沒有保證預定利率	313	2.000	5.000	4.722	0.551
3-4 利率、匯率風險由客戶自行承擔	314	2.000	5.000	4.736	0.515
3-5 您認為「保險契約投保規則及醫務規則」的課程	314	0.000	1.000	0.955	0.207
3-6 您認為「投資型保險基礎訓練及指定其報告與討論」的課程	314	0.000	11.000	1.025	0.570
3-7 您認為「財務需求分析」的課程	314	0.000	11.000	1.025	0.570
3-8 您認為「投資型商品登錄輔導」的課程	314	0.000	11.000	0.990	0.601
3-9 您認為「專業投資型商品銷售實務訓練」的課程	314	0.000	11.000	1.019	0.576
3-10 您認為「投資型商品銷售」的課程	314	0.000	1.000	0.987	0.112
3-11 您認為「共同基金」的課程	313	0.000	11.000	1.029	0.568
3-12 您認為「退休理財班」的課程	314	0.000	1.000	0.990	0.097
3-13(1)初階授信人員專業能力測驗	314	0.000	1.000	0.360	0.481
3-13(2)初階外匯人員專業能力測驗	314	0.000	1.000	0.159	0.366
3-13(3)理財規劃人員專業能力測驗	314	0.000	1.000	0.414	0.493

3-13(4)信託業業務人員信託業務專業測驗	314	0.000	1.000	0.459	0.499
3-13(5)銀行內部控制與內部稽核測驗(一般金融)	314	0.000	1.000	0.092	0.290
3-13(6)銀行內部控制與內部稽核測驗(消費金融)	314	0.000	1.000	0.315	0.465
3-13(7)債權委外催收人員專業能力測驗	314	0.000	1.000	0.029	0.167
3-13(8)BULATS 電腦化職場英語檢定	313	0.000	0.000	0.000	0.000
3-13(9)信託業業務人員信託業務專業測驗(信託法規乙科)	312	0.000	1.000	0.026	0.158
3-13(10)證券商業務員	314	0.000	1.000	0.032	0.176
3-13(11)證券商高級業務員	314	0.000	1.000	0.010	0.097
3-13(12)證券交易相關法規與實務乙科	314	0.000	1.000	0.003	0.056
3-13(13)證券投資分析人員	314	0.000	1.000	0.003	0.056
3-13(14)投信投顧業務員	312	0.000	1.000	0.099	0.300
3-13(15)投信投顧相關法規(含自律規範)乙科	313	0.000	1.000	0.022	0.148
3-13(16)證券投資分析人員資格認可測驗	313	0.000	1.000	0.003	0.057
3-13(17)期貨商業業務員	314	0.000	1.000	0.010	0.097
3-13(18)期貨交易分析人員	312	0.000	1.000	0.003	0.057
3-13(19)期貨商業業務員(英文)	313	0.000	1.000	0.003	0.057
3-13(20)債券人員專業能力測驗	313	0.000	1.000	0.003	0.057
3-13(21)股務人員專業能力測驗	313	0.000	1.000	0.016	0.126
3-13(22)企業內部控制基本能力測驗	312	0.000	1.000	0.006	0.080
3-13(23)資產證券化基本能力測驗	313	0.000	0.000	0.000	0.000
3-13(24)票券商業務人員資格測驗	314	0.000	0.000	0.000	0.000
4-1 年齡	314	25.000	55.000	32.261	7.336
4-2 性別(男為1,女為0)	314	0.000	1.000	0.446	0.498
4-3 服務公司型態(本國公司為1,外商為0)	314	0.000	1.000	0.831	0.375

表 5-2 顯示高所得之從業人員會誠實告知顧客盈虧自負，並且銷售投資型商品的件數與其所得呈現正向的關係，當件數增加 1%，其為高所得者增加 0.01%。因此，從業人員非常喜愛上投資型商品理財計劃書之操作，(其係數呈現 1.399，於 5%顯著水準下顯著之正向反應)，並試圖瞭解消費者行為(其係數呈現 1.058，於 1%顯著水準下顯著之正向反應)。因此，這兩類課程對於業務員的所得是有顯著的幫助。

至於只重視投資型商品的銷售技巧之從業人員，並不會增加其所得。其研究結果係數為-1.968，於 1%顯著水準下。此表示過度重視話術很可能會無法取得客戶的信任，因此對於所得有害無益。

本次研究中發現銷售的阻礙在於消費者對投資環境或投資工具沒信心，其係數為-0.513，顯著水準於 5%以下。此表示消費者對於投資環境信用不足會造成業務員進件的困難度，業務員所得顯著下降。

另外，從業人員不懂財經資訊更是主要銷售障礙的原因。其係數為-4.728，顯著水準於 5%以下。此表示投資型商品的業務員若不懂財經知識，其所得也會大幅降低。此點可以從業務員不偏愛考信託以外的金融執照有關。只著重於投資型商品登錄考照就滿足者，其所得顯著較低。

至於，競爭者來說，銀行理專(係數為 1.820，顯著水準於 1%以下)與壽險同業的競爭(係數為 2.450，顯著水準於 1%以下)反而會有激勵效果，增加從業人員的所得。

表 5-2 各認知的變數成為高所得者的關係

$$P(Y = 1|0) = \frac{1}{1 + \exp[-(\alpha + \beta X_i + \varepsilon)]}$$

Y=1 表示業務員年所讀高於 300 萬，0 表示業務員年所讀低於 300 萬， X_i =認知變數， $P(\cdot)$ =累積常態分配機率密度函數

變數	係數	S. E.	顯著性
4-1 年齡	0.046	0.033	0.168
4-2 性別	-0.823	0.447	0.066*
2-4 是否會事先告知顧客風險程度	-21.281	94.085	0.821
2-5 是否會事先告知顧客盈虧自負	3.859	1.203	0.001***
2-7 是否會先讓顧客做「風險承受測驗」	14.862	86.017	0.863
2-8 稅的認知	0.000	0.010	0.988
2-11 服務對象的身價(萬)	0.003	0.002	0.124
2-12 您多久為保戶做售後服務	-0.001	0.003	0.620
2-13(1)緣故法	-0.847	0.900	0.347
2-13(2)陌生拜訪	0.012	1.091	0.991
2-14 您銷售投資型商品每年成交的件數	0.010	0.003	0.000***
2-15(1)自己公司投資型保險商品的說明	0.595	0.530	0.261
2-15(2)投資型商品市場狀況	-0.382	0.332	0.249
2-15(3)基金的運作實務	-0.567	0.592	0.338
2-15(4)股票投資	-0.200	0.680	0.768
2-15(5)遺產及贈與稅法	0.347	0.478	0.467
2-15(6)投資型商品理財計劃書之操作	1.399	0.644	0.030**
2-15(7)國外熱門投資型保商品資訊	0.287	0.223	0.199
2-15(8)其他公司投資型商品資訊	0.446	0.464	0.336

2-15(9)投資型商品的銷售技巧	-1.968	0.579	0.001***
2-15(10)消費者行為	1.058	0.370	0.004**
2-15(11)其他	0.937	1.522	0.538
2-16(1)無法通過執照考試	-1.542	2.110	0.465
2-16(2)不知道客戶在哪裡	-0.434	0.243	0.074*
2-16(3)不懂財經資訊	-4.728	2.275	0.038**
2-16(4)對投資型保險商品知識不足	1.091	1.025	0.287
2-16(5)客戶接受度不佳	0.246	0.746	0.741
2-16(6)對投資型保險商品沒信心	0.574	0.623	0.357
2-16(7)佣金太低	2.262	1.485	0.128
2-16(8)售後服務比傳統商品更多且複雜	-0.504	1.072	0.638
2-16(9)對投資環境或投資工具沒信心	-0.513	0.243	0.035**
2-16(10)公司或單位主管不鼓勵	-1.021	2.226	0.647
2-16(11)客戶對盈虧自負的觀念不成熟	-0.004	0.264	0.988
2-16(12)擔心未來糾紛可能會很多	0.672	0.509	0.186
2-16(13)報酬率低對客戶缺乏吸引力	0.286	0.504	0.571
2-16(14)不知如何從傳統保險轉換到投資型保險行銷	1.802	1.919	0.348
2-17(1)投資型保險商品	4.456	3.075	0.147
2-17(2)投資型保險與傳統型商品各一半	2.195	1.964	0.264
2-17(3)傳統型保險商品	0.074	1.861	0.968
2-18(1)銀行行員及理財專員	1.820	0.639	0.004***
2-18(2)證券營業員	-0.853	1.371	0.534
2-18(3)投信投顧業務員	0.851	1.268	0.502
2-18(4)經紀人或代理人	-0.109	0.648	0.866

2-18(5)壽險同業	2.450	0.941	0.009*
3-1 投資型商品須設置分離帳戶	-0.197	1.389	0.887
3-2 保險給付須視投資標的獲利情形	-1.221	1.372	0.373
3-3 保單沒有保證預定利率	-0.344	1.150	0.765
3-4 利率、匯率風險由客戶自行承擔	3.325	1.462	0.023**
3-5 您認為「保險契約投保規則及醫務規則」的課程	0.854	2.189	0.697
3-6 您認為「投資型保險基礎訓練及指定其報告與討論」的課程	-1.297	6.228	0.835
3-7 您認為「財務需求分析」的課程	-20.988	74.107	0.777
3-8 您認為「投資型商品登錄輔導」的課程	-4.958	1.522	0.001***
3-9 您認為「專業投資型商品銷售實務訓練」的課程	0.724	6.052	0.905
3-10 您認為「投資型商品銷售」的課程	10.461	43.140	0.808
3-11 您認為「共同基金」的課程	-0.586	6.045	0.923
3-13(1)初階授信人員專業能力測驗	0.721	0.506	0.154
3-13(2)初階外匯人員專業能力測驗	0.639	0.560	0.254
3-13(3)理財規劃人員專業能力測驗	0.425	0.473	0.369
3-13(4)信託業業務人員信託業務專業測驗	-0.174	0.480	0.716
3-13(5)銀行內部控制與內部稽核測(消費金融)	0.717	0.916	0.434
3-13(6)銀行內部控制與內部稽核測(一般金融)	1.446	0.561	0.010**
3-13(7)債權委外催收人員專業能力測驗	1.231	1.274	0.334
3-13(8)BULATS 電腦化職場英語檢定	0.874	2.076	0.674
3-13(9)信託業業務人員信託業務專業測驗(信託法規乙科)	1.456	1.392	0.296
3-13(10)證券商業務員	-1.486	61.517	0.981
3-13(11)證券商高級業務員	-14.655	73.986	0.843
3-13(12)證券交易相關法規與實務乙科	0.856	0.799	0.284

3-13(15)投信投顧相關法規（含自律規範）乙科	0.463	1.983	0.815
3-13(17)期貨商業業務員	2.725	59.090	0.963
3-13(21)股務人員專業能力測驗	2.353	1.980	0.235
3-13(22)企業內部控制基本能力測驗	-6.254	59.049	0.916
常數	1.090	72.119	0.988
<hr/>			
Cox & Snell R 平方			0.400
Nagelkerke R 平方			0.585
<hr/>			

*信賴水準在 10% 以下

**信賴水準在 5% 以下

***信賴水準在 1% 以下

第陸章 結論與建議

第一節 研究結論

表 5-2 顯示高所得之從業人員會誠實告知顧客盈虧自負，並且銷售投資型商品的件數與其所得呈現正向的關係，當件數增加 1%，其為高所得者增加 0.01%。因此，從業人員非常喜愛上投資型商品理財計劃書之操作，並試圖瞭解消費者行為。因此，這兩類課程對於業務員的所得是有顯著的幫助。

至於只重視投資型商品的銷售技巧之從業人員，並不會增加其所得。其研究結果係數為-1.968，於 1%顯著水準下。此表示過度重視話術很可能會無法取得客戶的信任，因此對於所得有害無益。

本次研究中發現銷售的阻礙在於消費者對投資環境或投資工具沒信心，其係數為-0.513，顯著水準於 5%以下。此表示消費者對於投資環境信用不足會造成業務員進件的困難度，業務員所得顯著下降。

另外，從業人員不懂財經資訊更是主要銷售障礙的原因。其係數為-4.728，顯著水準於 5%以下。此表示投資型商品的業務員若不懂財經知識，其所得也會大幅降低。此點可以從業務員不偏愛考信託以外的金融執照有關。只著重於投資型商品登錄考照就滿足者，其所得顯著較低。

至於，競爭者來說，銀行理專與壽險同業的競爭反而會有激勵效果，增加從業人員的所得。

第二節 研究建議

在本問卷研究指出，在社會上，業務員實際考上相關的金融證照的比例是少之又少，然而，對於在販賣投資型商品的業務員而言，反而是需要加強的，因此，教育訓練固然重要，但仍需輔導業務員考照，考取相關的證照。

第七章 參考文獻

A. 書籍

1. 投資型保險商品業務員訓練教材，台北：財團法人保險事業發展中心(2001)
2. 方明川，個人年金保險新論，台中：作者發行(1995)。
3. 王康旻譯述，新變額保險入門，台北：財團法人保險事業發中心(2000)。
4. 林傑斌、劉明德，SPSS10.0 與統計模式建構，台北：文魁資訊(2001)。
5. 陳彩稚，保險學，台北：三民書局(1996)。
6. 陳家明譯，變額保險，台北：財團法人保險事業發中心(1990)。

B. 論文

1. 王崇霖，投資型保險商品市場臺灣前三大壽險公司經營績效之比較(2004)。
2. 李耀宗，教育訓練與業務績效之相關性研究---以宜蘭地區壽險業從業人員為例，碩士論文，南華大學管理研究所，嘉義(2002)。
3. 林振祥，投資型保險與理財規劃關聯性之研究---以國內 K 人壽保險公司為例，碩士論文，中原大學企業管理研究所，桃園(2003)。
4. 林敏華，我國壽險業經營關鍵成功因及其績效相關性之研究，碩士論文，政治大學保險研究所，台北(1991)。
5. 馬龍驊，訓練方式對員工績效能力的影響---以某壽險公司為例，碩士論文，國立中央大學人力資源管理研究所，桃園(1998)。
6. 崔平吉，變額年金保險在我國可行性之研究，碩士論文，逢甲大學保險學研究所，台中(1998)。
7. 張艷玲，壽險業務人員教育訓練及其績效相關性研究，碩士論文，國立政治大學保險研究所，台北(1995)。
8. 張有若，全球共同基金群組風險與績效評估之研究(2002)。
9. 陳雅正，論「投資型保險理」，碩士論文，國立政治大學風險管理與保險研究所，台北(2001)。

10. 陳聖儀，台灣壽險公司經營投資型保險之研究(2002)。
11. 陳淑瑋人壽保險公司業務員銷售投資型保險商品相關問題之研究(2003)。
12. 陳慎恬壽險業務員投資型保險商品專業知能與訓練需求之研究(2001)。
13. 陸瑞瑾，台灣壽險業外勤教育訓練對業務人員學習型態與自評成效之研究，碩士論文，逢甲大學保險學研究所，台中(2002)。
14. 麥瑋玲，投資型保險商品經營策略之研究，碩士論文，國立政治大學風險管理與保險學系，台北(2000)。
15. 黃玉凌，變額人壽保險對傳統人壽保險的比較分析之研究，碩士論文，逢甲大學保險研究所，台中(1999)。
16. 黃玉芳，台灣組合型基金發行初期風險與績效評估之研究(2004)。
17. 彭蘇容，風險容忍度與變額保險購買決策之研究(2004)。
18. 廖勇誠，變額年金保險與共同基金之比較分析，碩士論文，逢甲大學保險研究所，台中(1999)。
19. 劉盛光，我國壽險業教育訓練與業務員績效關係之研究---以南山人壽保險公司中部地區為例，碩士論文，逢甲大學保險研究所，台中(2004)。
20. 簡示家，消費者對投資型保險購買行為之研究(2002)。
21. 魏自強壽險業投資型保險商品關鍵成功因素與經營風險之研究(2004)。

C. 網站

1. 「中華民國臺灣地區國民經濟動向統計季報」108 期，台北：行政院主計處(2005)。
<http://www.dgbas.gov.tw/mp.asp?mp=1>
2. 中華民國人壽保險商業同業公會，壽險統計業務(2003)。
<http://www.lia-roc.org.tw/index03/statisc.htm>
3. 中華民國人壽保險業務統計年報，台北：中華民國商業同業公會(2003)。
<http://www.trust.org.tw/>
4. 內政部戶政司，中華民國臺閩地區重要人口指標，
<http://www.ris.gov.tw/ch4/static/st27-1-91.doc>。
5. 財團法人保險事業發展中心，保險專業研究，2009 年台灣壽險市場與商品趨勢(2008)。
<https://fsr.tii.org.tw/iiroc/fcontent/research/research01.asp>。

研究問卷

壽險業的諸位先進、前輩，您好：

這是一份學術性的問卷，目的在於瞭解壽險業務人員關於銷售「投資型保險」商品的認知，以作為保險公司未來規劃之參考。

本問卷採取不記名方式進行，所蒐集到的資料僅供學術研究分析使用，絕不對外公開個別資料，竭誠感謝您撥冗填寫此問卷，非常感謝您的支持與協助。

敬祝

業績輝煌 健康快樂

致理技術學院保險金融管理系

指導老師：周林毅

學生：張周雯 楊閔淇

林書瑜 許嘉洳

林紋卉 林尹婷

第一部份 您的業務收入

1. 銷售年保險費收入

- 0~200 萬 200~400 萬 400~600 萬
 600~800 萬 1000 萬以上

2. 初年度保險費收入

- 0~50 萬 50~100 萬 100~150 萬
 150~200 萬 200 萬以上

第二部份 投資型商品的基本特性

1. 貴公司與基金公司簽約合作的基金種類的佔率

- 股票型 _____ 債券型 _____
 資源型 _____ 地區型 _____
 全球型

2. 貴公司的基金商品大部分是屬於哪一種風險程度

- 保守型 成長型
 穩健型 積極型

3. 測驗業務員本人對於基金風險認知
- 標準差如何看 越小越好 越大越好
- 夏普指數如何看 越低越好 越高越好
- 貝他係數如何看 $0 < \beta < 1$ $1 < \beta < \infty$
4. 是否會事先告知顧客風險程度
- 是 否
5. 是否會事先告知顧客盈虧自負
- 書面告知 口頭告知 顧客不詢問及不回答 不會告知
6. 是否會對顧客分析「風險偏好」
- 是 否
7. 是否會先讓顧客做「風險承受測驗」？
- 是 否
8. 您對遺產稅的認知？
- 免稅額 _____ 萬元 扣除額 _____ 萬元
- 直系親屬扣除額 _____ 萬元
9. 您對贈與稅的認知？
- 免稅額 _____ 萬元 扣除額 _____ 萬元
- 直系親屬扣除額 _____ 萬元
10. 您對所得稅的認知？
- 最高稅額 _____ %
- 採用 單一稅額 累進稅額
- 所得稅的屬性 屬地稅 屬人稅 屬地兼屬人稅
11. 服務對象的身價
- 0~100 萬 100~500 萬 500~1000 萬 1000 萬以上
12. 您多久為保戶做售後服務
- 一星期 一個月 半年 一年
13. 您銷售的方法是走緣故法還是陌生拜訪，請說明比例
- 緣故法 _____ 陌生拜訪 _____
14. 您銷售投資型商品每年成交的件數為多少？
- 0~100 件 100~500 件 500~1000 件 1000 件以上

15. 當在銷售投資型保險商品之前，想要提升個人專業能力，在下列各種訓練課程中，您會最優先選擇那四項課程。

請用 1. 2. 3. 4. 的順位方式填寫在項目前面的方框中

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 自己公司投資型保險商品的說明 | <input type="checkbox"/> 投資型商品市場狀況 |
| <input type="checkbox"/> 基金的運作實務 | <input type="checkbox"/> 股票投資 |
| <input type="checkbox"/> 遺產及贈與稅法 | <input type="checkbox"/> 投資型商品理財計劃書之操作 |
| <input type="checkbox"/> 國外熱門投資型保商品資訊 | <input type="checkbox"/> 其他公司投資型商品資訊 |
| <input type="checkbox"/> 投資型商品的銷售技巧 | <input type="checkbox"/> 消費者行為 |
| <input type="checkbox"/> 其他 | |

16. 您認為就現階段而言，您個人在銷售投資型保險時面臨最大的瓶頸為何？
(可複選)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 無法通過執照考試 | <input type="checkbox"/> 不知道客戶在哪裡 |
| <input type="checkbox"/> 不懂財經資訊 | <input type="checkbox"/> 對投資型保險商品知識不足 |
| <input type="checkbox"/> 客戶接受度不佳 | <input type="checkbox"/> 對投資型保險商品沒信心 |
| <input type="checkbox"/> 佣金太低 | <input type="checkbox"/> 售後服務比傳統商品更多且複雜 |
| <input type="checkbox"/> 對投資環境或投資工具沒信心 | <input type="checkbox"/> 公司或單位主管不鼓勵 |
| <input type="checkbox"/> 客戶對盈虧自負的觀念不成熟 | <input type="checkbox"/> 擔心未來糾紛可能會很多 |
| <input type="checkbox"/> 報酬率低對客戶缺乏吸引力 | |
| <input type="checkbox"/> 不知如何從傳統保險轉換到投資型保險行銷 | |

17. 請問您未來會以哪種產品做為您銷售的主力產品？

- 投資型保險商品
 投資型保險與傳統型商品各一半
 傳統型保險商品

18. 在金融控股公司紛紛成立後，整合行銷的時代已來，您認為未來最大的競爭將來自於：

- 銀行行員及理財專員
 證券營業員
 投信投顧業務員
 經紀人或代理人
 壽險同業

其他_____ (請說明)

第三部份 認知程度

- | | 非
常
清
楚 | 非
常
清
楚 | 普
通 | 不
清
楚 | 非
常
不
清
楚 |
|--|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. 投資型商品須設置分離帳戶..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. 保險給付須視投資標的獲利情形..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. 保單沒有保證預定利率..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. 利率、匯率風險由客戶自行承擔..... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. 您認為「保險契約投保規則及醫務規則」的課程，使您對投資型商品的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 6. 您認為「投資型保險基礎訓練及指定其報告與討論」的課程，使您對實務銷售投資型商品的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 7. 您認為「財務需求分析」的課程，使您對實務銷售投資型商品的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 8. 您認為「投資型商品登錄輔導」的課程，使您對投資型商品的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 9. 您認為「專業投資型商品銷售實務訓練」的課程，使您對實務銷售投資型商品的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 10. 您認為「投資型商品銷售」的課程，使您對投資型商品的銷售認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 11. 您認為「共同基金」的課程，使您對共同基金的認知提升？ | <input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 | | | | |
| 12. 您認為「退休理財班」的課程，使您能替顧客規劃出更適合的投資工具？ | | | | | |

是 否

13. 您有取得的相關執照有哪些？

- 初階授信人員專業能力測驗
- 初階外匯人員專業能力測驗
- 理財規劃人員專業能力測驗
- 信託業業務人員信託業務專業測驗
- 銀行內部控制與內部稽核測驗(一般金融)
- 銀行內部控制與內部稽核測驗(消費金融)
- 債權委外催收人員專業能力測驗
- BULATS 電腦化職場英語檢定
- 信託業業務人員信託業務專業測驗(信託法規乙科)
- 證券商業務員
- 證券商高級業務員
- 證券交易相關法規與實務乙科
- 證券投資分析人員
- 投信投顧業務員
- 投信投顧相關法規(含自律規範)乙科
- 證券投資分析人員資格認可測驗
- 期貨交易分析人員
- 期貨商業務員
- 期貨商業務員(英文)
- 企業內部控制基本能力測驗
- 資產證券化基本能力測驗
- 債券人員專業能力測驗
- 股務人員專業能力測驗
- 企業內部控制基本能力測驗
- 票券商業務人員資格測驗

第四部份 業務員基本資料

1. 年齡 20~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲
 60 歲以上
2. 性別 男 女
3. 服務公司型態
 本國公司 外商公司
4. 公司名稱
_____人壽(請自行填寫)