

國立臺灣師範大學管理學院
高階經理人企業管理碩士在職專班
碩士論文

Executive Master of Business Administration
College of Management
National Taiwan Normal University
Master's Thesis

洞悉購買投資型保單之知覺價值分析
對提升業務競爭力之研究

Insight into the perceptual value analysis of the purchase of
variable universal life insurance (VUL) to enhance the
competitiveness of agents

黃淑芬

Huang, Shu-Fen

指導教授：張佳榮 博士

Advisor: Chang, Chia-Jung, Ph.D.

中華民國 111 年 6 月

June 2022

謝辭

很榮幸能在54歲時重拾書本，踏入台師大EMBA就讀。在一次的選課安排，修習了一門本人非常感興趣的課程並且是討論度最高的議題，如:精準行銷、生態圈...，佳榮老師的課程，與時下商業環境相呼應，老師授課充滿邏輯又可激發學生舉一反三並學以致用。處處充滿驚奇！對老師教學認真的態度、知識的淵博與敬業樂業，故在選擇指導教授時，以佳榮老師為唯一人選。

感謝老師接受我不算聰慧的多問，在幾次的會晤與對話中，一篇論文要探討的主題總算被催生出來。雖曾微調，但總是為了要更好！每一次的匍匐前進，總能帶來階段性的驚喜！過程中有迷惘、懷疑、停滯也有知識的交流、偏誤、導正與累積，每次和指導教授的互動總是如獲至寶收穫滿滿！更是鼓舞著學生不斷向前的動力，只要問題探究夠深，頓覺自身的渺小與學海無涯！撰寫論文只是學術研究的開始，撰寫的過程無形中在日常生活養成思考的習慣與終身學習的信念，才是終身受用，最大的收穫。

論文要能發現問題並站在巨人的肩膀上洞悉問題，本人在壽險公司服務三十載，對於此次的研究問題，是探討者亦是受用者。除了面對自己的轉型困境同時也探討多數業務員在面對投資型商品時的銷售難題，透過研究分析消費者購買投資型商品的知覺價值，讓投資型保單的商品價值真正回歸，讓銷售與服務此商品並非難事可駕輕就熟。感謝長青營業處周啟勳經理與全球人壽莊介博前資深經理的關心及109級同為佳榮老師門生相約一起為完成論文而努力。那些鎮日埋首揮筆，腦中只有論文進度的日子，畢業後回想起來必定是豐富的印記與最美好的回憶！

一日為師，終身為父。在台師大的日子裡，我學習到的不只知識，而是思考、創新、反饋。希望將老師所教，用之於本業、生活、家庭、社會，為締造更美好的社會與生活而努力！

摘要

近年來，共同基金的熱賣，銀行理專對銷售基金的擅長與推動，再次讓投資型保單對整體新契約保費收入占比再創新高。投資型商品已然成為市場主流，銷售能力成為壽險從業人員生存的關鍵因素。然而，本研究所了解到的壽險從業人員，初入此行只需人身保險證照，專長為風險規劃。然而，即使擁有投資型保單證照，也並非業務人員都已具備足夠相關投資理財知識，更遑論熟悉此商品的銷售、轉換、獲利贖回、面對客戶諮詢及用專業知識來處理售後服務會面臨的問題。因此，在面對「盈虧自負」的客戶虧損，常常因受外在不可控之因素所影響，如景氣反轉，重大事件衝擊：戰爭危機、恐怖攻擊、病毒引發疫情鎖國、貨物塞港、通膨、聯準會升息、俄烏戰火煙硝、中國動態清零…等，外在因素衝擊著投資績效。

消費端也並非每一位投保者都了解投資型商品的功能、購買動機（為何而買）、操作（轉換基金）、贖回（為何而贖）。本文將從消費者視角看待投資型保單商品功能，探討消費者的知覺價值。研究對象分成三類：購買持有者、中途贖回出場者與無購買經驗者做深度訪談、洞悉知覺價值，探討影響購買動機之心理、社會、技術因素，並融入設計於訪談問題中。研究結果發現投資型保單感知價值來自於主要商品功能是保險，藉由高保額把心安放，把家顧好！多數人更在意的是子帳戶：能創造財富並達成期望報酬率此外對資金有需求時能靈活充分運用。對難度高的基金操作，大多數是自行選擇標的，只要有用心研究、認真選擇標的並定期檢視，多半都是正報酬且經由購買此保單後了解基金操作，不管是多頭市場或是空頭市場均知道如何保護資產。最後佐以銷售達人訪談得到驗證結果即銷售達人與投資型保單長期持有者，在面對風險的態度與看法和做法及基金操作技巧竟然如出一轍。

最後期許業務員理解並認知投資型保單設計緣由與推行的精神與價值所在，理解自身角色之扮演。進而讓保戶對此商品有正確觀念與認知，期許此商品在各個生命階段扮演至關重要角色，一張保單足以滿足人生各個階段的需求。

關鍵詞：保險、投資型保單、消費者導向、消費者心理、知覺價值

Abstract

In recent years, the hot sale of mutual funds and the expertise and promotion of banks in selling funds have once again made the proportion of variable universal life insurance (VUL) to the overall new contract premium income reach a new high. Investment commodities have become mainstream in the market. Therefore, sales capability become the key factor for insurance practitioners. However, the life insurance agents barely have enough knowledge facing customer consultation and professional after-sales service. The external uncontrollable factors, such as the reversal of the economy, major events: war crisis, terrorist attacks, COVID-19, cargo jam, inflation, FED interest rate hikes, Russian-Ukrainian war smoke, China's dynamic clearance were always neglected.

On the consumer side, not every insured person understands the function of VUL, the operation (to convert the fund), and the redemption (why to redeem). This article look at the function of VUL from the perspective of consumers, and explore the perceived value of consumers. The subjects were divided into three categories: purchase holders, redemptions in the middle, and in-depth interviews with those with no purchase experience to gain insight into the value of perception

The results of the study found that the perceived value of VUL comes from the fact that the main commodity function is insurance, and the heart is placed through the high sum insured and the home is taken care of! Most people are more concerned with sub-accounts: they can create wealth and achieve the desired rate of return, and they can be used flexibly and fully when there is a need for funds. Finally, the results of the interview with the sales talent were verified that the sales talent and the long-term holder of the investment policy had the same attitude and attitude and practice in the face of risk and the fund operation skills. That is, the hero sees the same thing. Therefore, although investment is difficult, it must have its trajectory and rules. It turns out that the law of short market investment is the most crucial law for batch increases. Mutual funds, on the other hand, are characterized by an eventual upward movement. Through the long-term investment strategy, you can finally taste the sweet investment results.

Finally, it is expected that the salesman will understand and recognize the reasons for the design of VUL and the spirit and value of implementation, and understand their own role.

Keywords: Insurance, Variable Universal Life Insurance, Consumer-Oriented, Consumer psychology, Perceived Value

目次

謝辭	I
摘要	II
ABSTRACT	III
目次	IV
表次	V
圖次	VI
第一章 緒論	1
第一節 研究動機與背景	1
第二節 研究動機	4
第三節 研究目的	6
第二章 文獻探討	7
第一節 投資型保單起源和各國的發展與定義、條件及國內發展現況.....	7
第二節 投資型商品的種類	13
第三節 投資型保單與一般投資工具的差異	15
第四節 投資型保單適合的銷售對象	17
第五節 投資型保單的購買因素	19
第三章 研究方法	32
第一節 深入訪談法	34
第二節 訪談對象	35
第三節 訪談問題	38
第四章 研究結果	44
第一節 研究主題相關之研究者實務經驗	44
第二節 主題一的訪談結論	48
第三節 主題二的訪談結論	52
第四節 主題三的訪談結論	55
第五節 投資型商品銷售達人之訪談對話與訪談結論	57
第五章 結論	59
參考文獻	65
附錄	68

表次

表1-1 世界前10國壽險業保費收入.....	1
表2-1 財政部保險司「投資型保險商品管理規則」第三條	9
表2-1-1 壽險業110年1~12月保費收入統計表	10
表2-1-2 壽險業110年1~12月各險別初年度保費收入統計表	11
表2-1-3 壽險業110年1~12月初年度保費收入來源別統計表	11
表2-2 投資商品種類說明	14
表2-3-1 投資型保單特色	15
表2-3-2 三種壽險保單比一比	15
表2-3-3 投資型保險與一般投資工具之比較	16
表3-0 現象與數據結果對照表	32
表3-1 談話模式:連續性模組 (CONTINUUM MODEL)	34
表3-2 訪談對象來源與編號	35
表3-3 訪談對象細項說明表	36
表4-2-1 對象A-H之訪談逐字稿之文本	48
表4-2-2 購買動機歸因與認知價值歸因和保單存續期間之關聯性	49
表4-3 對象I-K之訪談比較表	52
表4-4 對象L及M之訪談比較表	55
表4-5 對象N及O之訪談比較表	57

圖次

圖1-1 民國98年至 108年6月投資型保險商品初年度保費收入通路別統計圖	2
圖2-1 類全委與非類全委投資型保險商品投資標的分布圖 (截至108年6月底)...	12
圖2-5 70 歲以上投保投資型保險初年度保費收入來源別統計圖	26
圖3-0 衍伸圖示.....	32
圖3-3-1 研究架構圖	38
圖3-3-2 研究架構圖	40
圖3-3-3 研究架構圖	41
圖4-1-1 積極型範例	45
圖4-1-2 微笑曲線相關範例	46
圖4-1-3 積極型保單範例	47



第一章 緒論

第一節 研究動機與背景

國人向來愛投保儲蓄險，以存錢、領回為主。簡淑綺（2007）保險公司從預定利率一路由8%-6%-4.5%-3%-2.5%-2.25%下降至採取宣告利率1.92%（商品預定利率為1.5%），商品由傳統型保單走向利率變動型保單並提供投資型保單讓消費者在傳統型低預定利率商品下有更多元的理財選項。不管商品銷售趨勢如何更迭，表現在整體壽險業保費收入面，臺灣壽險業保費收入2018年與2019年在世界排名，均名列第7名（表1-1）。

表1-1 世界前10國壽險業保費收入

國名	幣名	2019年				2018年			
		排名	該國貨 (百萬)	美元 (百萬)	世界占率 (%)	排名	該國貨 (百萬)	美元 (百萬)	世界占率 (%)
United States	USD	1	628,522	628,522	21.55%	1	608,967	608,967	21.13%
Japan	JPY	2	37,068,810	341,328	11.7%	2	36,326,910	327,553	11.36%
PR China	CNY	3	2,275,400	329,432	11.30%	3	2,072,286	313,372	10.87%
United Kingdom	GBP	4	206,888	264,221	9.06%	4	205,654	274,683	9.53%
France	EUR	5	149,720	167,588	5.75%	5	144,573	170,777	5.93%
Italy	EUR	6	110,898	124,133	4.26%	6	106,108	125,341	4.35%
Taiwan	TWD	7	3,012,901	97,423	3.34%	7	3,077,995	102,044	3.54%
South Korea	KRW	8	111,732,100	94,483	3.24%	8	110,843,100	99,567	3.45%
Germany	EUR	9	90,723	101,550	3.48%	9	83,695	98,865	3.43%
India	INR	10	5,659,442	79,671	2.73%	10	5,081,321	72,673	2.52%

資料來源：Swiss Reinsurance Company, Sigma, 3/2019

2001年投資型保單開始問世，市場份額一路揚升（高泗龍2008）。從2003年開始投資型保單的保費收入便迅速往上升高並在2007年投資型商品創下銷售的頂峰，其新契約保費收入佔所有壽險新契約保費收入高達62%，受2008年金融海嘯所波及，其保費佔比急速降至35%，隨著崩壞的經濟、多頭轉空頭市場，保單衰落倒退率達到66.66%（2008年為1130.58億元、2007年為3391.55億元），可以得見經濟好壞和銷售狀況有顯著相關，周世錡（2008）且在2009~2012年間一直向下（張哲豪 2014）。2009年新契約保費收入中，銀行保險通路佔比第一次超過50%來到63.15%，創新高紀錄；而2011年投資型保費收入1389億，比前年的757

億元，成長接近84%，多出前年一倍。銀行保險已經成為壽險公司最主要業績來源的重要的銷售通路且保單模式大都是以躉繳為主。銀行保險與經代通路對壽險公司銷售比為2.79:1（黃淑專 2012）。至2015年，投資型保單保費收入只佔全體保費收入15%，受全球的金融市場波動影響甚劇，使多數投資型商品市值大規模衰落所影響（周百隆 林佳君 2010）。至2021年1~9月，投資型保單保費收入佔全體保費收入37.5%與109年同期投資型保單初年度保費收入佔22.8%，是成長的。這兩年來受到COVID-19疫情，109年5月配合政府居家防疫措施，業務員的銷售大受影響外，就投資型商品而言，受益於台幣對美元匯率仍處於強勢的地位、資本市場極為熱絡和壽險業極為鼓吹所影響，110年度至九月份投資型初年度保費收入比去年同期增加49.4%。這說明了，銷售投資型保單已經成為不可避免的商品趨勢。而近年來金控的實施和全球化金融業務整併的風氣衝擊了壽險各通路的前景。傳統以業務員為銷售主要通路的有利趨勢不再。進而看到的是銀行保險通路的異軍突起，尤其表現在年金型儲蓄險和投資型保單的業績，這幾年來早已凌駕於壽險公司的業績，為銀行挹注了多數的獲利與貢獻。（黃淑專 2012）基於以上所述，看到了壽險商品由傳統型保單過渡到投資型保單。銀行保險通路更是超越了保險公司直屬業務通路。

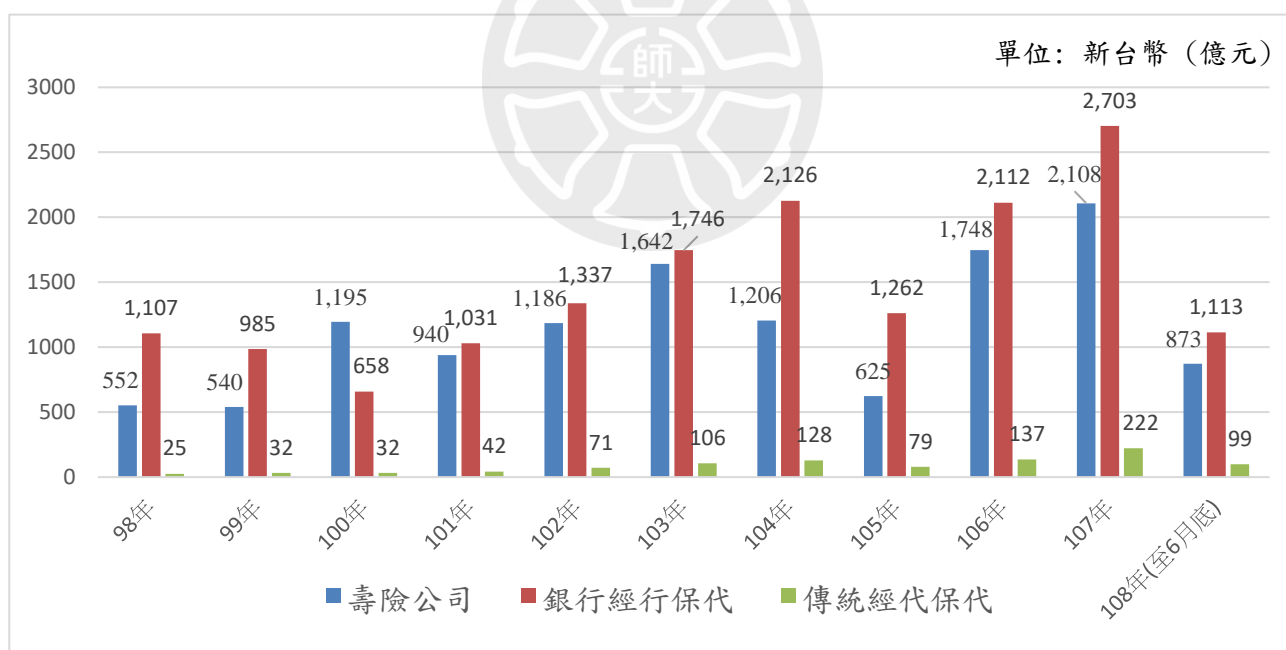


圖1-1 民國98年至 108年6月投資型保險商品初年度保費收入通路別統計圖

資料來源：壽險公會

傳統壽險行銷人員在面對銀行理專競爭壓力下，銀行理專的競爭優勢是掌握了每個存款戶的資料，可對存款戶進行業務推廣，更勝傳統壽險從業人員一籌。而共同基金最早亦是由銀行業所推廣，銀行理專受過理財專業訓練，對共同基金的知識遠比傳統壽險行銷人員還要

熟門熟路，由以上98年至108年6月投資型保險商品初年度保費收入通路別統計圖可見一斑。而投資型商品銷售趨勢仍在。傳統壽險行銷人員若不主動克服銷售源頭缺陷：

- 一、銷售端不懂又不主動涉略學習。
- 二、銷售端對投資型保單的商品價值應重新認識並確認清楚。
- 三、銷售端對投資型保單的消費端的知覺價值應確認清楚。

掌握以上三點，相信可以重新回到投資型保單之價值之所在，所有投資理財工具都無法替代其產品之獨創性與獨特性與唯一性。



第二節 研究動機

投資型保單的過去，來自於美國的保險發展的走向，用少許的保費，來購買人生青壯期、責任期的保障，轉嫁責任風險給保險公司。其剩餘保費則拿來投資理財。這樣的原始精神與架構非常好。台灣於2002年保單預定利率不斷往下，傳統終身壽險費率不斷向上調整，保戶所購買的保單報酬率亦不斷降低。台灣銀行、合作金庫、第一銀行二年定期儲蓄存款加權平均存款利率亦不斷往下，此時傳統保單非但沒有紅利可領。保戶透過購買保單的實質獲益亦不斷變低。金管會在面對壽險公司經營上的壓力與要求開放的聲浪下，同意壽險公司銷售投資型保單，於此同時，所有要銷售投資型商品的業務員均要取得投資型商品專業證照才能去推銷此類商品。

投資型商品在台灣推廣階段分三個時期：

- 一、上市期：2000年～2008年，口號：買投資送保險，即使是前幾年費用率高，很快就被股市多頭市場之報酬率去抵消費費用率，對保戶言，有保額，設算投資預期報酬率為6%，即使最終報酬率比共同基金為低，亦是可接受範圍且保險公司為加強產品競爭力亦會在商品設計裡，附帶加入有利於保戶發生二～六級殘廢的認知價值（特殊保障價值）。此階段因處於多頭市場，怎麼操作，怎麼賺錢，就算壽險從業人員與保戶專業知識不優，亦可嚐到賺錢獲利的滋味。
- 二、2008年後：因前期初嚐賺錢獲利的滋味，於是把能投能買的錢，持續「單筆」加碼投入購買。因2008年發生美國次級房貸風暴，對散戶投資人來說，來的太突然，此風暴，拖累整個投資市場，全球股市、債市、共同基金均回檔下修。由於前期賺到的報酬率，若沒有設定停利出場，亦是眼睜睜看著「帳戶價值」由高往下，基金淨值短時間一瀉千里。躉繳投資型保單的客戶及銷售投資型保單業務員自身也躉繳購買，在這個階段看到報酬率負10%，負20%，負40%，負50%，甚至到負80%。大多數投資人戰勝不了心理那道關卡而斷尾求生，虧損出場。此事件，理專背負極大壓力，聽聞銀行理專與客戶看同診精神科現象。當時湧現理專離職潮。贖回出場的客戶，投保多年辛苦累積的財富，在短時間內被每況愈下的帳戶價值驚嚇受傷，造成保戶與業務員同對投資型商品感知風險、感知犧牲。壽險行銷人員，在面對客戶的砲聲、抱怨聲隆隆。被客訴、自己掏腰包賠償和解了事。客戶與業務員彼此的信任關係崩壞瓦解。此時消費端又再次重回投保傳統儲蓄險，哪怕預定利率2.75%或2.5%，只要比定存 $i=1.75\%$ 好，只要本金還在，縱使預定利率很低，保險市場仍然趨之若鶩！此時傳統保險再次成為市場主流。客戶與業務員一朝被蛇咬，十年怕草繩。

三、2011年～2021年：景氣從谷底慢慢走上來，美國的寬鬆貨幣政策，降息、印鈔、購債，再次讓低成本的熱錢在全世界各國流竄，推升各國資產價格走升及股票市場與共同基金市場的走升與繁榮。此時，消費者可以選擇的投資商品更多，諸如:0050、0056、高股配息、ETF...等。保險公司亦大量推展以外幣收付之非投資型外幣保單，亦締造佳績。反思:那些當年經歷2008年次貸風暴迄今，若仍秉持定期定額扣款的投資型保單客戶堅持扣款並長期持有。又再次撥得雲開見月明，嚐到更高的超額報酬。見證到投資型商品長抱並搭配定期定額之持有心法。

一路走來，全世界已經走向零利率，甚至負利率。傳統壽險預定利率越來越低。投資型保單亦隨著景氣的大好而新契約保費占比又再次超越傳統型保單的保費收入。但過去因，造成今日果。仍然有太多消費者不敢、不想投保。仍然有很多受過傷的業務員心門緊閉，從此不再碰觸此商品。本論文研究動機在解構與洞悉購買投資型保單客戶之知覺價值分析來提升傳統壽險從業人員業務競爭力之研究，認知投資型商品除了為保戶提供金錢價值外，那些被輕忽已久的保障端價值及特殊保障附加價值應該再次被彰顯與被看見才是。

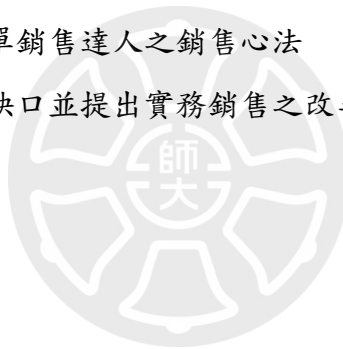


第三節 研究目的

大多數的銀行理專都推躉繳型投資型保單，躉繳型賣的是銷售時機點。沒有任何一個人可以真正掌握買投資型保單該何時開始與該何時結束，而消費端的知覺價值亦會隨著時間而起伏擺盪。理專與壽險行銷人員，為了成交，常漏講或少講。因為避重就輕而誤導知覺價值。常常一味地強調投資報酬率，和各種投資工具比較優劣。被當作是共同基金來銷售而忘記投資型保單的真正意涵。保障是主，投資為副。從開始強調保障到強調績效。應再次從強調績效走向保障價值的主張，從訪談蒐集消費端的保障知覺價值。而銷售端除了要精熟共同基金專業外，更要回歸投資型保單的保障價值。

故研究目的如下：

- 一、從文獻探討總結投資型保單之商品特性
- 二、透過深度訪談掌握投資型保險之購買動機與知覺價值
- 三、透過深度訪談洞悉投資型保單銷售達人之銷售心法
- 四、探討當前投資型保險之銷售缺口並提出實務銷售之改善策略



第二章 文獻探討

第一節 投資型保單起源和各國的發展與定義、條件及國內發展現況

一、起源

投資型保險融合了眾多金融商品的特點，是故何謂投資型保險商品，一般人對金融商品所知有限亦非常常接觸與研究，故仍然是無法通盤了解。本研究根據(江瑞雄，2002，壽險業經營投資型保險之研究)與(麥瑋玲，2001，投資型保險商品經營策略之研究)和(投資型保險商品業務員訓練教材)，來說明商品的發源、意涵、商品種類並整理闡述。

在各個較發達的國家，投資型商品之發展已經蔚為風潮，每個國家發展背景不盡一致，最早起因歐美國家於二次世界大戰後，有通貨膨脹的擔憂，保險業的商品再無法滿足消費者的需求。因而在 1956 年，率先由荷蘭推出有「變額壽險」形式的保險。荷蘭成為世界上第一個開發出投資型保險的國家。接著英、美等國相繼發行，至今已有半世紀之久的歷史。

二、各國的發展

(一) 英國

1970 年代末期，保障型商品的市場已被投資型商品漸漸蠶食鯨吞，這使得壽險業不得不開始進行開發和共同基金兩相結合的保險商品，整個總保險費的比例，投資型商品保費佔比，在 1988 年到 1998 年的十年裡，從 39% 躍升為 50%，商品主要以終身保險型、養老保險型的變額保險為主，占銷售的大部分。

(二) 美國

1980 年代末期，高居不下的通貨膨脹使得傳統商品賣相不好，最後才從共同基金的銷售成功得到了啟迪，再次審視變額商品，將創新注入於變額保險中，使其產生質變。在美國最常看見的投資型保險商品有：變額壽險、變額萬能壽險和變額年金。到 2000 年第一季為止，投資型保險在美國的新契約保費市佔率已經達到 41% 之多。

(三) 日本

1983 年，美國 Equitable 保險公司加入日本市場的競爭，其所帶來的震撼，使日本壽險公司對變額保險予以檢討並走向嶄新的階段。為了符合市場潮流並對開辦變額保險事宜給予檢討並討論開辦的可行性，研究團隊參酌各國已推行變額保險的先行者，並對掌控變額保險勝敗要害的資金運用加以檢視討論。

(四) 台灣

2000年台灣引入投資型保險，宏利人壽（Manu Life）在2001年10月推出「美麗人生遞延年金」是台灣第一張投資型保單，卻等到2001年的6月底，台灣立法院此時才通過保險法修正案，明白揭示新種保險「投資型保險商品」的適性法，主管機構此時對於此種新商品才有管理的權限。而2002年英商保誠人壽（PCA）打著Unit-Link藉著電視媒體大力地訴求投資型商品的特性，以「你怎麼有利怎麼保」成為大家耳熟能詳的廣告詞，造成市場知名度大幅提升。2003年統一安聯人壽保險把「投資型商品」的投資標的擴大到結構型債券（Structure Note）透過銀行通路來開發定存族的市場。目前台灣的投資型保單事實上是保險立法上的名詞，其具體類別仍是主要遵循美國的保險名詞和慣例，用有無分離帳戶的設立來區別，有分為變額壽險、變額年金以及變額萬能壽險，其本體就在於「變額」，意思是說保單的現金價值會跟著投資帳戶的投資績效而產生變化。到今天為止，投資型保單已成為保險業界時下最為風行的商品之一。（黃淑淑、邵筱芸2010）。

三、投資型商品定義及須具備條件

（財政部保險司「投資型保險商品管理規則」第三條）

傳統的保證利率的保單對保險業者而言，肩上背負了利率波動的風險，所以，銷售固定利率的保險業在資金的運用面與業務成本間的利差損狀況益形嚴重。在台灣，投資型保險商品最早發行的原因是台灣金融市場的利率水準在逐漸的下滑，壽險業者的保單利率也低迷的狀況之下，消費者若是購買了固定利率的保險商品時，明顯相當不符合效益；而且壽險業者為了避免負擔過重的利差損，於是紛紛停售了較高預定利率的保單，推出了投資型保險商品來應變。這樣看來，投資型保險商品的利率是可以隨著金融市場的利率的改變而變動，是用來對抗通貨膨脹的最佳選擇。此外，投資型保險商品可以隨著個人的經濟能力及財務狀況去做彈性的繳交保費，也可以就人生各個階段的責任風險安排適切的保額，若是青壯族，可以用便宜的保費購買到高保障，在拚搏奮鬥創業責任重大與家庭責任期（上有父母，下有子女）（左有車貸，右有房貸）是三明治時代。是「付二代」付錢給上一代及付錢給下一代。然而透過投資型商品，只要一張保單，同時兼顧「保障」+「投資」。「保障」功能，確保家庭保障，使家人無後顧之憂。「投資」功能，透過壽險公司精選長期優質與精挑國內外百檔共同基金、全球ETFs及全權委託專家代為操作投資帳戶等多元選擇。不論是「投資小白」或「投資老手」都有適合他們的投資標的，此外，分離帳戶、盈虧自負、稅賦優惠都是其商品特點。這就是投資型保險商品能夠持續熱賣的主要原因。投資型保險商品從2001年的下半年

開始推出，起初消費者大都抱持著觀望態度，然而投資型保險的保費收入在2006年時佔有率來到50%，由此可見一般，消費者的認同度極高，商品未來的發展不可限量且投資型保險商品如今已成為各大壽險公司的發展趨勢商品（黃秋淑、邵筱芸2010）。

表2-1 財政部保險司「投資型保險商品管理規則」第三條

投資型商品須具備條件(財政部保險司「投資型保險商品管理規則」第三條)
<p>法規名稱：投資型保險商品管理規則</p> <p>修正日期：民國 90 年 12 月 21 日</p> <p>第 3 條</p>
<p>投資型保險商品應符合下列要件：</p>
<p>提供被保險人死亡或生存之保險保障。</p>
<p>要保人所繳保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置於專設帳簿中。</p>
<p>前款之專設帳簿與保險人之其他資產分開設置單獨管理之。</p>
<p>專設帳簿之資產所產生之投資淨收益或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。</p>
<p>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受益之資產價值。</p>
<p>專設帳簿資產之運用，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。</p>

資料來源：本研究整理

四、國內發展現況

從2002年投資型商品保費占比3%，到2003年保費占比來到24.8%，到2006年7月，有29家本國和外國壽險公司經金監會核准推出62種投資型保單。目前投資型商品 2006 年新契約保費收入新台幣 2,522 億元，2007 年投資型保單新契約保費收入快速增加到 4,650 億元，保費收入成長了84%。又至2009年底計1685億元，兩年內合計跌了63.77%。之後投資型保單市況漸漸回復，至2016年再逢美國選舉總統與英國脫歐的波動性的市場氣氛，導致2016年投資型首年度保費下跌為1966億元。比前一年3460億元少了43.18%。等此波動原因在2017年消失後，又觀察到買氣的再度回籠。2018年末，投資型保單來到有史以來的史高5033億元。因為「投資型保險」增添較高收益的特色，甚至可滿足退休規劃，於是成為主流的保險商品。2021年受惠於股市表現突出，相對於投資型商品亦銷售出好成績。

1~12月壽險業總保費收入來到2.648484兆。比2020年度3.025365兆，減少12.5%。其中初年度保費收入為7315.25億元。較2020年度7837.12億元減少6.7%。續年度保費收入1.916958兆，較2020年度2.241653兆減少14.5%。（表2-1-1）投資型商品熱銷3396億元，佔總保費收入12.8%，其中，初年度保費收入2609.4億元。續年度保費收入787億元。

表2-1-1 壽險業110年1~12月保費收入統計表

單位: 百萬元

項目		110年1~12月	109年1~12月	成長率
初年度	傳統型	470,586	576,590	-18.4%
	投資型	260,940	207,122	26.0%
	小計	731,526	783,712	-6.7%
續年度	傳統型	1,838,234	2,162,242	-15.0%
	投資型	78,724	79,411	-0.9%
	小計	1,916,958	2,241,653	-14.5%
合計	傳統型	2,308,820	2,738,832	-15.7%
	投資型	339,664	286,533	18.5%
	總計	2,648,484	3,025,365	-12.5%

資料來源：本研究整理

表2-1-2 壽險業110年1~12月各險別初年度保費收入統計表

單位:百萬元

險別		110年1~12月	109年1~12月	成長率
壽險	傳統型	367,523	477,628	-23.1%
	投資型	127,159	98,797	28.7%
	小計	494,681	576,425	-14.2%
傷害險	傳統型	10,513	11,117	-5.4%
健康險	傳統型	37,944	42,880	-11.5%
年金險	傳統型	54,606	44,965	21.4%
	投資型	133,781	108,325	23.5%
	小計	188,387	153,290	22.9%
合計	傳統型	470,586	576,590	-18.4%
	投資型	260,940	207,122	26.0%
	總計	731,526	783,712	-6.7%

資料來源：本研究整理

表2-1-3 壽險業110年1~12月初年度保費收入來源別統計表

單位:百萬元

來源別	壽險公司	銀行經代保代	傳統經代保代	合計
保費收入	255,306	391,199	85,020	731,525
比率(%)	34.90	53.48	11.62	100
個人壽險	122,989	209,832	31,026	363,847
個人年金	17,294	35,442	1,633	54,369
投資型保險	73,875	145,181	41,885	260,940
個人傷害、健康	29,112	324	6,296	35,732

資料來源：本研究整理

而近年因澳幣、紐幣市場交換利率走低，結構型商品扣除分銷費用後之投資收益已不具吸引力，故少有投資銀行送審此類商品，投資型保險商品改以主打連結類全委標的與目標到期債基金之標的為主。投資型保險商品以是否屬類全委或非類全委拆分，截至民國108年至6月底，非類全委與類全委之比重約為3：2，而境外基金於類全委或非類全委之部位金額均為最高，顯示目前投資型保險連結之投資標的以境外基金為主。

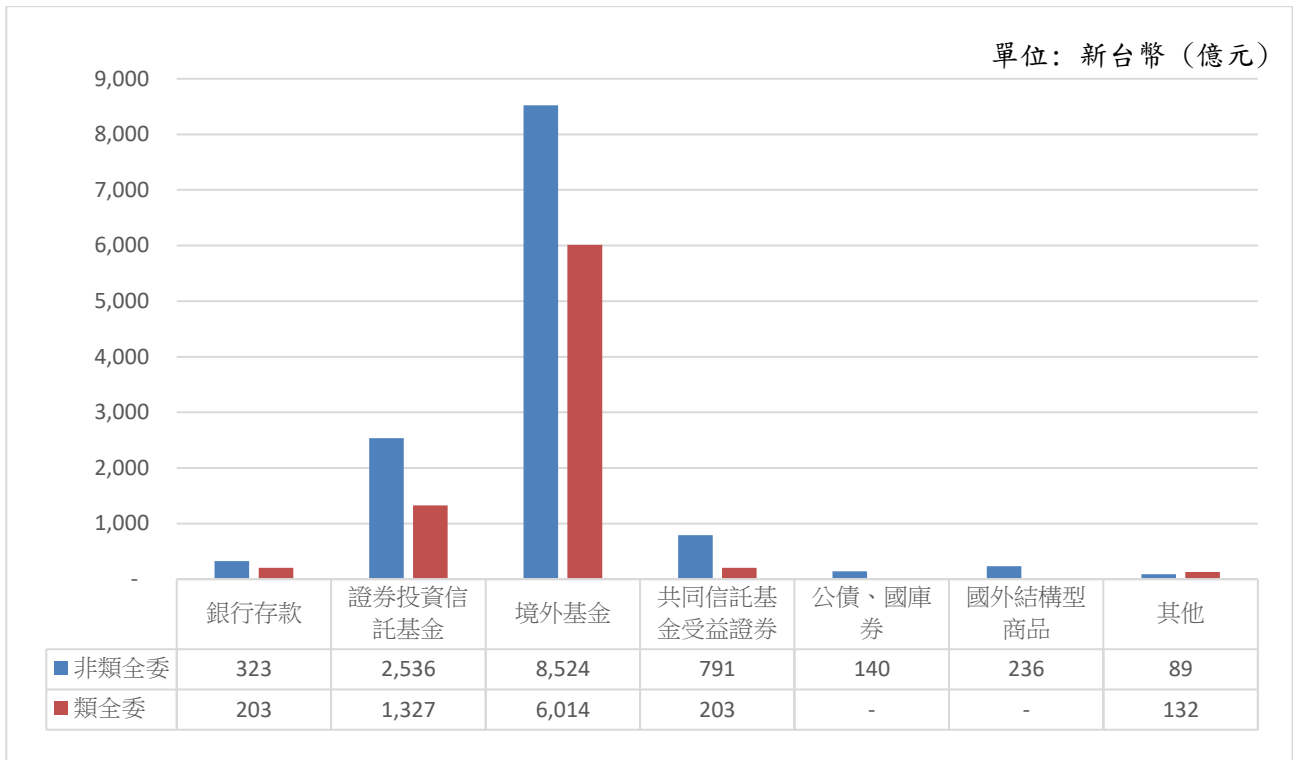


圖2-1 類全委與非類全委投資型保險商品投資標的分布圖 (截至108年6月底)

資料來源：壽險公會



第二節 投資型商品的種類

投資型商品的種類分為「變額壽險(variable life)」、「變額萬能壽險(variable universal life)」、「變額年金險(variable annuity)」3種。

變額壽險(variable life):指在保險期間內保險金額隨資金運用實際業績變化的一種人壽保險。實質上是一種證券化的人壽保險。也是一種終身壽險，其保險金額隨其保費分立帳戶中投資基金的投資績效的不同而變化。1976年變額人壽保險在美國首次被推銷給一般大眾（MBA智庫-百科）。

變額萬能壽險(variable universal life)：同時結合變額壽險及萬能壽險，不僅有變額壽險分離帳戶之性質，亦包含萬能壽險保費繳交彈性之特性，故目前市場上以變額萬能壽險為主流(資料來源：投資型保險概論及相關法令 第一章)。

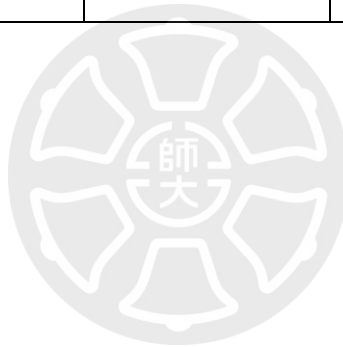
變額年金險 (Variable Annuity Insurance)：與變額年金相對應之傳統型商品是定額年金，定額年金分為即期年金及遞延年金，而變額年金多以遞延年金形式存在。保單特性為保單現金價值與年金給付額，均隨投資狀況波動，於繳費期間內，轉入分離帳戶的保費，按當時的基金價值申購基金，即為「累積基金單位」，每期年金給付額，等於保單所有人的年金基金單位數量，乘以給付當期的基金價格，故年金給付額隨著年金基金單位的資產價值而波動(資料來源：投資型保險概論及相關法令 第一章)。

註：萬能壽險 (Universal Life Insurance)：結合「保險」與「儲蓄」雙效合一的商品，投資人除了享有保險的保障外，還可享有高於銀行的存款利率。換言之，投資人所繳的保費，一部分（淨保費）以保險公司公告的現行利率，以月複利滾存的方式計息存款，使保單現金價值成長。剩餘的部分（附加保費）則拿來買定期險。嚴格而論，萬能壽險與一般帳戶指數年金，兩者均無分離帳戶，故不屬於投資型保單，但卻容易為一般人將其與變額萬能壽險混淆（資料來源：投資型保險概論及相關法令 第一章）。

表2-2 投資商品種類說明

投資型商品種類	變額壽險	變額萬能壽險	變額年金險
關於保額	保額可變動	保額可變動	沒有壽險保額
關於繳費	固定(躉/分期)	彈性	固定/彈性
轉年金			特定時間年金化/一次領或分次領
適合族群	財富累積需求 教育基金需求 應急現金需求 退休規劃需求 遺產規劃需求	小資族 三明治族	沒有壽險保障需求的人 想累計資產/實現長期理財目標

資料來源：本研究整理



第三節 投資型保單與一般投資工具的差異

表2-3-1 投資型保單特色

項目	說明
分離帳戶	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，彈性繳費
普通帳戶	1.由保險人統一操作 2.曝露在債權人的求償權之下

資料來源：本研究整理

表2-3-2 三種壽險保單比一比

保單	定期壽險	終身壽險	投資型壽險
保險保障	確定壽險保障	確定壽險保障	可自行決定保額
繳費金額	每期所繳金額固定	每期所繳金額固定	依財務能夠加以做調整
保單價值	少許（現價）/到期無	固定（現金價值）	隨投資績效而波動
部份提領	無	減少保額或全部解約	可部份提領
保險金額	依保單所載死亡保額	依保單所載死亡保額	*隨投資績效變化 *同樣保費下，可依需求調整「保險金額」及「投資」的比例
相同保額下所需繳交的保費	低	高	中（若扣除管銷及佣金等保費費用，保險成本會比定期壽險更便宜
投資風險	保險公司承擔	保險公司承擔	保戶承擔
投資效益	無	1.累積保單紅利及固定現金價值 2.容易計算保單回報來配合個人理財目標	1.公司提供多種的投資標的供保戶選擇，來滿足個人的投資需求 2.提供較高投資潛力，客戶亦願承受相對風險
投資權利		由保險公司決定投資決策，保戶享固定收益	客戶可自由選擇投資標的，享有完全投資自主權與投資收益
透明度	純保費帳戶運用情形不透明	純保費帳戶運用情形不透明	分離帳戶資金獨立
法律規範	保險法	保險法	分離帳戶：證交法+信託法

資料來源：《現代保險雜誌》

表2-3-3 投資型保險與一般投資工具之比較

	屬性	保護機制	費用率	稅賦優惠
投資型保險	理財工具，重保值	有	較高	較為優惠
一般投資工具	投資工具，重獲利	無	較低	較差

資料來源：本研究整理



第四節 投資型保單適合的銷售對象

一、有保障需要的人

對初次進入社會10年間的人，因為正處於在職場衝刺奮鬥時期，越早買保障型保險越便宜，其餘金額拿去投資，越早進行長期有紀律的投資，透過利滾利的複利效應，積沙成塔的效果不容輕忽（劉禧寧2006）。

英國保誠人壽副總張鎮坤說：「因為全家就我一個人工作，所以需要高額的保障，但太太為了節稅也有購買投資型保單來做儲蓄」。

既在意保障金額一定要規劃足夠足額，又很盼望藉由投資獲利讓自己可以過更好的生活，具有開源（投資報酬）與節流（事故發生時，因可獲得理賠金而降低經濟上支出的財務壓力）（現代保險2021）。

二、有退休規劃需要的人

各大壽險公司，投資帳戶標的的多樣化，並透過全權委託代客操作，讓消費者適度的投入投資市場，來累積帳戶價值。為退休後所需生活費用累積更多的退休後可用資產。此外，台幣計價或美元計價均各有優勢，各有所選。

三、有購買基金需求的人

有購買基金需求的人，通常都是有投資觀念的人。像這樣的人，不如一開始就投保投資型。對於投資沒有概念又極度保守且無法承擔任何風險的消費者，就不適合來購買投資型保單，傳統保單比較合適（董采苓 2006）。

四、有節稅需求的人

對於高資產人士，可以預留繳稅來源，讓子女傳承資產。

投資型商品相對於不動產交易、搬錢到海外、贈與等形式，更顯得簡單易行，是有效率的財富移轉方式。對於受益人的安排（順位）與指定（人數）及金額，具有彈性且在一定的額度內享有免課稅的優惠，且終身保障亦會隨著投資資產增值，最終主控權仍掌握在自己的身上。只是有節稅需求的人，要越早規劃越好，免得碰觸到實質課稅原則的暴雷，除了被課稅外還連補帶罰。

根據財政部台財稅第09800542850號函令規定，民國2010年1月1日起生效的投資型保單，投資帳戶的收益或孳息，都必須在收益發生的年度裡，計入要保人的所得課稅。獲利若

為海外投資所得(如：境外基金獲利)就會計入海外所得來計算最低稅負制。如果是國內貨幣帳戶等獲利，利息需計入綜合所得稅計算。

(一) 課稅原則:不溯及既往，2010年1月1日起購買才適用。

(二) 課稅主體：要保人。

(三) 課稅名目：所得稅、基本所得額。

(四) 要課稅的收益：股利所得、利息所得、分離帳戶的投資所得。



第五節 投資型保單的購買因素

本研究在研究消費者投保投資型商品時，對於投資型保險的認知、購買動機的知覺價值是否會影響其購買意願而找尋相關文獻加以討論同時並理出脈絡。有關文獻總結如下。

以往曾以知覺價值為開始做為消費者願意付費研究，大多數是基於「知覺利益」和「知覺犧牲」兩種觀念。如Wheatly et al. (1977) 談「產品特性 (product features)」、Berkowitz and Walton (1980) 所提「滿慾性 (desirability)」或Dodds and Monroe (1985) 提出「知覺品質」以上所提觀點均屬知覺利益方面。Olson and Reynolds (1983) 提出「知覺品質」是抽象理念，而「產品屬性」卻是實質屬性。Garvin (1983, 1984) 用使用者做為根本來定義知覺品質，故以消費者看法作為出發點，是對某種商品好壞程度看法及評論。在知覺犧牲部分，把它分成有形知覺成本、無形知覺成本和知覺風險。

一、知覺價值 (perceived value)

Monroe and Krishnan (1985)，Zeithaml (1988) 覺得知覺價值是層次高，較不具體之概念 (higher-level)，購買者為取得產品而有所付出跟獲得和產品知覺效用之總合評定，象徵付出跟得到彼此會相互抵消替換之關聯 (trade-off)。購買者支出成本部分則涵蓋金錢和非金錢 (如:認真努力，時間與精力)，而購買者所獲得的利益則涵蓋產品的品質與效用 (Zeithaml)。將價值區分為四種：(1)低價格提供價值、(2)消費者想要的產品是價值、(3)消費者付出代價所換得的產品品質叫價值、(4)最後消費者因付出而得到價值。Dodds, Monroe and Grewal (1991) 覺得顧客買商品時，會按照自己心裡主觀判斷來設算符合可接受價格，Gale (1994) 而知覺價值就是覺得商品價格比設算可接受價格還要低時，這時產生的知覺，並且知覺價值愈高，購買欲望就會升高。不過，買者在論斷產品價值時對知覺的犧牲會主觀性的感受到、偏好的自我分明、個性的自我作為參照標準。所以，即便提供同樣服務給一群人，這一群人卻不一定會有同樣知覺價值 (Bolton & Drew, 1991)。而Dodds and Grewal (1991) 把Monroe and Krishnan (1985) 觀念想法模式予以擴充，去討論價格品牌名稱及商店名稱對顧客的知覺價值與知覺品質會造成何種影響力。最後證實這來自外部線索都會對知覺品質有影響，進而影響知覺價值及購買意願。

Woodruff (1997) 要讓企業擁有利潤真正來源是找出顧客需求並予以滿足其價值需求。

顧客價值為買方商品喜好、買方對商品屬性、屬性成效和完成買方心願的一項知覺評價。覺得只有把顧客價值位列為第一的策略，才能在競爭力上優於同業。是故，買方知覺價值是研判顧客採購行為的強力指標，更是賣方得到競爭優勢的重要依歸（Chen and Dubinsky, 2003）。

Sawyer and Dickson（1984）覺得價值是買方得到和失去的內心評量的結果，不可以被限制在功能性面相，還應該涵蓋社會性，情緒性、新奇性價值（Sheth, Newman, and Gross, 1991）。

二、知覺價格（perceived price）

消費者透過捨棄成本或耗損的成本以換取商品或勞務，含可衡量的貨幣支出價格與較難衡量的非貨幣支出的價格（Zeithaml, 1988）由於非貨幣支出的價格較難估算衡量，故幾乎所有的研究是以消費者知覺的貨幣成本為研究方向（Teas & Agarwal, 2000）認為價格就是把金錢與商品或勞務交換必須付出的代價（Kotler, 1999）之前研究已實證，價格是左右消費者行為的關鍵因素（Huang et al., 2004），知覺價格是消費者內心感受的投射，亦是評估價值與買不買的重要根據（Voss et al., 1998）。本研究定義的知覺價格為要保人實際購買投資型保單的保費支出，包括保費費用、保險成本、保單管理費，如果保險成本比傳統終身壽險及定期保險便宜很多很多，會讓保戶有成本的節省與買到高保障的感覺，投資標的無申購手續費及無貨幣帳戶費用及無標的經理費及無投資標的的贖回費用在在都會大大提升購買者物超所值的感知價值再加上每月月繳3000元、5000元卻買到一籃子基金的划算感及遇到基金績效表現不好時，轉換基金的次數性免費滿足與操作上的便利性與少少的付費價格，就可以全委或類全委操作，在在提升了投資型保單知覺價格與單獨購買共同基金知覺價格的差異性與落差。

三、知覺犧牲

Zeithaml（1988）覺得知覺犧牲為顧客要得到該商品效用所要付出價格或代價。

四、知覺風險（perceived risk）

消費者沒有辦法去預期購買結果是確定還是不確定，因決策的不確定性，其結果亦會造成消費者有可能購買經驗是不愉悅。是故購買者行為是一項「風險承擔」，因為在考量購買時並不能先確定產品用過後的經驗結果，實質上購買者擔負了某些的風險（Wood and Scheer, 1996）購買者所認知到的風險大小和他所能夠接受與容忍的程度，購買策

略因此被決定。當中，是以購買者感受風險的高低，而不是真實的風險高低，就算是風險極低或風險不存在，只要是購買者內心深處認知風險很高，對他們的購買意願就會產生大大影響（Wood and Scheer，1996）。

美國前聯準會主席葛林斯班曾經說過：人類是不可能完美地管理風險，風險管理最後都會失敗，進而造成「沮喪事實」的產生（2008年3月 英國金融時報）。

五、付費意願（Willingness to Pay）

Grewal et al., (1998) 將購買意願下定義，為顧客支出費用去買某種商品的可能性。

Monroe & Krishnan (1985)顧客面對商品時的知覺價值對購買意願有很強的影響力。可能購買商品的機率。Sweeney, Soutar and Johson (1999) 所做的研究得到知覺價值對知覺價格、知覺品質、知覺風險和購買意願是關鍵的傳達者，知覺價值越高，消費者忠誠度與滿意度就會跟著被提高(Snoj, Korda & Mumel, 2004)。購買意願大量運用於推測購買結果所產生的文獻裡，從以往研究中了解知覺價值與購買意願兩者有正面聯想(Grewal et al. 1998)。

六、再購意願（repurchase intention）

指消費者願意一買再買（repeat patronage），當顧客經由某商品或某服務得到用過後的感受，心理上允諾願意未來，再次消費的想法，此想法就稱之為再購意願(Cronin & Taylor 1992；Selnes 1993；Jones & Sasser 1995；Seiders et al. 2005)。顧客知覺價值對購買行為有顯著和直接的影響力（Kuo et al., 2009；Sweeney et al., 1997；Turel et al., 2007）過去眾多研究亦證實知覺價值會正向直接對購買後行為產生影響Oh（1999）、Cronin et al.（2000）、Tam（2004）等。本研究覺得消費端的顧客知覺價值越高，向保險公司購買投資型保單的持續性就越高。

七、滿意度

依時間的流逝，消費者和提供服務者彼此相互來往所引發情感狀態(Crosby et al., 1990)通常，評測滿意度有兩種(Anderson, Fomell, & Lehmann, 1994)。特定交易(transaction-specific)滿意度，這看法把滿意度當作某一次特定交易之後的評價與估算。是買之前的期盼與買之後真正實績與效用間產生的想法不同。

八、影響購買品質的關鍵因素

Cheers快樂工作人雜誌做一項調查:消費者在購買保險時「最在意的事項」前3名為:

- (一) 保險公司財務狀況
- (二) 理賠速度
- (三) 能否遇到優質業務員

對合約有疑惑不解之時，需要服務之時，能否快速的找到業務員解答各種問題。

平日沒有投資習慣的上班族，剛開始接觸到涵蓋保障與投資功能於一身的投資型商品，常常分不清，搞不懂。就算是把商品販賣出去的業務員，在面對基金相關知識與問題時，也並不十分地清楚與熟悉。也不一定會又或者有能力於銷售後告訴保戶在基金操作上面對風險或“賠”這件事，應有的正確態度與做法，並給予專業的建議，是故才會造成銷售後糾紛不斷。之前的業績，之後的燙手山芋。

九、常看到的問題，諸如以下所述（王麗薰 2013）（高泗龍 2008）

- (一) 問題一：太高的前置費用（極度不合理），造成投入進去的錢沒有賺反而虧，甚至在繼續定期定額下，經過若干年還是虧，造成保戶初次投保體驗感極差，導致，一遭被蛇咬，十年怕草繩。對待投資型商品態度興趣缺缺，敬而遠之！當投資型商品嶄露後，也碰上基金熱銷，這使得保險公司保費收入激增，銷售管道迅速增加，大量湧現竄出，大家應當都知道，消費者之所以會來買投資型保險主要歸因於共同基金的報酬，而業務會因為把保戶資金大量放置於保費裡，只有少量資金放置於共同基金的分離帳戶，這類的銷售方式帶來很多紛爭(高泗龍 2008)。英國保誠人壽副總張鎮坤針對高的費用率有表示看法，不能只看前面幾年的費用，一定要用長期來看，假設用全部期間的費用總合計，投資型商品和每年收特定費用比的傳統型商品，費用反而是較少的。壽險公會理事長林文英說：壽險公會也常宣導消費者，購買保險要注意那些事項，不過想要避免這些糾紛，業務員的專業與誠信還是最重要的。
- (二) 問題二：自負盈虧，若自負盈虧，就自己來操作股票、基金、債券或別的投資工具就好了。因為，他種投資工具，管銷費用都沒有投資型商品要來得高且同樣是盈虧自負，在風險自擔的情況下會有多更多的選擇性。
- (三) 問題三：在台灣仍然是預定死亡率在實際死亡率之上，這使得保險成本有額外被保險公司超收的現象，實在頗不合理!且目前已經是第五回經驗生命表。
- (四) 問題四：投資型保單常常對外號召宣稱，每幾年就可以定額領回，瞭解者均知道是

在保單的結構中納入了定期“生存保險”而已。此領回是建立在每年一定的時間繳付一定金額的保費又或者是躉繳了多少的保費下才擁有這樣的領回條件啊!

(五) 增列問題五：展業成本的改變，造成各大通路在銷售投資型商品時，會因為銷售基金的佣金太低而沒有太多的售後服務費用，長此以往下去，更會讓投資型保險變為過往。(高泗龍 2008)

總之，投資型商品，連結標的有股票型基金與債券型基金及股（核心）債（衛星）雙配置，其獲利和股票市場的趨勢、行情及個別公司的EPS、ROE、本益比或是否朝向ESG或CSR發展，秉持股東行動主義並追求永續發展經營的好公司。建議投保人亦要對台灣股市與國際股市多做功課與著墨甚深!切不可為了人情壓力，尚未清楚了解就胡亂下單購買.投保前應該仔細把各項權利細節問清楚才購買。

十、優質投資型商品從業人員該有的態度

優質保險從業人員，會向客戶闡述每個投資標的的風險在哪裡？機會在何方？不會誇大投資報酬率，用畫大餅讓投資人懷抱夢想，而投資的風險卻輕輕淡淡的帶過，而不予以強調(Cheers快樂工作人雜誌)。

把消費者最想被滿足的需求優先滿足會引發其想購買的慾望，而歸類於金融商品之投資型保單，要知道消費者的風險承載能力，按照個人的屬性、風險喜好度、成本考量、情況的改變而做出不一樣的決策（林怡秀，2009）購買動機是為了解、相信並同意更進而產生需求的關鍵，誰掌握了購買動機，誰就有利於營銷推動(楊雪蘭、李明輝2014)。

十一、投資型商品購買動機歸因（實務驗證）

優先滿足最注重的要求會帶動消費者的商品購買動機，屬金融理財商品的投資型商品，對於客戶的風險接受度與承受能力，更應該確實地瞭解並按照人格特質、風險喜好、費用與成本考量、國際與國內總體經濟與個體經濟因素的改變而決策也會跟著改變與調整（林怡秀2009）購買動機來自於已經認同進而生出需求的重要關頭，若能加以掌握，銷售和推廣會朝有利方向發展，在各類動機的差異下，探討追究是否會因為購買動機產生購買之後的認知差別，讓業務員可以藉此當成修正行銷方式的根據（楊雪蘭、李明輝2014）。

(一) 心理因素

1. 保障與投資功能兼顧:投資型保險適合投保年齡高，保險期間長，附加費用率越小，危險成本越低及保額保費比值越高(最佳比值為30:1，保險金額為360萬元)較能得到相對應之高報酬。至於相關費用，這幾年有越來越多的學者注意到基金費用相關議題(林聖智 2012)若能有效降低投資者負擔成本則等於是變相拉高基金績效。降低經理費、申購手續費、保管費在內的投資成本及投資型商品之相關費用如前置費用、管理費用、保險成本，扣除後的錢再拿去投資。
2. 定期壽險+自行投資:此自主型策略，考量投資型保單會收取之附加費用率與危險成本與保單管理費，會影響總投資淨額而使得在一開始投資的立基點上便輸了(張文武、賴靜美、李君屏2016)。
3. 從眾行為:Lascau & Zinkhan曾在1999年做過從眾行為的研究，發現從眾行為和俱樂部會員的買物意願是正面相關的，消費者藉由和大眾買一樣的商品，來說明自己有吻合當時社會規範和當時的潮流，這樣的心理稱之(陳乃瑜，2004)從眾行為是購買者在進行購買行為時對於商品與勞務資訊上的不對稱或是面對來自同輩與社團的壓力而改變了原來的購買意向(陳儒賢、呂敏菁2017)。
4. 投資者的人格特質，投資者的人格特質表現在風險態度、心理偏誤、投資策略確實有非常明顯的差異性。(葉智丞、詹瓊玲 2015) Marital, Filer and Simon (1988) 指明投資人在操作決策時，常被個人人格特質、是否具投資相關知識、對資本市場又了解多少，個人的情緒、其他投資者行為給予的影響、個股的報酬率、風險、投資市場的敏銳度等所造成的影響。不同特質的投資人，其操作的投資型態和投資績效具有顯著的相關(孫中玠 2006)。若所接受的教育程度越高，雖資產中等，但是投資的行為會越發偏向積極。如果教育程度較低，不管他的資產高或低，那他的投資行為則會偏向保守(陳美雪2009)。投資人的投資屬性，亦會影響其停利停損點的設立，通常高學歷與高收入者，較常使用停利點，相對上獲得的投資報酬率也較高(薛品巖2009)。
5. 風險態度與承受力，和年齡、年收入、資產相關(Hallahan, Faff and Mckenzie 2003)。性別、軍公教、金融業、居住區域、每月平均消費、婚姻狀態及有無子女等七項因素也會影響風險的承受力(賴鈺城、鄭雅芳、林友雯2005)。男性與家庭平均年收入高於100萬的投資人會偏好於操作高風險商品，而軍公教較喜歡投資於風險低的商品(蔣世平 2010)。另外，在做基金選擇時，不能只有單看報酬率好壞，應該把Sharpe指標裡面所涵蓋的投資的總風險值都要涵蓋

進來(唐維菱2010)。

6. 心理偏誤，則涵蓋投資人的過度有自信，處置的效應和經驗效應等的心理偏誤。Barber and Odean (1998) 察覺偏離理性是投資者常常出現的行為，太有自信促成頻繁的交易，周轉率亦是非常的高，此外亦懷有避免後悔的心理因素在其中。過度自信的投資人往往會低估市場風險而導致錯誤的投資決策讓資產受到減少或損失(郭敏華2004)。實證結果發現國內的基金投資人過度自信的情形並不顯著，周轉率最低的群組獲得最高的報酬，周轉率最高的群組，報酬率次之，這些因素會影響到投資決策，相對的也會影響到基金績效(陳虹霖2003)。基金投資人會賣出已經有利得的基金，而會繼續持有損失的基金，在股市空頭時期此種處置效應比多頭時期更為顯著，頻繁交易已有利得的基金的事後報酬率都會比繼續持有損失的基金的報酬率還要高(白芳華2002)。年齡大的人，投資性格相對保守，既使有賠，也不會認賠殺出，顯現出明顯的處分效果(許明展2010)人會靠以往的經驗值作決策的捷思傾向(Kahneman and Tversky 1982)。實證研究不同年齡對過往經驗的敏感度不同，中壯族對失敗經驗的敏感程度均高於年輕人(郭敏華2004)。
7. 買投資型商品，不重保障卻偏愛保本：從101年因新推出連結保本型基金之投資型保單，且壽險公司為持續深化與銀行保經代通路之合作並提高銷售，促使銀行通路銷售占比再度提升。
8. 高齡者，財富累積已有餘裕，而購買投資型保單的理由有，有財富傳承之需求。有體況不能加保之無奈。有投保投資型保單，運用高額壽險保障身故時，預留繳遺產稅之稅源，創造繳稅稅金。

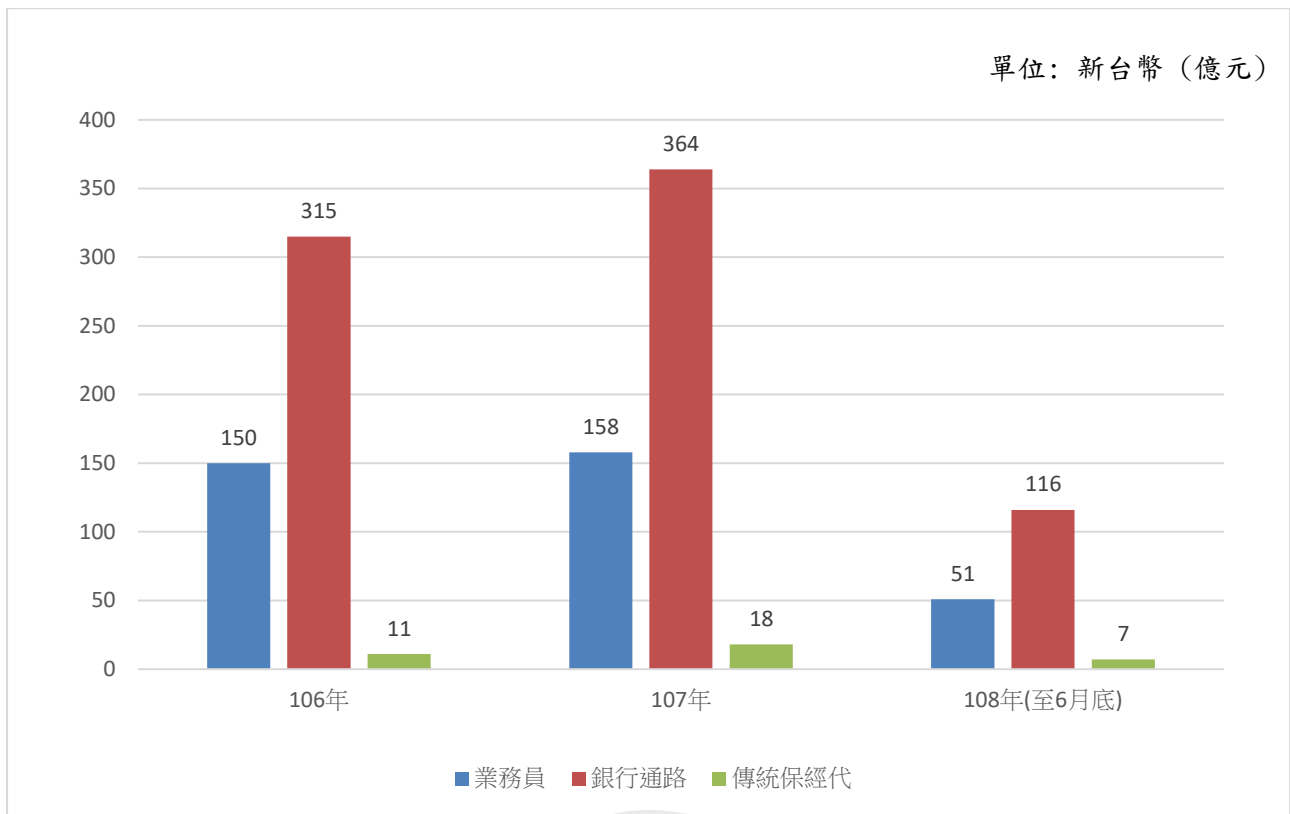


圖2-5 70歲以上投保投資型保險初年度保費收入來源別統計圖

資料來源：壽險公會

(二) 社會因素

1. 重大事件衝擊

新的市場與創新技術的不停地開發，雖感受到金融市場的創新，但以往的風險和新發展擴充下的新增風險常常是被各類的現象所遮蔽的，在這種情況下威脅到金融的穩定與安全。而投資型保單近年來的熱賣和業務員大肆鼓吹強烈力薦有關。但實際投資的成果和「本想投資」的客戶的投資期望差距甚大（王麗薰2013）。造成此差距的原因為對原本風險與新風險的辨識度能力弱，無法提早預知、預防，進而採取行動，規避風險，減少損失。

以股票型基金與債券型基金在金融海嘯2008年7月作為金融海嘯發生前後的分段點，來研究重大事件對於股票型基金與債券型基金的績效的影響。結論是：1.股票型基金的績效，金融海嘯前優於金融海嘯後的績效，債券型基金剛好相反。2.不論在金融海嘯發生前後，股票型基金績效都優於債券型基金的績效。3.不論在金融海嘯發生前後，股票型基金的風險值都大於債券型基金的風險。(李湘筠 2010)。

民國105年因脫歐公投及美國大選的不確定因素，造成保戶購買投資型保單會抱持觀望的態度。105年度投資型商品初年度保費收入計1966億元，較前一年度3460億元，減少43.18%，而同期傳統型初年度保費都呈現相對增加，所以推斷當市場情況不理想時，保戶會偏向把不用到的資金投向傳統型保單(壽險公會 我國投資型保險商品發展介紹)。

民國106年至107年底因脫歐公投及美國大選的不確定因素解除，全球經濟強而有力甦醒彈升，帶動投資型保險商品，至107年底投資型商品初年度保費收入計5033億元，較105年成長156.03% (壽險公會 我國投資型保險商品發展介紹)。民國108年度則因為美中貿易大戰和英國脫歐機率變大，使得股票市場波動變大，造成消費信心大受影響，投資型商品初年度保費收入計2085億元，比去年同一期減少了23.44% (壽險公會 我國投資型保險商品發展介紹)。

由以上數據發現，重大事件的發生牽動著股市表現，股市漲跌又會挑動到保戶敏感神經，而投資型商品的基金部分亦會和重大事件(俗稱:灰犀牛、黑天鵝)、景氣、大盤息息相關，牽一髮而動全身。

以數年來影響台灣股票市場之三大重大事件為:

- (1) 無法推測的921大地震:影響結果:台灣上市上櫃電子、金融和股票市場所有類股的公司，在證券的市場行情面，評比為「負向」的金融脆弱性。影響期間不長，證券價格經過調整後會慢慢地回復正常水平。王麗薰(2013)。
- (2) 無法推測卻是人為成因的美國恐怖攻擊911事件:影響結果:不是經濟因素所引發，是中東一部份組織與西方國家的對立所生成，進而影響了國際股市與台股，投資者伴隨著恐攻陰影無盡延燒，使得事後一個月的平均累積異常報酬率(CAR)顯著為負報酬率。此種影響，隨著恐怖組織瓦解的時候，才會緩解。王麗薰(2013)。
- (3) 有部份跡象與可判定的美國次級房貸金融風暴發生結果整體來看，證明全球性的金融風暴連動影響於台股全體公司，表現於股價有顯著的「負向」的金融脆弱性。王麗薰(2013)。

2. 法規改變的影響：保險業招攬及核保作業控管自律規範

民國 100 年3月銀行通路投資型保費收入占比下降之原因可能係金管會要求銀行通路銷

售之投資型保單達特定條件（超過 70 歲、躉繳單件保費逾 100 萬元或年繳保費逾 10 萬元者）應由壽險公司進行電訪並給予客戶契撤期，造成銀行業務員認為與高齡、高額投資型保戶簽約後仍存有不確定性。

（三）技術因素

1. 基金經理人對操作投資的判斷與決策

是否合乎邏輯，資訊來源正確否，將關乎基金表現與績效（許重博、施智耀、姜天瑞，2007）為提高基金的獲利率選對基金經理人與選對商品益發顯得重要（白文正 2007）。

2. 投資標的

通常以公開發行的共同基金，依據保戶不同的需求，把數檔不一樣的基金組合在投資標的裡，目的不外乎讓投資會發生的風險拉低並把投資報酬最大化（許重博等人，2007）或以類全委投資帳戶（陳鴻文、林英星，2017）因類全委擁有配息的功能，對投資人來說，因為銀行定存利率太低了，故類全委大受歡迎，而保險公司亦相繼推出來滿足投資人（陳鴻文、林英星，2017）。

3. 基金規模

發現基金規模和操作績效呈現負相關，多數原因來自較大規模的基金擁有較多資金卻時常易引發流動性限制，使最佳投資時機不易掌握，故兩者績效呈現負相關（陳鴻文、林英星，2017）。為研究基金規模相對於基金績效會產生的影響，故以 Panel Data 複迴歸模型予以觀察，發現基金規模與基金績效間呈現顯著的負相關（傅英芬、劉海清 2014）開放型基金，是把自有資產委託給基金管理人來操作，和企業的運作極為相似。以經濟學之成本理論有提到隨著規模的增長，成本會達到最低，之後又再上升。此即為長期平均成本曲線呈現 U 型理論，而開放型基金亦具有此最優規模。研究從 2005 年 1 季度~2010 年 2 季度間，選擇成立滿 1 年的股票型發款式基金並以收益的增長率排名做為衡量基金績效的標準，並將基金規模分為小規模、中規模、大規模。在經歷 5 年多頭與空頭的交替中，小規模基金均強過大規模基金，小規模基金具有整體相對優勢（王洪棟、廉趙峰，2010）。

4. 長抱策略的重要性

剛出社會新鮮人，收入有限。投資型保單最低門檻月繳\$1500元且可以使用信用卡繳費，對新鮮人來說，負擔少又可以及早進行投資規劃。巴菲特(Warren Buffett)則奉行價值投資，在基本面未變化前，採取長抱策略(Buy & Hold)(張耀欽 2012)。捷安達保經董事長吳鴻麟表示，投資不該是行情好的時候才投入，買投資型保單必須長期投入、定期檢視。「就算是有專家操作的類全委保單，如果保戶都短進短出，一定會影響到經理人的投資配置，就像房地產雖然保值性較高，可是一旦急需調度用錢，也會賣再壞價格。」(資料來源:鏡周刊)。

5. 單筆投資或定期定額月扣？

將基金分為大規模,中規模,小規模。所得到的結論是:當操作單筆基金時，適合選擇小規模與中規模。一年以內的投資選擇小規模較優。一年以上投資中規模較適合。當操作定期定額基金則投資於中規模基金以3-5年的績效會明顯優於定期定額投資於小規模與大規模。結論:不管投資以何種方式，最優異與穩定非中規模基金莫屬。(傅英芬、劉海清，2014)。若以債券型基金為研究對象，總結發現不論投資時間長短，單筆的投資報酬率皆會優於定期定額的報酬率(周奇勳、林長利 2016)。定期定額是一種可以協助大眾在極度不穩定的市場，巧妙的把風險降到最低的一種投資方法(Constantinides 1979)。定期定額會使投資的平均成本下降，當價格下降，代表購入的單位數較多，當價格上漲，就代表購入的單位數較少，長期下來，會達到風險的平均與分散(Dubil 2005)。

用定期定額投資共同基金，長期下來可以擁有較高的收益(李致豪，1997)。以定期定額並設立了停利點的投資策略，會避免掉單筆投資因為切入的時間點不恰當所造成的損失(張淑芬，2005)。在長期下運用分散時間是可以降低風險的，報酬亦會慢慢收斂為正報酬(Kritzman 1994)。

6. 分散風險

金融投資面對最大的問題之一，就是風險。透過投資組合，能有效地降低投資風險。非系統風險能透過投資組合予以分散風險(王輝、陳立文、楊艷芳，2004)分散風險亦相對重要(胡為善、宋文仁，1999)。投資基金一定會有風險，在風險的考量下，不能只有在意報酬率(邱顯比，2007)。

7. 投資策略

以投資基金的年資與經歷、定期定額做長期的投資、定期地去檢視基金的績效並把投資組合做一個調整，這對於基金的投資績效是可以有效提升（葉智丞、詹瓊玲，2015）。

8. 投信成立月數

投信成立月數與基金績效的表現呈現顯著的正相關（傅澤偉、林曼莉、沈孟嫌，2006）。

9. 資產配置

所謂的資產配置（Asset allocation）即依每個各別投資者的情況與設定的投資的目標，透過分散投資，讓難以預測，屬非預期損失降為最低，以增加達到預期目標的機率的一種投資的策略。說明個人理財的認知能力可以幫助覺察在做理財規劃時風險性資產配置是多麼的重要。（楊青毓，2011）台灣壽險業透過資產配置來研究與績效的關係，研究發現資產配置的多角化對於保險績效指標是具備解釋能力的（蕭好真，2014）。以英國與日本為例，英國的退休基金有80%的資金，配置於股票，日本則有30%配置於股票，結果導致，英國來自於提撥的部份僅佔約10%，而日本則是高達25~40%，顯示出對於退休基金最重要的是資產配置（繆震宇，2007）。

10. 調整投資組合

Goetzmann and Peles(1997)指出共同基金投資人認知不協調，對已經產生虧損的共同基金通常都較不願意贖回。造成長期的基金績效都不理想。Bernhardt, Davies and Westbrook(2004)指出假如投資者僅是把資金投入到以往表現佳的共同基金，卻沒有好好炒作，這會讓長期績效不理想，而如此共同基金的投資者就是愚笨的。

11. 趨勢主題投資

所謂趨勢主題投資是未來20年~30年的趨勢，是掌握投資的產業趨勢（ABCDE）。（朱竹元，2022）和永續主題投資成長性產業（ESG&CSR）。例如：A—AI人工智慧、B—Blockchain區塊鏈、C—Cloude雲端、D—Big Data大數據、E—Ecosystem生態系。

這些未來發展趨勢，非屬單一國家也非屬單一工業，是橫跨國與國、區域、產業，傳統型與價值型企業均會受惠，選對趨勢投資，俗謂：站在風口上，豬也會飛。即便2021年末遇到嚴重通膨問題，2022年美國FED預計升息數次，2019年底爆發COVID-19等，這些事件對以趨勢主題投資的影響與衝擊，只是加速趨勢科技的運用而非改變未來的趨勢，用長期投資（長線概念）來保護短線，最終投資人仍然可以獲得共同基金的超額報酬。（林紹凱，2022）。

因為市場利率逐漸的下降以及金融市場經濟不景氣的影響，使得傳統型保險商品的銷售有逐漸趨於緩和的情況且過去因銷售過多高利率商品對壽險公司的經營風險亦是居高不下，故在此時投資型保險商品漸漸成為了壽險公司強力發展推銷的商品。



第三章 研究方法

一、本研究包含「本體論」、「認識論」、「方法論」（顏志龍，2021）。

(一) 本體論：即別人來做同樣的題目，得到的結果也會大致相同。

(二) 認識論：即盡可能在研究的過程中表現中立與客觀。

(三) 方法論：即採用深度訪談法來收集資料與分析資料，最後對文本歸類。

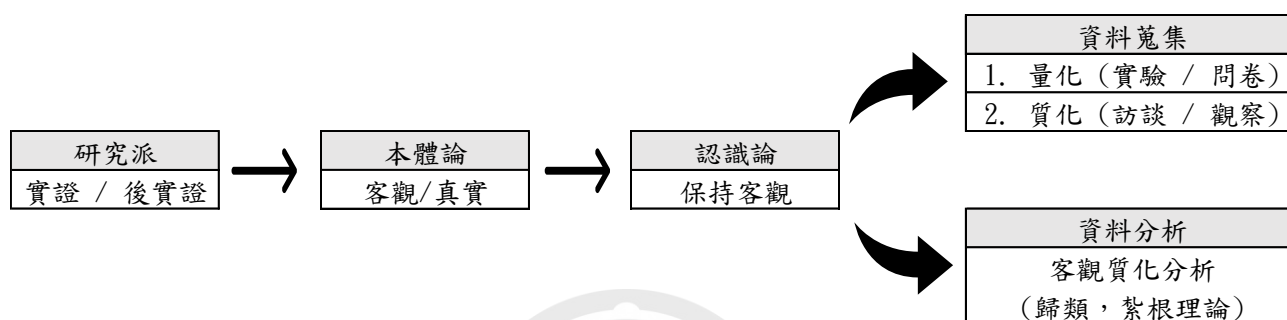


圖3-0 衍伸圖示

資料來源：本研究整理



表3-0 現象與數據結果對照表

項目	現象	數據 / 結果
1	利率下降趨勢	傳統型新契約保費衰退
		投資型新契約保費上升
2	景氣循環繁榮期	投資型保單大賣
3	重大事件	
3-1	美國次貸風暴	投資型新契約衰退
3-2	烏俄戰爭	保險公司主動要求客戶
		3/1 暫停部分歐洲基金交易或終止銷售
4	保險業務員	
4-1	不會	不敢銷售(心態面)
4-2	有銷售	不知子帳戶如何負轉正(技術面)
4-3	自己買買看	受困(97年) 或解約(受傷)(重大事件)
4-4	銷售知覺	客戶虧損(97年) / 認賠出場(與客戶關係質變)
		業務員：恐懼銷售此商品

資料來源：本研究整理

二、深度訪談：消費者/銷售達人

(一) 開啟和研究主題相關的問話。

(二) 消費者(13位)：知覺價值、知覺犧牲、知覺價格、知覺風險。

(三) 銷售達人(2位)：銷售前心態、銷售中子帳戶運作、銷售後之售後服務。

本研究方法透過不同性別、不同職業、不同年齡層之投資型保單購買者與消費者作為研究取向，研究參與者有：研究者、消費者、銷售達人。研究工具為面對面深度訪談，研究者將欲研究消費者購買投資型保單之知覺價值、知覺價格、知覺犧牲、知覺風險融入於訪談的問話設計中，並按照目前持有保單5~20年和曾經持有6年以下卻後來走向解約及曾經想解除最後無投保之原因，分別設計了不同主題的問話，希望從訪談消費端獲取投保前之購買動機、投保後之經驗值與銷售達人之實務操作經驗值互相對照並和第二章文獻探討互相交叉比對予以深入研究以獲取知覺價值與投資技術歸因，來供消費端做為投保投資型保單的參考依據並提供給銷售端做為銷售投資型商品之參考，避免走冤枉路。

本研究以8位投保投資型保單達5年以上且是有效保單。期許透過訪談來了解被訪談者的實務經驗，了解他們對於投資型商品功能是否有充分認知且投保過程中會面臨的心理因素、社會因素、技術因素等關鍵因素，他們的態度與做法。深度訪談對質性研究而言舉足輕重。是量化研究的前哨觀測站。在許多研究的範圍裡均可適用。訪談所發揮的功效，從探索式到較成熟規模，從較成熟規模，到成熟規模，均有訪談得以施展之處。

第一節 深入訪談法

研究者與受訪者透過深層的對話，來探究某一目的或特殊目的稱之為質性訪談。訪談的意義為直擊受訪者的個別經驗、生活的閱歷與切身感受和自我概念的論述與抒發，經由訪談的流程與要點，研究者將發現、認知、透析受訪者本尊對某些不同人、事、時、地、物的看法和知覺(Minichiello et al., 1995)。質性訪談亦是社會科學的研究當中被用來滙總資訊被使用最為普遍的方法之一(林金定、嚴嘉楓、陳美花，2005)。

質性訪談是由某些不同的形式來定義的。用說話的方式與研究歷程加以分門別類，可分類為「非結構式談話」、「半結構式談話」、「結構式談話」與「群體對話」。本研究以「非結構式談話」方式進行投資型保單購買動機之認知價值歸因之訪談。

表3-1 談話模式:連續性模組 (Continuum model)

結構式談話	半結構式談話	非結構式談話
標準式談話	深入談話	深入談話
調查式談話	調查式談話	臨床談話
臨床歷史紀錄	團體談話	口頭或生平歷史訪談

資料來源：Minichiello et al., 1995, p.62

第二節 訪談對象

訪談對象：以購買投資型保單消費者與無投資型商品消費經驗的消費者為對象

此主題一至主題三的訪談對象是由身邊的人出發，這些受訪者是哪些人所組成？

表3-2 訪談對象來源與編號

主 題 訪談 對象	主題一：已 投保投資型 保單5年以上 至20年者	主題二：曾經 擁有過投資型 保單，中途卻 解約者	主題三：曾考慮 過購買投資型保 單，最後卻沒有 採取行動者	銷售達 人之訪 談	人數
同事	A	J、K	L	N、O	6
保戶	B				1
同事的保戶	C				1
同業	F、H				2
同業的保戶	D、E				2
同學	G	I	M		3

資料來源：本研究整理

一、有購買投資型保單經驗：

（主題一）目前已投保投資型保單5年以上至20年者

（主題二）曾經擁有過投資型保單，中途卻解約者

二、無購買投資型保單經驗：

（主題三）曾經考慮過購買投資型保單，最後卻沒有採取行動者

表3-3 訪談對象細項說明表

購買投資型 保單經驗	訪談對象	投保齡	現齡	性別	職業	訪談目的
(主題一) 5年~20年	A	47	62	男	保險公司區經理	想藉由訪談來了解長期持有投資型保單者其投資績效與保單效益。
	B	42	55	女	家庭主婦	
	C	44	62	女	自營商	
	D	25	39	男	業務副課長	
	E	48	62	女	企業主	
	F	23	38	男	保險經紀人	
	G	32	50	男	科技服務業	
	H	40	59	女	保險公司處經理	
(主題二) 6年以下， 中途解約者			解約/現齡			想藉由訪談來了解，曾經購買，卻選擇放棄的因素
	I	43	44&45 /51	男	舊貨商	
	J	39	45/54	女	壽險顧問	
(主題三) 無經驗者	L		61	女	公職退休/壽險顧問	想藉由訪談來了解，曾經考慮購買，最後卻選擇放棄的因素
	M		54	女	零售業採購經理	
銷售達人之 銷售經驗訪 談	N		54	男	保險公司業務經理	想藉由訪談來了解其個人之銷售觀念與銷售流程及售後服務方式
	O		58	男	保險公司區經理	

資料來源：本研究整理

本研究之受訪者涵蓋男性與女性，來自許多不同產業，投保起始齡從23 - 49歲之間，將受訪者分成三種對象，而針對這三種訪談對象，分別設計出各主題之一致性訪談問題，期許透過各主題一致性問題來搜集個別受訪者之感知和經驗。主題一為設定已經購買投資型保單，遴選5 - 20年持有期間並且目前為有效保單來訪談，這些保戶有很長很豐富的經驗值可以分享，研究者想藉由訪談來了解長期持有投資型保單者其投資績效與保單效益。

主題二為挑選購買投資型保單6年以下中途解約者，了解其解約的因素，以做為銷售端未來服務客戶之借鏡。主題三為對於曾經考慮購買，最後卻選擇放棄之因素探討，訪談結果應是彌足珍貴的資訊，若保險業務員洞悉此因素，對於提升投資型保單的產品占有率亦是極具參考價值。最後訪談投資型保單銷售達人之銷售觀念與銷售技巧，期許整理出達人之經驗值與共通點，期許提升銷售端之專業技能進而提升銷售此商品之個人競爭力。本研究為貫徹個人資料保護法，受訪者均以匿名來表示且進行訪談之初，均逐一表明研究目的及徵詢過對方同意後而進行訪談。研究者基於認識論（顏志龍，2021）之派典，訪談者之立場與態度盡可能保持中立與客觀以呈現最原汁原味之消費端最真實的想法。



第三節 訪談問題

一、主題一：購買投資型保單5~20年，中間有執行過契約變更（如：變更保額、提高或降低定期定額扣款額度、單筆加碼、停止扣款、部分贖回、轉換基金），目前仍是有效契約。

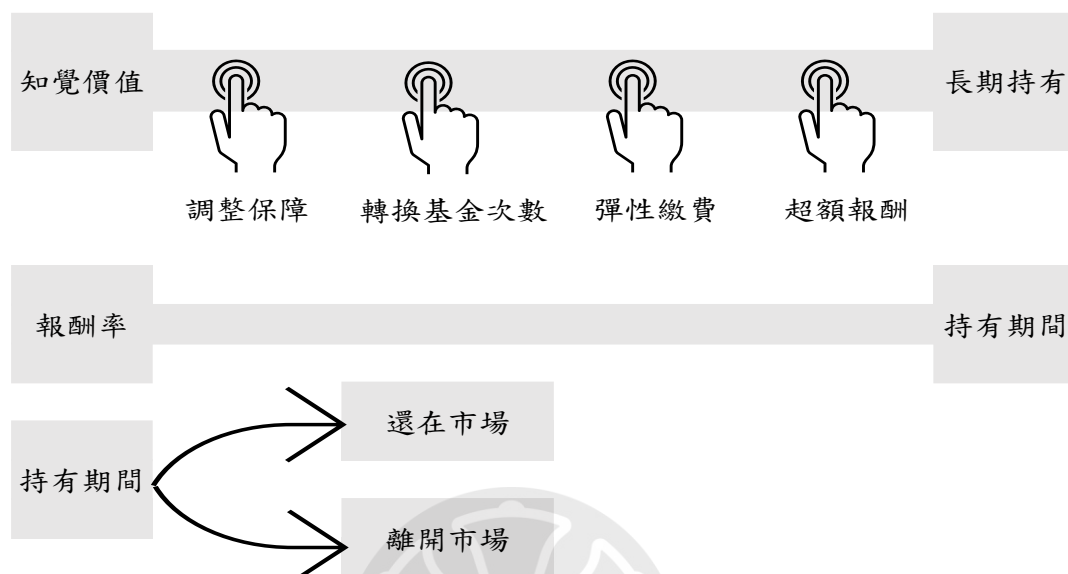


圖3-3-1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

(一) 訪談重點：

1. 了解知覺價值與保單長期持有之關聯性
2. 了解投資型保單的商品特性消費者是否認知清晰與是否懂得行使相關契約權利，如：(調整保障、轉換基金、彈性繳費)
3. 了解投資型保單投資功能最終有達成超額報酬嗎？
4. 報酬率高低會影響持有期間嗎？
5. 還在市場的原因？

(二) 訪談對象：

同事(A) 保戶(B) 同事的保戶(C) 同業(F、H) 同業的保戶(D、E)、EMBA同學(G)，如下所述：

1. A：性別:男，年齡62歲，2位子女已成年（31女；26男），年收入280萬，壽險顧問年資32年，職稱：區經理，購買投資型保單15年後出場。
2. B：性別:女，年齡55歲，3個女兒（26/24/18歲），家庭年收入80萬，有2間桃園南崁的房子，職稱：家庭主婦，先生：上班族，購買投資型保單13年(96~

109年)後出場。

3. C：性別:女，年齡62歲，2位成年子女（26男；24男），年收入200萬以上，職稱：空調工程自營商，購買投資型保單2張。第一張變額萬能壽險A型92年購買，被保險人：配偶身故，契約狀態：終止，第二張變額萬能壽險106年投保迄今，被保險人：本人。
4. D：性別:男，年齡39歲，未婚，年收入100萬，出社會：15年，職稱：業務副課長，購買投資型保單14年。
5. E：性別:女，年齡62歲，已婚，3位成年子女（38男；35女；28男），年收入60萬，事業經營：27年，職稱：汙水處理企業主，購買投資型保單14年。
6. F：性別:男，年齡38歲，已婚，尚未有小孩，年收入100萬，出社會：13年，職業：保險經紀人，購買投資型保單15年（96.08.30）。
7. G：性別:男，年齡50歲，已婚，尚未有小孩，年收入120萬，家庭年收入250萬，出社會：25年，職業：科技服務業，購買投資型保單將近18年（93年投保）。
8. H：性別:女，年齡59歲，年收入300萬以上，職稱：處經理，購買投資型保單最長19年（92年投保），擁有10張投資型保單

(三) 訪談問題：

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？
2. 投資型保單的商品類型？變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險？
3. 您是採躉繳？躉繳保費多少？定期定額？定期定額保費多少？
4. 您的初始保額是多少？可曾隨著人生周期而調整過保額嗎？什麼情況下使您調整保額？對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是？會影響您對保單的持有嗎？
5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼？
6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操？
7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達10次免費用之優惠而加以善用嗎？
8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？
9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？
10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？
11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

- (2) 整筆贖回（設停損點）。
- (3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。
- (4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。
- (5) 繼續定期定額
- (6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款
- (7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

二、主題二：有購買投資型保單經驗：6年以下，中途解約者



圖3-3-2 研究架構圖

資料來源：本研究整理

(一) 訪談重點：

1. 了解知覺犧牲與保單解約之關聯性
2. 了解投資型保單的商品特性：前置費用高與隨年齡增高而日益增高的保險成本保戶之感受
3. 報酬率差會影響持有期間嗎？
4. 離開市場的原因

(二) 訪談對象：EMBA同學(I) 同事(J、K)

1. I：性別：男，51歲，已婚，共購買2張，購買渠道：第一張銀行。第二張壽險業務員。
2. J：性別：女，54歲，未婚，壽險規劃師，年資：25年，購買渠道：壽險公司，自己的投資型保單，96年投保6年，定期定額月繳\$3000元，最後剩下幾萬，於是解約出場。

3. K：性別：女，64歲，已婚，3位子女，壽險規劃師，年資：35年，購買渠道：壽險公司，自己的投資型保單，96年投保，單筆\$60萬元，最後剩下25萬，於是解約出場。有購買投資型保單經驗，卻因為一些因素解約出場了。

(三) 訪談問題：

1. 您考慮解約的因素是什麼？
2. 對於投資型保單前幾年的前置費用，您的看法是？
3. 對於隨著年齡而增高的保險成本，您的感受為何？
4. 您曾經感受過投資風險嗎?若發生投資風險，進而投資績效為負報酬，您採取的作法是？
5. 您對壽險行銷人員服務品質滿意嗎？
6. 您認為壽險行銷人員銷售此商品應該提供哪些服務？您希望的服務是？
7. 爾後，您仍然會再次選擇購買投資型保單嗎？

三、主題三：無投資型保單經驗

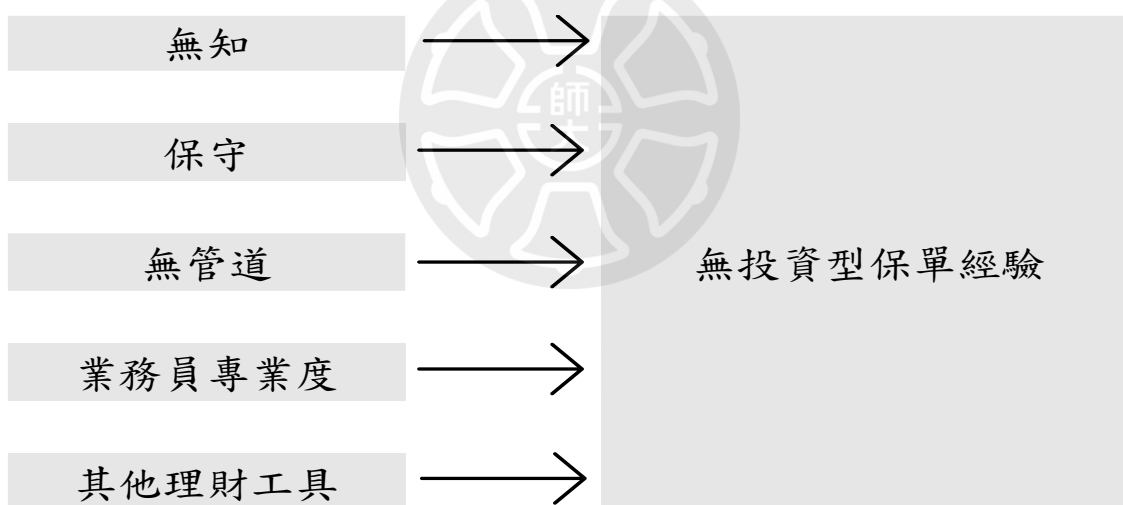


圖3-3-3 研究架構圖

資料來源：本研究整理

(一) 訪談重點：

1. 無投資型保單經驗的原因為何？因為無知還是保守還是無管道？
2. 了解投資型保單業務員之專業度是否是造成消費者不購買之關鍵因素
3. 其他理財工具的多元是否替代了投資型保單

(二) 訪談對象：：同事(L) EMBA同學(M)

1. L：性別:女，年齡:61歲，2個女兒（34/27），公務人員退休，配偶：公職人員。
共同基金操作資歷30年
2. M：性別:女，年齡:54歲，未婚，零售業採購經理

(三) 訪談問題：

1. 請問您有聽過投資型保單嗎?若有。請問是在哪個銷售渠道聽到商品訊息？那為什麼沒有購買投資型保單的原因是？
2. 您認為自己對風險的承受度？屬於保守或穩健或積極型？
3. 如果沒有人向您推銷投資型商品，您會主動投保嗎？
4. 壽險行銷人員的專業素養是否會影響您考慮購買？
5. 您目前操作的投資理財工具有哪些？滿意度排序，依序為？
6. 以下哪些因素會影響您購買投資型保單的意願？
 - (1) 高保障
 - (2) 低利環境
 - (3) 高通膨環境
 - (4) 多元理財管道
 - (5) 長壽風險
 - (6) 朋友推薦
 - (7) 業務員建議



四、投資型商品銷售達人之訪談

銷售達人定義：銷售年資15年以上、銷售75張以上的投資型保單，因銷售年資15年以上必經歷過多頭與空頭市場

訪談重點：想藉由訪談來了解其個人之銷售觀念與銷售流程及售後服務方式

(一) 訪談對象：同事(N、O)

1. N：性別：男，年齡：54歲，已婚，保險年資22年，業務經理，年收入300萬，
銷售年資15年
2. O：性別：男性，年齡：58歲，已婚，保險年資31年，區經理，年收入220萬，
銷售年資15年

(二) 訪談問題:

1. 投資型保單，您對它的商品定義為？
 - (1) 保單
 - (2) 投資
 - (3) 保障加投資
2. 您認為投資型保單是市場銷售趨勢嗎？
3. 您認為只要有合適購買的對象，您是很有能力為其規劃好投資型保單的？
4. 投資型保單，您有嚴守客戶屬性分析，來做相對應的基金屬性配置嗎？
5. 有哪些人，您是不會推薦投資型保單的？
6. 您對躉繳與定期定額的看法是？
7. 保戶有正報酬至幾%，您會建議停利贖回嗎？
8. 面對多頭市場轉空頭市場，對於投資型保單，您會善用每年6次免手續費可以轉換標的，幫客戶轉換標的嗎？多頭的標的建議？空頭的標的建議？
9. 面對客戶收到負報酬的對帳單，您會做哪些服務來因應？
10. 對於銷售投資型保單，您對低佣收與售後服務的成本的看法？
11. 您想給那些不銷售或鮮少銷售的業務員看法與建議。
12. 公司MDRT的同仁們，就您所知投資型商品也是他們的銷售利器之一嗎？

第四章 研究結果

第一節 研究主題相關之研究者實務經驗

一、與研究相關的實務經驗（一）

- (一) 證照取得：2002年。
- (二) 研究者所屬公司核准銷售第一張投資型保單：2003/03/14。
- (三) 初始銷售心理障礙：以前是把不確定風險變為風險發生時之保證給付，現在是把確定的保費變成可能賺也可能賠之不確定之保單帳戶價值。
- (四) 觀望期：觀察先行的銷售者會得到什麼樣的銷售經驗與客戶反饋。
- (五) 市場熱銷期：銷售達人們紛紛接受各方邀約分享銷售經驗。（註：2003~2007年多頭市場）；演講結果，加強壽險從業人員對投資型保單的信心，並以自身來購買的體驗值再分享予消費者。秉持著若是很好的投資理財工具，銷售準客戶前自己要先有體驗，體驗之後才能現身說法，這樣會比較有說服力。
- (六) 投資型保單&共同基金一直以來的難處：
 1. 投資績效隨市場波動而波動，短期與中期掌握難度高。
 2. 投資賺錢當責，一旦發生損失則失準、失誤與失判，使業務員會感受到面對客戶詢問的壓力且有後續處理虧損問題，更加顯示專業能力不足的問題。
 3. 以人性來論，即使是風險的偏好者或風險屬性屬積極型，最終，多數人都難以忍受日益擴大的虧損而選擇解約、部分贖回、停扣或放著不予理會。研究者就是屬於停扣或放著不予理會的人。而你不理財，財不理你，截至2022.03.23，研究者投保的第一張投資型保單，投資績效如下：總投入金額\$174,960元，保單帳戶價值\$108,722元，參下表。
 4. 不足的專業知識，使業務員對銷售投資型商品裹足不前
- (七) 風暴：2007年美國發生次貸危機進而嚴重影響到全世界各個地方銀行與金融市場。

(八) 風暴之後

1. 壽險顧問：增加熊市應對操作經驗值，精進投資專業，理出共同基金投資心法，繼續向前。
2. 另一類壽險顧問因2007年甫進場就遇風暴，對「風險」有刻骨銘心的體驗，感受差而黯然離開投資型保單銷售的行列。

您的投資風險屬性定位：積極型

保單投資概況：(本表主要是提供保戶了解本保單之綜合投資績效概況)

保單投資概況							
參考/目標保險費(A)	117,000	彈性/超額保險費(B)	78,000	保險費(C)	0	保費/保單附加費用(D)	20,040
保險成本(E)	3,028	保證費用(F)		保單維護/管理費用(G)	17,400	申購手續費(H)	0
轉換費用(I)	0	解約/部分提領費用(K)	0	變現價差(J)	0	部分提領淨額(L)	0
其他費用(R)	0	首期淨保險費延投利息(M)	0	保單投資成本(N)	174,960	保單帳戶價值(O)	108,722
保單投資損益(P)	-45,810	保單投資報酬率(Q)	-26.18%	停利投報率	%	停利通知日期	
				停損投報率	%	停損通知日期	

註：其他費用(R)：贖回/轉出「元大台灣卓越50基金(T050K)」基金之手續費及證券交易稅，與「目標到期債券基金」之投資標的贖回費用，詳細資訊請參閱保單條款之說明。

註：(M)=(依條款約定產生之利息)

計算說明：(N)=(A)+(B)+(C)+(M)-(D)

(P)=(E)+(F)+(G)+(H)+(I)+(J)+(K)+(L)+(O)+(R)-(N)

(Q)=(P)/(N)×100%

目前各投資標的帳戶價值明細：(本明細主要在於呈現「各投資標的」之績效，以作為日後調整投資標的之參考)

目前各投資標的帳戶價值明細																			
投資標的中文名稱	代碼	目前投資分配比例	投資標的風險屬性	幣別	評價日	單位淨值(T@)	匯率日	參考匯率(U@)	平均單位淨值(T)	平均匯率(U)	持有單位數(V)	投資成本(W)	帳戶價值(X)	參考損益(Y)	投報率(Z)	停利投報率	停損投報率	停利通知日期	停損通知日期
富蘭克林坦伯頓全球投資系列拉丁美洲基金美元A(Ydis)	FRTLA	100%	RR5	美元	111/03/21	54.2	111/03/22	28.519	62.6103	31.4258	70.3367	138,393	108,722	-29,671	21.44%	0%	0%		

本查詢資料僅顯示近三年之紀錄

(註：本表僅呈現仍持有單位數或投資分配比例之投資標的，故各投資標的之「淨投資總額」加總不一定等於「保單投資成本」)

計算說明：

投資成本(W)=(T)×(U)×(V)

帳戶價值(X)=(T@)×(U@)×(V)

投報率(Z)=((X)-(W))/(W)×100%

備註說明：

「已扣費用」內含保險及投資相關費用，但不包括不足額與贖回所產生的後置費用及變現價差。

標的說明：

當該「投資標的」屬於特定週期交易者(例：SVSA)，其「帳戶價值」將包含「暫存帳戶」之「帳戶價值」。

若您的「投資記錄」之投資明細說明欄內容為基金交易中，則本頁之各項明細將不會計算該筆記錄；需待該筆交易完成後才會併入計算於本頁之各項明細內。

圖4-1-1 積極型範例

資料來源：本研究整理

(九) 分析研究者虧損的關鍵因素

1. 沒有豐富的基金知識
2. 沒有養成定期檢視投資標的的習慣
3. 駝鳥精神，一遇到虧損就逃避。選擇不看報表、不聽專家忠告（註：當淨值跌跌不休時，朋友說：績效很差，停扣它。專家說：繼續定期定額或加碼定期定額，逢低買進更多單位數，當單位淨值越來越低時，應繼續定期定額繼續執行有紀律的扣款才能在「微笑曲線」的右端解套獲利出場。

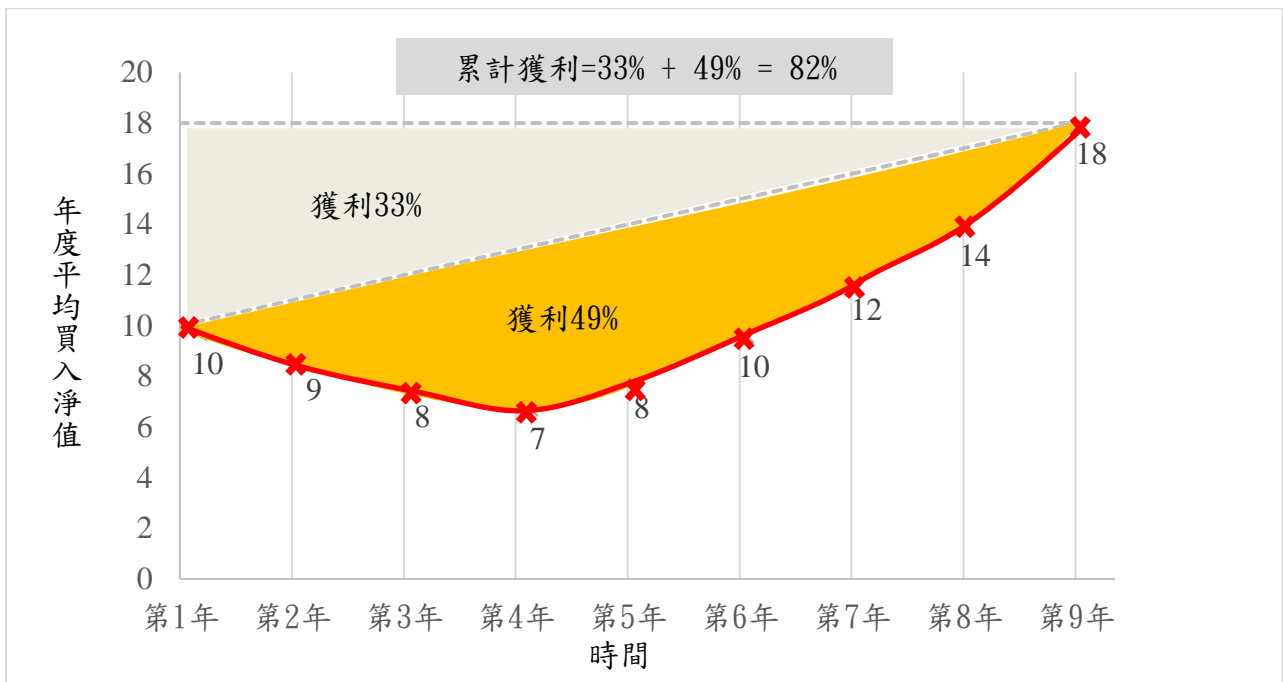


圖4-1-2 微笑曲線相關範例

資料來源：本研究整理

二、與研究相關的實務經驗（二）

（一）時間：2009年11月30日。

（二）購買動機：中國崛起。

（三）第二張投資型保單。

（四）投資標的：JF中國。

（五）繳別：月繳\$10,000元。

（六）過程：持有若干年還曾經負報酬十幾%，因為是第二張保單，對帳戶價值為負，繼續定期定額。轉念為平均單位成本更低，只是“恐懼”與“貪婪”永遠是情緒的兩位好朋友，時常相左右。讓人看到虧損也不得不把月扣\$10,000元改為月扣\$7000元。當時尚未寫此篇論文也未得此銷售心法（訪談銷售達人是建議逢越低加碼扣款金額）。即便是減少繳費金額，繼續執行定期定額扣繳保費，至2015年7月投資\$370,000元，贖回約莫\$500,000元。可賺\$130,000元。卻因為尚有基金在途交易中而無法如願全部解約。後遇2015中國股災（註：2015~2020年中國股災，是中國上海與深圳兩市股市指數短期內暴跌事件（維基百科）景氣反轉，大約只花三周時間，報酬就由原本獲利\$130,000元變成只剩下\$27,000元，全部解約後還原年化報酬率約1.7%，最後，只能用比定存好來安慰自己。

EMAIL :

您的投資風險屬性定位：積極型

保單投資概況：(本表主要是提供保戶了解本保單之綜合投資績效概況)

保單投資概況							
參考/目標保險費(A)	23,700	彈性/超額保險費(B)	368,300	保險費(C)	0	保費/保單附加費用(D)	16,977
保險成本(E)	1,025	保證費用(F)		保單維護/管理費用(G)	8,809	申購手續費(H)	0
轉換費用(I)	0	解約/部分提領費用(K)	0	變現價差(J)	0	部分提領淨額(L)	0
其他費用(R)	0	首期淨保險費延投利息(M)	0	保單投資成本(N)	375,023	保單帳戶價值(O)	0
保單投資損益(P)	0	保單投資報酬率(Q)	0.00%	停利投報率	%	停利通知日期	
				停損投報率	%	停損通知日期	

註：其他費用(R)：贖回/轉出「元大台灣卓越50基金(T050K)」基金之手續費及證券交易稅，與「目標到期債券基金」之投資標的贖回費用，詳細資訊請參閱保單條款之說明。

圖4-1-3 積極型保單範例

資料來源：本研究整理

基於以上經驗，研究者的感知價值並不愉悅（知覺風險、知覺犧牲）還加上投資過程的擔心與害怕，對於銷售投資型保單的銷售意願並不高（再購意願也不高），故在往後的歲月裡，總共只銷售了5張，其中2張為自身的保單。



第二節 主題一的訪談結論

一、訪談對象：購買投資型保單消費者。

(一) 有購買投資型保單經驗：目前已投保投資型保單5年以上，至20年間者（A、B、C、D、E、F、G、H）。

(二) 訪談對象A-H之訪談逐字稿之文本資料用下表(表4-2-1)來呈現。

表4-2-1 對象A-H之訪談逐字稿之文本

對象		A	B	C	D	E	F	G	H
重點	保障			V		V			
	報酬率	V	V	V	V				
	其他因素						出國基金 結婚基金	保費便宜 存錢方式	剛推出 嘗鮮
繳費方式	躉繳		V				V		V
	定期定額	V	V	V	V	V		V	V
操作者	自行配置	V	V	V	V		V		V
	業務員建議		V			V		V	
	類全委								
報酬率	預期	8%	20%	20~40%	30%	5~6%	無	5~6%	10~15%
	實際	2%	小賺	40%	100%	6%	超高	負報酬	25%
保單存續	存在			V	V	V	V	V	V
	解約	15年後	13年後	因為身故					

資料來源：本研究整理

(三) 訪談對象A-H之訪談逐字稿之文本資料，針對不同的購買動機及其認知價值與投資型保單的存續期間之關聯性，編製如下表(表4-2-2)。

表4-2-2 購買動機歸因與認知價值歸因和保單存續期間之關聯性

購買動機	分列以下購買動機	訪談對象	認知價值歸因	保單存續期間
保障	高保額需求：身故保障	H/C	對家人的愛與責任	終身
保障	高保額需求：房貸需求	A/C	保全房屋資產	房貸繳清，契約結束
保險成本	保險成本：保費便宜	E/G/H	對保費便宜的知覺價值	長
投資	子帳戶需求：投資需求	A/B/H	低利率時代，渴望獲致較高的報酬	達到期望報酬，部分贖回或整筆結清
儲蓄	子帳戶需求：儲蓄需求	G	累積財富	長
教育/結婚	子帳戶需求：留學基金需求	F	對子女的期望	長
	子帳戶需求：結婚基金需求		預先準備	
	子帳戶需求：系統性風險	A	戰爭：知覺風險	整筆贖回
保障+投資	保障+投資（雙功能）	C/H	一單兩功能	終身
商品特性	資金的靈活運用	E/H	靈活性／變現性	長
情感	人情保	D	情感支持	長

資料來源：本研究整理

二、研究者發現（一）

投保動機若是為了保障而投保，尤其是規劃高保障者，其保單購買因動機明確，投保持有期間會長，不會輕易地贖回、解約。且透過定期定額時間拉長，均有很不錯的投資收益，投資收益減掉日益增高的保險成本後還是正報酬，對保戶而言，沒有感知到高額保障是自己付費所購買，反而會覺得規劃投資型保單很划算，既可投資賺錢，又送高額保障之認知價值歸因，因而增加其購買信念與信心。雖子帳戶價值，難免會隨著景氣週期，有高有低，有起有落，但若能堅持定期定額扣款，體現投資型保單的真義，其中保障價值的價值性（認知價值：愛與責任），終究可以圓滿自己的生命週期需求，充分發揮投資型保單所帶來的獨一無二的保障功能，發揮守護家人的守門員角色。

三、研究者發現（二）

- （一）帶給家人保障（奮鬥期／責任期無後顧之憂）。
- （二）資金靈活運用（企業／個人資金運轉靈活，隨時可贖回，調度資金不求人）。
- （三）彈性繳費（遇失業／遇困難／遇突然有其他大筆支出）善用彈性停止繳費機制，無損保障權益，保單可繼續維持權益。
- （四）對於有限的資金，透過定期定額，一個月\$2000元，讓社會新鮮人及早啟動投資理財

財觀念，可同時享有保障加投資。一張保單同時滿足兩種需求。

(五) 若是因為人情壓力而投保，以定期定額方式，搭配到對的基金配置，長期20年下來，報酬率2倍或3倍亦有所聞。

(六) 如果是業務員本人來投保，對於投資型保單非常清楚其中投資標的，遇空頭心不亂，繼續定期定額，遇多頭不過度喜樂，不會見好就收，最後終究能看到驚人的報酬率。

四、回答研究問題

(一) 知覺價值與保單長期持有之關聯性

1. 用投資績效的帳戶價值來COVER保險成本，持正面的感受價值是愉悅的(A、H)
2. 用一個月\$5000元，一年\$60,000元，理賠\$1000萬元，保戶感受到付費少而買到高保障，當風險發生，理賠金在償付房貸後並能延續丈夫當初創業之企業營運週轉金，讓女主人在丈夫身故後有時間從家庭主婦學習如何當企業主，在高額保障下，保全了房屋資產、子女受教權、企業營運金與安置家人的生活費用，充分體現購買投資型保單的保障價值(C)
3. 投保6年以上，保險公司分享回饋金，讓保戶感受知覺利益是愉悅的(E)
4. 投保6年後，沒有什麼保險費用且保戶感覺穩穩地每年都有6%報酬可賺是愉悅的(E)

小結：均因為投保動機明確，清楚為何而買，有強烈知覺價值繫於其中造成能長期持有的原因。

(二) 了解投資型保單的商品特性消費者是否認知清晰與是否懂得行使相關契約權利如：

(調整保障、轉換基金、彈性繳費)

1. 認知清晰者：A、B、C、F、H(其中不乏有保戶B與C)
2. 認知不清晰者：D、G、I、J、K(其中不乏有業務員J與K)
3. 由不清晰而越來越清晰者：E

小結：並非業務員都懂得操作投資型保單，即便拿到投資型商品專業證照，亦需實務操作藉以累積更多操作經驗而成為精熟此類商品之人。並非客戶就不嫻熟此商品，與個別對投資理財的興趣濃厚、投入研究的時間越多與財經知識攝取越多，其對商品之操作會越發精熟。

(1) 有調整保額(C): C由初始保額300萬調整為500萬(因子女教育、責任)再調整為800萬又再調整為1000萬

(2) D因為訪談才了解到原來保額是可以調整的

(3) 有轉換基金(A、B、C、F、H):

通常會執行轉換的原因是基金績效一直不好或一直往下跌

E沒有轉的原因是正與負相抵下還有正報酬，故不用轉換基金

F利用景氣循環2~3年轉1次

G沒有轉是因為一開始不知道要轉，再來不知道程序上要怎麼轉，最終還是不会轉

H感覺景氣往下走時，會先獲利了結後，轉換至產業循環股或景氣循環股

(三)了解投資型保單投資功能最終有達成期望報酬嗎？

有達到期望報酬(C、D、E、F、H)

訪談8位，有5位達到期望報酬率，代表投資型保單不失為很好的投資理財工具，在長期持有下，大多數均能達到所期望之報酬率。

(四) 報酬率高低會影響持有期間嗎？

不會，他們大多擅於操作與關心自己的錢或願意長期持有或定期定額執行扣款，長期下來報酬率為正，只是報酬率約為2%~3%差強人意，比定存好一些，這樣的報酬率會促使他們去解約而找尋其他理財工具來獲致更高的報酬率(A、B)。而那些購買原因是知覺價值明確且長期投資下來同時符合期望報酬率才是讓這張保單長期持有下去的原動力而繼續持有下去(C、D、E、F、H)。

第三節 主題二的訪談結論

一、主題二: 有購買投資型保單經驗: 6 (含) 年以下, 中途解約者

表4-3 對象I-K之訪談比較表

重點 \ 對象	I	J	K
購買動機	1.人情 2.保障 3.閒置資金	1.業務員自己購買 2.體驗 / 佣金自己賺	1.業務員自己購買 2.體驗 / 佣金自己賺
解約原因	1.報酬率不佳 2.購買年期太長	1.績效不好 2.從眾性: 別人也在解約	1.績效不好 2.情緒已經嚴重被影響
解約關鍵因素	前置費用太高了	績效不好 / 無專業	想回到平靜無憂的生活
購買心得	1.要花很多時間來研究 2.沒有研究就很難獲利	1.很後悔解約 2.在意那 200 萬壽險	1.漲時: 買賣方皆大歡喜 2.跌時: 社會態樣, 怨念四起, 哀鴻遍野
建議 (給消費端)	1.投資型保單: 向人壽通路買 2.享有專業服務與資訊提供 3.理財型商品: 銀行通路買 4.簡單, 不需要人員解說	1.體驗感差 2.不願銷售	1.體驗感差 2.不願銷售
建議 (給銷售端)	1.將商品結構講清楚 2.了解客戶之屬性, 慎選標的 3.提供更多資訊, 讓客戶了解投資現狀, 而非客戶自己找資訊	1.要充分了解基金: 解釋績效與基金對帳單 2.就算是銷售全委, 也要有服務的能力	1.說清楚, 講明白 2.勿利用保戶的信任度擅專恣意, 代其操作、轉換、贖回, 製造糾紛
再購意願	無 原因: 沒興趣	有可能	無 原因: 臨退休, 不想心煩心繫不確定風險工具

資料來源: 本研究整理

二、研究者發現

(一) 對於只在乎投資子帳戶：投資績效而購買者

績效若達預期報酬率，容易解約出場（目標達成）（終究擋不住人性：貪婪，獲利一定要了結，太快太早贖回反而總是無法賺到更大波段的報酬率且投資型保單的特點就是在第6年起通常前置費用降低了，這時反而是享有低費用不論是自己操作或全委操作或類全委操作，都能在長期體現到投資型保單的好處，如回饋金。

績效若沒有達到預期報酬率，更容易解約出場（目標未達成）（終究擋不住人性：恐懼，一看到跌深的帳戶價值，怕越跌越深，越虧越多，最後拿回來的錢更少，於是立馬解約。

(二) 只要是單筆躉繳又同時遇到市場在反轉又加上投資型保單在前三年的費用率很重，績效不好是必然。對於只在乎投資子帳戶的消費端，恐懼的陰影，已經無法透過跌深再加碼單筆或定期定額提高扣款，非理性消費者或非專業人士通常的做法就是解約出場，認賠了事。

(三) 只要是單筆躉繳又同時遇到市場在反轉又加上投資型保單在前三年的費用率很重，績效不好是必然。但因為看到負報酬，很多的業務員不敢勇於面對客戶，怕客戶抱怨，客戶本身也無專業知識來做基金轉換或配套，面對跌跌不休，帳戶價值每況愈下，不知所措，不想越虧越深，只好忍痛認賠出場。

(四) 虧損的認知價值為知覺犧牲，實際所得和付出不成正比，故對於後續就算是有新的投資型保單問世，影響其再購意願。

三、回答研究問題

(一) 知覺犧牲與保單解約之關聯性

(I)：當一年投資\$100,000元，扣掉一半50%，前置費用\$50,000元，察覺要幾年都不見得能打掉費用賺到錢，故提早下車，這是一年期，還不到一年，看到帳戶價值是負的，就解約了。

(J)：績效一直不好，乾脆解掉，但一解就後悔，因為裡面有200萬壽險，是我需要的，自己錯了，很想重新把它買回來，對保障部分很後悔。

(K)：因為一直在跌，情緒受到很大的波動。

小結：業務員簽約前若沒有清楚定義投資型保單的樣貌，就會容易發生I所發生的問題且是所有投保投資型保單前三～五年都是前置費用高，只是各保險公司收取的%數不同而已！若要獲利多半要6～10年以後，若沒有打算長期持有，只想短期投資短期獲利股票比較適合，投資型保單不適合！

即便J與K是壽險行銷人員也深知投資型商品之特性，但是只要季報表出來一看虧損，尤其是走空頭市場，每季報表來，發現越虧越多，知覺犧牲之不適感如猛虎出柙，一股腦兒只想解約，拿回剩餘的錢(。無法有正確心態(接受負報酬)、有技術來操作空頭市場(還要繼續定期定額或加碼定期定額扣款)(非常違逆人性，人性都買紅賣綠追高殺低)、有多餘閒置資金(通常到這裡，多數人已經彈盡援絕)，故要能掌握投資型保單各方條件都要能配合。

(二)隨年齡日增而增高的保險成本之感受

(I)：因為是人情，理專沒特別強調保障，也沒強調保險成本是低的。

(J)：保險成本一年約\$3000～\$5000元，我還可以接受。

(K)：保額安排最低，壽險均已足夠，沒有很大困擾。

(三)報酬率差會影響持有期間嗎？

自我感受差(I、J、K)並受他人解約而跟隨著解約(J)

小結:(I)只覺報酬率差就解約

(J)是看同事解約也跟著解約

(K)把虧損當作是認識“風險”的代價，解約後生活才回復正常與平靜

故投資型保單不是股票也不是純基金，不能只用報酬率的視角來看它，會失真失準於此商品的定義與購買價值，是故不理解商品定義與購買價值的人很容易因報酬率差而解約離開。

第四節 主題三的訪談結論

一、主題三：無投資型保單經驗：曾經考慮過購買投資型保單，最後卻沒有採取行動者。

表4-4 對象L及M之訪談比較表

重點 \ 對象	L	M
接觸渠道	1.保險業務員 2.保險經紀人	1.財經節目 2.電視、新聞 3.朋友、保險業務員
不購買關鍵因素	1.已經向銀行理專購買基金 2.保險業務員無法把投資型商品信念傳達清楚，讓消費者感受清楚，感受其專業 3.已經找到極低甚至免費用之基金平台，自己來操作 4.多元理財管道	1.風險屬性測試：穩健型 2.對風險承擔最高5% 3.很難完全相信業務員說的話而不查證
競爭通路	1.銀行理專 2.鉅亨網 3.基富通	
會考慮購買的因素	1.業務員的專業度 2.特定商品：有特色、有獨特性	業務員的專業度 業務員提供資訊，自己再來研究

資料來源：本研究整理

二、研究者發現

- (一) 如果業務員在銷售投資型保單時，讓消費者感受到不專業的話，會產生不信任感，轉而會去選擇其他可被信賴之業務員、理專、基金平台。一旦自己擅長操作基金，而先前購買的保障又已經足夠，就會很難來購買投資型保單。
- (二) 個性太保守的消費者，可能不會是投資型保單的銷售對象，因對風險承受度太低，推傳統型儲蓄險或以外幣計價之非投資型商品會比較適合。
- (三) 專業是銷售唯一的利器，銷售端只有打造專業的理財知識，具有國際觀與世界觀，並擅長定期定額操作與逢低加碼定期定額或單筆，懂技術操作及職業素養才可以立於不敗之地。
- (四) 特色商品是值得著墨與強化的方向，讓產品更具吸引力與競爭性。

三、回答研究問題

(一)無投資型保單經驗的原因為何？因為無知還是保守還是無管道？

(L)：都不是，是因為業務員專業度不夠，又因為業務員推銷之前已經和銀行理專有所接觸，有專人可供諮詢且基金下單操作方便，兩方比較，理專服務勝出，故選擇的是購買銀行端賣出的基金而非保險業務員賣出的投資型保單。

(M)：在網路平台測試風險屬性為穩健型，容許最大風險為3~5%，超過5%就會完全無法承受，故光聽到“投資”型保單投資兩個字，就覺得是有風險而不敢買。

(二)了解投資型保單業務員之專業度是否是造成消費者不購買之關鍵因素

(L)：是關鍵因素

(M)：可能會，但不會是影響的主要因素

(三)其他理財工具的多元是否替代了投資型保單

其他多元理財管道造成L不會購買投資型保單，除非遇到極為專業之業務員可以把商品完全介紹清楚才會有所改觀又或只有保險公司單獨推出的商品，其他平台買不到，就會考慮購買。

多元理財管道、長壽風險、朋友推薦、業務員建議均會影響M購買投資型保單的意願，只是業務員建議，會請業務員提供相關產品資料或資訊，自己再來好好研究。

小結：投資型保單是複雜度高的商品，適合與消費者一對一面對面當面闡述清楚商品輪廓與相關規定相關費用率之說明與釋疑，絕非只提供商品目錄或計劃書給消費者自我解讀，而通常只提供目錄或計劃書選擇自己看的消費者而最終會購買亦是少的，最好的方式是開啟面對面晤談才是敞開心接受投資型保單觀念的開始喔！

第五節 投資型商品銷售達人之訪談對話與訪談結論

表4-5 對象N及O之訪談比較表

對象 重點	N	O
資訊	54歲，男性，已婚，保險年資22年，業務經理，年收入300萬，銷售年資15年	58歲，男性，已婚，保險年資31年，區經理，年收入220萬，銷售年資15年
經驗	銷售張數100張以上	銷售張數75張以上
投資型保單 商品定義	<ol style="list-style-type: none"> 1.保障優先 2.投資為輔 3.銷售端：一開始銷售就要講清楚說明白 4.消費端：了解清楚後再投保 	保障+投資 步驟： <ol style="list-style-type: none"> 1.先分析保障需求 2.兼顧投資的需求
市場趨勢	<ol style="list-style-type: none"> 1.傳統型終身壽險保費太貴了 2.年輕人收入有限，若要高保障低保費，傳統型壽險很難做到，只有投資型保單可以滿足年輕人對高保障的需求 	<ol style="list-style-type: none"> 1.保單預定利率低，傳統儲蓄險已不具吸引力 2.這2年股票漲，投資市場氛圍一片熱絡
投資基金的 盲點	<ol style="list-style-type: none"> 1.多頭時拼命進場：或許會賺 2.空頭時拼命砍單位數：一定賠 	為了獲得較高的報酬率，而在做投資屬性分析時去相對應的填答得到積極型的分數才能購買股票型基金，而事實上其可能是穩健型，對風險承擔能力較弱
避免銷售的 對象	<ol style="list-style-type: none"> 1.沒有保障需求的人 2.年紀太大的人 	<ol style="list-style-type: none"> 1.沒有保障需求的人 2.年紀較大的人 3.保守又求安穩的人
操作方法	<ol style="list-style-type: none"> 1.先把欲投入的資金分成2~3份。 2.以定期定額方式入場，長期投資，若帳面價值已經累積很大一筆退休金，則轉為年金來確保老年安穩無憂的生活。 3.以定期定額入場，多頭時，怎麼買怎麼賺，獲利達30%時會贖回。 4.空頭時報酬率負15~20%，則提高扣款金額 	<ol style="list-style-type: none"> 1.以定期定額入場，區域型獲利達20~25%時會贖回。全球型基金獲利15~20%時會贖回。贖回後又繼續定期定額。
基金轉換的 使用	以景氣循環週期為主2~3年一循環。	<ol style="list-style-type: none"> 1.較少轉換 2.贖回後先把資金進貨幣帳戶等待時機入場 3.會定期檢視客戶的基金配置是否太差，太差則汰換到其他的基金

對象 重點	N	O
基金的特點	<ol style="list-style-type: none"> 1.一檔基金，基金經理人已經挑選 50~80 支股票，基本上已經分散風險了 2.對於一籃子股票中，如果表現不好的股票亦會被基金經理人予以剔除。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.定期定額扣款，就已經達到分散風險 2.積極型，多數配置股票型基金，單一產業或單一國家或單一區域，風險高，期望報酬也高 3.穩健型，多半配置股票型基金加債券型基金，股債合一型或全球型基金，風險適中，期望報酬適中。 4.基金方向正確，掌握低檔不停扣，終究會有不錯的報酬
貨幣帳戶的功能	<ol style="list-style-type: none"> 1.高點贖回基金的資金停泊港 2.有台幣、美元帳戶 3.有計算利息 4.有投資機會出現時，有資金的來源。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.贖回的資金，短暫停泊用 2.若有投資機會，可將貨幣帳戶的資金，分批出來投資
市場法則	不會永遠往上，也不會永遠往下。市場總是上上下下。	<ol style="list-style-type: none"> 1.高基期：應贖回 2.贖回後：轉低基期
適合購買的人	<ol style="list-style-type: none"> 1.沒時間研究的人 2.注重家庭生活品質的人 	<ol style="list-style-type: none"> 1.既要有保障又想要有投資的人
給不銷售者的建議	<ol style="list-style-type: none"> 1.自己買 1 張，培養認知。 2.聽演講、吸收財經專業知識 3.準備一筆緊急預備金，讓生活更穩健 	<ol style="list-style-type: none"> 1.自己買 1 張，對自己的錢才會關心 2.對投資理財要有一定程度的認識 3.清楚國際局勢與趨勢的變化 4.把前置費用，講清楚，說明白，減少認知偏誤，避免糾紛 5.分析基金與投資型保單的差異性與優缺點 6.銷售後要保持與客戶的聯繫與關心其基金的績效與現況

資料來源:本研究整理

一、回答訪談問題

想藉由訪談來了解其個人之銷售觀念與銷售流程及售後服務方式，在第五章結論三、透過深度訪談洞悉投資型保單銷售達人之銷售心法有完整總結。

第五章 結論

本研究為洞悉消費者知覺價值來提升業務競爭力為研究主題，以投資型保單為出發，從消費端的視角重現投資型商品之知覺價值，讓業務員透過本文來理解商品真正價值之所在與學習到銷售達人之銷售技能並得以調整個人心態來克服投資型保單之投資子帳戶 - 基金帳戶價值隨市場波動視為市場常態並培養能力來順應投資型保單在投保過程中會面臨的問題，可以像銷售達人般已經成為內化的銷售潛能。俾以投資型保單來協助保戶在投資理財之區塊可以在已備保障下，透過投資績效來圓退休規劃、財富累積、富貴傳承的夢想。

以下總結四個研究問題

一、從文獻探討總結投資型保單之商品特性

(一) 保障特性

投資型保單，保障部分可以提供最終費用準備、未償房貸債務準備、子女教育金之確保、家人生活費用之確保，藉由保額安排落實愛與責任抽象定義，進而達到資產保全、幼有所養、讓保險金來幫我們照顧最愛的家人。

(二) 靈活特性

(1) 繳費上的靈活:

投資型商品之變額萬能壽險，可以彈性繳費，當生命週期來到結婚、生子、購屋、子女補習費用支出、家庭裝修房子、購車、子女上大學··等大筆費用支出時，可以暫停繳保費，直到想要恢復繳費時再繳費，只要帳戶價值夠扣保費費用、保險成本、帳戶管理費，此保單便繼續有效，有別於傳統壽險若不繳費就會被自動墊繳或停效或停效滿二年而失效，是非常不一樣的。

(2) 調整保額的靈活:

投資型保單，可以隨著個人家庭責任之加重、企業之擴展而提高保障金額，反之，亦可以因責任完成而降低保額，一張保單充分體現保額的需求。

(3) 資金運用的靈活:

對於個人或企業主來說，平時投資養帳戶，一旦看到帳戶價值的超額報酬，便會部分贖回拿來清償債務或做為某特殊目的之資金用途，例如：購屋自備

款或全家出遊歐洲之旅遊基金，在資金的運用上是極為靈活的。

(三) 代操特性

子帳戶所連結之標的如：共同基金、ETF、債券與股票等，並非人人均會操作，對於不善長選擇標的和沒有時間操作的人，可以交給全委來操作，這樣做可以節省自己的時間且投資交由專家代操，投資績效會在一定的水平之上，長期報酬可期，報酬率穩健。

(四) 退休規劃工具

若想確保老年生活費用不虞匱乏，可投保變額年金險。又或年輕時與中壯期先投保變額萬能壽險，待家庭責任已了及長期下來投資帳戶已累積一大筆資金，此時因家庭責任已了已經不需要高保額，反而是面臨退休養老之問題，此時，就可以把先前累積的帳戶價值來轉年金險，確保老後生活安適穩健

二、透過深度訪談掌握投資型保單之購買動機與知覺價值

重要因素有知覺價值、知覺價格、知覺犧牲、知覺風險、社會因素、心理因素、技術因素依序說明如下：

(一) 知覺價值

不外乎想要買保險的同時又可兼顧投資，沒有其他投資工具，可以用一種商品來完成兩種功能。對於初入社會預算有限與身扛家庭責任的消費者可以以低保費支出而擁有高保障又可以同時進行投資，及早進行，累積財富。此外便宜的保險成本會讓保單持有者感受到壽險公司惠而不費的壽險保費並願意安排較高的壽險保障，這樣對國人長期以來的平均壽險保額不足有大大提升的效果。都希望在低利率下，投資型保單能帶來較高的獲利，帶來更好的生活。

(二) 知覺價格

投資型保單，月繳\$1500元，便可開始進行投資，低保費低門檻，是人人都買得起的保單。且投資組合可以挑選數檔基金，與在基金平台或銀行購買，一支基金至少月扣\$3000元。投資型保單顯得實惠多了。

(三) 知覺犧牲

前幾年被壽險公司收取的費用率，若是銷售端沒有從一開始完整介紹投資型商品會收取的相關費用、前置費用、隨年齡而增高的保險成本、帳戶管理費...等，一旦保戶短期急用資金，而辦理基金贖回，就會發現帳戶價值少，被壽險公司收取很高的費用率而不舒服，有被消費之嫌疑，對銷售端與商品產生不信任感，日後要再購買或敞開心胸來接受投資型商品，心中定會再度浮現知覺犧牲的感知。

(四) 知覺風險

不是每個消費者都可以成為投資型保單的銷售對象，舉凡保守、害怕風險的人均應該要避免銷售給對方，他們購買了投資型保單非但無法參與投資、學習投資，反而被負報酬攪亂了原來的生活秩序與心情，造成極度的不舒適感，沒投資沒事，一旦投資生活全變了調。

(五) 社會因素

開賣之初，媒體的推波助燃，讓很多人抱持著跟上流行嘗鮮買一張試試看的想法，又有些人是朋友推薦不好意思拒絕而購買，有些是身為業務員身先士卒，用自己的親身體驗來認識、理解與銷售。但有的業務員在沒有全盤了解或略為了解下便大肆鼓吹購買，對於消費者再往下提問更專業的問題卻是避重就輕的回答，讓消費者感受到不專業而轉向認為較為專業的銀行理專來購買，可見業務員專業與否也是考慮購買投資型保單重要的關鍵因素。

(六) 心理因素

這幾年投資型商品的費用率和剛推出2003年及2008年時相比，已明顯變低，這對於銷售投資型保單更具商品競爭力。

雖投資型保單賦予每年約10次免費轉換基金標的，但大部份投資人是按照景氣循環週期約三年再做檢視與調整。或已經至高點時會停利並轉換至低基期且有未來產業成長性的基金。

(七) 技術因素

買投資型保單最艱難的地方就在於技術，如果口袋夠深並相信它是很好的資產配置，雖沒有操作技術但最後獲利亦大有人在。也有人是因為買了投資型保單，因為關心投資績效而努力學習財經知識，讓自己永遠參與經濟脈動了解產業變化，對個人財務智商亦大大提升。善於投資的保戶總能在適當時機做出適當的因應措施，例如：

系統風險會整筆贖回，非系統風險則會繼續定期定額。也有看到長期績效不好，而把基金標的予以置換標的而改善了原先一直不獲利的狀況。但是大部分的保戶，把投資型保單當保險一般看待，買完後就置之不理。等日後看到季報表對帳單，才驚覺帳戶價值只剩下幾成，而向業務員抱怨及向財團法人金融消費評議中心申訴，但因投資型保單商品本身特性便是標榜「盈虧自負」，終究最後投資標的績效好壞的責任還是落在消費者的身上。這當然衍生不少的誤解與糾紛，也是造成眾多業務員不想銷售的原因。亦是造成投資型保單從一開始自行選擇投資標的到全權委託到類全委，保險公司最後選擇只賺手續費，將操作技術與責任轉嫁給投信投顧公司來承擔。

三、透過深度訪談洞悉投資型保單銷售達人之銷售心法

訪談不同的投資型保單銷售達人所得到的觀點竟然幾近完全相同，這代表銷售此類商品是有跡可循的，是有珍貴經驗值被解構出來作為銷售依據的。他們共同的做法是：

1. 均以保障為先，投資為輔
2. 在銷售流程部分會先做以下分析
 - (1) 分析保障缺口：安排保障額度-屬性分析-保守型-購買傳統型保單。
 - (2) 分析保障缺口：安排保障額度-屬性分析-穩健型或積極型-購買投資型保單。
 - (3) 沒有保額需求：購買純投資的類全委投資型保單。
3. 投資型商品說明態度：講清楚，說明白
揭示費用率有目標費用率、保險成本、帳戶管理費，它們收取的金額、繳費的彈性與繳費方式及短期解約會遇到的問題與虧損。
4. 投資型保單操作技巧
把預算分成2~3筆，以定期定額方式扣款，多頭市場，長期績效向上。盡可能按照人生目標，如退休規劃去累積基金之帳戶價值，累積到一定的退休金水位時，再轉年金型商品，保證隨著年齡撥付年金，讓退休生活無後顧之憂。
 - (1) 多頭時，全球型基金若獲利至15~20%時會贖回。
 - (2) 多頭時，區域型基金若獲利至20~25%時會贖回。
 - (3) 多頭轉空頭時，贖回進貨幣帳戶，等待時機再予以進場投資。
 - (4) 多頭轉空頭時，把淨值高的基金，轉換佈局到負20~30%的基金，而此基金已經在歷史低點或谷底，而此市場未來性亦是被看好的市場。

空頭市場時，先檢視標的如何，是否應該予以轉換，確定好標的，定期定額扣款，單位淨值越買越便宜，單位數則越買越多，若跌至負15~20%，則加碼月扣金額。再跌至25~35%，則再加碼月扣金額。經過一段時間或時間拉長，終究可以看到正報酬或超額報酬。

5. 市場鐵律

低檔不停扣（定期定額）+投資子帳戶-共同基金績效最終向上特性。

6. 業務員角色

銷售別人前，自身必先參與，多涉略財經知識、專業演講培養厚實自己的財務諮商能力，定期與客戶交流和互動並適度地關心其投資績效，當客戶有問題要問時，診治問題，提供意見參考。

四、探討當前投資型保險之銷售缺口並提出實務銷售之改善策略

1. 業務員永遠都要與時俱進，不斷充實理財知識才能永保新知提供最新最正確的訊息給消費者，恪遵業務員善盡告知之本務，告知是業務員的本分，選擇是客戶的權利。
2. 業務員不可貪圖便利，便宜行事，事先簽好客戶端未來欲變更的待辦空白文件，許多問題便由此而起。
3. 業務員6小時法令遵循數位課程，每年定期線上上課，把法令烙印在心並以行為確實落實。

壽險公會要求各會員公司通報教育訓練計畫，對業務員訂有訓練課程與訓練時數（第1年度應接受9種課程30小時，第2-5年度有12種課程每年度至少排定12小時接受訓練，相信這對於提升業務員專業素養會有很大的幫助。

英國文學家狄更斯曾說過的名言：這是最好的時代，也是最壞的時代……。這是一個最繁華的時代，這是一個最蕭條的時代，我們永遠在時代的夾縫裡徘徊、掙扎、踟躕獨行，天上地下人間更彷彿找不到立足之地。至2022年5月8號，俄烏戰爭已長達74天未見停止。美國聯準會已決議升息2碼，預計未來還有多次升息機會，中國無畏對GDP所造成的影響仍然堅持動態清零，這些事件紛沓而來，造成投資市場更形複雜而難以預測，全世界多數國家正面臨著高通膨與股票市場的大幅修正。雖說每一次的修正，就是買點，就是資產重分配的機會，重點是口袋與膽識都要一樣深和強！

現今台灣社會環境也面臨1.薪資成長幅度有限，加薪困難 2.房價居高不下 3.國內通膨

壓力日增 4.低利環境 5.高齡化社會 6.少子化，以上現象確實會造成民眾覺得薪資太少、房價太高、物價太貴、養老無望。若擅於操作投資型保單就可以透過投資型保單來創造更多收益，帶來更好的生活品質並長期累積財富讓自己擁有一個「晚美人生」，使長壽風險是一種祝福也是人生幸福。

保險業務員的使命就是成為客戶信賴的全方位投資理財與風險規劃師，相信擁有了投資型商品的專業技能，能洞悉消費者購買投資型保單的知覺價值，就等於完善了客戶在生命週期各個階段所需的規劃與服務，實現富足美好的社會！邁向禮運大同篇的大同世界！而本論文所貢獻之最大價值就在此處。



參考文獻

- 丁誌紋、陳水勝、何嫻婷、陳淑娟（2018）旅遊知覺風險、保險知覺價值與投保行為之研究，南華大學旅遊管理學系副教授、南華大學企業管理系所教授、南華大學企業管理系所博士生、南華大學旅遊管理學系碩士。環境與管理研究 第十九卷第二期，P17-P30
- 王洪棟、廉趙峰（2010）基金規模對績效影響有多大？《卓越理財》第10期
- 王靖媛（2007），壽險業投資型保單之投資組合風險值研究與績效評估，屏東科技大學財務金融研究所碩士論文
- 王輝、陳立文、楊艷芳（2004）投資組合風險的分散化研究，數理統計與管理，23卷1期（2004/0101），P53-57
- 王麗薰（2013）重大事件對於股市與投資型保單的衝擊關聯性，上海財經大學金融學院，財金論文叢刊，第十八期，16-35
- 白芳華（2002），基金投資人之錯置效果：臺灣地區實證研究（Doctoral dissertation）
- 朱竹元（2022），公司治理與企業社會責任，國立台灣師範大學EMBA教授
- 江瑞雄，2002，壽險業經營投資型保險之研究，淡江大學保險學系保險經營碩士論文
- 何苔麗、徐慧霞、陳照森、鄭淑賢（2012）銀行投資人購買共同基金影響因素之研究；中華科技大學學報；50期，P191-214
- 何雍慶、林美珠（2007）電子商務顧客網路購物知覺價值因果關係之研究－以國內大專生為例。國立中正大學企業管理研究所教授、南開技術學院企業管理系講師。顧客滿意學刊 第三卷第一期P61-P96
- 投資型保險商品業務員訓練教材
- 李玉珍（2006），壽險業投資型保單之投資組合風險與決策評估，中原大學企業管理研究所碩士論文
- 李致豪、唐明月、許和鈞（1997）開放型共同基金累計報酬率與傳統績效指標之研究，國立交通大學管理科學系所
- 李湘筠（2010）金融海嘯對台灣股票型與債券型基金差異之研究，中原大學國際貿易研究所碩士論文
- 周百隆、林佳君（2010）「投資型保險商品效率投資組合之研究」，風險管理學報。12卷1期(2010/05/01) P69-8
- 周百隆、林佳君（2010）「投資型保險商品效率投資組合之研究」，風險管理學報。12卷1期(2010/05/01) P69-89
- 周奇勳、林長利（2016）債券型基金定期定額投資與單筆總額投資績效分析，管理資訊計算，P45-60
- 林友雯、鄭雅芳、賴鈺城（2005），銀行財富管理業務與投資人理財需求之研究－以高雄市投資人為例，貨幣市場第9卷第6期。
- 林怡秀（2009）處於全球金融風暴環境中的投資者對金融商品選擇之決策分析－AHP分析方法之運用
- 林金定、嚴嘉楓、陳美花（2005）質性研究方法：訪談模式與實施步驟分析，國防大學國防

- 醫學院公共衛生學系暨研究所；財團法人中華啟能基金會附設台灣智能障礙研究中心；
實踐大學民生學院家庭研究與兒童發展研究所，身心障礙研究季刊，3（2），P122-136
- 林紹凱（2022），趨勢主題投資策略，富達投信，財經起床號專訪
- 林聖智（2012），國內一般型基金費用之相關分析，中正大學財務金融研究所碩士論文
- 邱顯比（2007）熟悉度與投資行為偏誤：探索本地偏誤、錯置效果及過度自信之交互效果，
國立臺灣大學財務金融學系暨研究所
- 唐維菱（2010）國內股票型基金績效持續性之探討，義守大學資訊管理學系碩士論文
- 孫中玠（2006）：台灣股市投資人之人格特質、影響投資因素對投資型態、投資績效之相關
研究。大葉大學國際企業管理學系碩士論文。
- 財政部保險司「投資型保險商品管理規則」第三條 90.12.21修正
- 高泗龍（2008）傳統壽險通路經營投資型保險策略之研究，碩士論文，元智大學管理研究所。
- 張文武、賴靜美、李君屏(2016) 何人、何時、何處購買投資型保險較有利？證券市場發展
季刊28卷4期（2016 / 12 ），P93-128
- 張哲豪（2014），「投資型保單決定因素之探討」，碩士論文，台灣大學經濟學研究所。
2014。1-44
- 張耀欽（2012）投資行為分析與建議. 清華大學高階主管經營管理碩士在職專班學位論文, 1-
47
- 許重博、施智耀、姜天瑞，台灣金融風險與報酬衡量模型之個案研究 - 以投資型商品為例，
全球管理與經濟；3卷2期（2007/12），P39-66
- 陳乃瑜（2004）大專學生從眾行為對外食購買決策影響之研究（Doctoral dissertation, 撰者）
- 陳儒賢、呂敏菁（2017）伴手禮消費者從眾行為、知覺利益與忠誠度之關係研究 - 以台南市
玉井區芒果乾為例，台灣首府大學休閒管理學系 副教授、台灣首府大學休閒管理學研究
所 碩士，環境與管理研究，第十八卷第二期P21 - P47
- 陳鴻文、林英星（2017）投資型保單類全委投資帳戶與一般組合型基金的比較，全球管理與
經濟；13卷1期（20017/06/01），P55-72
- 陳鴻文、林英星（2017）類全委投資型保單績效之影響因素分析，華人經濟研究15卷2期
P35-46
- 麥瑋玲（2001）投資型保險商品經營策略之研究
- 傅英芬、劉海清（2014/10/01）基金規模與投資績效-投資方式之觀點，中原企管評論，12卷
2期，P51-69
- 傅澤偉、林曼莉、沈孟賢（2006）公開資訊與基金特性對股票型基金績效之影響，真理財經
學報15期（2006 / 12）P47 - 76
- 黃淑專（2012）銀行保險發展趨勢之研究 - 以投資型保單為例，國立暨南國際大學高階經營
管理碩士論文
- 黃淑淑、邵筱芸（2010）利用願付法探討投資型保險商品購額與收入之關係，美和科技大學
企業管理系；美和科技大學經營管理研究所
- 楊青毓（2011）影響理財意願與風險性資產配置之因素：〔察覺 - 動機 - 能力〕觀點P1-91
- 楊雪蘭、李明輝（2014）變額萬能壽險之購買動機與認知差異，管理資訊計算，第3卷第1期
（2014 / 03 ），P48-66
- 萬文隆（2004）深度訪談在質性研究中的應用，台灣師大工業科技教育系博士生，生活科技

教育月刊37卷第4期

- 葉智丞、詹瓊玲（2015/06/01）投資人的人格特質、投資策略、風險態度與心理偏誤：論影響基金績效關鍵因素，嶺東學報；37期，P151-179
- 董采苓（2006）國內投資型保險為何熱賣？現代保險月刊，2006.06.01
- 壽險公會「我國投資型保險商品發展介紹」P1-11
- 壽險公會「投資型保險商品業務員訓練教材」
- 劉文良、湯宗泰（2007）消費者對行動加值服務之付費意願，國立雲林科技大學；環球技術學院商務科技管理系 電子商務學報第九卷第三期P577-P598
- 劉禧寧（2006）國內投資型保險為何熱賣？現代保險月刊，2006.06.01
- 蔣世平（2010）共同基金投資人的人格特質對投資行為影響之研究，P1 - 64
- 盧嘉梧、吳世晶「恐慌指數與投資型保險：台灣壽險業實證研究」，輔仁管理評論。25卷3期（2018 / 09）P1-27
- 蕭妤真（2014）臺灣壽險公司之資產配置，產品策略與績效，P1 - 41
- 薛品嶸（2008）設定停損或停利對投資者行為之影響，P1-42
- 簡淑綺（2007）我國投資型保單熱賣之探討，臺灣經濟研究月刊30卷7期（2007/07），P34 - 40



附錄

一、主題一訪談的文字稿

(一) 訪談對象A

1. 性別:男，年齡62歲，2位子女已成年(31女；26男)
2. 年收入280萬，壽險顧問年資32年
3. 職稱：區經理，購買投資型保單15年後出場

(二) 訪談地點：T保險公司17樓交誼廳

(三) 訪談時間：2022/03/03下午1：30 - 2：30

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？

A：低利率時代，想獲取高報酬。

2. 投資型保單的商品類型？變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險

A：變額萬能壽險。

3. 您是採躉繳？躉繳保費多少？定期定額？定期定額保費多少？

A：採定期定額，每個月\$5000元。

4. 您的初始保額是多少？可曾隨著人生周期而調整過保額嗎？什麼情況下使您調整保額？對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是？會影響您對保單的持有嗎？

A：300萬保障，無調整保額，只有在房屋貸款金額降低後才會把保險金額跟著降低下來。對於年齡越高，保險成本越高，如果是賺錢的，淨值高會表現在帳面價值上的獲利，這時報酬率足以來繳保險成本，那就會繼續維持高保障。如果此時淨值變動不大，就會維持保額或降低保額。一旦淨值往下，就一定會調整下降保額了，因為不想花到自己的錢來繳高額的保險成本。保險成本吃掉了報酬就會選擇解約。

5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼？

A：在繳房貸時提供安心的保障。

6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操？

A：在 2007年時空背景下，沒有類全委，是自己配置，參考與學習資訊均來自於Fun Dj。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6

次免費用之優惠而加以善用嗎？

A：當多頭市場轉空頭市場時，考慮到招攬變少，收入降低，於是會採取做法：

1.保額提高，保費增加 2.股票型基金轉債券型基金。

8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？

A：沒有。買基金要有非常強的執行力，繼續定期定額扣款，在低淨值購買的單位數，遇到強彈的時刻會有效果。

9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？

A：8%；否，目前2%。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

A：會設，設8%，期間是7~8年，比定存好就好。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

(2) 整筆贖回（設停損點）。

(3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。

(4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。

(5) 繼續定期定額。

(6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。

(7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

A：如果是發生系統性風險：戰爭，就會選擇（2）整筆贖回（設停損點）；如果是非系統風險：就會選擇（5）繼續定期定額。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

A：一場遊戲，一場夢，贖回的錢拿去買房子去。

(一) 訪談對象B

1. 性別:女，年齡55歲，3個女兒（26/24/18歲）
2. 家庭年收入80萬，有2間桃園南崁的房子
3. 職稱：家庭主婦，先生：上班族，購買投資型保單13年(96~109年)後出場。

(二) 訪談地點：B的家裡

(三) 訪談時間：2022/03/03下午4：00~5：30

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？
B：業務員專業的介紹。認為買投資型保單會有較高的報酬並接受專業建議。
2. 投資型保單的商品類型？變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險
B：變額萬能壽險。
3. 您是採躉繳？躉繳保費多少？定期定額？定期定額保費多少？
B：第一期一筆投入6萬，後來發覺績效不好掌握，於是自己察覺躉繳的時機，抓不住是不是相對的低點，因為成本低，效益才會相對大。改為定期定額\$3000元。
4. 您的初始保額是多少？可曾隨著人生周期而調整過保額嗎？什麼情況下使您調整保額？對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是？會影響您對保單的持有嗎？
B：很久了忘記了。本身已經有保險了不會想要拉高或調整保額，保額不是重點，較重視投資子帳戶，所以對保額及保險成本沒有太多想法。
5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼？
B：沒有這樣的考慮，本身還是認為投資歸投資，保障歸保障，比較注重投資。
6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操？
B：徵求業務員推介有收益的基金，慢慢發覺，觀察每月績效與動向，一段時間後就會有感而發，聽過別人說過的話與看雜誌與報導來增加知識。
7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎？
B：投資績效不好一定會轉檔，當長期以來，看到匯率往下掉或績效不好就會執行轉檔或分批轉檔。
8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？
B：長期沒績效，匯率也往下掉，淨值也不滿意。
9. 請談談對於投資型保單，您期望年報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？

B：20%；否，陸陸續續高檔拔檔有小賺，沒有精算幾%。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

B：會設，落袋為安，因為不可能一直這麼樣的成長，總會反轉。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

(2) 整筆贖回（設停損點）。

(3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。

(4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。

(5) 繼續定期定額。

(6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。

(7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

B：一般，若一直跌，就會選擇（2）賺錢整筆贖回（設停利點），再來停扣，遇V點時再單筆加碼。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

B：訓練耐心，要長期才能看到績效，心態上不恐慌，長期終歸看得到報酬。

(一) 訪談對象C

1. 性別:女，年齡62歲，2位成年子女（26男；24男）
2. 年收入200萬以上，職稱：空調工程自營商，購買投資型保單2張
3. 第一張變額萬能壽險A型92年購買，被保險人：配偶身故，契約狀態：終止，第二張變額萬能壽險106年投保迄今，被保險人：本人。

(二) 訪談地點：摩斯漢堡

(三) 訪談時間：2022/03/05 上午10：30～下午1：00

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？
C：沒有多餘的錢去投資，直覺想了解投資型保單，請業務員來大致告知就投保了，一、二張購買動機相同。
2. 投資型保單的商品類型？變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險
C：變額萬能壽險。
3. 您是採躉繳？躉繳保費多少？定期定額？定期定額保費多少？
C：第一張，採定期定額，剛開始每月\$3000元。隨著年齡會陸續增加扣繳費用；第二張，採定期定額，剛開始每月\$20,000元。(子女已成年)。
4. 您的初始保額是多少？可曾隨著人生周期而調整過保額嗎？什麼情況下使您調整保額？對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是？會影響您對保單的持有嗎？
C：剛開始300萬保障（第一張），隨著人生周期規劃（動機：子女教育，責任）調整為500萬，然後再調整至800萬，再調整至1000萬（要保人自己主動調整）。56歲，1000萬保額，一個月才繳\$5000元，就算一年六萬，賠一千萬也是很多，選A型理賠\$1000萬。既有保障又有投資，在可接受範圍。理賠1000萬；第二張，500萬保障，對保險金額，沒有太多想法（想多給孩子保障）。
5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼？
C：身故賠1000萬。先生因膽道癌第四期，治療一年後身故，有飲酒的習慣，T保險公司給付1000萬，500萬拿去還清房貸，500萬做公司的周轉金。T保險公司有邀請在業務大會分享，但最後決定訴諸文字專題報導即可，之後又把錢再回T壽險投保儲蓄險，儲蓄險的現金價值約700萬，回饋業務員與保險公司。
6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操？
C：自己上網挑選，弟弟妹妹基金知識很強。由弟弟、妹妹給予基金建議並由弟弟決定最後挑哪幾支。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎？

C：有，長期感覺標的投報率很差。自己想刪掉，刪掉後被業務員要求改回去，感覺自己的換檔的想法應該比業務員的建議還要優，一年約換檔2次。

8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？

C：從未。

9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？

C：20%、30%，還有40%的（目前就那麼高）。復華台灣中小基金台幣計價。其他3支為美元計價。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

C：沒設停利點，它那麼好為什麼要設，為什麼要殺雞取卵。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

- (1) 選擇停扣，靜觀其變。
- (2) 整筆贖回（設停損點）。
- (3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。
- (4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。
- (5) 繼續定期定額。
- (6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。
- (7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

C：在銀行端的基金，因為黑天鵝（烏俄戰爭），3年四筆共投入250萬，一次一次贖回，準備工程周轉金。贖回只剩210萬，虧損40萬；銀行基金：負報酬則不會再定期定額，會轉申購。換至股票型基金，因為行業的關係，對原物料，材料、鋼、銅很敏感會投資至趨勢產業基金，V型時，肯定會只用在股票市場單筆加碼買股，賺到就賣掉了，讓資金周轉方便，變現快。選（5）。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

C：壽險要夠多，不要太少。剛開始聽到保險有投資型，又剛好要買壽險，且又有房貸，所以，用投資型商品來替代房貸型壽險，就剛好就是我要的保單，就投保了。房屋貸款1100萬，保障保1000萬足以Cover，保全資產。

(一) 訪談對象D

1. 性別:男，年齡39歲，未婚
2. 年收入100萬，出社會：15年
3. 職稱：業務副課長，購買投資型保單14年。

(二) 訪談地點：紀伊國屋書店台北微風店

(三) 訪談時間：2022/03/07下午2：00～下午4：00

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？
D:跟朋友捧場，當儲蓄。
2. 投資型保單的商品類型? 變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險
D：變額壽險。
3. 您是採躉繳? 躉繳保費多少? 定期定額? 定期定額保費多少?
D：採定期定額，每月\$2000元到現在。
4. 您的初始保額是多少? 可曾隨著人生周期而調整過保額嗎? 什麼情況下使您調整保額? 對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是? 會影響您對保單的持有嗎?
D：50萬，後面有比較了解投資型商品，如果之後買了房子，背了房貸，有可能會考慮調整保額。也知道年齡越高，保險成本越高。
5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼?
D：還好，不覺得有什麼保障效益。
6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操?
D：自己配置。選股票型基金。瀚亞外銷基金50%，瀚亞印度基金50%。因台灣進出口頗為發達。
7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎?
D：沒有。知道有6次免費的轉換機會。
8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業?
D：沒有。
9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少? 是否有達到您的期望報酬率?
D：總報酬30%，有達到。
10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎?
D：會設停利點，111/02/08贖回帳戶價值的80%。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

- (1) 選擇停扣，靜觀其變。
- (2) 整筆贖回（設停損點）。
- (3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。
- (4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。
- (5) 繼續定期定額。
- (6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。
- (7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

D：選（5）（6）（7）。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

D：好像當初覺得是小錢，雖然是小錢，需要自己多做一點功課，越了解的產品，獲利的空間會越大。



(一) 訪談對象E

1. 性別:女，年齡62歲，已婚，3位成年子女（38男；35女；28男）
2. 年收入60萬，事業經營：27年
3. 職稱：汙水處理企業主，購買投資型保單14年。

(二) 訪談地點：E的家裡

(三) 訪談時間：2022/03/07下午5：00～下午6：00

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？

E:業務員說壽險便宜，可以靈活運用，缺錢可以贖回，比較靈活，分散風險。前後購買2張。一張買自己，一張買最小年齡的兒子。規劃小兒子的原因是小兒子壽險最便宜。

2. 投資型保單的商品類型? 變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險

E：變額壽險或變額萬能壽險。

3. 您是採躉繳? 躉繳保費多少? 定期定額? 定期定額保費多少?

E：採定期定額，每月\$5000元，10,000元分2個人來繳。優惠後每人每月扣款\$4950元。

4. 您的初始保額是多少? 可曾隨著人生周期而調整過保額嗎? 什麼情況下使您調整保額? 對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是? 會影響您對保單的持有嗎?

E：自己比較貴，安排50萬，兒子比較便宜，則安排100萬。沒有調整保額。也不是很了解內容。看他勾選的內容是很大的國際性基金。看到有賺，有欠錢，想用錢，就會去贖回，每3個月1次檢視季報表，正報酬需用到資金就會去贖，靈活資金運用。知道年齡越高，保險成本越高。也沒有關係，一定會貴的，很快就兌現的東西。獨立去買其他的壽險也是會貴。而且裡面有回饋金，幾百元，250元。所以，還好吧！

5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼?

E：壽險就穩穩地，平均看都有5%~6%的投資報酬率。就好像現在的0050；0056的類似報酬率。現在再去動它，沒有什麼費用啊！可以增加，可以異動，還蠻靈活的。

6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操?

E：業務員勾選至今，未動它，看還好，平均都有正，小孩最近有檢視，業務員已經退休了。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎？
- E：沒有轉。正與負相抵還有利差或正，都還可以接受。
8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？
- E：如果說小孩有更好的理財方向，那就把錢移到別的跑道去。可以賺個10%，8%的。比我好就可以考慮轉出。
9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？
- E：像現在年報酬5%或6%，均可接受。有達到。實際報酬率有6%。
10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？
- E：會嚴設停損與停利點。不要太貪心。
11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？
- (1) 選擇停扣，靜觀其變。
 - (2) 整筆贖回（設停損點）。
 - (3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。
 - (4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。
 - (5) 繼續定期定額。
 - (6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。
 - (7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？
- E：選（3）（4）（5）。註（4）為子女的意見。
12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？
- E：穩穩的坐享利益就好。總比銀行的定存利率好。

(一) 訪談對象F

1. 性別:男，年齡38歲，已婚，尚未有小孩
2. 年收入100萬，出社會：13年
3. 職業：保險經紀人，購買投資型保單15年（96.08.30）。

(二) 訪談地點：F的家，1樓的交誼廳

(三) 訪談時間：2022/03/11上午11：00～中午12：00

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？

F:當時是大學四年級生，自己當要被保險人，媽媽購買動機是當出國留學基金或結婚基金。

2. 投資型保單的商品類型? 變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險

F：變額萬能壽險

3. 您是採躉繳? 躉繳保費多少? 定期定額? 定期定額保費多少?

F：採躉繳，躉200萬元。

4. 您的初始保額是多少? 可曾隨著人生周期而調整過保額嗎? 什麼情況下使您調整保額? 對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是? 會影響您對保單的持有嗎?

F：200萬保額也是保費。沒有想過要調整保額保費。投保當下並不知道年齡越高，保險成本越高。後來，來保險公司上班後就知道了。因還年輕保險成本不高，所以沒什麼感覺與想法。

5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼?

F：我其實把它當作是一個投資的工具，雖然身故保障有200萬。

6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操?

F：自己配置。躉繳為富蘭克林坦伯頓成長基金。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎?

F：有啊！利用景氣循環，2~3年轉1次。後來研究利率決策(升息與降息)與國際情勢，當我覺得投資風險上升，當投資已經差不多了，又有一個東西跌得差不多了，變很便宜價格，就會轉換過去那邊等。景氣循環為蹺蹺板，有人上就會有人下。

8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業?

F：我其實沒有做定期定額，整個是單筆，沒有加錢，也沒有領錢出來。

9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？

F：沒有特地的設想，也沒有想要贖。我都一直在找比較低檔安全的基金作配置。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

F：不會。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

(2) 整筆贖回（設停損點）。

(3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。

(4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。

(5) 繼續定期定額。

(6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。

(7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

F：選（4）。我會轉換基金。如果真的發生狀況，我會轉換到貨幣型基金，主要是PARKING，美國在做利率決策會議的時候，是屬於升息的狀況，升息的狀況是債券價格和利率互為倒數，也就是說利率越低，債券價格越高，假設升息，利率上升，債券價格會跌。當升息狀況之下，我會先在貨幣型基金PARKING的動作，等到利率升到差不多，再做反向的時候。利率是用來對抗通膨的，但會對股市會造成傷害。債券也一樣會跌，它會做升息動作，等時間，我會先轉入債券型基金，政府又發現景氣非常差，會先做降息，債券又會上升，當債券升到差不多的時候，股市又會開始動，這時再轉入股票型基金。景氣循環就是這樣。我無法預知我當下買進去的點是最低的，有可能一兩個月會賠錢，但長期來看一年二年是正的，績效不會太差。就跟我們買房子一樣，漲跟跌跟您有影響嗎？因為房子都是自己要住的。投資心態蠻重要。其實人都很奇怪，大家來談錢有沒有損失這件事，有沒有想過存款一直在被通膨吃掉，把錢來放基金或買下一些資產也跟著通膨在跑，錢也是在縮水，很多人不覺得錢縮水很可怕，我覺得錢縮水很可怕，當錢不知道要做什麼事的時候，會做少許定存來PARKING，最近也在研究當景氣不好的時候，如何來放空，把錢來活化，讓

不景氣時也可以來賺錢。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

F：我把它當實驗跟遊戲性質。我想實驗，在資產基金放著的話，和定存的差別，差別會有多大。很多人認知現金很安全，但我這樣做下來，其實現金是很不安全，現金在大部份時間不安全，它一直不斷的被通膨、通膨所吃掉，錢其實是在貶值的，只是銀行數字看起來沒有少，隨便買股票或台灣50，它所有東西都超過通膨。所以，你要對抗通膨，錢是不能放銀行的。除非景氣循環達到通縮時，錢才放貨幣，甚至如果你有更有能力的話去做放空，但不是每個人心態都正確。



(一) 訪談對象G

1. 性別:男，年齡50歲，已婚，尚未有小孩
2. 年收入120萬，家庭年收入250萬，出社會：25年
3. 職業：科技服務業，購買投資型保單將近20年（93年投保）

(二) 訪談地點：教室5樓外陽台

(三) 訪談時間：2022/03/12下午3：30～中午4：00

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？

G:投資趁年輕的時候，越早年輕投保，保費越低，保險是一種存錢的方式。

2. 投資型保單的商品類型? 變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險

G：變額萬能壽險

3. 您是採躉繳? 躉繳保費多少? 定期定額? 定期定額保費多少?

G：採定期定額，每個月扣款\$5000元。金額為業務員的提議。

4. 您的初始保額是多少? 可曾隨著人生周期而調整過保額嗎? 什麼情況下使您調整保額? 對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是? 會影響您對保單的持有嗎?

G：20萬保額。不會調整保額。但是會選擇再購買其他新型的保險，例如：樂齡之類商品、醫療險、退休險。不會調整保額，雖是投資型，我覺得投報率太低了。業務員會先Show一張幾歲投保繳多少費用，所以知道年齡越大，保險成本越高。保險成本不高，尚可接受。

5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼?

G：它既然是投資型那就是應該看它投資效益，保額就變為其次了，壽險有壽險效益，醫療有醫療的效益，投資有投資的效益，所以是為了投資存錢才來買這張保單。

6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操?

G：我沒有動，也沒有印象，應該是業務挑的，現在是貨幣型基金，應該之前有變動過。

研究者：建議由貨幣型基金的保本安全，但低報酬，轉出去操作較高報酬率的基金。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎?

G：沒有。1次都沒有。一開始不知道要轉，再來不知道程序上要怎麼轉換，

但是還是不會操作轉換。

訪談者：建議調出此投資型商品所連結的基金檔數，看曲線圖，從裡面挑選適合自己投資的基金。分類股票型或債券型或貨幣型。是單一國家還是區域型，做能源或水資源或農糧基金。

G：可以轉ETF嗎？

訪談者：若此投資型保單有連結到ETF，則可以選擇轉換連結此基金。

8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業？

G：沒有。

9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少？是否有達到您的期望報酬率？

G：年報酬5~6%。沒有。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

G：沒有。沒有賺錢，無法停利。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

(2) 整筆贖回（設停損點）。

(3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。

(4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。

(5) 繼續定期定額。

(6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。

(7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

G：選（5），再加上我會轉換不同的基金類型。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

G：這張中途贖回投保美元保單，一年約10萬保費，已繳6年合計60萬，再加上已投保18年，一年6萬保費。

訪談者：所以共投入保費108萬保費，贖回購買美元保單支出保費60萬，目前帳戶價值43萬，所以還差5萬，等於拿來支出這多年來的壽險成本與管理費。

建議等烏俄戰爭落底後，再由貨幣型基金轉換至其他報酬率較高的基金。

(一) 訪談對象H

1. 性別:女，年齡59歲
2. 年收入300萬以上
3. 職稱：處經理，購買投資型保單最長19年（92年投保），擁有10張投資型保單

(二) 訪談地點：各自住家

(三) 訪談工具：手機

(四) 訪談時間：2022/03/13下午1：05～下午1：21

1. 請問您是在什麼情況下購買這張投資型保單？

H:當時投資型商品剛出來，抱持著試一試新產品的想法而購買。

2. 投資型保單的商品類型? 變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險

H：變額壽險、變額萬能壽險、變額年金險。還有目標到期債。

3. 您是採躉繳? 躉繳保費多少? 定期定額? 定期定額保費多少?

H：有採躉繳，保費躉繳\$300萬。也有採定期定額，每個月扣款\$100,000元。

4. 您的初始保額是多少? 可曾隨著人生周期而調整過保額嗎? 什麼情況下使您調整保額? 對於隨著年齡越高，保險成本也越高，您對保險成本的想法是? 會影響您對保單的持有嗎?

H：200萬保額。沒調整投資標的。但是會不定期增加投入單筆保費，因為本身是業務員，所以清楚知道年齡越大，保險成本越高。但因為所操作的基金報酬率高，帳戶價值足以拿來支付保險成本，所以，不會覺得保險成本是負擔，且也不覺得保險成本高，完全不影響對保單的持有度。

5. 請談談投資型商品帶給您的保障效益是什麼?

H：還好。因為還活著，所以無法感受到保障的效益。

6. 請談談您是自己配置還是全權委託投信代操?

H：自己配置。

7. 當基金由多頭市場轉空頭市場，請問您有善用投資型保單，基金轉換每年可達6次免費用之優惠而加以善用嗎?

H：有。當景氣波動，感覺要往下時，會把獲利的先了結。同時會把基金轉換至產業循環股或景氣循環股。

8. 您有因為發生什麼事件，讓您暫時停止定期定額保費扣款作業?

H：沒停止過扣款。

9. 請談談對於投資型保單，您期望報酬率是多少? 是否有達到您的期望報酬率?

H：年報酬10%~15%。有。

10. 若有超額報酬，您會設停利點嗎？

H：達到20%以上時，通常25%會停利。

11. 在面對黑天鵝事件，報酬率下滑，您會採取下列哪些相對應的做法？

(1) 選擇停扣，靜觀其變。

(2) 整筆贖回（設停損點）。

(3) 達預期報酬率則部分贖回（見好就收，落袋為安，設停利點），負報酬基金則繼續定期定額。

(4) 轉換基金至安全、穩健、保守的債券型基金或選擇轉換至具成長性的產業的基金。

(5) 繼續定期定額。

(6) 非但繼續定期定額並加碼提高定期定額扣款。

(7) 非但繼續定期定額並搭配加碼提高定期定額扣款或遇V型谷底反轉時，搭配單筆加碼以獲得購買更多共同基金單位數？

H：選（3）（4）（5）（6）。

12. 請談談投資型商品帶給您的長期投資績效是什麼？

H：透過投資型保單：(1)了解產業變化，進而了解產業，對產業接觸會有幫助、(2)參與經濟、(3)方便用錢、(4)好的、方便的平台、(5)投資操作直接、便利。

二、主題二訪談的文字稿

(一) 訪談對象I：有購買投資型保單經驗，卻因為一些因素解約出場了。

1. 您考慮解約的因素是什麼？

I：第一張經驗：透過銀行通路購買，是投資型保障，原則上每一年繳，大概約莫繳20年左右，其實我後面仔細看它的投資報酬率並沒有想像的那麼好，就大概第二年就把它解掉了。原因是：投報率不好及年期太長了。

訪談者：為何透過銀行端來投保呢？

I：是人情保，似乎和房屋貸款金額綁在一起。房貸約700萬。

訪談者：可是您房貸還沒有繳完，怎麼解決保額不足的問題？

I：我本來自己就有壽險保額啊！這是投資保單並不是壽險保單。

訪談者：有綁保險，銀行理專有說清楚嗎？綁多少保額，您清楚嗎？

I：理專有說清楚，但綁多少保額則不太記得了。

訪談者：這邊澄清一下，可能約略打計劃書20年，就投資型商品是變額萬能壽險，所謂變額就是保險金額可以隨時改變，萬能就是隨時可以停止繳費。這點讓您誤認為長年期契約，好像看到報酬率不高，您就會沒有興致再繳下去，事實上時間長期是挹注看到報酬率的因素，它有別於股票，今天買，明天漲停板，投資型商品要看到報酬率通常不會那麼快，尤其前幾年有前置費用，97年時比較高，現在比較低了。

I：第二張經驗：躉繳的投資型商品一次投入美金1萬，美金計價的投資型商品，和壽險公司買。第一年解約不划算，解約要賠5%，第二年後，沒有那5%的費用，第三年初，是匯率1：30最高的時候，當初我買的匯率是1：29，因匯價上已經賺1元，而我長期看美元的匯率走勢會往下走，雖然保單本身沒賺錢，但因為保單已經不用賠解約費用5%，又可以賺到匯率升值1元，總共賺到匯率5%，就趕快出場了。回過頭來，現在來看美金這張保單，應該是賠錢1元多，還好只買1萬美金。（註：111.03.16匯率 1：28.66）。

訪談者：買這種保單，聽起來就是要對基金很了解，對基金要有研究，但事實上，時間沒有那麼多。我早期投資過基金，要看基金未來的趨勢與變化，如果是基金投資的區域是有問題，基本上有可能會倒賠，當然把時間拉長有可能會賺錢，但那時間要夠長。但現在來看如果您當初買的是俄羅斯，那就血本無歸了。我這樣認為，沒有研究的東西終究很容易和獲利來脫鉤，不管是壽險、基

金、股票，總而言之，基本上沒有研究，很難獲利。除非您有花時間投資，可是一般人沒有那個時間每天來看來觀察，傻瓜操作是有，現階段這時候的傻瓜操作，其實資訊越來越透明，也是不太容易的。投資分期定額是OK的。解約原因：投報率太低了。

2. 對於投資型保單前幾年的前置費用，您的看法是？

I：知道，一年投資\$100,000元，扣掉一半50%，前置費用\$50,000元。

訪談者：您再怎麼會賺，那個5萬一年要看到它的報酬率也不夠打平10萬元啊！

I：我的判斷可能要幾年都不見得能打掉費用賺到錢，所以我才會提早下車。

3. 對於隨著年齡而增高的保險成本，您的感受為何？

I：沒有太多的感受，因為是人情，所以銀行理專沒有強調此保障，也沒有強調保險成本是低的。

4. 您曾經感受過投資風險嗎？若發生投資風險，進而投資績效為負報酬，您採取的作法是？

I：這是一年期，還不到一年，看到帳戶價值是負的，就解約了。

5. 您對壽險行銷人員服務品質滿意嗎？

I：第一張：當然不滿意，賣完後也沒有再往來了，我對於壽險類的投資商品本來就沒有興趣。我的東西不是房地產就是股票；第二張：還好！當時手上有閒置資金，可以放2~3年。

6. 您認為壽險行銷人員銷售此商品應該提供哪些服務？您希望的服務是？

I：直接找保險公司的壽險業務員來買就好，保險類服務居多，那如果只是銀行的通路，賣完就不管了，所以也不太可能會提供售後服務，銀行通路賣的就只是理財性商品；至少要把商品結構講清楚，商品適合的投資人應該也是屬於保守型，對壽險人員而言應該要提供更多資訊給客戶，讓客戶擁有他的投資現況，而不是要客戶自己去找資訊。

7. 爾後，您仍然會再次選擇購買投資型保單嗎？

I：不太會，老實說，真的是沒有太大的興趣。

(二) 訪談對象J：有購買投資型保單經驗，卻因為一些因素解約出場了。

1. 您考慮解約的因素是什麼？

J：績效一直不好，乾脆解掉，但一解就後悔，因為裡面有200萬壽險，是我需要的，自己錯了，很想重新把它買回來。對保障部分很後悔。

2. 對於投資型保單前幾年的前置費用，您的看法是？

J：沒差！我們是業務員，我自己先買啊！試試看，是必要的成本，是學習賣投資型商品的成本。反正佣金是自己賺。但因為10年後的費用率很低了，也不收額外的前置費用了，就保障方面自己覺得很後悔，非績效方面很後悔。

3. 對於隨著年齡而增高的保險成本，您的感受為何？

J：保險成本約一年3000~4000元。我還可以接受。

4. 您曾經感受過投資風險嗎？若發生投資風險，進而投資績效為負報酬，您採取的作法是？

J：就每年都在看，到後面幾年就越來越差，績效越來越差，績效一路往下，沒有善用轉換，自己不會用，也不知道要怎麼轉換；我的同仁放100萬單筆進去，剩下50萬，嚇到！他就腰斬出場，我被他影響，一起認賠出場。我們單位裡面所有買投資型保單，沒有一個人賺錢。

5. 您對壽險行銷人員服務品質滿意嗎？

J：不滿意，基金知識太少，而且那時候投資型保單剛起來，大家還在嘗試階段，業務員想說自己先試試看，如果好，才推給客戶，自己賠就算了，萬一賠，被客戶罵翻了，晚上怎麼睡！因為賠，所以沒有賣半張出去。

6. 您認為壽險行銷人員銷售此商品應該提供哪些服務？您希望的服務是？

J：1.要懂基金 2.就算是交給全權委託，難道業務員不用面對客戶做服務嗎？包括解釋基金績效與保單帳戶價值的對帳單。

7. 爾後，您仍然會再次選擇購買投資型保單嗎？

J：有可能啊！今天上完課，找新生兒投保。註：訪談時，受訪者剛上完投資型商品的課程。

(三) 訪談對象K：有購買投資型保單經驗，卻因為一些因素解約出場了。

1. 您考慮解約的因素是什麼？

K：因為一直在跌，情緒受到很大的波動，喜歡確定性的，對不確定的東西會排斥，自己屬穩健型，當初會買是因為自己是業務員，希望自己親身體驗後到客戶那邊比較有說服力。因為單筆進去，在遇到雷曼兄弟之前，每天第一件事，就是打開平板來看，報表數據非常漂亮，但雷曼發生後，非常迅速的下跌也哀鴻遍野，很多同事選擇放著、停扣，有繼續扣款的不多，當我下決定的時候，有很多同事勸我真的要解約嗎？對！那些錢，我把它當學費，我學到“真正所謂投資的風險”，現在快20年了，回過頭再問我，我完全不後悔，當我決定解約後，我整個人輕鬆了，在雷曼之後，解約之前，我整個生活通通都因為它而左右，生活品質很糟糕，但解約後，我的生活變平靜，情緒不再受影響。

2. 對於投資型保單前幾年的前置費用，您的看法是？

K：站在客戶端，當然希望不要有這個費用率。但站在Sales的角度，這些費用也是我自己賺啊！假設我站在客觀的客戶端，我是可以接受這樣的費用，畢竟就和壽險一樣，要求好的售後服務，這些付出的佣金是非常合理的。

3. 對於隨著年齡而增高的保險成本，您的感受為何？

K：我當時買並不是為了保障，就是為了投資，所以這對我來說並沒有很大的困擾。我保額是安排最低，壽險都已經足夠了。

4. 您曾經感受過投資風險嗎？若發生投資風險，進而投資績效為負報酬，您採取的作法是？

K：有啊，就是雷曼。解約。

5. 您對壽險行銷人員服務品質滿意嗎？

K：在漲的時候，都很滿意，買方與賣方，皆大歡喜。一旦跌的時候，之前幫他做的所有服務，在當時整個氛圍下，包括銀行，客戶看到的就是我的錢變少了，後悔錢不見了。整個社會態樣，就是怨念四起，對於曾經造成客戶損失，雖總數不高，即使經過20年，心裡還是感到很深的內疚與歉意，也沒有再聯絡了。像這種經驗造成的陰影太大且與自己的價值觀背道而馳，所以造成我不會再賣投資型保單。

6. 您認為壽險行銷人員銷售此商品應該提供哪些服務？您希望的服務是？

K：說清楚，講明白最重要，才不會因認知差異而造成糾紛而觸法。另外，業務員勿利用客戶對其信任，來滿足業務員一己之私。很多業務員以代操自居，

未經客戶同意就事先讓客戶簽一堆空白的轉換基金申請書，擅自幫客戶轉換基金，結果績效不好，卻要由客戶來承擔風險，這樣對客戶很殘忍。

7. 爾後，您仍然會再次選擇購買投資型保單嗎？

K：不會。屆臨退休，不想再去煩這些上上下下績效的保單，但是傳統型壽險還是會賣，會賣確定的保障型保單。



三、主題三訪談的文字稿

(一) 訪談對象L

1. 性別:女，年齡:61歲，2個女兒 (34/27)
2. 公務人員退休，配偶：公職人員
3. 共同基金操作資歷30年，獲利:沒特別算

(二) 訪談時間：111/03/04 上午11：00～12：00

(三) 訪談地點：T保險公司17樓

1. 請問您有聽過投資型保單嗎?若有。請問是在哪個銷售渠道聽到商品訊息?那為什麼沒有購買投資型保單的原因是?

L：有，開始保險公司有在賣的時候，各家業務員有來推銷，有國泰人壽和保經公司業務員，其中保經業務員是學生家長，當時已經從銀行端有買基金了，但人壽公司的業務員一直強調投資型保單，轉換和銀行比是不用轉換手續費用的，但還有一些內容都沒有講，再多問一點，就感覺到業務員不是很懂了，所問的問題也不太會回答，感覺銀行理專比較熟悉基金，而保險業務員專業度似乎不夠，再多問一點就顯露出不專業了，基於此，我不會和保險業務員來買投資型保單。

2. 您認為自己對風險的承受度?屬於保守或穩健或積極型?

L:積極型的，賭徒性格，股票型基金居多，退休後會偏向保守型或債券型，會做資產配置。

3. 如果沒有人向您推銷投資型商品，您會主動投保嗎?

L:不會. 投資型商品壽險保障，保費會越來越高，划不來！有預留身故處理費用給家人，不需要藉由投資型保單來規劃壽險，又透過朋友來認識基金平台，有優惠專案。0手續費、免信託保管費。平台如：基富通、鉅亨網。減少付出成本就是提高獲利。所以，理專那邊我沒有再買基金，偶爾和理專保持聯絡與訊息交流。基金自己透過平台來買就可以了。投信要有300萬，才会有專屬服務。

4. 壽險行銷人員的專業素養是否會影響您考慮購買?

L：一開始壽險業務員若專業會考慮買，因為業務員不懂，是公司要他們推就推，所以連想都不會想又因為先接觸到理專了，從理專那邊得到很專業的資訊與服務，得理專消息也給理專機會服務，要贖回，非常簡單操作，穩定配息。後因理專結婚離職，之後的理專也不熟悉，為節省成本支出，改基金平台自行操作。

5. 您目前操作的投資理財工具有哪些?滿意度排序，依序為?

L：非常多元。

- (1) 投信理專那兒的基金，3檔基金定期定額扣，彼此互惠，交換訊息，得理專消息也給理專機會服務，要贖回，非常簡單操作，穩定配息。後因理專結婚離職，之後的理專也不熟悉，為節省成本支出，改基金平台自行操作。
- (2) 儲蓄險，投報率不高，做資產配置，睡覺也安心，這筆錢若沒有用到就留給子女。

6. 以下哪些因素會影響您購買投資型保單的意願？

- (1) 高保障
- (2) 低利環境
- (3) 高通膨環境
- (4) 多元理財管道
- (5) 長壽風險
- (6) 朋友推薦
- (7) 業務員建議

L：選(4)，因為有多元理財管道導致我不會去買投資型保單。選(7)，業務員建議，可了解業務員的專業度，會因為其專業或不專業而選擇買或不買。又或者是“特定商品”只有保險公司單獨推出的商品，其他平台買不到，就會考慮購買。

(一) 訪談對象M

1. 性別:女, 年齡:54歲.

(二) 訪談時間111/03/14晚上9:15~9:35

(三) 訪談工具: 手機

1. 請問您有聽過投資型保單嗎?若有。請問是在哪個銷售渠道聽到商品訊息?那為什麼沒有購買投資型保單的原因是?

M:有聽過。聽到投資型商品的渠道是:電視、財經節目、新聞、保險業務員、朋友。有從銀行網路平台做投資屬性測試,有積極型、穩健型、保守型,三種類型,測試結果為穩健型。自認為可承受風險為3%~5%,再超過5%以上會無法承受,於是測試後了解自己的屬性後反而不敢進一步購買投資型保單,光聽到投資兩字,就覺得是有風險。

2. 您認為自己對風險的承受度?屬於保守或穩健或積極型?

M:低。屬穩健型。

3. 如果沒有人向您推銷投資型商品,您會主動投保嗎?

M:不會。如果是理專或業務員來推銷,先入為主的會認為他們有很多不好的都不會主動說,很難只相信他們說的話而不去查證或自己做功課,對他們有防備,感覺接觸人太麻煩了,寧願自己去了解,自己來研究。

4. 壽險行銷人員的專業素養是否會影響您考慮購買?

M:可能會,但不會是影響的主要因素。

5. 您目前操作的投資理財工具有哪些?滿意度排序,依序為?

M:有1.定存 2.股票 3.基金 4.房地產。每隔一段時間就會檢視股票與基金的績效。

6. 以下哪些因素會影響您購買投資型保單的意願?

- (1) 高保障
- (2) 低利環境
- (3) 高通膨環境
- (4) 多元理財管道
- (5) 長壽風險
- (6) 朋友推薦
- (7) 業務員建議

M:4,5,6,7。若業務員建議,會請其提供相關資料再來好好來研究

四、投資型商品銷售達人之訪談逐字稿

(一) 訪談對象：N

1. 54歲，男性，已婚，保險年資22年
2. 業務經理，年收入300萬
3. 銷售年資15年，銷售張數100張以上。

(二) 訪談地點：XX人壽訓練室。

(三) 訪談時間：111.03.18上午10：40～11：30

(四) 訪談問題

1. 投資型保單，您對它的商品定義為

- (1) 保單
- (2) 投資
- (3) 保障加投資

N：保障優先，投資為輔。一開始就要和客戶講清楚這商品是這樣子。很多不了解投資型保單好處的從業人員，客戶告訴他只想投資基金，他不需要保障，或賣給年紀很大的人，前面三年，保險lording扣得很重，買這張保單的人，也許在第三、四年急需要用到這筆錢，他發現說，我過去的三年、五年，我不但沒有賺到錢，而且，我繳的保費被扣掉很重的lording，那我不需要保障我之前已經跟您講了，我只想投資基金，過去網路上對投資型保單有很高的負評就是因為這樣子。

B 那不是投資型保單不好，是從業人員沒有講清楚說明白。或者是消費者沒有了解清楚，我不是當事者，不了解到底是從業人員沒有講清楚還是消費者沒有了解清楚就買了。就好比醫療糾紛，到底是病人的問題還是醫生的問題，事後再來追究，公說公有理，婆說婆有理。

2. 您認為投資型保單是市場銷售趨勢嗎？

N：任何一個市場的消費者都是盲目的，所以，保險市場的消費者其實也是盲目的。所以有賴於專業壽險人員的良知。

訪談者：同樣在銷售投資型商品，有良知的可能是做好的配置，好的忠告，好的建議。沒有良知的可能是，現在多頭叫對方趕快進場，忽略技術面、風險面，只是叫他買。萬一，多轉空的時候，因為技術面不懂，就擺爛了。

N：就不敢賣給他，其實，空頭就是最好進場的時候，因為銷售者搞不懂市場的趨勢，也和那些無知的消費者一樣，多頭時拼命進場，空頭時拼命砍單位數。

訪談者：難怪此商品網路上負評還蠻多的。

3. 您認為只要有合適購買的對象，您是很有能力為其規劃好投資型保單的？

N：是的。因為，現在繳費20年，保障終身的傳統型保單，和20年前相差起來，保費已經太貴了，對於收入不多，又需要高保障者，怎麼解決他提早離開他家人的問題呢！投資型保單就是不錯的選擇。

4. 投資型保單，您有嚴守客戶屬性分析，來做相對應的基金屬性配置嗎？

N：原則是看他的年紀和每月、每年投入錢的多寡，比如說，他的錢不多，但是未來想要累積財富的金額又比較高，我就會和他溝通，如果您比較保守穩健的話，您要達到財務目標會有難度，要不，您就要增加金額，要不您基金的選擇可能就必須選擇風險性高一點的，原則上，保險公司的基金都是經過篩選過的，不會有風險太高的基金。

5. 有哪些人，您是不會推薦投資型保單的？

N：年紀太大或沒有保障需求。像現在有一種投資型保單是沒有保障的，像類全委保單，類全委保單是沒有保障的，如果客戶不想傷腦筋來理財，他信任我，他就可以選擇類全委投資型保單。客戶要保障，賣有保障的投資型保單，客戶不要保障，就賣沒有保障的投資型保單。

訪談者：業務人員若熟悉這些東西，工具其實也很多，競爭力就提高很多，就不會受困於保單預定利率很低，保單賣不出去的窘境。有靈活的東西可以應對市場。

N：想想傳統的儲蓄險，不管是6年期或10年期，即便是宣告利率，6年期或10年期期滿，有利息嗎？幾乎比定存都還少？這種保單您好意思賣嗎？

訪談者：不好意思！有一次客戶想買6年期儲蓄險，一看到利率很低，滿期利益很少，就提議購買投資型保單，客戶在了解投資型保單後，安排500萬保障，月繳\$10,000元，立刻成交。

N：您只要和客戶講，投資型保單沒有保證一定賺，但是放長3~5年就一定會賺，只要把遊戲規則講清楚，基本上來講，他不用怕。

訪談者：所以銷售重點是在於把遊戲規則說明清楚，這很重要。

6. 您對躉繳與定期定額的看法是？

N：我基本上來講會看客戶口袋到底有多少錢，不管躉繳或定時定額，我會請客戶把錢至少分2批，我怎麼知道您現在躉繳進來，未來的市場是高點還是低點，我沒有那麼厲害！如果未來是高點，那恭喜您，開始賺錢。那如果下個月、下下個月是往下走，那您也不用擔心，我們錢至少分2~3批，您就可以適當地把第2

批錢，第3批錢再把它逢低布局。2、3個月以前，誰會知道會有烏俄戰爭，我不會對不起客戶！有烏俄戰爭，跌越兇越好！因為您口袋有第2批錢，第3批錢。我在成交第一張保單之時，這樣的觀念我會先建立清楚。我現在可以很開心坐在這裡和您聊，不用去擔心明天會再跌10%、20%，跌越多越好。因為我口袋裡面還有子彈。

訪談者：那您對定時定額的看法？

N：我每個月定期定額扣款，高點我反而不好。我買得越高。低點，則恭喜，被我們猜中。我通常在下跌15~20%時，會叫客戶要加碼。比如一個月\$10,000元，跌15%時，逢低加碼扣，一個月扣\$15,000元。逢低每個月買的單位數更多，通常用買蘋果的圖表來引導客戶，您買的時候，是希望蘋果價格是越高越好還是希望價格越低越好？當然是越低越好！買越低價，則買越多顆。您有看到一個市場永遠往上嗎？或永遠往下嗎？除了個股，您會去買到壁紙。個股才會嘛！而我講的是市場。一檔基金約配置50~80支股票，不管是區域型基金或產業型基金或國家型基金，裡面有表現不好的，基金經理人會幫我們去淘汰，我們不用擔心。您有看到一檔基金永遠往上或一直往下嗎？一定是上上下下。那平常我們要上班要帶小孩要陪老公，哪有時間天天來看盤，不如把看盤時間拿來健身、陪小孩，把家庭關係經營好比賺錢要來得更有意義！要我每天幫您看盤，我沒有那個時間。您可以接受，就跟我買。巴菲特有一個10年之賭。最厲害的10位避險基金經理人來和巴菲特打賭。巴菲特選擇S&P500 ETF這檔基金和每天殺進殺出、短進短出的避險基金經理人來比賽10年後的績效誰會贏，結果基金經理人只有第一年贏，其他年度都輸了，沒有1個人績效比巴菲特更好。您不但賺不到錢，那9年當中，還在每天看盤。反觀巴菲特和好友查理芒格則窩在小屋，每天悠哉悠哉地喝可樂看書和這9年來整天殺進殺出、忙進忙出天天看盤，您覺得哪一種生活比較好？

7. 保戶有正報酬至幾%，您會建議停利贖回嗎？

N：要看年紀與base大小，如果他帳戶價值只有20~30萬，贖回什麼啊！贖回沒什麼意義啊！因為20~30萬贖回沒有什麼意義，一是金額不大，二是又中斷掉了其投資的意義，下一次又重來了，只為了賺那一點點的利差。您只是告訴他這樣的操作滿意嗎？那我就會鼓勵客戶說，您給我的錢太少了。要嘛？節省生活開銷。要嘛？換工作來創造收入，讓自己有閒錢，提早完成財務目標，可以提早退休。您現在的工作收入扣掉固定開銷，您一個月只給我3000~5000元，您要怎麼財務自由呢！

訪談者：您什麼時候會贖回呢？

N：如果客戶開始退休時，帳戶價值有個幾百萬，則建議把它贖回來轉成年金。

訪談者：轉成年金，是使其變成確定可期的收入，可以固定來支出。不管市場好壞，您都有錢可以拿，這筆年金可以不要馬上來領，等您想領的時候再來領。等想領的時候再來啟動。像投入於即期年金。如果說沒有馬上轉為年金，我會 parking 在投資型保單的貨幣帳戶裡。parking 在貨幣帳戶也會有利息。貨幣帳戶有台幣帳戶和美元帳戶，也不限停留於貨幣帳戶的時間。貨幣帳戶有兩個功能：1. 真的在低點時，我可以從貨幣帳戶再拿出來投資。2. 或者錢的base夠大，可以去買公司的年金險，可以自由運作。將來快要退休時，有一筆guarantee。這樣才不會把前面15年努力累積的財富化為灰燼。不是要退休的人，獲利達到30%時，就會贖回停利了。

8. 面對多頭市場轉空頭市場，對於投資型保單，您會善用每年6次免手續費可以轉換標的，幫客戶轉換標的嗎？多頭的標的建議？空頭的標的建議？

N：大概2~3年按照景氣週期換1次就可以了，不用每年到6次。例如：烏俄戰爭之前，全球股市均在多頭，只有一個市場是在空頭：中國大陸市場。我有一些客戶基金在美國科技基金高檔賺30~40%，他們獲利了結基金轉進入中國大陸市場，當時，大陸在推行共同富裕，中國大陸基金跌很深，人民幣基金約負20~30%，我鼓勵客戶用定期定額來投資。空頭的標的建議，若標的好，則是繼續定期定額扣款就好。

9. 面對客戶收到負報酬的對帳單，您會做哪些服務來因應？

N：您起頭時講清楚說明白，把錢分2~3筆，他打電話給您，您應該要恭喜他，您要開始賺錢了。負報酬更是買點，基金越便宜則買到越多。

10. 對於銷售投資型保單，您對低佣收與售後服務的成本的看法？

N：人是活在一個世界還是兩個世界？大部分是活在看得到，摸得到的物質世界，一直看物質世界，自己和客戶都會迷失。有時要先要求自己往看不到也摸不到但是卻存在的精神世界，所謂精神世界是做很多事情，不要用得失之腦。凡事倒過來，用心去判斷，要用是非之心，不要用得失之腦來判斷，那怎麼會有困擾呢！客戶錢就那麼少，卻想要完成那麼大的夢想，而傳統儲蓄險一定做不到，只有投資型商品做得到。我們有能力來幫助他。如果起心動念是真的在協助客戶提早財富自由，或希望客戶將來在65歲時擁有退休生活，就算佣金很少，lording很重，也是要好好為客戶做規劃。

11. 您想給那些不銷售或鮮少銷售的業務員看法與建議。

N：很簡單，自己買一張。自己買一張才有FU，您要賣投資型保單，您自己都不買，您怎麼有辦法把客戶的錢當錢，當成自己的錢看。像我每個月定期定額\$20,000元，我向客戶說，您放心，我會把您的錢看做成自己的錢一樣的重要，客戶就相信。我怎麼做您就怎麼做。此外，要不斷的吸收知識，聽演講，精進自己，慢慢的就會有FU，市場的脈動，財經的知識，浩瀚無比，一下子要懂不可能，但慢慢的就會有FU，經常去看，就會有FU了，升息、縮表在講什麼都知道。重點是，隨時口袋要有一筆緊急預備金，疫情來的時候可以當家庭的開銷，景氣不好的時候可以當做投資的加碼，工作收入不如意的時候，不會去影響到家裡的生活開銷，簡單來講，心情是最重要，不要上上下下，這樣任何的投資計劃才不會中斷。

12. 公司MDRT的同仁們，就您所知投資型商品也是他們的銷售利器之一嗎？

N：都有，因為您不跟客戶談理財投資，他們也會去跟別人談。如果您有能力也有興趣的話，那怎麼樣有興趣前面已經講過了。自己要能enjoy在投資型商品裡面。



(一) 訪談對象：O

1. 58歲，男性，已婚
2. 保險年資31年，區經理
3. 年收入220萬，銷售年資15年，銷售張數75張以上

(二) 訪談地點：XX人壽訓練室。

(三) 訪談時間：111.03.21上午10：30～11：00

(四) 訪談問題

1. 投資型保單，您對它的商品定義為

- (1) 保單
- (2) 投資
- (3) 保障加投資

O：c.保障加投資。跟客戶做分析時，第一：保障需求要分析出來，在提供保障的同時，他想要做基金的投資，屬於定時定額的方式，那我就會建議他直接來買投資型保單。買投資型保單就等於既有保障又有投資基金。

2. 您認為投資型保單是市場銷售趨勢嗎？

O：今年是吧！現在保單的預定利率越來越低，所以傳統的儲蓄保單吸引力會下降，再加上這2年股票又有漲，投資市場不錯，他們對投資的興趣會比較高，我覺得投資型保單，客戶接受度會比較好！

3. 您認為只要有合適購買的對象，您是很有能力為其規劃好投資型保單的？

O：對。

4. 投資型保單，您有嚴守客戶屬性分析，來做相對應的基金屬性配置嗎？

O：了解客戶投資屬性，基本上保守又求安穩的客戶，我是不建議他做投資，我會建議他買傳統儲蓄險（保守且不要有損失）。基本上會做到投資，一定是積極型或穩健型。那基金配置已經做到定期定額了，定期定額就已經做到分散風險的效果，基本上客戶的配置不會一定是按照屬性上的配置，也許大部分的配置還是按照積極型來配置，不過基本上現在就是在做分析時，如果要能做積極型配置則在做屬性分析時分數上要能配合才能做積極型的配置。

5. 有哪些人，您是不會推薦投資型保單的？

O：沒有保障需求，只想做投資理財的人。或年紀比較大的人，55歲以上再來買投資型保單，保險成本很重，除非他去買純投資還OK。

6. 您對躉繳與定期定額的看法是？

○：我基本上都是做定期定額，很少做躉繳。

7. 保戶有正報酬至幾%，您會建議停利贖回嗎？

○：如果是區域型（波動度大）單一市場有 20~25%建議贖回。如果全球型基金（波動度沒那麼大）有15~20%建議贖回。贖完以後又繼續定期定額。

8. 面對多頭市場轉空頭市場，對於投資型保單，您會善用每年6次免手續費可以轉換標的，幫客戶轉換標的嗎？多頭的標的建議？空頭的標的建議？

○：我比較少去幫客戶轉換基金。

訪談者：為何比較少呢？

○：我是怕風險。通常贖回之後會放在貨幣帳戶，再看他投資的基金有需要做調整嗎？沒有的話，再分批出來投資。我覺得這樣是比較安全的作法。那除了比較少數客戶覺得中國基金比較低，長期會漲，那個就會直接轉換到基期比較低的基金。

9. 面對客戶收到負報酬的對帳單，您會做哪些服務來因應？

○：沒有任何因應，若客戶打電話來問看法，我會檢視其基金，是否在同類型是太差的。若太差，會換基金。若標的還好，會鼓勵其繼續定期定額攤平下去，平均成本再下去，像我去年底一些客戶在低檔沒有停扣，其基金報酬率平均都有正幾十%，報酬率是非常高的。

10. 對於銷售投資型保單，您對低佣收與售後服務的成本的看法？

○：沒有想過這種問題。現在有發現投資型商品的佣收有比以前要來得低，如果客戶有需求我還是會賣，投資型保單和客戶互動性高，依賴度也高，這是銷售這種保單的好處。壞處是花比較多的時間來服務客戶，一體兩面，如果有幫客戶賺到錢，對再銷售保單的機會也會比較大。

11. 您想給那些不銷售或鮮少銷售的業務員看法與建議？

○：我不曉得他們是怎麼一回事，賣投資型保單。

(1) 本身對投資理財要有一定程度的認識，要很清楚國際局勢的變化等。最主要的，自己買一張，就會去研究，對自己的錢也會關心。

(2) 如果銷售有保額的，一定要講清楚，對於受傷，虧損此其一，二來又看到被扣那麼多的費用率鐵定不舒服，如果業務員一開始講清楚前三年的前置費用、保險成本、帳戶管理費，就不會有這些抱怨與糾紛了。另外，和客戶說，我們真正看投資，扣完保費後的Net來看投資績效。今天您也可以分開做，買保險會有保險費，買基金會有手續費、信託保管費、基金轉換費用，而投資

型商品，這三種費用就不用了。而且您還可以省到一些錢，而且還可以做轉換，沒有轉換費用。

(3) 賣完之後要隨時關心基金的績效與狀況，由觀察自己買的基金來類推服務其他的保戶會想要有的服務，而做連繫。

12. 公司MDRT的同仁們，就您所知投資型商品也是他們的銷售利器之一嗎？

O：無從討論，較無所知。

