

第八屆臺灣保險卓越獎

商品創新專案企劃卓越獎(壽險組) 評分標準

一、初審評分標準(70%)

(一) 量化指標評分(20%)		
評分項目	配分(20%)	考量因素
商品設計人力及商品人員研發能力	4	<ul style="list-style-type: none"> 計算商品精算及研發人員之占率，可觀察公司對於商品研發之重視程度與人力配置。 為避免大型保險公司人力資源較多而量產較多的核准及備查新送審個人險商品，另計算商品人員平均產值，衡量公司商品人員的研發能力。
創新與新送審保險商品市場效益	5	<ul style="list-style-type: none"> 計算壽險公司實際銷售之核准及備查新送審個人險商品保費占率，以評估新商品之市場效益。
創新與新送審保險商品件數	7	<ul style="list-style-type: none"> 計算新送審之核准個人險商品件數多寡，衡量公司對研發創新商品之直接衡量指標。 計算個人險新商品占所有個人險商品之比例，可觀察公司對新商品之投注資源多寡。
商品法令遵循情形	4	<ul style="list-style-type: none"> 檢視保險公司在商品銷售前之法令遵循情形，故增加商品有無違反「保險商品銷售前程序作業準則」第 30 條之問項。
備註	<ol style="list-style-type: none"> 參選公司所需計算之比例均以百分比形式呈現，並計算至小數點第二位後四捨五入。 評分方式為排序給分，每級差距 0.5 分，如有不能整除情形，自高分者開始增額分配。 評分標準中依比例或件數相同時，分屬於同一級，不受前點均分之限制，其餘比例或件數再按均分方式分配。 	
(二) 質化指標評分(50%)		
評分項目	配分(50%)	考量因素
商品創新特性	15	針對參賽商品的創新特性提具說明，例如商品獨特性、承保範圍(特殊事件)、保障對象(特定對象)、設計理念的創新，或其他足以符合創新要件者。
商品企劃行銷	15	針對參賽商品的企劃行銷提具說明，例如銷售計畫的擬定與執行、商品產生的附加價值、保障功能之發揮、是否符合社會大眾需求、對企業形象的提升、市場行銷方式的創新，或其他足以符合企劃行銷要件者。
商品風險控管	10	針對參賽商品的風險控管提具說明，例如對公司財務安全，以及各種業務風險的控管規劃，或其他足以符合風險控管要件者。
商品全面性	10	針對參賽商品的全面性提具說明，例如商品銷售前作業、商品核保、商品理賠、保全服務、商品售後狀況，或其他足以符合呈現商品全面要件者。
備註	<ol style="list-style-type: none"> 參選公司所提交之質化資料，應明確指出該資料為何項考量因素。 如有需要，應自行提供量化數據呈現質化資料，並保留評審委員追認數據正確性之權力。 參賽商品請標示核准或備查文號。 	

二、複審公司簡報評分標準(30%)

依據初審評分結果獲選進入複選的參選公司，須就提報初審選拔之專案進行簡報，並檢附簡報書面資料，參與本屆商品創新卓越獎(壽險組)複審之選拔，簡報可包含但不限於質化內容，且輔助資料不限。

三、 注意事項

參選案件所提供或陳述之資料若有虛偽或隱匿不實之情事而獲獎，經檢舉查證屬實者，得經提交評審委員會決議後，取消該案件之獲獎資格，並對外公佈。