

# 第六屆臺灣保險卓越獎

## 商品創新卓越獎(產險) 評分標準

### 一、初審評分標準(75%)

(一)產險量化指標評分(25%)			
評分項目	配分(%)	考量因素	評分標準
商品研發專責單位	3	商品研發單位主要在掌握市場動態，並提供商品創意與內容，該單位之設置對商品創意具有關鍵意義。	依參賽公司 2013~2014 年對於商品是否有成立研發專責單位，計分方式如下： 1. 有成立者，3 分 2. 未成立者，2 分
商品設計人力比例	3	計算商品精算及研發人員之佔率，可觀察公司對於商品研發之重視程度與人力配置。	依參賽公司 2013~2014 年之商品研發及送審的人力比例，即商品研發及送審人員占本國保險總公司或外商保險子公司或外商保險分公司全體內勤人員比例；人力比例由高至低排序且配分依送審公司家數區分等級。 如本屆送審 4 家，配分等級： 1. 第一級 $2/4 \times 4 + 1 = 3$ 2. 第二級 $2/4 \times 3 + 1 = 2.5$ 3. 第三級 $2/4 \times 2 + 1 = 2$ 4. 第四級 $2/4 \times 1 + 1 = 1.5$
創新與新審保險商品件數	5	計算核准及備查新送審商品件數多寡，衡量公司對研發創新商品之直接衡量指標。	核准商品： 依參賽公司 2013~2014 年合計核准通過商品件數，由高至低排序，計分方式如下： 1. 有送審核准通過商品者，其件數排名於 50%(含)以上者，2 分，低於 50%者，1 分。 2. 無送審核准通過商品者，0 分 備查新送審商品： 累計參賽公司 2013~2014 年之備查新送審商品合計件數，由高至低排序且配分依送審公司家數區分等級(滿分為 3 分)。 如本屆送審 4 家，配分等級： 1. 第一級 $2/4 \times 4 + 1 = 3$ 2. 第二級 $2/4 \times 3 + 1 = 2.5$ 3. 第三級 $2/4 \times 2 + 1 = 2$ 4. 第四級 $2/4 \times 1 + 1 = 1.5$ 該項目得分為核准商品與備查新送審商品之合計。

商品人員研發能力	4	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商品，故計算商品人員平均產值，衡量公司商品人員的研發能力。	依參賽公司 2013~2014 年之核准商品及備查新送審保險商品件數之合計件數相對商品研發及送審人員比例之平均值，由高至低排序且配分依送審公司家數區分等級。 如本屆送審 4 家，配分等級： 1. 第一級 $2.5/4 \times 4 + 1.5 = 4$ 2. 第二級 $2.5/4 \times 3 + 1.5 = 3.375$ 3. 第三級 $2.5/4 \times 2 + 1.5 = 2.75$ 4. 第四級 $2.5/4 \times 1 + 1.5 = 2.125$
創新與新送審商品 投注程度	3	計算核准及備查新送審商品佔所有送審商品之比例，可觀察公司對新商品之投注資源多寡。	依參賽公司 2013~2014 年之核准商品及備查保險商品件數佔核准商品及備查保險商品件數比例之平均值，由高至低排序且配分依送審公司家數區分等級。 如本屆送審 4 家，配分等級： 1. 第一級 $2/4 \times 4 + 1 = 3$ 2. 第二級 $2/4 \times 3 + 1 = 2.5$ 3. 第三級 $2/4 \times 2 + 1 = 2$ 4. 第四級 $2/4 \times 1 + 1 = 1.5$
創新與新送審商品 市場效益	4	計算產險公司實際銷售之核准及備查新送審商品保費佔率，以評估新商品之市場效益。	依參賽公司 2013~2014 年之核准商品及備查新送審保險商品簽單保費收入佔年度保險全部保費收入比例之平均值，由高至低排序且配分依送審公司家數區分等級。 如本屆送審 4 家，配分等級： 5. 第一級 $2.5/4 \times 4 + 1.5 = 4$ 6. 第二級 $2.5/4 \times 3 + 1.5 = 3.375$ 7. 第三級 $2.5/4 \times 2 + 1.5 = 2.75$ 1. 第四級 $2.5/4 \times 1 + 1.5 = 2.125$
商品法令遵循情形	3	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。	累計參賽公司 2013~2014 年之商品送審記錄，計分方式如下： 1. 無經主管機關命令停止銷售之紀錄者，3 分 2. 經主管機關命令停止銷售之紀錄達 1 次者，2 分 3. 經主管機關命令停止銷售之紀錄達 2 次者，1 分 4. 經主管機關命令停止銷售之紀錄達 3 次(含)以上者，0 分
合計	25		
備註：			

(二)產險質化指標評分(50%)		
評分項目	配分(%)	考量因素
企劃	20	商品附加價值 符合社會大眾需求 提昇保險產業形象 目標市場創新 行銷方式創新
商品獨特	10	商品獨特性與特色
執行	7	銷售計畫與執行 行政與資訊支援系統
成果評估	7	保單銷售情形 保戶滿意度 對公司價值創造之影響 保障功能之發揮
風險控管	6	財務安全控管規劃與執行 業務風險控管規劃與執行
合計	50	
備註：		

## 二、複審公司簡報評分標準(25%)

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複審之選拔。

## 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。