

保金實務專題
致理技術學院

四技
98

產險業經營傷害險之業績與消費者接受度之探討
以台北地區為例

致理技術學院保險金融系
2009 年畢業專題

產險業傷害險業績與消費者認知、態度
之探討-以台北地區為例

指導老師：徐如英

組別：第七組

學生：宋衣緹 19512105

周德莉 19512109

王沛緹 19512135

邱玉鶯 19512140

林詩音 19512141

黃昱琳 19512142

中華民國九十八年十二月

學士論文授權書

本授權書所授權之論文為本組在 致理技術學院 保險金融管理系
98 學年度第 1 學期取得 學士 學位之論文。

論文名稱：產險業經營傷害險業績與消費者認知、態度之探討-以台北地區為例

本組具有著作財產權之論文全文資料，授予下列單位：

同意	不同意	單 位
V	<input type="checkbox"/>	國家圖書館
V	<input type="checkbox"/>	本人畢業學校圖書館
V	<input type="checkbox"/>	行政院國家科學委員會科學技術資料中心

得不限地域、時間與次數以微縮、光碟或其他各種數位化方式重製後散布發行或上載網站，藉由網路傳輸，提供讀者基於個人非營利性質之線上檢索、閱覽、下載或列印。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未鈎選，本組同意視同授權。

指導教授姓名： _____

日 期： 中華民國 98 年 12 月 31 日

摘要

本研究之目的在於探討傷害保險自民國 90 年開放產險業經營後，此一領域已成為產壽險業共同爭取的利基，相對的其競爭也逐漸擴大。產險業以本約經營的成果及消費者對產險公司經營傷害險之認知、態度及對保險商品的態度究竟如何，為產壽險業極為關心的議題。

本研究就近幾年產險業經營績效以及消費者對產險公司傷害險的認知進行探討，其研究結果顯示如下：

- (1) 產險業傷害險保費收入之成長率，自 94 年後均較壽險業為高，但增幅卻有逐漸下滑趨勢。在理賠率部份，產險業傷害險主附約在多數年度均呈上升現象，可見主約市場需求度較高，市場發展空間亦較大。
- (2) 六成左右的消費者具有投保個人傷害險主約或附約之經驗方面，認為目前傷害險保額已足夠，保費水準算普通，但絕大多為投保壽險銷售的傷害險。
- (3) 在有投保經驗者之認知中，多數均知道職業變更應為通知，其中未婚者、無業者、低收入者、非家庭經濟負擔者的認知度較高。
- (4) 對於不考慮購買產險公司經營傷害險的消費者，主要原因在於不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、對產險業沒信心及擔心產險業的理賠能力有顯著的認知差異。
- (5) 消費者在購買傷害險的態度，主要態度是偏好親友推薦、廣告曝光率高、保費便宜、折扣，顯示僅少數消費者會去了解產險業詳細規定及內容，所以產險公司可再加強業務員教育訓練，具有一定專業能力告知消費者保單詳細內容，但不可做不實的廣告誤導，瞭解本身權益及價格高低與商內容是成正比的，藉商區隔以拓展市場。

關鍵字：傷害保險、產險業、經營績效、傷害險的認知

誌謝

本文得以完成，承蒙恩師 徐如英老師在忙錄的教學工作中，還能不厭其煩的細心指導與督促，教導我們從論文的架構、研究方法、資料搜集分析等等，一步一步的將論文完成，在接受徐如英老師教導時，她教授給我們的不僅僅是課業，從她身上我們學到更多，謝謝她的建議與指正，讓我們受益良多。

轉眼之間，大學生活即將結束，相對另外一個人生的開始，求學過程彷彿昨日歷歷在目，心中有許多不捨及感傷。很感謝在大學求學期間，許多教授、老師在保險及金融學識上、實務上的教導，使我們獲益匪淺。同時，也感謝系上陳主任和助理、工讀生的協助，及提供吳家錄研究室給我們作為研究討論的地方，謹致上最高謝意。

最後，更感謝評審委員們的批評、指教，提供的寶貴建議讓我們更加精益求精，務使其盡善盡美。

人生的旅程是漫漫長路，學習也是永無止境，很高興在求學階段中，致理技術學院給予我們充沛的師資與學習環境。論文的完成，也表示著另一個起程的開始。我們會帶著每位老師的諄諄教誨與誠心祝福，在人生的旅途上，抱持著”我以致理為榮，致理以我為傲”的信念，克服萬難，努力前進。

目錄

第壹章	緒論	1
第一節	研究背景與動機	1
第二節	研究目的	1
第三節	研究範圍、流程與限制	2
第貳章	文獻探討	5
第一節	傷害保險之沿革	5
第二節	傷害保險之基本概念	5
第三節	傷害保險市場成長趨勢	10
第四節	文獻回顧	12
第參章	研究方法	16
第一節	研究架構	16
第二節	研究假設	17
第三節	分析方法	17
第四節	研究變數之操作型定義	19
第五節	研究工具	19
第肆章	研究內容	22
第一節	產壽險業經營績效之比較	22
第二節	實證分析	28
第五章	結論與建議	69
第一節	結論	69
第二節	建議	72
第三節	未來研究方向	73
參考文獻		74
附錄		76

表目錄

表 1-1	問卷回收統計表	2
表 2-2-1	殘廢等級與保險金額給付比例表	8
表 2-3-1	產壽險業傷害險保費收入比較表	11
表 2-4-1	相關文獻彙整比較表	12
表 4-1-1	產壽險業傷害險保費收入及成長率比較表	22
表 4-1-2	產壽險業傷害險賠款率比較	23
表 4-1-3	產險業主附約傷害險保費收入明細表	23
表 4-1-4	產險個人傷害險事故原因—賠款率最高之年齡層	26
表 4-2-1	各量表信度分析值	29
表 4-2-2	人口統計資料分佈狀況	30
表 4-2-3	投保傷害險之經驗分佈狀況	32
表 4-2-4	對傷害險之認知分析	34
表 4-2-5	不同性別對傷害險認知的差異性分析	35
表 4-2-6	不同婚姻對傷害險認知的差異性分析	35
表 4-2-7	不同婚姻對傷害險認知的差異性多重比較	36
表 4-2-8	不同年齡層對傷害險的認知差異性分析	36
表 4-2-9	不同教育程度對傷害險的認知差異性分析	37
表 4-2-10	不同教育程度對傷害險的認知多重比較	37
表 4-2-11	不同行業對傷害險的認知差異性分析	38
表 4-2-12	不同行業對傷害險的認知多重比較	39
表 4-2-13	不同職業對傷害險認知的差異性分析	41
表 4-2-14	不同職業對傷害險認知的差異性比較	41
表 4-2-15	不同收入對傷害險認知的差異性分析	42
表 4-2-16	不同月收入對傷害險認知的差異性多重比較	42

表 4-2-17	不同家庭經濟負擔者對傷害險認知的差異性分析-----	43
表 4-2-18	不同扶養人口數對傷害險認知的差異性分析-----	43
表 4-2-19	不同扶養人口數對傷害險認知的差異性多重比較-----	44
表 4-2-20	不同血型對傷害險認知的差異性分析-----	44
表 4-2-21	不同血型對傷害險認知的多重比較-----	45
表 4-2-22	有無投保經驗對傷害險的認知差異性分析-----	46
表 4-2-23	不同投保年資對傷害險認知的差異性分析-----	46
表 4-2-24	不同投保年資對傷害險認知的多重比較-----	47
表 4-2-25	不同性別對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	48
表 4-2-26	不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	48
表 4-2-27	不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較-----	49
表 4-2-28	不同年齡對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	49
表 4-2-29	不同教育程度對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	50
表 4-2-30	不同行業對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	50
表 4-2-31	不同行業別對產險業經營傷害險態度多重比較-----	51
表 4-2-32	不同工作性質對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	52
表 4-2-33	不同工作性質對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較-----	53
表 4-2-34	不同月收入對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	53
表 4-2-35	不同月收入對產險業經營傷害險態度多重比較-----	54
表 4-2-36	不同家庭經濟負擔者對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	54
表 4-2-37	不同扶養人口數對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	55
表 4-2-38	不同血型對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	55
表 4-2-39	有無投保經驗對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	56
表 4-2-40	不同投保年資對產險業經營傷害險態度的差異性分析-----	57
表 4-2-41	不同投保年資對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較-----	57
表 4-2-42	不同性別對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	58
表 4-2-43	不同婚姻對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	59

表 4-2-44	不同婚姻對傷害險行銷方式之偏好度多重比較-----	59
表 4-2-45	不同教育程度對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	60
表 4-2-46	不同教育程度對傷害險商品態度多重比較-----	61
表 4-2-47	不同行業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	61
表 4-2-48	不同行業對傷害險險行銷方式之偏好度多重比較-----	62
表 4-2-49	不同職業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	64
表 4-2-50	不同月收入對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	64
表 4-2-51	不同月收入對傷害險行銷方式之偏好度多重比較-----	65
表 4-2-52	不同家庭經濟負擔者對保險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	65
表 4-2-53	同扶養人口對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	66
表 4-2-54	不同扶養人口對傷害險行銷方式之偏好度多重比較-----	66
表 4-2-55	不同血型對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析-----	67
表 4-2-56	不同血型對傷害險行銷方式偏好度多重比較-----	68

圖目錄

圖 1-1	研究流程-----	3
圖 2-2-1	傷害保險範圍-----	6
圖 2-3-1	近五年產險業各險種保費收入-----	11
圖 2-3-2	產險業總保費與傷害險保費收入趨勢圖-----	11
圖 3-1-1	研究架構-----	16
圖 3-3-1	統計方法流程-----	17
圖 4-1-1	五大產險業傷害險主約保費收入趨勢圖-----	24
圖 4-1-2	五大產險業傷害險附約保費收入趨勢圖-----	24
圖 4-1-3	產險業個人傷害險出險原因賠款率-----	25
圖 4-1-4	產險業傷害險工作性質殘廢率-----	28
圖 4-1-5	產險業傷害險工作性質死亡率-----	28

第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

民國 51 年允許人壽保險業者開辦商業傷害保險。民國 90 年財政部鑒於傷害保險其危險性質不論是危險性質、保險期間、費率、準備金及危險評估等經營技術與財產保險相同，在歐、美保險先進國家，傷害保險則屬於產險業的經營範圍¹，便於 90 年 7 月再加入財產保險業者的經營，使得原本屬於成熟商品的傷害險產生新的蛻變。

在考量多元化商品供消費者選擇保障適宜且保費能夠負擔之傷害險，將對消費者更為有利，開放了產、壽險業均可經營傷害保險；而這對產險公司而言有如等了 40 年才得到的禮物，產險業的跨足掀起了傷害保險市場的戰火²，可見對長期獨占傷害險市場的壽險業必定引起很大的衝擊，如今產險業經營傷害險近 8 年之久，產險業的經營的成果及消費者對產險公司經營傷害險之認知、態度及對保險商品的態度究竟如何，應為產壽險業極為關心的議題，亦引發了本文探討之動機。

第二節 研究目的

保險業之經營，具有高度專業性和獨特性，不同於其他產業，在競爭激烈的傷害險市場中，因產險業的加入產生了什麼變化，而消費者有了更多種的選擇，而其對產險業經營傷害險的認知及態度是否因傷害險經營近 8 年的時間有了更深的了解及改變，產壽險經營績效是否有所差異等問題亦成為本研究探討之目的所在，茲將其修列如下：

- 一、消費者對傷害險之認知；
- 二、消費者對產險業經營傷害險之態度；
- 三、消費者對保險行銷方式的偏好度。

¹ 呂廣盛，“我國產、壽險業經營個人傷害保險之比較分析”，逢甲大學保險學系碩士論文，2004：1。

² 吳秋蓉，“產險業等了 40 年才得到的禮物——產險業跨足傷害險市場燃戰火”，現代保險雜誌，2004，第 186 期：40-42。

第三節 研究範圍、流程與限制

一、研究範圍

為達成以上研究目的，本文研究範圍分下列數項：

(一) 研究時間

本文在確立研究主題後，依據研究目的先確立研究範圍及對象，自民國 98 年 5 月蒐集資料並設計問卷，6 月至 7 月正式發放並回收；自 8 月至 10 月撰寫研究報告，至 11 月初正式完稿。

(二) 研究對象

本問卷研究對象為台北地區「20 歲以上 65 歲以下」之居民，採抽樣方式發放。旨在訪視其對本文主題之反應，原因在於此年齡層大多具有經濟能力，且有獨立思考能力。本問卷共發放 1248 份，收回 1200 份，回收率 96.15%，其中無效問卷 452 份，有效問卷 748 份，有效問卷回收率為 59.94%。

表 1-1 問卷回收統計表

發出	回收	無效問卷	有效回收	回收率%	總問卷之有效回收率%
1248	1200	452	748	96.15	59.94

(三) 研究內容

本研究共分五大部份，分述如下：

第一部份 確立研究主題

本章首先交代產險業經營傷害險的發展背景、市場變化狀況等引發之研究動機；其次，藉由消費者購買經驗、認知、態度及行銷偏好度確立研究目的；最後，針對研究範圍作一交待；過程中有些無法掌控之情況，則列為研究限制。

第二部份 文獻探討

本章以專家學者之研究報告、著作或網路等次級資料之研究主旨、目的、對象及研究結果作一概括描述及比較。最後並就本文與近似研究之結果作一比較。

第三部份 研究方法

本章首先依受訪者人口統計變項及購買經驗為自變項，而以對傷害險之認知、產險業經營之態度及保險行銷偏好度等為應變項，就其間之相關性設計成研究架構圖及假設；其次就次數就相關統計方法作一說明。

第四部份 實證結果與分析

將回收之問卷作一整理，針對有效問卷進行編碼，並以 SPSS 進行分析，主要就樣本結構作次數分析，並以單因子變異數分析考驗部份自變項與因變項間之差異性。

第五部份 結論與建議

本部份將所有分析作一彙總說明及總結，並提出若干建議；最後，針對後續研究提供相關建議。

二、研究流程

本文依研究目的界定出研究主題及範圍後，參考相關次級資料及文獻，首先針對產壽險業經營傷害保險之績效比較作一探討；其次，並以設計之問卷建構出研究架構，並進行初測，針對有問題部份修改後再正式施測、回收、統計及分析，以瞭解不同受訪者對產險公司經營傷害險在認知、態度及保險商品的偏好度等之差異性，最後並作出結論與建議。本文研究流程歸如下：

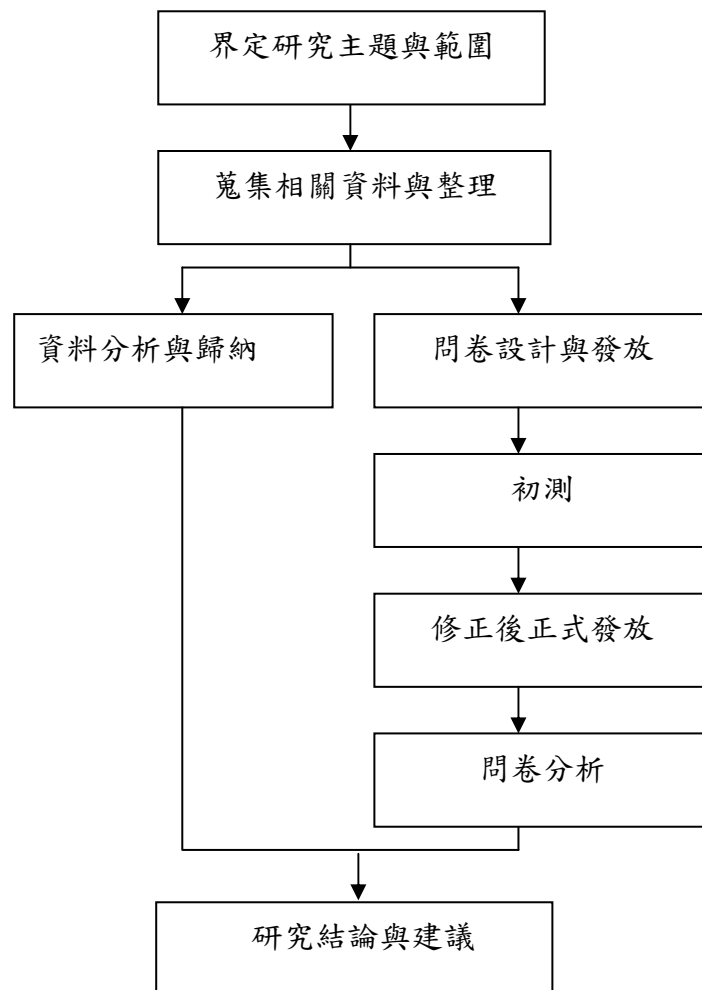


圖 1-1 研究流程

三、研究限制：

本文於研究過程難免遭遇一些無法克服的困難及限制，列舉如下：

- 一、問卷中雖設有勾稽題，將前後矛盾之填答者問卷剔除，惟其餘受訪者是否據實填答，則難以控制，多少會影響研究品質。
- 二、本問卷雖設有針對不同年齡層發放份數限制，但實際發放時，由於分散給組員自由發放，或有無法控制填寫對象的情況，以致受訪者可能非本研究所規劃之年齡層，故正確性可能會受到一定程度的影響。

第貳章 文獻探討

第一節 傷害保險之沿革

傷害保險 (Personal Accident Insurance) 又稱人身意外保險。其起源一般推論為 18 世紀歐洲工業革命，其時機器替代人工，加之鐵路、陸路交通工具變革，致意外事故頻傳，1814 年英國首創旅客保險，可謂傷害保險的濫觴。¹ 其後英國推出了意外保險，其乃指除了海上保險、火災保險、人壽保險之外的其他險種之總稱。最早期 (西元 1840 年的誠實保證保險、冰雹保險) 是針對意外事故導致財產損失給予補償之險種，至西元 1844 年始推出了人身意外保險，當時歐美國家均將之歸類為產險業經營之範圍。²

我國早期傷害保險係內涵於民國 39、47 年開辦的勞工保險與公務人員保險中，民國 51 年保險法第 13 條將傷害保險規範於人身保險中，開放由壽險業辦理商業性傷害險以彌補公營保險之不足。此一發展實際上有其歷史背景，即當時壽險業經營遭遇瓶頸，主管機關為穩定其永續經營方針，故刻意將其劃歸壽險業範疇。但此一改變似有不當，因不論是保險期間、費率、準備金及危險評估，均與長期性質之壽險不同。主管機關遂於民國 87 年修正保險法 138 條，核准產險業得採附加險方式銷售，但當時極少產險業正式推出，至民國 90 年放寬可以主約方式獨立經營，才有產險業正式推出。³

第二節 傷害保險之基本概念

一、傷害保險之定義

保險法第 131 條將傷害保險定義為：「傷害保險人於被保險人遭受意外傷害及其所致殘廢或死亡時，負給付保險金額之責。前項意外傷害，指非由疾病引起之外來突發所致者。」⁴ 傷害保險單示範條款第二條之定義為「被保險人於本契約有效期間內，因遭受意外傷害事故，致其身體蒙受傷害致殘廢或死亡時，依照本契約的約定，給付保險金。前項意外傷害事故，指非由疾病引起之外來突發事故。」⁵

由此可知，傷害保險之保障範圍，僅限於「意外」傷害事故⁶。早期自英、美引進時，因文譯的關係，未能將「意外 (Accident)」一詞代表的涵義真正表現出來，事實上，壽險業俗稱之「意外保險」，即係指傷害保險，而產險業所謂

¹ 傷害保險，財產保險業務員訓練教材，中華民國產物保險商業同業公會，台北，2006：1-2。

² 李仁傑，意外保險學，全華圖書，台北，2005：18-19。

³ 同 1。

⁴ 林麗銖，人身保險實務，平安出版社，台北，2004：309。

⁵ 責任、信用、保證、傷害保險及其他財產保險，中華民國產物保險商業同業公會，台北，2003：4-2。

「意外保險」，係指除了海上保險與火災保險以外之其它財產保險；俗稱雖相同，內涵卻大不相同⁷。

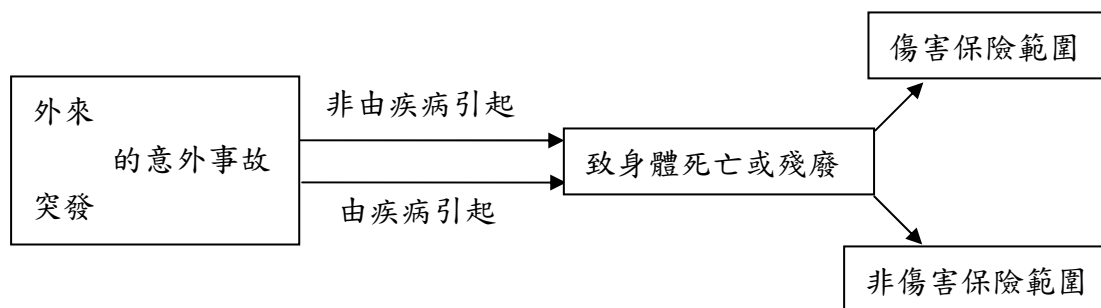


圖 2-2-1 傷害保險範圍⁸

我國個人傷害保險自開辦以來，其演變過程常為了因應市場的需要與變化而將「傷害」的定義加以修正。歷年示範條款所頒定的「意外傷害」定義內容之修正演變如下⁹：

- (一) 67 年以前的定義：由各保險公司自行定義，但大抵的內容為：被保險人因直接遭遇外來突發之意外事故，以致其身體蒙受傷害致成殘廢或死亡時，依照本契約之約定給付殘廢或死亡保險金。
- (二) 68 年定義：指被保險人因遭遇外來突發之事故，致其身體蒙受傷害殘廢或死亡時，依照本契約約定，給付保險金。
- (三) 77 年定義：指被保險人因遭遇外來突發的意外傷害事故，並以此意外傷害事故為直接且單獨原因，致其身體蒙受傷害而致殘廢或死亡時，依照本契約約定給付保險金。
- (四) 86 年定義：指被保險人因遭受意外傷害事故，治其身體蒙受傷害而致殘廢或死亡時，依照本契約的約定給付保險金。
- (五) 92 年 1 月 3 日保險法第 131 條增訂第 2 項：「前項意外傷害，指非由疾病所引起之外來突發事故所致者。」賦予 86 年「傷害」定義的正是法律地位。

⁶ 呂廣盛，「我國產、壽險業經營個人傷害保險之比較分析」，逢甲大學保險學系碩士論文，2004：11。

⁷ 宋汶璇，「消費者對產險公司銷售傷害之認知」，逢甲大學保險學系碩士論文，2005。

⁸ 林嘉祥，「傷害保險理賠糾紛之探討」，樹德科技大學金融保險系碩士論文，2004：11。

⁹ 江傳賢、許沖河、夏銘賢、呂廣盛，傷害及健康保險，財團法人保險事業發展中心，台北，2001。

由上述「意外傷害」之定義可歸納出意外傷害的構成要件有：

(一) 外來性

即傷害保險重在傷害，而傷害來自外界之事變。外界之事變，其因天災不可抗力發生，或因人為因素所致而發生。例：駕車不慎傷及他人；因颱風傷及行人及住戶。

(二) 突發性

所謂「突發性」必須要滿足以下二項條件：發生之不可預期性(unexpectedly)發生之瞬間性(immediately)。傷害保險之意外事故，須為不能預料之傷害，即被保險人對於事故之發生非其所能預見的。例：礦工因礦坑崩塌造成的事故，則屬意外傷害事故；而因為長期處於礦坑內，長久吸入灰塵所造成的矽肺，則不屬於意外傷害事故。

(三) 關聯性

傷害保險之發生原因與其造成的傷害結果，兩者須有直接因果關係。例：路人為酗酒駕駛人撞成殘障，則意外車禍屬於傷害事故發生的原因，路人身體致成殘障則是傷害事故造成之結果，兩者具有直接因果關係¹⁰。

(四) 非疾病之體傷性

由非疾病所致意外傷害事故之發生，對被保險人的身體造成傷害，此一體傷，除具有明顯的外傷，體內出血或瘀血亦是。

二、傷害保險的特性

依傷害保險之定義及相關示範條款內容，可知其具有下列特性：

(一) 須為意外事故

傷害保險主要是以身體之傷害為保險事故，故被保險人須於遭受意外傷害及所致殘廢或死亡時，保險人始負理賠責任，也就是殘廢或死亡原因須出於意外傷害，並非直接以死亡為其保險事故。

(二) 短期性契約

傷害保險大部分為一年內之短期保單，可分主約或附約。人身保險多附加於人壽保險或健康保險；財產保險則多附加於責任保險或汽車保險。附約為每年續保，亦有採保證續保方式，續保至某年齡或主契約繳費期滿為主。

¹⁰ 廖述源、劉政明，「我國產險業經營傷害保險之探討」，保險大道，2003，第49期：5-21。

(三)保費低保額大

傷害保險的保險費是依意外事故發生率為計算基礎，不含儲蓄性質，故保費負擔比壽險低，故相同的保費卻可購買較高的保額，並以一次付為原則。因此，傷害險的道德危險程度較高，如斷指自殘、詐死、謀財害命等實務上的案例頻繁。

(四)定額保險

傷害保險基本上屬訂約時即約定投保金額的險種，其保額依給付性質而不同。若為死亡給付，係依約定金額給付；若為殘廢給付，係依殘廢等級比例給付；若為醫療給付，則分日額型和實支實付型，除後者填補損失之非定額給付，其餘皆為定額型保險。

(五)殘廢給付等級

殘廢給付乃依殘廢等級劃分，其等級項目陸續有作調整，即從最早的1級12項修改為6級28項，至民國95年再次擴大為11級75項。新的標準特別將原來依等級劃分的方式，改為依殘廢部位作分類，再依殘廢程度訂定不同給付率。過去部分保險公司不賠付的殘廢情況，現在已被列入賠付項目，對被保險人增加了更多保障。茲將各項殘廢等級與給付率整理如下表¹¹：

表 2-2-1 殘廢等級與保險金額給付比例表¹²

	一	二	三	四	五	六	七	八	九	十	十一
最早版本	100%	75%	50%	25%	—	—	—	—	—	—	—
民國79年修訂	100%	75%	50%	30%	15%	10%	—	—	—	—	—
民國85年修訂	100%	75%	50%	30%	15%	5%	—	—	—	—	—
民國95年修訂	100%	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%	10%	5%

(六)保費核訂依據

傷害險費用成本大小，與年齡及性別無太大關係，但與職業、工作內容及工作環境有很大的關聯性。故傷害保險保費核定主要是依職業危險性高低來決定。

(七)理賠糾紛多

傷害險在意外事故、失能認定及醫療費用等方面，因立場的差異，當事人雙方認定會有落差，致常有爭議，並引起理賠糾紛。

¹¹ 江傳賢、許沖河、夏銘賢、呂廣盛合著，傷害及健康保險，保險事業發展中心，台北，2001。

¹² 潘妮君，“產險公司個人傷害險出險因素之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，2008：7

(八)無體檢

傷害保險是以突發的意外傷害事故為保險事故為保險事故，因此，在一班壽險上常用的健康檢查方法，在傷害保險上是不適用的¹³。

三、傷害保險之種類

(一)依承保事故之性質分¹⁴

1.普通傷害保險 (General accident insurance)

又稱為個人傷害保險或一般傷害保險，乃指被保險人在保險契約有效期間內，因遭遇外來突發的意外事故，致其身體蒙受傷害或因而殘廢或死亡時，依照契約的約定，給付保險金的保險。例如：滑倒致傷、騎車撞傷、沸水燙傷、電火燒傷等均是。

2.團體傷害保險 (Group accident insurance)

即以團體為單位，保險人與全體被保險人僅簽訂一張保單，以承保團體成員遭受外突發的意外事故，導致其殘廢或死亡的保險。其主要目的，在於被保險人保險費負擔之減輕。

3.旅行傷害保險 (Travel accident insurance)

又稱旅行平安險、國內旅行傷害保險及海外旅行傷害保險，係指承保被保險人在旅行途中所遭受的意外傷害事故。因此，雖然是在保險契約期間內，對於被保險人在旅行開始前或旅行結束後所發生的意外傷害事故，不給付保險金。例如：飛機失事或船舶碰撞。

4.職業傷害保險 (Occupation accident insurance)

針對某些特定職業或特定職位被保險人設計，承保執行職務所遭受之傷害。

5.交通傷害保險

針對被保險人搭乘火車、電車、公共汽車等定期或依一定路線行駛的陸上交通工具中所生傷害為事故的傷害保險。

(二)依意外事故是否特定分

1.一般意外事故型

提供被保人於保險期間 24 小時且不分地點的保障，只要被保險人因非疾病所引起的意外傷害而致，此意外事故不在保險契約除外責任內。

2.特定意外事故型

保險契約特別約定的意外事故或特定地點所發生的意外事故，如搭火車、汽車、飛機。

¹³ 呂廣盛，“我國產、壽險業經營個人傷害保險之比較分析”，逢甲大學保險學系碩士論文，2003：1-11。

¹⁴ 宋汶璇，“消費者對產險公司銷售傷害之認知”，逢甲大學保險學系碩士論文，2005：24。

(三) 依保約是否獨立分

1. 主約

主約一般包括有：一般傷害保險、家眷傷害保險、交通航空傷害保險，家庭交通傷害保險、海外旅行傷害保險、國內旅行傷害保險、共同團體傷害保險、學童團體傷害保險、運動團體傷害保險、PTA 團體傷害保險；若針對職業作特別設計，則有如：營業用貨車駕駛人及隨車人員平安保險、旅覽車駕駛人及乘客平安保險、工地工程人員平安保險、旅館房客平安保險、企業領袖特級保險。

2. 附約

附約及依附於主約額外加保之商品，傷害險依附之主要險種約有：住宅火災險、個人責任險、汽、機車險、個人旅行綜合險、居家綜合險、家庭意外責任險、家庭成員日常生活意外責任險。

第三節 傷害保險市場成長趨勢

自民國 90 年 7 月財政部開放產險業以主約方式經營傷害保險業務後，傷害保險就成為產壽險業皆得經營的中間性保險¹⁵，至此傷害險市場遂成為產壽險競相爭取的險種，其業績消長亦為業界所矚目。在產險業加入競爭之後，透過合理的費率、特殊的設計、簡易的作業，以及廣泛的通路，因此得以迅速擴展市場。由圖 2-2 可知，產險業的傷害險保費收入成長趨勢以近五年呈穩定成長，是產險業所有險種中成長最為快速的險種。至民國 97 年已突破新台幣百億元，並成為產險業僅次於汽車保險、火災保險的第三大險種。¹⁶

產險業傷害險保費收入若與壽險業做比較，由表 2-2 可知，其市占率由 91 年的 4.2% 逐漸遞增至 97 年的 16.6%，且多為一年期以下的短期保險，與多為長期性質的壽險傷害險（多為附加於壽險的附約）相較，有此績效實屬不易。

17

¹⁵ 方明川 張素屏，我國現行個人傷害保險經驗分析(<http://www.rmim.com.tw/word/pen/2003pen-no5.pdf>)。

¹⁶ 泰安產物保險公司副總經理 陳嘉文先生，產險業經營傷害保險績效檢討與展望。

¹⁷ “產險業經營傷害保險績效檢討與展望”，現代保險金融理財雜誌，2008，第 235 期：4-35。

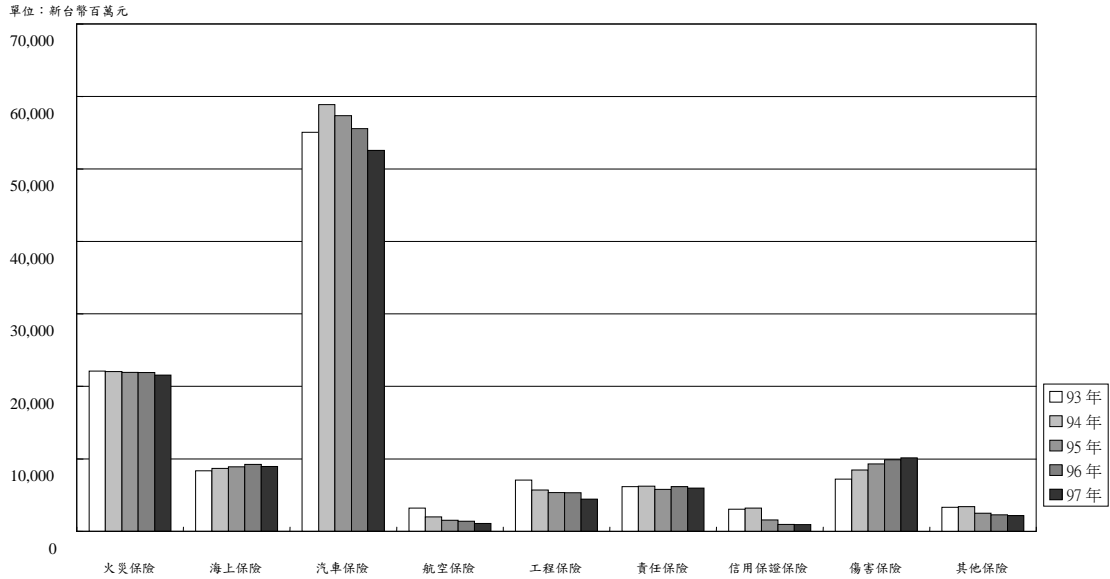


圖 2-3-1 近五年產險業各險種保費收入

表 2-3-1 產壽險業傷害險保費收入比較

單位：新台幣億元	91年	92年	93年	94年	95年	96年	97年
壽險	519	520	487	490	495	501	506
產險	23	50	72	84	93	99	101
產險占率(%)	4.2%	8.8%	12.9%	14.6%	15.8%	16.5%	16.6%

由圖 2-3 可知，在產險業所有商品與傷害險保費收入之比較中，前者近四年呈逐年下降趨勢，傷害險自民國 94 年後呈遞增現象，但 96 年後略呈下降趨勢，但整體觀之，其保費收入總額仍占第三名，可見傷害險在產險業的確已佔有相當重要之地位。

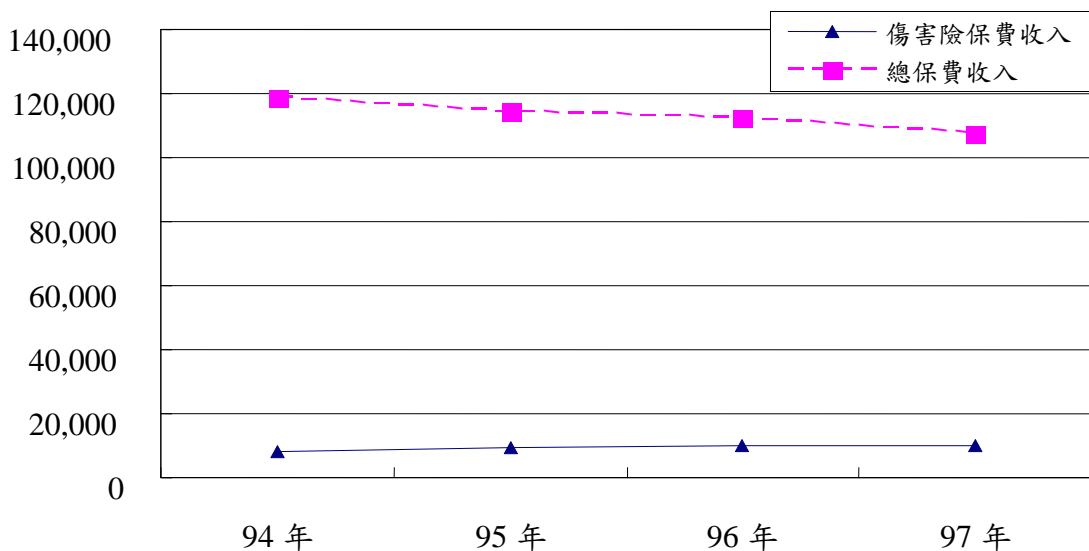


圖 2-3-2 產險業總保費與傷害險保費收入趨勢圖

第四節 文獻探討

以下將針對本文及相關文獻作一整理及比較：

表 2-4-1 相關文獻彙整比較表

作者	主題	摘 要	異 同
廖 舷 安 20 07	產 物 保 險 業 經 營 傷 害 險 案 分 析	<p>探討主旨： 本文欲以實際個案探討產險業經營傷害險所面臨之問題及原因，並提出改善之道。</p> <p>研究對象： 產險公司意外傷害險個案資料探討經營結果。</p>	
		<p>研究結果： 產險業踏入傷害險的經營不久，並缺乏經驗，但只要加以探討分析其問題，正式損失率急遽攀高的原因，調整業務方向，回歸保險經營本質，重視核保利潤，應學習累積經驗，並立即調整營運策略，相信此險種還是值得經營的險種。</p>	與張素屏相同
張 素 屏 20 03	我 國 現 行 個 人 傷 害 保 險 經 驗 分 析 與 探 討	<p>探討主旨： 本文就民國 83 年至 88 年為觀察年度，就意外死亡率和殘廢率，進行經驗(總體、性別與年齡、職業、殘廢程度、意外成因)損失統計分析。</p> <p>研究對象： 壽險業經營個人傷害保險為主，產險業經營業務為輔。</p>	
		<p>研究結果： (一) 產險業經營個人傷害保險雖缺乏經驗，觀察壽險業之經驗損失『以他山之石，可以攻錯』，是值得深入經營的險種。</p>	與廖舷安相同
		<p>(二) 產險業可加強商品設計、行銷通路開發及理賠服務品質，以利壽險業競爭。</p>	與伍建勳相同
呂 廣 盛 20 03	我 國 產 、 壽 險 業 經 營	<p>探討主旨： 本文就新經營者與成熟經營者做比較，分析其公司文化及經營策略差異。</p> <p>研究對象： 以壽險業採記名式的個人傷害保險主約，產險業則以個人傷害保險〈標準型〉為研究樣本。</p>	

	人傷害險之比較分析	<p>研究結果：</p> <p>(一) 壽險業保費收入呈大幅成長，顯現消費者對個人傷害險仍潛在著龐大的市場需求。</p> <p>(二) 產險業對個人傷害保險的資料分析與統計制度的建置尚未完備，故僅以壽險業損失經驗作參考。</p> <p>(三) 男性死殘比率皆較女性為高，隨年齡增長並有不同程度的上升。</p> <p>(四) 年齡與性別在死殘比率上有顯著相關，故比率的釐訂尚應納入該二項因素。</p>	
伍建勳 2004	財產保險業經營團體傷害保險之探討	<p>探討主旨：</p> <p>(一) 將探討產險業跨入傷害險初期經營現況，並就理賠案例作一分析。</p> <p>(二) 針對鄉鎮市民團體意外保險所建立的理賠資料進行實證分析，探討損失率與損失分佈情況。</p> <p>研究對象：</p> <p>以個案保險公司之團體傷害保險資料庫，就鄉、鎮、市民意外保險中截取三個地區之理賠。</p>	
		<p>研究結果：</p> <p>實證分析結論：</p> <p>(一) 承保地區不同，損失因子亦相異</p> <p>(二) 損失頻率與損失度並非穩定</p> <p>(三) 傷害保險之再保險不易安排</p>	與潘 佩君 相同
		<p>市場經營層面：</p> <p>(一) 法規定亦不明確，易引發保險人與被保險人之爭議。</p> <p>(二) 經營績效尚未穩定，加強行銷通路之開發與理賠實務的經驗。</p> <p>(三) 傷害保險險種之研發與創新不足。</p>	與張 素屏 相同
潘佩君 2008	產險公司個人傷害險出險因素研究	<p>探討主旨：</p> <p>本文就從人因素、地區因素與其他因素探討影響產險公司個人傷害險之出險因素。</p> <p>研究對象：</p> <p>台灣某產公司投保個人傷害保險。</p>	
		<p>研究結果：</p> <p>(一) 年齡、職業、居住地區、保額及健康狀況，對出險有顯著影響。</p> <p>(二) 未來產險公司擬訂費率可以考慮加入年齡、健康狀況、居住地及行業別因素，較能準確估計風險程度。</p>	與伍 建勳 相同 與伍 建勳 相同
宋汶璇 2005	消費者對產險公司銷售	<p>探討主旨：</p> <p>(一) 了解消費者購買傷害險之特性與購買評估準則。</p> <p>(二) 購買傷害險的意願是否因生活型態不同而有差異。</p> <p>(三) 消費者對產險公司傷害險的接受情況。</p> <p>研究對象：</p> <p>台灣地區『20歲以上至65歲以下』之居民。</p>	

傷害保險之認知		研究結果： (一) 消費者曾經購買過壽險公司傷害險的比例為產險公司傷害險的兩倍以上。	與本研究相異
		(二) 消費者偏好通路依序為業務員、經代、金融機構或直接投保。	
		(三) 購買考量因素為理賠迅速、售後服務及保障內容。 (四) 知性精明型未來購買意願較穩健享受型高。 (五) 多數消費者不知道產險公司有銷售傷害險，有購買者，主要是因保障內容合適、價格便宜及搭配其他商品購買。	與本研究相同
		(六) 有意願購買者大部分都會考慮產險公司的傷害險；有意願購買卻不願購買產險商品者，主因在對產險公司不熟悉、認其經驗不足及對其服務沒信心。	
許宏義 2006	台灣財產保險業經營傷害保險之研究	探討主旨： 本文旨在探討產險公司行銷策略運用，並分析各種行銷特質與因素。 研究對象： 國內各家保險公司〈財產保險公司與人身保險公司〉。	
		研究結果： (一) 傷害保險市場淪為價格競爭，核保政策過於寬鬆，造成逆選擇或引發道德危險。	
		(二) 在風險控管、核保理賠經驗或自留保費的累積上仍需加強。	
		(三) 多數人仍以為傷害保險必須向壽險業投保，使得產險業喪失許多商機。	
		(四) 產險業若想永續經營，除了維護原有市場，應另闢業務才能避免價格戰一再的發生。	
本研究 2008	產險業傷害險業績與消費者	探討主旨： 傷害保險自民國 90 年開放產險業經營後，此一領域商機已成為產壽險業共同爭取的利基，其經營績效如何，以及是否為消費者所接受等問題為本文所探討。 研究對象： (一) 以產險業經營傷害險近幾年來之績效探討。 (二) 大台北地區『20 歲以上至 65 歲以下』之居民，探討消費者接受度。	

知、 態 度 之 探 討	研究結果： （一）近幾年數據統計產險保費收入呈大幅成長，加之詐欺防阻機制及投保通報系統之建立，使得賠款率有逐年下降的趨勢。顯現產險業經營個人傷害險有其發展空間。 （二）問卷分析顯示六成左右的消費者具有投保傷害險（主約或附約）經驗。 （三）問卷分析顯示消費者除較清楚職業變更須通知者之規定外，對不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者、保費差異的原因等不清楚者仍較多。	
	（四）問卷分析顯示消費者對產險公司經營傷害險之態度在不熟悉產險業、擔心其無經驗、對產險業沒信心及擔心心理賠能力。	與宋汶璇相同
	（五）問卷分析顯示消費者對保險商品的態度多為偏好親友推薦、廣告曝光率高、保費便宜、折扣等。	與宋汶璇相異

廖舷安在其「產物保險業經營傷害險個案分析」研究報告中指出，產險業因缺乏經驗，且損失率攀高，故應調整業務方向，回歸保險本質，重視核保利潤，與張素屏的研究結果顯示，其應觀察壽險業之經驗損失及理賠服務，二者結論相同。

張素屏在其「我國現行個人傷害保險經驗分析與探討」研究結果顯示，產險業可加強商品設計、行銷通路開發及理賠服務品質，以利與壽險業競爭，該結論與伍建勳的研究結果相同。

伍建勳在其「財產保險業經營團體傷害保險之探討」研究中指出，產險業因承保地區不同，損失因子亦相異，與潘佩君的研究結果，擬訂費率應考慮地區性，較能準確估計風險程度的結論相同。

本研究在「產險業經營傷害險之績效與消費者接受度之探討」問卷分析指出，消費者對產險公司經營傷害險之態度在不熟悉產險業、擔心產險業無經驗，與宋汶璇的研究結果相同；在「產險業經營傷害險之績效與消費者接受度之探討」問卷分析結果顯示，消費者通路多為偏好親友推薦，與宋汶璇的研究結果，偏好為業務員、經代、金融機構或直接投保的研究結果相異。

第參章 研究方法

本章首先依自變項與因變項間之相關性設計成研究架構圖，並依此提出虛無假設，針對有效問卷的填答資料統計分析，藉以瞭解不同受訪者在主要議題上之差異性。

第一節 研究架構

本文研究架構乃依研究目的繪製而成，主要在探討受訪者人口統計變項及不同投保傷害險的經驗二個自變項對傷害險的認知、產險業經營傷害險的態度等因變項之差異性；另並針對不同人口統計變項對保險商品行銷方式偏好度之差異性作一分析。研究架構列示如圖 3-1：

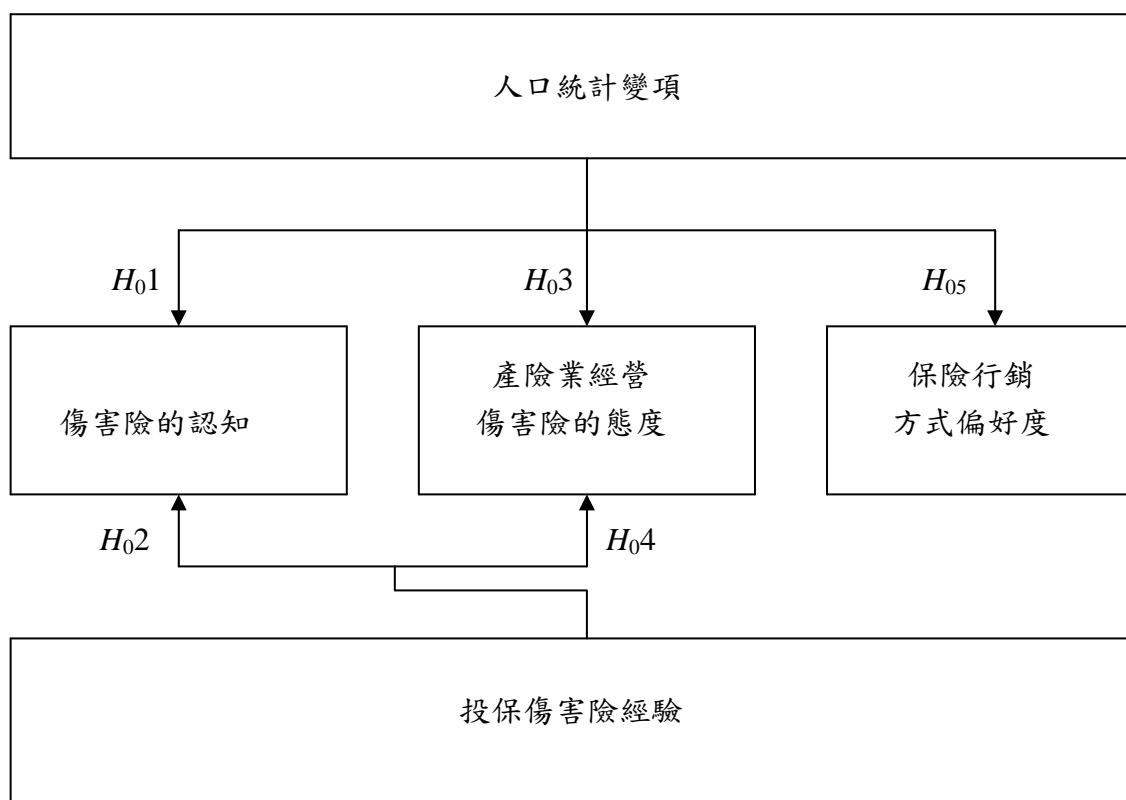


圖 3-1-1 研究架構

第二節 研究假設

本文欲藉由統計資料以獲取分析結果，事先必須作假設檢定 (Hypothesis Test)，即在尚未進行推論前先對母體的某種性質作一假設性敘述，再利用樣本分配所呈現的訊息，加以檢驗此假設是否為真。本文先建立一個虛無假設 (null hypothesis)，以 H_0 表示，直接將要檢定的項目以不存在的虛無假設作敘述，當此虛無假設為假時，此敘述必為真。

本文依研究目的及研究架構提出以下虛無假設：

H_{01} ：不同人口統計變項對傷害險的認知無顯著差異；

H_{02} ：不同投保經驗對傷害險的認知無顯著差異。

H_{03} ：不同人口統計變項對產險公司經營傷害險的態度無顯著差異；

H_{04} ：不同投保經驗對產險業經營傷害險的態度無顯著差異。

H_{05} ：不同人口統計變項對保險行銷方式偏好度無顯著差異；。

第三節 分析方法

本研究將回收的問卷資料，經過詳細篩檢，刪除填答不實及未完整作答者，其餘有效問卷以 Excel 資料庫管理程式建檔，最後利用 SPSS 12.0 (Statistical Products and Services Solutions) 統計套裝軟體進行編碼、建檔及分析，藉以求得實証結果，並依分析結果進行描述與推論。至於統計方法之流程列示如圖 3-2：

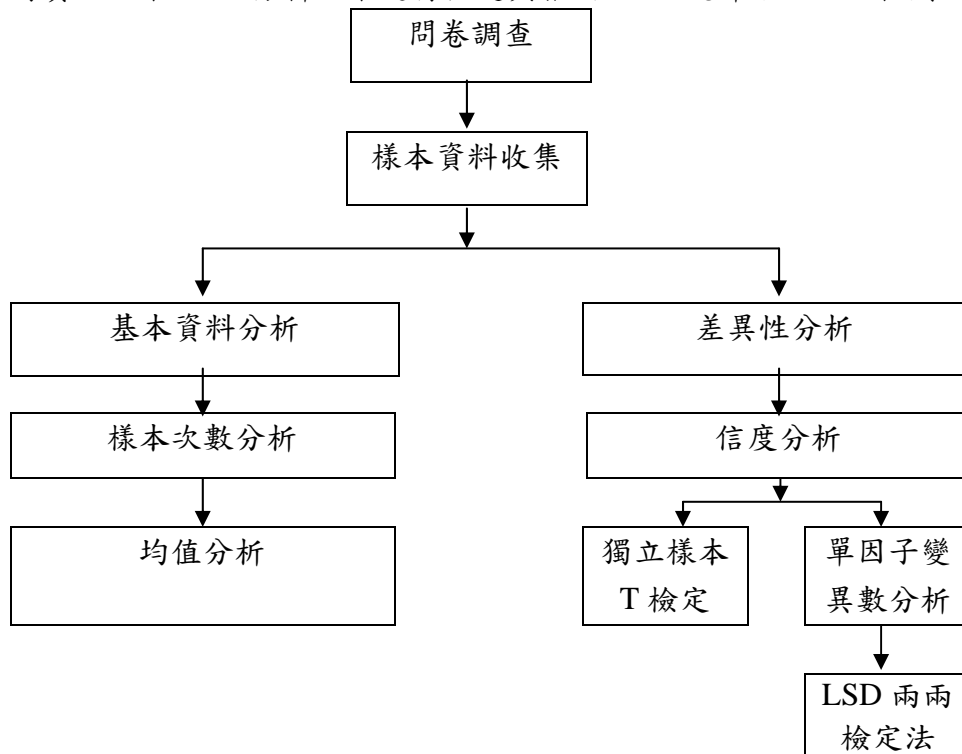


圖 3-3-1 統計方法流程圖

本文為能作合理分析，儘量選擇合適且能正確處理本研究所探討問題的分析方法，本研究應用了以下的統計分析法：

一、次數分配

是用以了解調查樣本之結構分布狀況，如各變數的次數分佈狀況及所占百分比等。

二、信度分析 (Reliability analysis)

採用 Cronbach's α 信度係數來分析各量表主要變項的信度，當 Cronbach's α 大於 0.7 時，表示相關性或信度很高，若介於 0.7~0.35 則代表相關性尚可，若低於 0.35 以下則必須拒絕此研究工具。

三、獨立樣本 T 檢定

本研究使用獨立樣本 T 檢定來檢定樣本中的性別、是否為家庭經濟負擔者等對產險業經營傷害險之購買經驗情況下，對產險公司經營傷害險之認知、經營態度、商品態度之間是否存在顯著差異。

四、單因子變異數分析 (One-way ANOVA Analysis)

單因子變異數分析探討一個以上自變數對因變項影響的變異數分析。本研究為了解受訪者在不同婚姻狀況、年齡、教育程度、行業別、工作性質、月收入、須扶養人口數、血型及是否有購買傷害險之經驗、曾否購買產險業之傷害險等狀況下，對產險業經營傷害險之認知、經營態度、商品態度等之差異性，故採用單因子變異數分析來探討其間是否有顯著差異。

五、LSD 檢定法 (Fisher's Least Significant Difference Multiple Comparison)

LSD 檢定又稱 fisher's test，相當於進行所有配對組多重比較的 T 檢定，本研究在利用單因子變異數分析後，若各群組間差異達到顯著水準，即進行 LSD 兩兩檢定以辨認特定群組間之差異，觀察其是否達到顯著差異，以作為是否適合作分析的依據。

第四節 研究變數之操作型定義

為使論文的重要名詞定義更明確，依據上述相關理論與本研究問卷設計將研究變數之操作型定義簡述如下：

一、大台北地區居民

本文所指的大台北地區居民，是指居住於台北縣市、基隆市地區之 20 歲以上民眾。

二、人口統計變數

消費者之個人特質對其自身之購買行為影響最深，在問卷中之個人基本資料，包括「性別」、「年齡」、「婚姻狀況」、「教育程度」、「行業別」、「工作性質」、「月收入」、「是否為家庭經濟負擔者」、「扶養人口數」、「血型」等，納為足以影響消費者購買傷害險之變數。

三、傷害險的購買經驗

消費者本身對傷害險的購買，在問卷中設計包括「有購買經驗」、「無購買經驗」等二個選項，藉以了解消費者購買傷害險的情形。

第五節 研究工具

本研究根據研究目的編製成「消費者對產險業經營傷害險之認知與態度之探討」問卷調查，以之為研究工具（如附錄一）。問卷採用結構式做設計，依其內容分為四大部分：

第一部份 受訪者投保傷害險之經驗

本部份旨在瞭解受訪者是否曾經投保傷害險，及其對所投保產品的內涵。除採次數分配外，並以之為自變項與認知、態度作變異數分析。其研究變項計有 10 題，內容如下：

投保傷害險值之經驗	<ol style="list-style-type: none">1. 有無投保傷害險經驗。2. 投保傷害險之險種。3. 購買傷害險是主約或附約。4. 投保傷害險是產險或壽險公司銷售。5. 購買傷害險的通路為。6. 投保傷害險的金額。7. 目前投保傷害險保額是否足夠。8. 傷害險年繳保費。9. 對已投保之傷害險保費認同度。10. 投保傷害險年資。
-----------	--

第二部分 受訪者對傷害險之認知

本部份旨在瞭解受訪者憑個人經驗對傷害險的經營者及重要內容的認知狀況，以推論產壽險業對一般消費者的行銷宣導是否發揮一定效果，並瞭解不同變項受訪者間之差異性。除採次數分配外，並與人口統計變項及投保經驗作變異數分析。其研究變項計有 6 題，內容如下：

對 傷 害 險 的 認 知	<ol style="list-style-type: none">1. 是否知道產險公司亦可銷售傷害險。2. 是否知道傷害險在職業變更時須通知保險公司。3. 是否知道哪些事故屬傷害險理賠範圍。4. 是否知道傷害險保費計算基礎之依據。5. 是否知道何種公司銷售之傷害險大致上較便宜。6. 是否知道產、壽險公司傷害險保費不同的原因。
---------------------------------	--

第三部份 受訪者對產險業經營傷害險之態度

本題項設計採李克特 5 點尺度 (Likert Scale) 衡量，分別為「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「非常不同意」，並依序給予 5、4、3、2、1 等之評分。文中以之與人口統計變項及投保經驗作變異數分析。其研究變項計有 6 題，內容如下：

對產 險業 經營 傷害 險之 態度	<ol style="list-style-type: none">1. 重視保費高低2. 不熟悉產險業3. 擔心產險業無經驗4. 對產險業沒信心5. 擔心產險業的理賠能力6. 已投保壽險傷害險，無意再購買
----------------------------------	--

第四部分 對保險行銷方式之偏好度

本題項設計採李克特 5 點尺度 (Likert Scale) 衡量，分別為「非常同意」、「同意」、「沒意見」、「不同意」、「非常不同意」，並依序給予 5、4、3、2、1 等之評分。文中以之與人口統計變項做變異數分析。其研究變項計有 5 題，內容如下：

對方 保式 險偏 行好 銷度	<ol style="list-style-type: none">1. 我偏好業務員通路的專業解說重於虛擬通路2. 偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小3. 我偏好保費便宜甚於保障內容多寡4. 我偏好折扣或贈品甚於售後服務5. 我偏好親友推薦甚於業務員推薦
----------------------------	--

第五部分 個人基本資料

個人基本資料部分，包含人口統計變數之性別、婚姻、年齡、教育程度、行業別、工作性質、月收入、是否為家庭經濟負擔者、扶養人口數、血型等 10 項。本研究主要以人口統計變項為自變項，探討其與因變數間之關係，此部分為研究之基礎。

第肆章 研究內容

第一節 產壽險業經營績效比較暨產險業發展趨勢

我國自民國 86 年開放產險業經營傷害險以來，已超過 10 年，尤其民國 91 年開放以主約販售後更是快速成長，保費收入自民國 93 年的 70 多億極速增至民國 96 年的超過 100 億元，成為產險業僅次於汽車保險、火災保險的第三大險種。茲將其發展趨勢及與壽險業略作比較如下：

一、產壽險業傷害險保費收入成長比較

產險業傷害險之成長趨勢由表 4-1-1 可看出，自民國 94 年到 97 年保費收入成長率均較壽險業要高，尤其在 94、95 年增幅為壽險業的 20 倍及 15.6 倍，但其後卻有逐漸下滑趨勢（降至 96 年的 6.55 倍及 97 年的 2.5 倍）。其原因可能在於，民國 94 年以前產險業傷害險主約剛推出不久，因保費低廉，對消費者吸引力較高，發展空間大。其後因熱度稍退，加上民國 97 年金融海嘯衝擊，削弱了消費者購買意願。壽險業之傷害險多附加於長期壽險的主約，故成長幅度較無太大變化。

表 4-1-1 產壽險業傷害險保費收入及成長率比較表 單位：新台幣千元

險種	93	94		95		96		97	
	金額	金額	成長 %	金額	成長 %	金額	成長 %	金額	成長 %
產險	7,237,361	8,264,849	14.20	9,553,161	15.60	10,259,010	7.40	10,519,699	2.54
壽險	48,705,982	49,059,386	0.70	49,537,063	1.00	50,100,416	1.13	50,609,015	1.00

資料來源：改自保險事業發展中心網站

註：因 94 年以前產險資料未統計，故無資料統整

二、產壽險業傷害險賠款率趨勢比較

由表 4-1-2 可知，就賠款率而言，壽險業各年均約在 30% 左右，而產險業經營傷害險在 95 年以前競爭激烈，費率平均只有壽險業的二分之一，在削價競爭及經驗不足的情況下，賠款率均較壽險業為高，惟其比率有逐漸下降趨勢，即除 94 年的 1.3 倍上升至 95 年的 1.54 倍外，其後則降至 96 年的 1.52 倍及 97 年的 1.4 倍，可見近年因核保經驗增加、詐欺防阻機制及投保通報系統之建立，使得賠款率逐年略有下降趨勢。

表 4-1-2 產壽險業傷害險賠款率比較

年度	94		95		96		97	
	已發生賠款	賠款%	已發生賠款	賠款%	已發生賠款	賠款%	已發生賠款	賠款%
產險	3,237,174,869	41	4,254,516,928	48.14	4,480,240,158	45.96	4,645,960,977	44.35
壽險	15,661,542	31.92	15,450,366	31.19	15,191,323	30.32	16,064,807	31.74

資料來源：改自保險事業發展中心網站

三、產險業主附約傷害險保費收入趨勢

由表 4-1-3 可知，主約中的個人傷害險除民國 95 年外，其餘年度均有大幅成長趨勢，可見該險種民眾需求度較高；團體傷害險自 95 年以後則有大幅下滑趨勢，原因可能在於自該年度後企業外移以及經濟情況不佳，故該險種之需求下降；旅行平安險除 97 年外受金融海嘯影響，旅遊人數減少，導致該險種的需求下降外，其餘年度均呈上升趨勢，可見旅平險一般而言仍為民眾需求較高的險種；至於其他傷害險則呈下降趨勢。

附約部分自民國 94 年起均呈大幅度上升，反之，主約總收入則呈小幅遞減趨勢。可見產險業傷害險附約因主約的推出反而受到民眾的青睞，原因可能在於費率相對便宜之故。

表 4-1-3 產險業主附約傷害險保費收入明細表

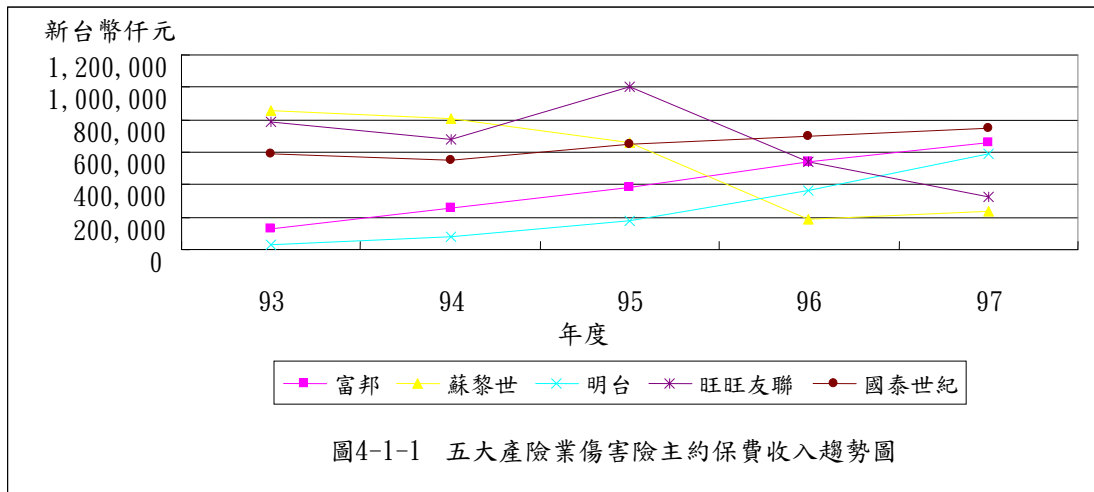
單位:元

年度		94	95	96	97
附約		3,307,832,285	4,317,153,059	5,460,854,343	5,595,042,468
主約	個人傷害險	1,044,909,447	663,778,385	1,129,115,846	1,491,424,524
	團體傷害險	3,877,162,127	4,241,364,021	3,619,421,607	3,224,316,978
	旅行平安險	31,395,345	37,414,937	46,693,971	40,334,011
	其他傷害險	3,550,495	3,242,462	2,924,134	2,532,128
	主約合計	4,957,017,414	4,945,799,805	4,798,155,558	4,758,607,641
合計		8,264,849,699	9,262,952,864	10,259,009,901	10,353,650,109

資料來源：改自保險事業發展中心網站

四、五大產險業傷害險主約保費收入趨勢

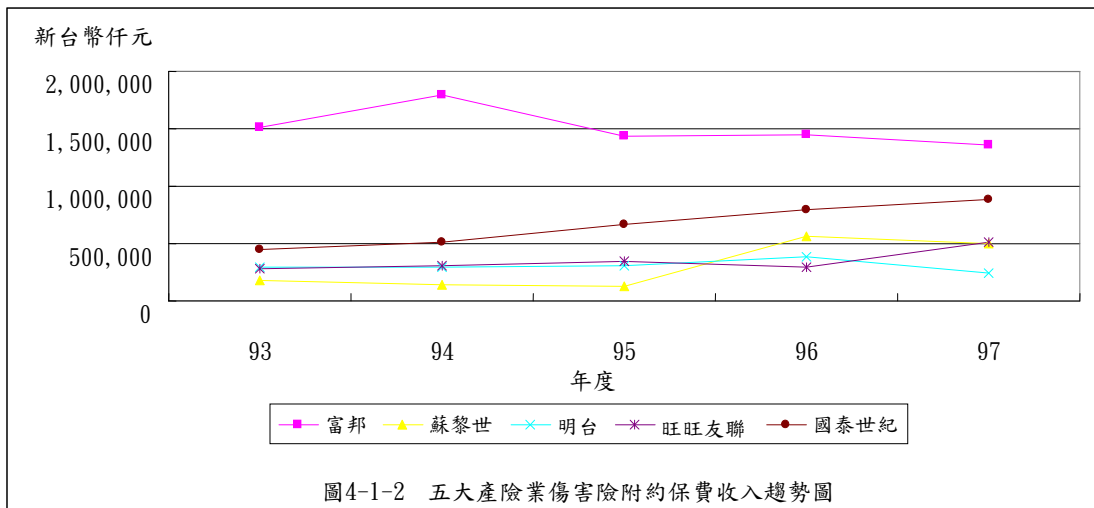
若以五大產險業傷害險主約保費收入趨勢作探討，由圖 4-1-1 可知，富邦產險及明台產險主約保費收入自民國 93 年起皆有大幅成長，國泰世紀產險則呈平穩成長，蘇黎世產險在 94-96 年間有大幅下滑；旺旺友聯(友聯)產險除 94-95 年間有大幅成長外，其餘年度均呈下滑趨勢，原因可能在於 95 年更名為旺旺友聯後，消費者信心略有受到影響。



資料來源：改自保險事業發展中心網站
 註：友聯產物自 95 年起更名為旺旺友聯產物

五、五大產險業傷害險附約保費收入趨勢

若以五大產險業傷害險附約保費收入趨勢作探討，由圖 4-1-2 可知，富邦產險附約保費收入為同業之首，惟在民國 95-97 年間有小幅下滑趨勢，原因可能在於受到經濟景氣及金融海嘯之影響；國泰世紀、蘇黎世及旺旺友聯自 93 年起皆呈穩定成長；明台產險及蘇黎世在 93~96 年尚稱平穩，但在 96-97 年間皆有下滑趨勢。



資料來源：改自保險事業發展中心網站

六、產險業個人傷害險賠款率趨勢

由圖 4-1-3 可知，產險業個人傷害險依意外事故性質觀察，理賠率呈上升趨勢者，依其高低依次為：溺斃、自傷、汽機車肇事；理賠率呈下降趨勢者，依其高低依次為：機械傷害、他人侵權、意外墜落及異物傷害，可見產險業理賠率上

升幅度最快速的意外事故為溺斃；其次為汽機車，在所有理賠額度最高的異物傷害一項，反而有大幅下降趨勢。

由表 4-1-4 可知，各種事故賠款率依年齡層分：

汽機車賠款率在民國 96 年最高為 55~59 歲者(6.57%)，97 年為 35~39 歲者(8.46%)，年齡層有下降趨勢；

意外墜落在各年齡層並未呈現規則變化；

機械傷害在 96 年最高為 40~44 歲者(1.75%)，97 年為 65~69 歲者(0.69%)，年齡層有上升趨勢；

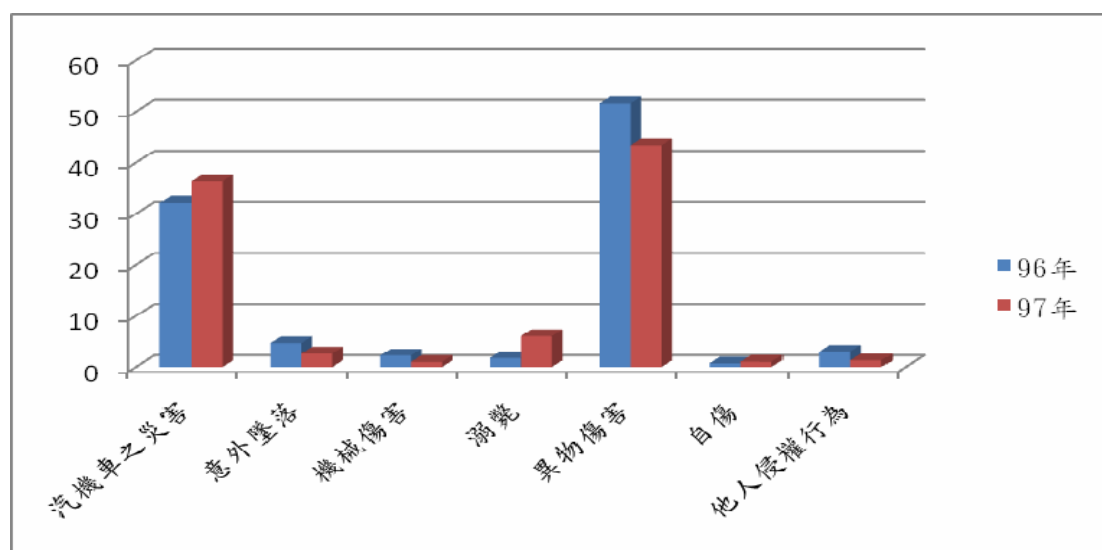
溺斃在 96 年最高為 40~54 歲者(1.76%)，97 年最高為 35~39 歲者 (2.57%)，年齡有下降趨勢；且比率大幅上升；

異物傷害在 96 年最高為 45~49 歲者 (15.77%)，97 年為 35~39 歲者 (9.31%)，年齡有下降趨勢；

自傷在 96 年最高者為 35~39 歲者 (0.53%)，97 年為 45~49 歲者 (0.86%)，年齡有上升趨勢；

他人侵權行為在 96 年最高為 65~69 歲者(2.34%)，97 年為 45~49 歲者(1.29%)，年齡有下降趨勢；

整體觀之，35~39 歲及 45~49 歲年齡層的中壯年族群，應屬賠款率較高者。



資料來源:改自保險事業發展中心

圖 4-1-3 產險業個人傷害險出險原因賠款率

表 4-1-4 產險個人傷害險事故原因－賠款率最高之年齡層

	96			97		
	年齡	已付賠款	占率%	年齡	已付賠款	占率%
汽機車 之災害	14歲以下	1,000,000	0.58	14歲以下		0.00
	15-19	4,021,043	2.35	15-19	600,000	1.20
	20-24	10,029,905	5.86	20-24	3,501,166	0.76
	25-29	3,023,688	1.77	25-29	3,000,000	2.16
	30-34	1,335,805	0.78	30-34	5,000,000	3.65
	35-39	6,049,456	3.53	35-39	900,000	8.46
	40-44	6,533,797	3.82	40-44	600,000	0.92
	45-49	1,010,600	0.59	45-49	3,501,166	3.95
	50-54	8,709,299	5.09	50-54	3,000,000	5.19
	55-59	11,242,256	6.57	55-59	5,000,000	2.26
	60-64	2,026,575	1.18	60-64	3,027,200	1.30
				65-69	10,064,904	4.32
				70-74	5,010,100	2.15
				75歲以上	8,400	0.00
意外 墜落	35-39	3,000,000	1.75	35-39	59,357	0.03
	40-44	1,944,523	1.14	40-44	3,000,000	1.29
	55-59	3,002,000	1.75	55-59	1,001,000	0.43
				60-64	2,000,000	0.86
機器造 成之意 外傷害 、鋸傷	14歲以下	3,190	0.00	14歲以下	1,100	0.00
				15-19	30,530	0.01
	20-24	54,000	0.03	20-24	2,531	0.00
	25-29	1,954	0.00	25-29	24,080	0.01
	30-34	701,160	0.41	30-34	32,912	0.01
	35-39	18,066	0.01	35-39	7,350	0.00
	40-44	3,000,000	1.75	40-44	10,404	0.00
	45-49	1,500	0.00	45-49	4,500	0.00
	50-54	1,870	0.00	50-54	10,000	0.00
	55-59	1,500	0.00	55-59	1,930	0.00
	60-64	54,000	0.03	60-64	51,492	0.02
	65-69	1,954	0.00	65-69	1,600,500	0.69
				75歲以上	600,000	0.26
淹死及 溺死之 意外災	40-44	1,500,000	0.88	20-24	2,011,250	0.86
	50-54	1,500,000	0.88	30-34	1,500,000	0.64
				35-39	6,000,000	2.57

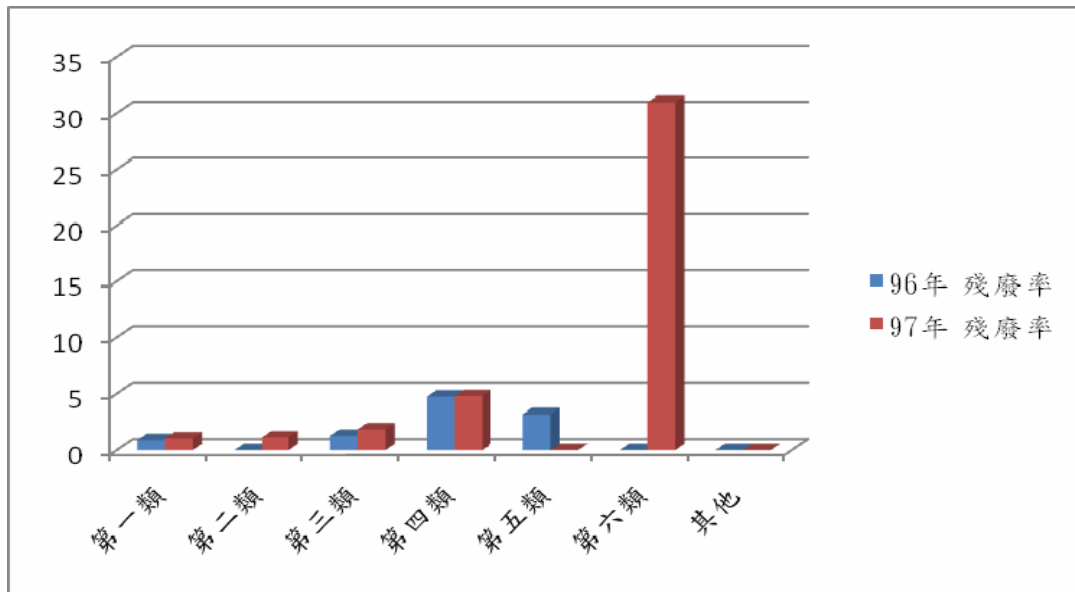
害				55-59	3,000,000	1.29	
				60-64	1,565,760	0.67	
碰撞、跌倒、電擊、遭異物擊中、生物咬傷、其他意外災害				14歲以下	1,000,000	0.43	
				15-19	350,000	0.15	
				20-24	2,000,000	0.86	
		25-29	7,003,000	4.09	25-29	8,303,000	3.56
		30-34	5,000,000	2.92	30-34	13,900,880	5.96
		35-39	14,776,203	8.63	35-39	21,701,000	9.31
		40-44	12,350,000	7.21	40-44	10,607,145	4.55
		45-49	27,002,000	15.77	45-49	15,706,000	6.74
		50-54	10,202,685	5.96	50-54	4,045,948	1.74
		55-59	3,238,009	1.89	55-59	6,701,937	2.87
			3,173,175	1.85	60-64	2,012,030	0.86
		65-69	600,000	0.35	65-69	10,804,280	4.63
		75歲以上	5,000,000	2.92	70-74	3,000,000	1.29
					75歲以上	1,010,000	0.43
自殺及自傷、割傷、夾傷	25-29	300,700	0.18	20-24	300,000	0.13	
	35-39	900,000	0.53	35-39	50,000	0.02	
				45-49	2,000,000	0.86	
				55-59	23,800	0.01	
他人傷害	25-29	1,151,934	0.67	45-49	3,000,000	1.29	
	65-69	4,000,000	2.34	55-59	1,000	0.00	

資料來源：整理自保險事業發展中心

七、產險業傷害險工作性質傷害程度趨勢

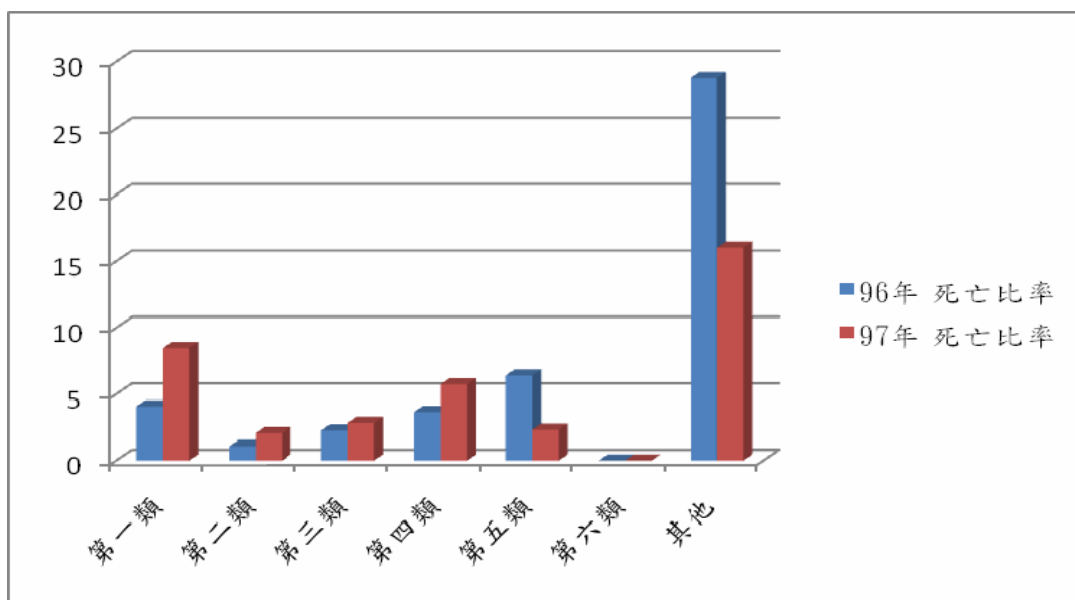
由圖 4-1-4 可知，產險業傷害險工作性質肇事情況，殘廢率在 96 年最高者為第四類(4.76⁰/100)，97 年為第六類(30.96⁰/100)，可見 97 年第六類殘廢率有大幅上升趨勢，增幅次高者為第二類。

由圖 4-1-5 可知，死亡率在 96 及 97 年最高者均為其他類別(28.83⁰/100、16.04⁰/100)，但該類與第五類在 97 年有大幅下降現象，增幅最高者則為第一類(8.45⁰/100)，其次為第二類及第四類。



資料來源:改自保險事業發展中心

圖 4-1-4 產險業傷害險工作性質殘廢率



資料來源:整理自保險事業發展中心

圖 4-1-5 產險業傷害險工作性質死亡率

第二節 實證分析

本章節乃探討實際回收問卷之調查結果資料分析，本研究利用「次數分配」、「信度分析」、「獨立樣本 T 檢定」、「單因子變異數分析」及「LSD 檢定法」等分析方法對調查結果進行分析如下：

一、信度分析

本研究問卷為了檢驗在同一個構面下的題目是否具有的一致性，採 Cronbach's α 值來衡量所有項目，並針對下列二個量表進行信度分析，剔除較不一致的題目，以增加各構面的可信度，結果二個量表之 Cronbach's α 值都在 0.7 以上，代表此量表具有足夠的可信度。

表 4-2-1 各量表信度分析值

量表	題項數	Cronbach's α
對產險業經營傷害險之態度	6	0.761
對保險行銷方式之偏好度	5	0.724

二、次數分配

(一) 人口統計資料分佈狀況

在表 4-2-2 中，顯示人口統計變項次數分配如下：

1. 性別：男性占 44.79%，女性占 55.21%，可見女性受訪意願較高。
2. 婚姻狀況：未婚者占 49.6%，其次為已婚者的 47.46%，二者差異不大，就該部份言，分配還算平均。
3. 年齡：20~29 歲占 41.58%，30~39 歲占 31.95%，年紀較長者願意受訪的意願較低，因此年齡層偏向於青壯年。
4. 教育程度：高中占 43.85%，大專占 44.65%，顯示受訪者的教育程度大多位於高中職及大專學歷。
5. 行業別：工占 23.75%，商占 23.66%，顯示受訪者為從是工業及商業者。
6. 工作性質：內勤占 60.96%，顯示受訪者的工作性質超過一半屬於內勤者。
7. 月收入：每月 2 至 4 萬元者占 59.63%。
8. 家庭經濟負擔者：負擔者占 48.53%，非負擔者占 51.47%，二者差異不大，就該部份言，分配還算平均。
9. 扶養人口數：0 人占 35.43%，1 人占 20.32%，2 人占 26.07%，顯示受訪者扶養人口數大多介於 0~2 人之間。
10. 血型：A 型占 24.6%，B 型占 25.34%，O 型占 38.5%，AB 型占 11.36%，顯示受訪者血型人數高低依次為：O 型、B 型。A 型，最少者為 AB 型。

表 4-2-2 人口統計資料分佈狀況

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
性別	男	335	44.786	44.786	44.786
	女	413	55.214	55.214	100.000
婚姻	未婚	371	49.599	49.599	49.599
	已婚	355	47.460	47.460	97.059
	離婚	20	2.674	2.674	99.733
	喪偶	2	0.267	0.267	100.000
年齡	20~29 歲	311	41.578	41.578	41.845
	30-39 歲	239	31.952	31.952	73.797
	40~49 歲	133	17.781	17.781	91.578
	50~59 歲	60	8.021	8.021	99.599
	60 歲以上	5	0.668	0.668	100.000
教育程度	國中以下	64	8.556	8.556	8.556
	高中	328	43.850	43.850	52.406
	大專	334	44.652	44.652	97.059
	研究所	22	2.941	2.941	100.000
行業別	軍公教	49	6.551	6.551	6.551
	工	230	30.749	30.749	37.299
	商	177	23.663	23.663	60.963
	農漁	10	1.337	1.337	62.299
	自由業	104	13.904	13.904	76.203
	學生	61	8.155	8.155	84.358
	無	44	5.882	5.882	90.241
	其他	73	9.759	9.759	100.000
工作性質	內勤	456	60.963	60.963	60.963
	外勤	119	15.909	15.909	76.872
	無	173	23.128	23.128	100.000
月收入	20000 元以下	155	20.722	20.722	20.722
	20001~40000 元	446	59.626	59.626	80.348
	40001~60000 元	129	17.246	17.246	97.594
	60001~80000 元	9	1.203	1.203	98.797
	80001 元以上	9	1.203	1.203	100.000

行業別與職業別是否定義清楚，一般此兩者為同義詞，建議職業別為工、商、農漁、自由業等，另行業別(內勤、外勤)則改為工作性質較為適當。(已修改)

		次數	百分比	有效百分比	累積百分比
家負 庭擔 經者 濟	是	363	48.529	48.396	48.396
	否	385	51.471	51.471	99.866
扶 養 人 口 數	0 人	265	35.428	35.428	35.428
	1 人	152	20.321	20.321	55.749
	2 人	195	26.070	26.070	81.818
	3 人	111	14.840	14.840	96.658
	4 人以上	25	3.342	3.342	100.000
血 型	A 型	184	24.599	24.599	24.599
	B 型	191	25.535	25.535	50.134
	O 型	288	38.503	38.503	88.636
	AB 型	85	11.364	11.364	100.000
合計		748			100.000

(二) 投保傷害險經驗分佈狀況

由表 4-2-3 可知，在投保傷害險經驗中，其分佈狀況為：

1. 有無投保傷害險經驗：曾經投保者（58.02%）較未曾投保者（41.98%）為多。
2. 投保傷害險之種類方面；
 - (1) 個人傷害險：曾買該險者（48.40%）較未曾購買者（9.63%）為多。
 - (2) 旅行平安險：未買該險者（41.31%）較曾經購買者（16.71%）為多。
 - (3) 職業傷害險：未買該險者（38.64%）較曾經購買者（19.39%）為多。
 - (4) 團體傷害險：未買該險者（44.79%）較曾經購買者（13.24%）為多。
3. 購買傷害險是主約或附約方面；
 - (1) 主約：曾購買主約者（36.36%）較未曾購買者（21.66%）為多。
 - (2) 附約：曾購買附約者（33.69%）較未曾購買者（24.33%）為多。
4. 投保傷害險是產險或壽險公司銷售；
 - (1) 產險：未曾買產險傷害者（46.79%）較曾經購買者（11.23%）為多。
 - (2) 壽險：曾買壽險傷害者（52.81%）較未曾購買者（5.21%）為多。
5. 購買傷害險的通路為；
 - (1) 業務員：有該項經驗者（40.91%）較無經驗者（17.111%）為多。
 - (2) 電話行銷：無該項經驗者（52.94%）較有經驗者（5.08%）較為多。
 - (3) 網路：無該項經驗者（56.55%）較有經驗者（1.47%）為多。
 - (4) 保險經/代：無該項經驗者（45.72%）較有經驗者（12.30%）為多。

- (5) DM：無該項經驗者（55.88%）較有經驗者（2.14%）為多。
- (6) 電視購物：無該項經驗者（57.09%）較有經驗者（0.94%）為多。
- (7) 銀行櫃檯：無該項經驗者（55.08%）較有經驗者（2.94%）為多。
- (8) 保險公司櫃檯：無該項經驗者（55.62%）較有經驗者（2.41%）為多。
- (9) 親友介紹：無該項經驗者（36.90%）較有經驗者（31.66%）為多。
- (10) 手機：無該項經驗者（57.49%）較有經驗者（0.54%）為多。
- (11) 其他：無該項經驗者（56.28%）較有經驗者（1.74%）為多。
6. 投保傷害險的金額：比率高低依序為 101~200 萬元（21.21%）、100 萬元以下（20.05%）、201~300 萬元（10.56%）。
7. 目前傷害險保額是否足夠：已足夠者（44.25%）較不夠者（13.90%）為高。
8. 傷害險年繳保費：比率高低依序為 1,001~2,000 元（18.72%）、2,001~3,000 元（14.57%）、1,000 元以下（13.24%）。
9. 對已投保之傷害險保費認同度：比率高低依序為普通（40.37%）、太貴（9.36%）、很便宜（8.42%）。
10. 投保傷害險年資：比率高低依序為 6 年以上（28.61%）、3~5 年（16.58%）、2 年以下（13.37%）

表 4-2-3 投保傷害險之經驗分佈狀況

題項		選項	次數	百分比	有效百分比
有無投保傷害險經驗		有投保經驗者	434	58.021	57.965
		無投保經驗者	314	41.979	42.035
投保傷害險之種類	個人傷害險	無經驗	72	9.626	9.626
		有經驗	362	48.396	48.396
	旅行平安險	無經驗	309	41.310	41.310
		有經驗	125	16.711	16.711
	職業傷害險	無經驗	289	38.636	38.636
		有經驗	145	19.385	19.385
	團體傷害險	無經驗	335	44.786	44.786
		有經驗	99	13.235	13.235
主約或附約	主約	無經驗	162	21.658	21.658
		有經驗	272	36.364	36.364
	附約	無經驗	182	24.332	24.332
		有經驗	252	33.690	33.690
產壽	產險	無經驗	350	46.791	46.791
		有經驗	84	11.230	11.230

險商品	壽險	無經驗	39	5.214	5.214
		有經驗	395	52.807	52.807
購買傷害險的通路	業務員	無經驗	128	17.112	17.135
		有經驗	306	40.909	40.830
	電話行銷	無經驗	396	52.941	52.941
		有經驗	38	5.080	5.080
	網路	無經驗	423	56.551	56.551
		有經驗	11	1.471	1.471
	保險經紀、代理人	無經驗	342	45.722	45.722
		有經驗	92	12.299	12.299
	DM	無經驗	418	55.882	55.882
		有經驗	16	2.139	2.139
	電視購物	無經驗	427	57.086	57.162
		有經驗	7	0.936	0.803
	銀行櫃台	無經驗	412	55.080	55.080
		有經驗	22	2.941	2.941
	保險公司櫃台	無經驗	416	55.615	55.689
		有經驗	18	2.406	2.276
	親友介紹	無經驗	276	36.898	36.898
		有經驗	162	21.658	21.123
	手機	無經驗	430	57.487	57.487
		有經驗	4	0.535	0.535
其他	無經驗	421	56.283	56.283	
	有經驗	13	1.738	1.738	
投保傷害險的金額	100萬元以下	150	20.053	20.053	
	101~200萬元	158	21.123	21.123	
	201~300萬元	79	10.561	10.561	
	301~400萬元	17	2.273	2.273	
	401~500萬元	7	0.936	0.936	
	500萬元以上	24	3.209	3.209	
保額是否足夠	已足	331	44.251	44.251	
	不足	104	13.904	13.904	
傷害險年繳保費	1,000元以下	99	13.235	13.235	
	1,001~2,000元	140	18.717	18.717	
	2,001~3,000元	109	14.572	14.572	

	3,000 元以上	86	11.497	11.364
對已投保之傷害險保費認同度	很便宜	63	8.422	8.422
	普通	302	40.374	40.374
	太貴	70	9.358	9.358
投保傷害險年資	2 年以下	100	13.369	13.369
	3~5 年	124	16.578	16.578
	6 年以上	211	28.209	28.209

(三) 對傷害險之認知分佈狀況

由表 4-2-4 可知，在投保傷害險經驗中，其分佈狀況為：

1. 產險業亦可銷售傷害險：表示不知道者（54.68%）超過半數。
2. 職業變更之通知：清楚該項規定者（52.01%）超過半數。
3. 不保事項：不清楚該項規定者（82.89%）占極大多數。
4. 保費計算基礎：絕大部份受訪者（87.97%）不清楚該項資訊。
5. 保費較低的業者：僅少數人（15.91%）清楚產險業傷害險保費較低。
6. 保費差異的原因：清楚產壽險業保費差異原因者僅極少數（8.56%）。

表 4-2-4 對傷害險之認知分析

題項	選項	知道		不知道	
		次數	百分比	次數	百分比
產險業亦可銷售傷害險		339	45.321	409	54.679
職業變更之通知		389	52.005	359	47.995
不保事項		128	17.112	620	82.888
保費計算基礎		90	12.032	658	87.968
保費差異的原因		64	8.556	684	91.444
保費較低的業者	壽險	43	5.749	332	44.385
	產險	119	15.909		
	差不多	253	33.824		

三、變異數分析

(一) 不同人口統計變項對傷害險的認知分析

在假設 H_01 ：不同人口統計變項對傷害險的認知無顯著差異中：

1. 不同性別對傷害險認知的差異性

由表 4-2-5 可知，不同性別對傷害險的認知中，顯著性均 >0.05 ，顯示：男、女性對傷害險的認知上無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-5 不同性別對傷害險認知的差異性分析

題項	性別	個數	平均數	標準差	平均數 標準誤	F 檢定	t	顯著性
產險業銷售傷害險	男	335	1.534	0.500	0.027	1.367	-0.616	0.243
	女	413	1.557	0.497	0.024		-0.616	
職業變更之通知	男	335	1.454	0.499	0.027	3.550	-1.292	0.060
	女	413	1.501	0.501	0.025		-1.293	
不保事項	男	335	1.842	0.365	0.020	2.877	0.844	0.090
	女	413	1.818	0.386	0.019		0.849	
保費計算基礎	男	335	1.884	0.321	0.018	0.349	0.295	0.555
	女	413	1.877	0.329	0.016		0.296	
保費較低的業者	男	334	3.120	0.906	0.050	0.380	-1.376	0.538
	女	413	3.211	0.890	0.044		-1.374	
保費差異的原因	男	335	1.916	0.277	0.015	0.121	0.174	0.728
	女	413	1.913	0.282	0.014		0.174	

2. 不同婚姻狀況對傷害險認知的差異性

由表 4-2-6 可知，在不同婚姻狀況對傷害險認知的差異中，顯示：產險業銷售傷害險、職業變更之通知等二項，其顯著性 <0.05 ，表示該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-6 不同婚姻對傷害險認知的差異性分析

組別	組間(內)	平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	2.734	3.000	0.911	3.712	0.011*
	組內	182.628	744.000	0.245		
職業變更之通知	組間	3.694	3.000	1.231	5.006	0.002*
	組內	183.005	744.000	0.246		
不保事項	組間	0.202	3.000	0.067	0.472	0.702
	組內	105.895	744.000	0.142		
保費計算基礎	組間	0.200	3.000	0.067	0.628	0.597
	組內	78.971	744.000	0.106		
保費較低的業者	組間	2.640	3.000	0.880	1.092	0.352
	組內	598.768	743.000	0.806		
保費差異的原因	組間	0.182	3.000	0.061	0.774	0.509
	組內	58.342	744.000	0.078		

經多重比較分析，由表 4-2-7 可知：

在產險業銷售傷害險一項中，認知度最高為離婚者，最低為已婚者。

在職業變更之通知一項中，認知度最高為未婚者，最低為離婚者。

可見離婚者對傷害險的經營層面資訊會較注意，但對其詳細內容則未深入瞭解；已婚者因生活壓力關係，對保險業經營層面較不會注意；而未婚者想必年輕人占多數，接收資訊層面較廣，會對其內容有較深入瞭解。

表 4-2-7 不同婚姻對傷害險認知的差異性多重比較

依變數	(I) 婚姻	(J) 婚姻	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
產險業銷售傷害險	未婚	離婚	-0.289	0.114	0.011*
	已婚	離婚	-0.337	0.114	0.003*
	離婚	未婚	0.289	0.114	0.011*
		已婚	0.337	0.114	0.003*
職業變更之通知	未婚	已婚	0.109	0.037	0.003*
	已婚	未婚	-0.109	0.037	0.003*
		離婚	-0.283	0.114	0.013*
	離婚	已婚	0.283	0.114	0.013*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

3. 不同年齡層對傷害險的認知差異性

由表 4-2-8 可知，不同年齡層對傷害險的認知中，顯著性均 >0.05 ，表示不同年齡層對傷害險的認知無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-8 不同年齡層對傷害險的認知差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	3.628	6.000	0.605	2.465	0.123
	組內	181.735	741.000	0.245		
職業變更之通知	組間	2.798	6.000	0.466	1.879	0.082
	組內	183.901	741.000	0.248		
不保事項	組間	0.342	6.000	0.057	0.400	0.879
	組內	105.754	741.000	0.143		
保費計算基礎	組間	0.460	6.000	0.077	0.722	0.632
	組內	78.711	741.000	0.106		
保費較低的業者	組間	2.697	6.000	0.450	0.556	0.766
	組內	598.711	740.000	0.809		
保費差異的原因	組間	0.205	6.000	0.034	0.434	0.856
	組內	58.319	741.000	0.079		

4. 不同教育程度對傷害險的認知差異性

由表 4-2-9 可知，在不同教育程度對傷害險的認知差異中，顯示：產險業銷售傷害險一項，其顯著性 $<.05$ ，可見該項有顯著差異。即不同教育程度對產險業亦可銷售傷害險一項，其認知度有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-9 不同教育程度對傷害險的認知差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	2.736	3.000	0.912	3.716	0.011*
	組內	182.626	744.000	0.245		
職業變更之通知	組間	0.938	3.000	0.313	1.252	0.290
	組內	185.761	744.000	0.250		
不保事項	組間	0.143	3.000	0.048	0.334	0.800
	組內	105.953	744.000	0.142		
保費計算基礎	組間	0.251	3.000	0.084	0.790	0.500
	組內	78.920	744.000	0.106		
	總和	79.171	747.000			
保費較低的業者	組間	0.822	3.000	0.274	0.339	0.797
	組內	600.586	743.000	0.808		
保費差異的原因	組間	0.172	3.000	0.057	0.732	0.533
	組內	58.352	744.000	0.078		

經多重比較分析，由表 4-2-10 可知：

在產險業銷售傷害險一項中，其認知度最高為國中以下者，最低為研究所者。可見教育程度愈低，對於該項認知度反而較高，原因可能在於其收入不高，因此較在意保費便宜的銷售資訊。此項解釋可能有問題，主要重點為產險銷售傷害之資訊，而非保費之高低對教育程度之影響。

表 4-2-10 不同教育程度對傷害險的認知多重比較

依變數	(I) 教育程度	(J) 教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
產險業銷售傷害險	國中以下	高中	0.207	0.068	0.002*
		大專	0.162	0.068	0.017*
		研究所	0.310	0.122	0.012*
	高中	國中以下	-0.207	0.068	0.002*
	大專	國中以下	-0.162	0.068	0.017*
	研究所	國中以下	-0.310	0.122	0.012*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

5. 不同行業對傷害險的認知差異性

由表 4-2-11 可知，不同行業對傷害險的認知中，顯示：產險業銷售傷害險、職業變更之通知、不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者、保費差異的原因等數項，其顯著性 < .05，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-11 不同行業對傷害險的認知差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	4.962	7.000	0.709	2.907	0.005*
	組內	180.401	740.000	0.244		
職業變更之通知	組間	3.584	7.000	0.512	2.069	0.045*
	組內	183.115	740.000	0.247		
不保事項	組間	4.475	7.000	0.639	4.655	0.000*
	組內	101.621	740.000	0.137		
保費計算基礎	組間	1.911	7.000	0.273	2.614	0.011*
	組內	77.260	740.000	0.104		
保費較低的業者	組間	25.485	7.000	3.641	4.672	0.000*
	組內	575.923	739.000	0.779		
保費差異的原因	組間	1.758	7.000	0.251	3.274	0.002*
	組內	56.766	740.000	0.077		

經多重比較分析，由表 4-2-12 可知：

在產險業銷售傷害險、職業變更之通知、保費計算基礎等三項中，認知度最高的為無業者，原因可能在於屬勞動人口的無業者因欲謀求工作，而非勞動人口的退休者因時間較充裕，故較會注意相關資訊。

在不保事項一項中，認知度最高的為農漁業者，原因可能在於其因工作風險高，故對不保事項會較注意。

在保費較低的業者一項中，認知度最高的為其他業者；最低的為自由業者，原因可能在於前者收入相對較低，會在意保險商品價格之多寡；而後者因屬高收入族群，故不會在意價格的差異性。

在保費差異的原因一項中，認知度最高的為務工者，原因可能在於工作風險相對較高，收入又不穩定，在精打細算下，會去瞭解保費差異產生的原因；而從商者在各項目中認知度均最低，原因可能在於其收入相對較高或較輕鬆，或能體認一分錢一分貨道理，故不會刻意思想瞭解個中原因。

表 4-2-12 不同行業對傷害險的認知多重比較

依變數	(I)行業別	(J)行業別	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
產險業銷售傷害險	軍公教	商	0.183	0.080	0.022*
	工	商	0.123	0.049	0.013*
	商	軍公教	-0.183	0.080	0.022*
		工	-0.123	0.049	0.013*
		自由業	-0.215	0.061	0.000*
		無	-0.275	0.083	0.001*
	自由業	商	0.215	0.061	0.000*
	無	商	0.275	0.083	0.001*
職業變更之通知	工	商	0.103	0.050	0.039*
	商	工	-0.103	0.050	0.039*
		自由業	-0.164	0.061	0.008*
		學生	-0.206	0.074	0.005*
		無	-0.184	0.084	0.028*
	自由業	商	0.164	0.061	0.008*
	無	商	0.184	0.084	0.028*
不保事項	軍公教	商	0.119	0.060	0.047*
	工	商	0.152	0.037	0.000*
		自由業	0.091	0.044	0.039*
	商	軍公教	-0.119	0.060	0.047*
		工	-0.152	0.037	0.000*
		農漁	-0.282	0.120	0.019*
		學生	-0.151	0.055	0.006*
		無	-0.260	0.062	0.000*
		其他	-0.173	0.052	0.001*
	農漁	商	0.282	0.120	0.019*
	自由業	無	-0.198	0.067	0.003*
		其他	-0.112	0.057	0.049*
	學生	商	0.151	0.055	0.006*
	無	商	0.260	0.062	0.000*
		自由業	0.198	0.067	0.003*
	其他	商	0.173	0.052	0.001*
		自由業	0.112	0.057	0.049*
保費計算基礎	工	商	0.119	0.032	0.000*

	商	工	-0.119	0.032	0.000*
		無	-0.152	0.054	0.005*
	學生	商	0.099	0.048	0.039*
		無	商	0.152	0.054
保費較低的業者	軍公教	其他	-0.377	0.163	0.021*
	工	商	0.283	0.088	0.001*
		自由業	0.435	0.104	0.000*
	商	工	-0.283	0.088	0.001*
		學生	-0.311	0.131	0.018*
		其他	-0.421	0.123	0.001*
	自由業	工	-0.435	0.104	0.000*
		學生	-0.462	0.142	0.001*
		無	-0.407	0.159	0.010*
		其他	-0.573	0.135	0.000*
	學生	商	0.311	0.131	0.018*
		自由業	0.462	0.142	0.001*
	無	自由業	0.407	0.159	0.010*
	其他	商	0.421	0.123	0.001*
自由業		0.573	0.135	0.000*	
保費差異的原因	工	商	0.108	0.028	0.000*
		自由業	0.105	0.033	0.001*
	商	工	-0.108	0.028	0.000*
		學生	-0.081	0.041	0.048*
		無	-0.101	0.047	0.030*
		其他	-0.092	0.039	0.017*
	自由業	工	-0.105	0.033	0.001*
		無	-0.099	0.050	0.048*
		其他	-0.089	0.042	0.035*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

6. 不同職業對傷害險認知的差異性

由表 4-2-13 可知，在不同職業對傷害險的認知中，顯示：產險業亦可銷售傷害險及保費差異的原因二項，其顯著性 $< .05$ ，可見該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-13 不同職業對傷害險認知的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	2.876	2.000	1.438	5.871	0.003*
	組內	182.486	745.000	0.245		
職業變更之通知	組間	1.483	2.000	0.742	2.983	0.051
	組內	185.216	745.000	0.249		
不保事項	組間	0.807	2.000	0.403	2.853	0.058
	組內	105.290	745.000	0.141		
保費計算基礎	組間	0.204	2.000	0.102	0.964	0.382
	組內	78.967	745.000	0.106		
保費較低的業者	組間	3.558	2.000	1.779	2.214	0.110
	組內	597.850	744.000	0.804		
保費差異的原因	組間	0.474	2.000	0.237	3.040	0.048*
	組內	58.050	745.000	0.078		

經多重比較分析，由表 4-2-14 可知：

在產險業亦可銷售傷害險、保費差異的原因二項中有相同趨勢，即認知度較高者多為非外勤工作者，較低的多為外勤者。原因可能在於內勤者因工作環境關係，較有機會取得相關資訊；外勤者則相反。

表 4-2-14 不同工作性質對傷害險認知的差異性比較

依變數	(I)工作性質	(J)工作性質	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性	
產險業銷售傷害險	內勤	無	-0.141	0.044	0.001*	
	外勤	無	-0.163	0.059	0.006*	
	無	內勤		0.141	0.044	0.001*
		外勤		0.163	0.059	0.006*
保費差異的原因	內勤	外勤	0.070	0.029	0.014*	
	外勤	內勤	-0.070	0.029	0.014*	

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

7. 不同收入對傷害險認知的差異性

由表 4-2-15 可知，在不同收入對傷害險的認知中，顯示：職業變更之通知及保費差異的原因等二項，其顯著性 $<.05$ ，可見該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-15 不同收入對傷害險認知的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	1.370	4.000	0.343	1.383	0.238
	組內	183.992	743.000	0.248		
職業變更之通知	組間	4.281	4.000	1.070	4.359	0.002*
	組內	182.418	743.000	0.246		
不保事項	組間	0.847	4.000	0.212	1.495	0.202
	組內	105.249	743.000	0.142		
保費計算基礎	組間	0.697	4.000	0.174	1.651	0.160
	組內	78.474	743.000	0.106		
保費較低的業者	組間	7.539	4.000	1.885	2.355	0.052
	組內	593.870	742.000	0.800		
保費差異的原因	組間	0.817	4.000	0.204	2.631	0.033*
	組內	57.707	743.000	0.078		

經多重比較分析，由表 4-2-16 可知：

在職業變更之通知一項中，認知度最高的為月收入 20,000 元以下；最低的為 20,001~40,000 元。前者可能因收入較低，工作轉換率高，對事故給付是否落實會較在意，故對傷害險職業變更應通知保險公司的規定較清楚。

在產壽險業傷害險保費差異的原因一項中，認知度最高的為 20,001~40,000 元；最低的為 40,001-60,000 元。前者可能因收入相對不高，對價格資訊較會注意；後者則相反。

表 4-2-16 不同月收入對傷害險認知的差異性多重比較

依變數	(I) 月收入	(J) 月收入	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
職業變更之通知	20,000 以下	20001~40000	0.127	0.046	0.006*
	20,001~40,000	20000 以下	-0.127	0.046	0.006*
		40001-60000	0.117	0.050	0.019*
	40,001-60,000	20001~40000	-0.117	0.050	0.019*
		20001~40000	-0.066	0.032	0.042*
保費差異的原因	20,001~40,000	40001-60000	0.075	0.028	0.008*
		80000 元以上	0.157	0.094	0.094*
	40,001-60,000	20001~40000	-0.075	0.028	0.008*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

8. 不同家庭經濟負擔者對傷害險認知的差異性

由表 4-2-17 可知，在不同家庭經濟負擔者對傷害險的認知差異中，顯示：產險業銷售傷害險、職業變更之通知及保費差異的原因等三項，其顯著性 $<.05$ ，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

即非家庭經濟負擔者認知度較高，原因可能在於該族群不是有閒，就是學生，會有較多時間注意相關資訊，故認知度較高。

表 4-2-17 不同家庭經濟負擔者對傷害險認知的差異性分析

題項	家庭經濟負擔者	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
產險業銷售傷害險	是	362	1.503	0.501	0.026	11.242	-2.317	0.001*
	否	385	1.587	0.493	0.025		-2.316	
職業變更之通知	是	362	1.431	0.496	0.026	4.993	-2.571	0.026*
	否	385	1.525	0.500	0.025		-2.571	
不保事項	是	362	1.818	0.387	0.020	2.376	-0.771	0.124
	否	385	1.839	0.368	0.019		-0.770	
保費計算基礎	是	362	1.870	0.337	0.018	2.317	-0.761	0.128
	否	385	1.888	0.315	0.016		-0.759	
保費較低的業者	是	362	3.157	0.930	0.049	1.087	-0.377	0.297
	否	384	3.182	0.869	0.044		-0.376	
保費差異的原因	是	362	1.898	0.303	0.016	9.902	-1.566	0.002*
	否	385	1.930	0.256	0.013		-1.558	

*在.05 水準上的平均差異很顯著。

9. 不同扶養人口數對傷害險認知的差異性

由表 4-2-18 可知，在不同扶養人口數對傷害險的認知中，顯示有不保事項一項，其顯著性 $<.05$ ，可見該項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-18 不同扶養人口數對傷害險認知的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	1.879	4.000	0.470	1.902	0.108
	組內	183.483	743.000	0.247		
職業變更之通知	組間	1.488	4.000	0.372	1.492	0.203
	組內	185.211	743.000	0.249		
不保事項	組間	1.431	4.000	0.358	2.539	0.039*
	組內	104.666	743.000	0.141		
保費計算基礎	組間	0.355	4.000	0.089	0.836	0.503

	組內	78.816	743.000	0.106		
保費較低的業者	組間	1.991	4.000	0.498	0.616	0.651
	組內	599.417	742.000	0.808		
保費差異的原因	組間	0.073	4.000	0.018	0.231	0.921
	組內	58.451	743.000	0.079		

經多重比較分析，由表 4-2-19 可知：

在不保事項中，認知度最高的為扶養 2 人者，最低的為扶養 4 人者。原因可能在於前者扶養人數較少，即有經濟責任壓力，又在時間上相對舒緩，故較會注意相關資訊；後者則因經濟壓力龐大，較無太多時間和心情注意相關資訊。

表 4-2-19 不同扶養人口數對傷害險認知的差異性多重比較

依變數	(I)需扶養 人口數	(J)需扶養 人口數	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
不保事項	0 人	4 人以上	0.171	0.079	0.029*
	1 人	4 人以上	0.196	0.081	0.016*
	2 人	4 人以上	0.196	0.080	0.014*
		4 人以上	0.252	0.083	0.003*
	4 人以上	0 人	-0.171	0.079	0.029*
		1 人	-0.196	0.081	0.016*
		2 人	-0.196	0.080	0.014*
		3 人	-0.252	0.083	0.003*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

10. 不同血型對傷害險認知的差異性

由表 4-2-20 可知，在不同血型對傷害險認知的差異中，顯示：保費計算基礎、保費較低的業者、保費差異的原因等三項，其顯著性 < .05，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-20 不同血型對傷害險認知的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	0.393	3.000	0.131	0.527	0.664
	組內	184.969	744.000	0.249		
職業變更之通知	組間	1.078	3.000	0.359	1.440	0.230
	組內	185.621	744.000	0.249		
不保事項	組間	1.176	3.000	0.392	2.780	0.051
	組內	104.920	744.000	0.141		
保費計算基礎	組間	0.679	3.000	0.226	2.146	0.043*
	組內	78.492	744.000	0.105		

保費較低的業者	組間	4.907	3.000	1.636	2.038	0.045*
	組內	596.501	743.000	0.803		
保費差異的原因	組間	0.222	3.000	0.074	0.942	0.020*
	組內	58.302	744.000	0.078		

經多重比較分析，由表 4-2-21 可知：

保費計算基礎、保費較低的業者及保費差異的原因等數項中，認知度最高者為 AB 型；認知度最低者為 A 型。其原因可能在於 AB 型的人直覺敏銳、觀察細微，對事物能作全盤性的綜合分析與掌握，故認知度較高。

表 4-2-21 不同血型對傷害險認知的多重比較

依變數	(I)血型	(J)血型	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
保費計算基礎	A 型	B 型	-0.076	0.039	0.049*
		AB 型	-0.134	0.049	0.007*
	B 型	A 型	0.076	0.039	0.049*
	AB 型	A 型	0.134	0.049	0.007*
保費較低的業者	A 型	AB 型	-0.104	0.043	0.015*
	AB 型	A 型	0.104	0.043	0.015*
保費差異的原因	A 型	O 型	-0.181	0.085	0.033*
		AB 型	-0.233	0.118	0.047*
	O 型	A 型	0.181	0.085	0.033*
	AB 型	A 型	0.233	0.118	0.047*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

(二) 不同投保經驗對傷害險的認知分析

在假設 H_02 ：不同投保經驗對傷害險的認知無顯著差異中：

1. 有無投保經驗對傷害險的認知差異性

由表 4-2-22 可知，在有無投保經驗對傷害險的認知差異中，顯示：產險業銷售傷害險、不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者及保費差異的原因等數項，其顯著性 $< .05$ ，表示該數有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

即無投保經驗者較有投保經驗者對各項認知度均要高，原因可能在於前者以年輕人居多，接觸資訊的機會普遍較年長者為高，故認知度亦會較高。

表 4-2-22 有無投保經驗對傷害險的認知差異性分析

題項	投保經驗	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
產險業銷售傷害險	有	433	1.420	0.494	0.024	63.974	-8.485	0.000*
	無	314	1.720	0.450	0.025		-8.613	
職業變更之通知	有	433	1.365	0.482	0.023	0.080	-7.713	0.778
	無	314	1.640	0.481	0.027		-7.716	
不保事項	有	433	1.764	0.425	0.020	153.104	-5.575	0.000*
	無	314	1.917	0.276	0.016		-5.949	
保費計算基礎	有	433	1.831	0.375	0.018	108.805	-4.810	0.000*
	無	314	1.946	0.227	0.013		-5.181	
保費較低的業者	有	433	3.062	0.949	0.046	4.687	-4.009	0.031*
	無	313	3.326	0.790	0.045		-4.128	
保費差異的原因	有	433	1.873	0.333	0.016	108.469	-4.808	0.000*
	無	314	1.971	0.167	0.009		-5.291	

2.不同投保年資對傷害險認知的差異性

由表 4-2-23 可知，在不同投保年資對傷害險的認知中，顯示：產險業銷售傷害險、職業變更之通知、不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者、保費差異的原因等數項，其顯著性 $<.05$ ，表示該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-23 不同投保年資對傷害險認知的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
產險業銷售傷害險	組間	16.308	3.000	5.436	23.924	0.000*
	組內	169.054	744.000	0.227		
職業變更之通知	組間	15.984	3.000	5.328	23.220	0.000*
	組內	170.716	744.000	0.229		
不保事項	組間	4.338	3.000	1.446	10.572	0.000*
	組內	101.758	744.000	0.137		
保費計算基礎	組間	2.711	3.000	0.904	8.794	0.000*
	組內	76.460	744.000	0.103		
保費較低的業者	組間	22.409	3.000	7.470	9.585	0.000*
	組內	578.999	743.000	0.779		
保費差異的原因	組間	2.131	3.000	0.710	9.372	0.000*
	組內	56.393	744.000	0.076		

經多重比較分析，由表 4-2-24 可知：

在職業變更之通知一項中，認知度最高的為投保年資 2 年以下者；最低的為投保年資 3~5 年者。原因可能在於前者投保不久，在消費者權益日益高張的現代社會，較會注意與自身利害相關的訊息；而後者可能在於投保已久，一則因早期投保者較不會太注意細節問題，一則可能因為時已久，對相關資訊已漸淡忘。

在不保事項、保費計算基礎及保費差異的原因之三項中，認知度最高的為無投保經驗者；最低的為投保年資 3~5 年者。原因可能在於前者多為年輕人或仍在學，善於運用各項資訊之故；後者原因應與前一議題相同。

在保費較低的業者一項中，認知度最高的為投保年資 6 年以上者；最低的為 2 年以下者。原因可能在於前者因工作年資已久，經濟狀況較以往為佳，風險意識提高，有增加購買相關品的意願，故會注意該項訊息；後者因購買不久，不會想到再行購買，故不會注意相關資訊。

表 4-2-24 不同投保年資對傷害險認知的多重比較

依變數	(I)投保年資	(J)投保年資	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
職業變更之通知	2 年以下	3~5 年	0.185	0.064	0.004*
		6 年以上	0.168	0.058	0.004*
		無投保經驗	-0.139	0.055	0.012*
	3~5 年	2 年以下	-0.185	0.064	0.004*
		6 年以上	-0.168	0.058	0.004*
		無投保經驗	0.139	0.055	0.012*
不保事項	3~5 年	無投保經驗	-0.143	0.039	0.000*
	無投保經驗	3~5 年	0.143	0.039	0.000*
保費計算基礎	3~5 年	無投保經驗	-0.075	0.034	0.028*
	無投保經驗	3~5 年	0.075	0.034	0.028*
保費較低的業者	2 年以下	6 年以上	-0.334	0.107	0.002*
	3~5 年	6 年以上	-0.244	0.100	0.015*
	6 年以上	2 年以下	0.334	0.107	0.002*
		3~5 年	0.244	0.100	0.015*
保費差異的原因	2 年以下	6 年以上	-0.076	0.033	0.024*
	3~5 年	無投保經驗	-0.092	0.029	0.002*
	6 年以上	2 年以下	0.076	0.033	0.024*
		無投保經驗	-0.076	0.025	0.002*
	無投保經驗	3~5 年	0.092	0.029	0.002*
		6 年以上	0.076	0.025	0.002*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

(三) 不同人口統計變項對產險業經營傷害險的態度分析

在假設 H_03 ：不同人口統計變項對產險公司經營傷害險的態度無顯著差異中：

1. 不同性別對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-25 可知，不同性別對產險業經營傷害險態度的差異中，顯著性均 >0.05 ，表示男、女性對傷害險的認知無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-25 不同性別對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項	性別	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
重視保費高低	男	335	3.161	1.082	0.059	0.640	-1.733	0.424
	女	413	3.295	1.029	0.051		-1.724	
不熟悉產險業	男	335	3.675	0.905	0.049	0.304	-0.440	0.581
	女	413	3.705	0.942	0.046		-0.442	
擔心產險業無經驗	男	335	3.499	0.909	0.050	2.258	-0.074	0.133
	女	413	3.504	0.972	0.048		-0.074	
對產險業沒信心	男	335	3.349	0.935	0.051	0.008	0.219	0.929
	女	413	3.334	0.942	0.046		0.219	
擔心產險業的理賠能力	男	335	3.457	0.977	0.053	0.773	-0.442	0.380
	女	413	3.489	1.011	0.050		-0.444	
已投保壽險傷害險，無意再購買	男	335	3.391	0.944	0.052	1.072	-0.695	0.301
	女	413	3.441	0.992	0.049		-0.699	

2. 不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-26 可知，在不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異中，顯示：擔心產險業的理賠能力一項，其顯著性 $<.05$ ，可見該項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-26 不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	8.190	3.000	2.730	2.470	0.061
	組內	822.398	744.000	1.105		
不熟悉產險業	組間	3.557	3.000	1.186	1.387	0.246
	組內	636.105	744.000	0.855		
擔心產險業無經驗	組間	5.135	3.000	1.712	1.930	0.123
	組內	659.863	744.000	0.887		
對產險業沒信心	組間	3.403	3.000	1.134	1.289	0.277
	組內	654.665	744.000	0.880		
擔心產險業的理賠能力	組間	15.632	3.000	5.211	5.348	0.001*

	組內	724.885	744.000	0.974		
已投保壽險傷害險，無 意再購買	組間	2.214	3.000	0.738	0.782	0.504
	組內	701.812	744.000	0.943		

經多重比較分析，由表 4-2-27 可知：

在擔心產險業的理賠能力一項中，未婚者較已婚者認同度要高，原因可能在於前者經濟能力較弱，顧慮亦較多，對產險業初始經營該項險種，信心略嫌薄弱。

表 4-2-27 不同婚姻對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較

依變數	(I) 婚姻	(J) 婚姻	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
擔心產險業的理賠能力	未婚	已婚	0.250	0.073	0.001*
	已婚	未婚	-0.250	0.073	0.001*
		離婚	-0.465	0.227	0.041*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

3. 不同年齡對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-28 可知，在不同年齡對產險業經營傷害險態度的差異中，顯示：不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、對產險業沒信心及擔心產險業的理賠能力等數項，其顯著性 <0.05 ，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-28 不同年齡對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	9.658	6.000	1.610	1.453	0.192
	組內	820.931	741.000	1.108		
不熟悉產險業	組間	21.488	6.000	3.581	4.293	0.000*
	組內	618.174	741.000	0.834		
擔心產險業無經驗	組間	20.569	6.000	3.428	3.942	0.001*
	組內	644.430	741.000	0.870		
對產險業沒信心	組間	18.831	6.000	3.138	3.638	0.001*
	組內	639.238	741.000	0.863		
擔心產險業的理賠能力	組間	28.846	6.000	4.808	5.006	0.000*
	組內	711.672	741.000	0.960		
已投保壽險傷害險，無 意再購買	組間	11.344	6.000	1.891	2.023	0.060
	組內	692.681	741.000	0.935		

4. 不同教育程度對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-29 可知，在不同教育程度對產險業經營傷害險態度的差異中，顯著性均 >0.05 ，表示不同年齡層對傷害險的認知無顯著差異。

表 4-2-29 不同教育程度對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	5.701	3.000	1.900	1.714	0.163
	組內	824.887	744.000	1.109		
不熟悉產險業	組間	1.101	3.000	0.367	0.428	0.733
	組內	638.560	744.000	0.858		
擔心產險業無經驗	組間	2.080	3.000	0.693	0.778	0.506
	組內	662.919	744.000	0.891		
對產險業沒信心	組間	4.502	3.000	1.501	1.708	0.164
	組內	653.566	744.000	0.878		
擔心產險業的理賠能力	組間	5.255	3.000	1.752	1.772	0.151
	組內	735.263	744.000	0.988		
已投保壽險傷害險，無 意再購買	組間	3.677	3.000	1.226	1.302	0.273
	組內	700.349	744.000	0.941		

5. 不同行業對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-30 可知，依不同行業觀察，在對產險業經營傷害險態度中，顯示：不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、擔心產險業的理賠能力等數項，其顯著性 < .05，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-30 不同行業對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	10.938	7.000	1.563	1.411	0.198
	組內	819.650	740.000	1.108		
不熟悉產險業	組間	21.507	7.000	3.072	3.678	0.001*
	組內	618.155	740.000	0.835		
擔心產險業無經驗	組間	15.709	7.000	2.244	2.558	0.013*
	組內	649.290	740.000	0.877		
對產險業沒信心	組間	12.085	7.000	1.726	1.978	0.056
	組內	645.983	740.000	0.873		
擔心產險業的理賠能力	組間	22.138	7.000	3.163	3.258	0.002*
	組內	718.380	740.000	0.971		
已投保壽險傷害險，無 意再購買	組間	3.355	7.000	0.479	0.506	0.830
	組內	700.671	740.000	0.947		

經多重比較分析，由表 4-2-31 可知：

在不熟悉產險業一項中，認同度最高者為農漁業，其次依序為工業、軍公教、商業、無業、自由業及其他業者。

在擔心產險業無經驗一項中，認同度最高者為從事其他行業者，其次依序為學生、自由業、工業及商業者。

在擔心產險業的理賠能力一項中，認同度最高者為農漁業，其次依序為學生、其他業、自由業、商業及工業者。

表 4-2-31 不同行業別對產險業經營傷害險態度多重比較

依變數	(I) 行業別	(J) 行業別	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
不熟悉產險業	軍公教	農漁	-0.667	0.317	0.036*
		其它	-0.408	0.169	0.016*
	工	農漁	-0.770	0.295	0.009*
		自由業	-0.287	0.108	0.008*
	商	農漁	-0.662	0.297	0.026*
		其它	-0.403	0.127	0.002*
	農漁	軍公教	0.667	0.317	0.036*
		工	0.770	0.295	0.009*
		商	0.662	0.297	0.026*
		無	0.641	0.320	0.046*
	自由業	工	0.287	0.108	0.008*
	無	農漁	-0.641	0.320	0.046*
		其它	-0.382	0.174	0.029*
	其它	軍公教	0.408	0.169	0.016*
		商	0.403	0.127	0.002*
		無	0.382	0.174	0.029*
擔心產險業無經驗	工	自由業	-0.285	0.111	0.010*
		學生	-0.325	0.135	0.016*
		其它	-0.396	0.126	0.002*
	商	其它	-0.285	0.130	0.029*
	自由業	工	0.285	0.111	0.010*
	學生	工	0.325	0.135	0.016*
	其它	工	0.396	0.126	0.002*
		商	0.285	0.130	0.029*
擔心產險業的理賠能力	工	農漁	-0.691	0.318	0.030*
		自由業	-0.297	0.116	0.011*
		學生	-0.478	0.142	0.001*
		其它	-0.335	0.132	0.012*

	商	農漁	-0.638	0.320	0.047*
		自由業	-0.244	0.122	0.045*
		學生	-0.425	0.146	0.004*
		其它	-0.282	0.137	0.040*
	農漁	工	0.691	0.318	0.030*
		商	0.638	0.320	0.047*
	自由業	工	0.297	0.116	0.011*
		商	0.244	0.122	0.045*
	學生	工	0.478	0.142	0.001*
		商	0.425	0.146	0.004*
	其它	工	0.335	0.132	0.012*
		商	0.282	0.137	0.040*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

6. 不同工作性質對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-32 可知，依不同工作性質觀察，在對產險業經營傷害險態度中，顯示：擔心產險業無經驗、對產險業沒信心、擔心產險業的理賠能力等數項，其顯著性 < .05，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-32 不同工作性質對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	1.101	2.000	0.550	0.494	0.610
	組內	829.487	745.000	1.113		
	總和	830.588	747.000			
不熟悉產險業	組間	3.802	2.000	1.901	2.228	0.109
	組內	635.859	745.000	0.854		
	總和	639.662	747.000			
擔心產險業無經驗	組間	9.039	2.000	4.519	5.133	0.006*
	組內	655.960	745.000	0.880		
	總和	664.999	747.000			
對產險業沒信心	組間	15.026	2.000	7.513	8.704	0.000*
	組內	643.042	745.000	0.863		
	總和	658.068	747.000			
擔心產險業的理賠能力	組間	9.698	2.000	4.849	4.943	0.007*
	組內	730.820	745.000	0.981		
	總和	740.517	747.000			
已投保壽險傷害險，無意再購買	組間	0.340	2.000	0.170	0.180	0.836
	組內	703.686	745.000	0.945		
	總和	704.025	747.000			

經多重比較分析，由表 4-2-33 可知：

在擔心產險業無經驗、對產險業沒信心、擔心產險業的理賠能力等三項中，認同度最高者為均為無業者，其原因可能在於經濟能力較弱，故多屬風險趨避者，因此對產險業的新商品較無信心。

表 4-2-33 不同工作性質對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較

依變數	(I)工作性質	(J)工作性質	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
擔心產險業無經驗	內勤	無	-0.267	0.084	0.001*
	外勤	無	-0.220	0.112	0.049*
	無	內勤	0.267	0.084	0.001*
		外勤	0.220	0.112	0.049*
對產險業沒信心	外勤	無	-0.276	0.111	0.013*
	無	外勤	0.276	0.111	0.013*
擔心產險業的理賠能力	內勤	無	-0.272	0.088	0.002*
	外勤	無	-0.262	0.118	0.027*
	無	內勤	0.272	0.088	0.002*
		外勤	0.262	0.118	0.027*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

7. 不同月收入對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-34 可知，依不同月收入觀察，在對產險業經營傷害險態度中，顯示：擔心產險業無經驗及對產險業沒信心等二項，其顯著性 $<.05$ ，可見該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-34 不同月收入對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	5.746	4.000	1.437	1.294	0.271
	組內	824.842	743.000	1.110		
不熟悉產險業	組間	6.996	4.000	1.749	2.054	0.085
	組內	632.666	743.000	0.852		
擔心產險業無經驗	組間	9.421	4.000	2.355	2.669	0.031*
	組內	655.578	743.000	0.882		
對產險業沒信心	組間	12.465	4.000	3.116	3.586	0.007*
	組內	645.603	743.000	0.869		
擔心產險業的理賠能力	組間	7.589	4.000	1.897	1.923	0.105
	組內	732.928	743.000	0.986		
已投保壽險傷害險，無 意再購買	組間	3.511	4.000	0.878	0.931	0.445
	組內	700.515	743.000	0.943		

經多重比較分析，由表 4-2-35 可知：

在擔心產險業無經驗、對產險業沒信心二項中，認同度最高者均為月收入 20,000 元以下者，其次依序為 20,000~40,000 元及 40,000~60,000 元。可見收入愈低者愈對產險業經營傷害險信心亦愈低。

表 4-2-35 不同月收入對產險業經營傷害險態度多重比較

依變數	(I)月收入	(J)月收入	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
擔心產險業無經驗	20,000 元以下	40,001~60,000 元	0.356	0.112	0.002*
	20,001~40,000 元	40,001~60,000 元	0.202	0.094	0.032*
	40,001~60,000 元	20,000 元以下	-0.356	0.112	0.002*
		20,001~40,000 元	-0.202	0.094	0.032*
對產險業沒信心	20,000 元以下	20,001~40,000 元	0.210	0.087	0.016*
		40,001~60,000 元	0.418	0.111	0.000*
	20,001~40,000 元	20,000 元以下	-0.210	0.087	0.016*
		40,001~60,000 元	0.208	0.093	0.026*
	40,001~60,000 元	20,000 元以下	-0.418	0.111	0.000*
		20,001~40,000 元	-0.208	0.093	0.026*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

8. 不同家庭經濟負擔者對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-36 可知，依不同家庭經濟負擔者觀察，在對產險業經營傷害險態度中，顯示：重視保費高低、擔心產險業無經驗、對產險業沒信心、擔心產險業的理賠能力、已投保壽險傷害無意再購買等數項，其顯著性 $<.05$ ，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

即在該數項會因是否為家庭經濟負擔者而有顯著差異。即在重視保費高低、擔心產險業無經驗、對產險業沒信心、擔心產險業的理賠能力等數項，非家庭經濟負擔者認同度均較高。

表 4-2-36 不同家庭經濟負擔者對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項	是否為經濟負擔者	個數	平均數	標準差	平均數 的標準誤	F 檢 定	t	顯著性
重視保費高低	是	362	3.224	1.118	0.059	8.669	-0.264	0.003*
	否	385	3.244	0.994	0.051		-0.263	
不熟悉產險業	是	362	3.691	0.975	0.051	3.398	-0.004	0.066
	否	385	3.691	0.878	0.045		-0.004	
擔心產險業無經驗	是	362	3.481	1.018	0.054	14.098	-0.561	0.000*

	否	385	3.519	0.869	0.044		-0.559	
對產險業沒信心	是	362	3.315	1.053	0.055	26.840	-0.709	0.000*
	否	385	3.364	0.818	0.042		-0.703	
擔心產險業的理賠能力	是	362	3.403	1.065	0.056	12.642	-1.848	0.000*
	否	385	3.538	0.921	0.047		-1.840	
已投保壽險傷害險，無意再購買	是	362	3.417	1.053	0.055	12.867	-0.015	0.000*
	否	385	3.418	0.889	0.045		-0.015	

9. 不同扶養人口數對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-37 可知，依不同扶養人口數觀察，在對產險業經營傷害險態度中，所有項目顯著性均 >0.05 ，即不同扶養人口數對表中各項認同度無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-37 不同扶養人口數對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	2.140	4.000	0.535	0.480	0.751
	組內	828.449	743.000	1.115		
不熟悉產險業	組間	3.608	4.000	0.902	1.054	0.379
	組內	636.054	743.000	0.856		
擔心產險業無經驗	組間	3.486	4.000	0.872	0.979	0.418
	組內	661.513	743.000	0.890		
對產險業沒信心	組間	4.184	4.000	1.046	1.188	0.314
	組內	653.885	743.000	0.880		
擔心產險業的理賠能力	組間	4.065	4.000	1.016	1.025	0.393
	組內	736.452	743.000	0.991		
已投保壽險傷害險，無意再購買	組間	0.226	4.000	0.056	0.060	0.993
	組內	703.800	743.000	0.947		

10. 不同血型對產險業經營傷害險態度的差異性

由表 4-2-38 可知，依不同血型觀察，在對產險業經營傷害險態度中，所有項目顯著性均 >0.05 ，即不同血型對各該項目之認同度均無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-38 不同血型對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	5.020	3.000	1.673	1.508	0.211
	組內	825.568	744.000	1.110		
不熟悉產險業	組間	3.565	3.000	1.188	1.390	0.245
	組內	636.096	744.000	0.855		
擔心產險業無經驗	組間	5.028	3.000	1.676	1.889	0.130
	組內	659.971	744.000	0.887		

對產險業沒信心	組間	2.719	3.000	0.906	1.029	0.379
	組內	655.349	744.000	0.881		
擔心產險業的理賠能力	組間	1.857	3.000	0.619	0.623	0.600
	組內	738.661	744.000	0.993		
已投保壽險傷害險，無意再購買	組間	4.460	3.000	1.487	1.581	0.193
	組內	699.566	744.000	0.940		

(四) 不同投保經驗對產險業經營傷害險態度分析

在假設 H_04 ：不同投保經驗對產險業經營傷害險的態度無顯著差異中：

1. 有無投保經驗部份

由表 4-2-39 可知，在有無投保經驗對產險業經營傷害險態度的差異中，顯示：不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、擔心產險業的理賠能力等數項，其顯著性 $< .05$ ，可見在該項有顯著差異。即無投保經驗者在該數較有投保經驗者認同度較高，原因可能在於前者多為在學的年輕人（目前我國投保率約 180%，基本上可假設有工作者多已投保），因經濟能力有限，顧慮會較多。

表 4-2-39 有無投保經驗對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項	投保經驗	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
重視保費高低	有	433	3.159	1.072	0.051	0.575	-2.370	0.448
	無	314	3.344	1.022	0.058		-2.388	
不熟悉產險業	有	433	3.628	0.985	0.047	16.290	-2.175	0.000*
	無	314	3.777	0.831	0.047		-2.234	
擔心產險業無經驗	有	433	3.388	0.987	0.047	10.586	-3.867	0.001*
	無	314	3.656	0.859	0.048		-3.953	
對產險業沒信心	有	433	3.229	0.963	0.046	0.360	-3.843	0.549
	無	314	3.494	0.884	0.050		-3.895	
擔心產險業的理賠能力	有	433	3.316	1.025	0.049	9.342	-5.161	0.002*
	無	314	3.691	0.913	0.052		-5.256	
已投保壽險傷害險，無意再購買	有	433	3.393	0.990	0.048	1.321	-0.918	0.251
	無	314	3.459	0.942	0.053		-0.925	

2. 投保年資部份

由表 4-2-40 可知，在不同投保年資對產險業經營傷害險態度的差異中，顯示：重視保費高低、不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、對產險業沒信心及擔心產險業的理賠能力等數項，其顯著性 $< .05$ ，可見該數項有顯著差異。

表 4-2-40 不同投保年資對產險業經營傷害險態度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
重視保費高低	組間	11.692	3.000	3.897	3.541	0.014*
	組內	818.896	744.000	1.101		
不熟悉產險業	組間	10.641	3.000	3.547	4.195	0.006*
	組內	629.021	744.000	0.845		
擔心產險業無經驗	組間	14.993	3.000	4.998	5.721	0.001*
	組內	650.005	744.000	0.874		
對產險業沒信心	組間	17.390	3.000	5.797	6.732	0.000*
	組內	640.678	744.000	0.861		
擔心產險業的理賠能力	組間	32.632	3.000	10.877	11.432	0.000*
	組內	707.885	744.000	0.951		
已投保壽險傷害險，無意再購買	組間	2.592	3.000	0.864	0.916	0.432
	組內	701.434	744.000	0.943		

經多重比較分析，由表 4-2-41 可知：

除投保經驗在 3-5 年者對產險業較沒信心外，其餘如重視保費高低、不熟悉產險業、擔心產險業無經驗、及擔心產險業的理賠能力等數項，無投保經驗者認同度均較其他族群為高，且年資較短者對各項的認同度亦愈高。

表 4-2-41 不同投保年資對產險業經營傷害險態度的差異性多重比較

依變數	(I)投保年資	(J)投保年資	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
重視保費高低	2 年以下	6 年以上	0.273	0.127	0.032*
	6 年以上	2 年以下	-0.273	0.127	0.032*
		無投保經驗	-0.288	0.093	0.002*
	無投保經驗	6 年以上	0.288	0.093	0.002*
不熟悉產險業	2 年以下	6 年以上	0.278	0.112	0.013*
	3~5 年	6 年以上	0.232	0.104	0.026*
	6 年以上	2 年以下	-0.278	0.112	0.013*
		3~5 年	-0.232	0.104	0.026*
		無投保經驗	-0.271	0.082	0.001*
	無投保經驗	6 年以上	0.271	0.082	0.001*
擔心產險業無經驗	2 年以下	無投保經驗	-0.272	0.107	0.012*
	6 年以上	無投保經驗	-0.325	0.083	0.000*
	無投保經驗	2 年以下	0.272	0.107	0.012*
		6 年以上	0.325	0.083	0.000*
對產險業沒信心	3~5 年	6 年以上	0.244	0.105	0.020*
	6 年以上	3~5 年	-0.244	0.105	0.020*

擔心產險業的 理賠能力	2 年以下	3~5 年	-0.280	0.131	0.033*
		無投保經驗	-0.427	0.112	0.000*
	3~5 年	2 年以下	0.280	0.131	0.033*
		6 年以上	0.318	0.110	0.004*
	6 年以上	3~5 年	-0.318	0.110	0.004*
	無投保經驗	2 年以下	0.427	0.112	0.000*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

(五) 不同人口統計變項對保險行銷方式的偏好度分析

在假設 H_05 ：不同人口統計變項對保險行銷方式偏好度無顯著差異中：

1. 不同性別對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-42 可知，不同性別對保險商品的認知中，顯示：偏好業務員通路的專業重於虛擬通路一項，其顯著性 < 0.05 ，可見該項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。此部分除了業務員通路專業重於虛擬通路有顯著性差異，表示男大於女，其他的無顯著性，因此下面之敘述有問題。

即男性較偏好業務員通路、廣告曝光率高、保費便宜、折扣或贈品；女性較偏好親友推薦。

表 4-2-42 不同性別對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項	性別	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說重於虛擬通路	男	335	3.761	0.839	0.046	19.726	3.126	0.000*
	女	413	3.545	1.017	0.050		3.189	
偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小	男	335	3.030	1.023	0.056	1.859	1.180	0.173
	女	413	2.939	1.056	0.052		1.184	
我偏好保費便宜甚於保障內容多寡	男	335	2.782	1.019	0.056	1.103	1.009	0.294
	女	413	2.705	1.063	0.052		1.014	
我偏好折扣或贈品甚於售後服務	男	335	2.630	1.058	0.058	0.445	0.320	0.505
	女	413	2.605	1.030	0.051		0.319	
我偏好親友推薦甚於業務員推薦	男	335	3.131	1.012	0.055	1.138	-1.567	0.286
	女	413	3.249	1.035	0.051		-1.570	

2. 不同婚姻對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-43 可知，在不同婚姻對傷害險的認知中，顯示：偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小、偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務及偏好親友推薦甚於業務員推薦等數項，其顯著性 < 0.05 ，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-43 不同婚姻對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說 重於虛擬通路	組間	6.262	3	2.087	2.340	0.072
	組內	663.717	744	0.892		
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	組間	36.635	3	12.212	11.737	0.000*
	組內	774.064	744	1.040		
我偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	16.624	3	5.541	5.169	0.002*
	組內	797.541	744	1.072		
我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	19.432	3	6.477	6.089	0.000*
	組內	791.450	744	1.064		
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	15.308	3	5.103	4.925	0.002*
	組內	770.803	744	1.036		

經多重比較分析，由表 4-2-44 可知：

已婚者在偏好業務員解說重於虛擬通路一項，認同度最高，在偏好保費便宜甚於保障內容多寡及親友推薦甚於業務員二項，認同度則最低。原因可能在於已婚者多半為家中經濟或管理支柱，無閒暇的時間注意相關資訊，較依賴業務員的專業，且會較重視保障內容。

離婚者對偏好業務員解說及曝光率較高的商品二項，認同度均最低。原因可能在於工作之餘有足夠的時間主動去注意相關資訊。

未婚者對曝光率較高、保費便宜及有折扣或贈品的商品認同度較高。原因可能在於其多半無須負擔家中經濟，只求有個人保障。

表 4-2-44 不同婚姻對傷害險行銷方式之偏好度多重比較

依變數	(I) 婚姻	(J) 婚姻	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說 重於虛擬通路	未婚	離婚	0.542	0.217	0.013*
	已婚	離婚	0.573	0.217	0.008*
		未婚	-0.542	0.217	0.013*
	離婚	已婚	-0.573	0.217	0.008*
未婚		離婚	0.436	0.076	0.000*
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	已婚	離婚	0.499	0.234	0.033*
		未婚	-0.436	0.076	0.000*
	離婚	未婚	-0.499	0.234	0.033*
		未婚	已婚	0.293	0.077

甚於保障內容多寡	已婚	未婚	-0.293	0.077	0.000*
我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	未婚	已婚	0.264	0.077	0.001*
		喪偶	1.757	0.731	0.016*
	已婚	未婚	-0.264	0.077	0.001*
		喪偶	1.493	0.731	0.042*
	喪偶	未婚	-1.757	0.731	0.016*
		已婚	-1.493	0.731	0.042*
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	未婚	已婚	0.226	0.076	0.003*
	已婚	未婚	-0.226	0.076	0.003*
		離婚	-0.482	0.234	0.040*
		喪偶	-1.432	0.722	0.048*
	離婚	已婚	0.482	0.234	0.040*
	喪偶	已婚	1.432	0.722	0.048*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

3.不同教育程度對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-45 可知，在不同教育程度對傷害險商品態度的差異中，顯示：偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小、偏好親友推薦甚於業務員推薦等二項，其顯著性 $<.05$ ，可見該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-45 不同教育程度對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說 重於虛擬通路	組間	4.848	3	1.616	1.808	0.144
	組內	665.130	744	0.894		
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	組間	12.820	3	4.273	3.985	0.008*
	組內	797.879	744	1.072		
我偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	4.466	3	1.489	1.368	0.251
	組內	809.699	744	1.088		
我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	3.135	3	1.045	0.963	0.410
	組內	807.746	744	1.086		
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	11.126	3	3.709	3.560	0.014*
	組內	774.985	744	1.042		

經多重比較分析，由表 4-2-46 可知：

在偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小及偏好親友推薦甚於業務員推薦等二項中，認同度最高者為大專學歷者；最低為國中以下者。可見學歷愈高者對該二項認同度亦愈高。原因可能在於教育程度高者，較沒時間及精神去比較商品的差異性，故願接受較簡單的行銷。反之，低學歷者則可能因經濟條件有限，對較無根據的廣告和親友介紹缺乏信任感。

表 4-2-46 不同教育程度對傷害險商品態度多重比較

依變數	(I) 教育程度	(J) 教育程度	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	國(初)中以下	大專	-0.395	0.141	0.005*
	高中(職)	大專	-0.220	0.081	0.006*
	大專	國(初)中以下	0.395	0.141	0.005*
		高中(職)	0.220	0.081	0.006*
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	國(初)中以下	大專	-0.295	0.139	0.034*
	高中(職)	大專	-0.235	0.079	0.003*
	大專	國(初)中以下	0.295	0.139	0.034*
		高中(職)	0.235	0.079	0.003*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

5.不同行業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-47 中，依不同工作性質觀察，在對產險業經營傷害險態度中，顯示：偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小、偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務、偏好親友推薦甚於業務員推薦等數項，其顯著性 $<.05$ ，可見該數項有有顯著差異。，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-47 不同行業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說 重於虛擬通路	組間	6.197	7	0.885	0.987	0.439
	組內	663.781	740	0.897		
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	組間	36.206	7	5.172	4.942	0.000*
	組內	774.493	740	1.047		
我偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	34.981	7	4.997	4.746	0.000*
	組內	779.183	740	1.053		
我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	44.651	7	6.379	6.160	0.000*
	組內	766.230	740	1.035		
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	36.398	7	5.200	5.132	0.000*
	組內	749.713	740	1.013		

經多重比較分析，由表 4-2-48 可知：

軍公教者在重視業務員解說、偏好折扣或贈品二項中，認同度最高。

自由業者在曝光率高、保費便宜二項認同度最高。

農漁業者在親友推薦一項中認同度最高，在曝光率高一項中則最低。

可見軍公教者因收入穩定且時間有限，對保費多寡較不在意，反而較重視業務員的專業解說及部份優惠；自由業者因工作時間較有彈性，接觸相關資訊的機會較多，故對曝光率高及保費便宜的商品接受度較高；農漁業者因生活圈封閉，相關資訊多來自於親友，故對親友推薦接受度較高。

表 4-2-48 不同行業對傷害險行銷方式之偏好度多重比較

依變數	(I) 行業別	(J) 行業別	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
我偏好業務員通路的 專業解說重於虛擬通路	軍公教	農漁	0.776	0.329	0.019*
	工	農漁	0.674	0.306	0.028*
	商	農漁	0.650	0.308	0.035*
	農漁	軍公教	-0.776	0.329	0.019*
		工	-0.674	0.306	0.028*
		商	-0.650	0.308	0.035*
	自由業	農漁	-0.663	0.314	0.035*
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	軍公教	工	0.453	0.161	0.005*
		農漁	0.884	0.355	0.013*
	工	軍公教	-0.453	0.161	0.005*
		商	-0.360	0.102	0.000*
		學生	-0.466	0.147	0.002*
	商	工	0.360	0.102	0.000*
		農漁	0.790	0.333	0.018*
	農漁	軍公教	-0.884	0.355	0.013*
		商	-0.790	0.333	0.018*
		自由業	-0.969	0.339	0.004*
		學生	-0.897	0.349	0.010*
	自由業	農漁	0.969	0.339	0.004*
		無	0.474	0.184	0.010*
	學生	工	0.466	0.147	0.002*
		農漁	0.897	0.349	0.010*
		無	0.401	0.202	0.048*
	無	自由業	-0.474	0.184	0.010*
		學生	-0.401	0.202	0.048*
	我偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	軍公教	工	0.403	0.161
工		軍公教	-0.403	0.161	0.013*
		學生	-0.296	0.148	0.046*
農漁		自由業	-0.692	0.340	0.042*

	自由業	農漁	0.692	0.340	0.042*	
		學生	0.340	0.165	0.040*	
		無	0.397	0.185	0.032*	
		其他	0.535	0.157	0.001*	
	學生	工	0.296	0.148	0.046*	
		自由業	-0.340	0.165	0.040*	
	無	自由業	-0.397	0.185	0.032*	
	其他	自由業	-0.535	0.157	0.001*	
	我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	軍公教	商	0.569	0.164	0.001*
			農漁	1.022	0.353	0.004
其他			0.629	0.188	0.001*	
工		學生	-0.388	0.147	0.008*	
		無	-0.504	0.167	0.003*	
商		軍公教	-0.569	0.164	0.001*	
		自由業	-0.379	0.126	0.003*	
農漁		軍公教	-1.022	0.353	0.004*	
		自由業	-0.833	0.337	0.014*	
		無	-0.786	0.356	0.028*	
自由業		商	0.379	0.126	0.003*	
		農漁	0.833	0.337	0.014*	
		其他	0.440	0.155	0.005*	
學生		工	0.388	0.147	0.008*	
無		工	0.504	0.167	0.003*	
		農漁	0.786	0.356	0.028*	
		其他	0.393	0.194	0.043*	
其他		軍公教	-0.629	0.188	0.001*	
		自由業	-0.440	0.155	0.005*	
		無	-0.393	0.194	0.043*	
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦		軍公教	工	0.338	0.158	0.033*
	學生		-0.468	0.193	0.016*	
	工	軍公教	-0.338	0.158	0.033*	
		商	-0.312	0.101	0.002*	
		農漁	-0.652	0.325	0.045*	
		自由業	-0.264	0.119	0.027*	
		其他	-0.312	0.135	0.021*	
		工	0.312	0.101	0.002*	
學生	-0.494	0.149	0.001*			

	農漁	工	0.652	0.325	0.045*
	自由業	工	0.264	0.119	0.027*
		學生	-0.543	0.162	0.001*
	學生	軍公教	0.468	0.193	0.016*
		商	0.494	0.149	0.001*
		自由業	0.543	0.162	0.001*
		無	0.618	0.199	0.002*
	其他	其他	0.494	0.175	0.005*
		無	學生	-0.618	0.199
	其他	工	0.312	0.135	0.021*
學生		-0.494	0.175	0.005*	

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

6.不同職業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-49 可知，依不同扶養人口數觀察，在對產險業經營傷害險態度中，各項顯著性均 $> .05$ ，即不同職業對傷害險行銷方式之偏好度無顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-49 不同職業對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
我偏好業務員通路的專業解說 重於虛擬通路	組間	2.854	2	1.427	1.593	0.204
	組內	667.125	745	0.895		
偏好廣告曝光率高的商品 甚於公司規模大小	組間	0.511	2	0.256	0.235	0.791
	組內	810.188	745	1.088		
我偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	2.922	2	1.461	1.342	0.262
	組內	811.242	745	1.089		
我偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	3.624	2	1.812	1.672	0.189
	組內	807.257	745	1.084		
我偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	3.120	2	1.560	1.484	0.227
	組內	782.991	745	1.051		

7.不同月收入對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-50 可知，在不同月收入對傷害險的認知中，顯示：偏好親友推薦甚於業務員一項，其顯著性 $< .05$ ，可見該項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-50 不同月收入對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
偏好業務員的專業解說 重於虛擬通路	組間	3.057	4.000	0.764	0.852	0.493
	組內	666.921	743.000	0.898		

偏好廣告曝光率高商品 甚於公司規模大小	組間	3.101	4.000	0.775	0.713	0.583
	組內	807.599	743.000	1.087		
偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	4.663	4.000	1.166	1.070	0.370
	組內	809.501	743.000	1.090		
偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	6.573	4.000	1.643	1.518	0.195
	組內	804.308	743.000	1.083		
偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	14.482	4.000	3.621	3.486	0.008*
	組內	771.629	743.000	1.039		

經多重比較分析，由表 4-2-51 可知：

在偏好親友推薦甚於業務員推薦一項中，認同度最高的為月收入 20,000 元以下；最低的為 80,000 元以上。

可見收入愈低者愈偏好親友推薦，原因可能在於其知識水準相對低，對資訊的接受能力較弱，故會仰賴親友推薦；而高收入者自主能力強，較重視專業能力。

表 4-2-51 不同月收入對傷害險行銷方式之偏好度多重比較

依變數	(I) 月收入	(J) 月收入	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
偏好親友推薦 甚於業務員推薦	20,000 元以下	40,001~60,000 元	0.259	0.121	0.033*
		80,000 元以上	1.146	0.349	0.001*
	20,001~40,000 元	80,000 元以上	0.964	0.343	0.005*
	40,001~60,000 元	20,000 元以下	-0.259	0.121	0.033*
		80,000 元以上	0.886	0.351	0.012*
	80,000 元以上	20,000 元以下	-1.146	0.349	0.001*
		20,001~40,000 元	-0.964	0.343	0.005*
		40,001~60,000 元	-0.886	0.351	0.012*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

8. 不同家庭經濟負擔者對保險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-52 可知，不同家庭經濟負擔者對保險商品的認知中，顯著性均 > 0.05，表示不同家庭經濟負擔者對保險商品的認知無顯著差異，表示接受虛無假設。

表 4-2-52 不同家庭經濟負擔者對保險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項	是否為經濟負擔者	個數	平均數	標準差	平均數的標準誤	F 檢定	t	顯著性
偏好業務員的專業解說 重於虛擬通路	是	362	3.685	0.953	0.050	0.100	1.154	0.752
	否	385	3.605	0.938	0.048		1.153	
偏好廣告曝光率高商品 甚於公司規模大小	是	362	2.845	1.011	0.053	2.677	-3.447	0.102
	否	385	3.106	1.057	0.054		-3.452	

.偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	是	362	2.663	1.059	0.056	1.708	-1.899	0.192
	否	385	2.808	1.025	0.052		-1.897	
偏好折扣或贈品 甚於售後服務	是	362	2.530	1.055	0.055	0.609	-2.211	0.436
	否	385	2.699	1.025	0.052		-2.209	
偏好親友推薦 甚於業務員推薦	是	362	3.207	1.036	0.054	0.448	0.303	0.504
	否	385	3.184	1.018	0.052		0.303	

9.不同扶養人口對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-53 可知，在不同扶養人口對傷害險認知的差異中，顯示：偏好廣告曝光率高商品甚於公司規模大小、偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務及偏好親友推薦甚於業務員推薦等數項，其顯著性 < .05，可見該數項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-53 不同扶養人口對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
偏好業務員的專業解說 重於虛擬通路	組間	1.715	4.000	0.429	0.477	0.753
	組內	668.264	743.000	0.899		
偏好廣告曝光率高商品 甚於公司規模大小	組間	30.331	4.000	7.583	7.220	0.000*
	組內	780.368	743.000	1.050		
偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	組間	22.041	4.000	5.510	5.169	0.000*
	組內	792.123	743.000	1.066		
偏好折扣或贈品 甚於售後服務	組間	12.907	4.000	3.227	3.004	0.018*
	組內	797.974	743.000	1.074		
偏好親友推薦 甚於業務員推薦	組間	10.009	4.000	2.502	2.396	0.049*
	組內	776.101	743.000	1.045		

經多重比較分析，由表 4-2-54 可知：

在偏好廣告曝光率一項，認同度最高的為扶養 0 人；最低的為扶養 2 人。原因可能在於無撫養人口的家庭經濟壓力不大，無意自行花時間去瞭解商品，故會相信廣告曝光率高者。

在偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務二項中，認同度最高的為扶養 0~1 人；最低的為扶養 2~3 人。原因可能在於扶養人口愈低，家庭成員人身保障的責任壓力愈輕，較會重視保費的高低；扶養人口愈多者須照顧的人口較多，家庭責任愈大，故較重視保障內容是否足夠。

在偏好親友推薦甚於業務員推薦一項中，認同度最高的為扶養 1 人；最低的為扶養 2 人。其原因應與前項相同。

表 4-2-54 不同扶養人口對傷害險行銷方式之偏好度多重比較

依變數	(I)扶養人口	(J)扶養人口	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
-----	---------	---------	---------------	-----	-----

偏好廣告曝光率高商品 甚於公司規模大小	0 人	2 人	0.454	0.097	0.000*	
		3 人	0.409	0.116	0.000*	
	1 人	2 人	0.354	0.111	0.001*	
		3 人	0.308	0.128	0.016*	
	2 人	0 人	-0.454	0.097	0.000*	
		1 人	-0.354	0.111	0.001*	
	3 人	0 人	-0.409	0.116	0.000*	
		1 人	-0.308	0.128	0.016*	
	偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	0 人	2 人	0.386	0.097	0.000*
			3 人	0.270	0.117	0.021*
		1 人	2 人	0.391	0.112	0.000*
			3 人	0.276	0.129	0.033*
2 人		0 人	-0.386	0.097	0.000*	
		1 人	-0.391	0.112	0.000*	
3 人		0 人	-0.270	0.117	0.021*	
		1 人	-0.276	0.129	0.033*	
偏好折扣或贈品 甚於售後服務		0 人	2 人	0.310	0.098	0.002*
			3 人	0.246	0.117	0.036*
		1 人	2 人	0.230	0.112	0.041*
			0 人	-0.310	0.098	0.002*
	2 人	1 人	-0.230	0.112	0.041*	
		0 人	-0.246	0.117	0.036*	
	偏好親友推薦 甚於業務員推薦	0 人	2 人	0.243	0.096	0.012*
		1 人	2 人	0.286	0.111	0.010*
2 人		0 人	-0.243	0.096	0.012*	
		1 人	-0.286	0.111	0.010*	

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

10.不同血型對傷害險行銷方式之偏好度的差異性

由表 4-2-55 可知，在不同血型對傷害險認知的差異中，顯示：偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務之二項，其顯著性 $< .05$ ，可見該二項有顯著差異，表示拒絕虛無假設。

表 4-2-55 不同血型對傷害險行銷方式之偏好度的差異性分析

題項		平方和	自由度	平均平方和	F 檢定	顯著性
偏好業務員的專業解說 重於虛擬通路	組間	3.489	3.000	1.163	1.298	0.274
	組內	666.490	744.000	0.896		
偏好廣告曝光率高的商品	組間	2.483	3.000	0.828	0.762	0.516

甚於公司規模大小	組內	808.216	744.000	1.086		
偏好保費便宜	組間	10.567	3.000	3.522	3.261	0.021*
甚於保障內容多寡	組內	803.597	744.000	1.080		
偏好折扣或贈品	組間	9.723	3.000	3.241	3.010	0.030*
甚於售後服務	組內	801.158	744.000	1.077		
偏好親友推薦	組間	2.631	3.000	0.877	0.833	0.476
甚於業務員推薦	組內	783.480	744.000	1.053		

經多重比較分析，由表 4-2-56 可知：

在偏好保費便宜甚於保障內容多寡、偏好折扣或贈品甚於售後服務二項中，認同度最高的為 B 型；最低的為 A 型。

以上原因可能在於 B 型者生性開放明朗，不拘小節，故較重視保費便宜及贈品等看得見的現實利益；A 型者心思細密，分析力強，故較重視保障內容及售後服務。由此可發現，不同血型者對保險商品行銷方式會有不同選擇。

表 4-2-56 不同血型對傷害險行銷方式偏好度多重比較

依變數	(I) 血型	(J) 血型	平均差異 (I-J)	標準誤	顯著性
偏好保費便宜 甚於保障內容多寡	A 型	B 型	-0.304	0.107	0.005*
		O 型	-0.253	0.098	0.010*
	B 型	A 型	0.304	0.107	0.005*
	O 型	A 型	0.253	0.098	0.010*
偏好折扣或贈品 甚於售後服務	A 型	B 型	-0.304	0.107	0.005*
		O 型	-0.232	0.098	0.018*
	B 型	A 型	0.304	0.107	0.005*
	O 型	A 型	0.232	0.098	0.018*

*在 .05 水準上的平均差異很顯著。

第五章 結論與建議

第一節 結論

傷害保險自民國 90 年開放產險業經營後，此一領域商機已成為產壽險業共同爭取的利基，相對的其競爭也逐漸擴大。產險業在以本約銷售後，其經營績效如何，以及是否為消費者所接受等問題一直為產學界所關心，根據本文研究結果，有以下重大發現：

一、產壽險業傷害險經營績效之比較

(一) 保費收入部份

1. 產壽險業傷害險保費收入之成長率，自 94 年後均較壽險業為高，但增幅卻有逐漸下滑趨勢。
2. 產險業傷害險主附約在多數年度均呈上升現象。其中主約以富邦及明台產險成長最為快速，蘇黎世與旺旺友聯(友聯)近年均大幅下滑，可能由於更名關係，消費者信心略受影響；附約亦以富邦成長最快，近年除國泰世紀、蘇黎世穩定成長外，其餘各家均呈微幅下滑趨勢。可見主約市場需求度較高，市場發展空間亦較大。

(二) 賠款率部份

產險業賠款率在各年度均較壽險業為高，但自 95 年以後，增幅有下降趨勢。其中，上升幅度最快速的意外事故為溺斃，其次為自傷；理賠額度最高的異物傷害一項，增幅卻有大幅下降趨勢。

二、消費者接受度探討

(一) 次數分配

1. 人口統計資料分佈狀況

受訪者比率較高者為女性、未婚者、青壯年、高中職及大專學歷、務工及務商者、月收入 2 至 4 萬元者、家庭經濟負擔者、無扶養人口者、血型 O 型者。

2. 投保傷害險經驗分佈狀況

- (1) 曾經投保傷害險者約六成。

- (2) 除個人傷害險外，其餘險種均以未曾購買者為多。
- (3) 購買壽險傷害險者較產險為多。
- (4) 除透過業務員通路購買者外，其餘通路均以未曾使用者為多。
- (5) 保額比率較高者依序為 101~200 萬元、100 萬元以下、201~300 萬元。
- (6) 多數認為目前傷害險保額已足夠。
- (7) 年繳保費比率高低為 1,001~2,000 元、2,001~3,000 元、1,000 元以下。
- (8) 多數受訪者認為保費水準算普通。
- (9) 投保年資愈長的受訪者比率愈高。

3. 對傷害險之認知分佈狀況

在有投保經驗者之認知中，除多數均知道職業變更應為通知外，在產險業亦可銷售傷害險、不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者、保費差異的原因等項，表示不清楚者較多。可見多數受訪者並不清楚傷害險的內容及經營者。

(二) 變異數分析

1. 人口統計變項對傷害險的認知部份

- (1) 不同性別、年齡對傷害險的認知無顯著差異。
- (2) 離婚者、低學歷者、無業者、內勤者及非家庭經濟負擔者對產險業銷售傷害險的認知度較高；已婚者、學歷愈高者認知度愈低。前者因屬單身、收入不高或工作環境關係，較在注意保費便宜的產險銷售資訊。而可能因生活壓力關係，對保險業經營層面較不會注意。
- (3) 未婚者、無業者、低收入者、非家庭經濟負擔者對職業變更之通知認知度最高，離婚者、月收入 20,001~40,000 元者最低。前者因屬年輕、弱勢者，對事故給付是否落實會較在意。
- (4) 無業者、AB 型對保費計算基礎認知度最高，前者因無收入，後者因較個性精明，故較會注意保費如何計算之資訊。A 型認知度最低。
- (5) 農漁業者、扶養 2 人者對不保事項認知度最高。前者可能因工作風險高，故對不保事項會較注意；扶養 4 人者最低，原因可能在於前者扶養人數較少，即有經濟責任壓力，又在時間上相對舒緩，故較會注意相關資訊；後者則因經濟壓力龐大，較無太多時間和心情注意相關資訊。
- (6) 其他業者、AB 型對保費較低的業者認知度最高；自由業者最低。原因可能在於後者收入相對較高，不會在意價格多寡。
- (7) 務工者、20,001~40,000 元者、非家庭經濟負擔者、AB 型血型者對保費差異的原因認知度最高。前三者因屬工作風險相對較高或收入不高，後者在精打細算下，會去瞭解保費差異產生的原因。從商者、月收入 40,001~60,000 元者認知度較低，可能因收入相對較高，不會刻意思考不同商品格之差異。

2. 不同投保經驗對傷害險的認知分析

(1) 無投保經驗者對產險業銷售傷害險、不保事項、保費計算基礎、保費較低的業者及保費差異等各項認知度較高。原因可能在於前者以年輕人居多，接觸資訊的機會普遍較年長者為高，故認知度亦會較高。其餘族群如下：

(2) 投保年資愈長者對職業變更之通知、不保事項、保費計算基礎及保費差異的原因等認知度亦較低。可能在於投保已久，一則因早期投保，目前較不會太注意細節問題，一則可能因為時已久，對相關資訊已漸淡忘。

(3) 投保年資愈短者對保費較低的業者認知度亦較低，因購買不久，不會想到再行購買，故不會注意相關資訊。

3. 不同人口統計變項對產險業經營傷害險的態度分析

(1) 不同性別、教育程度、扶養人口數、血型對產險業經營傷害險態度均無顯著差異。

(2) 未婚者、農漁業者、無業者、非家庭經濟負者對擔心產險業的理賠能力認同度最高，可能因該族群經濟能力較弱，較在意損失是否得以落實；已婚者、其他業者及務工者最低。

(3) 其他業者、無業者、非家庭經濟負者對擔心產險業無經驗之認同度最高，可能因該族群經濟能力較弱，多屬風險趨避者，對產險業新推出的傷害險較無信心。務商者最低，原因應與前者相反。

(4) 無業者、收入愈低者、非家庭經濟負者對產險業沒信心認同度均最高。原因應與前項相同。

(5) 扶養人口數

不同扶養人口數及血型者對產險業經營傷害險各變項均無顯著差異。

4. 不同投保經驗對產險業經營傷害險態度分析

(1) 無投保經驗者對不熟悉產險業、擔心產險業無經驗及其理賠能力等數項認同度較高，可能因前者多為在學的年輕人（目前我國投保率約180%，基本上可假設有工作者多已投保），因經濟能力有限，顧慮會較多。

(2) 投保年資較短或無投保經驗者對產險業經營傷害險一般較無信心。

5. 不同人口統計變項對保險行銷方式的偏好度分析

(1) 男性、學歷愈高者、軍公教者、扶養1人者對業務員解說認同度較高，該族群可能因收入穩定，不會計較商品差異性，故願接受較簡單的行銷。

(2) 男性、未婚者、自由業者、無扶養人口者較偏好廣告曝光率高的商品，但也偏好保費便宜甚於保障內容多寡。其中未婚者因多為年輕人，較

會相信廣告，其他族群可能因工作壓力或經濟較寬裕而不願花心思自行比較商品，只要方便和便宜即可。

(3) 男性、軍公教者、扶養人口愈少者、B型較偏好折扣或贈品。

(4) 女性、學歷愈高者、農漁業者、收入愈低者對親友推薦認同度較高；已婚者、低學歷者、高收入者則最低。可能因已婚者負擔家庭經濟責任，低學歷者經濟條件有限，高收入者自主能力強，較重視專業能力，故對親友推薦不具信心

(5) 學歷愈高者對曝光率較高的商品認同度愈高；離婚者最低。可能因低學歷者經濟條件有限，對較無根據的廣告缺乏信任感。

(6) 未婚者、自由業者對保費便宜的商品認同度較高。原因可能在於前者收入不高，後者則不太在乎保障多寡，只要象徵性購買即可，故愈便宜愈好。

(7) 低學歷者則可能因經濟條件有限，對較無根據的廣告和親友介紹缺乏信任感。

6. 不同職業、家庭經濟負擔者對傷害險行銷方式之偏好度無顯著差異。

第二節 建議

一、人口統計變項認知方面

(一) 僅少數消費者會去了解產險業詳細規定及內容，產險公司可再加強業務之推廣，但不可做不實的廣告誤導消費者；

(二) 應加強業務員教育訓練，使其具一定專業能力告知消費者保單詳細內容，瞭解本身權益及價格高低與商內容是成正比的，藉商區隔以拓展市場。

(三) 對於尚未投保者，產險公司可提供產、壽業之間的差別比較表，做為消費者購買時的參考依據。

二、人口統計變項態度方面

(一) 消費者普遍對產險業銷售傷害險認同度較低，建議消費者可廣為吸收產、壽險業界之資訊，以掌握自身利益及保障應有權益。

(二) 無投保經驗者對產險業經營傷害險態度較擔憂，因其未曾購買過該類商品，訊息較不充裕，建議公司應該建立良好的企業形象，以提升消費者信心。消

費者則應多吸收產、壽險業之資訊，對經營良好的公司給多正面評價及建立信心，並試著接受其產業趨勢。

(三)行銷偏好度方面，消費者對於電視廣告印象較深，業者可藉由電視廣告，以建立消費者良好印象；亦可多發送DM給消費者，增其主動連繫的可能。保費差異則應適自身之經濟狀況或需求來選擇，其保障內容也有所差異，故消費者需正確比較產、壽險業之後再作選擇，也不應貪圖贈品或折扣而減少了該有的保障。最後，在業務員推廣時，業務員之態度都需有一定水準，才能樹立產險業優良形象，使消費者放心購買。

第三節 未來研究方向

一、本研究範圍因限於大台北地區，故未針對其他地區消費者作探討，建議後續研究者可擴大區域續做分析。

二、對於目前產險業經營傷害險，短短五、六年就成為產險業保費收入成長最高的險種，就未來跨足健康險市場，應是一大鼓勵。其經營健康險的潛力已成為業界關注的焦點，故該議題亦可作為後續研究的方向。

參考文獻

書籍：

傷害保險，財產保險業務員基本教育訓練教材，台北，中華民國產物保險商業同業公會，2006：1-2。

李仁傑，意外保險學，全華圖書，台北，2005：18-19。

林麗銖，人身保險實務，平安出版社，台北，2004：309。

責任、信用、保證、傷害保險及其他財產保險，財產保險業務員基本教育訓練教材 7，台北，中華民國產物保險商業同業公會，2003：4-2。

江傳賢、許沖河、夏銘賢、呂廣盛，傷害及健康保險，財團法人保險事業發展中心，台北，2001。

期刊論文：

吳秋蓉，“產險業等了 40 年才得到的禮物 產險業跨足傷害險市場燃戰火”，現代保險雜誌，2004，第 186 期：40-42。

廖述源、劉政明，“我國產險業經營傷害保險之探討”，保險大道，2003，第 49 期：5-21。

（作者），“產險業經營傷害保險績效檢討與展望”，現代保險金融理財雜誌，2008，第 235 期：4-35。

（作者），“從傷害險經營展望 產險業開辦健康險之前景—專訪產險公會石理事長燦明”，風險與保險雜誌，2007，第 15 期：3-9。

（作者），“何時才能揮別衰退陰霾？產險業的春天 今年會來嗎？產險業保費收入已連續 2 年出現衰退，今年是否有機會止跌回升？哪些險種最具成長潛力呢？”，現代保險金融理財雜誌，2008，第 230 期：62-82。

（作者），“96 年傷害險保費合計近 600 億元 產險壽險比例為 1:5”，現代保險金融理財雜誌，2008，第 235 期：34-35。

黎曉英，“95 年產險業保費收入分析 產險新兵傷害險躍升第 3 大險種 95 年產險業保費收入約 1,141.9 億元，平均每天進帳約 3.13 億元，較前一年度每天減少約 1,420 萬元。其中車險火險兩大險種都衰退，傷害險則以 1 成的高成長率躍居產險第 3 大險種，傳統大險種水險退居第 4”，現代保險金融理財雜誌，2007，第 218 期：56-61。

林潔舒，“是產險業殺紅了眼？還是壽險業長期牟取暴利？ 傷害險價格割喉戰 產壽險業開打”，現代保險，2004，第 186 期：50-55。

（作者），“產險業瞄準五百億傷害險大餅！”，現代保險，2001，第 153 期：64-65。

林凱鄉，“淺談財產保險業經營傷害保險與銀行連結業務省思”，華銀月刊，2002，第 616 期：1-3。

陳淑惠，“保發中心董事長江朝國談新保險法修訂案 二十七年來幅度最大的一次修法”，現代保險，2001，第 152 期：66-67。

（作者），“以保單條款及要保書在產、壽險間之差異，論我國個人傷害保險之改進”，壽險季刊，2004，第 134 期：2-28。

（作者），“價格低、核保寬、理賠鬆 誰是最後贏家？ 299 元買 100 萬傷害險產壽險業都傻眼”，現代保險，2004，第 186 期：56-58。

（作者），“近四年傷害險市場殺出強敵 貨好價低產險因勢崛起？”，現代保險，2004，第 186 期：44-49。

（作者），“產壽險經營傷害險不踩線 財產保險業經營傷害險面面觀”，現代保險，2003，第 174 期：44-49。

學位論文：

呂廣盛，“我國產、壽險業經營個人傷害保險之比較分析”，逢甲大學保險學系碩士論文，2003：1-11。

宋汶璇，“消費者對產險公司銷售傷害之認知”，逢甲大學保險學系碩士論文，2005。

林嘉祥，“傷害保險理賠糾紛之探討”，樹德科技大學金融保險系碩士論文，2004：11。

潘佩君，“產險公司個人傷害險出險因素之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，2008：7。

宋汶璇，“消費者對產險公司銷售傷害之認知”，逢甲大學保險學系碩士論文，2005：24。

伍建勳，“財產保險業經營團體傷害保險之探討”，政治大學經營管理碩士學程論文，2004。

袁國寧，“產物保險公司經營傷害保險與健康保險應注意事項之研究”，逢甲大學研究報告，2000。

趙志偉，“我國產險業經營傷害險可行性之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，1991。

林淑貞，“台灣地區個人傷害險意外傷害死亡損之率之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，1989。

許宏義，“台灣財產保險業經營傷害保險之研究”，朝陽科技大學保險金融管理系碩士論文，2006。

廖舷安，“產物保險業經營傷害險個案分析”，政治大學經營管理碩士學程論文，2007。

李清龍，“我國意外傷害保險補償制度之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，2002。

林嘉祥，“傷害保險理賠糾紛之探討”，樹德科技大學金融保險系碩士論文，

2006。

陳逸娟，“個人傷害風險評估之研究-核保人員觀點”，銘傳大學風險管理與保險學系碩士論文，2007。

宋汶璇，“消費者對產險公司銷售傷害保險之認知”，逢甲大學保險學系碩士論文，2005。

張素屏，“我國現行個人傷害保險經驗分析與探討”，逢甲大學保險學系碩士論文，2003。

蔡舜民，“年輕族群消費者購買傷害險行為模式之研究”，逢甲大學保險學系碩士論文，2008。

李文斌，“銷售通路對傷害保險損失率之影響分析”，政治大學風險管理與保險系碩士論文，2008。

郭文采，“台灣產險公司經營績效之分析”，高雄第一科技大學險管理與保險所碩士論文，2007。

潘佩君，“產險公司個人傷害險出險因素之研究”，逢甲大學風險管理與保險碩士論文，2008。

黃淨蘭，“我國產險業經營傷害險費率之探討”，逢甲大學經營管理系碩士論文，2005。

網站：

方明川、張素屏，我國現行個人傷害保險經驗分析：

<http://www.rmim.com.tw/word/pen/2003pen-no5.pdf>

行政院衛生署網站：<http://www.doh.gov.tw/statistic/index.htm>

保險事業發展中心網站：<http://www.iiroc.org.tw>

中華民國人壽保險商業同業公會網站：<http://www.lia-roc.org.tw>

中華民國產物保險商業同業公會網站：<http://www.nlia.org.tw>

全國博碩士論文資訊網：<http://etds.ncl.edu.tw/theabs/index.html>

其他：

泰安產物保險公司副總經理 陳嘉文先生，產險業經營傷害保險績效檢討與展望。

附錄

各位先生、女士您好：

本問卷目的在探討您對傷害保險的認知，及對產險業經營傷害保險的態度。您的意見是本研究關鍵所在，因採無記名方式，請放心作答。感謝合作，謹致上無限敬意！

祝 萬事如意！

致理技術學院保險金融系

學生：宋衣緹、周德莉、王沛緹

邱玉鴿、林詩音、黃昱琳 敬上

民國 98 年 4 月 18 日

註：1. 「傷害險」係指因外來、突發及非疾病的意外事故所致損失，由保險公司負責理賠給付。除旅平險外，原則上多為一年期的短期保險。

2. 本問卷僅針對商業保險公司的傷害保險探討，不包括社會保險的傷害給付（如：勞保局的普通傷害及職業災害給付）。

第一部份 請問您投保傷害險之經驗

1. 你有投保傷害險的經驗嗎？

1. 有 2. 沒有（跳答第二部份）

2. 您投保的傷害險種類為：（可複選）

1. 個人傷害險 2. 旅行傷害險 3. 職業傷害險 4. 團體傷害險

3. 您購買的傷害險是：（可複選）

1. 主約 2. 附約

4. 您投保的傷害險是產險或壽險公司銷售的？（可複選）

1. 產險 2. 壽險

5. 您的傷害險購買通路為：（可複選）

1. 業務員 2. 電話行銷 3. 網路 4. 保險代理/經紀人

5. DM 6. 電視購物 7. 銀行櫃檯 8. 保險公司櫃檯

9. 親友介紹 10. 手機 11. 其他 _____

6. 您的投保金額大約是多少？

1. 100 萬元以下 2. 101~200 萬元 3. 201~300 萬元

4. 301~400 萬元

5. 401~500 萬元 6. 500 萬元以上

7. 您覺得目前的保額足夠嗎？

1. 已足 2. 不足

8. 您的傷害險年繳保費約：

1. 1,000 元以下 2. 1,001~2,000 元 3. 2,001~3,000 元

4. 3,000 元以上

9. 您對已投保的傷害險保費覺得：

1. 很便宜 2. 普通 3. 太貴

10. 您投保傷害險的年資為：

1. 2 年以下 2. 3~5 年 3. 6 年以上

第二部份 請問您對傷害保險的認知

1. 您知道除壽險公司外，產險公司亦可銷售傷害險嗎？
1. 知道 2. 不知道
2. 您知道傷害險在職業變更時須通知保險公司嗎？
1. 知道 2. 不知道
3. 您知道那些事故不屬傷害險理賠範圍嗎？
1. 知道 (如: _____) 2. 不知道
4. 您知道傷害險之保費計算基礎以什麼為依據嗎？
1. 知道 (以 _____ 為依據) 2. 不知道
5. 您知道那一種公司推出的傷害險保費大致上較便宜嗎？
1. 壽險公司 2. 產險公司 3. 差不多 4. 不知道
6. 您知道產、壽險公司傷害險保費不同的原因嗎？
1. 知道 (因為: _____) 2. 不知道

非常
同意

同意

沒意見

不同意

非常
不同意

第三部份 請問您對產險公司經營傷害險之態度

1. 我會因產險公司保費較低，而成為優先選擇標的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1. 我對產險公司不熟，不敢冒然購買。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我擔心產險公司經驗不足。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我對產險公司的服務沒有信心。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我擔心因保費較低，會影響產險公司的理賠能力。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 因為壽險已續約，沒必要再購買產險公司的傷害險。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第四部份 請問您對保險商品的態度

1. 我偏好業務員通路的專業解說重於虛擬通路(網路、電視、電話、DM行銷)的隱私性	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 我偏好廣告曝光率高的商品甚於公司規模大小	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 我偏好保費便宜甚於保障內容多寡	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 我偏好折扣或贈品甚於售後服務	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 我偏好親友推薦甚於業務員推薦	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

第五部份 個人基本資料

1. 性別：男 女
2. 婚姻：未婚 已婚 離婚 喪偶
3. 年齡：20~29 歲 30-39 歲 40-49 歲 50-59 歲 60 歲以上

4. 教育程度：國(初)中以下 高中(職) 大專 研究所
5. 行業別：軍公教 工 商 農漁 自由業 學生 無
其他
6. 工作性質：內勤 外勤 無
7. 月收入：20,000 元以下 20,001~40,000 元 40,001-60,000 元
60,001-80,000 元 80,001 元以上
8. 是否為家庭經濟負擔者： (1)是 (2)否。
9. 家中未就業，需要扶養人口數：0 人 1 人 2 人 3 人 4 人以上
10. 請問您的血型為：A 型 B 型 O 型 AB 型

～問卷到此結束，謝謝您！～