

投稿類別：商業類

篇名

探詢保險業龍頭-國泰人壽

作者

蕭霆凱。國立海山高工。資料處理科三年甲班
陳彤仁。國立海山高工。資料處理科三年甲班
徐志凱。國立海山高工。資料處理科三年甲班

指導老師

鄭益華

壹●前言

一、研究動機

保險業的蓬勃發展，不但使人們有了更多投資與分散風險的方法，也讓許多人渡過財務上和生活上的難關，如今保險以和我們的生活密不可分，比方：出遊、養老、創業甚至房子、車子，都有了相關的保障。現在保險業以走向多元化，而它的行銷策略值得我們去探討。

二、研究目的

- 1.了解國泰人壽的理念與特色。
- 2.了解國泰人壽的經營策略及成功因素。
- 3.了解國泰人壽的 **SWOT** 分析。

三、研究方法

本文以蒐集相關資料，並加以統整與分析，以及利用 **SWOT** 分析法，了解國泰人壽的優勢與弱勢。

貳●正文

一、保險的由來

“保險”的精神與重要性，不論是在以前，或是在我們生活當中，皆有許多案例可循，而比較有規劃的由來，可以追溯到 **300** 多年前英國的海上保險。

在 17 世紀時，英國的海上活動已經十分頻繁，因此，許多船隻出海之後並沒有平安歸來，進而造成當地很大的社會問題，許多的船家、商號便集合起來成立了所謂的”協會”，加入了這個協會的商號都出一分錢、一分力，當萬一有船隻遇難時，就可用這一大筆錢幫助遇難的船員和商家渡過生活上和財務上的難關，後來，這樣的制度和精神，逐漸受到世人的認同，在不斷的改良與評估之下，進而發展出今天保險的型態。

二、國泰人壽簡介

創立緣起

隨著金融產業多元化與全球化發展，整合法源之訂定，國泰人壽金融控股股份有限公司於民國九十年十二月三十一日正式成立，結合保險、證卷、銀行等多樣化的金融機構，國泰金控架起一個功能完整的經營平台。

經營策略

- 整合各子公司資源，提供全方位的金融服務，提供客戶一站購足(one-stop shopping)的服務。
- 持續提升資訊系統，對外滿足客戶即時資訊需求；對內提高決策支援、經營管理、業務資訊、風險控管與稽核作業的自動化程度。
- 開發符合客戶需求的整合型金融商品，成為客戶理財最貼心的夥伴。
- 不斷強化員工專業能力與工作滿足程度，以提供最高品質服務。
- 追求整合經營的綜效，藉以降低成本，回饋客戶與股東。
- 累積優質品牌形象，成為客戶心目中最值得信賴與託付的保險公司。

國泰的理念及特色

重品牌、講承諾是國泰人壽的堅持與特色，現任國泰人壽董事長蔡宏圖勉勵員工的一段話：「公司不會輕言放棄任何一位保戶及員工」，這句話更能顯得董事長蔡宏圖對於客戶承諾的胸襟，及愛護員工的承諾，這樣的企業經營者，就像公司的經營理念，一、經營教踏實地，工作精益求精 二、注重商業道德，講就職業良心 三、重視保護權益，負起社會責任 四、加強員工福利、兼顧股東利益創立公司以來不變的理念道盡整個公司全體信念。

國泰人壽商標→



國泰人壽成功的因素

分析起來，「國壽成功的因素大致可分為三方面：一是行銷通路，國壽所採取的擴張型策略，讓它從一開始就已經掌握了國內重要的行銷據點。」〈彭蕙仙，1993〉在行銷通路上不斷因應經濟動向與公司發展所需而適時調整的彈性做法，國壽成功的重要因素之一。

其次是國壽制度完整性與指揮權的統一。二次大戰的著名將領巴頓將軍曾經這麼說：「外行人常常以為只要裝備好、技術新，就可以打贏一場戰爭，他們卻不知道，要在激烈又冷酷的競爭中獲勝，最重要的是優異的領導及奮鬥不懈的精神。」這段話正足以說明過去三十多年裡，國壽在保險業界頻頻高居上風的理由，國壽經營者強勁的領導統馭能力，是業界少見的例子。

當然，我們更不能忘記「紮根工作」在國壽經營史中所扮演的角色。國壽成立在「研究與發展(R&D)」風氣還不是那麼興盛的五零年代，但卻是實施教育訓練工作最為徹底的公司之一，國壽每年投注在教育訓練上的資金早已超過數億元，這樣的規模絕非同業所能企及。而這種種的教育訓練計畫，也循序漸進地為國壽經營體系培養出一代一代的人才，說教育訓練是國壽的「搖籃」，該是十分貼切的。

國內保險市場已經全面開放，在寡佔局面驟然被打開之後，業者所面臨的競爭壓力更為巨大，在這個時候，如果回頭看看業界盟主—國泰人壽這一路行來，究竟是如何創造出這樣的規模，應該可以給人一些啟示與反省。《孫子兵法》說：「非利不戰、非得不得戰、非危不戰」，這是戰爭的最高指導原則，而企業要如何打一場有勝算的仗？先看看常勝軍是怎麼贏的吧！

國泰人壽創業至今近 50 年，早期運用組訓的功能，及增員策略起家，市場佔有率曾高達 60%，這並非完全競爭市場正常的現象，近幾年開放外商公司及本土公司設立，競爭更是激烈，隨著消費意識抬頭及台灣經濟環境的改變，每家公司不斷求新求變，自國泰蔡宏圖董事長上任後，也做了一些改革，例：取消組訓系統、業績換算改為保費制、新人增員專案、人事整頓等措施，但一個龐大的組織要徹底改頭換面談何容易，重要的是要追求成長和精益求精。

國泰事記

民國 80~89 年	全國電腦連線新紀元
	領先業界的服務措施
	拓展員工視野、促進國際交流
	持續的善行義舉
	提倡全民體育活動
	追求永續的優質經營
	成立保戶服務中心、開辦創業貸款、海外服務卡等
	海外考察、主辦亞洲 MIA 保險會議等
	獲內政部表揚及全國最優社會福利基金會殊榮（捐贈救護車及清潔車等）
	舉辦全國羽球賽、慢速壘球賽、參加全國金融人員運動大會等
	榮獲全國第一大民營企業、企業訓練績優單位、金字招牌獎等
	購置 IBM 整體電腦設備

民國 90~94 年	導入效率化經營
	以制度導引業務品質提升
	商品多元化
	貼心的保戶服務
	總公司功能地方化
	樹立服務新標竿、全方位迅速理賠
	建立學習型組織
	業務系統組織體系轉型
	實施保費制、繼續率改善計劃、經手人信用評等制度等
	獲最佳商品創意獎—住院醫療終身健康保險
	成立保戶服務部、Contact Center、保戶申訴小組、發行保戶卡等
	成立 5 個行政中心
	保全、理賠、保戶服務部通過 ISO9002 國際認證，開辦住院醫療預付金制度
	成立高雄及新竹教育中心、引進美 LIMRA 及日本 FA 課程、推動終身學習護照、CSN 衛星教學及網路大學啓用等

三、國泰人壽的 SWOT

(一)什麼是 SWOT

SWOT 分析是企業管理理論中相當有名的策略性規劃，主要是針對企業內部的優勢與劣勢，以及外部的機會與威脅來進行分析，而除了可用在企業的重要參考之外，亦可用在個人身上，作為分析個人競爭力與生涯規劃的基礎架構，其結構雖然看似簡單，卻可處理非常複雜的事務，是一種相當有效率且幫助做決策快速釐清狀況的輔助投資工具。

(二)國泰人壽 SWOT 分析

優勢(Strength)：

透過共同行銷、營業場所共用等資源共享機制，創造有利於傳統壽險、銀行、證券之金融服務，提供消費者一次購足的服務。國泰人壽在保險部分的市佔率大，佔了大部分的保險市場，擁有龐大之客戶群，而且各客戶群的重疊性低，可整合各子公司的各項資源，來提升整體的經營效率。

劣勢(Weakness)：

國泰人壽本身之收益率下降，原本倚靠國泰人壽業務之部分，更急需跨入到其他業務來增加收益率。

機會(Opportunity)：

依據已開發國家來看，台灣壽險市場還未飽和，發展潛力仍然可觀。投資大量電腦資源，有利產品創新開發，提供更多新金融商品給客戶，來搶佔市場。

威脅(Threat)：

加入 **WTO** 後，各子公司都還未能整合，和歐美系成熟的營運模式金控公司競爭，會面臨較大的經營挑戰。現有的金控公司很多，未來在市場佔有率上並不會一家獨大，而呈現共同競爭的狀態。而且主要壽險部份受到強烈競爭，會有更多的壽險公司搶佔市佔率，營運有越來越難經營之虞。

在上述國泰的 **SWOT** 分析可以清楚了解到，目前國泰人壽所發展的方向不僅僅於保險，更投入了許多心力創造了有利於傳統壽險、銀行、證券等金融服務，國泰人壽在台灣屬老字號的保險公司，更能增加投保人的信賴度，而台灣的壽險市場也尚未飽和，更能證明國泰人壽的機會與潛力。

參●結論

在這麼多的保險業者，國泰人壽之所以可以脫穎而出，因為他們穩紮穩打的經營，雖然投注在教育訓練的資金早已破億，但訓練出來的人才確是一代一代的培養下去，使得國壽能夠像這樣的經營。

在每個人都有經濟能力的時候做好理財規劃、風險規劃、生涯規劃、保險是一個很好的方法。

台灣新一代的保險公司陸續成立，市場競爭也相對提高，而在如此一個競爭激烈的市場，國泰人壽能如同商標一樣，一棵大樹的精神屹立不搖，而就是這樣的精神，造就了國泰人壽在台灣壽險的龍頭地位。

→國泰人壽總部



肆●引註資料

註一、奇摩知識家-國泰人壽之經營策略

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1508052702482>

註二、彭蕙仙(作者) <1993>。億兆傳奇—國泰人壽之路。商周出版

註三、奇摩知識家-國泰人壽歷史簡介

<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1105052108737>