

新聞稿

2019-01-15

跨界催生 中壽掀醫波就是要一起 Young

不只年輕人好更要世代共好 打造創新第一波

年輕人的想法年輕人最懂，為提供年輕族群更合適的商品及服務，中國人壽打破部門疆界，跳脫以往保險商品的製作模式，成立「17 Young」團隊，從年輕族群的角度出發，經過田野調查、實際訪談、腦力激盪及無數的會議後，推出「掀醫波」組合型保單，因其「三高」特色—上手度高、自主性高、CP 值(性價比)高，推出短短一個月就銷售逾 2,500 張保單，締造佳績。

中壽總經理黃淑芬表示，外在環境以極快的速度不停改變，特別是在數位科技的運用，隨著這些環境的變化，我們必須去思考，怎麼做才能更好，這次「掀醫波」的產生不只是商品的開發，更是理念的落實與傳散。為實踐「世代共好」理念，中國人壽看見社會環境及趨勢所需，從企業社會責任角度出發，開發出更能滿足年輕族群保障需求的商品。中壽讓第一線業務員與後勤同仁攜手合作，資深同仁傳承經驗，年輕同仁揮灑創意，客戶能買到最適合的保單，達到多贏的局面，而在同仁的經驗及創意交流中，激盪出更多的共好理念，讓不同世代一起成長茁壯，更是世代共好的展現。

保險的價值在於轉嫁風險，中壽響應金管會政策推動保障型商品，讓壽險成為社會一股安定的力量，年輕世代的保障意識雖有提升，然而市面上的保險商品費用讓年輕人較難負擔。中壽看見此社會趨勢，了解年輕族群需求，總經理黃淑芬親自成立跨部門團隊「17 Young」(一起 Young)，由資深主管及同仁指導，團隊跳脫以往商品製作模式，前往北中南進行訪談，實際挖掘年輕人的保障需求，進一步運用在商品結構發想、保費接受度、商品名稱投票到廣告文宣品的海選皆突破框架，這種創新模式，拉近業務同仁與後勤同仁及部門之間的距離，也透過換位思考，讓彼此合作更加緊密。

中壽「掀醫波」組合式保單「三高」特色—上手度高、自主性高、CP 值高，頗受年輕人喜愛。商品以簡單易懂的內容，讓年輕人選擇更自由，無論是機車族、大眾交通族或是經常加班爆肝族，都能依自己需求選擇想要的保障。商品提供 3 個主約以及 3 個附約，涵蓋壽險、防癌、重大傷病、意外傷害、醫療、失能照護等多元保障，如 30 歲男性若投保額 100 萬元的「掀防癌」，每天保費大約只要 8 元，不到一顆茶葉蛋的價格，就能輕鬆建構基本癌症保障。

新聞聯絡人：

中國人壽 副總經理 陳慧文 02-2719-6678#1051

中國人壽 公關部

陳盈儒 julia.chen@chinalife.com.tw 02-2719-6678#1050/0939-236-405

黃麗穎 lori.huang@chinalife.com.tw 02-2719-6678#3837/0928-768-936