

## 新聞稿

2024-02-27

## 凱基人壽兩策略 助年輕世代提升金融素養

## 線上推出友善白話導讀懶人包、線下辦理金融講座 雙軌並行落實公平待客

隨著數位網路蓬勃發展，民眾消費習慣也有了改變，許多年輕族群消費前不見得會花過多時間進行鑽研，反而是渴望快速找齊所有資訊，以加快決策效率。然而現今網路資訊爆炸且繁雜，若無足夠認知去歸納分析並判斷蒐集資訊的正確性，在規劃保險時就可能買到不符需求的商品，造成未來保障有缺口的情形發生。因此，凱基人壽秉持「公平同理、待客如己」的精神，積極推動保險白話文運動，將人壽保險、年金保險、健康險與傷害險、投資型保險的商品文宣和保單條款內容，透過簡明易懂的圖文敘述方式，製作友善的白話導讀懶人包，上架於企業官方網站供線上閱覽外，更持續前進高中校園辦理實體知識宣導講座，透過線上線下雙軌並行，協助年輕族群提升金融素養。

金融與生活息息相關，然而年輕族群金融素養仍待經驗累積及提升，若商品文宣和保單條款內容，仍比照過往呈現過多不易理解的專有名詞及艱澀難懂的文字內容，反而會降低年輕族群閱讀意願。因此凱基人壽跳脫既有制式框架，將四大險種的商品保障和保單條款內容設計成友善的白話導讀懶人包，內容除以簡明易懂的文字和吸睛圖表呈現，並將凱基人壽吉祥物「阿福」化身為保險專家，透過活潑生動情境對話的方式，引領年輕族群更加認識保險，此外，懶人包相關文宣內容也同步上架於企業官網，讓強化保險知識不受時間、空間所限制。

除了透過以懶人包來推動金融知識教育外，凱基人壽於寒假期間也持續前進校園，至臺北市立麗山高中、桃園市復旦高中舉辦「凱基人壽與你相約聊大人の金融二三事」實體知識宣導講座，課程一開始講師率先詢問同學們「如何用一樣東西比喻保險的功能？」，學子們的答案有滅火器、預防針、救生圈、手套等常見生活工具，講師再將該工具的用途連結保障的功能，幫助同學們更加認識保險，此外透過簡而易懂的圖文方式，說明人壽保險、年金保險、健康險與傷害險、投資型保險各主要險種保障特性，以及未來如何依不同人生階段進行保險規劃，藉此幫助年輕學子提升風險保障意識，得以為未來打造穩固保障。