2026-11-10 11-12月最新產品銷售策略

> 日期和時間： 2026-11-10 10:01:24
> 地點：[插入地點]
> [插入標題]

能量管理 顧問式銷售 保險產品規劃

主題

講者先以電池比喻說明如何觀察個人能量消耗與補充，並建議依注意力節奏、情緒反應及社交偏好安排工作與發展方向。接著分享顧問式保險銷售方法：先了解客戶需求、資金用途與風險偏好，再按提取方式、保證程度及持有年期篩選產品，並以適配度而非單一收益數字作為推薦核心。

要點

1. Speaker 1 在分享正式課程內容前，先談近期對「能量場」的感受，並希望週二早上的分享除了知識與銷售解惑，也能帶來幫助日常精進的不同內容。
2. Speaker 1 把個人比作手機電池：假設早上醒來時電量是百分之一百，能量會在一天中持續消耗；不同的人、事、活動和情緒，消耗或補充能量的方式各不相同。
3. 透過觀察一整天的狀態，可以辨識哪些事情讓能量快速下降、哪些事情能維持或補充能量，並找出有助於狀態上升的安排，以及需要斷舍離的人事物。
4. Speaker 1 清晨注意力特別集中，過去把早晨用來晨跑，後來發現這等於把一天中精神最集中的時段用於運動；調整後改在早上安排學習，認為更符合自己的能量使用方式。
5. Speaker 1 認為情緒起伏會迅速消耗能量；無論憤怒或開心，只要情緒被帶動，都可能造成能量大量輸出。玩遊戲的人即使過程中開心亢奮，遊戲結束後也可能感到整個人低落。
6. Speaker 1 建議思考自己是否喜歡銷售，並留意銷售工作對自身能量的影響。Speaker 1 表示自己不喜歡銷售，進入銷售狀態時耗能很快；也有人能在銷售或社交互動中逐漸補充能量，適合以人際交流獲客與經營。
7. Speaker 1 將工作與互動傾向作為自我認知的一部分：較適合獨處、沉澱後輸出的人，可能適合專業或諮詢方向；能自行補充能量、持續向外輸出的人，可能較適合社交場合中的獲客與經營。Speaker 1 也提到以生辰八字的說法稱這類人為「身強型」。
8. 自我認知有助於選擇合適的方法與道路；不是每個人的路都適合自己，也不是只有銷售一條路能取得結果或賺到錢。

9. Speaker 1 過去曾用心走銷售路線，感覺工作痛苦，投入百分之一百的努力，可能只得到百分之十到二十的增長；在認識並接受自身特點後，開始尋找其他出路。
10. 能量補充不一定來自積極活動。Speaker 1 發現發呆、讓腦子放空、不刻意想事情，能慢慢補充能量，因此調整乘車習慣，不再一上車就戴耳機聽新內容或以前的錄音，而是享受當下、看看窗外景色。

金句

- `"不是每一個人的路都是很適合我們去走的。"-- Speaker 1 《本次週二分享》`
- `"你最後的改命，一定是在知命認命之前，知道自己，然後承認自己的過去，才能夠為未來做一些在自己能力範圍以內的調整，然後後面的生活才越亮堂。"-- Speaker 1 《本次週二分享》`
- `"如果我們做客戶的過程中，你去經營客戶，然後去解決客戶的問題，你肯定是解決越高層次的問題，客戶對我們的信賴度和依賴度就會越高，專業度也會越高。"-- Speaker 1 《本次銷售培訓分享》`
- `"所以你在不同的場景，出現在客戶面前，你的價值就是不同的價值。"-- Speaker 1 《本次銷售培訓分享》`
- `"羊毛出在羊身上。"-- 《本次講座》`
- `"我們的另外一半肯定不是世界上最好的另外一半，但是肯定是最適合的我們另外一半，也是一樣的。"-- Speaker 1 《本次講座》`
- `"我們只需要幫助客戶選到他心目中滿意的物件就可以了。但是這個物件是不是最好的物件？不是。"-- Speaker 1 《本次講座》`
- `"銷售還是一門藝術，藝術都不用那麼精確。"-- [Speaker 1]`
- `"你前面的東西做得紮實，後面客戶成交都很順暢；你前面做的不紮實，後面只要一成交的時候，客戶就會出現很多異議問題。"-- [Speaker 1]`
- `"我們最最重要的是理解和了解銷售的路徑，剩下的話是把我們的工具塞到裡面去。"-- [Speaker 1]`

章節和主題

以「能量場／電池」比喻辨識個人能量消耗與補充

> Speaker 1 將人比作手機電池，假設早上醒來時電量是百分之一百，之後能量會隨一天中的活動、人際互動與情緒而消耗。能量狀態因人而異；透過留意自身變化，可以辨識哪些人事物會加速耗能，哪些活動能維持能量，或讓能量逐步回升。這項觀察也能協助判斷哪些人事物值得保留，哪些需要斷舍離。

- **關鍵點**
  - 觀察範圍包括事情、活動、接觸的人、情緒，以及一天中的不同時間點。
  - 不只要辨識讓能量快速下降的因素，也要辨識能維持狀態或補充能量的因素。

    - 能量補充可以是漸進的；不必要求一次完全恢復，少量增加也可能改善當天的整體感受。
    - Speaker 1 建議把能量觀察落實在日常，而不是只停留在抽象的感受或概念。

- **講解**

  Speaker 1 以早上醒來時電池電量為百分之一百作為假設，說明能量會隨著一天的經歷而消耗。接著可以回想並觀察：做了什麼事情、遇到什麼人或經歷什麼情緒後，自己特別疲累；又有哪些活動或時間點讓自己維持狀態，甚至逐漸恢復。這種持續觀察可以幫助個人調整日常安排，也能看出哪些人事物需要減少接觸或斷舍離。Speaker 1 另指出，即使電量耗了百分之三十，只補回一點、兩點，成為七十一、七十二，也可能使當天的整體感覺好轉。

- **Examples**

  > Speaker 1 建議觀察一天下來哪些事情耗能特別快，以及哪些事情、哪些時間點能補充能量。Speaker 1 自己發現發呆、讓腦子放空且完全不想事情，可以慢慢補充能量；也指出即使電量耗了百分之三十，只增加一點、兩點，到七十一、七十二，整體感受也可能改善。

    - 留意一天中能量快速下降的時刻，並連結當時正在做的事、接觸的人或情緒狀態。
    - 同樣觀察能量維持或上升的時刻，辨識可能有效的補充方式。
    - 不用要求能量一次大幅回升；依照Speaker 1的例子，少量增加也可能對當天狀態有幫助。

- **註意事項**

- 能量消耗與補充因人而異，不應假設對別人有效的活動也一定適合自己。

- 觀察時應同時留意事情、人物、情緒與時間點，避免只把狀態變化歸因於單一因素。

- Speaker 1 的電池電量數值是用來說明能量變化的比喻；分享中以百分之一百、百分之三十、一點、兩點、七十一、七十二作為例子。

依照個人注意力與能量節奏安排活動

> 同一項活動放在不同時段，對個人狀態與成效可能不同。應先辨識自己何時注意力集中、何時適合運動或學習，再將活動安排在較匹配的時間，而不是照搬他人的作息模式。

- **關鍵點**

    - Speaker 1 清晨時注意力非常集中，太陽升起時腦子特別清醒。
    - Speaker 1 過去習慣晨跑，把運動安排在早上；後來認為這樣使用了自己一天中精神最集中的時間，雖然運動有所提升，其他方面卻沒有得到更好的提升。

    - Speaker 1 調整後，改在早上安排學習類事情，認為這更符合自己的能量狀態。
    - Speaker 1 表示有人晚上注意力集中，但自己不適合，說明安排應根據個人節奏調整。

- **講解**

  Speaker 1 先辨識出自己清晨注意力集中、腦子清醒的特點，再回頭檢視過去晨跑的安排。雖然運動有所提升，但把精神最集中的時段拿去運動，沒有讓其他方面得到更好的提升。於是Speaker 1 改為在早上做學習類事情，讓高專注時段用於更符合自身需要的活動。這個例子呈現的做法是先觀察個人狀態，再比較活動安排的效果，最後依據實際體驗調整，而不是認為每個人都應有相同作息。

- **Examples**

  > Speaker 1 清晨注意力非常集中，但過去特別喜歡晨跑，會把運動放在早上。後來Speaker 1 發現，這等於把一天中精神力最集中的時間拿去做運動；運動雖然有所提升，其他方面卻沒有因此得到更好的提升。之後Speaker 1 調整安排，早上改為花時間做學習類事情，認為這樣更適合運用自己的能量場。

    - 辨識自己的個人節奏：清晨注意力集中，太陽升起時腦子特別清醒。
    - 檢視既有安排：晨跑占用了當天精神最集中的時段。
    - 比較實際效果：運動有提升，但其他方面沒有得到更好的提升。
    - 調整活動時段：將早晨改用於學習類事情，讓安排更符合個人狀態。

- **註意事項**

- 不要直接把別人的高效時段套用到自己身上；Speaker 1 提到有人晚上注意力集中，但自己不是如此。

- 評估安排時要看整體效果，不只看單一活動是否有所提升。

情緒、社交與銷售工作對能量的影響

> Speaker 1 認為情緒活動會急劇消耗能量，無論情緒是憤怒還是開心，都可能形成能量輸出。人際互動與銷售對不同人的能量影響也不同：有人在銷售或社交中耗能很快，也有人能在與人交流的過程中補足能量。了解自身反應，有助於判斷適合的工作與互動方式。

- **關鍵點**

    - Speaker 1 表示，遇到揪心的事情或情緒被帶動時，能明顯感到能量消耗；憤怒與開心都可能耗能。
    - Speaker 1 以玩遊戲為例：有人玩完後很開心、很亢奮，但遊戲結束後整個人跌下來，因為過程中也輸出了能量。
    - Speaker 1 表示自己不喜歡銷售，進入銷售狀態時能清楚感覺耗能非常快。

    - 有些銷售同僚在與人交流、從事銷售或社交時，反而能逐漸補足自己的能量；Speaker 1 稱這類人為天生的銷售者。
    - 判斷是否適合銷售，不只看外在工作要求，也要留意自己在銷售狀態中的能量變化。

- **講解**

  Speaker 1 先從情緒經驗說明，情緒不論正面或負面，都可能讓人輸出大量能量；再以玩遊戲的例子指出，過程中的開心亢奮不代表沒有耗能，活動結束後仍可能感到低落。接著Speaker 1 把觀察延伸至銷售：自己進入銷售狀態時耗能很快，而有些同僚卻能在交流中補充能量。因此，銷售能力與適配性不能只用一種模式衡量，也應把個人能量反應納入自我認知。

- **Examples**

  > Speaker 1 提到有些人喜歡玩遊戲，遊戲過程中會感到開心、亢奮；但一場遊戲結束後，整個人可能跌下來。Speaker 1 用這個情況說明，即使是愉快的情緒，也可能伴隨能量輸出。

    - 先辨認活動過程中的情緒狀態，例如開心或亢奮。
    - 再觀察活動結束後的身心變化，而不只看活動當下是否愉快。
    - 依照Speaker 1的說法，正面情緒也可能消耗能量，因此不能只把耗能理解為負面情緒造成。

  > Speaker 1 表示自己可以講一天的課、學一天的習或做一天其他工作，狀態都能保持得很圓滿；但進入銷售狀態後，感覺耗電很重、耗能很快。相較之下，Speaker 1 觀察到身邊一些做得很棒的銷售同僚，能在與別人交流、社交的過程中慢慢補足能量。

    - 比較不同工作情境對自己的能量影響，而不單以能否完成工作判斷是否適合。
    - 辨識銷售互動後是能量下降，還是能在交流過程中獲得補充。
    - 依照個人反應，思考適合自己的工作方式或發展方向。

- **註意事項**

- 愉快情緒也可能耗能；不要只觀察憤怒、焦慮等負面感受。

- 同一種銷售或社交活動，對不同人的能量影響可能相反。

- Speaker 1 的「天生的銷售者」是其對能在互動中補充能量者的描述。

以自我認知選擇專業輸出、諮詢或社交銷售路徑

> Speaker 1 認為每個人擅長的事情與相處模式不同。較適合獨處、沉澱後輸出的人，可以考慮專業或諮詢方向；能自行補充能量並持續向外輸出的人，則可能適合社交場合中的獲客與經營。Speaker 1 也以生辰八字的說法提到「身強型」，形容不需要透

> 過別人補充能量、能自行補充並源源不斷向外輸出的人。核心是先清楚認識並接受自身特點，再選擇合適的道路，而非認定只有一條路能得到結果。

- **關鍵點**
  - Speaker 1 提出，有些人較適合獨處，經過沉澱後再輸出，這類型可能適合專業或諮詢方向。
  - 有些人能自行補充能量、持續向外輸出，可能較適合透過社交場合獲客並經營。
  - Speaker 1 以生辰八字的說法稱某類人為「身強型」，並用其能自行補充能量、源源不斷向外輸出來說明。
  - 自我認知應包括了解自己擅長什麼、適合何種銷售模式，以及適合走哪一條賽道。
  - Speaker 1 認為努力投入某條路，未必能取得與投入相稱的成長；認識並接受自己的特點後，可以尋找其他取得結果或賺錢的路徑。
- **講解**

  Speaker 1 把能量偏好連結到工作方式：若一個人需要獨處與沉澱後才能輸出，專業或諮詢可能是較匹配的方向；若一個人能透過與人互動補充能量，社交場合中的獲客與經營可能較適合。Speaker 1 再以自身經驗說明，自認不喜歡銷售，過去仍曾用心走銷售路線，卻覺得痛苦；投入百分之一百的努力，可能只得到百分之十到二十的增長。在認識並接受自身特點後，Speaker 1 開始尋找其他出路，並指出獲得結果或賺錢並非只有一條路。這一過程強調先認識自己，再依自身能力與特點調整方向。
- **Examples**

  > Speaker 1 描述一種偏好獨處、獨處沉澱後再輸出的類型，認為這類人比較適合走專業或諮詢方向。Speaker 1 也描述另一種能自行補充能量、源源不斷往外輸出的類型，並以生辰八字的說法稱為「身強型」；這類型特別容易適合在社交場合獲客與經營。

  - 觀察自己是否需要獨處和沉澱，才能恢復狀態並輸出。
  - 觀察自己在社交互動中是耗能，還是能自行補充能量並持續輸出。
  - 依據觀察結果，思考專業或諮詢、社交獲客與經營等可能方向。

  > Speaker 1 過去曾用心走銷售路線，因為認為從事這個行業本來就應該做銷售，但感覺這份工作非常痛苦。Speaker 1 表示自己花了百分之一百的努力，可能只得到百分之十到二十的增長。認識並接受這一點後，Speaker 1 開始慢慢尋找出路，並認為取得結果、包括賺錢，並不是只有一條路。

  - 辨認原先選擇銷售路線的理由，以及實際工作時的痛苦與耗能感。
  - 對照投入與成長：Speaker 1 提到百分之一百的努力，可能只得到百分之十到二十的增長。
  - 認識並接受自己的特點後，再尋找其他符合自身狀態的出路。
  - 不把某一種工作方式視為唯一取得結果或賺錢的途徑。

- **註意事項**
- 不要因為某個行業普遍重視銷售，就認定每個人都必須用同一種銷售方式發展。
- Speaker 1 的類型描述是其分享中的自我認知框架；選擇方向時應結合自身實際的能量反應與能力。
- 評估發展道路時，可同時考量耗能程度、擅長之處、成長表現與工作狀態。

從知命、認命到改命：在能力範圍內調整未來

> Speaker 1 以「知命、認命、改命」說明自我調整的次序：先知道自己，進而承認自己的過去與自身特點，之後才能在能力範圍以內為未來作出調整。改變並非否定過去或勉強走不適合自己的路，而是在認識和接受現況後，選擇可實行的調整，讓後續生活更加明朗。

- **關鍵點**
  - Speaker 1 將自我認識視為調整未來的起點。
  - 在知道自己之後，也要承認自己的過去，才能據此作出調整。
  - 未來的調整應落在自己能力範圍以內。
  - Speaker 1 將這個過程概括為知命、認命、改命，並期待後面的生活越來越亮堂。
- **講解**

  Speaker 1 從前面關於能量、擅長之處和銷售模式的分享，延伸到「知命、認命、改命」。先知道自己的特點，並承認過去與現況，才能基於真實的自我認知，為未來作出能力範圍內的調整。Speaker 1 認為如此才有可能讓後續生活更加明朗，而不是只因為某條路被認為理所當然而勉強自己走下去。
- **註意事項**
- Speaker 1 強調先認識並承認自己，再談未來調整。
- 調整應在自身能力範圍內，避免把改變理解為必須一次做到超出能力的事。

銷售流程各階段的價值與工具使用時機

> 銷售不只是介紹產品，而是按順序處理客戶的不同問題。講者提出的路徑包括：為什麼要買保險、為什麼選擇香港、為什麼選擇香港保險，以及如何挑選產品。不同階段需要不同的銷售工具；在流程中越能處理客戶根本而高層次的問題，越能建立理財師的價值。

- **關鍵點**

- 銷售工具要在適合的階段使用，不能一開始就挑好產品，再倒過來向客戶說明為什麼需要買保險。
- 講者認為「為什麼要買保險」是流程中最難、最值錢的問題；「如何挑選產品」是相對最簡單、價值最低的問題。
- 若銷售內容只集中在產品挑選，客戶可能只把理財師視為一張產品表，對其信任、專業理解與依賴度都不足。
- 只處理低層次產品比較時，理財師較容易被替代或被拋棄，也可能只能以返傭作為促成購買的手段。
- 社交媒體、小紅書或短視頻獲客等方式，講者認為往往主要解決流程較後段、較低層次的產品挑選問題。
- 要引導客戶理解是否需要保險，理財師須先認識客戶，了解其家庭狀況、收入或企業水準、資金情況，再引導其選擇合適工具。
- 講者估計，在了解客戶並協助其理解為什麼需要保險的過程中，已處理整個銷售流程百分之七十到八十的難題。

- **講解**

  講者先用「武器」作比喻：任何學到的銷售知識都是一種武器，但不同客戶、不同銷售階段要使用不同武器。銷售路徑應先處理客戶為什麼需要保險，再逐步處理為什麼選擇香港、為什麼選擇香港保險，最後才到如何選產品。若把產品挑選放在最前面，便可能跳過客戶真正的需求和決策原因。以往有些獲客方式偏向直接處理「如何挑選產品」，在講者的價值排序中這是最容易、價值較低的一段；如果理財師沒有處理更高層次問題的能力，客戶對其信任和專業認知就難以建立，於是返傭可能成為主要促成方式。反過來說，先了解客戶的家庭、收入或企業情況和資金，再協助其判斷保險需求，較有機會取得客戶忠誠與信賴。產品推薦固然重要，但應在客戶需求和銷售流程的前段已獲處理後使用。

- **Examples**

  > 理財師先了解客戶的家庭狀況、收入或企業水準及資金情況，據此與客戶討論為什麼需要保險，再處理為什麼選擇香港、為什麼選擇香港保險，最後才根據客戶需求挑選產品。講者指出，處理前述需求與決策過程，已涵蓋整個銷售流程百分之七十到八十的難題。

  - 先認識客戶，了解其家庭、收入或企業水準和資金狀況。
  - 根據客戶實際情況討論保險需求，而不是直接報產品。
  - 在需求成立後，依序說明選擇香港及香港保險的原因。
  - 最後才進入產品挑選，令產品成為解決需求的工具，而非銷售起點。

- **註意事項**

- 需清楚知道每種銷售知識或工具應在流程中的哪個時點使用。

- 不要在尚未理解客戶需求前，先挑產品並以產品反向說服客戶。

- 應先了解客戶的家庭狀況、收入或企業水準及資金情況。
- 產品挑選雖相對容易學會，但不能因此忽略需求分析及銷售流程前段。
- **特殊情況**
- 如果理財師只擅長產品挑選、缺少處理高層次需求的能力，應補足需求溝通能力，或與擅長前段客戶經營的人合作。
- 如果客戶已經有明確產品問題，可在確認其需求與用錢方式後再進行產品推薦，避免把產品比較當作完整銷售流程。

理財師強弱項互補與合作配置

> 理財師應辨識自己在銷售鏈條中的強項與弱項，決定是自行補足，還是透過合作補齊。講者把銷售前段的社交、客戶接觸與後段的銷售或專業工作視為可由不同人才互補的能力，不應要求每個人都以同一方式工作。

- **關鍵點**
  - 要判斷自己在銷售流程哪些部分較弱、哪些部分較強，並思考弱項如何補足。
  - 可自行補齊能力，也可以尋找別人合作；合作對象應補上自己欠缺的銷售環節。
  - 社交型人才可尋找擅長銷售流程後半段的人合作。
  - 擅長專業研究、專業表達的人才，需要補足銷售前半段的社交與客戶接觸能力。
  - 若社交對自己極具消耗，找人合作可讓自己更能發揮擅長之處；講者強調這不是單純待在舒適圈，而是建立能發揮能力的工作圈。
- **講解**

  講者將理財師工作視為一條完整鏈條，而不是只看個人某一項能力。當理財師確認自己在鏈條上的位置後，需檢查哪些部分缺失；缺失的能力可以透過學習補齊，也可透過合作補齊。社交型人才若較不擅長銷售後段，可找後段能力強的人搭配；專業研究或表達能力突出、但不擅長銷售前段的人，則要補足前端客戶接觸。若某類工作令自己極度消耗，合作可以讓每個人集中發揮長處，從而組成完整的銷售服務能力。
- **Examples**

  > 講者舉例，社交型人才可找擅長銷售流程後半段的人合作；專業研究、專業表達能力突出的人，則需要補齊前半段的社交與客戶溝通。如果前半段社交對自己極具消耗，可以找人合作，讓自己在擅長的環節發揮。

  - 先盤點自己在整個銷售流程中的強項與弱項。
  - 確認缺口位於銷售前段或後段。
  - 決定透過學習補足，或尋找能補齊該環節的合作夥伴。
  - 分工後仍需確保銷售鏈條完整，而非讓客戶需求在交接處中斷。

- **註意事項**
- 合作需要對應到實際能力缺口，不能只因為有合作關係便認為鏈條已補齊。
- 要辨認哪些工作是自己的長處，哪些工作會造成過度消耗。
- 講者所說的合作目的，是更大程度發揮專長並補足流程，不是逃避必要工作。
- **特殊情況**
- 如果社交與客戶接觸對自己極具消耗，應考慮找擅長該環節的人合作，同時明確安排客戶服務及銷售流程的銜接。
- 如果自己擅長專業研究或表達但不擅長銷售前段，應主動補足前端能力，或與能承接前端客戶溝通的人合作。

依客戶用錢方式理解與分類產品

> 講者將市場產品按提領方式整理，目的是讓理財師把客戶的用錢方式與產品特性對應起來。分類包括領現金流、零存整取、整存整取及其他功能；這種分類用於檢索和理解產品，而非列出市場全部產品。

- **關鍵點**
  - 領現金流是產品提供週期性領取的類型；可能按月、按年或以其他領取方式安排。
  - 零存整取是分次、零碎投入，之後再集中領取；講者說明此名稱源自銀行概念。
  - 整存整取是一次投入一筆錢，之後再一次領出一筆錢。
  - 其他功能類別包括最佳養老社群、人民幣保單等不同細節。
  - 圖表是按不同提領方式管理產品，供理財師在與客戶溝通後，依客戶用錢方式推薦產品。
  - 講者表示產品很多且會更新更迭，因此只挑相對諮詢量較多的產品，圖表不是大彙總；遇到客戶提及其他產品可再補充。
  - 了解客戶用錢需求並依需求推薦產品，比只拿一個產品名稱或產品表給客戶更能展現產品理解。
- **講解**

  產品分類的起點不是產品公司或名稱，而是客戶打算如何投入和提領資金。講者先以提領方式將產品歸入領現金流、零存整取、整存整取及其他功能等類別，再讓理財師在溝通中了解客戶用錢需求，據此檢索合適產品。零存整取指零零碎碎存入、之後一次取出；整存整取則是一筆錢投入、再一筆錢取出。由於市場產品數量多且持續更迭，整理表只選取諮詢量較多的產品作為認識產品的工具，並不表示未列出的產品不存在或不能使用。
- **Examples**

> 講者將產品圖表分成領現金流、零存整取、整存整取和其他功能。零存整取是零零碎碎存入、之後一次取錢；整存整取是一筆錢投入、之後一筆錢取出。其他功能包括最佳養老社群、人民幣保單等。

  - 先問清楚客戶預計如何投入資金，以及何時、以何種頻率取用資金。
  - 若客戶需要週期性領取，先查看領現金流類產品。
  - 若客戶分次投入、之後集中取用，可查看零存整取類別。
  - 若客戶希望一次投入、之後一次取出，可查看整存整取類別。
  - 若客戶有養老或人民幣保單等特定功能需求，再查看其他功能類別。

- **註意事項**
- 圖表是便於了解和檢索的選擇性整理，不是市場全部產品清單。
- 市場產品會更新更迭，實際推薦前須核對當前產品資料。
- 應以客戶的用錢方式作為推薦依據，而非只根據自己熟悉的產品名稱。
- 客戶提到圖表未列出的產品時，可再補充了解，不應將圖表視為封閉清單。
- **特殊情況**
- 如果客戶有特殊功能需求，例如最佳養老社群或人民幣保單，應再按具體功能補充檢索，而不是只在現金流類別中選擇。
- 如果市場上出現圖表未列的新產品，應核實產品資料後再補入比較，不要把舊圖表當成完整市場資料。

短期交費及一次性投入的月派息產品

> 這類產品適合有週期性現金流需求的部分客戶，常見安排是一次性繳費或短期繳費後開始月派息。領取早不代表收益高；講者以優越儲蓄、月月出息、雋享入息及保誠產品說明派息方式、保證與非保證部分，以及保證派發年期的差異。

- **關鍵點**
  - 一次性或短期交費的產品可能包括躉繳或兩年繳；交費後按產品安排開始派息。
  - 講者舉例優越儲蓄可一次性繳完，也可兩年繳費，並稱第二年末開始派息；月派息安排適合需要每月領錢的部分客戶。
  - 講者提到有產品按總保費的百分之五計算年派息，再按月分配；示例中提到每月派五萬，並將五萬塊錢除以十二作為每月領取金額的說明。
  - 月月出息的示例中，保證派息約為2.3%，另有約等於4.9%左右的整體派息或非保證部分；講者表示產品間情形不同。
  - 保誠的例子提到保證入息五十年、五十五年；另有保證派發年期十年、二十年、三十年的說法。

    - 部分產品若在保證領取年期內客戶離世，會按安排退回剩餘款項；另有產品只承諾派發、不一定以相同方式保證領取年期。
    - 講者表示這類產品的平均收益率大約三到四個點左右，並指出因為領取得快，IRR並不非常高。
    - 此類產品適合部分偏好月月領錢、重視現金流的客戶，不適合只因派息快便認定收益一定較高。

- **講解**

  講者先以一次性或短期交費作為產品入口，說明部分產品可在交費後較快開始派息。例如優越儲蓄可以一次性繳完或兩年繳費，講者提到第二年末開始派息；月月出息及雋享入息等也被提及為月派息產品。接著講者提醒，領得快不等於收益高。對派息金額的說明包括按總保費百分比計算，再將金額分配到每月；講者舉出每月派五萬，再把五萬塊錢除以十二的說法。月月出息的例子中，講者把約2.3%描述為保證部分，並提到整體約等於4.9%左右，但同時指出其餘部分可能是非保證，且每個產品情形不一樣。不同產品亦有不同的保證機制：有些保證派息金額或派發年期，有些會在保證期內身故時退回剩餘款項。由於保障條款和非保證利益不同，難以只用單一數字做完全橫向比較；實際應先確定客戶是否需要月領現金流，再逐項核實產品條款及收益。

- **Examples**

  > 講者稱優越儲蓄可一次性繳完，也可兩年繳費，並描述為第二年末開始派息、每月領取。講者以總保費的百分之五說明派息計算，並以每月派五萬、再把五萬塊錢除以十二說明月領金額的分配方式；另提到尚有非保證週年紅利。這些內容按講者當場的口述記錄，具體派息及計算方式仍須以產品條款核對。

    - 先確認客戶是否希望以一次性或兩年方式繳費。
    - 確認產品實際開始派息的時間；講者口述為第二年末開始。
    - 向客戶說明講者提到的總保費百分之五派息概念，以及月領金額的分配方式。
    - 分清講者提到的派息與非保證週年紅利，並核對正式產品條款，不把口述示例當成保證承諾。

  > 講者稱月月出息的保證派息約為2.3%，並提到剩餘部分約等於4.9%左右、屬非保證部分的說法；另表示產品之間的情形不同。

    - 將保證派息與非保證部分分開說明。
    - 保留講者使用的2.3%及約等於4.9%左右數字，不將其合併或推算成其他收益率。
    - 提醒客戶不同產品的派息結構不同，具體金額與條件必須按產品文件核對。

- **註意事項**

- 領取速度快不等於收益率高；講者指出相關產品平均收益率大約三到四個點左右，IRR並不非常高。

- 須區分保證派息、非保證週年紅利、保證入息年期及保證領取年期。

- 產品間的保證與非保證結構不同，難以只憑單一數字作完全橫向比較。
- 產品名稱、派息時間和金額計算方式須以當前正式產品文件核實。
- 月派息產品只適合部分有月度現金流需求的客戶，應先確認客戶實際用錢情形。
- **特殊情況**
- 如果客戶把較快開始領取理解成較高收益，應說明領得快不代表收益高，並比較實際現金流、保證與非保證利益及IRR。
- 如果客戶重視身故後剩餘款項安排，應確認產品是否設有保證領取年期，以及在保證期內離世時如何處理剩餘款項。
- 如果客戶要求比較不同產品的月派息數字，應先確認各數字屬保證還是非保證、計算基礎及實際派發期間。

一邊交費一邊領取及以單養單

> 一邊交費一邊領取的產品，是指客戶在原本五年或六年的交費安排尚未結束時，從第二年或第三年開始領取。市場上有將小年金搭配高階醫療，以領取金額支付高階醫療費用的做法，講者稱為以單養單。

- **關鍵點**
    - 這類產品的示例交費期為五年或六年，領取可能從第二年或第三年開始。
    - 講者提到小年金搭配高階醫療的市場做法，以單養單是透過領取較穩定的金額，配合高階醫療支出。
    - 摯享尊例子為五年期繳費、第二年開始可領取；客戶亦可選擇不領取而積存生息。
    - 摯享尊單領時，講者稱每年保證領取約為本金、即保費的百分之二到三。
    - 講者指出這類產品只適合部分有現金流需求的客戶，並非一般養老金產品的同義詞。
    - 可用「自己養了一家公司，從給錢那一刻開始便每月發工資」作為與客戶溝通現金流概念的比喻。
- **講解**

  講者將一邊交費一邊領取與一次性或短期交費後派息的產品分開說明。此類產品仍在交費期間，可能從第二年或第三年開始領取。講者提到市場上有小年金搭配高階醫療的方式，將領取的資金用於支付高階醫療費用，即以單養單。摯享尊的示例是五年期繳費、第二年開始可以領取；客戶也可以不領、選擇積存生息。單領情況下，講者表示每年保證領取約為本金、即保費的百分之二到三。向客戶說明時，可以把它形容成投入資金後開始領取類似「工資」的現金流，但須同時指出它只適合有相應需求的部分客戶，不能與以長壽及長期領取為核心的養老金混為一談。

- **Examples**

  > 講者舉例，摯享尊為五年期繳費，第二年開始可以領取，也可以不領而積存生息；若單領，每一年保證領取約為本金、即保費的百分之二到三。

  - 先確認客戶能否接受五年期繳費安排。
  - 再確認客戶是否希望第二年開始領取，或選擇不領並積存生息。
  - 說明講者提到的單領金額約為保費的百分之二到三，並核實正式產品文件中的實際條件。
  - 若客戶同時有醫療支出需求，可再評估是否適合與高階醫療安排搭配。

  > 講者提到市場上會將小年金與高階醫療搭配，讓較穩定的領取金額用於高階醫療費用，並以「以單養單」描述這種安排。

  - 先確認客戶是否有高階醫療需求及可接受的交費安排。
  - 評估小年金領取時間與高階醫療費用需求是否匹配。
  - 確認領取金額、保證條件和醫療支出之間的關係，不把概念性比喻當成產品保證。
  - 只有在現金流和保障需求相符時，才將兩種安排搭配介紹。

- **註意事項**

- 需清楚區分仍在交費期間即開始領取的產品，與交費完成後才開始領取的產品。

- 客戶可以選擇領取或積存生息時，應先確認其現金流偏好。

- 以單養單是講者描述的市場搭配方式，仍須核對兩項安排的適配性和正式條款。

- 此類產品只適合部分有領取需求的客戶，不能直接當作所有客戶的養老金方案。

- **特殊情況**

- 如果客戶一方面需要高階醫療、另一方面希望以產品領取金額支付相關費用，應核對領取時間和金額能否配合醫療支出，再評估以單養單。

- 如果客戶不需要即時領取，應比較領取與積存生息兩種安排，而非預設必須開始領取。

養老金產品與一般現金流產品的差異

> 養老金產品的設計核心是客戶可以活多久、需要領取多久；一般現金流產品則可能著重較早開始派發或在特定期間提供現金流。兩者的產品理念與適用需求不同，不能只因為都能領取便視為相同類型。

- **關鍵點**

  - 講者把養老金的意義概括為「活到活多久，要領多長」。

    - 一般現金流產品可能較早提供派發，但未必以客戶終身或長壽期間的領取需求為核心。
    - 愛無憂的例子中，前二十年保證派發二點五，保額約等於本金的兩到三倍；二十年後保證派發二點一的保額。
    - 講者指出愛無憂的領取內容相對複雜。
    - 保誠的息享人生也被講者提及為相關的產品類型之一。
    - 產品比較前應先確認客戶希望提早取得現金流，還是需要按長壽期間設計養老收入。

- **講解**

  講者提醒，不能只因某產品可以領錢，就把它當成養老金產品。一般現金流產品可能是為了在較早階段派發，而養老金的設計重點是領取者能領多久、是否需要因應長壽而延續領取。講者以愛無憂說明其保證派發安排：前二十年保證派發二點五，保額約等於本金的兩到三倍；二十年後保證派發二點一的保額。由於領取結構較複雜，講者建議先大致了解產品，待有符合形態的客戶後，再深入吃透產品細節。保誠息享人生也被列為相近類型的例子。

- **Examples**

  > 講者稱愛無憂前二十年保證派發二點五，保額約等於本金的兩到三倍；二十年後保證派發二點一的保額。講者同時指出其領取內容較複雜，應在出現具體客戶需求時再完整研究。

    - 先確認客戶需要的領取期間，以及是否以養老或較早現金流為主要目標。
    - 按講者口述分別了解前二十年和二十年後的派發安排。
    - 核實「二點五」、「二點一」及保額與本金的關係所對應的正式條款和計算基礎。
    - 在深入推薦前，完整研究分階段領取的適用條件與產品細節。

- **註意事項**

- 不要把所有具有領取功能的產品都稱為養老金產品。

- 須先分辨客戶需要的是早期現金流，還是按長壽期間安排收入。

- 愛無憂的講者口述數字及比例關係較複雜，需查閱正式產品文件核實。

- 面對具體客戶前可先掌握基本產品類型，但成交前仍須把相應產品完整研究清楚。

- **特殊情況**

- 如果客戶以養老為主要目標，應優先確認其預期領取期間和長壽需求，而不是只比較早期派發金額。

- 如果客戶要求解讀愛無憂等分階段派發產品，應把前二十年與二十年後的安排分開核實和說明。

兩年期產品形態及市場產品示例

> 講者將市場常見的兩年期產品描述為儲蓄分紅險的變異款，並以長險短做概括其產品形態。講者提到二零二四年周大福產品五六七推出後，後續市場出現此類形態，並列出周大福飛揚八八、安達Super Star等例子。

- **關鍵點**
  - 講者表示中間部分的兩年期產品較常見，並將其與上文較快領取、保證部分較高的產品特徵作區分。
  - 這類產品被講者稱為儲蓄分紅險的變異款，並以「長險短做」形容其形態。
  - 講者提到二零二四年周大福產品五六七推出後，後續產品形成類似形態。
  - 產品例子包括周大福飛揚八八，以及安達的Super Star，講者亦稱其為傳承首創多元貨幣。
  - 講者提及二三五、二四五、二二五六、二八九等名稱或代稱，表示聽眾大致已了解，當時不作詳細重述。
  - 講者提出需要進一步理解兩年期產品與前述現金流產品的差別，並預告稍後說明Super Star的特點。
- **講解**

  講者先區分前述現金流產品與中間部分常見的兩年期產品：前者可能著重較快領取或較高的保證部分；兩年期產品則被描述為儲蓄分紅險的變異款，具有長險短做的形態。講者把市場變化與二零二四年周大福產品五六七推出後的產品發展連結起來，並列出飛揚八八、安達Super Star（傳承首創多元貨幣）及二三五、二四五、二二五六、二八九等名稱或代稱。此段尚未完成兩年期產品與現金流產品的比較，講者表示後續會進一步說明。
- **Examples**

  > 講者舉出周大福飛揚八八、安達Super Star（傳承首創多元貨幣），並提到二三五、二四五、二二五六、二八九等名稱或代稱。講者指出，二零二四年周大福產品五六七推出後，市場上的後續產品形成類似形態，並將其概括為儲蓄分紅險的變異款或長險短做。

  - 辨認產品所屬的兩年期產品形態，不將它與月派息或一邊交費一邊領取的產品混為一談。
  - 將講者列出的產品名稱作為認識市場產品的例子。
  - 了解講者提出的市場發展脈絡：二零二四年周大福產品五六七推出後，後續產品出現類似形態。
  - 進一步比較各產品的保證部分、領取安排及其他條款；講者在本段尚未完成比較。
- **註意事項**

- 講者在此段尚未詳細說明兩年期產品與現金流產品的具體差異，不應自行補充未提及的條款。
- 產品代稱與名稱需依當前產品資料核實，尤其是二三五、二四五、二二五六、二八九等口述名稱。
- 二零二四年周大福產品五六七是講者用來說明市場形態變化的例子。
- **特殊情況**
- 如果客戶比較兩年期產品與前述現金流產品，應先辨明兩者的產品形態及客戶用錢需求，再逐項核實正式條款。
- 如果客戶詢問Super Star的具體特點，應按講者所說後續內容或正式產品資料進一步說明，避免僅憑本段介紹推斷。

香港儲蓄分紅險與養老年金險產品形態及提領策略

> 儲蓄分紅險長險短做具有高非保證性回報但底層資產期限長；養老年金產品則著重穩定現金流與保證收益，針對不同客群需求可分為累積型（先攢後領）與即領型。

- **關鍵點**
  - 長險短做：如周大福226等產品無保證收益部分，領取均來自非保證分紅，提前提領長年期投資資產可能影響實現率
  - 高提領五年期產品：市場出現「五五七」領取方案，安盛盛利二在打高提領策略時表現突出
  - 養老年金市場定位：內地客戶偏好活到老領到老，香港市場年金以高保證或多樣化領取方式為賣點
  - 累積型養老年金：如萬通富饒萬家，具12種領取方式，適合40-45歲客群進行5-15年累積後於60歲領取
  - 即領型養老年金：如中銀「非凡即享」、永明等，投保後短時間內即可領取，適合臨近退休（如5年內）客群
- **講解**

  在向客戶解釋產品形態時，需回歸產品底層設計。專為領錢設計的養老年金其底層資產偏向穩健，收益率相對較低但保證度高；而長年期儲蓄險若提領過早（長險短做），因底層多配置10-20年專案資產，提領將可能承受未來實現率不佳的風險。銷售時應依據客戶年齡與資金規劃搭配長險短做或即領/累積型年金。
- **Examples**

  > 預期回報4.2%，保證部分為2.5%，完全保證領取22到25年，是年金板塊中保證部分最高的產品。

  - 第一步：識別客戶對高保證領取與穩定現金流的需求

    - 第二步：鎖定市場保證回報最高的年金產品（保證2.5%，預期4.2%）
    - 第三步：依客戶年齡選擇保證領取22至25年的年期規劃並製作計劃書

    > 適合40至45歲客戶投保，經過5至15年資金累積期，於60歲開始享有12種多樣化年金領取方式。

    - 第一步：評估客戶年齡與退休時程（如40-45歲投保、60歲使用）
    - 第二步：運用中間5-15年的累積期擴大保單資產效益
    - 第三步：退休時從12種領取方式（如10/15/20/25年領、每月領、前多後少等）中選定領取模式

- **註意事項**
- 長險短做產品非保證成分高，若未來分紅實現率不佳，保單剩餘價值可能大幅縮水
- 需釐清客戶是追求高提領回報還是追求確定性的養老現金流
- 根據客戶年齡劃分產品推薦路徑：年輕/中年客群適合先攢後領，即將退休客群推薦即領型年金
- **特殊情況**
- 如果遇到客戶追求極致的高提領比例，應如何處理？：可推薦市場高提領產品如安盛的盛利二、復星譽天下、大嶽小匠人心摯悅八八（五五七方案）。
- 如果遇到臨近退休（例如還有5年即將退休）的客戶，應如何處理？：建議推介中銀（如非凡即享）、永明等即期或短期內可直接領取的年金產品。

按客戶需求選擇養老年金及零積累期產品

> 講者以客戶年齡、累積期、開始領取時間及對保證程度的重視程度，區分養老年金產品。零積累期指交入資金後，第二年即可開始領取；若延後領取，產品可能增加非保證入息。選擇時需辨認領取金額中保證與非保證部分，並理解領取款項可能包含客戶本金。

- **關鍵點**
    - 偏好保證較高、希望客戶較安心者，可參考頤養天年。
    - 約三十、四十歲、可以先累積後領取者，可參考富饒萬家及安達安心退休。
    - 約五十五歲、六十歲且希望較快領錢者，可考慮零積累期產品。
    - 講者所述零積累期為交款後第二年開始領取。
    - 講者以一百萬為例，零積累期保證可領四點二，即一年四萬二，再除以十二個月；若第八個保單年度才開始領，另加二點四非保證入息，合計六點六。
- **講解**

先確認客戶希望何時開始領取，以及能否接受先累積再領取。若客戶年紀較輕、可等待，可比較先累積後領取的產品；若年紀較大、希望較快取得現金流，則檢視零積累期安排。閱讀產品表時要把保證入息和非保證入息分開：講者舉例一百萬的零積累期安排，保證可領四點二，換算為一年四萬二並按十二個月分攤；若延至第八個保單年度開始領取，增加二點四非保證入息，合計六點六。講者提醒，表面上的領取款項包含客戶自己的本金，評估時應看整體IRR，而不能只看每年領取金額。

- **Examples**

> 講者說明，若以一百萬作例子，零積累期保證可以拿到四點二，換算為一年四萬二，再除以十二個月。若到第八個保單年度才開始領取，會增加二點四非保證入息，合計為六點六。

  - 先辨認零積累期安排：交入資金後，第二年便可開始領取。
  - 講者以一百萬說明保證領取數字為四點二，並將其表達為一年四萬二，再按十二個月分攤。
  - 若延至第八個保單年度開始領取，另計二點四非保證入息，兩者合計為六點六。
  - 上述領取包括客戶本金，應再以整體IRR理解產品回報。

- **註意事項**
- 向客戶說明領取金額中有其本金，不要把領取額直接等同投資收益。
- 清楚區分保證入息與非保證入息。
- 依客戶年齡、開始領取時間及對保證程度的偏好篩選產品。
- **特殊情況**
- 如果客戶約三十、四十歲且能先累積後領取，如何處理？可比較富饒萬家及安達安心退休等先攢後領產品。
- 如果客戶約五十五歲、六十歲且希望較快開始領錢，如何處理？可檢視零積累期產品，並解釋交款後第二年即可開始領取。
- 如果客戶只看每年領取金額，如何處理？應提醒領取金額包含本金，並同時比較保證、非保證部分與整體IRR。

領取型年金的IRR及產品理解

> 講者認為領取型產品的領取金額主要由客戶本金及資金投資後的增值構成；即使每年領取金額看來較高，也應把領取金額與退保價值等一併納入，評估整體IRR。講者估計此類產品IRR大約五左右，複利大致在五左右、五上下。

- **關鍵點**

  - 講者估計實際IRR大約五左右。

    - 講者以中國人壽傲龍傳承（美式分紅）作比較，稱其IRR也是五點幾。
    - 講者以一百萬本金、每年領五萬作說明，單以本金計算可領二十年。
    - 剩餘資金可由保險公司投資，經過一定年限後再提供更多領取；領取過程中退保價值亦可能緩慢增長。
    - 講者稱把領取與相關價值一併考慮後，IRR在五左右；本金與領取安排會因客戶而異。

- **講解**

  不能只因產品每年提供現金流，就把現金流全部視為收益。講者用一百萬本金、每年領五萬的例子說明，若只看本金，二十年即可領完；產品再將尚未領取的資金用於投資，之後可能增加可領金額，而退保價值亦可能緩慢增長。因此要把領取、剩餘價值和退保價值一起看。講者以中國人壽傲龍傳承作對照，認為領取型產品的IRR通常在五左右，與合理的產品設計相符。

- **Examples**

  > 講者表示，若本金是一百萬、每年領五萬，單計本金可領二十年；保險公司把剩餘資金投資，經一定年限後再提供更多領取，而退保價值在領取過程中也可能緩慢增長。

    - 先把年度領取與本金分開理解：每年領取的金額並不全是收益。
    - 講者以一百萬除以每年五萬，說明單計本金可領二十年。
    - 再把剩餘資金的投資、後續可領金額及退保價值變化納入整體評估。
    - 講者估計此類安排的IRR大約在五左右。

- **註意事項**

- 比較領取型產品時，不能只看表面領取額，應評估IRR及退保價值。

- 必須向客戶說清楚領取中包含本金的部分。

- **特殊情況**

- 如果客戶認為高額領取就代表高收益，如何處理？應拆分本金與收益，並用整體IRR及退保價值解釋。

五年期交零存整取與保費融資產品

> 零存整取是分期投入資金，累積至指定年期後一次取出，或依安排分批領取。講者指出，五年期交產品常用於保費融資類安排，產品設計可能在第九年、第十年或十年後退出；五年期交產品的平均IRR約四點八到五點之間，部分產品於第五年或第十年退保的複利在五點左右。

- **關鍵點**

    - 零存整取與一筆過投入不同，客戶按年交錢，累積後再取出。
    - 講者稱五年期交產品適合保費融資，相關設計常見於第九年、第十年或十年後退出。
    - 富饒傳承及中銀人壽被列為相關產品例子。
    - 講者稱平均IRR約四點八到五點之間。
    - 講者稱安達代表的傳承產品表現很高，市場上屬最高一類；第五年或第十年退保的複利在五點左右、五點上下。
    - 五年繳、十五年以後領取的安排也可納入比較；若設計為十五年或二十年後使用，常規儲蓄分紅險通常亦適用。

- **講解**

  先區分資金投入方式：一筆過是一次投入，零存整取則是逐年繳交，例如五年期交。講者指出五年期交產品常被用於保費融資，因其退保或取款安排可能放在第九年、第十年或十年後；其平均IRR約四點八到五點之間。講者另提到安達代表的傳承產品，並指出第五年及第十年退保時複利在五點左右。若客戶安排在十五年以後才取款，則很多常規儲蓄分紅險亦符合用途，因產品本身通常設計為十五年以後提領或二十年以後使用。

- **Examples**

  > 講者指出，五年期交產品適合保費融資，設計目的通常是在第九年、第十年或十年後一次取出；富饒傳承及中銀人壽是課堂中提到的產品例子。相關產品平均IRR約四點八到五點之間。

    - 確認客戶是每年分期交費，而不是一筆過投入。
    - 確認客戶預計的退出時間，講者所述常見時間包括第九年、第十年或十年後。
    - 再依產品利益表核對IRR；講者給出的平均範圍為四點八到五點之間。
    - 若客戶打算十五年或二十年後才用款，也可一併比較常規儲蓄分紅險。

- **註意事項**

- 選擇產品前先確認投入方式、繳費年期與預定取款時間是否吻合。

- 保費融資類產品的退保時間與客戶資金計畫需要配合。

- 講者所報IRR及複利數字應以實際產品資料和相應情境核對。

- **特殊情況**

- 如果客戶五年期交、計畫於第九年、第十年或十年後取出，如何處理？可優先篩選適合保費融資時間線的產品並比較IRR。

- 如果客戶要到十五年或二十年以後才用款，如何處理？可將主流儲蓄分紅險納入比較，不必只限於短期退出產品。

延長持有期的儲蓄分紅險與近期產品

> 講者指出，若資金安排為十五年以後提領或二十年以後使用，主流儲蓄分紅險通常可符合需求。講者提到蘇黎世一款產品二十年IRR為六點四九，並指出近期推出的一些產品較具攻擊性、較激進，選擇時可以特別留意。

- **關鍵點**
  - 十五年以後領取或二十年以後使用，通常可考慮主流儲蓄分紅險。
  - 講者舉出蘇黎世產品二十年IRR為六點四九。
  - 講者提到太平等產品以及表格後段標記的近期新產品。
  - 部分新產品被講者形容為攻擊性很強、較激進，應多看一眼再選擇。
- **講解**

  如果客戶不要求在第十年左右退出，而是預計十五年以後提領或二十年以後使用，講者認為主流儲蓄分紅險大多適用，因其設計目的就是長期儲蓄及延後提領。講者特別提到蘇黎世產品二十年IRR為六點四九，也提到太平等產品及近期推出的產品；由於部分新產品設計較激進，選擇時應檢視其產品利益和適用情境。
- **Examples**

  > 講者稱蘇黎世一款產品二十年IRR為六點四九，並將近期推出、較具攻擊性的產品列為選擇時可多加留意的選項。

  - 確認客戶是否能持有至二十年，而非只比較短期退保數字。
  - 講者提到的二十年IRR為六點四九。
  - 對近期推出且較激進的產品，仍需核對產品資料及相應情境後再決定。
- **註意事項**
- 比較長期產品時，使用與客戶預計持有年期相符的數據。
- 對近期推出、較激進的產品，選擇前應多加檢視。
- **特殊情況**
- 如果客戶預計十五年或二十年以後才使用資金，如何處理？可比較主流儲蓄分紅險及長期IRR，不必套用只適合較早退出的產品。
- 如果候選產品近期推出且設計較激進，如何處理？應多看產品資料並確認是否符合客戶的持有年期與風險偏好。

美式分紅的保證特點及適用客戶

> 講者將美式分紅概括為相對較高保證、IRR可能略低的產品類型。市場上既有每年把紅利分出的真美式分紅，也有以美式分紅方式投資、但將資金留存在帳戶的產品；後

> 一類產品實際呈現可能近似英式分紅。美式分紅適合希望保障較高、重視較可靠保證而非只追求高預期數字的客戶。

- **關鍵點**
  - 講者概括為：保證相對高一點，IRR則可能少一點。
  - 真美式分紅是每年把錢分出來，講者提到每年會有一定金額分出。
  - 有些保險公司按美式分紅方式投資，但把錢留在帳戶中，表面稱美式分紅，實際表達及效果可能較像英式分紅。
  - 講者以簡悅、簡愛延續及安悅進等產品說明，這類產品的保證部分相對較高並可持續增長。
  - 適合希望保證較高、較重視靠譜保障，而不希望只聽到六點五等高預期宣傳的客戶。

- **講解**

  講者說明，美式分紅和英式分紅過去在產品表現上有較明顯差異：美式分紅可能逐年把紅利分出；另有保險公司採取美式分紅投資方式，但把紅利留在帳戶，因此產品表達看起來像美式，實際呈現又近似英式。此類產品通常以較高保證作特點，代價可能是IRR較低。講者並比較保證價值的增長：一些英式分紅產品在保證值達到保費後，保證部分可能不再增長或占比逐漸減少；所述美式分紅產品則可能持續增長。遇到重視保證和可靠性、而不追求誇張預期數字的客戶，可考慮此類產品。

- **Examples**

  > 講者以簡悅、簡愛延續及安悅進等產品為例，說明其保證部分相對較高；並指出這類產品可用於向客戶提供保證較高、較可靠的產品線，而非宣稱六點五等非常高的預期回報。

  - 先確認客戶是否把較高保證看得比最高預期IRR更重要。
  - 向客戶說明保證較高的產品，IRR可能相對少一點。
  - 再區分逐年分出紅利的真美式分紅，與紅利留在帳戶內的產品。
  - 根據具體保單利益表核對保證部分的增長方式。

- **註意事項**

- 不要把美式分紅一概理解為每年必定把所有紅利現金分出，應查明保險公司的實際安排。

- 向客戶說明較高保證與較低IRR之間可能存在取捨。

- 比較保證價值時，留意保證值達到保費後是否仍持續增長。

- **特殊情況**

- 如果客戶重視保證、希望產品較可靠而非追逐高預期數字，如何處理？可比較高保證取向的美式分紅產品，並清楚說明其IRR取捨。
- 如果產品標示為美式分紅但紅利留存在帳戶，如何處理？應確認其實際紅利分配和累積方式，避免只依產品名稱判斷。

整存整取：一筆過與不同保證程度

> 整存整取指一次投入一筆資金，再按產品設計於指定年期取回。講者依保證程度及年期介紹數個例子，並指出部分產品適合尋找保證較高的客群，部分短年期產品則具有較高IRR。

- **關鍵點**
  - 萬通產品五年退保的保證IRR為四點三。
  - 新安逸是二十五年產品，保證IRR為三點四四。
  - 講者提到智富豐裕，但表示名稱可能寫錯；該產品上週才新出，講者在錄音前一天加入表格。
  - 智富豐裕三十年退保保證三點五五，另有少量分紅，預期約三點六五。
  - 講者將智富豐裕的適用客群描述為曾在二零一九年喜歡儲蓄型產品、關注三點、三點五左右正複利增額終身壽及較重視保證的內地客戶。
  - 智選保一條是五年期產品，講者稱IRR為五點零一。
  - 另有幾乎保證的產品線：除純保證部分外，還帶少量分紅，可作產品線補充。
- **講解**

  整存整取先看客戶是否一次過投入，再按所需持有年期及保證要求比較。講者舉出萬通五年退保保證IRR四點三、新安逸二十五年保證IRR三點四四，以及名稱可能有誤的智富豐裕：三十年退保保證三點五五，另帶少量分紅，預期約三點六五。講者表示智富豐裕是上週新出的產品，自己在錄音前一天才加入表格，並認為可對應偏好保證及過去偏好儲蓄型產品的客群。另有五年期智選保一條，講者所述IRR為五點零一；也可補充考慮純保證之外帶少量分紅的「幾乎保證」產品。
- **Examples**

  > 講者列出：萬通產品五年退保保證IRR四點三；新安逸為二十五年產品，保證IRR三點四四；智富豐裕（講者表示產品名稱可能寫錯）三十年退保保證三點五五，另有少量分紅，預期約三點六五；智選保一條是五年期產品，IRR五點零一。

  - 先確認客戶是一筆過投入，並確認預計持有或退保年期。
  - 依年期比較保證IRR，而非把不同年期的數值直接當成同一情境比較。
  - 對智富豐裕一名，講者明確表示可能寫錯，應回查產品名稱。
  - 若產品含少量分紅，需把保證數字與預期數字分開說明。
- **註意事項**

- 講者表示智富豐裕名稱可能寫錯，需查核正式產品名稱。
- 講者提到智富豐裕為上週新出、並於錄音前一天加入表格；比較時應使用正式產品資料。
- 明確區分保證IRR與包含分紅的預期數字。
- 不同年期的IRR數字應在相同或可比情境下解讀。
- **特殊情況**
- 如果客戶偏好保證較高、接受較長年期，如何處理？可比較新安逸及智富豐裕等講者列舉的產品，並核對年期與保證數字。
- 如果客戶關注的是二零一九年流行的三點、三點五左右正複利儲蓄型產品，如何處理？可了解其對保證的重視程度，再考慮保證取向產品。
- 如果產品名稱或新產品資料尚未確認，如何處理？應先核對正式名稱和產品文件，不要將講者疑似寫錯的名稱當作已確認資訊。

第十年退出及保費融資類一筆過產品

> 對一筆過投入且希望第十年取款、同時要求收益不錯和保證相對較高的客戶，講者認為保費融資類產品較合適。安盛摯尚贏家首日退保現價為百分之八十一，講者稱保本需五年、預期四年回本，長期IRR可達四點四五。

- **關鍵點**
  - 適用情境是一筆過投入，並計畫第十年退出。
  - 安盛摯尚贏家首日退保現價為百分之八十一。
  - 講者以一百萬說明，八十一萬已列在保單中作為保證現價。
  - 講者稱保本為五年，預期四年回本。
  - 講者所述長期IRR為四點四五。
  - 講者表示其他符合存錢十年後拿走的保費融資產品也可依表格搜尋比較。
- **講解**

  先確定客戶是否一筆過投入、是否需要在第十年退出，以及是否同時重視較高保證和不錯收益。若符合，講者建議查看保費融資類產品。以安盛摯尚贏家為例，首日退保現價為百分之八十一；一百萬投入後，八十一萬已是寫在保單中的保證現價。講者另稱保本需五年、預期四年回本，長期IRR可達四點四五。其餘同類產品可透過表格篩選。
- **Examples**

  > 講者表示，安盛摯尚贏家首日退保現價為百分之八十一；若投入一百萬，八十一萬已寫在保單中並屬保證現價。講者稱保本需五年，預期四年回本，長期IRR可

> 達四點四五，並認為適合一筆過、希望第十年拿錢的客戶。

    - 確認客戶為一筆過投入，且第十年有取款需求。
    - 核對首日退保現價百分之八十一及其保證性質。
    - 依講者例子，一百萬投入對應八十一萬保證現價。
    - 另外比較保本時間五年、預期四年回本及長期IRR四點四五。
    - 確認產品設計與客戶預計的退出時間相符。

- **註意事項**

- 區分首日退保現價、保本年期、預期回本年期及長期IRR。

- 講者所述回本時間和IRR須按產品文件及實際情境核對。

- 產品須配合客戶第十年退出的資金安排。

- **特殊情況**

- 如果客戶一筆過投入並要求第十年取款，如何處理？可搜尋保費融資類產品，並核對首日現價、保本時間及第十年利益。

- 如果客戶把預期回本時間當作保證回本時間，如何處理？應分別說明講者所述保本五年與預期四年回本。

養老社群支付及產品功能分類

> 部分產品除儲蓄或分紅功能外，還可連接養老社群，並透過保險公司內部劃轉，直接從客戶帳戶支付高階社群每月月費。講者表示此方式可免去客戶自行把境外資金轉到境內再扣款的操作，並提到太保、太平目前較能實現此類支付。

- **關鍵點**

    - 相關功能是對接養老社群並支付每月月費。
    - 款項可從客戶帳戶直接扣除或由保險公司內部劃轉。
    - 可避免客戶自行把境外資金轉到境內，再支付每月養老社群費用。
    - 講者提到太保、太平目前較能實現此類支付；亦提及太平、太平洋、國壽等養老社群相關功能。

- **講解**

  客戶若關注的不只是保單回報，還包括養老社群及日常付款便利性，應另行比較產品的服務功能。講者所述安排是由客戶帳戶直接扣款，或由公司內部劃轉支付高階養老社群每月月費，避免自行把境外資金轉到境內處理。講者表示太保、太平目前相關支付較能實現，並提到太平、太平洋、國壽等與養老社群相關的功能。

- **註意事項**

- 確認產品能否實際對接客戶指定的養老社群及支付方式。
- 確認每月月費如何扣款，以及是否需由公司內部劃轉。
- 不要把講者提到的可實現性視為所有產品均具備，應逐一核實。
- **特殊情況**
- 如果客戶需要以保單資金支付境內養老社群月費，如何處理？可優先核實太保、太平等講者提到的內部劃轉及直接支付安排。
- 如果客戶以為所有產品均可自動支付月費，如何處理？應確認指定保司、社群和實際付款流程。

人民幣保單及講者列舉的產品

> 講者指出市場近期有不少關於人民幣保單的討論，並列舉太保世代鑫享、國壽澳龍傲瓏盛世、安盛摯匯及星火尊享均有人民幣保單。此部分在錄音結束前只提出產品例子，未進一步總結比較。

- **關鍵點**
  - 講者稱近期市場上有不少人在討論人民幣保單。
  - 太保世代鑫享被列為有人民幣保單的產品。
  - 國壽澳龍傲瓏盛世被列為有人民幣保單的產品。
  - 安盛摯匯及星火尊享也被列為有人民幣保單的產品。
  - 錄音最後提出「要總結去呢？」後即結束，沒有提供後續總結內容。
- **講解**

  講者將人民幣保單列為近期需要關注的產品類別，並列舉太保世代鑫享、國壽澳龍傲瓏盛世、安盛摯匯及星火尊享。由於錄音在提出如何總結後結束，不能推定講者原本打算提供但尚未說出的結論或比較。
- **Examples**

  > 講者列出太保世代鑫享、國壽澳龍傲瓏盛世、安盛摯匯及星火尊享，並表示這些產品都有人民幣保單。

  - 將人民幣保單作為一個獨立產品類別辨識。
  - 依講者列舉的名稱記錄產品：太保世代鑫享、國壽澳龍傲瓏盛世、安盛摯匯、星火尊享。
  - 錄音沒有進一步提供收益、年期或產品差異，不能補作結論。
- **註意事項**
- 確認客戶關注的是人民幣保單，以及實際可選的幣種與產品條款。

- 錄音未提供上述人民幣產品的收益或差異比較，不應自行補充。
- **特殊情況**
- 如果客戶詢問人民幣保單的產品比較或收益，而本段內容未提供答案，如何處理？應另查正式產品資料，不要把未說出的結論歸於講者。

依提取安排篩選人民幣保單

> 人民幣保單的比較應先確認客戶何時、如何使用資金，再依提取安排選擇產品。講者按需要提取、中期取用、長期不提取等情境給出產品選擇方向，並另外提出按期提取、求穩及長期不領取時的公司選擇建議。

- **關鍵點**
  - 需要提取時，講者總結為星火尊享最優。
  - 中期需要取用時，講者總結為摯匯最優。
  - 資金長期放置且不提取時，講者總結為傲瓏盛世最優。
  - 若把資金放入保單後，計劃按月、按年或其他規劃方式提取，講者建議選擇永明。
  - 若客戶求穩，講者建議選擇安盛。
  - 若客戶打算長期不領取，講者建議選擇國壽。
  - 上述選擇方向是講者依不同情境所作的總結；實際選擇仍須回到客戶的現金流規劃和需求。
- **講解**

  講者先依資金是否提取及提取時點作區分：需要提取，推薦星火尊享；中期需要取用，推薦摯匯；放著不取，推薦傲瓏盛世。接著又以較具體的資金規劃補充：若客戶預先規劃按月、按年等方式提取，選擇永明；重視穩健則選擇安盛；長期不領取則選擇國壽。這些結論應用於前期導航，協助找到符合客戶資金安排的候選產品。
- **Examples**

  > 講者提供以下選擇方向：有提取需求時選星火尊享；中期要取用時選摯匯；長期放置、不提取時選傲瓏盛世。若客戶是預先規劃按月、按年等方式提取，講者另建議選永明；求穩選安盛；長期不領取選國壽。

  - 先確認客戶是否會提取保單資金。
  - 若會提取，再確認是一般提取需求、按月或按年規劃提取，還是中期取用。
  - 若不提取，確認客戶是否打算長期持有。
  - 依相應情境提供講者列出的產品或公司選擇方向，再結合客戶需求進一步比較。
- **註意事項**
- 先了解客戶的現金流方式及這次存錢的規劃，再用產品比較頁面作篩選導航。

- 區分提領收益與靜態收益：前者是領取資金時的收益，後者是放置資金、不領取時的收益。
- 講者的產品推薦是依特定提取或持有情境作出的比較結論，不應脫離客戶需求單獨使用。
- **特殊情況**
- 如果客戶計劃按月、按年或其他方式定期提取，如何處理？依講者建議，將永明納入優先選擇。
- 如果客戶需要中期取用資金，如何處理？依講者的產品總結，將摯匯列為最優方向。
- 如果客戶打算長期不領取，如何處理？依講者建議，可分別按產品比較選擇傲瓏盛世，或按公司方向選擇國壽；應進一步確認客戶所詢問的比較範圍。

產品收益比較及差異判讀

> 產品收益數字可作比較依據，但講者提醒，長期數值可能十分接近，產品間未必存在很大的實際差距。若要在相近產品間分出高下，須明確比較期限及所採用的指標，並將結果作為選擇參考，而不能讓銷售只剩下收益數字的競逐。

- **關鍵點**
  - 講者提到三十年期比較中的6.3、6.2、6.3，並指出數值細看為六點三二和六點三一。
  - 講者認為，實際比較下來各產品大差不差，差異並沒有非常大。
  - 若一定要分出勝負，可以依特定期限或指標指出最優者；講者提到「最優三十年」，但未在這段內容中補充其完整對應產品及計算條件。
  - 只看收益表格容易使產品變得只剩收益比較，其他產品特點及客戶適配性也需要納入考慮。
- **講解**

  講者先以三十年期的收益數字說明，表面上有6.3、6.2、6.3等差異，但細看提及六點三二和六點三一，顯示數字可能非常接近。因此，產品比較即使可以依某個期限或指標排出高下，也不代表產品之間有很大的整體差距。講者指出，當表格只呈現收益，討論容易反覆落在收益數字上；銷售時仍須把客戶的實際需要、提取方式和產品特點一併納入。
- **Examples**

  > 講者提到三十年期的6.3、6.2、6.3，並指出其中數值為六點三二和六點三一，藉此說明產品收益差異可能很小。

  - 先確認比較的是三十年期。

    - 保留講者提到的6.3、6.2、6.3，以及六點三二、六點三一等數值，不將其改寫或約化。
    - 理解細微數值差距可以用來判定某個條件下的相對優劣，但不應直接推論產品整體存在很大差異。
    - 再回到客戶的提取計劃與其他產品特點作綜合選擇。

- **註意事項**

- 比較收益時保留期限、收益指標及原始數值，不把不同條件下的數字混為一談。

- 收益相近時，不要只因極小的數字差異便忽略客戶現金流需求及產品特點。

產品一覽表及各產品定位

> 產品一覽表是對近期較常被詢問、瀏覽或諮詢的產品及其特點作整理，協助銷售人員快速了解產品定位。講者以簡短標籤概括多款產品，但也指出單一產品可能在某些項目較突出，另一款則在整體表現上較均衡。

- **關鍵點**

    - 友邦「財富盈家」：講者稱為「躉繳之王」。
    - 「摯匯」：講者稱為「全能王者」及「六邊形戰士」，提取和靜態收益等面向整體表現較均衡。
    - 「盈聚天下」：講者指出其收益增速比較快。
    - 「星火尊享」：講者稱其為全能型選手，沒有明顯弱點。
    - 「富饒萬家」：主打養老方向，講者認為在養老細分領域表現不錯，且有可供介紹的記憶點。
    - 「星火傳承」：靜態收益屬第一梯隊；講者認為目前看起來還可以，但市場上已有更多產品推出。
    - 講者表示，對產品逐項比較時，可能會發現許多產品形態大致相近；本次一覽表的目的主要是協助導航和認識產品，不是把所有銷售決策簡化成資料排名。

- **講解**

  講者先說明一覽表整理的是近期較常被詢問或諮詢的產品，再逐一給出定位：財富盈家側重躉繳；摯匯較均衡，兼顧提取與靜態收益；盈聚天下的收益增速較快；星火尊享沒有明顯弱點；富饒萬家主打養老；星火傳承的靜態收益位於第一梯隊。這些標籤是協助快速理解和導航的工具，並不表示每個客戶都應選同一款產品，也不表示單一指標足以決定選擇。

- **Examples**

  > 講者把友邦「財富盈家」概括為躉繳之王，把「摯匯」概括為全能王者或六邊形戰士，把「盈聚天下」描述為收益增速較快，把「星火尊享」描述為沒有明顯弱

> 點的全能型選手；「富饒萬家」主打養老，「星火傳承」則在靜態收益方面屬第一梯隊。

  - 先用產品定位建立初步印象，而不是逐項背誦整張表格。
  - 辨別客戶關注的是蘧繳、提取、靜態收益、收益增速、養老或整體均衡。
  - 把相符的產品作為進一步比較的候選項目。
  - 再透過完整產品資料和客戶需求確認適配性，不將簡短標籤視為適用於所有客戶的結論。

- **註意事項**

- 產品一覽表是導航和整理工具，應依客戶關注點選取相關產品特點介紹。

- 「全能」、「收益增速快」或「第一梯隊」等定位，應保留為講者對產品特點的描述，不應擴大解讀為所有情境下絕對最佳。

- 講者指出產品會隨著更多產品推出而有相對變化，因此介紹時要留意產品比較的時點。

- **特殊情況**

- 如果客戶只關注某一項特點，如何處理？先以該特點篩選候選產品，再確認其提取安排及其他需求，避免只憑單一標籤決定。

以客戶適配度為核心的銷售原則

> 講者強調，銷售的核心不是證明某款產品在所有方面都是最好的，而是協助客戶找到其心目中滿意且適合自己的產品。保險公司與產品各有其特點，銷售人員應從資料中提取與客戶需求相關的重點，透過溝通找到合適選項。

- **關鍵點**

  - 講者認為相關保司都是非常好的保司，也都努力做好自己應該做的事情。
  - 客戶需要的是心目中滿意的適合對象，不一定是客觀上或所有指標中最好的產品。
  - 講者以伴侶作比喻：另外一半不一定是世界上最好的，但應是最適合自己的；產品選擇亦然。
  - 產品比較資料的作用之一是協助導航，銷售人員仍需在實際銷售過程中了解客戶並提取合適的介紹重點。
  - 當收益和產品形態差異有限時，應避免把銷售變成單純的數字競賽。

- **講解**

  講者指出，產品數據可以用來幫助銷售人員定位和比較，但在實際銷售中，核心工作是找到客戶滿意且適合的選擇，而非宣稱某產品在所有方面都最好。講者用伴侶作比

喻，說明「最好」和「最適合」並非同一件事。銷售人員應依客戶的現金流、提取安排和關注點，從產品資料中選取適合介紹的內容。

- **Examples**

> 講者表示，銷售的目標是幫助客戶選到其心目中滿意的對象，而不是只追求被稱為最好的產品；並以「另外一半不一定是世界上最好的，但肯定是最適合自己的」作為類比。

  - 先了解客戶在意的資金安排、提取方式及產品特點。
  - 從產品資料中挑選與客戶需求直接相關的重點。
  - 提供合適候選產品並說明其特點，而不是只以單一排名推銷。
  - 以客戶是否理解、認同並認為適合自己，作為協助選擇的重要方向。

- **註意事項**

- 不要把某產品稱為所有客戶、所有情境下的絕對最佳選擇。

- 銷售介紹須依客戶需求提取相關重點，而非只羅列收益數字。

- 尊重不同保司和產品各自的特點，重點在於客戶適配度。

- **特殊情況**

- 如果多款產品收益接近、難以單靠數字區分，如何處理？回到客戶的現金流與提取需求，並比較與該需求相關的產品特點，協助客戶選擇其滿意且適合的產品。

保單質押「一魚兩吃」銷售組合策略

> 透過購買特定高首日現價的儲蓄保單，隨後向銀行進行保單質押貸款獲取流動資金，再將貸出的資金投入另一款期限匹配的理財保單中，以實現資金二次增值與槓桿效應的銷售架構。

- **關鍵點**

  - 客戶出資100萬美金購買中銀薪火傳承保單。
  - 將該保單質押給中國銀行，銀行按首日現金價值的85%進行貸款，約可貸出68萬美金。
  - 客戶在持有期間需支付貸款利息，並將貸出的68萬美金配置於智選等短期產品中。
  - 銀行貸款期限為5年，智選產品剛好為5年期，5年後退保取現還款，期限完美閉環。

- **講解**

  此架構利用了銀行貸款期（5年）與後續配置產品期（5年）的匹配性，盤活當下資金並放大配置收益。若選用世代新享或財富盈家等非短期產品，客戶在5年後將面臨還

款給銀行的資金缺口壓力，因此該模式最適合搭配5年期滿可退保還貸的產品。

- **Examples**

> 客戶持有100萬美金，全額購買中銀薪火傳承保單，並將保單質押予中國銀行獲取貸款進行二次配置。

  - 第一步：客戶以100萬美金總保費投保中銀薪火傳承。
  - 第二步：向中國銀行申請保單質押，按85%首日現價貸出約68萬美金。
  - 第三步：客戶承擔68萬美金貸款利息，同時將68萬美金投向5年期的「智選」產品。
  - 第四步：5年期滿後，「智選」產品退保提現，將資金歸還銀行貸款完成閉環。

- **註意事項**

- 確認銀行的貸款期限是否與二次投資產品的退出期限完全匹配（如均為5年）。

- 客戶需承擔貸款期間的利息支出，需衡量整體套利收益與利息成本。

- 若客戶缺乏充足流動資金，不建議搭配世代新享或財富盈家等長期產品，避免5年後到期無法還款。

- **特殊情況**

- If encountering a specific situation, how should it be addressed?：若客戶本身資金實力雄厚且流動性極高，可視情況配置長期產品，但對常規客戶而言無需多此一舉進行錯配貸款。

全流程顧問式保險銷售路徑與邏輯

> 摒棄單純依賴IRR數值和繁雜對比表的低階銷售方式，建立以客戶需求為驅動、以精準背景鋪墊為支撐、以投資策略篩選為核心的顧問式成交路徑。

- **關鍵點**

  - 明確三大前期要素：購買目的、投資/收益預期、保司偏好。
  - 保司偏好可直接提升銷售推進速度達50%。
  - 鋪墊話術背後的目的性：聊資管能力鋪墊分紅實現率，聊公司背景鋪墊安全性，聊分紅目標印證儲蓄預期。
  - 依據保司特性定製標籤化話術（如保誠的四地上市、安盛的Old Money歷史底蘊、國壽的央企出海背書）。
  - 依據投資策略排除不符標的（穩健、穩中求勝、激進），最後做總結並自然帶出產品。

- **講解**

純粹對比IRR易使客戶迷失且黏性差。專業銷售路徑應為：先掌握客戶目的、預期與偏好 -> 針對性介紹保司背景與資管實力以預先化解異議 -> 透過投資策略進行分類與排除 -> 總結並順理成章推薦適配產品。

- **Examples**

> 銷售員在溝通中透過提煉不同保司的特質來契合客戶的心理偏好，建立信任感。

  - 第一步：探尋客戶偏好。若客戶看重歷史與底蘊，著重塑造安盛如「Old Money」般歷經200多年風雨的穩健形象。
  - 第二步：若客戶看重主權信用與背景，強調中國人壽代表國家金融力量出海、背靠財政部與社保基金的強大實力。
  - 第三步：若客戶偏好外資或國際化，著重講述保誠等大型上市機構的全球架構。
  - 第四步：結合客戶風險偏好排除不符策略的產品，最後自然導向目標方案。

- **註意事項**
- 避免直接向客戶展示複雜的產品數值對比圖，以免造成客戶認知疲勞和流失。
- 切勿在客戶明確表達偏好時反向推銷（如客戶不喜歡友邦則不應強推友邦）。
- 前端背景與資管鋪墊必須做紮實，以避免在促成交易階段湧現大量異議。
- **特殊情況**
- If encountering a specific situation, how should it be addressed?：若客戶表明「已到境外，不想買國資產品」，應肯定其對境外市場的探索，適度讚賞中資出海實力後，將重點轉向引導介紹優質外資保司。

作業或建議

- 在日常生活中觀察自己的能量變化，記下哪些事情或人事物讓能量耗得特別快，以及哪些事情、哪些時間點能維持或補充能量。
- 觀察自己的注意力節奏，找出一天中較清醒、較集中的時間，並嘗試把學習、運動或其他活動安排在較適合自己的時段。
- 留意自己在不同情緒、銷售與社交互動後的能量狀態，思考自己較適合的工作方式、銷售模式與發展賽道。
- 嘗試在生活中安排放空與觀察周遭的片刻；Speaker 1 舉例，乘車時不一定要戴耳機聽內容，也可以看看窗外景色，感受能否補充能量。

2026-11-10 11-12月最新產品銷售策略

2026-11-10 10:01:24

00:00:00 Speaker 1
陸續的上來啊，現在人數還沒太多，所以稍等一等。

00:00:04 Speaker 1
那這個過程中的話呢

00:00:06 Speaker 1
突然間早上準備去給大家講課的時候，有感而發

00:00:11 Speaker 1
想要去給大家分享一些我覺得別的，我覺得最近好玩的一些東西。

00:00:17 Speaker 1
那當然跟我們今天課程沒什麼關係，但是我覺得我希望可以在每個週二的早上，如果說我們大家有過來聽週二的分享，那不僅是有一些知識上面的學習，銷售上面的解惑，但是我希望也是有能夠給到一些大家不同的一些內容，去幫助我們每天的精進。那我今天的話呢，突然有感而發，就是我最近特別有感觸一個東西，就想大家給大家也分享一下。那我覺得也可以給大家更多的一些感悟。

00:00:50 Speaker 1
這個東西是什麼？就是一個我最近特別迷的詞。

00:00:56 Speaker 1
這詞的話叫做能量場。

00:00:59 Speaker 1
大家不知道有沒有有一種感受哦？

00:01:01 Speaker 1
就是我自己的話呢，可能最近有點悟了一些東西，就發現的話呢，我會感覺自己身上哈會有一些那種叫做能量場的東西。

00:01:10 Speaker 1
然後這個能量場的話真的是因人而異。

00:01:15 Speaker 1
我會把自己呢，就會比做成一個電池

00:01:19 Speaker 1
就我們手機的電池一樣。

00:01:21 Speaker 1
那我們剛睡醒的時候呢？我假設我們早上一起來，我的電池已經百分之一百的電。然後呢，它會一直去耗，每一天下來它一直耗電。

00:01:30 Speaker 1
然後呢，我會深刻的發現，有我會很去留意什麼事情、什麼人

00:01:37 Speaker 1
我做哪些東西

00:01:39 Speaker 1
它是會讓我耗電量非常快的。

00:01:43 Speaker 1
那我在做什麼事情

00:01:45 Speaker 1
它可以讓我維持我的耗電量，甚至可以幫我補一些電量。

00:01:50 Speaker 1
我覺得這樣子，如果說你去細細的去觀察自己這麼一天下來之後，你就會發現哪些事情它能夠幫助你的能量場持續的一些上漲或者維持，或者說慢慢的去，讓你的狀態越來越好。你也可以發現哪些人事物是你需要斷舍離的。

00:02:10 Speaker 1
我打個比方說，我等就是剛好等分享一下

00:02:13 Speaker 1
就是像我自己的話呢，我會發現我清晨的時候，我的注意力是非常非常集中的。可是，一到下午的時候呢，就，就是有有些人他晚上就就就注意力很集中，但是我不行，我知道在太陽升起的時候，我發現我腦子特別特別清醒。但這個時候，我以前有個習慣，就特別喜歡晨跑，然後會把一些運動放在早上。後來發現這樣不行，我等於是把我一天裡面精神力最集中的時間裡面拿去做運動了。

00:02:42 Speaker 1
那我運動是提升了，可是我別的地方好像沒有得到更好的提升。後來的話，我就換了換。那我早上的時候就變成了會會比較去花時間去做些學習類東西

00:02:52 Speaker 1
這樣子的話呢，我覺得是比較合適的用得到我的能量場。

00:02:57 Speaker 1
然後還有另外一個事情

00:02:58 Speaker 1
在我消耗自己的能量的過程中，我也會發現

00:03:02 Speaker 1
遇到一些人

00:03:05 Speaker 1
特別遇到一些非常揪心的一些事情，你那一瞬間你會發現，只要你動了情緒，不管是憤怒也好，不管是開心也好。任何一種情緒，它都會急劇的消耗自己的能量，就好像人打比方說，你像你有些人喜歡玩遊戲，他玩完遊戲以後很開心、很亢奮，但那一遊戲一結束，整個人就跌倒了，因為在那一瞬間裡面，他同樣的把自己能量輸出去。

00:03:29 Speaker 1
所以的話呢，最近對這個板塊我是有所感悟的，那我也想分享給大家，簡短地分享一下。然後也希望在日常的過程中，你去感受一下你的能量。這個東西延伸下來，就延伸到我們今天的一些內容銷售裡面，突發奇想，叫大家可以感受一下

00:03:50 Speaker 1
你喜不喜歡銷售？

00:03:52 Speaker 1
這個點是非常非常重要的

00:03:55 Speaker 1
像我，我自己是不喜歡銷售的

00:04:01 Speaker 1
我在過程中，是能夠清晰地感覺到我的耗能是非常非常快的。

00:04:07 Speaker 1
就打比方說，我可以去講一天的課，我可以學一天的習，我可以做一天的別的事情，或者說真真的其他工作，我的狀態都可以保持得很圓滿。可是呢，如果說我進入那個銷售的狀態，在腦子裡面就是

00:04:21 Speaker 1
進入那種銷售的狀態以後，他給我的耗電量是很重的。可是大家看一下，有一些我們的一些同僚

00:04:30 Speaker 1
就我們身邊一些銷售，他們做的非常棒的人。

00:04:34 Speaker 1
那他們進入一些銷售，或者說人與人的社交裡邊的時候，他們是可以在跟別人交流的過程中，他去慢慢的補足自己的能量的。那這種人的話呢，就是天生的銷售者。

00:04:47 Speaker 1
所以我給大家分享一個點，是什麼，我覺得也是個方向

00:04:53 Speaker 1
就是每個人他的擅長的東西，它是不一樣的。就包括說我們銷售也好，包括說我們去跟。

00:05:00 Speaker 1
身邊的人相處的模式也好，有些人他是比較適合輸出的型別

00:05:05 Speaker 1
例如說獨處，獨處以後自己靜寂要輸出。那你這種人的話呢，他比較適合去往專業或諮詢這種方向走。

00:05:14 Speaker 1
有種人從我們的生辰八字來說，他屬於身強型，他不需要通過別人的補充自己的能量，他自己能夠補充自己的能量，源源不斷地往外面湧。而這種型別特別容易適合在一些社交場合裡面去獲客，然後去

00:05:33 Speaker 1
去經營。

00:05:35 Speaker 1
所以我覺得很多時候去達到一個自我的認知是一個非常非常重要的事情。我覺得有對自己有清晰的認知以後，我們才能夠用對的方法走對的路，而不是每一個人的路都是很適合我們去走的。包括說我以前會比較用心的去走銷售的路，就覺得我們做這個行業本來銷售就是這一塊，那時候我發現這個工作太痛苦了

00:06:01 Speaker 1
就不僅是完全的，就是我花了百分之一百的努力，可能只得了百分之十到二十的一個增長。可是當我去認知到我這一點之後，接受了我這一點之後，然後慢慢的去尋找出路的時候，因為我就會發現，其實並並不是隻有一條路才能夠獲得結果。我們如果說獲得結果是賺錢的話，就不不併不是隻有一條路才能賺到錢。

00:06:24 Speaker 1
很高興今天有那麼多的小夥伴又上來聽自己的分享。我也希望在開始之前，給大家聊聊除了我們專業以外的內容，聊聊我自己近期的一些感悟。希望大家接下來也可以去嘗試一下，感受一下你們自己的一些能量場。

00:06:44 Speaker 1
一天下來，哪些事情對你來說是耗能耗得特別特別快的？然後呢

00:06:50 Speaker 1
哪些事情，哪些時間點，能夠幫你去補充一些能量。

00:06:55 Speaker 1
我最近就發現了，例如說

00:06:57 Speaker 1
我真的在發呆的時候就能夠慢慢的補充一些能量

00:07:00 Speaker 1
腦子裡面放空，完全不要想東西。所以反而我會在我的生活習慣裡面，以前的時候，你會打比方說

00:07:08 Speaker 1
去打車的時候，在坐車裡面的時候，按照我以前的習慣，就開始戴上耳機去聽一些沒有聽過的內容，一些以前的一些錄音。現在我不會這樣了。現在的話，我真真正正會享受那一刻，看看窗外的景色，因為我有有意識地去補充自己那一瞬間的能量。舉個例子來說，我的電量耗了百分之三十，那我哪怕可以增加到一點、兩點，來變成七十一、七十二，那我覺得今天的整體感覺都已經起來了。

00:07:38 Speaker 1
所以今天就跟大家分享一下關於一些能量場的內容。同時也希望大家能從我的一些銷售感悟裡，找一找我們自己。當然這個東西是非常龐大的，有很多內容。也可以簡單分享一下，後續有機會的話大家可以聊一聊，如何去發掘自己擅長的事情，擅長的銷售模式，甚至是一些擅長的賽道。因為這個實在太重要了。我覺得很多

00:08:09 Speaker 1
之前裡面說的，嗯，就是就說的比較大一點哦，就是別人說知命、認命、改命。

00:08:16 Speaker 1
你最後的改命，一定是在知命認命之前，知道自己，然後承認自己的過去，才能夠為未來做一些在自己能力範圍以內的調整，然後後面的生活才越亮堂啊！好了，說太多了。

00:08:28 Speaker 2
那今天內容的話呢，我這邊我提前好

00:08:42 Speaker 1
回到今天的一個分享。

00:08:45 Speaker 1
今天的內容會涉及到我們產品十一十二月的一些內容。這兩天我把之前的一些課件和內容進行了更新。在整個開始之前，回到我們銷售領域的銷售階段來說，我們現在很清楚每個學的東西要非常清晰知道它在什麼時候用，這個是非常重要的。

00:09:13 Speaker 1
你不管是學任何的，之前有聽課小朋友都知道，就是在一個傳統的銷售理論裡面來說，不管我們在做學的任何一個東西，它都是一個寶器，就是一個叫做武器一樣。那你不同階段的話呢，你面對不同的人，你要用不同的武器。那打比方說，在我們整個進入銷售流程之前，你會解決客戶為什麼要買保險，然後為什麼選擇香港，為什麼選擇香港保險，等這麼個路徑。你不可能說你先挑好了

00:09:44 Speaker 1
你這個路徑是一個正常的銷售路徑。你不可能說我一挑好了產品，就告訴客戶為什麼需要買保險，為什麼要去買保險？但是你在解決這個整個流程裡邊的話，哪一個最難，哪一個最值錢？第一個，為什麼要買保險？

00:10:01 Speaker 1
哪一個最不值錢？就是最最下面一個

00:10:03 Speaker 1
如何挑選產品？

00:10:05 Speaker 1
所以你在不同的場景，出現在客戶面前，你的價值就是不同的價值。

00:10:13 Speaker 1
我打比方說，如果說像以往的，我們做小紅書也好，或者做短視訊獲客也好，他們最主要解決什麼問題呢？解決的是最下面的問題，如何挑選產品。

00:10:25 Speaker 1
所以你從整個維度來看的話，大家就知道了。

00:10:28 Speaker 1
當我們整個流程裡面的話，如果說選擇的是最下面的一個

00:10:34 Speaker 1
最流程上面來說是最簡單的一個事情的話，那麼你作為一個理財師，它的價值就最低。

00:10:40 Speaker 1
那價值最低，因此被拋棄的速度是最快的。因此的話，為什麼說近期在網上它的返傭返的越來越多？因為你沒有價值，你只是只是一張表。那這樣的過程的話，客戶對你的需求就是信任度，然後包括說他的對你的專業理解都是為零。那麼你就只能通過一些返傭的方式才能夠解決，客戶到底夠不夠購買。

00:11:03 Speaker 1
如果說我們做客戶的過程中，你去經營客戶，然後去解決客戶的問題，你肯定是解決越高層次的問題，客戶對我們的信賴度和依賴度就會越高，專業度也會越高。例如第一個，為什麼要買保險？這才是最難的，而不是買哪一個。當然了，每一個步驟裡面都有它自己要學習的話題，我們也要學習這些技巧。你打比方說，為什麼要買保險？首先得認識這個人。

00:11:31 Speaker 1
對不對？你有機會跟別人聊為什麼要買保險吧？你得對他的家庭裡面狀況有了解了。你根據他的家庭狀況，根據他的一些生就是企業水準，然後資金等等，然後引導他最後選擇了這個工具。那你其實在這過程中已經解決了整個銷售裡面百分之七十到八十的難題。所以這個時候你是能夠獲得客戶的最大的忠誠以及理論上來說應該獲得最大的利潤的。當然拼命往下那為什麼是香港？為什麼香港保險？你只要在不同的維度的時候

00:12:04 Speaker 1
接入不同的客戶，那麼你的價值是完全不一樣的。所以的話呢，我們要非常清晰的是，我如果說我們把整個銷售當成一個流程，那你我們要很知道的是我們在哪個地方是缺失的。那如果說我們銷售未來就是呃，包做理財師也好，做銷售做理財師也好，那理財師也需要做做銷售。那這個板塊的話呢，我們需要去跟進的過程中，哪些部分是我們的弱項，那哪些部分是我們的強項？那弱項如何補？這個東西也是需要我們把整個鏈條補齊的，或者說我們不補，我們找別人合作。

00:12:35 Speaker 1
需要找什麼樣的人合作，也是需要補齊的。如果說你是一個非常厲害的社交型人才，那你肯定需要找那些在銷售流程後半段很厲害的人。如果說你是一個專業型人才，你是一個非常

00:12:51 Speaker 1
熱衷於一些專業研究和一些

00:12:54 Speaker 1
就是專業研究啊，或者說一些專業表達等等啊，這方面的一個人才，那麼你肯定是需要把前半前半段補齊。就回到兩個，今天剛剛開始一個能量場一樣，或者說我們所擅長的東西一樣。如果說你在前半段這社社交的領域對你來說是極極具消耗的，那麼你就需要找人來補齊這個點，你就跟別人合作，那這樣對你呢才真正的一個舒適圈。

00:13:18 Speaker 1
就不要舒適圈嘛，就是應該是能夠更大的發揮你擅長的地方的一個能力的一個圈子

00:13:24 Speaker 1
所以這個我們要清晰知道，就是客戶在什麼地方，我們在什麼地方。那這個過程中的話呢，那今天的內容就是說，當我們是完成了上面的所有東西以後，那我們此時此刻在見到客戶的過程中，如何給客戶推薦產品？但是我們也要很清晰，這個範這一個內容，是在整個銷售流程裡面最簡單的，為什麼簡單？因為你只要學就會

00:13:49 Speaker 1
只要學就會。上面的不一定學就能會，但是這個只要學就會，你花時間就有成果。最簡單，但是也必須要下苦功夫的東西，因為這是我們的基礎。OK，所以大家已經知道了這個武器怎麼用，它在什麼時候開始用？OK，那這裡的話呢，就是給大家去看一下接下來一些最近的一些產品的一些情況哈。

00:14:12 Speaker 1
我這裡是把我們市場上大部分產品，如果說小夥伴應該是有之前在二零二五年跟著我一起聽培訓的，應該有看到這張圖。這張圖每段時間我都會更新一點，這張圖是通過不同的提領方式，把產品都放在一起，我們可以去了解一下，大致瞭解一下我們在選產品的過程中，會選哪些，他們的一些基礎特性是什麼。這張圖我們總共是把我們現有的產品根據不同的提領方式

00:14:46 Speaker 1
然後呢進行一些管理哈。首先的話呢，可以看一下最左邊這裡

00:14:52 Speaker 1
你看我最左邊藍色地方，這是一筆錢，它的提領方式。一個典型就是領現金流，我們做一個標註，這裡是領現金流。然後再往下，零存整取，什麼叫零存整取呢？就是你可能是五年存，這個概念是銀行裡面出來的，就是你零花錢一樣，零存就是零零碎碎的存，為一次性取錢，叫零存整取這個意思。

00:15:19 Speaker 1
然後再往下的話就是整存整取，什麼意思？整存整取就是我一筆錢過，然後我一筆錢出。

00:15:26 Speaker 1
你看，最後的話呢，是我們說的其他功能。現在功能裡麵包括最佳養老社群、人民幣保單等等，很多細節。所以的話呢，我這個區分就是你可以看到市場上很多種怎麼去區分產品，怎麼瞭解產品。我這種區分的話呢，實際上就幫助大家，你要通過你跟客戶的溝通過程，客戶用錢的方式

00:15:47 Speaker 1
然後進行給客戶推薦產品。其實我覺得在這個維度上

00:15:51 Speaker 1
就是今天咱們呃有機會我們一起聽這個呃培訓的分享，在這個維度上，已經比大部分人在理解產品的層面呢，已經高了一個檔次了。

00:16:02 Speaker 1
如果說競爭對手只會拿一個五年級產品五六六五六七，但這個時候你會更深刻的通過對客戶的理解，他的用錢需求，然後針對他推出不同的產品，這就是你對產品的理解。我們先開始，如果用現金流的方式，現金流方式顧名思義就是現金流一樣，每個月、每天，或者有一些是每個月的，有一些是每年的，有一些是領取方式。首先我們看一下第一個。

00:16:32 Speaker 1
當然，這裡它不包括所有的產品，因為產品太多了，而且它更新又更迭的。但我一般挑的是，在這個領域裡邊，一般來說大家會諮詢量比較多的，我這樣來挑。當然，可能各位客戶你可能看到有其他產品後續你可以再補上去。但是呢，我這邊的話為了方便大家去檢索，因為我的目的不是為了大彙總。而是我的目的是讓大家知道，然後能夠挑出產品。這樣子的話我只會挑在這個領域相對來說大家諮詢量更多的。

00:17:03 Speaker 1
第一部分的話，就是一次性的，短期裡面交錢，就跟直接交錢一樣，顧名思義，短期交錢嘛，什麼躉繳，要麼兩年繳。你交錢以後，它產生什麼效果？能看到後面這個產品特色

00:17:18 Speaker 1
這裡，就是像前面兩個小，我再說小一點。我希望大家能夠把手機放大，你們放大，因為我這邊是為了大家畫面展示。

00:17:26 Speaker 1
那這樣子的話呢，例如說你是月月出息也好，然後包括說呃叫做優月儲蓄和這個叫駿呃嗯哎雋享雋享入息的這個產品也好哦，他們都是每月派息的，每可以選擇每月領錢的，而且是短年期裡短年期裡面就講完了。我打個比方說。

00:17:47 Speaker 1
像這個叫做有名的叫做優越儲蓄一樣，你一次性繳完，繳完以後它從第二年開始領，第二年是每月開始派息的。實際上它就非常適合那些需要月派息的客戶。當然還是那個點，我們領得快

00:18:05 Speaker 1
但是並不是說它收益就很高，但是呢，它就可能一直一直去領

00:18:10 Speaker 1
一直領，它就是適合一部分特定的一些群體

00:18:15 Speaker 1
對，喜歡。例如說，喜歡一些每個月領錢的群體，等等，大家是可以想象的。我們想象一下，我們身邊有沒有類似合適的群體？那他們有什麼特點呢？像我們的優越儲蓄一樣，它是兩年繳費，也可以直接一次性繳完。就等於繳完以後，它是第三年派息

00:18:33 Speaker 1
第三年開始啊，它不是第三年末，直接是第三年，就是第二年末開始派息。然後呢，美元可以去派，它派的話呢，是相當於總保費的百分之五。

00:18:44 Speaker 1
就它的年派息相當於保費，但是它按照月派出來，簡簡單說一保費

00:18:49 Speaker 1
就是每個月派保費的5%

00:18:51 Speaker 1
每月派五萬，派的話再把這五萬塊錢除以十二，就是他客戶可以每個月領到的錢，就這麼來派的。那還有一些非保證的週年紅利等等，是這樣來的。然後還有月月出息，它也是這樣子派息，它是保證派的話大概是2.3%，就是什麼意思？如果同樣給你五萬塊錢的話，其中有2.3%是保證可以派出來的，剩下的約等於4.9%左右，剩下錢是非保證出來的。那它每個都情形不一樣。

00:19:22 Speaker 1
然後還有說這個

00:19:24 Speaker 1
看像這個保誠的，它就是保證入息五十年，保證五十五年。就是為什麼保證入息？保證的話呢，是它如果說它提前掛了，它可以拿回剩下的錢嘛。但是它三年為例的話呢，保證是有一個點要被保證3%中，相對就保費4%。就是說，這其實這裡面的產品的話呢，它的花樣性還是比較多的。那打比方說，你的保證能給你多久？那這裡就是有一種方式，這我能保證領取多久？

00:19:54 Speaker 1
這個點就是如果說我保證領取十年、二十年、三十年，那如果說你在這過程中客戶過程中離開了，那麼剩下的錢是要還給他的，就大概是這個意思。但也有些領取的方式它是沒有這種保證，我是保證派發。

00:20:08 Speaker 1
它就保證派發，那像的話呢，看它保證比較少，像保誠產品，它1%，剩下的3%是非保證的，可是它又是保證你付息五十年哦，所以這個東西你說要做一個完全的橫向對比，它是很難。但是我們知道一下，如果說我們需要年

00:20:26 Speaker 1
每個月領錢的產品，有哪一些可以選？就是存錢進去以後，每個月領的大概就是這個產品。平均收益率的話，實際上大概三到四個點左右。我說IRR的話，其實它並不非常高，因為你領得快。

00:20:43 Speaker 1
第二個話題呢，是一邊交錢一邊領錢是什麼意思。就是一邊交一邊領，你原本這個產品是五年六年，但是從第二年或第三年就可以領錢了。像這種產品的話，市場上會主要搭配一個小年金配高階醫療的方式，以單養單，大家可以知道一下。那以單養單就是領取的相對比較穩定一點，然後你就可以配一個高階醫療，這個配這部分出來的錢就可以直接用到高階醫療裡面。這裡就有些內容

00:21:12 Speaker 1
像這種產品一樣，像摯享尊二五年期繳費，第二年可以開始領取的

00:21:18 Speaker 1
第二年開始領取，五年期繳費第二年開始領取。對，你可以不領，可以積存生息。那單領的情況下的話呢，你看。

00:21:25 Speaker 1
約為本金就保費的百分之二到三，其實也年領，每一年保證領取，其實也不是說非常非常高。畢竟你這種產品線

00:21:34 Speaker 1
它只適合一部分想領取的客戶，還是那個點，也適合一部分想領。我們也可以結合一下，在跟客戶溝通的過程中，如何去銷售這個點，等於是你自己給自己養了一家公司。這家公司的話，從你給錢那一刻開始，就開始給我們每個月發工資，這個也是一個觀點，大家可以去感受一下，可能會比較適合一些小存錢的客戶。

00:22:01 Speaker 1
因為一個養老金的話，後面會專門有針對養老金的產品，他們的設計理念是不一樣的。養老金它會是以活到活多久，要領多長，這才是養老金的意義嘛。像這種產品的話，往往不是，它只是說，你看，像這種產品，像例如說我們愛無憂，愛無憂不一樣。它是前二十年保證派發二點五

00:22:21 Speaker 1
保的保額約等於兩到三之間的本金，也就是兩到三的本金。這二十年之後就保證派發是二點一的保額

00:22:32 Speaker 1
然後等，看這它這個這個領取的內容會比較複雜的

00:22:37 Speaker 1
就是對相對來說複雜一點。然後呢，還有一些保誠的息享人生也是這種的。所以簡簡單來說的話呢，哈，當然我們可以先。大概的先了解產品，當我們具體有客戶的形態的時候，我們再可以去認真去去去把這個產品吃透，還也不遲的。那如果說我們的客戶他是比較注

重現金流的，他不是說我存了一筆錢我就放十五十到二十年十五年我不動的，那這種時候的話呢，那我們就可以考慮是如果是。

00:23:07 Speaker 1
給他供了五年，那麼也可以看一下紅利的赤霞珠二優和息享人生。就我們理解這個點可以了。當有了客戶以後，再把這個以上的產品完整瞧出來，那個時候大家一看就非常的清楚，因為有客戶了吧。在你沒客戶的情況下跟大家在聊，大家只聽一聽就很快就忘記了。再往下走的話就是我們常見的一些產品了。看這個在中間這個部分，相信大家已經是非常熟悉的，就比較熟悉的，就是我們正常的一些兩年期的產品。那兩年期產品線的話

00:23:38 Speaker 1
它有層不一樣的地方，就是一般來說看上面的，我們上面的看產品，我們主要挑什麼？保證部分很高

00:23:46 Speaker 1
它的領取也是比較快的領取。那這個內容的話呢，實際上就是儲蓄分紅險的變異款，就是你放在以前來說，大家是知道的是那個誰那個。

00:23:57 Speaker 1
二零二四年周大福那個產品五六七出來以後，那後面的產品就變成這種形態，就是等於長險短做嘛。那短做以後呢，也是產生一種

00:24:07 Speaker 1
叫什麼呢？就是這種產品形態了。那這裡的話都是目前市場上賣的比較多的兩年期產品。那周大福的飛揚八八，然後像近期的這個Super Star，就是那個安達的叫傳承首創多元貨幣，真的Super Star。後面給大家看才知道為什麼它那麼誇張。等等，這裡上面有這些的話，後面也有跟進寫的這些什麼二三五、二四五、二二五六、二八九的嘛？大家大概這個都已經瞭解的，我就不做贅述了。

00:24:38 Speaker 1
但是我們要理解一下，它這個產品跟我們上面的產品有什麼區別？

00:24:43 Speaker 1
這個產品本來就是儲蓄分紅險

00:24:47 Speaker 1
然後儲蓄分紅險過程中的話，我們只是把它長險短做，那它我們領的很多錢，都是從分紅裡面領出來的。

00:24:57 Speaker 1
上面的話，我們上面的產品設計本身就是為了讓你領錢用的。

00:25:02 Speaker 1
那這樣子的話呢，它有很多保證的部分。那你說我們下面

00:25:06 Speaker 1
二二六一樣，就是像周大福二二六，它有沒有保證的？沒有任何一分是保證

00:25:13 Speaker 1
這個錢就是我們領了，那有可能如果說它未來實現率不好，這個保單就可能沒剩下多少錢了。

00:25:21 Speaker 1
所以在這個點上它是完全不同的一個產品形態。我們跟客戶去聊的時候，怎麼去解釋這種產品形態？就是很簡單，回到了它這個產品的設計裡面去。

00:25:32 Speaker 1
它設計為了讓你領的，那麼它不會給你很高的投資

00:25:36 Speaker 1
就是它不會給你很高的投資回報。但是呢

00:25:40 Speaker 1
保險公司在做投資的過程中，它的

00:25:43 Speaker 1
他的投資組合，他投資的資產就肯定是偏向於一些更加穩健的，但是收益沒有那麼高，但是更加穩健。

00:25:52 Speaker 1
那如果你去拿一個長險的，它本來就說給你是一個，二十七年之後

00:25:59 Speaker 1
它的六點五複利的這種產品，我們做的前提，我們客戶有可能會遇到的是長險短做。這個產品本來就投一些比較長年期的一些投資物，可能是一些專案，可能是投一個專案，本來要放個十年二十年的，可是我們提前領了，這樣子有可能會導致這個產品線未來實現率就是並沒有那麼好看，等等都有可能。所以這個點上我覺得可以從不同的維度可以跟客戶去解釋這個產品線是怎樣子的，那我們可以根據客戶的需求做個搭配。

00:26:31 Speaker 1
這個也可以深入瞭解了。我們再往下走。

00:26:34 Speaker 1
再往下走的話，就是在這個欄目裡面，就是我們所熟悉的五年期產品。那為什麼也是放在現金流這個板塊呢？因為還是那個點，五六六五六七。所以話說回來，這個我不做贅述了，這個都是市場上大家每個都聽過的。那額外的話，我自己會做了一個標記。

00:26:51 Speaker 1
這裡大家可以看一看。

00:26:54 Speaker 1
就是在從產品方面上來說的話呢，當然產品說的越來越誇張，但是一些更誇張的一些東西，我們得知道。就我們說五六六五六七，之前我們已經非常熟悉的，現在整了一個五五七出來

00:27:07 Speaker 1
那這三家是可以做到五五七的，安盛的盛利二複復位的譽天下，然後是大嶽小匠人心的摯悅八八

00:27:16 Speaker 1
對，這些都是可以做到五五七，就越來越誇張。

00:27:20 Speaker 1
然後我們只需要知道一下，如果說你是真的，如果說我們單單從這個鐵粉的角度來說，你作為一個客戶，你這四個產品你一推，其實也知道你要推哪個產品了。

00:27:30 Speaker 1
所以這個其實它也是給了我們一個方向。那我們針對不同的客戶，我們給他推不同產品的時候

00:27:37 Speaker 1
真的要打這個高提領的時候，這個時候安信的盛利就特別突出。

00:27:45 Speaker 1
這個在常見產品我就不多贅述了，講一些我們現在平時會遇到比較少的，就是這比較少的。第三的話再看一下我們的六十年以後每月領取養老金

00:27:57 Speaker 1
每月領取養老金。這個板塊的話呢，實際上對於整個香港來說，它其實並沒有那麼強。

00:28:05 Speaker 1
為什麼來講哦？因為

00:28:07 Speaker 1
整體的，就是年金這個板塊呀，對於對於整個香港來說的話呢，它並不是一個非常吃香的一個產品。

00:28:16 Speaker 1
我覺得它主要還是因為大家的理念不一樣，大家可能又面對的一些金融市場不一樣。

00:28:23 Speaker 1
那你說在國內的話呢，可能大家的金融市場並沒有那麼豐富，就是就是我們可以可投的一些物品、可投的環境沒那麼豐富。同時的話呢，我們相對來說我們老一輩起來了啊，等等這麼這麼一這麼一些具體的社會環境的一些原因，我們會覺得啊，如果說老了以後有每個月有錢領，是活到老領到老是非常非常好的一個狀態。那這個時候呢，就滋生了這個產品。那在香港這種產品的話呢，其實在我就是至少在我在二零二在二零二四的時候

00:28:56 Speaker 1
在這個萬通出來之後，其實我會覺得香港是基本上大家都不怎麼提倡這種養老年金的。

00:29:03 Speaker 1
但是因為畢竟我們身邊很多客戶還是內地的嘛，所以說它也是很很棒的。那我們也要了解

一下。那除了我們儲蓄分紅險之外，我們可以買其他的的一些險種。

00:29:13 Speaker 1
走養老年金這個板塊的話，我們看一下。太平洋的頤養天年這個產品，它的預期有四點二，保證部分是二點五。其實這個產品目前在年金板塊裡面，它的保證部分是最高的，而且它完全保證領取二十二到二十五年。然後有不同的年齡，可以領取的時間也不同。我們簡單來說，你只要記住一點，有這個產品，你只要看圖片就知道有這個產品。

00:29:45 Speaker 1
它其他其中有個特點是什麼呢？它的保證部分是最高的，OK了。剩下的話呢，就具體有了客戶的聊的時候，再把這個計劃書做出來就可以了。所以我們需要的是瞭解一些它的產品特點。第二的話是萬通，萬通的這個富饒萬家就是萬通在這一個板塊的話，它一直以來都是比較好的，就是都是比較推崇的，就是這種年金的方式。

00:30:11 Speaker 1
它包括說它是有十二種的年金領取方式啊，像你。

00:30:15 Speaker 1
五年領就是十年，就十年領，十五年領，二十年，二十五年領，然後每月領，然後前面領的多，後面領的少，等等等，有很多種方式。它在這個年金板塊的領取方式裡面是目前最豐富的。然後，但是它的主要的一個點的話，還是由儲蓄分紅險變異出來的。那它的主要方式，你看我後面有寫，它是叫先攢後領。這什麼叫先攢後領的？就是我會認為

00:30:41 Speaker 1
它是需要一個攢的時間。

00:30:44 Speaker 1
他可能領的會比較多

00:30:46 Speaker 1
那你前面的話呢，會比較相對來說比較適合，可能你是四十歲或者四十五歲

00:30:52 Speaker 1
你我們買了以後，我們等到六十歲的時候用，那這中間的過程中，五年、十年、十多年的時間裡面，就是攢的這個時間啊，這個時候其實我覺得這樣子它的發揮的效益更好。那你說

00:31:05 Speaker 1
就就是就是我就是相對於說，相對於下面這三種，為什麼下三種？這三種的話呢

00:31:12 Speaker 1
它就是。

00:31:13 Speaker 1
可以直接領

00:31:15 Speaker 1
我買完之後我就馬上領，跟六週像中銀一樣，什麼叫非銀即享

00:31:21 Speaker 1
立刻就能享用了年紀。所以這裡的話，雖然說同樣是作為一個養老年金這個板塊，那它的一些用處是不一樣的，有一些是如果我們比較年輕點的，我覺得可以考慮萬通安達。

00:31:36 Speaker 1
如果說現在已經上了年紀了，說還有個五年，我要退休了，那我覺得你可以看一下中銀永明、永明這幾個產品。這裡來一下，大家發現看到沒有？這裡雖然說是養老年金，這個呢，它也是你投了以後就能夠去領。那跟我們上面這些有什麼比較大的區別？大家也知道一下。

00:31:58 Speaker 1
其實區別是哪裡？它的產品型很像

00:32:02 Speaker 1
它最大的區別的話呢，是因為。

00:32:04 Speaker 1
保司的定位不一樣

00:32:07 Speaker 1
就是如果說你去拿了這個即享年金這個產品出來的話呢

00:32:12 Speaker 1
你是能夠拿到保司的小冊子，它本來就宣傳的是養老年金這個方向

00:32:17 Speaker 1
是這麼來的。你的整個宣傳物料它是往這個方向的，那你上面的話呢，它就會更加像什麼，就是月月出息一樣，這個產品更像你買了一個理財，然後每個月給你一分紅。

00:32:31 Speaker 1
一些誒，利息，它的整個宣傳方向的話呢，偏中產

00:32:36 Speaker 1
對，就這麼理解。你說，相對於我們能夠看懂一些產品的重點來說，它並沒有說一個什麼太大的區別，或者收益上太大區別。羊毛出在羊身上，可能這個產品收益很高，另外產品收益很低，可能。只不過說它的宣傳物料，它是往哪個方向走，它是主打哪個市場，可能都是同樣的養，但是不一樣的市場。那這些的話呢，就是養老年金市場。在這個頁面裡面的話，我們主要分成幾個點。我們知道的第一是，如果說我們的養老年金

00:33:07 Speaker 1
我希望的是保證高一點點，然後客戶安心點，可以看一下頤養天年。

00:33:12 Speaker 1
如果的話呢，客戶比較年輕點，大概是三十四十歲左右，他有一個可以先攢後領，這個攢

的時間，那麼可以看一下富饒萬家和安達的安心退休。

00:33:23 Speaker 1
那如果這個客戶上了年紀了，可能就五十五歲、六十歲了，我買完之後看又像這種產品一樣，來這個。

00:33:30 Speaker 1
零積累期

00:33:32 Speaker 1
什麼叫零積累期？

00:33:34 Speaker 1
就是你把錢一給

00:33:35 Speaker 1
第二年馬上就可以領的，叫零積累期。

00:33:39 Speaker 1
那這個時候呢，你看這這後面就有寫哈，就是我這裡表格裡面就有寫，如果零積累期的話呢，它是保證可以拿到四點二的

00:33:51 Speaker 1
打比方說一百萬

00:33:54 Speaker 1
一年可以拿到四萬二的錢，再除以十二個月。就這個意思。

00:34:02 Speaker 1
如果他在第八個保單年度再開始領

00:34:06 Speaker 1
說要從第八個保單年度的話呢，它就會增加一個叫做非保證的入息，就是二點四。那這個時候的合計就變成了六點六。

00:34:18 Speaker 1
其實你這樣產品在看起來，我覺得還是挺，我就是我這樣看起來，其實產品還挺不錯的。

00:34:23 Speaker 1
但是因為它領的錢，那我們不，因為你領的都是你自己的本金嘛，大家可以理解。

00:34:28 Speaker 1
但是如果說我們實際算的IRR的話，大概就是五左右

00:34:33 Speaker 1
就是五左右。所以大家怎麼去理解這個產品？就是，畢竟是領錢，其實它領錢的邏輯的話呢，就跟我們之前如果說有賣那個那個什麼，

00:34:42 Speaker 1
中國人壽的傲龍

00:34:44 Speaker 1
傲龍傳承啊，就是澳，反正就那個美式分紅那個

00:34:49 Speaker 1
它的IRR也是五點幾。所以這麼理解，只要你去領的錢，它的IRR，它的複利大概都在五左右，五上下，因為這個才是一個比較合理的產品設計標準

00:35:00 Speaker 1
所以像這種能領錢的

00:35:03 Speaker 1
IRR都在五左右，只不過剩下的只剩下這些的話呢，是如何的變化，如何的去把這個錢

00:35:10 Speaker 1
讓客戶感覺領了很多，保險公司自己又不虧本的情況下

00:35:17 Speaker 1
那其中的話呢，在這個在這個裡邊的話呢，像這個叫做。

00:35:24 Speaker 1
享悅對，叫享悅即享年金，就是永明，就永明的。它這個產品的話呢，它就是有點有意思，比方是，它是年金的，越晚投保，保證度越高。這個東西還是比較有意思

00:35:39 Speaker 1
越晚投保的保證的越高。它為什麼這樣做？實際上還是那個點，你投的東西都是自己領自己的錢，都是自己的錢。

00:35:48 Speaker 1
你想想

00:35:50 Speaker 1
就是如果說我一百萬。

00:35:52 Speaker 1
我每年領五萬塊錢

00:35:54 Speaker 1
我單單我的本金我都可以領二十年

00:35:58 Speaker 1
二五一十吧。說你領的錢都是自己的錢，他把你剩下的錢拿來投資，投資以後過一定年限以後再給你領更多的錢。然後當然你在不斷領的過程當中，它的退保價值也是緩慢增長。

00:36:17 Speaker 1
對，但最後的IRR的話呢，你把這兩個加起來，IRR就在五左右，只不過客戶的本金是不一

樣哈

00:36:23 Speaker 1
實際上我們已經知道了，如果客戶是有意識去做養老年金的，不管怎樣，我們說的養老年金主要PK的物件都是國內的險種，並不是境外的。因為這些年金在境外銷售其實並不樂觀。但對於國內的一些險種來說，就形成了非常大的降維打擊。哪怕你先拿現在境內的一些年金險，它的IRR大概還在三點五左右，三三到三點五。

00:36:54 Speaker 1
你拿一個預期IRR五個點的出去跟他們PK，其實也是很高很高的，所以這個部分的話大家也可以分析一下。

00:37:01 Speaker 1
那我們到了整個盤的第二部分，就是零存整取。就是我們五年期就可以，它可以幫我們包裝成是怎樣的？是每個月存點錢，存點錢之後，到了一定年份，我們一次性取出來。也取出來，就這個點。那像這種產品的話，實際上就很多

00:37:21 Speaker 1
五年期的，其實這個產品就比較適合什麼？就是我們經常做的那種保費融資的產品。

00:37:26 Speaker 1
為什麼？因為保費融資的產品，它本身設計就是讓你在第九年、第十年的時候一次性取出來。

00:37:36 Speaker 1
就這麼些，變變成的是

00:37:38 Speaker 1
常年就是五年期交的，適合保費融資的產品。對，因為它這種產品，它就是在十年以後設計給你，讓你推保，所以可以看到的話，看這些產品都有，就是富饒傳承、中銀人壽。那為什麼做這個產品？因為這個是五年期的，比較適合我們的分類零存整取，不是一筆錢過，我們是每年交錢，然後五年取出來。那平均的話，它的IRR的話，就大概是四點八到五點之間。

00:38:10 Speaker 1
就最近的話，這個安達代表還是這個。這個傳承很誇張，它目前是市場上最高最高的，後面可以看到它。

00:38:18 Speaker 1
那在第五年、在第十年退保的話，複利也是在五點左右，五點上下這麼去理解。

00:38:27 Speaker 1
這樣的話呢，還有就是說分批的領取方式，那這裡的話呢，也也是五年繳，然後第十五年以後取

00:38:35 Speaker 1
也就是如果說五年繳，你要在第十年去，那麼這些。比較適合保費融資的產品，我覺得是

比較OK的，因為它這種產品，它本來是你這個時候給你買

00:38:45 Speaker 1
現在也可以退保。如果說你要設計是十五年以後再領取，那實際上我們正常做的儲蓄分紅險的所有儲蓄分紅險都合適的了。他們的設計就是為了在十五年以後提領，或者是二十年以後使用的。所以來看一下的話，各家的保司主流的儲蓄分紅險都是沒問題的。所以這裡就不做贅述。其中寫了幾個有意思的一些內容，例如這個安達這個目前市場上最逆天的產品，同時的話

00:39:16 Speaker 1
還有一些新產品，就是蘇黎世的

00:39:19 Speaker 1
大家看一下二十年IRR是在六點四九，是不錯的。然後還有說太平等等，這有這後面標記那些的話呢，近期他的一些產品，這些都是很多是新出的產品，它是攻擊性很強的。

00:39:34 Speaker 1
比較激進的寫在後邊。到時候我們選的時候可以多看一眼。

00:39:40 Speaker 1
好，再往下走的話就是我們美式分紅產品了。

00:39:44 Speaker 1
美式分紅的話呢，就是我們說的高保證一點點的，然後是在第五年繳費，然後第也是第十五年我取的。那這裡的話呢，就總結來說是

00:39:55 Speaker 1
你看，簡單來說是它保證比較高一點

00:39:58 Speaker 1
就是。在， i在它的IRR會少一點的情況下，它的保證高一點點，

00:40:05 Speaker 1
就這麼理解啊，不多贅講。

00:40:08 Speaker 1
但是最近的話，我覺得也是被它打敗了

00:40:12 Speaker 1
像以前我們做這個表格的時候，這種產品是有比較大的區分，美式分紅跟英式分紅比較大的區分。一般講到美式分紅，要麼就是真美式，就是每年把錢分出來那種，每年大概多少錢分出來。有一些的話呢

00:40:32 Speaker 1
保司的說法是我按照美式分紅的方式進行投資，但是我的錢會留存到我的賬戶裡面，所以看起來說是美式分紅，實際上的話其實也是跟英式很像，但是它表達在表達。

00:40:45 Speaker 1
那一般這種產品的話，它的一個特性是它的保證會相對更高一點，就是你比起一直分紅會更高一點。

00:40:52 Speaker 1
那這樣子比較就是比較代表做在簡悅這種減簡愛延續，還有這種安悅進這種產品是一樣，它的相對來說它的保證的部分會高一點點，就是比起我們正常那些產品，大家可以看一下

00:41:07 Speaker 1
因為一般來說，像那個。

00:41:11 Speaker 1
早年期的產品在過程中，它的保就是我們說英式分紅裡面，它的保證一旦到了保費以後，到達保費以後，它基本上不做增長，或者說佔比越來越少了。但是這個產品不是的，會而且它持續增長。

00:41:24 Speaker 1
這種零存整取的內容的話，我們可以知道一個點，總結什麼地方，就是如果說我們遇到一些客戶

00:41:31 Speaker 1
他們需要一種產品線，那產品線的話，我們想打一些相對保證比較高一點，但是相對比較靠譜一點的。就不是說我給你什麼六點五呀，誇得天花亂墜。但是我希望拿到手還是我自己的，那可以去看一些美式分紅的產品，高保證一點點的美式分紅產品。

00:41:51 Speaker 1
那往下走的話呢，就是我們的整存整取。什麼整存整取呢？就是簡單來說，就是一筆過

00:41:58 Speaker 1
一筆過的情況下分了很多種。第一話是一筆過，我要保證高一點的，就是幾個，大家看一下，一筆過啊，保證高一點。

00:42:07 Speaker 1
比如說是萬通的四點三。

00:42:10 Speaker 1
然後五年退保，保證IRR四點三，還可以高一點。然後還有這個叫做新安逸，新安逸的話它是二十五年的產品，它保證IRR三點四四，它時間會比較長。

00:42:24 Speaker 1
然後還有這個致富

00:42:27 Speaker 1
智富豐裕

00:42:30 Speaker 1
這個好像我寫錯了，不是這個名字，大家可以看一下是不是這個名字。這個也是最近新出

的，因為我是昨天加進去的。它是上週才新出的，這個產品大概是在三點六五左右，三十年退保保證三點五五，它還有一點點分紅，大概可以到三點，預期的話是三點六五。這個產品適合做什麼？實際上就是為了收那些曾經在二零一九年的時候喜歡做儲蓄型的人。

00:43:07 Speaker 1
那些內內地的客戶，就是那個什麼三點三點五啊，就是正複利增額終身壽三點五的時候，那你實際上的話，你這客戶如果說真的看中這種這種產品型別

00:43:17 Speaker 1
你保證的IRR保證IRR三點五五，對，其實很誇張了。所以這個就是有適應的群體，適應的是那些裡面比較適合保證的一些客戶啊。

00:43:28 Speaker 1
再最最下面的話，就是五年期的產品，它不是長年期的，只有五年期的產品，它的IRR是去到五點零一，大家可以看一下，叫智選保一條的。

00:43:44 Speaker 1
那還有一點，還有一些的話呢是

00:43:46 Speaker 1
幾乎保證是什麼意思呢？就是它的產品線裡面除了純保證以外，還有一點點分紅。這裡面也有一些產品線出來，大家可以看一下，就是不做追繳的，這些資料。

00:43:59 Speaker 1
其實這跟上面那個已經有點類似了，只不過下面那個它是有更

00:44:04 Speaker 1
也就是說，也是短年期，但是它有一些分紅在裡面

00:44:08 Speaker 1
做一下產品線的補充。

00:44:10 Speaker 1
再往下走的話，是存一筆定期的錢，然後十年之後收益更高。這個時候，這個產品線變成這樣子。

00:44:19 Speaker 1
那個內容的話，就是我們所說的那種叫做

00:44:26 Speaker 1
這些產品都是我們常賣的那種

00:44:29 Speaker 1
叫那個。

00:44:31 Speaker 1
保費融資產品，還是那個點，你只要涉及到你十年推出的，就是保費融資產品，而且你需要保證比較高點的，都是接比較合適的。

00:44:40 Speaker 1
對，如果說客戶想要做一筆過，那同時的話呢，他的在第十年裡面就要退出，那同時收益也不錯，保證比較高，就是保費融資產品就可以了。那像打比方說

00:44:52 Speaker 1
像安盛一樣，摯尚贏家。

00:44:58 Speaker 1
你看一下，首日退保就是有現價的百分之八十一，所以首日現價是百分之八十一。

00:45:05 Speaker 1
所以這個是很高的，等於是一百萬進去八十一萬都是已經寫在保單裡面的是保證的

00:45:14 Speaker 1
那其中的話呢，第五年的回本，然後呢預期第就是保本是五年，預期就四年就回本了，它回本速度也非常快，幾年回本，然後呢它十年的安它長期IRR可以需要四點四五。

00:45:28 Speaker 1
所以這種產品型別的話，它會適合一些一筆過

00:45:31 Speaker 1
然後第十年要拿錢，剩下還有這些

00:45:36 Speaker 1
這些都是保費融資這產品，所以我就做贅述了。你只要涉及到存錢十年拿走，其實都是比較適合這個產品狀態的。來，通過表格就能搜尋到。最後的話，可以看到一些其他功能的產品。其他功能產品的話，涉及什麼對接養老社群，就太平太平洋國壽。在雋雅老師的群裡面，就能實現支付，就是你的錢從你的賬戶裡面直接扣，直接他們公司內部劃轉

00:46:07 Speaker 1
我們不需要操心把錢從境外拿到境內去扣除這些每個月的養老，就是高階社群的那些每個月的月月費。那就是有太保、太平，目前是比較實現的支付，會比較快一點。我知道一下

00:46:21 Speaker 1
然後還有一些傳統的分紅型產品，這些又做了一個分類。

00:46:28 Speaker 1
美式分紅產品

00:46:29 Speaker 1
我們最主要要講的是什麼？就是我們說的人民幣保單。因為近期其實市場上也有不少在聊人民幣保單。

00:46:36 Speaker 1
這裡我們會看到，例如說我們太保的世代鑫享有人民幣保單，國壽的澳龍傲瓏盛世

00:46:44 Speaker 1
安盛的摯匯也有人民幣保單，還有我們的星火尊享，他們都有人民幣。

00:46:51 Speaker 1
要總結去呢？

00:46:53 Speaker 1
嗯，哎

00:46:55 Speaker 1
好。那這裡的話呢，我會給他做了一些那個總結。下面是後面是一些總結。簡單來說，簡單來說哈

00:47:03 Speaker 1
如果說我們去做這種人民幣保單

00:47:08 Speaker 1
他要提取的情況下

00:47:11 Speaker 1
提取的情況下是星火尊享最優提取。

00:47:21 Speaker 1
如果說呢，我們是要放著。中期要取的話呢，摯匯最優；如果我們放著不取的情況下

00:47:30 Speaker 1
傲瓏盛世是最優。

00:47:33 Speaker 1
就是這麼一個總結

00:47:37 Speaker 1
就是人民幣保單。如果我們要提取

00:47:40 Speaker 1
我們需要把這筆錢放了以後，然後呢，我們是每個月，它是按照怎麼來說呢，就是按照每個或者每年等等，我們要計劃去提取，那麼就選擇永明。

00:47:54 Speaker 1
對

00:47:55 Speaker 1
求穩選擇安盛，要長期不領，那麼選擇國壽。

00:48:00 Speaker 1
這是總結了

00:48:02 Speaker 1
因為其實但但但是你實際上對真正的對比下來，它是大差不差的。大家也可以看一下

00:48:08 Speaker 1
你說我三十年期的六點三跟六點二跟六點三

00:48:11 Speaker 1
它是一個六點三二和六點三一

00:48:15 Speaker 1
所以一個產品形態，你到了PK到選到最後的時候，它這個產品為什麼沒有什麼

00:48:20 Speaker 1
就基本上還是靠感覺去賣了。

00:48:23 Speaker 1
所以這個很大的區別，它沒有存存在很大很大一個區別。但是你如果說你一定要說分一個勝負的話，那麼它就勝負了啊！最優三十年

00:48:33 Speaker 1
好，前這個頁面的話呢，就這麼使用。它主要是通過了我們對客戶的現金流的方式，以及對這次存錢的一個概念，然後呢進行一個選取，然後呢進行我們就是有個類似導航一樣，我們可以找到我們可能比較想要的產品。

00:48:49 Speaker 1
那第二的話呢，這裡就是給一個產品一覽表。那這一覽表的話呢，就更加簡單一點了，就是近期的時候大家或者問的比較多的、看的比較多的或諮詢比較多的一些產品，或一些特點的產品，給大家做一個總結。

00:49:05 Speaker 1
大家可以看一下，我跟大家過一下。

00:49:08 Speaker 1
我們第一個說的是友邦的財富盈家，簡單一句話總結就是躉繳之王。

00:49:17 Speaker 1
你就找他就好了。然後呢，它有一些

00:49:21 Speaker 1
後邊一些特點，大家可以看一下

00:49:24 Speaker 1
我就不一個個唸了。那摯匯的話呢，叫全能王者

00:49:28 Speaker 1
可能在單一取向，它是單一專案靜態對比的，或者說都有些比較好的地方，但是呢，它是全能比較OK的。你說，相對來說，它的提取和靜態收益是什麼意思？就是我們放在那裡不動，它的收益。靜態收益和提領收益分兩種，一是領錢的收益，不領錢的時候收益，他們都有的比較好，但是呢，它是屬於六邊形戰士。

00:49:56 Speaker 1
都是

00:50:00 Speaker 1
就是一定要在高個裡面拔尖，就這個這個這感覺一樣

00:50:04 Speaker 1
然後我們說的盈聚天下，它的收益增速比較快，星火尊享也是個全能型選手

00:50:11 Speaker 1
沒有什麼明顯的弱點。

00:50:14 Speaker 1
其實這個產品到最後的時候基本上差不多了。那個富饒萬家，富饒萬家的話剛剛講的是養老，就是剛才提到的，它實際上主打這個養老方向。我覺得在細分領域裡面，我覺得還是挺棒的。大家打了比較全部收益，它主要打這邊東西的話，它還有一些記憶點。

00:50:31 Speaker 1
然後星火傳承，星火傳承的話呢，它是靜態收益第一梯隊哈，就是還行，就只能說現在來說的星火傳承看起來還行

00:50:40 Speaker 1
因為你畢竟還有更多的一些產品出來了。

00:50:44 Speaker 1
你看沒有？

00:50:45 Speaker 1
你大概看一下就可以了。噹噹真的一個表格出來以後，看收益

00:50:51 Speaker 1
你會發現其實這個這個產品變得後來越來越無趣，就收益、收益、收益，它只剩收益了，啥也沒有

00:51:00 Speaker 1
又是收益。

00:51:02 Speaker 1
那這幾個產品其實它它都都是一個產品線。那其實我覺得最後的銷售啊，根本就不是比這個資料的。那今天只是為了讓大家去做一個導航

00:51:11 Speaker 1
那知道一下。實際上的話，後面其實你在真正的銷售過程中，我們需要的是什麼？其實你這個客戶，不管你這些都是在我心目中，這些都是非常好的保司，他們都很努力做自己應該做的事情。

00:51:24 Speaker 1
我們只需要幫助客戶選到他心目中滿意的物件就可以了。但是這個物件是不是最好的物

件？不是

00:51:34 Speaker 1
你的我們的另外一半肯定不是世界上最好的另外一半，但是肯定是最適合的我們另外一半，也是一樣的。所以我們要知道的是，在銷售過程中，我們要怎麼去提取一些點進行銷售？可以。

00:51:47 Speaker 1
這裡的資料其實

00:51:49 Speaker 1
繼續吧，來繼續。

00:51:52 Speaker 1
我們知道一下可以了。那像這個巨集摯傳承一樣，目前前十五年排名第二，它為什麼排名第二呢？這個是以前是第一的，因為現在就被這個超越了。

00:52:07 Speaker 1
再繼續往下走，那還有紅智家，基本上都不錯的，最快登頂的，還有說智選寶等，這些都是一些小小的細節。

00:52:16 Speaker 1
大家覺得會，大家過一下可以。那我自己先額外要講一些什麼內容哦？就是在這個之前的話呢，要小夥伴在群裡面發一些內容，他會做一個產品的組合。那這裡的話呢，我也把這個組合就是補充了上去，大家可以知道一下這個組合的風這個風格是什麼意思？它就是拿我打個比方說。

00:52:37 Speaker 1
他呢是通過呢，我打比方，就是如果說客戶手上他只有一百萬美金

00:52:44 Speaker 1
他就買了一個中銀薪火傳承的保單

00:52:49 Speaker 1
他買了這個保單以後的話呢，再拿這個保單到中國銀行進行抵押

00:52:56 Speaker 1
抵押以後的話呢

00:52:57 Speaker 1
銀行會按照百分之八十五的首日現價來進行貸款。

00:53:03 Speaker 1
那一百萬的話，他貸款一百萬的總保費，他大概可以貸款六十八萬出來。

00:53:11 Speaker 1
那這個貸款的六十八萬出來的話，客戶肯定在這過程中就要給這個六十八萬

00:53:18 Speaker 1
叫什麼叫做這個利息，也給這個利息。

00:53:22 Speaker 1
然後呢，再把這個六十八萬的話呢，讓客戶把這個錢拿去買叫做智選。

00:53:31 Speaker 1
或者呢，這個世代新享和這個財富盈家

00:53:34 Speaker 1
它不同的產品，它有產生不同的效果，但它底層邏輯還是一樣的，就是通過保單質押，這保單質押不是融資，就是一些質押了，把那錢盤，就是也不叫盤活吧，它本來這個錢就是我有一百萬，當下買的盤活是已經買了很久的保單，它屬於

00:53:52 Speaker 1
這是一個魚兩吃的產品銷售形態，大家可以去理解一下。後續如果想要一些圖片，可以發給大家。網上看到很多人在發這個產品圖片。之前我有做過這個，我覺得這個是比較合適的。

00:54:06 Speaker 1
為什麼比較合適？

00:54:08 Speaker 1
因為你用呃中銀人壽的產品

00:54:12 Speaker 1
然後進行保單的質押，保險公司的銀行它貸款的期是五年

00:54:19 Speaker 1
而剛好呢這個智選是五年。

00:54:22 Speaker 1
就等於是你的客戶把那個錢從銀行提出來，然後放到這裡面，剛好也差不多是五年

00:54:30 Speaker 1
這個產品形態正在變成的是五年以後退保，五年以後把錢拿出來。

00:54:35 Speaker 1
那你不能說這個世代新享也好，你是這個財富盈家也好，它實際上都會面臨著未來你需要把這筆錢還回去的。你五年以後需要把這筆錢還給銀行。

00:54:46 Speaker 1
我覺得它並不是一個非常好的一個思路啊。當然，如果說客戶非常有錢，那就另當別論了。他本來就可以買的，那就不用說了

00:54:54 Speaker 1
多此一舉還要去貸款。所以我覺得這個我之前有推過這個這個方法，就是智選的方法。後面兩下面兩個，我覺得我自己覺得不太合適，大家我會指導一下。

00:55:05 Speaker 1
好，那這裡的話呢，就是會針對一些近期的產品，然後呢進行一些對比。

00:55:11 Speaker 1
那這個圖片的話呢，

00:55:13 Speaker 1
我們團隊小夥伴做的，其實這圖片的最主要的目的，就是為了告訴大家，最近安達出這個產品有多逆天

00:55:23 Speaker 1
它是逆天的。

00:55:24 Speaker 1
那這個產品，但這個圖片或者大家去大，大家可以自己去看哦。

00:55:28 Speaker 1
它最主要的內容是什麼地方？它是對比的維度是兩個，第一的話是現金價值

00:55:34 Speaker 1
什麼現金價值？就是這邊的一個現價。

00:55:38 Speaker 1
第二的話是那個。

00:55:41 Speaker 1
所以的話呢，你可以看得到是什麼？

00:55:43 Speaker 1
安達的安達這邊就是我們的左邊這裡看到這邊

00:55:50 Speaker 1
它不管是IRR就是現價這個板塊啊，就是太誇張了。

00:55:57 Speaker 1
現價和IRR都很誇張，

00:55:59 Speaker 1
就基本上可以說目前的拳能級選手

00:56:04 Speaker 1
拳能級選手

00:56:07 Speaker 1
來看一下。

00:56:10 Speaker 1
對這個就先不講了，反正就是既然我們之前用到了一些傳統對比表，就把所有產品放在一

起，然後對比一下數字就可以了。

00:56:17 Speaker 1
就因為這個表格，最後結論就是說，通過這個表格，你知道安達很誇張，安達新出的產品太太太逆天了。然後呢，不就把之前的一些產品都打下去了。

00:56:31 Speaker 1
這個產品大家可以簡單過一下可以，那回頭給大家可以一個看，因為你在網上看看也不清楚。

00:56:37 Speaker 1
OK。那這這些的話呢，就是這些呃，我們說的產品對比內容哦。那我們還是迴歸到我們最開始一點來，你說我們知道這東西以後的話呢，它能夠幫助我們什麼東西？它是幫助我們整個銷售流程的過程中，在最後去跟客戶交流的、去挑選產品的階段，會增加一些、增加一些我們的對產品的理解。

00:57:00 Speaker 1
但是呢，它不會決定客戶買不買。

00:57:02 Speaker 1
我們一定要知道這個內容，我們需要花多少心思和多少精力去去做。

00:57:08 Speaker 1
然後呢，其實最主要的我們一定要有自己的銷售邏輯。這個銷售邏輯是什麼東西？就是因為這個今天內容是我們團隊小夥伴他們說想要瞭解這個產品去做出來的。可是我自己在真正的銷售過程中，我基本上很少用這種對比圖。為什麼這種對比圖很少用？因為它是沒有意義的。

00:57:29 Speaker 1
你的產品要不斷地去更新。它幫助不了你的銷售邏輯。打比方說，如果你的銷售邏輯是通過對比這個I R來進行銷售的

00:57:38 Speaker 1
我覺得這個是最最淺顯的。就是在這個領域裡面，我說的在這個階段裡面，太過淺顯了。這客戶隨時可以跑

00:57:48 Speaker 1
因為他是也是沒有任何價值。

00:57:50 Speaker 1
我打個比方說

00:57:51 Speaker 1
我現在的話呢，因為時間剛好差不多結束了，我給大家我給大家是另外一塊的銷售方式

00:57:58 Speaker 1
另外一塊銷售方式，你也去感受一下。

00:58:05 Speaker 1
你看，現在就是我自己在做銷售過程中的話，我也會去有自己的一些銷售模板。那個模板裡面的話，就是我會去，當然大家都會有的，就是自己的明確客戶的需求，明確客戶的投資預期。然後呢，你會對客戶的一些偏好是很重要的

00:58:24 Speaker 1
這個是非常非常重要的。如果說客戶說不喜歡有保，那麼你就不要說有保很好。你看沒有？客戶的一個偏好就把你的整個銷售搞砸了。

00:58:34 Speaker 1
這個IRR的銷售邏輯就打沒了，所以我為什麼說這個它這種銷售這種對比產品對比圖它的意義不大，因為它其實都會被引導的。

00:58:44 Speaker 1
那我自己在用的一個銷售邏輯的話呢，首先就是購買的目的是我們先要清楚購買的目的，為什麼購買目的呢？你就會完全會會改變你的銷售語言

00:58:55 Speaker 1
給自己準備，給孩子準備，你是做資產

00:58:59 Speaker 1
為了那個什麼資產保全使用等等，你都會影響你的銷售語言。

00:59:05 Speaker 1
對。然後呢，接下來的話呢是你的投資預期。那你的投資預期的話呢，收益預期這個點的話呢，就會影響到你的產品的選擇。

00:59:13 Speaker 1
如果說你是

00:59:15 Speaker 1
他就是給小孩準備的，那你可能不會給他選擇十五年以下的產品。

00:59:19 Speaker 1
因為給自己準備的養老金，你可能根據他的歲數選擇產品。他這個投資預期、收益預期也是很重要。最後最關鍵的是對於保險公司的偏好。它直接就是加快了百分之五十的速度

00:59:38 Speaker 1
這個有偏好或有討厭東西，就是直接加快百分之五十的速度，而不是從零開始去跳。

00:59:44 Speaker 1
那在這個過程中的話呢

00:59:46 Speaker 1
你就會去跟客戶分享，你去分享的話怎麼分享？

00:59:52 Speaker 1
大家思考一下

00:59:53 Speaker 1
那隻能分享。然後拿著說，艾瑞卡，你把我這圖片給我，我拿這個圖片跟客戶分享

00:59:58 Speaker 1
那客戶看完之後頭都暈了，而且他這東西對他一點感覺都沒有。

01:00:02 Speaker 1
所以最後客戶購買的還是一種感覺，這個東西只是我們內部的學習，但是它對我們銷售有沒有太大的作用？還是沒有。它這個地圖就是簡單的一個地圖，但是對我們銷售當中沒有太大的作用。

01:00:14 Speaker 1
你在銷售過程中的話，你進入到的最後的領域，還是要有一套自己的銷售邏輯。銷售邏輯裡面的話，你跟客戶去推薦一個產品，首先你瞭解完前面的所有內容以後，這個時候你可以跟客戶去聊一些保險公司的一些資管和背景。你要知道為什麼聊資管和背景

01:00:33 Speaker 1
因為你聊的，就像我們要很清楚，我們做的每一步背後邏輯是什麼，背後原因是什麼。你聊資管就是為聊分紅儲蓄，就是聊資管能力，就是為了未來客戶問你的就是我的儲蓄分紅險能不能實現。

01:00:46 Speaker 1
你現在是為為未來的自己做鋪墊的

01:00:48 Speaker 1
你聊他的實力背景，就是解決一個保險公司安全性的的問題。

01:00:53 Speaker 1
你要知道這為什麼做這個事情

01:00:55 Speaker 1
還有，你聊那個歷史分紅目標，對，你也是會最後解決的，就是我的儲蓄，就是我的分紅目標能不能實現？

01:01:05 Speaker 1
對，你就知道哦，你當你很清晰地知道這個東西以後，你就知道這些事情都是你必須做的，而不是說，我看到很多銷售的小夥伴，這個公司很大的，你上網查一下就就有，或者說直接拷貝張圖，沒用的，客戶這樣是沒有體感的。

01:01:21 Speaker 1
他該問的還是問你，該走的路還得再走一遍。所以說你前面的東西做得紮實，後面客戶成交都很順暢。你前面做的不紮實，後面只要一成交的時候，客戶就會出現很多異議問題。

01:01:35 Speaker 1
所以是這麼來的。我們每個點上也要符合我們的一些銷售邏輯。我們簡單過一下。這個頁面其實我很久沒更新了，就是二零二二到二零二五年在用的一些內容，不過OK，更新下數值就可以了。

01:01:50 Speaker 1
其實在這個過程當中，你就會去向客戶介紹每一家保司。你每介紹一家保司的過程中，實際上就會根據你想推的保司，在語言上面做一些結構上的改變。

01:02:05 Speaker 1
你在推的過程中，你就不能說哇這個保司非常的棒，那個非常不棒。你可以一家一家去聊。打比方說

01:02:12 Speaker 1
如果說我想要推保誠，我就可能會著重的去跟客戶去聊

01:02:17 Speaker 1
為什麼保誠是什麼四地上市的公司？

01:02:21 Speaker 1
然後也可能會去跟保誠聊，曾經雖然說這是曾經是什麼大到不能倒的這些機構，但現在已經不是了。但是已經不需要講

01:02:33 Speaker 1
對啊，就是銷售，銷售還是一門藝術，藝術都不用那麼精確。

01:02:37 Speaker 1
所以這個東西也可以講。如果說你看，如果是我推薦有別的安盛，我可能會跟他說是他們萬億的公司

01:02:44 Speaker 1
那自然會跟他說萬億的公司。就是你會給客戶看，這個看的過程中的話呢，你會選擇來講。

01:02:51 Speaker 1
如果說我講其他公司

01:02:54 Speaker 1
我打比方說，我的目的是為了推安盛和永明，那麼我會不會講這個保誠紅利？但我可能也，但我們真的銷售，你可以就挑幾個，不需要跟那麼多。如果說你講保誠紅利，就是國壽這些公司，你的表達的最終目的是什麼？讓客戶知道香港有很多公司，有很多產品。然後香港的整個保險行業欣欣向榮

01:03:22 Speaker 1
就因此可以的。告訴他哇，你看這些公司都是很都是很久的，只有這麼只有這樣的公司才能夠在香港裡面進行存活，增加客戶對香港的一個自信心。但是你不會挑他們的優點來講，因為你會挑你想要這些小小的你你想要的公司的優點來講。

01:03:40 Speaker 1
要我就說我說

01:03:41 Speaker 1
安盛的時候，我經常我把它比喻成就是old money，是一個老錢。

01:03:46 Speaker 1
就是它的存在的話呢，有兩百多年的歷史，然後是就是在我們心目中就是跟個老錢一樣的

01:03:52 Speaker 1
就是那種

01:03:54 Speaker 1
存在兩百多年，然後看破了世事

01:03:57 Speaker 1
然後全球又很大那種，大家可以

01:04:00 Speaker 1
就提煉一些

01:04:02 Speaker 1
這種語言。看我講那個中國人壽的時候，我每次都會跟客戶講清楚，我們中國人壽是代表中國金融力量出海非常重要的一家公司。

01:04:14 Speaker 1
它背後就是我們財政部和我們的社保基金，它純粹的一個央企或者國企。

01:04:21 Speaker 1
它在香港裡面，我開玩笑講，在香港裡面，它投資投虧了，它墊錢可以墊到投那個十分鐘時間內百分之一百。

01:04:29 Speaker 1
這個就是一些怎麼說呢？它是有一些感染力和有這些一些表達的語言。其實

01:04:36 Speaker 1
但是我推哪家公司

01:04:38 Speaker 1
它的底層還是因為我知道的客戶對公司的偏好

01:04:42 Speaker 1
那麼你才有可能推的。

01:04:44 Speaker 1
那有些有些客戶，他就是說，我覺得外資不靠譜

01:04:47 Speaker 1
那你就不可能這樣子去，你可以在介紹過程中，隱隱約約地去推一下，我說很牛逼，因為有些客戶說，我都已經到境外了之後呢，我不想要再去買，就是國資的一些產品，那你在

過程中的時候呢，你可以誇一下，看我們中國這裡走出來，但是呢，我們到了境外的時候，我們還得看一看，我們就是

01:05:08 Speaker 1
外資公司有哪些，就這麼個聊天的方法。所以說，你前面收集的東西越多，你後面整個銷售流程裡面交進去，整個銷售路徑才會越清晰，越清晰，你的表達也很精準。那我覺得成交度就順理成章的事情。那這個以後的話再看，它是慢慢來的。你前面會鋪墊一些你想要銷售的內容，那這個都是

01:05:29 Speaker 1
這個都是case by case，你就去一個去琢磨，叫練習。

01:05:33 Speaker 1
然後你再根據他們的產品投資策略，另外就是講投資策略。這個才是我覺得有意義的東西，去拿投資策略。你根據投資策略裡面的內容，排除一些點，排除一些內容。你先不想要高風險的，排除哪一些？你想要穩健一點的，排除哪一些？像這種就是穩中求勝的。像這種的話就很穩健。像這種相對比較激進的，我們給人定義一下，就是我對他們的理解，可能不需要你很細節的數字，但是你講穩中

01:06:04 Speaker 1
客戶會感受到你對他的理解。

01:06:07 Speaker 1
最後做總結，進行總結以後基本上都已經，然後再總結以後再看那產品

01:06:13 Speaker 1
這就OK了。

01:06:15 Speaker 1
你總結以後再到看那產品，然後再描述一下為什麼這個產品。

01:06:20 Speaker 1
所以這個其實大家如果說你的大家能夠線上聽明白我的表達的話呢，應該知道它是一個銷售的路徑。

01:06:28 Speaker 1
我們最最重要的是理解和了解銷售的路徑，剩下的話是把我們的工具塞到裡面去。那這個工具如何使用？

01:06:37 Speaker 1
這個就是很就是在什麼時候使用我使用啊，這個就是我們需要對自己對這個客戶的理解的過程。

01:06:44 Speaker 1
但是也可以有個統一銷售路徑，例如說，我例如說我在用我這個銷售路徑，都基本上我覺得

01:06:50 Speaker 1
至少目前來說，我每個客戶都這樣聊的。

01:06:53 Speaker 1
那我覺得也是成功的概率也會比較高啊。剩下的話呢，就是我們自己對人性的理解和對客戶的感悟了。

01:07:01 Speaker 1
OK，這個內容的話呢，就額外的多的補一補。

01:07:04 Speaker 1
好的，今天的內容就到此結束了，時間到了，那希望大家的話呢有所幫助。