

臺銀人壽電子報



104年第5期專題：

保險 有保障ㄟ卡好

實實在在臺銀人-員林分行王經理翠琴專訪
榮譽榜：臺灣金控及臺銀人壽榮獲保險龍鳳獎
優等獎



發行人的話 親愛的保戶們

接任臺銀人壽董事長一職已經有二年餘，從銀行人轉

變成為保險人後，我不斷地思考，什麼樣的壽險商品對國人是有利的、是重要的？而唯一國營的臺銀人壽，又能夠為國人提供什麼樣的價值？壽險商品與其他銀行理財商品有很大的不同是，一般理財商品著重的是財富保值，雖然部分壽險商品也具備財富保值的功能，但那只是壽險商品眾多的功能之一，更重要的是壽險商品具備著其他理財工具所不能取代的「保障」功能。臺銀人壽的經營理念，就是矢志成為壽險事業的佈道家，將壽險「保障」的價值，傳播給每一位國人。

這一期電子報要為各位介紹的主題是：「保險...有保障ㄟ卡厚」，這一主題也是我一直想為國人傳達壽險需求的首要觀念。近幾年，在低利率的環境下，許多壽險營者或者是壽險消費者，在銷售或選購壽險商品時，多側重於壽險商品的儲蓄功能，忽略了壽險商品集眾人之力，以移轉危險、扶傾濟弱的保障功能。事實上，人壽保險的保障功能才是真正能讓消費者樂活人生的最重要元素。舉個例子，每個人都會老，等年老的那一天來臨，都會有經濟、醫療及長期照護的需求，如果事先做好壽險規劃，那麼，相信老年的生活可以活得享受、活得尊嚴、活得快樂。此外，子女也能夠無後顧之憂地追求夢想、探索人生。臺銀人壽在唯一國營的角色上，更重視國人多元的保障需求，致力於保障型商品的研發，不僅保障您的人生、也保障壽險商品的給付承諾，為消費者提供雙重的保障。

如果說，銀行是經濟體系的血脈，那保險就是在這經濟血脈中所注入的疫苗，這一劑疫苗，小之於個人、家庭，大之於整個社會、經濟體系，在遭逢重大危機發生時，能夠降低甚至免除災害發生所可能產生的經濟衝擊，是個人、家庭，乃至於整個社會經濟安定的穩定力量。衷心希望每一位消費者都能夠為自己的需求，選擇正確、合適的保險疫苗。祝福每一位親愛的保戶，身體、心靈、事業、財富都永保安康。

臺銀人壽董事長

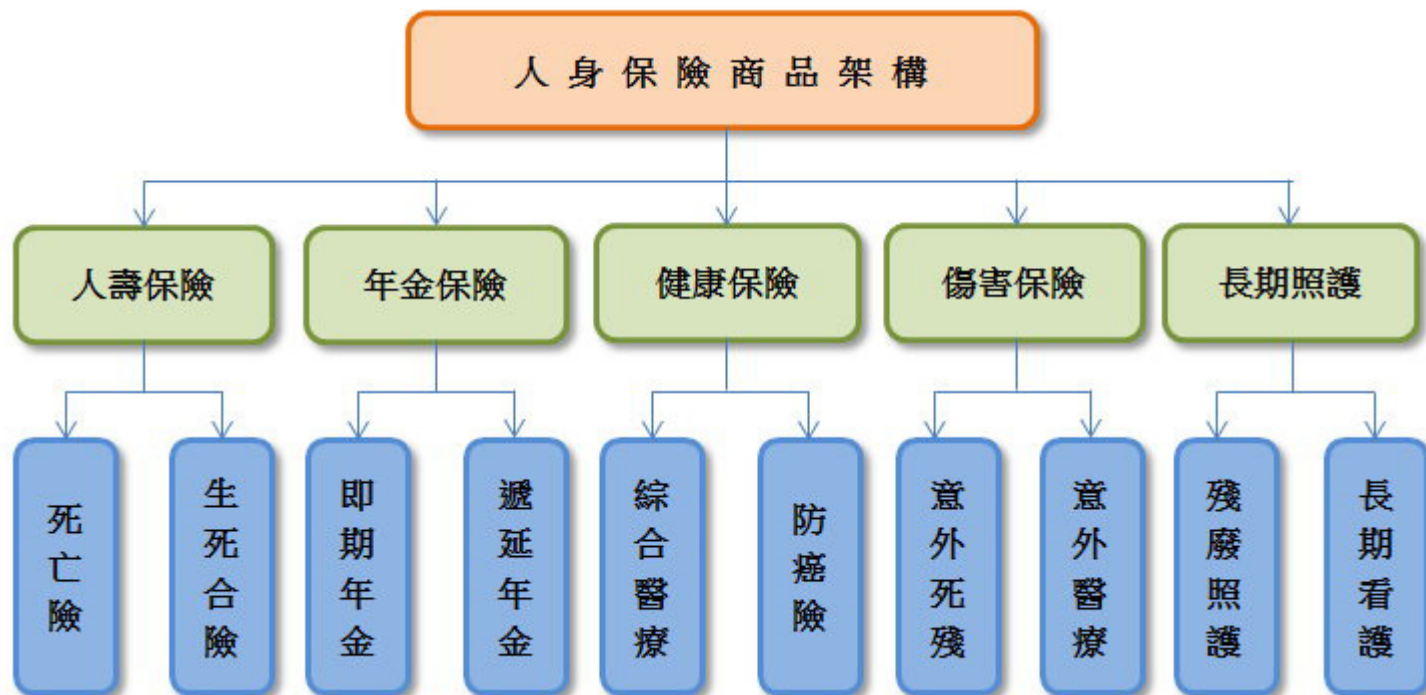
陳素甜

保險，有保障ㄟ卡厚

■文 / 劉禹政

保險之於個人最重要的意義，是愛與責任的延續。有些保險商品可以避免家庭經濟支柱發生重大人身風險時，使得家庭成員頓失經濟依靠、飽受流離失所之苦；有些商品可以保障自己，免於因年老殘疾發生時，整個家庭經濟受龐大的醫療費用、看護費用所累；有的保險商品同時兼具理財與保障性質，可為作為累積子女教育基金或財務規劃的工具等等。因此，如何運用保險商品所具備的保障特性，在人生的不同階段，為自己及家人選擇適合的保險商品。以正確的保險觀念，購買適合的保險商品，才能讓您及您的家人，在人生的衝刺、打拼的過程中，沒有後顧之憂；在退休、年老的時候有所依靠，為自己及家人打造一個經濟安全的防護網。

人身保險的類型大致上可以分為人壽保險、年金保險、健康保險、傷害保險及長期照護保險等五大類型，再由這五大類依不同時點及條件的保障需求，設計成各種給付架構的人身保險商品。



由於銀行保險通路的興起與蓬勃發展，讓保險商品成為消費者炙手可熱的理財工具之一，加上銀行理財專員向消費者介紹保險商品時，常常將保險商品的隱含報酬率和銀行定期存款利率作簡單比較，以「報酬率」導向，向消費者推薦保險商品。因此，近年來很多消費者把保險商品當成自己辛苦積蓄的「保值」工具，保險商品的隱含報酬率，常常就成為消費者購買保險商品的唯一考慮因素。但如果消費者只是把「保險」當成儲蓄的工具，那可就是大大的損失囉。

就如本文的標題「保險，有保障ㄟ卡厚」，本期電子報要來為大家介紹，人身保險商品除了具備儲蓄、理財的功能外，更重要的是人身保險商品有別於其他銀行理財商品所獨具「保障」特性的功能。

人生所必需防範的三大風險

當走的太早時……所愛的人受苦

當活得太老時……如果沒有足夠積蓄，自己受苦

當走不掉時……家人跟自己一起受苦



這三大人身風險，我們可以藉由選擇適合的保險商品，將風險移轉給保險公司承擔，讓消費者無後顧之憂，更自在、悠遊地享受人生。但保險商品五花八門，在有限的預算、不同的人生階段下，該怎麼選擇呢？以下提供幾點建議讓消費者參考：

一、先滿足保障需求，其次才是儲蓄需求

為什麼要買保險？我需要的保障額度不能自己存嗎？

這兩個問句點出了保險具有其他理財工具所不能取代的特質，當然，保險商品的理財功能可以作為銀行定期存單的替代品，但保險的保障功能就沒有其他任何金融工具或理財商品可以取代。舉個例子，一位在職場已工作多年，有著人人稱羨百萬年薪的工作者，如果他要以儲蓄的方式，為自己的家人提供一個 1000 萬的保障額度，那麼，不吃不喝也要用 10 年的時間才能以百萬年薪為家人存夠 1000 萬額度的保障，但人身風險是無所不在、也無法預期，當然不希望有任何的不幸發生，但當它就是發生了，我們也不能期待它就只能發生在 10 年之後。這就是人身保險與一般儲蓄商品的重大區別，只要繳納少許的保費，就可以立即獲得 1000 萬的保障額度。

因此，這裡還是要再特別強調保險的保障功能，在有限的預算下，仍然要將保障需求作為理財規劃第一要務，先將人身不可預期的風險作適度的移轉，若仍有餘裕的資金才考慮運用保險的儲蓄功能作為理財工具。這也是本文標題「保險，有保障ㄟ卡厚」所要傳達給消費者及我們保戶重要保險觀念之一，就是相同的保費下，保

障型商品的保險金額遠高（厚）於儲蓄型商品，這樣的商品特性，才能夠在有限的預算下滿足消費者足額的保障需求。

二、選擇優質的保險公司

很多消費者在選購保險商品時，對些微的費率差異或小數點 3 位數以後的隱含報酬率差異錙銖必較，常常忽略了保險商品其實跟消費者所開的汽車、所提的包包、所使用的手機一樣，也是有品牌價值的。優質的保險公司體現在公司經營的歷史、信用評等、保戶的服務、理賠爭議的處理及保單繼續率等經營條件。選擇優質的保險公司，才可以讓消費者安心地將人身風險託付給保險公司。

人身保險商品是一紙契約，銷售的標的是對保戶的給付承諾 (Promise to pay)，這樣的承諾所延續的時間短則 3、5 天（例如，旅行平安險）、長則可達上百年（例如，替小朋友投保的終身壽險或健康險），如何確保這樣給付承諾得以安全無虞，則有賴消費者對保險公司多方面的瞭解與觀察。一般而言，消費者可以觀察保險公司經營者是否誠信、公司經營歷史是否穩健，以及公正客觀評等機構所評定之信用評等指標是否良好等。這也是本文標題「保險，有保障ㄟ卡厚（好）」所要傳達第二個買保險的重要觀念，選擇有保障的保險公司，才能夠讓您購買的保障真正高枕無憂。

三、依人生階段 (Life cycle) 的規劃保險需求

不同的人生階段，承擔的責任不同，對於保險需求也不會相同，依不同的人生階段，選擇適合的保險商品，才能將有限的預算，作最完善的壽險保障規劃。

~~~~~ 社會新鮮人階段 ~~~~~

剛從學校畢業成為社會新鮮人，正當是人生的夢想起飛、一展抱負的時候。此時人身風險比較低，保費也相對便宜，如果經濟情況還不是非常穩定，規劃上可以選擇低保費、高保障的保險商品。例如，以定期壽險為主約，搭配意外險、定期醫療

或醫療險附約商品，即可以非常低的預算，購買足額的保障；如果經濟情況屬於比較穩定的消費者，由於這個階段人身保險商品的費率最低，則可考慮選擇實支實付的終身醫療及殘廢照護之保險商品，用比較低的保費提早規劃老年生活。



~~~~~成家立業階段~~~~~

當步入禮堂、家庭也開始有了小小新成員後，這是甜蜜負荷的開始，伴隨著幸福來臨、責任也就更重了，如果消費者是家庭是經濟支柱，建議提高定期壽險及意外險的保障額度，搭配終身醫療、終身殘廢照護保險商品。另外如果有購屋計畫，針對房貸部分也建議購買與房屋貸款額度及貸款年期相當之減額定期房貸壽險產品，為家庭成員編織安全防護網。如果經濟條件許可則可再考慮增加 15 年期以上的儲蓄型保險商品，累積子女的教育基金，或購買增額型終身壽險，除了可以延長保險年期，也讓消費者的保障可以抵抗通貨膨脹的壓力喔。

~~~~~事業巔峰階段~~~~~

40~55 歲正是事業巔峰階段，這時候有相對較高的所得，應著手老年的生涯規劃，樂活退休後的生活。許多為了家庭、事業忙碌了大半生的壯年朋友，在茶餘飯後與三、五好友或家人話家常時，總是會聊到退休後想要去完成的夢想；或是希望退休後能與另一半攜手環遊世界。但這樣的夢想，如果未在擁有良好經濟能力時預先作好妥善規劃，隨著時間的流逝，終究抵擋不過殘酷的經濟現實。善用保險商品的給付特性，妥規劃退休後的夢想，將可讓人們的夢想更具可實現性。

此外，伴隨老年化、少子化的社會發展趨勢，下一代肩上所承受的財務壓力更甚於 40~55 歲壯年朋友，也因此，很難寄望養兒防老的傳統價值觀得以延續，這並非是年輕一代的子女不知飲水思源，而是人口結構的變化，讓年輕的一代自顧不暇。事先為老年生活作好準備，將經濟風險適度移轉，老年的生活負擔就不再是子女與父母間的零和遊戲。因此，為了提升老年生活的醫療品質、避免造成家人經濟負擔，終身醫療、防癌保險及殘廢照護保險商品必不可少。此外，規劃適當的年金商品或還本終身壽險商品，可以讓您的老年生活無所匱乏、更自在攸遊消費者的老年生活。

~~~~~屆臨退休、老年階段~~~~~

56~65 歲階段壽險保費相對比較貴，如果手邊尚未有任何的保單規劃，傷害險、傷害醫療保單仍不能少，至少可以為銀髮族提供基本的保障。如果是年輕時已規劃了部分壽險、傷害險、防癌險、醫療險保單，由於這個年齡階段，可承受風險較低，則在經濟許可的情況下，可以考慮購買年金險或儲蓄型保單，儲備老年生活所需要的資金。

根據保險事業發展中心公布的最新資料顯示，台灣的保險市場名列全球第 11 大，國人在人身保險的平均年繳保費（保險密度）達 10 萬餘元、保費收入占 GDP 之比率（保險滲透度）接近 18%，我國已與日本、北美、英國等國家同列為保險先進市場。但是我國人壽保險的平均投保金額卻不到 80 萬元，相對於今日的物價水準，這樣的平均保險金額所提供的保障已明顯不足，顯見國人對於保險的需求，仍是以保本、儲蓄為主要訴求，對於保險商品最重要的保障功能，似乎還不是國人購買保險商品的主要考慮因素。

保障成分越高的保險商品常帶給消費者的感覺是，用不到的時候是無彩錢（浪費錢），但需要的時候卻是救命錢，然而千金難買早知道，用有限的預算和可以負擔的代價，減輕、甚至消弭未知風險所帶來的財務衝擊以及對生活的影響，不論是個人或家庭的理財規劃，都應該是要最優先考慮的一環。以上是與消費者分享人身保險商品規劃的一些建議，希望能夠提供給消費者不同的思維與幫助。

（作者現為企劃部同仁）



實實在在臺銀人

臺灣銀行員林分行王經理翠琴專訪

■訪者 / 滕月齡



103年7月15日甫上任台灣銀行員林分行的王翠琴經理，就職後立即展現驚人實力與高效率，除大幅提升員林分行103年度經營績效外，並提倡全員行銷，要求分行同仁全力衝刺臺銀人壽分期繳保險商品，保險業績榮登臺灣銀行第1名。

為深入了解翠琴經理的經營「撇步」，於是挑選了吉辰良日(104年1月30日)陪同陳素甜董事長，至員林分行進行專訪。

專訪內容如下：

問：王經理，您在台灣銀行工作的歷程？特別是您曾獲選財政部之財政優秀人員之殊榮，目前又擔任分行經理要職，可否與臺銀人壽的保戶們分享您職場生涯寶貴的經驗？

答：感謝您的讚美，其實也談不上什麼寶貴的經驗，只是在我多年的公職生涯中，有一些遵循的原則，提出來跟大家一起分享。

首先是「守法」：不論是存款、放款、外匯或是財富管理業務，我們都會恪守法令的規定，因為任何業務的推展，都不可以凌駕在法令之上，也只有如此客戶才能放心的把錢交付給我們。

然後是「視客戶如親」：在推廣業務的時候，我們會站在客戶的立場，設身處地的幫他著想，尤其是財富管理業務，我們一定會把客戶的錢當成自己的錢在保管跟運用。比如像基金業務，帶客戶進場也要帶客戶出場，盡量在每一次的投資，都讓客戶獲利，這樣才能強化客戶對台灣銀行的信心，然後建立彼此長久良好的關係。

最後是「專業」：身為一個金融從業人員，一定要充實自己的專業，除應熟悉銀行的規章外，對於各種產業的動態、各國的經濟發展以及各種外幣的走勢，都應有相當的了解，這樣才能夠給予客戶專業的建議，協助他們做出最有利的判斷與選擇。

問：面對民營與外商銀行競爭壓力，分行經理人最大的挑戰與任務為何？

答：其實臺灣金融業目前面臨共同的問題與挑戰，就是銀行家數太多、同質性太高以及競爭太激烈，導致傳統的存、放款業務收益愈來愈少，所以現在各銀行鎂光燈的焦點都聚焦在財富管理，也就是保險、基金等業務。

不可諱言，這樣的做法的確引起部分客戶以為銀行拒收存款的疑慮，但我是這樣想的，在目前低利的環境下，傳統的存款利息已無法給予客戶豐厚的收益，但保險卻提供了客戶另一個提升收益或保障的選擇，所以我們是以協助客戶選擇更佳的理財方案為出發點的。

也因為如此，通常客戶很快就能認同我們的作法，而且我們有臺灣銀行當靠山，臺銀人壽又是唯一國營的壽險公司，在國家保障的光環下，做好業務並不難，甚至可以說是經理人的本份。

回歸你的問題，我認為一個分行經理人，最大的任務除了讓銀行獲利外，更重要的是經驗的傳承，還有「因材施教」，要把適合的人擺在正確的位置，另外就是要培養全體同仁主動行銷的能力，這樣才能發揮團隊的精神，營造更好的業務績效。

問：您帶領員林分行，103 年度銷售臺銀人壽長年期分期繳壽險商品，成績斐然，請跟大家分享您（們）優秀的銷售撇步。

答：其實也沒有什麼撇步啦，就如我剛剛所說，心態是最重要的，因為我們都設身處地替客戶著想，並以提供客戶提升收益及保障商品的角度，在銷售臺銀人壽長年期分期繳壽險商品，所以深獲客戶認同並得到熱烈的迴響。

你知道嗎？全臺灣最有錢的人不在台北市，不在台中市，也不在台南市，而是在我們彰化縣員林鎮。根據報紙報導，員林鎮 1 億元以上存款的個人戶超過 4 百多戶，

而我們員林分行本身就有 3 百多億元的存款，所以擁有豐富的潛在客群是我們先天的優勢。

再來要歸功於全員行銷，因為我們全體同仁不分存款、放款、外匯，大家都同心協力的參與行銷。而其中我要特別感謝 5 位同仁，第 1 位是督導存匯的洪副理瑞榮、第 2 位是存匯的主辦陳高襄世偉，每當有客戶投訴情形發生時，他們都會在第一時間衝出來化解櫃台糾紛，事後並協助研擬答辯書，所以我們的櫃員可以在很安心、無後顧之憂的情況下銷售保險；另外 3 位是「員林 3 素」：施素珠襄理、鍾素慧襄理以及黃素娟理專，



▲員林 3 素、台北 1 素（中）及陳世偉高襄

她們非常努力、認真，並以母雞帶小雞的方式帶領全體同仁共同行銷，所以才有去年這麼亮眼的成績。最後，我們要特別感謝「台北 1 素」——陳素甜董事長，因為董事長總是衝在第一線，很多同仁受其熱忱感召，發自內心的願意行銷臺銀人壽的保險商品，所以我們能有這樣的成績，素甜董事長功不可沒。

問：您最喜愛臺銀人壽哪一檔壽險商品？為什麼？那是您銷售最好的壽險商品嗎？

答：經詢問同仁表示，他們最喜愛的是臺銀人壽的「增順利增額壽險」，因為這檔壽險報酬率為 2.25%，比定存利率高又優於其他同類型分期繳保險商品，所以客戶的接受度最高，是同仁最喜歡也是賣得最好的壽險商品。而且以臺灣銀行客戶群的特質，他們比較偏愛沒有風險又可獲取收益比定存利息高的商品，因此建議貴公司可往此方向多設計類似的商品，因為客戶買了這樣的商品，不僅可獲取比定存高的收益還能同時得到壽險保障，真是一兼二顧，摸蛤仔兼洗褲，何樂不為呢？！

問：為使銀行客戶更滿意臺銀人壽保險商品，您認為本公司須提供哪些協助或做那方面的努力？

答：其實臺銀人壽的商品有臺灣銀行的背書，又有國家保障的光環，行銷起來並不困難，如果真的要講協助，倒是「售後服務」可以更用心。比如說，有的客人買了保險，回去卻後悔了，所以會來銀行要求撤約，這時我們會聯絡臺銀人壽，此時希望臺銀人壽可以提供更迅速、明確的「售後服務」，以免讓客戶覺得我們在拖延或刁難。說到這，我想提供一個建議，針對上述撤約案件，臺銀人壽是否可指派專人處理，這樣一來除了可提供更直接、迅速的售後服務外，甚至可藉由專人的解說，化解客戶的疑惑，進而使客戶回心轉意，而得到更圓滿的結果。

問：為使同仁更願意協助銷售臺銀人壽保險商品，您認為本公司須提供哪些協助或做那方面的努力？

答：我建議 貴公司把我們銷售保險的同仁都當成 VIP(貴賓) 來對待，舉例來說，去年我們來了 2 位新進同仁，他們都沒有人身保險證照，雖然他們都很積極、努力的想推展保險業務，卻因為還沒有證照，所以無法得到業績...。建議臺銀人壽針對這些同仁提供免費教材，幫助他們儘速考取人身保險證照。這樣的服務會讓同仁感覺十分貼心！

問：部分銀行同仁對賣保險可能有些排斥，對於心態如何調整這方面，您是否可提供他們一些建議或具體作法？

答：其實臺灣銀行的同仁都很優秀，那為什麼會排斥賣保險呢？我想最主要原因是怕被客戶投訴，因為有些客戶會誤解銀行賣保險是因為不想吸收存款...，這時主管的態度很重要，主管一定要給予同仁充分的支持，一看到櫃檯有糾紛，馬上出面協助化解，這樣同仁才能在沒有壓力和後顧之憂的情況下，安心、放心的賣保險。

另外，主管應鼓勵同仁勇於開口，因為只要同仁肯開口解說，讓客戶了解其實有更好的選擇，通常就能水到渠成輕鬆的完成交易。在過去，客戶來存定存，同仁只

是直接辦理，並不敢開口替客戶講解。可是現在不一樣了，同仁開始敢開口，因為只要開口就有機會，讓客戶比較定存跟保險之間的利弊得失，這時再加上同仁詳細的解說，通常客戶都會欣然同意辦理。

如此一來，就形成了正循環：**同仁建立了信心 -> 更樂意開口賣保險 -> 保險業績蒸蒸日上 -> 同仁更有信心...**，長久下去，我們就能共創 3 贏局面（客戶得到更高的收益或保障、同仁工作開心又有成就感以及提升臺銀集團獲利）！

後語：

王翠琴經理外表沉靜，但相處後卻發現在溫柔恬靜的外表下，擁有的是勤奮不服輸的堅忍個性，非常符合五年級生「耐操、拼第一」的特質；雖然業務績效斐然，王經理卻不改中部人樸實、謙虛的作風，將功勞全歸功於分行同仁的努力，並感謝前輩及臺銀人壽陳董事長素甜的指導與協助。最後，謹將採訪心得化為藏頭詩，以表感佩之意：

翠 意 員 林 好 山 水
琴 聲 細 語 形 象 新
經 營 業 務 全 員 來
理 財 專 家 功 夫 深
專 業 親 和 卹 下 屬
業 務 推 廣 努 力 勤
務 實 作 風 人 誠 懇
實 實 在 在 臺 銀 人



▲王翠琴經理與陳素甜董事長合影

（訪者現為企劃部同仁）

臺灣金控公司及臺銀人壽榮獲保險龍鳳獎優等獎

全球化的浪潮下，各產業競爭變得更加劇烈，求學、就業、成家及退休等各項生涯規劃，因未來的不確定性，抉擇相對困難。社會新鮮人對於未來職業生涯第一步的選擇無不戰戰兢兢、慎思熟慮，以期能進入嚮往的公司（集團），追求職涯的成長與理想的實現。

本次保險龍鳳獎，臺灣金控很榮幸的獲頒金控組優等獎，而臺銀人壽亦分別在內勤組及外勤組均獲「優等獎」殊榮，臺灣金控與臺銀人壽能在眾多的金融同業中脫穎而出，獲得全國大專院校金融系所的同學們青睞，憑藉的是百分百國營的資源與良好的人事管理制度。而如今金融外在環境的變動越來越劇烈，臺灣金控與臺銀人壽與其他的金融同業同樣要面臨相同的困境，但是卻比一般民營公司受到更多的法令規定束縛，同仁所面臨的轉型挑戰不比民營公司的金融從業人員要小，但也因如此，同仁們能在工作中獲得更高的成就。

人才一直是臺銀人壽最重要、最有價值也最渴望擁有的資產。臺銀人壽將持續厚植核心競爭力，投入各項資源以培養優質金融與保險領域之專業人才，結合「唯一國營」這一無可取代的品牌，以發展與保戶、員工及股東之間長期穩固成長、共存共榮的伙伴關係為目標。誠摯歡迎即將步入職場的社會新鮮人加入臺灣金控集團大家庭，共創優質的金融與保險事業。



▲臺灣金控劉玉枝副總經理（中）、臺銀人壽蔡吉盛總經理（左）與林逸清經理代表領取「保險龍鳳獎」-「金控公司優等獎」、「壽險公司外勤組優等」及「壽險公司內勤組優等」等獎項。

臺銀人壽「牽手動起來—淨灘活動」公益活動

臺銀人壽於 104 年 3 月 7 日主動號召熱情的高雄市民，於旗津沙灘淨灘，大夥兒以實際行動清淨家園，共清理出數十大袋的垃圾，還旗津海岸原本美麗的風貌。



沿途見臺銀人壽員工及民眾們不時躬著身、彎著腰、冒著汗蹲下親手撿拾沙灘上的垃圾做環保，每一步每一腳印，都顯示出臺銀人壽愛土地、愛地球的用心。

在這次淨灘活動中，為配合高雄市政府環保局宣導「保麗龍的汙染、回收與再利用」政策，現場特別舉辦尋「寶」遊戲，凡是撿到寶特瓶的民眾，可換取環保袋，讓每一位參與淨灘的民眾，都興致高昂，快樂主動的撿拾垃圾，活動結束後，大家仍依依不捨，紛紛約好下次再來。

臺銀人壽表示，為了愛地球、保護自然環境，將繼續以實際行動，清淨美麗家園，進而喚起國人共同正視大環境日益惡化的問題，並為地球永續經營盡一份心力。



生活在他方

■文 / 林育群

這幾天終於雨後放晴，正是乍暖還寒時節。帶著家人開車訪了郊邊的半山，那裡在我讀書時還是美軍眷舍，在當時給了我許多美國生活的想像，明快色調的平房，新綠迎人的草坪，奔放的像是貓王輕快的歌唱。

現在的眷舍一部分被甜點鋪子頂下，一幢經營手工甜點，一幢賣著甜派跟鹹派。店裡自在的維持原本眷舍的格局，連浴缸都沒拆，滿了水，上了浮萍，很有生活感。店員親切的像招待來家裡的客人，很適合家庭小旅行落腳吃東西的氛圍。

這天店裡正進行兩項展覽，說是展覽也不太像，因為展品也就很生活感的躺在一旁牆上、擱在桌前、在窗邊，沒什麼距離。

其中一項展覽是早期美國大兵用他們的鏡頭記錄當時他們駐軍時的城市樣貌，一張張比我年紀大的照片，讓人看見他們當時在異地的目光。對他們而言，這異鄉如同故鄉，只不知他們會有生活在他方的愉悅嗎？

Milan Kundera 寫了「生活在他方」 (la vie est ailleurs)，他宣稱引用的是法國詩人韓波 (Arthur Rimbaud) 名言，在富於詩意的夢幻想像中，周遭的生活是多麼平庸而死寂，真正的生活總是在他方。

雖然，我至今仍不確定韓波到底有沒寫過這號稱典故的原文詩句，更清楚 Milan Kundera 這本小說全無讚頌詩人用意，但年少對於他方的生活如何美好，始終應著這句話而充滿詩意的想像。

於是在填大學志願時，刻意挑了島嶼能及的最彼端，認真而幼稚的從南端負笈北上，躍躍欲試的準備恣意生活在他方，直到家人笑著對我說：「你忘了啊？你就是在學校附近醫院出生的。現在你又回來你的出生地了。」

喔？什麼？我還是沒到他方？而是返鄉？那我可以改成出國念書嗎？我要認真的

生活在他方。「不行喔。」家人仍然笑笑說。

就這樣，因為離不開，也只能悻悻然的在這座城市待下，生活一晃悠就是十來年。這座城市陪著我喜怒哀樂，我也陪著這座城市繁華落盡。但私心仍然想要努力實踐心中詩意，而往他方飛奔。

這段時間我也確實是往他方飛奔了，用的是自以為更「詩意」的方法 - 「旅行」。也因此，在捷克的查理橋上，想像布拉格人如何投入革命洪流的想像；在奧地利邊境小鎮，如同農人般閒散安於天命。德國、美國、瑞士、義大利...一趟又一趟的異國旅行堆疊出自以為是的他方生活。



這樣的片段讓自己覺得開心，也因此愛上異國的水晶杯。特別是一組自卡羅維瓦利手提上飛機帶回的薄造口吹水晶杯，在陽光下可以折射成淺淺的湖水綠時，此方生活的不快就被他方生活的記憶覆蓋，即使只有一瞬。夢境如同水晶杯，絕美而易碎。

在妹妹（女兒）出生後，生活開始有了改變。因為她不愛久坐，迄今未再有長程的異國旅行。水晶杯也因怕被妹妹的熱情打破，只好默默的收進盒中，等待她有朝成為掩嘴輕笑的秀氣女生，再重見天日。

這段時間，為了配合妹妹，我們改成在島嶼內移動，玩我們的小旅行。也才知道，原來以往誤以為周遭貧乏，不願意認真在此方生活的自己，錯過了這麼多的良辰美景。這家甜點鋪子就是以往張著眼都會略過、無視的典型，還好妹妹說想來。

其實妹妹出生後，如同導師般教了我許多事情。即使是走在一成不變的社區步道，她仍有辦法突然停下腳步，小小聲的要我跟著她看花圃綻出的幾朵不知名黃色小花：「很漂亮，對不對？你要蹲下來看唷。」

是的，她用清澈的雙眼，提醒著我如果仗著大人的身高與世故，就看不到純粹的美麗。治癒生活不美麗的方法，不會是逃到他方異地，而是，在現實生活認真的用其他角度看見原鄉風情。



也因此，曾經朝思暮想生活在他方，漸漸的不再那麼多夢幻詩意的期待。因為，當下的生活才是真正的生活，所以甘心一一面對生活伴隨的困擾與不安。因為開始用心去活，週遭不同的景致開始一一端現，即使沒到他方。

這天甜點鋪子的個展是一位陶藝家的作品展，這位陶藝家從事平面設計多年，名列「華人設計百傑」，得過許多獎項的肯定。

陶藝家卻選擇放下光環，堅持用最樸實的陶土進行創作。他沒遷到巴黎之類的他方生活，只在原鄉創作。只因為用心轉念，他就看到生活的另一種可能。

抱著妹妹看著陶藝家的作品，妹妹看著最樸實的陶杯，直說好漂亮。他跳過了大人駐足目光的繁複作品：「把拔你要認真看喔。你看那杯子綠色的漂亮！」。



我笑了，想起以往被自己捧在手上的水晶杯，雖然表彰他方的記憶，但從沒真正的陪自己生活。水晶杯只是有距離感的物件，滿足的只是異國的想像，跟真實的生活只能客氣的隔閡著。

陶藝家最樸實的陶杯，反倒給了自己真實生活的確幸。這樣的器物，許是陶藝家創作的初衷，當下生活的用心，較諸他方搖曳的風情，更值精彩。

我對妹妹說：「我們把杯子帶回家，明天一起用來喝決明子茶好不好？」，妹妹露齒微笑開心的說：「那我要配這邊的蛋糕，記得一起帶回家。」。

於是，我知道，真正的生活，在當下，不在他方。

（作者現為業務部同仁）

**注意事項**

※本保險為不分紅保險單，不參加紅利分配，並無紅利給付項目。
 ※保單借款利率屬短期利率且具變動性，通常高於保單預定利率；保戶辦理保單借款必須支付高於按保單預定利率計算之利息，中途解約亦可能有損失或無法獲得複利增值，請慎選及考量符合需求之保險商品。
 ※本保險商品詳細內容請詳閱保單條款。
 ※本契約條款樣張須於訂立契約前提供要保人至少三日之審閱期間。
 ※本商品為保險商品，依保險法及相關規定受人身保險安定基金之保障。本商品非銀行存款，無受存款保險之保障。
 ※有關本險所繳保險費加計利息的退還之利息計算方式，可至本公司網站參考本險商品介紹說明。
 ※保險契約各項權利義務皆詳列於保單條款，消費者務必詳加閱讀了解，並把握保單契約撤銷之時效（收到保單翌日起算十日內）。
 ※人壽保險之死亡給付及年金保險之確定年金給付於被保險人死亡後給付於指定受益人者，依保險法第一百二十二條規定不得作為被保險人之遺產，惟如涉有規避遺產稅等稅捐情事者，稽徵機關仍得依據有關稅法規定或稅捐稽徵法第十二條之一所定實質課稅原則辦理。相關實務案例請參考本公司網站首頁專區。
 ※消費者於購買本商品前，應詳閱各種銷售文件內容，如要詳細了解本商品之附加費用或其他相關資訊（包含本公司資訊公開說明文件），請洽本公司業務員、服務中心（免付費服務及申訴電話：0800-011-966）或網站（網址：<http://www.twfhclife.com.tw>），以保障您的權益。

臺銀人壽增順利 增額終身壽險

商品名稱：臺銀人壽增順利增額終身壽險
 險種代碼：EE
 備查文號：103年9月30日壽險精字第1030540399號函備查
 給付項目：祝壽保險金、身故保險金或喪葬費用保險金、所繳保險費加計利息的退還、全殘廢保險金

保額年年增值

第1~6保單年度保險金額每年18%單利遞增，第7保單年度以後保險金額每年2.25%複利遞增至終身。

繳費年期多元化

可選擇6年、10年、15年、20年繳費，輕鬆打造富足退休生活。

身故全殘擇優給付

- ① 保單價值準備金
- ② 年繳保險費總和1.06倍
- ③ 當年度保險金額繳費期間內：
 ①②取大值
 繳費期滿後：
 ①②③取大值

滿期祝壽保險金

被保險人於本契約有效期間且保險年齡達111歲之保單週年日仍生存時，按「當年度保險金額」給付「祝壽保險金」。

臺銀人壽保險股份有限公司

總公司地址：臺北市大安區敦化南路2段69號2~8樓/電話：(02)2784-9151
 網址：<http://www.twfhclife.com.tw> 免付費服務及申訴電話：0800-011-966

