

100 學年度國立勤益科技大學碩士在職專班招生入學考試

流通管理系 【流通管理實務】 試題

准考證號碼(請考生自填)：□□□□□□□□

注意 事項	考試時間 100 分鐘
----------	-------------

- 一、何謂 RFID (Radio Frequency Identification) ? 在國際化大型零售店常應用 RFID 系統, 它可帶來那些有什麼效益? (25%)
- 二、請簡單地說明: 何謂行銷通路? 通路內成員有那些? 請論述「掌握通路」對企業的競爭優勢之維持之重要性。(25%)
- 三、一個完整的流通管理系統包括商流、物流、資訊流、金流及人流等五項經營活動, 請舉一您熟悉之企業, 說明
 - (1)五流之運作現況。(10%)
 - (2)評論現況可以改進或改變之作法及機會。(15%)
- 四、以下是商業周刊的一篇報導(商業週刊, 2010, 1179 期, 頁 87-88), 請閱讀後回答下列問題。
 - (1)評論此一新商業模式可能之優缺點。(15%)
 - (2)你如何運用此一商業模式觀念於其他商業活動?(10%)

主題：GPS 找客 回手機簡訊，保單就成交

「真糟糕，最近開球都會往右邊跑。」在等著出發前的高爾夫球場上，常聽到這樣的對話。順手看了一下手機，剛好有一封新郵件。打開一看，才知道是有關高爾夫球保險的廣告。由於最近球路不太穩，萬一傷到別人可就慘了，就趁著等待出發的時間，投保一下比較放心。投保手續相當簡單，只要回覆郵件，便能針對這一次的高爾夫球之旅進行投保。二天一夜的時間內，保險費只要三百日圓(約合台幣一百元)，屆時將會列入電話帳單內一併請款。

這是四月二十七日由東京海上日動火災保險公司與 NTT DoCoMo 共同合作推出的「DoCoMo OneTime 保險」。消費者每天寸步不離的行動電話，成了最佳保險代理人。負責將保險訊息傳送到消費者手機裡，是 DoCoMo 所新推出的「Auto GPS」系統。從去年底開始搭載在新手機裡的新功能，每隔五分鐘手機便會自動向 GPS 衛星取得定位資訊，然後再將定位資訊傳送到 DoCoMo 的數位內容傳送伺服器，當有符合消費者需求的保險時，便會自動將保險內容傳送到消費者的手機。

畢竟保險這項商品，即使再怎麼了解自己的需求，如果沒有完成簽約，很容易就會擱置甚至忘記。於是這二家公司共同開發了可以由手機回覆簽約，再與電話帳單一起請款的系統。在高爾夫球場就給您「高爾夫保險」、在國際機場就提供您「海外旅行保險」，這項系統精準掌握了消費者「此時此刻最需要的保險」，也完全改變了原本必須由保險業務人員登門拜訪完成締約的常識。

目前除了前述兩種保險以外，還有「運動休閒保險」和「國內旅行保險」，每一種都只要數百日圓即可加入。首年簽約目標定在數十萬件，三年後則希望可以累積到三百萬至四百萬件。

由於在這次的新商業模式裡，DoCoMo 將成為保險經紀人的角色，如此一來恐將衝擊到東京海上日動火災保險的業務人員。擔任該公司營業企劃部參事的津田祥一表示：「原先很擔心這樣做是否會影響到分佈在全國各地的保險經紀人，所幸並沒有聽到有任何爭奪業績的情形發生。相反的，還開發出我們過去最難開發的年輕族群顧客。」

一直以來網路購物平台總是講求「曝光率」以及「方便性」。除了要竭盡所能讓自己的產品出現在搜尋引擎的排行榜上，還要讓消費者一到網站首頁，就能一目了然的知道這裡到底在賣什麼。