

102 年自提研究計畫

消費者對金融服務需求及消費傾向之研究

【結案報告】

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

計畫主持人：黃博怡
共同主持人：梁連文、林士傑
協同主持人：黃怡婷、彭勝本
研究員：紀文傑
研究助理：邱信瑜

中華民國一〇二年十一月

財團法人台灣金融研訓院自提研究計畫

消費者對金融服務需求及消費傾向之研究

補助單位：中華民國銀行商業同業公會全國聯合會

本報告內容純係研究團隊之觀點，
不應引申為補助單位中華民國銀行商業同業公會全國聯合會之意見。

計畫主持人：黃博怡

共同主持人：梁連文、林士傑

協同主持人：黃怡婷、彭勝本

研究員：紀文傑

研究助理：邱信瑜

中華民國一〇二年十一月

摘要

本研究調查我國金融消費者儲蓄及理財模式現況、資產配置偏好、風險承受度、信用管理方式及金融交易糾紛申訴管道，其調查結果摘要臚列如下：

針對消費者對金融服務需求部分，受訪者最常使用的銀行服務模式為自動櫃員機(38%)、網路銀行(32%)及臨櫃服務(26%)。當前最需要的金融服務，前三項分別為存匯款業務(26%)、代繳服務業務(14%)及財富管理業務(11%)。42%受訪者表示曾接受過銀行財富管理服務，而 44%受訪者表示願意接受銀行財富管理服務。

受訪者理財儲蓄的目的前三名分別為以備不時之需(19%)、創造更多財富(18%)及一般生活所需(15%)；受訪者目前資產配置情形以定存(25%)、儲蓄型保單(15%)及股票(13%)為主，在未來三年內願意配置的商品則以定存(20%)、股票(15%)、房地產(12%)及外幣存款(12%)為主。

風險承受度方面，受訪者表示願意投資於報酬率波動程度在正負 5% 上下最多(36%)、正負 10% 上下(34%)、正負 15% 上下(14%)。有超過三分之一的受訪者表示其資產配置中含有海外金融商品投資，其中配置地區以亞洲、東協、北美及歐洲地區為主。

就信用卡及貸款項目而言，信用卡的持有狀況為 75% 受訪者持有信用卡，而 50% 受訪者表示平均一個月的簽帳金額在 5,000 元以下；將近 5 成受訪者表示目前沒有任何貸款，有銀行貸款之受訪者則以房屋貸款為主，29% 受訪者表示未來三年內有房屋貸款需求，7% 受訪者有汽車貸款需求。

金融交易糾紛部份，7% 受訪者曾面臨過金融交易糾紛，而 38% 受訪者表示當有金融交易糾紛時，知道可以向「財團法人金融消費評議中心」申訴。

社會新鮮人助學貸款調查部份調查結果為，社會新鮮人佔總樣本 16%，社會新鮮人中無助學貸款者佔 51%，貸款金額 30~50 萬佔 17%，20~30 萬佔 13%，每年償還助學貸款金額低於五萬元者佔 71%。

目錄

壹、緒論.....	10
一、研究背景與目的.....	10
二、研究大綱.....	12
貳、文獻探討.....	13
一、相關文獻.....	13
二、相關研究調查.....	14
參、研究內容架構.....	19
一、消費者對金融服務需求之變化及偏好.....	19
二、消費者儲蓄及理財模式現況.....	19
三、消費者/家計單位的資產配置策略及偏好.....	20
四、金融投資風險承受度及分散策略.....	21
五、海外資產投資方向及商品種類.....	21
六、消費者信用及貸款管理.....	22
七、金融交易糾紛時處理方式及管道認知.....	22
八、社會新鮮人助學貸款調查.....	23
肆、研究方法.....	25
伍、研究結果.....	27
一、個人基本資料/個人家計所得/工作職業屬性等.....	27
二、消費者對於金融服務之趨勢變化及商品業務之需求偏好.....	35
三、消費者儲蓄及理財模式現況.....	51
四、消費者/家計單位的資產配置策略及偏好.....	59
五、金融投資風險承受度及分散策略.....	66
六、海外資產投資方向及商品種類.....	70
七、消費者信用及貸款管理.....	77

八、 金融交易糾紛的處理方式及管道認知.....	88
九、 社會新鮮人助學貸款調查.....	93
陸、 結論與建議	98
附錄 參考書目及問卷	103
訪談會議紀錄	113

表目錄

表 1 樣本基本資料	27
表 2 樣本個人年收入(萬)-依行業類別區分	34
表 3 樣本個人年收入-依教育程度區分	35
表 4 每個月願意提撥多少錢做為儲蓄-個人及家庭	52
表 5 月收入有多比例可用於投資或儲蓄-個人及家庭	53
表 6 使用循環利息的頻率 (1 年平均次數).....	85

圖目錄

圖 1 各年齡層的投資偏好圖	15
圖 2 未來計畫購買投資項目圖	16
圖 3 擁有信用卡數量	16
圖 4 目前進行貸款行為圖	17
圖 5 樣本年齡分佈圖	28
圖 6 樣本就業分佈圖	28
圖 7 樣本職業分佈圖	29
圖 8 樣本個人年收入分佈圖	29
圖 9 樣本家庭年收入分佈圖	30
圖 10 職業分佈圖-以性別區分	31
圖 11 就業狀況分佈圖-以性別區分	32
圖 12 個人年收入分佈圖-以性別區分	32
圖 13 樣本個人年收入-依居住區域區分	33
圖 14 最常使用銀行服務模式-分佈圖	36
圖 15 最常使用銀行服務模式-以年齡區分	36
圖 16 最常使用銀行服務模式-以職業區分	37
圖 17 最常使用銀行服務模式-以個人年收入區分	38
圖 18 銀行臨櫃最常使用何項業務分佈圖	40
圖 19 電話銀行最常使用何項業務分佈圖	40
圖 20 網路銀行最常使用何項業務分佈圖	41
圖 21 行動銀行最常使用何項業務分佈圖	41
圖 22 自動櫃員機最常使用何項業務分佈圖	42
圖 23 當前最需要之金融服務分佈圖	42
圖 24 接受過銀行財富管理服務-依年齡區分	43
圖 25 接受過銀行財富管理服務-依教育程度區分	43
圖 26 接受過銀行財富管理服務-依年收入區分	44
圖 27 接受過銀行財富管理服務-依職業別區分	45
圖 28 是否願意接受銀行財富管理服務-依年齡(左)及教育程度(右)區 分	46
圖 29 願意接受銀行財富管理服務-依年收入區分	47
圖 30 願意接受銀行財富管理服務-依職業別區分	47
圖 31 是否曾接受銀行財富管理服務(左直列)與是否願意接受銀行財 富管理服務(右橫排)關係圖	48
圖 32 平時取得金融商品相關資訊來源	49
圖 33 最相信的金融資訊來源	50

圖 34 最相信的金融資訊來源-年收入 200 萬以上消費者	50
圖 35 以親友介紹為主要的金融資訊來源-以年收入區分	51
圖 36 最能有效增進理財知識方式	51
圖 37 個人月收入用於投資或儲蓄狀況分佈圖-以年齡區分	53
圖 38 投資及儲蓄之目的	54
圖 39 投資型態分佈圖	55
圖 40 投資型態分佈圖-以年齡區分	55
圖 41 投資型態分佈圖-以教育程度區分	56
圖 42 投資型態分佈圖-以個人月收入用於投資或儲蓄比例區分	56
圖 43 樣本投資型態分佈圖-以是否願意接受財富管理服務區分	57
圖 44 投資型態分佈圖-以個人年收入區分	58
圖 45 投資型態分佈圖-以職業類別區分	58
圖 46 個人資產檢視期間-以年收入區分	59
圖 47 個人資產檢視頻率與投資型態關係圖	60
圖 48 金融商品交易頻率分佈圖	60
圖 49 金融商品交易頻率分佈圖-以年齡區分	61
圖 50 金融商品交易頻率與投資型態關係圖	61
圖 51 金融商品交易頻率(橫軸)與資產檢視時間(縱軸)關係圖	62
圖 52 金融商品交易頻率分佈圖-以教育程度區分	63
圖 53 金融商品交易頻率分佈圖-以職業類別區分	63
圖 54 金融商品交易頻率分佈圖-以個人年收入區分	64
圖 55 投資型態(左)及交易頻率(右)分佈圖-以居住地區區分	64
圖 56 目前資產配置商品分佈圖	66
圖 57 未來三年內有意願投資的資產配置商品分佈圖	66
圖 58 願意投資報酬率波動程度多大的商品比例	67
圖 59 願意投資報酬率波動程度多大的商品比例與樣本投資型態之關係圖	67
圖 60 樣本願意投資報酬率波動程度多大分佈圖-以職業類別區分	68
圖 61 願意投資報酬率波動程度分佈圖-居住地區(左)及教育程度(右)區分	69
圖 62 風險承受度-以年收入區分	69
圖 63 最感興趣的財富保障和風險分散方式	70
圖 64 樣本目前的資產配置中是否有海外的金融商品投資-以年齡區分	71
圖 65 海外金融商品資產配置地區-以年收入區分	72
圖 66 海外資產投資(非以台幣計價)之投資項目-以年收入區分	73
圖 67 對於人民幣相關商品是否瞭解-以居住地區區分	74
圖 68 是否有高度意願投資於人民幣相關理財產品-以居住地區區分	

.....	74
圖 69 人民幣商品理財，優先考慮投資商品項目-以年收入區分.....	75
圖 70 是否考慮將目前部份台幣定存轉換成人民幣定存-以年收入區分.....	76
.....	76
圖 71 是否了解新型的投資理財工具(如連動債、寶島債等).....	77
圖 72 樣本消費者銀行信用卡持有家數-依性別區分.....	78
圖 73 消費者信用卡持有家數-以年齡區分.....	79
圖 74 消費者信用卡持有家數-以年收入區分.....	80
圖 75 平均信用卡一個月的簽帳金額-以年齡區分.....	81
圖 76 平均信用卡一個月的簽帳金額-以年收入區分.....	82
圖 77 平均信用卡一個月的簽帳金額-依居住地區區分.....	83
圖 78 是否使用過循環利息-以年收入區分區.....	84
圖 79 使用循環利息的頻率 (1 年平均次數).....	85
圖 80 是否常有過度消費或入不敷出的情況-以年收入區分.....	86
圖 81 樣本目前擁有之銀行貸款-以年收入區分.....	87
圖 82 樣本未來的 3 年內是否有相關貸款需求-以年收入區分.....	88
圖 83 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依性別區分.....	89
圖 84 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依年齡區分.....	89
圖 85 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依居住地區區分.....	90
圖 86 知道當有金融交易糾紛發生時，可以向「財團法人金融消費評 議中心」申訴-依性別區分.....	91
圖 87 知道當有金融交易糾紛發生時，可以向「財團法人金融消費評 議中心」申訴-依年齡區分.....	91
圖 88 曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴過-依性別區分.....	92
圖 89 曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴過-依年齡區分.....	92
圖 90 是否為社會新鮮人.....	93
圖 91 社會新鮮人之助學貸款金額.....	93
圖 92 社會新鮮人之助學貸款每年償還金額佔年所得比例.....	94
圖 93 社會新鮮人之助學貸款每年償還金額.....	94
圖 94 社會新鮮人之年收入分佈圖.....	95
圖 95 社會新鮮人之每月提撥儲蓄金額.....	96
圖 96 社會新鮮人之是否曾接受過銀行財富管理服務.....	96
圖 97 社會新鮮人之是否有意願接受銀行財富管理服務.....	97

壹、緒論

一、研究背景與目的

隨著金融政策的開放，金融服務業已從以往公營銀行及大型商業銀行寡占，演變成各銀行百家爭鳴。金融全球化加上新科技如電腦、網路的運用，創造出許多以前意想不到的金融服務介面的方式。對消費者而言，金融工具的多元化，如何妥善管理資金已經成為當今重要的課題，也使得資產配置的重要性與日俱增。本研究欲了解我國金融消費者儲蓄及理財模式現況、資產配置偏好、風險承受度及信用管理方式，並調查個別消費者對投資環境與理財產品之需求。

根據經建會(2011)估計，2015 年台灣地區 65 歲以上人口比率將達 13%，2025 年更將超過 20%，全體國人平均壽命將可望延長為 79 歲，高齡化人口結構趨勢將是未來不可避免的趨勢，預期人口結構的轉變將對金融機構的業務或金融商品產生某種程度的影響。根據 APEC 研究報告(2007)指出，當一國人口年齡高齡化之後，整體國民儲蓄率降低、實體經濟投資活動下降、實質利率下降、經常帳對 GDP 比率降低，具收益性債券市場規模擴大，但股票市場及實質股票報酬則可能降低。台灣人口高齡化的演變，對於金融服務機構業者在商品供給面、在商品的開發設計上，應如何因應人口結構調整，導致消費族群商品需求的改變，以提供符合消費者需求的產品規劃，均值得深入探討。

伴隨老人化的相對課題為人口結構呈少子化的趨勢，家計單位新生嬰兒人口數僅約一位左右，新生人口數的減少同時代表小孩在家庭的被重視程度無形中增加，對於教育資源的分配投入均產生結構性的影響。父母雙親對於小孩的經濟資源的投入，相對應會大幅提升，單身子女的理財規劃、隔代信託商品的規劃設計，除保險機構現行的類年金型商品，其他銀行機構在存/放款類財富管理的業務上，均值得金融服務業者仔細探究此一趨勢的發展。

台灣在相關衍生性、結構式金融投資商品的推陳出新，加上國內目前多數金融商品交易源自於海外市場，在經歷多次金融風暴下，投資者的交易損失所衍生出對一般大眾金融知識匱缺，海外市場風險認知不足，投資人與理財人員資訊不對稱等等問題均漸次浮現，在多起聯合集體金融賠償抗爭過程中，引起社會正視此一議題之重要性。金融監管單位在100年開始實施「金融消費者保護法」，持續加強金融知識的宣導推廣，投資人現今於金融機構進行基金等商品交易時，均須填答「風險承受調查表」或「客戶投資意向調查表」等基本資訊以增進金融監管單位後續的金融知識教育普及工作、及推廣相關金融理財的風險控管常識。

「財團法人金融消費評議中心」自2012年1月初成立，2012年全年度評議中心共受理4,861件申訴案件。其中和解或金融服務業依申訴人意見處理等方式解決爭議者為1,626件，紛爭解決率約35%。截至2012年底為止，申請評議案件總計2,504件。其中銀行類占365件（含連動債197件）、保險類占2,099件、證券期貨類占40件。已有處理結果之申請評議案件共計1,843件，佔總收案件數73.6%。

分析上述案件，主要以保險類商品占所有理賠爭議項目之首，銀行類的案例則多在投資型商品，其中又以連動債最多。上述機構的成立乃立基於如何保障消費投資者的權益，提供一仲裁場所，然一般大眾對此機構的功能性理解程度如何，倘若投資人金融商品交易消費糾紛產生時，其對處理機制的理解程度、金融交易糾紛處理過程的滿意度等，均值得進一步調查瞭解，以提供給金融機構在業務推動時之參考，以及主管機關在監理機制設計時之依據。

綜合上述，本研究除了解消費者對於金融業務商品之需求、投資需求、投資偏好及資產配置外，亦調查金融消費者對於金融交易糾紛處理管道（如：金融消費評議中心）之看法與認知，本研究結果可供金融業者未來商品規劃及業務發展，並供主管機關推廣政策之參考。

二、研究大綱

在本研究計畫之架構大綱方面，將做以下章節安排：

第壹章 緒論

第貳章 文獻探討

第參章 研究內容架構

第肆章 研究方法

第伍章 調查結果分析

第陸章 結論與建議

貳、文獻探討

一、相關文獻

消費者金融理財行為的分析，可以從年齡、職業、家計所得等進行差異度比較分析，朱祁劭(2009)以台灣散戶投資人為對象進行問卷調查，其研究結論中指出在從眾行為傾向分析中，對年齡、職業及薪水而言存在有顯著性差異性。若以年齡層而比較，年齡層在25歲以下的群組從眾行為傾向強度，顯著高於36至45歲的群組。可能的原因為25歲以下屬於剛出社會及未出社會的族群，投資經驗及金融資訊較不充足，且屬於投資愛好風險的族群，容易出現在未完整分析資訊即跟隨購買熱門金融商品。若以職業區分，製造業及資訊業類別的投資人從眾行為傾向強度顯著超過金融業及貿易業的類別投資人，可能原因為對於金融市場較為熟悉的產業，其較不容易非理性分析商品，且金融資訊較充足，所以較不容易追隨大眾選擇少數熱門金融商品。以個人家計收入而言，散戶型投資人的年收入50萬元以下者，其從眾行為傾向強度顯著高於年收入90萬元以上者。

謝耀龍(2011)指出，分析金融消費者行為購買模式可分為下述模式：1.理性模式、2.便利模式、3.感性模式。人類在理性思考與計算存在基本的限制，此與知識多元性教育的普及及推廣成效息息相關；例如，貼現率概念對一般非財金科系背景普羅大眾屬相對陌生且容易被理財銷售人員誤解引導；金融商品的銷售普遍容易出現因廣告行銷效果產生產品吸引力效應，進而導致可能產生過度非理智購買的行為。投資人情緒效應的作用，將改變投資人風險偏好認知度，進而產生非理性投資膨脹的現象。再者，缺乏相關金融理財知識，資訊蒐集不足，對風險認知不夠，或過度自信均將影響投資人的投資績效及理財商品的偏好選擇。

陳怡儒(2008)研究發現，消費者選擇財富管理商品前，「退休規劃」最容易影響其與銀行之往來，其次為「子女教育基金」及「學習投資知識與

經驗」；由此可見消費者普遍需要從銀行中獲得的是中長期的財務規劃及藉由各種財富管理商品的投資過程中獲取相關的理財知識與經驗累積。

在其研究調查中，受訪者曾購買及常購買之財富管理商品，以股票型基金最多，其次為股票，第三則為傳統壽險；可見基金、股票、壽險為金融消費者最主要之理財工具。而受訪者在目前持有之投資產品，以現金、存款、股票、基金、具投資成份之保險計劃或商品居多。而投資風險承受度方面，超過七成之受訪者願意投資於波動程度在 10%~20% 之間之理財產品，且近六成受訪者投資價值波動之投資產品時，願意接受之投資年期在 1 年至 3 年之間。

林子文(2004)研究金融機構女性消費者行為發現，受訪者平常至銀行之頻率多為一星期二次；受訪者與金融機構往來活動，以信用卡及定期存款所佔之比重最高。

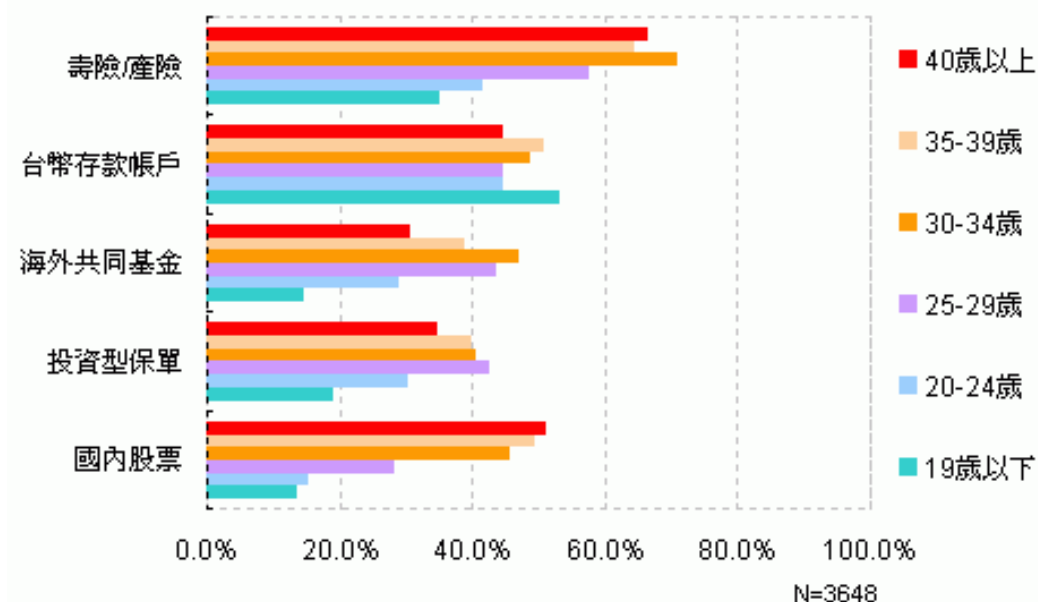
林義畔(2003)研究財富管理時代下銀行信託業務行銷策略發現，受訪者中男性獲得產品資訊來源主要為銀行行員，女性客戶則來自於銀行行員及商品廣告；女性樣本偏重於債券型基金，男性樣本則偏重於股票型基金。

許雅菁(2002)研究投資者購買共同基金選擇因素，結果發現不同性別投資人在購買共同基金之購買基金種類、申購方式、投資經驗、投資金融等消費型態上有顯著差異；不同性別投資人在購買共同基金之購買動機與資訊來源上亦有顯著差異。

二、相關研究調查

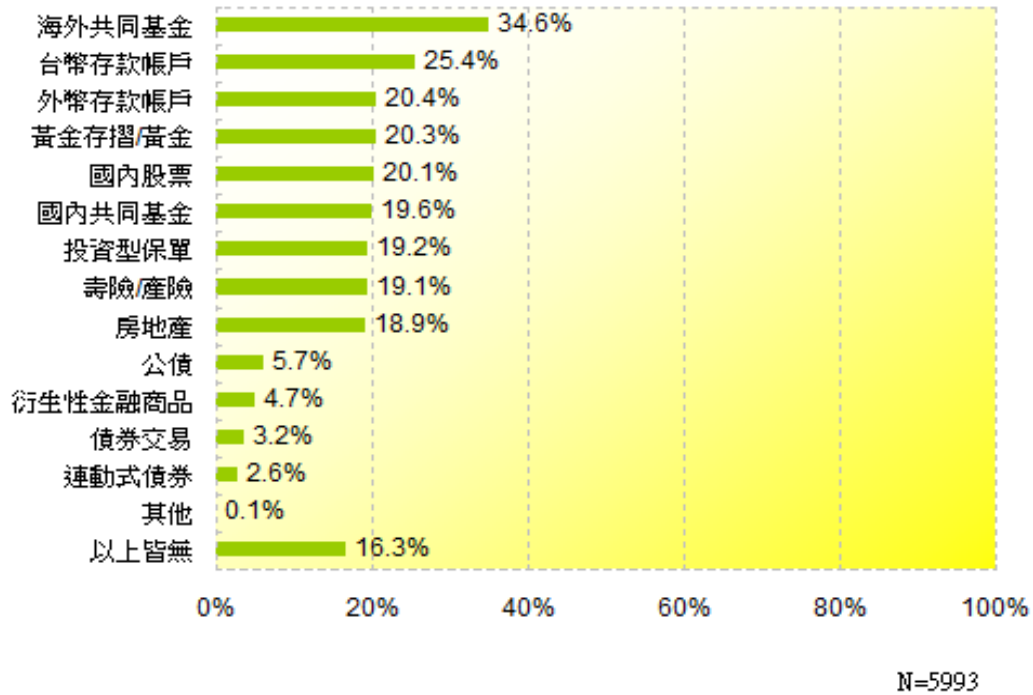
參考創市際市場研究顧問公司在2008年9月針對台灣地區年齡在10~79歲所做的調查，根據該次調查結果顯示，有兩成五的受訪者會全部將所得餘款進行儲蓄的動作，其中又以24歲以下、或者是學生族群的儲蓄傾向最為明顯；有13%的受訪者會將餘款平均分配於投資與儲蓄項目。但整體來說，受訪者傾向於儲蓄的比例較投資來的高。在各種投資商品中，最受消費者青睞的為「壽險/產險」(56.5%)、「台幣存款帳戶」(46.3%)、「海外

共同基金」(36.7%)、「投資型保單」(36.3%)和「國內股票」(32.2%)。其中壽險/產險、國內股票以30歲以上受訪者的投資傾向較其他年齡層高；台幣存款帳戶以19歲以下偏好度相對較高；選擇海外共同基金作投資以25~34歲的傾向高；投資型保單以25~29歲偏好度較高(詳見圖1)。對於未來的投資購買計劃，有近三成五受訪者表示未來想投入資金的項目為「海外共同基金」，而「台幣存款帳戶」次之(詳見圖2)。



資料來源：創市際市場研究顧問(2008)

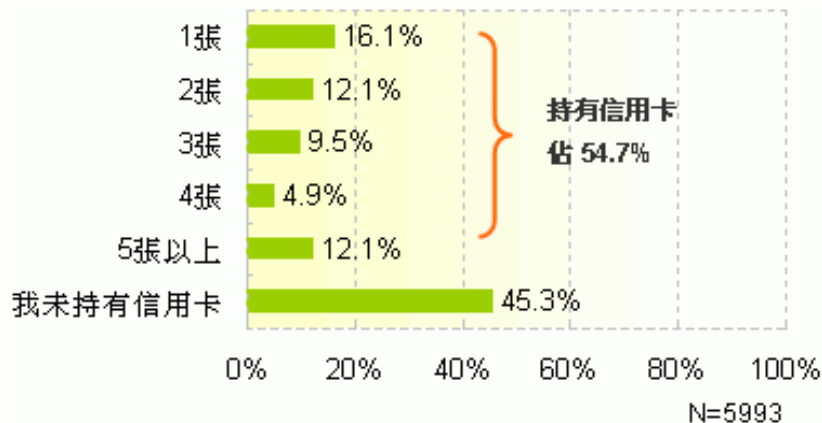
圖 1 各年齡層的投資偏好圖



資料來源：創市際市場研究顧問(2008)

圖 2 未來計畫購買投資項目圖

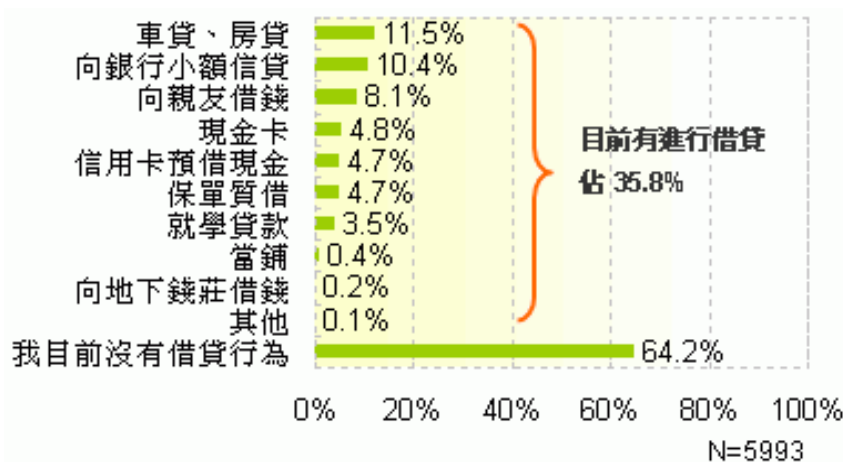
調查中，也同時針對消費者信用卡持有比例做分析，在全部調查的 5,993 位受訪者中，有 54.7% 有信用卡，同時擁有 2 張以上的受訪者佔 38.6%。進一步分析消費者在使用信用卡循環利息情形，擁有信用卡的 3,280 位受訪者中，8 成以上會每期一次付清卡費，僅 19.3% 的會動用到循環利息(詳見圖 3)。



資料來源：創市際市場研究顧問(2008)

圖 3 擁有信用卡數量

而在全體受訪者中，有35.8%的受訪者目前有進行借貸，其中以「車貸、房貸」的比例較高（11.5%）。另外，調查也發現，如果受訪者預期未來遇到信貸狀況時，多半會採取較為保守的方式，以「向親友借款」的比例最高（43.2%），其次才是「向銀行小額信貸」（38.9%）（詳見圖4）。



資料來源：創市際市場研究顧問(2008)

圖 4 目前進行貸款行為圖

消費者的金融消費行為模式分析，亦可以跨城市比較的觀點，深入分析研究不同城市間消費者的消費商品模式、支付方式等差異性及其城市居民特殊消費習性，以國際間知名民意調查機構尼爾森公司針對上海、北京、廣州等中國沿海三大城市的調查，該次調查以抽樣近2,500名年齡在18-54歲的消費者為調研對象，其中以上海消費人的投資意圖最為突出。上海的受訪者當中，積極進行個人投資的比例明顯高於北京和廣州，尤其是申請過個人貸款的上海人比例遠遠高於其它兩個城市。無論在信用卡使用頻率、消費金額，還是在透支額度上，廣州人都要高於北京和上海。廣州居民擁有外匯帳戶的比例也最高，可能因素為鄰近香港，廣州人的外匯存款以港元居多。在此三城市中，北京的個人金融市場發展程度最低，北京消費者的銀行卡普及率不及其它兩個城市，使用信用卡消費的金額也低於上海及廣州此兩城市。

2012年尼爾森公司針對全球26個國家和地區的2.8萬名消費者進行了訪問。結果發現，亞太區消費者的投資意識最強，四成八有投資習慣，其次是北美，受訪的香港消費者中，五成半有投資習慣，當中近九成投資股票，比率屬全球最高，並有五成投資者靠自己做出投資決定，而近年持續升值的人民幣成為港人最愛的投資貨幣。此調查亦顯示，亞洲投資者傾向於投資股票，期望有較高回報，相對處於經濟危機的歐洲投資者，則傾向選擇安全保本產品。

參、研究內容架構

一、消費者對金融服務需求之變化及偏好

根據麥肯錫(2011)調查，在銀行 4 大通路中，「分行」及「電話銀行」通路的使用率都已經開始下降，但「網路銀行及行動銀行」使用比率日益提高。花旗銀行(2011)針對台灣 25~49 歲國人，調查「使用行動銀行及未來趨勢」的研究結果發現，使用行動銀行的人口佔調查總數的 11%。

目前銀行推出的服務模式可區分為：臨櫃服務、電話銀行、網路銀行、行動銀行等四類，本研究欲探討消費者較偏好何種服務模式，又於此服務模式中進行那些業務往來，進而探討消費者與銀行往來的頻率及接受銀行財富管理服務之意願。

二、消費者儲蓄及理財模式現況

「世界銀行」公布 2011 年全球「金融服務普及性」(Financial Inclusion) 調查報告指出，全球有 3/4 窮人沒有銀行帳戶；台灣 87% 成年人有銀行帳戶，名列亞洲第 5，台灣民眾儲蓄率也名列前茅。

台灣民眾儲蓄的目的有 55% 是為了應付未知的環境，48% 是為了家庭的責任，40% 為了應付一般的支出，而醫療用途及退休支出分別也佔了 39% 及 38% 的比例。此外值得注意的是，過去被台灣人視為未來重要經濟資產的房屋，受到的重視比例也逐年下降，2006 年時有 71% 民眾認為房屋是未來確保經濟保障的重要資產，但 2007 年驟降至 47%，2008 年也只有 56%。預期未來房價若下跌，此比例也可能隨之下降。

台灣金融研訓院(2013)針對我國金融業營運趨勢展望問卷調查顯示，我國銀行業、票券業與證券業對 2014 年景氣看法普遍表示悲觀，除了房地產景氣衰退、失業率上升、消費者物價指數上升外，甚至對國際的景氣也不看好，民眾對景氣保守看待，將影響其儲蓄與消費之重新比例的調整。

英傑華集團(2009)公佈全球消費者儲蓄態度研究報告，結果顯示台灣人儲蓄意願連續三年皆為全球之冠，84%願意為未來儲蓄，遠高於全球平均的45%，僅有6%的台灣人是及時行樂而較不願儲蓄的，且與全球比較下，52%台灣民眾在理財方面偏向儲蓄、保守的商品，高於全球平均46%。這項報告也顯示出，過去五年以來，全球民眾對於經濟的信心逐漸下滑，尤其在金融海嘯過後，這樣的趨勢更加明顯。而隨著各國失業率的攀升，中老年失業問題嚴重，該研究認為民眾更應於此時積極儲蓄退休金，為不確定的未來增加經濟保障，也認為保險公司與政府應重新思考及設計保險商品，以提升消費者長期儲蓄退休金的意願。

台灣民眾在整體行為模式上與全球類似，但約八成的民眾寧願儲蓄不花錢，比例連續三年高達全球之冠，同為華人地區在香港為第二名，比例為65%，大陸消費者則是傾向及時享樂，僅有12%有儲蓄意願。且台灣民眾在考慮儲蓄及投資的時候，有57%偏向5年內短期儲蓄，僅有20%的人會思考到10年以上的長期儲蓄，這與國內短年期的儲蓄險商品受到歡迎的情況不謀而合。此外，除了印度及斯里蘭卡之外，亞洲國家消費者也相對保守，高達52%台灣民眾偏好保守或有保證收益的產品，與中國54%、香港57%及新加坡61%相近，全球平均則為46%。

三、消費者/家計單位的資產配置策略及偏好

隨著金融商品不斷的推陳出新、網路發達、交易成本大幅下降，消費者的投資行為將更加活絡。面對資產管理市場的激烈競爭，金融業應多利用客製化的行銷組合，以滿足消費者的需求與偏好。關於消費者的資產配置，長久以來已有頗多文獻進行探討，然其共通的缺憾為幾乎都是以綜合研究的觀點進行實證的分析與探討，只能推論出一般性、整體性的架構與評估模式，並探討哪些變數是否有顯著的影響差異。一般研究發現，風險承受度被認為是影響消費者投資決策的重要因素，並進而影響消費者的資產配置。

本研究欲了解消費者的資產配置偏好，以利銀行業者推出個別消費者的最適資產組合，並且可以瞭解個別消費者對資產配置與理財產品屬性之認知。

四、金融投資風險承受度及分散策略

投資者對風險的態度一般常利用經濟學「效用 (Utility 函數)」來描述與解釋，並可利用邊際效用 (Marginal Utility) 來判別對風險的偏好程度。投資者對風險的承受度一般可區分為風險趨避者、風險中立者及風險愛好者等三類。

- (1) 風險趨避者 (Risk Averter)：又稱為風險厭惡者，當面對具有相同期望所得的投資時，投資者喜歡具確定性結果的投資案，而不願意接受不確定性結果的投資案。
- (2) 風險中立者 (Risk Neutral)：投資者並不在意投資案是否具確定性結果，而是依據「期望所得」而來選擇投資案，換言之，投資者不在意確定性之程度有多少，而是要求回報相等於其面對之風險。
- (3) 風險愛好者 (Risk Lover)：投資者為要獲取較大「期望所得」，並不在意投資案是否具確定性結果，相對的，願意承擔較大風險來追求較大滿足程度與利潤。

為瞭解消費者之金融投資風險承受度及分散策略，本研究針對消費者願意投資於報酬率波動程度多大的投資型產品進行調查，而當投資的金融商品大幅下跌時，瞭解消費者願意等待多長的期間，並進一步探討其資產配置之金融商品有那些類別，以利銀行業者拓展業務。

五、海外資產投資方向及商品種類

近年來因為國內外利差、股市表現不佳、且國內金融商品的選擇跟數量相較於國外市場都較少等因素，國人逐漸熱衷海外投資；因為投資海外

金融商品，獲利機會較高，因此國人選擇投資於海外市場，選擇錢進海外。

根據央行統計數據顯示，直到 2012 年底，我國對外持有的金融資產，以證券投資(國人投資海外基金、股票等)為最大比例，金額高達 3,910 億美元，其次為「對外其他投資」，金額達 2,550 億美元，而直接投資金額也高達 2,315 億美元。央行國際收支統計顯示，金融帳已連續第十季呈現淨流出，追平金融海嘯前紀錄，顯示國人資金外流愈來愈多，投資海外金融商品意願極高。

六、消費者信用及貸款管理

當政府於 1993 年頒布「信用卡業務機構管理辦法」後，許多銀行運用大量的人力、物力來開發新客源。發卡銀行為達規模效益，積極推出各種促銷活動，並以較寬鬆的信用條件核發信用卡，使得信用卡業務呈爆發性的成長，導致卡債風暴的發生。但自從 2006 年台灣爆發雙卡風暴以來，至目前為止民眾已普遍了解信用卡及現金卡之循環利率，相較於信用貸款利率高出許多。為了解現今消費者信用卡使用情況，本研究將調查目前消費者信用卡之持卡量、每月簽帳金額以及使用循環利息狀況。

消費者銀行貸款向為銀行主要業務之一，故本研究將調查目前消費者所持有的貸款為何種類型、及未來預計新增之貸款種類為何，以利我國銀行業者拓展其業務。

七、金融交易糾紛時處理方式及管道認知

2008 年雷曼兄弟連動債在台灣造成多數投資人受害的事件，暴露出我國既有的金融消費爭議處理機制並沒有辦法快速、有效地使受損害的金融消費者權益確實獲得保障。為了加強與落實對金融消費者權益的保障，快速、有效處理金融消費爭議，在各界共識之下，「金融消費者保護法」於焉而生。

雷曼兄弟倒閉事件所引發的連動債銷售紛爭，經由銀行公會所設的金融消費爭議案件評議委員會，依銀行公會所訂的評議程序規則受理多項申

訴案件。據統計，受理案件共計 25,146 件，獲補償案件計 8,287 件占 79.5%，個案案件平均補償比例為 24.04%。就小額案件，銀行與投資人比較可能同意打折後各自退讓而認賠結案，但就巨額案件，雙方可能不同意評議決定，而必須訴諸民事訴訟。

依「金融消費者保護法」，當接受銀行、保險、證券等金融服務業提供之商品或服務的金融消費者，與金融服務業者之間，發生民事爭議的時候，在向金融服務業申訴，仍然不能得到滿意的回應的時候，可以向「金融消費評議中心」申請評議。「金融消費評議中心」會先請雙方當事人來溝通，就是「試行調處」，如果不能調處成功，才由具有專業性與公正性的評議委員，就雙方的主張，進行「書面評議」。

截至 2012 年底止，金融評議中心受理評議案件，共受理 4,861 件申訴案件。其中和解或金融服務業依申訴人意見處理等方式解決爭議者為 1,626 件，紛爭解決率約 35%。截至 2012 年底為止，申請評議案件總計 2,504 件。其中銀行類占 365 件（含連動債 197 件）、保險類占 2,099 件、證券期貨類占 40 件。已有處理結果之申請評議案件共計 1,843 件，佔總收案件數 73.6%。

金融商品的服務過程，無論在前期的產品導入行銷端或後期的產品服務端，若過程中出現爭議性，如何有效釐清法律層面的責任歸屬問題，投資人的金融投資知識的理解，銀行風險控管流程的審視，消費者認知的滿意度，此均值得加以重新檢視。

金融消費者正確的投資觀念宣導，可避免金融消費爭議的發生。截至目前為止的許多事件顯示，我國的金融消費者的投資、理財觀念未必健康。如果金融消費者能養成正確的投資風險概念，有很多的金消費爭議其實是可以事前防止的。透過各種管道與方法，努力提昇、導正金融消費者的投資觀念。

八、社會新鮮人助學貸款調查

就業即負債是現今許多社會新鮮人的心聲；根據青平臺基金會(2011年3月)的統計，2010年申請助學貸款高達81.5萬人次，社會新鮮人一畢業就有將近40萬元的負債等待償還。社會新鮮人面臨著高失業率、低起薪、高物價的時代，這些社會新鮮人是否每個月還能提撥出一些閒置資金，進行理財投資為本研究主要調查目的之一。

肆、研究方法

一、 調查區域範圍及對象

- (一) 調查區域範圍：全台灣居民為對象。
- (二) 調查對象：以居住於全台灣之一般居民，年滿二十歲以上之居住人口為主。

二、 調查項目

1. 個人基本資料/個人家計所得/工作職業屬性
2. 消費者金融服務需求偏好
3. 消費者儲蓄及理財模式現況
4. 消費者/家計單位的資產配置策略及偏好
5. 金融投資風險承受度及分散策略
6. 海外資產投資方向及商品種類
7. 消費者信用及貸款管理
8. 金融交易糾紛的處理方式及管道認知
9. 社會新鮮人之助學貸款調查

三、 調查資料時期

- (一) 靜態資料：以民國102年06月15日為資料標準日。
- (二) 動態資料：依調查項目內之規定為準。

四、 實施調查期間：民國 102 年 07 月 01 日至 08 月 23 日止。

五、 研究限制：本研究樣本資料來源，因時間及人力限制，無法採用隨機大量樣本，因而採用便利抽樣，故在各人口統計變項比例分配較不均勻；其次，本研究探討金融消費者需求及消費傾向，而國人對於個人所得及財富管理規劃多視為隱私之一部份¹，面臨到理想之受

¹個人之財富管理屬於私密領域，真正屬於金字塔頂端之消費者，願意透露其收入及資產規模意

測對象拒測或回答資料不全之情況發生，此為本研究之限制。

- 六、 資料處理方法：本計畫問卷於全台地區發放紙本問卷及電子問卷，共計回收 1064 份，有效樣本 1037 份、無效樣本 27 份。針對有效樣本進行統計分析，主要係以各大探討主題下之項目進行比例分析，重要題項並進一步利用基本資料之年齡、所得、職業等進行交分析，並說明其所顯示之結果及探討其含意。。

願甚低，接觸到此一族群有其客觀上難度。

伍、研究結果

一、個人基本資料/個人家計所得/工作職業屬性等

本計畫問卷於全台地區發放紙本問卷及電子問卷，共計回收1,037份，填寫問卷者之性別、年齡、教育程度、就業狀況、職業別、個人年收入及家庭年收入等基本資料，其分類如表1、圖5至圖9所示。樣本中男女性別比例平均為1:1.06，男性佔總回收樣本49%，女性則為51%。教育程度以大專院校畢業為主，佔64%，國中以下為2%，高中職為12%，碩士以上則為22%。受訪者居住於北、中、南地區者各有30%以上，東部地區受訪者較少，僅佔總樣本1%。婚姻狀況部分則以單身及已婚為主，各佔近50%，單親的受訪者較少，佔總樣本3%。

表 1樣本基本資料

	居住地區				性別		婚姻狀況			教育程度			
	北	中	南	東	男	女	單身	已婚	單親	國中 (含以下)	高中 職	大專 院校	碩士 以上
樣本數	364	310	351	12	503	534	494	512	31	20	122	663	232
佔總樣 本比例 (%)	36	30	34	1	49	51	48	49	3	2	12	64	22

年齡方面則以25-44歲為主，合計約佔62%，其中25歲以下樣本佔12%，25-34歲為34%，35-44歲為28%，45-54歲為19%，55-64歲為5%，65歲以上為1%，圖5為樣本年齡分佈圖。

若以就業狀況區分如圖6，本研究回收之問卷中，正職者佔大多數，為84%，求職/待業中佔7%，兼職者佔4%，已退休人士佔1%，目前無業者

為4%。以職業別作為分類如圖7，以科技業最多，佔20.3%，次之為金融業佔17.7%，接下來為軍公教佔17.5%。

樣本之個人年收入方面，主要集中於30-150萬區間，佔69%。根據行政院主計處最新資料(2013年8月公告)，2012年平均台灣每人淨收入(NI)為52.5萬元，顯示本調查樣本接近主計處公告之每人淨收入，樣本並無偏誤情況發生；家庭年收入則以100-150萬區間者最多，為28%，次之則為151-200萬區間，約佔15%；而行政院主計處2012年家庭收支報告顯示，平均每戶所得總額為117.69萬元，顯示樣本特性尚屬吻合。樣本個人年收入分佈圖呈現於圖8，家庭年收入分佈圖則於圖9。

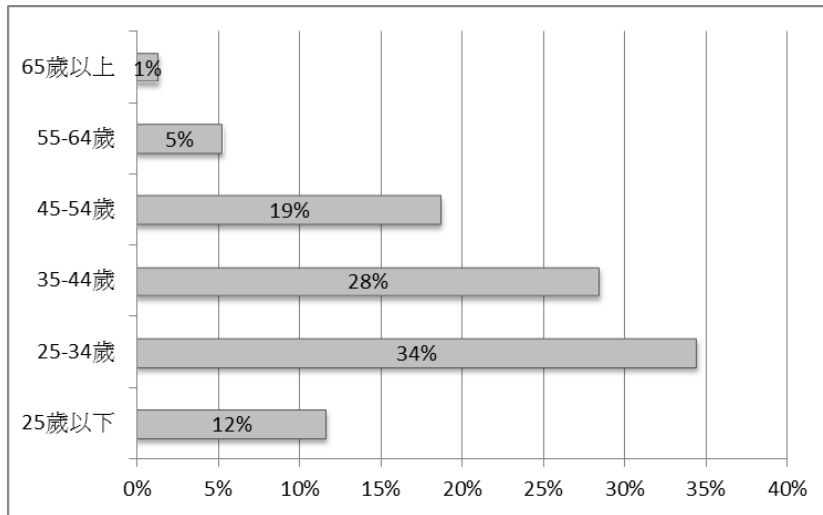


圖5樣本年齡分佈圖

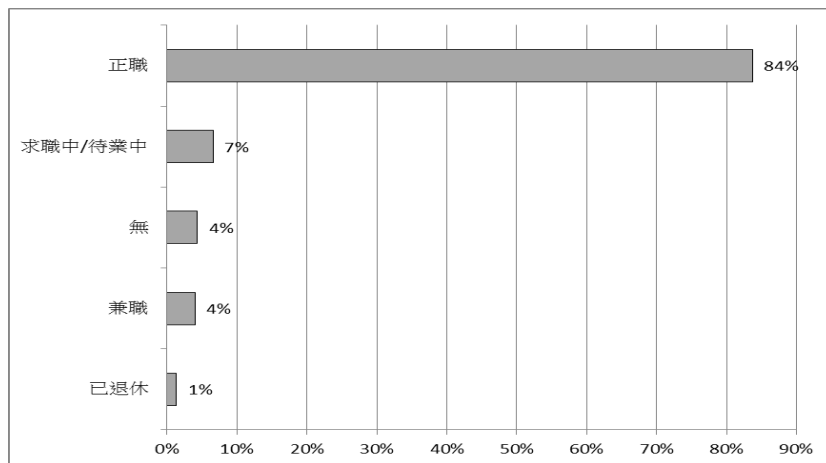


圖6樣本就業分佈圖

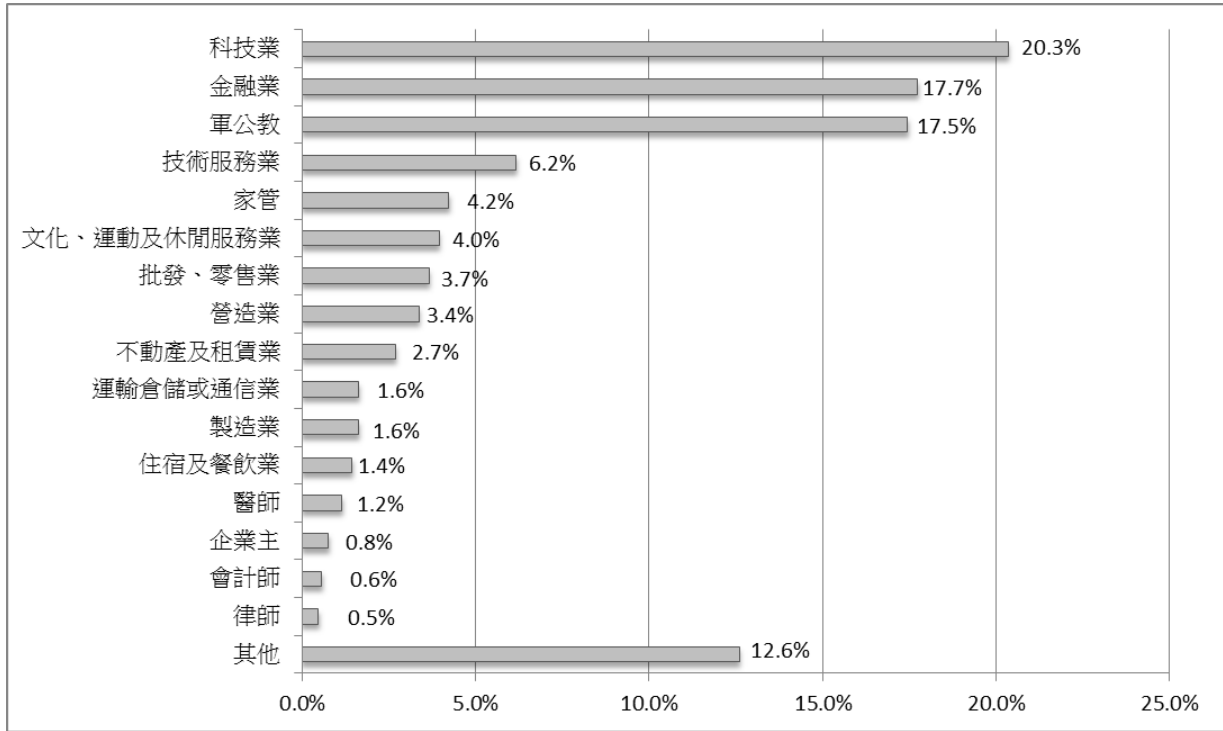


圖 7 樣本職業分佈圖

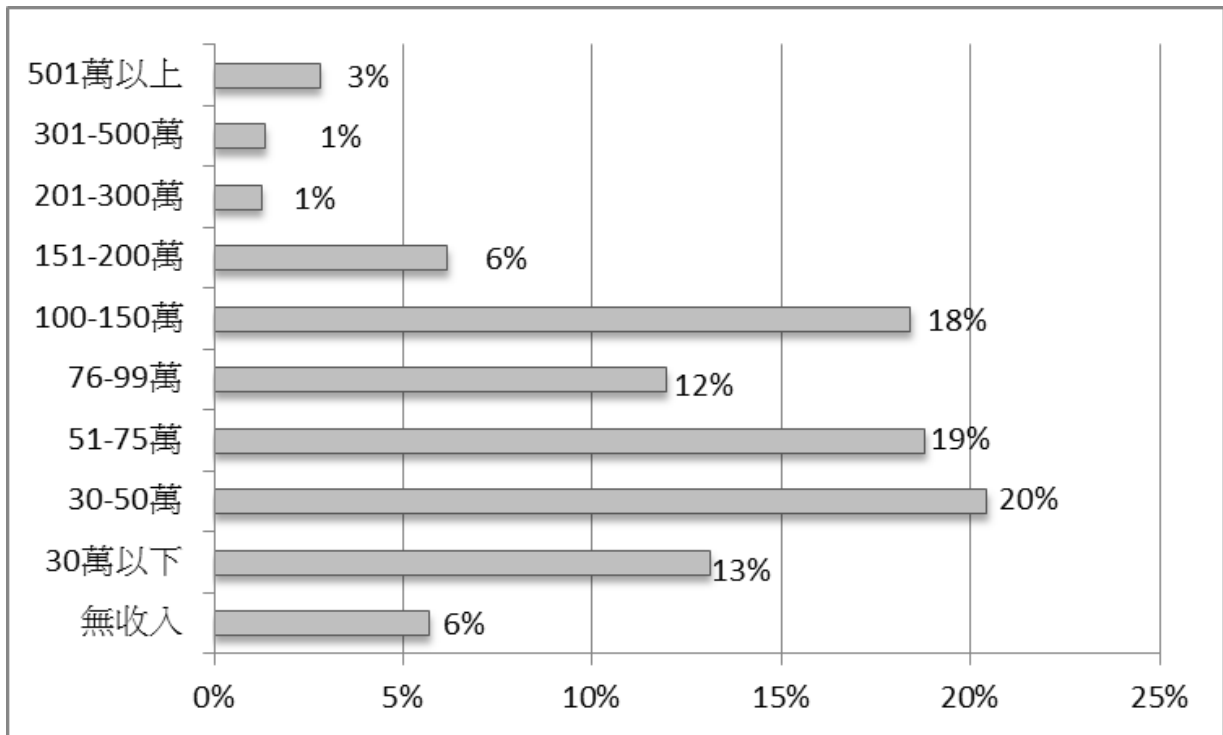


圖 8 樣本個人年收入分佈圖

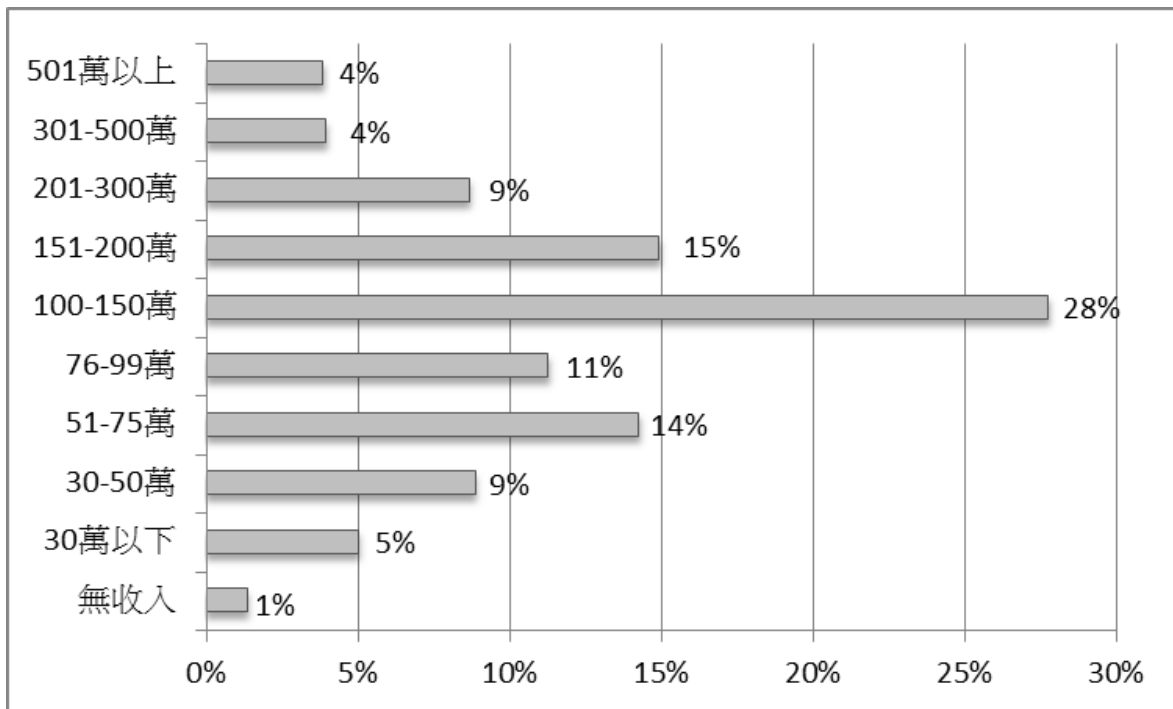


圖 9 樣本家庭年收入分佈圖

圖10為回收樣本以職業類及性別分類的樣本統計圖，其中男性樣本中，前五大職業類別分別為科技業(26.4%)、金融業(18.3%)、軍公教(18.1%)、其他(11.1%)、技術服務業(6.2%)。女性前五大職業類別則為金融業(17.2%)、軍公教(16.9%)、科技業(14.6%)、其他(14%)、家管(7.9%)。

圖11顯示男女性分別以就業狀況分類之統計圖，其中女性有7%為無業，經比對分析，有64%無業女性其職業類別填寫為家管，另外，就業類別填寫已退休的2%女性，也有64%其職業類別為家管，其他就業狀況類別則在男女性中比例較為均勻。本次研究回收受訪者問卷中，男性無業狀況僅為2%，已退休僅為1%。

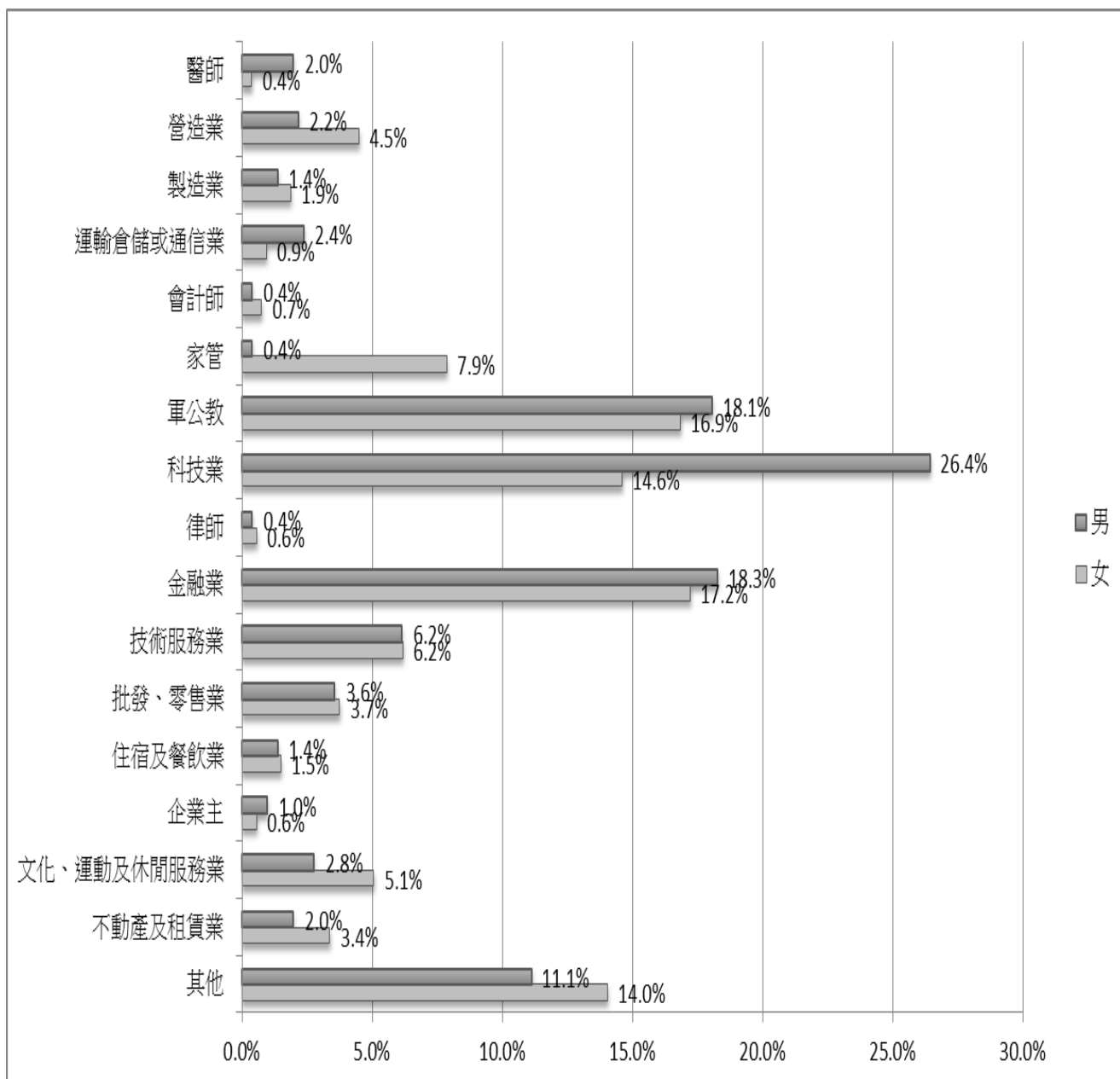


圖10職業分佈圖-以性別區分

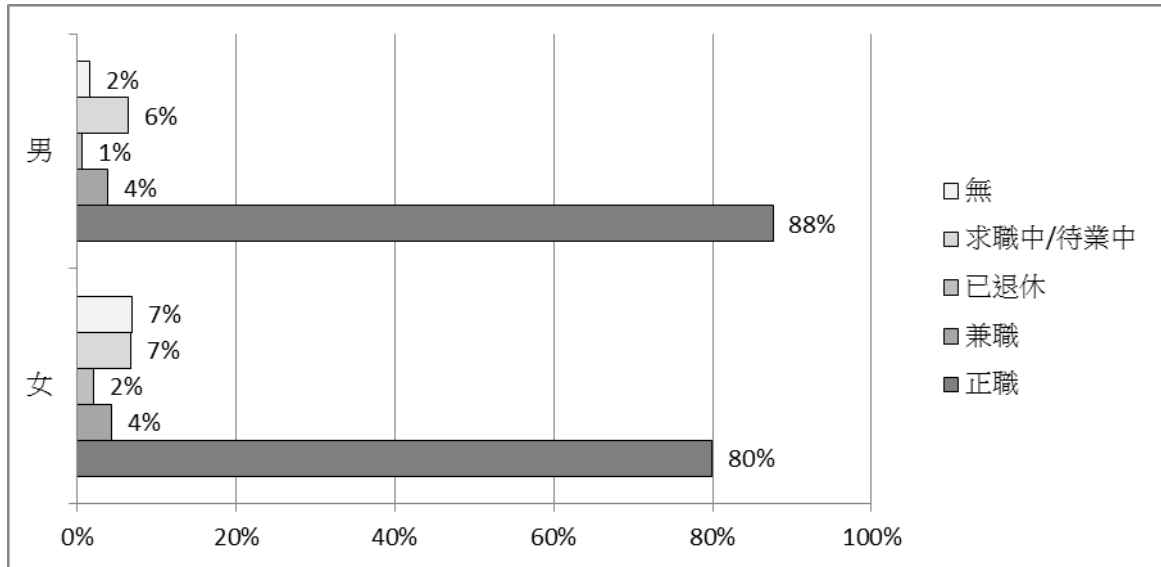


圖11就業狀況分佈圖-以性別區分

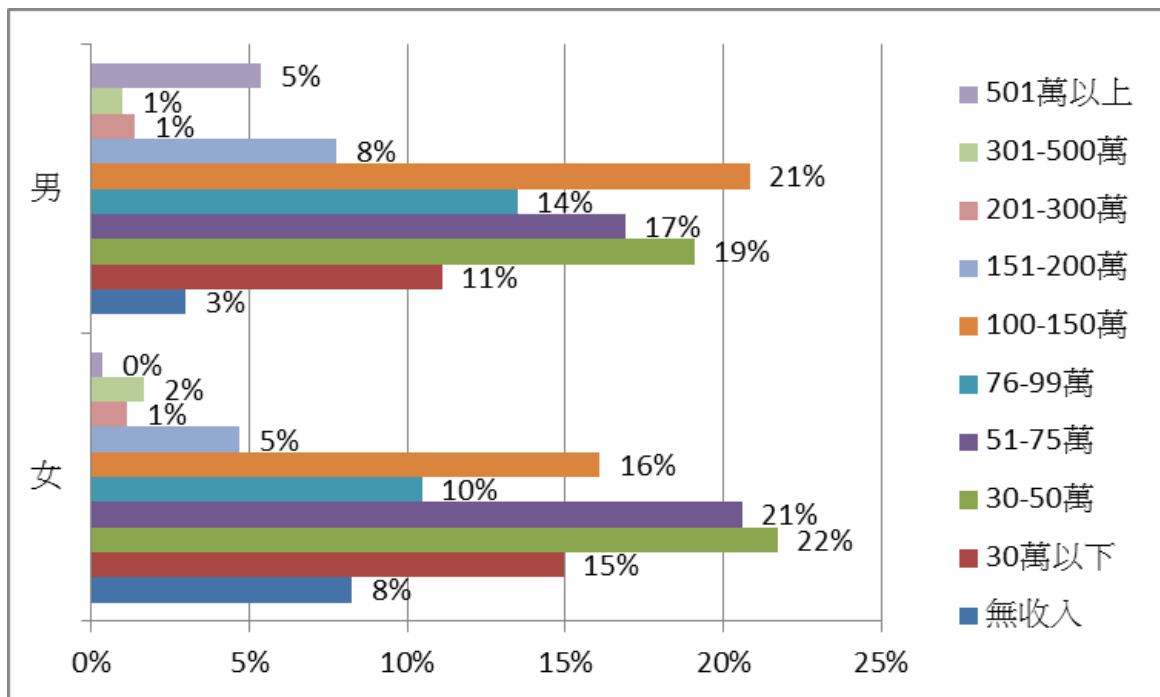


圖12個人年收入分佈圖-以性別區分

圖12則為男女性分別以個人年收入做分類之統計圖，顯示女性約有8%為無收入，經比對分析，無收入女性中約有59%為家管類別。另外個人年

收入男性以100-150萬區間最多，佔21%，次之為30-50萬區間的19%，再次之則為51-75萬區間的17%，女性則以30-50萬區間最多，佔女性總樣本的22%，次之為51-75萬佔21%，再次之則為100-150萬的16%。

在個人年收入的部分，我們再分別以居住區域、行業類別及教育程度細分。圖13中顯示個人年收入與居住區域之關係，其中東部地區(東部地區受訪者占總樣本1%)個人年收入為無以及30萬以下共佔34%，是各區域最高的，然而東部地區之總樣本只有14筆。而無收入及30萬以下這兩個區間最低的區域是北部地區，為14%，次之為中部的18%，南部則有25%年收入為無或30萬以下。另外，個人年收入在100萬以上者，北部區域比例最多，約41%，次之為南部區域，有25%的受訪者年收入在100萬以上，接著則為中部的24%，而東部僅8%。

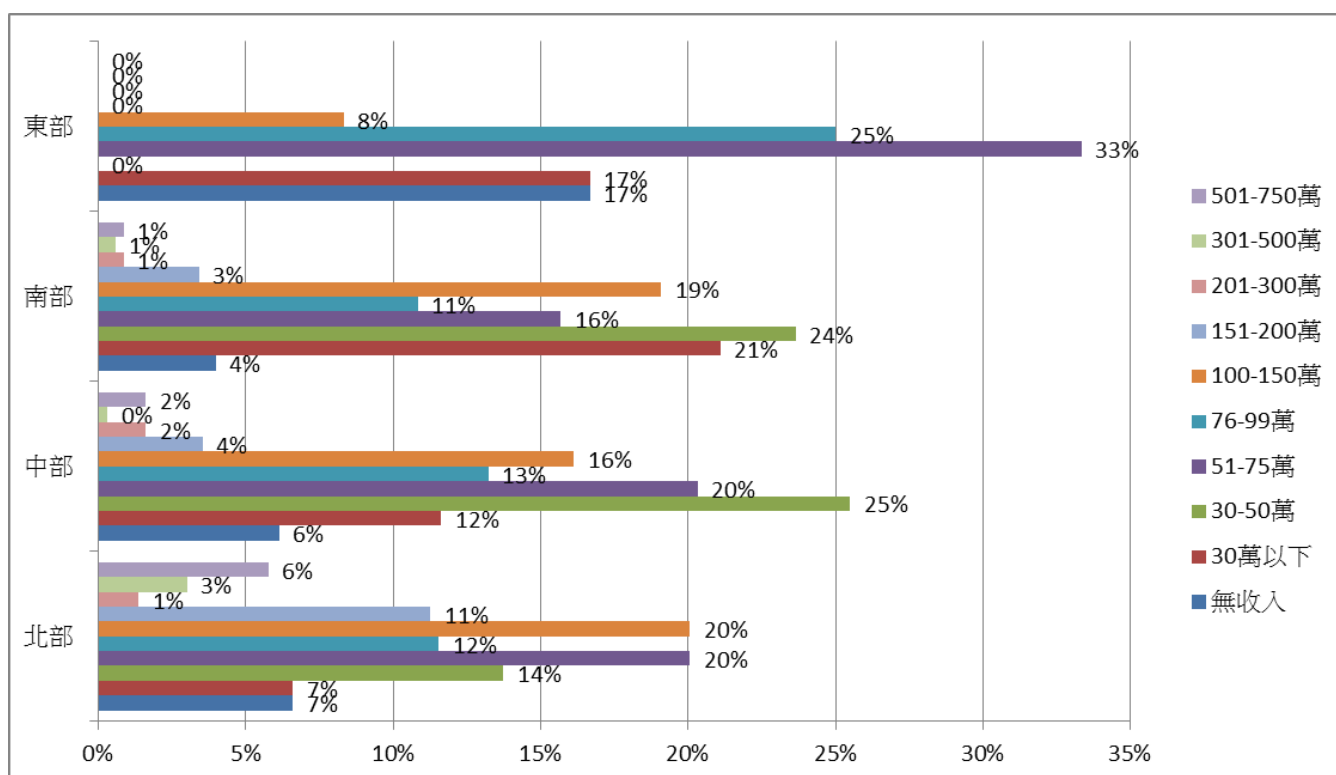


圖 13 樣本個人年收入-依居住區域區分

表 2 為個人年收入分佈再以行業類別細分之分佈表，年收入在 100 萬以上區間以企業主、律師、會計師及醫師最多，所有受訪者行業類別為上

述者，收入皆在 100 萬以上。個人年收入在 30 萬以下區間的受訪者以家管類別比例最高，有 79% 為無收入或 30 萬以下，住宿及餐飲業次之，有 40% 年收入在 30 萬以下，但住宿及餐飲業的受訪者也有 20% 年收入在 151 萬以上，顯示該行業的受訪者個人年收入分佈較不均勻，年收入差異大。

表 3 為個人年收入再以教育程度細分的分佈圖，可以發現無收入的比例隨著教育程度提高而減少，年收入在 50 萬以上的比例則隨著教育程度提高而增加，教育程度較低的類別高低年收入的比率差異較大。

表 2 樣本個人年收入(萬)-依行業類別區分

單位：%

	不動產及租賃業	文化、運動及休閒服務業	企業主	住宿及餐飲業	批發、零售業	技術服務業	軍公教	金融業	律師
無收入	4	0	0	0	8	3	2	1	0
30 萬以下	7	22	0	40	21	20	9	4	0
30-50 萬	36	29	0	13	21	23	10	21	0
51-75 萬	21	17	0	13	18	33	18	22	0
76-99 萬	14	20	0	7	18	9	14	17	0
100-150 萬	14	12	0	0	8	6	40	28	40
151-200 萬	4	0	25	20	3	2	6	5	0
201-300 萬	0	0	0	0	0	3	2	1	40
301-500 萬	0	0	25	0	0	0	1	1	20
501-750 萬	0	0	50	7	0	0	0	1	0
	家管	會計師	製造業	營造業	醫師	科技業	運輸倉儲或通信業	其他	
無收入	59	0	0	0	0	1	6	16	
30 萬以下	20	0	12	11	0	13	18	23	
30-50 萬	5	0	0	37	0	27	35	23	
51-75 萬	7	0	18	29	0	13	29	24	
76-99 萬	7	0	18	9	0	11	6	5	
100-150 萬	2	17	53	3	0	13	6	6	
151-200 萬	0	33	0	9	25	13	0	1	
201-300 萬	0	33	0	3	0	0	0	0	
301-500 萬	0	0	0	0	25	2	0	1	
501-750 萬	0	17	0	0	50	5	0	2	

表 3 樣本個人年收入-依教育程度區分

單位：%

	國中(含)以下	高中職	大專院校	碩士以上	總計
無收入	30	14	5	0	6
30 萬以下	30	27	13	5	13
30-50 萬	15	30	23	9	20
51-75 萬	10	10	22	14	19
76-99 萬	0	11	11	16	12
100-150 萬	10	4	17	31	18
151-200 萬	5	2	5	12	6
201-300 萬	0	0	2	1	1
301-500 萬	0	0	0	5	1
501 萬以上	0	2	2	7	4
總計	100	100	100	100	100

二、消費者對於金融服務之趨勢變化及商品業務之需求偏好

接者本研究就受訪消費者對於金融服務的使用習慣進行分析。首先針對受訪者最常使用的銀行服務模式加以探討，如圖14所示。銀行的服務模式可區分為臨櫃服務、網路銀行、電話銀行、行動銀行(APP)以及自動櫃員機，其中受訪者使用自動櫃員機的比例最高，為38%，其次為網路銀行佔32%，再者是臨櫃服務佔26%，電話銀行和行動銀行(APP)則分別僅佔2%。

若以年齡區間分類，如圖15所示，發現隨著年齡增加，採用臨櫃服務的比例越高，65歲以上年齡區間者，有57%習慣使用臨櫃服務，25歲以下採用臨櫃服務佔24%，25-34歲則為18%。

相反地，採用自動櫃員機服務的比例，則以25歲以下最高，有59%的25歲以下受訪者較常使用自動櫃員機服務，25-34歲的受訪者則有41%。另外，35-44歲的年齡區間中，最常使用的則是網路銀行，佔42%，次之為25-34歲的37%，再次之則為45-54歲，為25%。年齡較大的受訪者較少使用網路

銀行，25歲以下的受訪者也僅有12%最常使用網路銀行。在各年齡區間中，常用行動銀行(APP)及電話銀行者都是較少的。

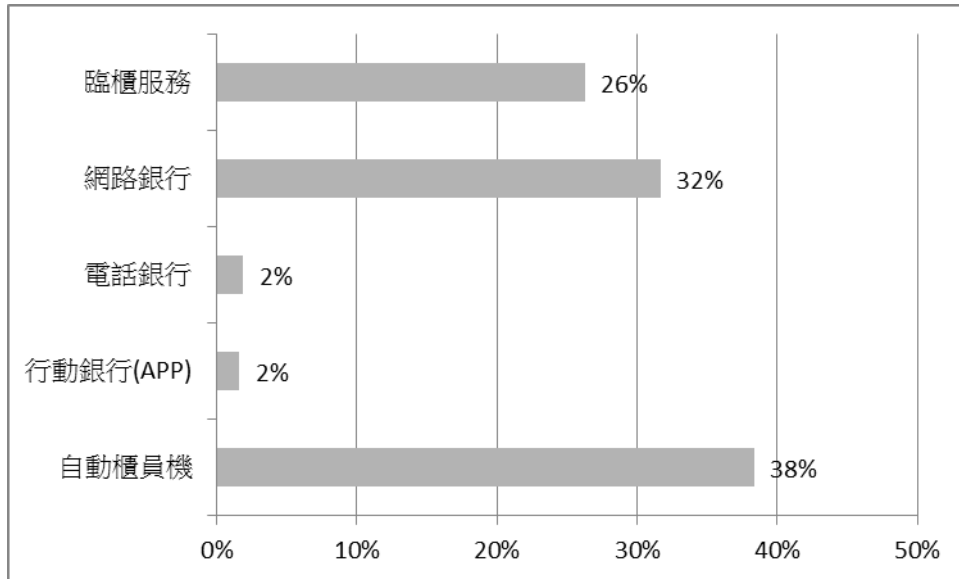


圖14最常使用銀行服務模式-分佈圖

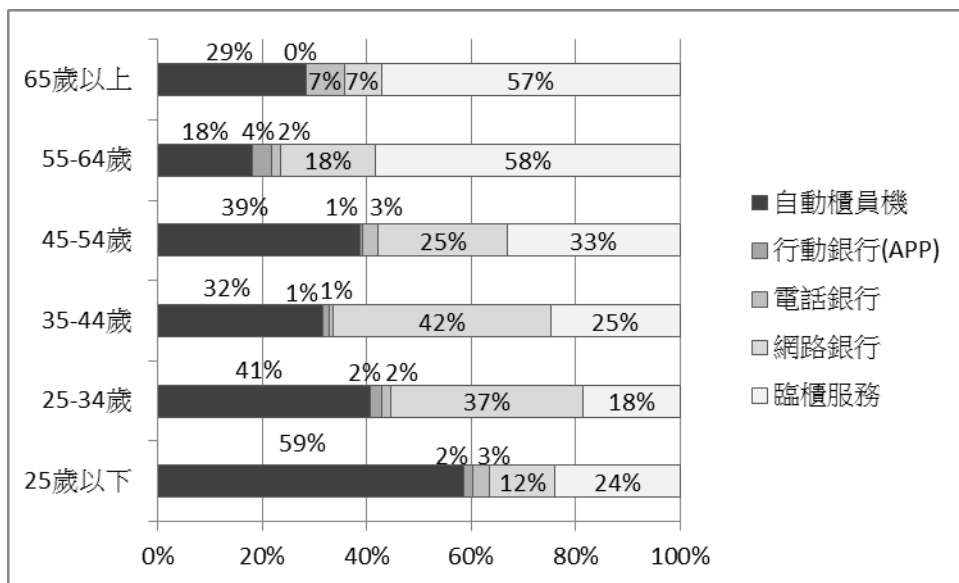


圖15最常使用銀行服務模式-以年齡區分

若以職業類別來區分常用銀行服務模式，則可在圖16中觀察到使用網路銀行比例最高的是會計師(67%)，其次為律師業(60%)，再者為金融業(54%)。自動櫃員機服務使用比例最高的則為企業主(63%)，其次為製造業(47%)，再者為軍公教(46%)。臨櫃服務方面則以住宿及餐飲業的比例最高(67%)，其次為家管(45%)，再者為運輸倉儲或通信業以及技術服務業

(41%)。

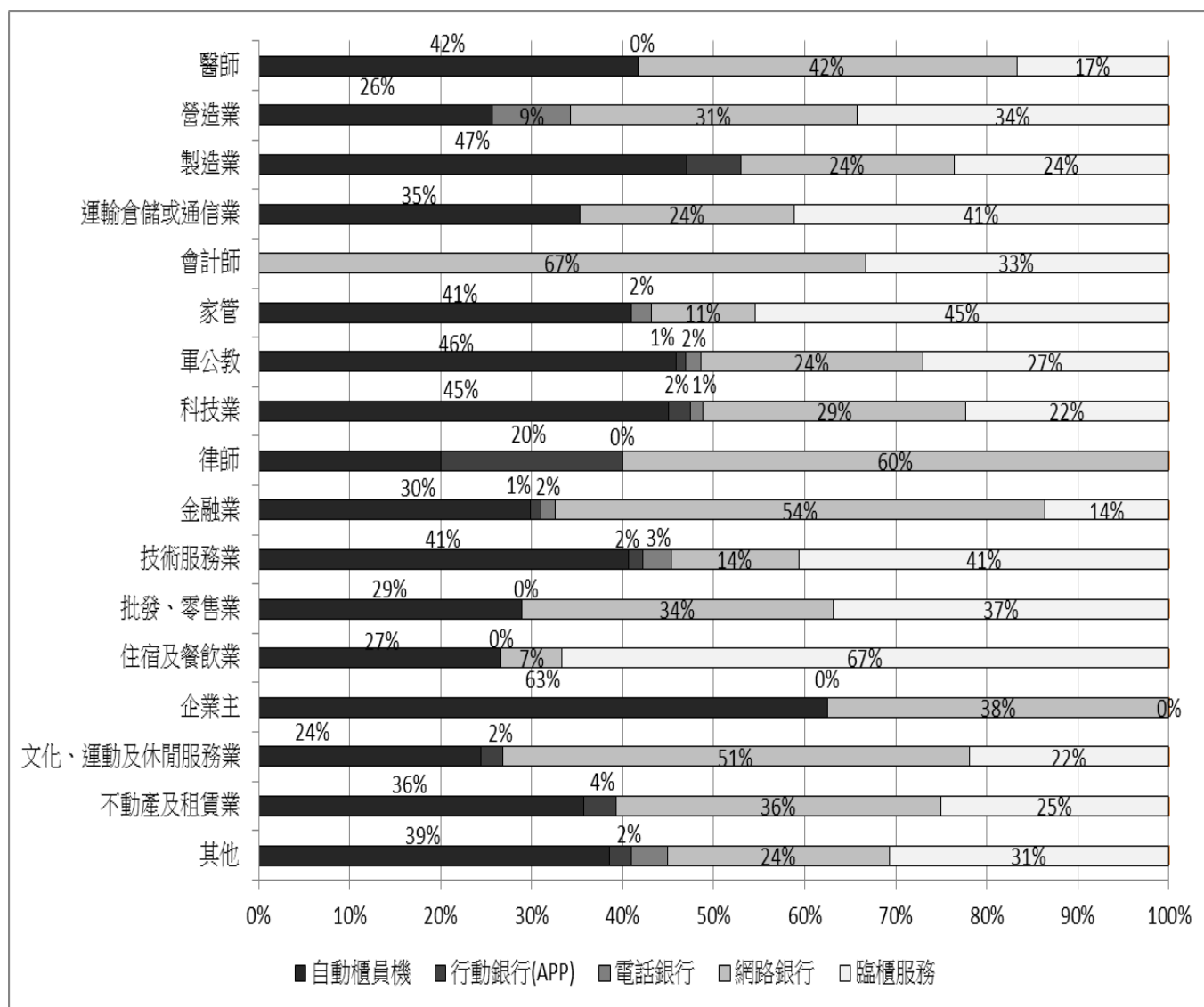


圖16最常使用銀行服務模式-以職業區分

若再另以個人年收入來細分，結果如圖17所示。可發現收入較低的族群使用網路銀行的比例較少，無收入受訪者僅有14%最常使用網路銀行，30萬以下受訪者則為13%，中高收入區間的受訪者較常使用網路銀行，其中51-75萬的受訪者中有41%最常使用網路銀行，是各年齡區間中最多的。另外，臨櫃服務的使用狀況，則以低收入(30萬以下及無收入)受訪者及高收入(501萬以上)受訪者有較高比例最常使用，探究其原因為高收入群體喜歡有安全感，非常的保守，往往與銀行往來都是大額交易，故不喜歡網路

銀行交易，仍喜歡與行員面對面交易；而低收入群體，認為臨櫃交易較其他銀行服務模式來得方便許多。

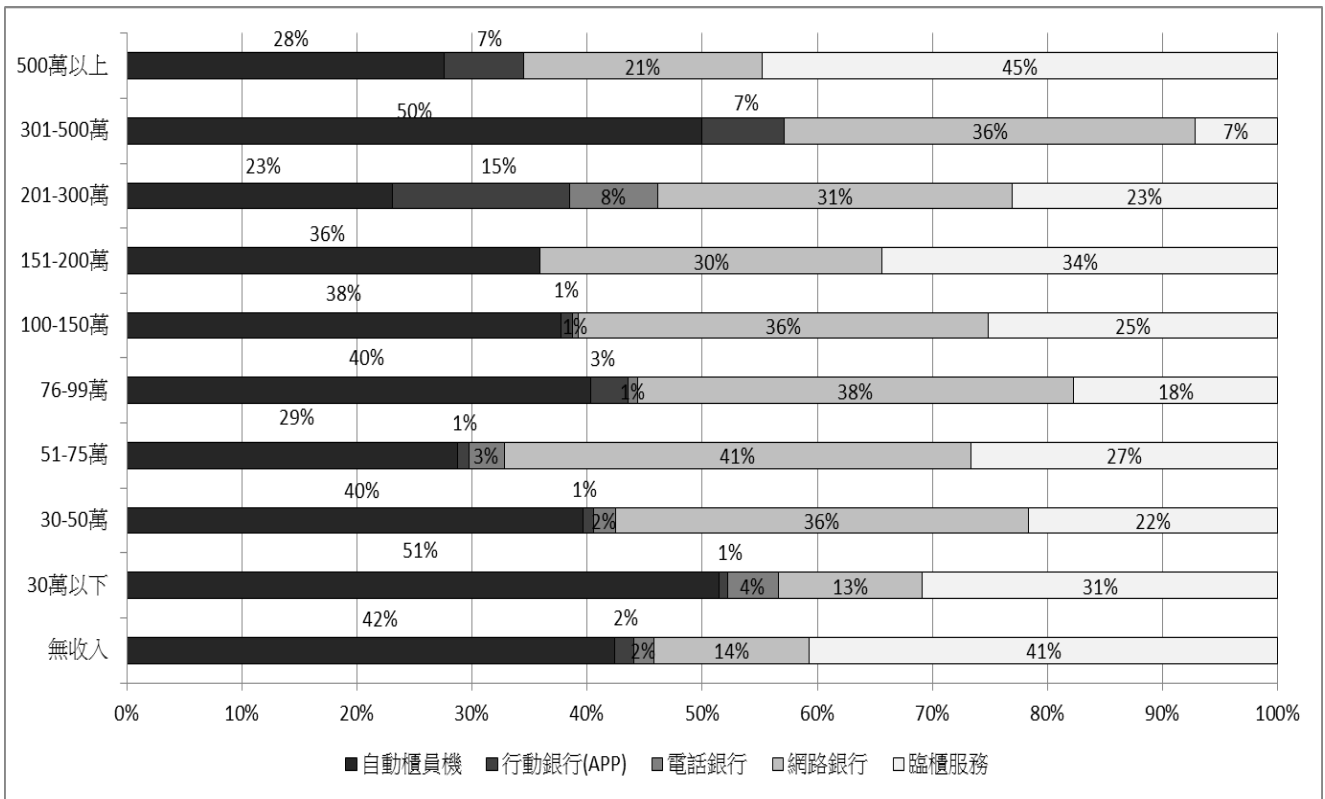


圖17最常使用銀行服務模式-以個人年收入區分

圖18-23呈現各銀行服務模式下最常使用的業務以及受訪者當前最需要的金融服務，其中圖19顯示從不使用電話銀行的受訪者比例高達51%，從圖21也可知從不使用行動銀行者也高達45%。

在行動銀行使用方面，若以年齡層區分，25-34歲年齡層的受訪者有50%從未使用行動銀行，其餘年齡層從未使用行動銀行者高達60%以上，其中25歲以下有64%，45-54歲有69%。整體而言，高達59%的受訪者從不使用行動銀行。若以教育程度區分，則會發現教育程度越高者接受行動銀行的比例也較高，國中以下者有75%從不使用行動銀行，高中職則有70%，大專院校為60%，碩士以上最低，但仍有51%的受訪者從不使用行動銀行。

電話銀行方面，從不使用電話銀行的受訪者佔全部受訪者的64%，若以年齡層區分，其中25歲以下有71%的受訪者從不使用電話銀行，年齡層

越高，則越能接受使用電話銀行，55歲以上的受訪者有59%從不使用電話銀行，25-34及35-44歲區間分別有66%及63%的受訪者從不使用電話銀行。而若以教育程度來看，則沒有顯著的差異，顯示接受電話銀行的程度與教育程度較無相關。

圖18顯示臨櫃服務中最常使用的業務前三大比例分別為存款(25%)、提款(20%)及匯款業務(18%)；圖19則可知電話銀行的服務模式下最常使用的項目是帳務查詢(14%)、轉帳(10%)及繳費業務(8%)。

圖20顯示網路銀行最常使用的業務為轉帳及帳務查詢為主，各佔24%，次之為基金交易佔9%的比例；圖21行動銀行則以轉帳、帳務查詢為主，各佔15%，其次是繳費及存款業務(各7%)；圖22自動櫃員機的服務模式以提款(43%)所佔比例最高，其次是轉帳(24%)，再者為存款業務(14%)。最後圖23顯示受訪者當前最需要的金融服務項目，結果存匯款業務的比例最高(26%)，其次是代繳服務(14%)，再者為財富管理服務(11%)；而貸款業務只佔6%，據本研究實地訪談銀行業者後，發現原因可能為因近來打房政策影響受訪者購屋意願，故貸款業務相對偏低。

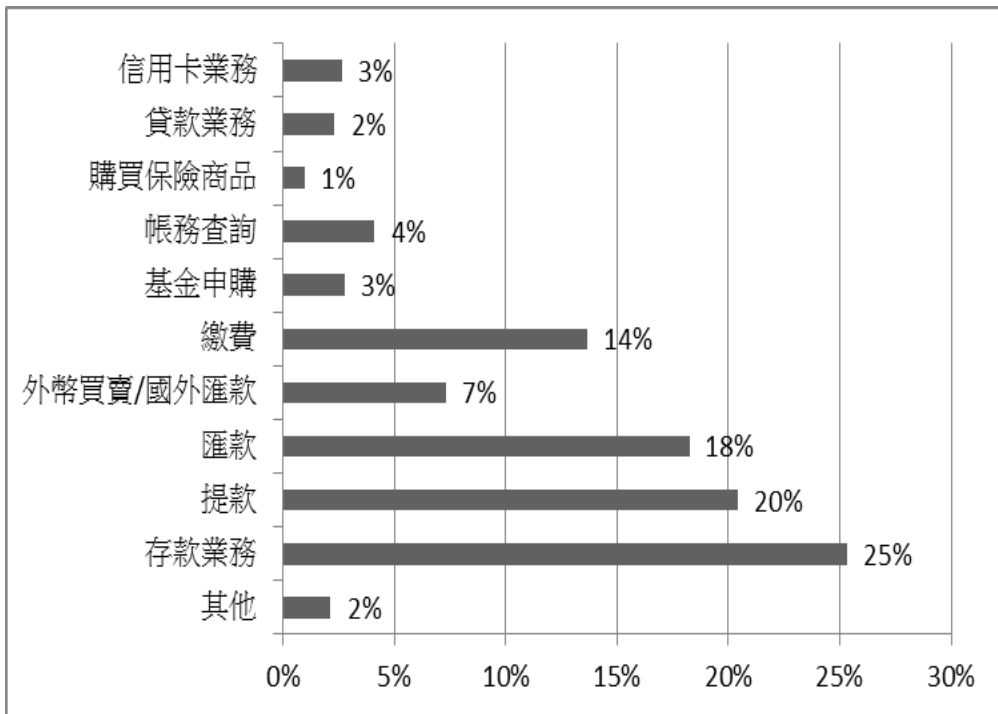


圖18銀行臨櫃最常使用何項業務分佈圖

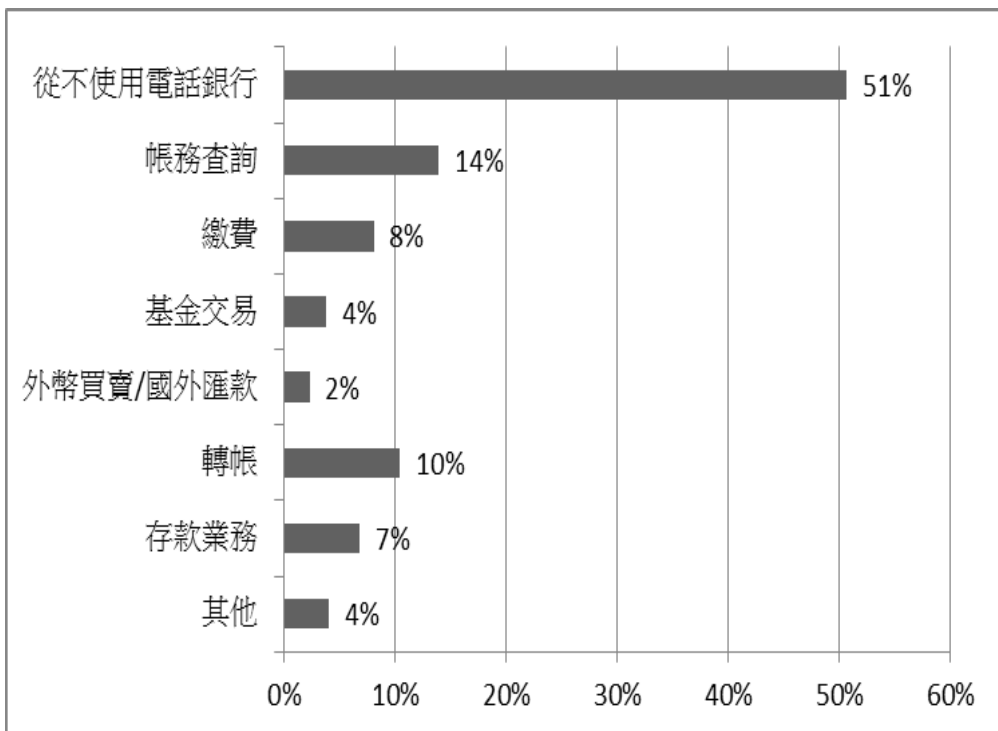


圖19電話銀行最常使用何項業務分佈圖

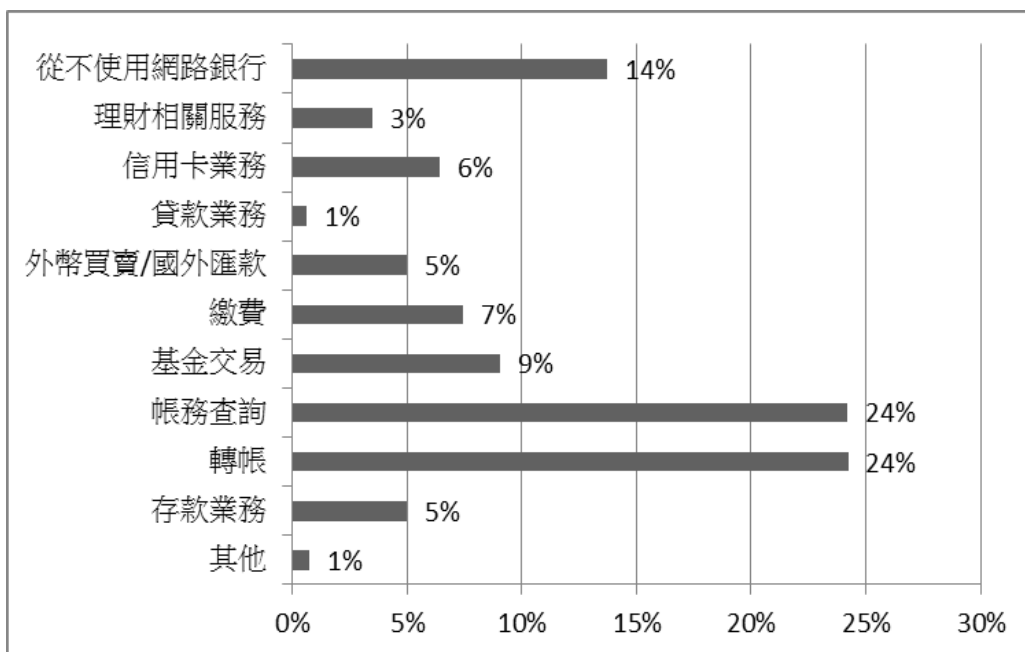


圖20網路銀行最常使用何項業務分佈圖

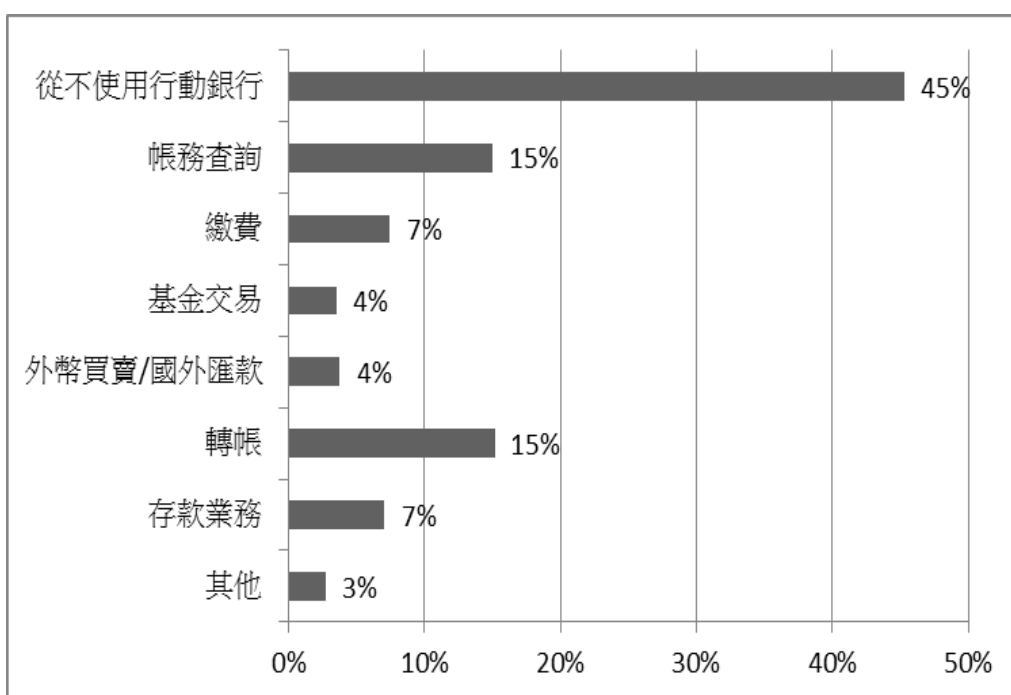


圖21行動銀行最常使用何項業務分佈圖

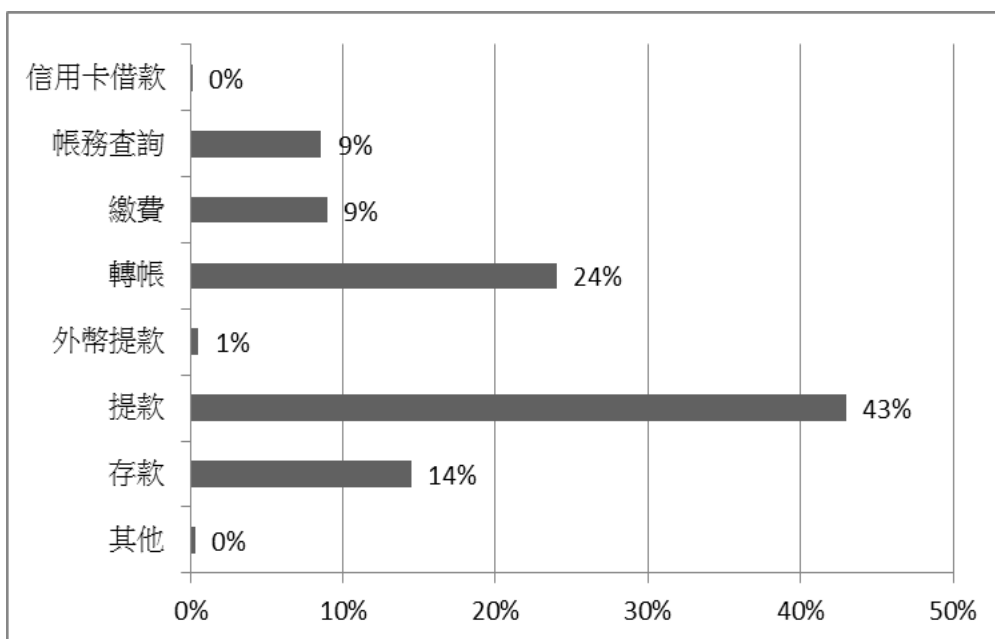


圖22自動櫃員機最常使用何項業務分佈圖

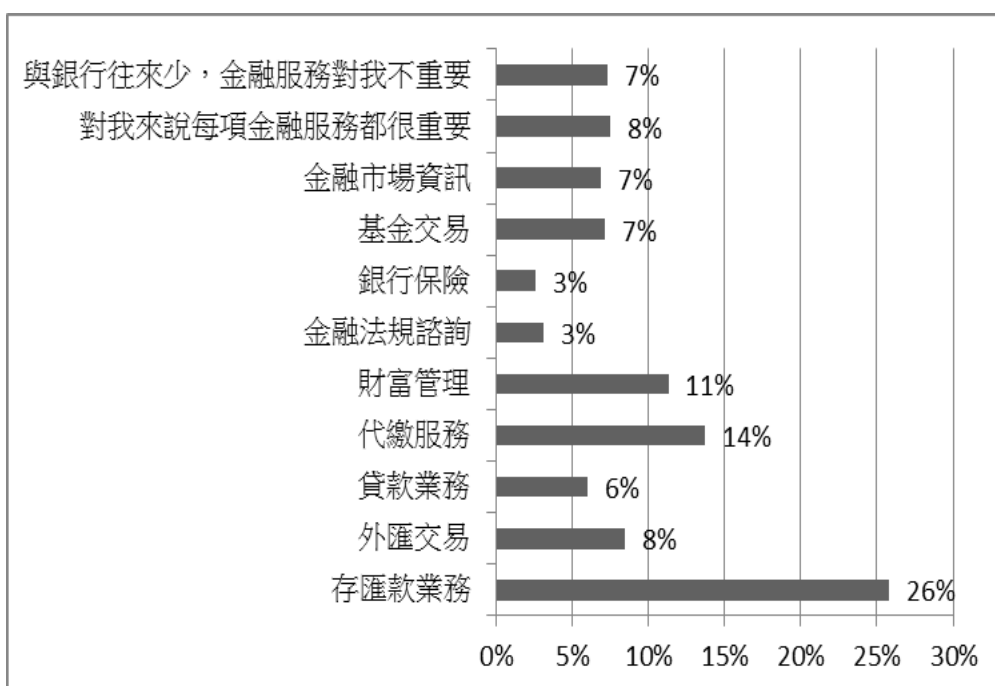


圖23當前最需要之金融服務分佈圖

接著分析受訪者是否曾經接受過銀行財富管理部門之服務以及是否有意願接受財富管理服務。首先以受訪者年齡及教育程度作為分類，詳如圖24及25所示，25歲以下受訪者曾經接受過銀行財富管理服務者僅有

18%，25-34歲的受訪者則有35%。35歲以上受訪者曾經受過銀行財富管理服務則高達50%。

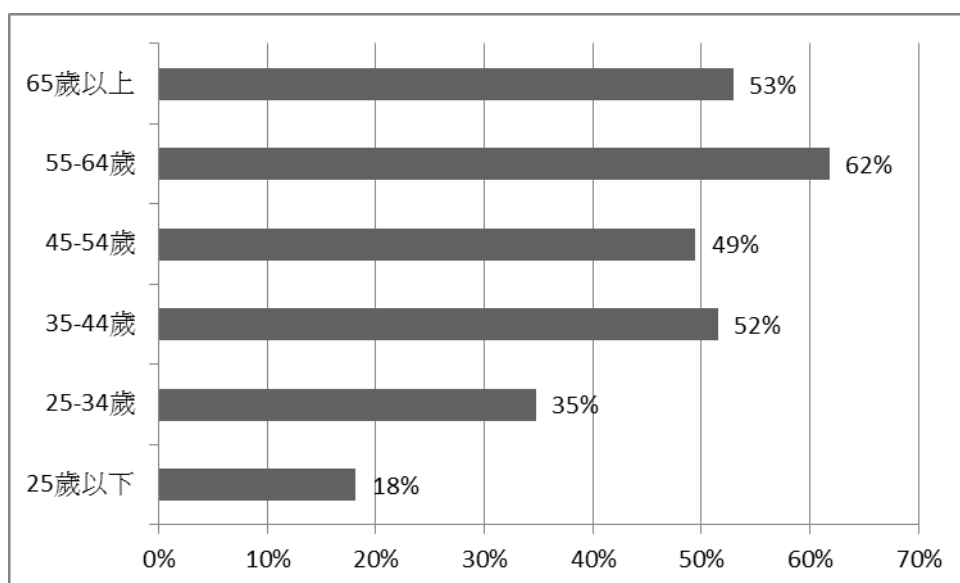


圖 24 接受過銀行財富管理服務-依年齡區分

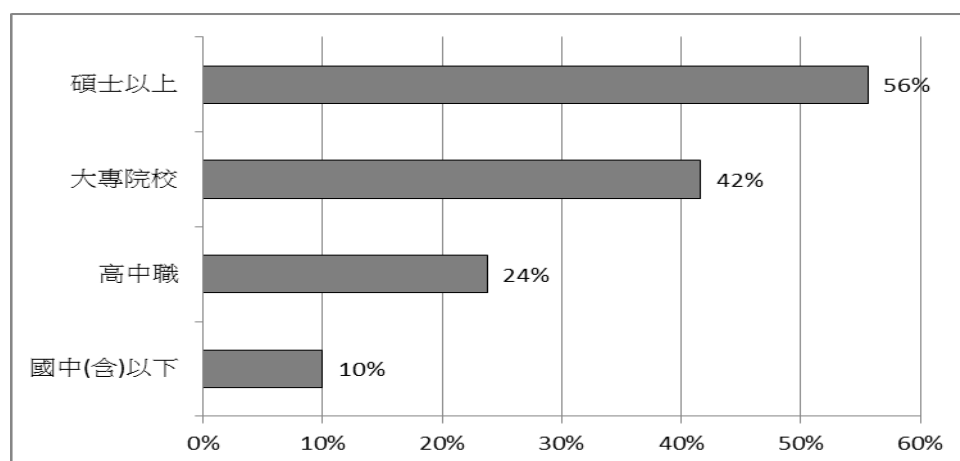


圖25接受過銀行財富管理服務-依教育程度區分

另外，若以教育程度為分類，則可發現教育程度越高的受訪者，曾經受過銀行財富管理服務的比例也越高，碩士以上者有56%曾接受過財富管理服務，而國中以下僅10%曾經接受過。若以個人年收入以及職業類別作為分類如圖26、27，則收入越高者的受訪者曾經受過銀行財富管理服務的比例愈高；以職業類別為分類，則醫師有高達92%的受訪者曾接受過銀行財富管理服務，會計師、律師、企業主也有60%以上受訪者曾接受過銀行

財富管理服務，這些業別都屬於高收入族群。而金融業的受訪者也有64%曾接受過財務管理服務，但值得注意的是，金融業相對上述業別而言，並不是高收入區間的族群，但可能因其自身擁有相當的金融專業知識，故較有意願接受財務管理服務。

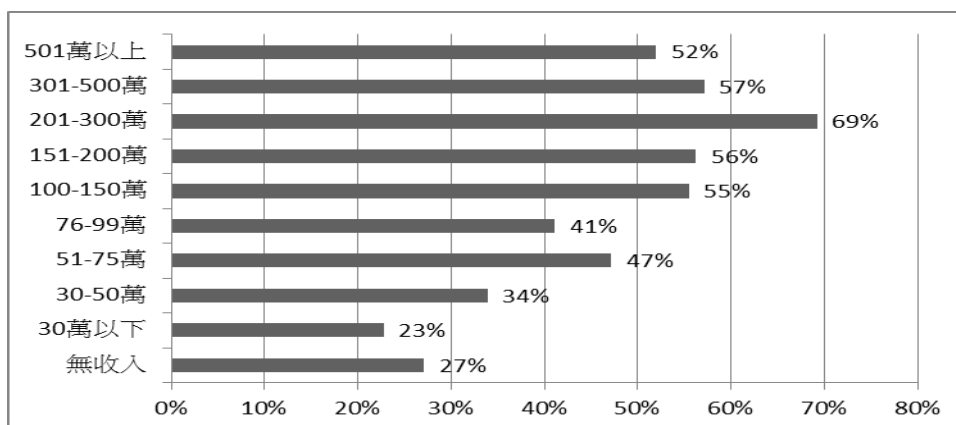


圖26接受過銀行財富管理服務-依年收入區分

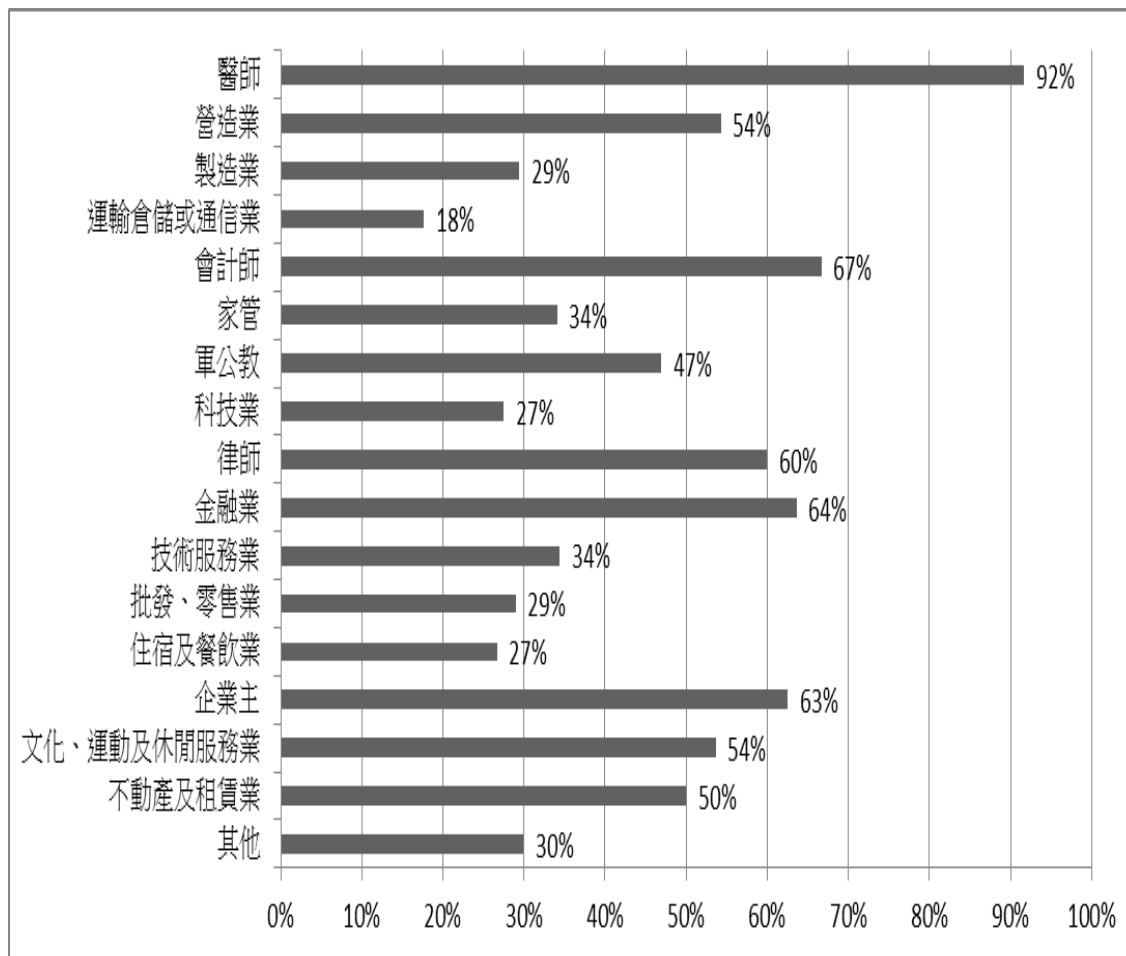


圖27接受過銀行財富管理服務-依職業別區分

圖28依年齡及教育程度區分未來是否有意願接受財富管理服務的狀況，比較圖24可知，25歲以下的受訪者，雖僅有18%接受過財富管理服務，但有39%未來有意願接受此服務；25-34歲則有35%曾接受過財富管理服務，但有42%將來有意願接受此服務。然而35-60歲的受訪者未來接受財富管理服務的比例皆卻較曾接受財富管理服務為低。若以教育程度作為區分，國中以下的受訪者有意願接受財富管理服務的比例較曾接受過財富管理服務高15%；整體而言，仍呈現教育程度越高，有意願接受財富管理服務的比例越高的現象。這顯示雖然年齡較低或是學歷較低的受訪者接受財富管理服務經驗的比例較少，但有意願接受財富管理服務的比例都較曾接受過的比例提高。

若以個人年收入及職業類別作為分類，如圖29及圖30所示，則可發現收入越高者曾經受過銀行財富管理服務的比例愈高，但未來有意願接受財管服務的比例卻都較曾經受過者下降。例如：500萬以上區間的受訪者有52%接受過財富管理服務，但將來願意接受財富管理服務的比例降至41%，反而是200萬以下區間的受訪者，雖然接受過財富管服務比例較低，但未來有意願的比例卻提高，例如151-200萬區間的受訪者，只有56%接受過財富管服務，但卻有77%未來有意願接受此服務。圖30中則以職業類別作區分，顯示高收入族群中，醫師未來願意接受財富管理服務的比例較曾接受過的比例下降許多。根據訪談業者結果推估其因為，高收入族群其財富管理重心多已移往私人銀行及購置不動產方面，故其未來接受財富管理服務意願將呈下降趨勢；然而會計師、律師卻呈現未來有意願接受財富管服務的比例高過曾接受過者，意謂其是可開發客群。

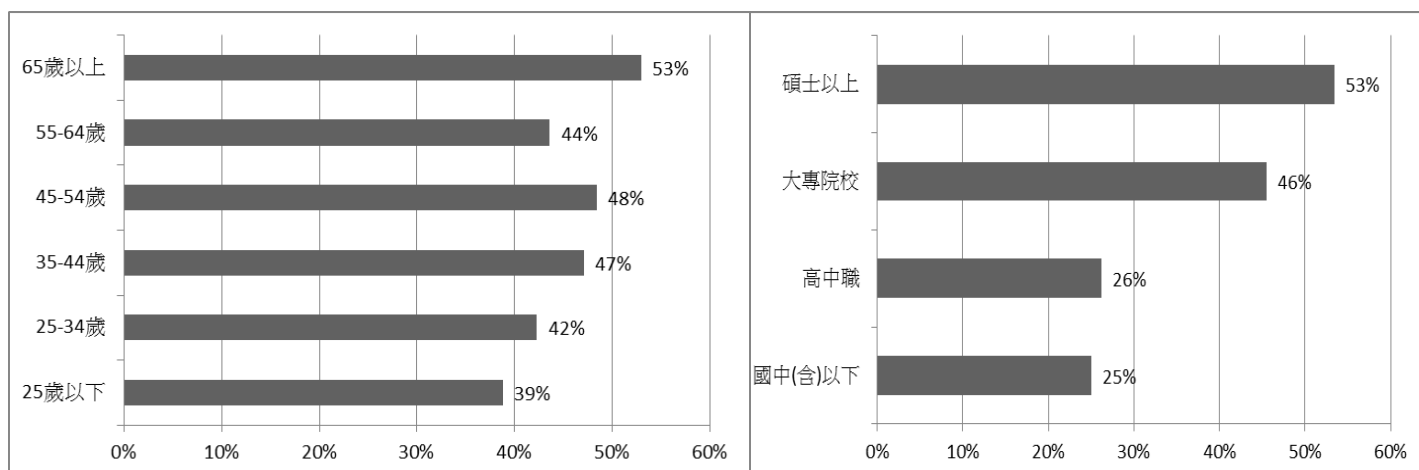


圖28是否願意接受銀行財富管理服務-依年齡(左)及教育程度(右)區分

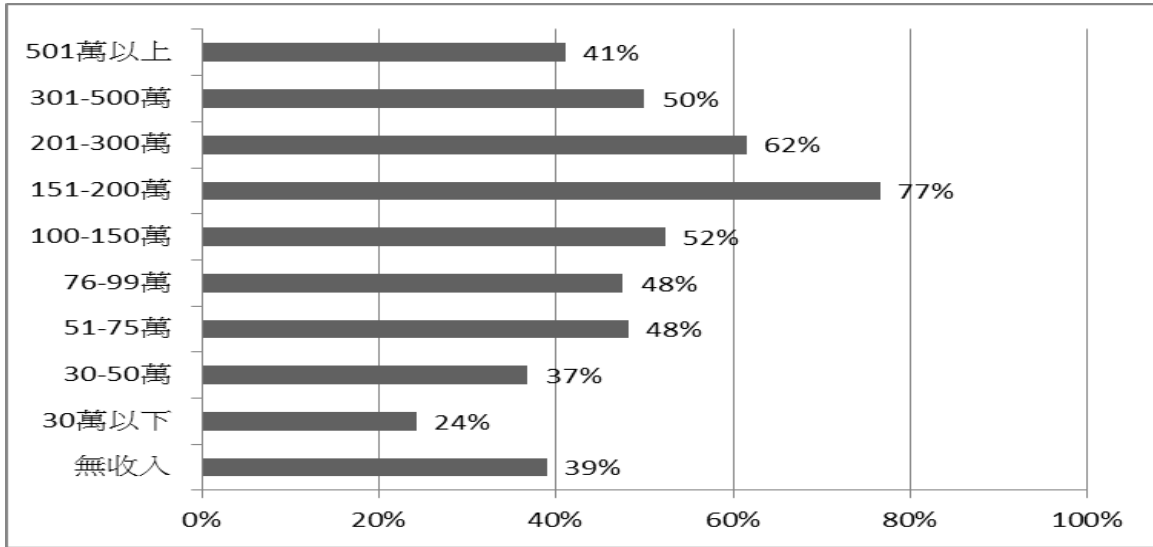


圖29願意接受銀行財富管理服務-依年收入區分

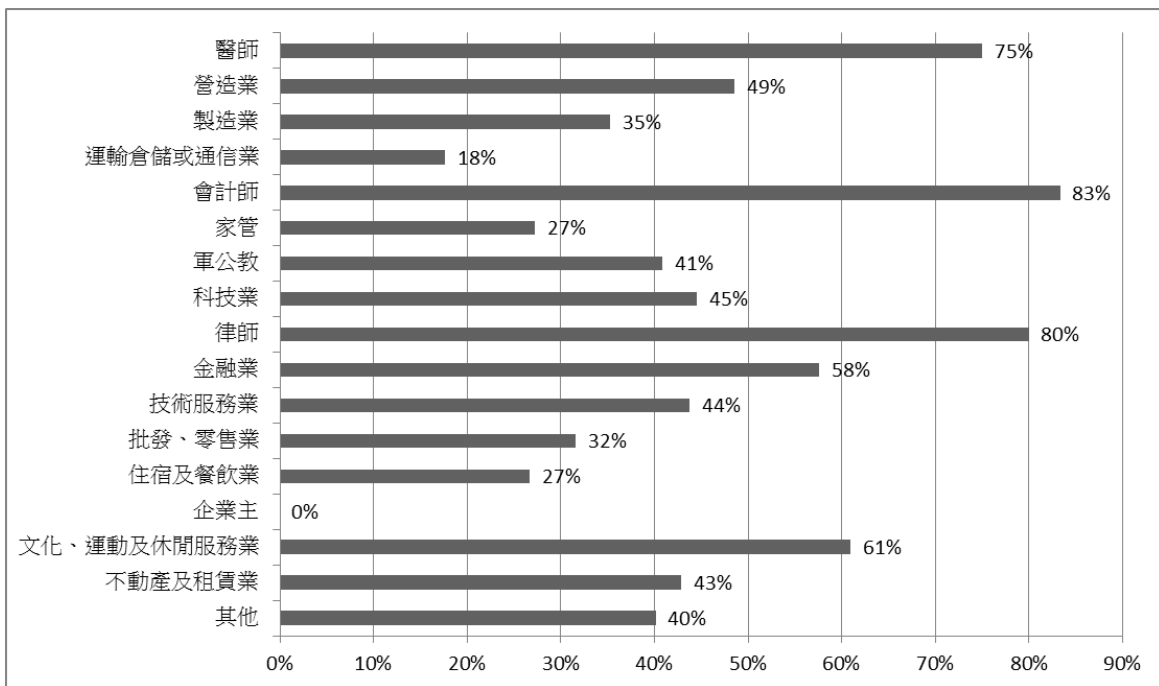


圖30願意接受銀行財富管理服務-依職業別區分

整體而言，圖31顯示曾接受過財富管理服務的受訪者有34%未來無意願再接受此服務，未曾接受過財富管理服務的受訪者則僅29%未來有意願接受此服務。教育程度、年齡及年收入愈高者，曾接受財富管理服務的比

例相對較高，但未來願意接受此服務的比例卻大幅下降，值得注意。

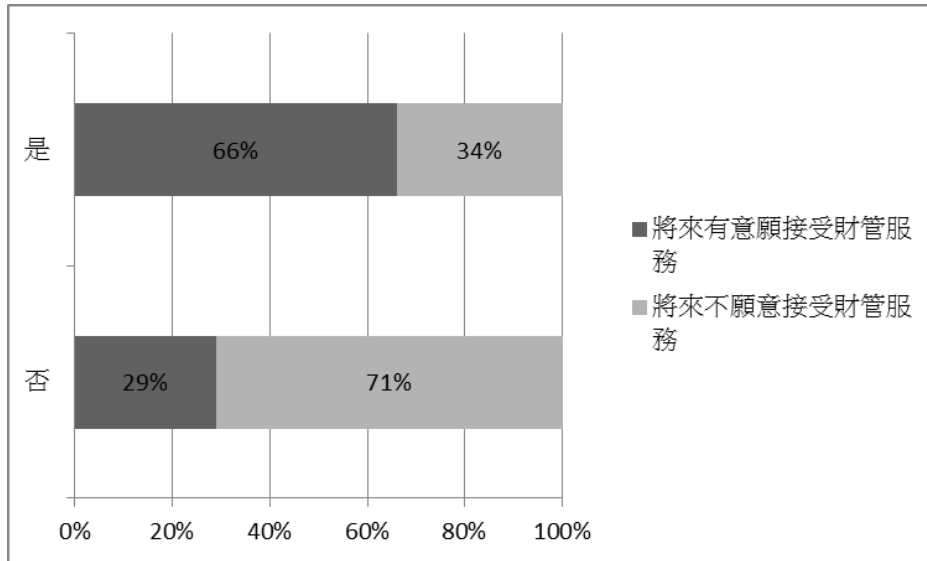


圖 31 是否曾接受銀行財富管理服務(左直列)與是否願意接受銀行財富管理服務(右橫排)關係圖

接著討論，受訪者平時取得金融商品相關資訊的來源、相關資訊最信任的來源，以及認為何種方式最有效增進理財知識。圖 32 顯示受訪者平時取得金融商品相關資訊最大來源為理財專業雜誌有 21%；其次是親友介紹佔 14%；再者為網路訊息佔了 13%。然而銀行理財專員及電視媒體分別佔 12%、報章雜誌 11%。根據 2007 年「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」，統計發現受訪者取得金融商品相關資訊來源為「電視、新聞、雜誌(不含廣告)」為最高，其次為「金融業務人員或櫃台人員主動提供」、「家人與朋友之會話」、「電視、新聞、雜誌之廣告」，顯示資訊來源都相當類似。

探究為何相關資訊來源來自銀行理財專員只佔 12%，推估主要原因為：消費者還是偏好投資股票，認為股票報酬率相對基金高，而理專較不會推薦個股給客戶；另一方面，理專汰換率高，消費者需花較多時間與新理專建立信賴關係。

但是，觀察圖 33 可知，雖然有 13% 受訪者透過網路訊息取得金融商品相關資訊，但僅有 8% 認為網路訊息來源是較可信任的；受訪者最信任的

金融資訊來源為專業雜誌佔 29%，親友介紹佔 19%，銀行理財專員佔 16%。比較圖 32 及圖 33，在理財專業雜誌、親友介紹及銀行理財專員等三個資訊來源，最相信的金融資訊來源比平時取得金融商品相關資訊來源的比例高，其餘項目則相對下降。

進一步分析可發現，年收入 200 萬以上消費者，最相信的金融資訊來源依序為理財專業雜誌(63%)、親友介紹(41%)及銀行理財專員(36%)，顯見這三種來源為年收入 200 萬以上之消費群體最為重視之資訊來源，如圖 34 所示。

以親友介紹為主要的金融資訊來源，再以年收入區分可知(如圖 35 所示)，年收入 30-50 萬消費者佔 21%；年收入 51-75 萬則佔 19%；年收入 30 萬以下及 100-150 萬各佔 15%。

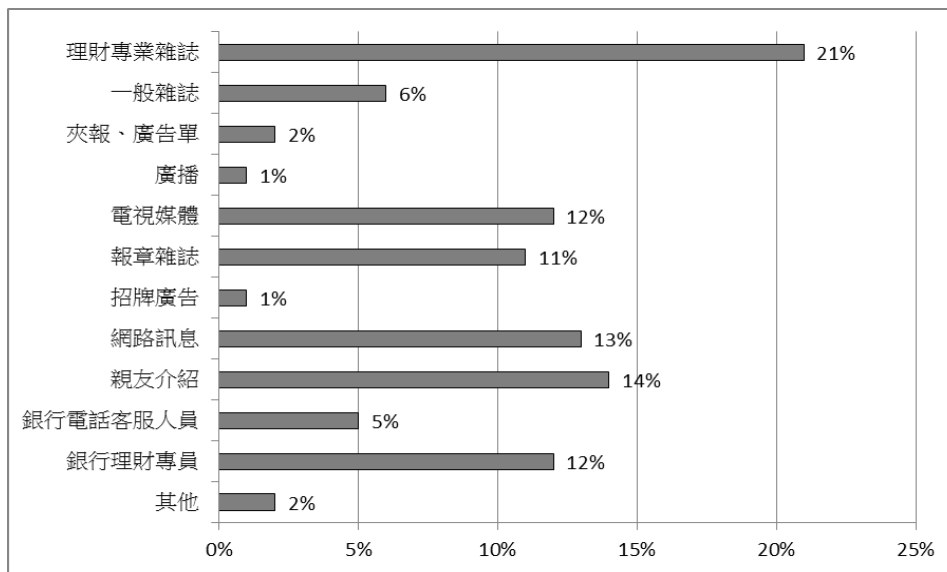


圖 32 平時取得金融商品相關資訊來源

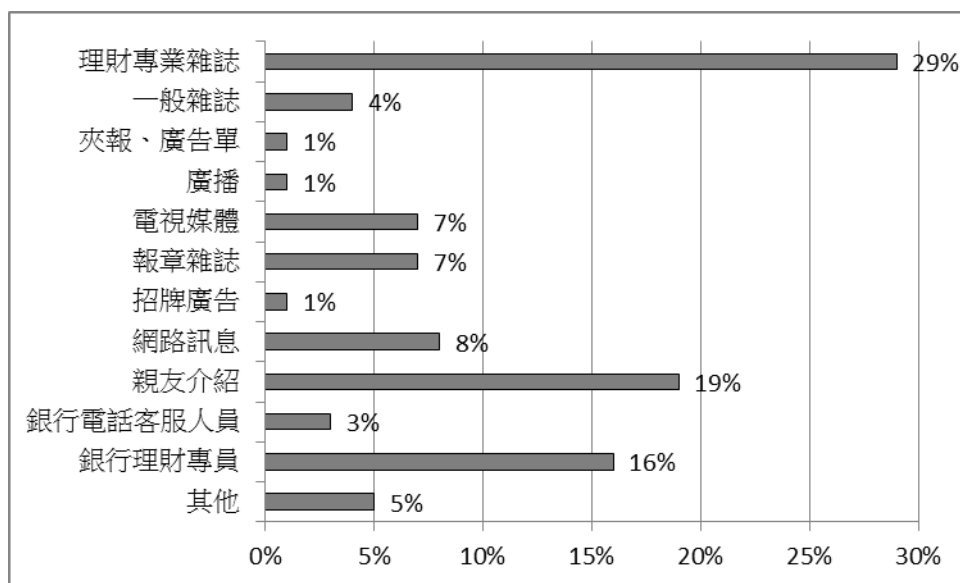


圖 33 最相信的金融資訊來源

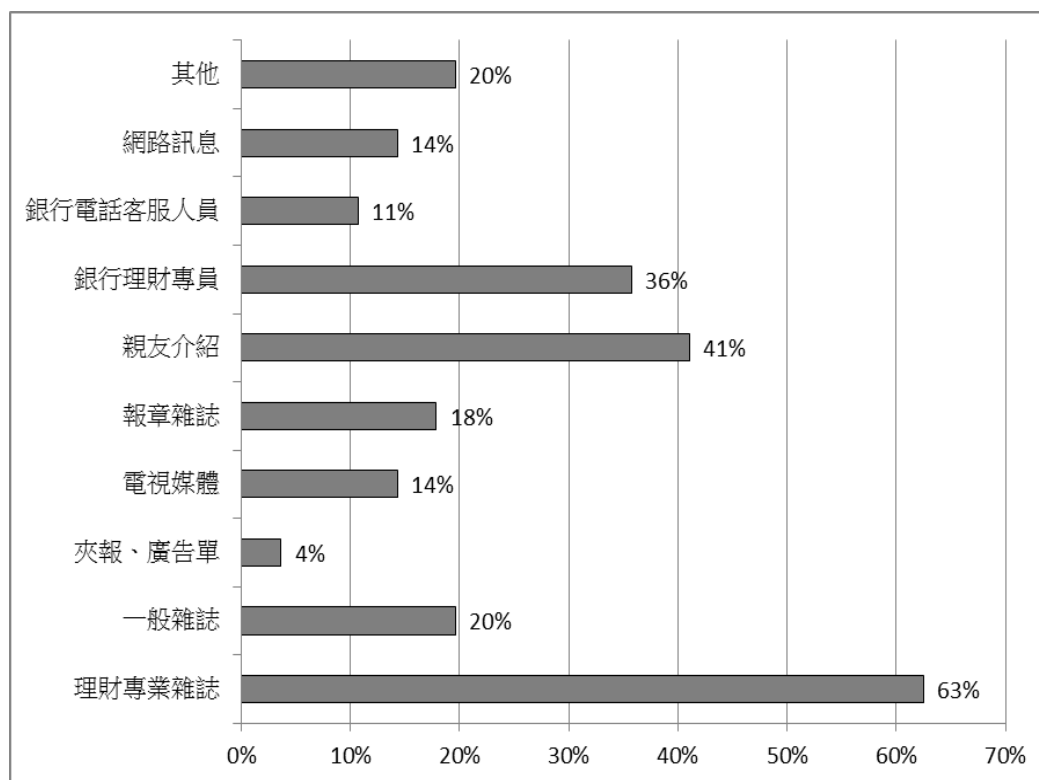


圖 34 最相信的金融資訊來源-年收入 200 萬以上消費者

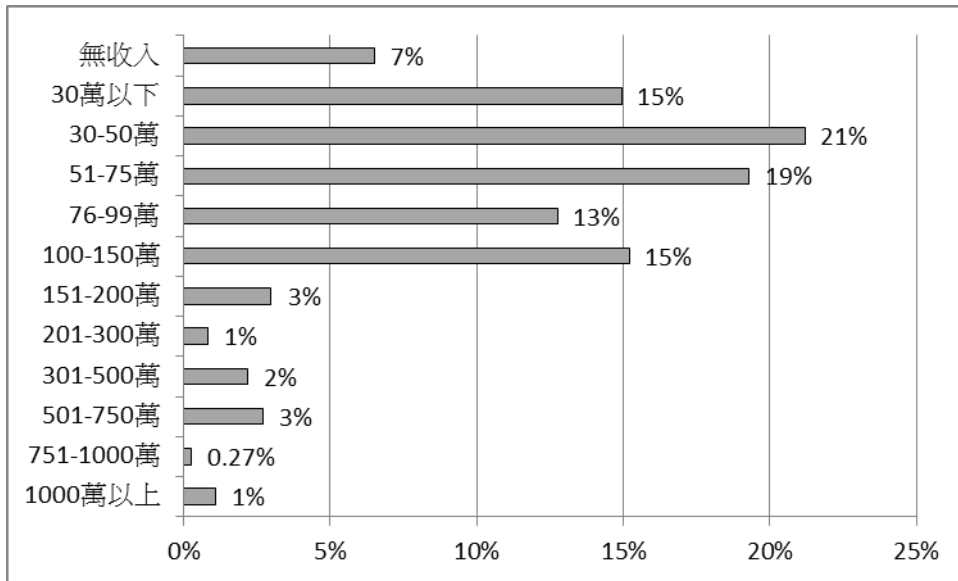


圖 35 以親友介紹為主要的金融資訊來源-以年收入區分

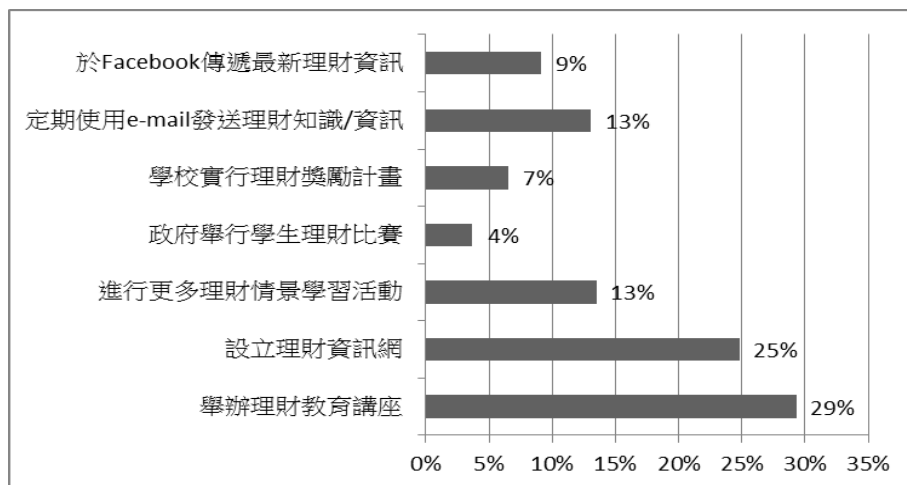


圖 36 最能有效增進理財知識方式

針對受訪者認為最能有效增進理財知識的方式為何，圖36顯示舉辦理財教育講座能有效增進理財知識比例最高(29%)，其次為設立理財資訊網(25%)，再者是e-mail的理財資訊(13%)及進行理財情景學習活動(13%)，至於政府舉行學生理財比賽最低，僅佔4%。

三、消費者儲蓄及理財模式現況

本節主要探討受訪者個人及家庭每月收入用於投資及儲蓄的比例，以

及現階段每個月提撥於儲蓄的金額。表4顯示個人及家庭每月願意提撥多少錢用於儲蓄的比例狀況，3,000-20,000元的區間所佔比例合計近60%；而以家庭每月提撥金額來看，則5,000-30,000元合計約佔50%，家庭每月提撥30,000以上做為儲蓄的受訪者比例(合計19%)較個人(合計12%)高。

而以投資或儲蓄佔月收入比例來看，表5顯示個人及家庭月收入有0~10%用於投資或儲蓄的比例皆最高，分別為29%、28%；個人或家庭投入投資或儲蓄佔月收入的比例多集中在0~30%的區間。另外，個人每月月收入入不敷出的比例有8%，家庭則有6%。

2009年「國民金融知識水準實地調查之研究」發現受訪者一年之中，有31%受訪者表示，移作儲蓄用途的資金佔年收入10%以下；與本研究獲得29%的結果相當接近。

表 4 每個月願意提撥多少錢做為儲蓄或投資-個人及家庭

單位：%

	在現階段，您個人每個月 願意提撥多少錢做為儲 蓄？	在現階段，您家庭每個月 願意提撥多少錢做為儲 蓄？
3,001 元以下	21	13
3,001~5,000 元	18	17
5,001~10,000 元	24	21
10,001~20,000 元	17	19
20,001~30,000 元	8	11
30,001~50,000 元	4	9
50,001~100,000 元	4	6
100,000 元以上	4	4
總計	100	100

表 5 月收入有多比例可用於投資或儲蓄-個人及家庭

單位：%

	在現階段，您個人月收入約有多少比例可以用於投資或儲蓄？	在現階段，在您的家庭月收入約有多少比例可以用於投資或儲蓄？
入不敷出	8	6
0~10%	29	28
10~20%	23	27
20~30%	17	18
30~40%	10	11
大於 40%	13	10
總計	100	100

圖37為以年齡區分個人月收入用於投資或儲蓄比例的交叉分析，呈現出年齡越高的受訪者，其用於投資及儲蓄比例也越高，65歲以上受訪者(佔總樣本1%)有28%的比例每月有30%以上的收入用於投資及儲蓄；但卻隨著年齡此一比例逐漸下降，25歲以下僅有14%，入不敷出的狀況也以25歲以下最多，佔了18%。另外，經比對分析後發現，個人、家庭每月提撥於儲蓄的數額以及家庭每月收入用於投資及儲蓄的比例，隨著受訪者年齡增加而提高。

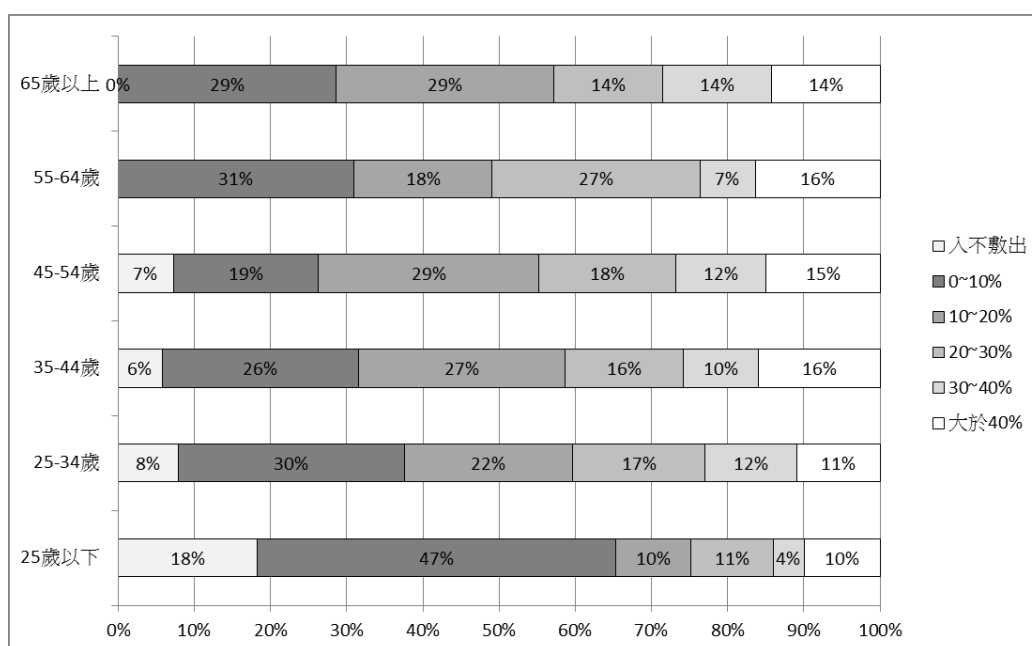


圖37個人月收入用於投資或儲蓄狀況分佈圖-以年齡區分

圖38則顯示受訪者投資及儲蓄的目的，有19%的受訪者認為投資及儲蓄的目的是以備不時之需，18%是為了創造更多財富，15%則是一般生活，另外，子女教育基金佔12%，實質資產及旅遊基金則分別佔10%。2007年「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」，詢問受訪者規劃理財之原因，有77%的受訪者回覆「以備不時之需」；2009年「國民金融知識水準實地調查之研究」的調查則降為72%；但顯示「以備不時之需」仍為一般社會大眾儲蓄的主要目的。

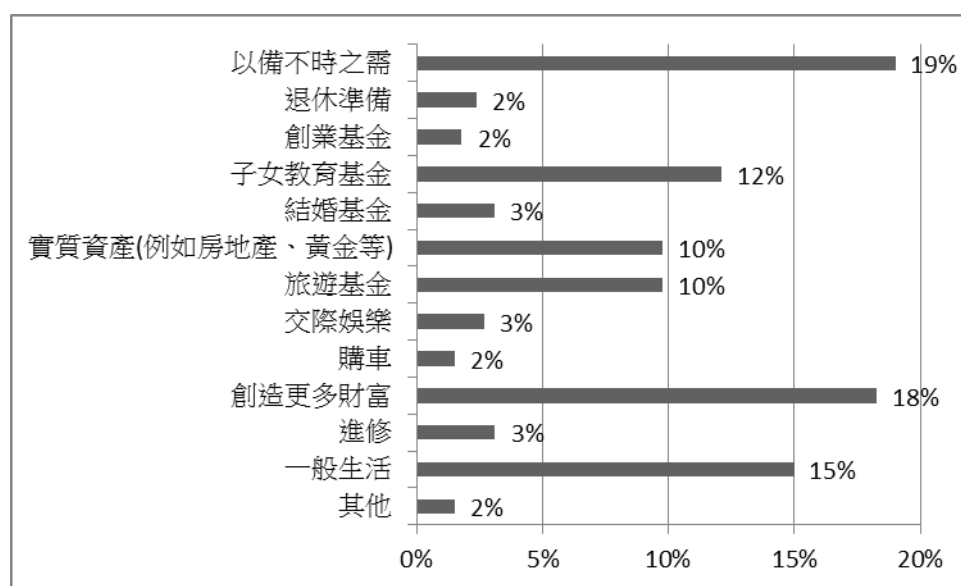


圖 38 投資及儲蓄之目的

接著探討受訪者的投資型態，我們將其區分為保守型、穩健型及積極型投資，圖 39 顯示 38%的受訪者其投資型態為保守型，不願意承受風險；50%為穩健型，可以承受風險；僅 12%的受訪者為積極型，非常能夠承受風險，顯示國人之投資型態仍以穩健型投資為主。

若以教育程度來區分，從圖 41 可發現教育程度越高者越能承受風險，積極型投資的比例隨著教育程度升高而提高，保守型投資比例則下降。國中以下教育程度的受訪者(佔總樣本 1.93%)，保守型投資的比例有 75%，並且完全沒有積極型投資的受訪者。另外，圖 40 也顯示若以年齡來區分，65 歲以上的受訪者(佔總樣本 1.45%)，穩健型投資的比例較少，佔 29%，

保守型投資的比例佔了 57%，但積極型投資的比例也佔了 14%，這顯示年齡的提高雖然會較不願意承受風險，但同時由於收入的增加，閒置資金的增加，使得月收入用於投資或儲蓄的比例提高，也增加了承受風險的意願。圖 42 可看出個人月收入用於投資或儲蓄比例越高，承受風險的能力也越高，個人月收入投入投資或儲蓄比例大於 40% 的受訪者，有 32% 屬於積極型的投資人。

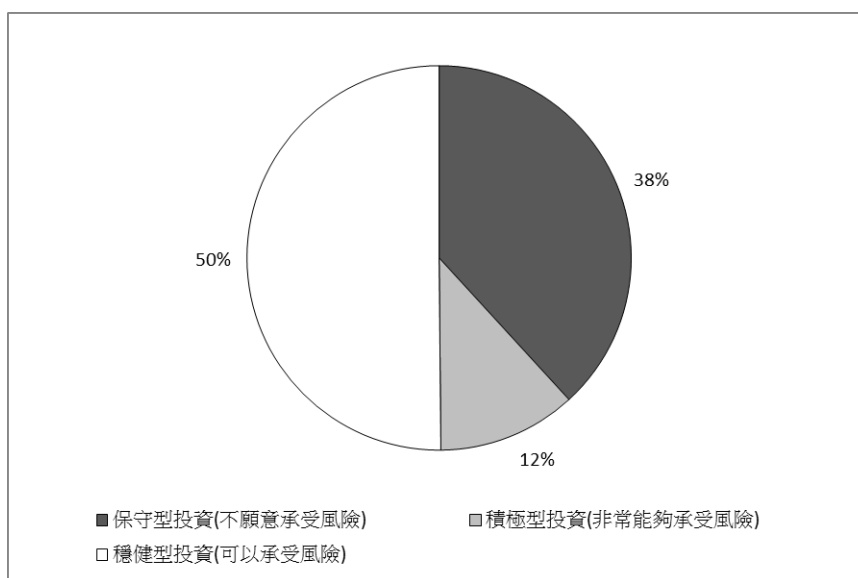


圖 39 投資型態分佈圖

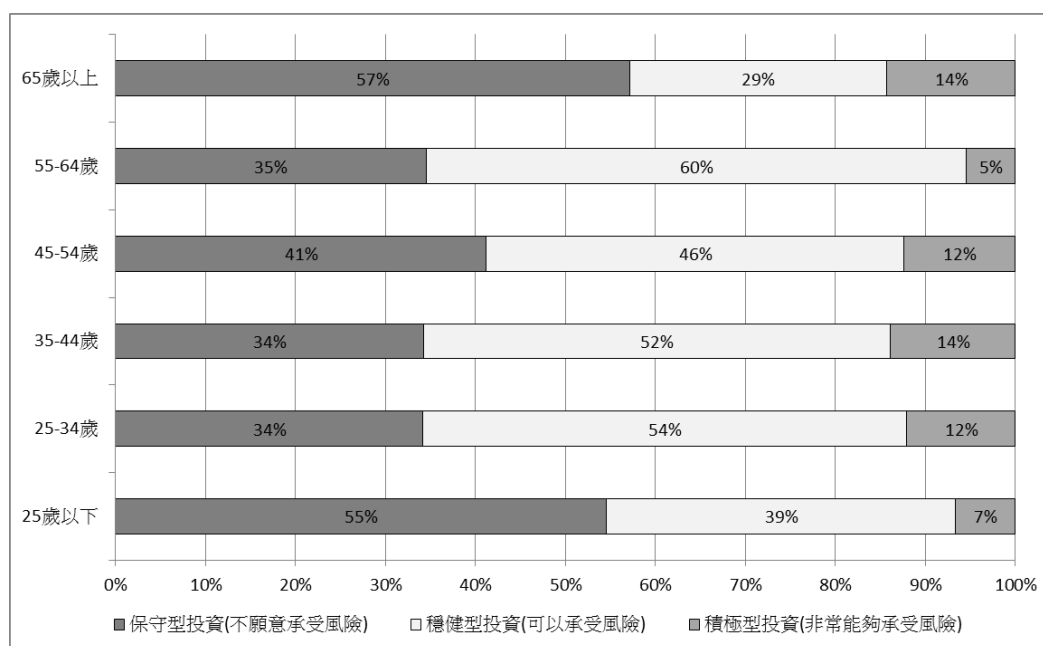


圖 40 投資型態分佈圖-以年齡區分

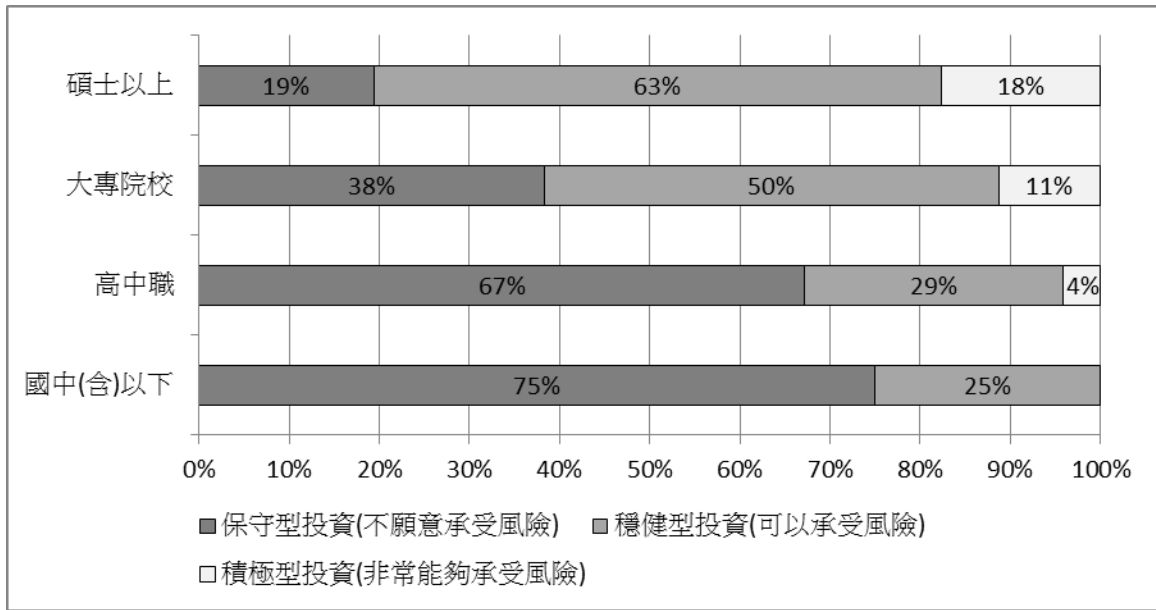


圖 41 投資型態分佈圖-以教育程度區分

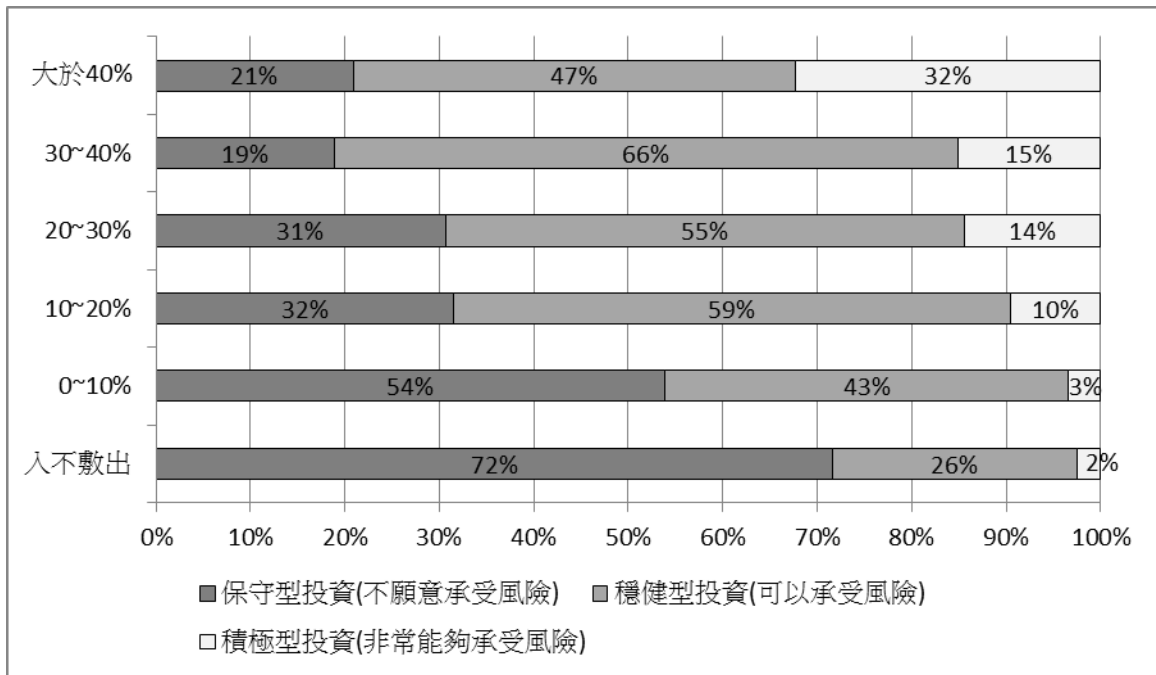


圖 42 投資型態分佈圖-以個人月收入用於投資或儲蓄比例區分

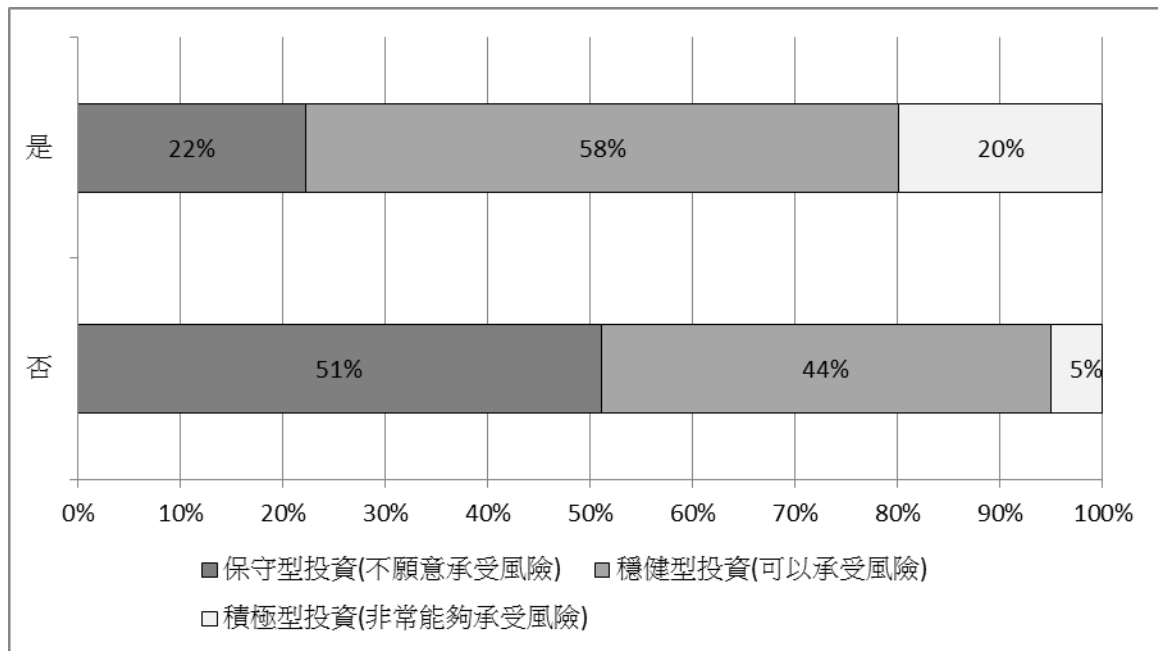


圖 43 樣本投資型態分佈圖-以是否願意接受財富管理服務區分

觀察圖 43 中是否願意接受財富管理服務與受訪者投資型態之關係可發現，回答願意接受財富管理服務的受訪者中，僅有 22% 是保守型投資，58% 為穩健型投資，20% 則為積極型投資，而不願意接受財富管理服務的受訪者有 51% 為保守型投資，積極型投資比例僅佔 5%。

若再以個人年收入區分如圖 44，可發現收入較低區間的受訪者積極型投資的比例較低，保守型投資的比例較高，顯示收入較高的受訪者較有能力承受風險。而以職業類別區分如圖 45，可發現會計師職業類別受訪者(佔總樣本 0.58%)積極型投資的比例明顯較其他行業為高，有 33%，但保守型投資的比例也有 50%，家管類別的受訪者(佔總樣本 4.24%)則是最為保守的，其保守型投資的比例佔了 70%，另外律師(佔總樣本 0.48%)、金融業(佔總樣本 17.74%)、文化運動休閒服務業(佔總樣本 3.95%)其積極型投資的比例皆有 20%。

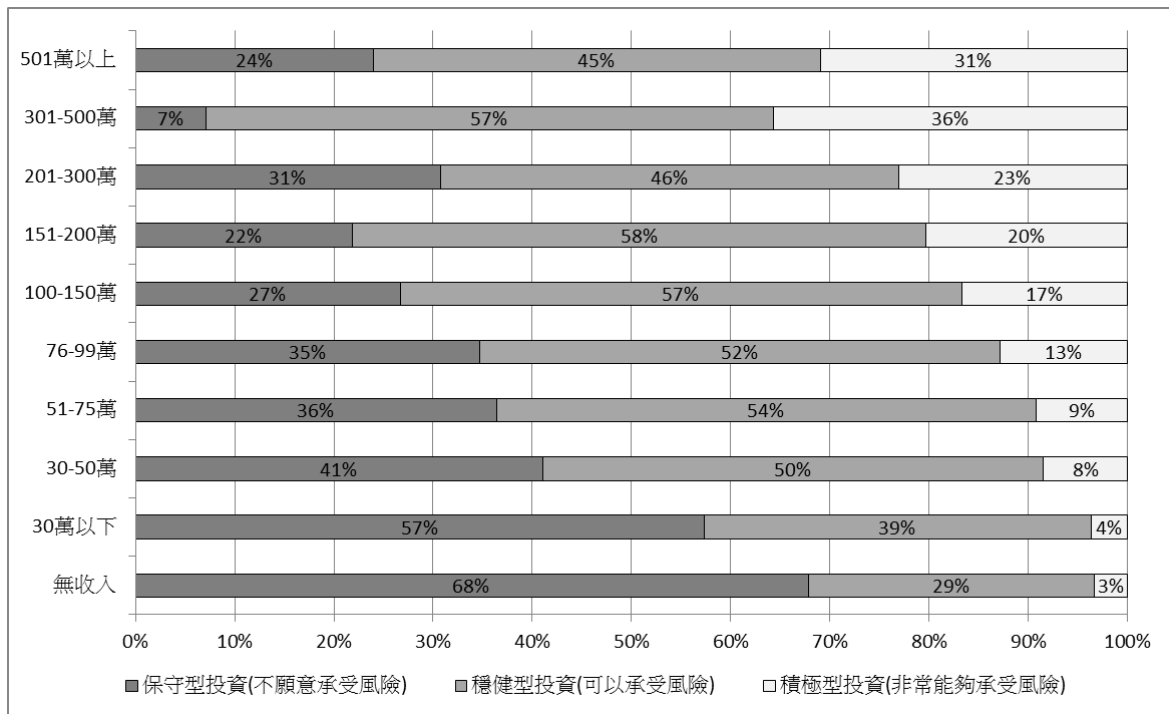


圖 44 投資型態分佈圖-以個人年收入區分

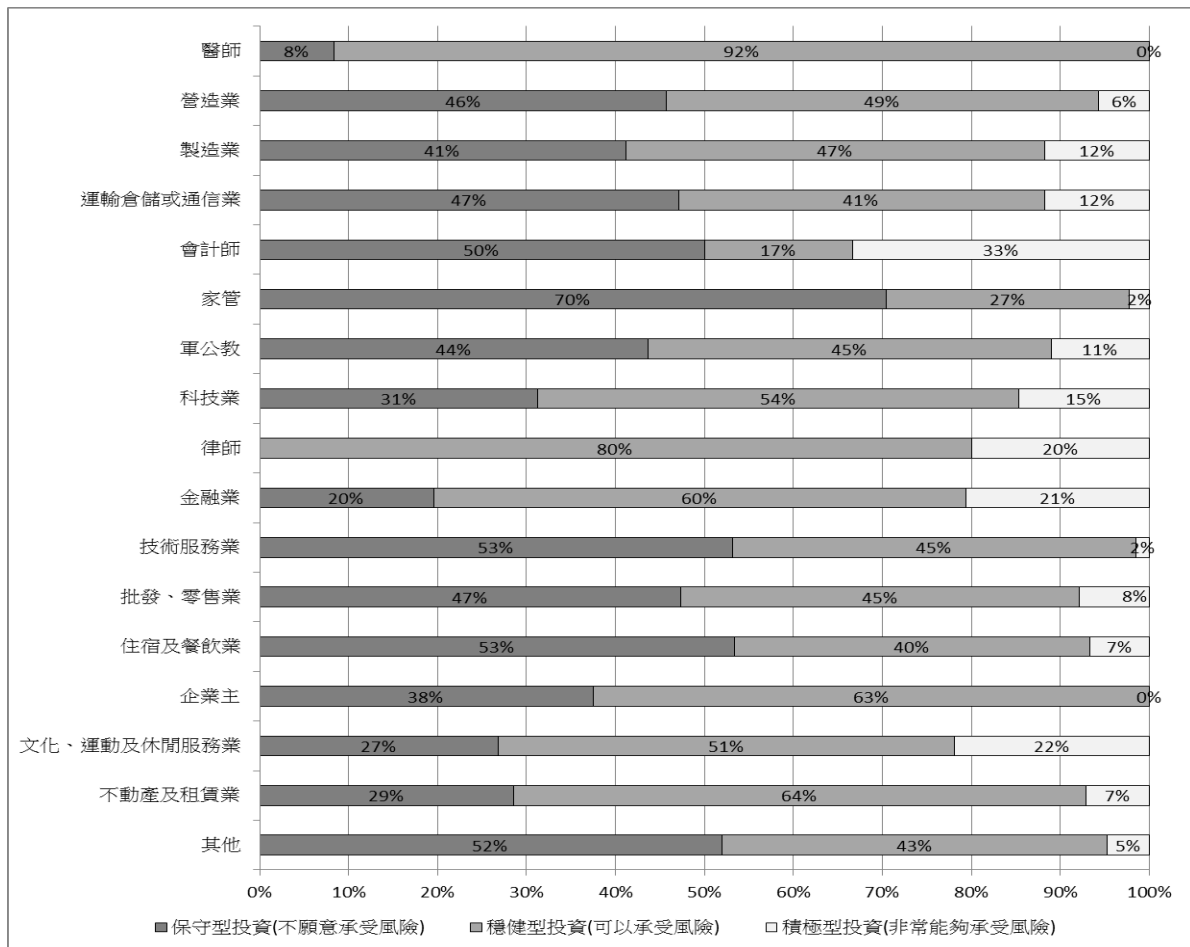


圖 45 投資型態分佈圖-以職業類別區分

四、消費者/家計單位的資產配置策略及偏好

以年收入區分消費者個人資產檢視期間，如圖46所示。結果顯示消費者最近一次檢視個人資產時間以一個月前佔總樣本之25%為最多，其次為一星期前佔24%，但一年前檢視個人資產佔21%居第三。進一步分析，可發現低所得之消費者較久檢視個人資產，而高所得、中所得之消費者較常檢視其個人資產。比較2007年「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」，42%受訪者表示「不定期」審視一次，23%受訪者表示「每月」檢視一次；顯示近年來消費者有更加重視資產配置傾向，檢視期間有縮短現象。

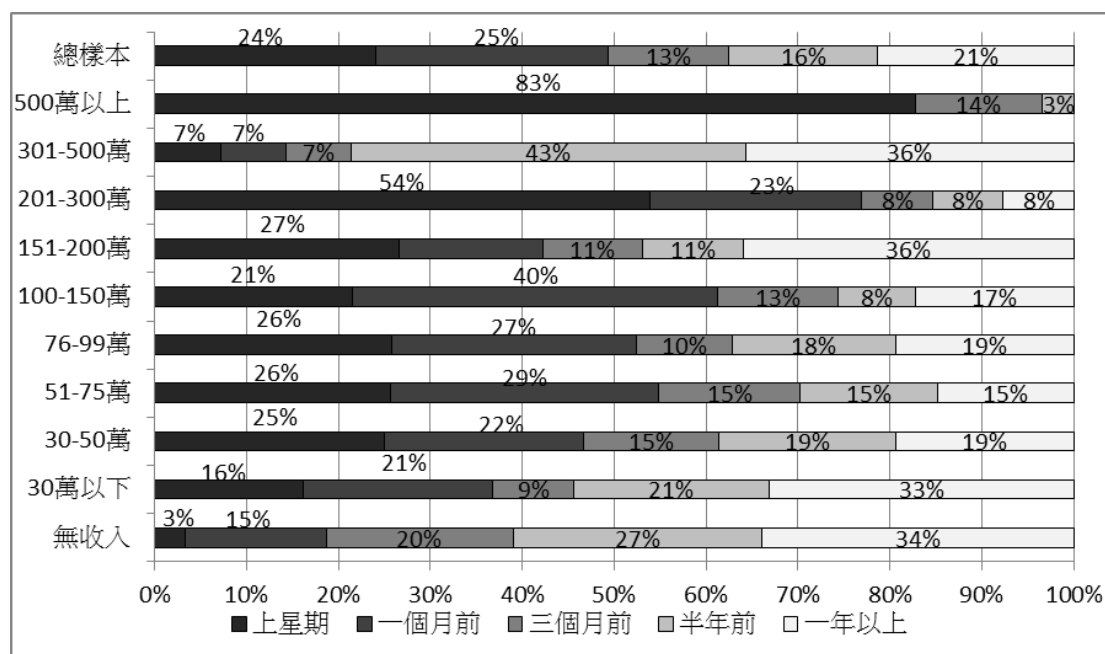


圖 46 個人資產檢視期間-以年收入區分

進一步交叉分析如圖47可發現，個人資產檢視頻率在一年以上者，以保守型投資人為主(57%)，而個人資產檢視頻率為一星期者，其投資型態以穩健型投資人為多(53%)。

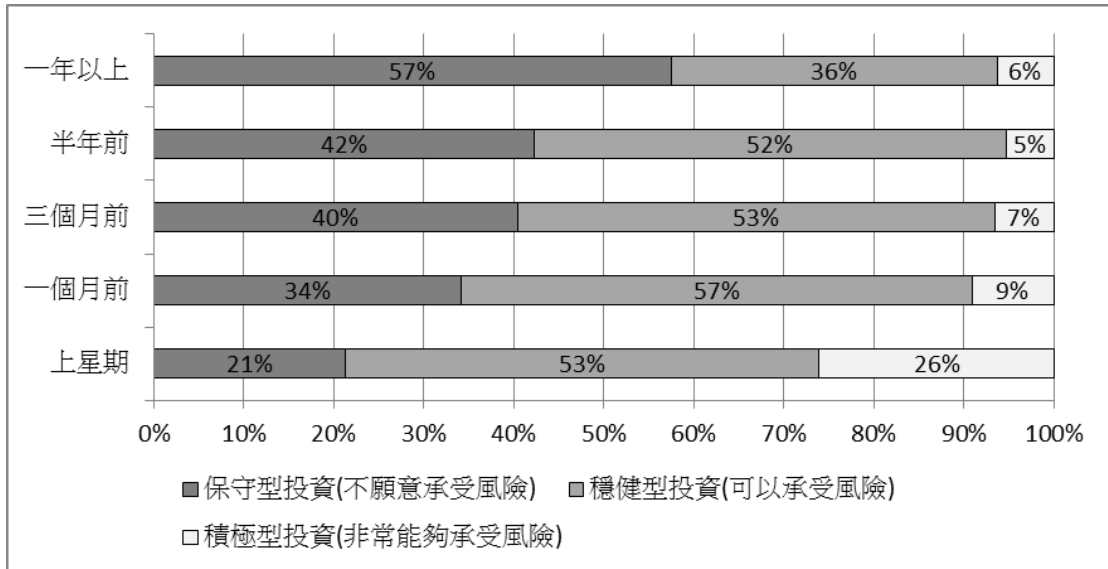


圖 47 個人資產檢視頻率與投資型態關係圖

以金融投資商品之交易頻率來區分如圖48，交易頻率在每週一次者佔全部受訪者的9%，每月佔25%，每季佔17%，每半年為16%，一年以上則佔33%。圖49以年齡區分，發現25歲以下受訪者(佔總樣本11.67%)由於可支配所得較少，因此有53%金融商品交易頻率在一年以上。金融商品交易頻率有隨著年齡增加而上升的趨勢，但65歲以上的受訪者(佔總樣本1.45%)，有35%的比例交易頻率在每月以下，但頻率在一年以上的受訪者也有36%。

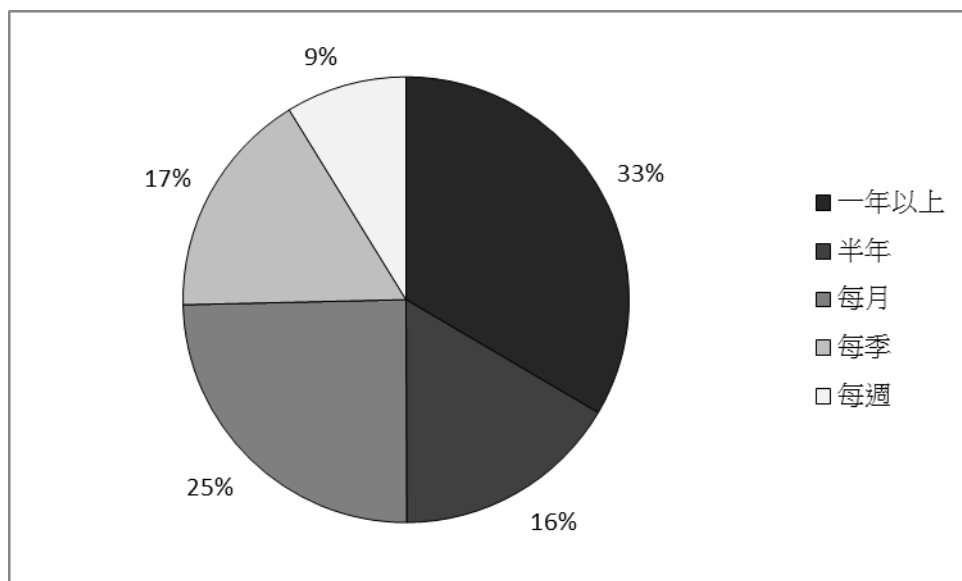


圖 48 金融商品交易頻率分佈圖

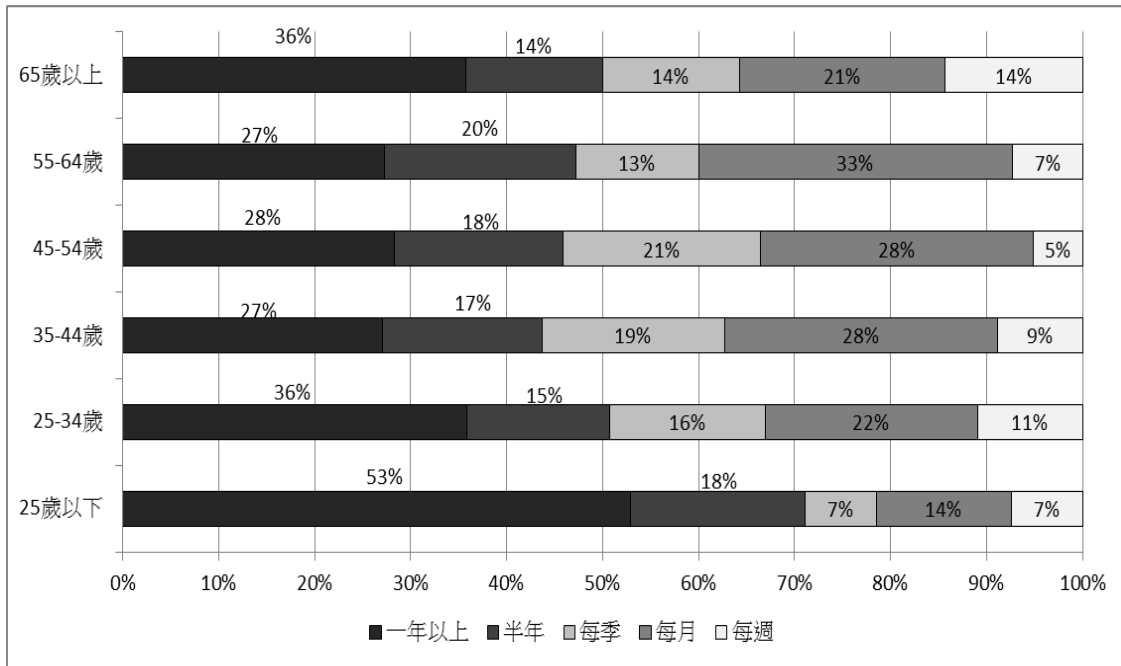


圖 49 金融商品交易頻率分佈圖-以年齡區分

進一步將金融商品交易頻率與受訪者的投資型態交叉分析如圖 50 所示，可以發現交易頻率越高的受訪者，屬於積極型投資的比例就越高，交易頻率為每週者有 56% 是積極型投資人，而交易頻率在一年以上者則有 62% 為保守型投資人。

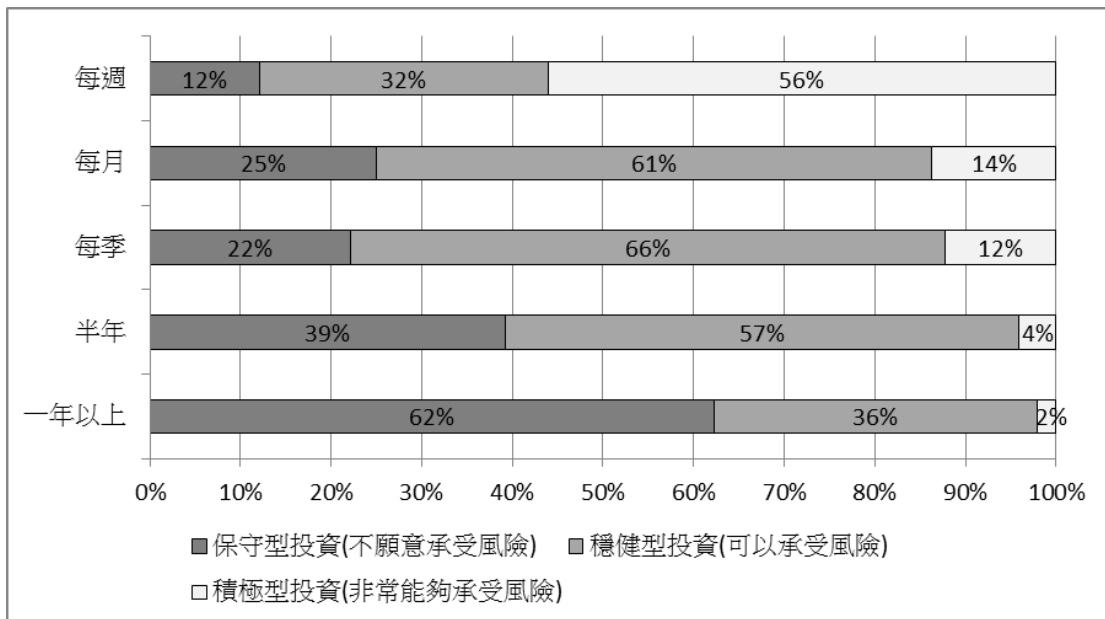


圖 50 金融商品交易頻率與投資型態關係圖

圖51可觀察到，金融商品交易頻率的分佈和受訪者的投資型態具有相當的關係，交易頻率越高的受訪者其投資型態為積極型的比例也愈高，因此若以教育程度及職業類別再細分，其分佈也相當類似受訪者投資型態以教育程度及職業類別分類的分佈圖。

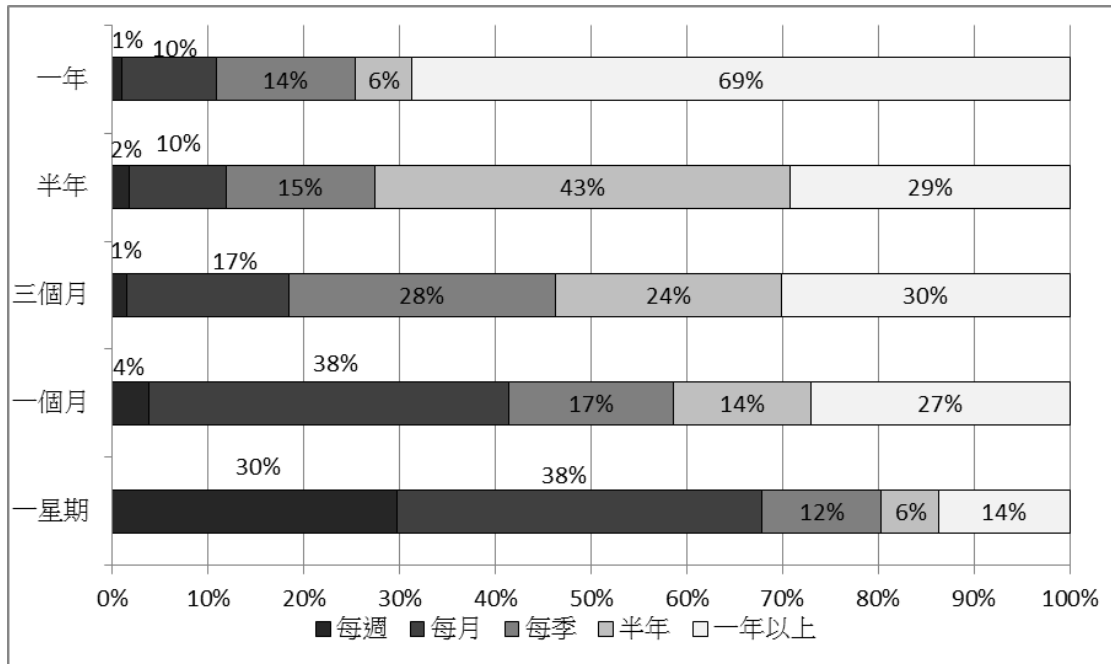


圖 51 金融商品交易頻率(橫軸)與資產檢視時間(縱軸)關係圖

圖52以教育程度作為區分，顯示教育程度越高，每週交易頻率所佔的比例也愈高，也就是說其屬於積極型投資人的比例也越大，碩士以上有16%的受訪者交易頻率為每週。圖53則以職業類別區分，顯示金融行業的受訪者每週交易頻率所佔的比例是最大的，相對來說，金融行業受訪者屬於積極型投資人的比例也較大。另外，交易頻率在每月以下的，企業主有75%、不動產及租賃業者有50%，其次是金融業有46%，再者為營造業有37%及文化運動休閒服務業也有37%。

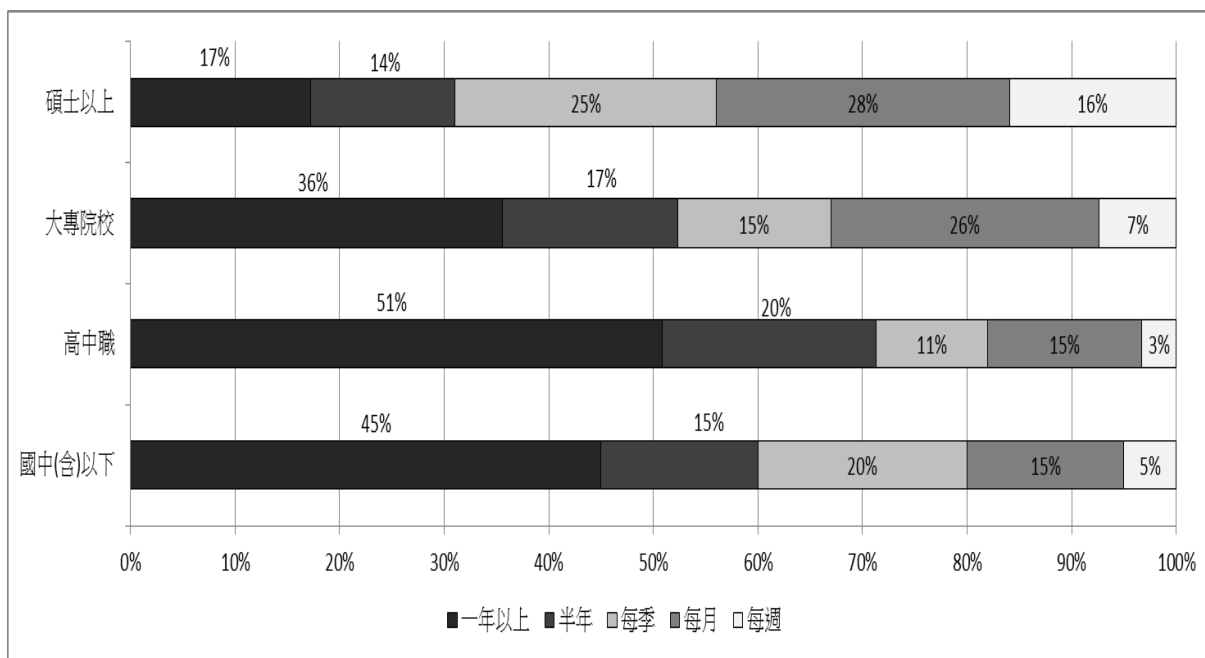


圖52金融商品交易頻率分佈圖-以教育程度區分

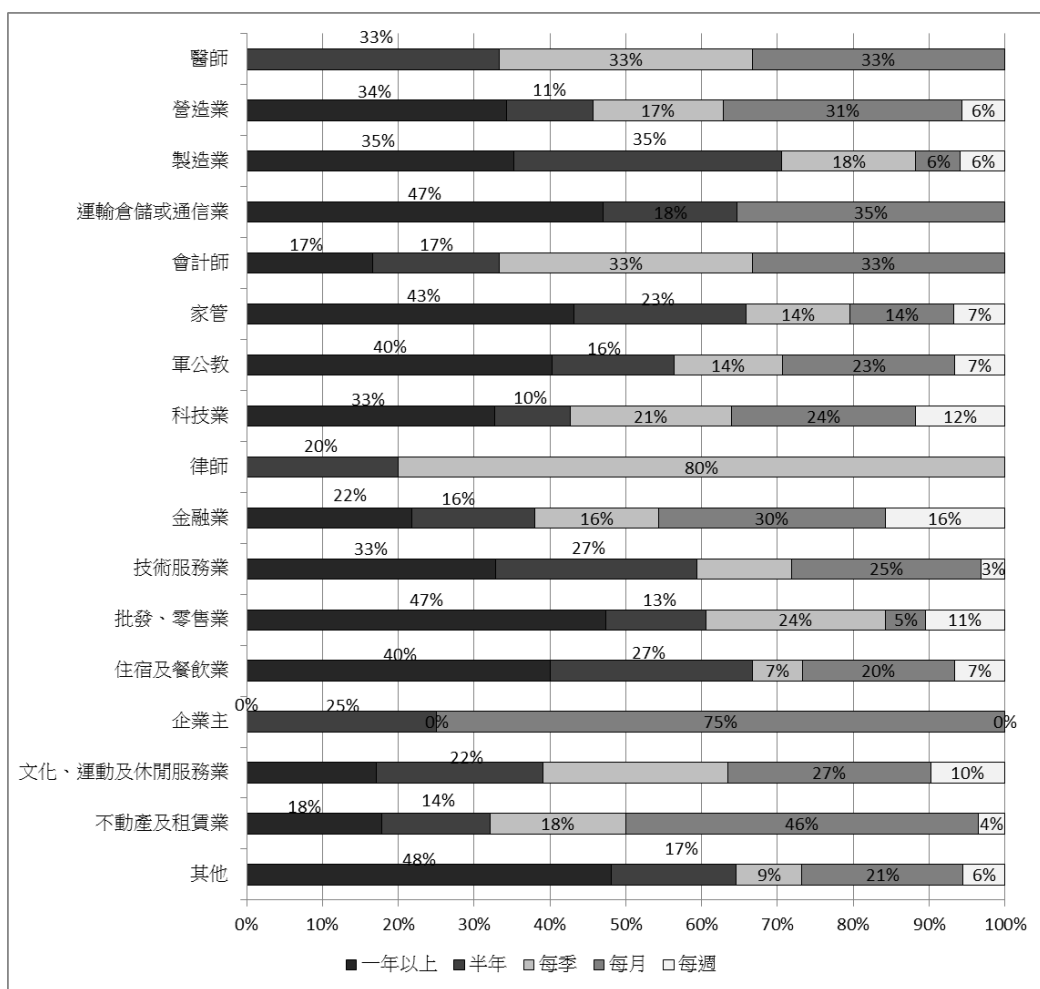


圖 53 金融商品交易頻率分佈圖-以職業類別區分

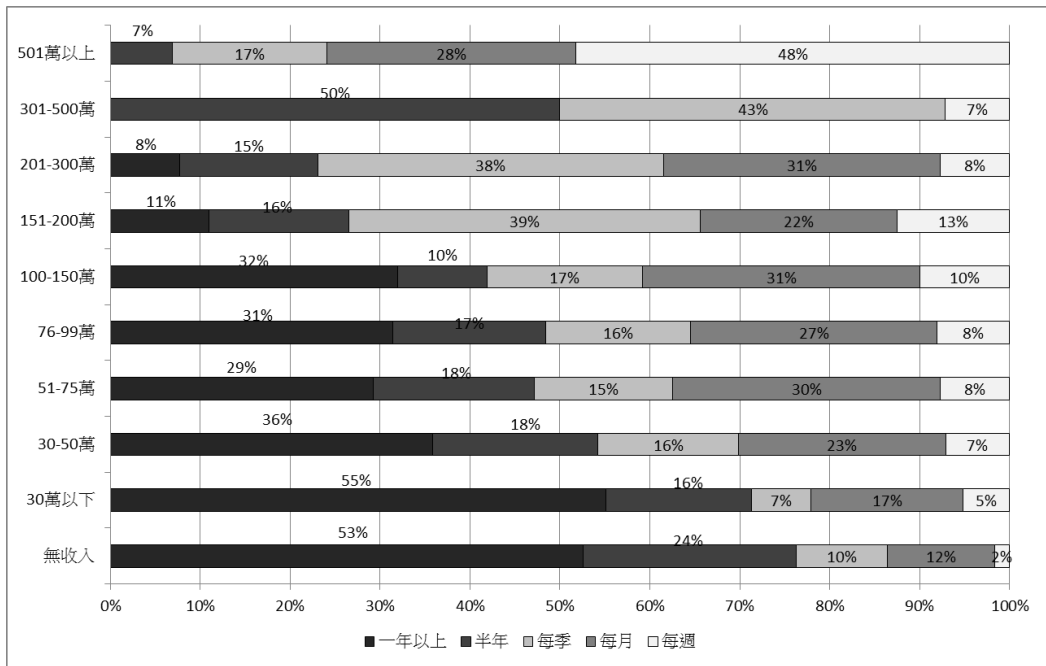


圖54金融商品交易頻率分佈圖-以個人年收入區分

若以個人年收入來區分，圖54中顯示個人年收入越高，交易頻率傾向越頻繁，交易頻率在每週的區間，隨著個人年收入增加，比例也越高，個人年收入在30萬以下的受訪者，其交易頻率在一年以上的比例是最高的，交易頻率在每週的區間僅有2%。

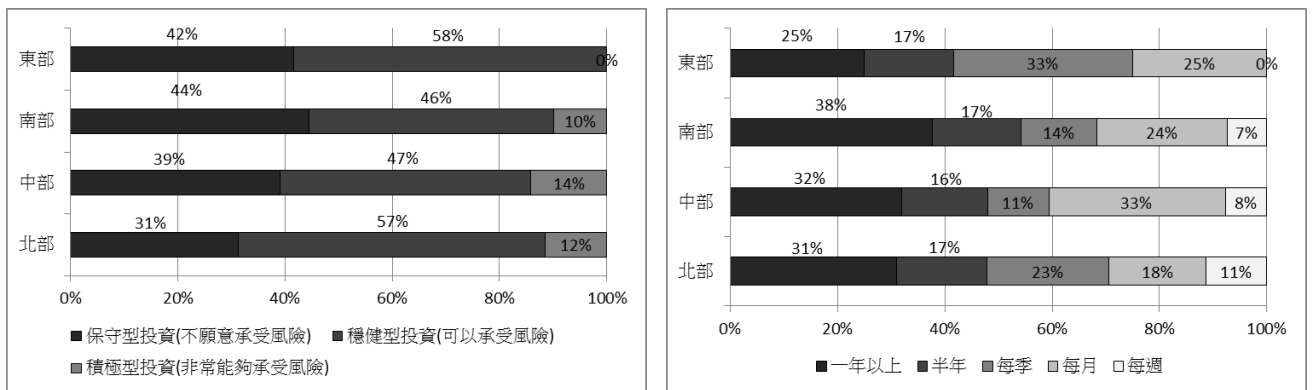


圖55投資型態(左)及交易頻率(右)分佈圖-以居住地區區分

我們將受訪者的投資型態及交易頻率再以居住地區來分類，探討居住地區是否影響投資型態及交易頻率，圖55中可看出中部地區的受訪者(佔總

樣本29.89%)積極型投資的比例佔14%，是各地區最高的，東部地區(佔總樣本1.16%)則沒有積極型投資的受訪者。東部地區的受訪者穩健型投資的比例最高，達58%，北部地區(佔總樣本35.1%)則為57%。從交易頻率來看，北部地區受訪者交易頻率在每週的區間最多為11%，但若以每月以下的區間來看，中部地區交易頻率落於每月以下的達41%，北部較少，為29%，東部地區則沒有交易頻率在每週以內的受訪者。

接著詢問受訪者目前資產配置中有哪些商品及未來三年內有意願投資的財富管理商品。圖56中顯示受訪者目前資產配置中的商品佔比例前三大分別為定期存款的25%，儲蓄型保單佔15%，以及股票為13%，國內外基金11%，接下來則為外幣存款的9%及投資型保單8%。此外，目前資產配置中有房地產的受訪者則有7%。

2007年「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」，民眾持有資產種類最高為活期存款、定期存款、保險、基金及股票，2009年「國民金融知識水準實地調查之研究」顯示民眾最愛的投資標的依舊為活期存款、定期存款、保險及基金。不過，根據本研究訪談結果，近年來因房地產持續攀升，不少高資產客戶已經將其大部份資產移往不動產投資。

圖57為受訪者回答未來三年內有意願投資的財富管理商品比例圖，可以發現未來三年有意願投資房地產的比例較目前資產配置有房地產的比例增加5%，為增加幅度最大的；接著為外幣存款、股票及黃金，分別較目前配置有的比例增加近3%。定期存款則從25%減至20%，儲蓄型保單也較目前有配置的比例減少了6%。未來三年內有意願投資的財富管理商品比例最多的還是定期存款，其次是股票的15%，再者為房地產及外幣存款分別為12%，以及國內外基金的11%。

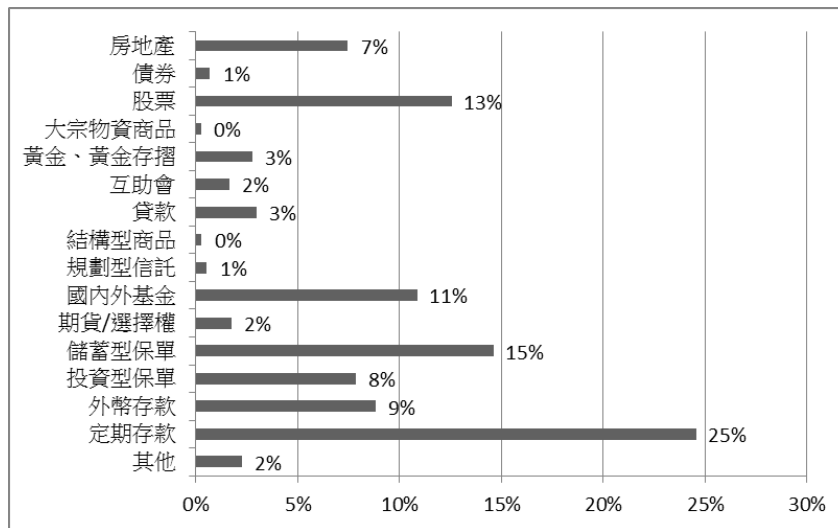


圖56目前資產配置商品分佈圖

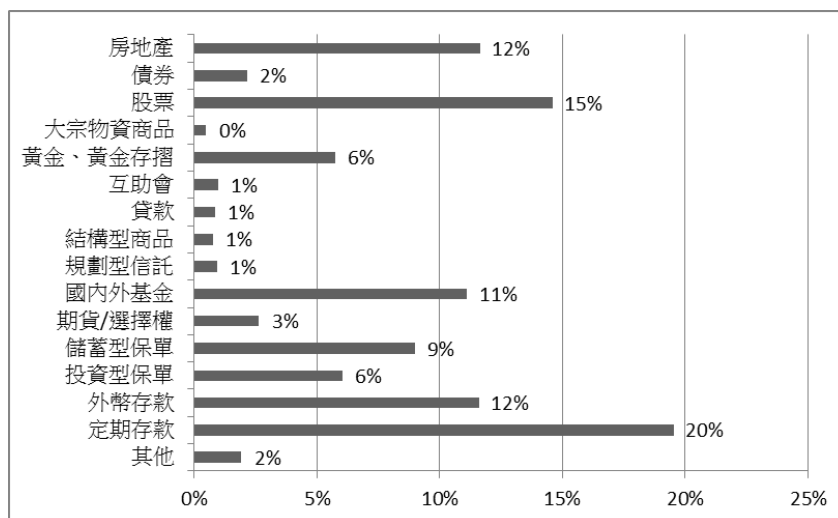


圖57未來三年內有意願投資的資產配置商品分佈圖

五、金融投資風險承受度及分散策略

接著探討受訪者願意投資報酬率波動程度多大的投資型商品，以及投資的商品於損失的時候，願意忍受多久時間，最後則是詢問受訪者最感興趣的風險分散方式。圖58中顯示受訪者願意投資於報酬率波動程度在正負20%以上的比例僅有5%，正負20%之間的有11%，正負15%之間則為14%，正負10%之間為34%，正負5%以內的佔最多，為36%，我們將該比例與受

訪者投資型態交叉分析如圖59所示，可發現願意投資在正負20%以上間波動商品的受訪者，有73%屬於積極型投資者，顯示受訪者投資型態越積極，越願意投資於報酬率波動較大的投資型商品。

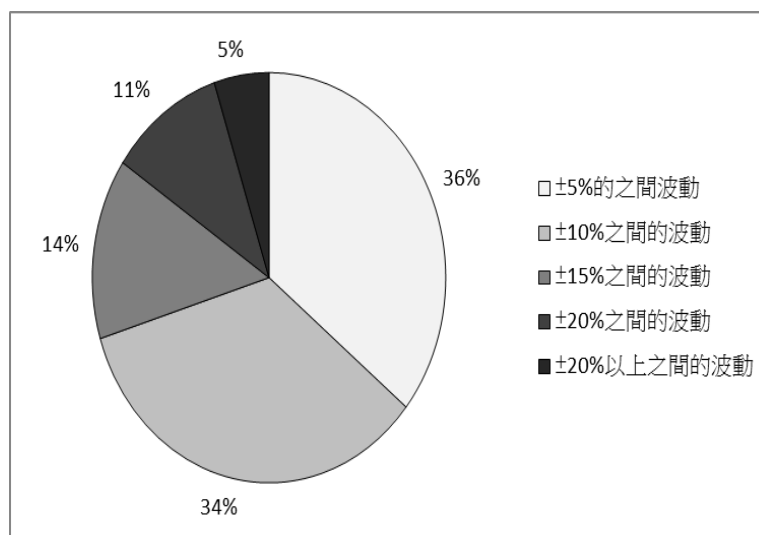


圖58願意投資報酬率波動程度多大的商品比例

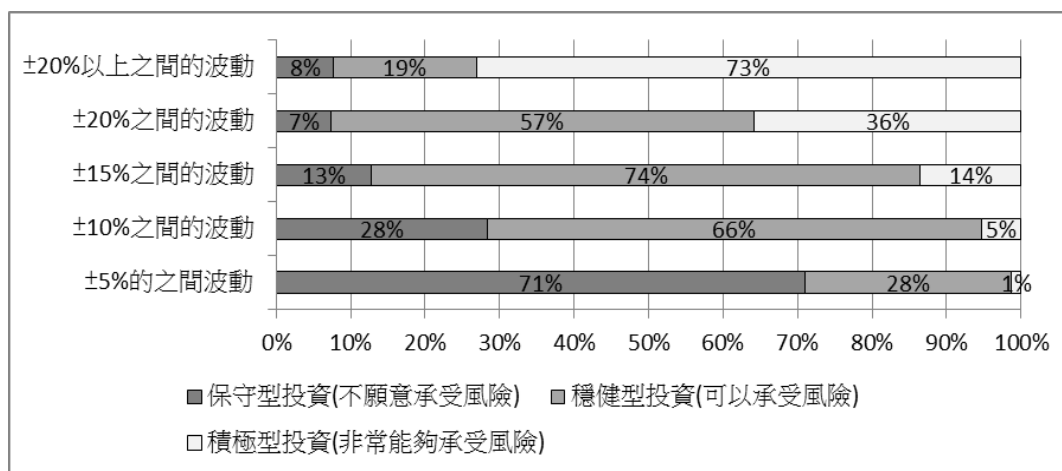


圖59願意投資報酬率波動程度多大的商品比例與樣本投資型態之關係圖

我們將受訪者投資報酬率波動程度的意願再以職業類別區分，圖60中可發現會計師的受訪者(佔總樣本0.58%)願意投資在超過正負20%的波動程度的比例最高，為17%，文化、運動及休閒服務產業(佔總樣本3.95%)次之為15%，這些產業都是屬於積極型投資者比例較多的。

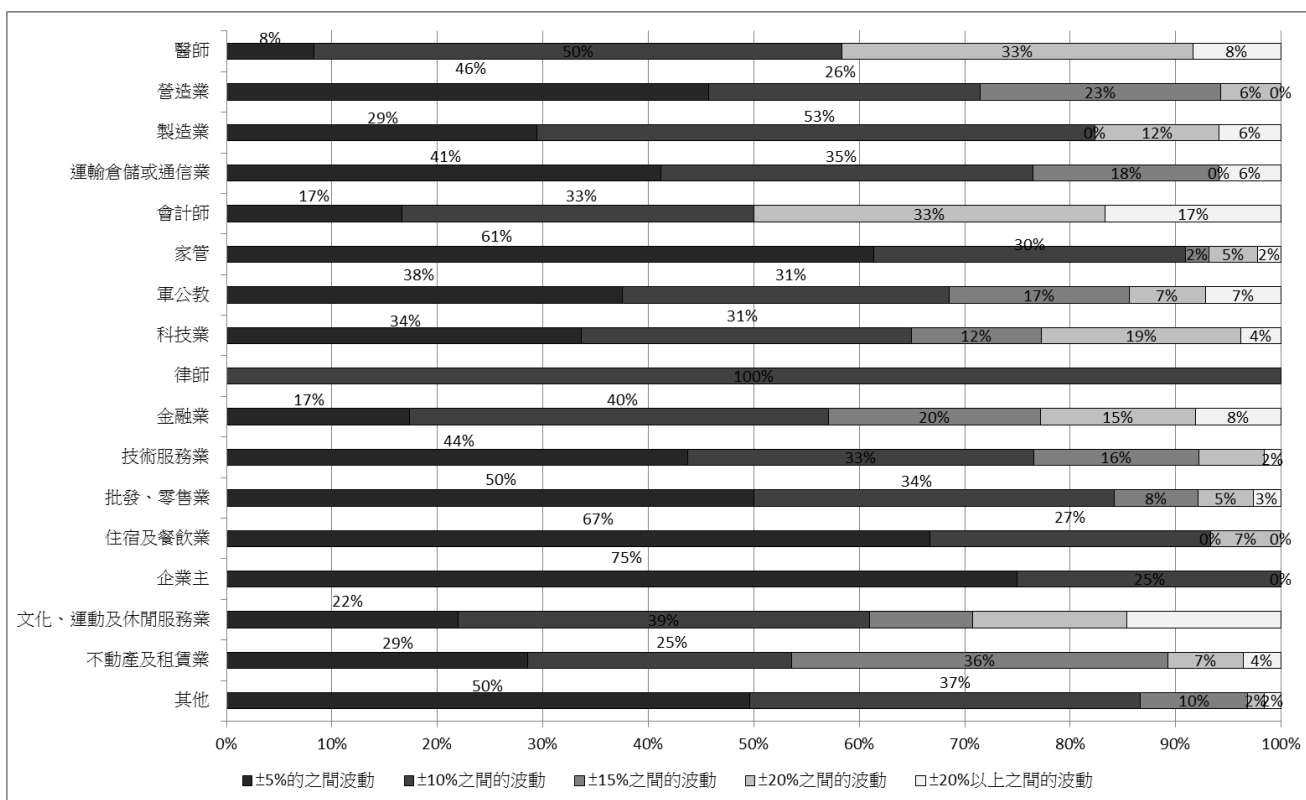


圖60樣本願意投資報酬率波動程度多大分佈圖-以職業類別區分

若以居住地區區分，圖61可發現結果與投資型態、交易頻率類似，東部地區樣本(佔總樣本1.16%)沒有願意投資於正負20%之間波動程度商品的受訪者，中部地區樣本(佔總樣本29.89%)投資於正負15%以上的區間是最多的，有32%，這些結果顯示東部地區受訪者傾向保守型投資，中部地區則積極型投資者比例相對稍高。若再以教育程度區分，可發現教育程度越高，較願意投資於波動程度大的商品，而國中及高中職的受訪者(佔總樣本1.93%及11.76%)，僅願意投資於正負5%之間的商品，其比例分別為70%及62%。

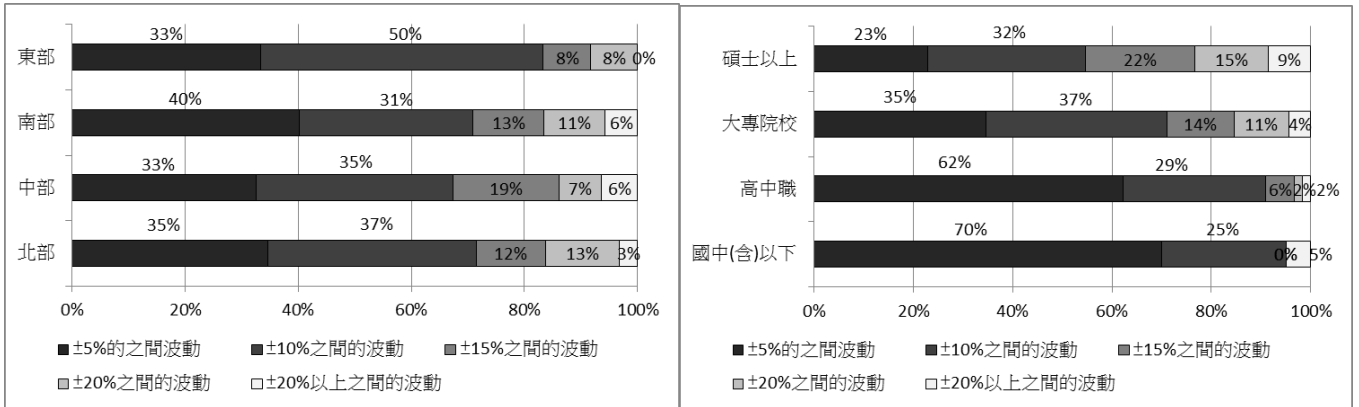


圖61願意投資報酬率波動程度分佈圖-居住地區(左)及教育程度(右)區分

接著我們訪問消費者，當投資的金融商品，大幅下跌超過15%以上，願意等待的期間，結果顯示當金融商品大幅下跌超過15%，24%的消費者忍受期在3個月以內，24%的消費者忍受期在6個月以內，願意忍受超過3年以上之消費者僅佔樣本之14%。然而，圖62顯示以年收入區分消費者之風險承受度發現，並無顯著差異。

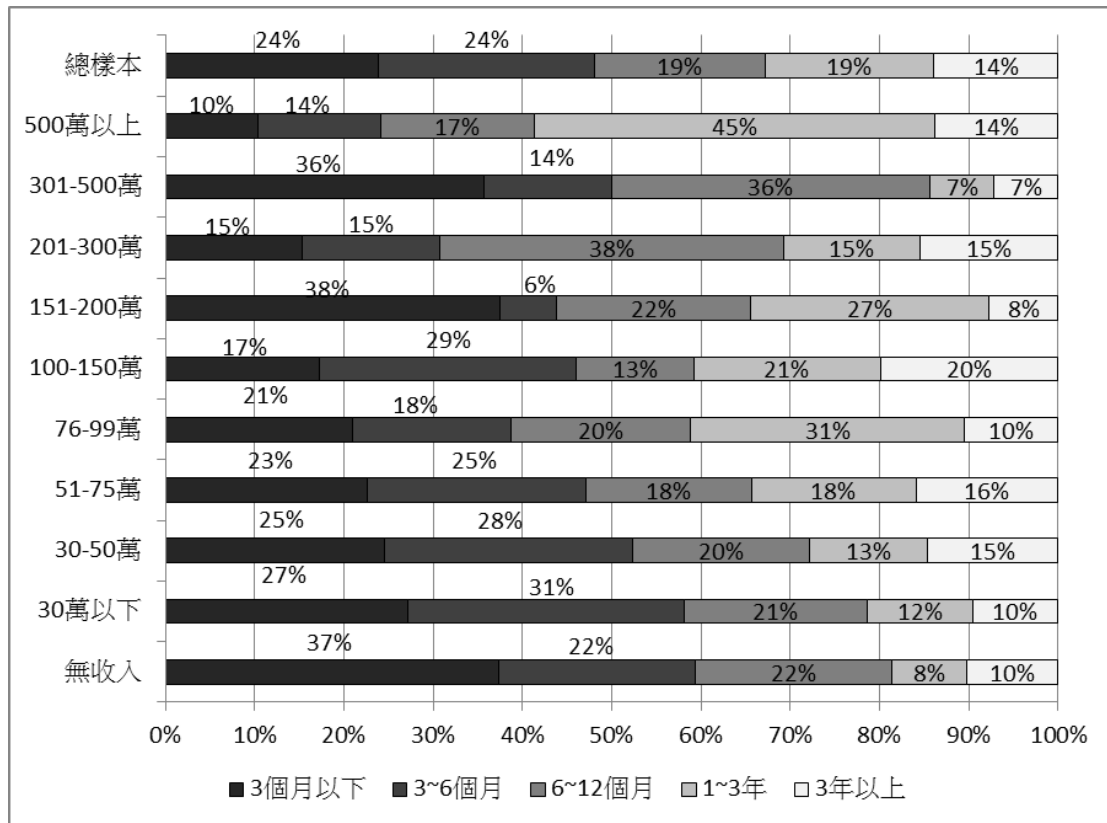


圖62風險承受度-以年收入區分

接著詢問受訪者除了現金、儲蓄/定期存款、債券等傳統穩健型投資外，最感興趣的財富保障和風險方式為何，其分佈圖呈現於圖63，前三大比例的方式分別為投資於保險類商品及財務規劃各佔18%，黃金存摺及信託各佔10%，

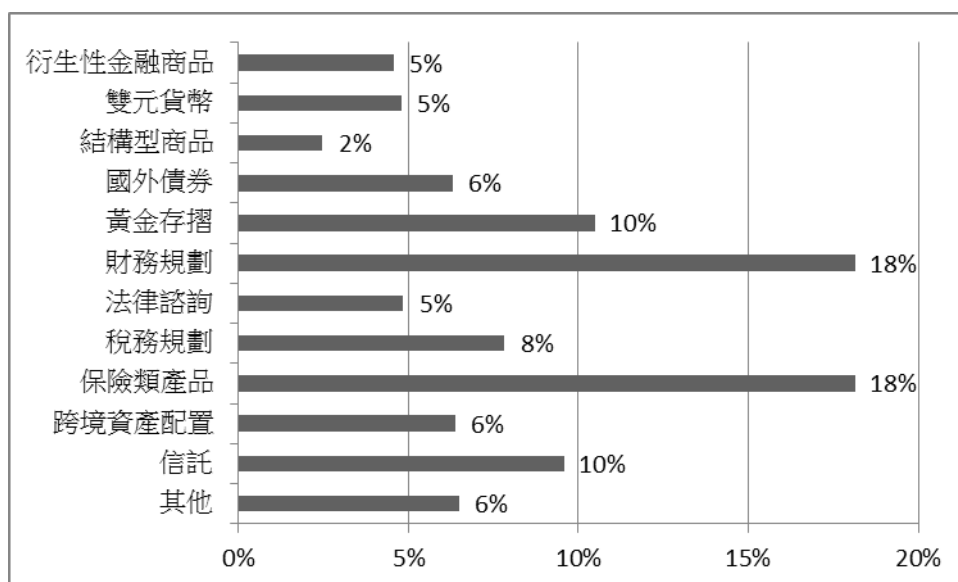


圖63最感興趣的財富保障和風險分散方式

六、海外資產投資方向及商品種類

在海外資產配置上，以整體樣本而言，有進行海外資產投資的比例約佔總樣本之33%，多數受訪者並未進行海外金融商品資產投資，未持有海外資產者比例約佔67%。以年齡層來區分如圖64，35-44歲的受訪者(佔總樣本28%)有進行海外金融商品資產投資的比例最高(44%)，45-54歲(佔總樣本19%)的受訪者次之(38%)，34歲以下的受訪者則相對更低。

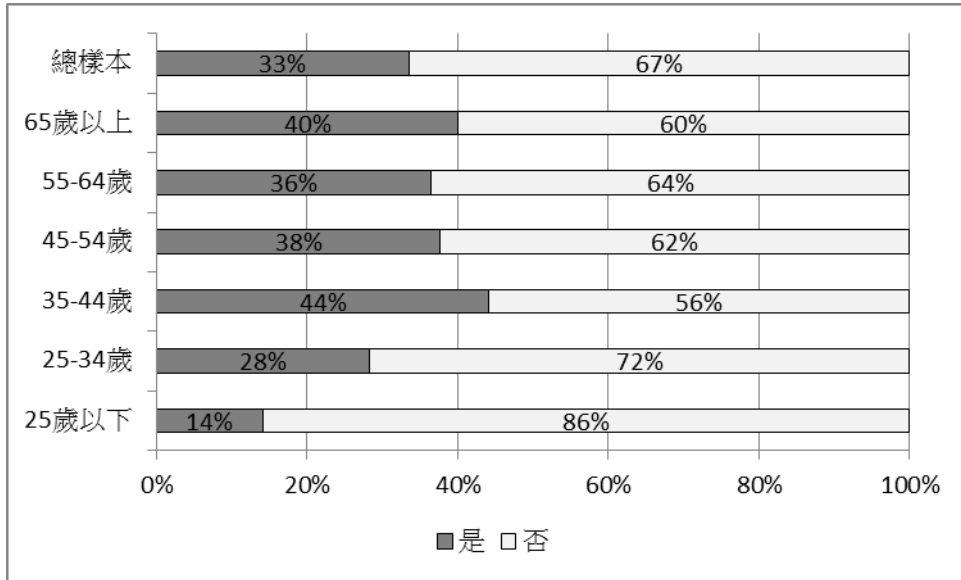


圖 64 樣本目前的資產配置中是否有海外的金融商品投資-以年齡區分

在資產配置地區方面，整體而言有 34% 受訪者主要投資區域在亞洲，其次依序為東協市場及北美市場，約各佔 17%，歐洲市場 15%，中南美洲 7%，再者為澳洲、紐西蘭等市場，比重有 6%。若將海外金融資產配置地區再以個人年收入來細分如圖 65，可發現配置的地區與個人年收入並沒有顯著的關係。

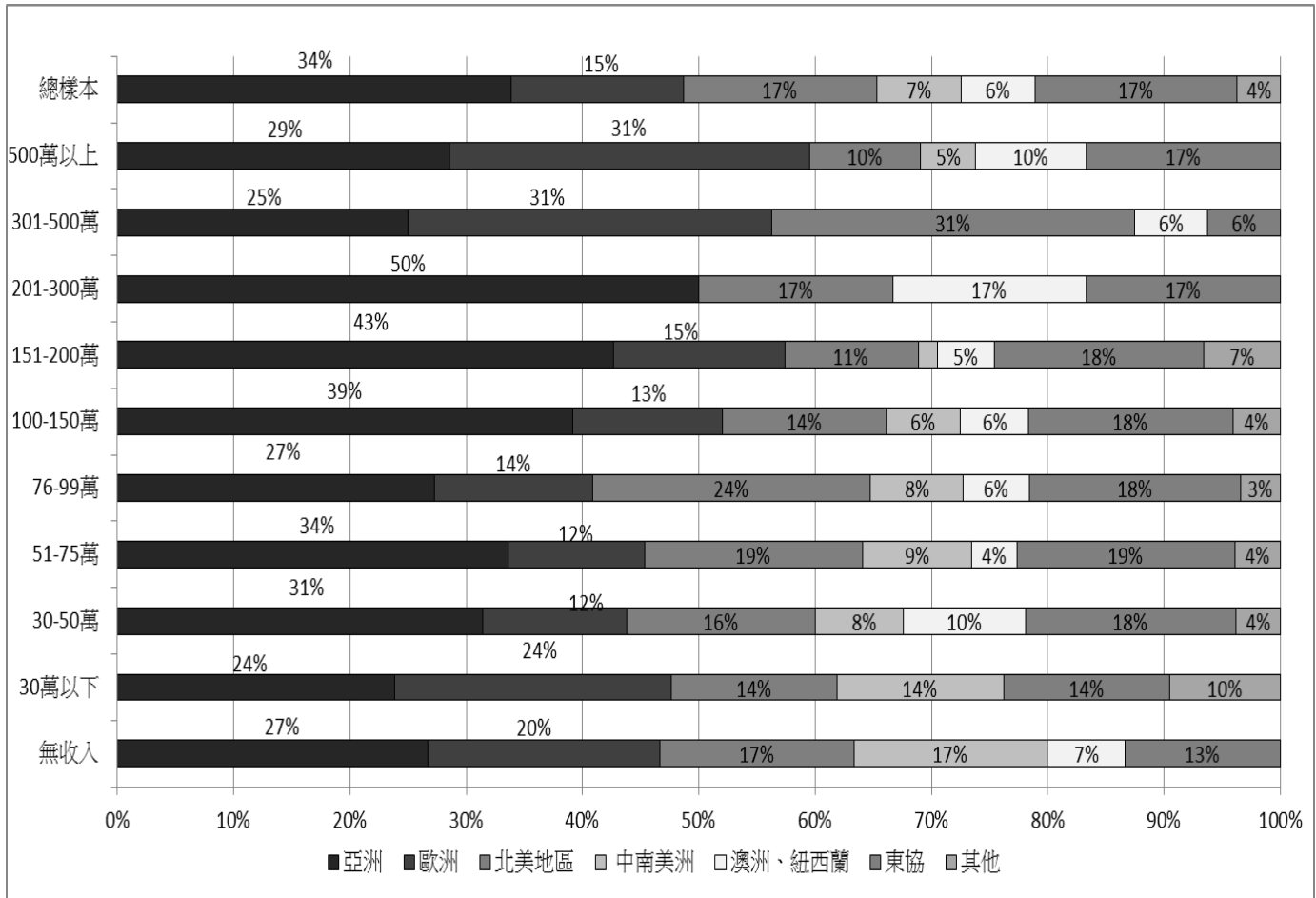


圖 65 海外金融商品資產配置地區-以年收入區分

在進行海外市場理財投資活動上，受訪者表示以購買基金作為投資主要交易方式，其比例有 45%；其次為外幣存款，其比例有 28%；至於投資海外市場股票則有 12%，債券 8%，海外市場房地產 3%，結構型商品約 2%。圖 66 中若以個人年收入區分，則在非以台幣計價的海外資產投資商品配置項目上，與個人年收入並無特別明顯的關係。

由圖 65 及圖 66 可發現，年所得 300 萬以上高收入受訪者，其資產配置區域多集中於亞洲、歐洲，且其資產配置相對較集中於外幣及基金，建議銀行業者可多加注意此現象，以利業務拓展。

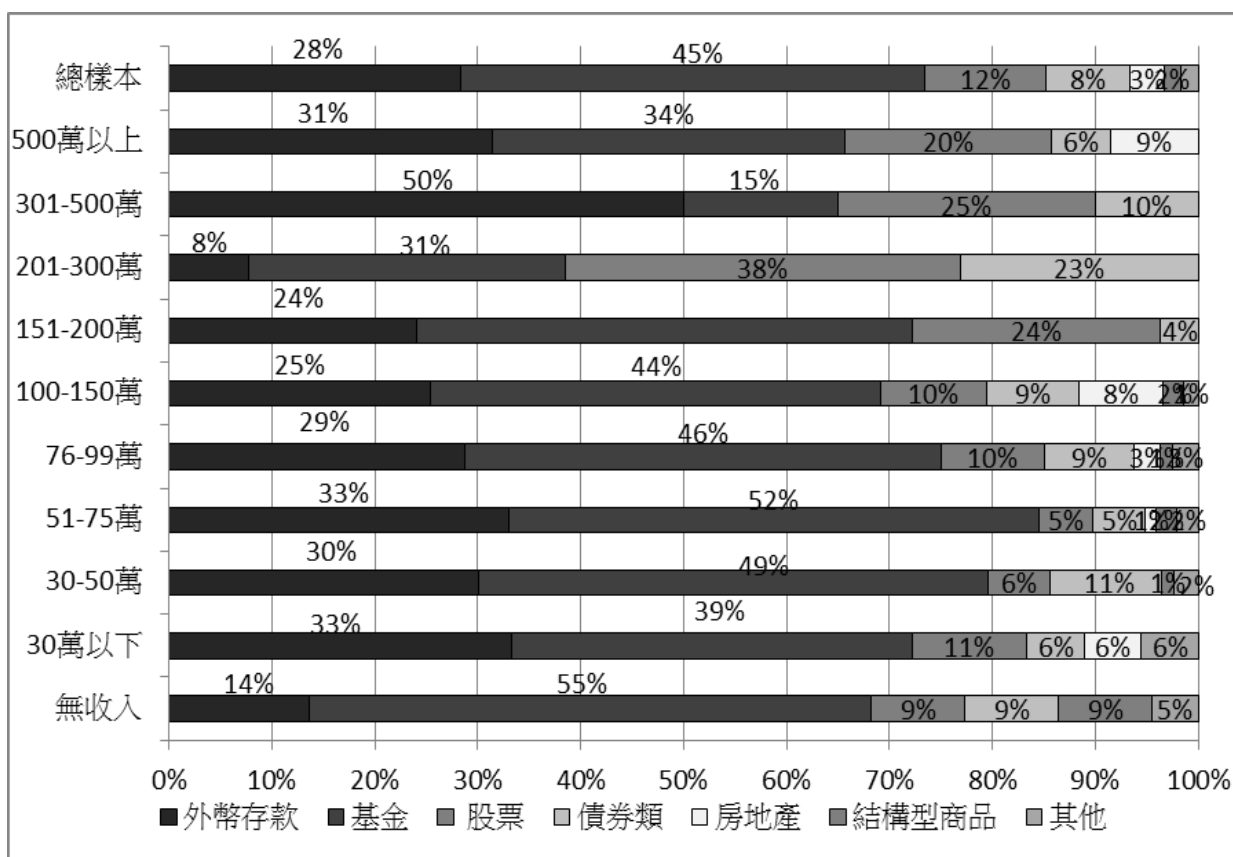


圖 66 海外資產投資(非以台幣計價)之投資項目-以年收入區分

台灣於 2013 年開放國內居民可進行存款等相關人民幣理財商品交易，對於此項開放政策，在此次受訪者中，有近 40% 受訪者表示已非常瞭解或瞭解此一開放措施，表示有粗淺瞭解者亦有高達 35%，如圖 67 所示。在政府相關單位資訊宣導下，多數受訪者已對人民幣業務相關開放政策有所認知，且以人民幣在銀行機構存款量增加的速度超乎預期，顯見受訪者有很強意願參與人民幣的相關理財交易業務。

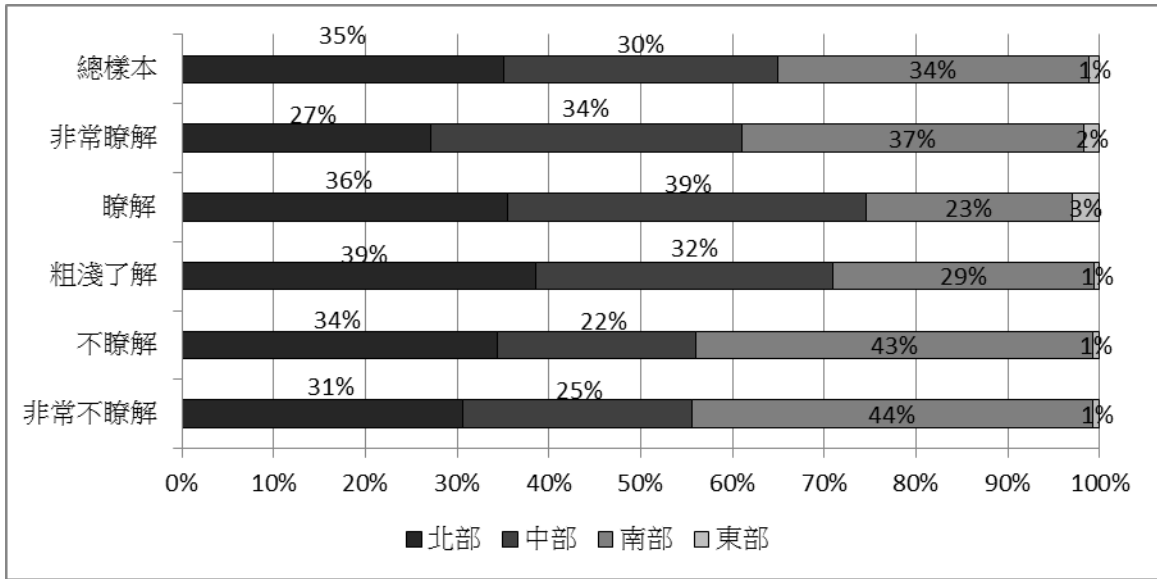


圖 67 對於人民幣相關商品是否瞭解-以居住地區區分

6.5 樣本對於人民幣理財商品之投資意願

在詢問受訪者是否有意願在開放人民幣商品理財之際進行投資，有近 30% 受訪者表達非常有意願及有意願，而表示會進行考慮所佔比例最高，有 40%，至於表示無意願的受訪者佔 28%，如圖 68 所示。

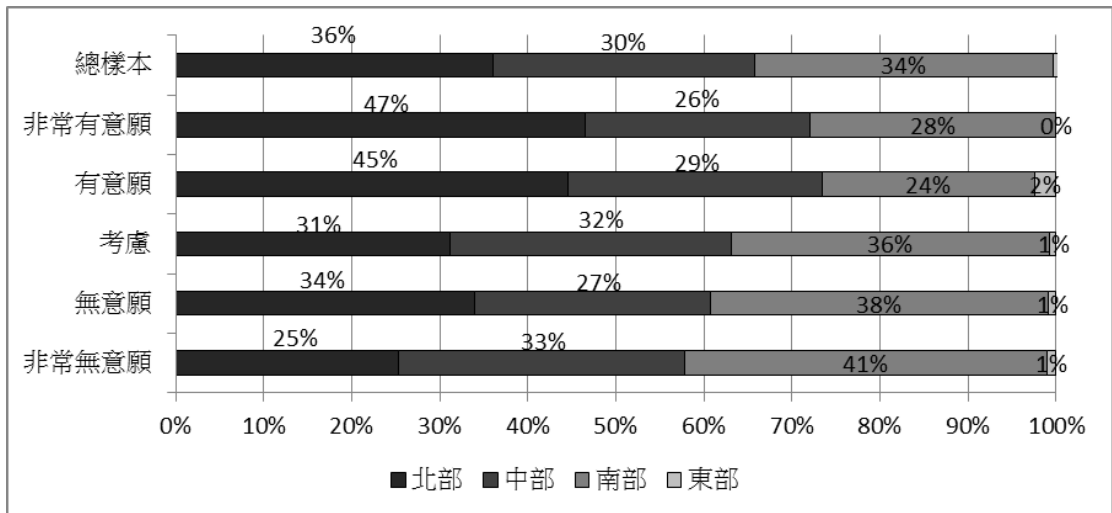


圖 68 是否有高度意願投資於人民幣相關理財產品-以居住地區區分

開放人民幣商品理財業務，多數受訪者表示現階段仍以人民幣存款為主，比例有 56%，人民幣計價的相關基金商品投資占 33%，有意願投資寶島債、點心債等債券者有 11%，如圖 69 所示。

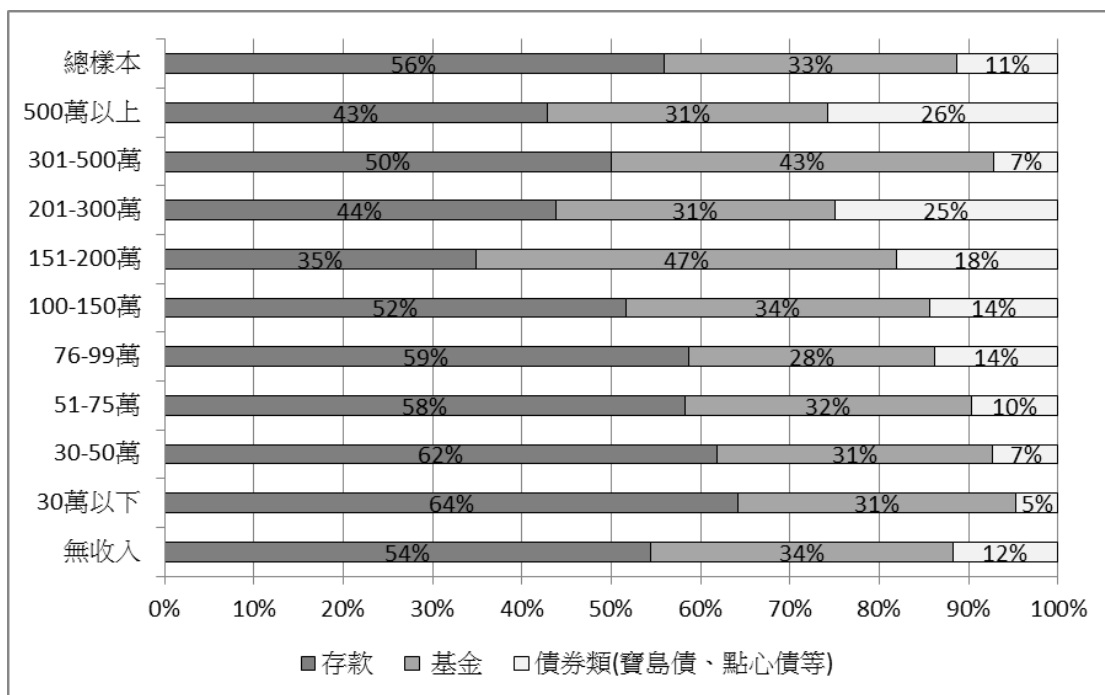


圖 69 人民幣商品理財，優先考慮投資商品項目-以年收入區分

人民幣業務開放後，雖僅短暫一年的時間，在受訪者中表示已將部份台幣定存轉換成人民幣定存的人數比例已有近 8%，而考慮會將部份台幣定存轉換成人民幣定存的人數比例有 26%，仍有近 66% 的受訪者表示尚未考慮將目前台幣定存轉換成人民幣定存，多數受訪者在風險性考量下，對於人民幣存款業務仍持保守態度觀望，如圖 70 所示

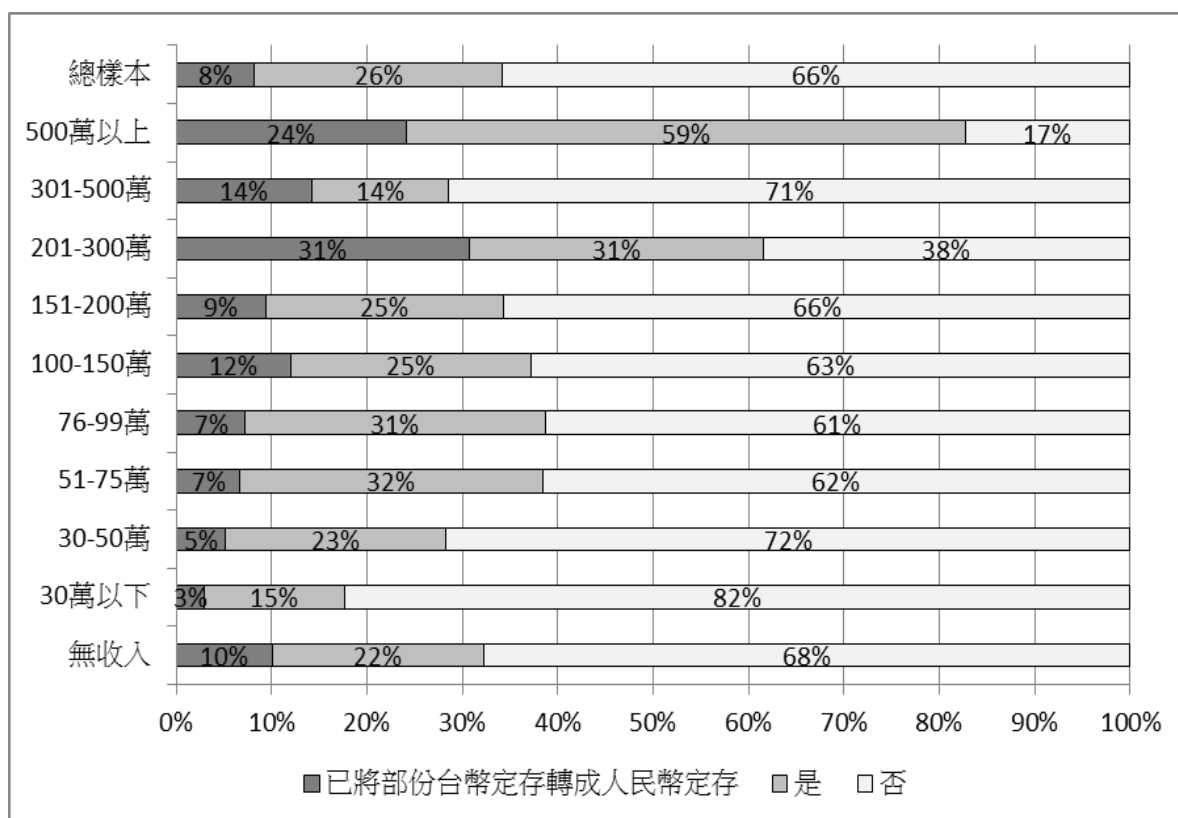


圖 70 是否考慮將目前部份台幣定存轉換成人民幣定存-以年收入區分

有關新型的投資理財工具，例如過去曾衍生出交易違約風波的連動債及近期的寶島債，在國內媒體資訊的宣導之下，有 50% 以上受訪者表示已非常瞭解及瞭解此一金融商品，有粗淺了解的比例有 28%，目前仍表達對此一商品不了解的人數比例近 20%，如圖 71 所示。據本研究實地訪談業者發現，資產規模約在 1,000 萬以上之消費者才比較會了解新型的投資理財工具，目前若有意投資連動債產品之消費者，則必須為專業投資人才可向銀行申請購買連動債。

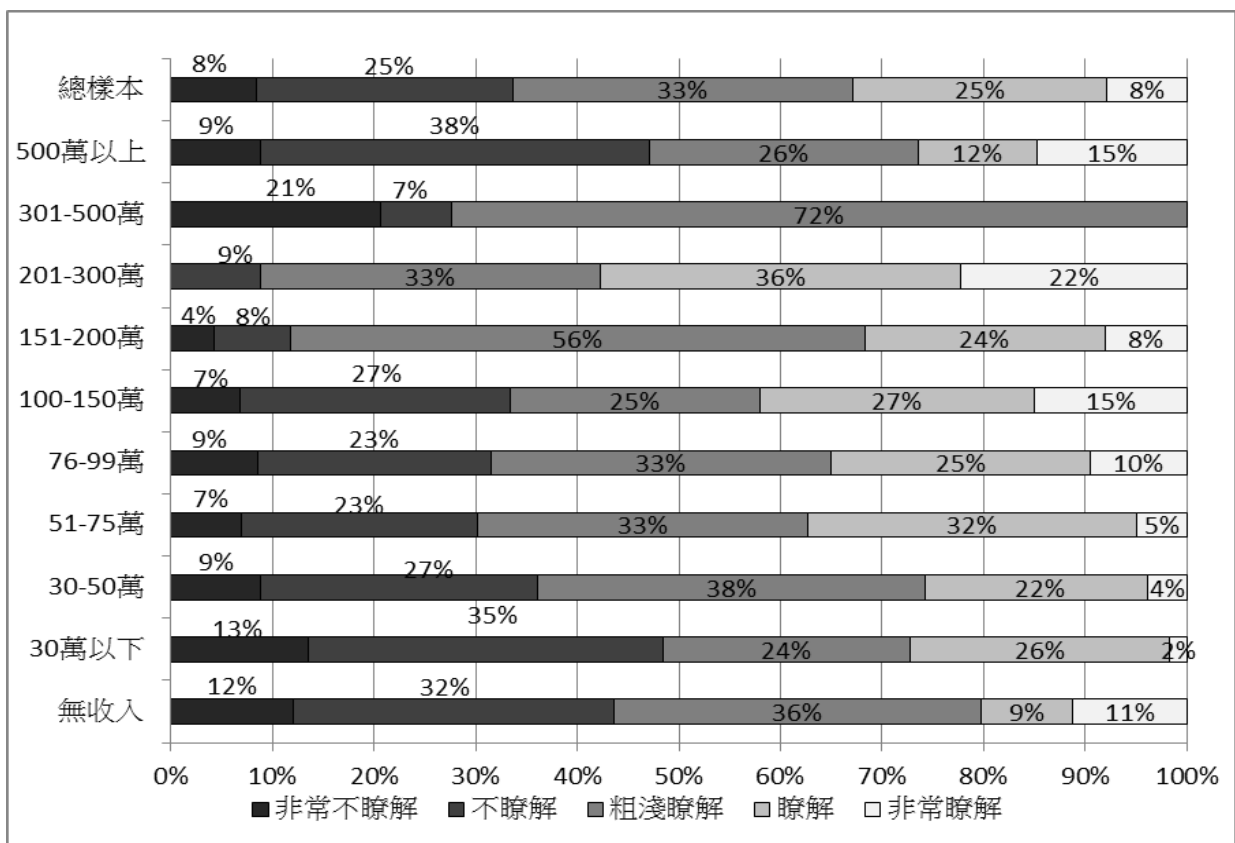


圖 71 是否了解新型的投資理財工具(如連動債、寶島債等)

七、消費者信用及貸款管理

消費者在持有信用卡行為調查項中，約75%受訪者持有信用卡，尚未持有者占25%。以信用卡持有張數而論，圖72顯示持有2張信用卡者以下者占多數，比例約36%，4張以下者約占27%，6張以下者約占11%，持有卡數在6張以上者不到3%。男女性別在持卡行為上，女性持卡比例(51.5%)略高於男性(48.5%)，但持有信用卡張數的分布上並無明顯差異。

2009年「國民金融知識水準實地調查之研究」結果發現，43%的受訪者表示其未擁有信用卡，32%的受訪者擁有1~2張，16%的受訪者擁有3~4張，4%的受訪者擁有5~6張，擁有7張以上的只有2%；與本研究調查結果比較可發現，2009年至2013間，無信用卡者由43%下降至25%，持有2張以下信用卡則微幅攀升。

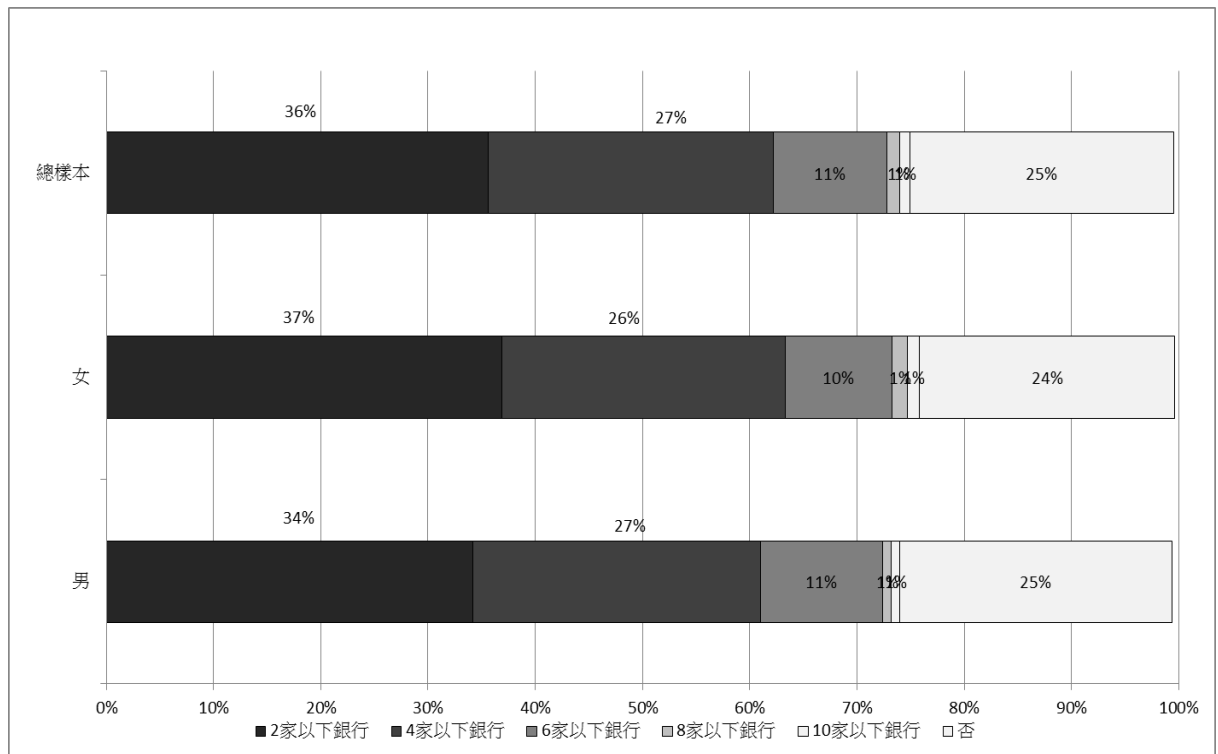


圖 72 樣本消費者銀行信用卡持有家數-依性別區分

若以年齡層加以分析，如圖 73，以年齡介於 45-54 歲的族群(佔總樣本 19%)持有信用卡比例為 84%，35-44 歲之樣本(佔總樣本 28%)持有信用卡比例為 83%，25-34 歲之樣本(佔總樣本 34%)持有信用卡比例為 78%；此三個年齡層持有信用卡比例高於所有樣本持有信用卡之 75%。顯示持有信用卡之年齡主要以 25-54 歲之群體為主。

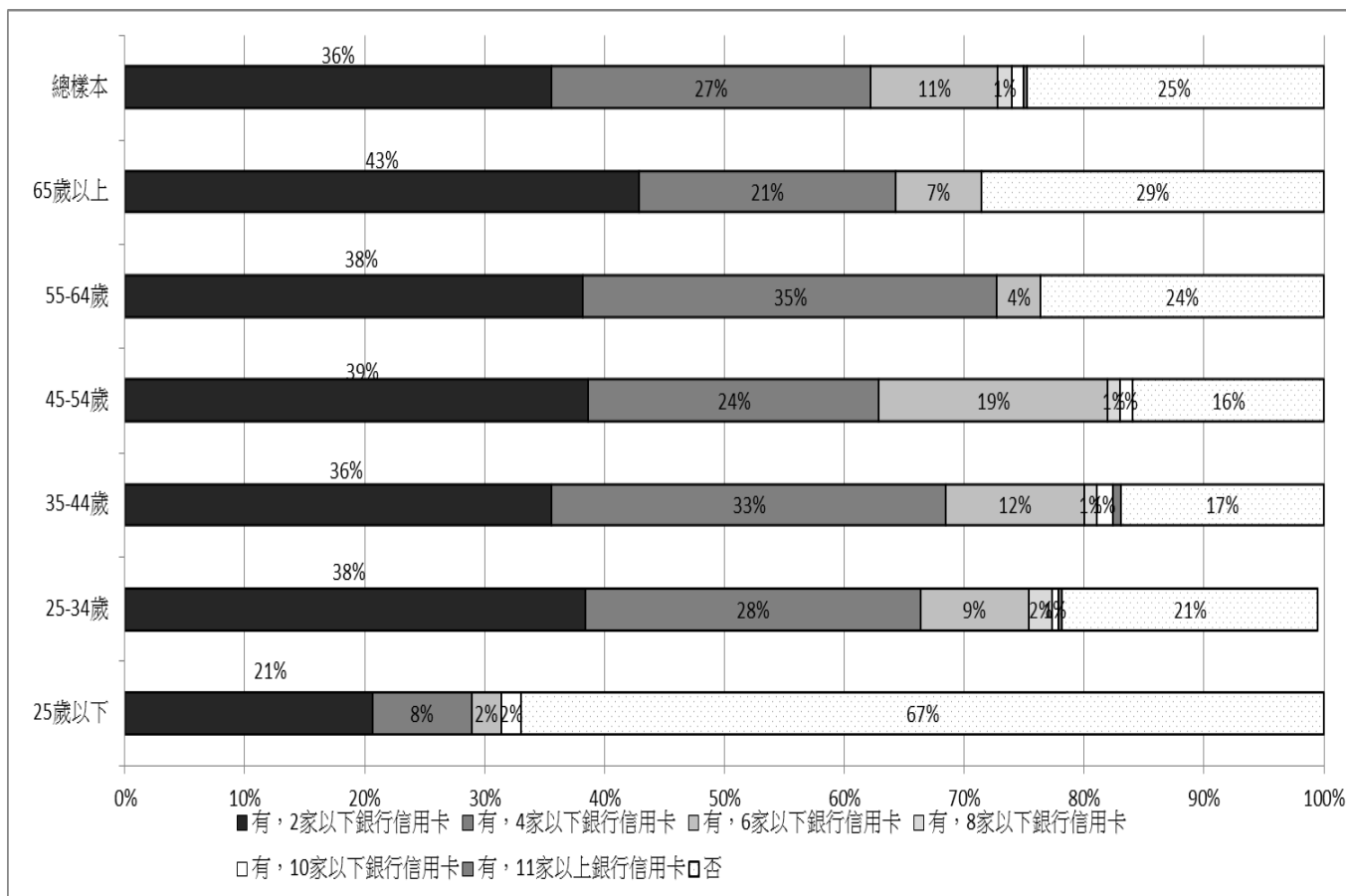


圖 73 消費者信用卡持有家數-以年齡區分

圖 74 以個人年收入加以分析，以年收入 500 萬以上之族群(佔總樣本 3%)持有信用卡比例最高為 97%，51-75 萬之族群(佔總樣本 19%)持有信用卡比例為 86%次之，76-99 萬之族群(佔總樣本 12%)持有信用卡比例為 85%；此三個族群持有信用卡比例高於所有樣本持有信用卡之 75%。然而，無收入之族群(佔總樣本 6%)持有信用卡比例為 46%，30 萬以下之族群(佔總樣本 13%)持有信用卡比例為 49%，皆低於所有樣本持有信用卡之 75%。

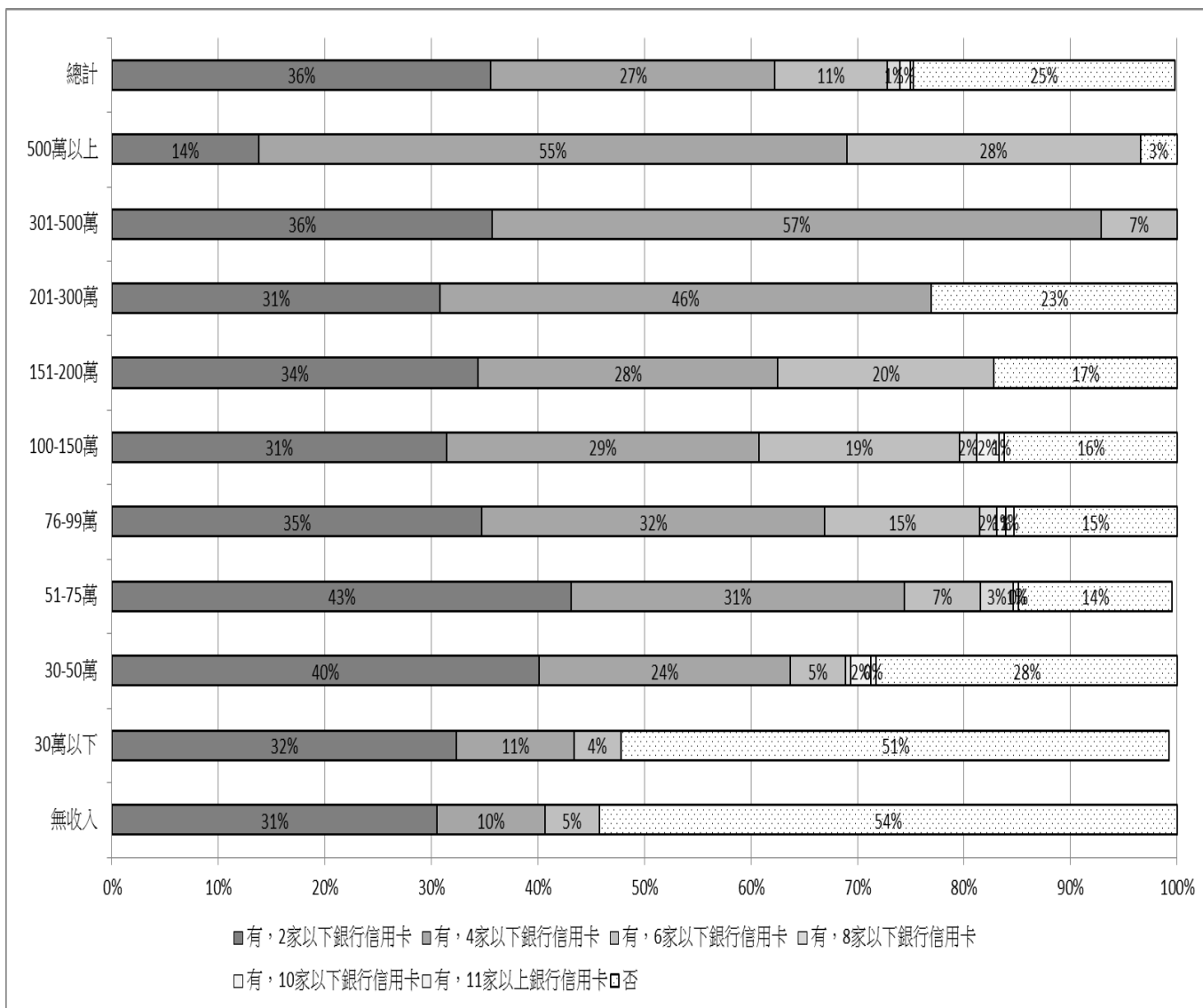


圖 74 消費者信用卡持有家數-以年收入區分

在信用卡每月簽帳消費金額上，有高達近 50% 消費者其刷卡金額在每月 5,000 元以下，而平均每月刷卡消費在 3,000 元以下者所占比重最大，達 34%；其次為消費金額介於 5,001~10,000 元者，為 24%；再者是消費金額介於 3,001~5,000 元者，有 18%。至於消費金額介於 10,001~20,000 元者為 15%，高於 20,000 元以上者則低於 10%。

圖 75 顯示信用卡一個月簽帳金額以年齡細分後的分佈，可看出隨著年齡提高，每個月簽帳金額在兩萬以上區間的受訪者比例也越高，在 54 歲以下區間的受訪者，其每月簽帳金額在 3,000 元以下的受訪者比例則越低，不過 55 歲以上的受訪者簽帳金額在 3,000 以下的比例有提高傾向，顯

示高年齡層受訪者簽帳金額分佈差異較大，3,000 以下及 20,000 以上區間的受訪者比例較多。

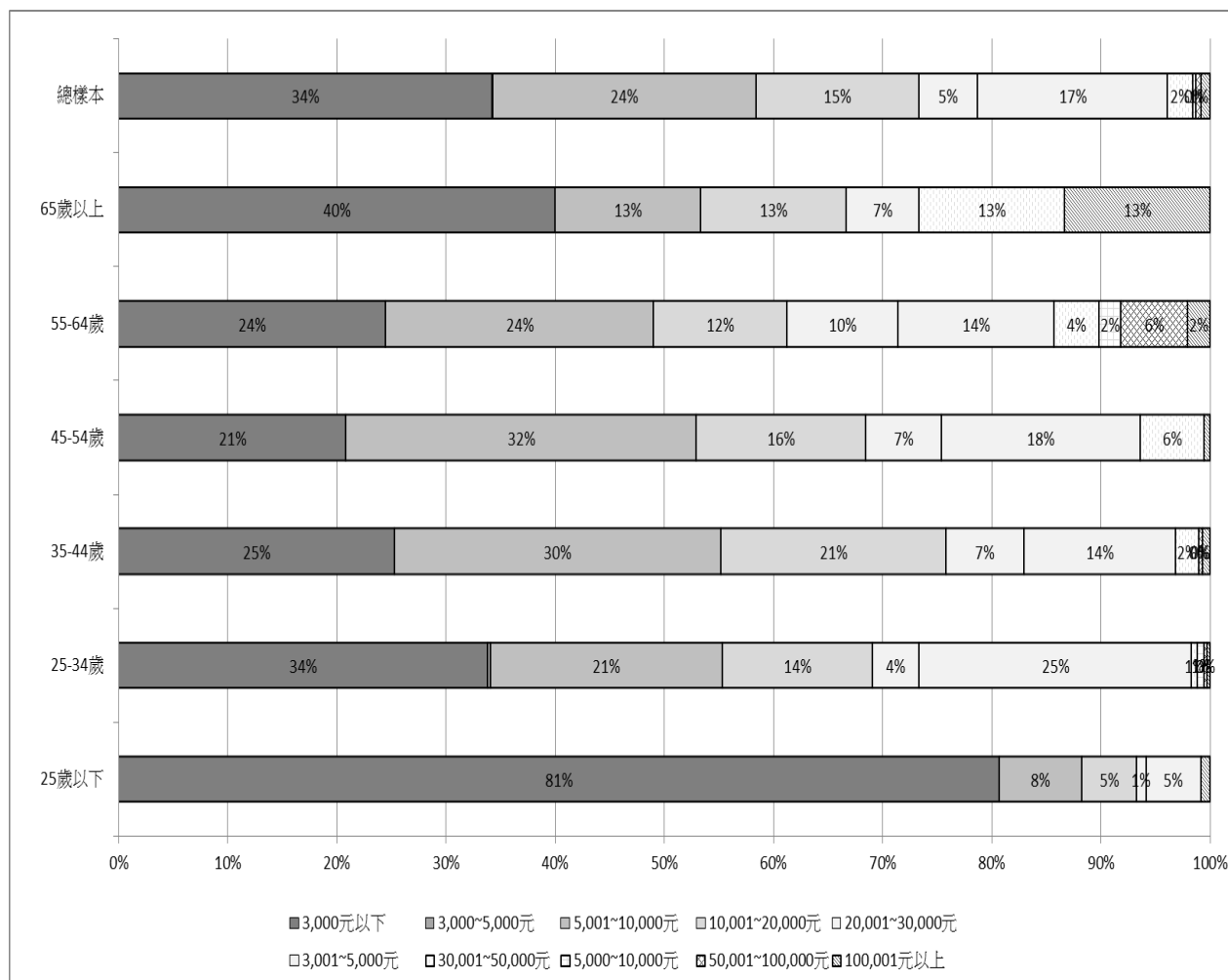


圖 75 平均信用卡一個月的簽帳金額-以年齡區分

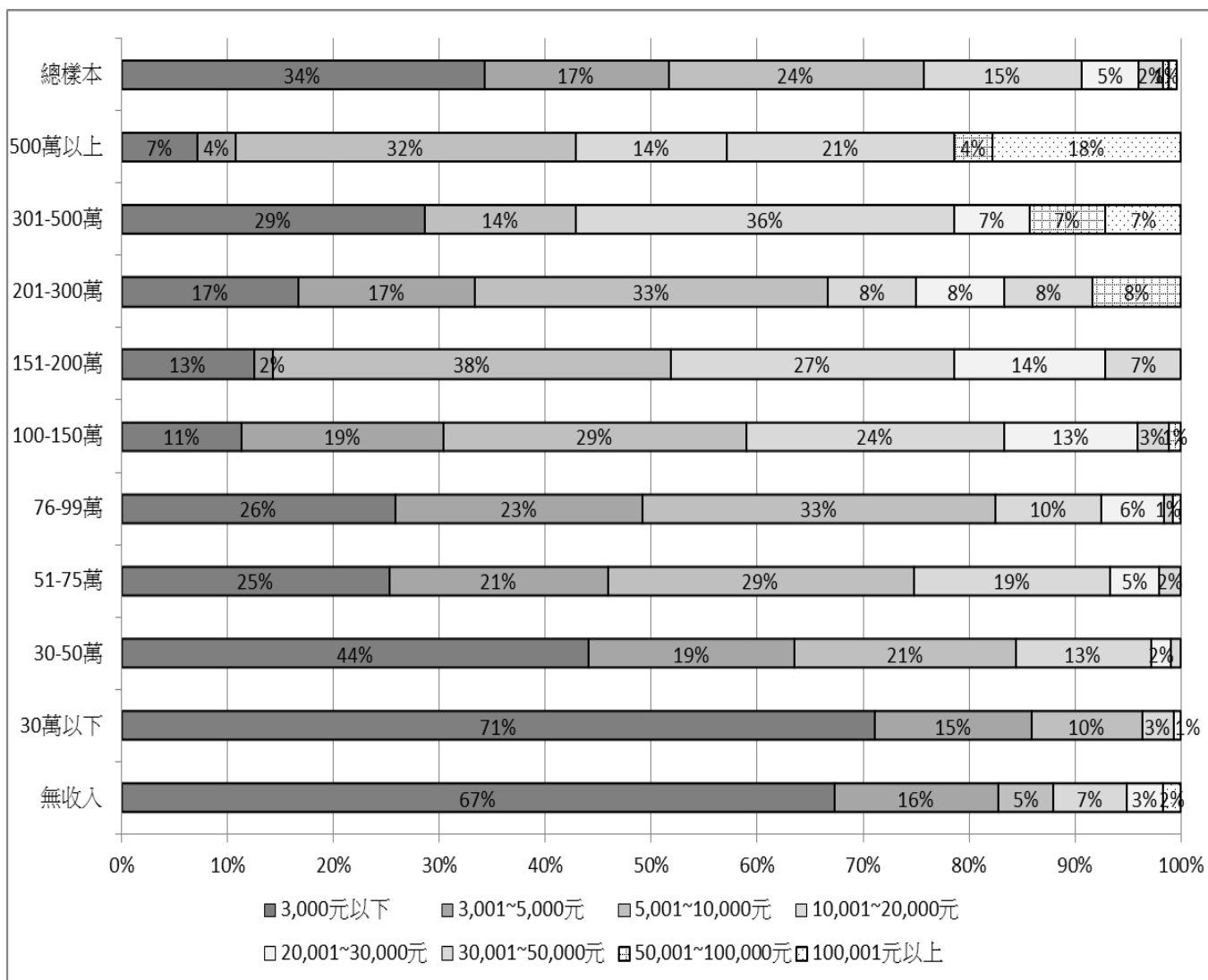


圖 76 平均信用卡一個月的簽帳金額-以年收入區分

圖 76 顯示信用卡一個月簽帳金額以年收入細分後的分佈，可看出隨著年收入提高其每個月簽帳金額也隨之提升，每個月簽帳金額在 100,001 以上之樣本比例最高者，以年收入在 500 萬以上族群(佔總樣本 3%)最多，佔 18%；然而每個月簽帳金額 3,000 元以下，以無收入族群(佔總樣本 6%)佔最多達 67%。

圖 77 為平均信用卡一個月簽帳金額再以地區加以細分，可看出東部地區(佔總樣本 1%)簽帳金額在 5,000 元以下區間的受訪者占了近 50%，而且完全沒有 20,000 元以上的受訪者，南部地區(佔總樣本 34%)簽帳金額在

5,000 元以下區間的受訪者有 63%，不過簽帳金額在 20,000 元以上有 8%。簽帳金額在 20,000 元以上區間的受訪者比例，以北部地區(佔總樣本 35%)最多，中部(佔總樣本 30%)次之，顯示各區域信用卡消費習慣的不同。

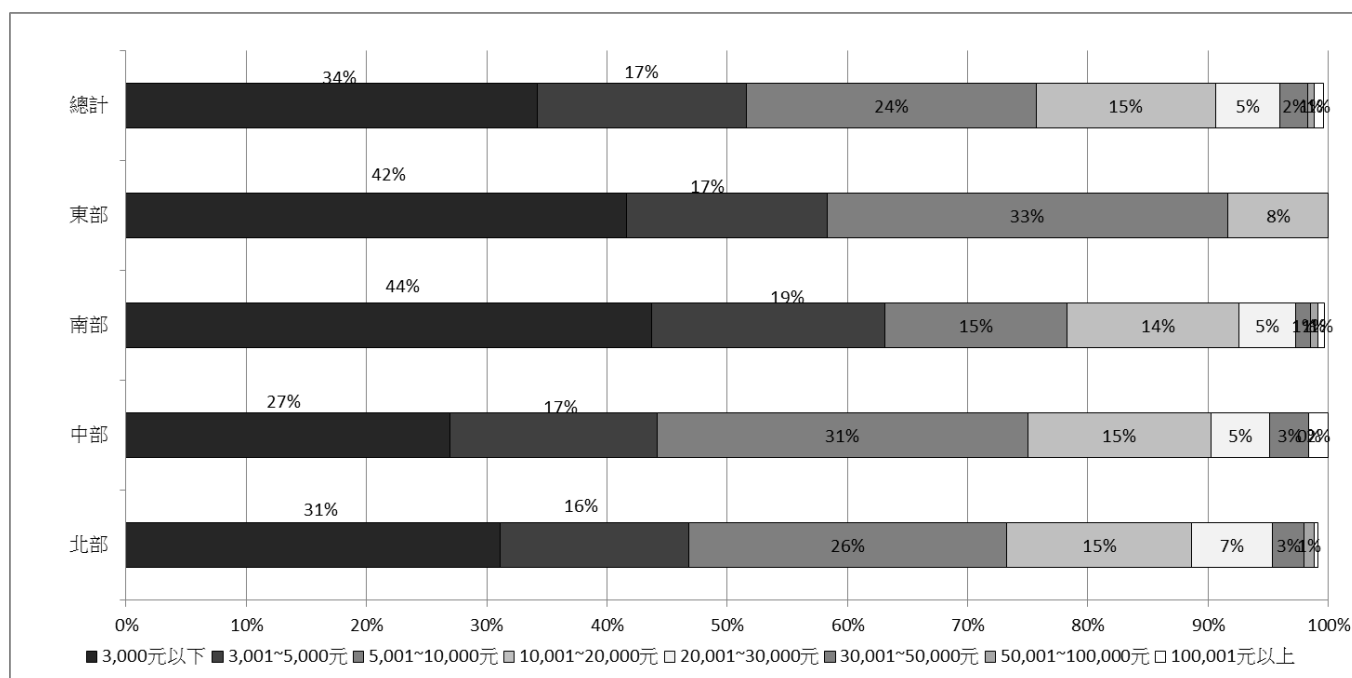


圖 77 平均信用卡一個月的簽帳金額-依居住地區區分

在持卡者未依約定期清償全部餘額，採取循環利息的消費行為，整體受訪者中，曾經使用循環利息方式者比率僅約 7%，相對而言，未曾使用循環利息者為大多數，比重約 93%。

圖 78 為依照個人年收入區分的分佈圖，若先去除 201 萬以上高收入族群，則年收入在 51-75 萬元區間的受訪者中，有 9% 的比例曾經使用過循環利息，該比例在 201 萬以下收入族群中是最高的，其次則是無收入的受訪者及收入在 76-99 萬的受訪者。另外高收入族群中，1000 萬以上的受訪者有 18%、751-1000 萬的受訪者有 50% 曾經使用過循環利息，這些比例明顯高於 200 萬以下的受訪者。

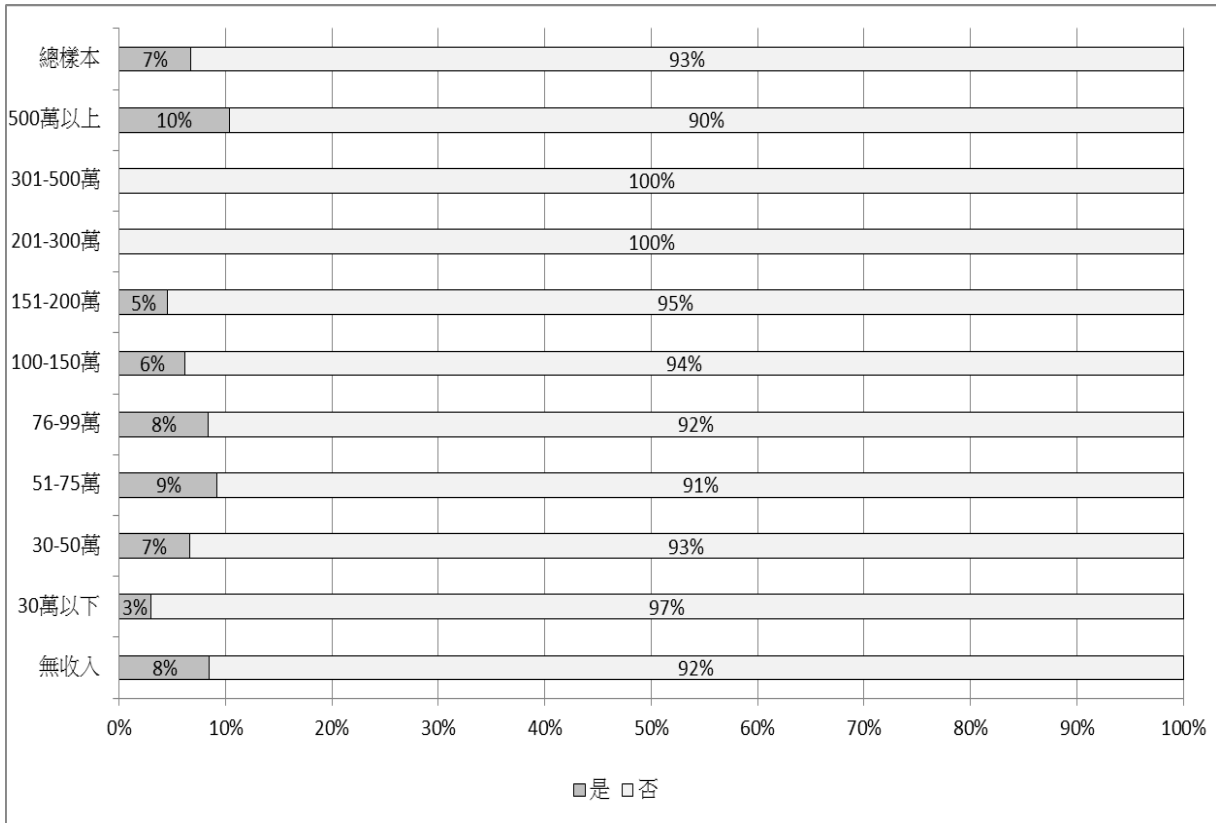


圖 78 是否使用過循環利息-以年收入區分區

圖 79 以 1 年平均使用循環利息的頻率次數分析，有近 42% 的受訪者表示並未使用循環利息方式遞延支付餘額還款，表示平均使用一次者所占比例為 27%，而二次者比例為 9%，使用次數在三次以上者此一比例下降至 6% 以下。

表 6 使用循環利息的頻率 (1 年平均次數)

	單位：%									
	0	1	2	3	4	5	6	10	12	總計
無收入	0	0	1	0	1	0	1	0	1	5
30 萬以下	1	1	1	0	0	0	1	0	1	6
30-50 萬	7	6	1	1	0	2	0	0	0	17
51-75 萬	1	9	3	3	0	0	1	1	0	19
76-99 萬	5	5	1	0	0	0	1	0	0	11
100-150 萬	24	6	1	1	0	0	0	1	1	34
151-200 萬	2	1	0	0	1	0	0	0	0	5
201-300 萬	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
301-500 萬	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
501-750 萬	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
751-1000 萬	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
1000 萬以上	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
總計	42	27	9	6	5	2	5	2	3	100

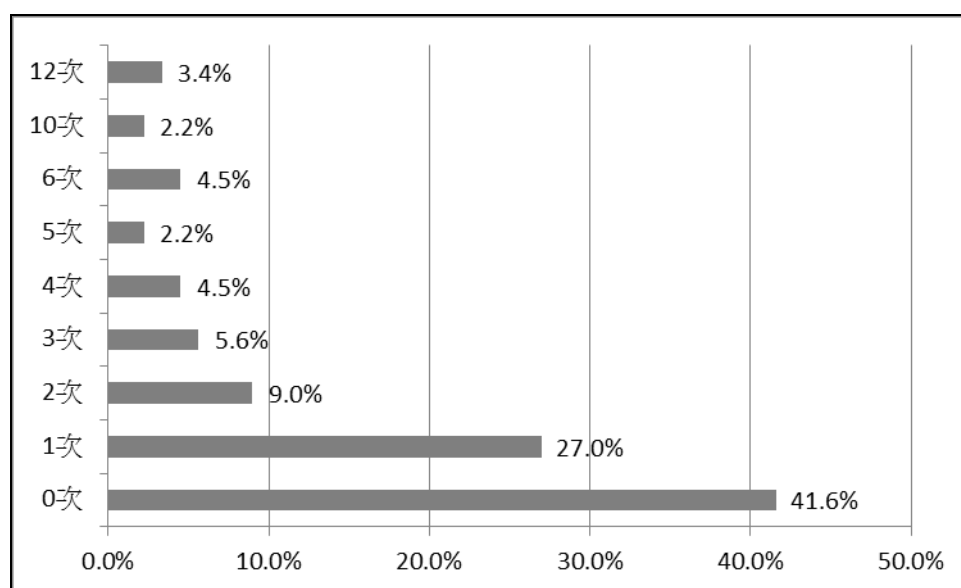


圖 79 使用循環利息的頻率 (1 年平均次數)

在持有信用卡消費行為分析中，樣本表示從未有過度消費或入不敷出的情況者所比例最多，約占有 48%，甚少發生的比例次之，約有 34%，偶爾發生過度消費或入不敷出的情況者有 16%。

圖 80 將樣本是否常有過度消費或入不敷出之情況以年收入區分後，可

發現年收入 500 萬以上樣本(佔總樣本 3%)只有甚少及偶爾會發生過度消費或入不敷出的情況；反之，在無收入樣本(佔總樣本 6%)中，有 14%樣本表示經常發生過度消費或入不敷出的情況，年收入 30 萬以下樣本(佔總樣本 13%)，有 7%樣本表示經常發生過度消費或入不敷出的情況；可發現經常發生過度消費或入不敷出的情況，依年收入的增加而遞減。

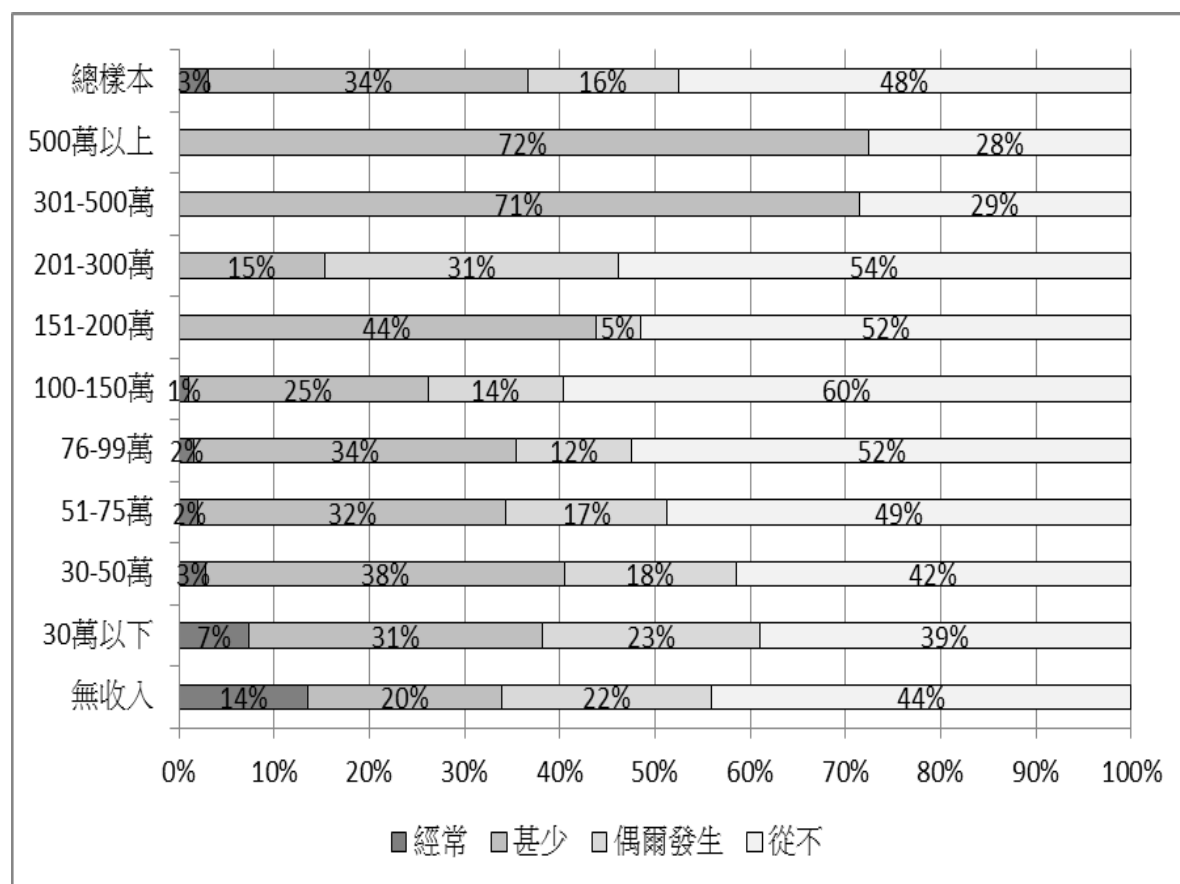


圖 80 是否常有過度消費或入不敷出的情況-以年收入區分

在銀行貸款上，總樣本中有近五成受訪者表示尚未有任何種類銀行貸款，在有申請貸款者中，主要以房屋貸款所占比重最高，其比例為 30%，其次依序為助學貸款 9%、信用貸款 7%、汽車貸款 4%。2007 年「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」顯示有 80%受訪者背負著房屋貸款，有 10%受訪者有汽車貸款；2009 年「國民金融知識水準實地調查之研究」亦指出有 76%受訪者背負著房屋貸款，有 10%受訪者有汽車貸

款。

圖 81 以個人年收入再加以細分，可觀察到隨著年收入提高，各收入區間有房屋貸款的比例逐漸提高，另外，有助學貸款的比例以 30 萬以下(佔總樣本 13%)的受訪者最高，為 34%。值得注意的是無貸款的比例，個人年收入在 50 萬以上的受訪者，隨著收入提高，無貸款比例逐漸降低，顯示年收入較高的受訪者傾向增加房屋貸款。

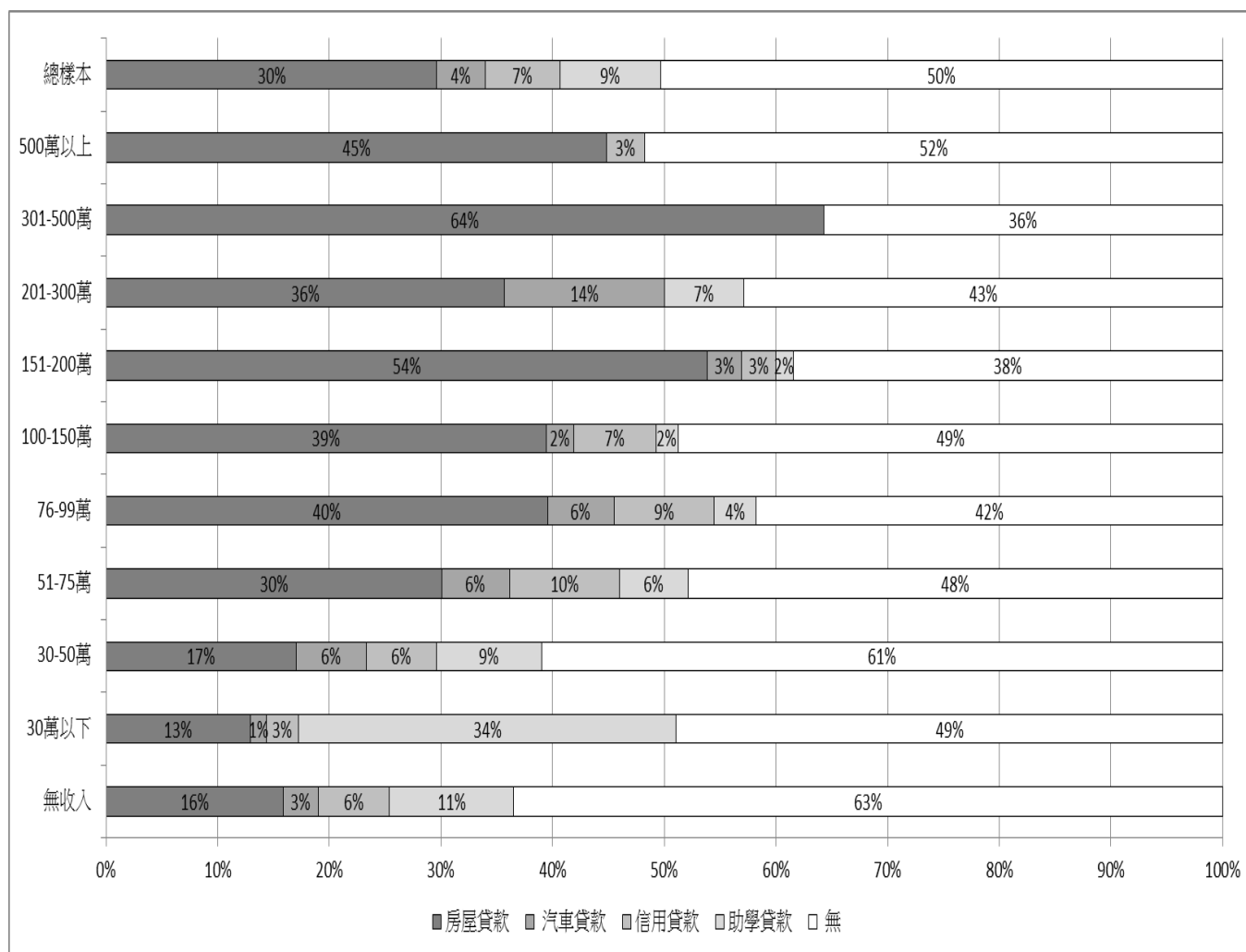


圖 81 樣本目前擁有之銀行貸款-以年收入區分

圖 82 為詢問受訪者未來的 3 年內有何種貸款需求之分佈圖，主要仍以房屋貸款為最大宗(29%)，其次為汽車貸款(7%)，再者為進修/留學貸款及信用貸款的比例各占 3% 左右，而房屋修繕貸款及周轉金貸款約各占 2%，如圖 76 所示。

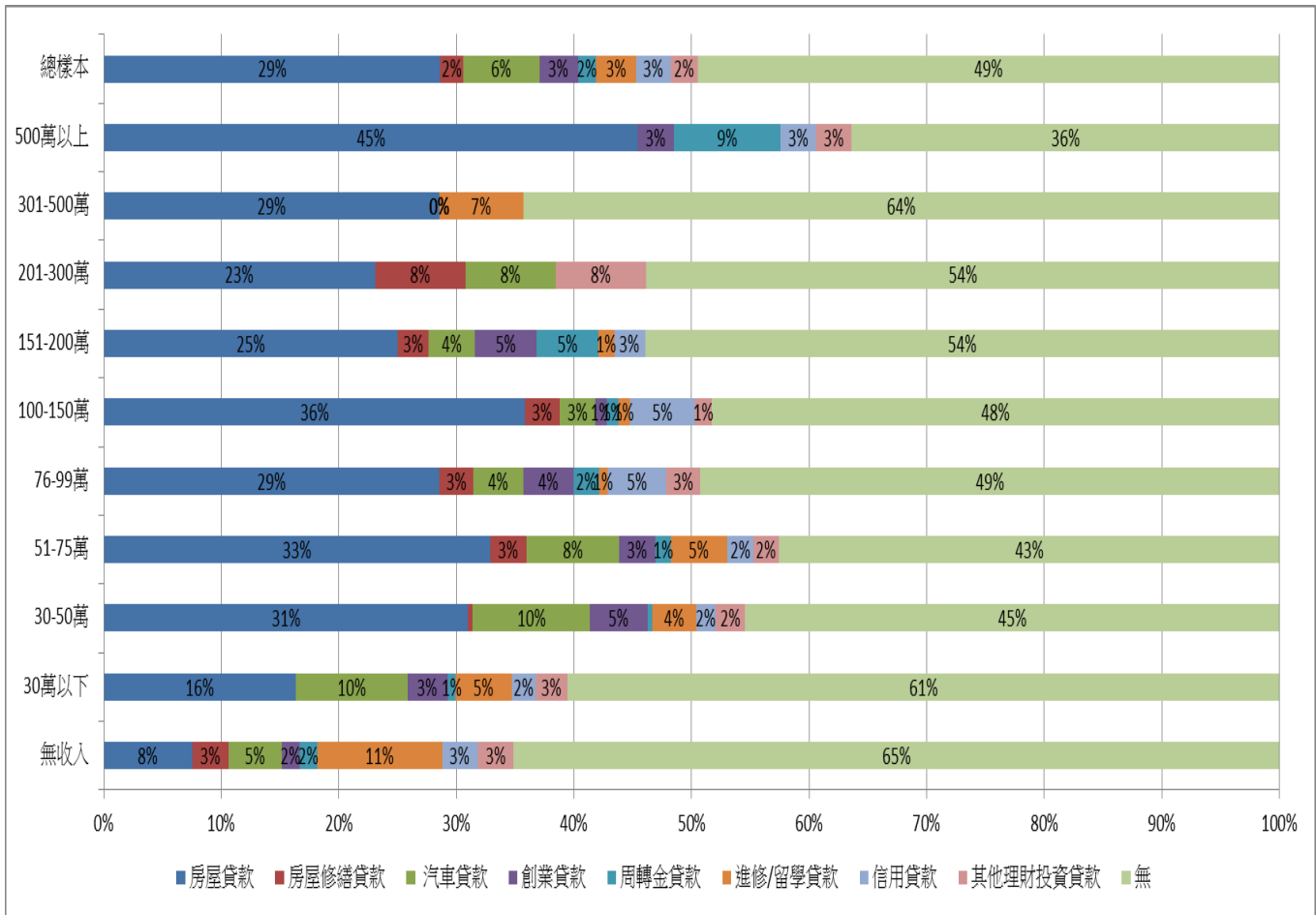


圖82樣本未來的3年內是否有相關貸款需求-以年收入區分

八、金融交易糾紛的處理方式及管道認知

此部份主要為了解消費者面臨金融交易糾紛時，是否可藉由「金融消費評議中心」進行協商，於1,037筆樣本資料中，曾面臨過金融交易糾紛之樣本，共計有76筆，佔總樣本之7.32%。從圖83、圖84及圖85中可發現樣本中有面臨過金融交易糾紛之男女比例相當；若依年齡區分，則35-44歲曾面臨過金融交易糾紛佔曾有交易糾紛總樣本之42%(佔總樣本3%)，為最高比例；依居住地區區分，則南部樣本曾面臨過金融交易糾紛佔曾有交易糾紛總樣本之41%(佔總樣本3%)，顯示南部地區金融消費者面臨金融交易糾紛比例高於北部及中部地區，主管機關及銀行業者應針對南部地區加強金融交易宣導。

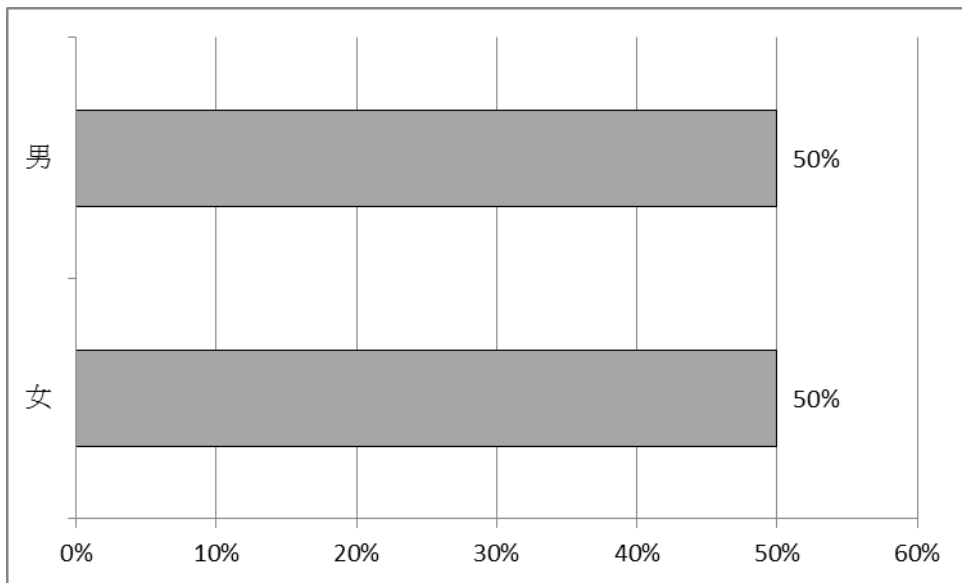


圖 83 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依性別區分

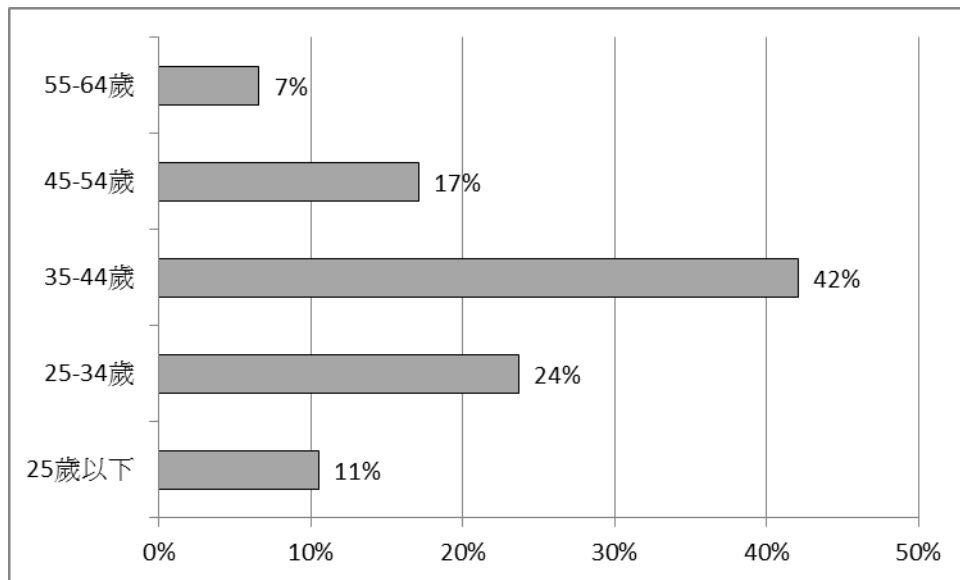


圖 84 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依年齡區分

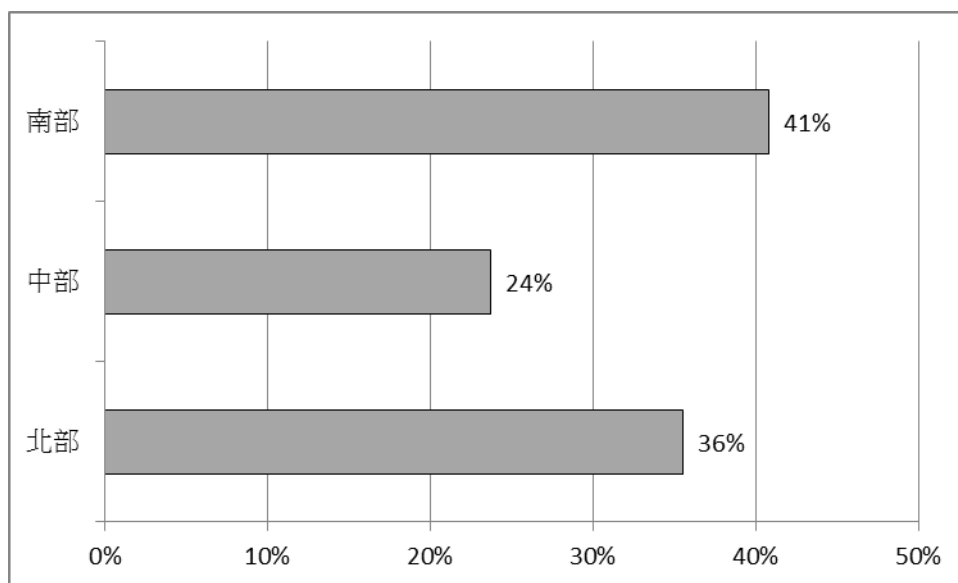


圖 85 有面臨過金融交易糾紛之相關經驗-依居住地區區分

金融消費評議中心指出，當消費者與金融服務業發生金融消費糾紛時，應先向金融服務業者提出申訴，如仍無法接受金融服務業者之申訴處理結果時，亦或金融服務業者在收到申訴後30日內不作妥適處理，即可在60天內向評議中心申請評議；倘若民眾沒有先跟金融服務業提出申訴就向評議中心申請評議，評議中心仍然會先將案件移交給金融服務業處理。

圖86及圖87顯示當發生金融交易糾紛時，知道可向「金融消費評議中心」申訴，佔全樣本之38%，換言之，有62%的受訪者是不知道設有「金融消費評議中心」的，建議政府相關單位及評議中心應該多加強宣導。

將樣本依性別區分，則男性知道佔總知道樣本之51%，女性知道佔總知道樣本之49%；依年齡區分，知道可向「金融消費評議中心」申訴，25-34歲知道佔總知道樣本之34%，其次為35-44歲，其佔總知道樣本之32%。

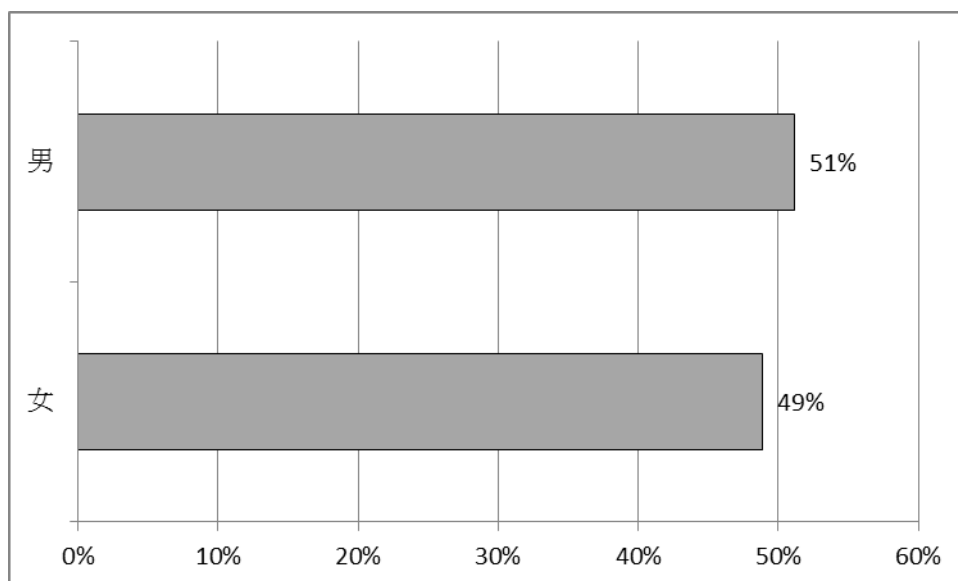


圖 86 知道當有金融交易糾紛發生時，可以向「財團法人金融消費評議中心」申訴-依性別區分

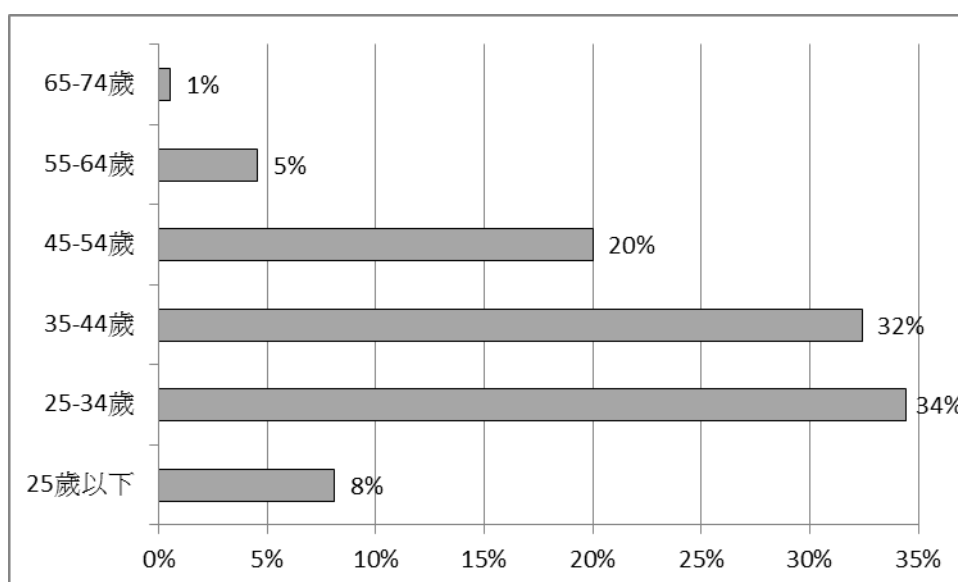


圖 87 知道當有金融交易糾紛發生時，可以向「財團法人金融消費評議中心」申訴-依年齡區分

進一步依性別及年齡區分，結果詳如圖 88 及圖 89，調查樣本曾向「金融消費評議中心」申訴過者，佔全樣本之 1.8%；將樣本資料依性別區分可發現，女性曾向「金融消費評議中心」申訴過佔總曾向金融消費評議中心申訴過樣本之 68%，高於男性之 32%；值得注意的是，若依年齡區分，則曾向「金融消費評議中心」申訴過以 25-34 歲比例最高，達 42%之多(佔總樣本 0.8%)。

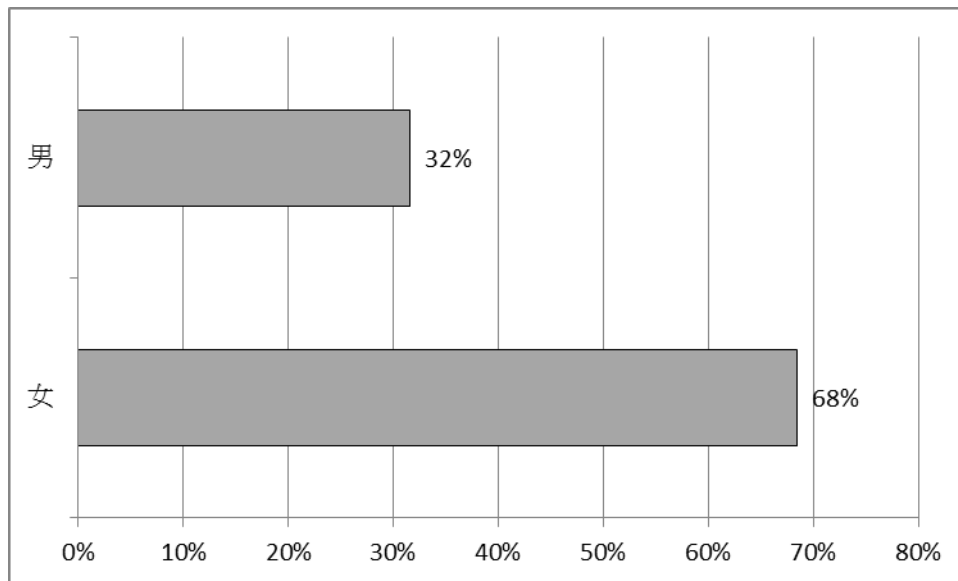


圖 88 曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴過-依性別區分

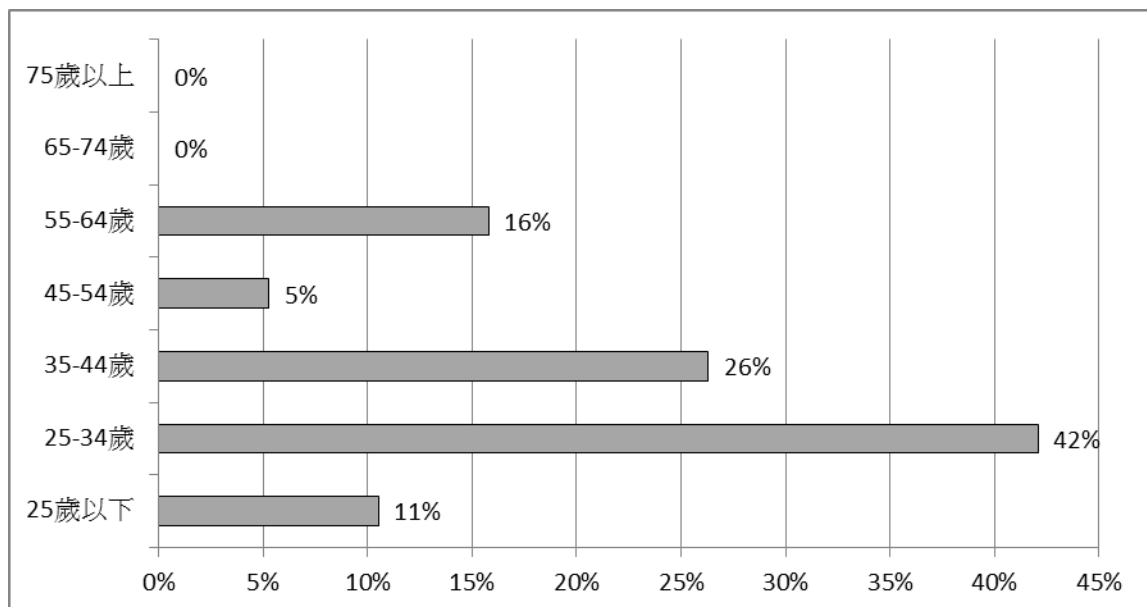


圖 89 曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴過-依年齡區分

總而言之，根據本問卷調查結果發現，只有 38% 之樣本知道，設有「財團法人金融消費評議中心」，顯示大部份的國人並不知道設有「財團法人金融消費評議中心」，建議政府及評議中心應加強宣導；然而若發生金融交易糾紛時，不只有評議中心申訴管道，還有縣市政府的消費糾紛中心及銀行內部調解管道」

九、社會新鮮人助學貸款調查

本次調查中，共計有169筆樣本，約16%之樣本為工作未滿二年之社會新鮮人，如圖90所示；在社會新鮮人的樣本中，有51%無助學貸款，17%其助學貸款金額為30萬至50萬元，13%其助學貸款金額為20萬至30萬，5%為10萬元以下，如圖91所示。

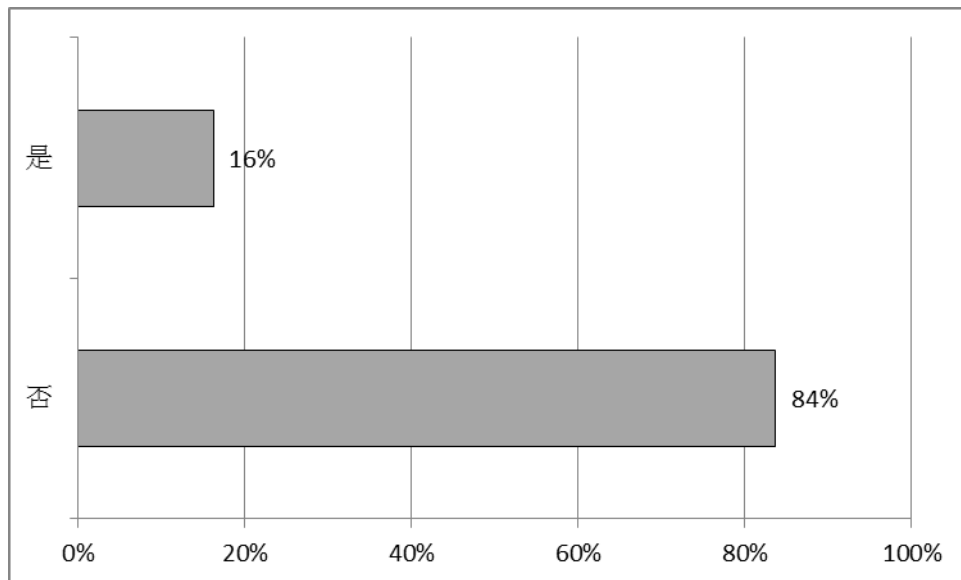


圖 90 是否為社會新鮮人

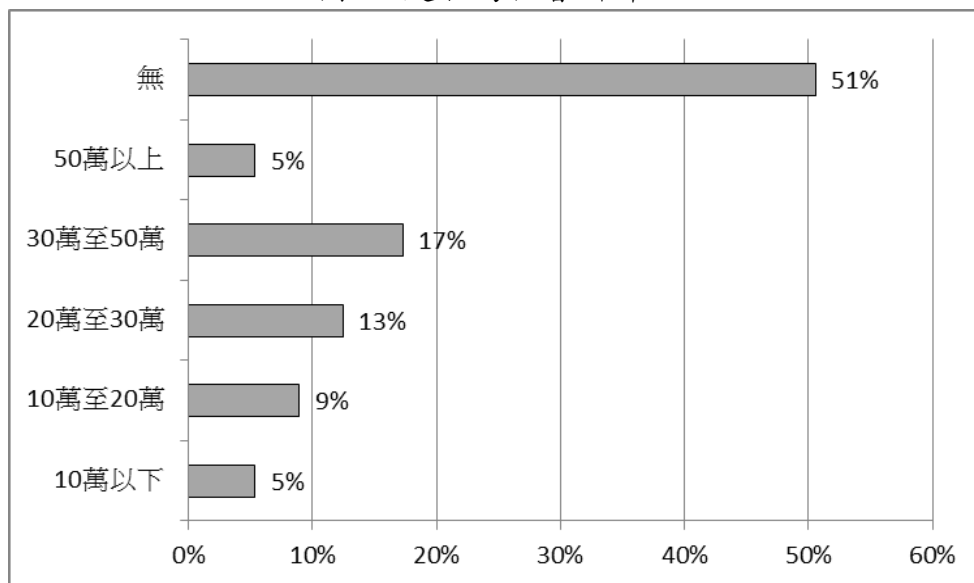


圖 91 社會新鮮人之助學貸款金額

進一步分析，其每年償還助學貸款佔年所得比例，如圖92所示，65%之社會新鮮人之助學貸款償還金額佔其年所得10%以下，23%之社會新鮮人之每年助學貸款償還金額佔其年所得約10%~20%左右；若以償還金額觀察，如圖93所示，71%之社會新鮮人之每年助學貸款償還金額低於5萬元，

28%之社會新鮮人之每年助學貸款償還金額為5~10萬元，僅1%之社會新鮮人之每年助學貸款償還金額為20~30萬元。

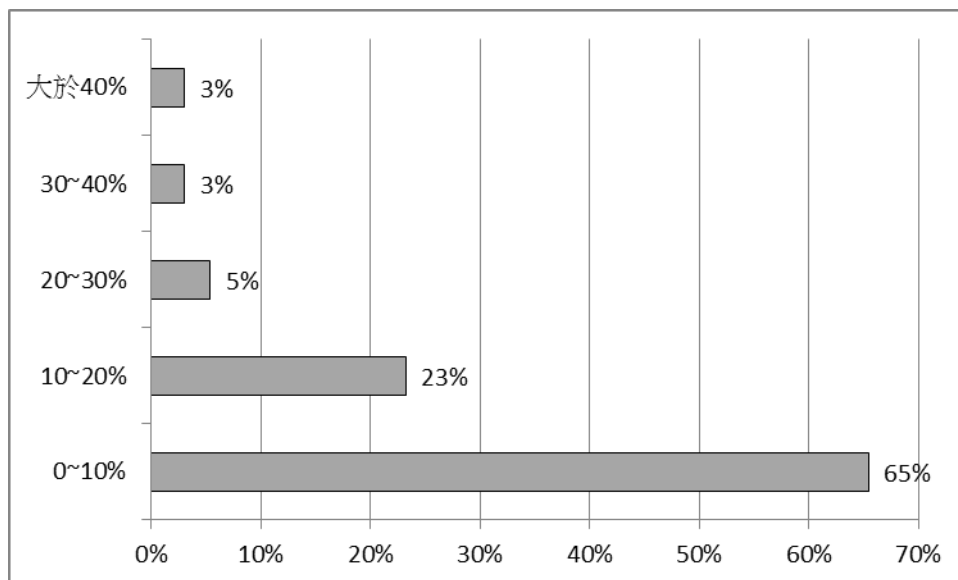


圖 92 社會新鮮人之助學貸款每年償還金額佔年所得比例

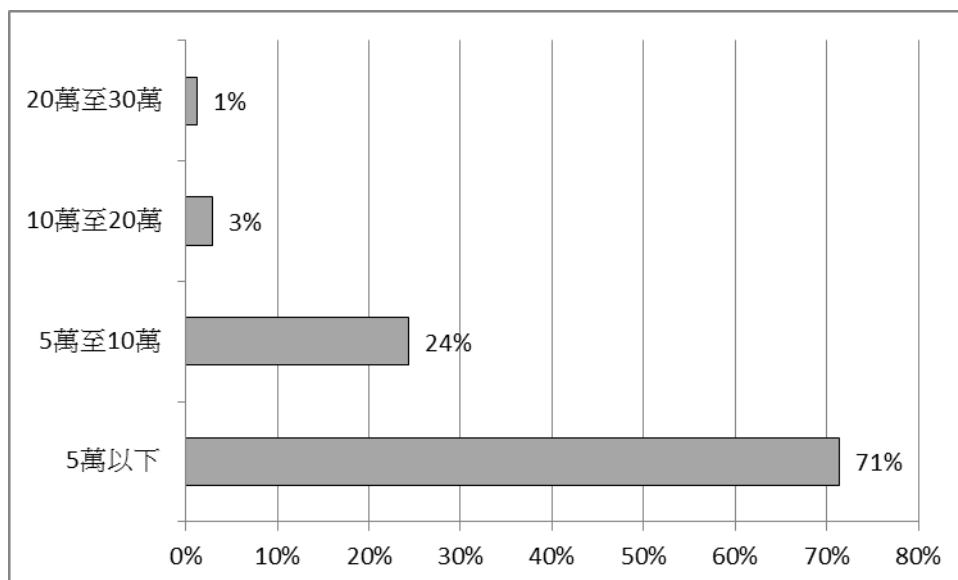


圖 93 社會新鮮人之助學貸款每年償還金額

從圖 94 中，可看出社會新鮮人樣本中，目前無收入者佔 12%、年收入 30 萬以下者佔 33%，年收入 30-50 萬者佔 28%，顯示社會新鮮人之年收入明顯低於非社會新鮮人許多。

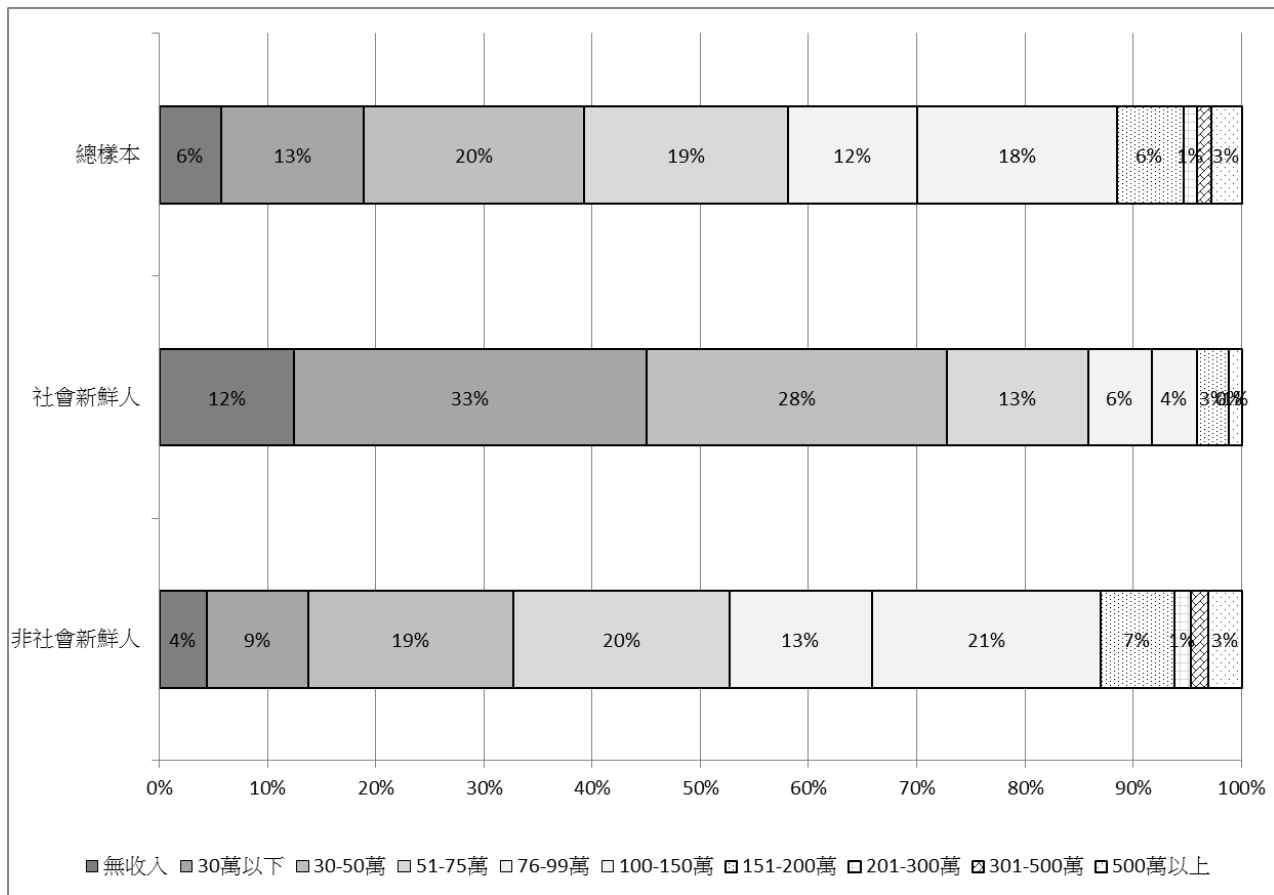


圖 94 社會新鮮人之年收入分佈圖

圖 95 顯示社會新鮮人每月提撥之儲蓄金額分佈圖，可以發現社會新鮮人之月提撥儲蓄金額，月存 3,000 元以下佔總社會新鮮人之 36%，月存 3,000~5,000 元以下佔總社會新鮮人之 24%，樣本中 60% 之社會新鮮人月存提撥儲蓄金額在 5,000 元以下。

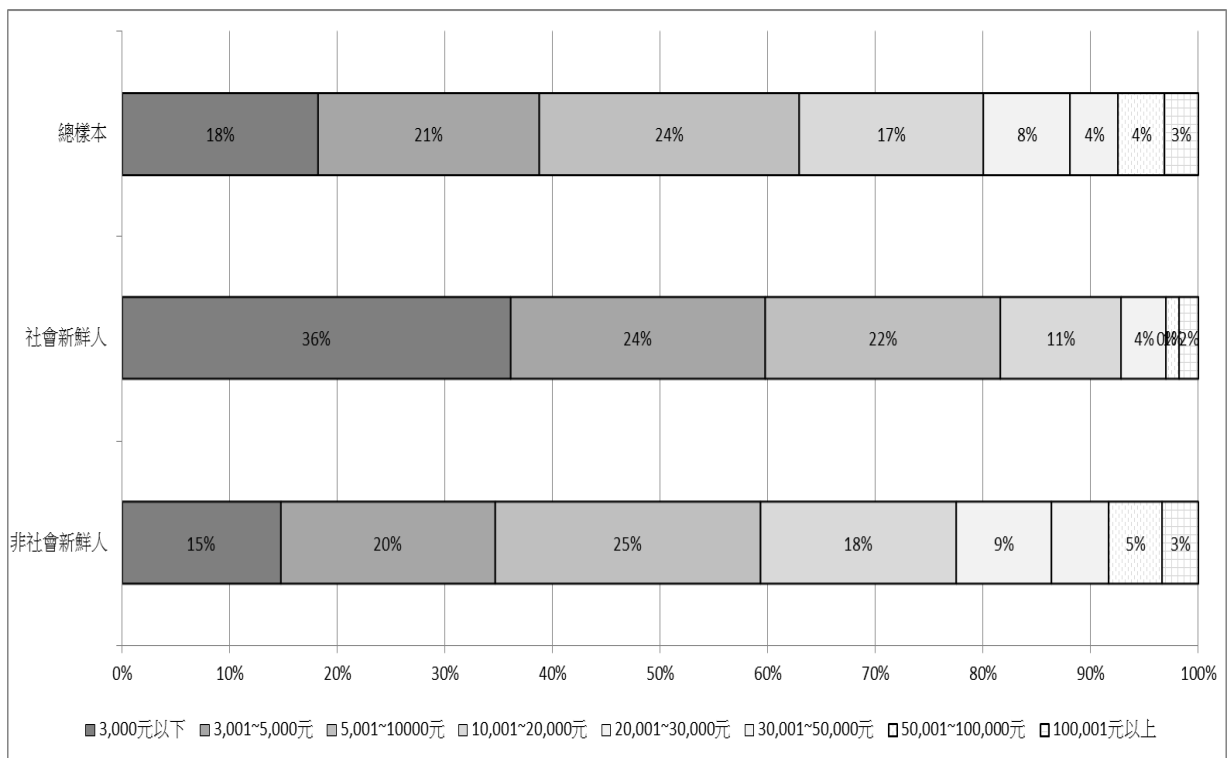


圖 95 社會新鮮人之每月提撥儲蓄金額

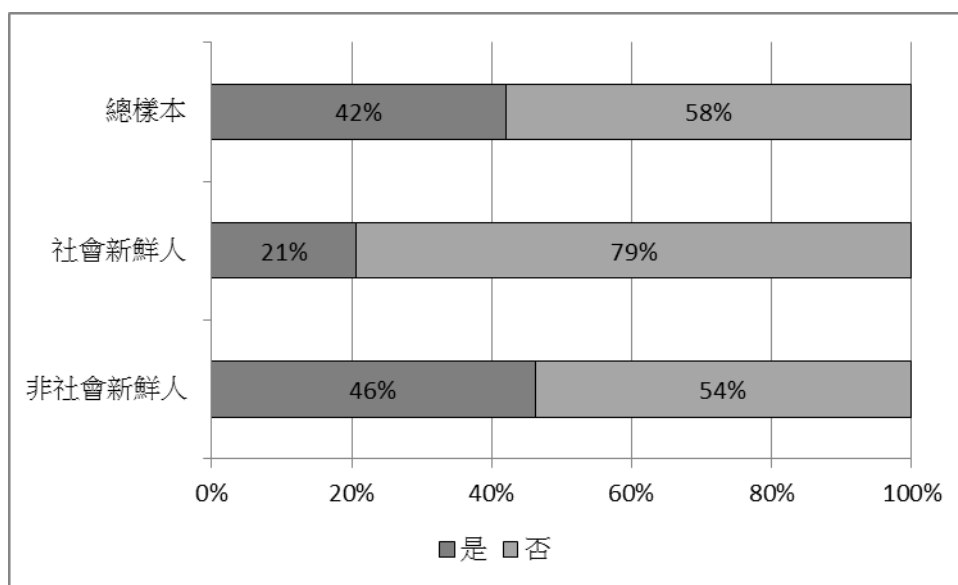


圖 96 社會新鮮人之是否曾接受過銀行財富管理服務

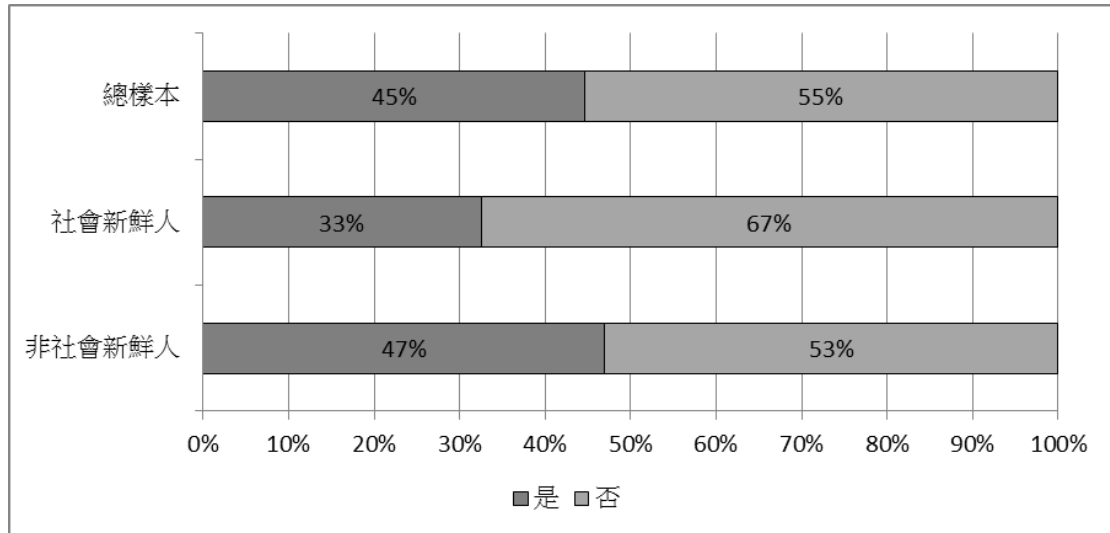


圖 97 社會新鮮人之是否有意願接受銀行財富管理服務

社會新鮮人由於起薪低又身處於物價快速上升年代，有必要更積極進行理財，圖 96 顯示社會新鮮人(佔總樣本 16%)中，21%曾接受過銀行財富管理服務，而未來有意願接受銀行財富管理服務者有 33%，如圖 97 所示。

陸、結論與建議

本研究調查我國金融消費者儲蓄及理財模式現況、資產配置偏好、風險承受度、信用管理方式及金融交易糾紛申訴管道，其調查結果臚列如下：

一、消費者對金融服務需求之變化及偏好

針對消費者對金融服務需求部分，受訪者最常使用的銀行服務模式為自動櫃員機(38%)、網路銀行(32%)及臨櫃服務(26%)，經交叉分析後發現，年收入 500 萬以上與無收年入受訪者最常使用臨櫃服務；全部受訪者表示臨櫃服務最常辦理存款、提款及匯款業務，34%受訪者表示至銀行臨櫃辦理各項業務頻率約為一個月一次。

至於當前最需要的金融服務，前三項分別為存匯款業務(26%)、代繳服務業務(14%)及財富管理業務(11%)。42%受訪者表示曾接受過銀行財富管理服務，而 44%受訪者表示願意接受銀行財富管理服務，交叉分析後發現，年收入 500 萬以上受訪者有 52%接受過財富管理服務，但未來願意接受財富管理服務比例降低至 41%，年收入 200 萬以下受訪者，未來接受財富管理服務意願則提高，分析後發現高收入族群未來接受財富管理服務比例下降主因為政府課徵健保補充保費及近年來房地產價格的攀升，使其將資產轉往不動產比例提高。

平時取得金融商品的相關資訊來源前三項為理財專業雜誌、親友介紹及網路訊息，相關金融資訊受訪者最信任的來源為理財專業雜誌、親友介紹及銀行理財專員；受訪者認為舉辦理財教育講座及設立理財資訊網最能夠有效增加理財知識。

二、消費者儲蓄及理財模式現況

受訪者理財儲蓄的目的前三名分別為以備不時之需(19%)、創造更多財富(18%)及一般生活所需(15%)；而受訪者的投資型態可分為保守型(38%)、穩健型(50%)及積極型(12%)，顯示台灣的金融消費者的投資型態以穩健型為主。

三、消費者/家計單位的資產配置策略及偏好

受訪者目前資產配置情形以定存(25%)、儲蓄型保單(15%)及股票(13%)為主，在未來三年內願意配置的商品則以定存(20%)、股票(15%)、房地產(12%)及外幣存款(12%)為主。受訪者金融交易頻率為每週一次(9%)、每月(25%)、每季(17%)、每半年(16%)、一年以上(33%)，顯示受訪者交易通常頻率不高；交叉分析發現，金融交易頻率的分佈與受訪者的投資型態具有相當的關係，交易頻率越高的受訪者其投資型態為積極型的比例也越高。

四、金融投資風險承受度及分散策略

風險承受度方面，受訪者表示願意投資於報酬率波動程度在正負 5% 上下最多(36%)、正負 10% 上下(34%)、正負 15% 上下(14%)。將該比例與投資型態交叉分析後發現，願意投資在報酬率正負 20% 以上波動之商品的受訪者，有 73% 屬於積極型投資者，顯示受訪者投資型態越積極，越願意投資於報酬率波動大的商品。然而，當投資之金融商品，大幅下跌超過 15% 以上，24% 受訪者願意等待 3 個月，24% 受訪者願意等待 6 個月，願意等待超過 3 年以上之受訪者僅佔樣本之 14%。

五、海外資產投資方向及商品種類

有超過三分之一的受訪者表示其資產配置中含有海外金融商品投資，其中配置地區以亞洲、東協、北美及歐洲地區為主；70% 受訪者考慮投資於人民幣商品，進一步調查，發現 56% 受訪者優先考慮投資於人民幣存款及其基金商品，8% 受訪者表示已將台幣定存轉成人民幣定存。中央銀行公布 2013 年 11 月底，台灣外匯指定銀行人民幣存款餘額達人民幣 1,172.85 億元，調查結果與當前顧客投資人民幣之意願相吻。

六、消費者信用及貸款管理

就信用卡及貸款項目而言，信用卡的持有狀況為 75% 受訪者持有信用卡，而 50% 受訪者表示平均一個月的簽帳金額在 5,000 元以下；將近 5 成受訪者表示目前沒有任何貸款，有銀行貸款之受訪者則以房屋貸款為主，29% 受訪者表示未來三年內有房屋貸款需求，7% 受訪者有汽車貸款需求。

金融交易糾紛部份，7%受訪者曾面臨過金融交易糾紛，差異分析後，發現以居住地區為南部所佔比例最高，以35-44歲為主，而38%受訪者表示當有金融交易糾紛時，知道可以向「財團法人金融消費評議中心」申訴，曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴者僅佔1.8%，差異分析後，發現曾申訴之受訪者以女性為主，年齡層為25~45歲。

八、社會新鮮人助學貸款調查

社會新鮮人助學貸款調查部份調查結果為，社會新鮮人佔總樣本16%，社會新鮮人中無助學貸款者佔51%，貸款金額30~50萬佔17%，20~30萬佔13%，每年償還助學貸款金額低於五萬元者佔71%，償還助學貸款金額佔年所得比例為10%以下佔65%。

根據本研究調查結果，本研究臚列下列建議事項如下：

一、金融業者

(一)評估無人銀行與臨櫃服務之成本效益

從調查中發現，臨櫃服務中最常使用的業務前三大比例分別為存款、提款及匯款業務；排除大額存款、提款、匯款，顧客均可利用無人銀行的CD、ATM機器取得服務，建議銀行業者可評估，設置無人銀行的成本與雇用人員設置臨櫃服務何者成本較高，進一步評估服務之成本效益，對無人銀行CD、ATM機器或臨櫃服務之設置予以增減調整。

(二)加強理專人員的培訓，深化其與顧客關係

本研究調查發現，受訪者信任之金融資訊來源，銀行理財專員之建議低於理財專業雜誌，推估其因為理專人員汰換率偏高，使得消費者不容易與理財專員建立信任關係，故其資訊來源反而倚重理財專業雜誌，建議銀行業者加強對理財專員之專業能力訓練，透過顧客關係管理(Customer Relationship Management)，協助其瞭解顧客偏好與風險承受能力，建立持久良好的顧客關係，以進一步拓展財富管理相關業務。

(三)瞭解顧客財富配置，強化專業服務

根據調查顯示，年收入越高的受訪者接受過銀行財富管理比例越高，但未來有意願接受財富管理服務的比例卻下降。根據訪談結果，推估主因為高收入客層已逐漸將其財富管理重心移往私人銀行及購置不動產，但仍建議銀行針對高端客戶群，應加強與其互動關係，瞭解其財富配置、資金需求動向，並強化自身的專業服務及金融創新商品的提供，以鞏固客群。

(四)針對高所得客戶群提供客製專業服務

根據調查顯示，年所得 300 萬以上高收入受訪者，其資產配置區域多集中於亞洲、歐洲，且其資產配置相對較集中於外幣及基金，這樣資訊可提供銀行業者思考針對高所得客群所提供的客製專業理財服務，不必然是多元化的分散風險概念，反而是應專注於具發展潛力之經濟區域，其金融商品不必然多元化，但具有一定程度的獲利性。

(五)縮短房貸業務申辦流程與時間

房貸業務向是銀行重要貸款業務之一，也是獲利來源之一。經實地訪談南部銀行業者發現，南部地區民眾較偏好在民間機構或保險公司進行貸款業務，較不喜愛於銀行辦理貸款業務，原因為銀行辦理貸款業務手續繁雜不易且等候時間長，建議銀行業者針對風險低、有固定收益的貸款戶，可考量縮短房貸業務申辦流程與時間，提供更便利及效率的服務，以滿足顧客之需求。

(六)加強推廣電話及行動銀行業務

根據問卷結果顯示，高達 59%的受訪者從不使用行動銀行，而更有 64%的受訪者表示從來不使用電話銀行，顯然電話及行動銀行業務仍有相當大的成長空間。建議銀行業者可加強宣導客戶端使用行動銀行及電話銀行服務，以降低投入成本及發揮電子金融業務效益，提升銀行的獲利能力。而多數民眾不使用行動銀行及電話銀行服務等，主要是擔心交易安全問題，建議銀行業者在金融資訊交易安全方面有更

嚴謹的作法與相關配套措施，讓顧客安心，也提升其使用率。

二、主管機關、學界、非營利機構

此外，銀行服務類型、項目一直隨著科技、時代變遷的而改變，建議主管機關可持續性地委託學界或相關單位等非營利機構，調查消費者對金融服務需求及消費傾向，以利銀行業者對消費者金融服務需求趨勢可隨時掌握，並作為業務開發或調整之參考。

政府金融知識教育的推廣需透過學校教育與終身學習教育互相配合，在學校教育、職場教育等加強推動國民金融知識及退休金規劃金融知識，也建議主管機關與學術單位(大專院校之財金系所)、民間單位(銀行、保險、證券公司)合作，積極開發理財教育課程，依本研究結果發現，受訪者認為舉辦理財教育講座及設立理財資訊網最能夠有效增加理財知識。

另根據問卷結果發現，受訪者知道可向「金融消費評議中心」申訴，佔全樣本之 38%，即為 62% 的受訪者是不知道設有「金融消費評議中心」機構，建議政府相關單位及評議中心應加強宣導，以保護金融消費者權益。

附錄 參考書目及問卷

中文部份

1. 「中華民國2012年至2060年人口推計」，行政院經濟建設委員會(2012)。
2. 「調查國民金融知識水準方法、架構及實地調查之研究」，行政院金融監督管理委員會、台灣金融研訓院(2007)。
3. 「國民金融知識水準實地調查之研究」，行政院金融監督管理委員會、台灣金融研訓院(2009)。
4. 「國民金融知識水準第三次實地調查之研究」，行政院金融監督管理委員會、台灣金融研訓院(2011)。
5. 朱祁劭(2009)，「金融商品購買者投資行為之研究」，真理大學，財經研究所碩士論文。
6. 陳怡儒(2008)，「選擇財富管理商品消費者行為之研究」，成功大學，經營管理碩士學位學程碩士論文。
7. 黃能堂(2007)，「台灣人口結構變遷對技職教育的衝擊與其因應」。教育資料與研究雙月刊，74期，97-114。
8. 樓玉梅、范瑟珍(2010)，「我國人口變動趨勢之影響分析及政策探討」，行政院經濟建設委員會研究報告。
9. 謝耀龍(2011)，「金融行銷」，雙葉書廊。
10. 鍾俊文，「人口轉變對總體經濟與金融市場的影響」，中央銀行季刊，第二十九卷第一期。
11. 林子文(2004)，「金融機構女性消費者行為之研究-以銀行業為例」，大同大學，事業經營研究所碩士論文。
12. 林義畔(2003)，「財富管理時代銀行信託業務行銷策略之研究-以共同基金為例」，政治大學，EMBA碩士論文。

13. 許雅菁(2002)，「投資者購買共同基金選擇因素之研究」，交通大學，管理研究所碩士論文。

消費者對於金融服務需求與消費傾向」問卷調查

敬啟者：

本院為執行自提研究計畫「消費者對於金融服務需求與消費傾向之研究」，特設計此問卷，為了解一般金融消費者對於金融服務的需求與傾向，敬請 惠予賜答。

感謝您於百忙之中撥空填答此份問卷，您所填寫的答案與提供的資料，僅供本研究使用，並將填答結果以彙整方式整理分析，以作為銀行業者推動業務與評估政府政策推動之參考，不另作其他用途。填寫問卷會耽誤您些許時間，但您的協助對於本研究有極重要之貢獻，在此致上十二萬分之感謝。填寫問卷如有任何問題請聯繫黃怡婷小姐(02-3365-3676)，謝謝！

再次謝謝您撥冗分享您的寶貴經驗與看法，謹向 您支持表達最誠摯之敬意。

敬 頌
勳 祺

台灣金融研訓院 敬上

2013/07

一、基本資料

1. 性別：男 女

2. 年齡：

25歲以下 25-34歲 35-44歲 45-54歲 55-60歲 65歲以上

3. 婚姻狀況：

單身 單親 已婚 子女數：_____位

4. 就業狀況：

求職中/待業中 兼職 正職 已退休 無

5. 請問您目前工作的行業別是：

金融業 批發、零售業 營造業 住宿及餐飲業
科技業 運輸倉儲或通信業 製造業 不動產及租賃業
軍公教 文化、運動及休閒 技術服務業 農林漁牧業
家管服務業 其他

6. 教育程度：

國中(含)以下 高中職 大專院校 碩士以上

7. 居住地區：

北部 中部 南部 東部

8. 您個人平均年收入：(萬元/新台幣)

- 無收入 30 萬以下 30-50 萬 51-75 萬
76-99 萬 100-150 萬 151-200 萬 201-300 萬
301-500 萬 501 萬-750 萬 751-1,000 萬 1,000 萬以上

9. 家庭平均年收入：(萬元/新台幣)

- 無收入 30 萬以下 30-50 萬 51-75 萬
76-99 萬 100-150 萬 151-200 萬 201-300 萬
301-500 萬 501 萬-750 萬 751-1,000 萬 1,000 萬以上

二、金融服務需求偏好

1. 請問您最常使用的銀行服務模式為何：

- 臨櫃服務 電話銀行 網路銀行 自動櫃員機 行動銀行(APP)

2. 您最常至銀行臨櫃辦理下列那項業務呢？

【可複選，至多三項，請以打✓的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款業務 提款 匯款 外幣買賣/國外匯款 繳費 基金申購
帳務查詢 購買保險產品 貸款業務 信用卡業務 其他_____

3. 您最常使用電話銀行辦理下列那項業務呢？

【可複選，至多三項，請以打✓的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款業務 轉帳 外幣買賣/國外匯款 基金交易 繳費 帳務查詢
其他 從不使用電話銀行

4. 您最常使用網路銀行辦理下列那項業務呢？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款業務 轉帳 帳務查詢 基金交易 繳費 外幣買賣/國外匯款
貸款業務 信用卡業務 理財相關服務 其他 從不使用網路銀行

5. 您最常使用行動銀行辦理下列那項業務呢？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款業務 轉帳 基金交易 繳費 帳務查詢
外幣買賣/國外匯款 其他 從不使用行動銀行

6. 您最常使用自動櫃員機辦理下列那項業務呢？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款 提款 外幣提款 轉帳 繳費 信用卡借款
帳務查詢 其他

7. 您平時到銀行臨櫃辦理各項業務的頻率？

- 至少一周1次 大概一個月1次 大概一季1次 大概半年1次
大概一年1次 其他特殊情況才會去 不知道

8. 您當前最需要的金融服務?(可複選，至多三項)

- 存匯款業務 外匯交易 貸款業務 代繳服務 財富管理
金融法規諮詢 銀行保險 基金交易 金融市場資訊
對我來說每項金融服務都很重要 與銀行往來少，金融服務對我不重要

9. 您是否曾接受過銀行財富管理部門的相關服務經驗？

- 是 否

10. 您是否有意願接受銀行財富管理部門的相關服務？

- 是 否

11. 您平時取得金融商品的相關資訊來源為何？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 理財專業雜誌 一般雜誌 夾報、廣告單 電視媒體 報章雜誌
親友介紹 招牌廣告 銀行理財專員 廣播 網路訊息
銀行電話客服人員 其他

12. 相關金融資訊您最信任的來源為何？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 理財專業雜誌 一般雜誌 夾報、廣告單 電視媒體 報章雜誌
親友介紹 招牌廣告 銀行理財專員 廣播 網路訊息
銀行電話客服人員 其他

13. 請選出你認為最有效增進理財知識方式？【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 舉辦理財教育講座 設立理財資訊網
進行更多理財情景學習活動 政府舉行學生理財比賽
學校實行理財獎勵計劃 定期使用 e-mail 發送理財知識/資訊
於 Facebook 傳遞最新理財資訊

三、儲蓄及理財模式

1. 在現階段，您個人每月願意提撥多少錢做為儲蓄？

- 3,000 元以下 3,001~5,000 元 5,001~10,000 元 10,001~20,000 元
20,001~30,000 元 30,001~50,000 元 50,001~100,000 元 100,000 以上

2. 在現階段，您個人每月收入約有多少比例可以用於投資或儲蓄？

- 入不敷出 0~10% 10~20% 20~30% 30~40% 大於 40%

3. 在現階段，您的家庭每個月願意提撥多少錢做為儲蓄？

- 3,000 元以下 3,001~5,000 元 5,001~10,000 元 10,001~20,000 元
20,001~30,000 元 30,001~50,000 元 50,001~100,000 元 100,000 以上

4. 在現階段，您的家庭月收入約有多少比例可以用於投資或儲蓄？

- 入不敷出 0~10% 10~20% 20~30% 30~40% 大於 40%

5. 您理財儲蓄的目的為何？(依重要性至多三項)

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 一般生活 進修 創造更多財富 購車
交際娛樂 旅遊基金 實質資產(例如房地產、黃金等)
結婚基金 子女教育基金 創業基金 退休準備
以備不時之需 其他_____

6. 您的投資型態為何：

- 保守型投資 穩健型投資 積極型投資
(不願意承受風險) (可以承受風險) (非常能夠承受風險)

7. 請問您投資於金融商品的資金主要來源及比例？

- 薪水/固定收入_____ % 退休金_____ %
過去投資獲利_____ % 其他_____

四、資產配置策略及偏好

1. 請問您最近一次的個人資產檢視距離多久了？

- 一年以上 半年前 三個月前 一個月前 上星期

2. 金融投資商品的交易頻率？

- 一年以上 半年 每季 每月 每週

3. 請您填入下列商品佔您資產的比例？

- 存款_____ % 外幣存款_____ % 投資型保單_____ %
基金_____ % 股票_____ % 房地產_____ %
債券_____ % 儲蓄型保單_____ % 黃金、黃金存摺_____ %
其他_____ %

4. 目前的資產配置中有下列哪些商品？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 定期存款 外幣存款 投資型保單 貸款 互助會
股票 債券 房地產 結構型商品 規劃型信託
國內外基金 黃金、黃金存摺 大宗物資商品
儲蓄型保單 期貨/選擇權 其他_____

5. 在未來3年內您有意願投資的財富管理商品為何？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 定期存款 外幣存款 投資型保單 貸款 互助會
股票 債券 房地產 結構型商品 規劃型信託
國內外基金 黃金、黃金存摺 大宗物資商品
儲蓄型保單 期貨/選擇權 其他_____

五、風險承受度及資產分散策略

1. 在一般情況下，您會願意投資於投資報酬率波動程度多大的投資型產品？

±5%的之間波動 ±10%之間的波動

±15%之間的波動 ±20%之間的波動

±20%以上之間的波動

2. 當您投資的金融商品，大幅下跌超過15%以上時，您願意等待的期間為多長？

3個月以下 3-6個月 6-12個月 1-3年 3年以上

3. 除了現金、儲蓄/定期存款、債券等傳統穩健型投資外，您最感興趣的財富保障和風險分散方式為何？【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 信託 跨境資產配置 保險類產品 稅務規劃
法律諮詢 財務規劃 黃金存摺 國外債券
結構型商品 雙元貨幣 衍生性金融商品 其他

六、海外資產投資方向及商品種類

1. 您目前的資產配置中是否有海外的金融商品投資呢？

是 否（請跳至第4題回答）

2. 您金融商品的資產配置地區為何？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 亞洲 歐洲 東協 中南美洲
澳洲、紐西蘭 北美地區 其他

3. 您的海外資產投資(非以台幣計價)是以下列何種方式進行的？

【可複選，至多三項，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 外幣存款 基金 結構型商品 債券類 房地產
股票 其他

4. 對台灣開放人民幣商品，對於相關商品您是否瞭解？

【可複選，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 非常瞭解 瞭解 粗淺了解 不瞭解 非常不瞭解

5. 台灣已開放人民幣商品理財，是否有高度意願投資？

- 非常有意願 有意願 考慮 無意願 非常無意願

6. 您若進行人民幣商品理財，優先考慮投資商品項目？

【可複選，請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 存款 基金 債券類(寶島債、點心債等)

7. 您是否考慮將目前部份台幣定存轉換成人民幣定存？

- 是 否 已將部份台幣定存轉成人民幣定存

8. 您是否了解新型的投資理財工具(如連動債、寶島債等)？

- 非常瞭解 瞭解 粗淺了解 不瞭解 非常不瞭解

七、消費者信用卡及貸款

1. 請問您是否持有信用卡？

- 有，_____家銀行信用卡 無(請跳至第5題回答)

2. 請問您平均信用卡一個月的簽帳金額為？

- 3,000元以下 3,001~5,000元 5,001~10,000元 10,001~20,000元
20,001~30,000元 30,001~50,000元 50,001~100,000元 100,000元以上

3. 若您持有信用卡，請問您是否使用過循環利息呢？

- 有 無(請跳至第5題回答)

4. 您使用循環利息的頻率？

一年內平均_____次。

5. 你是否常有過度消費或入不敷出的情況嗎？

- 經常 偶爾發生 甚少 從不

6. 請問您目前是否有下列銀行貸款？

【可複選，至多三項請以打√的方式在下列空格中填寫適當的答案】

- 房屋貸款 汽車貸款 信用貸款 助學貸款 無

7. 請問您未來的3年內您是否有下列貸款需求？

- 房屋貸款 汽車貸款 信用貸款 進修/留學貸款
房屋修繕貸款 周轉金貸款 創業貸款 其他理財投資貸款
無

八、金融消費糾紛處理認知

1. 請問您本身有面臨過金融交易糾紛之相關經驗嗎？

- 無 有

2. 請問您知道當有金融交易糾紛發生時，可以向「財團法人金融消費評議中心」申訴嗎？

- 知道 不知道

3. 請問您是否曾向「財團法人金融消費評議中心」申訴過？

- 有 無

九、社會新鮮人

(若您工作經驗未滿2年者，請填答以下三題，謝謝)

1. 您就學期間助學貸款的金額為？

- 10萬以下 10萬至20萬 20萬至30萬
30萬至50萬 50萬以上 無

2. 每年償還助學貸款佔您年所得比例為？

- 0~10% 10~20% 20~30% 30~40% 大於40%

3. 您助學貸款每年償還金額為？

- 5萬以下 5萬至10萬 10萬至20萬
20萬至30萬 30萬以上

問卷到此結束，謝謝您的填答

「我國金融消費者需求及消費傾向之研究」

訪談會議紀錄(一)

時間：2013 年 10 月 14 日

地點：某銀行內湖分行

受訪人員：分行經理、財富管理顧問

研究團隊：黃怡婷（台灣金融研訓院金融研究所助理研究員）

邱信瑜（台灣金融研訓院金融研究所研究助理）

會議記錄：邱信瑜

綜合討論及回應：

一、請問據本研究問卷資料分析後，發現消費者最常使用之銀行模式為自動櫃員機佔 38%；但交叉分析後發現，年收入 500 萬以上消費者，45% 最常使用臨櫃服務，而無年收入群體，41% 最常使用臨櫃服務。請問為何年收入差距這麼大，但卻都相同使用臨櫃服務？

答：高收入群體喜歡有安全感，非常的保守，往往與銀行往來都是大額交易，故不喜歡網路銀行交易，仍喜歡與行員面對面交易。低收入群體，認為臨櫃交易較其他銀行服務模式來的方便許多。

二、本研究問卷資料分析後，發現消費者目前最需要的金融服務為存匯款業務 26%，貸款業務僅 6%，請問貴行實際情況為何？

答：貸款業務只有 6%，的確太少，不過，本行相較於其他銀行保守許多，加上近來打房影響，貸款業務的確在委縮中。

三、本研究問卷資料分析後，發現消費者曾接受過銀行財富管理服務，得到以學歷區分，國中以下僅 10%，請問貴行實際情況為何？

答：若以學歷來看，學歷越低接受過財富管理服務的確非常低；若為企業主大約 80%-90% 曾接受過財富管理服務。

四、由問卷結果發現，消費者平時取得金融商品的相關資訊來源，銀行理財專員

只佔 12%，有點過低，請問您怎麼看待呢？

答：普遍消費者還是喜歡操作股票，認為股票報酬率高於基金許多，理專較不會推薦個股給民眾；另一情形為，理專汰換率高。

五、由問卷結果發現，消費者平常交易頻率為一年以上佔 33%，每個月 25%，請問您怎麼看待呢？

答：平常本行會每季檢示客人投資狀況，提出建議，所以若以本行客戶而言，每季交易一次的比率佔 40%~50%，若一年以上才交易一次則非常少數。

六、由問卷結果發現，消費者資產配置仍以定存居多，請問貴行實際情況為何？

答：之前金融海嘯關係，所以嚇跑許多客戶，客戶仍喜歡定存，尤其是高資產客戶，但高資產客戶大部份資產是集中在私人銀行裡的，在普通分行裡以定存為主。

七、當面臨金融交易糾紛時，貴行會如何處理？

答：本行發生金融交易糾紛非常少，若有此情況發生，會通知區營運處，區營運處會做為客戶及分行之間的溝通管道，協助雙方達成共識。

八、請問貴行的社會新鮮人客戶之理財行為何？

答：本行非常少社會新鮮人開立理財帳戶，除非是父母幫忙開戶，且本行主要財富管理客層集中在 30 歲以上。

九、請問貴行客戶對於貴行服務最不滿意的地方為何？

答：客戶總是抱怨手續費高，網路銀行下單申購基金時，會不小心多輸入一次，若有此情況發生時，於網路銀行下單之交易就不可取消，若為臨櫃下單，在銀行結帳前均可取消。

「我國金融消費者需求及消費傾向之研究」

訪談會議紀錄(二)

時間：2013 年 10 月 18 日

地點：某銀行台中分行

受訪人員：分行經理、財富管理顧問

研究團隊：黃怡婷（台灣金融研訓院金融研究所助理研究員）

會議記錄：黃怡婷

綜合討論及回應：

一、請問據本研究問卷資料分析後，發現消費者最常使用之銀行模式為自動櫃員機佔 38%；但交叉分析後發現，年收入 500 萬以上消費者，45% 最常使用臨櫃服務，而無年收入群體，41% 最常使用臨櫃服務。請問為何年收入差距這麼大，但卻都相同使用臨櫃服務？

答：無收入群體，因為收入不高，希望可以多接觸銀行理財專員，學習一些理財觀念；無收入群體中也包含了退休及家庭主婦，這些人都很喜歡到銀行找理專聊天。

二、本研究問卷資料分析後，發現消費者目前最需要的金融服務為存匯款業務 26%，貸款業務僅 6%，請問貴行實際情況為何？

答：貸款業務只有 6%，的確太少。

三、本研究問卷資料分析後，發現消費者曾接受過銀行財富管理服務，得到以學歷區分，國中以下僅 10%，請問貴行實際情況為何？

答：若以學歷來看，學歷越低接受過財富管理服務的確非常低。

四、由問卷結果發現，消費者平時取得金融商品的相關資訊來源，銀行理財專員只佔 12%，有點過低，請問您怎麼看待呢？

答：消費者普遍認為理財專員的建議有推銷的成份存在，所以會不較不相信，此為本行理專需注意的地方。

五、由問卷結果發現，消費者有海外資產者佔全樣本約 33%，請問在貴行的客戶情形為何？

答：本行理財客戶約有 90% 有海外資產，其中以基金為多數；理財客戶會積極的往海外投資原因為海外收入可以避稅，尤其是課徵二代健保之後。

六、由問卷結果發現，消費者資產配置仍以定存居多，請問貴行實際情況為何？

答：也是以定存居多，雖然定存分行賺不到手續費，但是還是希望客戶能先從分行的定存開始往來，以後會慢慢有機會開發客戶的。

七、當面臨金融交易糾紛時，貴行會如何處理？

答：本行發生金融交易至今尚未發生金融交易糾紛，所有電話都有錄音、e-mail 要寄送出去時，公司總機也都會有記錄，可避免一些不必要的糾紛；若有也會於分行內與消費者達成共識，希望可以和平的解決問題。

八、請問就貴行平常接觸的客戶而言，那個群體比較熟悉新型的投資理財工具？

答：大概是資產達 1,000 萬以上客戶會比較了解的。

九、請問貴行客戶對於貴行服務最不滿意的地方為何？

答：由於本金控最重要的營收來源為證券業，證券戶下單基金免手續費，但銀行則要，不少客戶抱怨。客戶另外也常反應行動銀行系統不方便使用。

「我國金融消費者需求及消費傾向之研究」

訪談會議紀錄(三)

時間：2013 年 11 月 01 日

地點：某銀行高雄分行

受訪人員：分行襄理、財富管理顧問

研究團隊：黃怡婷（台灣金融研訓院金融研究所助理研究員）

會議記錄：黃怡婷

綜合討論及回應：

一、請問據本研究問卷資料分析後，發現消費者最常使用之銀行模式為自動櫃員機佔 38%；但交叉分析後發現，年收入 500 萬以上消費者，45% 最常使用臨櫃服務，而無年收入群體，41% 最常使用臨櫃服務。請問為何年收入差距這麼大，但卻都相同使用臨櫃服務？

答：因為年收入低的民眾對於其他金融服務模式並不熟悉，更需要銀行行員協助。

二、本研究問卷資料分析後，發現消費者目前最需要的金融服務為存匯款業務 26%，貸款業務僅 6%，請問貴行實際情況為何？

答：貸款業務只有 6%，對於高雄地區的民眾而言不會算需求少，因為高雄地區民眾其實有貸款需求時，並不喜歡找銀行，而喜歡找民間機構，因為銀行辦理貸款業務手續較為繁雜。

四、由問卷結果發現，消費者平時取得金融商品的相關資訊來源，銀行理財專員只佔 12%，有點過低，請問您怎麼看待呢？

答：消費者普遍認為理財專員的建議有推銷的成份存在，所以會不較不相信，此為本行理專需注意的地方，但其實理專也有其辛苦一面，公司會要求理專手收收入，理專自然會推銷利潤高的產品給消費大眾。

五、由問卷結果發現，消費者有海外資產者佔全樣本約 33%，請問在貴行的客戶情形為何？

答：本行理財客戶約有 90% 有海外資產，其中以基金為多數；理財客戶會積極的往海外投資原因為海外收入可以避稅，尤其是課徵二代健保之後。

六、由問卷結果發現，消費者資產配置仍以定存居多，請問貴行實際情況為何？

答：也是以定存居多，雖然定存分行賺不到手續費，但是還是希望客戶能先從分行的定存開始往來，以後會慢慢有機會開發客戶的，且金管會目前限制理專不得要求客戶其定存解約，將其放在理財產品上，故目前銀行販售許多保險商品。

七、當面臨金融交易糾紛時，貴行會如何處理？

答：本行發生交糾紛非常少，多集中在於 2008 金融海嘯時期，當時大多由總行負責處理，平時若有糾紛時，也會儘量於行內解決的，若有也會於分行內與消費者達成共識，希望可以和平的解決問題。

八、請問就貴行平常接觸的客戶而言，那個群體比較熟悉新型的投資理財工具？

答：大約是 40-60 歲，年收入 100 萬以上消費者。

九、請問貴行客戶對於貴行服務最不滿意的地方為何？

答：常拿別家銀行的優惠方案，要求本行也要比照辦理。