

# 2021 基金投資人投資行為與偏好問卷調查分析

研究性質：「資產管理人才培育與產業發展基金」110 年度工作計畫

計畫主持人：鄭天澤教授

研究期間：110 年 2 月~110 年 9 月

報告摘要：

## 一、調查目的

2017 年證基會首度進行「基金投資人投資行為與偏好問卷調查分析」，但考量近年網路平台興起、定期定額念普及，被動式基金盛行，投資環境已出現重大變化，且 ESG 議題亦逐漸受到投資人重視，故本研究再次對基金投資人進行問卷調查，並在其中納入退休理財、自動化投資及 ESG 投資議題，以了解目前基金投資人對投資商品之行為模式與偏好。

## 二、問卷調查情形

本次問卷調查調查期間為 5/3~6/15，採線上及紙本方式並行，共計 4,096 份有效樣本。調查樣本以女性比例較高(53.9%)、以 30~49 歲為主(52.2%)、以大台北地區為主(51.9%)、教育程度大學/專科為主(64.8%)、月收入 2 萬~6 萬元為主(60.3%)，並以金融業 (21%)、基層職員比例較高(38.2%)。

## 三、結論與建議

調查結果透過將投資人以基本資料(如性別、年齡、居住地區、教育程度等)加以分類，觀察不同類型投資人之行為(如買基金的途徑是透過手機 APP、電腦網頁或非網路管道)及偏好(如感興趣的 ESG 議題為哪一面向)，探討如何使我國資產管理業者能提供更符合投資人需求之服務、規劃更符合投資人需求的新商品，並提升行銷與業務經營之效率。本報告結論重點與建議摘要如下：

### (一) 研究結論

1	30 歲前開始初次投資基金占六成以上	目前有基金投資經驗的投資人，61%在未滿 30 歲前即有投資基金經驗。即使目前年齡 60 歲以上者，也有 42.6% 在未滿 40 歲有投資基金經驗。
2	財經相關網站為整體最普遍資訊管道，但年輕族也較常透過親友、部落客/Youtube 影片、證券公司獲得資訊	「財經相關網站」為各年齡層最主要的基金資訊管道，但年輕族群相對較常透過「親友」、「部落客/Youtube 影片」、「證券公司」，年長族群較常透過「銀行」、「投信顧公司」、「報章/雜誌」，而透過「網路理財討論區」之年齡層高峰則為 30~39 歲族群。資訊管道也與其購買基金途徑相關，由證券公司、部落客/Youtube 影片獲得投資基金資訊之投資人，較「電腦網頁」更常使用「手機 APP」購買基金。由銀行或親友獲得資訊者，相對更常以「其他非網路管道」為購買基金主要管道。
3	基金多透過網路途徑購買，並較多經由電腦網頁購買	整體透過「電腦網頁」購買基金之比例最高(49.8%)，但「手機 APP」為 29 歲以下族群買基金最主要途徑，「電腦網頁」為 30 歲以上族群買基金最主要途徑，尤其 40~49 歲族群透過「電腦網頁」購買基金者達 6 成，透過「臨櫃」購買基金之比例，則大致在 40 歲以後隨年齡上升。

4	「手續費率低」為挑選平台或機構最重要因素	整體而言，投資人挑選網路平台或機構時主要考量因素，以「手續費率低」(68.9%)為最主要考量，其次為「基金種類多」(56.2%)。使用「電腦網頁」購買基金者對「手續費率低」相對最講究(73.5%)，使用「手機 APP」購買基金者更要求「介面操作便利」(45.1%vs. 整體 37.8%)，而透過「其他非網路管道」購買基金者更要求「有真人諮詢」(41.8% vs. 整體 13.3%)。
5	「挑選基金」為投資人最需要理財專員之服務	約 3 成投資人表示買基金時需理財專員協助，而需要協助之服務，以「挑選基金」比例最高(71.6%)，「整體資產配置」次之(52.4%)，之後為「介紹基金品牌」(41.5%)。
6	定期定額投資觀念越來越普及	目前半數以上(56.3%)投資人買基金的方式主要採「定期定額」，顯示投資人已普遍接受定期定額投資模式、不定額的扣款方式，主要仍採「單筆投資」者僅約三成(29.7%)。
7	選擇基金通常不考慮為發行地為境內或境外	詢問投資人較常投資境內基金或境外基金，結果以「選擇基金通常不考慮為境內或境外」比例最高(38.5%)，較常投資境外型基金之比例(27.8%)與較常投資境內基金之比例(26.7%)亦相差不遠，顯示目前投資人在選擇基金時較不考慮基金的發行地。
8	接近半數實際報酬率符合預期報酬率	<p>整體而言，基金投資人所預期平均年報酬以「6~10%」比例最高(37.1%)，實際平均年報酬率以「3~5%」比例最高(30.6%)。比較兩者後，48.8%投資人報酬率符合預期、38.8%不如預期、12.5%優於預期。</p> <p>進一步交叉分析顯示，較年輕投資人因預期報酬較低，優於預期比例相對較高；透過非網路管道購買者的預期和實際報酬率較低，但與透過網路的預期落差沒有明顯差異；以不定額方式扣款者，有較高比例報酬率符合預期。</p>
9	「暫無時間規劃準備」為基金投資人尚未規畫退休之主要原因	有基金投資經驗者，逾七成表示有規劃政府與企業提供以外的自主退休投資理財，這些有規劃者，每月退休儲蓄金額以「5千元~1萬元」比例最高(29.2%)、目前累積退休金額以「100萬-300萬元」比例最高(24.1%)，最常以「基金」為累積退休金工具(72.6%)、其次為「股票」(65.9%)。尚未開始進行規劃者，有67.3%表示「暫無時間規劃準備」。
10	「收費優惠」較易吸引投資人使用自動化投資理財	1/3 填答者表示使用過自動化投資理財服務，吸引投資人使用的原因以「收費優惠」最多(41.7%)最多，其次為「推薦商品符合需求」(39.7%)、「節省時間」(38%)。認為需要自動化投資服務功能以「維護資產配置平衡」(60%)最多，「依據市場狀況調整投資方向」次之(58.9%)。
11	多數投資人曾聽	填答者超過 3/4 表示曾經聽聞 ESG 的相關議題，其中又

	聞 ESG 議題，且多數會納入基金投資考量	有超過 3/4 表示會將 ESG 議題納入基金投資考量，這些納入者中有 82.4% 考量「環境」議題、66.7% 考量「社會」議題，75.5% 考量「公司治理」議題。聽聞但不納入者，不納入原因以「缺乏相關資訊」比例最高(51.7%)。
--	-----------------------	---

## 二、研究建議

根據上述調查結果，提出以下建議：

1	及早推廣基金投資，投其所好設計產品網站	<p>目前曾投資基金者，逾 6 成在 29 歲以前就開始有第一次投資基金經驗，即便目前較年長的投資人開始投資的年齡較晚，目前 50 歲以上的投資人，開始投資年齡也大多為 30~39 歲，近年才開始進行基金投資的比例並不高，顯示隨著投資人年齡增長、已習慣使用其他投資工具，吸引其投資基金的難度越來越高。</p> <p>雖年輕族群目前可投資金額較有限，但未來仍有潛力，且年輕族群對基金報酬率相對預期較低、較容易覺得基金投資結果優於預期，且較常投資國內投信發行產品。為擴大長期客戶基礎，建議資產管理業者應考量其需求設計產品及網站，對其推廣基金投資，並調整行銷策略。</p>
2	透過更多元的網路管道，更活潑地傳遞資訊	<p>雖然各年齡層的投資人都以財經網站為最主要的基金資訊來源，但從交叉分析結果可看出，年輕投資人由網路理財討論區、親友、部落客/Youtube 影片獲取基金資訊之比例相對高，若能採取透過這些管道接觸，相對更容易接觸到年輕族群。</p> <p>目前，一些投信公司也會分享投資觀點到公司的 Facebook 上，或製作產品宣傳影片上傳 Youtube 頻道，惟觀看或分享數字目前普遍尚不多。與財經網紅合作，雖成本較高，但仍為相對可行模式。</p>
3	證券商通路接受度高，建議業者可加強合作	<p>相對發展較成熟的銀行通路，證券通路發展財富管理業務仍有較大成長空間，且年輕族群由證券商網站購買基金之比例相對較高，與資產管理業者以年長族群為主的自有通路具有互補性，建議可加強證券通路布局。</p>
4	提供更便利美觀的 APP，吸引更多投資族群	<p>交叉分析結果顯示年輕族群買基金時，比起能一次呈現較多資訊的電腦網頁，更喜歡透過能隨時查詢資訊的手機 APP 購買，目前也有不少業者已推出 APP，隨著手機及平板電腦已經越來越普及，尚未跟進之業者可著手規劃，並可在設計時參考其他業者的 APP 評價。</p> <p>另手機 APP 購買基金者，相較使用電腦網路購買者，更要求介面操作之便利性，因此在開發 APP 時，除了 APP 的功能及提供之資訊，版面設計及美工加強便利性更不</p>

		可忽略。
5	配合國人推廣退休準備平台建置，加強宣導並推出適合之商品	表示尚未規畫退休之填答者，未規劃最主要原因為沒有時間規劃準備，顯示許多人仍認為規劃退休理財需耗費許多心力。2021 年金管會推出之退休準備平台，除篩選適合退休之基金商品、投資下單指引等功能，並納入退休試算功能，建構優質友善退休準備環境，降低投資人退休準備困難，可多推廣使用。
6	優化自動扣款設定，滿足投資人投資需求	採不定額扣款者，基金績效不如預期之比例相對較低、符合預期之比例相對較高，資產管理業者提供更精緻的自動扣款模式，對客戶獲得所期望之報酬可能有所幫助。而對採取不定額扣款方式的投資人，或許因須隨時檢查扣款金額是否足夠，通常會更頻繁的檢視基金報酬率，因此除了每月投資報表，也可考慮提供每週投資報表。
7	詳加說明自動化理財推薦商品之特色及推薦原因	或因自動化投資服務宣稱的「歷史績效出色」仍僅有較短紀錄、通常不計算標的異動成本、模擬績效也較難理解其假設，使投資人未必完全相信自動化理財所宣稱的投資績效。但若推薦之商品符合其需求，則會提升投資人對自動化投資的信心，故或可對其推薦商品之特色及推薦原因多加說明，幫助投資人更了解其所提供的自動化理財服務，
8	自動化理財除維護資產配置平衡，也能依市場調整方向	除「維護資產配置平衡」以外，亦有相當高比例投資人表示需要「依據市場狀況調整投資方向」的自動化理財功能，若在仍未逾越客戶承受投資風險程度前提下，或許考慮非一定須回歸原本設定比例，而可在約定比例區間內，給予自動理財服務可一定程度依市場狀況微調再平衡比例之空間。
9	涵蓋較廣泛 ESG 議題的商品更有市場	整體而言有 55%投資人表示將 ESG 納入基金投資考量，其中 28%會同時將 E、S 及 G 議題納入考量，17%會同時考量 2 項議題，僅約 10%投資人會鎖定特定一項議題納入考量。故資產管理業者在設計相關概念商品時，推出一個追縱 ESG 綜合指數的基金商品，可能會比一個僅主打環保議題基金商品，可能更加容易受到投資人的青睞。