



創市際雙週刊  
第一五四期

發刊日：2020年05月15日



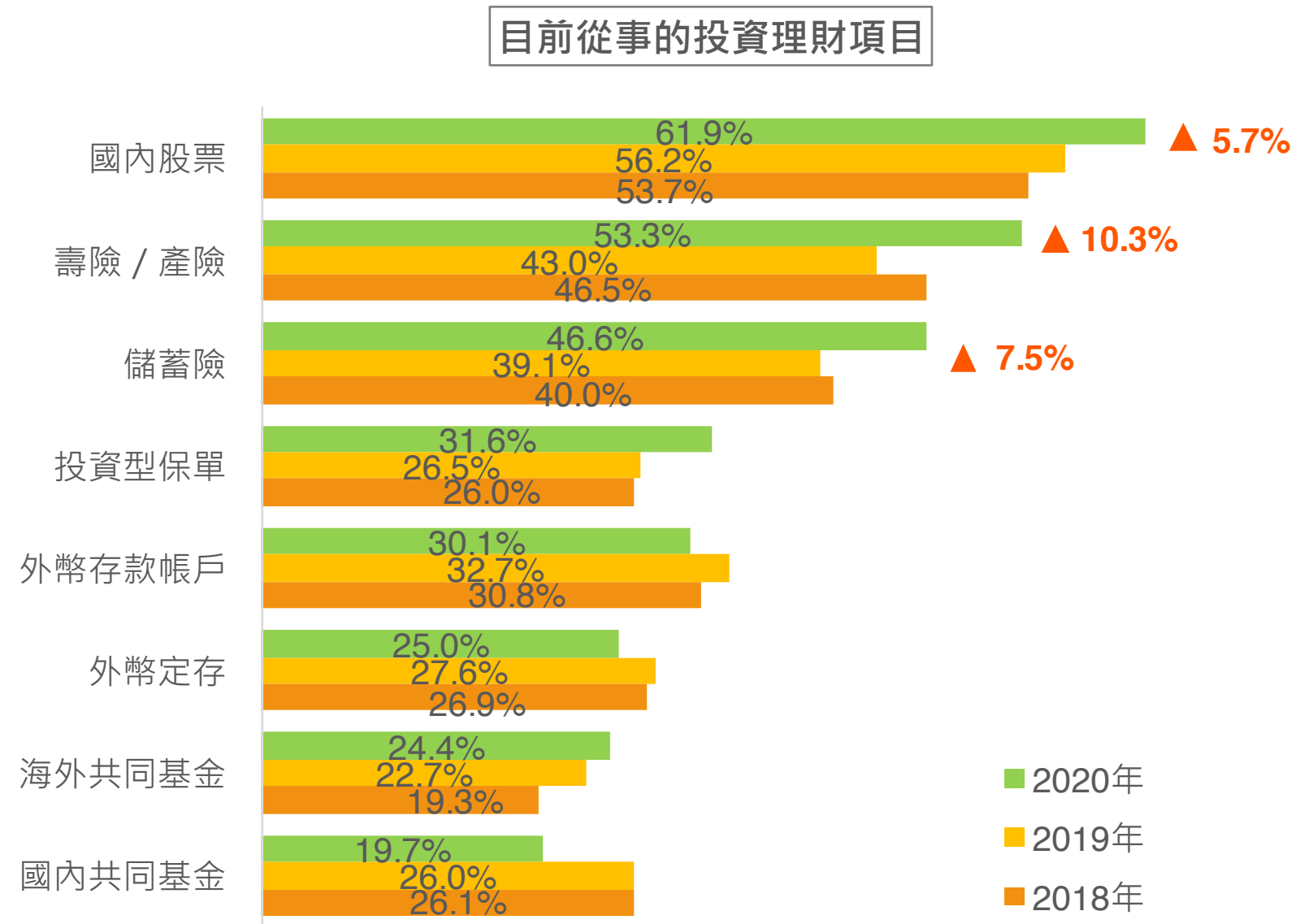
# 理財篇與 商務／財經新聞類網站使用概況

## 前言

「\$ 200 即可投資美股」、「25 歲 OL 投資半年後被存款簿嚇到」... 近來網站上出現各種投資廣告，隨著理財網站、各類財經商管類媒體的出現，菜籃族上號子看盤這種話說出來已經會遭到新世代漠然的眼神攻擊。面對網路上豐富的財經相關資訊，理財新鮮人或是投資高手們究竟都在哪裡出沒呢？

為瞭解網友使用財經、理財資訊網站的習慣及理財情形，並進一步解析新型冠狀病毒 (COVID-19) 對投資意向的影響，創市際於 2020 年 4 月 13 日至 4 月 20 日，針對 20-64 歲的網友進行了一項「理財篇」的調查，總計回收了 1,598 份問卷；再透過 Comscore MMX Multi-Platform 數據分析台灣網友造訪商務 / 財經新聞類 (News/Information – Business/Finance News) 網站的數位使用概況，並分析此類網站數位網友輪廓。

## 投資項目Top 3：國內股票、壽險 / 產險、儲蓄險



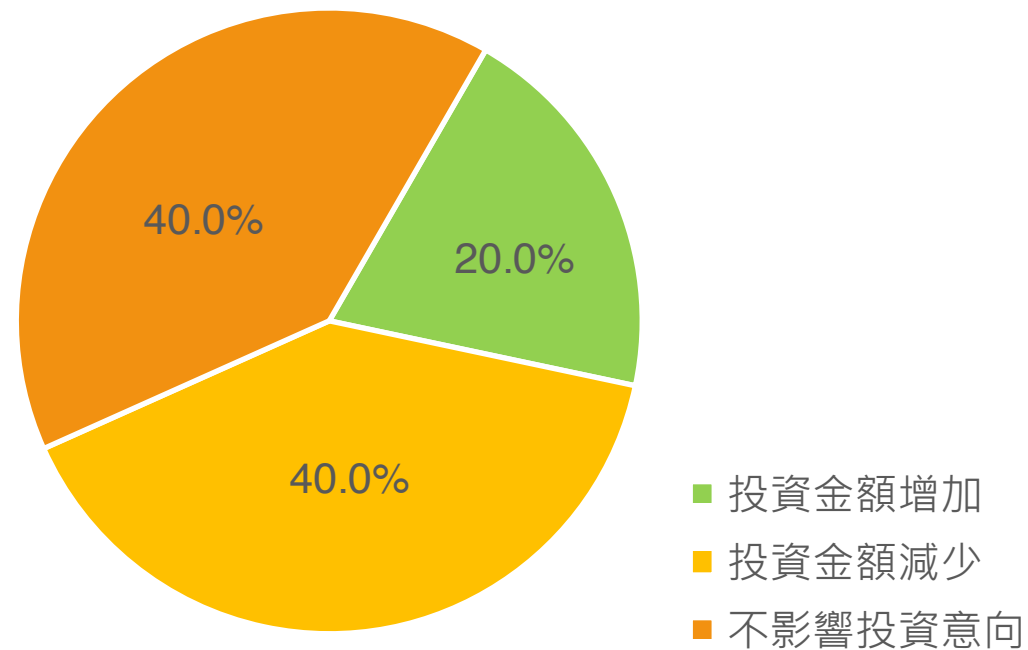
近三年來，最熱門的投資項目為「國內股票」；其次為「壽險 / 產險」，與去年相較，此項的成長比例達 10 個百分點以上；而排名第三的則是「儲蓄險」，比例也有 7 個百分點以上的成長，而其中又以女性族群的人數居多。

Base：2020年有進行投資者 N=1,263  
 2019年有進行投資者 N=1,362  
 2018年有進行投資者 N=1,435

資料來源：創市際市場研究顧問 April. 2020

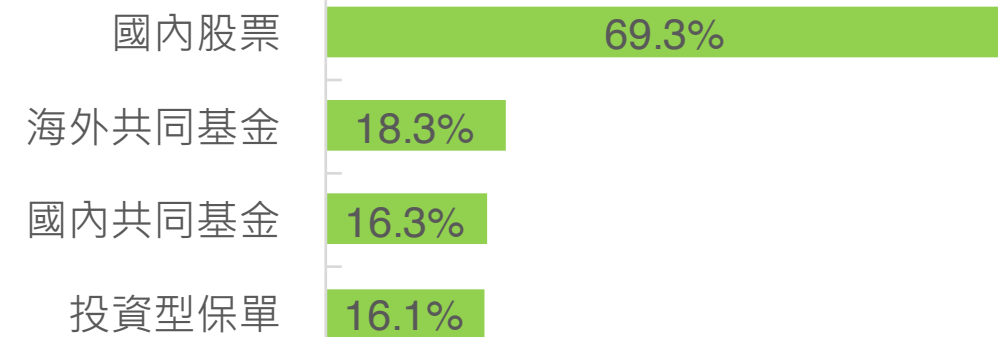
## 最不受歡迎新聞：未經證實、立場偏頗、過度造神的內容

「**新型冠狀病毒(COVID-19)**」疫情對投資意願的影響

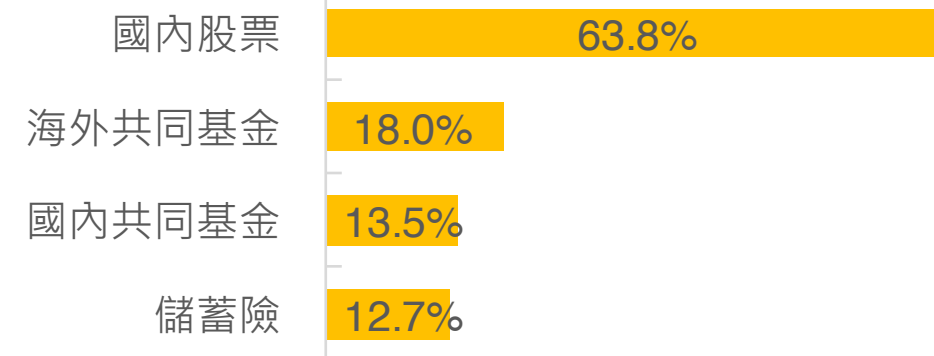


Base：2020年有進行投資者 N=1,263  
資料來源：創市際市場研究顧問 April. 2020

因應疫情**增加**投資項目



因應疫情**減少**投資項目

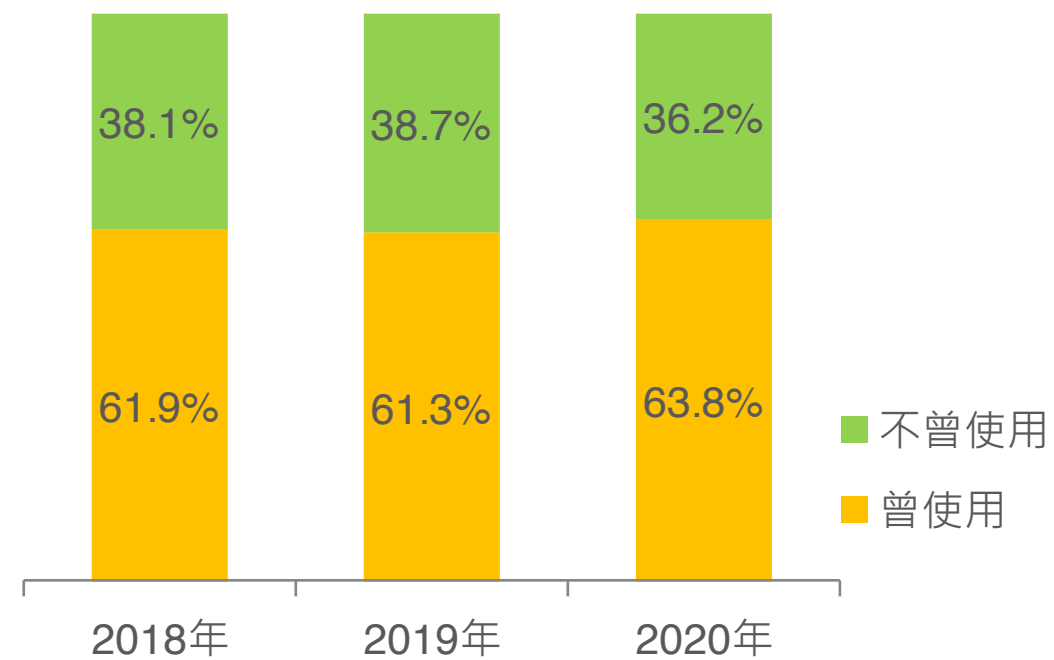


Base：2020年因疫情增加投資者N=253  
2020年因疫情減少投資者N=505  
資料來源：創市際市場研究顧問 April. 2020

深入調查投資者因疫情影響投資意願的情形，發現受影響而投資意向有變動者達六成，其中 **20%**增加了投資金額，以年齡在 **25-29 歲** 區間者比例較為顯著；**40%**相應減少投資金額者，則以年齡在 **40歲以上** 者人數較多。受影響而變動的投資項目皆以「國內股票」、「海外共同基金」、「國內共同基金」為主。

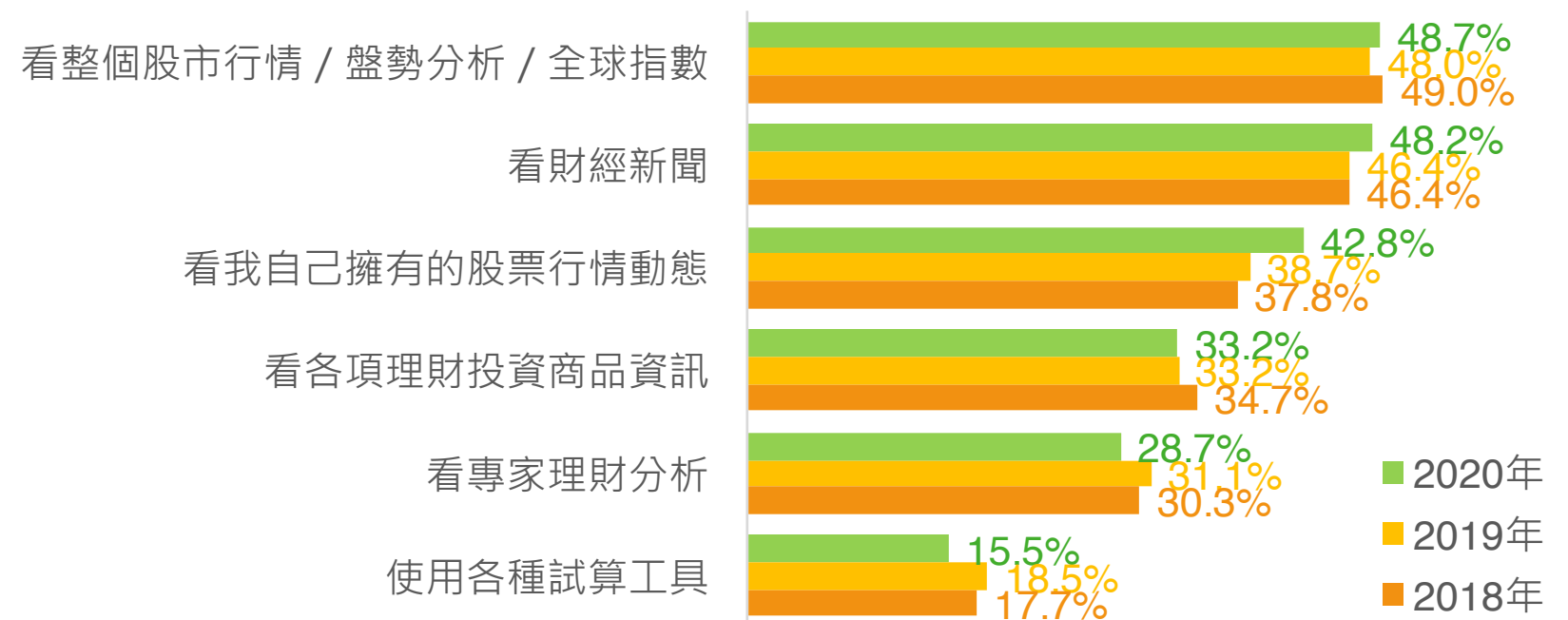
## 財經理財資訊網站使用率達六成以上

財經理財資訊網站使用情形



Base : 2020年有使用銀行服務者 N=1,567  
 2019年有使用銀行服務者 N=1,698  
 2018年有使用銀行服務者 N=1,775  
 資料來源：創市際市場研究顧問 April. 2020

使用財經理財資訊網站動機



Base : 2020年曾瀏覽財經理財資訊網站者 N= 999  
 2019年曾瀏覽財經理財資訊網站者 N=1,041  
 2018年曾瀏覽財經理財資訊網站者 N=1,099  
 資料來源：創市際市場研究顧問 April. 2020

由近三年的調查發現，財經消息的獲取管道上，有使用過財經理財資訊網站者皆在六成以上，其中以男性、40歲以上、有固定工作者比例較高。而使用網站的動機以「看整個股市行情 / 盤勢分析 / 全球指數」及「看財經新聞」為主，再者是「看我自己擁有的股票行情動態」。

## 商務 / 財經新聞類數位人口到達率八成

2020 年 3 月商務 / 財經新聞類數位使用概況



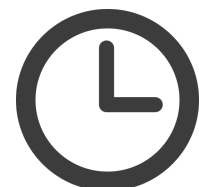
數位使用人數

**1,390** 萬人



數位人口到達率

**80.5** %



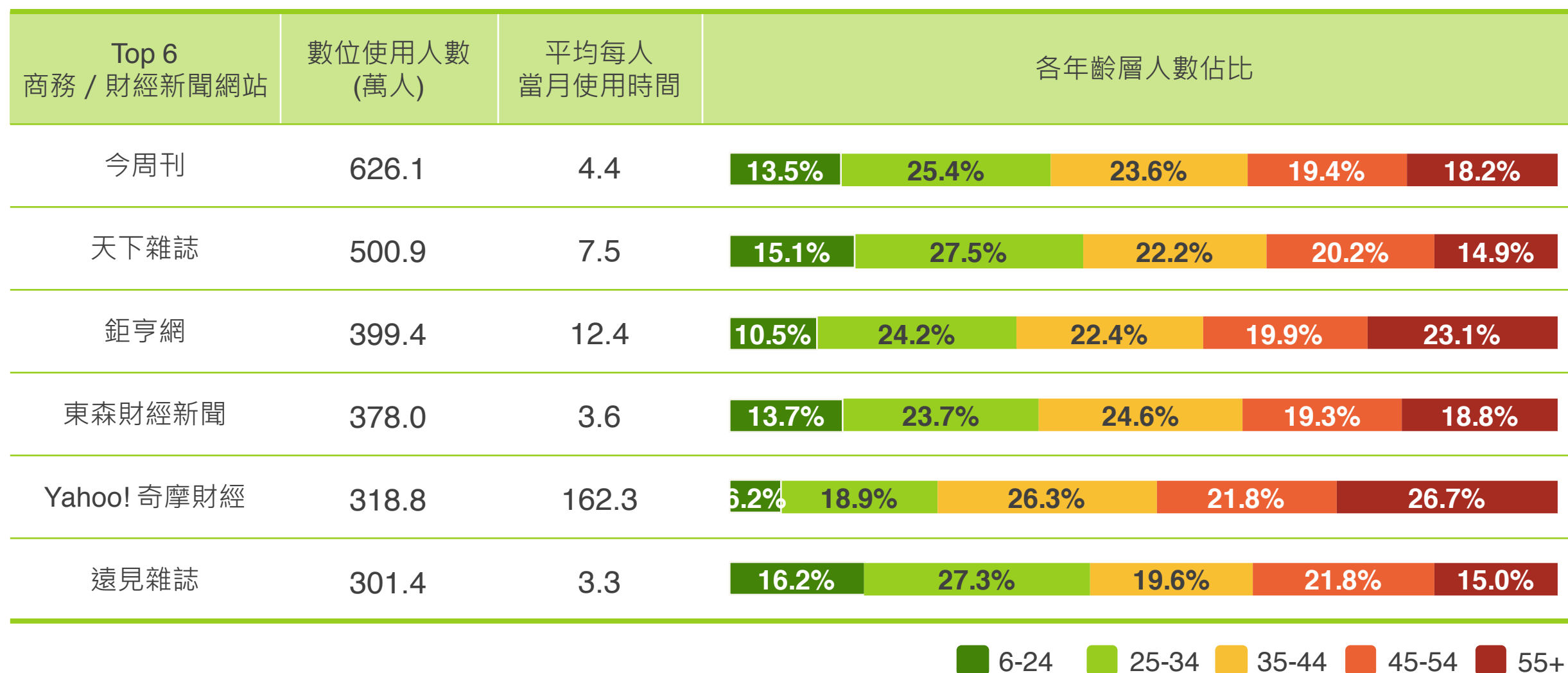
數位使用時間

**10.0** 億分鐘

若是透過 Comscore MMX Multi-Platform 觀察 2020 年 3 月台灣商務/財經新聞類數位使用者，單月不重複人數為 1,390 萬人，約為台灣 80.5% 網友，1,390 萬人在當月份則是花費了 10 億分鐘在財經相關內容上。

## 今周刊為使用人數最多網站，Yahoo! 奇摩財經有特定族群偏好使用

財經商管類媒體使用上，「今周刊」在過去半年人數成長明顯，進而成為此類別人數最多的網站。「今周刊」、「天下雜誌」、「遠見雜誌」內容多元，不限於財經／商務資訊，也會有生活、教育或旅遊內容，使用年齡層跟全體網路使用者輪廓類似，皆以 25-44 歲為主。最後「Yahoo! 奇摩財經」包括理財、股市內容，與其他競網相比，可以發現使用族群較年長，停留時間也較長。





## ▶ 小結

- 目前從事投資項目 Top 3：「國內股票」、「壽險 / 產險」、「儲蓄險」。
- 新型冠狀病毒(COVID-19)疫情造成六成投資人改變投資意向：  
20% **增加**投資金額，項目以「國內股票」、「海外共投基金」、「國內共同基金」為主。  
40% **減少**投資金額，項目以「國內股票」、「海外共投基金」、「國內共同基金」為主。
- 有超過六成的網友曾使用財經理財資訊網站；  
主要使用動機：「看整個股市行情 / 盤勢分析 / 全球指數」及「看財經新聞」。
- 根據 Comscore MMX Multi-Platform 數據，2020 年 3 月商務 / 財經新聞類數位使用人數為 1,390 萬人，數位上網人口到達率為 80.5%。
- 有實體雜誌發行的「今周刊」、「天下雜誌」、「遠見雜誌」，因內容相似，使用者輪廓差異不大，以 25-44 歲為主要年齡區間。
- 「Yahoo! 奇摩財經」、「鉅亨網」網站功能性明確，滿足使用者觀察投資標的、個股資訊需求，使用者年齡較長，於該站的使用時間停留也較久。

## 研究設計

研究方法：

線上調查(IX Survey線上研究整合系統)

研究對象：

樣本來源為創市際 iX:Panel 大型樣本群，針對台灣地區 20-64 歲網友進行隨機抽樣。

研究期間：

2020/04/13 ~ 2020/04/20

有效樣本數：N=1,598

在95%的信心水準下，抽樣誤差約正負2.45%，再依照行政院主計處2019年12月台灣地區人口之性別、年齡及地區人口結構進行加權。

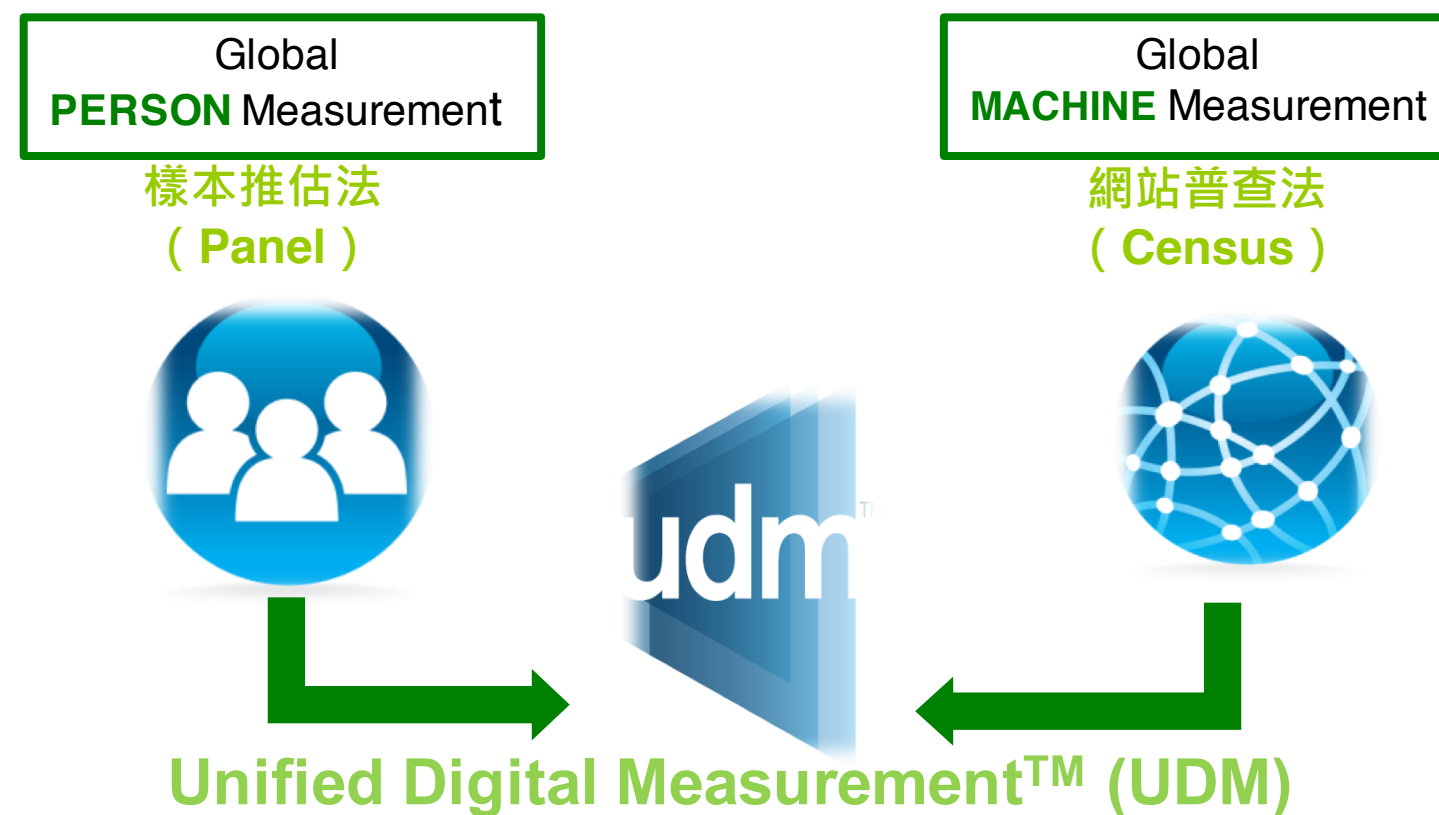
		個數	百分比
性別	男性	796	49.8%
	女性	802	50.2%
年齡	20-24歲	154	9.6%
	25-29歲	163	10.2%
	30-34歲	162	10.1%
	35-39歲	200	12.5%
	40-44歲	201	12.6%
	45-49歲	180	11.3%
	50-54歲	184	11.5%
	55-59歲	228	14.3%
居住地	60-64歲	126	7.9%
	北部	736	46.1%
	中部	418	26.1%
	南部	444	27.8%

## Methodology

Comscore 採用先進的 Unified Digital Measurement™(UDM) 技術取得網站流量數據，數據來源包含台灣超過 6 萬名不重複使用者的整體網路使用行為，以及眾多網站在網頁安裝追蹤程式碼取得網頁稽核數據，輔以 IAB 提供的 International Spiders and Bots List 進行非人為流量的資料清整，多方數據交互加權校正，可減少誤差且反映各網站最真實的流量。

## MMX Multi-Platform

MMX Multi-Platform 資料來自於 MMX、Video Metrix 與 Mobile Metrix，並以同源樣本的方式計算出網友跨屏使用的情況；唯台灣目前未有行動裝置上的觀察樣本，因此仰賴各行動網站主與行動應用程式開發商在網頁上安裝 Comscore 追蹤碼或在 App 中加入 Comscore SDK，數據方能在系統中呈現，行動數據完整性亦與網站主是否網頁或各裝置中加裝追蹤碼相關。



\* 參與 Comscore 流量稽核(UDM) 的網域，其媒體名稱前依 unified 程度加註 (U) 或 (u)，分別代表全站稽核或部份網頁稽核。



- ▶ 本雙週刊報告書內容為創市際市場研究顧問公司版權所有。
- ▶ 若需引用本雙週刊相關數據，或有任何問題，歡迎來信詢問。

m [marcom@ixresearch.com](mailto:marcom@ixresearch.com)