

專題題目：人不理財，財不理你

學校及科系：致理技術學院財務金融系三年 A 班

指導老師：劉芬美

學生：蔡惠竹、吳宜庭、謝逸鳳、王茂婷、李宣穎、刁禹禎



摘要

現今社會中，網際網路已經成為資訊傳播不可或缺的工具，許多企業與銀行都已著重在網際網路上的拓展，並且希望透過網際網路的便利走出原有行銷方式的限制，邁向更大的銷售圈。為瞭解消費者的網路金融行為，我們在臉書上開設粉絲專頁，藉以瞭解台灣網路消費族群對金融相關訊息的接受度與作好。台灣理財的商品種類繁多，為聚焦以便深入瞭解，我們以提供保險投資相關的訊息為主。我們的粉絲專頁透過四種類型（新聞資訊、理財方式、理財故事與知識、趣味圖文影音）的貼文，傳達保險相關的理財資訊，除了吸引大眾由網路得到更多相關資訊外，也藉以瞭解大眾對各類貼文的接受度，可供擬藉網路行銷保險商品的人士參考。

自 102 年 10 月 21 日開始在 facebook 建立粉絲專頁，剛開設時造訪人數不多，大約 14 天後，宣傳效果顯現，造訪人數驟增；另外，在人數達 500 人時舉辦粉絲回饋活動，截至 103 年 4 月 9 日止，共有 1,232 人造訪。粉絲中女性約佔 53%、男性約佔 47%，年齡層則主要分布在 18-24 歲之間(50%)，其次為 25-34 歲的社會新鮮人(37%)。在各類型貼文中，以理財趣味文章/圖片/影音/活動分享類文章之閱讀瀏覽人數最多，顯示網路消費族群喜愛輕鬆有趣的呈現方式。因此，有意利用網路從事金融行銷者，應思考如何將嚴肅的金融商品，以輕鬆趣味的方式傳達給年輕的消費者或投資人。

關鍵字：理財規劃、金融行銷、粉絲專頁

第壹章 粉絲專頁動機與目的

第一節 粉絲專頁動機

理財是理一生之財，也就是管理個人一生現金流量與風險。(黃原桂，2012)因此，不管是否有足夠的財富甚至想要更多的財富，每個人每天都有未來的財務處境要面對，設立目標、管理財富，是累積退休資本的重要途徑，而理財規劃的重點在於管理一生的現金流量且包含財務風險的管理，使其財富最大化、人生目標的滿足，並且平衡一生的收入與支出。

理財是每個人一生必做的課題，但如何有效理財卻是一項非常困難的功課，一個平民老百姓，一個月月薪3萬一年36萬，加個獎金、分紅或許可到50萬，這是要不吃不喝才能存到，否則一年能存到20萬算是很不錯的，如果不會投資理財，那麼退休後的生活經濟想要很充裕，是不可能的。平凡的小老百姓，沒有專業的理財規劃師幫你規劃，所以只能靠自己，網路訊息傳播工具則是現代一般人蒐尋資訊的主要工具。

第二節 粉絲專頁目的

現今社會中，網際網路已經成為資訊傳播不可或缺的工具，許多企業與銀行都已著重在網際網路上的拓展，並且希望透過網際網路的便利走出原有行銷方式的限制，邁向更大的銷售圈。許多網路廣告商興起，試圖追蹤網路消費的偏好，以便提供符合消費者的廣告，提高廣告效益。然而，根據明尼蘇打大學(University of Pennsylvania)與巴克萊法律技術研究中心(Berkeley Center for Law and Technology) (2009)的研究，大多數的網路使用者拒絕網路廣告追蹤其行為與偏好，限縮了網路廣告的成效。因此，非廣告模式是網路行銷非常重要的模式。Facebook 不僅會員數眾多，且黏著率高，許多人無論在辦公室，等公車，坐捷運都在看 Facebook，因此 Facebook 粉絲專頁行銷成為目前最常見的行銷作法。小編們在分享理財相關新聞、文章、影音以及有趣的測驗的同時，可以透過與粉絲們的互動，了解大眾對理財資訊的敏感度。

金融商品種類繁多，要每種都精通是很不容易的，不同性格的人適合的理財方式也不盡相同。為凝聚焦點，「人不理財、財不理你」粉絲專頁(以下簡稱本粉絲專頁)以保險商品為主軸，並著重於較普遍之人身保險。

根據 Yahoo(2011 年)之研究，網路使用者使用目的以網路購物(36%)及資料查詢(34%)比例最高，生活娛樂(20%)及追求興趣(29%)次之，而新聞取得(18%)及維持聯繫(12%)最低。因此，粉絲專頁的設計及文章，應能顧及此一網路行為特性，才能吸引粉絲造訪。因此，本粉絲專頁選擇四種類型(新聞資訊、理財方式、理財故事與知識、趣味圖文影音)的貼文，以資訊與趣味兼具的方式，傳達

保險相關的理財資訊，吸引粉絲。



圖 1.1 網路消費者行為特性

資料來源：Yahoo! Advertising Solutions (2011).

藉由簡易分享網路上的理財新聞、理財小故事、商業周刊、投資理財的相關雜誌，甚至是與理財有關的心理測驗等，讓接收到資訊的粉絲們可以不用特地搜尋就能直接獲取，以及不管是想做小額投資，還是退休金、購屋、買房車、未來結婚基金或孩子教育基金的準備，都能讓大家以輕鬆沒有壓力的方式去閱讀理財的相關資訊，更可以藉由各種心理測驗去了解自己擁有何種理財觀與適合的理財工具，除此之外，也期望在經濟不景氣的情況下，藉由我們分享的資訊與心得感想瞭解到理財的重要性，讓大眾意識到只要好好規劃自己的財富，夢想將不再遙不可及。

本粉絲專頁依據前述之動機，針對理財粉絲專頁社群服務與經營，擬定粉絲專頁目的如下：

- 一、探討粉絲對理財商品及其目的之需求資訊選擇。
- 二、探討各類相關理財資訊貼文之粉絲滿意度。
- 三、經由粉絲專頁之內容是否有提升理財敏感度。
- 四、粉絲專頁經營、互動回饋活動之行銷策略滿意度。
- 五、造訪粉絲的理財特質。

第貳章 粉絲專頁架構

第一節 架構

本粉絲團專頁架構包括粉絲團專頁基本設計、提供之文章、數據資料蒐集、及問卷調查。各項詳細內容列於圖 1.1。其中，數據資料及問卷調查的蒐集可用以分析造訪粉絲的結構與特質。

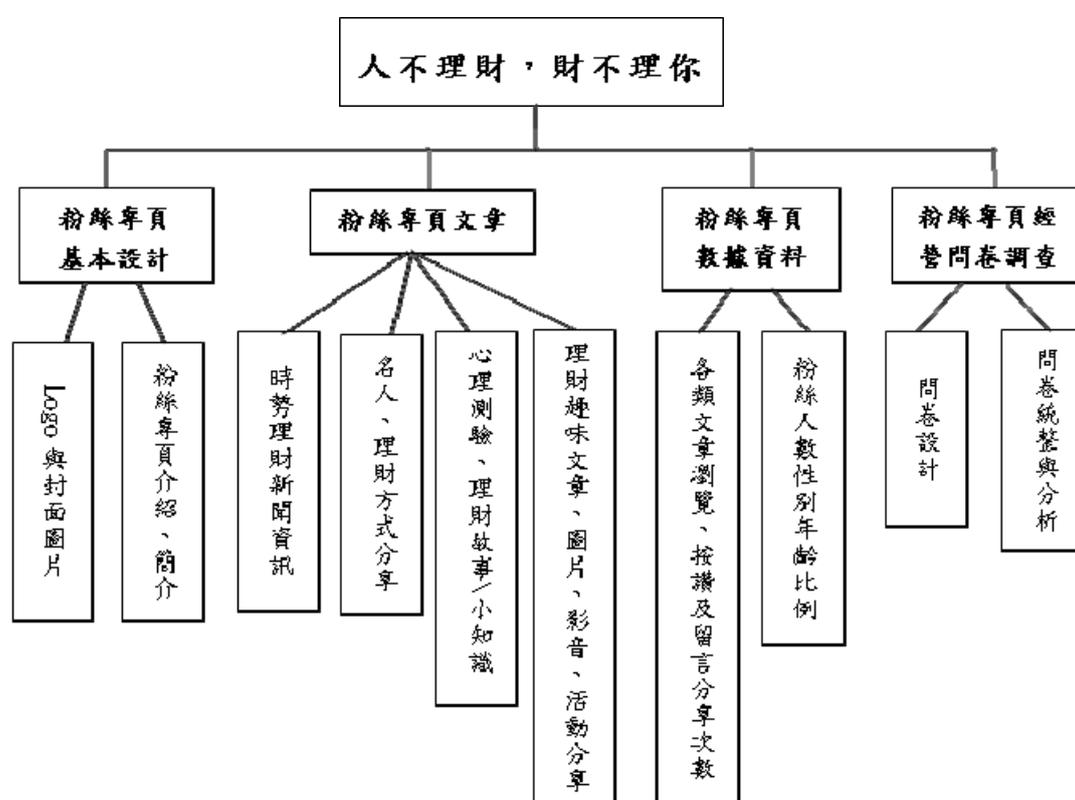


圖 2.1 人不理財、財不理你粉絲專頁架構

第二節 甘特圖

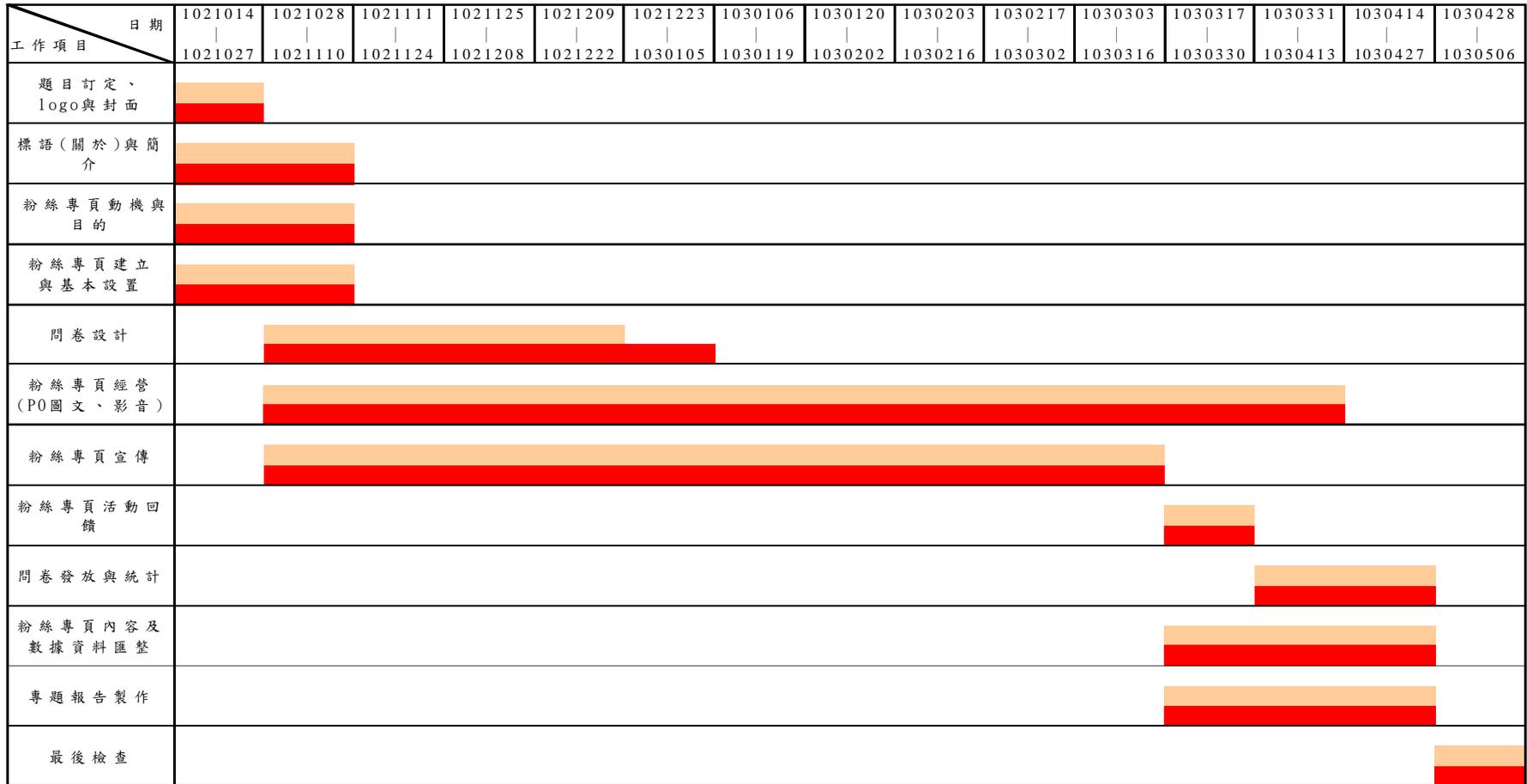


圖 2.2 粉絲專頁製作進度表

第參章 粉絲專頁內容

第一節 粉絲專頁 Logo

本粉絲專頁之所以取名為「人不理財，財不理你」，是因為要強調理財的重要性，雖然錢人人都會賺，但不是人人都會理財，倘若不懂得理財，財富就會離你而去，因此透過理財工具以及相關資訊的汲取，不但可以有效運用金錢，在發生緊急事件時還能獲得額外保障，所以只要人理財得宜，自己就是創造財富的主人翁！

另外，希望透過這個 Logo 一眼就記得且觸動到粉絲心中，理財所得到的錢並且把錢運用得當，是一件不簡單的事情，但只要我們有心理財，這樣錢財就會滾滾來。



圖 3.1 粉絲專頁 logo

第二節 粉絲專頁介紹與簡介

一、粉絲專頁介紹(關於)

不理難生財，致理造專才，財聚非親疏，唯德品自裁，有緣進此門，道生智慧來。

二、粉絲專頁簡介

你仍然把錢存在豬公裡嗎？月光了、肚子餓就要殺豬公嗎？學習理財就不用擔心每個月底都要殺豬公過日子，在這裡無論想暢所欲言分享自我理財的投資經驗，還是想看看有趣的理財新聞資訊，甚至想瞭解實用的理財周刊書籍，「人不理財，財不理你」，歡迎各位想要學習如何理財的粉絲們，一起努力邁向財源滾滾來的美好未來。

第三節 粉絲專頁文章主要資訊

自 102 年 10 月 21 日開始在 facebook 建立粉絲專頁，至 103 年 4 月 8 日止共 po76 篇貼文。在眾多理財工具中，本粉絲專頁主要以分享保險商品的資訊為主，保險為通過繳納一定的費用，將一個實體潛在損失的風險向一個實體集合的平均轉嫁，而保險商品可分為人身保險及產物保險，人身保險概括人壽保險、年金保險、健康保險以及傷害保險；產物保險包括汽車保險、火災保險、海上保險、意外保險以及傷害保險。本粉絲專頁除了分享保險商品的新聞資訊文章外，還會分享由公司成長或交易市場波動所帶來之利潤及風險的股票、用於特定目的並獨立核算的基金甚至是每位納稅義務人所應注重的稅法，以多樣性的理財工具，讓粉絲挑選及評估適合自己的商品。

第四節 粉絲專頁文章分類

如何把艱深困難的理財資訊轉變成讓人淺顯易懂的文章？不管您是否有財金背景，都能用很輕鬆的方式了解粉絲專頁的文章，本粉絲專頁文章內容包含了時事新聞、名人的理財分享、可以讓人放鬆心情的心理測驗和小故事，以及趣味文章、電影分享，讓人以沒有壓力的方式去閱讀，達成創立粉絲專頁的目的。

- 一、時勢理財新聞資訊
- 二、名人、理財方式分享
- 三、心理測驗、理財故事/小知識
- 四、理財趣味文章、圖片、影音、活動分享

第肆章 粉絲專頁回饋

第一節 粉絲專頁粉絲特性

粉絲專頁透過發表文章、分享連結、粉絲互動，來吸引對理財資訊有興趣及想了解理財為何的粉絲，自創立粉絲專頁至 2014/04/9 為止，粉絲人數已成長至 1,232 人。

一、粉絲性別比例

粉絲專頁的性別比例為女性 53%、男性 47%。依據「2013 年台灣寬頻網路使用調查」結果，男女性上網人數佔上網人口的比例約為 51%及 49%，本粉絲團的人口以女性居多，顯示女性對保險理財的興趣大於男性。

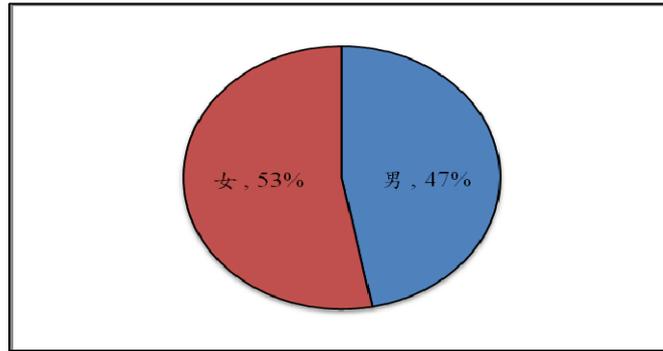


圖 4.1 粉絲性別比例

二、粉絲年紀區間比例

粉絲年齡層主要分布在 18-24 歲之間(50%)，其次為 25-34 歲的社會新鮮人(37%)。依據「2013 年台灣寬頻網路使用調查」結果，20-34 歲上網人數佔上網人口的比例約 41%。顯示粉絲團的訪客以年輕族群為主。較高年齡層可能以專業人士居多，而以專業資料蒐詢為主。

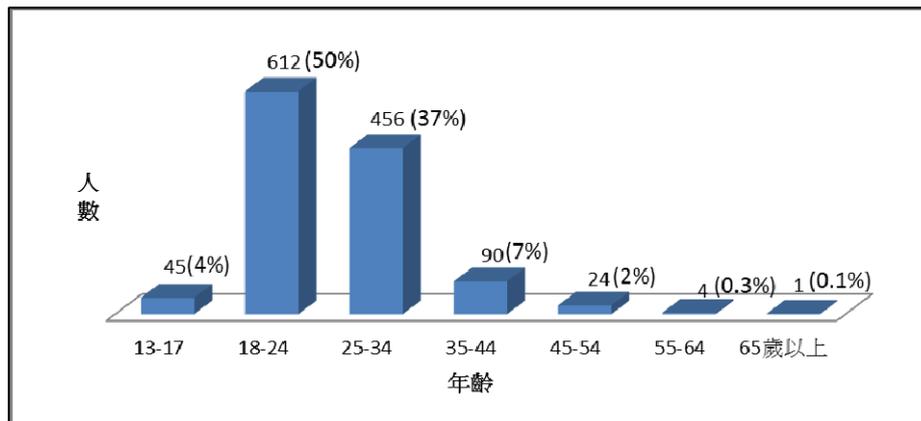


圖 4.2 粉絲年齡人數分布

第二節 粉絲專頁回饋數據資料分析

經營一個粉絲專頁需要一些回饋，回饋可分為粉絲專頁對粉絲的回饋，舉辦抽獎活動與文章心得回饋；以及粉絲對粉絲專頁的回饋，有了粉絲們的回饋才能知道此粉絲專頁的優缺點及需要改進之處，藉由以下次數統計以及問卷調查來瞭解粉絲們對於本粉絲專頁的滿意度及偏好，以做為未來經營粉絲專頁之參考值。

一、各貼文瀏覽次數、按讚次數及留言分享次數

藉由統計各貼文瀏覽次數與按讚留言分享次數可得知粉絲們的理財與投資偏好，瀏覽次數表示粉絲們看過這篇文章；按讚次數表示粉絲們看過文章後，認同此篇文章；留言分享次數則表示粉絲們對於此篇文章有疑問或發表自己的意

見，而覺得此篇文章很有意義則會分享出去。

根據表 4.1 可得知瀏覽次數較高的文章為【服貿紛爭亂台股，富貴險中求】，因最近大家較關心服貿的議題，使得相關貼文的關注率較高；而相反的【勞保減額年金 56 歲才能領】，因本粉絲頁的關注族群以學生為主，所以目前對於退休的規劃敏感度較低。

另外，可得知按讚次數及留言次數較高的文章為【要退休了，但錢夠嗎？】，雖然粉絲對於退休規畫的敏感度低但對於文章內容所述之資訊尚有認同度，所以文章按讚次數相對較多；而相反的【擁有自己的夢想房子不再遙不可及】，由於現今房價甚高，使得人們大多以租屋居多，因此相關文章內容之感興趣度低也使其按讚次數及認同度較低。

表 4.1 時勢理財新聞資訊之瀏覽、按讚及留言分享次數

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【服貿紛爭亂台股，富貴險中求】	933	16		
【如同定存般的保單，明年開始要變貴了！】	574	17	1	2
【企業看未來景氣 保守中緩進】	509	13		1
【蘋果不急於做 iTV 喬布斯曾言電視利潤率不高】	503	9		
【簡單存 存最多】	468	13		
【政策做多 15 檔外資搶買、公股追】	455	17		
【單身貴族不貴族?】	367	14		
【《大陸金融》人民幣急貶】	349	17		
【36% 台灣人日常消費愛用信用卡 58% 仍愛現金付款】	335	16		
【黃金價格上漲 傳送出的三大警訊】	326	17		
【世界黃金協會：2013 年中國成全球最大黃金市場】	318	15		
【對於退休,你準備多少了?】	302	17	1	
【要退休了，但錢夠嗎?】	283	32	5	1
【QE 退場前，你做好理財穩定平衡準備了嗎?】	274	13		
【對退休生活還沒規劃嗎?】	248	9		
【擁有自己的夢想房子不再遙不可及】	246	7		
【大家理想中的退休年齡是幾歲呢?】	228	11		
【QE 減碼衝擊房市?】	227	10		
【紅包滾財，定期定額買基金】	200	10		
【人民幣保單，「匯」續漲】	191	10		
【全球鬧股災，台股也大跌】	162	13		
【年後轉職潮，25~29 歲為主】	155	14		
【馬年台股預測!!】	152	11		

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【退休比你想像的昂貴！】	151	14		
【紅包回存 銀行大打高利定存方案】	140	13		
【勞保減額年金 56 歲才能領】	136	13		
平均數	317	14	2	1
全距	797.00	25.00	4.00	1.00
最高	933	32	5	2
最低	136	7	1	1

根據表 4.2 可得知瀏覽次數較高的文章為【新手爸媽別緊張，零歲投保掌握 4 關鍵，可從 3 大險著手】，因大學生即將成為社會新鮮人，對於現在少子化的影響與經濟不景氣，因此較注重子女教育基金，為未來做好充分準備，使得此貼文的關注率及分享率較高；而相反的【傻瓜與懶人，投資大不同】，因在分享文章時，未加入有趣的標題及內容，文章把大家熟悉的定期定額儲蓄描述得太專業，對於非財金基礎的粉絲沒有吸引力，因此觀看人數較低。

另外，可得知按讚次數及留言次數較高的文章為【學投資 好處多！】，俗話說「天下沒有白吃的午餐」，現今學生及上班族除了努力學習工作，也希望保有一份源源不絕的資金活水，所以投資理財也成為現代人必學的功課或技能，因此可以學習如何自己投資理財的文章按讚次數及認同度相對較高；而相反的【年終獎金靈活用 先理人在理財】，因本粉絲專頁的關注族群以學生為主且工作性質多為計時工讀生，因此少有拿到年終獎金運用投資之機會，所以使其文章按讚次數及認同度相對較低。

表 4.2 名人、理財方式分享之瀏覽、按讚及留言分享次數

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【新手爸媽別緊張，零歲投保掌握 4 關鍵，可從 3 大險著手】	1288	20	1	1
【年薪 8 萬年輕人如何理財獲得高收益】	1057	17		1
【平民股神「不蝕本投資術」大公開】	633	17		
【不怕投資風險！定期定額 123 策略 逢低加碼更有利】	564	20	2	
【上班族想升官加薪嘛？】	520	16	1	
【季芹:記帳，是富足的開始！】	487	19		
【用加法看人生，贏球就變成了紅利】	385	17		
【結婚基金怎麼存?!】	316	15		2
【學投資 好處多！】	246	27		4

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【富人 以財護德，窮人 靠知識翻身】	242	19		1
【聰明投資這樣做！ 馬年立志不再虎頭蛇尾】	190	11		
【年終獎金靈活用 先理「人」再理「財」】	171	10		
【機車族 三險不可少】	167	12		
【刷卡繳學費 善用零利率分期】	149	14		
【以 333 為原則，年終獎金先理債】	147	15		
【傻瓜與懶人，投資大不同】	145	13		
平均數	419	16	1	2
全距	1143.00	17.00	1.00	3.00
最高	1288	27	2	4
最低	145	10	1	1

根據表 4.3 可得知瀏覽次數較高的文章為【理財放鬆小測驗-由新婚蜜月旅行測你有何種經商天賦】，因本篇文章為心理測驗，以輕鬆的方式讓粉絲們了解適合自己的經商模式，因此吸引較多粉絲瀏覽；而相反的【2014 馬年十二生肖運勢-上】，因本粉絲專頁的關注族群以學生為主，因此較集中在十二生肖運勢-下，而相較於其他理財文章，大家對於運勢分析較不感興趣。

另外，可得知按讚次數及留言次數較高的文章為【看韓劇繼承者們也能學到稅務小知識唷！】，由於前陣子台灣瘋迷韓劇-繼承者們，所以對於相關文章及圖片非常感興趣，因此使其文章的按讚次數及認同度相對較高；而相反的【悲慘結局?!美國無業男中 8 億頭獎，揮霍 5 年孤獨離世】，雖然現今樂透及刮刮樂盛行，但其中獎機率低，未中獎者較無法感同身受，所以對於文章內容之按讚次數及認同度較低。

表 4.3 心理測驗、理財故事、小知識之瀏覽、按讚及留言分享次數

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【理財放鬆小測驗-由新婚蜜月旅行測你有何種經商天賦】	766	19		1
【理財心理小測驗-適合我的理財的方式是?】	757	24		1
【心裡測驗-從對動物的感覺看你是否有成為富翁的潛力】	667	18	3	
【人民幣投資，你不能不瞭解的事?】	579	16		
【心裡測驗-由免費商品測你擁有何種理財觀】	509	17	1	
【看韓劇繼承者們也能學到稅務小知識唷!】	367	27	5	1
【悲慘結局?!美國無業男中 8 億頭獎，揮霍 5 年孤獨離世】	362	13		

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【30 分鐘認識股票配個股期貨】	325	17		
【2014 馬年十二生肖運勢-下】	300	16		
【理財小故事】	280	15		
【2014 馬年十二生肖運勢-上】	250	14		
平均數	469	18	3	1
全距	516.00	14.00	4.00	0.00
最高	766	27	5	1
最低	250	13	1	1

根據表 4.4 可得知瀏覽次數較高的文章為【理財放鬆小電影-當幸福來敲門】，大家較喜歡以電影的方式來了解理財，希望從電影中可以了解到不知道的東西和自己沒有經歷過的環境，所以相較之下粉絲較喜歡影片；而相反的【你是要浪費錢？還是要理財呢？】，因本粉絲團的關注族群以學生為主，尚未遇到賦稅的相關問題，所以對此文章的興趣較低。

另外，可得知按讚次數及留言次數較高的文章為【理財放輕鬆之電影趣-華爾街之狼】，由於這是前陣子剛上映的電影，大家較常在電視與網路上搜尋此類的訊息，內容受到粉絲們的喜愛與認同，因此按讚次數及留言次數較高；而相反的【理財專頁粉絲回饋活動分享-理財一把罩 22K 沒煩惱】，由於此文章內容為相關理財粉絲專頁之活動分享，所以對於其回饋活動感興趣者大多直接進入其粉絲專頁回覆與按讚，因此按讚次數相對較低。

表 4.4 理財趣味文章/圖片/影音/活動分享之瀏覽、按讚及留言分享次數

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【理財放鬆小電影-當幸福來敲門】	1021	16		
【理財專頁粉絲回饋活動分享-理財一把罩 22K 沒煩惱】	872	9		
【理財放輕鬆之電影趣-華爾街之狼】	870	25		
【輕鬆理財—清明連假遊寶島 開車族聰明省「摳摳」】	777	20		
【粉絲們是否也有這樣的朋友與您相伴呢？】	601	15		1
【理財專頁粉絲回饋活動分享-致我實現理財】	550	13		
【快樂理財 就用「正向心理學」】	543	18		1
【身材 VS 理財】	483	23		
【別讓你的人生只剩下「一杯咖啡」】	371	19		
【小資男女向錢衝】	366	14		
【有錢的方法？】	304	13		

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【年紀輕輕想買房？】	273	11		
【你也想當女神謝金燕的經紀人嗎？】	248	10	4	2
【你是要浪費錢？還是要理財呢？】	224	10		2
平均數	536	15	4	2
全距	797.00	16.00	0.00	1.00
最高	1021	25	4	2
最低	224	9	4	1

本節小結

根據表 4.1-4.4 可得知理財趣味文章/圖片/影音/活動分享之瀏覽人數相較於其他高，而相反的時勢理財新聞資訊則較低，表示比起靜態的新聞，大家較喜歡動態的影音圖片，因趣味影音圖片使人們第一印象較為深刻且較能吸引大家注意。

另外，可得知心理測驗、理財故事、小知識之按讚及留言次數相較於其他高，而相反的時勢理財新聞資訊則較低，表示比起較長篇的時勢理財新聞，粉絲較認同與較喜歡心理測驗、理財故事、小知識的看法，因大家較喜歡以輕鬆的方式來了解理財知識。不過相較於以上四種分類，按讚及留言分享次數不相上下。

二、粉絲專頁經營回饋粉絲活動

本粉絲專頁在粉絲人數達 500 人時，舉辦粉絲回饋活動，透過活動提升粉絲人數，並讓更多人關注此粉絲專頁；此活動舉辦方式為透過粉絲按讚留言與分享，再從留言中抽出五位粉絲贈送 LINE 貼圖及主題。

根據表 4.5 得知舉辦粉絲回饋活動，讓粉絲可以得到抽獎機會，增加粉絲對粉絲專頁各類文章的關注與分享，因此回饋粉絲活動文章的瀏覽、按讚及留言次數相對於其他前述類別文章之相關數據都來得較高，所以舉辦粉絲回饋抽獎活動是金融行銷結合粉絲專頁經營很重要的一環，由於金融行銷的目的就在於透過交換的過程，因此粉絲專頁的經營，不僅是要讓粉絲可以了解理財資訊也可以得到實質的回饋，更在這互動回饋中藉以提升粉絲對本粉絲專頁的關注，來達成雙方的目的。

表 4.5 回饋粉絲活動之之瀏覽、按讚及留言分享次數

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【回饋粉絲活動-按讚留言分享抽 LINE 貼圖及主題】	8916	236	162	81
【粉絲專頁經營之回饋問卷調查】	1763	51	13	13

文章標題	瀏覽 次數	讚 次數	留言 次數	分享 次數
【活動尾聲，抽獎加碼】	1759	47	2	11
【回饋粉絲抽獎活動中獎者名單】	1546	26	13	
【狂賀！狂賀！粉絲人數突破 1,200 人】	720	33	6	3
【回饋粉絲抽獎活動溫馨小提醒】	607	16		2
平均數	2552	68	39	22
全距	8309.00	220.00	160.00	79.00
最高	8916	236	162	81
最低	607	16	2	2

第三節 粉絲專頁經營問卷調查

本粉絲專業經營問卷以線上 mysurvey 問卷平台做調查，於 2014 年 4 月初開始發放，於 2014 年 4 月底回收。共計發出 200 份問卷，其回收問卷數為 200 份。本問卷分成三部分，分別是基本資料、投資屬性及風險態度分析及粉絲專業經營滿意度分析，並以線上 mysurvey 問卷平台匯出數據，結合敘述性統計簡易分析，以及粉絲性別/年齡與理財標的/目的之特質交叉分析。

一、敘述性統計分析

根據表 4.6 就受試樣本的個人背景類別、特性及分布情形，分別概要說明如下：以性別為變項而言，男生占比例為 41.50%，女生占比例為 58.50%，顯示受試者女生比男生還多。以年齡為變項而言，18-23 歲占總比例最多，42 歲以上則為最少。以工作經驗變項而言，最高比例為 0~2 年，最少則是無工作經驗。以工作性質為變項而言，比例最多為正職，最少則為正職+兼職。以職業別變項而言，比例最多為學生，最少則為待業中及已退休。以工作年收入變項而言，比例最多為 0~120,000 元，最少則為 180,001~240,000 元。

表 4.6 基本資料分析

變項	類別	次數	比例
性別	男	83	41.50%
	女	117	58.50%
年齡	18-23 歲	91	45.50%
	24-30 歲	56	28.00%
	31-36 歲	32	16.00%
	37-42 歲	13	6.50%
	42 歲以上	8	4.00%
工作經驗	0~2 年	75	37.50%

	3~4 年	36	18.00%
	5~6 年	27	13.50%
	6 年以上	53	26.50%
	無	9	4.50%
工作性質(非必填)	正職	79	41.36%
	正職+兼職	34	17.80%
	計時工讀生	78	40.84%
職業別	學生	79	39.50%
	服務業	69	34.50%
	軍公教	15	7.50%
	工	10	5.00%
	商	23	11.50%
	家管	3	1.50%
	待業中	0	0.00%
	已退休	0	0.00%
	其他	1	0.50%
工作年收入	0~120,000 元	86	43.00%
	120,001~180,000 元	22	11.00%
	180,001~240,000 元	7	3.50%
	240,001~300,000 元	8	4.00%
	300,000 元以上	77	38.50%

根據表 4.7 分析資料顯示粉絲們現在想瞭解或投資的金融商品為變項而言，保險(儲蓄型)占總比例最多，定存則為最少。以您最想完成的投資目的為變項而言，顯示短期 (Ex：買車、旅遊基金、創業。)占總比例最多，長期 (Ex：退休規劃、老年養護。)占總比例較少。以投資風險態度變項而言，粉絲們以可承擔一點風險獲更好報酬為最高比例，可嘗試高風險投資商品以獲得高報酬則為最少。以期望年投資報酬率為變項而言，粉絲選擇 6~10%為最多比例，21%以上則為最少。以對金融商品的認識程度變項而言，比例最多為一知半解，最少則為充分瞭解。

表 4.7 投資屬性及風險態度分析

變項	類別	次數	比例
您想瞭解或投資的金融商品	定存	28	14.00%
	保險(儲蓄型)	81	40.50%
	基金	46	23.00%
	股票	43	21.50%
	(其他)	2	1.00%
您最想完成的投資目的	短期 (Ex：買車、旅遊基金、創業。)	79	39.50%

	中期 (Ex：買房、結婚基金。)	74	37.00%
	長期 (Ex：退休規劃、老年養護。)	47	23.50%
投資風險態度	盡量迴避風險	30	15.00%
	風險與報酬相當	60	30.00%
	可承擔一點風險獲更好報酬	98	49.00%
	可嘗試高風險投資商品以獲得高報酬	12	6.00%
期望年投資報酬率	1~5%	26	13.00%
	6~10%	70	35.00%
	11~15%	59	29.50%
	16~20%	33	16.50%
	21%以上	12	6.00%
對金融商品的認識程度	不瞭解	17	8.50%
	一知半解	110	55.00%
	大致瞭解	71	35.50%
	充分瞭解	2	1.00%

根據表 4.8 分析可得知粉絲們對本粉絲專頁的滿意度，對於各類相關理財資訊貼文之粉絲滿意達 59% 的非常同意度，表示粉絲們對於分享的文章接受及滿意度高；透過粉絲專頁內容對增加理財興趣的影響達 67.5% 的非常同意度，表示粉絲藉由多元化的文章訊息，對理財產生興趣；透過粉絲專頁內容對提升理財敏感度的影響達 59.5% 的非常同意度，表示粉絲觀看貼近時事的文章後，對理財的敏感度增加；粉絲專頁的回饋活動達到 65.5% 的非常同意度，表示粉絲對此回饋活動有興趣，並藉由此活動吸引更多粉絲的關注；對於關注金融資訊的頻率，不一定的比率佔多數達 35%，其次為 2-3 天，粉絲因個人的時間因素，關注訊息的時間較不固定；對於如何得知本粉絲專頁，朋友介紹達 44.5%，因大多數的粉絲皆為大學同學，所以朋友占的比率較高；最後對於粉絲專頁的貼文較感興趣的為心理測驗、理財故事/小知識達 28.32%，而其他貼文則相當平均。

表 4.8 粉絲專業經營滿意度分析

變項	類別	次數	比例
透過本粉絲專頁是否能了解相關理財資訊？	非常同意	118	59.00%
	同意	53	26.50%
	普通	28	14.00%
	不同意	0	0.00%
	非常不同意	1	0.50%
透過本粉絲專頁是否對理財更加有興趣？	非常同意	135	67.50%
	同意	35	17.50%
	普通	30	15.00%

	不同意	0	0.00%
	非常不同意	0	0.00%
透過本粉絲專頁， 您對理財之敏感度 有所提升？	非常同意	119	59.50%
	同意	50	25.00%
	普通	30	15.00%
	不同意	1	0.50%
	非常不同意	0	0.00%
本粉絲專頁所舉辦之 回饋活動是否吸引您？	非常同意	131	65.50%
	普通	35	17.50%
	同意	34	17.00%
	不同意	0	0.00%
	非常不同意	0	0.00%
您平常關注金融資訊 的頻率是多久？	每天	38	19.00%
	2-3 天	58	29.00%
	一週	32	16.00%
	一個月	2	1.00%
	不一定	70	35.00%
您是透過何種管道 得知本粉絲專頁？	朋友介紹	89	44.50%
	動態消息	83	41.50%
	粉絲回饋活動分享	25	12.50%
	其他	3	1.50%
您對本粉絲專頁何種 貼文較感興趣？(複選)	時事理財新聞資訊	114	25.22%
	名人、理財方式分享	106	23.45%
	心理測驗、理財故事/小知識	128	28.32%
	理財趣味圖片、影音	104	23.01%

二、粉絲理財特質分析

本節依據問卷資料，對性別及年齡層進行差異分析。利用 Z 檢定檢測「性別對投資標的喜好是否有差異」及「年齡對投資標的喜好是否有差異」進行分析，亦即分別對性別及年齡擬定虛無假設(H_0)及對立假設(H_1)如下：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

檢定結果列於表 4.9 及表 4.10。

從檢定結果可知，在 5% 的顯著水準下，男女與 18-23 歲與 24-30 歲間對投資標的之喜愛並無顯著差異($p > 0.05$)。顯示男女和學生與進入職場後的新鮮人的投資標的的大多以保險、基金為主。

表 4.9 性別對投資標的的喜好之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	男	女
平均數	2.710	2.436
觀察值個數	83	117
Z 值	1.913	
P(Z<=z)	0.056	
臨界值：雙尾	1.960	

表 4.10 年齡對投資標的的之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	18-23 歲	24-30 歲
平均數	2.461	2.589
觀察值個數	91	56
Z 值	-0.7616	
P(Z<=z) 雙尾	0.4463	
臨界值：雙尾	1.960	

利用 Z 檢定檢測「性別對投資目的是否有差異」及「年齡對投資目的是否有差異」進行分析，亦即分別對性別及年齡擬定虛無假設(H_0)及對立假設(H_1)如下：

$$H_0: \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$$

檢定結果列於表 4.11 及表 4.12。

從檢定結果可知，在 5% 的顯著水準下，男女對投資目的並無顯著差異 ($p > 0.05$)。然而，18-23 歲與 24-30 歲間則有顯著差異 (** $p < 0.001$)，顯示學生的投資以旅遊、買車等短期目的為主，而進入職場後的新鮮人則較偏向中、長期的投資，為結婚、買房及退休作準備。

表 4.11 性別對投資目的之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	男	女
平均數	1.856	1.829
觀察值個數	83	117
Z 值	0.234	
P(Z<=z)	0.815	
臨界值：雙尾	1.960	

表 4.12 年齡對投資目的之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	18-23 歲	24-30 歲
平均數	1.451	1.857
觀察值個數	91	56
Z 值	-3.488	
P(Z<=z) 雙尾	0.000486	
臨界值：雙尾	1.960	

利用 Z 檢定檢測「性別對投資風險態度是否有差異」及「年齡對投資風險態度是否有差異」進行分析，亦即分別對性別及年齡擬定虛無假設(H_0)及對立假設(H_1)如下：

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

檢定結果列於表 4.13 及表 4.14。

從檢定結果可知，在 5% 的顯著水準下，男女與 18-23 歲與 24-30 歲間對投資風險態度並無顯著差異 ($p > 0.05$)。顯示男女間和學生與進入職場後的新鮮人的投資風險態度大多以期望風險與報酬相當或可承擔一點風險獲更好報酬為主。

表 4.13 性別對投資風險態度之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	男	女
平均數	2.566	2.385
觀察值個數	83	117
Z 值	1.594	
P(Z<=z)	0.111	
臨界值：雙尾	1.960	

表 4.14 年齡對投資風險態度之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	18-23 歲	24-30 歲
平均數	2.110	2.643
觀察值個數	91	56
Z 值	-4.385	
P(Z<=z) 雙尾	1.16	
臨界值：雙尾	1.960	

利用 Z 檢定檢測「性別對期望年投資報酬率是否有差異」及「年齡對期望年投資報酬率是否有差異」進行分析，亦即分別對性別及年齡擬定虛無假設(H_0)及對立假設(H_1)如下：

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$$

檢定結果列於表 4.15 及表 4.16。

從檢定結果可知，在 5% 的顯著水準下，男女與 18-23 歲與 24-30 歲間對投資風險態度並無顯著差異 ($p > 0.05$)。顯示男女間和學生與進入職場後的新鮮人的投資風險態度大多以期望年投資報酬率在 6-15%。

表 4.15 性別對期望年投資報酬率之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	男	女
平均數	2.723	2.632
觀察值個數	83	117
Z 值	0.600	
P(Z<=z)	0.548	
臨界值：雙尾	1.960	

表 4.16 年齡對期望年投資報酬率之差異性檢定

z 檢定：兩個母體平均數差異檢定		
	18-23 歲	24-30 歲
平均數	2.165	2.875
觀察值個數	91	56
Z 值	-4.584	
P(Z<=z) 雙尾	4.56	
臨界值：雙尾	1.960	

第四節 粉絲專頁經營結論

現今社會是資訊爆炸的時代，理財資訊隨手可得，藉由建立流行的粉絲專頁，收集與統整來自四面八方的理財資訊，讓粉絲不論在通車時或是在上班、上課中的閒暇時間，只要拿起手機皆能得知理財的各種資訊。

根據粉絲專頁回饋分析的資訊，可以了解不同年齡層及不同性別對於各類文章及各種標的物的總體喜好分佈趨勢，藉此認知未來在職場上更能夠抓住社會大眾的想法與心理，使金融產品的行銷方式更多元、更貼近大眾需求。在經營粉絲專頁的過程中，也學習到何種投資偏好可套用在自身，何種程度的風險標的商品較適合自己，時常注意理財新聞，並把最新的理財資訊分享給粉絲，透過分享文章也提升自己對各種理財商品的敏感度，學習到不少理財新知識。

為獲得更多粉絲的認同，專頁經營模式不斷的做變化，從瀏覽人數的變化中可以得知粉絲對於有趣的文章較感興趣，像是分享心理測驗、影片甚至是結合流行的小知識，會吸引較多的粉絲按讚及分享，因此在分享文章的同時不適合放太過於專業的資訊，會以較輕鬆的方式，搭配有趣的圖片來呈現，也會考慮粉絲的喜好來作分享。在經營粉絲專頁的過程之中，也發現到 Facebook 粉絲專頁的內部設定缺陷，有時候無法讓所有的粉絲看到最新的文章，因此我們舉辦了分享按讚抽獎的活動，透過與粉絲的互動，拉近彼此間的距離也增加本粉絲專頁的曝光度，讓粉絲的朋友們也可以得知本粉絲專頁的理財資訊。經營粉絲專頁的困難度遠比想像的高，考慮到的事物必須是全面性的，雖然中間有遇到的瓶頸，但靠著大家的宣傳及辦分享活動，粉絲人數從幾十人到破千，我們希望讓粉絲得到的不只是表面的時事新聞，而是能從文章中找出適合自己的想法，不要只是跟隨強勢而行，而是能夠更瞭解理財的標的與性質，並增加理財的敏感度也能找到適合自己的理財工具，加速賺到人生中的第一桶金，這更是建立這個粉絲專頁的最高理想。

第五章 參考文獻

一、英文文獻：

OUT-LAW News (2009). "US web users reject behavioural advertising". 2009-09-30.

Yahoo! Advertising Solutions (2011). "Advertising by Mindset: Optimizing Ad

Receptivity Based on Activity." Retrieved from <http://news.yahoo.com>.

二、中文文獻：

黃原桂，理財規劃人員考試重點 e 點通，六版一刷，新北市，華立圖書股份有限公司，2012 年 11 月，2-1-3-2-1-5。

洪世揚，理財網站線上服務服務品質之研究—以理財內容網站為例，國立台灣科技大學企業管理系碩士班碩士學位論文，2001：11-12。

陳宇倫，理財網站虛擬社群服務與使用者需求及滿意度之研究，國立台灣師範大學圖文傳播學系碩士論文，2009：1-3。

財團法人台灣網路資訊中心(2013)，「2013年台灣寬頻網路使用調查報告」。

三、網路資訊文獻：

張家嘯，快樂過個單身退休族 晚年醫療保障早規劃，Yahoo 新聞網，2013/11/19。

Money 錢，簡單存 存最多：科技公司前主管 靠儲蓄險 存到 3 間買房子，Yahoo 奇摩理財網，2013/10/31。

戴勝益，別讓你的人生只剩下「一杯咖啡」，商業週刊網路版，2013/11/14。

洪凱音，台灣人活愈久 愈沒安全感 25 歲存退休金 女性更憂慮，Yahoo 新聞網，2013/11/14。

王儷玲，要退休了 但錢夠嗎？，Yahoo 奇摩理財網，2013/11/19。

黃惠聆，理想退休生活 60%沒準備好，中時電子報網路版，2013/11/22。

聯合線上企劃/MoneyD 精實新聞，全球入息型月配息基金，基金投資新焦點，2013/11/22。

Money 錢，正妹教你 30 歲前買第一間屋：蝴蝶姐姐 7 年拼出 2 間屋，Yahoo 奇摩理財網，2013/10/31。

鉅亨網新聞中心，台灣退休年齡 57.3 歲 再創新高 退休金不足仍是最大煩惱，Yahoo 新聞網，2013/10/21。

國際中心/綜合報導，悲慘結局？！美無業男中 8 億頭獎 揮霍 5 年孤獨離世...，Yahoo 新聞網，2013/12/5。

楊伶雯，上班族想升主管 把握 30~35 歲黃金準備期，Yahoo 新聞網，2013/12/17。

邱金蘭，「類定存」保單 明年變貴，udn 聯合理財網，2013/12/17。

財政部稅務入口網站 <http://www.etax.nat.gov.tw/etwmain/front/ETW158W6>

周康玉，QE 減碼衝擊房市？房仲：利率才是關鍵，cnYES 鉅亨網，2013/12/20。

周康玉，年終獎金靈活用 先理「人」在理「財」，cnYES 鉅亨網，2013/12/23。

王奐敏，人民幣保單 「匯」續漲，udn 聯合理財網，2014/1/1。

丁兆宇，馬年大盤指數空間不大 被低估的中小型股將大翻身，cnYES 鉅亨網，2013/12/27。

Yahoo 奇摩理財/個人理財-特別企劃，學投資 好處多，Yahoo 奇摩理財網，2014/1/3。

蔡靜紋，機車族 三險不可少，udn 聯合理財網，2014/1/21。

江睿智，勞保減額年金 56 歲才能請領，聯合新聞網，2014/1/24。

富比士地產王月刊，333 原則 年終獎金先理債，爽報手機網。

張忠昌，年後轉職 留意 3 保險權益，Yahoo 新聞網，2014/2/5。

東森新聞，25 到 29 歲為主 年後最大轉職潮，Yahoo 新聞網，2014/2/5。

自由時報，全球鬧股災 恐慌指數飆一年新高，Yahoo 新聞網，2014/2/5。

顏真真，台股大跌 金管會曾銘宗仍抱樂觀：股市不能只看一天，2014/2/5。

黃惠聆，紅包理財 定期定額買基金，Yahoo 新聞網，2014/2/5。

曾翌萍，紅包滾財！歐美景氣復甦 留意股票、基金，Yahoo 新聞網，2014/2/5。

Yahoo 奇摩理財/個人理財-特別企劃，錢母投資術，Yahoo 奇摩理財網，2014/2/5。

自由時報，刷卡繳學費 善用零利率分期，Yahoo 新聞網，2014/2/10。

鉅亨網新聞中心，退休比你想像的昂貴！，cnYES 鉅亨網，2014/2/6。

張忠昌，銀行大打高利定存方案，Yahoo 新聞網，2014/2/11。

法意·佛洛阿水，聰明投資這樣做！馬年立志不在虎頭蛇尾，udn 聯合理財網，2014/2/1。

歐陽姚，貧、富功課 大不同！，Yahoo 奇摩理財網，2014/2/15。

林淳寬，2014 馬年十二生肖運勢大公開，理財周刊網路版，2014/1/29。

鉅亨網新聞中心，世界黃金協會：2013 年中國成全球最大黃金市場，cnYES 鉅亨網，2014/2/22。

Money 錢，30 分鐘認識股票配個股期貨，Yahoo 奇摩理財網，2014/1/30。

許庭瑜，36% 台灣人日常消費愛用信用卡 58% 仍愛現金付款，cnYES 鉅亨網，2014/2/25。

郭照青，黃金價格上漲 傳送出的三大警訊，cnYES 鉅亨網，2014/2/27。

時報資訊，《大陸金融》人民幣急貶，李克強 5 日報告成匯率風向球，Yahoo 理財新聞網，2014/3/2。

盧昱瑩，盧彥勳：用加法看人聲，贏球就變成了紅利，Cheers 雜誌網路版，122 期，2010/11/10。

理財贏家俱樂部，季芹：記帳，是富足的開始！，今周刊網路版，發刊日期：2013/11。

葉家瑋、簡威瑟，政策做多 15 檔外資搶買公股追 中信金、勝華、聯詠、世界等獲兩大主力聯手力捧 後勁十足，udn 聯合新聞網，2014/3/13。

許庭瑜，不怕投資風險！定期定額 123 策略 逢低加碼更有利，cnYES 鉅亨網，2014/2/21。

Yahoo 奇摩理財/個人理財-特別企劃，高利定存 誰得利？，Yahoo 奇摩理財網，2014/3/7。

陳淑泰，平民股神「不蝕本投資術」大公開，商業週刊網路版，第 1145 期，2009/11/02。

王怡茹，《輕鬆理財》清明連假遊寶島 開車族聰明省「摳摳」，MoneyDJ 理財網，2014/3/18。

金湯尼，《華爾街之狼》教我有關「貪婪」的一堂課，商業週刊網路版，2014/2/26。

CFP 宅急便-TAYLOR，快樂理財 就用「正向心理學」，今周刊網路版，2014/3/17。

黃緒生，企業看未來景氣 保守中緩進，Yahoo 新聞網，2014/3/25。

老馬，服貿紛爭亂台股，富在險中求就瞄準這五檔，商業周刊網路版，2014/3/21。

鉅亨網新聞中心，新手爸媽別緊張 零歲投保掌握 4 關鍵 可從 3 大險著手，cnYES 鉅亨網，2014/4/1。

鉅亨網新聞中心，年薪 8 萬年輕人如何理財獲得高收益，cnYES 鉅亨網，2014/3/28。

孟德陽，蘋果不急於做 iTV 喬布斯曾言電視利潤率不高，cnYES 鉅亨網，2014/4/4。

附錄：問卷題項與格式

「金融行銷結合粉絲專頁經營之研究」

問卷調查表：

說明：您好，我們是致理技術學院財務金融系三年級學生，本問卷為「人不理財，財不理你」之粉絲專頁經營回饋問卷調查，實為專題論文研究所用，不會對外公佈您所填寫的資料，請您放心填寫。

一、基本資料：

1. 性別：

男 女

2. 年齡：

18-23 歲 24-30 歲 31-36 歲 37-42 歲 42 歲以上

3. 工作經驗：

無 0~2 年 3~4 年 5~6 年 6 年以上

4. 工作性質：(非必填)

正職 正職+兼職 計時工讀生

5. 職業別：

學生 服務業 軍公教 工 商 家管 待業中 已退休
 其他

6. 工作年收入約為多少：

0~120,000 元 120,001~180,000 元 180,001~240,000 元
 240,001~300,000 元 300,000 元以上

二、投資屬性及風險承受等級

1. 您可接受的投資商品：

定存 保險(儲蓄型) 基金 股票 (其他_____)

2. 您最想完成的投資目的：

短期 (Ex：買車、旅遊基金、創業。)

中期 (Ex：買房、結婚基金。)

長期 (Ex：退休規劃、老年養護。)

3. 投資風險態度：

- 盡量迴避風險 風險與報酬相當 可承擔一點風險獲更好報酬
可嘗試高風險投資商品以獲得高報酬

4. 期望年投資報酬率：

- 1~5% 6~10% 11~15% 16~20% 21%以上

5. 對金融商品的認識程度：

- 不瞭解 一知半解 大致瞭解 充分瞭解

三、粉絲專頁經營滿意度

1. 透過本粉絲專頁是否能了解相關理財資訊？

- 非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

2. 透過本粉絲專頁是否對理財更加有興趣？

- 非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

3. 透過本粉絲專頁，您對理財之敏感度有所提升？

- 非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

4. 本粉絲專頁所舉辦之回饋活動是否吸引您？

- 非常同意 同意 普通 不同意 非常不同意

5. 您平常關注金融資訊的頻率是多久？

- 每天 2-3天 一星期 一個月 不一定

6. 您是透過何種管道得知本粉絲專頁？

- 朋友介紹 動態消息 粉絲回饋活動分享 (其他)

7. 您對本粉絲專頁何種貼文較感興趣？(複選)

- 時事理財新聞資訊 名人、理財方式分享
心理測驗、理財故事/小知識 理財趣味圖片、影音、活動分享

謝謝您的耐心填寫！