

# 遠見

前進的動力

## 9名數位達人 教你創造財富

數位工具除了能挑選績優股、買基金、記帳理財，還可累積哩程點數、使用電子錢包、省下車險；更是整合跨部門協作、獨立工作、賣屋的好幫手。9位達人教你用智慧創造財富。

## 全台首次「數位原住民金融力」調查

《遠見》與玉山銀行、東方線上研究集團合作，進行全台首次「數位原住民」金融力調查。台灣20~35歲族群，數位金融力不成熟，僅46.1分，突顯銀行在數位發展上仍有很大潛力。

數位特刊

2016年10月28日出刊

## 20~35歲數位原住民全解析

# 聰明理財，亨利族來了

你知道嗎？亨利族（High Earners, Not Rich Yet. 縮寫HENRY）正成為全球財管市場的新寵兒。

這群數位原住民，年齡介於20~35歲，年輕、高薪、有投資能力、會享受生活、樂於接觸新事務，一出生就活在電腦、網路的數位世界。

面對全球化變局，「亨利族」如何透過數位工具，用20%的時間、完成80%的工作？聰明消費、聰明理財、聰明工作？金融業又該如何掌握這股數位新勢力？



# FinTech數位金融 「亨利族」來了！

文 / 成章瑜

群高新高收入、走向富裕的年輕族群——「亨利族」，正成為華爾街關注焦點。

「亨利族」是「HENRY, High Earner, Not Rich Yet」，指的是高薪準富裕的縮寫，2003年首次出現於《財富》(Fortune)雜誌，意指出生於1981~2000年、年齡介於16~36歲，年收入10萬到25萬美元，處於上升趨勢的新興準財富族。

他們是一出生就活在電腦、網際網路世界的數位原住民，網路Internet及行動Mobile所創造的數位語言就是他們的母語，在手機上了解世界動態、雲端行事曆安排行程、用LINE與同事溝通開會、用App記帳理財……。

進入FinTech時代，亨利族正逐漸成為財管市場新寵兒。全球金融業都在探討這群「小亨利一族」。進入不設限的世界，「亨利族」如何透過數位工具，用20%時間，完成80%工作？聰明消費、聰明理財、聰明工作？金融業又該如何掌握這群「亨利族」？

《遠見雜誌》與玉山銀行、東方線上研究集團及遠見研究調查共同合作，針對20~35歲的數位原住民，首次在台灣進行了「數位原住民金融力大調查」，並建立台灣「數位原住民金融力」指標，以理財力、消費力、願景力三大面向進行分

析。

調查結果發現，台灣「數位原住民金融力」平均分數46.1，其中願景力(69.6) > 理財力(40.65) > 消費力(28.1)，數位金融快速進入數位原住民生活當中，大家期望值甚高。在轉帳、貸款、股票投資、理財諮詢等15項金融服務上，台灣數位原住民擁有四種獨特的DNA：

**自主理財能力：**調查中，股票投資九成使用者都透過虛擬網路交易，基金及黃金也在八成以上，他們喜歡自己研究自己找資訊，自主理財將變成時尚名詞，亦是財富管理未來主流之一。

**亨利族擁抱數位投資：**台灣的亨利族收入4萬起跳，數位投資興趣積極。

**場景金融交易：**未來銀行無所不在，不論是指尖App，或是行動mobile，任何場景都可以交易，24小時不打烊。

**數位金融機會：**六大消費支出，金額最高依次為學習、住、衣、食、娛樂、交通；貸款申請、客服、信用卡服務，是三大未來痛點商機。

進入FinTech，「亨利族」與過去「青貧族」最大不同是，他們傾向自主理財。特刊中股票、基金、點數等九大達人，一起分享他們如何聰明消費理財。新世代新財富，台灣亨利族真的來了！

20~35歲數位原住民全解析

# 聰明理財， 亨利族來了！

文/林佳誼

每個年代的中堅族群，都是經濟成長的重要動力，80年代有雅痞族、90年代有頂客族。如今，「亨利族」的時代來了！

「亨利族」(HENRY, High Earner, Not Rich Yet.指高薪但尚不富裕)，出生在千禧世代，有投資能力、會享受生活、樂於接觸新事務，職涯潛力不斷攀升。

他們是活在電腦、網路世界的數位原住民，也是大型財富管理機構的關注焦點、金融新創公司不敢忽視的重大力量。

想要掌握全球金融最新趨勢，絕對要先了解亨利族。《遠見》並進行台灣數位原住民大調查，帶你一起聰明消費、聰明理財、聰明投資！



**小**谷，今年28歲，竹科工程師，年薪近百萬。五年前剛畢業時開始研究投資，最初資金只有10、20萬。但如今靠著儲蓄加獲利，資產成長到300多萬，是當初的10、20倍之多。

談到投資，小谷打開話匣子，分享自己除了八成資金放在台股外，也有一成左右拿來嘗試像網路P2P貸款這樣的創新金融商品。儘管媒體常報導P2P風險很高，但小谷卻覺得新創業者有社會理念，會增加他的投資意願。且投資本來就有風險，重點是自己有沒有做好功課。

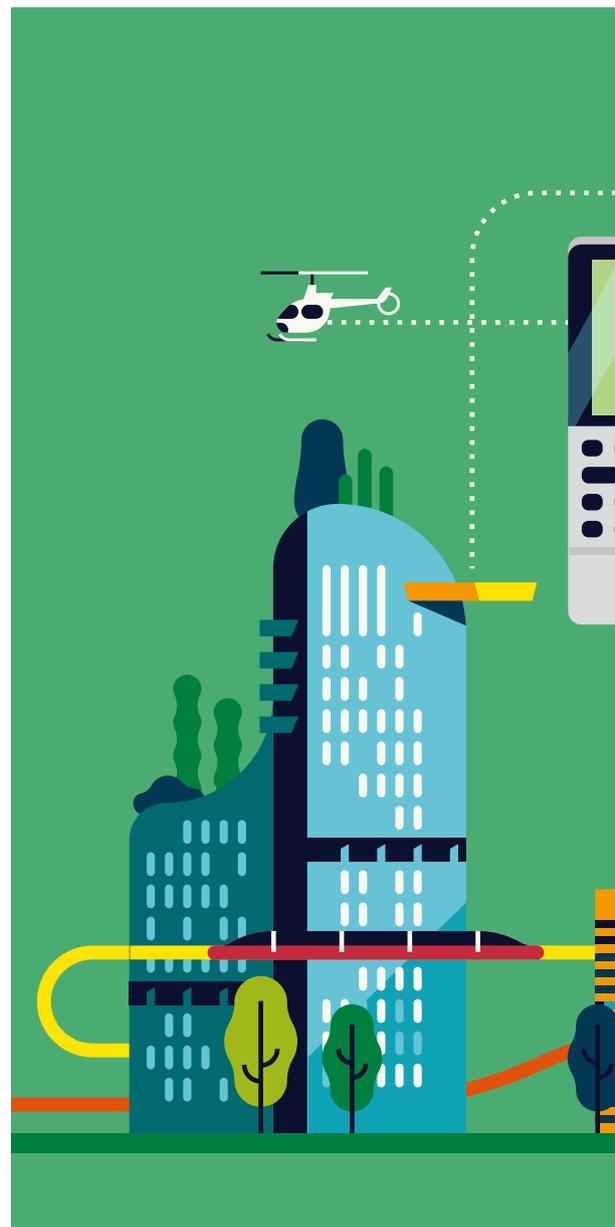
把投資當作第二個副業的小谷，理想目標是每個月光靠穩定股息、固定收益，就可以增加一萬元左右收入。為了準備相應的本金，他訂下存錢目標，每個月都把收入六成存下來拿去投資。他也坦言，為此日常消費要比較省，不能常吃大餐，出去旅遊也會選1000、2000元的住宿。

Iris，今年剛滿30歲，是科技業PM，她的理財消費觀則不同。在科技業工作經常加班的她，平時消費不手軟。前陣子流行的日本負離子吹風機，即使要價6000多元，她也趕風潮搶了一台。

「通常單價不超過一萬元的商品，我會想買就買，」Iris說，她除了固定把一小部分收入交給從事金融業的男友打理外，並沒有為自己刻意設定理財目標。只要不透支負債，把辛苦賺來的錢用在自己身上，她認為是很自然的事情。

Iris年底即將跟交往六年的男友結婚，但兩人早早就打定主意不想購屋，而是選在台北市精華地段的南京東路附近租屋。儘管每個月房租要三萬多，但他們仍認為值得。「因為我們覺得沒有必要為了買房子而犧牲一切生活品質，」Iris說。

雖然她平均月入七、八萬，未婚夫更高，在同



儕中已算很不錯。但以台北房價之高，也只能買得起市區內又小又舊、或是捷運末端交通不便的房子。如果為了購屋，而要犧牲未來10、20年的生活品質，他們認為並不值得。

## 亨利族崛起 帶動財管市場商機

像小谷、Iris這樣一群收入不錯、但仍稱不上富



Shutterstock.com

裕，必須省著花錢、或是不易存錢的年輕人，正在世界各國成為金融業關注的焦點。美國華爾街甚至已有量身形容他們的名詞出現，就是「亨利族」（HENRY）。

每個年代都有那個年代標誌的中堅族群，也都是最重要的經濟基礎、成長動力，只是每個年代中堅族群的面貌不太一樣。80年代有雅痞族，90年代有頂客族。而現在，新名詞「亨利族」來了！

「亨利族」（HENRY）是「High Earner, Not

Rich Yet」（高薪但尚不富裕）的縮寫，最早2003年首次出現於《財富》（Fortune）雜誌，意指出生時間與千禧世代相當（生於1981年至2000年），目前年齡介於16歲到36歲間，同時年收入介於10萬到25萬美元間的族群，並且職涯發展仍處於上升趨勢。

他們不僅是大型財富管理機構的關注焦點，也是金融新創公司最重要的潛在市場。

在紐約，已有打著「訴求亨利族」口號的新創

財富管理業者出現。33歲的Stash Wealth創辦人瑪拉妮 (Priya Malani) 就說, 她的顧客以剛出社會的醫師、工程師為大宗, 他們進行財管諮詢的地點通常不是辦公室, 而是酒吧。

瑪拉妮說, 這是個「『人生只活一次』(YOLO, You Only Live Once)、『害怕錯過』(FOMO, Fear Of Missing Out) 的世代, 所以服務的思惟、哲學和呈現都要重新打造。」

## 台灣版亨利族 七年級生出列

那台灣也有亨利族嗎?

「當然有, 亨利族是不分國界的」, 台灣財務工程學會「金融科技小組」召集人、大同大學資訊經營系兼任助理教授翁禮祺說, 以年齡來

分, 「這一群人在美國屬於千禧世代, 在中國則被歸類為八〇後, 在台灣就是以七年級生為主。」

根據主計處透過普查了解台灣人的家庭收支狀況, 將整個台灣的收入分成五等分, 全體所得收入在前20%者, 人數約有289萬人, 平均每人年所得約為109萬元。

進一步區分不同年齡組別, 未滿30歲者前20%平均年收入是89.6萬, 人數5萬685人。30~34歲前20%的人平均年收入是92.8萬, 人數18萬4240人。兩者合計約有23.5萬人。

如果擴大納入35~39歲收入者在前20%者, 平均年收入是99.7萬, 人數30萬1478人。三個年齡層相加總計更有53.6萬人左右(表)。

## 五大指標, 檢視你是不是亨利族!

你是亨利族嗎? 你的體內擁有亨利族基因嗎? 紐約新創財富管理業者Stash Wealth列出五項指標, 看看你是否像個亨利族?

### 1. 你工作賣力, 玩得也用力!

你的收入與同年齡者比起來還算不錯, 但每到月底似乎仍所剩不多。過去你覺得如果能賺到今天的月薪數字, 應該很快就可以存到好幾桶金, 但如今帳戶中似乎卻仍少了幾個零。

### 2. 你開始考慮一些「很大人」的問題!

雖然你還保留年輕人的思惟模式, 但卻發現自己時不時會開始考慮一些「很大人」的問題, 譬如要不要購屋、結婚、生小孩, 或是跟另一半共同開設銀行帳戶等。

### 3. 你的字典裡沒有「妥協」!

你看過上一代為了保有生活穩定犧牲太

多, 犧牲興趣, 犧牲夢想, 決定自己不想要重複相同的人生。

儘管你不是只活在當下、絲毫沒想過未來規劃, 但也不得不承認自己可能沒有太長遠的計畫。

### 4. 科技就存在於你的DNA!

你從小在電腦、網路的世界中長大, 科技與金融、生活的結合, 對你來說是再自然也不過的發展。你相信從網路取得的諮詢建議, 更習慣迅速從不同網站比對、確認資訊, 再做出自己的一套結論。

### 5. 工作與生活平衡對你來說非常重要!

科技是用來改善我們生活的, 而不是讓生活變得更糟。無論是當個上班族或創業者, 你都希望工作與生活能有更多的彈性、更好的平衡。

## 表 台灣亨利族約53.6萬人，成各行各業瞄準對象！

	人數	平均每人所得(元)
<b>全體所得收入者</b>	<b>289萬425</b>	<b>108萬5511</b>
按年齡組別分		
未滿30歲	5萬685	89萬5676
30~34歲	18萬4240	92萬8227
35~39歲	30萬1478	99萬7377
40~44歲	41萬9028	106萬3558
45~54歲	91萬5054	113萬2884
55~64歲	68萬2224	115萬36
65歲及以上	33萬7715	104萬7017



註：民國104年所得收入者，平均每人可支配所得依五等分位分，在前20%者  
資料來源：主計處

Shutterstock.com



跟電商平台Eztable合作，推出電子餐券、Restaurant Week餐廳週等活動，成功接觸到喜歡外食、有消費能力的亨利族們。

在航空業如「亞洲萬里通」，也打破傳統航空飛行常客計畫模式，與其它紅利平台OPENPOINT、HAPPYGO等合作，打出用信用卡聰明消費、輕鬆累積哩程的訴求，讓「亞洲萬里通」台灣會員人數在兩年內成長逾40%，超越90萬人。

綜合來看，以理想生活為目標，靈活、彈性、數位化，就是

### 靈活、彈性、數位化 最具吸引力

比起金融業，其它產業更早注意到這塊「亨利族」市場。

例如汽車業的賓士，2012年以來陸續推出新世代小車，並規劃低首付的優惠貸款方案，便是瞄準這群資產不高但還款能力高的年輕新富族群。2010年台灣賓士40歲以下的車主僅有24%，但截至2015年6月，已經成長至31%。

賓士車主包含高收入的亨利族和高資產的富裕族群，而台灣賓士公關協理陳允若觀察到兩者有一個很重要的不同，那就是「亨利族不能不工作，他們還是需要工作收入，才能創造他們理想的生活方式。」因此亨利族不傾向把手上的資金放在同一個籃子。提供多元化購車方案讓他們可做更靈活的財務規劃，就能刺激購車意願。

而餐飲業如君悅、華泰等五星級飯店，過去客群年齡層偏高。為了吸引更多年輕人上門，就靠

吸引亨利族的關鍵字。

## 數位原住民 出生就在網路世界

沒錯！這群年輕世代最主要的共同特徵，就在於他們都是「數位原住民」。

根據維基百科定義，以1980年代為界線，此後出生的人是「數位原住民」(Digital native)，此前出生的則是「數位移民」(Digital Immigrant)。「數位原住民」一出生就活在電腦、網路世界，他們打字的時間比寫字更長，用手機上網比打電話更多。

因此，翁禮祺說，當華爾街探討這些「亨利族」到底該由誰來服務的議題時，普遍看法是他們相信手機更甚於理財專員，未來比起理專、行員，他們可能更喜歡理財機器人。

資誠《2016年全球財富管理調查報告》也指出，數位金融將逐漸成為財富管理的未來發展趨勢。且近半數（47%）的45歲以下高淨值資產人士，未來有意願使用機器人作為財富管理工具。

資誠金融產業服務會計師郭柏如分析，在傳統財富管理業者仍主張個人化服務的同時，富裕階層客戶已開始傾向多樣性的高科技數位服務。如果服務提供者不懂得因應客戶的需求及消費者行為，這些機構就會面臨被市場淘汰的風險。

「金融業應該從一個新的觀點去看這些族群要的是什麼，」長期觀察消費市場的東方線上副總監楊少夫說，亨利族有他們自己獨特的理財方式與價值觀，如何好好理解他們，是金融業必須去思考的新課題。

楊少夫分析指出，這群現年輕世代對於資產投資的態度，愈來愈趨向兩個字——「觀望」。可有可無，沒有什麼事是非做不可。不買車，每天搭捷運也沒問題，不買房，一輩子租房也無所謂。不是買不起，而是不想把自己弄得這麼累。

但另一方面，現在消費者對創新、符合需求的產品，則嘗試意願通常很高。這種心態是否會延伸到金融商品？楊少夫認為，問題在於有沒有提供消費者真正想要的東西。從數位原住民的角度來看，「在網路上操作夠便利，能夠免除過去跑分行、臨櫃的麻煩，這個東西就有吸引力。」

具體來說，亨利族究竟期待怎樣的金融商品？

### 聰明消費〉「隨」支付

以消費過程必經的支付環節而言，如果是用現在的支付方式，你可能得找出信用卡，填入16位數卡號、有效日期、安全碼……，或是等有空時

去找到ATM轉帳。

但也許在不久將來，你只需要對手機下指令：「我要訂一張12月24日到曼谷的機票。」手機內建（或App）的人工智慧系統，就能直接幫忙找到最適合的機票組合。只要按下選擇鍵，從安排行程、訂票到付款，一氣呵成，前後只需三分鐘。這就是「隨」支付的概念。

「隨」支付很快就會到來。金管會日前宣布，國際三大行動支付系統Apple Pay、Samsung Pay、Android Pay「三個Pay全面開放」。包含玉山、國泰、中信、台新等發卡行，都已搶在第一波遞件申請，希望搶當消費者手機裡面的第一張Apple Pay、Samsung Pay信用卡。

最快年底前，你只要持有這些銀行信用卡，就能透過手機應用程式上傳卡號，審核通過後，就可到全台各家備有感應式刷卡機的超商、超市、百貨賣場等通路，享受擘一下「隨」支付的方便。

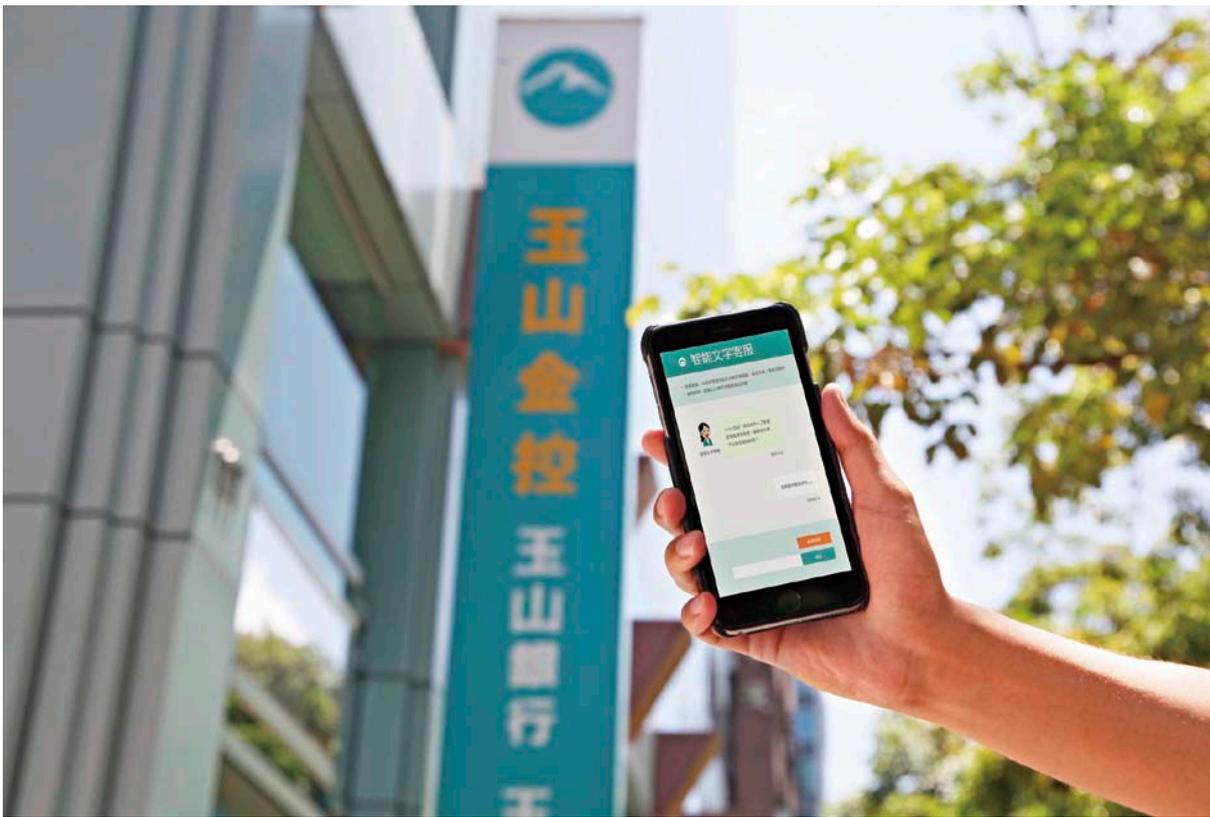
這將是未來各種消費生活入口，影響所及將改變人們的消費行為，也重寫未來各行各業的商業模式。

### 聰明理財〉「隨」省錢

透過數位工具支付還有一大好處，幾乎等於「隨時」為你記帳理財。別小看這個功能，它是離實現「夢想帳戶」最近距離的工具之一。

對於有工作收入，才能花錢消費的亨利族來說，怎麼樣聰明理財、掌握每天財務，怎樣在花錢的同時也能省下一部分的錢，是很重要的事。

由《BANK 3.0》作者金恩（Brett King）創辦的美國第一家行動銀行「Moven」，就推出帳戶直接連結收支記帳介面的功能，不僅幫你計算每月



金管會宣布開放包括Apple Pay在內的國際行動支付工具，玉山銀行是國內第一個推出HCE行動支付服務，希望搶當消費者手機裡的第一張信用卡。

玉山銀行提供

花費開支，還可以設下夢想帳戶，在每次消費時自動跳出來，提醒你距離夢想有多遠，需不需要省下這一筆錢，就像每個人手機內的數位理財管家一樣。

大同大學助理教授翁禮祺分析，要想黏住亨利族世代有兩個關鍵，一是透過數位管道去接觸他們，二是提供教育服務，讓他們知道聰明理財的重要性，進而與他們建立情感上的連結。

### 聰明投資〉「隨」交易

而亨利族投資也不再像上一代股票族隨時盯盤、看盤，三天兩頭跑號子。有五年投資經驗的竹科工程師小谷就說，他沒有個人理專，證券營業員也是「五年前開完戶後就再也沒見過了」，平常完全透過電子下單，隨時隨地交易。

翁禮祺說，亨利族是數位原住民，比起理專，他們可能更相信上網搜尋來的建議。誰能提供更

方便有用的工具，誰就能成為他們的往來對象。

高盛去年就針對千禧世代發表研究報告指出，包含Wealthfront、Betterment等新興的機器人理財顧問，正在吸引到愈來愈多亨利族顧客。

高盛指出，機器人理財通常收費更低，短期來說，這可以降低理財門檻，讓更多年輕人更早開始管理財富，也吸引更多顧客。長期而言，他們更看準隨著客戶年紀增長、財富增加，投資財管需求也會愈來愈多。

不論是股票、基金、保險、黃金存摺、記帳、紅利集點等，對亨利族來說，如何利用數位理財工具，用指尖快速創造出財富，也是全新市場。

台灣的亨利族來了！在行動網路時代，如何花20%時間，完成80%工作，甚至在數位財富上，聰明消費、聰明理財、聰明投資，不但是金融業必須全新思考開發的新市場，也是準亨利族們翻轉財富的新起點。G

1980年後出生 全球經濟的中堅力量

# 10個關鍵數字 認識台灣數位原住民

整理/方正儀

**你**認識他們嗎？1980年後出生，活在電腦、網際網路世界的數位原住民 (Digital natives) 一代，被視為是往後十年全球經濟的中堅力量，他們正開始席捲全世界，從消費行為到產業創新變化，無一不受他們影響。

你夠了解他們嗎？在台灣，這群在數位國度裡成長的21至35歲年輕人，已經占台灣總人口數的1/5強，七成以上擁有高學歷，占台灣勞動人口近八成，年所得平均超過4萬元。他們習慣於用圖像、影音，做雙向、即時的溝通，使用手機、網路及社群媒體，如同陽光、空氣、水一般的自然。他們如何牽動台灣的社會經濟發展？以下十個數字為你掀開關鍵一角。

**5,088,314**人

數位原住民總人口數

資料來源：內政部戶政司

**21.66%**

占台灣全部人口數的比率

資料來源：內政部戶政司

**73.70%**

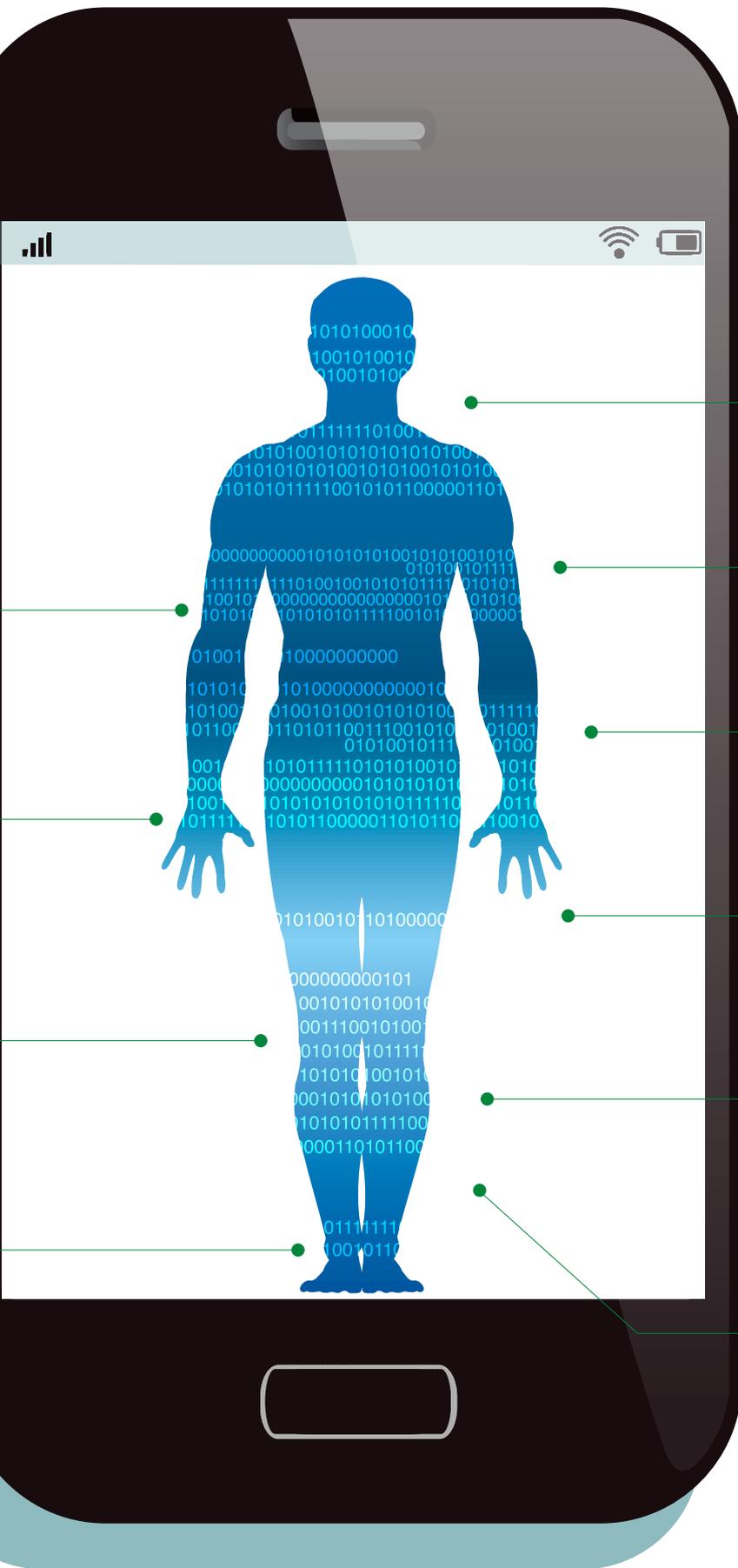
擁有大專以上學歷的比率

資料來源：內政部戶政司

**78.99%**

就業率

資料來源：行政院主計總處



**42.10%**

占台灣勞動力人口的比率

資料來源：行政院主計總處

**427,091元**

平均每人每年所得

資料來源：行政院主計總處104年家庭收支調查報告

**23,904元**

每月平均經常性支出

資料來源：行政院主計總處

**22.83%**

有偶率

資料來源：內政部戶政司

**3.97** 小時

每人每天平均閒暇時間（不含工作）上網時數

資料來源：東方線上

**66%**

以社群媒體網站為獲取最新資訊的來源

資料來源：Nielsen台灣世代生活型態（2015）

# 新世代伴隨數位成長 價值觀、特徵大不同

表1 價值觀  
主動、個性、變化、即時

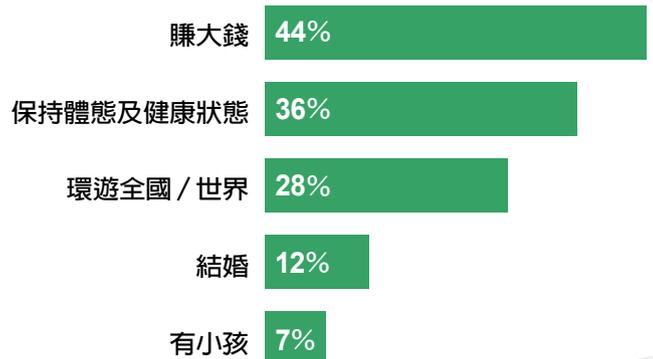
1980年代以後出生的數位原住民，從小就生長在有著各式數位產品的環境，讓他們有著與上一代不一樣的價值觀與特色。

- 沒有一天不與數位用品密切的共生共存
- 習慣同時處理許多事情
- 字是打出來的，不是用寫的
- 偏好主動探索
- 喜歡圖像式的說明
- 喜歡掌控自己的東西
- 喜歡個別化的事物
- 希望所有都是即時的，也是互動的
- 可以生活在虛擬和現實之間，而且喜歡參與所有事務
- 喜歡集體行動或共同參與，但是也喜歡展現自我
- 喜歡立即回饋
- 不喜歡制式、沒有變化、統一規範、一視同仁

資料來源：Marc Prensky

表2 未來最想做的事  
44%想賺大錢

數位原住民認真為自己的未來打拚，充實自己的荷包、身體與見聞，擁有自己的家庭並非他們的第一順位。



資料來源：Nielsen台灣世代生活型態（2015）

表3 **消費習慣**  
追求新事物、重視健康

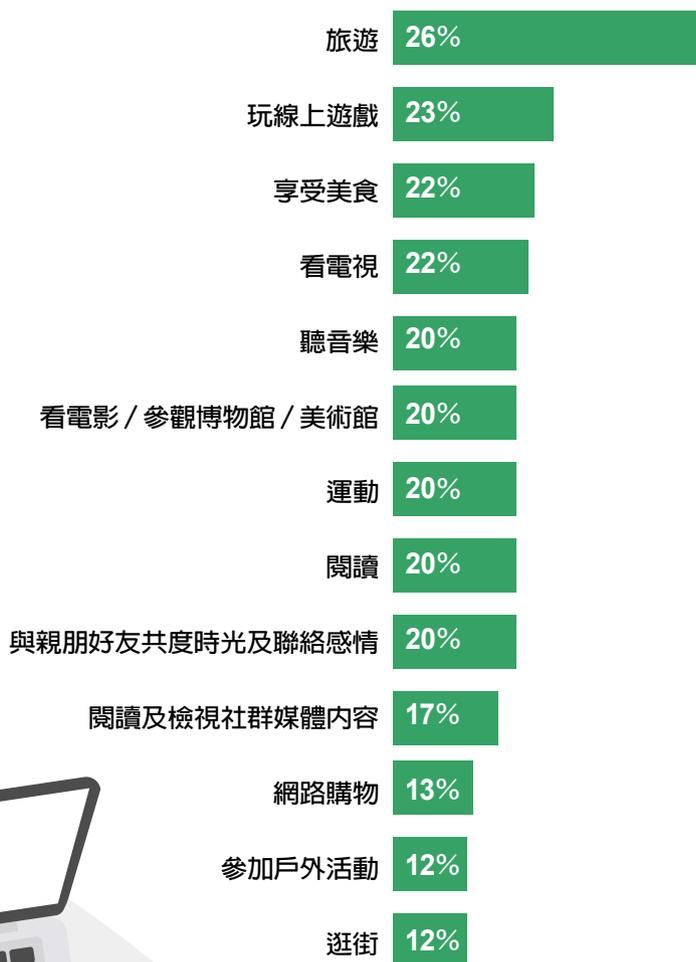
數位原住民已經成為社會的消費主力，他們喜愛追求新事物，而且樂於嘗試不同的方式來定義自我。

- 比起傳統的大型購物中心，他們更習慣在線上購物
- 比起其他世代（X世代&戰後嬰兒潮）更有「健康意識」（1.5倍）
- 很會使用科技產品、喜歡使用社群網絡
- 喜歡在特定的商店購買生活雜貨，但品牌忠誠度較低（運動品牌除外）
- 上一代視為必買的東西譬如汽車、電視、名牌包、房子等，在他們眼中已經不再這麼重要

資料來源：高盛投資銀行千禧世代調查報告

表4 **休閒娛樂**  
最愛旅遊、玩線上遊戲、吃美食

拿起手機不見得是打電話，可能是聽音樂、看影片或發簡訊，數位原住民的休閒活動傾向於玩視訊及網路遊戲、聽音樂等數位娛樂。



資料來源：Nielsen台灣世代生活型態（2015）

Shutterstock.com