

107
年
市
政
專
案
統
計
分
析

高雄市政府財政局動產質借所

107年7月

目 錄

一、前言.....	1
二、現況分析.....	1
(一)質借人之職業別分析.....	1
(二)質借人之年齡層分析.....	4
三、結論.....	12
【圖表一】近5年質借人各職業別所佔比率概況.....	2
【圖表二】近5年質借人各年齡層所佔比率概況.....	4
【圖表三】近5年質借人各年齡層每人平均質借金額.....	5
【圖表四】近5年我國人口數各年齡層所佔比率.....	6
【圖表五】近5年個人信用貸款各年齡層所佔比率.....	6
【圖表六】近5年首次來所質借人數各年齡層所佔比率.....	7
【圖表七】國家發展委員會105年度數位機會調查報告.....	8
【圖表八】105與106年度手機行動族世代成長比較.....	9
【圖表九】近5年新住民首次來所質借人數.....	10
【圖表十】106年度新住民上網率.....	11
【圖表十一】106年度國人上網最熱中的活動.....	11

高雄市政府財政局動產質借所

市政專題分析

近5年質借人職業別及年齡層分佈趨勢統計與策略運用

一、前言

爰公營質借機構之設立與存在價值並不以營利為目的，主要係肩負扶助社會經濟弱勢、安定社會功能，也就是當民眾有「需款孔急」時，可提供動產為擔保辦理質借，藉由低廉的利率，提供小額資金融通，協助民眾解決生活困境，發揮緊急紓困及平抑民間高利之政策，避免民眾因一時之需，誤觸地下錢莊，衍生社會問題。

本所自 105 年起就本所質借人職業、年齡進行逐年觀察，藉時間推移，透過實際營運數據，充分瞭解質借市場變化，並詳加分析，盼在發揮濟急融資的功能下，以有限的資源，做出最適配置及未來施政決策參考。

二、現況分析

(一)質借人之職業別分析

【圖表一】近 5 年質借人職業別所佔比率概況

本所質借人之職業	102 年度		103 年度		104 年度		105 年度		106 年度	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
民意代表、主管及經理人員	116	0.29%	108	0.28%	75	0.20%	67	0.18%	102	0.28%
專業人員	641	1.63%	574	1.49%	454	1.21%	445	1.19%	439	1.20%
技術員及助理專業人員	3,521	8.95%	3,590	9.32%	3,505	9.31%	3,813	10.17%	4,032	10.99%
事務支援人員	2,710	6.89%	2,836	7.36%	2,890	7.67%	2,997	7.99%	2,849	7.77%
服務及銷售工作人員	24,162	61.44%	23,744	61.62%	23,447	62.25%	23,263	62.03%	22,709	61.92%
農林漁牧業生產人員	580	1.47%	551	1.43%	540	1.43%	541	1.44%	536	1.46%
技藝有關工作人員	5,462	13.89%	5,143	13.35%	4,878	12.95%	4,671	12.46%	4,330	11.81%
機械設備操作及組裝人員	611	1.55%	494	1.28%	431	1.14%	370	0.99%	344	0.94%
基層技術工及勞力工	448	1.14%	450	1.17%	425	1.13%	358	0.95%	335	0.91%
軍人	32	0.08%	19	0.05%	29	0.08%	26	0.07%	32	0.09%
其他	1,042	2.65%	1,025	2.66%	989	2.63%	949	2.53%	969	2.64%
總計	39,325	100.00%	38,534	100.00%	37,663	100.00%	37,500	100.00%	36,677	100.00%

資料來源：本所

圖表一近五年(102年至106年)本所質借人之職業別

所佔比率得知，106年本所質借人之職業以從事「服務及銷售工作人員」、「技藝有關工作人員」、「技術員及助理專業人員」及「事務支援人員」等類為大多數，合計比例高達 92.49%，其中更以「服務及銷售工作」人員最高(所佔比率 61.92%)；另「技藝有關之工作人員」(所佔比率 11.81%)、「技術員及助理專業人員」(所佔比率 10.99%)分列二、三，與往年相較，起伏改變不大；另「民意代

表、主管及經理人員」(所佔比率 0.28%)、「軍人」(所佔比率 0.09%)等屬於穩定工作者亦皆然(未達 1%)。

依上開數據，獲得結論，本所質借人職業，仍傾向工作收入較不穩定或工作替代性較高的行業居多。

剖其原由，主要係現今之金融體系(如銀行)若要取得借貸，除辦理自用住宅貸款、消費性貸款，禁徵提連帶保證人外，目前銀行仍著重於擔保品之提供及借款人之還款能力徵信，也就是說，銀行常以授信 5P 等五項評估標準【即貸款人或企業之狀況(People)、資金用途(Purpose)、還款來源(Payment)、債權確保(Protection)、借款戶展望(Perspective)】，作為確認借貸風險之評估，若有安全性之顧慮時，仍會要求貸款人提徵信用連帶保證。此意味著具有穩定職業、收入，及過去信用狀況良好者較易獲得青睞；而職業替代性高或工作收入不穩定者，則常常借貸無門，在有資金需求，卻無法從銀行獲得借貸滿足之此情況下，往往容易使其轉入地下金融舉借，衍生嚴重社會問題。

當舖的營業型態早於現代金融體制之前，迄今已有一千四百餘年的歷史，主要以小額借貸為主，概因以「物」

稱「信」的借貸形式(不牽涉到「人」的信用)，不因職業或信用而有所差別，為今日金融機構所不能達之處。本所是唯一由高雄市政府經營之公營當舖，提供之服務以動產【黃(白)金、鑽石、勞力士錶】為擔保，利率低廉，以解決應急民眾之所需，同時兼具平抑典當市場利率之功能，突顯本所對工作性質不穩定之民眾，具有存在之必要性。

(二)質借人之年齡分析

本所將質借人年齡區分成 20 歲~30 歲、31 歲~40 歲、41 歲~50 歲、51 歲~60 歲及 61 歲以上等五個級距年齡層進行分析，分析結果如下：

1. 台灣已進入「高齡化社會」，61歲~65歲族群，將是本所未來擴增經營的對象之一

【圖表二】近 5 年質借人各年齡層所佔比率概況

本所 質借人	102 年度		103 年度		104 年度		105 年度		106 年度	
	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比	人次	百分比
20~30 歲	1,222	3.11%	1,150	2.98%	1,088	2.89%	992	2.65%	1,052	2.87%
31~40 歲	8,449	21.49%	7,730	20.06%	6,925	18.39%	6,631	17.68%	5,899	16.08%
41~50 歲	12,898	32.80%	12,873	33.41%	12,718	33.77%	12,472	33.26%	11,970	32.64%
51~60 歲	10,446	26.56%	10,093	26.19%	10,097	26.81%	10,084	26.89%	10,195	27.80%
61 歲以上	6,310	16.05%	6,688	17.36%	6,835	18.15%	7,321	19.52%	7,561	20.62%
總計	39,325	100.00%	38,534	100.00%	37,663	100.00%	37,500	100.00%	36,677	100.00%

資料來源：本所

圖表二近 5 年(102 年至 106 年)質借人各年齡層所佔

比率，106 年 41 歲至 50 歲之年齡層比率最大(約 33%)，其次為 51 歲至 60 歲(約 28%)； 31 歲至 40 歲約 16%；61 歲以上者為 21%。

值得注意的是落在級距 61 歲以上者有逐年增加趨勢，且自 105 年起已超越 31 歲至 40 歲，對照內政部戶政司統計資料，今(106)年 3 月底，我國 65 歲以上老年人口占總人口比率達 14.05%，相當於每七個人當中就有一名老人，是以，台灣已正式邁入「高齡化社會」，此與本所研究近 5 年質借人各年齡層所佔比率增減概況分析(圖表二)已相互輝映，在台灣進入「高齡化社會」的同時，也代表著有資金需求的消費年齡層，擴增至高齡趨勢明顯。

【圖表三】近 5 年質借人各年齡層每人次平均質借金額

每人次平均質借金額	102 年度	103 年度	104 年度	105 年度	106 年度
20~30 歲	27,923	28,974	25,444	25,312	26,928
31~40 歲	33,633	34,142	32,001	32,943	32,505
41~50 歲	37,742	35,545	33,974	34,302	34,555
51~60 歲	37,755	37,323	35,450	34,098	34,600
61 歲以上	32,372	32,266	31,143	31,247	31,629

資料來源：本所

接續上開研究，本所由圖表三進行研究分析發現，本所近 5 年(102 年至 106 年)質借人各年齡層中每人次平

均質借金額超過 3 萬元以上者，均落在 31 歲~61 歲以上之間。

也就是說，隨著高齡化社會的來臨，及年金制度的改革，退休年齡延後至 65 歲，勞動力年齡級距也逐漸擴增至 65 歲之間，若他們仍屬家庭主要經濟勞動力者，肩負家庭中的主要經濟來源，此時便容易有較大的資金缺口，相對也較有短期資金融通的需求(圖表二、三)，故 61 歲~65 歲族群，將是本所未來擴增經營的對象之一。

2. 行銷策略採多元、多變、多管等方向進行

【圖表四】近 5 年我國人口數各年齡層所佔比率

我 國 人 口 數	102 年度		103 年度		104 年度		105 年度		106 年度	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
20~30 歲	3630640	19.66%	3573558	19.17%	3529645	18.77%	3510917	18.51%	3531108	18.46%
31~40 歲	3913514	21.19%	3937937	21.13%	3948287	21.00%	3926680	20.71%	3809543	19.92%
41~50 歲	3702545	20.05%	3662857	19.65%	3630434	19.31%	3611727	19.05%	3645326	19.06%
51~60 歲	3457089	18.72%	3521242	18.89%	3567392	18.97%	3590121	18.93%	3610030	18.87%
61 歲以上	3766176	20.39%	3943058	21.16%	4128701	21.96%	4323714	22.80%	4525275	23.66%
總計	18469964	100%	18638652	100%	18804459	100%	18963159	100%	19121282	100%

資料來源：內政部

【圖表五】近 5 年個人信用貸款各年齡層所佔比率

個人 信用貸款	102 年度		103 年度		104 年度		105 年度		106 年度	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
20~30 歲	226014	18.34%	210144	17.30%	218017	17.40%	200583	16.25%	202386	16.09%
31~40 歲	448112	36.36%	442769	36.45%	452337	36.09%	450729	36.51%	449290	35.73%
41~50 歲	337025	27.35%	334880	27.57%	343533	27.41%	340932	27.62%	353605	28.12%
51~60 歲	176753	14.34%	181637	14.95%	191223	15.26%	192385	15.58%	199282	15.85%

61 歲以上	44495	3.61%	45420	3.74%	48192	3.85%	49899	4.04%	52589	4.18%
總計	1232399	100%	1214850	100%	1253302	100%	1234528	100%	1257152	100%

資料來源：財團法人金融聯合徵信中心

本所透過蒐集內政部統計資料 102 年至 106 年我國人口數在各年齡層所佔比率(圖表四)及財團法人金融聯合徵信中心統計近 5 年(102 年至 106 年)個人信用貸款各年齡層所佔比率(圖表五)比對本所同期間質借人各年齡層所佔比率(圖表二)結果：本所質借人年齡層介 20 歲至 30 歲間比例(約 2%至 3%)與我國該同年齡層之人口數所佔比例(約 18%至 19%)及該年齡層個人信貸比率(約 16%至 18%)皆僅約一成二左右，應證現代青壯年並非無短期資金融通之需求，而是將「典當交易」作為今日台灣金融市場其中一種的借貸行為，是一個被低度理解的經濟活動。

【圖表六】近 5 年首次來質借人數各年齡層所佔比率

首次 質借人數	102 年度		103 年度		104 年度		105 年度		106 年度	
	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比	人數	百分比
20~30 歲	71	10.64%	83	12.19%	77	13.18%	72	12.37%	74	12.13%
31~40 歲	170	25.49%	177	25.99%	166	28.42%	161	27.66%	150	24.59%
41~50 歲	217	32.53%	217	31.86%	176	30.14%	168	28.87%	217	35.57%
51~60 歲	145	21.74%	136	19.97%	106	18.15%	119	20.45%	117	19.18%
61 歲以上	64	9.60%	68	9.99%	59	10.10%	62	10.65%	52	8.53%
總計	667	100%	681	100%	584	100%	582	100%	610	100%

資料來源：本所

有鑒於此，本所自 106 年 10 月份起開始經營臉書

(Facebook) 粉絲團，為吸引年輕族群注意，更定期舉辦粉絲團按讚抽獎活動，根據本所首次(第一次)新借人數統計資料(圖表六)，106 年度首次來本所質借人數 610 人中，以 41~50 歲之壯年族群成長較多，而 20~30 歲年輕族群客源成長幅度卻不大；茲本所臉書係自 106 年 10 月開始啟動，面對近幾年大環境逐漸萎縮，新借人次逐年下滑情況下，本所能力挽狂瀾，遏止下滑趨勢並微幅成長，已屬不易，至於如何延攬年輕族群的挹注，本所將再集思廣益，調整行銷策略進行。

【圖表七】國家發展委員會 106 年度數位機會調查報告

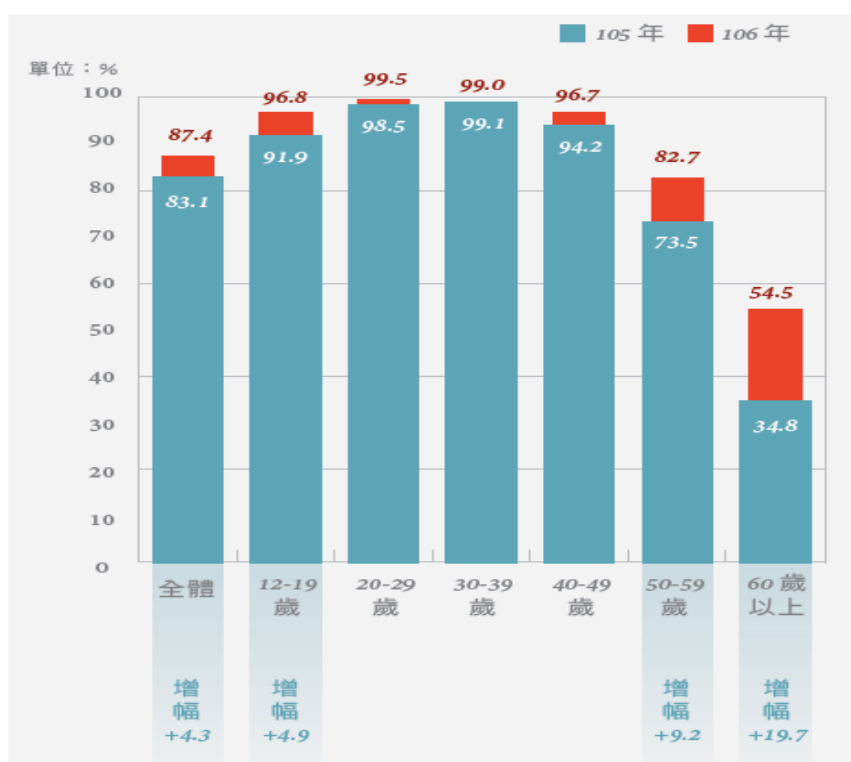
國發會 106 年調查報告	網路使用率 (%)	行動上網率 (%)	手機族每天平均連網時間(分)
20 歲~29 歲	99.2	99.6	253
30 歲~39 歲	98.7	99.5	235
40 歲~49 歲	96.1	98.5	165
50 歲~59 歲	83.3	95.0	116
60 歲以上	39.4	78.1	88
整體	82.3	97.4	201

資料來源：國家發展委員會

依國家發展委員會 106 年度數位機會調查報告(圖表七)，我國 106 年使用網路比例 82.3%，其中 20 歲至 39 歲青壯年比例高達 98%以上；另手機族 106 年使用行動上

網比例高達 97.4%，甚至連 60 歲以上手機族使用行動上網比例亦達 78.1%，且 20 歲至 39 歲青壯年之手機族平均每天連網時間長達 4 小時。

【圖表八】105 與 106 年手機行動族世代成長比較圖



資料來源：國家發展委員會

圖表八，105 年與 106 年手機行動上網比率結果：60 歲以上世代成長最多(增幅 19.7%)。是以，隨著網路發達與科技時代及高齡化社會的來臨，無論是哪個族群，智慧手機的使用及上網已相當普及，用來傳達網路行銷，已是必然且最具效果的有利工具。故本所的行銷策

略未來將採多元、多變、多管等方向進行，除賡續加強對年輕族群的網路行銷策略外，並適時調整對 61~65 歲族群的服務內容，如除經濟性的理性需求廣告外，對本所網路閱聽文案的設計，應增添濃厚情感色彩，讓消費者產生聽覺和視覺的衝擊(如質借小故事的分享、粉絲團抽獎活動的持續經營、廣告文字力求簡明易懂等)，以吸引消費者需求。

3. 規劃行銷策略，提供新住民瞭解本所，拓展行銷面向

【圖表九】近5年新住民首次來所質借人數

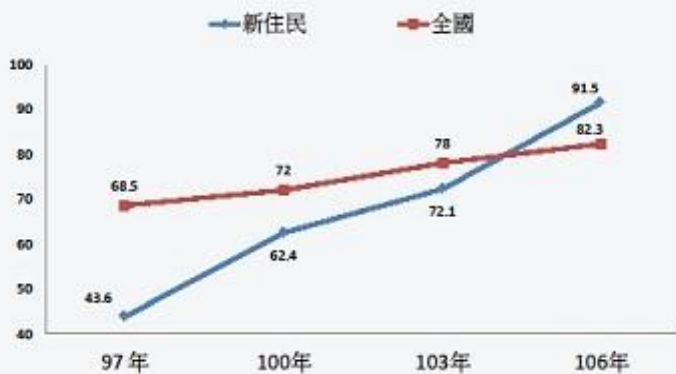
新住民質借人數	102 年度人數	103 年度人數	104 年度人數	105 年度人數	106 年度人數
總計	14	10	15	22	18

資料來源：本所

內政部統計，1990年後經由婚姻取得本國籍及身分證的新住民已超過65萬人，占全台人口3%以上，已超越原住民56萬人口，成為閩南、客家及外省人之外的第4大族群，根據高雄市政府民政局的統計，截至106年12月底高雄市新住民人數有47,779人，而107年5月份已達48,144人。依圖表九，本所近5年新住民首次來所質借人數有逐漸增加的趨勢，此訊息將值得本所注意與研究。

【圖表十】106年度新住民上網率

新住民上網率首次超過全國12歲以上民眾

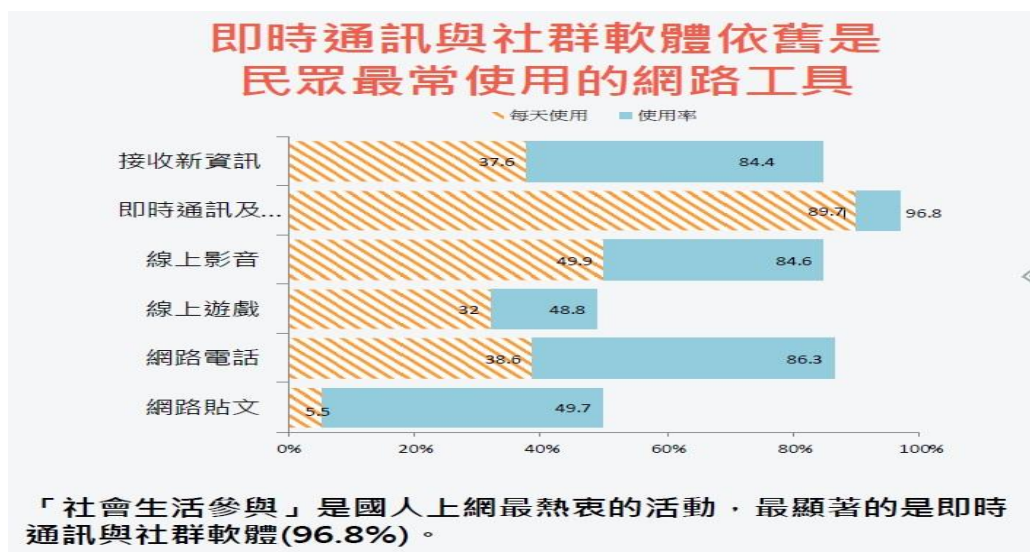


新住民的上網率不斷提升，由民國97年的43.6%、100年的62.4%、103年的72.1%，到今年的91.5%，首次超越全國的82.3%。

資料來源：國家發展委員會

從圖表十：新住民的上網率不斷提升，由民國97年的43.6%、100年的62.4%、103年的72.1%、到106年91.5%，首次超越全國的82.3%。由於新住民的高上網率，將有利於本所網路行銷的機會。

【圖表十一】106年度國人上網最熱中的活動



圖表十一：「社會生活參與」是國人上網最熱中的活動，其中，**最顯著的是即時通訊與社群軟體(96.8%)**，依次為網路電話(86.3%)、線上影音(84.6%)及查詢新資訊(84.4%)..等。鑒於台灣民眾使用網際網路及手機上網普及率已全面化，行動上網已融入日常生活，本所除賡續最熱門的加臉書按讚分享，並將整個抽獎活動透過直播與民眾互動，增進民眾對本所的瞭解外，如何提供新住民瞭解本所的服務項目及融資管道，將是本所未來拓展行銷面向的策略之一。

三、結論

政府設置公營質借機構，從事典當放款業務，屬金融經濟層面之一環。其設立宗旨並不以營利為目的，主要係以扶助社會經濟弱勢；協助民眾解困救急，避免誤入地下錢莊，發揮緊急紓困，安定社會等任務。

本次撰寫之專案統計報告，主要是延續 105 年分別從質借人職業及年齡逐項檢討，並將成果績效予以比較分析，從中發現問題，尋求改善方法，持續透過統計分析，瞭解社會環境的演變及民眾融資習慣的變化，及時

修正業務動向提供服務，落實政府保障「庶民經濟」之施政理念；對新住民客群的服務，將加強對新住民客群的宣導及文宣廣度，增加新住民對本所的認識，扮演尊重多元文化友善城市形象之角色。