

永豐期貨林家進總經理談 新冠疫情加速期貨業數位轉型

◎永豐期貨提供



過於線上開戶數呈現飛躍性的成長，2020年永豐期貨不含IB平均每月線上開戶數為2019年度的5.2倍，線上開戶占比也從29%上升至59%，反映投資人對遠距與線上服務之需求。

在疫情衝擊下，傳統人與人之間面對面直接接觸的線下服務模式轉為線上交流模式已無法避免，未來不論

2020年初突如其來的新冠疫情不僅攪亂全球實體經濟秩序，各國政府所採取的防疫措施對人們的生活也產生巨大的改變，不過正所謂危機就是轉機，從字義上來看，危機就是危險與機會的複合詞，新冠疫情雖然對全球各層面來說都是一個很大的衝擊，但也正是因為這個衝擊推動與加速各種產業升級，最明顯的就是遠距工作與線上社交等需求大幅增加。

疫情期間最火的線上視訊會議軟體Zoom去年股價翻漲500%以上，今年2月以色列與科索沃更透過視訊進行建交儀式創下全球首例，而對期貨業來說，最明顯的感受莫

是線上會議、線上教育、線上娛樂、線上醫療，以及線上電子商務與消費新模式，都可能成為下一個全球經濟成長的新亮點。除了疫情之外，中美貿易戰、英國脫歐、美國大選以及各種難以預料到的趨勢與事件，如何讓投資人快速掌握與了解，適時透過期權商品進行避險或策略布局來因應，都是期貨業可以精益求精甚至是創新思考的方向。

尤其是隨著5G時代的來臨和普及化，傳統帶寬限制、同時時延問題和大量終端接入能力得到根本解決，大數據和智能學習的能力將充分發揮，並整合成強大的數位體系，這個體系將改變人們生活的各個層面。當數

位已經變成人們生活的一環，與人們的關係也將更加緊密時，數位轉型對期貨業來說已然不是一個選擇，而是一條非常迫切且必經的挑戰與道路。

那甚麼是數位轉型呢？數位轉型是一個結合數位科技與既存營運模式的過程，每一個產業著重的點和優先順序皆不盡相同，相較於有形商品之實體企業可能將重心放在改善營運流程效能上，期貨業主要是以無形的服務為主，如何結合數位科技增加行銷與業務曝光度、優化客戶使用體驗、思考市場定位與品牌，應是目前優先考量的地方，在這之中我們認為以客戶的價值為核心，將更多的重心放在訊息傳遞與顧客體驗上，將能讓期貨公司與客戶之間的關係更加緊密。

對永豐期貨來說，2020年可謂是永豐期貨的數位元年，我們先後在FB粉專、YouTube頻道、Line@生活圈、IG等社群平台建立永豐期貨官方帳號，增加行銷與業務曝光度，也針對原本僅適合電腦或文件閱讀之研調報告，新增適合手機、平板電腦等移動裝置閱讀的視覺化版型，優化客戶使用體驗，此外我們也建置專業的影音製播室，將一系列完整的國內外期權相關教學課程，透過直播或錄製影音等方式線上呈現，不僅符合防疫需求，也便利客戶隨時隨地透過手機或電腦等設備接收最新資訊，進一步提升對期權商品的認識，以及了解操作策略如何應用等知識。

2020年雖有疫情干擾，但在聯準會資金寬鬆預期下激勵股市跌深反彈，台股全年

上漲2735.39點或22.8%，收在14732.53點，期權市場交易量能也因行情劇烈波動而大爆發，買賣合計6.83億口較2019年大幅成長30.9%，創下臺灣期貨市場交易量能的新高紀錄；2021年川普敗選下台，中美緊張態勢得以緩解，此外為對抗遲未落幕的新冠疫情，美國新總統拜登全力推動新一輪經濟刺激方案，持續點燃市場多頭信心，也增添股市持續創高的可能性。

除了股市之外，大宗商品在後疫情時期也有著亮眼表現，去年4月一度跌入負值的油價，現已經反彈至每桶60美元之上，黃豆、小麥、玉米等農產品價格也因中國需求強勁而紛紛創下6年半新高，銅價亦因樂觀看待疫苗接種有助全球經濟成長回彈而攀爬至2012年以來最高。根據期貨公會統計數據顯示，2020年國人海期交易量能較2019年成長3.1%，其中涵蓋上述大宗商品的美國地區成長41.1%表現為最，反映投資人對商品市場的關注度也逐年提高。

不論是內期或是海期市場，透過數位化工具讓投資人接收最新資訊，學習相關知識提升交易所需技能，優化客戶使用體驗是期貨業須努力改善與創新思考的方向。展望未來，數位轉型對期貨業刻不容緩，我們相信唯有做好準備與策略調整，加上強大的執行力，勢必能提升整體經營績效，持續刷新期貨業的亮眼成績單。

