

## 我國資產管理業者國際行銷業務發展與對策

研究性質：「資產管理人才培育與產業發展基金」107年度工作計畫

計畫主持人：郝充仁教授

研究期間：107年7月～107年12月

報告摘要：

資產管理已成為全球匯集資金的龐大金融業務，全球資產與財富管理快速成長，在此潮流中，我國如何擴大市場版圖，將資產管理業者推向國際，是當務之急。以下就本報告之重點結論與建議摘要如下：

### 一、業者進行國際行銷模式

我國的資產管理業者商品銷售予外國人，按交易發生地點可分為國內及國外；我國法規並未限制外國投資機構投資我國資本市場，故外國機構投資人投資我國基金對於我國業者將是最簡便快速的方式，因此如何加強行銷，獲得國外投資機構之青睞，並提升商品操作績效將是重要課題。

業者欲至各國擴展共同基金之業務，則面對各國境外基金准入之嚴格規定，多數地區允許外國人在當地設立投資或資產管理公司，設立投資公司後則依當地規定發行當地基金；但基於保障其國內金融市場及投資人權益，對以境外基金於當地銷售的方式，則不被允許或限制嚴格，須經國與國進行司法管轄權認可後方得以銷售。綜合分析可行之國際行銷模式如表一：

表一 業者可行之國際行銷模式

國內/外	行銷模式	說明
國內	外國機構投資人直接投資我國基金	我國對於外資機構無投資限額

國外	銷售境外基金	我國法規需經當地監理機構進行司法管轄權認可，程序繁複
	技術輸出合作	無法規限制
	各國對外國資產管理業者准入方式	合資、併購或獨資設公司 • 以白牌模式在當地依當地法規發行當地之基金； • 或委託代銷公司銷售； • 於國外當地發行以我國基金為標的之鏡子基金或連結基金。

## 二、我國業者赴各國行銷我國基金之可行性分析

本研究以美國、歐洲、盧森堡、日本、新加坡、香港及越南等國作為探討我國業者國際行銷之對策；日本、香港及新加坡可以在當地設公司，法令上並未限制境外基金之銷售。

日本規定由代銷公司先確認境外基金註冊國法規是否與日本規定相符，若有不相符者，會要求依據日本規定調整後才能申請，條件相當嚴格程序亦繁複，國際上大型資產管理公司係以於當地設立公司發行當地基金方式進入，可能基於代銷公司須先審核法規之責任，因此日本銷售境外投資標的商品實務上多以發行連結基金方式辦理。

香港及新加坡雖未規定銷售境外基金須經過司法管轄權認可，但申請境外基金仍需通過主管機關之審核程序，若未取得司法管轄權認可的地區，申請程序及規格上可能較嚴格繁瑣。美國與越南原則上未許可境外基金銷售，歐盟則需通過司法管轄權認可；茲統整各國准入模式如表二：

表二 各國對外國資產管理業者准入模式

國/地區	設立公司	境外基金銷售
美國	✓ 發行當地基金	✗ 少數加拿大基金獲 SEC 核准進入
盧森堡	✓ 發行當地基金	✗ 1. 法規互認方可發行 UCIT 基金 2. 以向當地合格資產公司靠牌發行基金
日本	✓ 法令未規定公司僅能發行當地基金	✓ 毋須法規互認，但須委託代行協會會員銷售
新加坡	✓ 法令未規定公司僅能發行當地基金	✓ 毋須法規互認，但須獲得新加坡金管局批准為認可投資計畫
香港	✓ 法令未規定公司僅能發行當地基金	✓ 毋須法規互認，但須獲香港證監會審核認可
越南	✓ 發行當地基金	✗ 禁止發行境外基金

### 三、業者階段性國際行銷策略建議方向

本研究經蒐集整理以及訪談業者意見，茲研議我國業者行銷國際 10 項策略，依據執行的時程，研擬短、中長期對策目標，如表三：

表三 投信業者行銷發展方向之對策

	編號	發展方向	對策
短期	1	加強國際行銷，鼓勵境外機構投資人直接投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 若為金控集團之投信業者，配合集團國際業務拓展，積極接洽當地投資機構或大型退休金等機構投資人，推薦基金商品。</li> <li>• 可配合主管機關出席資本市場相關國際會議，安排對我國基金市場作介紹。</li> <li>• 共同參與證券周邊單位率團赴各國招商、引資等行程，推廣我國基金市場。</li> <li>• 業者共同組團與國際資產管理機構洽談，經驗交流並行銷我國基金之特性及績效。</li> </ul>

	2	積極與國外機構洽談合作，發揮業者本身專長技術輸出	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 無須經過司法管轄權認可且無相關法規之限制，與當地機構洽談成功，即可依計畫進行。</li> <li>• 我國業者以專長技術負責商品或制度設計，當地機構則負責銷售及推廣，綜合雙方長處，共同分享商品之利益。</li> </ul>
	3	司法管轄權已針對特定商品互認	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 我國與香港之ETF可以互相掛牌，過去我國已有在香港掛牌經驗，因應當今市場對於被動式投資需求量大增，業者可以延續規劃。</li> </ul>
	4	無限制准入之地區	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 日本未限制境外基金之銷售，但須委由代行協會先審核境外商品是否符合當地法令，再進行該國銷售及行政業務。</li> </ul>
	5	發行鏡子基金及連結基金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 每支鏡子基金都對應市場上公開發行的一支基金，因結構如同鏡像對映，由境外機構複製本國基金的投資組成成分，鏡子基金通常會附帶變額萬能壽險(Variable Universal Life, 簡稱VUL)產品，變額萬能壽險是一種投資型保單，結合保險與共同基金之壽險商品。</li> <li>• Feeder Fund 由外國機構發行以我國基金為主之連結基金，如日本引進外國標的多以連結基金方式。</li> </ul>
	6	靠牌快速進入商機大的市場	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在未取得司法管轄權之認可前，在當地洽詢合格管理公司，以其牌照發行當地基金。</li> <li>• 與管理公司談妥各自權利與義務，發行之基金設在當地公司名下，發行時可運用種子基金。</li> </ul>
中	7	與當地業者	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 在當地洽與已取得相關營業許可執照</li> </ul>

長期		合資成立合資公司	<p>之公司合資，可迅速進入市場發行基金。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用該公司當地聲譽及通路行銷。</li> </ul>
	8	新設立公司或併購當地公司於當地發行基金	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 依當地設立公司或併購，依當地規定發行基金，直接面對投資人需求，掌握市場風俗習慣，接地氣。</li> <li>• 我國部分業者已在香港取得執業牌照，第九號牌照可提供資產管理業務。</li> </ul>
	9	洽特定國家監理機構法規認可	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 司法管轄權互認後，於當地銷售境外基金。</li> <li>• 可以從商機大且較願意接受我國商品的國家單獨洽談，例如印尼和馬來西亞國際化及開放程度較高，單獨洽談相較於加入亞洲基金護照之協商單純。</li> </ul>
	10	基金護照	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 加入地區基金護照，取得基金進入各國的許可後，由業者至各會員國銷售我國基金商品。</li> </ul>

#### 四、配套措施建議

為提升業者之競爭力，未來業者與主管機關加強推動方向建議如下：

##### (一)對業者推動國際化行銷之建議

- 1.商品競爭力需要再提升、國內市場規模仍需擴大方能發揮綜效
- 2.國際化業務需要充足的動能，其中最重要為人才，加強關鍵專業能力與國際化能力。
- 3.加強運用 Fintech 新技術，在基金之發行、行銷與推廣上提升效率，提供充分產品資訊、簡化申購贖回繁瑣程序，便利投資人下單等。

##### (二)主管機關制定政策參考

- 1.種子基金規範，衡酌我國業者推動之需求，酌予放寬種子資金來源、用途及運用期限。
- 2.新南向政策除評估加入亞洲基金護照之可行性，亦可針對資本市場發展與我國較接近且交流頻繁之國家先個別洽談。
- 3.鼓勵措施：「投信躍進計畫」推動以來，主管機關已進行滾動式調整，諸多業者極度認同並已積極爭取享有優惠措施，建議可依鼓勵業者之方向制訂分級標準，獎勵國際化成效佳業者，並扶植有心推動國際化之中小業者(金管會 108 年 2 月 27 日證投字第 1080300232 令，「鼓勵投信躍進計畫」已修正納入)。