

專業投資人金融商品專業知識測驗

《答案卷》

至少需答對 7 題才符合測驗標準

【A 版】

題號	答案	題目
1	X	債券市價與市場利率常呈現同方向變動。
2	○	非投資級債券是指信用評等較低或未經信用評等，違約機率相對較高，發債機構必須提供較優的付息條件，才能吸引投資人投資之債券。
3	X	「保本型」結構型債券可視為零息債券與期貨契約之組合。
4	X	在其他條件相同下，當殖利率變動 1%時，高票面利率債券價格的變動會比低票面利率債券價格的變動大。
5	○	債券投資面臨之風險包含「利率風險」。
6	(C)	投資人購買不保本之境外結構型商品，其最大風險為何？ (A) 僅損失利息 (B) 僅損失手續費 (C) 可能損失部分或全部本金 (D) 不會有任何損失
7	(C)	下列何者最能反映海外公司債之「再投資風險」？ (A) 發行人違約導致本金損失 (B) 匯率變動影響投資報酬 (C) 債息在較低利率環境再投資 (D) 市場流動性不佳
8	(B)	有關境外結構型商品之「發行機構信用風險」，下列何者敘述正確？ (A) 信用風險僅影響利息，不影響本金 (B) 若發行機構違約，投資人可能無法取回部分或全部投資本金 (C) 結構型商品皆由第三方保證，不受發行機構影響 (D) 信用風險僅存在於股權型商品。
9	(B)	投資人評估海外債券信用風險時，下列何者最具參考價值？ (A) 發行國之旅遊人數 (B) 發行機構之信用評等（如 S&P、Moody's） (C) 債券外觀設計 (D) 投資人個人偏好
10	(A)	基本分析常利用下列何種數值來評估普通股的價值？ (A) 每股盈餘 (B) 過去成交量 (C) 市場成交量 (D) 歷史成交價格

【B版】

題號	答案	題目
1	○	假設其他條件相同，債券價格對利率變動的敏感度，會隨著到期日趨近而遞減。
2	X	組合式股票基金係屬於衍生性金融商品之一種。
3	○	國發會所編製的景氣對策信號中，藍燈代表「景氣低迷」。
4	○	在其他條件相同下，到期期間愈長的債券，其價格對利率的敏感性愈大。
5	○	債券是發行者為籌集資金而發行、在約定時間支付一定比例的利息，並在到期時償還本金的一種有價證券。
6	(D)	哪一比率常被認為是影響股票報酬率的因素之一？甲. 本益比；乙. 淨值市價比；丙. 公司規模大小 (A) 僅甲、乙 (B) 僅乙、丙 (C) 僅甲、丙 (D) 甲、乙、丙
7	(D)	根據技術指標，下列何者是賣點？ (A) 股價由下往上穿過5日線，且5日線開始上揚 (B) 黃金交叉 (C) MACD之柱線在0軸以下，且有越來越短之趨勢 (D) 5日乖離率在5%以上
8	(C)	衡量風險時，需考慮到多方面的風險來源，如石油危機、美中貿易戰即屬於： (A) 企業風險 (B) 財務風險 (C) 市場風險 (D) 流動性風險
9	(D)	下列何者不是投資共同基金的好處？ (A) 專業機構管理 (B) 具有良好的流通性 (C) 分散投資風險 (D) 基金保證獲利
10	(B)	採定期定額投資共同基金時，下列敘述何者正確？ (A) 當基金淨值愈高時，可購得之基金單位數愈多 (B) 當基金淨值愈高時，可購得之基金單位數愈少 (C) 當基金淨值下跌時，可購得之基金單位數愈少 (D) 可購得之基金單位數，不受基金淨值影響

【C版】

題號	答案	題目
1	○	結算風險是指當銀行履行契約規定之交割義務後，因全球時差尚未收到交易對手所提供之報償或價值而承擔的風險。
2	○	期貨之集中交易市場其成交的撮合原則為價格優先，其次為時間優先。
3	X	信用評等是信評機構對於企業或國家的償債能力給予評等，原則上信用評等越高，該企業或國家發債籌資成本就越高。
4	○	技術分析型態中，通常「頭肩底」形成之後，代表股市正式開始反轉向上。
5	○	海外公司債之殖利率利差（Credit Spread）通常會隨著發行人信用狀況惡化而擴大。
6	(B)	下列何種類型的基金，主要集中投資於「一籃子」股票，並可享有資本利得與潛在股息？ (A) 期貨信託基金 (B) 股票型基金 (C) 貨幣市場基金 (D) 固定收益型基金
7	(A)	ETF「指數股票型基金」與共同基金最大差異為何？ (A) ETF可於股市即時交易 (B) 共同基金可即時買賣 (C) ETF保證獲利 (D) 共同基金完全無風險
8	(C)	若結構型商品發行機構執行提前買回權，投資人可能面臨下一個投資標的無法提供與原商品相同之收益，這種風險稱為？ (A) 利率風險 (B) 匯率風險 (C) 再投資風險 (D) 賦稅風險
9	(A)	保本型商品於到期或提前到期時，客戶可取回原計價幣別多少比例的本金？ (A) 100% (B) 90% (C) 50% (D) 以上皆是
10	(C)	銀行向一般客戶提供結構型商品交易服務時，下列何種作為正確？ (A) 為結構型商品績效之臆測 (B) 強調結構型商品沒有信用風險 (C) 應於交易文件或網站中載明交易糾紛之申訴管道 (D) 提供贈品勸誘客戶購買結構型商品