

# 2023 中国居民 金融素养报告

2024年4月



SAIF

Shanghai Advanced  
Institute of Finance  
上海高级金融学院

charles  
SCHWAB

嘉信理财

### 知识星球 全球资讯精读

每月持续更新5000+行业研究报告，价值研究体系帮助投资决策。  
覆盖全行业，上万份行业研究报告展现、解决细分行业知识空白。

### 知识星球 全球资讯精读

实时精选全球最新财经资讯，多角度解读热门事件内容观点。  
挖掘国际财经内幕，探究全球重点事件，深度聚焦一二级资本市场。  
涉及私募股权、创投、金融、投行、并购、投资、法律、企管等领域。  
提供研报专业定制服务。

（免责声明：报告收集整理于网络，仅限于群友学习交流，请勿他用）

CR 全球资讯精读



入宝藏群请加  
quanqizixun8

全球资讯精读



知识星球

本文件由上海高级金融学院和嘉信华礴（上海）企业管理咨询有限公司共同发布。其内容及文件中包含的任何附件仅作为一般信息，而非投资建议。此类信息未考虑投资者的特定投资目标、财务状况及个人需求，并非用于替代专业意见。投资者应在作出投资之前，根据自身的特定投资目标、财务状况及个人需求就有关投资产品的适用性寻求独立专业意见。

未经上海高级金融学院和嘉信华礴（上海）企业管理咨询有限公司明确书面同意，不得以任何形式复制或在任何其他出版物提及本文件及本文件所含的任何附件的任何部分作商业之用。

本文件由上海高级金融学院和嘉信华礴（上海）企业管理咨询有限公司发布。

© 2024 上海高级金融学院与嘉信华礴（上海）企业管理咨询有限公司发布。保留所有权利。

本文件仅供2024年4月16日举办的“上海高级金融学院-嘉信理财2023中国居民金融素养报告”发布会使用。  
本文件内容仅供参考，不应视为买卖任何金融工具的建议。

(0324-UKB8)

# 寄语

治国有常，利民为本。改革开放四十余年，我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段。党的二十大报告提出，必须坚持在发展中保障和改善民生，鼓励共同奋斗创造美好生活，不断实现人民对美好生活的向往。金融生活是民生的重要组成部分，与人民提升被动收入、实现美好生活息息相关。如何在居民财富积累到一定水平的当下，帮助居民提升金融素养，满足居民日益迫切的财富管理需求，成为金融行业共同关心的热点话题。

金融素养作为居民整体精神素养的一个重要方面，具有一定的阶段性。我们对金融素养的讨论应当建立在经济相对发展、社会相对成熟的基础之上。目前看来，一方面随着我国城市化进程的加快、人口结构的变化，金融市场不断发展，产品逐渐多元和复杂化，环境、市场、产品的复杂程度增加，财富管理的难度增加。另一方面居民收入不断增长、财富结构多元化，对参与金融活动、财富管理活动的需求也在不断增加。这中间就存在需求难以满足的落差和错配的潜在风险。此时，贯穿于每一个金融活动、财富管理活动中的金融素养显得尤为重要，可以说中国已经进入到金融素养提升的关键节点。其核心在于推动投资者行为和金融市场发展形成良性互动，为居民的财富管理打下坚实基础。

因此，开展中国居民金融素养状况调研，对于理解我国金融市场发展状况、提升居民财富健康、推动财富管理行业长远发展都具有重要意义。《中国居民金融素养报告》由上海高级金融学院和美国领先的金融服务机构嘉信理财共同发布，这种国际合作很好地帮助我们在更宽广的背景和视野下深化研究。报告全方位揭示了中国居民家庭的金融素养状况，展现了国民对金融教育的多元化诉求，为我们在未来更好地优化金融教育、满足不同居民家庭对财富管理的需要提供了一定的启示。

提升居民金融素养是一项长远工程，需要依赖多方合力，不能一蹴而就。期待各方在今后能进一步深化合作，为实现居民美好金融生活做出应有贡献。

**屠光绍**

执行理事

上海高级金融学院





# 序言

半个世纪以来，中国经济实现飞速发展，居民家庭财富稳步积累，日趋成熟的金融市场上也涌现出更多样化的投资选择。随着越来越多的人成为自己和家庭财富管理的第一责任人，能否准确识别金融风险、理性选择投资方向将直接影响个人乃至家庭的财富安全和健康，金融素养由此成为居民财富管理之路上的重要课题。

在此背景下，上海高级金融学院和嘉信理财自2022年起开展合作调研，通过问卷调研的方式，从货币与银行、收支与信贷、储蓄与投资、消费者权利与责任、财务规划、安全与保障六个维度勾勒出中国居民金融素养的现状和群像。在去年报告的基础上，今年的研究深入剖析了居民金融素养水平在不同地区、年龄、性别及受教育程度的人群中呈现出的差异性，以及素养水平与部分金融行为之间的相关性。报告发现，青少年群体在收支与信贷维度尤显薄弱，而老年群体则应加强对消费者权利与责任、财务规划等知识和技能的关注。此外，金融素养水平对居民的养老规划行为、对投顾服务的理解和接受度等都有一定影响。

与此同时，身为金融教育的主要参与者，金融服务机构开展投教工作的现状及其对未来的思考对于居民金融素养的长期提升也起到至关重要的作用。为此，我们在今年的研究中加入了机构调研部分，力图以更全面的视角分析归纳中国现阶段金融教育在深入推广的过程中所取得的成绩和面临的挑战，以期对相关监管机构和行业从业人员打造更加契合中国居民需求的金融教育和服务模式提供参考和借鉴。

基于最新的研究发现，我们在去年提出的政策建议的总体框架内，将国际实践先进经验同中国发展现实状况相结合，从统筹监管举措、优化行业实践、提升教育效率等角度为中国的金融教育工作提出了更细化的建议和思考，并呼吁各界充分发挥自身优势，精诚协作、相向而行，切实帮助中国居民提升金融知识、强化实践技能，让财富管理成为其逐梦人生之路上的有力支撑。

最后，我们诚挚地感谢在报告形成和修改过程中提出宝贵建议的各位专家学者和业界同仁。我们将持续深化对这一话题的探索和研究，集多方之智为提升居民财富健康水平和金融行业服务水平贡献绵薄之力。



**吴飞**

教授  
上海高级金融学院



**Lisa Hunt**

国际市场董事总经理  
嘉信理财

# 目录

1 主要发现

---

2 研究方法

---

4 总体概述

---

20 各维度代表性发现

---

34 金融机构的投资者教育现状

---

48 建议及展望

---

# 主要发现

2023年，中国居民个人金融知识和技能问题的整体得分（作为金融素养的评估）为68.7分。

1

中国居民的金融素养状况在地区间呈现不均衡性，经济金融发展水平较高的地区居民金融参与度和金融素养水平普遍更高。

2

在关于通货膨胀、复利和多元化投资基本概念的“金融素养三问”中全部答对的受访者比例仅为 24.4%，其中多元化投资题目的正确率最低。

3

家庭理财决策者的金融素养水平相对更高，尤其在财务规划维度领先于非家庭理财决策者。

4

男性金融素养水平整体高于女性，但女性在安全与保障维度的表现更好。

5

受教育程度与金融素养高低呈正相关，不同学历组得分差异较大；高分群体中绝大多数人受过高等教育，且金融行为参与度更高。

6

青少年群体需重视收支与信贷方面的素养提升，老年群体则应在消费者权益与义务和财务规划方面更加关注。

7

金融实践技能和涉及金融计算的知识是居民金融素养相对薄弱的领域。

8

居民养老规划行为与其金融素养水平相关：素养较高的群体倾向于通过更多元的渠道规划养老资金，且配置商业年金、长期投资基金等长期资产的比例更高。

9

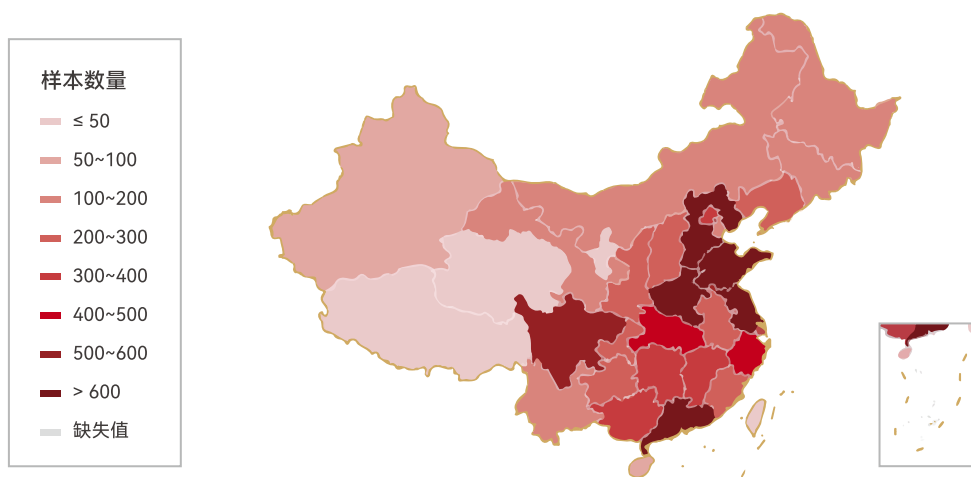
居民对专业投顾服务的使用行为与其金融素养水平相关：素养较高的群体往往能更准确地理解专业投顾的价值，且更愿意为投顾服务付费。

# 研究方法

## 问卷调查

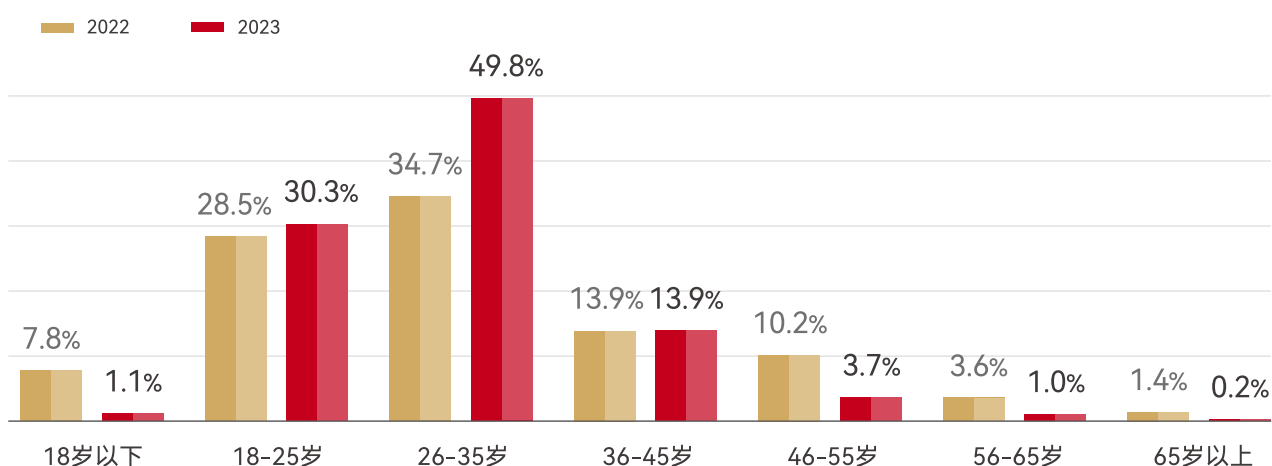
为更好地了解中国居民金融素养水平，本研究基于海内外学术、监管机构常用的评估标准，将金融素养的内容分为货币与银行、收支与信贷、储蓄与投资、消费者权利与责任、财务规划、安全与保障六个维度，通过线上问卷的方式在全国范围内进行全年龄段人群的金融素养调查。通过受访者对于不同维度金融知识和技能问题的回答情况，初步评估中国居民个人金融素养现状和存在的典型现象，并探讨适合本土的金融素养教育方式。

本次调查委托专业问卷投放平台，通过电子化方式采集样本，覆盖全国34个省级行政区，共采集有效样本10375份。受访者在各省级行政区的分布如下：



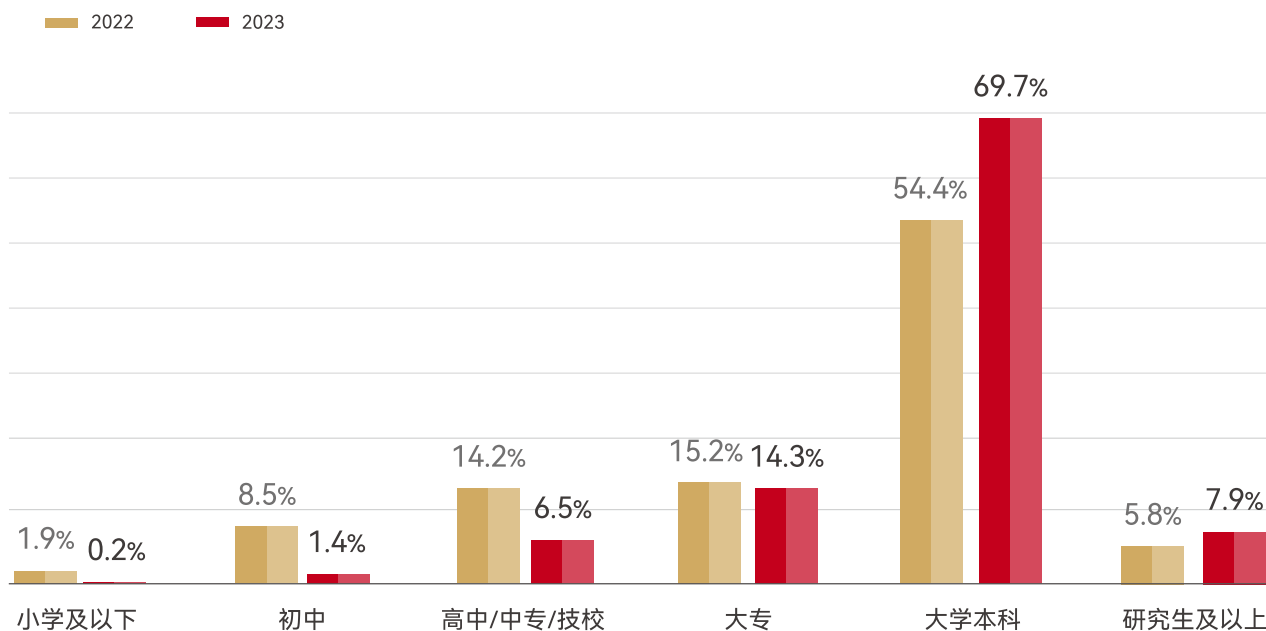
受访者的地域分布与2022年调研相似，符合我国人口分布规律，具有较为分散的特征。从性别分布来看，男性和女性受访者占比分别为43.8%和56.2%。年龄分布方面，本次调研依然覆盖了各年龄段，但相较于2022年，今年的受访者更集中于26-35岁的年轻群体，该年龄段受访者占比由34.7%增加至49.8%；45岁以上受访者合计占比为4.9%，较去年有所降低。

中国居民金融素养问卷调查受访者年龄分布



另外，高学历人群在今年受访者中的占比较去年有所提高，本科学历受访者占比达69.7%，研究生及以上学历受访者占比达7.9%。

### 中国居民金融素养问卷调查受访者学历分布



## 框架调研

本项研究采用了文献回顾、比较研究和问卷调研等分析方法，侧重于构建居民金融素养水平的评估体系。

课题组首先进行了大量中外文献研究，对金融素养的定义和评估范围等问题进行了理论梳理。同时，在对比经合组织（OECD）对12个国家的金融素养调查、原中国人民银行金融消费者权益保护局2017、2019、2021年三次消费者金融调查、参考日本和香港金融监管机构定义的金融素养框架之后，形成了本报告中金融素养的定义和调研内容的初步框架，即货币与银行、收支与信贷、储蓄与投资、消费者权利与责任、财务规划、安全与保障六个评估维度。在具体的维度中，又将问题细分为知识和技能两个方面，以便更好地观测居民金融素养的情况。相对于过往的研究而言，本次研究框架更加完整和清晰。

本次调研仍沿用通过行业金融机构专业人士参与的框架设计，来自金融行业（银行、保险、券商、三方理财、基金、信托、监管）的专业人士对六个维度内具体的细分评估内容进行权重打分，形成最终适合中国实践的金融素养评估维度，为本次调研的问卷设计提供实践指导方向。最终采用的中国居民金融素养评估框架及评估量表详见附件。

调研采用线上问卷投放的方式，不设城市和地区的限制，力求最广泛地反映中国居民金融素养的情况。但由于线上问卷的方式本身默认受访者具备使用互联网的能力，因此在样本选择上可能存在一定的限制。另外，虽然本次调研的样本达到10000份以上且分布地区广泛，具有一定的代表性，但相对于中国居民总数而言仍然数量较小，存在一定的局限性。

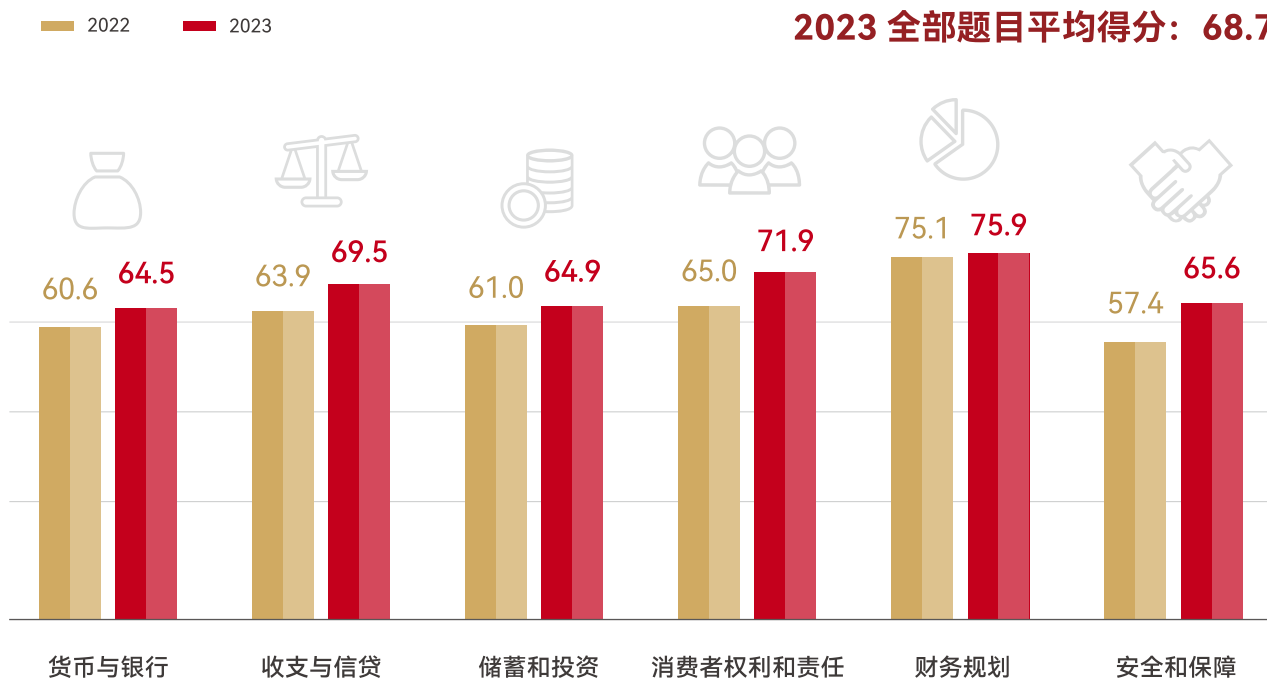


## 第一部分

# 总体概述

# 一、整体情况

## 中国居民金融素养总体得分和各维度得分

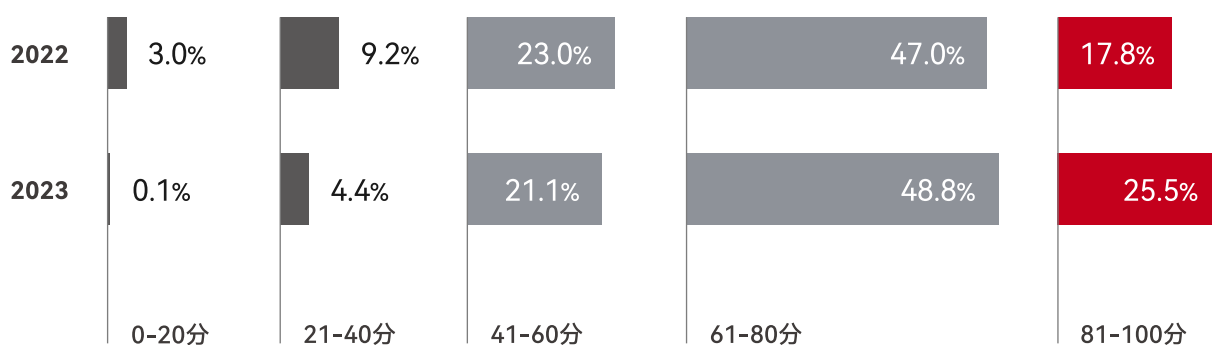


本次调研内容沿用了去年金融素养评估框架的六个维度，同时新增了考察长期财务目标和防范金融诈骗的相关题目，通过互联网问卷平台进行随机抽样调查。

2023年，中国居民金融素养整体得分为68.7分（以百分制计算），相比去年的64.4分有所提升。今年的受访者中，高学历人群占比较去年同样有明显提高，这可能在一定程度上导致了今年素养得分的整体上升。

从得分的区间分布来看，今年平均得分的提高主要有赖于低分人群的减少和高分人群的增加。分数在41-80分区间内的受访者占比和去年基本持平，得分在40分以下的受访者占比由12.2%减少至4.5%，而80分以上的受访者占比则由17.8%提高至25.5%。

## 全部样本得分区间分布



考虑到两次调研的样本差异，课题组进一步观察对比不同性别、年龄、学历、收入群体的得分变化，发现所有细分群体的得分均有所提高或维持，但在不同地区、学历的人群中仍然体现出差异性和不平衡性。这些不均衡的事实有助于我们理解影响居民金融素养高低的因素，同时在提升素养的方式上提供启示和帮助。

从六个细分维度的得分来看，尽管每个维度呈现的结果仍有差异，但得分差异相较于去年明显缩小，各维度得分的方差从2022年的31.3降为今年的17.3。这说明居民金融素养在具体构成上的分布更趋于均衡。

财务规划仍然是得分最高的维度，平均得分为75.9分，但相比去年未有显著提升。这一维度的得分体现出受访者具备较高的规划意识，但其财务规划实践是否和科学的财务规划定义相匹配、是否能通过正确的方法和工具进行财务规划仍需进一步探讨。

安全与保障是居民金融素养中最为薄弱的环节，尤其是对保险相关的内容掌握不足。此外，货币与银行、储蓄与投资依然是得分较低的两个维度，关于通货膨胀、复利等基础财务知识的普及仍需重点关注。

此外，根据所有样本的得分情况，我们将得分较高的前20%样本称为高分样本，后20%称为低分样本。高分样本的划分旨在通过更加明显的对比来观察群体的不同，进而探讨对金融素养影响更加显著的因素。

本次调研中，高分样本的平均得分为88.0分，相较全部样本均分高出28.1%；低分样本的平均得分为46.2分，相较全部样本均分低了32.8%。从高低分样本的对比来看，主要有如下发现：

## 1. 高分样本各方面表现均衡，低分样本长短板差异大。

相对整体样本而言，高分样本对各个维度的金融知识和技能掌握程度较为均衡，六个维度平均得分方差为8.7（全部样本方差为17.3）。低分样本在各个维度中的得分则呈现出较大波动，六个维度平均得分的方差高达62.4。

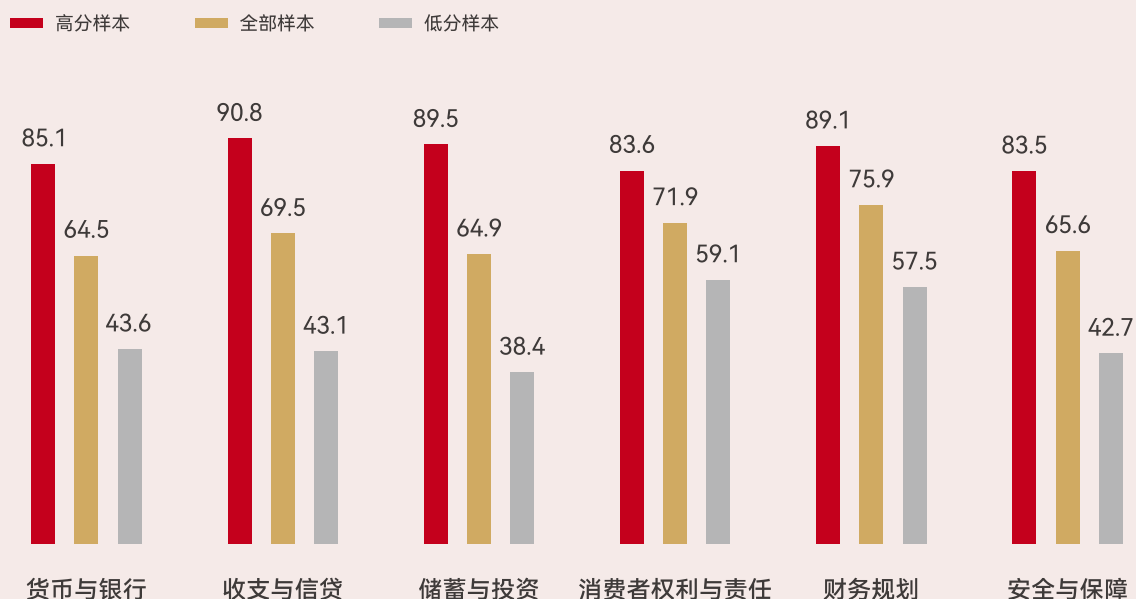
与全部样本不同，高分样本得分最高的维度是收支与信贷，其次是储蓄与投资，且在这两个维度的得分与全部样本差异较大。部分经济发达地区高分人群在收支与信贷部分的表现尤为突出，如粤港澳大湾区<sup>1</sup>的高分人群该维度得分达到92.2分（全国高分样本该维度平均得分为90.8分）。

高分人群中男性居多，占比达53.8%，且超过半数（55.2%）处于26-35岁年龄段。学历以大学本科及以上为主，占比87.2%。从地域分布来看，除了样本量较少的个别省份外，高分人群占比最高的是上海市（28.3%），其次是浙江省（27.4%）和北京市（26.6%），粤港澳大湾区受访者中高分样本占比20.6%，略高于全国平均水平。

低分人群答题表现相对较好的部分是消费者权益与责任和财务规划，相对薄弱的则是储蓄与投资、收支与信贷两个维度，前者平均得分为38.4，低于全部样本均分40.9%，后者平均得分43.1，低于全部样本均分38.0%。从地域分布来看，除了样本量较少的个别省份外，低分样本占比较高的地区为海南省（32.7%）、广西壮族自治区（29.9%）和贵州省（28.4%）。

<sup>1</sup> 粤港澳大湾区的范围按照官网定义，包括香港特别行政区、澳门特别行政区和广东省广州市、深圳市、珠海市、佛山市、惠州市、东莞市、中山市、江门市、肇庆市。

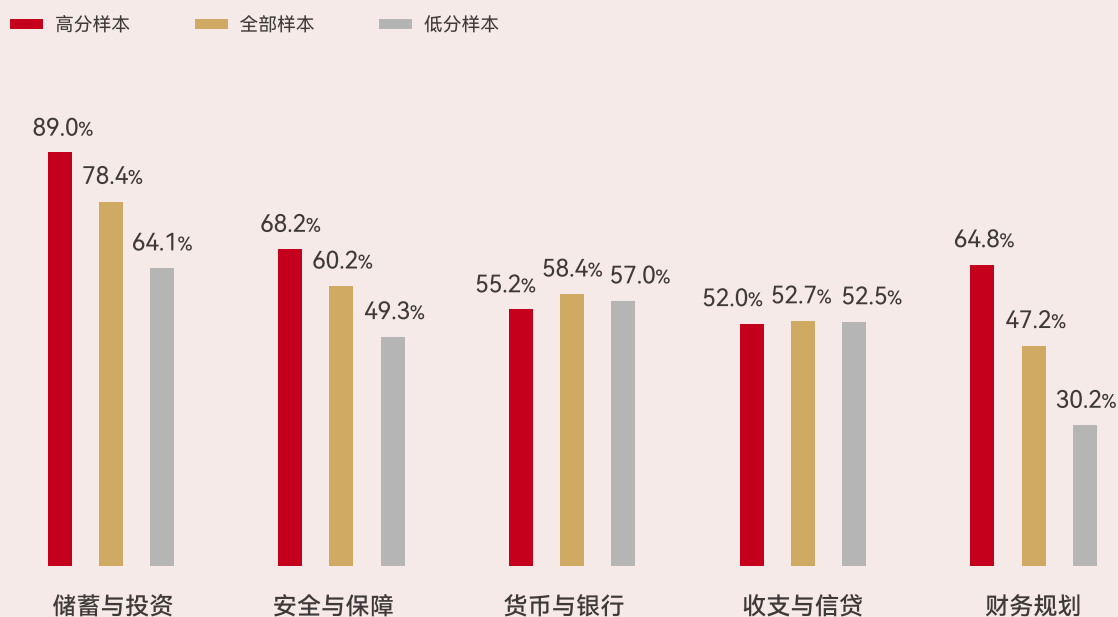
## 高分、低分与全部样本各维度平均得分



## 2. 高低分样本对待财务规划的态度和兴趣差异显著。

高分样本对储蓄与投资、安全与保障、财务规划三大维度的知识兴趣度都显著高于全部样本，希望学习财务规划知识的受访者占比尤其高。低分样本对各维度金融知识的兴趣度普遍低于全部样本，其中对财务规划感兴趣的受访者仅占30.2%，甚至不到高分样本该比例的一半。但事实上，低分样本中有62.3%都自称承担了家庭理财决策者的角色，因而有必要对个人和家庭财务规划加以学习。这些统计数据为针对不同群体金融素养教育的内容选择提供了一些方向性的建议。

### 如果有机会学习更多的金融知识，您对以下哪个方面最感兴趣？



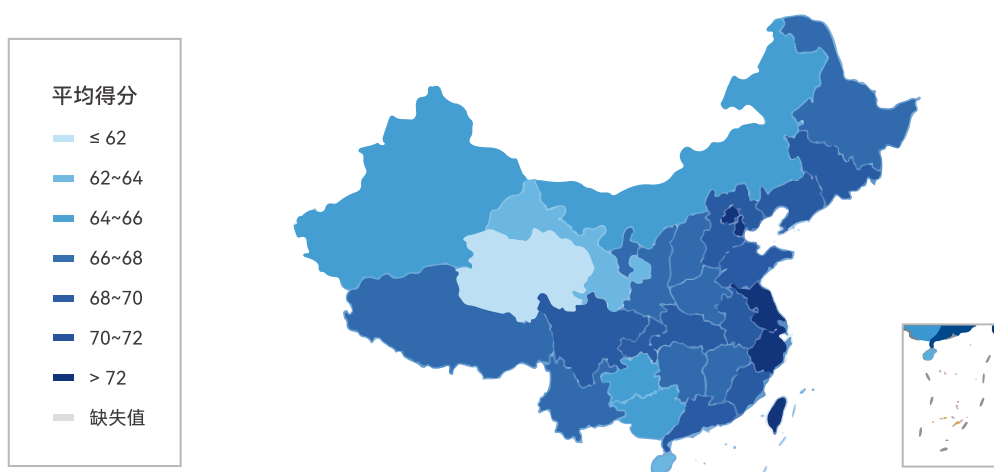
## 二、主要发现

### 1. 中国居民的金融素养状况在地区间呈现不均衡性，经济金融发展水平较高的地区居民金融参与度和金融素养水平普遍更高。

中国居民的金融素养水平仍存在地区发展不均衡的情况，经济水平较高的地区素养平均得分总体更高。但值得注意的是，今年地区间金融素养水平的差异性显著降低，各省份平均得分的方差从2022年的33.5降至今年的7.5。

平均得分最高的省级行政区是上海市（72.0），其次是北京市（71.9）。部分重点城市群也展现出了较高的金融素养水平，例如粤港澳大湾区回收的1098份问卷平均得分为69.7分，高于全国平均水平。

各地区总体得分情况



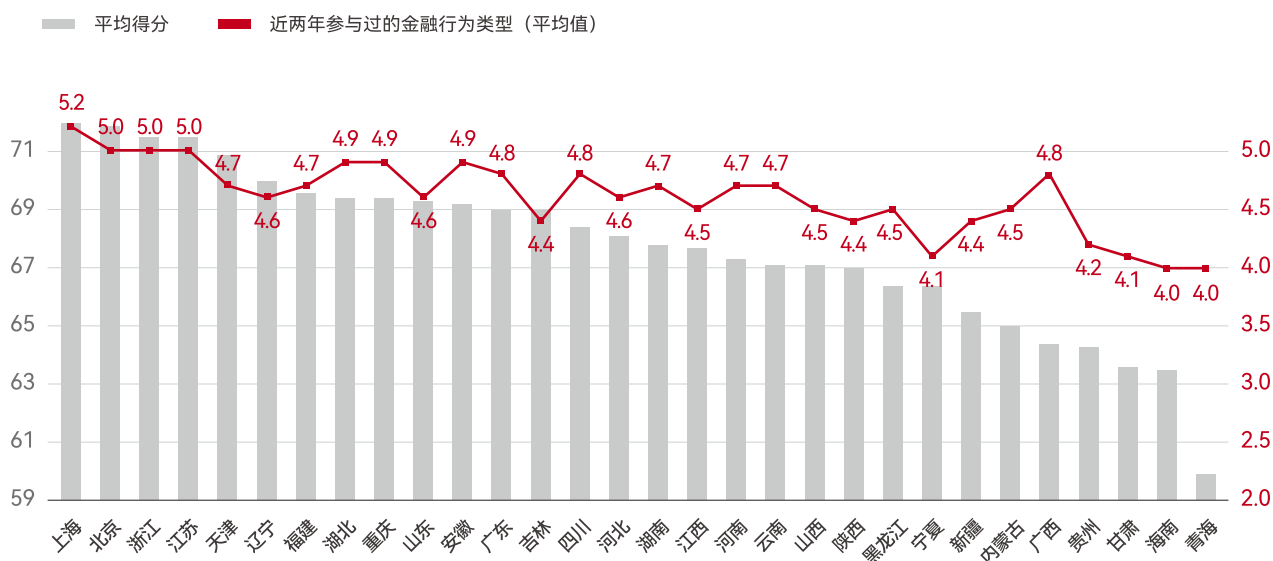
得分高可能与当地居民的平均受教育程度以及这些城市（地区）作为国际金融中心的角色定位有关。经济发展水平相对更高的城市通常具有更高的金融服务普及度，居民更容易参与金融活动。通过对各省份受访者素养得分与其金融活动参与度进行交叉分析也可以发现，素养得分较高的地区受访者参与金融行为的数量总体更高，例如上海、北京、江苏、浙江等地受访者参与金融行为的平均数量均达到5项以上。

金融服务的便利性会促使居民更主动地了解和学习相关金融知识，金融实践的过程也能潜移默化地提升居民的金融能力。因此，为改善居民金融素养在地区间的不均衡性，除了普及金融教育外，各地也应同步加强金融服务基础设施建设，提高居民接触金融服务的便捷性，深化金融活动参与度。

金融素养发展的不平衡性普遍存在。如去年报告提及，经济发展水平与金融素养的相关性不仅在国内有所体现，在国与国之间也同样适用。根据OECD的国际金融素养调查，发达国家居民平均金融素养得分为62.7分，而发展中国家居民平均金融素养得分为59.4分。可见发达国家居民金融素养水平明显高于发展中国家，成熟市场经济国家居民金融知识掌握程度好于发展中经济国家居民。



## 各省平均得分与金融活动参与度



## 2. 在关于通货膨胀、复利和多元化投资基本概念的“金融素养三问”中全部答对的受访者比例仅为 24.4%，其中多元化投资题目的正确率最低。

Lusardi和Mitchell（2008）曾设计了有关通货膨胀、利率和多元化投资的三个问题来测量受访者的金融素养水平。<sup>2</sup>这三项基本金融知识有助于居民做出适当的金融决策，因此该测度体系也在许多国家和国际性的金融素养测验中得到广泛应用，被称为“Big Three”（金融素养三问）。

本次调研中，只有24.4%的受访者能全部答对这三道问题。这些受访者整体问卷的平均得分为81.1分，显著高于全部样本并达到较优水平，可见对这三项基本金融知识的掌握情况在一定程度上可以反映居民的整体金融素养水平。在三道问题中，受访者对通货膨胀的掌握最好，70.8%的受访者了解通货膨胀会导致金钱购买力的下降。其次是复利的概念，55.9%的受访者了解在复利的作用下收益可以实现“利滚利”的效果，但涉及实际利率计算的问题时，正确率则下降至41.5%。多元化相关问题仍然是居民在“金融素养三问”正确率最低的题目，只有47.5%能准确分辨哪种资产配置策略的多元化配置程度更高，可见仍有多数受访者不具备充足的风险分散意识和多元化资产配置能力。

与海外的调研结果相比，本次调研显示我国居民对通货膨胀概念的掌握程度较好，各机构对复利和多元化投资方面的知识则可以进行更多的普及和教育。例如，日本中央金融服务信息委员会（CCFSI）自2016年起每三年开展一次全国范围内的金融素养调查。在2022年的调查中，CCFSI根据日本的人口结构按比例选取30000名年龄在18-79岁之间的受访者参与回答，结果显示，通货膨胀问题的正确率为55.2%，复利问题正确率为42.5%，而多元化投资问题的正确率为50.2%。<sup>3</sup>美国金融业监管局（FINRA）成立的投资者教育基金会自2009年起每三年开展一次美国财务能力调查（NFCS）。在2021年的调查中，NFCS收集了来自50个州的27118名受访者反馈，结果显示通货膨胀问题的正确率为55.1%，复利问题的正确率为71.1%，而多元化投资问题的正确率为43.1%。<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Lusardi A, Mitchell O S. Planning and Financial Literacy: How Do Women Fare? [J]. The American economic review, 2008, Vol.98 (2), p.413-417

<sup>3</sup> Financial Literacy Survey: 2022 Results, Central Council for Financial Services Information (Secretariat: Public Relations Department, Bank of Japan)

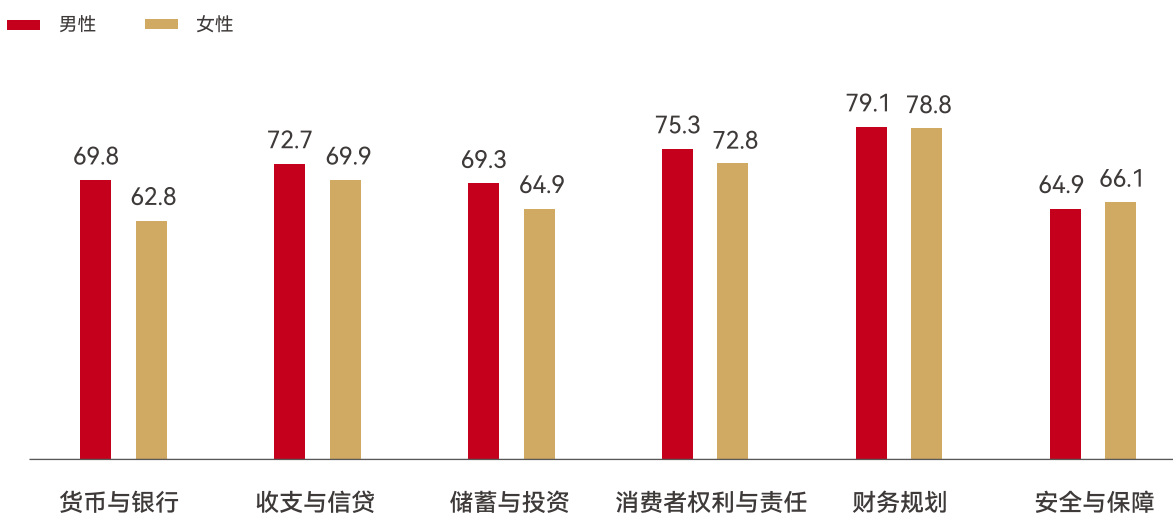
<sup>4</sup> 2021 National Financial Capability Study State-by-State Survey Data, FINRA Investor Education Foundation

### 3. 家庭理财决策者的金融素养水平相对更高，尤其在财务规划维度领先于非家庭理财决策者。

数据显示，在家庭中担任理财决策者的人群往往拥有较高的金融素养。在今年的调研中，自称家庭理财决策者的受访者平均得分为70.7分，非家庭理财决策者的平均得分较低，为62.5分。

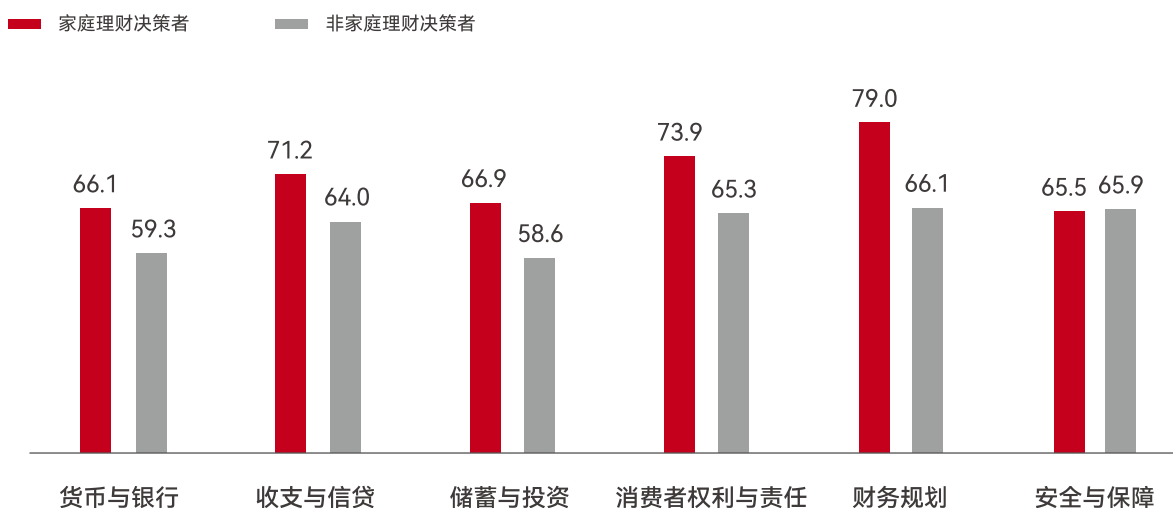
值得注意的是，将家庭理财决策者按照性别分类后，发现其中的男性占比稍高于整体样本中的男性占比。男性家庭理财决策者平均得分为72.2分，女性为69.3分。

#### 不同性别家庭理财决策者的各维度得分

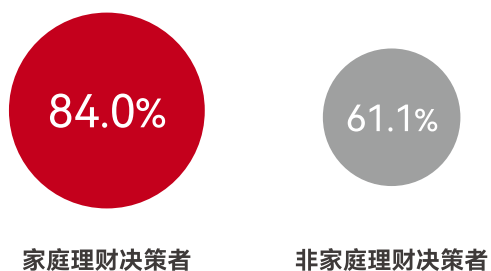


各维度中，家庭理财决策者领先最多的是财务规划，平均得分较非决策者高出12.9分；相对表现较差的是安全与保障，平均得分较非决策者反而低了0.4分。

#### 不同家庭角色的各维度得分



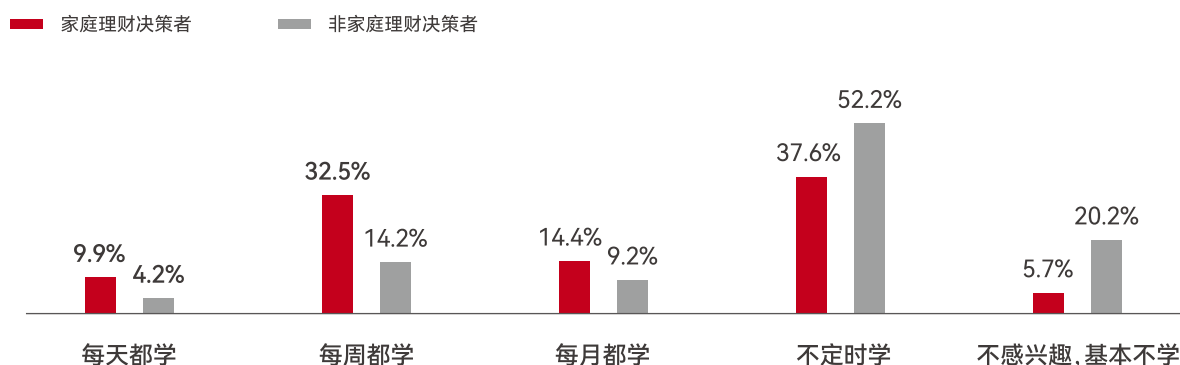
## 不同家庭角色会制定家庭预算的情况



家庭理财决策者中有84.0%表示会制定家庭预算，这一比例大幅高于非家庭理财决策者（61.1%）。非家庭理财决策者也应当了解家庭的财务状况，合理分配收入和支出，共同实现家庭短期和长期财务目标。

家庭理财决策者也普遍具有更好的金融知识学习习惯，有56.8%会定期学习金融知识，而非家庭理财决策者中却仅有27.6%，还有20.2%选择不感兴趣、基本不学。

## 不同家庭角色学习金融知识的频率



值得关注的是，家庭理财决策者对金融产品和自身需求的匹配能力反而稍差，正确率仅为68.4%，低于非决策者。这或许是源于过度自信偏差影响了决策者对投资产品或策略的选择，进而增加了投资风险。



假如一个70岁老人不希望损失本金,有人给他推荐一个金融衍生品,您觉得适配吗?



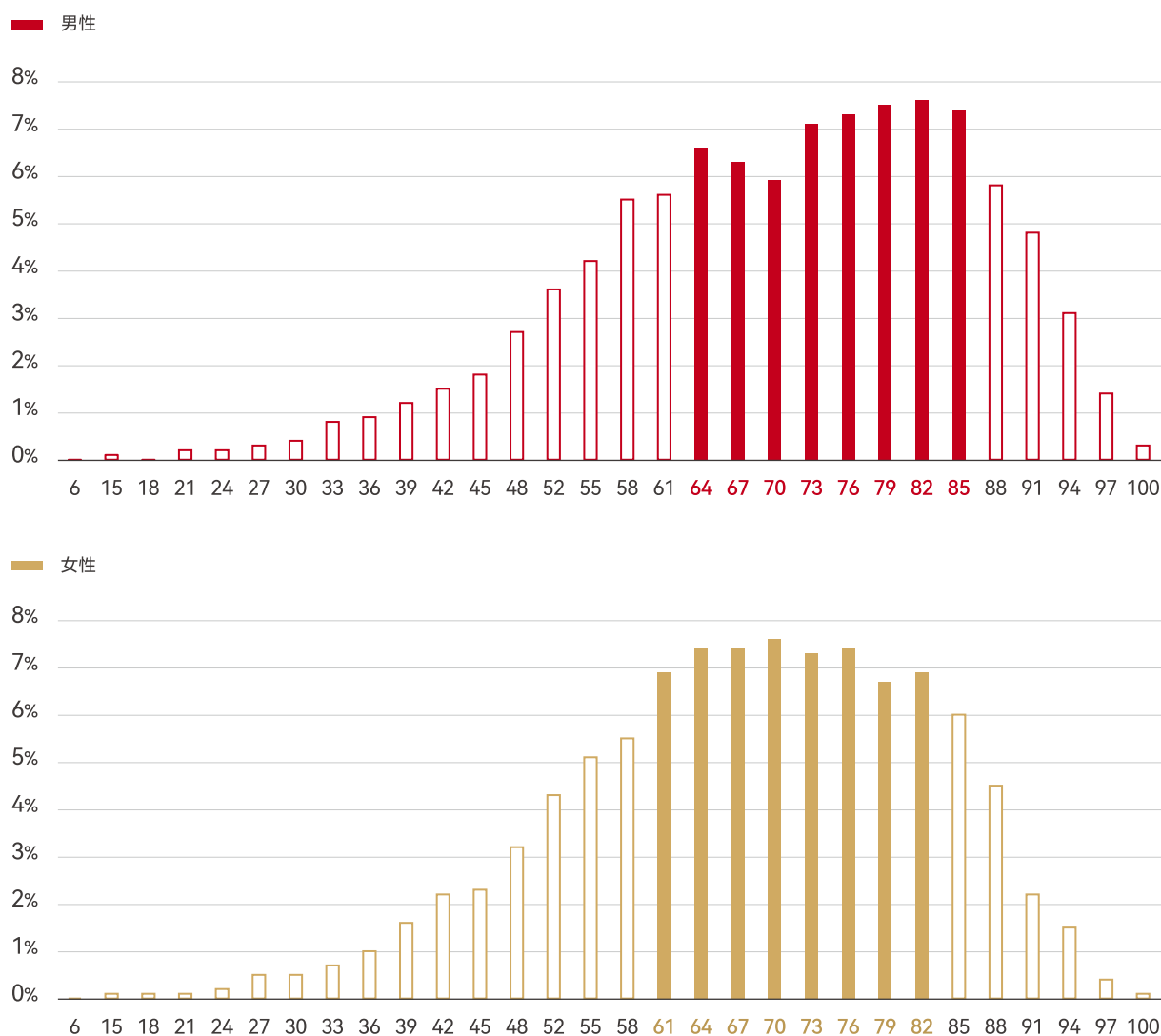
总体来看，中国的家庭理财决策者往往更专注于规划家庭财富、投资储蓄等“赚钱”、“用钱”的环节，拥有更好的财务规划意识，也更注重对金融知识的学习。但在金融产品适配、家庭金融风险防范方面的关注仍需要加强，才能更好地应对经济转型期多变的市场环境，维护家庭经济的安全和稳定。

#### 4. 男性金融素养整体高于女性,但女性在安全与保障维度的表现更好。

在今年的调研中,男性受访者金融素养平均得分高于女性受访者,但后者的分数分布相对稳定,前者则波动较大。

从得分分布来看,男性样本的金融素养得分多集中于64-85分段,波峰出现在76-85分区间;而女性样本的得分则多集中于61-82分段,波峰出现在61-75分区间。这反映出男性在高金融素养人群中的占比较高。

##### 不同性别的金融素养得分分布

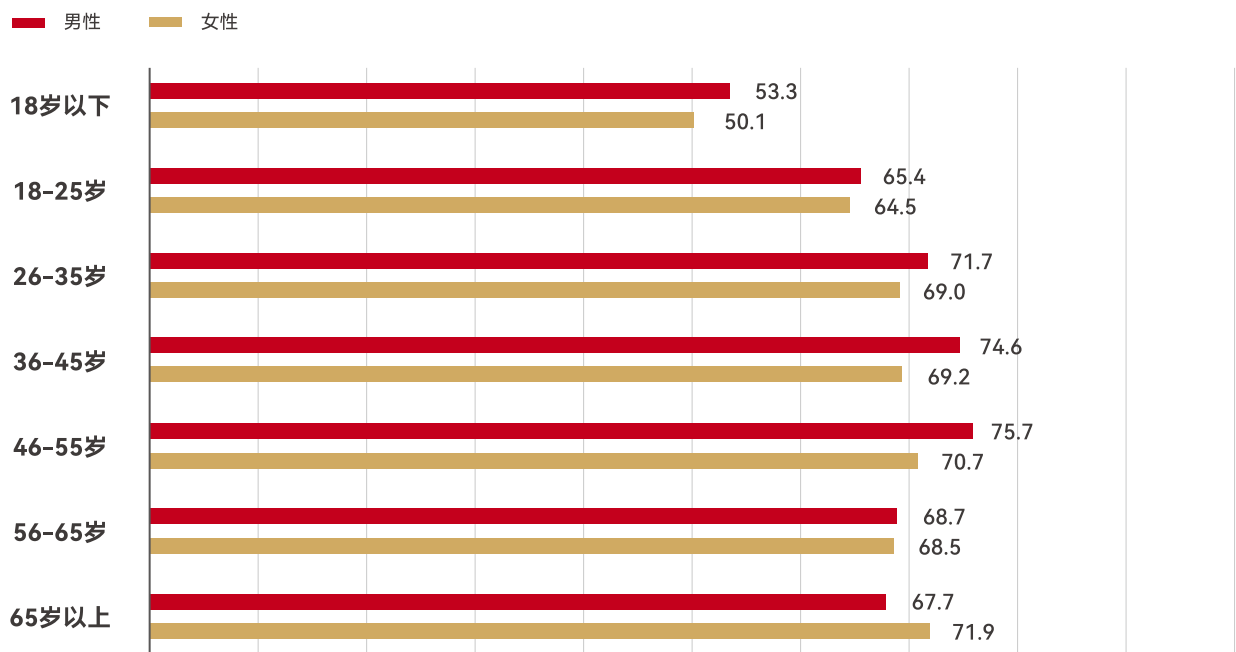


男性与女性的金融素养差异近年来颇受国际研究关注。综合各项研究成果来看,男性金融素养水平高于女性的现象在世界范围内广泛存在。日本在2019年进行的知识调查中发现,男性金融素养测试平均得分为54.3分,女性则为50.8分<sup>5</sup>;英国2020年进行的调查显示,女性在英国成年人口中占比51%,但在低金融素养人群中占比达到60%<sup>6</sup>。

<sup>5</sup> Financial Literacy Survey: 2019 Results, Central Council for Financial Services Information (Secretariat: Public Relations Department, Bank of Japan)

<sup>6</sup> Financial Lives 2020 survey: the impact of coronavirus, Financial Conduct Authority (FCA)

### 不同年龄的男性女性平均得分

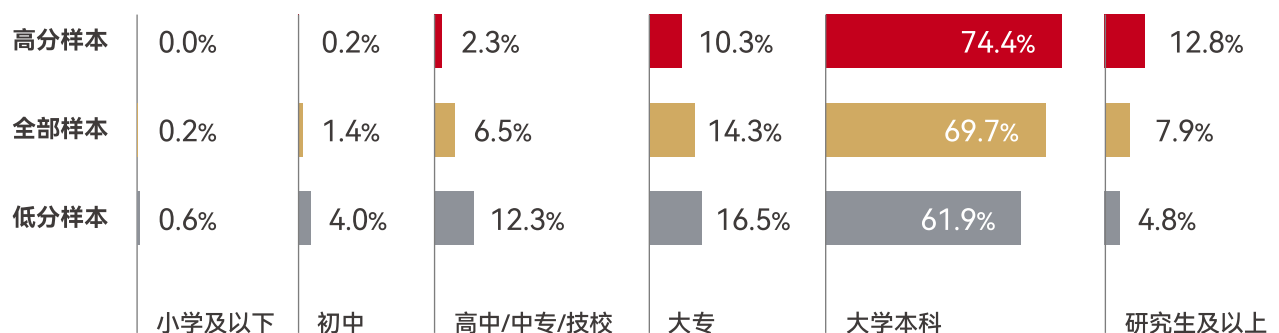


导致这一现象的可能原因有很多，一方面与传统的社会分工相关，另一方面，以家庭为单位看，金融行为在家庭成员之间存在一定的替代性。值得注意的是，女性随着年龄的增长，在56岁之后与男性的金融素养差距逐渐缩小，甚至在65岁以后出现反超。这可能是由于女性寿命总体更长，多数女性需要在晚年时更多地关注独自管理财务的知识和技能。许多女性客户是从丧偶、离异之后才开始真正关注财务规划等理财事务，进而影响到金融素养的得分。<sup>7</sup>

### 5. 受教育程度与金融素养高低呈正相关,不同学历组得分差异较大; 高分群体中绝大多数人受过高等教育,且金融行为参与度更高。

今年，大学本科学历受访者平均得分为69.7分，研究生及以上学历受访者平均得分为74.4分。同时，高分样本中本科学历受访者占比为74.4%，较全部样本中的该学历占比高出4.7%；研究生及以上学历的受访者占比为12.8%，较全部样本中的该学历占比高出4.9%。而高分样本中学历低于大专的人群仅占2.5%左右。

### 高分、低分和全部样本中的学历分布

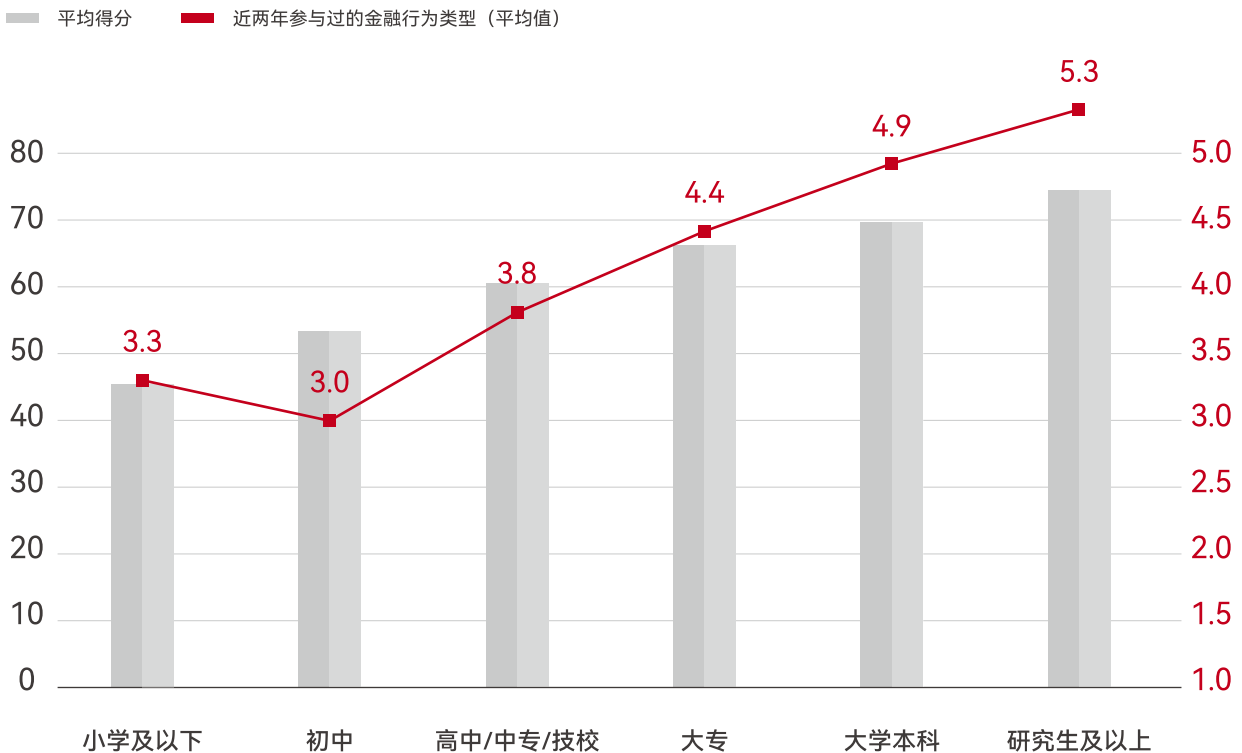


<sup>7</sup> Hsu, Joanne W. "Aging and Strategic Learning: The Impact of Spousal Incentives on Financial Literacy." SSRN Electronic Journal 51.4 (2016): 1036-1067.



调研还发现，高学历受访者的金融活动参与度也相对较高。大专以下学历的受访者平均参与金融行为不足4项，而大专、本科和研究生及以上组别平均参与金融行为分别为4.4、4.9和5.3项。可能的原因在于高等教育有助于培养个体的社会参与度和对社会经济事务的理解，因此受过高等教育的居民更有可能参与金融活动，了解和应用各类金融工具。由此可见，金融教育或能从传播知识和促进实践两种途径同步作用，全方位提升居民的金融素养水平。

### 不同学历居民的金融活动参与度



教育程度与金融素养高低呈正相关的结论在大量的调研报告和学术研究中也得到印证。过往许多研究发现，教育对金融素养水平具有重要影响，两者存在正相关关系。例如，TIAA Institute和GFLEC在连续多年发布的报告中提出，受教育程度高的受访者往往金融素养较高。2022年的调研数据显示，高中以下学历的受访者正确率为31%，高中学历的受访者正确率为38%，大学（未完成）学历的受访者正确率为49%，而大学及以上学历的受访者正确率为65%。<sup>8</sup>另一项关于德国居民金融素养的研究指出，金融素养与受教育水平高度相关，且梯度较陡。<sup>9</sup>这一结论在发展中国家（如印度）也同样得到证实。<sup>10</sup>

## 6. 青少年群体需重视收支与信贷方面的素养提升，老年群体则应在消费者权益与义务和财务规划方面更加关注。

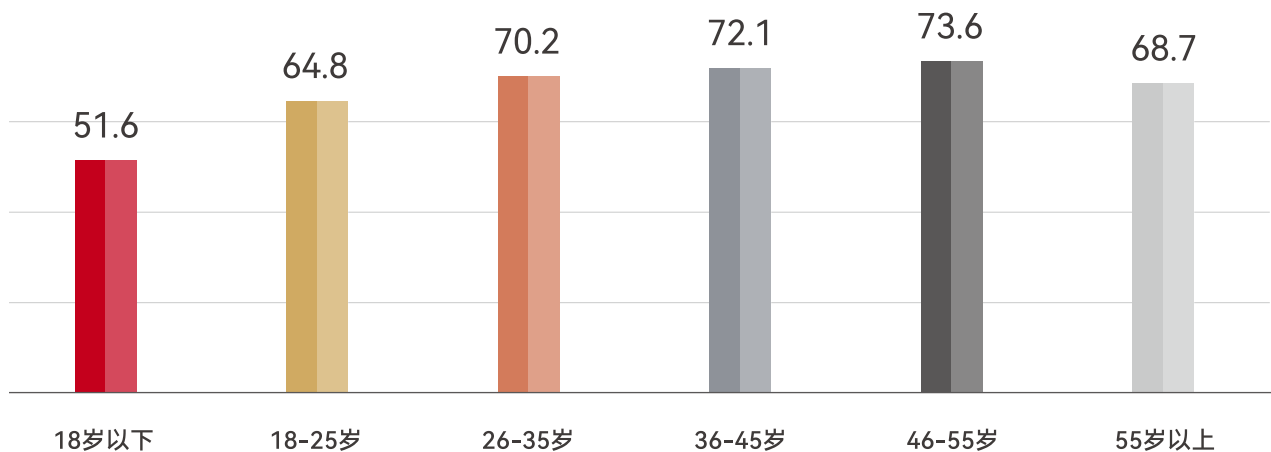
<sup>8</sup> How financial literacy varies among U.S. adults: The 2022 TIAA Institute-GFLEC Personal Finance Index, TIAA Institute, Global Financial Literacy Excellence Center (GFLEC)

<sup>9</sup> Bucher Koenen T, Lusardi A. Financial literacy and retirement planning in Germany[J]. Journal of Pension Economics & Finance, 2011, 10 (4): 565-584

<sup>10</sup> Bharucha J P. Socio economic and demographic determinants of Indian youth financial literacy: Determinants of financial literacy [J]. International Journal of Asian Business and Information Management, 2017, 8 (4): 15-28

从年龄分布来看，“一老一少”金融素养水平相对较低的问题仍然存在。青少年群体的金融素养水平显著低于其他年龄段居民，平均得分为51.6分。55岁以下居民的金融素养水平随着年龄的增长呈上升趋势，46-55岁年龄组表现最好，平均得分73.6。55岁以上受访者金融素养水平出现转折，平均得分下降至68.7，且在消费者权利与义务维度的表现明显稍弱，这可能是源于老年群体对金融信息来源的甄别以及金融维权途径的了解不足，需要社会加以关注。

### 不同年龄段的金融素养得分情况



随着老龄化、城市化、数字化程度的加深，老年群体普遍面临数字鸿沟带来的巨大落差和金融知识获取滞后的问题。相比于年轻人，老年群体对日新月异的金融产品理解较为困难、不了解维护正当金融消费权益的途径，缺乏正确规划和管理财务的能力。尤其是独居老人、空巢老人，精神上的孤独和金融素养的缺失导致他们更容易成为非法金融活动的侵害对象。2021年中国人民银行发布的报告中同样指出，“一老一少”金融素养水平相对较低，金融教育尤其需要关注老年人的数字金融转型风险，避免其在转向数字渠道时遭到非法金融活动侵害。<sup>11</sup>

年轻群体的金融素养提升至关重要。2016年出版的《国际金融素养手册》提出，决策者越来越认识到，儿童和青年是重要的经济行为者，他们的金融决策将影响未来的经济。该书认为，对年轻群体的金融素养培养除了知识教育以外，应辅以可靠的金融服务，以及生活技能和生计教育。<sup>12</sup>除此之外，父母的言传身教也被许多文献认为是影响年轻群体金融素养的重要因素。Lusardi教授曾指出，父母的教育程度是对金融素养水平的一个强有力的预测因素，另外家庭财务成熟度也发挥了重要作用：父母持有股票的受访者正确回答风险分散问题的可能性要高出8个百分点，父母有退休储蓄的受访者正确回答这个问题的可能性要高出6个百分点。<sup>13</sup>另一项针对大学一年级学生的实证研究也发现，年轻群体的父母、工作和高中金融教育可以预测其当前的金融学习、态度和行为，其中父母所起的作用远大于工作经验和高中金融教育所起的作用之和。<sup>14</sup>

由此可见，提升年轻群体的金融素养水平，不仅需要针对性地进行金融知识教育，也需要让他们更多参与到各类金融活动中，并通过家庭财务成熟度的提高带动青少年金融素养的提升。

<sup>11</sup> 《消费者金融素养调查分析报告（2021）》，中国人民银行金融消费权益保护局

<sup>12</sup> Floor Elize Knoote, Genevieve Partington and Jared Penner (2016), “Children and Youth as Economic Citizens: Working Towards an Integrated Financial Education Approach”, in Aprea, C., Wuttke, E., Breuer, K., Koh, N.K., Davies, P., Greimel-Fuhrmann, B. and Lopus, J.S. (Eds), *International Handbook of Financial Literacy*, Springer, Singapore.

<sup>13</sup> Lusardi A, Mitchell O S, Curto V. Financial literacy among the young[J]. *Journal of Consumer Affairs*, 2010, 44 (2): 358-380.

<sup>14</sup> Shim, S., Barber, B.L., Card, N.A. et al. Financial Socialization of First-year College Students: The Roles of Parents, Work, and Education. *J Youth Adolescence* 39, 1457-1470 (2010).

## 7. 金融实践技能和涉及金融计算的知识是居民金融素养相对薄弱的领域。

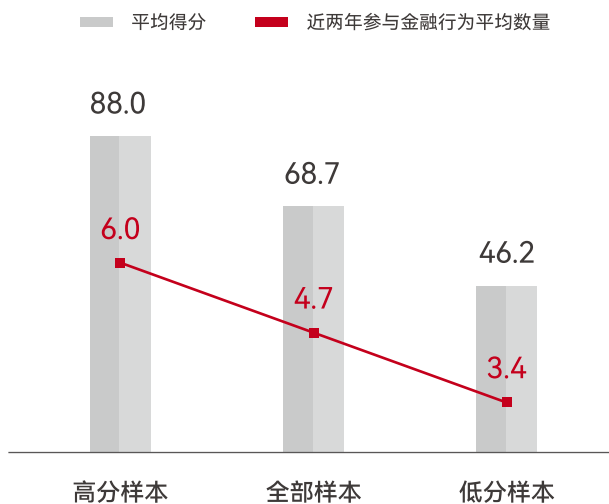
我们在调研中将金融素养问题划分为知识和技能两大类。知识维度即个人对金融的了解，技能维度即金融知识在具体决策中的应用。本次调研中，受访者对于知识类问题的掌握程度仍然好于技能类问题，平均得分分别为73.6分和67.4分，考察受访者是否能将知识储备应用于决策的“知识+技能类问题”平均得分则仅为53.5分。

金融素养培养的最终目的是将知识应用于财富生活中，提升居民财富管理的水平，为更高质量的生活打下财富基础。因此，如何将金融知识储备应用于生活、帮助居民做出理性决策，是金融素养教育需要关注的重点问题。过去两年的调研均发现，高分样本参与金融行为的平均数量显著高于低分样本和全部样本。

金融计算能力是居民金融素养中的弱项。受访者无论是对“金融素养三问”中的单复利计算，还是对年化收益率与实际收益率的计算正确率都低于问卷平均水平。

在复利方面，尽管有55.9%的受访者了解同等情况下复利高于单利，但在面对实际计算时正确率大幅下降。我们询问了受访者在一定的年化收益率下持有多长时间本金可以翻倍，只有41.5%的受访者选择了正确答案。

### 高分、低分和全部样本的总体得分和金融活动参与度



Q

假如您有100元，投资的年化收益10%，大概多长时间可以使本金翻倍？

31.5%	41.5%	15.5%	11.5%
10年左右	7年左右	5年左右	不知道

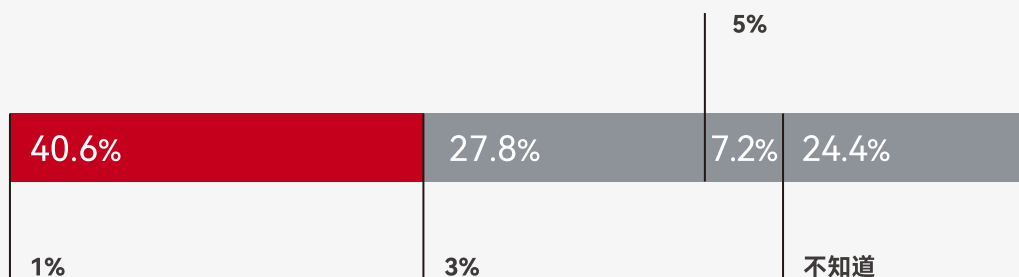
在OECD的国际调查中，受访者在复利计算问题上的表现同样不尽如人意。报告称，理解单利和复利对于居民而言是一个具有挑战性的概念，在全部样本中能够正确回答单利和复利问题的受访者占比仅为26.3%，范围缩小至OECD成员国时该比例略微提升至28.8%。在受访地区中表现最好的地区为中国香港，正确率达到71.1%。<sup>15</sup>

<sup>15</sup> OECD (2020), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy [www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeGLOBALfinancialliteracysurveyreport.htm](http://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeGLOBALfinancialliteracysurveyreport.htm)

针对年化收益率和实际收益率的计算，我们模拟了现实生活中常见的理财场景，要求受访者基于给定的年化利率计算理财产品的实际收益，仅有四成的受访者回答正确，这也是本次问卷调研中正确率最低的问题。这反映出居民对理财产品内容和收益的理解仍存在一定的盲目性，大部分居民对理财产品没有正确的收益预期，也能够部分解释为什么投资者投诉“理财产品到手收益比产品宣传收益低”等问题频繁出现。

Q

某理财产品期限是3个月，年化收益为4%，它的实际收益率大概是多少？



男性在实际收益率计算方面表现更佳，正确率为46.2%，比女性在该题中的正确率高出近10%。而从学历来看，收益率计算的掌握程度与学历依然呈正相关，但高学历组的正确率较去年有所下降，降幅最大的组别为研究生及以上组别，答对的受访者由56.4%下降至53.0%。计算收益率本身是一个在理解金融概念基础上的数学计算，无论是金融概念的理解还是数学计算能力都对于收益率计算的正确率有所影响。

Q

某理财产品期限是3个月，年化收益为4%，那么它的实际收益率大概是多少？

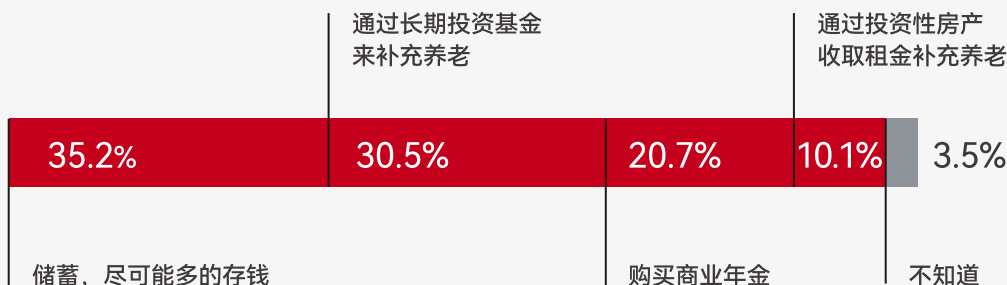


## 8. 居民养老规划行为与其金融素养水平相关：素养较高的群体倾向于通过更多元的渠道规划养老资金，且配置商业年金、长期投资基金等长期资产的比例更高。

本次调研中，高达96.5%的受访者了解自己可以通过储蓄、购买商业年金、长期投资基金或投资性房地产租金等方式补充退休生活所需。



如果基础养老金不能满足退休生活所需，可以通过以下哪些方法来补充？

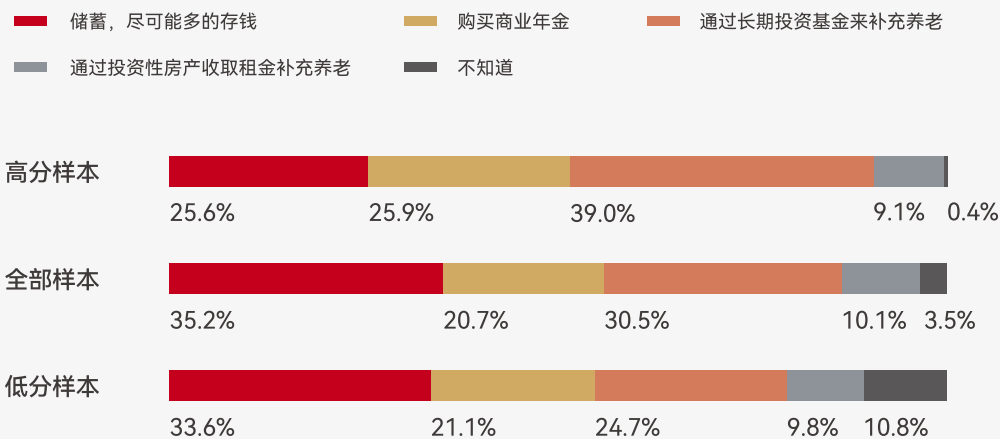


金融素养水平较高的受访者为自己积攒养老资金的渠道更为多元，例如高分样本中选择以商业年金、长期投资基金等方式补充养老所需的受访者占比高于全部样本，尤其是选择通过长期投资基金来补充养老的受访者占比高达39.0%。此外，高分人群大都有明确的渠道规划以补充退休生活所需，仅有0.4%的受访者不知道如何补充养老。相比之下，低分人群中不知道如何补充退休生活所需的占比高达10.8%。

在问及受访者对金融教育内容的兴趣时，我们也发现中国居民对财务规划相关知识和技能的教育需求偏低。人们通常认为自己有财务规划，不需要财务规划方面的学习，但反映到补充养老规划等具体问题上就呈现出自我认知与符合行业标准的财务规划差异较大的情况。因此，居民需要注重对财务规划理念、方法的掌握和运用，而非仅仅拥有笼统的财务规划意识。



如果基础养老金不能满足退休生活所需，可以通过以下哪些方法来补充？  
(按素养水平)



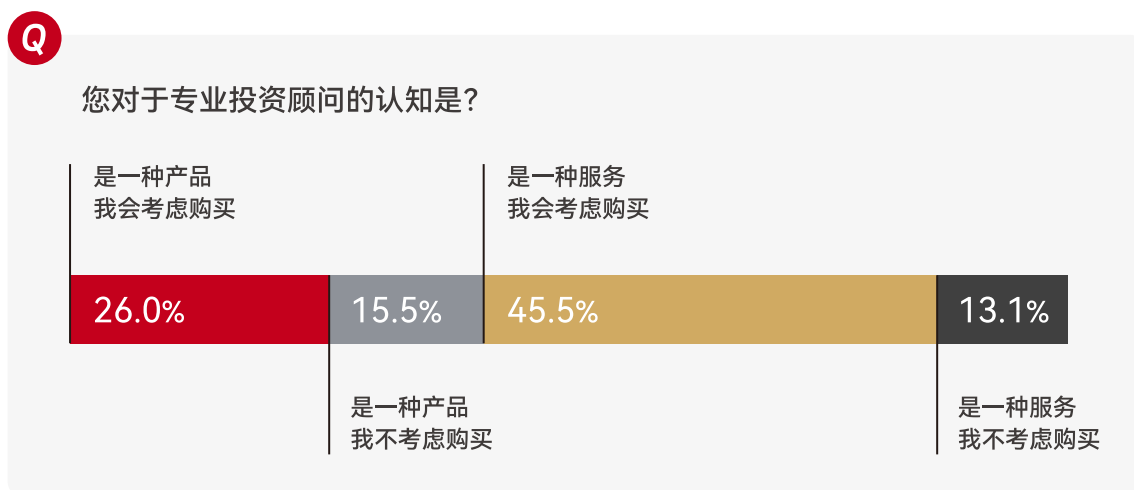


## 9. 居民对专业投顾服务的使用行为与其金融素养水平相关：素养较高的群体往往能更准确地理解专业投顾的价值, 并愿意为投顾服务付费。

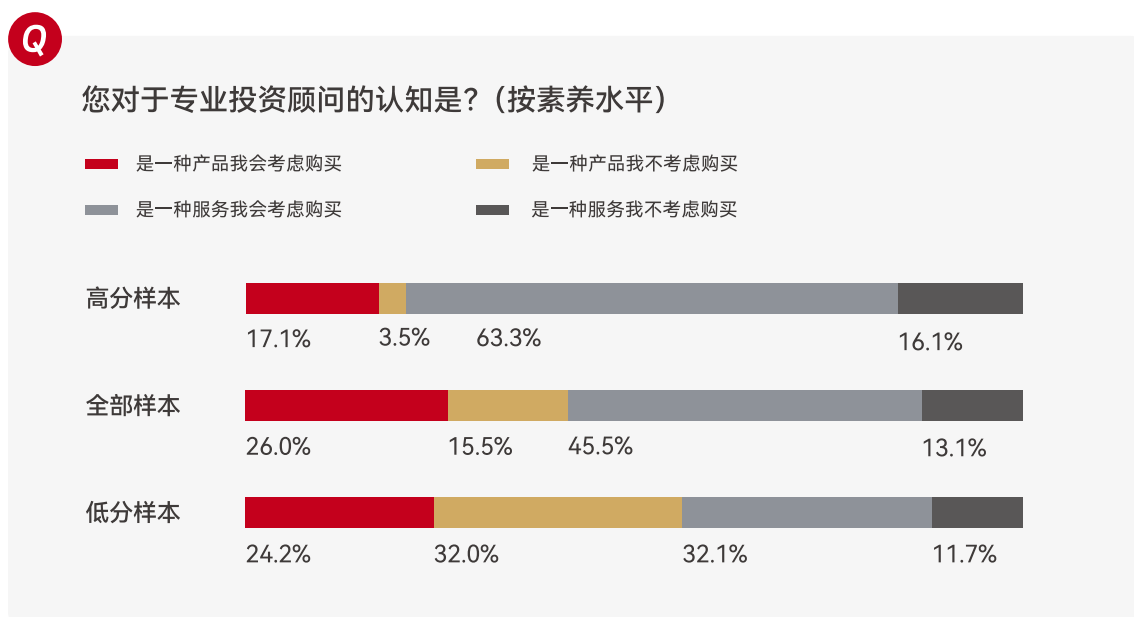
随着我国的投资顾问业务起步，基金投顾从试点走向常规化，我们也在调研中重点关注了居民金融素养水平与其对投顾的态度影响。

从欧美发达国家的经验来看，投顾更多是一种金融服务，陪伴、教育和专业咨询、资产配置是同等重要的服务内容。而我们的调研数据显示，金融素养水平较高的受访者对投顾的服务价值更为认可。高分样本中有79.4%认为投顾是一种服务，而低分样本中仅有43.8%将投顾视为服务，大部分受访者更关注投顾的产品价值。

数据还显示，认可投资顾问的服务价值的受访者对投顾付费的意愿更高。共有58.6%的受访者认为专业投资顾问是一种服务，其中七成会考虑购买这项服务。而在将专业投顾视作一种产品的受访者中，有六成会考虑购买。



对专业投顾的理解也会影响到受访者选择投顾时的考量，如果消费者将投顾作为金融产品来选择，往往会优先考虑购买后能获得的短期收益，而将投顾视为服务的消费者在购买时则更有可能同时考虑服务感受、长期价值等因素。



## 第二部分

# 各维度代表性发现



# 一、货币与银行

此次调研中，受访者在货币与银行部分的平均得分为64.5分，低于问卷整体得分水平。

## 1. 理解通货膨胀

70.8%的受访者能够理解在通货膨胀的影响下，同样金钱的购买力会随着时间推移而下降。

作为“金融素养三问”之一，通货膨胀被视为评估金融素养水平的基础问题，在各国金融素养调研中被普遍考察。OECD在2020年开展的国际金融素养调查显示，78.0%的成年人能够正确识别通货膨胀的含义，但平均只有59.9%的成年人能够应用这一定义来识别货币的长期价值。<sup>16</sup>

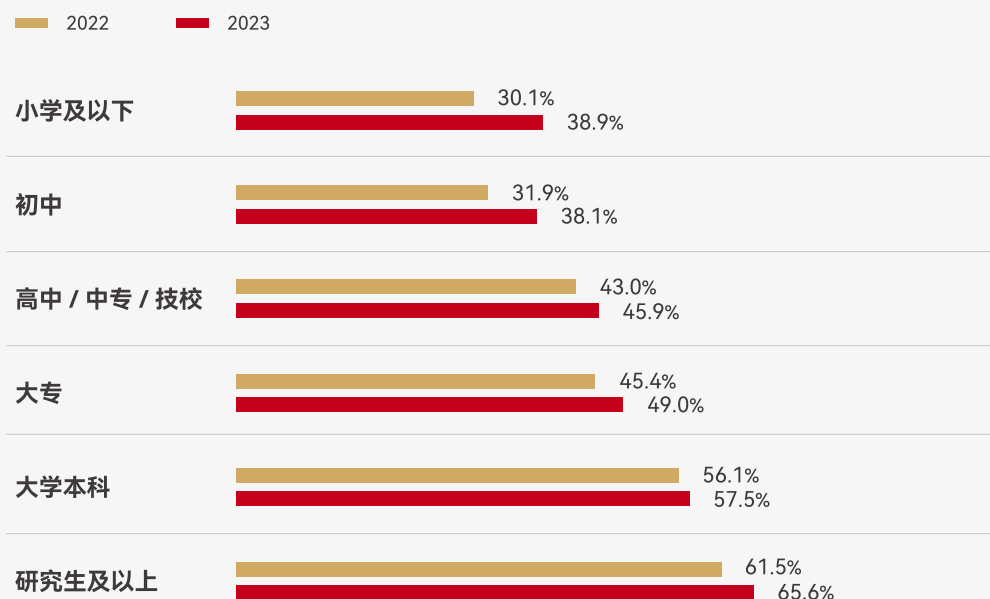
## 2. 复利的概念

55.9%的受访者理解在银行存款时，每个计息期内产生的利息会和本金一起作为下一期投入的本金，共同产生新的利息，即我们通常所说的“利滚利”。

两年的问卷调研结果均显示，18岁以下的受访者对于复利的概念认识不足。另外，学历较高的受访者对复利概念的认知程度普遍更好，且各学历组别间有明显的阶梯式差异。研究生及以上学历人群中，有65.6%能正确掌握复利知识；小学及以下学历人群中这一比例为38.9%，初中学历人群中这一比例为38.1%。

Q

假设银行存款年利率为1%，那么将10000元存入2年后您的账户中有多少钱？  
(按学历)



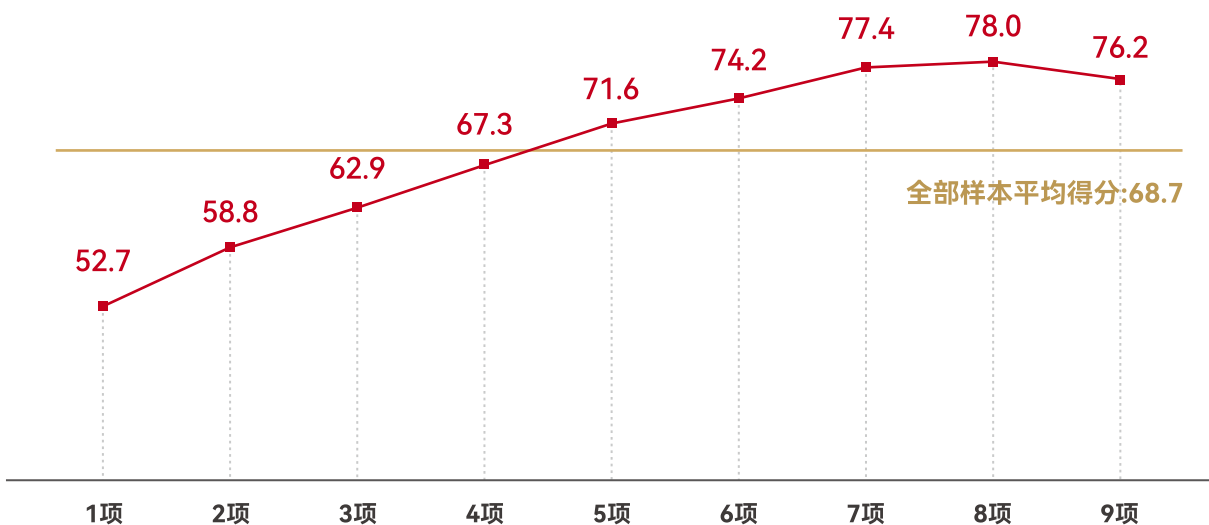
<sup>16</sup> OECD (2020), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy  
[www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeofglobalfinancialliteracysurveyreport.htm](http://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfeofglobalfinancialliteracysurveyreport.htm)

### 3. 金融行为参与度

移动支付、了解个人收支情况和使用银行自助服务设备是居民参与比例较高的金融行为。

OECD的调研数据显示，金融行为参与程度越高的人具备越丰富的金融知识。<sup>17</sup>我们同样发现，参与金融行为越多的受访者金融素养得分也相对更高。在上述金融行为问题中，曾参与过1项的受访者平均素养得分仅为52.7分；而参与了5项以上的受访者平均素养得分均达到70.0分以上。这些结果彰显了在实践中学习的重要性。

金融行为数量与金融素养得分的关系



## 二、收支与信贷

居民在收支与信贷部分的平均得分为69.5分，略微高于整体分数水平。大部分受访者了解必要时可以通过信贷来平衡收支，了解贷款期限与利息的关系，清楚未能按时履行还款责任的后果，但计算实际收益率的技能仍稍显不足。

### 1. 个人征信不良记录的后果

大多数居民对个人征信不良记录的后果有一定认知。18岁以下组别答题表现较差，仅79.3%回答正确。加入18-25岁的受访者样本后，整个25岁以下组别的正确率大幅上升至89.5%，但仍低于整体均值，说明尽管大部分人能够在高等教育期间和工作初期迅速提高这一层面的金融素养，年轻群体仍是出现信贷问题的高发人群。该群体对不良征信后果的认知不足也能部分解释近年来高发的校园贷以及部分不规范消费贷现象。

<sup>17</sup> OECD (2020), OECD/INFE 2020 International Survey of Adult Financial Literacy  
[www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfe-global-financial-literacy-survey-report.htm](http://www.oecd.org/financial/education/launchoftheoecdinfe-global-financial-literacy-survey-report.htm)

Q

判断以下描述：“个人征信有不良纪录会影响到银行贷款、信用卡的申请，严重时甚至影响到出行。”



## 2. 不可负担债务

债务管理对于个人和家庭而言都至关重要，有效的债务管理可以帮助降低财务风险、保持财务稳定，而了解个人和家庭的收支情况、分辨不可负担债务则是债务管理的前提。今年的调研中，超过三分之二的受访者能够理解“包括还款在内的每月支出>每月净收入”为不可负担债务。

# 三、储蓄和投资



储蓄与投资是居民最感兴趣的金融知识领域，也是居民参与金融市场、谋求家庭金融福利的重要基础。但与此不匹配的是，居民在该维度的得分仅为64.9分，低于整体得分水平。

大多数受访者理解风险和潜在回报之间的正相关关系，有能力对不同类别的金融产品进行风险比较，并根据个人需求选择适配的产品，与之相关的金融产品风险比较、金融产品适配性等题目的正确率均达到70%以上。然而，居民对高风险金融产品和工具的属性及潜在风险了解稍显不足，例如仅有53.6%的受访者能够正确评估股票型基金和单只股票的风险高低，仅有47.5%理解如何通过多元化配置策略分散风险，这些金融素养上的短板也可能在一定程度上导致了“基金赚钱，基民不赚钱”的现象。

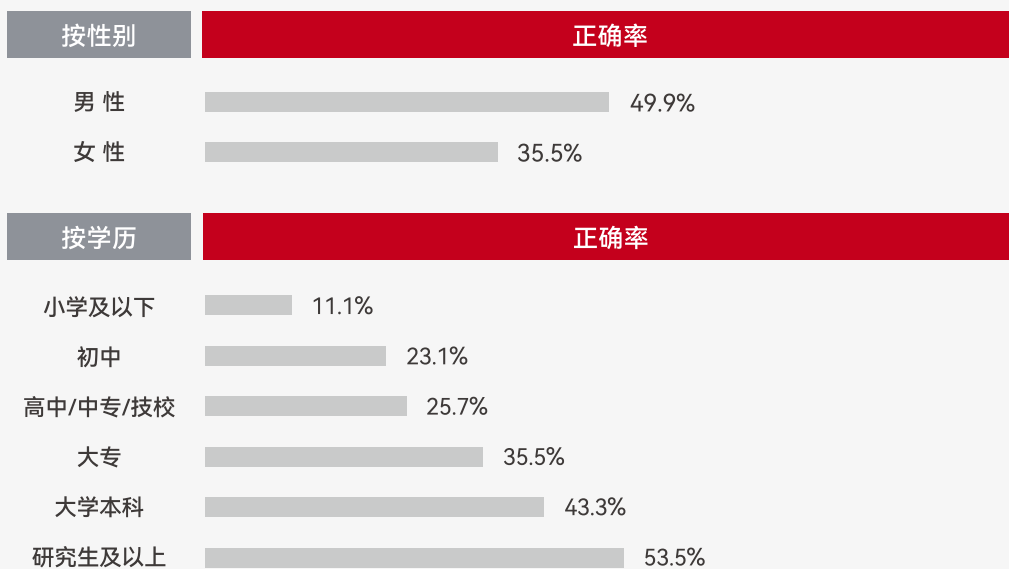
## 1. 复利计算

如前文所述，计算类问题是居民在今年问卷中表现较弱的部分，复利计算也是其一，正确率仅为41.5%。

男性在本题中的正确率为49.1%，女性仅为35.5%。从学历来看，大学本科组别正确率为43.3%，研究生及以上组别正确率为53.5%，小学及以下、初中、高中/中专/技校组别的平均正确率都在三成以下。这或许是因为复利计算相较于其他金融素养内容，对数学计算的要求更高，而大学本科和研究生组别因为受教育内容的关系，通常理解与计算能力更高，从而有更好的表现。

Q

假如您有 100 元，投资的年化收益 10%，大概多长时间可以翻倍？



## 2. 不同金融产品风险比较

72.5%的受访者知晓银行存款、银行理财产品、债券型基金和股票型基金中哪种金融产品风险最高。

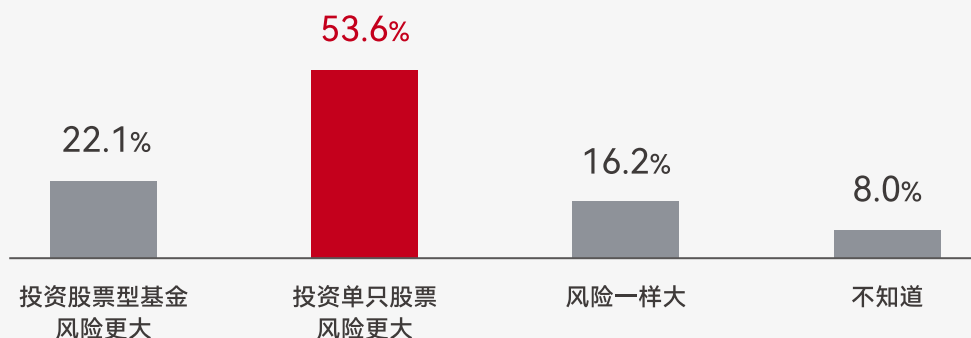
只有 64.4%的受访者了解杠杆在金融产品中的放大作用。男性在本题中的正确率为 70.5%，较女性高出近 11 个百分点。家庭理财决策者的正确率为 68.2%，非家庭理财决策者正确率仅为 52.3%。

## 3. 风险分散和多元化配置

53.6%的受访者了解投资单只股票通常比股票型基金风险更大。中国人民银行报告中展示了相似的结果，48.4%的受访者对风险分散原理有正确认识，2019年该比例为 58.1%。<sup>18</sup>

Q

通常而言，投资股票型基金和投资单只股票相比，哪个风险更大？



<sup>18</sup> 《消费者金融素养调查分析报告（2021）》，中国人民银行金融消费者权益保护局



在被问及全部配置同一股票、配置同行业不同股票和配置不同行业不同股票三种策略哪个多元化配置效果更好时，47.5%的受访者能正确回答。过去两年内有过金融投资行为的受访者本题平均正确率为64.8%，说明有投资经验的居民相对具备更高的多元化配置意识。

以上调研结果显示居民在风险管理方面仍有非常大的提升空间，一方面对于不同金融产品的风险等级理解存在一定的偏差，另一方面尚未很好掌握多元化投资等基础性的风险管理方法和技能。投资者的风险管理能力与其投资收益的稳定性、长期规划的实现等息息相关，因此在金融素养教育中值得重点关注。

## 四、消费者权益和责任

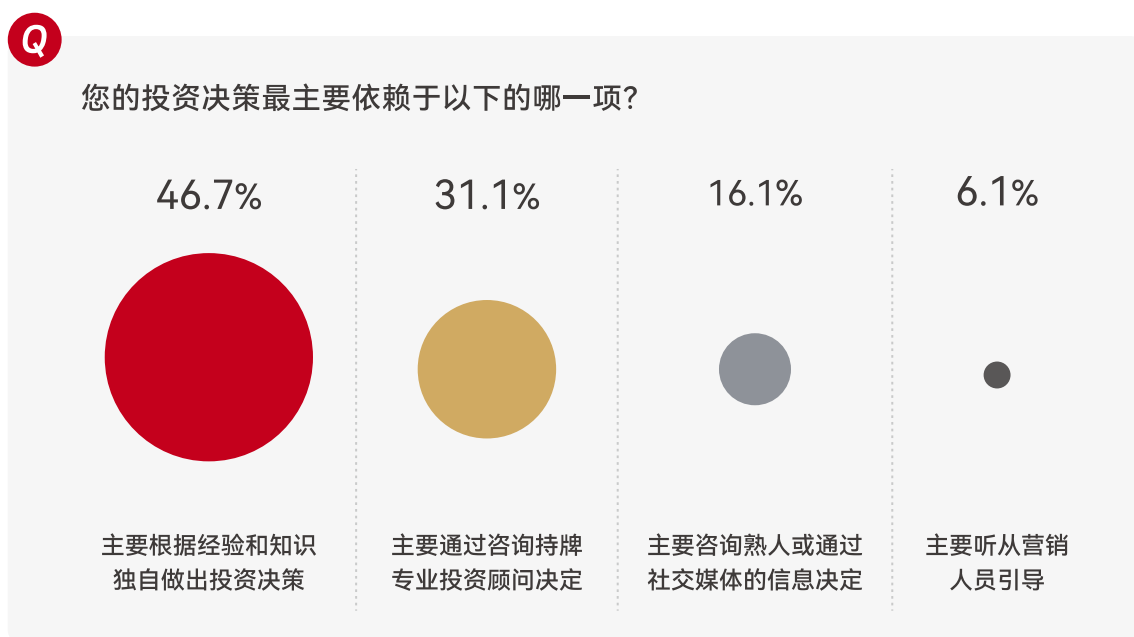
居民在消费者权益与责任部分得分为71.9分，略高于问卷整体分数水平。

今年的调研结果显示，更多受访者能从理性途径获得金融理财资讯和投资建议，也了解金融服务消费者享有的投诉及赔偿程序，知道可以通过中介机构的投诉部门、业界组织、监管机构等渠道维护自身权益。但对于不同金融产品具体由哪个金融监管机构负责监管了解较少。

### 1. 金融理财咨询来源

调研显示，大部分受访者能够通过理性渠道获取投资信息，46.7%的受访者独立做出投资决策，31.1%的受访者会选择咨询专业投资顾问，但仍有超过两成受访者依赖产品营销、熟人和社交媒体等非理性渠道做出投资决策。

如今，市面上不乏提供专业、优质金融知识和信息的社交媒体平台，但一些非专业人士对自媒体的滥用也使得网络上充斥着传言、炒作和情绪化的言论，容易对投资者产生误导。在金融决策中，投资者应该注意筛选信息，依赖可靠和理性的渠道，避免受到非理性信息的影响。



## 五、财务规划

受访者在这一维度的平均得分为75.9分，明显高于问卷整体分数水平。值得注意的是，这一维度的问题主要考察居民的财务规划意识和对自身财务规划能力的自我评价，并未测试居民实际进行规划的能力。因此，受访者在这一维度的得分和其对财务规划的科学认知程度和操作能力之间可能存在一定差异。

事实上，财务规划是财富管理中一项重要的实践技能，有助于提高居民的长期财富安全和获得感。但人们往往会高估自身的财务规划能力，上海高级金融学院和嘉信理财联合发布的《2023年中国新富人群财富健康指数》报告中就指出，中国新富人群对自己的财富管理能力愈发自信，但实际财务规划水平仍有待提升，有高达98.0%的受访者尚未为自己制定符合行业标准的财务规划。<sup>19</sup>

### 1. 主动收入和被动收入

主动收入是指通过直接的个体劳动和工作所获得的收入，如工资、提成、奖金等，而被动收入是指在没有投入额外时间和精力情况下通过已有的资产或创作成果而获得的收益，如股息、租金、版权收入等。本次调研中，60.2%的受访者能准确区分工资薪金是主动收入，投资收入属于被动收入。

### 2. 预算制定

制定家庭预算不仅是管理当下财务状况的关键工具，更是降低财务风险和实现长期财务目标的重要步骤。日本中央金融服务信息委员会（CCFSI）2015年搭建的金融素养框架中就把家庭预算管理列为金融素养的第一大类，并对不同年龄段的居民提出不同的素养标准，例如，学生应当了解收支管理的重要性，有计划地进行消费，成年人则应掌握家庭的收支状况和资产负债情况，并在必要时改善收支状况等。<sup>20</sup>

本次调研中，近八成（78.5%）受访者平时会依据收入制定家庭预算。

### 3. 财务目标设定

设定财务目标是财务规划的基石，能为人们的投资理财策略提供方向性的指引。为此，我们在今年的问卷中新增了相关问题，结果显示，仅有52.7%的受访者认为自己有清晰、具体、可书面化的长期（10年以上）财务目标。

26-35岁组别表现相对较好，有58.5%的受访者有具体的长期财务目标；其次为36-45岁组别，该比例为53.4%。与问卷整体表现不同，55-65岁和65岁以上受访者设定长期财务目标的占比较低，分别为34.0%和33.3%。

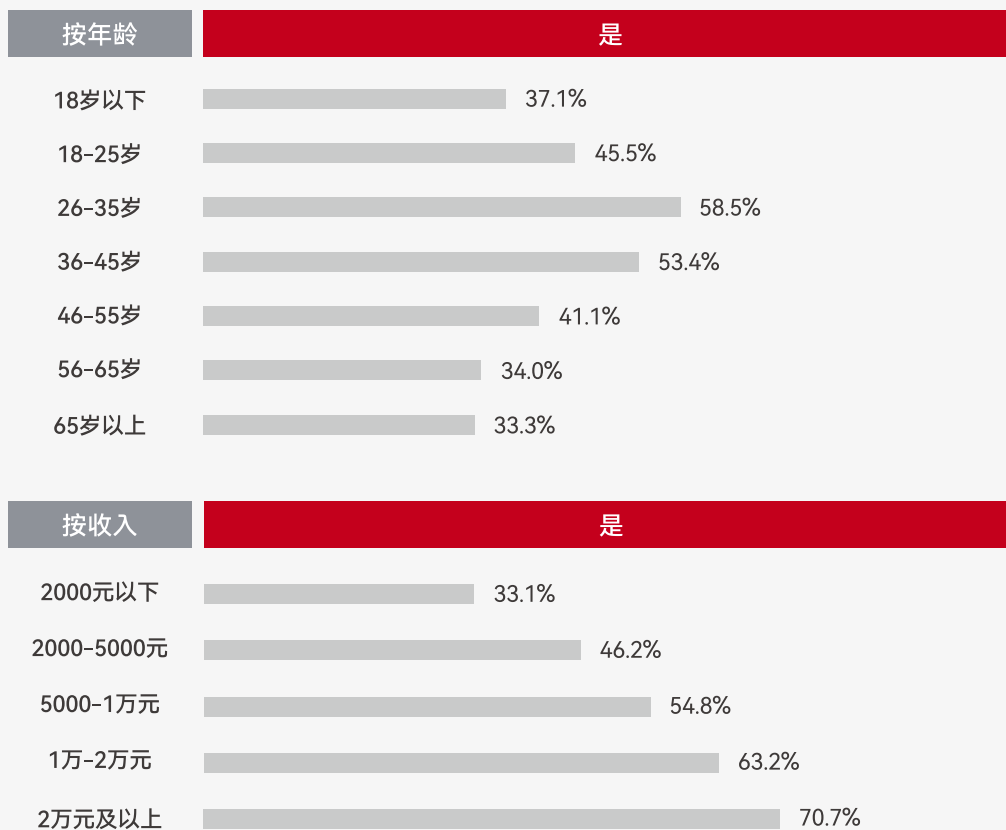
收入越高的受访者设定长期财务目标的可能性越大，月收入2万元以上的受访者中，超过七成表示自己有长期财务目标。

<sup>19</sup> 上海高级金融学院、嘉信理财，《中国新富人群财富健康指数》，2023年。

<sup>20</sup> Financial Literacy Map, Committee for the Promotion of Financial Education (Secretariat: Central Council for Financial Services Information)

Q

您是否有清晰、具体、可书面化的长期（10年以上的）财务目标？



#### 4. 退休和养老规划

立足于当前中国老龄化趋势明显的现状，退休和养老可能成为居民财务规划的重点和难点。在许多发达国家，对退休和养老的认知和财务安排也是金融素养中非常重要的环节。

不同年龄群体对退休和养老的压力感知有所不同。26-35岁组别在退休规划方面表现较好，仅有1.9%的受访者不知道如何补充养老所需。这体现出人口结构变化、经济增速放缓、国家社保养老替代率可能下降的背景下，青年人对于退休和养老问题的关注度日益增加，对退休后财务状况的认知也相对清晰和完善。65岁及以上和18岁以下组别中不知道如何补充养老所需的受访者占比相对较高，分别为14.3%和19.0%。

目前，居民的养老保障主要来自于国家社保养老金，也就是所谓的第一支柱养老。领取养老金的最低社保缴纳年限为15年，本次调研中67.5%的受访者对此有准确了解，正确率相对较高。日本2022年的调研中，57.8%的受访者不知道领取养老金所要求的缴费年限，54.3%的受访者不知道开始领取养老金的年龄。<sup>21</sup>但本次调研中也有超过二成受访者回答“不知道”或“小于15年”，意味着这部分人群在职业规划时可能无法正确衡量有关社保缴纳的问题，进而影响其未来的基础养老金领取。

<sup>21</sup> Financial Literacy Survey: 2022 Results, Central Council for Financial Services Information (Secretariat: Public Relations Department, Bank of Japan)

Q

想要退休后领取养老金，社保缴纳的最短年限是？



居民对养老金制度相关知识的了解程度主要与其所处的人生阶段相关，中信银行曾在报告中提到，超六成（61%）受访者未开始养老财富规划的原因是觉得自己还年轻，不需要太早规划养老<sup>22</sup>，这或许也是年轻群体对养老金制度关注较少的原因。事实上，尽早开始养老规划和储蓄，我们才能享受复利带来的资本增值，为退休生活打下更扎实的财务基础。

## 六、安全与保障



安全与保障部分仍是居民金融素养的薄弱环节，居民对于保险等金融保障相关的知识技能仍需增进了解。

女性相对拥有更高的安全保障意识和知识储备，在这一维度的平均得分为66.6分，高于男性的64.4分。18岁以下和65岁以上受访者仍然是表现较差的组别，也是金融安全需要重点关注和保护的群体。

### 1. 重复投保

保险根据赔付方式的不同，可分为给付型保险和补偿型保险。给付型保险按照合同约定给付保险金，因此可以重复理赔，常见类型有寿险、年金险、重疾险、意外伤害险等；而补偿型保险则是在实际损失限额内进行赔偿，因此不可以重复理赔，常见类型有医疗保险、财产险、车险等。

本次调研中，仅45.4%的受访者知道财产险无法重复获得赔偿。女性在本题的正确率为46.4%，略高于男性的44.2%。居民在选择保险产品前应适当积累基础保险知识，确保所选择的保险产品符合需求，并能够充分理解保险赔付的范围和条件。

### 2. 金融产品适配

仍有超过30%的受访者认为对不希望损失本金的70岁老人推荐金融衍生品是适当的。在这方面掌握程度最好的是46-55岁年龄组，正确率为83.3%。投资适配性是保障投资者财务安全和财富健康的重要因素，因此仍需作为金融素养教育的重点。

<sup>22</sup> 《中国居民养老财富管理发展报告（2023）》，中信银行、华夏基金、富达基金等

Q

假如一个70岁老人不希望损失本金，有人给他推荐一个金融衍生品，您觉得适配吗？



### 3. 金融安全

为考察居民在金融安全方面的表现，本次调研中新增辨别金融诈骗的问题，直接询问受访者接到“金融账户被盗，要求提供密码配合调查”的信息时会如何应对。79.0%的受访者具有较高的防范意识，但仍有17.7%的受访者选择“赶紧提供信息，减少损失”，值得引起广泛重视。

在现实生活中，金融诈骗犯罪分子往往会通过模仿官方机构、冒充熟人或亲友等方式使受害者陷入信任陷阱，同时制造紧迫感，以促使受害者在来不及接受其他信息的情况下做出错误决策。为降低遭遇金融诈骗的风险，个人应提高金融素养，谨慎对待陌生请求，保护个人敏感信息，并对异常的金融交易保持警觉，及时通过可信渠道获取信息。

Q

接到金融账户被盗要求提供密码配合调查的信息，您通常会？



65岁以上受访者对于金融诈骗的防范意识较弱，有近三成面对金融诈骗信息时不知如何应对或是不向官方渠道确认便给出信息。18岁以下受访者同样是金融安全方面的弱势群体，社会各界仍需对“一老一少”的金融安全问题予以更高关注。

## 七、金融教育

今年的调研中，除了询问居民在金融教育内容和机构上的偏好外，我们还增加了更多关于金融学习渠道和频次的问题，力图更详尽地了解不同群体的金融教育需求，为各机构设计个性化的教育计划提供参考。

不同年龄人群青睐的金融教育内容和渠道有所差异，低年龄组对金融知识的学习意愿相对更高，尤其是在货币与银行、收支与信贷两个维度。在教育机构选择上，金融服务机构是大部分受访者的首选，除此之外年轻受访者更倾向教育机构，年长受访者则更青睐监管机构或自学。各年龄段人群都应该获得金融知识的学习机会，以更好地满足他们在不同人生阶段的需求。

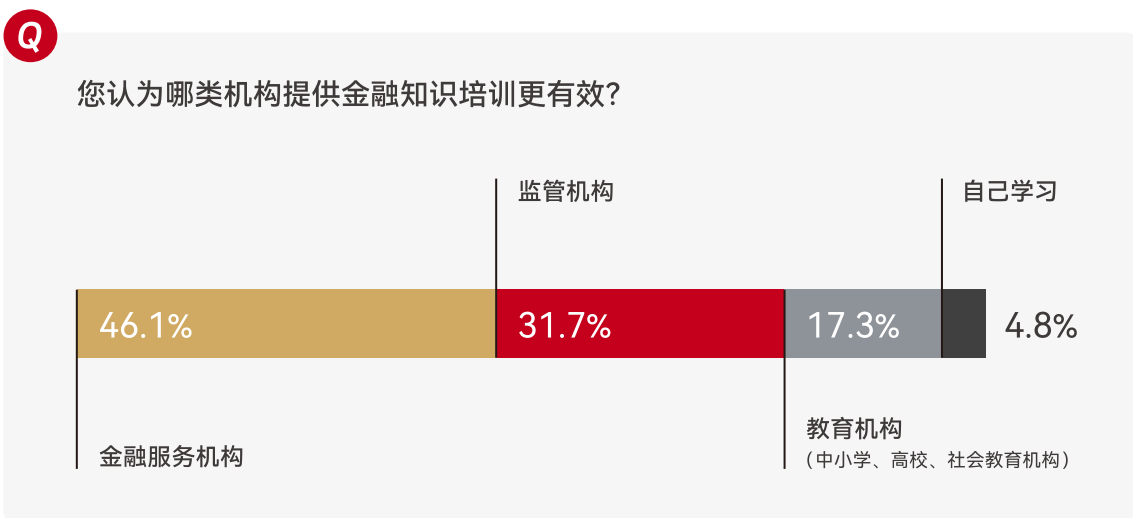
男性和女性对金融知识也有不同的需求和偏好，除了货币与银行以外，女性对大多数金融知识领域都表现出更高的学习意愿，尤其是她们表现较好的安全与保障和财务规划领域。

### 1. 金融教育内容选择

受访者最感兴趣的内容是储蓄与投资，78.4%的受访者希望学习相关的金融知识；其次是安全与保障（60.2%）、货币与银行（58.4%）和收支与信贷（52.7%）方面的知识，而需要财务规划方面知识的受访者占比最低，仅为47.2%。

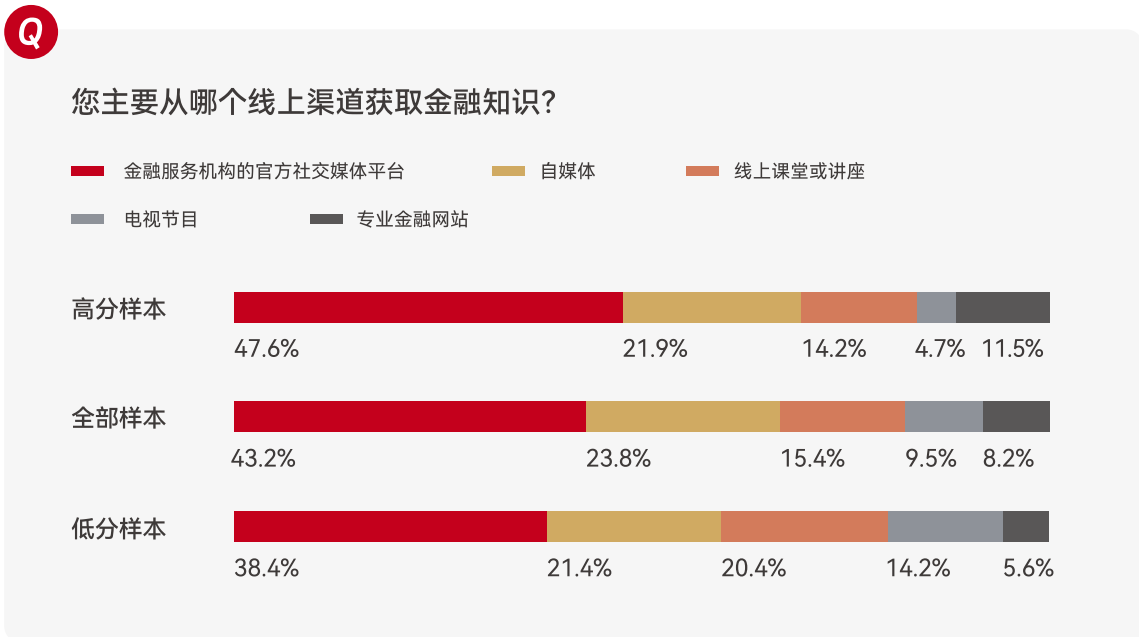
### 2. 金融教育机构选择

46.1%的受访者认为由金融服务机构提供金融知识培训更有效，也有31.7%和17.3%的受访者分别选择监管机构和教育机构，仅有4.8%的受访者选择自学。

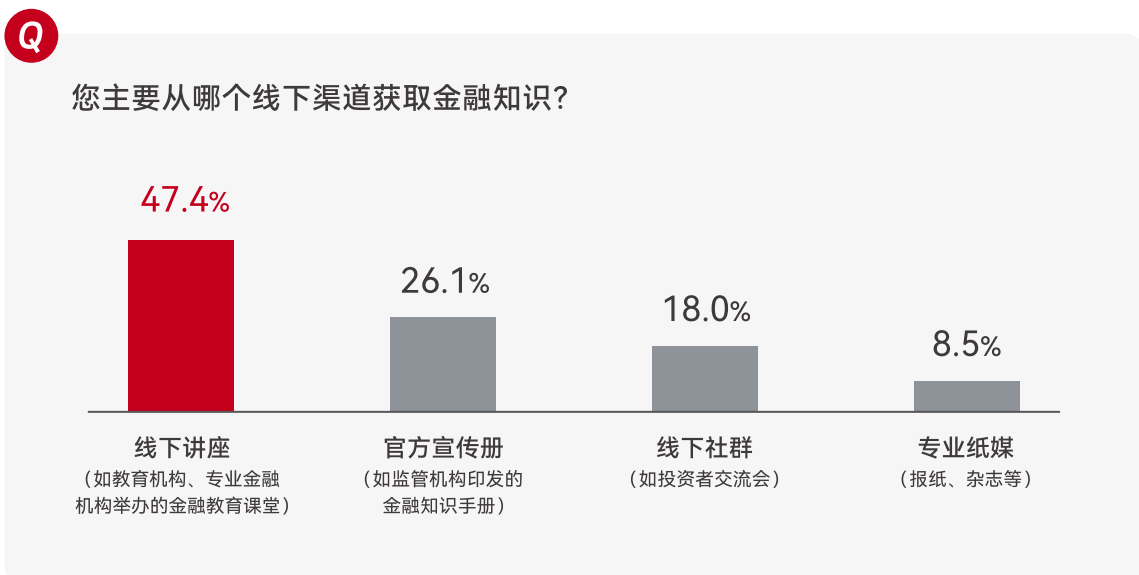


### 3. 金融教育渠道和形式

在金融教育渠道方面，75.4%的受访者更倾向于通过线上渠道获取金融知识，偏好线下渠道的受访者占比仅为24.6%。



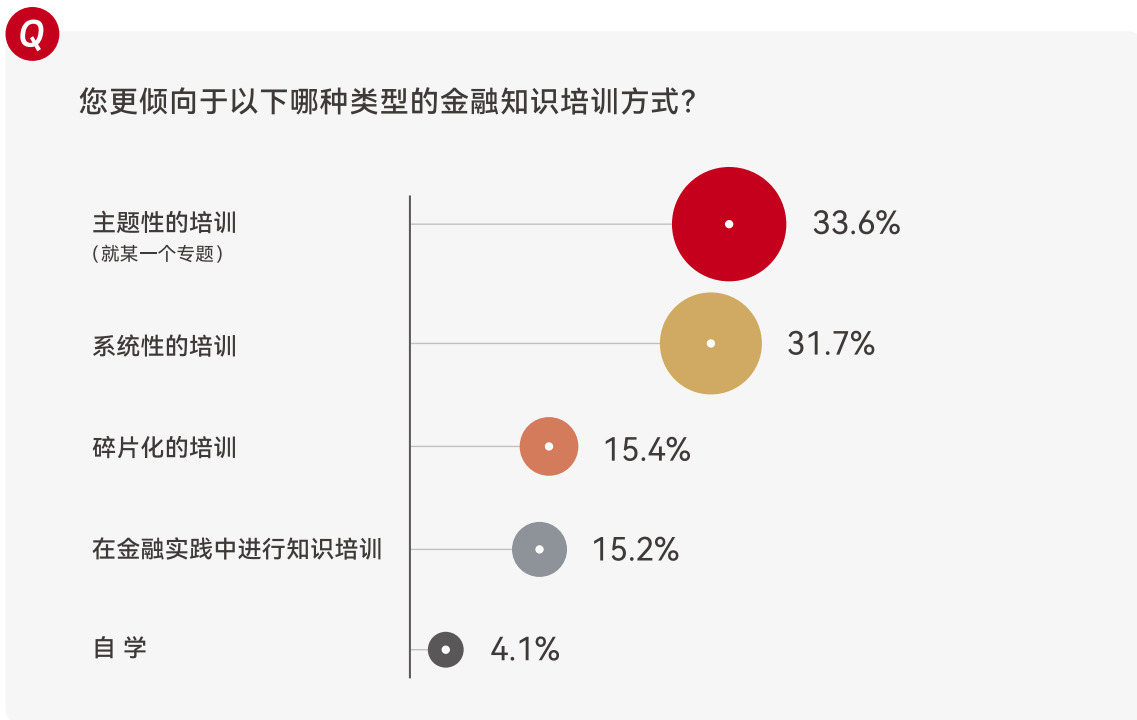
在线上渠道中，金融服务机构的官方社交媒体平台是受访者最主要的学习渠道（43.2%），其次是财经类自媒体（23.8%）和线上课堂讲座（15.4%）。中国证券投资基金业协会也曾在报告中指出，视听化新媒体形式已成为最受投资者青睐的教育形式，其中45岁以下的投资者中超过60%会选择“直播、短视频等新媒体”形式，60岁以下的各年龄段选择“其他线上媒介形式”的比例均超过45%。<sup>23</sup>相关金融机构应充分发挥互联网平台优势，基于用户的具体需求、发展形式更多样的线上投资教育。



最受青睐的线下渠道是各类机构举办的讲座，近半数（47.4%）受访者会通过该渠道获取金融知识，其次是官方金融知识宣传册（26.1%）和线下社群（18.0%）。

<sup>23</sup> 《全国公募基金市场投资者状况调查报告（2020年度）》，中国证券投资基金业协会





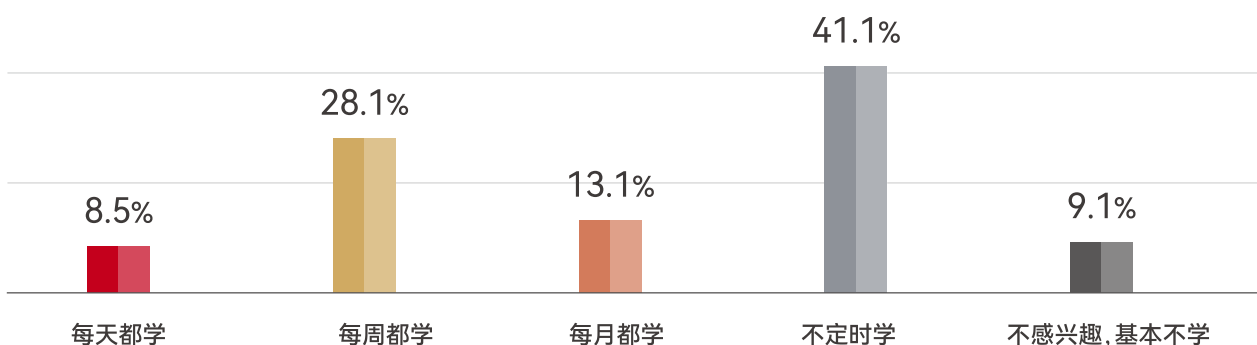
通过对比不同得分的受访者，我们发现金融素养水平较高的受访者更青睐较为专业的金融教育渠道。在线上渠道中，高分样本对官方机构社交媒体平台和专业金融网站的青睐度更高，低分样本则更愿意通过线上课堂讲座和电视节目学习金融知识。他们对线下金融教育渠道的偏好差异更为显著：高分样本中有67.9%会通过专业机构主办的线下讲座进行学习，这一比例在低分样本中仅为32.5%；低分样本通过线下社群等非专业渠道获取金融知识的比例则显著高于其他受访者。由此可见，提高居民对专业金融信息获取渠道的辨识度对于金融素养水平和整体财富健康的提升也至关重要。

在培训方式方面，多数受访者倾向于接受主题性的金融知识培训(33.6%)或系统性的金融知识培训(31.7%)。

#### 4. 金融学习频率和时长

大多数受访者有学习金融知识的习惯，28.1%的受访者每周都学习金融知识，41.1%会不定时学习，仅有9.1%的受访者表示对金融相关知识不感兴趣、基本不学。不同学习频率的受访者在金融素养得分上没有显著差异，但选择基本不学的受访者金融素养的平均得分为57.8分，明显低于其他组别。

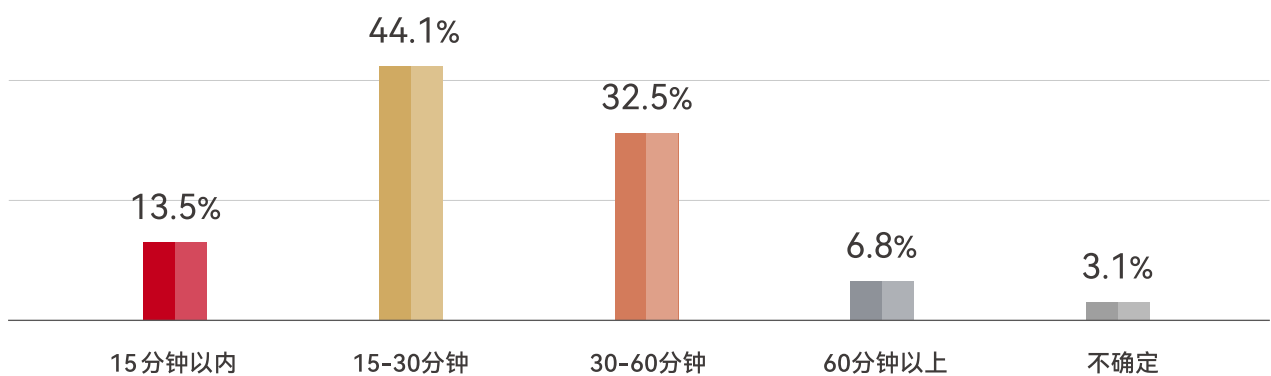
受访者金融知识学习频率



家庭理财决策者的金融知识学习更规律、更频繁，其中 56.8% 会定期学习金融知识；非家庭理财决策者中仅有 27.6% 的受访者会定期学习，另有 20.2% 选择不感兴趣、基本不学。

九成受访者每次学习时长在 1 小时以内，大部分受访者偏好 15-30 分钟 (44.1%) 或 30-60 分钟 (32.5%) 的学习。但通过线下渠道接受金融知识培训的受访者单次学习时长更长，其中 36.7% 的受访者每次学习时长在 30-60 分钟，另有 9.2% 的受访者每次学习时长在 60 分钟以上。

### 受访者单次金融学习时长



## 第三部分

# 金融机构的 投资者 教育现状



我们在去年的报告中曾提到，由监管机构进行统筹和引导、金融机构承担主要职责、教育机构提供支持和配合可能是更适合中国国情的居民金融素养提升模式。金融机构是居民金融活动的直接参与者和服务者，在开展金融教育、塑造金融行为方面具有较高的便利性。过去两年的居民金融素养调研也显示，金融机构是最受居民青睐的金融知识获取渠道，这对金融机构优化投教工作、建立权威性和信任感提出了更高要求。同时，居民金融素养的提升也有助于金融机构更好地提升服务质量、建立互信的客户关系、拓展金融业务。

为此，今年课题组增加了对居民金融素养教育中的重要执行主体——金融机构的观察。由于目前金融机构开展素养教育的对象主要是通过该机构进行金融投资的客户，行业习惯将这部分工作统称为“投资者教育”。因此，我们在本章节的调研和汇报中也沿用惯例称之为“投资者教育”，有扩展到金融素养方面的内容将单独说明。

## 一、投资者教育的目标和驱动力

近年来，中国本土金融机构对投资者教育的重视程度越来越高，银行、券商、基金公司、第三方基金销售机构（以下简称“三方机构”）等机构从各自的视角出发，推出了内容纷呈、形式多元的投教项目，并取得了不错的成效。投资者教育的初心决定了机构在制定投教策略、确定投教内容时的总体方向。为此，我们在今年的调研中首先关注机构开展投资者教育的目标和驱动力。

从机构的反馈来看，开展投资者教育的驱动因素主要涵盖三大维度，每个维度之下又有多重细分考量。其中，不少机构并非着眼于单一的目标，而是从多维度综合考量投资者教育的意义，已经对投教形成了较为全面的认知。

### 首先是响应监管机构的号召，展现金融机构的社会责任。

许多机构在设计和开展投资者教育时都将监管的要求作为重要考量因素之一，并且不约而同地强调投教工作是金融机构助力普惠金融、促进社会稳定和行业高质量发展的社会责任。

近年来，金融监管部门遵循保护投资者利益的首要原则，通过多项举措有力推动了投资者教育在全国范围内的普及。例如中国证监会于2018年印发《证券期货投资者教育基地监管指引》，对国家级和省级投教基地的设立和管理提出更细化的要求。中国证券业协会依照国务院和中国证监会的有关规定，于2019年3月重新起草了《证券经营机构投资者教育工作指引》（以下简称“《投教工作指引》”），要求证券经营机构开展具有“规范性、长期性、适当性、有效性”的投教工作，并通过定期考核和评价机制予以监督。

值得注意的是，在中国金融业分业监管的现状之下，不同类型的金融机构在投教工作中面临的监管要求和标准略有差异，这也在一定程度上影响了各类机构对投教的态度和行为，我们会在后文中详述。

“响应监管的号召，为行业长期健康可持续发展添砖加瓦。”

某基金公司

“通过投教活动，公司可以展示自己对社会的责任感，促进社会金融稳定和可持续发展。”

某证券公司

“一些监管要求也可能促使银行提供更多的投资者教育，以确保市场的公平和透明。”

某商业银行

### 其次是从投资者的角度出发，希望通过长期投教引导客户转变投资理念和行为。

一家三方机构基于其在基金销售领域深耕多年的经验，提出投教是为了解决投资者在基金投资中的三个关键问题：一是为什么要买基金，即引导投资者思考自己的投资目标，准确认识自己的投资需求；二是买什么样的基金，即加深投资者对基金市场的认知，找到适合自己的投资标的；三是何时买入基金和持有多久，即纠正追涨杀跌的心态，引导客户践行长期主义。

除了基础的投资者保护和防范金融诈骗外，提升公众的投资意识和能力，帮助投资者树立正确的投资理念、建立合理的投资预期也是机构在问卷调研中频繁提到的投教驱动力。随着中国的金融产品供给日益多元、居民投资参与度不断提升，投资者教育对于巩固居民财务安全、提升公众投资获得感的意义也将不断显现。

**第三个维度是出于机构自身业务发展和战略的考量。其中，关注投教在业务战略层面意义的公司普遍更注重客户陪伴。**多数受访机构将投资者教育视为提升品牌形象、助力市场推广的一种方式，让投资者更加了解公司的投资理念，增加客户对机构专业性的理解，营造良好的品牌声誉。

也有不少机构希望通过投资者教育来解决日常业务开展中遇到的共性问题，例如提升客户在线上平台中的活跃度以及减少客户投诉。后者过往在证券公司和三方机构中尤为明显：证券公司服务大量的经纪客户，三方机构直接面向客户代销基金产品。减少机构和客户之间的信息误差，增加双方在投资理念、配置方向上的一致性，对于这两类机构开展业务、减少客诉和撤单风险均有一定的帮助。如今，随着《资管新规》的实施和净值化时代的来临，投资者教育在银行业个人理财业务中的重要性也日益显现。基金公司则可以通过投教让投资者更加了解公司的投研体系和投资理念，从供给端增强公众对市场的理解。

投资者教育是拉近机构和客户距离的良好契机。我们在调研中发现，许多头部机构经过多年投教工作的开展，已经逐渐感受到投资者教育对公司业务长期发展的反哺作用，并因此将投资者教育提升到业务战略的核心地位。例如有一家三方机构认为投资者教育不仅可以帮助到客户，也能让机构方更加了解客户的投资需求，形成双向互动；还有多家证券、基金和三方机构认为投教可以巩固金融服务机构和客户之间的信任。在后续问题的调研中，我们发现这些机构也往往更注重将投资者教育转化为客户陪伴，而非简单地灌输投资知识和理念。

“投资者教育的目标在于通过对投资知识的普及、正确投资方法的引导，帮助客户提高金融素养，综合运用各类金融产品进行资产配置，认识投资风险并掌握风险防范措施，增强自我保护能力，培育成熟的投资者队伍。”

某证券公司

“提供投资者教育有助于降低客户投资风险，减少因不明晰信息而引发的投诉和纠纷，维护机构声誉。同时，提升客户的金融素养可以扩大投资市场，增加银行的业务机会和收入。”

某商业银行

“(投资者教育的)目标是提升客户对财富管理市场的认知，只有客户的认知与市场的实际状况接近，我们的业务才能更顺利地展开，才能推动公司的成长。”

某三方机构

“投资者是金融机构的根本，以客户为中心，提升投资者获得感，增加投资者的收益，是金融机构要解决的根本问题。”

某证券公司

“我们相信投教工作是与客户建立连接和信任的关键桥梁。”

某三方机构



## 二、机构在投资者教育领域的资源投入

金融机构对于投资者教育的资源投入很大程度上体现了该公司对这项工作的战略定位。为此，我们在此次调研中也特别关注到机构对投教工作的管理层级，以及人力和财力的投入情况。从问卷反馈来看，不同业务类型和规模的金融机构对于如何合理配置资源、统筹管理投资者教育工作还处于百花齐放、各自探索的阶段，尚未形成普遍做法或行业共识。

### 1. 体制机制设立

在公司决策层面为投资者教育工作设立内部协调机制，或是由专人、专部门负责，有助于确保各业务条线一致开展高质高效的投教工作。

今年参与调研的证券机构几乎都设立了专门的投资者教育部门或投资者权益保护委员会，统筹负责全公司的投资者教育事宜，且分管领导大多在公司副总、执委级别。其中一家将其归口到公司财富管理业务总部管理，通过协同工作机制确保投资者教育能够从公司决策层真正落实到服务一线；还有一家近两年在投顾业务部下面专设了投资者教育部门。除组织结构的调整外，还有券商探索草拟了公司内部的《证券投资者权益保护工作管理办法》，从制度层面搭建起投资者权益保护的保障体系。可见证券机构在响应监管号召的基础之上，也结合财富管理转型、基金投顾落地等业内最新趋势，在投教工作中融入了自己的战略考量。

“公司成立了跨部门投教基地工作小组，在总部各部门、子公司增设投教联络人，形成体系、建立机制、上下互动，协调、组织公司各层面规范、有序落实各项投教工作要求。”

某证券公司

“由品牌管理部统筹全公司的投资者教育工作，其前身是营销策划部，也曾积极推动过投资者教育工作。”

某基金公司

三方机构也对统筹推进投资者教育工作进行了许多有益的尝试，例如一家受访机构早在2016年就成立了专门机构负责投资者教育，并由公司董事长亲自主抓投教工作。

相比而言，银行与基金公司投教设置单独部门的较少。许多基金公司将投教事务归于市场、品牌部门负责，银行则会选择由零售或产品部门直接在日常业务中开展投资者教育，缺乏公司层面的统筹安排。

综合来看，不同机构在投资者教育的体制机制设立方面存在差异的原因是多样的：

- ① 受历史业务形态的影响，有些类型的机构在业务中涉及投资者教育的场景和内容可能较少或单一，并没有设立独立部门来负责相关事务的迫切需求。例如基金公司作为资产管理机构，大客户和代销渠道是他们主要对接的群体，直销客户的占比极低，直面个人投资者的场景也就相对有限。而直接服务个人客户较多的证券公司和三方机构则有更多提供投资者教育的服务场景和内容。
- ② 监管的要求也是导致配置差异的客观原因之一。例如中国证券业协会在《投教工作指引》中明确要求证券经营机构“设立或指定相应部门，配备充足的专职投资者教育工作人员，由其负责统筹本单位的投资者教育工作”，证券机构也确实此次调研中专设投资者教育部门比例最高的细分行业。以往投资者教育方面的分业监管难免带来标准不一致的问题，而监管方出台更具体的要求往往能给机构更大的动力和更明确的方向，以系统的方式统筹安排投资者教育事务。

## 2. 人员预算配置

预算设置是衡量机构在投资者教育方面投入的直观标准之一。尽管投资者教育并不是一项能直接为公司带来收益的盈利业务，但从问卷反馈来看，各类金融服务机构计划在投教事务中的投入从百万元到千万元级不等。

部分受访机构表示并未就投资者教育专门编列预算。需要指出的是，不单独设立预算并不等同于该公司在投资者教育方面零投入。许多机构会将投资者教育成本从市场推广、品牌活动、客户服务的预算中支出，合计数额可能也相当可观。但鉴于预算制定是业务规划的重要环节，为投资者教育专门编列预算的机构往往能拥有更系统、独立和完整的投教工作规划。

“公司提供大量经费支持，组建了专业化的投保投教队伍。公司现有志愿者 40 人，全国的投教讲师共 28 人，在中国证券博物馆开放日为广大公众提供优质的讲解服务，起到了传播证券历史文化、履行投保职责的作用。”

某证券公司

从参与投资者教育工作的人员数量和结构来看，虽然受访机构的投教队伍规模各不相同，但是在总部设置专职人员、在分支机构或相关业务部门设置兼职人员或联络人的配置模式得到了各类大小机构的青睐。此外，还有机构专门组建了专业化的宣讲队伍，在博物馆等公共场所为公众提供投资者权益保护宣讲和投教服务。

## 三、投教内容和知识体系

在投资者教育的主题设置、内容权重分配和知识体系构建等方面，各机构基于自身实际进行了富有多样性的有益探索。

### 1. 投教内容和主题

金融机构的投资者教育主题主要包含三大类：投资知识和技能介绍、基础金融素养普及和相关政策宣讲。

与投资直接相关的内容是各受访机构投资者教育中的重点，这其中可以进一步分为投资理念的引导（如长期主义、分散配置）、投资知识和技能教授（如定投）、不同类型金融产品的介绍（如股票、基金、期货等产品的原理），以及市场分析和大盘解读。此外，也不乏对养老规划等近期财富管理领域的新兴热点开展专题投教的机构。

“投资者教育已覆盖财富管理经营全链路。

售前：

以知识科普为主，旨在唤起用户的财富管理意识，提升用户的理财认知，提供价值获得感

售中和售后：

以市场行情解读、深度持仓陪伴为主，帮助用户了解所购买产品的基本表现，在市场异动时给予客户及时答疑和安抚，减少焦虑，提升持仓体验，帮助用户规避非理性的追涨杀跌行为。”

某商业银行



与此同时，多数机构在投资者教育中也会自觉地加入了对复利、通胀、货币等基础金融素养知识的普及。然而，这些科普往往是作为机构以其主要业务为中心所开展的投教活动的补充，总体涉及的范围较小，鲜有单独开展的金融素养教育项目，且在内容选择上也会更加聚焦于与自己服务的金融细分领域更贴近的金融素养知识。

而在政策方面，由于业务侧重和监管要求有所不同，各个细分行业的教育内容各有侧重。总体而言，银行更注重防骗、反诈、反洗钱等政策的解析和宣讲，在投资者和非法金融活动间竖起屏障；基金公司和券商侧重于讲解全面注册制等证券相关政策，同时帮助投资者读懂上市公司报告，远离非法集资等。

## 2. 投教知识体系构建

在对于投教内容的探索过程中，大部分机构尚未建立自己的投教知识体系。已有雏形的体系尽管大多出于机构的自我探索，少有理论和研究的支持，但对于全行业的投教工作而言是有价值的尝试。

有些机构联合高校、研究机构 and 行业专家开展研究，融合学界业界观点打造由浅入深的课程体系；有些机构与国家级投教基地深度合作，拓展自身投教内容的受众；还有一些机构充分发挥自身投研优势形成极具机构特色的干货，不断提升客户的投资体验。

在这其中不乏一些亮眼的创新举措：一家证券公司持续推动财富管理纳入国民教育体系，并形成以公司董事长、副总裁以及首席经济学家组成的讲师团为高校授课，亲力亲为提升国民金融素养；一家三方机构的投教基地与中国美院联合举办国风投教画展，传达健康投教理念，吸引了近千人线下参观。

“投教的主题包括：投资价值观、投资理论、投资产品解读和实操等。（占比）最多的内容是投资产品风险属性等的解读，约占一半以上的权重，其余排序为实操、投资价值观、投资理论。”

某三方机构

“投资者教育涉及的主题可以分为两大类，一类是自主创作的主题作品，例如基础基金证券投资知识、基本面投资理念及方法、资产配置理念及方法、行为金融学科普等，另一类是积极响应监管要求创作和执行的主体作品，例如防范非法集资、防范非法证券期货、反洗钱、全面注册制、读懂上市公司报告、一司一省一高校等内容。”

某基金公司

“编制了 40 余套投教课程，有针对少儿、青少年、大学生、老年人等不同群体的课件。课件类型涵盖证券知识普及、政策解读、热点事件解析、风险提示等，2023 年出版青少年财商读本。”

某证券公司

“知识体系包括：

- 市场资讯类内容(行情解读、政策解读、热点分析等)
- 特定资产类内容(三笔钱,活期、稳健、进阶资产等)
- 细分需求场景类内容(养老、工资理财等)
- 投资知识类内容(资产配置、定投、财经百科等)。”

某三方机构

### 3. 投教内容设置的考量

除了丰富的投教内容和形式，金融机构在定义和设计这些内容时的深层次考量也是本次调研希望解答的问题之一。从机构的反馈来看，有以下亮点值得关注：

#### ① 银行类机构普遍关注投资者风险意识的提升。

“风险防范”、“正确评估投资风险”、“考量金融产品相关风险”均出现在银行机构的反馈中，但券商、基金公司和三方机构在设定投教内容的考量中却鲜有提及投资风险。这或许是因为银行理财产品是打破刚兑的净值化时代下受影响最显著的金融产品之一。

不过需要注意的是，我们在去年的研究中发现，居民对于股票型基金、债券型基金等不同类别基金的风险判断，以及对不同配置策略的分散化、多元化程度判断均仍有一定的提升空间。因此，证券市场的金融服务提供商也应在风险意识方面强化投资者教育，帮助居民正确理解各种资产类别和金融产品的特征，增强风险偏好和收益预期的适配性。

#### ② 投资者需求愈发成为机构投教工作的考量因素和出发点。

一些机构反馈他们会根据客户的行业、年龄、收入水平、投资经历、投资目标等多重维度开展分层教育，通过特色投教内容因材施教，并根据受众需求平衡内容的可读性、趣味性、实用性和可操作性。也有机构会进一步对标投资者所需和行业现存的投教内容，及时查漏补缺，针对空白和盲点创作针对性的投教材料。

除了聚焦内容本身的深度和广度外，还有一家银行机构根据受众在投资各环节的痛点和需求来搭建投教知识体系，覆盖售前、售中、售后的全链路：售前以知识科普为主，专注于提升受众的财富管理意识和认知；售中及售后以市场行情解读、深度持仓陪伴为主，帮助投资者了解投资产品的基本表现，在市场波动时及时答疑、减少焦虑，规避非理性的追涨杀跌行为。

## 四、投教策略和开展方式

### 1. 投教渠道和频率

随着金融机构数字化转型的推进，大部分受访机构已形成了以线上渠道为主力、线上线下相结合的多渠道投教模式。这一点与居民对投教渠道的需求基本一致：在今天的居民金融素养调研中，75.4%的受访者表示更倾向于通过线上渠道获取金融知识，偏好线下渠道的受访者占比仅为24.6%。

具体来看，线上投教主要依托机构的自媒体矩阵（如微信公众号、微信视频号、自有APP客户端、官方微博）和外部合作的垂类媒体，通过图文、视频等多种形式定期推送。从居民素养调研结果来看，金融服务机构的官方社交媒体平台也的确是最受欢迎的线上渠道，有近半数（43.2%）受访者选择通过该渠道获取金融知识。

**线下投教的平台和场景也很多元，主要分为几类：**

- ① 借助机构自有的线下场地。如在分支机构的公告栏张贴投教资料，或者在投教基地举办讲座。银行、券商等传统金融机构由于本身已建立了大量线下网点和营业厅，在这个线下渠道更具备优势。

- ② 与外部单位合作开展投教活动。在机构反馈中，我们看到基金公司、券商、高校三方之间两两合作的案例，还有券商组织投资者前往上市公司、证券交易所等与证券投资直接相关的机构实地调研学习。

“公司开展投教主要通过线下线上相结合的方式，线下带领投资者走进投教基地、上市公司、交易所等场所进行实地调研学习，拉近与投资者之间的距离；线上除组织开展各类知识讲座、制作投教图文、海报外，也可与热播电视剧、电影、综艺、游戏等相结合进行多元维度的传播，提供沉浸式投教服务，拓宽投教的覆盖面。”

某证券公司

“主要通过线上和线下渠道进行投教。线上渠道包括公司的自媒体矩阵（微信、微博、头条、抖音等）和一些核心财经媒体。线下渠道包括知名高校、知名上市企业以及头部券商。”

某基金公司

在居民金融素养调研中，我们关注到不同金融素养的人群对线下金融教育渠道的偏好有着显著差异。例如高分人群中有近七成（67.9%）主要通过线下讲座进行金融知识学习，这一比例在低分人群中仅为32.5%；低分人群则更青睐官方宣传册、线下社群等渠道。这也与高分人群更倾向系统性的金融知识培训、而低分人群更倾向碎片化的金融知识培训的偏好相符。因此，机构在日常投教工作的设计和开展时也应兼顾不同金融素养水平的客群的需求。

基于这些渠道，各个金融机构开展投教的频率相差较大。不少机构坚持每天输出投教内容，也有机构以月为单位进行投教，还有无固定频率或是线上、线下采取不同投教频率的机构。

从居民金融素养调研的结果来看，受访者学习金融知识的频率也有较大参差，但高达九成的受访者每次学习时长不超过1小时，其中44.1%的学习时长在15-30分钟的区间内。金融机构可以考虑参照受众获取金融知识的行为特点，进行更具针对性的投教工作安排。

## 2. 投教方面的创新举措

部分机构依托自己的业务长项，积极探索创新型的投教模式，以契合各类受众的兴趣和喜好。这些创新有些已然落地，有些被机构列为下一步的发力重点，主要集中在以下几个方面：

### ① 与自身品牌建设相结合，打造投教活动IP。

部分金融机构将投教活动与打造自身品牌相结合，用投教活动来承载品牌传播、承担社会责任等内容，使得投教活动变得更为常规化，也更加具备与品牌相契合的特色。

“我们推出了‘一百个女孩的养老计划’，和一百个女孩聊她们的养老规划和人生规划，以此来推动和传播女性养老和理财的观念；同时我们也发起和参与了‘信息无障碍残障人士金融服务项目’关注残障人士的金融福祉，帮助他们平等、便利地享受金融服务。”

某基金公司

“与中国美术学院联合举办业内首个国风投教画展，首先将古诗词融合投资理财知识进行改编，再由学生们运用白描、水墨等传统绘画手法来创作，通过一幅幅艺术作品生动形象地传达健康的投资理念。”

某三方平台

## ② 借助数字化智能化创新，以游戏、竞赛等形式开展互动性投教。

有的机构充分发挥互联网方面的优势，打破“说教式”教学模式，在投教方式上增加用户互动，与投资者形成更亲近、更密切的良性沟通。许多传统金融机构也都提及数字化转型的目标，通过视频、游戏、线上互动等方式改善投资者教育的体验。

“发挥平台和技术优势，在投教基地小程序创新研发趣味互动玩法。每一位用户都拥有独一无二的数字人形象，通过每天完成各式各样的探险任务，收获投教知识和奖学金激励，持续提升学习的积极性和获得感。”

某三方机构

“公司打造了一款投资理财类的趣味社交游戏，给每个有投资兴趣及梦想的普通人一个手握100万实盘投资的机会，以基金投资为核心故事线，让用户在真实市场中体验资产配置的理财竞技。通过游戏玩法和互动，向理财知识不充分的“理财小白”植入资产认知及长期投资能赚钱的理念。”

某三方机构

“在投教建设方面，一方面把握当前AIGC快速发展的技术机遇，依托本行财富开放平台生态，协同合作机构以自动化、批量化方式创设精品投教内容，并运用图文、直播、视频等多模态内容工具，提升投教体验；另一方面深入分析用户财富管理数字化旅程，依托大数据将投教内容与用户投资旅程关键节点智能匹配，开展场景化投教，精准服务用户。”

某商业银行

## ③ 开拓视频化、新媒体化的表达方式。

相较于传统的文字表达，许多机构基于用户习惯的改变，进行了投教视频化、短视频化的转变，有助于用户更好地利用碎片时间了解投教知识。

“公司借助新媒体渠道创新投资者教育与服务模式，紧跟市场热点制作系列情景剧等内容丰富多样、投资者喜闻乐见的电子类投教作品。如：

- 反诈系列短视频：通过精彩的剧情与正能量的传递，教会投资者如何选择合法机构，远离非法主体，坚持理性投资，谨防上当受骗。
- 防非系列短视频：以热门电视剧为创意背景，结合防非打非投教输出，打造了一部金融防诈宣传短剧，为投资者揭露了诸如“股市黑嘴”、“杀猪盘”、“虚假APP”、“场外配资”、“套路贷”、“内幕交易”等常见金融骗局的真相，并科普了这类非法证券期货活动的特点及防范常识，提升投资者对金融知识的了解，增强识骗防骗的意识和能力，筑牢“防非打非”的防线。”

某证券公司

#### ④ 与高校建立合作机制，推动投教进入国民教育体系。

金融素养提升是一项长期工程，借助金融机构的专业优势，让金融教育走进课堂，有助于为年轻群体参与金融活动打下更坚实的基础。目前，可能出于对教授内容适配度、未来金融人才储备、客户开发潜力等因素的考虑，机构推动投教纳入国民教育体系的尝试主要聚焦在高等教育层面，已有多家机构尝试与高校合作开设讲座、学分课程等，但投教进入到高中乃至义务教育阶段的尝试仍非常有限。

“公司连续两年为上海某高校研究生开设财富管理与基金投资顾问相关课程，每年12讲、24课时。公司董事长、副总裁、首席经济学家领衔组成公司国民讲师队伍，将财富管理的国民教育成果以授课形式，纳入学校学分课程体系，为助力提升国民金融素养，助力资本市场高质量发展贡献力量。”

某证券公司

“以投教进校园为长期重点专项，与院校、行业机构、公益组织通力合作，线上线下结合，针对学生群体提供具有针对性、实用性、趣味性的财商教育，推动投教纳入国民教育体系。”

某三方机构

“公司将继续联袂媒体和高校开展系列学分国民教育课程，树立公募基金以高质量投教纳入国民教育的行业标杆，开展高校投资知识分享活动，希望通过走进高校的国民教育系列投教项目，分享价值投资理念、方法论来帮助年轻学生建立正确的投资观念，提高投资专业能力。”

某基金公司

### 3. 投教和投顾服务的联动

投资顾问作为直面客户、熟悉客户需求的一线服务人员，在提供个性化、针对性投教方面具有明显优势，能与面向大众的投教传播形成互补。

我们在调研中发现，证券、基金和三方机构均已广泛通过投顾开展投教工作。其中，证券公司和三方机构的探索更为深入，有些已将投教工作深度融合在投顾的日常业务中。相较而言，银行通过投顾开展投资者教育的比例则明显降低，可能的原因是银行机构获批参与基金投顾试点的数量较少，且均未展业，许多银行尚未建立起成体系的买方投顾服务模式。

“在投教与投顾的合作中，投资顾问主要扮演着向投资者提供更高质量、更有实效的教育与服务，以及进一步提升投教服务的针对性、有效性的辅助角色。”

某证券公司

“公司通过分支机构的投教专员开展投教工作。专员里有相当一部分是投顾人员。投资顾问作为兼具专业性和直面客户服务性的双重属性，专业化投教服务需要投资顾问的广泛参与。”

某证券公司

“会通过投顾进行投教，做法是先对投顾进行认证，考核认证通过之后才可以面向投资人进行讲课。”

某三方机构



## 五、投资者教育的成效

前文提到，机构在开展投资者教育时往往会从公司自身和投资者的双重角度出发，期望通过适当的投教投入，在助力公司业务增长的同时帮助投资者获得成功。为此，我们也在问卷中专门询问了投教工作在这两方面的成效。反馈显示，多数机构尚未对投教的成效进行量化，但仍能观察到一些趋势性的转变。此外，也有机构在问卷中分享了相关数据，为我们提供了有价值的洞察。

### 1. 投资者教育对受众的影响主要体现在投资行为在潜移默化中的改善

针对投教对受众产生的效果，有机构明确表示暂未分析过客户投资行为的变化情况，或是没有很好的衡量成效的手段；也有机构坦言投资者教育对用户的成效并不显著。

不过，我们也看到一些机构在业务数据中发现了用户在接受投教后投资行为向好的趋势，包括持仓时间增长、投资产品类别更加丰富多元、在市场波动时减少非理性行为甚至追加买入等等。

“以基金投顾业务为例，针对客户基金投资过程中遇到的痛点，公司帮助客户建立正确认知、接受组合投资理念……2022年以来市场波动过程中，公司基金投顾客户盈利情况、持有时长等指标都好于基金单产品投资；客户表现出明显的逆势投资倾向。”

某证券公司

“成效不是立竿见影，但可以看到客户的改变，比如说对长期投资更加认可，对市场波动的容忍度会更高一些，也更愿意做资产配置和分散投资。”

某三方机构

“通过长期的投资者引导教育，近一年重点资产的持仓用户时长提升46%。”

某三方机构

### 2. 在对自身业务的影响方面，客户满意度是许多机构的关注重点

机构在衡量投教效果时的关注点较为分散、各有不同，且大多与其对投教工作目标和驱动力的认知相匹配。客户满意度是最被频繁提及的一项指标，在各个细分领域均有机构表示投教工作提升了客户对机构的信任感、忠诚度，金融活动的参与度，或是产品复购率。也有不少机构提到，投资者教育有效地帮助他们塑造了专业形象，同时减少客诉和纠纷，对品牌声誉的整体提升有一定的帮助。

“从公司角度，我们主要基于客户满意度来衡量投教对公司业务的影响，同时参考业务发展情况(例如规模增长)。”

某基金公司

“通过投教活动，公司可以与客户建立更紧密的联系和互动，提供有价值的投资建议和服务，增加客户的满意度和信任度。在2022年度投教基地满意度调查方面，投教基地收回有效问卷48043份，其中评价为满意及以上的问卷47302份，满意度98.46%。”

某证券公司

此外，我们也在一些反馈中看到了部分机构面临的困境，例如有多家证券公司表示，考虑到监管部门对于投教的公益属性定位和投教与盈利性质业务必须隔离的要求，他们不会从业务收入角度对投教进行评估。还有受访机构指出，投教对业务的直接影响难以评价，因为其中的因果关系难以测量。事实上，适当的考核和评估制度有助于机构持续优化投资者教育工作，同时激励员工在日常业务中转变服务思维，以客户利益为根本出发点开展优质的投资者教育和客户服务。这些或许有赖于各方开展进一步的深入探讨，由监管方为行业参与者提供有力指引。

“投资者教育有助于投资者更好地理解投资产品和风险，从而减少由于误解或不当投资决策导致的纠纷和风险，这有助于保护银行的声誉和避免潜在的法律问题。”

某商业银行

“在多元化转型的进程中，主讲标准化产品的投教确实有利于公司业务的开展。尤其在公域平台持续性曝光，有利于传播公司在基金策略研究等方面的专业度。”

某三方机构

## 六、投教工作面临的挑战和未来展望

虽然各机构对于投资者教育的内容、形式以及管理架构尚未形成统一意见，但机构在日常投教工作的推进中却遇到了很多共性的问题。

其中最为普遍和显著的挑战是客户对投教的认可度、参与度不高，具体体现为投教内容浏览量不高、线下活动参与人数少、客户对机构的投教信任度低甚至存在抵触情绪等等。这可能也在一定程度上影响了投资者教育的有效性。根据机构反馈，这一问题的根源可以大体归纳为四组矛盾：

### ① 受众需求多样化和投教内容大众化的矛盾

不少机构在日常业务实践中深刻体会到，不同投资者在金融知识水平、对投教形式和渠道的偏好等方面均不相同。而投资者教育在面向公众大规模开展的过程中难免会牺牲一部分个性化的考量，难以满足千人千面的需求。因此，如何平衡投资者教育的普惠性要求和公众对金融知识的个性化、多元化需求是金融机构在下一步工作中急需攻破的一大难题。

### ② 投教内容专业性和形式娱乐性的矛盾

投教的初衷是将艰深晦涩的金融专业知识通过有趣易懂的方式传达给投资者，最终提高他们的金融素养和能力。然而在实际操作中，正规金融机构在投教形式上受到很多制约，最终为了保证内容的专业和严谨而舍弃了传播形式上一部分的趣味性，导致受众群体最终无法有效吸收和消化，形成了投教内容“叫好不叫座”的局面。

### ③ 投教工作长期性和受众盈利迫切性的矛盾

很多机构都提到，投资者大多急于求成，对于投资盈利的期待极为迫切，导致他们很难对潜移默化、着眼长线的投资者教育内容产生兴趣。此外，在市场波动剧烈、回撤幅度大时，不少投资者依旧难以保持理性，往往追涨杀跌、择时交易，将机构通过投教传达的理念抛之脑后，长此以往不免打击了机构开展投教工作的积极性。



#### ④ 正规投教和非法宣传的矛盾

一些机构指出，目前市面上关于金融行业的信息鱼龙混杂，很多机构通过上万元的所谓课程，冠投教之名，行非法荐股之实，打着保本保收益的旗号虚假宣传，导致许多投资者上当受骗。这样的行为不仅扰乱了市场秩序，也连带损害了正规机构开展的投教活动在投资者心中的形象，打击了正规机构长久用力的积极性。如何通过监管发力和行业自律双管齐下，形成良性的投教生态，真正提高机构的商业道德和教育质量，也是各方需要重点探讨的课题。

此外，从业人员对投教价值的认识不一致也是部分机构面临的一大挑战。有机构在反馈中提到，部分员工“觉得投教费时费力又没有成效，存在一定的抵触情绪”，这也再一次彰显了从内部完善投教工作管理机制、优化员工培训的重要意义。

“一般来讲，投资者认可的是短期盈利的方式，不太愿意花费时间和精力去研究长期投资。还有一点就是学习了金融知识也不能保证就会投资。此外，市场上有很多所谓投资者教育课程，动辄几千甚至上万元，以‘投教’之名，实际上主要是卖课程、非法荐股。这种乱象也让投资者对其留下了负面印象，不利于投资者教育工作的展开。”

某证券公司

“每位投资者对于学理财的具体需求都是不一样的，具体体现在投教形式(如图文、音视频)的偏好程度不同和对投教内容的接受程度不同，对财富机构投教产出的质量、形式产生较大压力。”

某商业银行

“如何把对用户真正有用有价值的内容有效传递给用户？用户喜欢听的，和对用户有价值的，有着很大的鸿沟。”

某证券公司

“如何将专业知识转化为看得懂、记得住、用得上的内容，让更多投资者学习的同时，愿意分享扩散。”

某三方机构

“主要的挑战一是来自于投资人，投资人的认知短期难以改变，而且大多数投资人还是被市场左右了投资情绪；二是来自于投顾，不同的投顾对投教的认识不完全一致，部分投顾觉得投教费时费力又没有成效，存在一定的抵触情绪。”

某三方机构

在这些共性问题面前，各机构也基于自身实践，对未来需要的外部支持提出了期待，大致可以归纳为强化三类资源的供给：

**行政资源** 作为机构开展投教、设计内容的重要动因和指导，监管机构为推广投教更有针对性地投入行政资源是众多受访机构的诉求之一。比如一些三方机构提到，希望监管部门对投教基地设立方面的政策给予更深入的解读，对国家级、省级投教基地的申报予以支持，同时对投教知识体系的大致框架给予权威指导。一家证券公司特别提到，希望监管部门能够严厉打击各类视频平台上传播不实信息或错误观念的财经“黑嘴”，降低类似行为对于正规机构开展正常投教活动的干扰。还有一家三方机构着眼长远，建议监管部门牵头逐步将投资者教育和金融知识普及纳入国民教育体系能够从根本上让理性投资、价值投资、长期投资等理念深入人心。

**专业资源** 投资者教育的核心难点之一是开发专业、优质的投资者教育内容并配以合适的展现方式。因此，许多受访金融机构提出需要发掘更多的优质合作方，例如一家证券公司提到需要引入既懂金融、又擅传播的团队和专业活动组织机构，平衡投教产品及活动的专业性和娱乐性，使之更为广大的受众所接受；也有机构提出与高校研究、教育事业相结合的建议，通过产学研的良性循环提升投资者教育的质量，产出符合投资者需求的投教内容。业界也普遍希望能由监管部门牵头，协助邀请一些行业资深专家参与机构的投教活动或课程，增强投教活动的可信度和专业性。

**行业资源** 一家券商提到，现在行业内各家机构开展的投教活动虽然名目繁多，但过分专注于自己的领域，尚未形成合力，缺乏全行业的统筹。交易所或行业协会可以牵头打造行业范围内的平台，邀请各家机构集思广益、分享交流行业先进经验和实践，推动投教的统筹发展。

“（需要）监管及协会领导的统一规划、主题及方向上的指引，聚行业之力，提升投教效果及影响力。”

某基金公司

“由官方权威组织提供投教知识体系，有助于机构在做教学设计时更加系统和专业，投资者的学习路径也更加明确；主流媒体、核心新媒体平台加强对投资者教育的宣导，如设立投教专区供各家机构长期投稿，或对公益性投教内容适当增加流量扶持，在社会层面营造良好的投教氛围，增强公众学习动力。”

某三方机构

“现在投教有种单打独斗的感觉，自家做自家的，各类监管，例如上交所、同业公会等能否搭建平台，组织一些大型特色投教活动，各家券商放展台，或者出投教节目，一起宣传，这样既有特色，又能扩大宣传面。”

某证券公司

## 第四部分

# 建议和展望

# 一、政策建议

我们在去年的报告中提到，由监管机构进行统筹和引导、金融机构承担主要职责、教育机构提供支持和配合的模式可能是较为适合中国国情的居民金融素养提升模式。而面向不同年龄、职业、金融素养基础的群体提供针对性教育，探索教育方式多元化、教育内容实践化也有望进一步提升金融素养教育的有效性。今年，我们将在此基础上，结合最新的研究结果提出更细化的建议。

## 1. 监管机构发挥统筹和引导作用

2023年，中国正式设立国家金融监管总局，并将中国人民银行的金融消费者保护和中国证监会的投资者保护职责统一划归总局下属的金融消费者权益保护局。由此，全国的金融消费者权益保护工作归口趋于统一，也为监管机构在金融素养提升方面发挥统筹引领作用打下了坚实基础。

在行业规范和政策的制定中，监管机构应在协调、鼓励和引导各方发挥优势、构建良性金融素养教育生态的同时更多关注各地区居民金融素养水平的不均衡性，在统筹的框架下实施差异化的举措，让政策有效性更好地辐射到全国范围内。

### 1.1 增加金融素养教育在金融机构考核管理中的占比

在分业监管的模式下，金融监管机构对于不同细分服务领域的投教工作监管力度各有不同，例如对投资者教育纳入金融机构考核标准的程度就存在较大差异。即便是在对投教工作有明确考评要求的证券业，也有不少机构在今年的调研中反映投资者综合金融素养教育部分在机构整体考核中所占比重较低的问题。

如今，随着国家金融监管总局统筹金融消费者权益保护工作的职能确定，在全国范围内实现相对统一和具体的投资者保护、教育要求的可能性大大提升。在此基础上，建议监管机构制定相关政策，进一步强调投资者金融素养教育的重要性，一方面加大对金融机构投教工作的考核力度，另一方面对坚持开展居民金融素养教育且取得良好成绩的金融机构加大支持和鼓励，通过优秀机构经验分享、互动交流等方式帮助下游延伸开展工作。

### 1.2 引导科学金融知识传播，净化金融素养教育环境

随着数字化时代的到来，已有超过75%的居民倾向于通过自媒体等线上渠道获取金融知识。目前，除了持牌金融机构设立的官方社交媒体账号外，许多主流金融和商业媒体、金融信息门户网站，乃至大V等个人社交媒体账号也在积极开展金融知识普及。鉴于金融素养的重要性和专业性，这些自媒体主体的适当性需要各方引起重点关注。

作为监管方，政府应鼓励和正向引导合格主体对公众开展科学的金融教育，打造具有公信力的金融知识传播平台，对进行金融教育的自媒体进行规范。同时，明确何为违规财商教育并增强监察和打击力度，例如清理部分无资质机构和自媒体私自开展的不规范金融教育、打击部分金融机构的违规宣传内容等，为合规机构和媒介营造一个良好的金融素养教育环境，降低居民在选择金融素养教育平台上的风险和难度。

### 1.3 建立金融素养教育标准，整合具有公信力和专业性的金融素养教育资源

从金融机构对投教工作的反馈情况来看，多数机构都会从自身的业务特点和需求出发，在投教的内容设计上各有侧重，但总体相对零散、缺乏体系化的建设。为此，监管机构可以考虑与教育机构合作，从以下三处着手，为金融机构提供有力指引：

首先，制定金融教育基础标准，从结构上规范教育框架，鼓励金融机构在统一的标准和框架下发挥各自优势，对教育的内容和方法进行创新。

其次，通过整合各机构现有的相对完整和实用的金融素养教育材料，建立权威的金融素养资源库和工具箱，开放给公众下载和学习。

第三，基于基础行业标准，对参与居民金融素养教育的专业人员（如金融机构、教育机构、社区工作中负责素养教育的相关人员）进行培养和认证，储备行业发展所需要的人才。

### 1.4 夯实基础性建设，定期评估金融素养教育情况

作为监管方和统筹方，政府也需适时对居民金融素养提升的阶段性成效进行评估，为下一阶段目标和计划的制定提供指引。

### 1.5 关注并推动改善地区金融素养不均衡

基于中国各地区居民金融素养发展不均衡的现状，政府可以在统一金融素养教育标准和体系的基础上，对重点地区予以针对性帮助。

过往因经济金融发展水平的差异导致的金融素养差距一定程度上可以通过金融数字化的技术变革得到缓解，例如以网课、视频宣教等方式为经济欠发达地区提供高质量的金融教育素材，共享优质安全的财务规划、管理工具等。另一方面，针对金融素养水平相对较低的地区，可以实行分阶段、有重点的推进措施，先从与居民生活最为相关的金融安全、常规金融实践等角度出发，提升居民金融福祉。

## 2. 充分调动和发挥金融机构在素养教育中的作用

金融机构一直以来在投资者教育中扮演重要角色。在居民金融素养调研中，许多受访者都将金融机构视为获取金融知识最有效的渠道，而今年新增的机构投教状况调研也让课题组对金融机构如何进一步优化金融教育工作有了更深层次的理解。

### 2.1 金融机构承担金融素养教育责任的必要性和有效性

金融机构是直接与客户金融活动相关的服务者，因此由金融机构帮助居民提升金融素养是必然选择。它们不仅在客户覆盖广度、客户了解深度和实践经验高度上有不可替代的优势，还能利用自己的服务网络在各地搭建投资者社群和交流平台，进一步提升金融教育的互动性和有效性。

对机构自身而言，许多金融机构纷纷意识到深入开展金融教育是持牌金融机构履行对社会公众的责任的一部分，并将其视为公司ESG战略的重要一环。同时，从海外金融机构的实践经验来看，开展金融教育、提升居民金融素养对于金融机构提升品牌形象、深化对市场和客户的了解、构建客户信任、发展主营业务等方面都有正向影响，这一点在部分本土机构的实践中也已得到逐步验证。

因此，金融机构既具有参与居民金融素养提升的主观能动性，也具有客观的专业能力和针对性，应当成为居民金融教育最重要的参与者。

## 2.2 金融机构提升素养教育的关注点

今年新增的机构调研显示，中国金融机构参与和提升金融素养教育的意愿不断提升，但同时也面临许多实际的问题和挑战。为此，我们提出以下几个方面的建议，供金融机构参考：

首先，从制度层面夯实投教工作基调。随着投资者教育工作深入到机构与客户互动的各个环节，在公司领导层面设立投教管理机制，由专门的部门或人员统筹投教事务，一方面有利于充分调动公司资源、提高各参与部门的工作协同性，另一方面也能确保在公司各条线贯彻和落实监管要求、提高员工的主观能动性、以统一的高标准为投资者提供金融教育。

第二，强化知识体系建设，提升投教系统性。金融机构可以在监管框架内，结合自身业务特点和专业优势、受众金融素养情况等要素构建投教体系，以更系统化的方式开展金融教育，全方位提升居民在各个维度的金融知识和技能。此外，从过去两年“金融素养三问”的回答结果来看，除了与金融投资直接相关的内容外，机构也应在投教体系中适当加入基础性理论知识的普及，为居民的金融素养提升打下更坚实的基础。

第三，基于受众需求优化投教策略，形成教育者和受教育者之间的双向互动。客户参与度、认可度不高是机构在投教工作中普遍面临的一大难题，了解和契合客户需求因而成为投资者教育成功的关键因素。例如，许多受访者在今年的居民调研中反映，他们更青睐主题性的金融知识培训，且每次学习时长在30分钟以内效果更佳，说明居民可能更倾向于在遇到特定问题时通过金融教育为其答疑解惑。结合数字化渠道的不断普及，机构可以尝试选取受众最为关心的几大领域，制作精简明了的投教材料，投放于手机客户端、公众号等投资者最便于获取的线上渠道。网点资源充足的机构可以在此基础上举办线下主题讲座，兼顾投教效果和灵活性。此外，机构还可以考虑对不同的投教渠道定向收集客户反馈，以及时了解 and 评估各个渠道的投教效果，制定针对性的优化方案。

第四，积极探索优秀的外部资源。例如，加强与教育机构的合作，开发更多优质的投资者教育资源，举办理论学习和实践相结合的模拟交易比赛、财务规划案例竞赛；或是与社区服务机构的合作，结合社区居民关注重点，开展适当的主题性金融讲座等。



### 3. 扩大金融素养教育的参与范围,提升教育效率

金融素养教育本质上是素质教育的一个细分。因此,将其纳入教育体系有相当的必要性。除了教育机构之外,社区等社会服务组织也应更多关注金融素养知识的教育和传播。

#### 3.1 鼓励各级教育机构积极参与金融素养教育

第一,在高等教育之前增加金融素养的通识教育。

今年的调研凸显了未成年人金融素养偏低的现状,因此有必要将金融素养教育更早地纳入儿童和青少年的教育体系中。例如,部分发达国家推动多方参与青少年的金融素养教育,将金融和理财知识放到中小学课程中,作为素质教育的一部分。

教育机构可以邀请合格的金融机构参与到金融素养通识教育中,通过授课、分享、实践学习等方式帮助未成年人建立正确的金融认知,提升储蓄投资和财务规划方面的实践,为日后参与金融市场活动并独立决策奠定基础。也可以开展与金融素养方向相关的知识竞赛、模拟交易等活动,以社会实践或比赛的形式提升青少年素养知识和技能。

第二,在高等教育中增加金融实践类课程。

除提供专业教育外,培养适应社会需求的高素质综合人才也是我国高等教育的重要目标。许多高校内现有的金融通识课偏重理论知识,应考虑丰富其内容和形式,通过竞赛、实践、参观访问、建立金融普惠社团等各种方式使金融通识教育更加深入和具有实操性。

此外,在中国社会老龄化的趋势之下,培养居民的养老规划意识具有一定的迫切性。在高等教育的金融通识课程中也应更多地关注财务规划,尤其是养老规划的内容,提升年轻群体对养老规划的认知,引导他们提前开始养老规划和储蓄。

#### 3.2 发挥基层服务机构优势,从社区层面推动特殊群体的金融教育

首先,需要对社区服务人员、基层工作者进行适当的金融素养教育,通过社区工作的开展打通金融数字化难以触达人群的“最后一公里”。

其次,有针对性地加强对老年群体的金融素养教育和保护,开展适合老年人的素养教育活动。金融机构可以增加走进社区、养老机构的公益活动,帮助提升社区服务人员的金融素养水平,助力他们在日常工作中加强防骗宣传,规范金融服务,尽可能保护老年人的金融利益和安全。

最后,通过社区对居民情况的了解,针对特殊人群的防非防骗、金融便利性等问题展开金融素养教育。例如低收入人群,金融素养教育应首要聚焦于基础金融知识和安全保护方面,例如单利和复利、风险分散等在消费者选择金融工具时特别重要的知识,以及如何防范金融诈骗、防范借贷风险、社会福利与风险救济等基础金融安全知识。






## 二、总结与展望




居民金融素养的讨论应该建立在两个前提之上，一是经济发展到一定水平，居民有财可理、机构服务差异化、产品差异化、市场复杂化，有素养提升的需求；二是社会环境相对发展成熟，监管、服务、教育机构具备提供素养教育的可能性。目前来看，在需求端，中国居民财富积累已有一定基础，理财需求多元化；在供给端，金融产品不断创新化、复杂化、差异化，金融机构在具备一定的服务经验的同时也正试图探索差异化发展的路径。可以说，我国目前已经进入到居民金融素养提升的重要时点，这对监管部门、金融服务机构、教育机构和居民自身都提出了新的要求。而金融素养的提升也将有助于改善金融市场环境、机构服务水平、增加居民的理财获得感，形成良性循环，推动金融行业的健康发展。

通常一个国家的居民金融素养在一定阶段具有相对的稳定性。金融素养的形成和改善是一个需要各方发挥合力的长期过程，离不开监管、服务机构、教育机构乃至社区服务等相关方的通力配合。因此，我们一方面希望通过持续的问卷调研形成中国居民金融素养指数，动态追踪我国居民金融素养水平的变化状况；另一方面，也希望通过这项调研了解、发现和分析我国居民在金融素养提升过程中可能遇到的问题，从而为各参与方提供决策和行动参考。前方任重而道远，我们将继续观察居民金融素养的发展状况、推动居民金融素养的改善，欢迎您与我们一同持续关注并陪伴中国居民金融素养的提升。

# 附录：金融素养评估框架及评估量表方法

本次调研采用的最终金融素养评估框架如下所示：

类别	金融素养要素	知识 / 技能
<b>货币与银行</b> 	理解货币的时间价值	知识
	解释可能影响到汇率波动的因素	知识
	了解影响金钱价值改变的因素	知识
	理解通货膨胀的影响，能计算因通胀导致的金钱价值的改变	知识/技能
	了解各种非现金付款及转账方式的优缺点，并有能力选择使用	知识/技能
	能比较使用网上金融服务和传统金融服务的成本和好处	知识
	了解加密资产的特征，能分析和评估拥有这类资产的风险	知识
<b>收支与信贷</b> 	了解中国个人所得税制度的基本知识	知识
	了解税前收入和税后收入的差别	知识
	了解必要时可以通过信贷平衡收支	知识
	了解影响个人征信的重要性及影响因素	知识
	计算实际年利率	技能
	理解不同种类的借贷方式，及计算其成本	知识/技能
	了解未能按时履行还款责任的后果	知识
	能分辨有计划有能力处理的债务与未经计划又欠缺能力处理的债务	技能
<b>储蓄与投资</b> 	了解影响到个人储蓄意愿的因素	知识
	有能力对不同储蓄方式进行评估	技能
	理解储蓄和投资的区别	知识
	理解风险和潜在回报之间的关系	知识
	理解并能使用不同计算投资收益的方法	知识/技能
	理解和应用能降低投资风险的方式	知识/技能
	理解影响到个人风险承受能力和投资目标的因素	知识
	了解我国常见的投资产品的收费、特色和风险	知识
	了解影响到金融产品风险和回报的主要因素	知识
	理解投资者与金融产品之间的适配性	知识
	有能力对不同的金融产品比较，并根据个人需求选择合适的产品	技能
	了解高风险金融产品/工具的属性和潜在风险	知识
	了解个人在投资中出现的非理性行为特征	知识
	了解选择自住物业或投资物业时应该考虑的因素	知识

类别	金融素养要素	知识 / 技能
<b>消费者权益与责任</b> 	分析并比较不同来源的金融理财资讯	技能
	有能力比较金融中介提供的服务及其受监管的方式	技能
	清楚不同金融产品相关的消费者权益及责任	知识
	了解金融服务消费者享有的投诉及赔偿程序	知识
<b>财务规划</b> 	能区分经常性开支与一次性开支	技能
	能区分主动收入和被动收入	技能
	理解理财金字塔的概念	知识
	能为一个较长期的个人目标建立简单财务计划	技能
	了解个人的人生转变如何影响其财务状况	知识
	有能力根据收支情况制定预算，并适时调整	技能
	在短期需求的基础上，理解长期规划的必要性	知识
	了解家庭财务规划的常见指标及其合理值	知识
	理解退休对个人财政状况的挑战	知识
	根据个人退休后期望的生活模式计算所需要的生活开支	技能
	了解现有养老体系下，养老金的缴纳和使用	技能
<b>安全与保障</b> 	有能力评估不同的突发事件和财务风险能导致的财务损失	技能
	了解不同种类的保险作用	知识
	能够在不同情况下选择所需要的保险种类	技能
	了解中国居民可享有的公共财政援助	知识
	了解雇主对员工福利如何能提供保障	知识
	了解金融安全的重要性，具备辨认主要的金融诈骗的能力	技能
	了解资产安全性的内在和外在因素	知识

基于以上框架，课题组将金融素养要点转化为易于理解和回答的问题，形成本次中国居民金融素养调研的问卷问题。

关于评估量表方法的使用，在对 18 篇金融素养研究论文进行回顾后，Hung et al. (2009) 认为衡量金融素养水平最普遍的方法是计算受访者对素养问卷问题的答对题数或答对比率。<sup>24</sup> 本次问卷的问题以正误判断题为主，为了便于更好地了解受访者对于具体素养问题的认识，我们在正确和错误选项之外增加了“不知道”的选项。回答正确得分，回答错误或不知道则不计分。根据每一位完成问卷的受访者的答题情况形成个体的得分，再进行百分制的标准化。整个调研的得分为所有受访者得分的算术平均。

<sup>24</sup> Hung, A., A. M. Parker, and J. Yoong. 2009. *Defining and Measuring Financial Literacy*. Working Papers WR-708, RAND Corporation.

## 研究团队

- 吴 飞** 上海交通大学上海高级金融学院 教授  
**许 洁** 上海交通大学中国金融研究院 青年研究员  
**庄文怡** 上海交通大学中国金融研究院 研究助理

## 鸣 谢

本报告由上海交通大学上海高级金融学院与嘉信理财联合推出，在此我们特别鸣谢上海高级金融学院执行理事屠光绍先生的指导，同时非常感谢在报告调研阶段参与框架构建反馈、参加闭门研讨会议的各位领导、学者和业界专家。正是各位的真知灼见使得我们更有信心将这项有关中国居民金融美好生活的调研做得更好。

也要感谢每一位参与调研的受访者，以及为报告的最终呈现而付出努力的合作方，向各位致以诚挚的感谢。

最后，感谢每一位关注和阅读报告的您，期盼未来与您分享更多的金融素养内容，助力中国居民金融素养的提升。

## 关于上海高级金融学院

上海交通大学上海高级金融学院（高金）是上海市人民政府为实现将上海建设成为国际金融中心的国家战略，依托上海交通大学，按照国际一流商学院模式创立的国际化金融学院。学院成立于 2009 年 4 月 19 日，英文名称为 Shanghai Advanced Institute of Finance (SAIF)。

高金始终秉承“汇聚国际一流师资、培养高端金融人才、构筑开放研究平台、形成顶级政策智库”的发展使命。在上海市政府和上海交通大学的鼎力支持下，实行理事会领导下的院务委员会 / 院长负责制，参照国际一流院校的先进模式和治理结构自主办学。

目前，高金已成功汇聚起一支“国际一流、亚洲领先、国内第一”的师资队伍，覆盖金融、会计、管理等不同学科的 70 余位教授，均拥有丰富的国际研究、教学和实践经历，是推动高金建设世界一流金融学院的核心力量。

高金设有最完整的高端金融类管理教育产品线，包括金融硕士 (MF)、金融 MBA、金融 EMBA、博士 (PhD)、全球商界领军学者项目 (GES)、高层管理教育 (EE) 等课程项目，并根据时代需求不断更新课程体系和教学内容。其中，金融硕士项目在英国《金融时报》公布的全球金融硕士项目排名中稳居亚洲前列。高金也是全球通过国际精英商学院联合会 (AACSB) 认证最年轻商学院之一。

在培育高端金融人才的同时，高金及其所属的上海交通大学中国金融研究院 (CAFR) 和上海高金金融研究院 (SAIFR)，立足国际金融学术和创新前沿，分别聚焦学术研究、政策研究和应用研究，致力于为政府部门和金融行业发展提供多方位政策建议、智力支持与综合服务，形成独具特色的“高金智库 (SAIF ThinkTank)”。

除上海徐汇校区外，高金于 2012 年和 2015 年先后进驻北京和深圳，目前已在国内金融行业聚集度最高的三个城市完成战略布局，从而更好地服务于上海国际金融中心建设和中国经济金融发展。

## 关于嘉信理财和嘉信理财中国

嘉信理财集团（纽交所代码：SCHW）是一家美国领先的金融服务机构。截至 2024 年 2 月 29 日，嘉信理财拥有活跃交易账户数量达到 3510 万，资产管理总规模达 8.88 万亿美元。嘉信理财致力于为个人投资者和独立投资顾问提供全方位的财富管理产品和服务。其在美国的主营业务包括：证券经纪、银行业务、资产管理、账户托管以及投资顾问服务等。

嘉信华礴（上海）企业管理咨询有限公司是嘉信理财于上海注册成立的一家外商独资企业和全资子公司。以该公司为平台，嘉信理财计划在中国市场着力开展投资者教育，提升中国投资者的金融素养，增强其对科学财富管理的参与度。

### 知识星球 全球资讯精读

每月持续更新5000+行业研究报告，价值研究体系帮助投资决策。  
覆盖全行业，上万份行业研究报告展现、解决细分行业知识空白。

### 知识星球 全球资讯精读

实时精选全球最新财经资讯，多角度解读热门事件内容观点。  
挖掘国际财经内幕，探究全球重点事件，深度聚焦一二级资本市场。  
涉及私募股权、创投、金融、投行、并购、投资、法律、企管等领域。  
提供研报专业定制服务。

(免责声明：报告收集整理于网络，仅限于群友学习交流，请勿他用)

CR 全球资讯精读



入宝藏群请加  
quanqizixun8

全球资讯精读



知识星球



SAIF

Shanghai Advanced  
Institute of Finance  
上海高级金融学院

charles  
SCHWAB

嘉信理  
理 财