

理财

教育

2018

2018中国互联网理财教育 行业洞察报告

CBNDATA

第一财经商业数据中心



长投学堂

理财就是理生活

© 2018 CBNDATA. All rights reserved.



用户研究方法

- 本报告中提到的数据，来自CBNDATA在2018年9月，对中国的互联网理财教育用户进行的针对性调研。
- 调研由两部分样本组成：（1）N=800 具有理财意识的消费者 （2）N=697 互联网理财教育用户
- “具有理财意识的人群”的定义为主动阅读、观看或收听过理财/投资内容的人群或者希望提升自己在理财/投资方面知识的人群，并且他们的目的是为了财富保值/增值。“互联网理财教育用户”为使用过投资理财网课的人群。
- 为保证调研结果不会因样本结构而产生偏差，我们对城市、年龄、性别和家庭收入都制定了配额。

TABLE
OF
CONTENTS
目录

- Part1: 理财教育的需求日益强烈
- Part2: 互联网理财教育兴起
- Part3: 互联网理财教育用户群体特征
- Part4: 互联网理财教育行业未来展望

PART ONE

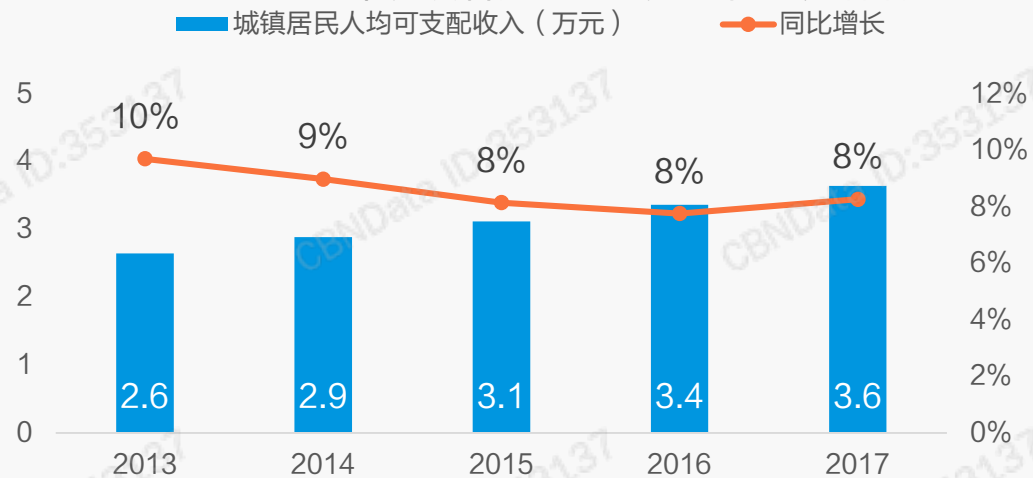
理财教育的需求日益强烈



中国的家庭财富和可支配收入增长，储蓄以外，用于理财投资的资产比例扩大

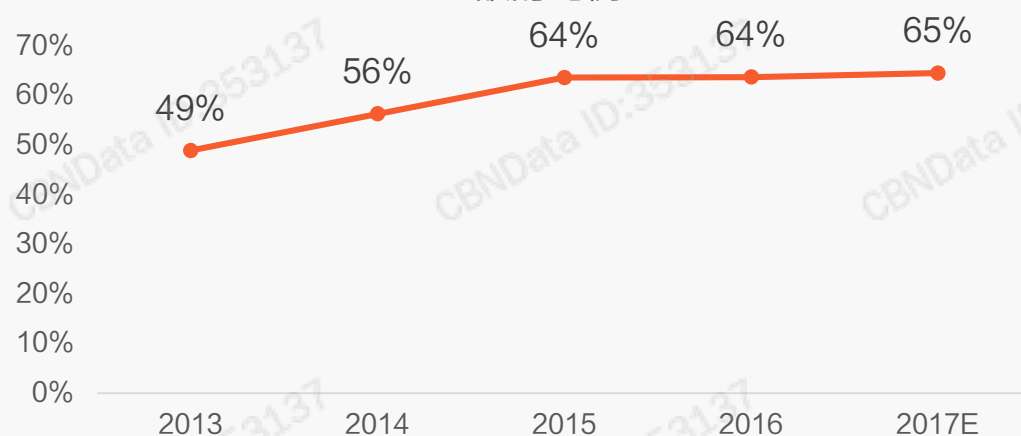
国家统计局数据显示我国居民人均可支配收入稳步提高（见左图）。瑞信研究院2017年度《全球财富报告》显示，自2000年起，中国的家庭财富每年增长12.5%，至2022年达到38,800万亿美元，将成为未来五年全球财富增长的主要来源。同时，储蓄存款在个人可投资资产总额中的比例不断降低，体现居民正在积极进行储蓄以外的多样化理财（见右图）。

2013-2017年城镇居民人均可支配收入及增幅



数据来源：国家统计局

2013-2017年期末非储蓄存款占个人可投资资产总额的比例

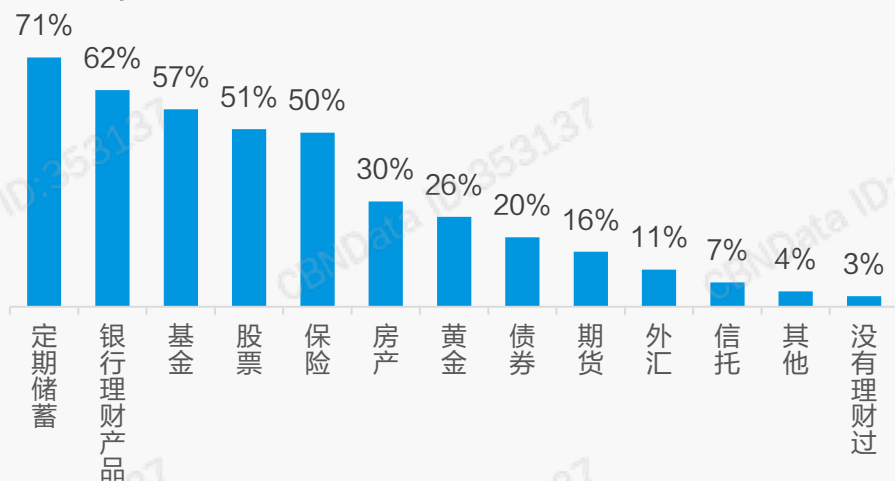


数据来源：易观《2017中国投资理财市场用户行为专题分析》

投资理财已成社会普遍现象，但多数人认为自己经验不足

投资理财意识已深入人心，仅3%的受访者没有过理财行为；大多数人选择通过银行进行简单的理财，约七成受访者曾进行定期储蓄，六成购买过银行理财产品；基金、股票、保险等大众较为熟知的理财方式也比较流行，其他理财产品则相对小众。另一方面，超过3/4的个人理财用户自我评价投资理财经验不够丰富，可见在个人理财方面需要更多教育指导。

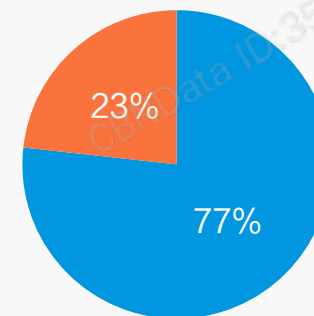
Q：请问您有过以下哪些投资理财行为？【多选】



数据说明：有理财意识的人 N=800
数据来源：CBNDATA调研数据

Q：请问您如何评价自己在投资理财方面的经验和水平？【单选】

■ 一般或不太有经验 ■ 比较或非常有经验



数据说明：有理财意识的人 N=800
数据来源：CBNDATA调研数据

市场上理财产品繁多，且保持增长，构成了个人理财决策的主要挑战

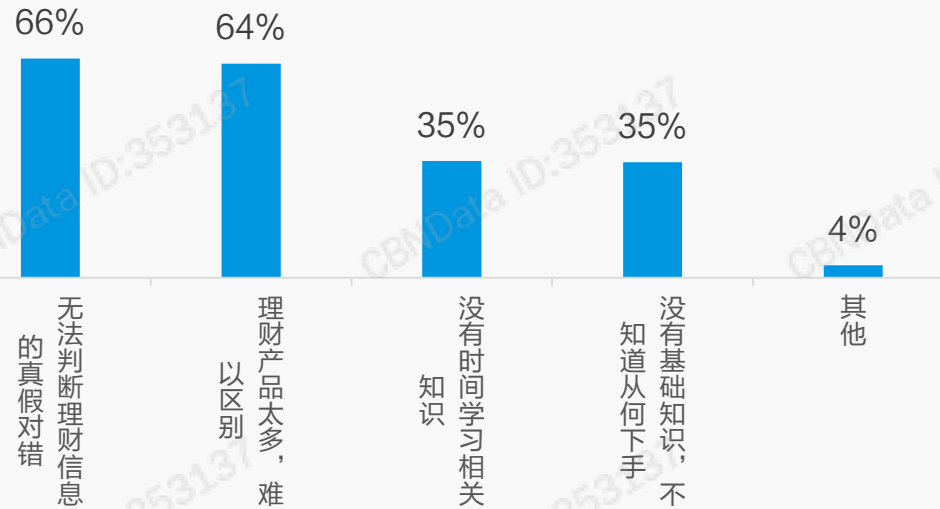
面对市场上纷繁的理财产品和信息，有超过六成的个人理财用户表示无法判断理财产品的信息真假、难以区别不同理财产品。



数据来源：银行业理财登记托管中心《中国银行业理财市场报告（2017年）》

Q：请问您在投资理财上有哪些挑战与困扰？

【多选】

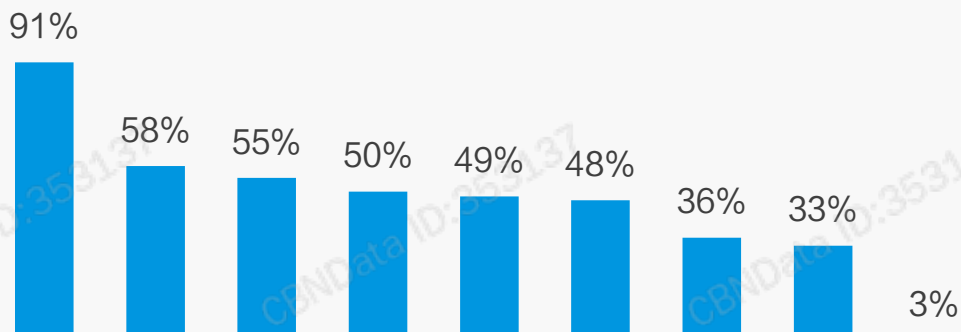


数据说明：有理财意识的人 N=800
数据来源：CBNDATA调研数据

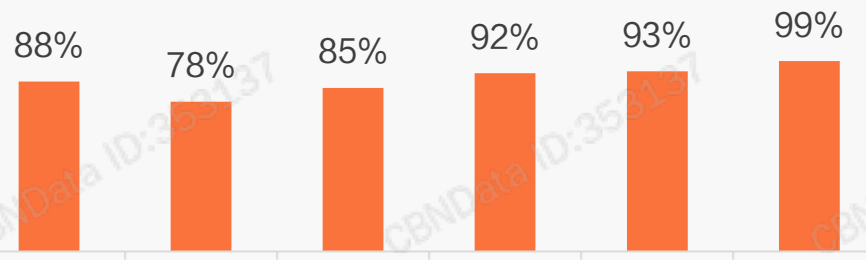
人们对理财教育需求高涨，家庭收入越高学习意愿越强烈

与其他社会技能相比，多达九成以上的受访者表示希望提升理财投资方面技能，人们对获取这方面能力的愿望很强烈。88%的受访者表达出学习投资理财的意愿，且家庭月收入越高的人群，对这方面的学习意愿越强烈，资产保值、升值的需求非常迫切。

希望提升的技能或知识的人数比例



不同家庭月收入人群中“比较或非常有意愿学习投资理财”的人数比例



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_17188

