

# 2015中国女性理财白皮书

新生代女性的财富成长和飞跃



她理财权威发布

在日益蓬勃的财富管理市场中，女性已成为越来越重要的角色，  
她们对幸福和安全感的追求通过理财正在逐步实现。

2015年是大众关注女性财富态度的开始

她理财

[www.talikai.com](http://www.talikai.com)

## 概述

这是“她理财”第一次发布中国女性财富管理现状的研究报告，也是国内第一份关于女性理财的研究报告。

“她理财”诞生于 2012 年，源于我们发现中国女性群体的理财目标极为特殊——对幸福和安全感的追求。今天，昂贵的资产价格、攀升的育儿成本、亚健康的身体和杳渺的养老金，让几代人的财富认知被颠覆，这种变化成为当前时代女性尤其重视理财的动力。

我们发现：相较于男性，女性拥有更高的信用度，愿意投入更多的时间、更大的精力在财富管理上，并能对此保持高度活跃，这意味着女性需要获知更多的理财信息和学习更系统的理财方法；中国女性对家庭收入的支配比例也更高，这一现象在 22 岁 - 45 岁年龄段中均表现突出；此外，女性对理财表现出持续的关注，对新产品和新模式兴趣度高，而同龄男性通常只关注“收益率”。

**※ 因此我们相信，在日益蓬勃的财富管理市场中，女性已成为越来越重要的角色，她们对幸福和安全感的追求通过理财正在逐步实现。2015 年是大众关注女性财富态度的开始。**

## 研究背景

随着大众阶层的财富增长和投资选择增多，财富管理成为中国普通家庭最为关注的问题。近年女性理财需求呈现快速爆发态势，与此同时“她理财”的女性用户量也在以几何比增长。

为了更系统地了解女性在理财领域的需求，本报告组从 2014 年 10 月开始发起调查，调查期历时 7 个月，通过对“她理财”主流的人群暨 22 岁 - 45 岁之间的中国城市女性（我们称其为新生代女性）的行为和心理进行分析，通过网络问卷、资产分析、交叉面对面访谈、电话访问等形式进行研究，获得女性群体在理财动机、理财目标和理财偏好等一系列真实数据。出于隐私保护，报告中对涉及访谈的人和资产状况进行了模糊处理，只展示平均数据和分类数据。

## 关于她理财

“她理财”创办于 2012 年，由华创资本投资孵化，是国内互联网财富管理行业的开拓者和领军企业，她理财网（www.talica.com）也是国内最具人气和特色的理财社区。我们致力于帮助女性用户通过妥善的理财，实现财富增值，提高生活质量。在“她理财”，用户可以跟姐妹们一起交流理财、投资和生活心得，互相激励；可以学习深入浅出的理财知识和课程，掌握实用的理财技能；可以向理财达人借鉴理财经验和方法；还可以享受量身定制的专业理财服务，并在实践中获得专业咨询指导。

## 报告发现

- 理财年轻化趋势，“资本家”正在逐渐变得年轻。在接受调查的未婚女性中，超过 2 / 3 对理财的态度是“积极”、对创新金融产品的接纳度高；在固定资产方面，5.9% 的女性在 25 岁前拥有了人生第一套房产；在积累人生第一个“10 万元”的进程上，90 后女性平均早于 80 后 2.8 年；
- 女性对“以家庭为单位”的理财形式接纳程度更高，如：超过 70% 的女性会“在条件允许的情况下”优先为家庭成员购置保险，未婚女性对父母的资产状况高度关注等行为偏好。
- 各年龄段女性都极为关注个人成长，有超过 1 / 4 的消费预算用于语言学习、旅行和继续深造；在 45 岁以下女性中，房子仍是最大的支出，其次是汽车、个人成长、社交娱乐，其中 25 岁以下女性的最大支出是旅行和个人成长。
- 女性并不“惧怕风险”，她们只是心理上更倾向“追求稳定”。在被调查的女性中，三分之一有股票投资经验，近 60% 投资股票型基金。

## 注释：

**新生代女性：**参考国际研究机构的人群划分，本报告中所指的中国新生代女性为年龄在 22 岁（含生于 1993 年）至 45 岁（含生于 1970 年）的每年在中国生活超过 6 个月的受过高等教育或职业教育的年轻女性。她们同时也是“她理财”最活跃的用户群体。

**金融资产：**本报告中，含现金、存款、有价证券、保险及其他收益类资产。

固定资产：指房地产、未进行交易的收藏品和珠宝、耐用消费品。

个人成长：本报告所指个人成长类，涵盖：学历教育、语言教育、专项技能培训、美容美体和艺术鉴赏等女性自身关注的领域。

报告研究范围：中国大陆地区，被调查者来自“她理财”注册用户和使用理财规划服务的用户。

统计货币：除特别说明外，本报告所指货币单位为人民币。

# 目录

第一章 成长——新生代女性理财概况 .....	7
1.1 新生代女性基本信息 .....	7
1.2 新生代女性的资产和投资 .....	10
1.3 新生代女性的投资决策 .....	13
本章结论: .....	14
第二章 差异——80后 &90后的财富观 .....	16
2.1 80后 &90后的投资经验 .....	16
2.2 80后 90后的投资组合 .....	19
2.3 80后 90后女性对财富的态度 .....	20
本章结论: .....	23
专题 1: 年龄与投资行为的关系 .....	24
1. 职业的选择 .....	24
2. 对个人的保障 .....	24
3. 追求品质生活 .....	25
4. 投资风格和风险偏好 .....	26
第三章 幸福感——女性的终极财务追求 .....	28
3.1 女性的财务目标 .....	29
3.2 女性以家庭为单位的消费模式 .....	31
3.3 女性的理财学习需求 .....	33

3.4 女性的理财心理 .....	35
本章结论: .....	36
专题 2 不同阶段女性的理财最优模型 .....	37
A. 萌芽期 .....	37
B. 积累期 .....	38
C. 上升期 .....	39
D. 稳定期 .....	39
专题 3 2016 女性理财的五大趋势发布 .....	41

# 第一章 成长——新生代女性理财概况

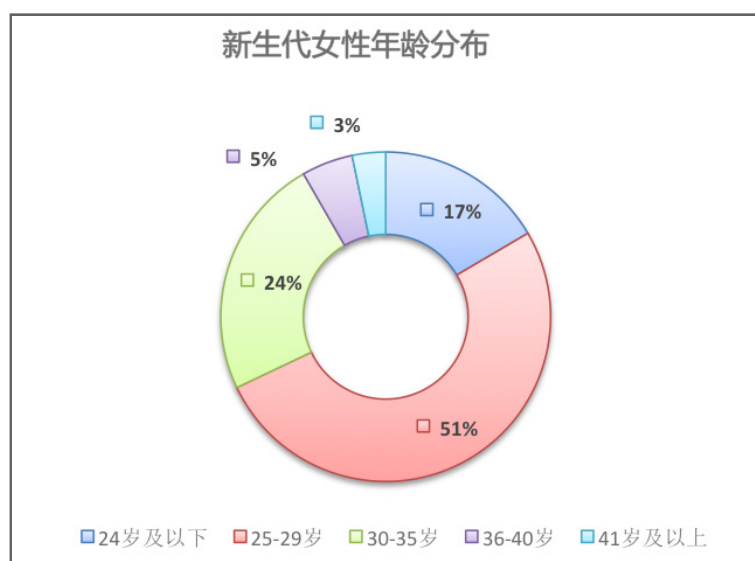
从社会结构看，中国以女性为主导的理财模式，既是传统家庭结构的延伸，又是女性群体的社会需求和心理需求的体现。

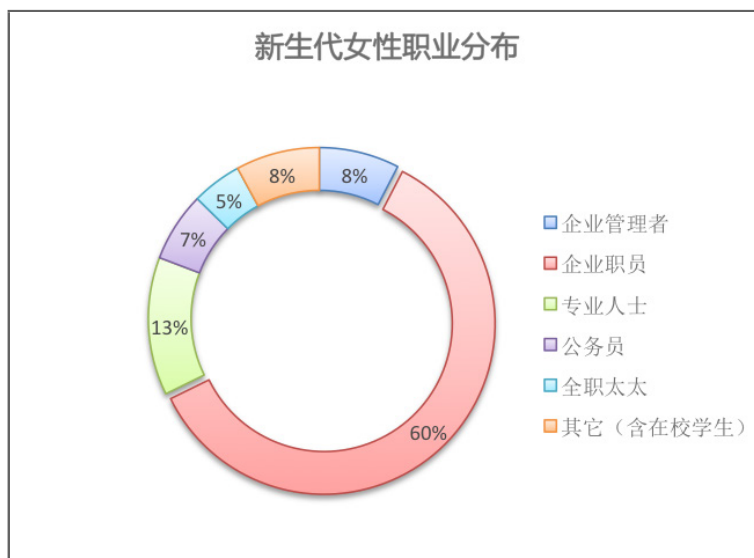
调查发现，女性关注财富增长源于对幸福的追求。财务自由成为70%受调查女性的共识，因为生活方式多元化发展，女性定义的“幸福”标准也更为复杂。

在互联网时代，获得资源和信息的方式更多样化，新生代女性理财意愿较过去更为强烈。具体表现为：花费更多时间来了解理财信息，选择和配置适合的理财方式及产品，关注心灵成长和健康，追求财富和幸福兼具的人生。

## 1.1 新生代女性基本信息

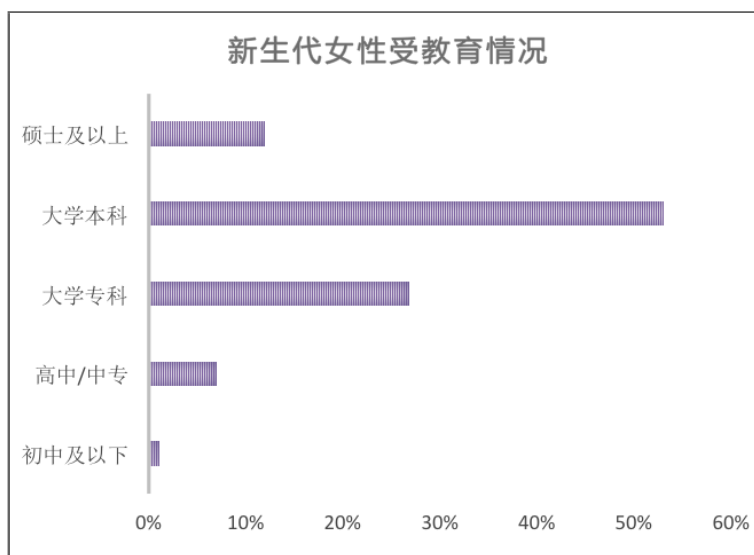
※ 在“她理财”，对理财兴趣度较高的女性，主要集中在25到35岁的80后（75%）和25岁以下的90后（17%）两个年龄段，70后占8%。





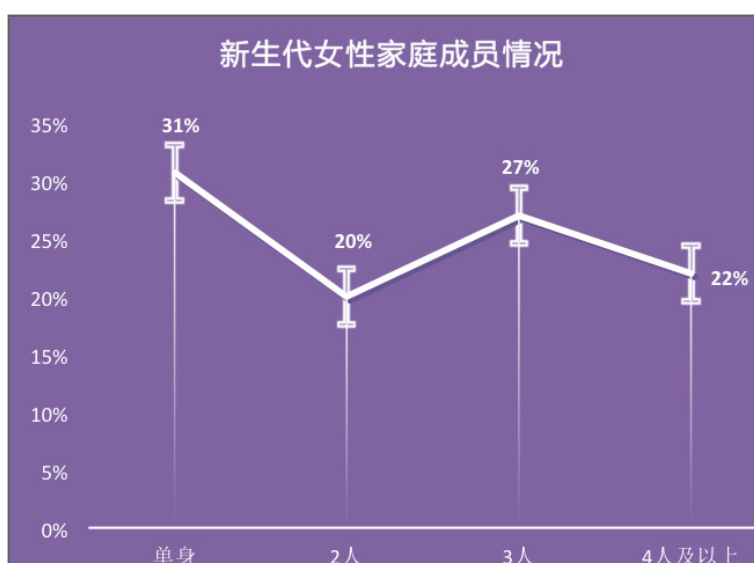
从年龄层分析，占最大比例的80后也是财富需求最为复杂的群体之一。根据人生周期理论的研究，以家庭为单位的第一个开支高峰重叠出现在婚后1~2年（30岁左右）并延续到第一个孩子出生后，在这个阶段，家庭要经历购置固定资产、提高生活品质、以家庭为单位整合社交、孕育准备等重要支出；虽然此时也是重要的职业窗口，但处于事业上升的初级阶段，收入水平的提升速度落后于开支的涨幅。80后女性正处于这个阶段，我们认为这正是这个年龄段的女性理财意识强烈、行为活跃的根本原因。同时，她们也需要更为中立的理财建议和更为便捷的理财服务。

本次调查观察到，新生代女性中，25岁以下人群的理财意识和第一次尝试均早于35岁以下人群；这两个年龄段的平均资产规模虽然小于45岁以下人群，但是在理财参与度上（与同龄人相比）却更高。本报告的第二章将会对此有更详细的数据分析。

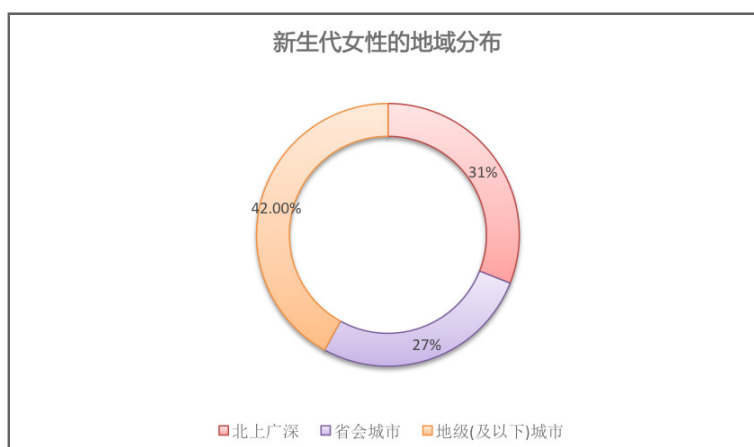




我们发现不同于传统认知的是：理财行为是女性的理性选择，这一点鲜明地体现在了受教育女性的比例上。根据国家发改委的数据，全国目前近1亿人拥有高等学历，占总人口的7.6%左右，而在我们调查的理财女性群体中，这一比例高达80%，可见认知水平是帮助做出“理财”决策的重要基础。在我们的进一步研究中发现，受教育水平还跟对理财的关注程度成正比，即受教育程度越高的女性越愿意花更多的时间了解理财信息；而且，随着高等教育的普及度和理财认知程度的提高，女性在投资中的参与度和资产规模都有明显的增加。



从实际需求看，单身女性（31%）和育有1个小孩的三口之家（27%）的理财积极性是最高的，这样的结果是女性心理变化的折射：人生遇到重大变化时，责任感催生出的自我强大和能力提升。年轻的单身女性在成长过程中遇到的第一个重大变化是从校园走向职场，从依靠父母到自己打拼；第二个重大变化是婚姻和家庭增加新成员，关注重心从自己调整为下一代。



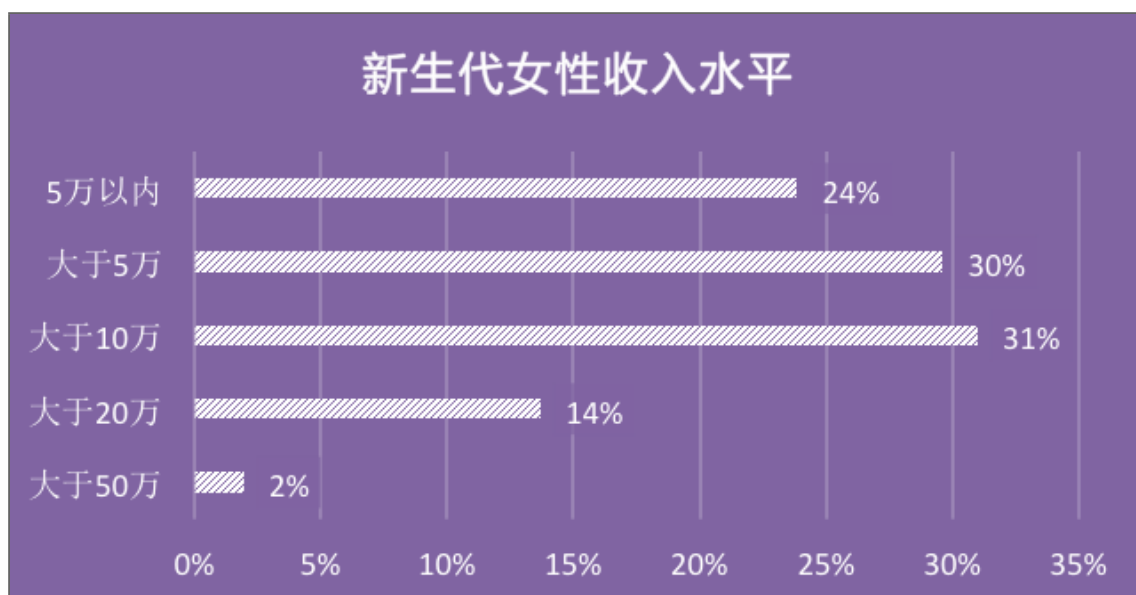
※ 可以这么说，我国女性理财的主力军是居住在大中型城市的有高等教育背景的白领丽人。

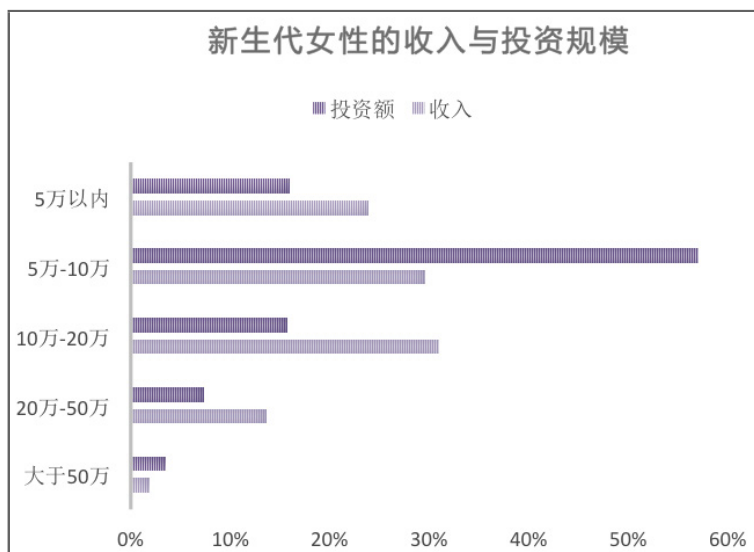
通过调查可以看到，在：经营、工资和投资等资产积累方式中，女性更倾向于依靠个人付出和劳动积累“第一桶金”，凭借投资收入获得更高的金钱使用率。目前新生代女性中八成以上是职业人，其中大多数是企业白领，比例高于律师、医生、教师等专业人士和政府公务员。此外，在校大学生的理财尝试也有提前的趋势，这与互联网的发展密不可分。

在本次调查中，企业主和高级管理人员的占比偏低，造成这种情况的原因有两个方面：

1. 富裕人群或高净值人士的私人财富多由传统金融机构管理，个人管理的比例较低；
2. 新生代女性平均年龄偏低，职业生涯短，虽然正处于职场上升期但真正迈入“成功人士”行列的却并不多，但她们的财富积累能力不容小觑。

## 1.2 新生代女性的资产和投资

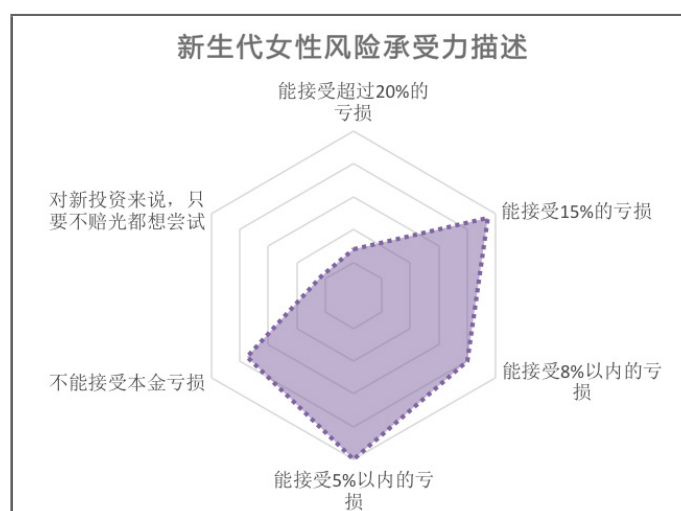
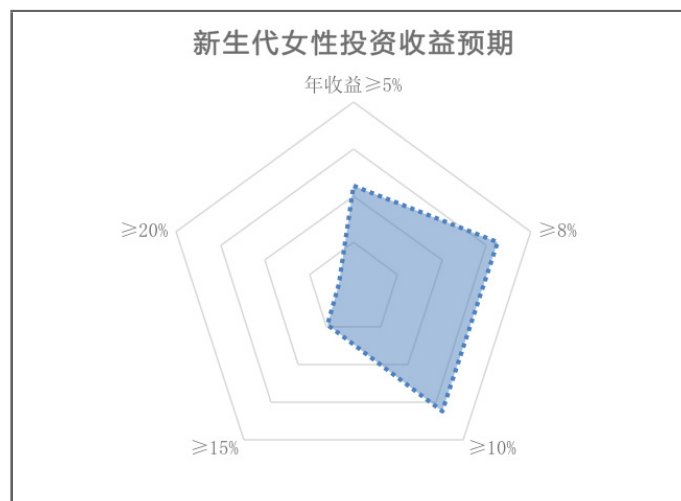




尽管新生代女性的收入水平和职业发展仍有巨大成长空间，但我们惊奇地发现，中等收入的女性投资积极度却是最高的。调查显示，有理财经验的新生代女性人群倾向于将年收入的30~50%用于金融投资，但在实际投资额方面，有近60%的女性目前的金融投资规模在5万~10万元之间，高于年平均收入（7.85万元）50%的水平。虽然这一数字反映出的态度很激进，但在实际的投资预期与风险承受力比对中，我们发现，处于中等收入阶段的女性更倾向于用控制投资风险和扩大投资规模结合的方式来达到投资预期收益。这一现象的本质是：她们的投资目标十分明确。

此外，进一步的调研还显示出，中等收入水平的女性婚后的投资意愿会大幅提高，包括将配偶的一部分收入用于金融投资，这也解释了投资规模平均数高于年收入水平平均数的原因。因为女性在调配家庭收入的使用。

在个人年收入大幅提高后，女性的风险投资比例一般不会大幅提高，她们倾向于为增量选择更稳妥的理财方式——存款或无风险投资。所以，高收入女性的银行理财产品比例和国债购买比例都会增加。

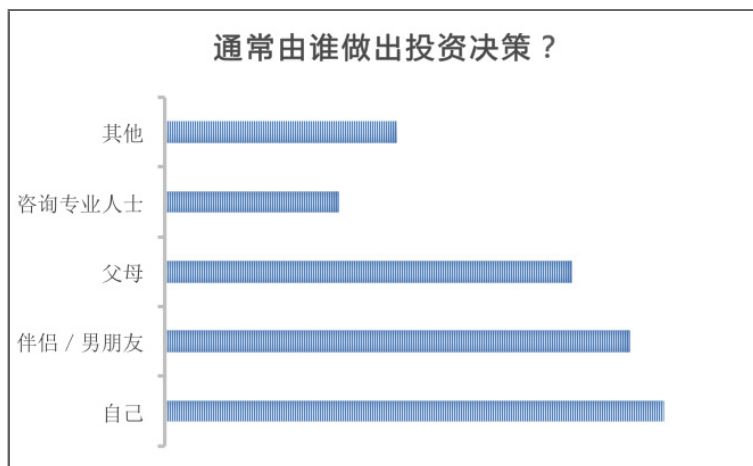


投资收益预期在 8% – 10% 之间，愿意承受的风险在 0 – 5% 之间——在本次调研中，有超过 80% 的女性都表现出了比较一致的风险收益偏好，即：追求资产稳定增长。

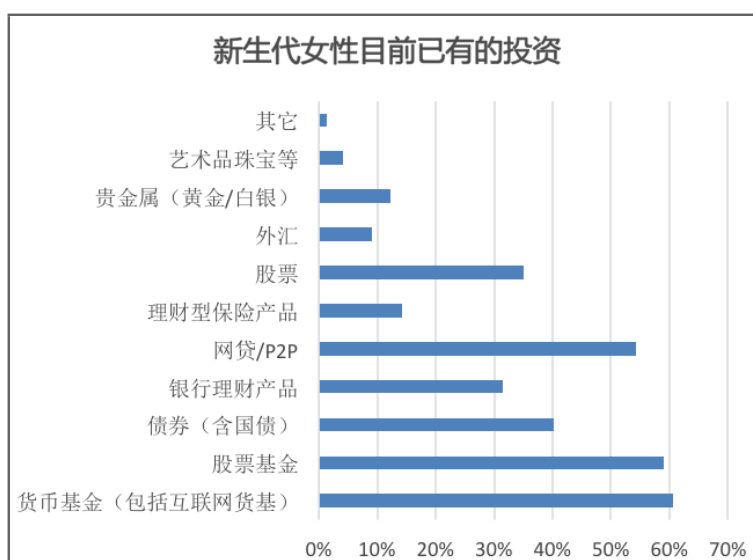
※ 具有这样一致性的女性用户多数具有如下特点：投资理财的经验在 1 ~ 2 年之间，投资规模在 5 ~ 10 万元之间，工薪阶层。

在“她理财”2014 年进行的一份投资调查中，新生代女性还表现出了另一个投资倾向：追求安全感。即：在保证本金安全的前提下，追加投资规模的意愿随预期收益率增加而增加；在无本金安全保障前提下，追加投资规模的意愿随预期收益率的增加而小幅降低。

### 1.3 新生代女性的投资决策



在家庭投资决策的过程中，女性愿意听取家庭成员的意见，但“由自己做出最终决策”仍是首选项。可见，新生代女性对于自己的理财能力充满信心。我们同时发现，理财市场的服务仍有不足，通过咨询专业人士而做出理财决策的意愿度为最低，这样的结果一方面反映出理财市场的信息不对等，另一方面也使我们窥探到市场缺乏足够规模的能够提供独立、专业咨询的从业者和机构。



与男性相比，同年龄段的女性在收入和可投资资产规模上的差距并不显著，在投资理财产品的选择上，女性对风险投资的兴趣度也超越了一般性共识：

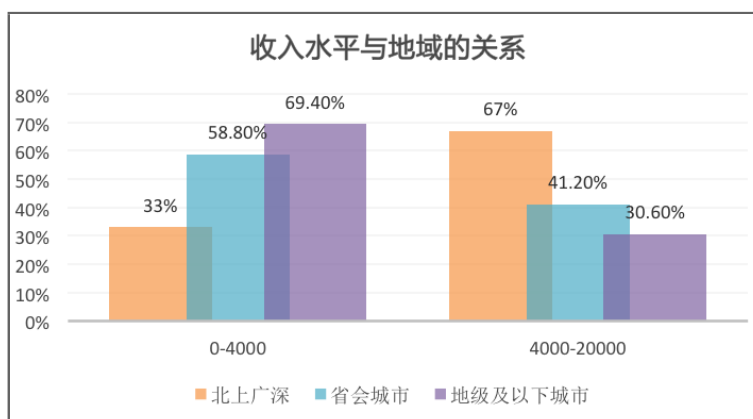
1. 风险投资领域，有 30% 的女性愿意直接投资股票市场，有近 60% 女性持有股票型基金，可见女性并不“惧怕风险”；
2. 固定收益投资中，40% 的女性持有国债等权益类投资产品，30% 以上持有银行理财产品，60% 以上持有（包括互联网销售的）货币基金；
3. 女性理财在 P2P 网贷和贵金属投资中的参与度高于此前预期，其中年轻女性的比例较高，尤其是 P2P 网贷，呈现出越年轻越爱投的态势。相比之下，25 岁以下群体的参与比例最高，两项投资加总超过 45 岁以下群体 50%，超过 35 岁以下群体 14.5%。

**注：本报告对持股情况的调查已剔除 2015 年新开户的数据。**

## 本章结论：

1. 新生代女性群体 80% 受过高等教育，15% 拥有硕士及以上学历，87% 为职业女性。截止 2015 年 4 月，她们的年平均收入为 7.85 万元，处于中等收入水平；可投资资产为 10.5 万元，持有包括：股票、基金、国债、P2P、保险、现金和存款等形式丰富的金融产品；26.7% 以投资为目的持有房产。
2. 60% 以上新生代女性居住在大中型城市，对理财态度积极、接纳度高，不羞于与人“谈钱”，而且乐于尝试新兴的理财方式，有相对成熟的“理财规划”，乐于为家庭成员做财务安排。这样的行为和认知，与她们成长于“改革开放”和“我国经济高速增长”时期有关。
3. 人们对女性理财的认知一直停留在：风格保守，过分注重安全，家庭投资以男性为主等印象中，但我们与有理财经验的女性投资者的对话显示，“保守”只是源于不了解，一旦女性开始理财，她们的积极度和投入度都会有明显变化，这些行为具体表现在：对互联网金融的兴趣和参与度上（80% 的货币基金购买是通过互联网渠道完成的，P2P 网贷的投资超过 90% 是在线上完成的）；对家庭资产的支配程度上（4 成以上女性是由自己独立做出理财决定的，这一比例远高于由家庭其他成员做出决策的人群）；对风险和收益的预期上（大部分女性对理财产品的风险认知是清晰的，她们进一步的理财需求体现在对投资策略和资产配置的需求中）。

4. 根据对女性人群的理财需求调研，我们发现，在理财方式和理财产品上，男女之间明显的偏差有两个临界点：投资收益 15%（预期年化收益）和风险投资占家庭收入的 30%。在女性群体中，超出这两个比例的女性只有不足 10%，男性则有近 30%的人愿意获得更高的回报而承受更高的风险或者“在市场好的时候”加大风险投资比例。在这一程度的认定上，我们可以判断，女性的理财行为追求的是资产稳定增长，为此她们愿意付出相应的时间和精力。在本报告的第三章，会有更详细的说明。
5. 收入水平是理财能力的分水岭，调查显示月薪 4000 元 / 月（税后收入）以上的女性在理财行为上趋向积极、资产配置更丰富。更重要的是，这一收入水平还客观划分了新生代女性所在的城市和生活水准。一线城市的平均收入水平高，用于投资的资产也更高。（见下图）



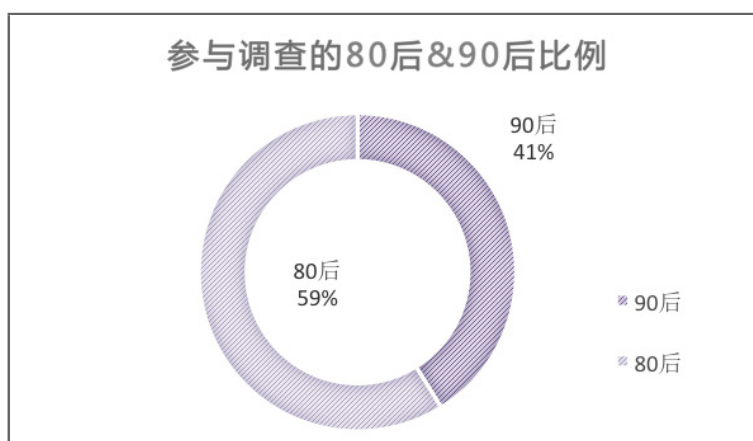
## 第二章 差异——80后 &90后的财富观

本次调查发现，女性的理财行为和理财目标与生命周期有极大的相关性，具体表现在各年龄段中“最青睐的理财产品”“第一投资诉求”和“预期收益”等意愿度的变化。所以，不同时代的女性“与钱的对话内容”是不同的，即使在有相同的投资行为的前提之下。

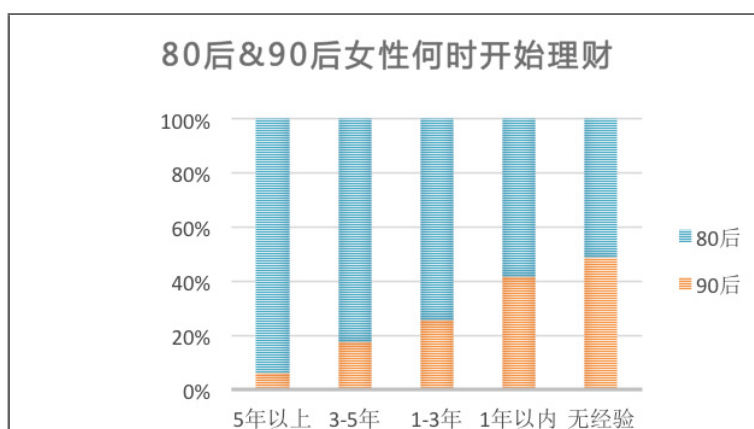
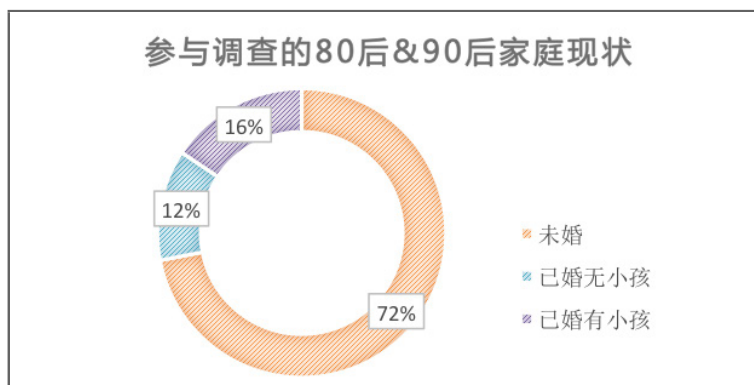
我们发现，80后（35岁以下）和90后（25岁以下）在财富观和理财行为上存在较大的差异，这两代同样在改革开放后出生、在经济高速增长时期成长的“独生子女”人群，她们获得财富和成就感的渠道不同，投资行为不同，对未来的预期也有较大差异，她们投资理财的风格可以简单概括为“守规矩”和“求关注”两个类型。

较为明显的的数据是，调查中80后的“理财目标”占比第一是买房（68%），第二是旅行（52%）；而90后“理财目标”除了这两项，还有“创业”（10%）和“继续教育”（8%）；此外，我们发现相对80后，90后更早开始投资，更早进入风险投资领域，也更早实现人生的“第一个10万元”。

### 2.1 80后 &90后的投资经验

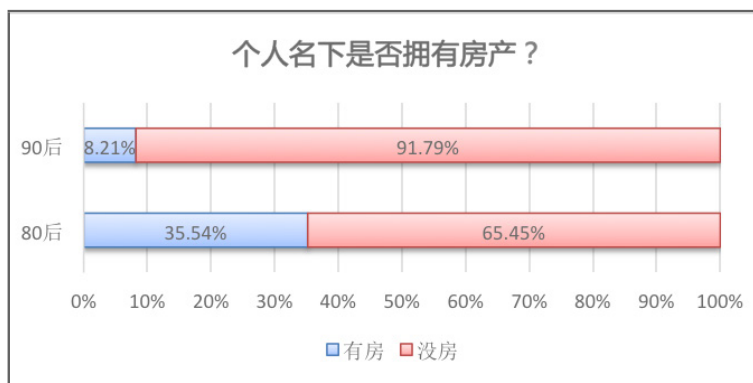






我们可以看到，在“无经验”的理财新人领域，80后和90后的比例相当接近，毫无理财经验的80后人数几乎跟90后一样。另一个值得注意的数据是，有5%的90后已经具备了5年以上的投资经验，也就是说，有5%的90后在20岁之前就开始了理财尝试，15%的90后在22岁前开始投资，26%的90后在24岁前开始投资。而在80后的相关投资经验调查显示，具有10年以上理财经验的女性只有3%。

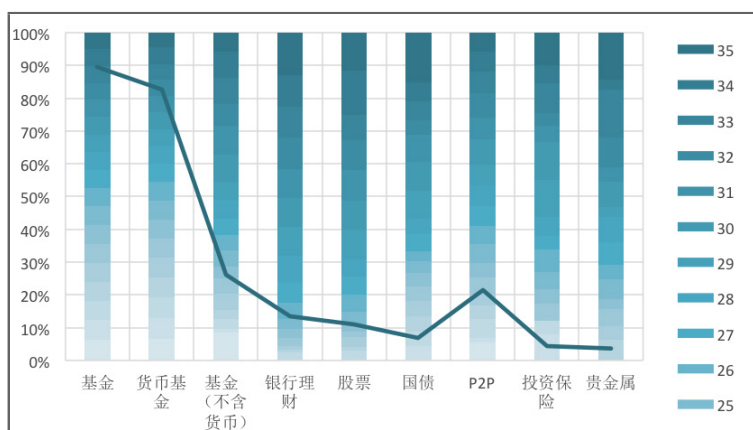
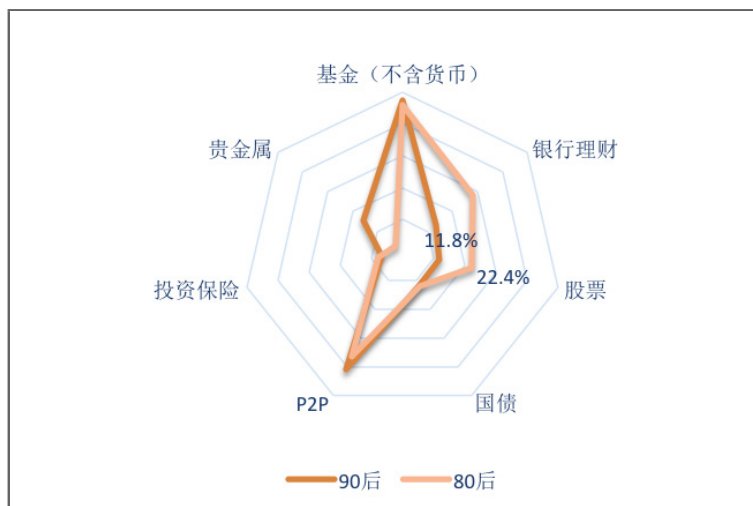
从这个角度看，90后的理财觉醒要早于80后。我们知道，理财经验在很大程度上会影响投资决策和收益率，早开始很可能代表着更早实现财务自由的“终极梦想”。我们的数据模型显示，根据目前收入和投资组合，新生代女性中90后预期达成可投资资产“10万元”的平均年龄是26.4岁，比80后早2.8年；调查还显示，有8.2%的90后名下拥有一套（及以上）房产，而80后对应这一数据（指25岁前拥有房产）的人数只有4.5%。



注：

1. 在对“人生第一个10万元”的调查，使用了两种调研方法：目前资产已超过10万元的被调查者采用的是主动获取的办法，需人工填写“资产在哪一年达到10万元”；对资产未达到10w元的被调查者则使用回归模型进行估算，涉及数据：年收入、月结余、当前金融资产规模，当前投资品种和投资占比，当前投资在过去12个月（2014.03.01-2015.03.01）的市场平均收益，模拟年收入增幅（一线及省会城市10%，地级城市（含以下）5%）。
2. 本章所指“拥有房产”指拥有独立产权或共有产权的住宅及商业地产，不涉及是否有抵押贷款等情形。

## 2.2 80 后 90 后的投资组合



注：本章涉及的股票持仓数据均为剔除“开户时间在 2015 年 1 月 1 日”以后的结果。

不同年龄层的女性对金融产品的偏爱不同，80 后最偏爱投资基金和银行理财产品，90 后最爱 P2P 网贷和货币基金。

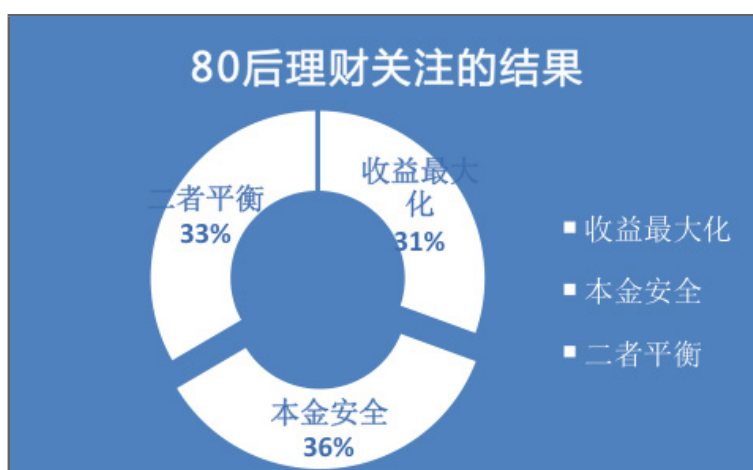
在调查中有两项数据出人意料：1. 年轻女性对国债的热爱程度高企（多为降息周期之前或是股市大幅调整后买入），购买国债的女性平均年龄要高于投资型基金和 P2P 网贷；2. 90 后对投资型保险的购买（因为 90 后大部分还是学生或者初入职场，她们的投资渠道有限），这也显示出了不同金融机构对校园的渗透力差异。

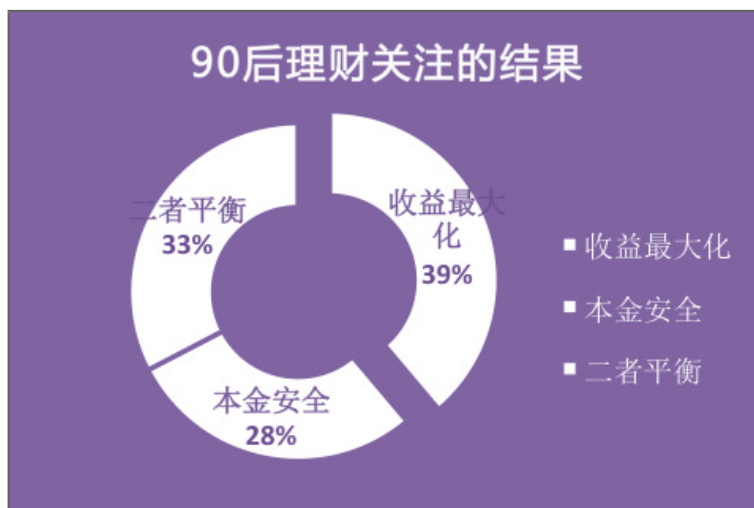
自 2014 年 12 月开始的“牛市”对 80 后的带动效应明显低于 90 后。在剔除了 2015 年

新开户的因素后，有 11% 的 90 后仍持有证券资产，但其中 80% 开户时间少于 12 个月；而 80 后只有近 30% 的“持股人”开户时间少于 12 个月。两者对证券市场的认知差异有如下原因：

1. 大多数 80 后经历或听闻过 2007 年的大牛市，因此对股票市场持谨慎态度，所以牛市开始显露征兆时新开户比例偏低；但是对 90 后而言，2014 年年底开始的牛市是她们成年后经历的第一个有规模的资本市场“上升期”，因此 90 后具有明显的“羊群”特征；
2. 在持仓规模上，80 后的股票市值高于 90 后，盈利点和止损点的心理预期均低于 90 后，即 90 后女性可以承受更大的波动；
3. 在 2015 年上半年的股票大涨期间，80 后在股市中的追加投资（股票市值占全部金融资产比例）积极程度落后于 90 后，80 后的平均股票资产占比从 22.4% 增加到 36.8%，90 后从 11.8% 增加到 40.2%。（数据截至 2015 年 4 月 30 日）

## 2.3 80 后 90 后女性对财富的态度

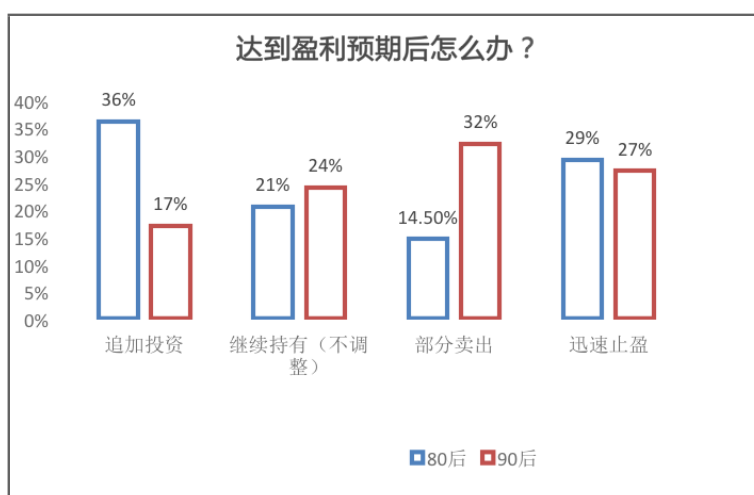


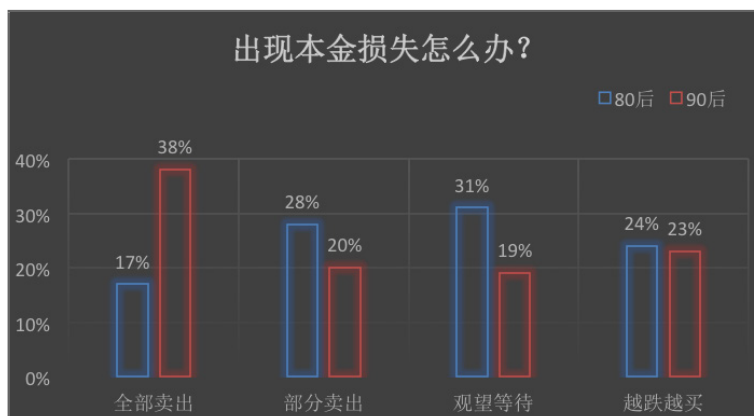


数据可知，80后的投资更“现实”，目地更明确，超过36%的人投资的关键词是“本金安全”，而90后则倾向追求“收益最大化”，这与两个方面相关：

80后的平均投资经验更丰富，经历过投资风险，对风险有相当的认知和恐惧。理财风格偏重稳妥；90后投资经验少，没经历过“熊市”或大幅下跌，会倾向追求更大的收益；

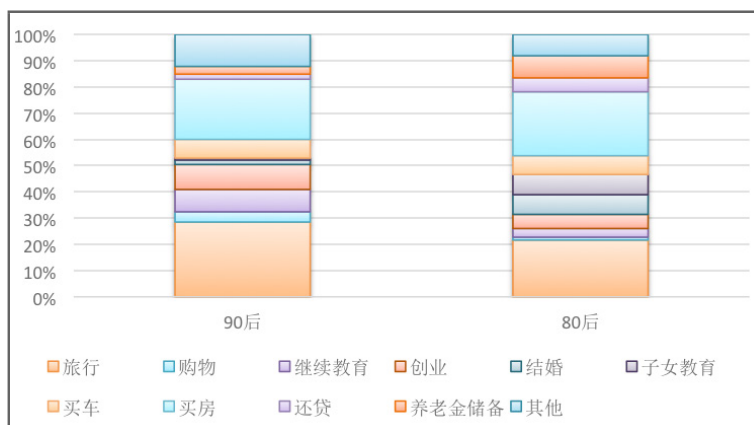
80后成家立业的比例大，对家庭成员负有责任，因此更注重保本和平衡；90后单身居多，在理财市场又是初试牛刀，更希望证明自己。





“赚钱”和“亏损”时的反应，可以衡量出女性对理财的目标是否清晰以及真实的风险承受力如何。

在面对投资波动时，两个时代的女性表现也不同，80后更被动，赚钱后“追加投资”或者“落袋为安”是最多人的反应，亏损时“观望等待”和“部分卖出”的人更多；90后则更为果断大胆，赚钱时选择“部分卖出”或者“继续持有”的人更多，而面对亏损排在第二的选择是“越跌越买”，第一的选择竟是“认赔卖出”。



关于有钱之后怎么花，80后和90后也有着较为明显的差距，除了旅行、“出去看看”之外，最大的差异是90后想创业、想买车的女生比80后多，80后想结婚生子、想买房的女生比90后多。

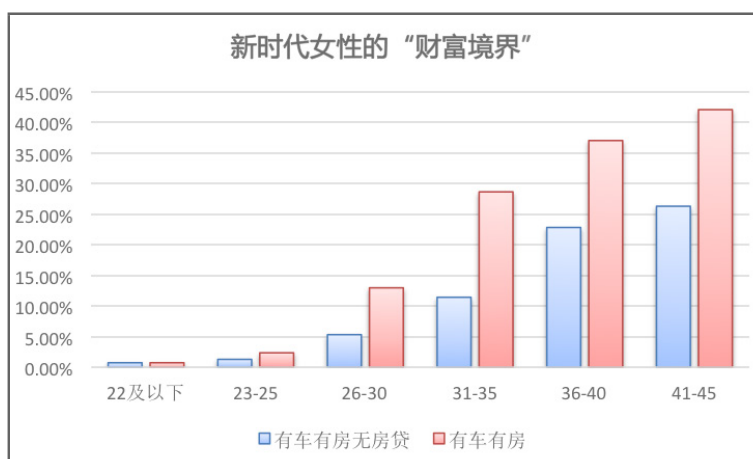
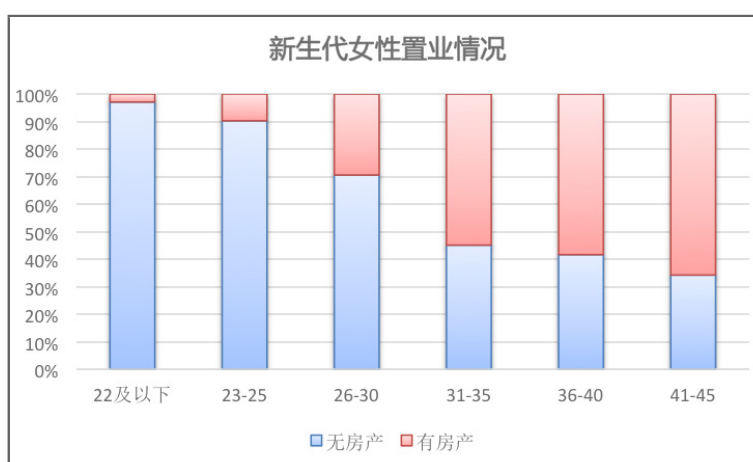
同时我们也发现，各年龄段女性的理财目标都有“旅行需求”一项，除90后外，其他年龄段的新生代女性也有约20%为此做了专项预算，人均年度支出预算为人民币1.78万元。

※ 我们认为，女性对生活的乐观向上不但有助于她们实现财富目标，也为今后的金融产

品创新提供了思路。如以女性为主体的旅行基金、短期度假地产或者亲子游主题的保障计划等。

## 本章结论：

1. 拥有资产年轻化。我们有理由相信，这是中国普通家庭的财富积累速度加快、财富意识觉醒所致。在 80 后和 90 后的理财行为上，我们可以清晰地看到家庭财商的影响：90 后无论从固定资产投资还是金融理财意识上，均早于 80 后；如果我们把调查对象划分为 30-35 岁（80 后），25-30 岁（85 后），25 岁以下（90 后）的话，会发现 80 后和 85 后在投资意识上已经有了较明显的差异。
2. 年轻女性的自我提升和资产积累速度惊人。本次调查发现新生代女性平均拥有固定资产的年龄偏低，约 5.9% 的被调查者在 25 岁（含 25）已拥有房产，21% 的被调查者在 30 岁（含 30）时已拥有房产；5.6% 的女性达到有车有房无贷款的“财富境界”，其中 48% 是 30 岁（含 30）以下人群。



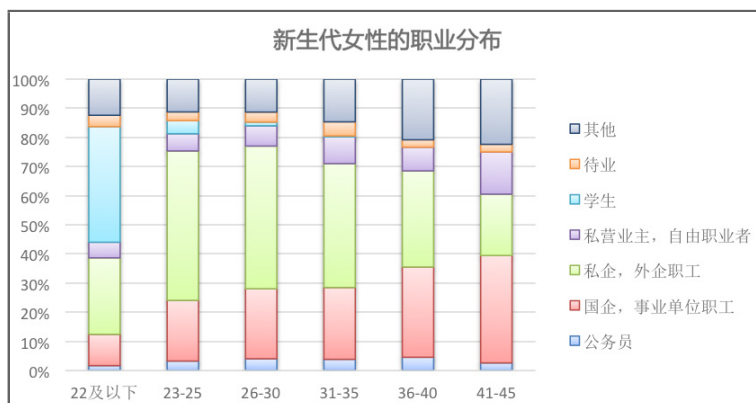
## 专题 1：年龄与投资行为的关系

40 岁以上女性更注重资产规模的积累；35 岁以上女性的关注目标是实现家庭资产平衡和稳定增长；25 岁以上女性的关注点是提高投资效率和如何快速积累财富——针对不同年龄段女性进行的调研中，我们观察到一些有趣的现象：理财偏好可能是“一代人”的习惯。

尽管此前很多研究认为，职业和收入水平是影响理财行为和投资选择的关键，但这一次，我们看到同一年龄层的职业不同、收入不同、生活地域和家庭结构不同的女性们，也有着极为相似的理财偏好。

### 1. 职业的选择

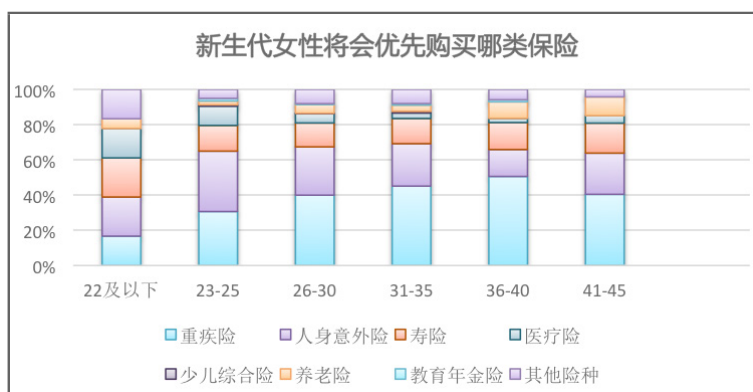
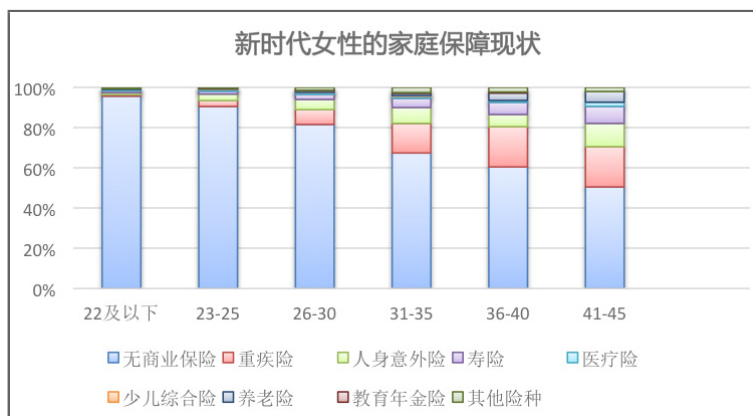
随着时代的变化，女性的职业选择也发生了变化，从年代看，70 后钟爱国企及事业单位，80 后的职业重心则是外企和私营企业，90 后私企占主导，其中创业型企业比例最高。



### 2. 对个人的保障

女性购买消费型保险比例不足，占本次调查总数 82% 的女性无商业保险。随着年龄增加，女性对保险的购买随需求迅速扩大，购买意外险、寿险、医疗险的女性明显增加。需要注意的是，由于保费增加，45 岁后除意外险，其他保险新增购买需求迅速衰落。



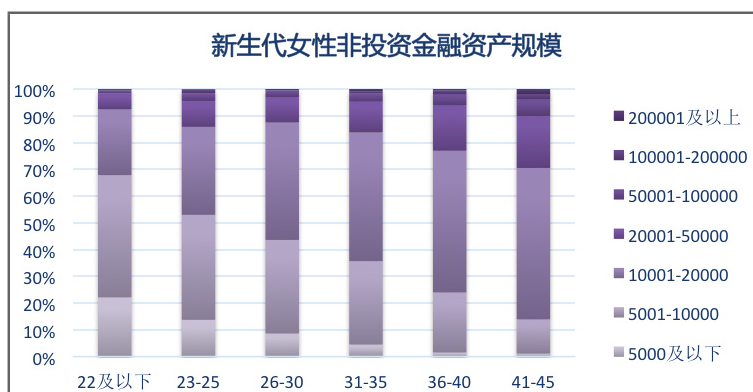
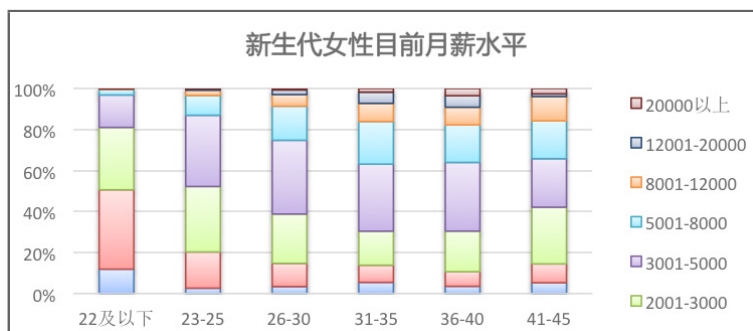


### 3. 追求品质生活

数据显示，有理财意识的女性在职场表现也更好。8%的女性在30岁前实现了税后收入8000元/月，67%的女性可以在24岁前完成10,000元的积累。

与其所在省统计部门公布的2014年度地区工资数据对比后，我们发现，新生代理财女性的收入水平超过同地区平均水平14%~30%。（如：北京市统计局公布的2014城镇非私营单位就业人员年平均工资为10.2268万元，城镇私营单位就业人员年平均工资为5.2902万元，而本报告中调查的属地在北京的新生代女性的平均薪酬则为12.36万元，高出平均数20.8%。）

注：本节相关比对为剔除职业为“学生”“待业”和“其他”（主要为家庭主妇）等样本后的结果。



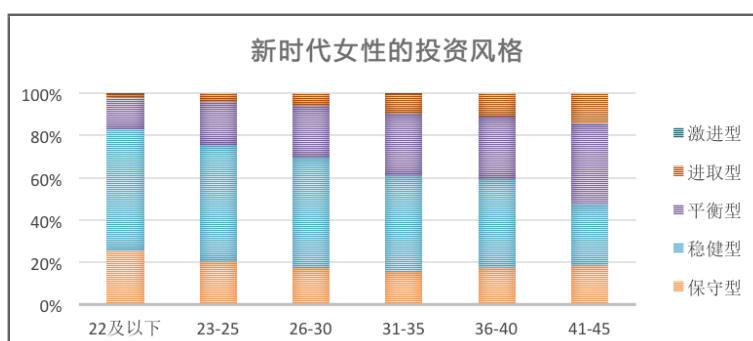
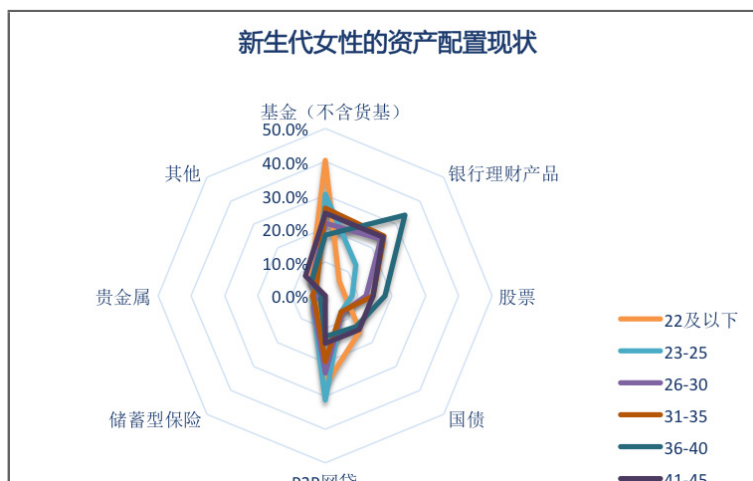
#### 4. 投资风格和风险偏好

女性的资产配置以及对风险收益水平不同的理财产品的偏好，与年龄亦有密切关系。

※36岁以上的女性，在理财产品的选择上，更偏向于银行理财产品；25岁以下的女性，在理财产品的选择上，更偏向于基金（货币型和股票型）和P2P网贷；26-35岁之间的女性，是投资活跃度最高、资产配置最多元化的阶段。

此外，女性的风险偏好并没有随着年龄的增大而变得激进或者更加保守，而是在各年龄段中基本呈现正态分布：每个年龄段都有20%左右的保守型（不接受本金损失），40%-45%的稳健型，30%左右的平衡型，不足10%的激进和进取型。

注：在接受调查的36-45岁女性人群中，只有30%处于41-45岁之间，因此相关数据具有一定偏差。



本报告认为，对女性而言，友好的理财氛围（如：几年一次的大牛市或者余额宝等划时代理财产品出现或进入“她理财网”这样汇聚共同需求的社区）、社交圈内的经验和信息交流以及与家庭成员的亲密度，三者共同构建了新生代女性的理财信息密码。

女性群体，尤其是新生代女性，她们的职业路径、人生规划甚至是财富起点都与传统不同，因此依靠传统的信用评估模型或者资产负债模型并不能得到更精准的结论，同样，金融机构尤其是互联网时代的金融机构在为女性群体提供理财服务时，也需要确实了解这三方面信息后再对其进行评价。

## 第三章 幸福感——女性的终极财务追求

女性在职场、商界和财富领域的成就和影响力在不断提升，但对其投资和消费的行为、心理分析却远远不够。更多时候，外界只是在给女性“打标签”：

·她是单身吗？

·是的！

——所以她不需要供楼，她喜欢买奢侈品。

·她已婚吗？

·是的！

——所以她掌握了她和先生两个人的可支配收入，她有足够的购买冲动。

·她是妈妈吗？

·是的！

——哦，她不太可能为自己花钱了，卖给她儿童用品吧。

“标签化”不只是在消费领域出现。在职场，人们倾向于认为成为母亲后女性不太可能取得更高的职业成就；在理财领域，人们倾向于认为女性拥有更保守的投资理念。

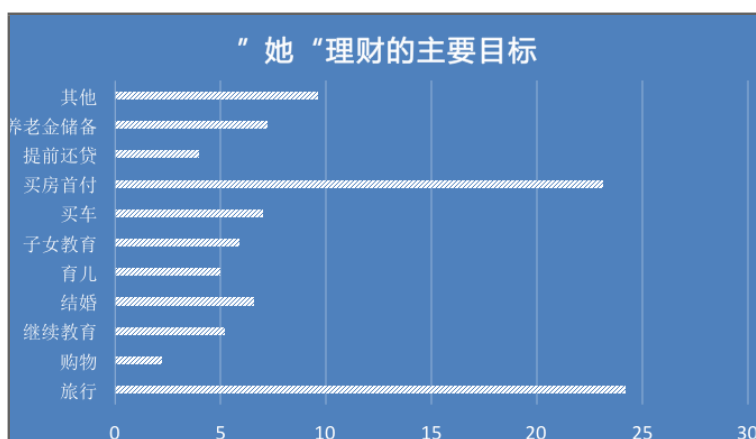
而本次调查显示，女性对家庭成员（未婚女性体现在父母身上，已婚女性体现在伴侣和子女身上）的关注、精力的分配，源于她们的责任感而不是天性。

对认知结构的研究显示：人对环境的认识是认知结构的组建和不断从低级向高级推移的过程，较高级的认知结构以覆盖的方式取代低级认知结构。心理学家的实验表明，女性的认知倾向于整体考虑，而男性则倾向于具体分析。因此，在人生周期中，女性对“角色”的定义和外界表现要比男性显著，如：女儿、妻子、母亲。这也造成了对女性行为理解的标签化。但是，女性在财务方面，是否有明显的“标签”呢？又应如何看待和满足她们的财务需求？

本报告认为，理解和解决女性在财务上的特殊性，需从两个层面加以衡量：

1. 互联网技术发展和金融解决方案创新
2. 新经济周期背景下全社会需求的变化

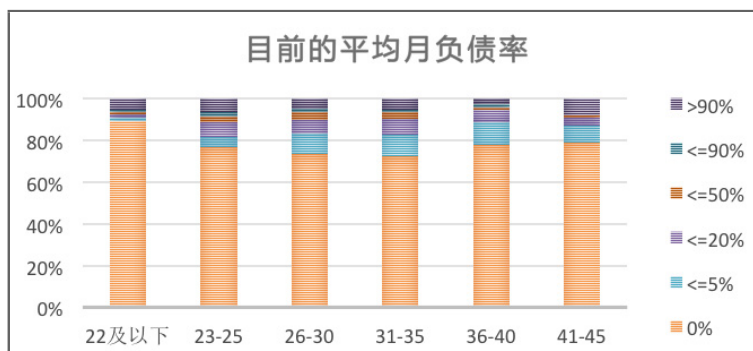
### 3.1 女性的财务目标



可以看到：有旅行和购房需求的女性比例几乎是一样高的，而有继续教育和育儿需求的女性比例也很接近。剔除买房买车等有投资倾向的大宗购买，再剔除“育儿”“子女教育”等责任性支出，真正有明确购物需求的新生代女性只占被调查者的3%。

在我们之后一对一的访谈中发现，女性的“单一目的消费”随年龄增长逐渐递减，对“健康”“便捷”和“幸福”的消费却始终维持高比例。

**注：在统计过程中，我们把调查中的语言学习、学历教育、新增业余爱好全部统计为“继续教育”。**

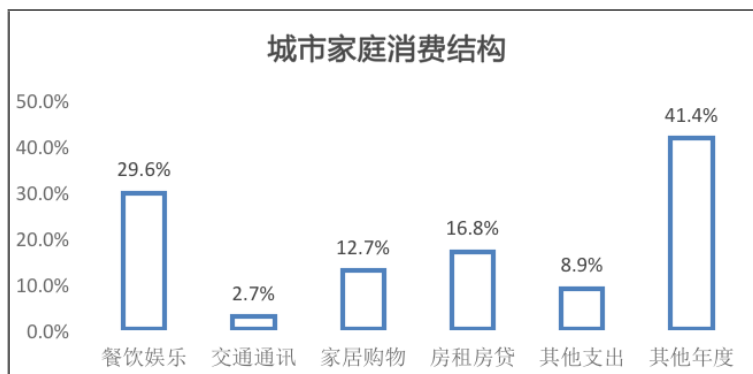


※ 在本报告的调查中，70.3%以上的女性没有任何负债或“厌恶负债”，在还款能力最强的30-40阶段，只有平均24%的人目前有负债。在目前已有的女性中，有近40%的负债率低于5%，28%左右的人负债率在5%~20%之间，只有不足10%的女性目前负债超过50%。当然，这是剔除了房贷数据后的负债率。

在问卷调查中，我们还了解到女性对负债的更多“态度”：

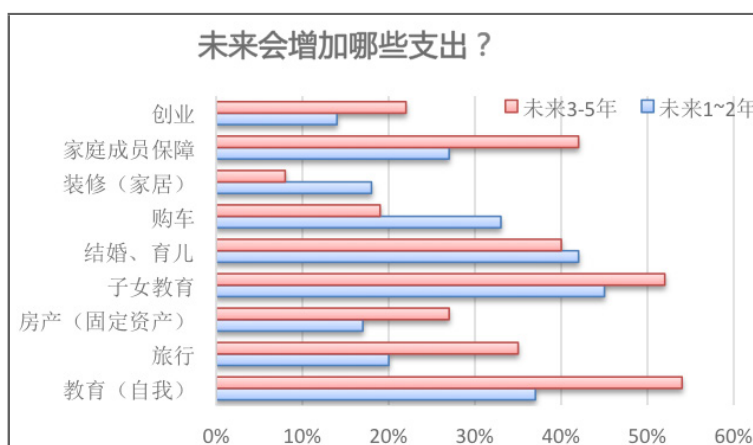
1. 有42.7%的新生代女性选择在条件允许的时候提前还贷，另有12.5%的女性表示已经有过提前还贷的经历。
2. 在找银行贷款还是找熟人借款的选择中，超过50%的女性愿意找熟人借款并尽快偿还；在对新生代女性使用信用卡的调查中，36%的女性表示会提前还信用卡，57%的女性会准时还款，只有不足5%的人有过1~2次的逾期还款记录，超过1%的人甚至会在还款时多存一部分。而真正有过逾期记录的女性只占被调查者的0.8%左右。
3. 女性对自己的信用记录评估与实际情况略有差异，36%的女性表示自己信用记录良好，有近30%的人担心自己的信用记录不够好（但同一份问卷显示她们中只有5.8%有过逾期行为），还有接近10%的人认为自己的记录不够好。
4. 新生代女性愿意提高负债率的前三个原因：赡养父母或者养育子女（35.7%的女性表示愿意为此适度负债）；低风险投资收益足以覆盖借款利率（28.7%的人表示愿意在有条件的情况下优先投资）；长期高通胀时期（约20%的女性会因此提高负债）。

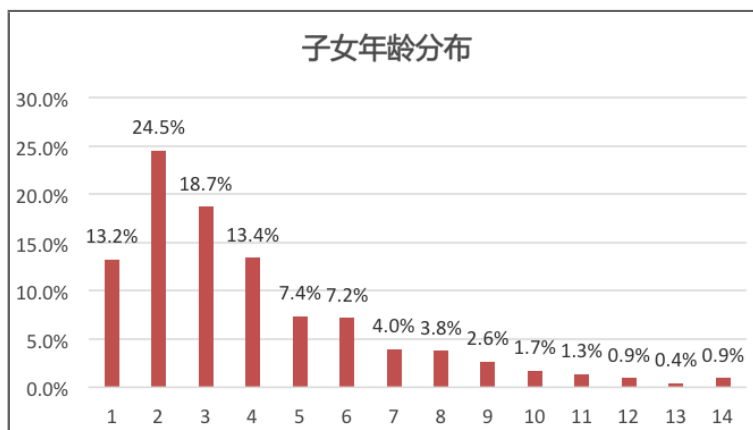
### 3.2 女性以家庭为单位的消费模式



我们注意到，新生代女性的生活水准相对较高，生活方式更加多元。从餐饮娱乐的消费看，单项支出占到家庭总支出接近 1/3。如果将餐饮和娱乐单独统计，这两项分别占年度支出的：20.5% 和 9.1%。根据国家统计局公布的数据显示，2013 年我国城镇居民恩格尔系数为 35，即达到富裕阶段（恩格尔系数由食物支出金额在总支出金额中所占的比重来最后决定。恩格尔系数达 59% 以上为贫困，50%–59% 为温饱，40%–50% 为小康，30%–40% 为富裕，低于 30% 为最富裕），而新生代理财女性家庭的平均恩格尔系数远低于全国平均水平。

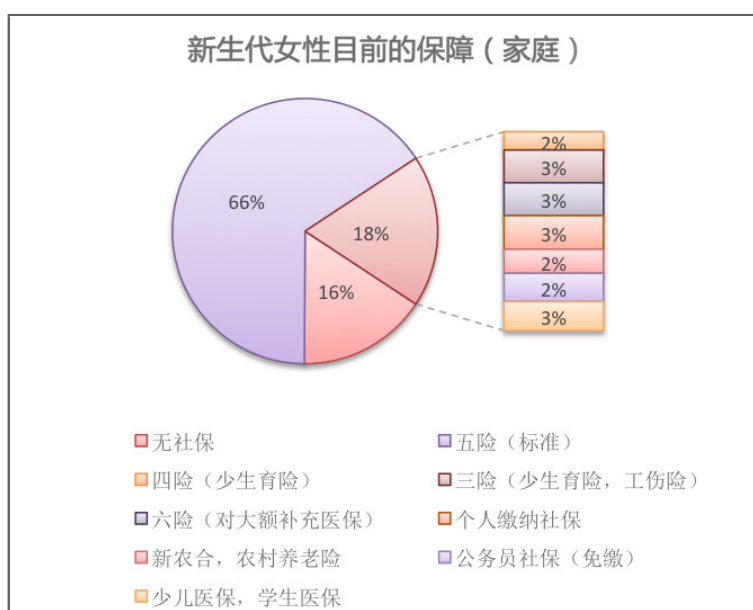
注：本调查将保费支出、旅行支出、购车、教育费用、物业税费等计入年度支出；将人情社交、意外支出等计入其他支出。





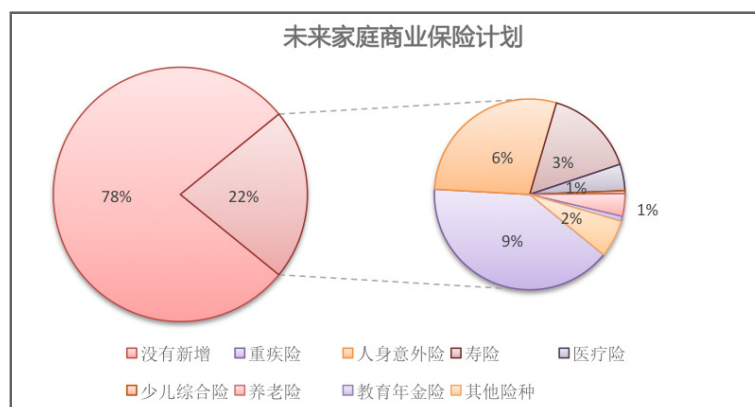
※ 关于支出计划的调查显示，在未来 1~2 年内，30% 以上新生代女性选择会加大对下一代的投入。其次是自我教育和购车，20% 以上的女性会选择加大对家庭成员的保障力度，排在最后的是创业计划；时间拉长至 3~5 年，对自我教育的投入和实现创业计划的比例有了大幅攀升，结婚、育儿、购车等支出计划缩减。出现这样的行为的原因可能是：

1. 新生代女性的整体年龄结构偏低，60% 的被调查女性在 30 岁以内，正处于婚育高峰期，因此她们会适当推迟再教育和创业计划；
2. 新生代女性的基础生活得到保障后（餐饮娱乐支出 30% 左右，并无增加计划），更倾向于通过努力实现自我价值，因此各年龄层均有明确的投资自我计划；
3. 约 70% 的女性有意愿在未来五年内增加对家庭成员的保障投入，如：购买保险、增加养老金储蓄、更换智能家居设备等。





在所有的被调查女性中，只有 18% 的人买过或者目前拥有商业保险，66% 的人依靠社会保障体系实现自己和家庭的保障措施。但是 22% 的新生代女性表示，会在未来新增或者提高保险开支，主要为家人提供保障，计划购买险种为重疾险和意外险，其次是寿险、少儿险、养老和医疗保险。

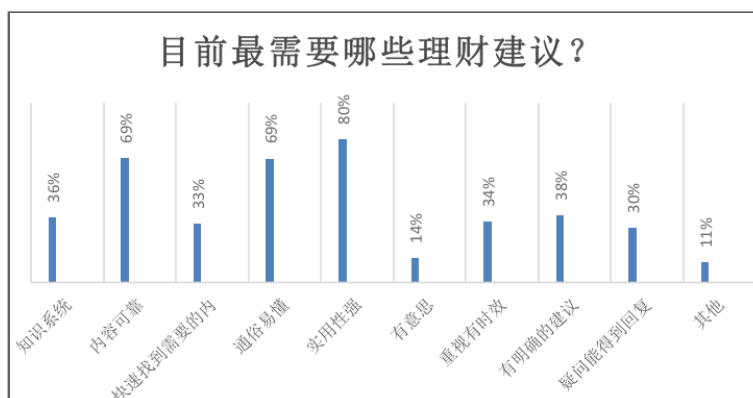
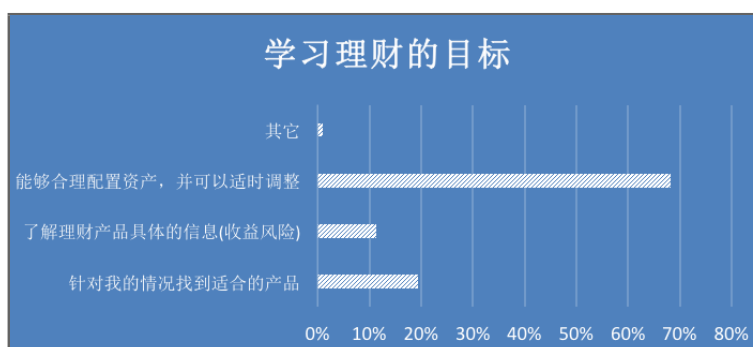
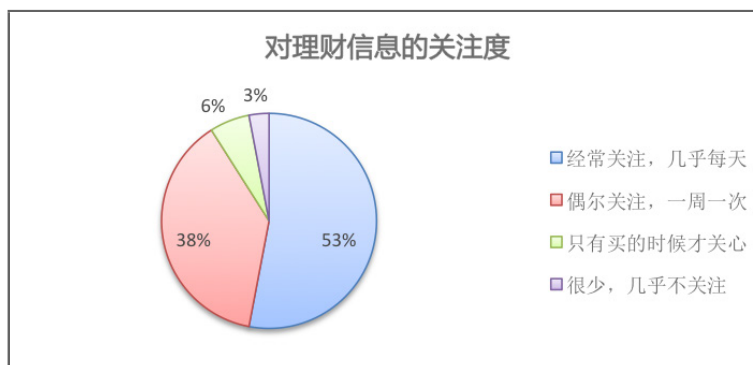


在对新生代女性的行为进行分析后，报告发现，尽管与单一投资回报相比，女性更关注家庭整体财务状况，但是她们对此的投入却似乎不足。如上图所示的：保障不足或者缺乏更长远计划。尽管存在“责任感”与“投入度”之间的不匹配，但是我们仍发现了一些规律：

1. 在一对一的调查中，超过 40% 的新生代女性表示，目前的金融产品和保障计划设计太过繁琐，专业壁垒仍偏高，影响了她们的购买决策；
2. 经济的高速发展和私人财富的迅速增加使得约 30% 的新生代女性发现长期资产规划效用偏低，如：“可以提前完成存款计划”或者“房贷可以提前还款”，因此半数以上的被调查者更关注短期（1~2 年）中短期和（3~5 年）目标；
3. 理财教育缺失和金融机构企业社会责任表现缺失，导致部分女性用户（约占全部被调查者 12.8%）在进行理财行为时感到存在“焦虑感”或者希望“尽早达到预期收益，落袋为安”。

### 3.3 女性的理财学习需求

尽管新生代女性的理财需求无法得到全面的满足，但各年龄段的女性对理财的兴趣度和学习意愿都呈现增长态势。



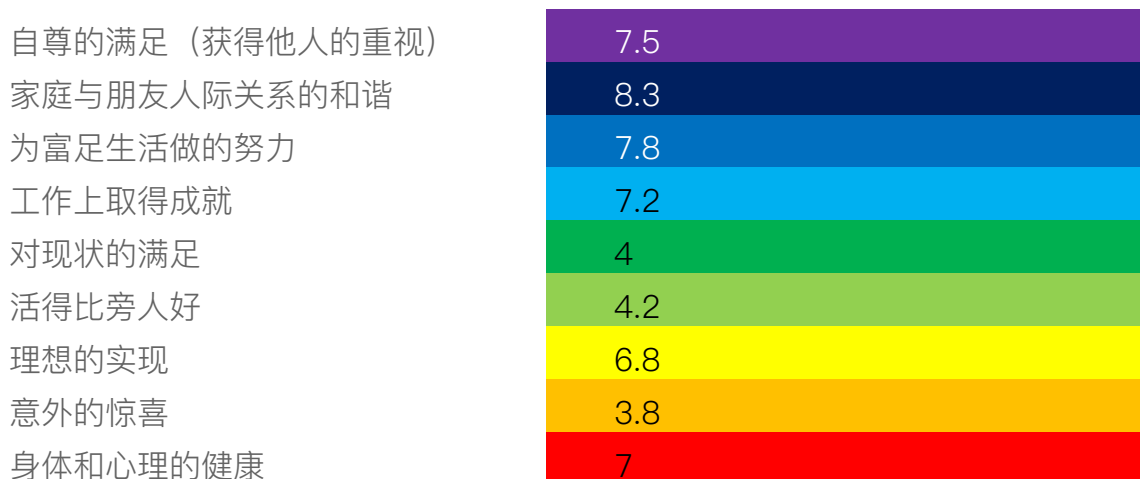
本次调查显示，对处于财务成长中的新生代女性而言，理财的复杂需求未得到充分满足，涉及到家庭收支安排、财务保障、资产配置和风险管理诸多方面的理财服务市场仍很巨大。由于所处的时代、生活阶段和自身财富的逐渐积累，理财成为新生代女性的刚需，她们需要专业可靠的建议和服务，也需要更系统的学习理财知识。

在传统的金融市场中，对资产处于成长期的人群关注不足，“她理财”正是基于这样的需求而提供服务。

### 3.4 女性的理财心理

本次调查还对新生代女性的理财心理进行评估：

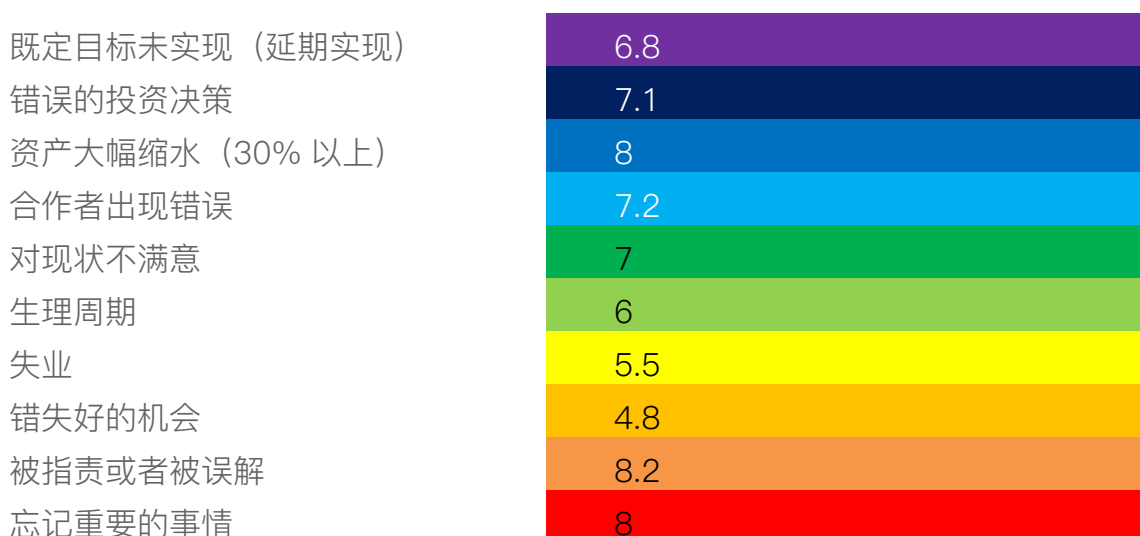
#### 哪些因素会令女性感到愉悦？



注：本项评估分为 0-9 十个阶段，0 表示感受不到愉悦，9 表示极度满足。

评估显示，所处社会关系和谐、感觉到被重视和被尊重、努力得到认可和保持健康最容易让女性觉得快乐。所以女性追求的是认同感而非结果超越平均数（活得比旁人好并不能让大多数女性感受到愉悦，她们希望看到“身边的人过得都很好”）。

#### 女性是否因此感受到压力或者焦虑？



注：本项评估同样分为 0-9 十个阶段，0 表示未感受到压力，9 表示极度焦虑。

同样，在压力评估中，女性的得分仍保持了“感性趋势”，被误解带来的压力超越了“资产

大幅缩水”和“错误的投资决策”；而“忘记重要的事情”与“资产大幅缩水”的女性带来的压力水平是一致的。由此可见，女性在理财领域的实际风险承受力是偏低的，因为她们对压力更敏感。

心理健康、身体健康和财务健康这三者在评估新生代女性健康程度上有着相同的权重，我们在评价女性财务状况的同时，亦应关注她们身心的承压情况，才能准确评估其需求。

## 本章结论：

1. 女性风险偏好较低是由于其认知模式造成的，具体表现为对压力敏感，因此女性的“风险测试水平”和真实承受力之间会有一定差异，应取其较低的方面。
2. 收益水平不是女性购买理财产品的先决条件，可信任是其优先决；策依据；
3. 女性理财的目标是实现生活目标，而不是单纯地积累财富；
4. 乐于听取专家意见、乐于互动、愿意委托理财；
5. 理财的女性往往更加独立、生活态度积极乐观、更有责任感、言语中表现出健康的正能量。

## 专题 2 不同阶段女性的理财最优模型

针对处于不同财务阶段的新生代女性的人生周期和财务特点，本报告特给出相应财务建议，如下：

### A. 萌芽期

**基本状况：**即将进入职场或刚开始工作的新生代女性，平均年龄在 22 岁，大学本科学历，尚无收入、收入偏低（3000 元 / 月及以下）或职业不稳定。

**财务状况：**现金不足，没有存款或理财习惯，对金钱的意识还未形成，会经常因为金钱状况感到焦虑。

**自我效能：**对未来没有清晰的计划，学习过程中自我效能感低，喜欢更加系统的获得知识，信息收集和分析能力一般；对消费缺乏规划，对自己的理财能力缺乏自信，也难以承受金钱损失。

**情绪和自我：**梦想还没有实现，对生活的把控还没有到位，但对未来持“乐观”态度。工作中的人际关系是她们担心的重点，职业的方向也时常困扰她们。与工作相比，对家人的关心被放到了第二位。

#### 处于“萌芽期”的女性的理财建议：

(1) 形成理财意识。理财是一件越早开始越好的事情，不要输在起跑线上。开始做工资规划和储蓄计划，尽快积累到第一桶金是本阶段的重中之重，它决定了你未来理财投资的规模。

(2) 记账。储蓄 = 收入 - 支出。也就是说，要想尽快积累起理财的本金，一方面要开源，一方面要节流。记账能帮助你较好的控制开支，妥善使用信用卡，不仅能提高资金利用效率，更重要的是有了信用卡你就能开始建立个人信用记录，这对你未来贷款买房、买车等很多事情都至关重要。

(3) 学习投资理财知识。储蓄让你有财可理，而理财则是帮你实现财富增值。通过学习，

了解各种投资理财工具。可以先小规模地从一些门槛低、风险小、操作简单的入手，比如定期存款、货币基金。然后随着理财能力的提升逐步丰富资产配置。

## B. 积累期

**基本状况：**有 3~5 年工作经验、有稳定职业规划的新生代女性。平均年龄在 26 岁，拥有本科或硕士学历，月薪超过 10,000 元，大部分在大城市工作。

**财务状况：**对未来有明确的财务规划，基本可以坚持执行。清楚自己的收入与消费模式，不会过度为财务状况而忧心。

**自我效能：**理财学习的过程中，自我效能感强，相信自己能够找到合适的途径，逐步成为理财高手。相对理性，能够承受一定的本金损失。

**情绪与自我：**能够控制自己的生活、处理好工作中的人际关系，家人的健康和家庭关系的和谐对他们而言很重要。勤奋努力，保持学习状态，一步步接近自己的梦想。

### 处于“积累期”的女性的理财建议：

(1) 控制消费保证积累。与萌芽期相比，这一阶段很更容易形成人群差异，成为“月光女神”还是“小富婆”？我们建议此阶段理性消费加强制投资，最好使用定投基金或存单法，强迫自己把月收入的 20% 以上留存下来。

(2) 做中期投资计划。从财务需求来说，这一阶段的硬性支出偏低，最适合开始为期 3~5 年的投资计划，确定投资目标、选择合适的理财产品并积累投资经验。高风险投资可以配置 1/3 以下，试试自己对风险的把控度。

(3) 投资自己效率最高。最有效的理财是投资自己，趁年轻充分利用时间在自己身上，提高学历或多掌握对自己的职业发展有益的技能，这会为未来做好铺垫，职业的高度直接决定了你未来几十年的收入水平。

## C. 上升期

**基本状况：**这部分新生代女性大多已经步入婚姻并且当了妈妈，平均年龄 32 岁，拥有硕士或以上学历，职场中坚，事业上的成功给她们带来不错的工资收入。少数是全职主妇。

**财务状况：**对待金钱的态度更为理性，家庭开支巨大，注重储蓄。与处在“积累期”的女性相比，消费更为谨慎，更加会衡量全局制订消费计划。

**自我效能：**对理财还不太熟悉，自我效能感一般，虽然没有十足的把握但开始逐步学习理财知识，对理财服务的接纳程度最高。

### 处于“上升期”的女性的理财建议：

(1) 管理好现金流。家庭理财阶段的核心是统筹，需要对整体财务进行理财规划，而管理好现金流是理财的第一步。此时的家庭可能既有工资、利息等收入，也有房贷、消费贷等债务支出，科学地管理好现金流才能使理财收益最大化。

(2) 做好资产配置。这个问题是任何一个理财周期都回避不了的，在上升期也同样重要。由于这个时期有了一定的财富积累，在进行理财时可选择的产品也较多，所以此时的资产配置可趋于稳健，确保资产在也一定规模的基础上稳健增长。

(3) 准备子女教育金。子女教育金将是整个家庭后期的主要支出，建议提前准备。由于教育金周期长，弹性大，安全性要求较高，可以主要投资风险相对较低的产品；而对高风险产品建议用定投的方式平滑风险。

(4) 买保险的定律是：先大人后小孩，先支柱后服务，先保障后理财。其含义是先给家庭经济支柱买保险，然后再给其他成员购买；先买消费型保险，而理财型的保险替代性很强，不必作为优先选择。

## D. 稳定期

**基本状况：**这部分新生代女性开始进入事业第二个快速成长期，她们多数拥有 1~2 个孩子，平均年龄 39 岁，拥有本科或硕士学历，多数从事中高层管理工作，少数开始创业。

**财务状况：**对待金钱的态度较为理性，家庭财务压力巨大，具有更强的资金需求。与“上升期”女性相比，她们的消费规模更高，主要压力来源于赡养上一代和抚养子女。

**自我效能：**中上，对理财的态度泾渭分明：感兴趣并擅长或者基本不关注。对学习理财知识的需求低，对理财服务的要求高，有很强的投资能力。

### 处于“稳定期”的女性的理财建议：

(1) 逢低买进基础股。保证你的投资结构，保证每年的投资收益可以达到市场平均水平，抓住几年一次的投资机会，在股市不好的时候买进股票，选那些历史上经常高比例分红的股票或者权重股，耐心持有到股市大涨时卖出。

(2) 给自己存退休金。你可能会发现养老账户里的钱没有想象中的多，所以提前做些准备，商业险和固定资产都能起到类似的效果。记住，寿险年轻时是给父母的、年纪大了是给子女的，保证资产稳定增值才是最好的养老计划。

(3) 避免资产结构单一。我们的数据显示多数稳定期家庭的资产结构都比较单一：房子？股权？现金？很多家庭都出现某一类资产占比超过 80% 的结构。40 岁左右正值上有老下有小的时期，支出比例大，任何资产集中度过高都会增加系统风险，建议保持合理范围的资产配置。



## 专题 3 2016 女性理财的五大趋势发布

鉴于女性对理财关注度持续升温，本报告在此特别列出了在未来的一年内，理财市场将会出现的一些变化：

### 1. 90 后成理财“生力军”，金融资产规模增速最快。

理财人群年轻化已是明显趋势，在 2015 年呈现出的“资本家”年轻化将会进一步加剧，90 后成为理财市场的最大的新增力量，将迎来参与人数和可投资资产规模的双增。在未来一年，大学生将更关注理财信息并乐于实践和学习，传统高资产门槛的理财产品的受众比例会进一步降低，具有低起点、稳定收益率、购赎便捷等特点的金融产品会获得年轻“资本家”们的青睐。

### 2. 新生代女性的人均可投资资产规模小幅增加，预期达到 12w 左右；投资收益预期略高于 2015 年，平均达到 10%。

在 2014 年，新生代女性对下一年度的投资预期集中在 8%~10% 之间，到 2015 年受股票市场走强、投资收益整体提高的激励，超过 7 成的被调查者调高了年度收益预期，平均数达到 10%，略高于 2015 年。同时，有超过七成的被调查者表示有计划增加在理财市场上的投入，预期人均可投资资产将由 10.5 万元增至 12 万元，其中近 7 成投资者表示会加大基金投资。

### 3. 80 后对固定资产的投资意愿分化。

新生代女性对房产的态度比较分化，固定资产不再是最受关注的投资品种。

从需求分类看，有改善性住房需的女性表示计划在未来 6~24 个月内购入房产（以家庭

为单位)，投资型则表示不看好房地产未来涨幅，所以预期会“延迟投资”。有旺盛的置业需求的 80 后对未来一年的房产市场分歧最大，36% 的新生代女性表达了强烈的买入意愿，主要为改善性住房需求；也有高达 30% 的被调查者认为目前“房价偏高”，表示不会在短时间入市。

#### 4. 对互联网理财的接纳程度大幅攀升。

在理财服务领域，新生代女性对在互联网上购买和了解理财产品的意愿度和接纳程度持续提高，40% 的被调查者优先选择通过手机 app 购买理财产品；超过一半的女性表示会加大在线理财（包括获取信息、学习和配置资产）的时间；近 1/3 的被调查者表示愿意购买有品牌保证、有信誉的“互联网金融产品”，超过半数的被调查者认为自己会在未来一年内“更频繁地使用互联网金融工具”。

#### 5. 新生代女性资产配置意识加强，最关注基金投资。

新生代女性的资产管理意识在增强，更加关注投资组合的收益水平。同样受股市波动影响，新生代女性对风险投资的认知加深，60% 以上被调查者表示 2016 年最关注基金产品表现。更多女性投资者表示，会在下一年增加股票基金和混合基金的投资，近 40% 的基金投资者表示会加大基金定投的投入金额。我们预计，在未来一年里，收益水平中高但抗风险的基金将会是新生代女性的首选。

她理财

www.talikai.com  
财女养成社区