

# 2019 年消费者金融素养 调查简要报告

中国人民银行金融消费者权益保护局

二零一九年七月

## 摘要

接受良好教育的金融消费者是金融市场稳定的基石。为准确把握消费者金融知识水平及金融消费者教育领域中存在的薄弱环节，评估金融消费者教育的有效性，进一步做好金融知识普及工作，中国人民银行金融消费者权益保护局（以下简称“消保局”）于2013年和2015年针对消费者金融素养情况进行了两次全国范围内的试点调查，收到了较好的效果。

在消保局的积极推动下，中国人民银行办公厅于2016年1月11日下发《关于建立消费者金融素养问卷调查制度（试行）的通知》（银办发〔2016〕8号），正式建立了消费者金融素养问卷调查制度。2017年开始在全国31个省级行政单位（除港澳台地区）每两年全面开展一次消费者金融素养问卷调查。2019年为第二次全面开展消费者金融素养问卷调查，在每个省级行政单位随机抽取600名金融消费者进行问卷调查，全国共18600个样本。

调查从消费者态度、行为、知识和技能等多角度综合定性分析我国消费者的金融素养情况。从消费者态度看，消费者在金融态度方面的整体情况较好，大多数群体能够意识到金融知识普及和在校园开展金融教育的重要性，更加重视个人信用；延迟消费的意愿则略有下降（或更加倾向于即时消费），其中全日制学生延迟消费的意愿最低。从消费者行为看，整体上消费者在金融行为上有待加强，在阅读合同条款、为小孩上学储蓄、使用ATM时的密码保护行为方面有较好的表现；在家庭开支的规划和执行、对账单的理解、信用卡

还款方面的行为需要进一步加强，在应对意外开支方面普遍存在不足。从**消费者金融知识水平**看，消费者整体上对金融知识有一定的掌握，在银行卡、储蓄、信用知识方面的正确率较高，均超过60%；在贷款、投资、保险等方面的知识水平有待提高，不同群体对各类金融知识的掌握程度存在着较大的差异。从**消费者金融技能**看，整体上消费者在理解金融合同的权利和义务、产品风险和收益、假币处理方面的掌握情况相对较好，在辨别非法投资产品和渠道、比较金融产品和服务方面有一定的掌握；而在冠字号码功能、银行卡使用方面还需要加强，对新版人民币防伪特征的掌握水平需要提高。从**消费者对金融知识的需求情况**看，消费者最感兴趣的五大类金融知识依次是银行卡（包括借记卡和信用卡）、银行理财产品、住房贷款、基金股票投资、手机银行等电子银行服务。从人口统计特征看，不同群体的消费者在金融态度、金融知识、金融行为、金融技能和金融知识需求方面均存在较大的差异。

另一方面，调查报告通过构建消费者金融素养指数得出全国消费者金融素养得分。结果显示，全国消费者金融素养指数平均分为64.77，中位数为67.96，标准差为17.01，消费者金融素养指数近似服从正态分布。与2017年相比，消费者金融素养整体上稍有提升。教育、收入、地域、年龄和职业五个因素与消费者金融素养得分显著相关，性别对金融素养得分的影响有限。

通过本次调查，我们得出如下结论：一是应当持续跟踪

消费者金融素养的变化，为金融教育工作的统筹开展提供重要依据；二是要继续关注重点人群和区域的金融素养水平，结合群体特性开展适宜的金融教育活动，着重提升消费者的金融知识和技能，改善消费者的金融行为；三是要积极应对数字技术带来的挑战，利用数字技术的优良特性，开发更多与数字时代和人口结构变化相适应的金融教育工具。

## 一、调查情况介绍

接受良好教育的金融消费者是金融市场稳定的基石。为准确把握消费者金融知识水平及金融消费者教育领域中存在的薄弱环节，评估金融消费者教育的有效性，进一步做好金融知识普及工作，中国人民银行金融消费者权益保护局（以下简称“消保局”）于2013年和2015年针对消费者金融素养情况进行了两次全国范围内的抽样性试点调查，收到了较好的效果。

在消保局的积极推动下，中国人民银行办公厅于2016年1月11日下发《关于建立消费者金融素养问卷调查制度（试行）的通知》（银办发〔2016〕8号），正式建立了消费者金融素养问卷调查制度。2017年开始在全国31个省级行政单位（除港澳台地区）每两年全面开展一次消费者金融素养问卷调查。

2018年，消保局对调查问卷进行了完善，对部分题目进行了新增、修改和删除，并于2019年第二次在全国全面开展消费者金融素养问卷调查。调查从消费者态度、消费者行为、消费者知识和消费者技能等多个角度综合综合分析当前我国消费者的金融素养情况。另一方面根据影响金融素养的主要因素，从受教育程度、家庭月收入、职业状态、年龄、户口所在地等多个维度对消费者金融素养情况进行考察，并与2017年的数据进行比较分析。

从调查的主要内容看，此项调查涵盖了金融产品认知与选择、财务规划、储蓄与物价、银行卡管理、反假货币、贷款常识、信用管理、投资理财、保险知识、金融教育和消费

者基本情况等十一部分内容。

从调查样本的分布看，此项调查在全国31个省级行政单位（除港澳台地区）全面开展，在各调查省份选择省会（首府）城市市区、地级市市区和县三个层面随机抽取600名金融消费者，在各直辖市选择具有经济发展水平差异性的区/县随机抽取600名金融消费者。全国共18600个样本。

从调查的实施方案看，消保局组织中国人民银行有关分支机构统一实施。选择金融机构网点作为调查点，包括国有商业银行、股份制商业银行、地方法人银行、农村信用社、证券公司、人寿保险公司、财产保险公司等。

从调查方式看，主要采取面谈的方式完成，部分地区在金融机构网点（包括部分支付机构）采用电子调查方式。除个别地区采取入户调查的方式外，大部分金融消费者是在调查网点现场填写调查问卷，调查点所在地人民银行分支机构派出调查人员至调查点，对金融消费者进行现场讲解和指导，帮助金融消费者完成调查问卷。

消保局于2019年4月组织人民银行相关分支机构发放了调查问卷，于5月10日前全部收回。本次问卷调查反映了当前全国消费者金融素养的整体状况以及2017年以来消费者金融素养水平的变化，也是人民银行在接下来的两年内统筹开展金融消费者教育工作的重要基础。

## 二、消费者态度分析

消费者在金融态度方面的整体情况较好，大多数群体能够意识到金融知识普及和在校园开展金融教育的重要性，更

加重视个人信用，延迟消费的意愿则略有下降（或更加倾向于即时消费），其中全日制学生延迟消费的意愿最低。

### **（一）对金融教育的态度**

#### **1.对金融消费者教育的态度**

当询问消费者对金融教育的态度时，总体来看，88.27%的消费者认为金融教育“非常重要”或“比较重要”。其中，认为金融教育“非常重要”的比例达到51.58%，认为金融教育“比较重要”的比例为36.69%。

与2017年相比，消费者对金融教育重要性的认识程度有所提高，认为金融教育“非常重要”或“比较重要”的比例上升1.22个百分点。

#### **2.对校园金融教育的态度**

当询问消费者对在校园开展金融教育的态度时，总体来看，82.52%的消费者认为在校园开展金融教育非常有价值，仅有5.76%的受访者认为没必要。

与2017年相比，消费者对校园金融教育的认识有所提高，认为在校园开展金融教育有价值的比例增加1.48个百分点。

### **（二）对消费和储蓄的态度**

当询问消费者对消费和储蓄的态度时，总体来看，79.03%的消费者对于“今天有钱今天花完，明天的事情明天再说”持“不太同意”或“完全不同意”的观点，有17.80%的受访者持“完全同意”或“比较同意”的观点。

与2017年相比，消费者对延迟消费的偏好略有下降，

整体上选择“不太同意”或“完全不同意”的比例减少了 0.37 个百分点。

### **（三）对信用的态度**

当询问消费者对信用的态度时，88.05%的消费者同意“信用是一辈子的记录，不应过度扩张信用，应谨慎维护”的观点，不认可的仅为 5.13%。

与 2017 年相比，消费者对谨慎维护信用的态度有所提升，整体上持积极信用态度的比例增加了 1.26 个百分点。

## **三、消费者行为分析**

整体上消费者在金融行为上有待加强，在阅读合同条款、为小孩上学储蓄、使用 ATM 时的密码保护行为方面有较好的表现；在家庭开支的规划和执行、对账单的理解、信用卡还款方面的行为需要进一步加强，在应对意外开支方面普遍存在不足。

### **（一）对家庭开支的规划**

#### **1.家庭开支计划的制定**

当询问消费者是否做家庭开支计划时，24.29%的消费者“一直都有”，23.84%的消费者“经常做”，40.20%的消费者“有时有做”，11.67%的消费者“从不做”。

与 2017 年相比，消费者在家庭开支计划制定方面的行为有所改善，整体上经常或一直都有制定计划的比例增加了 4.07 个百分点。

#### **2.家庭开支计划的执行**

当询问制定家庭开支计划的消费者是否执行既有家庭



开支计划时，15.03%的消费者表示严格执行，33.20%的消费者表示经常执行，48.19%的消费者表示有时执行，3.58%的消费者表示从不执行。

与2017年相比，消费者在家庭开支计划执行方面的行为有所弱化，整体上执行计划的比例减少了0.56个百分点。

## **(二) 对未来支出的计划**

### **1. 应对意外支出**

当询问消费者如果下个月有一笔约等于三个月收入的意外支出，是否能全额支付这笔费用时，调查结果有35.40%的消费者选择了“完全可以”，39.76%的消费者选择了“或许可以”，19.11%的消费者选择了“可能拿不出”，有5.72%的消费者选择了“肯定拿不出”。

与2017年相比，消费者在应对意外支出方面的有所改善，整体上完全能够应对三个月意外支出的比例提高了1.34个百分点。

### **2. 为孩子上学存钱**

当询问消费者是否为孩子上学存钱时，调查结果有44.23%的消费者选择了“有或曾有”，32.85%的消费者选择了“目前没有，但计划这样做”，8.51%的消费者选择了“目前没有，且不计划这样做”，还有14.41%的消费者选择了“没有孩子”。

与2017年相比，消费者曾有或计划为孩子上学进行储蓄的比例有所改善，整体上存钱比例提高了1.04个百分点。

### **3. 保障老年开支**

当询问消费者预期如何保障在老年的开支时，按比例高低依次排序分别是“依靠自己的存款、资产或生意收入”（59.77%）、“依靠退休金”（56.96%）、“依靠商业养老保险”（28.72%）、“依靠继续工作所得收入”（23.97%）、“依靠家人、孩子的经济支持”（19.46%）、“依靠继承遗产”（6.98%）和其他（6.12%），尚未考虑的有 4.88%。

### （三）对合同和对账单的使用

#### 1. 阅读合同条款

当询问消费者选择金融产品或服务时是否阅读合同条款时，调查结果有 44.21%的消费者会仔细阅读合同条款，47.06%的消费者简要阅读合同条款，有 8.73%的消费者根本不阅读。

与 2017 年相比，消费者在阅读合同条款方面有所改善，整体上“仔细阅读”或“简要阅读”的比例提高了 1.45 个百分点。

#### 2. 对账单的阅读和理解

当调查消费者对相关金融产品或服务的对账单的使用情况时，发现 41.39%的消费者表示会仔细阅读对账单并能清晰理解，18.01%的消费者表示会仔细阅读对账单但难以理解，30.00%的消费者简要阅读对账单，4.43%的消费者根本不读，6.17%的消费者则表示从未收到过对账单。

与 2017 年相比，消费者在阅读和理解金融产品或服务的对账单方面有明显提升，整体上能够仔细阅读并清晰理解的比例提高了 4.07 个百分点。

#### **(四) 对贷款的申请**

当询问消费者在申请贷款前是否考虑了自己的偿付能力时，调查结果有 71.37%的消费者选择了“是”，有 3.70%的消费者选择了“否”，有 24.92%的消费者没有申请过贷款。

与 2017 年相比，消费者在申请贷款前考虑偿还能力方面有所提升，整体上考虑还款能力的比例提高了 0.83 个百分点。未申请过贷款的比例略有降低，下降了 0.27 个百分点。

#### **(五) 对信用卡的使用**

当对消费者的信用卡还款行为进行调查时，发现 54.69%的消费者采用全额还款方式进行还款，14.12%的消费者采用分期还款方式进行还款，3.87%的消费者采用最低还款额方式进行还款，4.31%的消费者有多少钱还多少钱，19.91%的消费者没有信用卡，另外还有 3.10%的消费者有信用卡但不清楚如何还款。

与 2017 年相比，消费者在信用卡还款方面的行为有改善，整体上全额还款的比例提高了 3.69 个百分点，选择分期还款的比例下降 0.97 个百分点，选择最低还款额进行还款的比例下降 0.67 个百分点。

#### **(六) 自动取款机使用时密码安全意识**

当对消费者使用自动取款机(ATM)的情况进行调查时，调查结果显示 77.88%的消费者在输入密码时，有意识地用手或身体遮挡，防止他人看见；18.62%的消费者没有这方面的意识；3.49%的消费者没有使用过自动取款机。

与 2017 年相比，消费者在使用 ATM 机时的密码安全意

识有所提升，增加 3.73 个百分点。从未使用过 ATM 机的受访者比例呈下降态势，比上次调查减少 1.87 个百分点。

### **（七）对金融知识的获取**

当消费者金融知识方面存在疑惑时，消费者最常采取的行动是“向相关金融机构的员工咨询”和“上网找资料”。在回答这一多选题时，调查结果有 62.03% 的消费者选择了“向相关金融机构的员工咨询”的方式，54.08% 的消费者选择了“上网找资料”的方式，26.10% 的消费者选择了“求助家人朋友”的方式，16.22% 的消费者选择了“求助个人财务顾问”的方式，11.77% 的消费者选择了“向政府金融监管部门咨询”的方式，另有 2.83% 和 1.00% 的消费者选择了“不知如何寻求帮助”和“置之不理”。男性和女性在面对金融知识疑惑时采取的行为无明显差异。

### **（八）对金融纠纷的投诉**

当消费者购买金融产品或服务发生纠纷时，调查结果有 72.37% 的消费者向提供该商品或服务的金融机构进行投诉，47.38% 的消费者向当地银保监局、证监局进行投诉，44.37% 的消费者向当地人民银行进行投诉，42.72% 的消费者利用“12315”消费者投诉热线向当地工商部门进行投诉，6.74% 的消费者向家人朋友求助，另有 2.87% 的消费者不知如何投诉。

## **四、消费者金融知识水平分析**

消费者整体上对金融知识有一定的掌握，在银行卡、储蓄、信用知识方面的正确率较高，均超过 60%，在贷款、投资、保险等方面的知识水平有待提高，不同群体对各类金融

知识的掌握程度存在着较大的差异。

### **（一）消费者金融知识水平自我评价**

当让消费者对自身的金融知识水平做出主观评价时，39.13%的消费者认为自己的金融知识水平“非常好”或“比较好”，认为自身金融知识水平“一般”、“不太好”或“一点也不好”的消费者占比分别为 40.69%、14.08%和 6.10%。

与 2017 年相比，消费者金融知识水平自我评价有所提升，认为自己“非常好”或“比较好”的比例增加了 3.85 个百分点。

### **（二）储蓄知识**

储蓄知识调查包括 3 个问题，整体来看，针对储蓄知识调查问题，消费者的平均正确率为 62.01%。分知识点看，当考察消费者是否能够准确计算单利时，结果有 79.37%的消费者回答正确；当进一步考察消费者是否能够意识到复利并大致估算时，结果有 56.34%的消费者回答正确；当考察消费者是否知道《存款保险条例》规定的最高偿付限额时，结果有 50.32%的消费者回答正确。

与 2017 年相比，消费者在储蓄知识方面的平均正确率下降了 0.72 个百分点，其中单利计算、复利估算和存款保险赔付限额等知识的正确率分别下降了 0.93、1.02、0.19 个百分点。

### **（三）银行卡知识**

银行卡知识调查包括 3 个问题，整体来看，针对银行卡知识调查问题，消费者的平均正确率为 76.31%。分知识点看，

当考察消费者是否能够区分借记卡与信用卡时，结果有 80.92%的消费者知道两者的区别；当考察消费者是否知道信用卡透支提取现金会被收取利息时，结果有 74.60%的消费者回答正确；当考察消费者是否知道信用卡取现额度与信用额度的区别时，结果有 73.41%的消费者回答正确。

与 2017 年相比，消费者在银行卡知识方面的平均正确率上升了 1.79 个百分点，其中区分卡片、信用卡透支取现利息、区分取现额度和信用额度等知识的平均正确率分别上升了 1.49、1.01、2.86 个百分点。

#### **（四）贷款知识**

消费者贷款知识调查包括 3 个问题，整体来看，针对贷款知识调查问题，消费者的平均正确率为 54.38%。分知识点看，当考察消费者是否能够理解利率对不同贷款方式的影响时，结果有 57.97%的消费者回答正确；当考察消费者是否理解还款方式的含义时，结果有 49.18%的消费者回答正确；当考察消费者是否知道贷款期限对月供和利息的影响时，结果有 55.98%的消费者回答正确。

与 2017 年相比，消费者在贷款知识方面的平均正确率上升了 1.66 个百分点，其中贷款利率的影响、还款方式理解、贷款期限的影响等知识的平均正确率分别上升了 2.30、1.94、0.76 个百分点。

#### **（五）信用知识**

消费者信用知识调查包括 5 个问题。整体来看，针对信用知识调查问题，消费者的平均正确率为 71.15%。分知识点

看，当考察消费者是否知道个人信用报告时，结果有 81.44% 的消费者回答知道；当进一步考察消费者是否知道向哪一机构查询个人信用报告时，结果有 73.36% 的消费者回答正确；当考察消费者是否知道不良信用记录的影响时，结果有 76.42% 的消费者回答正确。当进一步考察消费者是否知道不良记录保存年限时，结果有 58.88% 的消费者回答正确。当考察消费者是否知道可以就信用报告错误提出异议申请时，结果有 65.64% 的消费者回答知道。

与 2017 年相比，消费者在信用知识方面的平均正确率上升了 6.66 个百分点，其中了解信用报告、查询信用报告、不良记录影响、不良记录保存年限、异议申请等方面知识的平均正确率分别上升了 7.82、9.68、3.31、9.55、2.95 个百分点。

### **（六）投资知识**

消费者投资知识调查包括 4 个问题。整体来看，针对投资知识调查问题，消费者的平均正确率为 54.77%。分知识点看，当考察消费者是否能够识别各类金融投资产品的风险大小时，结果有 29.89% 的消费者回答正确；当消费者对分散投资的理解时，结果有 58.08% 的消费者回答正确；当考察消费者对收益与风险的认知时，结果有 77.82% 的消费者回答正确。当考察消费者是否能够准确计算投资收益率时，结果有 28.41% 的消费者回答正确。

与 2017 年相比，消费者在投资知识方面的平均正确率上升了 5.69 个百分点，其中投资产品风险比较、分散投资理财

解、收益与风险认知等方面知识的平均正确率分别上升了 0.58、1.01、1.10 个百分点；投资收益计算方面的平均正确率则下降了 4.80 个百分点。

### **（七）保险知识**

消费者保险知识调查包括 4 个问题。整体来看，针对保险知识调查问题，消费者的平均正确率为 53.99%。分知识点看，当考察消费者对于保险的购买额度的认识时，结果有 56.23% 的消费者回答正确；当消费者对财产险理赔的理解时，结果有 33.11% 的消费者回答正确；当考察消费者对无条件退保的认知时，结果有 64.72% 的消费者回答正确。当考察消费者是否能够认清投资型保险产品的风险时，结果有 61.90% 的消费者回答正确。

与 2017 年相比，消费者在保险知识方面的平均正确率上升了 0.17 个百分点，其中无条件退保、投资型保险风险认知等方面知识的平均正确率分别上升了 4.01 和 0.49 个百分点；购买适宜额度保险、财产险理赔方面的平均正确率则分别下降了 1.13 和 2.67 个百分点。

### **（八）金融知识需求分析**

#### **1. 最感兴趣的金融知识**

消费者最感兴趣的金融知识按比例高低排序依次是银行卡（包括借记卡和信用卡，36.72%）、银行理财产品（35.70%）、住房贷款（33.32%）、基金股票投资（27.25%）、手机银行等电子银行服务（26.55%）、保险产品（17.89%）、退休金计划（15.22%）、汽车贷款（12.73%）、金融纠纷解



决（12.01%）、预算规划（11.89%）、银行自助终端设备的使用（8.44%）、债券投资（7.45%）。

## 2.消费者了解金融知识的有效途径

当询问消费者哪种方式最能有效地帮助其了解所需要的金融知识时，按比例高低排序依次是通过金融机构网点发放宣传资料（59.74%）、通过互联网（44.10%）、通过短信微信等手机信息（37.44%）、通过电视宣传（35.35%）、通过报刊杂志宣传（18.39%）、通过与家人朋友的交谈（17.42%）、通过学校课程（12.72%）、通过社区活动宣传（12.08%）、邮递的广告和促销信息（2.79%）。

## 五、消费者金融技能分析

整体上消费者在理解金融合同的权利和义务、产品风险和收益、假币处理方面的掌握情况相对较好，在辨别非法投资产品和渠道、比较金融产品和服务方面有一定的掌握，而在冠字号码功能、银行卡使用方面还需要加强，对新版人民币防伪特征的掌握需要提高。

### （一）对金融产品或服务的选择

#### 1.比较金融产品和服务

当询问消费者选择金融产品或服务时是否会对同类金融产品或服务做出比较进行调查时，调查结果有63.38%的消费者选择了“对所需的同类金融产品或服务进行了比较”，17.02%的消费者选择了“不知道如何进行比较”，13.18%的消费者选择了“没有足够的信息进行比较”，还有6.41%的消费者选择了“没有比较”。

与 2017 年相比，消费者在比较金融产品和服务方面有所提升，增加 1.16 个百分点。

## 2. 辨别非法投资

当询问消费者在选择金融产品或服务时能否正确辨别合法与非法的投资渠道和产品服务时，调查结果有 67.77% 的消费者选择了“能”，14.81% 的消费者选择了“不能”，17.42% 的消费者选择了“不知道”。

与 2017 年相比，消费者在辨别合法与非法的投资渠道和产品服务方面有明显提升，增加 5.39 个百分点。

## 3. 对金融产品或服务风险收益的认识

当询问消费者购买金融产品或服务时是否对该产品或服务的风险和收益有清晰的认识时，调查结果有 70.95% 的消费者选择了“是”，11.46% 的消费者选择了“否”，还有 17.59% 的消费者选择了“不知道”。

与 2017 年相比，消费者在金融产品或服务的风险和收益认识方面有所提升，增加 3.29 个百分点。

## 4. 对合同权利和义务的理解

当询问消费者阅读完金融产品或服务的合同条款后，是否能理解自身的权利和义务时，调查结果有 24.16% 的消费者表示完全理解，61.83% 的消费者表示大致理解，12.80% 的消费者表示不太理解，还有 1.21% 的消费者表示完全不理解。

与 2017 年相比，消费者在阅读合同条款后理解自身的权利和义务方面略有改善，增加 1.03 个百分点。

## （二）对银行卡的使用

当询问消费者银行卡被自动取款机吞掉后会如何做时，调查结果有 49.55%的消费者选择了“在自助设备前耐心等待 3-5 分钟，确认卡片被吞后，立即拨打机具管理银行客户服务电话，随后拨打发卡银行电话确认账号交易”，44.87%的消费者选择了“立即到最近机具管理银行的柜台寻求帮助”，4.32%的消费者选择了“不知道怎么办”，还有 1.26%的消费者选择了“其他”。

与 2017 年相比，消费者在遇到吞卡时的处理方式上稍有改善，提高了 0.26 个百分点。

### **（三）对假币的识别与处理**

#### **1. 误收假币后的处理**

当询问消费者误收假币后的处理方式时，73.02%的消费者选择了“交银行或者公安机关”，10.74%的消费者选择了“自行留存”，13.88%的人选择了“撕毁”，2.36%的人选择了“用出去”。

与 2017 年相比，消费者在误收假币后的处理方式上有所改善，操作恰当的比例提高了 2.98 个百分点。

#### **2. 最常用的防伪特征**

当询问消费者最经常使用的辨别 2015 年版 100 元纸币的防伪特征时，调查结果有 27.17%的消费者选择了“人像水印和白水印”，18.84%的消费者选择了“光变镂空开窗安全线”，16.92%的消费者选择了“光彩光变数字”，12.10%的消费者选择了“雕刻凹印”，2.48%的消费者选择了“胶印对印图案”，1.49%的消费者选择了“横竖双号码”，还有 20.98%的消

费者不知道如何辨别。

### 3.冠字号码查询功能

当询问消费者是否了解冠字号码查询功能的作用时，16.25%的消费者选择了“非常清楚”，34.98%的消费者选择了“大致知道”，48.77%的人选择了“不知道”。

与2017年相比，消费者对冠字号码查询功能的了解程度有所改善，选择“非常清楚”或“大致知道”的比例提高了3.12个百分点。

## 六、综合分析及主要结论

### （一）消费者金融素养整体情况及变化

#### 1.2019年整体情况

本报告在主成分法和因子分析基础上构造公共因子来构建消费者金融素养指数<sup>1</sup>。通过对全国31个省级行政单位的18600个样本进行计算后，可以得到如下基本统计数据：全国的金融素养指数平均值为64.77，标准差为17.01，中位数为67.96。

消费者金融素养指数近似服从正态分布，其中得分在70-80分之间的消费者数量最多，占比达26.20%，其次是60-70分区间，占比21.51%，两者合计占47.72%。

---

<sup>1</sup> 指数构建详情见中国人民银行金融消费者权益保护局于2017年6月发布的《消费者金融素养调查分析报告（2017）》。

金融素养直方图

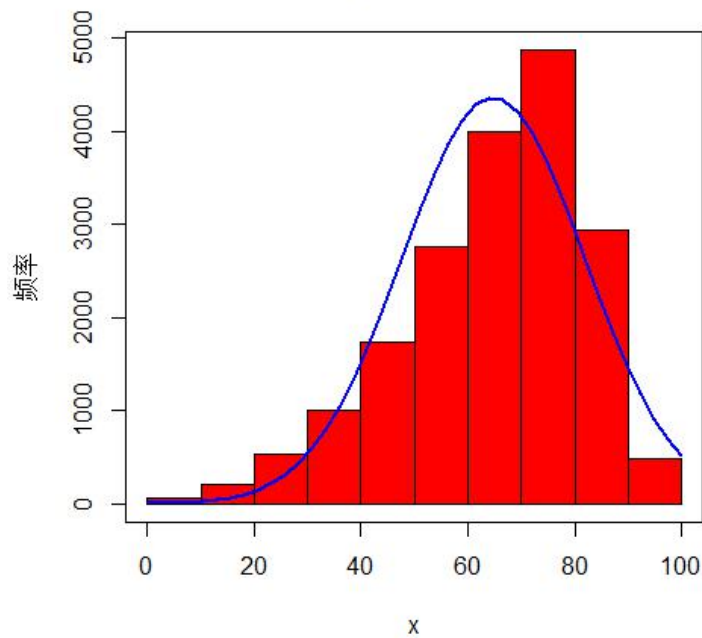


图 1 消费者金融素养分布

对消费者金融素养作进一步的多元线性回归分析（见附录三），可以看出受教育程度、收入、职业、年龄、户口所在地等因素与消费者群体的金融素养显著相关。从区域看，东部、中部、西部仍存在一定的差异。东部消费者的金融素养水平要好于中西部。

金融素养地图（2019）



图 2 消费者金融素养地图（精确到省级）

## 2.2017 年以来的变化

与 2017 年相比，消费者金融素养整体上稍有提升，中

值略有上移，金融素养的标准差有所增加。具体而言，消费者金融素养的平均分提高了 1.06，中值增加了 2.22，标准差增加 1.98。

分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者金融素养较上次调查均有不同程度的提升，其中东北、西部和东部的上升较为明显，中部有提高，但变化相对缓慢。<sup>2</sup>从 2017 年至今，东部、中部、西部的消费者金融素养水平依然维持着从高到低的格局。

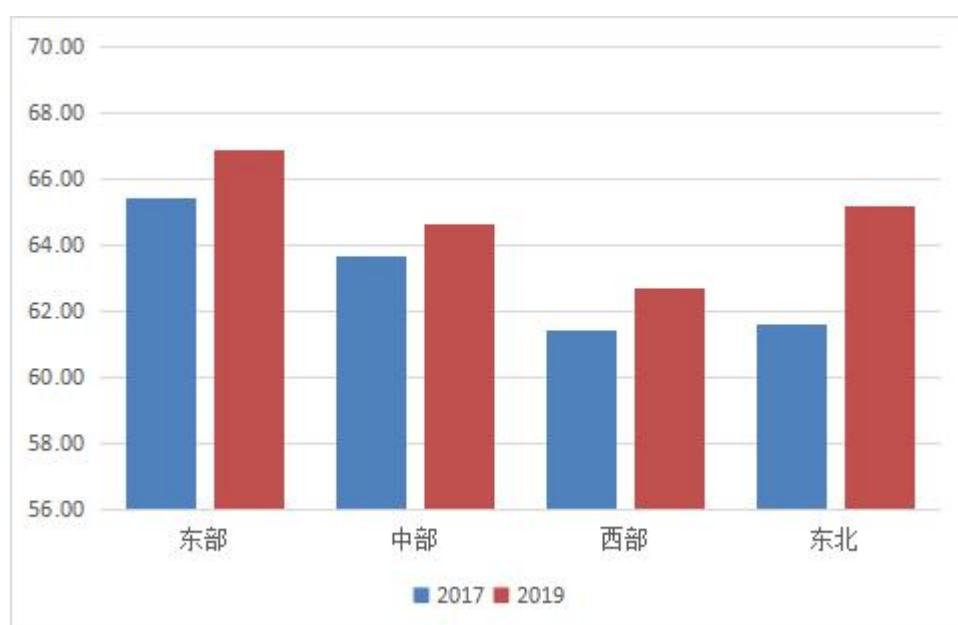


图 3 不同区域的金融素养变化

从人口结构看，不同群体的金融素养呈现不同的变化趋势。分城乡看，城镇和乡村居民金融素养均有提高，且城乡差距有所缩小。从受教育程度看，低学历群体（初中、小学及以下）金融素养平均水平有所下降，中高学历群体均有不

<sup>2</sup> 近年来人民银行持续推动经济发展相对落后地区的金融消费者教育工作，如在每年 9 月份的金融知识普及月期间，联合多方力量开展金融知识进农村等专项宣传活动。其他社会各界力量也在金融教育领域也开展了大量的工作，例如中国金融教育发展基金会在贫困地区持续推动“金惠工程”建设。

同程度的上升。从收入看，低收入（2000元以下）的群体金融素养得分有较为明显的下降，其他收入群体均有不同程度的上升或几乎没有变化。从职业状态看，全职工作、兼职工作、全日制学生群体金融素养得分有不同程度的提升，失业群体则有明显的下降，就业与非就业群体的分化较为明显。从年龄结构看，中青年群体的金融素养得分有不同程度的提升，60及以上老年群体的金融素养有所下滑。

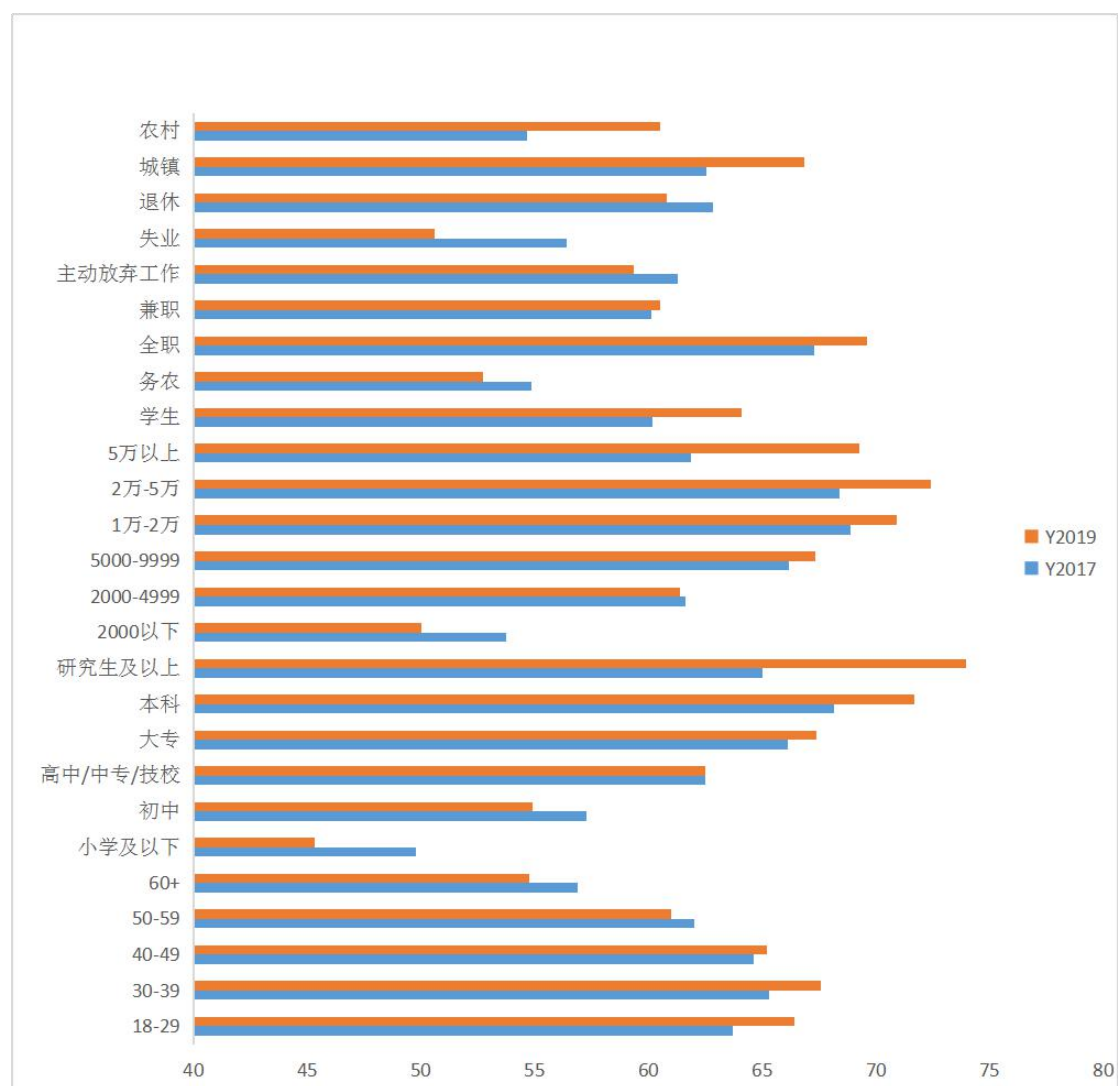


图 5 不同群体的金融素养水平

## （二）数字技术的影响

随着数字技术与各类金融产品和服务的不断融合，消费者的数字素养水平会直接关系到其是否能够充分享受普惠金融发展带来的益处，也会影响到金融素养水平的变化。一方面，消费者通过数字渠道能够更加容易地接触到金融产品，可以更加便捷地使用各项金融服务，在实践和试错中促进自身金融素养的提升；另一方面，消费者基础金融知识与数字技能的不足、信心的缺乏等会制约其进一步使用各项金融产品和服务。

首先考虑消费者对数字技术的掌握与金融素养之间的关系，整体上看，拥有良好数字素养的消费者具备较高的金融素养水平。消费者金融素养调查问卷中的 10.6 题考察了消费者在遇到金融疑惑时采用何种方式来解决，其中第一选项是通过互联网，其余均是非互联网渠道。如果受访者能够主动利用互联网获取金融信息并解决自身困惑，说明该类消费者具备一定的数字素养。观察是否运用互联网解决问题与消费者金融素养之间的箱线图，可以直观地看出，能够通过互联网找答案的消费者的金融素养最低值、下四分位数、中值、上四分位数均高于不会熟练使用数字技术的群体。两个群体的分布都较为均匀（中值到上下四分位数的距离大致相等），偏态方向一致（异常值均在极小值一侧）。



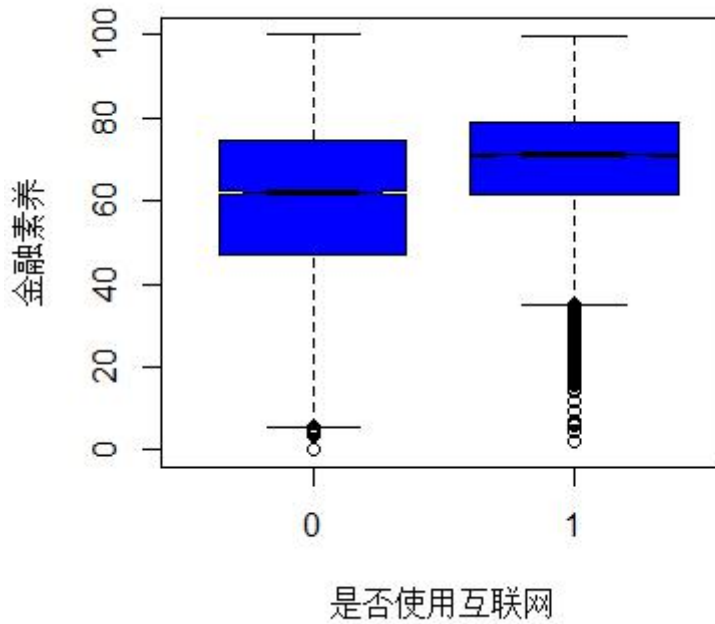


图 6 是否使用互联网解决金融疑惑与金融素养之间的关系

进一步地，考察消费者人口统计特征与数字素养的关系。由于当消费者在金融方面有疑惑时，选择互联网与否是 0-1 型变量，因此将选择互联网与否作为因变量 (Y)，人口统计特征 (包括年龄、性别、婚姻、学历、收入、职业、户口等因素) 作为自变量进行 Logistics 回归分析：

$$Y_{0,1} \sim \text{年龄} + \text{性别} + \text{婚姻} + \text{教育} + \text{收入} + \text{职业} + \text{户口}$$

表 2 对是否使用互联网解决金融疑惑的 Logistics 回归

Coefficients:					
	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z )	
(Intercept)	-0.74358	0.10087	-7.371	1.69E-13	***
Age2	-0.19774	0.05195	-3.806	0.000141	***
Age3	-0.29289	0.05769	-5.077	3.84E-07	***
Age4	-0.42262	0.06637	-6.367	1.93E-10	***
Age5	-0.87018	0.09761	-8.915	< 2e-16	***
Gender2	-0.08068	0.03225	-2.502	0.012358	*
MaritalStatus2	-0.02357	0.05176	-0.455	0.648835	
MaritalStatus3	-0.08844	0.1007	-0.878	0.379809	
MaritalStatus4	-0.41959	0.17415	-2.409	0.015982	*
Education	0.31126	0.01665	18.692	< 2e-16	***

Coefficients:					
	Estimate	Std. Error	z value	Pr(> z )	
Income	0.0361	0.01567	2.304	0.021218	*
Occupation2	0.44225	0.1058	4.18	2.92E-05	***
Occupation3	-0.11774	0.07213	-1.632	0.102622	
Occupation4	0.23003	0.05976	3.849	0.000118	***
Occupation5	0.01693	0.08698	0.195	0.845689	
Occupation6	0.0144	0.18117	0.08	0.93663	
Occupation7	0.26431	0.14624	1.807	0.070691	.
Occupation8	-0.11224	0.0918	-1.223	0.221449	
Hukou2	-0.19586	0.04226	-4.635	3.57E-06	***
Hukou3	-0.16442	0.06367	-2.582	0.009809	**
Hukou4	-0.08703	0.06788	-1.282	0.199778	
---					
Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1					

从回归系数表最后一列可以看出，年龄、学历、收入、职业（部分）、户口所在地(部分)与消费者数字素养显著相关。对回归结果进行指数化，可以看到被解释变量 Y 随自变量而发生的几率变化情况。

年龄越大，消费者通过互联网解决金融疑惑的几率越低。与 18-29 岁群体相比，随着年龄段的上升，使用互联网的优势比呈下降趋势（且均小于 1），其中 65 及以上的群体使用互联网的优势比仅为参照组的 43%。

对剩下的维度进行类似的分析。学历越高，消费者使用互联网的几率越高，学历每提高一档，优势比提高 38%。各职业中全日制学生和全职工作群体使用互联网的优势比最为明显，与“其他”选项相比，全日制学生和全职群体的优势比分别是其 1.59 倍和 1.28 倍。最高档收入的优势比是参照组（即最低档收入）的 1.22 倍。户口离调查点最远的群体

的优势比是本地的 85%。性别的优势比变化不大。

简而言之，数字技术对消费者金融素养的影响整体是正向的，影响机制可以概括为促进和滞后两种效应。一是部分群体（年轻人、高学历、全日制学生和全职、高收入、城镇）能够充分发挥数字技术的作用，利用其很方便地了解和使用金融产品和服务，从而提高了自身的金融素养，表现为促进效应；二是部分群体（老年人、低学历、低收入、乡村）还没有充分利用数字技术或因数字素养不足导致信心缺乏，从而产生了滞后效应。

### **（三）主要结论**

根据上述定性和定量的分析，结合附录一和附录二的消费者金融素养矩阵及其变化，我们得出如下结论：

一是应当持续跟踪消费者金融素养的变化。通过两次调查发现，整体上消费者金融素养水平略有提高，在金融素养核心要素的各个方面大体上都有不同程度的提高，区域金融素养水平不均衡的现象有所减弱；但从 2019 年调查结果的绝对值看，在不少方面仍有较大欠缺，区域、人口结构上的差异依然存在。通过开展长期性、基础性、制度性的消费者金融素养调查，有助于把握我国消费者金融素养所处的水平，发现薄弱环节，识别不足之处，为金融教育工作的统筹开展提供重要依据。

二是要继续关注重点人群和区域的金融素养水平。两次

的调查结果均发现，部分人口统计特征与消费者金融素养水平存在显著的相关性。低学历、低收入群体在金融知识、技能和行为等方面的表现与高学历、高收入群体差距很大；拥有就业与非就业群体之间的金融素养存在较大差异；年龄上依然存在驼峰效应；城镇与乡村常住居民之间仍存在差距。要继续关注低收入、低学历、非就业、老少等群体的金融素养状况，结合群体特性开展适宜的金融教育活动，着重提升消费者的金融知识和技能，改善消费者的金融行为。

**三是要积极应对数字技术带来的挑战。**数字技术在金融领域的广泛应用为消费者享受普惠金融发展带来的各项好处提供了极大的便利，使用得当可以促进消费者金融素养水平的持续提升。同时，数字素养水平在人口结构上存在较大的差异，对部分消费者而言数字技术在促进金融素养的提升方面存在一定的滞后效应。数字技术既给消费者金融素养的提升带来挑战，也为金融教育工作的开展提供了新渠道，应积极利用数字技术的优良特性，开发更多与数字时代和人口结构变化相适应的金融教育工具。

# 附录一

## 消费者金融素养矩阵<sup>3</sup>

表 1 金融素养矩阵——态度部分

人口统计特征		金融态度			
		金融教育重要性	校园金融教育认识	延迟消费意愿	个人信用态度
受教育程度	小学及以下	★★★	★★	★★	★★
	初中	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
	高中/中专/技校	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
	大专	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	大学本科	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	研究生及以上	★★★★★	★★★★★	★★★★	★★★★★
收入	2000元以下	★★★	★★	★★	★★★
	2000-4999元	★★★★	★★★	★★★★	★★★★
	5000-9999元	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	10000-19999元	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	2万-5万元	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	5万元以上	★★★★★	★★★★	★★★	★★★★
职业	全日制学生	★★★★★	★★★★	★	★★★★
	务农	★★★★	★★★	★★★	★★★
	全职工作	★★★★★	★★★★	★★★★	★★★★★
	兼职工作	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	主动放弃工作	★★★★	★★★	★★★	★★★
	失业	★★★	★★	★★★	★★
退休	★★★★	★★★★	★★★	★★★★	
年龄	18-29	★★★★★	★★★★	★★★	★★★★★
	30-39	★★★★	★★★★	★★★	★★★★★
	40-49	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★
	50-59	★★★★	★★★★	★★★	★★★★
	60及以上	★★★★	★★★	★★★	★★★
户口	本地城镇户口	★★★★★	★★★★	★★★	★★★★★
	本地农村户口	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	非本地城镇户口	★★★★	★★★	★★★	★★★★
	非本地农村户口	★★★★	★★★★	★★★★	★★★★

<sup>3</sup> 消费者金融素养矩阵的编制方法如下：1至5星表示过半数做出了正确选择，对应的比例区间分别为[50%，60%)，[60%，70%)，[70%，80%)，[80%，90%)，[90%，100%]；1至5点表示做出正确选择的比例不足一半，对应的比例区间分别为[40%，50%)，[30%，40%)，[20%，30%)，[10%，20%)，[0，10%)。

表 2 金融素养矩阵——行为部分

人口统计特征		金融行为								
		制定开支计划	执行开支计划	应对意外开支	为小孩上学储蓄	阅读合同条款	对账单的理解	贷款前考虑还款能力	信用卡全额还款	ATM 使用时有密码保护行为
受教育程度	小学及以下	●	★	●●●	★★★	★★★	●●●	●	●●●	★
	初中	●	●	●●●	★★★★	★★★★	●●	★	●●	★★★★
	高中/中专/技校	●	●	●●	★★★★★	★★★★★	●●	★★	●	★★★★
	大专	●	●	●●	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★★	★★★★
	大学本科	●	●	●	★★★★	★★★★★	●	★★★★★	★★★★	★★★★★
	研究生及以上	★	★	●	★★	★★★★★	●	★★★★★	★★★★	★★★★★
收入	2000 元以下	●	★	●●●	★★★	★★★★★	●●	★	●●●	★★
	2000-4999 元	●	●	●●●	★★★	★★★★★	●●	★★	●	★★★★
	5000-9999 元	●	●	●●	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★	★★★★
	10000-19999 元	★	★	●	★★★★	★★★★★	●	★★★★★	★★	★★★★★
	2 万-5 万元	★	★	★	★★★★	★★★★★	●	★★★★★	★★	★★★★★
	5 万元以上	★★	★	★	★★★★	★★★★★	★	★★★★★	★★	★★★★★
职业	全日制学生	★	★★	●●	★	★★★★★	●	★★	●	★★★★
	务农	●	●	●●●	★★★★★	★★★★★	●●	★	●●●	★★
	全职工作	●	●	●●	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★★	★★★★★
	兼职工作	●	●	●●●	★★★★	★★★★★	●●	★★	●	★★★★
	主动放弃工作	●	●	●●●	★★★★	★★★★★	●●●	★★	●	★★★★
	失业	●●	●●	●●●	★★	★★★★★	●●	★	●●●	★★
退休	★	★	●	★★★★	★★★★★	●●	★	●●	★★★★	
年龄	18-29	●	●	●●	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★	★★★★★
	30-39	●	●	●●	★★★★★	★★★★★	●	★★★★	★★	★★★★
	40-49	●	●	●●	★★★★★	★★★★★	●	★★★★	★	★★★★
	50-59	●	★	●●	★★★★★	★★★★★	●●	★★	●	★★★★
	60 及以上	★	★	●●	★★★★	★★★★★	●●	●	●●	★★
户口	本地城镇	●	★	●	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★★	★★★★★
	本地农村	●	●	●●●	★★★★	★★★★★	●●	★★	●	★★★★
	非本地城镇	●	●	●●	★★	★★★★★	●	★★★★	★	★★★★
	非本地农村	●	●	●●●	★★	★★★★★	●	★★	●	★★★★

表 3 金融素养矩阵——知识部分

人口统计特征		金融知识					
		储蓄知识准	银行卡知识	贷款知识准	信用知识准	投资知识准	保险知识准
		确率	准确率	确率	确率	确率	确率
受教育程度	小学及以下	●●	●●	●●	●	●●●	●●●
	初中	●	★	●●	●	●●	●●
	高中/中专/技校	★	★★★	●	★★	●	●
	大专	★★	★★★★	★	★★★	★	★
	大学本科	★★★	★★★★	★★	★★★	★★	★★
	研究生及以上	★★★	★★★★	★★★	★★★★	★★★	★★
收入	2000 元以下	●	●	●●	●	●●	●●
	2000-4999 元	★	★★★★	●	★★	●	●
	5000-9999 元	★★	★★★★	★	★★★	★	★
	10000-19999 元	★★★	★★★★	★★	★★★	★★	★★
	2 万-5 万元	★★★	★★★★	★★	★★★	★★	★★
	5 万元以上	★★	★★★★	★★	★★★	★	★
职业	全日制学生	★	★★★★	★	★★★	★	★
	务农	●	★	●●	★	●●	●●
	全职工作	★★	★★★★	★★	★★★	★★	★★
	兼职工作	★	★★	●	★	●	●
	主动放弃工作	★	★★	●	★★	●	●
	失业	●	★	●●	●	●●	●●
退休	★	★★	●	★	★	●	
年龄	18-29	★★	★★★★	★	★★★	★	★
	30-39	★★	★★★★	★★	★★★	★	★
	40-49	★★	★★★	★	★★	★	★
	50-59	★	★★	●	★	●	●
	60 及以上	★	★	●●	●	●	●●
户口	本地城镇户口	★★	★★★★	★★	★★★	★★	★
	本地农村户口	★	★★	●	★	●	●
	非本地城镇户口	★★	★★★	★	★★	★	★
	非本地农村户口	★	★★★	●	★★	★	★

表 4 金融素养矩阵——技能部分

人口统计特征		金融技能						
		比较金融产品和服务	辨别非法投资产品和渠道	清晰认识风险收益	理解权利和义务	吞卡后的处理	正确处理假币	冠字号码功能
受教育程度	小学及以下	●●	●	●	★★	●●●	★	●●
	初中	●	★	★	★★★★	●●	★★★	●
	高中/中专/技校	★	★★	★★	★★★★★	●	★★★	●
	大专	★★	★★	★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	大学本科	★★★	★★★	★★★★	★★★★★	★★	★★★★★	★
研究生及以上	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★	★★★★★	★★	
收入	2000 元以下	●	●	★	★★★★	●●	★★★	●
	2000-4999 元	★	★★	★★	★★★★★	●	★★★★	●
	5000-9999 元	★★	★★★	★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	10000-19999 元	★★★	★★★	★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	2 万-5 万元	★★★★	★★★★	★★★★★	★★★★★	★★	★★★★	★
5 万元以上	★★	★★★	★★★★★	★★★★★	●	★★★★	★	
职业	全日制学生	★★	★★	★★★★	★★★★★	●	★★★★	★★
	务农	●	●	★	★★★★	●●	★★★	●
	全职工作	★★★★	★★★	★★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	兼职工作	★	★	★★	★★★★★	●	★★★	●
	主动放弃工作	●	★	★★	★★★★	●	★★★	★
	失业	●	●	★	★★★★	●●	★	●●
退休	★★	★★	★★★★	★★★★★	●●	★★★	●●	
年龄	18-29	★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★	★★★★★	★
	30-39	★★	★★★★	★★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	40-49	★★	★★	★★★★	★★★★★	●	★★★	★
	50-59	★	★★	★★	★★★★★	●●	★★★	●
	60 及以上	★	★★	★★	★★★★★	●●●	★★★	●●
户口	本地城镇户口	★★★★	★★★	★★★★	★★★★★	★	★★★★	★
	本地农村户口	★	★	★★	★★★★★	●●	★★★	●
	非本地城镇户口	★★	★★	★★	★★★★★	★	★★★★	●
	非本地农村户口	★	★★	★★	★★★★★	★	★★★★	●



## 附录二

### 消费者金融素养变化矩阵<sup>4</sup>

表 5 消费者金融素养变化矩阵——态度部分

人口统计特征		金融态度			
		金融教育重要性	校园金融教育认识	延迟消费意愿	个人信用态度
总体		↑	↑	▼	↑
受教育程度	小学及以下	▼	▼	↑	↑
	初中	↑	↑	↑	↑
	高中/中专/技校	↑	↑	▼	↑
	大专	↑	↑	▼	↑
	大学本科	↑	↑	▼	↑
	研究生及以上	↑	↑	↑	↑
收入	2000 元以下	▼	▼	▼	▼
	2000-4999 元	↑	▼	▼	↑
	5000-9999 元	↑	↑	▼	↑
	10000-19999 元	↑	↑	▼	▼
	2 万-5 万元	↑	↑	↑	↑
	5 万元以上	↑	↑	↑	↑
职业	全日制学生	↑	↑	↑	↑
	务农	▼	▼	▼	↑
	全职工作	↑	↑	▼	↑
	兼职工作	↑	↑	↑	↑
	主动放弃工作	↑	↑	▼	▼
	失业	▼	▼	▼	▼
年龄	退休	↑	▼	▼	↑
	18-29	↑	↑	▼	↑
	30-39	↑	↑	↑	↑
	40-49	↑	↑	▼	↑
	50-59	↑	↑	↑	▼
	60 及以上	↑	▼	▼	↑
户口	本地城镇户口	↑	↑	▼	↑
	本地农村户口	↑	↑	↑	↑
	非本地城镇户口	↑	▼	▼	↑
	非本地农村户口	↑	↑	↑	↑

<sup>4</sup> ↑ 表示 2019 年调查结果中的选择比例高于 2017 年，▼ 则表示 2019 年调查得到的比例低于 2017 年。

表 6 消费者金融素养变化矩阵——行为部分

人口统计特征		金融行为						
		应对意外 开支	为小孩上 学储蓄	阅读合同 条款	对账单的 理解	贷款前考 虑还款能 力	信用卡全 额还款	ATM 使用 时有密码 保护行为
总体		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
受教育程 度	小学及以下	▼	↑	↑	▼	▼	↑	↑
	初中	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	高中/中专/技 校	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	大专	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	大学本科	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	研究生及以 上	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
收入	2000 元以下	↑	▼	↑	↑	▼	↑	↑
	2000-4999 元	▼	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	5000-9999 元	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	10000-19999 元	▼	↑	↑	↑	↑	▼	↑
	2 万-5 万元	↑	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	5 万元以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
职业	全日制学生	▼	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	务农	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	全职工作	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	兼职工作	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	主动放弃工 作	▼	▼	↑	▼	↑	▼	↑
	失业 退休	↑	▼	▼	▼	↑	↑	↑
年龄	18-29	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	30-39	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	40-49	↑	▼	↑	↑	▼	↑	↑
	50-59	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	60 及以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
户口	本地城镇	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	本地农村	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	非本地城镇	↑	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	非本地农村	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑

表 7 消费者金融素养变化矩阵——知识部分

人口统计特征		金融知识					
		储蓄知识 准确率	银行卡知 识准确率	贷款知识 准确率	信用知识 准确率	投资知识 准确率	保险知识 准确率
总体		▼	↑	↑	↑	↑	↑
受教育程 度	小学及以下	▼	▼	↑	↑	↑	↑
	初中	▼	↑	↑	▼	↑	↑
	高中/中专/技校	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	大专	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	大学本科	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	研究生及以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑
收入	2000 元以下	▼	▼	↑	↑	↑	▼
	2000-4999 元	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	5000-9999 元	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	10000-19999 元	▼	↑	▼	↑	↑	▼
	2 万-5 万元	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	5 万元以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑
职业	全日制学生	↑	▼	↑	↑	↑	▼
	务农	▼	↑	↑	▼	↑	▼
	全职工作	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	兼职工作	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	主动放弃工作	▼	▼	▼	↑	↑	▼
	失业	▼	▼	▼	▼	↑	▼
退休	↑	↑	↑	↑	↑	↑	
年龄	18-29	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	30-39	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	40-49	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	50-59	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	60 及以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑
户口	本地城镇	▼	↑	↑	↑	↑	▼
	本地农村	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	非本地城镇	▼	↑	↑	↑	↑	↑
	非本地农村	▼	↑	↑	↑	↑	↑

表 8 消费者金融素养变化矩阵——技能部分

人口统计特征		金融技能						
		比较金融产品和服务	辨别非法投资产品和渠道	清晰认识风险收益	理解权利和义务	吞卡后的处理	正确处理假币	冠字号码功能
总体		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
受教育程度	小学及以下	▼	▼	▼	▼	↑	↑	↑
	初中	▼	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	高中/中专/技校	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	大专	↑	↑	↑	▼	↑	↑	↑
	大学本科	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	研究生及以上	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
收入	2000 元以下	▼	▼	↑	↑	▼	↑	↑
	2000-4999 元	▼	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	5000-9999 元	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	10000-19999 元	↑	↑	↑	▼	▼	▼	↑
	2 万-5 万元	↑	↑	↑	↑	↑	▼	↑
	5 万元以上	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
职业	全日制学生	↑	↑	↑	↑	↑	▼	↑
	务农	▼	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	全职工作	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	兼职工作	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	主动放弃工作	▼	↑	▼	▼	▼	▼	↑
	失业	▼	↑	↑	↑	▼	▼	▼
年龄	退休	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	18-29	↑	↑	↑	↑	▼	↑	↑
	30-39	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	40-49	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	50-59	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	60 及以上	↑	↑	↑	▼	↑	↑	↑
户口	本地城镇	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	本地农村	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
	非本地城镇	▼	↑	↑	↑	↑	▼	↑
	非本地农村	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑

### 附录三

## 消费者金融素养 OLS 回归结果

表 9 回归结果

模型	非标准化系数		标准系数	t	Sig.
	B	标准 误差	试用版		
(常量)	44.535	.705		63.135	.000
age1	1.163	.307	.032	3.784	.000
age2	1.863	.340	.046	5.482	.000
age3	-.390	.407	-.008	-.959	.338
age4	-6.280	.604	-.097	-10.403	.000
gender	.938	.220	.028	4.262	.000
education	3.529	.112	.271	31.494	.000
income	2.200	.107	.144	20.620	.000
profession1	1.906	.708	.021	2.691	.007
profession2	-2.201	.489	-.044	-4.503	.000
profession3	4.248	.421	.123	10.085	.000
profession4	1.011	.613	.013	1.649	.099
profession5	-2.082	1.268	-.011	-1.642	.101
profession6	-5.533	1.018	-.037	-5.433	.000
profession7	4.679	.623	.078	7.510	.000
region	-1.459	.134	-.074	-10.918	.000

a. 因变量: FL1