

# 消费者金融素养 调查分析报告 (2017)

中国人民银行金融消费者权益保护局

二零一七年六月

## 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。2017年为第一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，消费者对金融消费者教育和金融知识进校园的态度较为积极，对消费、储蓄和信用的态度趋于理性，但对风险责任意识需进一步加强。从消费者行为看，消费者对未来支出具有一定的计划性，申请贷款、信用卡还款和使用自动取款机的行为较为合理，对金融知识获取和金融纠纷投诉的渠道有一定的了解，但消费者家庭支出的规划和执行有待提升，未能充分

利用和使用金融产品或服务的合同和对账单。从**消费者金融知识水平**看，消费者金融知识整体水平有待提高，对各类金融知识的掌握程度存在着较大的差异，消费者金融知识水平在城乡间和区域间具有一定的不平衡特征。从**消费者金融技能**看，消费者具有一定的假币识别和处理能力，选择金融产品或服务的能力也较强，但使用银行卡和利用冠字号码查询功能等方面的能力有待提高。从**消费者对金融知识的需求情况**看，消费者对实现资产保值增值的相关金融知识最为关注，股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、债券投资等是大部分消费者认为最欠缺的金融知识，消费者也较为重视金融纠纷解决。同时，城乡、区域、职业、收入、文化程度上的差异导致消费者对金融知识的需求存在一定的差异。

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，并利用多元线性回归定量研究影响消费者金融素养的主要因素。分析结果显示，全国消费者金融素养指数平均分为**63.71**，标准差为**15.03**，中位数为**65.74**，消费者金融素养指数近似服从正态分布。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：消费者金融素养问卷调查是一项应长期实施的基础性、制度性工作，要将金融知识普及与金融态度、行为和技能提升并重，应重视低净值人群，开展有针对性的金融知识普及工作，推进金融知识纳入国民教育体系实现金融知识普及抓早抓小。

# 目 录

一、调查情况介绍.....	6
二、调查结果定性分析.....	8
(一) 消费者态度分析.....	8
1.对金融消费者教育的态度.....	8
2.对消费和储蓄的态度.....	10
3.对信用的态度.....	11
(二) 消费者行为分析.....	12
1.对家庭开支的规划.....	12
2.对未来支出的计划.....	14
3.对合同和对账单的使用.....	17
4.对贷款的申请.....	19
5.对信用卡的使用.....	20
6.对自动取款机的使用.....	21
7.对金融知识的获取.....	22
8.对金融纠纷的投诉.....	23
(三) 消费者金融知识水平分析.....	24
1.消费者金融知识总体情况.....	24
2.消费者金融知识分类调查情况.....	26
(四) 消费者金融技能分析.....	33
1.对金融产品或服务的选择.....	34
2.对银行卡的使用.....	37

3.对假币的识别与处理.....	38
(五) 金融知识需求分析.....	41
1.消费者金融知识需求总体情况.....	41
2.城镇和农村消费者对金融知识的需求差异.....	42
3.不同区域的消费者对金融知识的需求差异.....	43
4.不同职业的消费者对金融知识的需求差异.....	44
5.不同收入的消费者对金融知识的需求差异.....	46
6.不同文化程度的消费者对金融知识的需求差异.....	48
7.消费者了解金融知识的最有效方式.....	50
三、调查结果定量分析.....	50
(一) 消费者金融素养指数构建.....	50
(二) 消费者金融素养指数分析.....	53
1.总体情况.....	53
2.地方金融素养指数概况.....	54
(三) 消费者金融素养指数多元线性回归分析.....	55
四、结论.....	61
附件 1.....	63
附件 2.....	65

# 消费者金融素养调查分析报告(2017)

## 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。

2016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，《消费者金融素养调查问卷》形成定稿。2017年为第一次全国全面开展消费者金融素养问卷调查，调查一方面从消费者态度、消费者行为、消费者知识和消费者技能等多角度综合定性分析当前我国消费者的金融素养情况，另一方面构建消费者金融素养指数得出全国消费者金融素养得分，并通过多元线性回归定量研究影响金融素养的主要因素。

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、账户使用及贷款状况和消费者基本情况等十二部分内容（调查问卷见附件2）。

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。除个别地区采取了网络调查或入户调查的方式外，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**2017**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。本次问卷调查所反映的结果是全国消费者金融素养水平的基点，也是人民银行开展金融知识普及活动的重要基础。

消费者样本的结构分布情况见表**1**。

表 1 消费者样本的结构分布情况

单位：%

性别	男			女				
百分比	48.28			51.72				
户口所在地	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				
百分比	54.72	31.07	8.18	6.03				
婚姻状况	未婚	已婚	离异	丧偶				
百分比	19.99	75.60	2.77	1.63				
年龄	18-29	30-39	40-49	50-59	60及以上			
百分比	25.38	29.81	24.55	13.73	6.53			
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		
百分比	5.04	16.29	20.56	21.48	32.88	3.75		
家庭月收入	2千以下	2000-4999	5000-9999	10000-19999	2万-5万	5万以上		
百分比	9.60	36.23	32.57	14.41	4.88	2.31		
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	其他
百分比	2.73	14.33	59.31	5.34	0.85	1.28	7.66	8.49

## 二、调查结果定性分析

### (一) 消费者态度分析

消费者对金融消费者教育和金融知识进校园的态度较为积极，对消费、储蓄和信用的态度趋于理性。

#### 1.对金融消费者教育的态度

当询问消费者对金融消费者教育的态度时，87.06%的消费者认为金融知识普及“非常重要”或“比较重要”。分城乡看，城镇消费者认为金融知识普及“非常重要”或“比较重要”的占



比为 90.23%，农村消费者占比为 82.58%。分区域看，各地区消费者对金融消费者教育均有较高的重视程度，东部、中部、西部和东北地区认为金融知识普及“非常重要”或“比较重要”的消费者占比均为 88%左右。

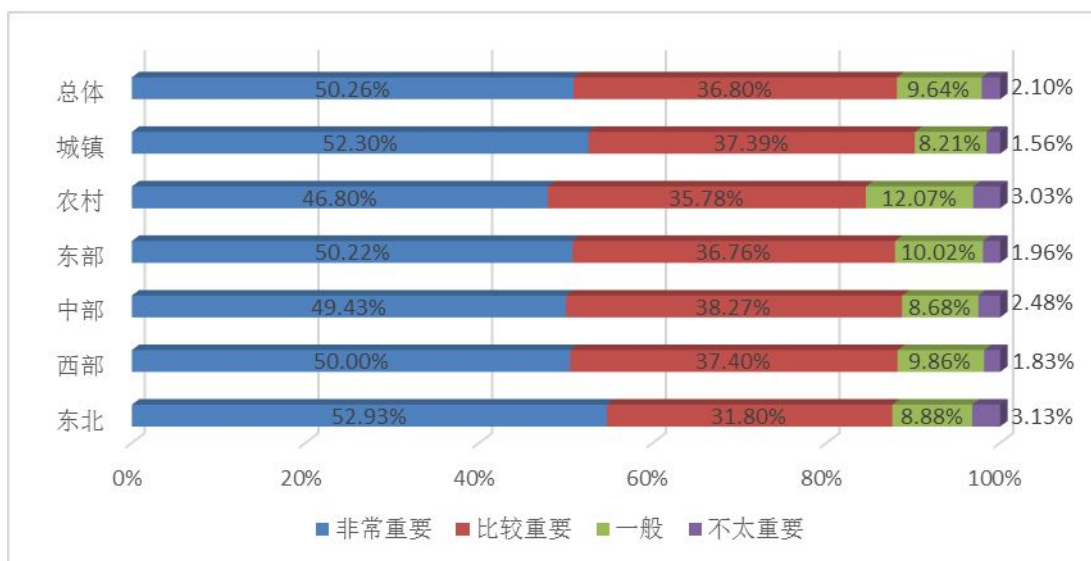


图 1 消费者对金融知识普及教育的态度

当询问消费者对在校园普及金融知识的态度时，81.04%的消费者认为金融知识进校园“是”非常有价值。分城乡看，城镇消费者认为金融知识进校园“是”非常有价值的占比为 83.56%，农村消费者占比为 76.78%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区认为金融知识进校园“是”非常有价值的消费者占比分别为 81.97%、83.08%、80.97%、74.23%。

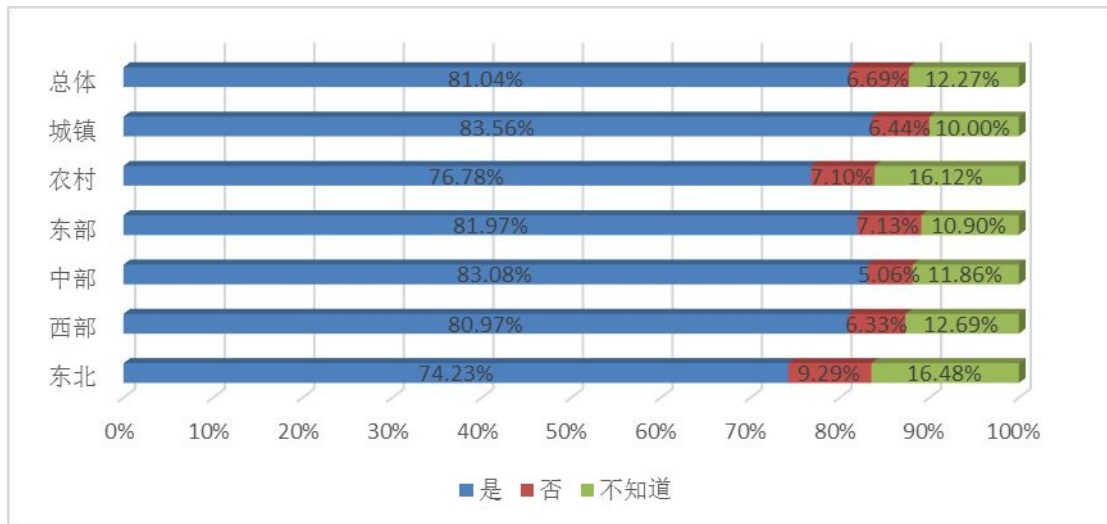


图 2 消费者对在校园普及金融知识的态度

## 2.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，79.40%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。分城乡看，持“不太同意”或“完全不同意”观点的城镇消费者占比为80.59%，农村消费者占比为77.38%。分区域看，各地区消费者对消费和储蓄的态度略有差异，东部、中部、西部和东北地区的消费者持“不太同意”或“完全不同意”观点的比例分别为79.11%、80.37%、80.70%和72.78%。

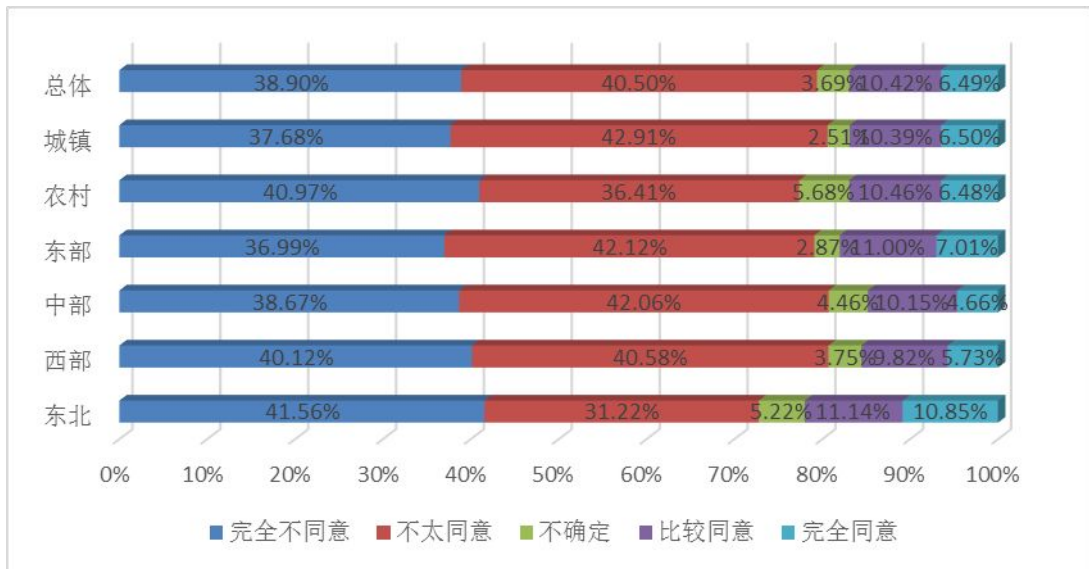


图 3 消费者对消费和储蓄的态度

### 3.对信用的态度

当询问消费者对信用的态度时,86.80%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,其中同意这一观点的城镇消费者占比为90.50%,农村消费者占比为80.52%。分区域看,东部、中部、西部和东北地区同意这一观点的消费者占比分别为89.00%、88.20%、85.33%和82.01%。

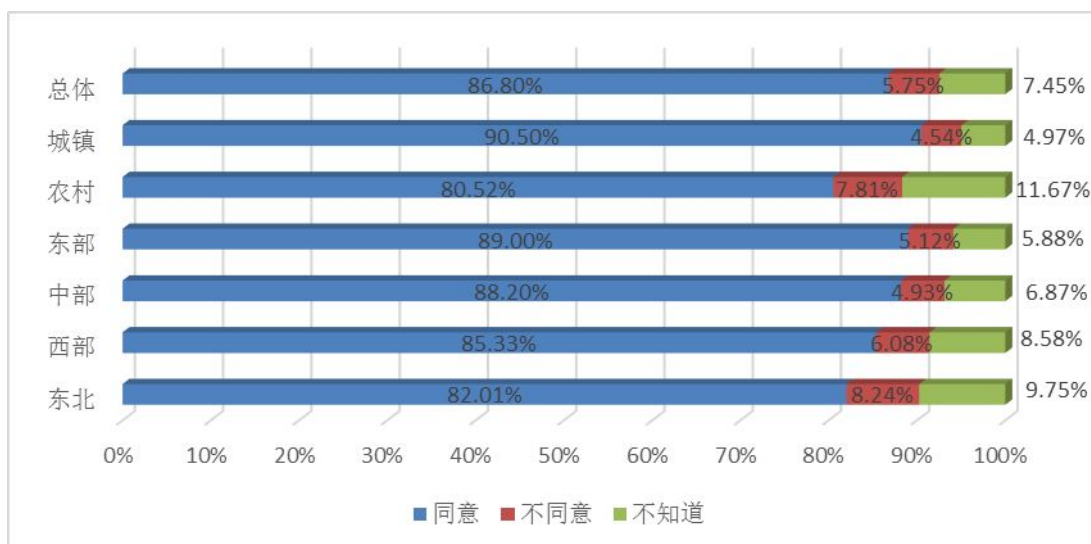


图 4 消费者对信用的态度

## (二) 消费者行为分析

消费者对未来支出具有一定的计划性，申请贷款、信用卡还款和使用自动取款机的行为较为合理，对金融知识获取和金融纠纷投诉的渠道有一定的了解，但消费者家庭支出的规划和执行有待提升，未能充分利用和使用金融产品或服务的合同和对账单。

### 1.对家庭开支的规划

当询问消费者是否做家庭开支计划时，20.43%的消费者“一直都有”，23.63%的消费者“经常做”，42.78%的消费者“有时有做”，13.16%的消费者“从不做”。分城乡看，有家庭支出计划的城镇消费者占比为89.09%，有家庭支出计划的农村消费者占比为83.04%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中有家庭支出计划的占比分别为87.19%、85.15%、87.64%和85.08%。

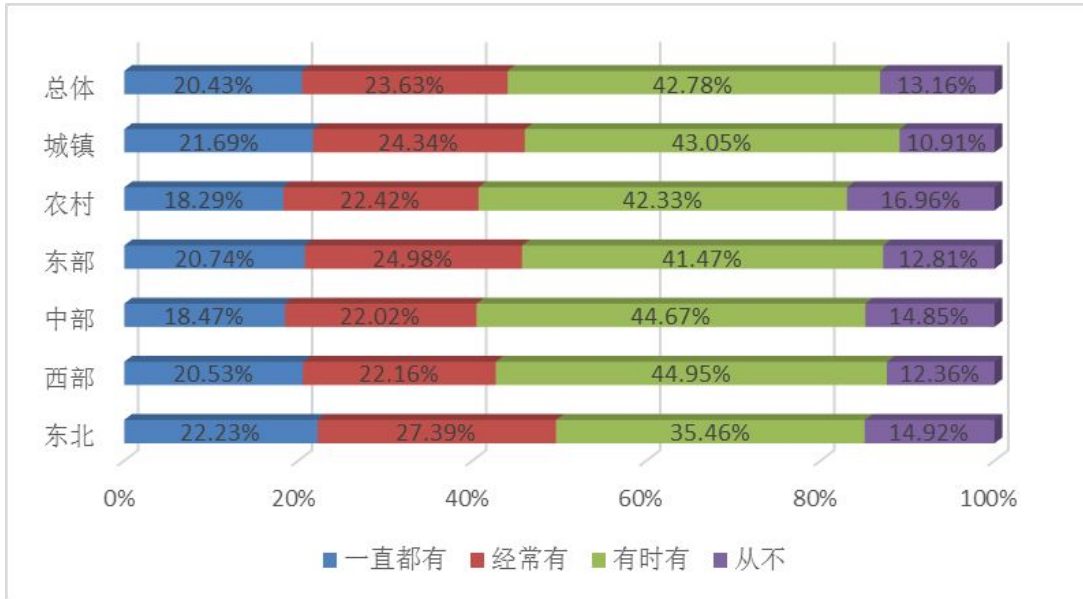


图 5 消费者家庭开支计划的制定情况

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，20.83%的消费者表示严格执行，34.12%的消费者表示偶尔执行，42.02%的消费者表示有时执行，3.02%的消费者表示从不执行。分城乡看，执行既有家庭开支计划的城镇消费者占比为97.41%，执行既有家庭开支计划的农村消费者占比为96.2%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中执行既有家庭开支计划的占比分别为97.24%、96.81%、97.18%和95.36%。

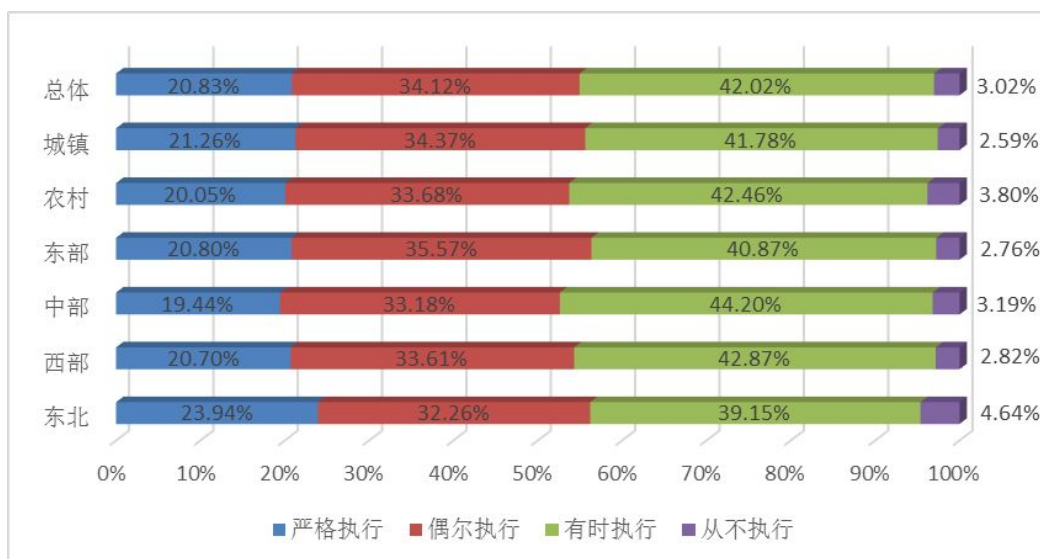


图 6 消费者家庭开支计划的执行情况

## 2.对未来支出的计划

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 34.06% 的消费者选择了“完全可以”，39.92% 的消费者选择了“或许可以”，19.73% 的消费者选择了“可能拿不出”，还有 6.29% 的消费者选择了“肯定拿不出”。分城乡看，选择“肯定拿不出”的城镇消费者占比为 4.32%，选择“肯定拿不出”的农村消费者占比为 9.64%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“肯定拿不出”的占比分别为 4.57%、6.07%、7.40% 和 8.66%。

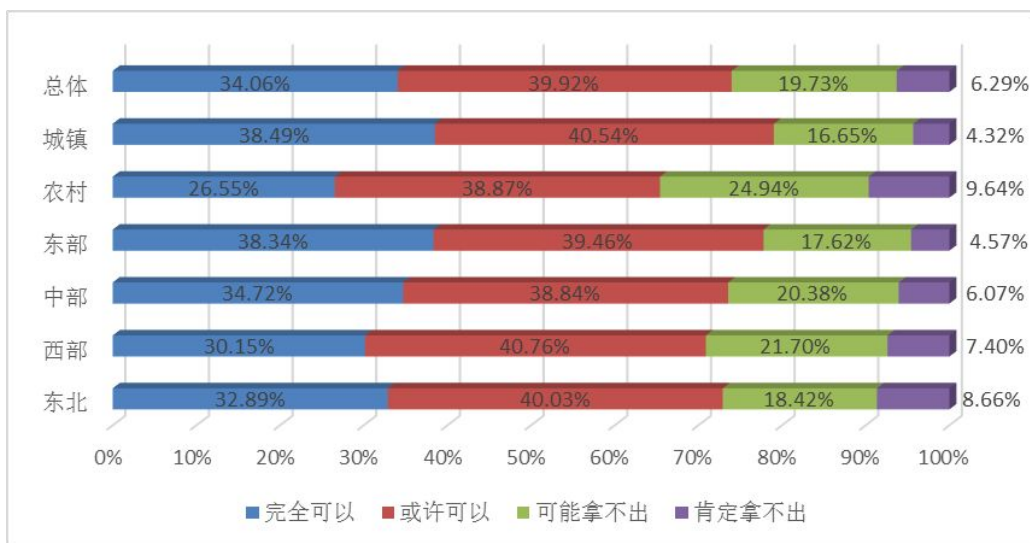


图 7 消费者全额支付相当于三个月收入的意外开支的情况

当询问消费者是否为孩子上学存钱时，调查结果有 41.27%的消费者选择了“有或曾有”，34.77%的消费者选择了“目前没有，但计划这样做”，9.05%的消费者选择了“目前没有，且不计划这样做”，还有 14.91%的消费者选择了“没有孩子”。分城乡看，43.29%的城镇消费者选择了“有或曾有”，37.84%的农村消费者选择了“有或曾有”。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“有或曾有”的占比分别为 43.07%、45.27%、38.41%和 39.41%。

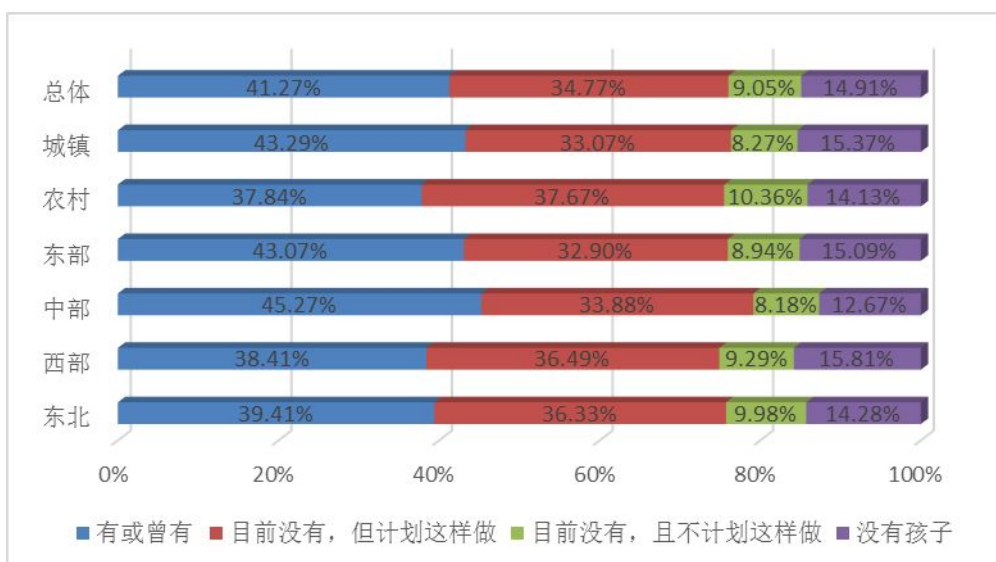


图 8 消费者为孩子上学进行储蓄的情况

当询问消费者预期如何保障在老年的开支时，调查结果显示消费者选择最多的三项为“依靠自己的存款、资产或生意收入”（60.99%）、“依靠退休金”（54.70%）和“依靠养老保险”（47.82%）。分城乡看，城镇消费者选择最多的是“依靠退休金”（66.03%），农村消费者选择最多的是“依靠自己的存款、资产或生意收入”（57.07%）。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者选择最多的均为“依靠自己的存款、资产或生意收入”。



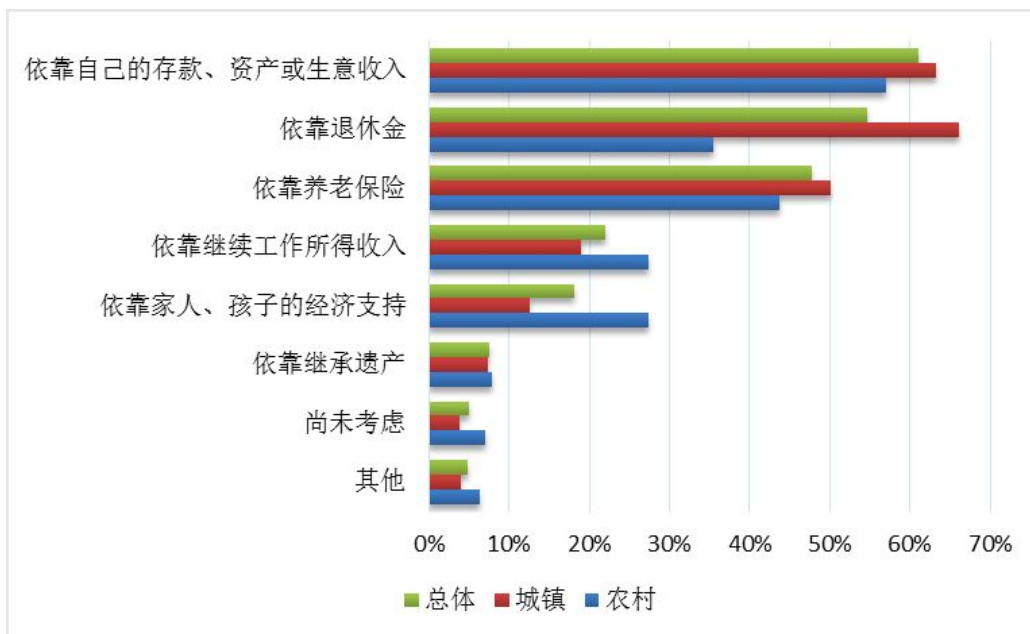


图 9 消费者老年开支保障的预期来源

### 3.对合同和对账单的使用

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 38.09%的消费者会仔细阅读合同条款，51.74%的消费者简要阅读合同条款，还有 10.18%的消费者根本不阅读。分城乡看，城镇消费者在选择金融产品或服务时，更注意阅读合同条款，7.79%的城镇消费者选择了“根本不读”，选择了“根本不读”的农村消费者占比为 14.23%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“根本不读”的占比分别为 9.68%、11.03%、10.60%和 8.88%。

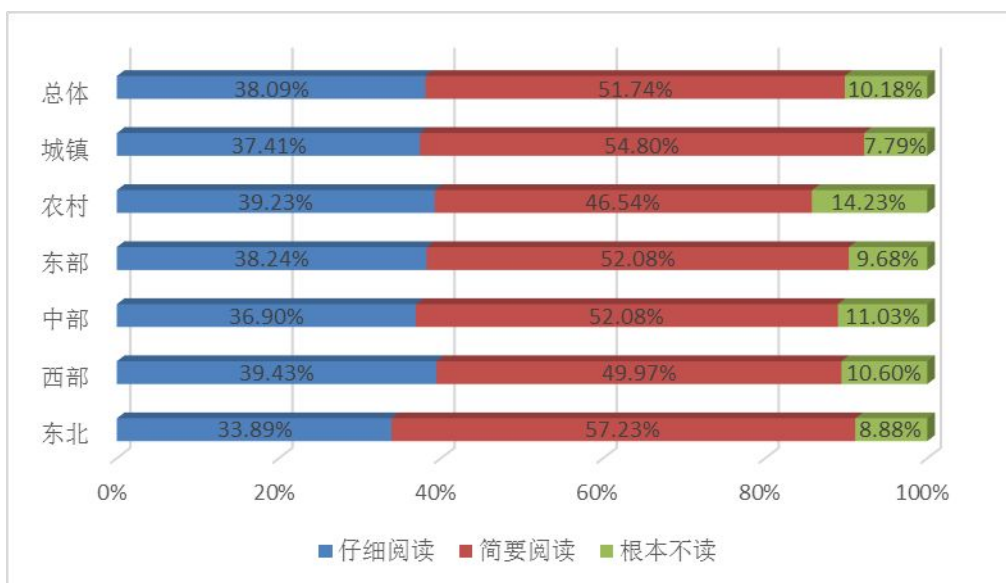


图 10 消费者选择金融产品或服务时对合同条款的阅读情况

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 37.32%的消费者表示会仔细阅读对账单并能清晰理解，15.54%的消费者表示会仔细阅读对账单但难以理解，35.12%的消费者简要阅读对账单，5.08%的消费者根本不读，6.94%的消费者则表示从未收到过对账单。分城乡看，39.15%的城镇消费者表示会仔细阅读对账单并能清晰理解，农民消费者这一占比为 34.20%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中表示会仔细阅读对账单并能清晰理解的占比分别为 38.74%、35.25%、37.97%和 32.68%。

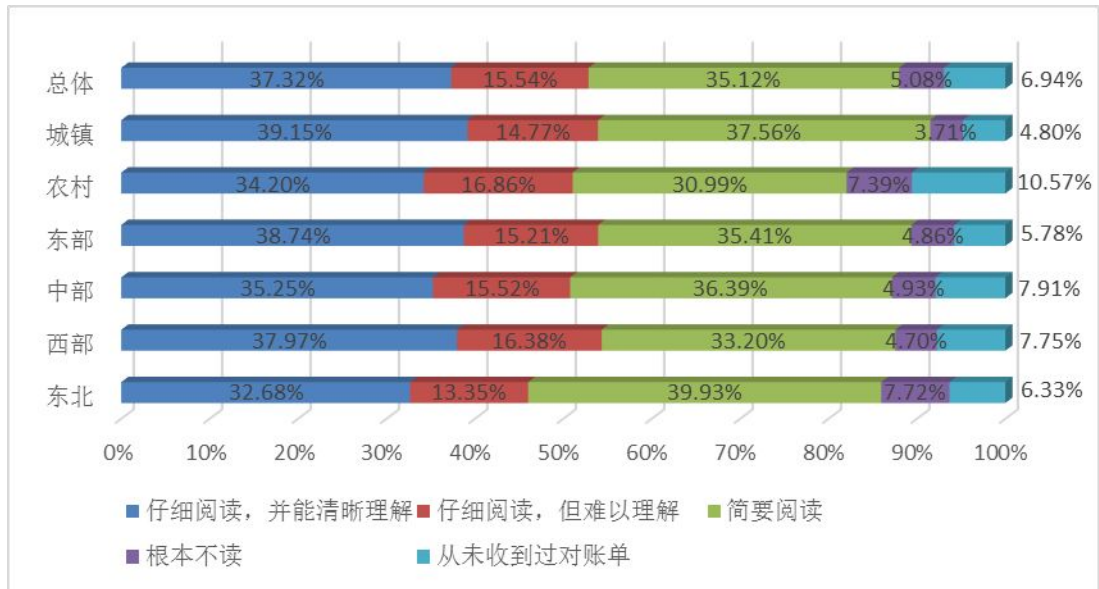


图 11 消费者对金融产品或服务的对账单的使用

#### 4.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 70.54%的消费者选择了“是”，只有 4.26%的消费者选择了“否”，还有 25.20%的消费者没有申请过贷款。在城镇消费者和农村消费者中，在申请贷款前没有认真考虑自身偿付能力的占比分别为 3.31%和 5.88%。分区域看，消费者在申请贷款前没有认真考虑自身偿付能力的占比分别为 4.29%、4.19%、3.45%、7.71%。

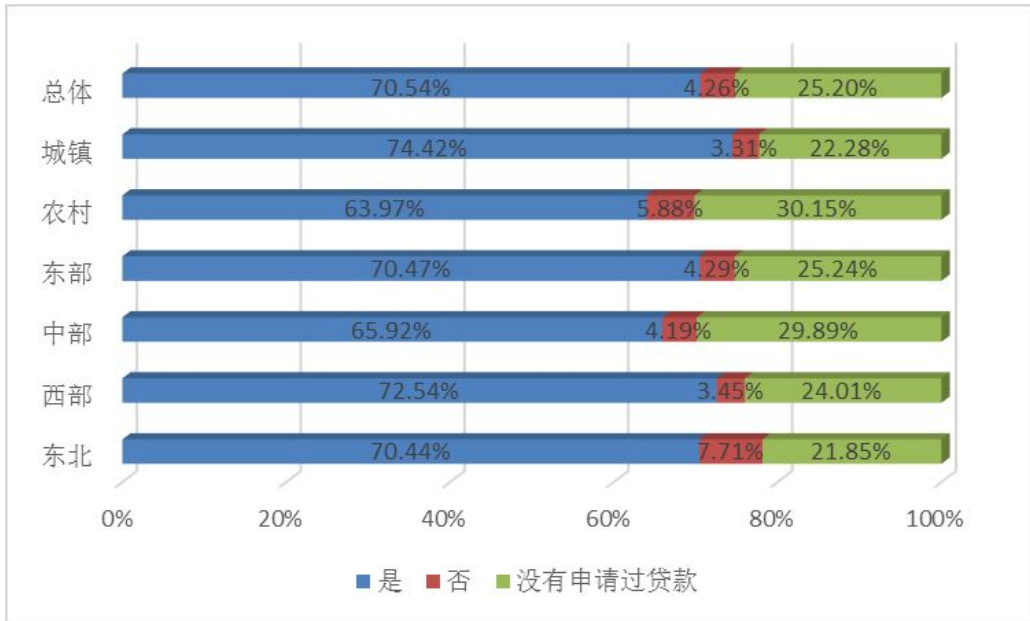


图 12 消费者对申请贷款时自身偿付能力的考虑

## 5.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 51.01% 的消费者采用全额还款方式进行还款，15.09% 的消费者采用分期还款方式进行还款，4.53% 的消费者采用最低还款额方式进行还款，5.47% 的消费者有多少钱还多少钱，20.09% 的消费者没有信用卡，另外还有 3.81% 的消费者有信用卡但不清楚如何还款。城镇消费者采用全额还款方式、分期还款方式、以及最低还款额方式的占比依次为 58.78%、14.58% 和 4.31%，这一比例在农村消费者中分别为 37.83%、15.96% 和 4.91%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中采用全额还款方式的占比分别为 57.20%、51.11%、46.39% 和 46.37%，采用分期还款方式的占比分别为 13.18%、13.00%、17.19% 和 17.24%，采用以最低还款额进行还款的占比分别为 4.09%、4.05%、5.23% 和 4.12%。

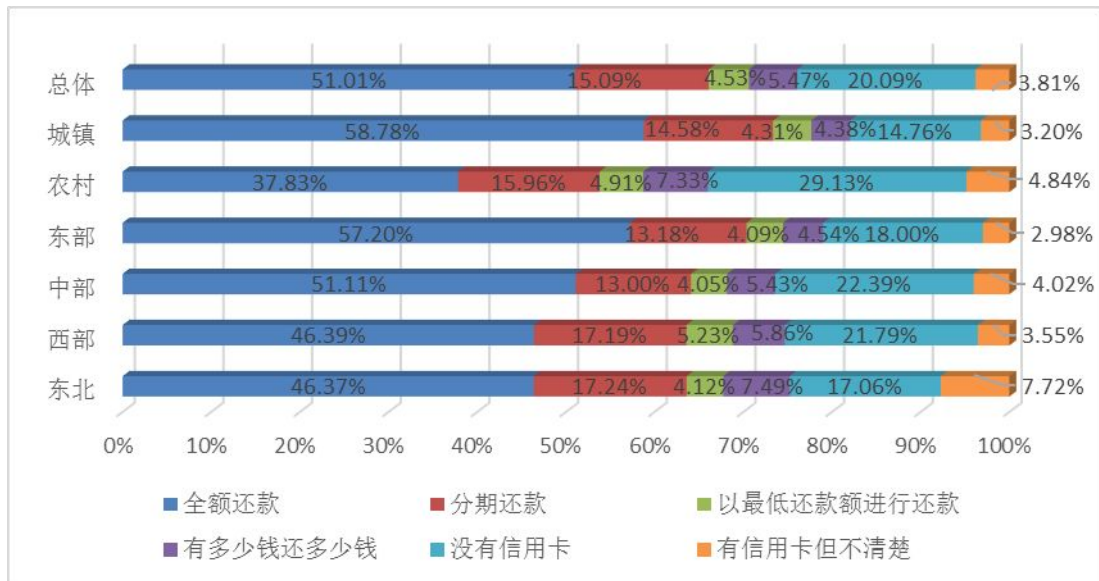


图 13 消费者对信用卡的还款行为

## 6.对自动取款机的使用

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 74.15%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；20.49%的消费者没有这方面的意识；5.36%的消费者没有使用过自动取款机。其中，78.43%的城镇消费者有意识地用手或身体遮挡，防止他人看见密码；66.90%的农村消费者有这方面的意识。分区域看，东部、中部、西部和东北地区有意识遮挡密码的消费者占比分别为 76.81%、73.86%、74.27%和 63.90%。

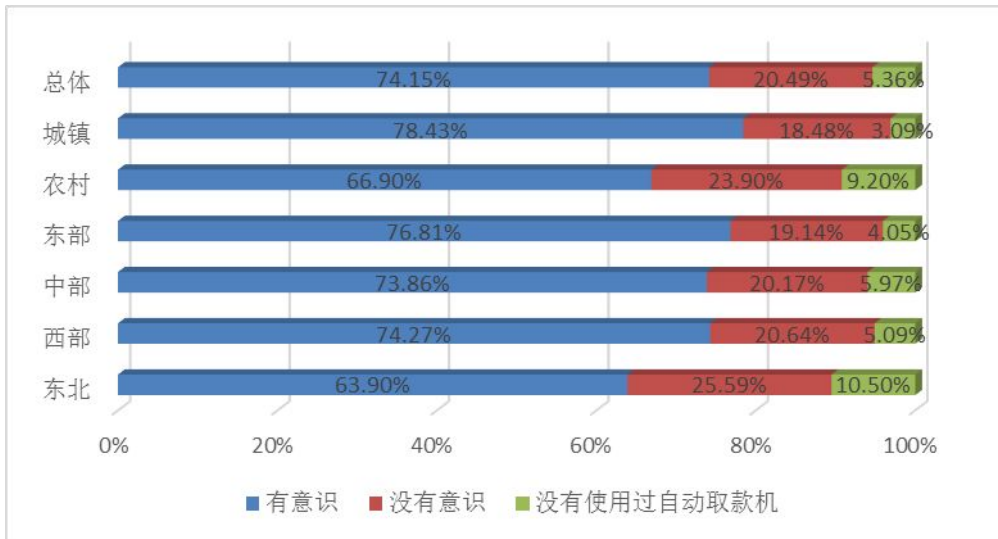


图 14 消费者对自动取款机的使用

## 7.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 62.72%的消费者选择了“向相关金融机构的员工咨询”的方式，55.56%的消费者选择了“上网找资料”的方式，27.92%的消费者选择了“求助家人朋友”的方式，15.38%的消费者选择了“求助个人财务顾问”的方式，10.46%的消费者选择了“向政府金融监管部门咨询”的方式，另有 2.78%和 1.32%的消费者选择了“不知如何寻求帮助”和“置之不理”。城镇消费者和农村消费者在金融知识方面存在疑惑时，最常采用的行动均是“向相关金融机构的员工咨询”和“上网找资料”。分区域看，当消费者存在金融知识方面的疑惑时，各地区消费者最常采用的行动也均是“向相关金融机构的员工咨询”和“上网找资料”。

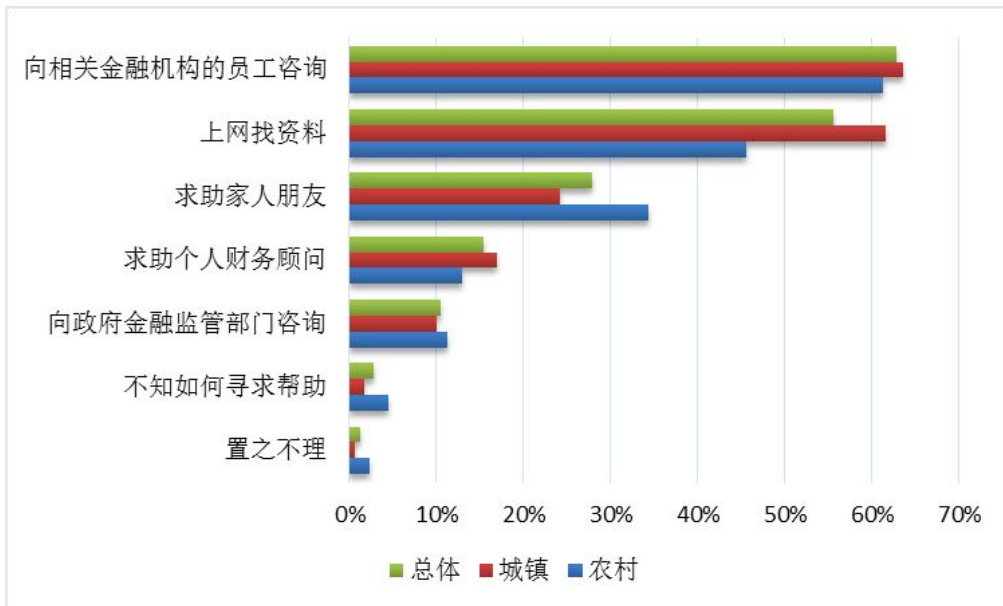


图 15 消费者对金融知识的获取情况

## 8.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 69.99%的消费者向提供该商品或服务的金融机构进行投诉，47.18%的消费者向当地银监局、证监局、保监局进行投诉，45.25%的消费者向当地人民银行进行投诉，31.31%的消费者向当地工商部门进行投诉，15.96%的消费者利用“12315”消费者投诉热线进行投诉，11.37%的消费者向家人朋友求助，另有 3.32%的消费者不知如何投诉。分城乡看，城镇消费者最常采用的三种投诉方式分别是“向提供该商品或服务的金融机构进行投诉”、“向当地银监局、证监局、保监局进行投诉”和“向当地人民银行进行投诉”，占比分别为 73.62%、52.75% 和 46.96%。农村消费者最常采用的三种投诉方式分别是“向提供该商品或服务的金融机构进行投诉”、“向当地人民银行进行投诉”和“向当地银监局、证监局、保监局进行投诉”，占

比分别为 63.84%、42.35%和 37.74%。分地区看，各地区消费者最常采用的投诉方式均是“向提供该商品或服务的金融机构进行投诉”。

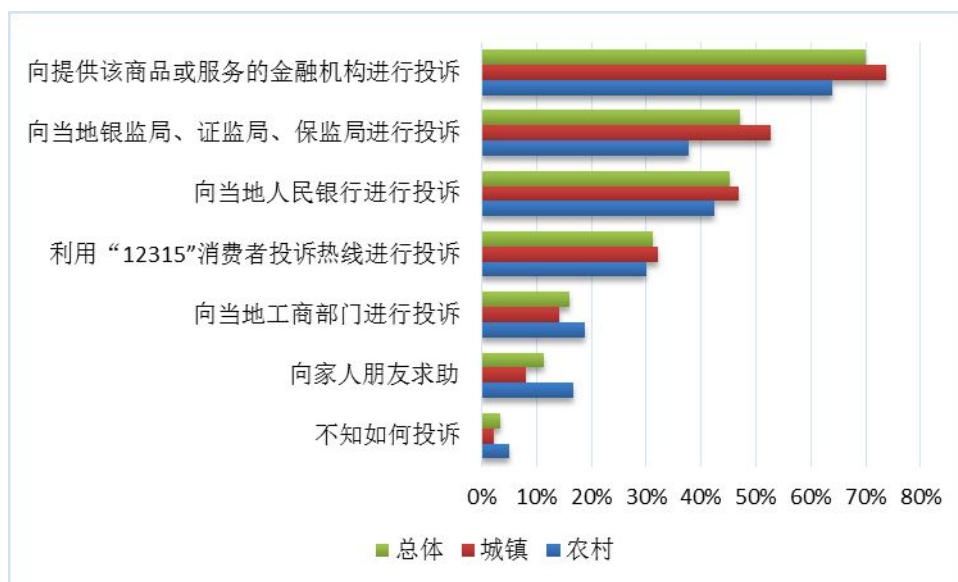


图 16 消费者金融纠纷投诉行为占比统计情况

### (三) 消费者金融知识水平分析

消费者金融知识整体水平有待提高，对各类金融知识的掌握程度存在着较大的差异，消费者金融知识水平在城乡间和区域间具有一定的不平衡特征。

#### 1. 消费者金融知识总体情况

消费者金融知识整体水平有待提高。当让消费者对自己的金融知识水平做出主观评价时，35.27%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41.84%、16.01%和 6.88%。与之相对应，从金融知识客观题的正确率来看，消费者对全部金融知识问题的平均正确率也



仅有 59.56%。

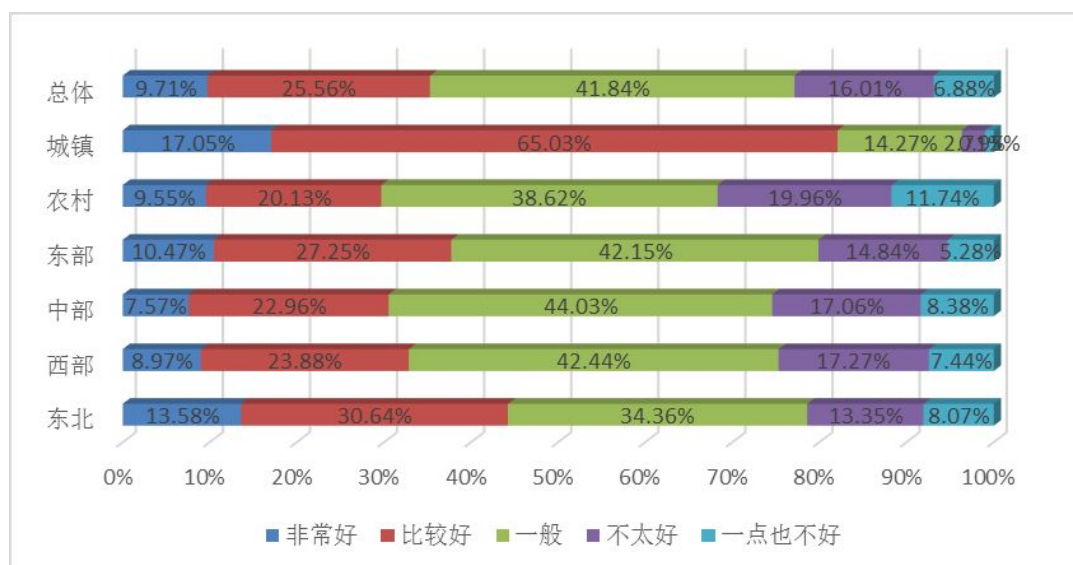


图 17 消费者对金融知识水平的自我评价

消费者对各类金融知识的掌握程度存在着较大的差异。消费者贷款知识、投资知识和保险知识较为薄弱，而对银行卡知识、信用知识和储蓄知识的掌握情况则相对较好。调查显示，消费者在贷款知识、投资知识和保险知识问题上的平均正确率分别为 52.72%、49.08%和 53.82%，而在银行卡知识、信用知识和储蓄知识问题上的平均正确率分别为 74.52%、64.49%和 64.49%。

消费者金融知识水平在城乡间和区域间具有一定的不平衡特征。分城乡看，城镇消费者的金融知识水平要明显高于农村消费者。城镇消费者对于全部金融知识问题的平均正确率为 64.78%，农村消费者的平均正确率为 50.70%。分区域看，东部消费者的金融知识水平要略高于其他地区，东部消费者对于全部金融知识问题的平均正确率为 62.79%，中

部、西部和东北地区消费者的平均正确率分别为 58.25%、57.18%和 59.36%。

表 2 消费者金融知识平均正确率的分类统计情况

单位：%

项目	全部样本	按城乡分		按区域分			
		城镇	农村	东部	中部	西部	东北
储蓄知识	62.73	67.36	54.87	66.49	63.53	58.19	65.91
银行卡知识	74.52	81.37	62.90	78.41	72.80	72.78	69.80
贷款知识	52.72	57.27	44.99	55.77	49.75	51.73	50.22
信用知识	64.49	68.70	57.34	65.98	61.19	64.02	66.40
投资知识	49.08	55.57	38.07	53.23	49.43	45.30	48.35
保险知识	53.82	58.40	46.04	56.85	52.82	51.06	55.46
总体情况	59.56	64.78	50.70	62.79	58.25	57.18	59.36

## 2.消费者金融知识分类调查情况

### (1) 储蓄知识

储蓄知识调查包括 3 个问题。当询问消费者储蓄账户中有 1000 元钱，年利率为 2%，1 年后账户中有多少钱时，调查结果有 80.30%的消费者回答正确，选择了“1020 元”。分城乡看，城镇消费者回答正确的占比为 83.88%，农村消费者回答正确的占比为 74.22%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 83.54%、81.80%、77.00%和 79.05%。

当询问消费者承接上题，假定年利率 2%不变，约定到期后本息自动转存，那么 5 年之后账户中有多少钱时，调查结果有 57.37%的消费者回答正确，选择了“大于 1100 元”。分城乡看，城镇消费者回答正确的占比为 62.33%，农村消费者回答正确的占比为 48.94%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 61.60%、

58.28%、52.88%和 58.33%。

当询问消费者是否知道《存款保险条例》规定，存款保险实行限额偿付，最高偿付限额为多少时，调查结果有50.52%的消费者回答正确，选择了“50 万元人民币”。分城乡看，城镇消费者回答正确的占比为 55.85%，农村消费者回答正确的占比为 41.46%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 54.33%、50.50%、44.69%和 60.36%。

综合来看，针对储蓄知识调查问题，消费者的平均正确率为 62.73%。城镇消费者的储蓄知识水平要明显高于农村消费者。针对储蓄知识调查问题，城镇消费者的平均正确率为 67.36%，农村消费者仅有 54.87%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者的平均正确率为 66.49%、63.53%、58.19%和 65.91%。

## （2）银行卡知识

银行卡知识调查包括3个问题。当询问消费者是否知道信用卡和借记卡的区别时，79.42%的消费者知道两者的区别。分城乡看，86.17%的城镇消费者知道两者的区别，67.99%的农村消费者知道两者的区别。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中知道两者区别的占比分别为83.02%、77.21%、77.91%和75.74%。

当询问消费者用信用卡透支提取现金是否会被收取利息时，调查结果有 73.59%的消费者回答正确，选择了“会被收取利息”。分城乡看，城镇消费者中回答正确的占比为

80.37%，农村消费者中回答正确的占比为 62.10%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者回答正确的占比分别为 77.01%、71.92%、71.23%和 73.24%。

当询问消费者信用卡取现额度与信用额度是否有区别时，调查结果有 70.55%回答正确，选择了“有区别”。分城乡看，城镇消费者中回答正确的占比为 77.58%，农村消费者中回答正确的占比为 58.62%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者回答正确的占比分别为 75.21%、69.27%、69.21%和 60.42%。

综合来看，针对银行卡知识调查问题，消费者的平均正确率为 74.52%。城镇消费者的银行卡知识水平要明显高于农村消费者。针对银行卡知识调查问题，城镇消费者的平均正确率为 81.37%，农村消费者仅有 62.90%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者的平均正确率分别为 78.41%、72.80%、72.78%和 69.80%。

### （3）贷款知识

消费者贷款知识调查包括3个问题。当询问消费者如果预期未来利率上调，是否同意应选择固定利率贷款，而不是浮动利率贷款时，调查结果有55.68%的消费者回答正确，选择了“同意”，其中城镇消费者回答正确的占比为60.29%，农村消费者回答正确的占比为47.86%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为58.69%、52.01%、54.83%和53.98%。

当询问消费者如果打算进行按揭贷款，同时希望整个还

款期内每月支付相同金额，会选择哪种还款方式时，调查结果有 47.25%的消费者回答正确，选择了“等额本息还款”，其中城镇消费者回答正确的占比为 51.56%，农村消费者回答正确的占比为 39.94%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 51.50%、43.30%、45.83% 和 43.64%。

当询问消费者是否同意向银行申请 100 万个人住房贷款，20 年贷款的月供会高于 30 年贷款的月供，但是 20 年贷款的总利息支出要少于 30 年贷款时，调查结果有 55.22%的消费者回答正确，选择了“同意”，其中城镇消费者回答正确的占比为 59.97%，农村消费者回答正确的占比为 47.17%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 57.11%、53.95%、54.53%和 53.05%。

综合来看，针对贷款知识调查问题，消费者的平均正确率为 52.72%。城镇消费者的贷款知识水平要高于农村消费者，城镇消费者的平均正确率为 57.27%，农村消费者为 44.99%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者的平均正确率分别为 55.77%、49.75%、51.73%和 50.22%。

#### （4）信用知识

消费者信用知识调查包括 5 个问题。当询问消费者是否知道个人信用报告时，调查结果有 73.62%的消费者知道个人信用报告，其中城镇消费者选择“知道”的占比为 77.50%，农村消费者选择“知道”的占比为 67.03%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者知道个人信用报告的占比分别

为 74.15%、70.74%、72.41%和 81.66%。

当询问消费者是否知道向哪一机构查询个人信用报告时，调查结果有 63.68%的消费者选择“人民银行征信管理部门”，其中城镇消费者选择“人民银行征信管理部门”的占比为 68.84%，农村消费者选择“人民银行征信管理部门”的占比为 54.93%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者知道向哪一机构查询个人信用报告的占比分别为 64.59%、60.39%、62.40%和 71.21%。

当询问消费者是否同意在银行A的不良信用记录不会对从银行B申请贷款产生负面影响时，调查结果有73.12%的消费者回答正确，选择了“不同意”。分城乡看，其中城镇消费者回答正确的占比为77.57%，农村消费者回答正确的占比为65.57%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为76.07%、71.15%、72.89%和66.11%。

当询问消费者信用报告上的不良记录保存年限是多少时，调查结果有 49.33%的消费者回答正确，选择了“5年”。分城乡看，其中城镇消费者回答正确的占比为 53.32%，农村消费者回答正确的占比为 42.57%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 48.31%、46.65%、51.13%和 50.32%。

当询问消费者如果信用报告有错误的话，是否知道可以提出异议申请时，调查结果有 62.69%的消费者回答正确，选择了“知道”。分城乡看，其中城镇消费者回答正确的占比为 66.27%，农村消费者回答正确的占比为 56.61%。分区域看，

东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 66.77%、57.00%、61.29%和 62.68%。

综合来看，针对信用知识调查问题，消费者的平均正确率为 64.49%。其中，城镇消费者的平均正确率为 68.70%，农村消费者为 57.34%。分区域看，各地区消费者信用知识水平差异不大，东部、中部、西部和东北地区消费者的平均正确率分别为 65.98%、61.19%、64.02%和 66.40%。

#### （5）投资知识

消费者投资知识调查包括 4 个问题。当让消费者从银行存款、理财产品、股票基金、债券、房地产、人寿保险和期货中选择风险最大的投资产品时，调查结果有 29.31%的消费者回答正确，选择了“期货”。分城乡看，其中城镇消费者回答正确的占比为 36.00%，农村消费者回答正确的占比为 17.96%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 34.31%、32.74%、24.21%和 25.48%。

当询问消费者对分散投资的理解时，调查结果有 57.07%的消费者回答正确，选择了“可以降低投资风险”，其中城镇消费者回答正确的占比为 65.28%，农村消费者回答正确的占比为 43.14%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 61.53%、55.26%、53.02%和 60.01%。

当询问消费者是否同意“回报较高的投资，一般情况下风险也比较大”的观点时，调查结果有 76.72%的消费者回答正确，选择了“同意”，其中城镇消费者回答正确的占比为

82.98%，农村消费者回答正确的占比为 66.10%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 80.03%、77.08%、74.45%和 72.90%。

当询问消费者某理财产品期限是 9 个月，它的累计收益率为 9%，它的年化收益率是多少时，调查结果有 33.22%的消费者回答正确，选择了“12%”。分城乡看，其中城镇消费者回答正确的占比为 38.03%，农村消费者回答正确的占比为 25.06%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 37.04%、32.64%、29.53%和 35.00%。

综合来看，针对投资知识调查问题，消费者的平均正确率为 49.08%。分城乡看，城镇消费者的平均正确率为 55.57%，农村消费者为 38.07%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的平均正确率分别为 53.23%、49.43%、45.30%和 48.35%。

#### （6）保险知识

消费者保险知识调查包括 4 个问题。当询问消费者是否同意“买保险可以降低风险，所以购买额度越高越好”的观点时，调查结果有 57.36%的消费者回答正确，选择了“不同意”，其中城镇消费者回答正确的占比为 61.38%，农村消费者回答正确的占比为 50.55%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 61.02%、57.57%、53.66%和 58.44%。

当询问消费者是否同意“将同一财产向多家保险公司投保，当财产发生损失时可以获得更多的赔偿”的观点时，调查结果有 35.78%的消费者回答正确，选择了“不同意”，其中城



镇消费者回答正确的占比为 38.03%，农村消费者回答正确的占比为 31.97%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 37.31%、33.81%、34.70%和 37.90%。

当询问消费者刚买的保险是否可以退时，调查结果有 60.72%的消费者回答正确，选择了“从投保人收到保单之日起 10 日内可以退保”，其中城镇消费者回答正确的占比为 68.07%，农村消费者回答正确的占比为 48.25%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 64.85%、58.71%、56.73%和 65.00%。

当询问消费者一些保险产品具有保险与投资的双重功能，这些产品是否一定“保本”时，调查结果有 61.41%的消费者回答正确，选择了“不一定”，其中城镇消费者回答正确的占比为 66.13%，农村消费者回答正确的占比为 53.41%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区的消费者回答正确的占比分别为 64.23%、61.16%、59.15%和 60.48%。

综合来看，针对保险知识调查问题，消费者的平均正确率为 53.82%。城镇消费者的保险知识水平要高于农村消费者，城镇消费者的平均正确率为 58.40%，农村消费者为 46.04%。分区域看，各地区消费者的保险知识水平差不多，东部、中部、西部和东北地区消费者的平均正确率分别为 56.85%、52.82%、51.06%和 55.46%。

#### **（四）消费者金融技能分析**

消费者具有一定的假币识别和处理能力，选择金融产品

或服务的能力也较强，但使用银行卡和利用冠字号码查询功能等方面的能力有待提高。

### 1.对金融产品或服务的选择

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 62.22%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”，17.09%的消费者选择了“不知道如何进行比较”，14.51%的消费者选择了“没有足够的信息进行比较”，还有 6.18%的消费者选择了“没有比较”。分城乡看，城镇消费者中选择“对所需的同类金融产品或服务进行了比较”的占比为 67.76%，农村消费者中选择“对所需的同类金融产品或服务进行了比较”的占比为 52.83%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“对所需的同类金融产品或服务进行了比较”的占比分别为 65.35%、58.88%、60.11%和 64.83%。

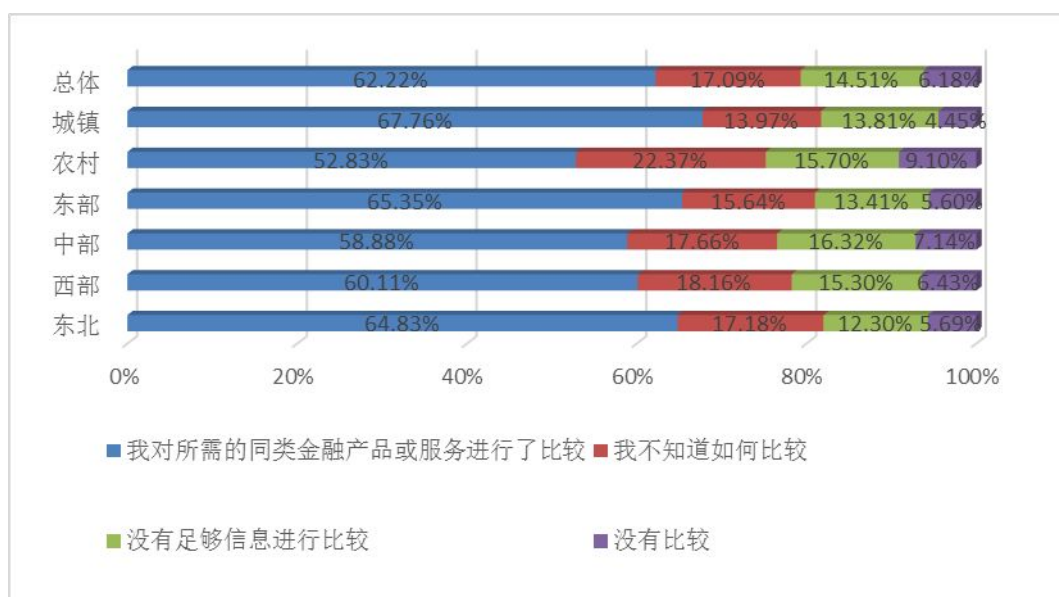


图 18 消费者对同类金融产品或服务进行比较的情况

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 62.38%的消费者选择了“能”，17.49%的消费者选择了“不能”，20.13%的消费者选择了“不知道”。分城乡看，城镇消费者中选择“能”的占比为 67.66%，农村消费者中选择“能”的占比为 53.43%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“能”的占比分别为 66.22%、55.70%、60.33%和 67.79%。

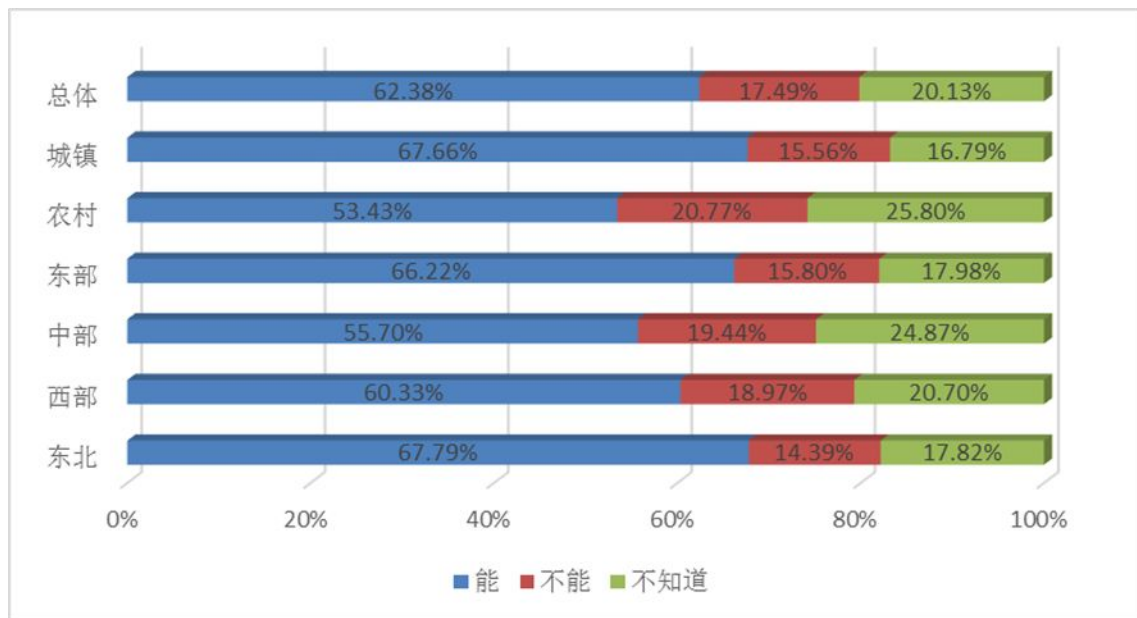


图 19 消费者辨别合法与非法的投资渠道和产品服务的能力

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 67.66%的消费者选择了“是”，13.03%的消费者选择了“否”，还有 19.32%的消费者选择了“不知道”。分城乡看，城镇消费者中选择“是”的占比为 73.44%，农村消费者中选择“是”的占比为 57.84%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“是”

的占比分别为 72.17%、61.86%、64.74%和 72.55%。

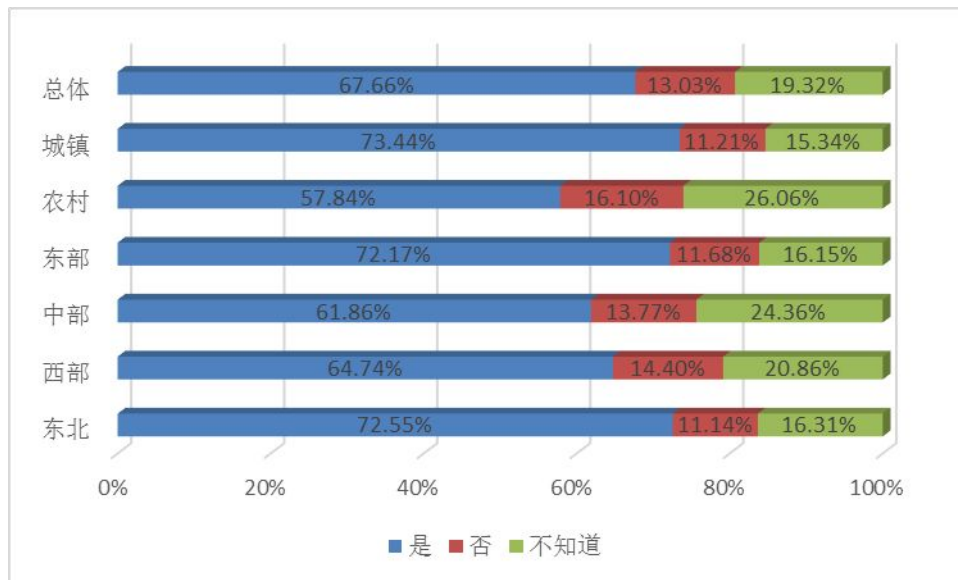


图 20 消费者对金融产品或服务的风险和收益的认识情况

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 19.48%的消费者表示完全理解，65.48%的消费者表示大致理解，13.88%的消费者表示不太理解，还有 1.16%的消费者表示完全不理解。分城乡看，城镇消费者中选择“完全理解”的占比为 19.71%，农村消费者中选择“完全理解”的占比为 19.04%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“完全理解”的占比分别为 19.94%、16.57%、19.24%和 23.57%。

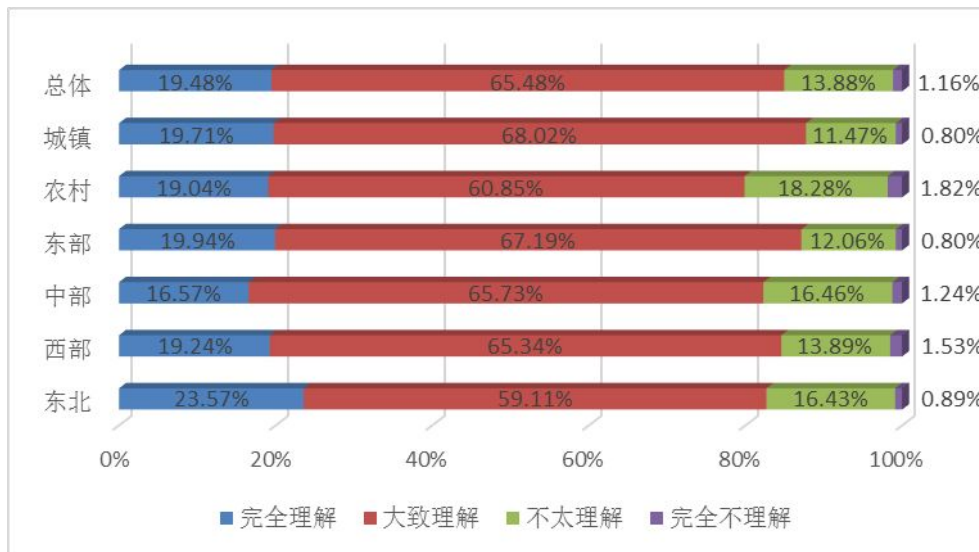


图 21 消费者对金融产品或服务的合同条款中自身权利和义务的理解

## 2.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 49.29%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”，43.87%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”，5.12%的消费者选择了“不知道怎么办”，还有 1.72%的消费者选择了“其他”。分城乡看，城镇消费者中有 54.16%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”，这一占比在农村消费者中为 41.03%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区分别有 51.51%、50.30%、49.64%和 37.49%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”。

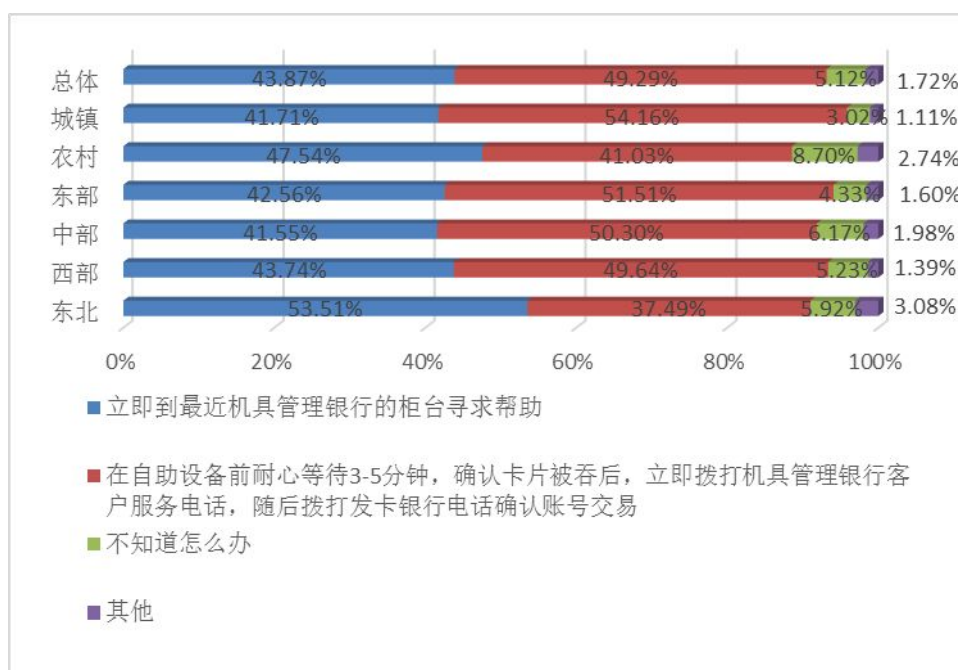


图 22 消费者在银行卡被吞后的处置情况

### 3.对假币的识别与处理

当询问消费者误收假币后的处理方式时，70.04%的消费者选择了“交银行或者公安机关”，13.55%的消费者选择了“自行留存”，16.41%的人选择了“撕毁”。分城乡看，城镇消费者中选择“交银行或者公安机关”的占比为74.71%，农村消费者中选择“交银行或者公安机关”的占比为62.11%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“交银行或者公安机关”的占比分别为73.50%、62.33%、69.81%和70.99%。

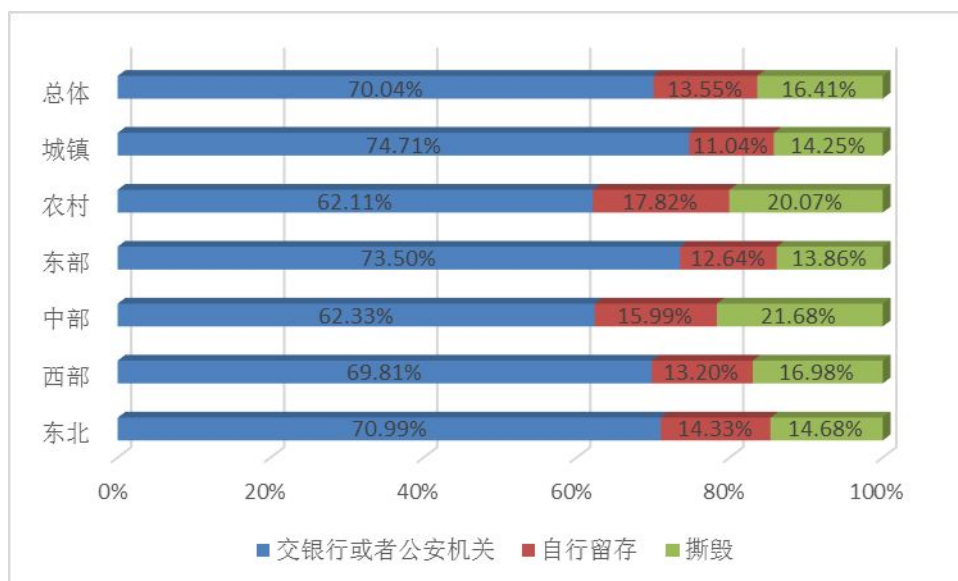


图 23 消费者误收假币后的处理方式

当询问消费者最经常使用的辨别 2005 版 100 元纸币真伪的防伪特征时，调查结果有 29.52%的消费者选择了“水印”，24.87%的消费者选择了“凹印图文和手感线”，14.18%的消费者选择了“光变油墨面额数字”，13.91%的消费者选择了“隐形面额数字”，11.53%的消费者选择了“安全线”，还有 5.99%的消费者不知道如何辨别。分城乡看，城镇消费者和农村消费者最经常使用的辨别 2005 版 100 元纸币真伪的防伪特征均是水印、凹印图文和手感线以及光变油墨面额数字，5.66%的城镇消费者不知道如何辨别 2005 版 100 元纸币真伪，农村消费者中这一比例为 6.57%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区分别有 5.72%、5.93%、6.21%和 6.27%的消费者不知道如何辨别。

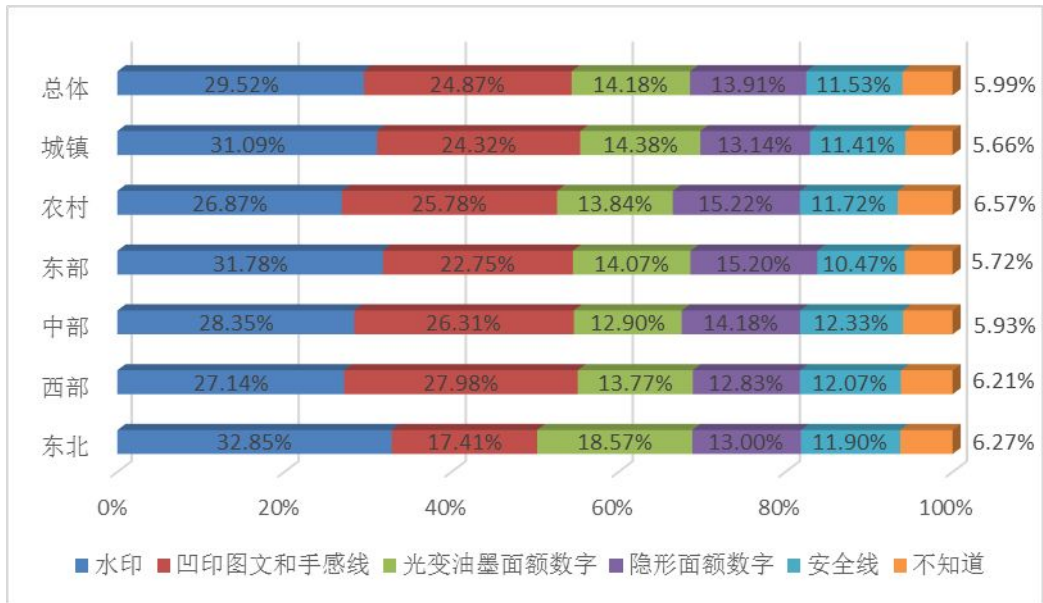


图 24 消费者使用的辨别 2005 版 100 元纸币真伪的防伪特征

当询问消费者是否了解冠字号码查询功能的作用时，13.08%的消费者选择了“非常清楚”，35.03%的消费者选择了“大致知道”，51.89%的人选择了“不知道”。分城乡看，城镇消费者中选择“非常清楚”的占比为14.46%，农村消费者中选择“非常清楚”的占比为10.76%。分区域看，东部、中部、西部和东北地区消费者中选择“非常清楚”的占比分别为15.88%、8.75%、11.51%和16.44%。



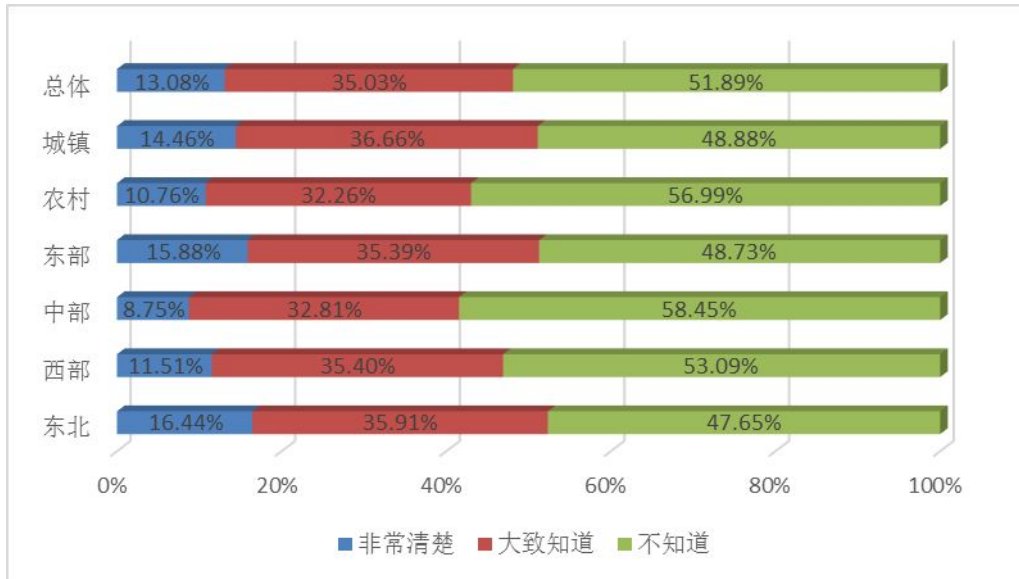


图 25 消费者对冠字号码查询功能的理解情况

### （五）金融知识需求分析

消费者对实现资产保值增值的相关金融知识最为关注，股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、债券投资等是大部分消费者认为最欠缺的金融知识，消费者也较为重视金融纠纷解决。同时，城乡、区域、职业、收入、文化程度上的差异导致消费者对金融知识的需求存在一定的差异。

#### 1. 消费者金融知识需求总体情况

当询问消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、金融纠纷解决和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 40.02%、28.06%、26.74%、25.25%和 22.62%。

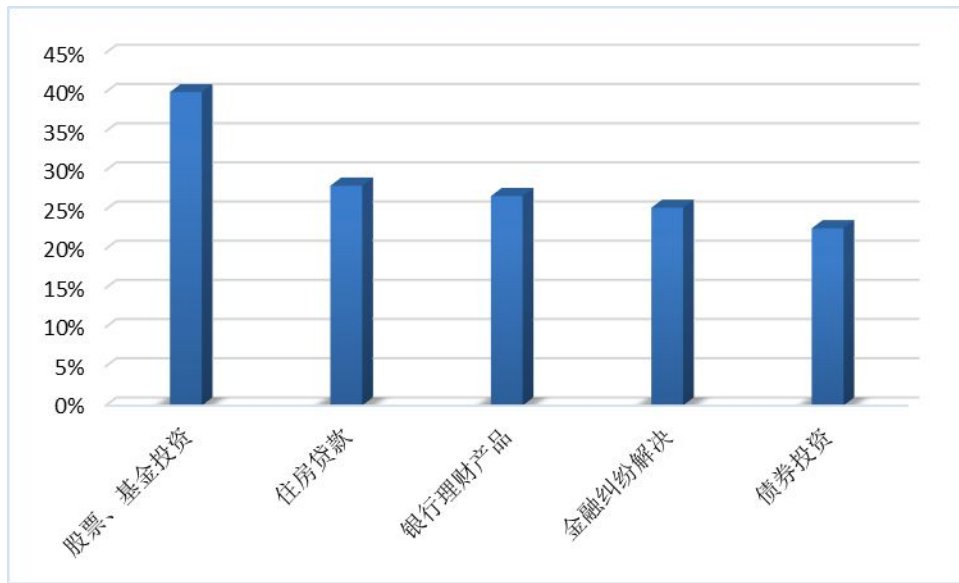


图 26 消费者最欠缺的金融知识

## 2. 城镇和农村消费者对金融知识的需求差异

当询问城镇消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、金融纠纷解决、住房贷款、银行理财产品和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 42.33%、27.89%、27.56%、25.72%和 23.57%。

当询问农村消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、债券投资和金融纠纷解决知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 36.09%、28.91%、28.48%、21.01%和 20.77%。

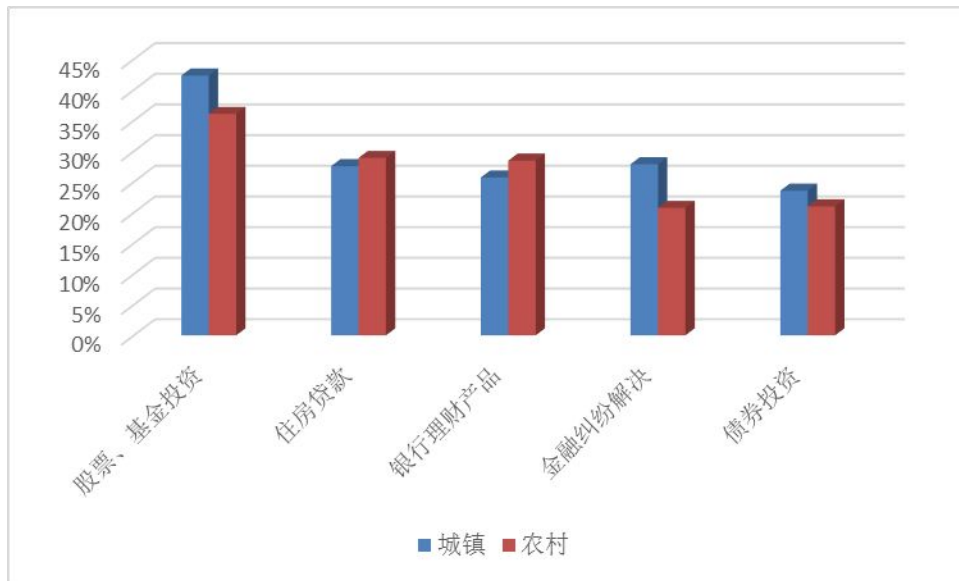


图 27 城镇和农村消费者最欠缺的金融知识

### 3.不同区域的消费者对金融知识的需求差异

当询问东部地区消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、金融纠纷解决、银行理财产品和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 40.21%、29.80%、28.01%、23.69% 和 23.36%。

当询问中部地区消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、金融纠纷解决和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 41.62%、26.91%、26.68%、25.54% 和 23.29%。

当询问西部地区消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、银行理财产品、住房贷款、金融纠纷解决和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 41.93%、29.39%、26.10%、23.59%

和 23.15%。

当询问东北地区消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是住房贷款、股票基金投资、银行理财产品、金融纠纷解决和债券投资知识，选择上述金融知识的消费者占比分别为 31.63%、28.44%、27.51%、21.07% 和 16.42%。

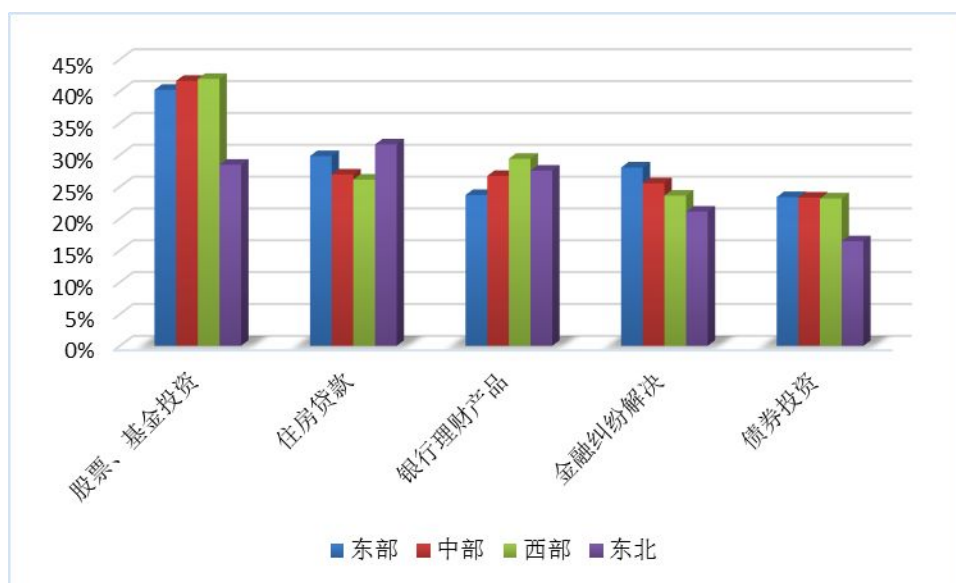


图 28 东部、中部、西部和东北地区消费者最欠缺的金融知识

#### 4.不同职业的消费者对金融知识的需求差异

当询问全日制学生认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、银行卡（借记卡和信用卡）、住房贷款、银行理财产品和金融纠纷解决知识。

当询问务农的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是银行卡（借记卡和信用卡）、网上银行、手机银行等电子银行服务、住房贷款、银行理财产品和股票基金投资知识。

当询问全职工作的消费者认为自己最欠缺哪些方面的

金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、金融纠纷解决、住房贷款、债券投资和银行理财产品。

当询问兼职工作的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、网上银行、手机银行等电子银行服务和银行卡（借记卡和信用卡）知识。

当询问主动放弃工作的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是保险产品、股票基金投资、金融纠纷解决、住房贷款和网上银行、手机银行等电子银行服务知识。

当询问失业的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是保险产品、住房贷款、网上银行、手机银行等电子银行服务、股票基金投资和银行理财产品知识。

当询问退休的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是网上银行、手机银行等电子银行服务、银行卡（借记卡和信用卡）、股票基金投资、银行理财产品和住房贷款知识。

当询问其他职业状态的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、银行理财产品、网上银行、手机银行等电子银行服务、金融纠纷解决和住房贷款知识。

不同职业的消费者和金融知识的需求存在一定的差异。全日制学生和务农消费者对银行卡（借记卡和信用卡）知识

的需求远高于全职工作消费者。全日制学生和全职工作消费者对网上银行、手机银行等电子银行服务知识的需求远低于其他职业消费者。主动放弃工作和失业的消费者对于保险知识需求远超出其他职业消费者。

表 3 不同职业的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况

单位：%

项目	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	其他
银行卡（借记卡和信用卡）	31.3	37.0	13.8	23.1	20.9	25.9	26.5	19.4
住房贷款	30.9	27.8	28.7	32.4	22.2	32.6	23.3	24.5
汽车贷款	19.5	13.8	14.7	16.0	13.9	15.5	13.6	11.8
银行自助终端设备	8.3	16.6	3.9	9.2	11.4	12.1	14.4	7.5
网上银行、手机银行等电子银行服务	16.3	33.7	18.1	29.3	22.2	31.0	30.4	28.9
银行理财产品	25.4	27.8	26.0	30.0	20.3	28.5	24.7	30.9
股票、基金投资	35.4	26.7	46.2	34.0	39.2	29.7	26.5	38.5
债券投资	17.1	14.2	26.6	22.5	18.4	16.7	13.3	20.4
保险产品	15.6	3.0	0.7	8.0	50.0	33.1	5.5	5.0
预算规划	15.9	9.9	23.7	11.7	17.7	11.3	11.6	15.0
退休金计划	10.2	7.5	15.8	11.3	15.2	14.6	17.5	11.8
金融纠纷解决	19.5	15.3	28.9	21.9	22.8	20.9	21.1	25.1
其他	5.1	4.3	2.3	3.8	2.5	5.9	4.3	10.0

## 5.不同收入的消费者对金融知识的需求差异

当询问家庭月收入在 2000 元以下的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是银行卡（借记卡和信用卡）、住房贷款、网上银行、手机银行等电子银行服务、银行理财产品和股票基金投资知识。

当询问家庭月收入为 2000-4999 元的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、住房贷款、银行理财产品、网上银行、手机银行等电

子银行服务和银行卡（借记卡和信用卡）知识。

当询问家庭月收入为 5000-9999 元的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、银行理财产品、住房贷款、金融纠纷解决和债券投资知识。

当询问家庭月收入为 10000-19999 元的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是住房贷款和预算规划知识。

当询问家庭月收入为 2-5 万元的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、金融纠纷解决、债券投资、住房贷款和预算规划知识。

当询问家庭月收入在 5 万元以上的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是金融纠纷解决、股票基金投资、债券投资、退休金计划和住房贷款知识。

从趋势上看，随着消费者家庭月收入的提高，消费者对股票基金投资、债券投资、保险产品、预算规划、退休金计划和金融纠纷解决知识的需求逐步增加，而对银行卡（借记卡和信用卡）、银行自助终端设备和网上银行、手机银行等电子银行服务使用知识的需求逐步减弱。不同家庭月收入的消费者均对住房贷款和银行理财产品具有较大的兴趣。

表 4 不同家庭月收入的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况

项目	单位：%					
	2000 元以下	2000-4999 元	5000-9999 元	10000-19999 元	2 万-5 万元	5 万元以上
银行卡（借记卡和信用卡）	38.6	23.6	15.6	10.9	11.7	13.3
住房贷款	30.5	30.5	27.2	24.6	24.4	20.9

汽车贷款	14.6	15.4	14.4	13.4	11.1	14.2
银行自助终端设备	14.8	8.9	5.8	3.8	4.6	4.0
网上银行、手机银行 等电子银行服务	30.0	24.5	20.5	16.7	14.4	17.2
银行理财产品	25.9	29.2	27.7	22.0	21.9	18.1
股票、基金投资	25.3	37.6	44.1	45.6	45.1	36.0
债券投资	14.3	19.6	24.8	28.0	28.6	27.4
保险产品	14.8	16.5	18.5	22.1	21.4	15.6
预算规划	8.1	17.3	21.6	23.7	23.0	18.4
退休金计划	9.2	12.2	14.6	17.5	17.6	23.3
金融纠纷解决	14.8	21.5	26.4	33.6	35.6	37.4
其他	7.4	3.5	2.3	2.6	3.4	13.7

## 6.不同文化程度的消费者对金融知识的需求差异

当询问文化程度为小学及以下的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是银行卡（借记卡和信用卡）、网上银行、手机银行等电子银行服务、住房贷款、银行自助终端设备和银行理财产品知识。

当询问文化程度为初中的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是网上银行、手机银行等电子银行服务、银行卡（借记卡和信用卡）、住房贷款、银行理财产品和股票基金投资知识。

当询问文化程度为高中或中专或技校的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、网上银行、手机银行等电子银行服务、银行理财产品、住房贷款和银行卡（借记卡和信用卡）知识。

当询问文化程度为大专的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、银行理财产品、住房贷款、金融纠纷解决和债券投资知识。

当询问文化程度为大学本科的消费者认为自己最欠缺



哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、金融纠纷解决、住房贷款、债券投资和预算规划知识。

当询问文化程度为研究生及以上的消费者认为自己最欠缺哪些方面的金融知识时，排在前五位的分别是股票基金投资、金融纠纷解决、住房贷款、债券投资和退休金计划知识。

从趋势上看，随着消费者受教育程度的提高，消费者对股票基金投资、债券投资、预算规划、退休金计划和金融纠纷解决知识的需求逐步增加，而对银行卡（借记卡和信用卡）、银行自助终端设备和网上银行、手机银行等电子银行服务使用知识的需求逐步减弱。不同文化程度的消费者均对住房贷款、保险产品和银行理财产品具有一定的兴趣。

表 5 不同文化程度的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况

单位：%

项目	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
银行卡（借记卡和信用卡）	40.2	32.1	24.7	15.2	11.6	9.6
住房贷款	25.7	29.5	27.3	28.3	28.2	26.5
汽车贷款	14.0	15.2	13.5	14.5	14.7	14.9
银行自助终端设备	21.9	6.8	5.4	5.1	3.4	2.4
网上银行、手机银行等电子银行服务	32.0	32.5	30.3	20.1	12.7	7.7
银行理财产品	20.5	28.7	30.0	28.9	24.1	19.5
股票、基金投资	19.0	27.9	36.0	45.5	48.0	41.8
债券投资	12.4	16.3	19.3	24.8	27.7	25.7
保险产品	15.6	16.3	16.5	17.3	20.3	21.7
预算规划	7.5	10.3	15.3	19.9	26.4	23.4
退休金计划	9.1	9.6	11.1	13.8	17.5	25.0
金融纠纷解决	12.0	16.8	21.6	27.4	30.9	38.0
其他	8.8	4.6	3.4	3.0	2.2	8.9

## 7.消费者了解金融知识的最有效方式

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,排在前五位的分别是“通过金融机构网点发放宣传资料”、“通过互联网”、“通过短信、微信等手机信息”、“通过电视宣传”和“通过与家人、朋友的交谈”,选择上述方式的消费者占比分别为 55.97%、44.50%、38.80%、36.38%和 19.70%。城镇消费者和农村消费者以及东部、中部、西部和东北地区消费者对于了解金融知识的方式的选择趋同,均认为“通过金融机构网点发放宣传资料”、“通过互联网”、“通过短信、微信等手机信息”是了解金融知识最有效的三种方式。

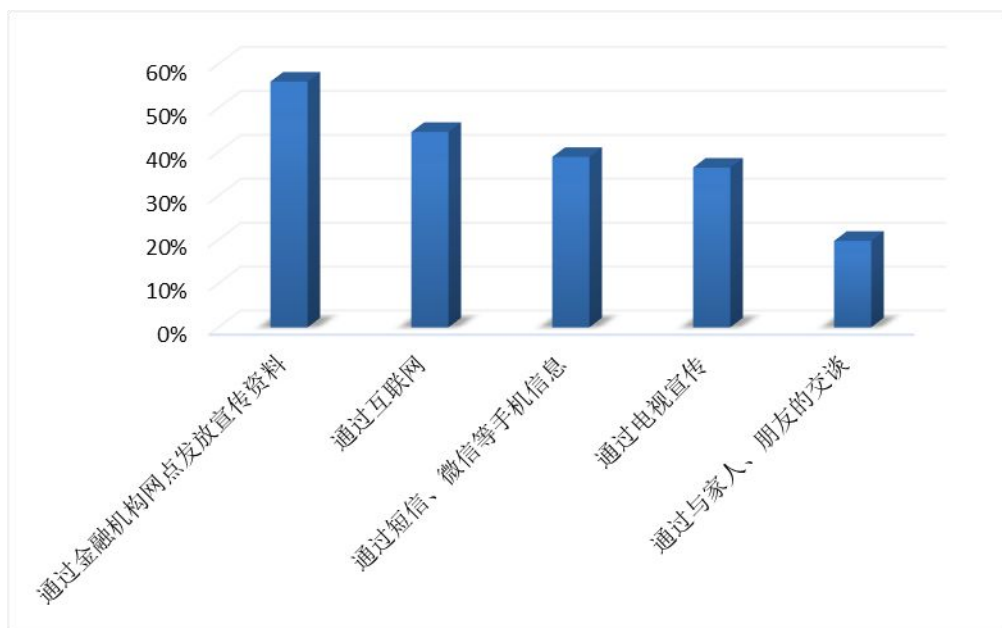


图 29 消费者了解金融知识的最有效方式占比情况

## 三、调查结果定量分析

### (一) 消费者金融素养指数构建

金融素养是根植于消费者内在认知的综合性概念,无法

直接观测，也难以直接衡量。消费者金融素养包含知识、态度、行为和技能等维度，并通过财务规划、储蓄、银行卡管理等日常金融活动外化为具体的行为。因此，可使用行为评估法，通过调查问卷对消费者相关知识、态度、行为和技能的考察来具体衡量金融素养。在剔除个人基本情况、金融教育、金融信息获取等无法反映金融素养的题目后，得到如下评估表。

表 6 金融素养评估表

模块	评估项目	模块	评估项目
金融产品认知与选择	比较金融产品与服务	反假货币	假币处理
	选择金融产品或服务		银行按规定收缴假币
	辨别投资渠道和产品服务		防伪特征
	认识风险和收益		冠字号码查询功能
	理解价格信息	贷款常识	贷款偿付能力
	阅读合同条款		利率调整对贷款影响
	理解权利义务		贷款还款方式
	阅读并理解对账单		贷款本息计算
财务规划	对即时消费的态度	信用管理	信用维护认知
	应对意外支出		个人信用报告
	制定家庭开支计划		信用报告查询
	执行家庭开支计划		不良信用记录
	家庭债务		不良记录保存年限
	孩子上学存钱		信用报告错误处理
储蓄与物价	单利计算	投资理财	投资风险承担
	复利计算		投资风险认识
	通货膨胀认知		分散投资理解
	高通胀的影响		投资收益与风险
	政府赔偿存款损失		收益率计算

模块	评估项目	模块	评估项目
	存款保险偿付限额		政府赔偿基金股票损失
	信用卡借记卡区别		政府赔偿理财产品损失
银行卡管理	信用卡取现利息	保险知识	保险购买额度
	吞卡处理		保险理赔
	全额罚息		退保认知
	密码防偷窥意识		保险投资功能
	取现额度与信用额度		

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>。先对筛选出来的变量进行验证，根据变量之间的相关性水平判断是否适合做因子分析。KMO 和巴特利特检验结果显示，KMO 值是 0.934，接近 1，说明变量间存在很强的相关性，且巴特利特球形度检验的统计量数值较大，显著性趋于零，应拒绝“变量之间的相关系数矩阵为单位阵”这一原假设，因此可以进行因子分析。

表 7 KMO 和巴特利特检验的相关性检验结果

KMO 和巴特利特检验		
KMO 取样适切性量数。		.934
巴特利特球形度检验	近似卡方	261643.848
	自由度	1326
	显著性	.000

在对选取的变量标准化后，提取公共因子，共有 18 个公共因子，对总方差的解释累积达到 61.31%。

<sup>1</sup>余文建等，《消费者金融素养指数模型构建与分析》，《上海金融》2017 年第 4 期。

表 8 公共因子方差结果表

成分	初始特征值			提取载荷平方和			旋转载荷平方和		
	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %	总计	方差百分比	累积 %
1	10.246	19.703	19.703	10.246	19.703	19.703	2.680	5.154	5.154
2	3.144	6.046	25.749	3.144	6.046	25.749	2.595	4.991	10.144
3	2.037	3.916	29.666	2.037	3.916	29.666	2.421	4.656	14.800
4	1.840	3.539	33.204	1.840	3.539	33.204	2.321	4.464	19.264
5	1.399	2.690	35.894	1.399	2.690	35.894	2.210	4.249	23.513
6	1.298	2.496	38.391	1.298	2.496	38.391	2.200	4.230	27.743
7	1.169	2.248	40.638	1.169	2.248	40.638	2.097	4.032	31.776
8	1.132	2.176	42.814	1.132	2.176	42.814	1.876	3.608	35.383
9	1.116	2.145	44.959	1.116	2.145	44.959	1.840	3.538	38.921
10	1.061	2.040	47.000	1.061	2.040	47.000	1.729	3.326	42.247
11	1.035	1.991	48.991	1.035	1.991	48.991	1.599	3.074	45.321
12	1.009	1.941	50.932	1.009	1.941	50.932	1.527	2.936	48.257
13	.979	1.883	52.815	.979	1.883	52.815	1.349	2.594	50.851
14	.928	1.784	54.599	.928	1.784	54.599	1.191	2.291	53.142
15	.901	1.732	56.331	.901	1.732	56.331	1.100	2.116	55.258
16	.883	1.698	58.029	.883	1.698	58.029	1.089	2.094	57.351
17	.868	1.670	59.699	.868	1.670	59.699	1.032	1.985	59.336
18	.837	1.611	61.309	.837	1.611	61.309	1.026	1.973	61.309

接下来，利用因子旋转后的得分系数矩阵来计算各公共因子得分，再以方差贡献率为权重，计算金融素养综合得分  $F$ ，最后通过百分制转换公式，得出最终的金融素养指数  $FL$ 。

$$FL_i = \frac{F_i - \min(F_i)}{\max(F_i) - \min(F_i)} * 100$$

## (二) 消费者金融素养指数分析

### 1. 总体情况

在对全国 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

分为 63.71，标准差为 15.03，中位数为 65.74。

表 9 消费者金融素养指数描述性统计

样本量	平均值	标准差	中位数	极小值	极大值
18600	63.71	15.03	65.74	0	100

消费者金融素养指数近似服从正态分布，符合一般经济现象和社会现象的统计特征。其中，得分在 60-70 分之间的消费者数量最多，占比达 26.70%，其次是 70-80 分区间，占比 25.42%，两者合计占 52.13%。

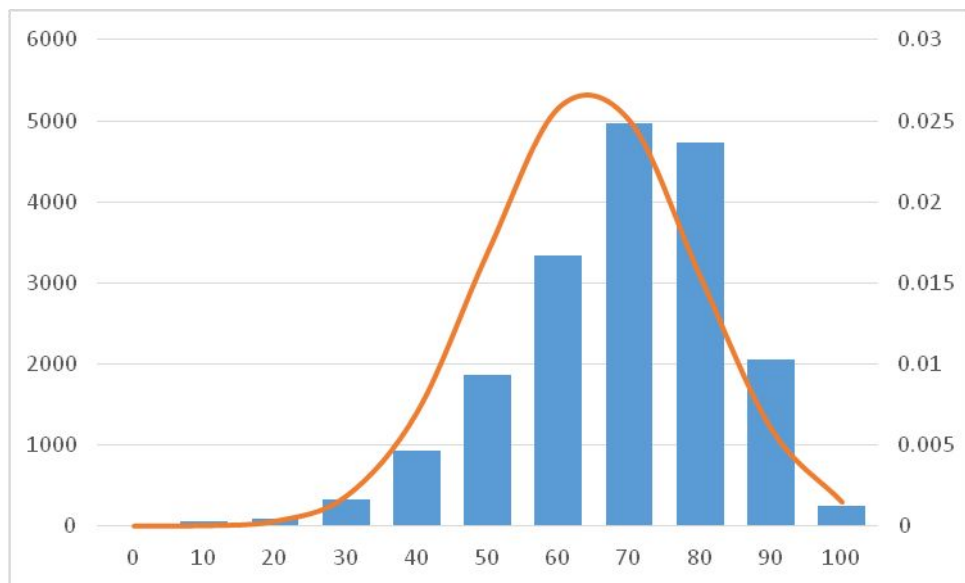


图 30 全国消费者金融素养得分分布图

## 2.地方金融素养指数概况

地方金融素养指数按照东部、中部、西部和东北地区进行划分。

东部和中部地区消费者金融素养指数得分高于全国平均水平，西部和东北地区消费者金融素养指数得分落后于全

国平均水平。其中，东部、中部、西部和东北地区得分分别为 65.07、64.37、62.52 和 62.65。从得分中位数上看，东部、中部、西部和东北地区得分中位数分别为 66.62、66.54、64.68 和 65.37。同时，标准差显示了样本得分的离散程度，通过变异系数（即标准差/指数平均分）可以将公众的金融素养均衡发展状况考虑进来，变异系数越低，说明金融素养发展越均衡。其中，东部、中部、西部和东北地区变异系数分别为 0.22、0.23、0.24 和 0.26。综合金融素养指数得分、中位数、变异系数来看，东部地区消费者金融素养水平较高且发展较为均衡。

表 10 各区域消费者金融素养指数情况

地区	金融素养指数平均分	标准差	中位数	变异系数
东部	65.07	14.32	66.62	0.22
中部	64.37	14.80	66.54	0.23
西部	62.52	15.24	64.68	0.24
东北	62.65	16.45	65.37	0.26
全国	63.71	15.03	65.74	0.24

### （三）消费者金融素养指数多元线性回归分析

为进一步分析消费者年龄、性别、收入、受教育程度等因素对金融素养的影响，本报告基于消费者金融素养得分和问卷中被调查者基本情况数据构建了多元线性回归模型：

$$\begin{aligned}
 FL = & \beta_0 + \beta_1 age_1 + \beta_2 age_2 + \beta_3 age_3 + \beta_4 age_4 + \beta_5 gender + \beta_6 education \\
 & + \beta_7 income + \beta_8 profession_1 + \beta_9 profession_2 + \beta_{10} profession_3 \\
 & + \beta_{11} profession_4 + \beta_{12} profession_5 + \beta_{13} profession_6 + \beta_{14} profession_7 \\
 & + \beta_{15} region_1 + \beta_{16} region_2 + \beta_{17} region_3 + \beta_{18} region_4 + \varepsilon
 \end{aligned}$$

$\beta_0$  为截距变量,  $\beta_i (i=1 \cdots 15)$  表示待估计的回归系数,  $\varepsilon$  为随机扰动项。FL 为因子分析所得的消费者金融素养指数, age、gender、education、income、profession 和 region 分别表示被调查者的年龄、性别、受教育程度、家庭月收入、职业状态和地域情况。

模型中所有的自变量均定性变量。其中, 受教育程度、收入和地域为有序变量, 年龄、性别和职业为分类变量。有序变量可以表示等级的高低, 根据受教育程度的高低、家庭收入的多寡以及地域的偏远程度分别赋值。如根据户口所在地分别赋值 1、2、3、4, 数值越大表示被调查者所处的地域越偏远。而分类变量仅表示变量的性质 (如男、女, 青年、青壮年、中年和老年), 不能直接比较, 因此采用哑变量赋值法。

表 11 自变量赋值

变量分类	自变量		赋值
有序变量	受教育程度 (education)	小学及以下	1
		初中	2
		高中/中专/技校	3
		大专	4
		大学本科	5
		研究生及以上	6
	家庭月收入 (income)	2000 元以下	1
		2000-4999 元	2
		5000-9999 元	3
		10000-19999 元	4
		2 万-5 万	5
		5 万元以上	6
	户口所在地 (region)	本地城镇户口	1
		本地农村户口	2
		非本地城镇户口	3



分类变量		非本地农村户口	4
	年龄 (age)	18-29 岁	$age_{i=1,2,3,4}=0$
		30-39 岁	$age_1=1, age_{i=2,3,4}=0$
		40-49 岁	$age_2=1, age_{i=1,3,4}=0$
		50-59 岁	$age_3=1, age_{i=1,2,4}=0$
		60 岁以上	$age_4=1, age_{i=1,2,3}=0$
	性别 (gender)	男	1
		女	0
	职业状态 (profession)	全日制学生	$pro_1=1$ , 其余自变量为 0
		务农	$pro_2=1$ , 其余自变量为 0
		全职工作	$pro_3=1$ , 其余自变量为 0
		兼职工作	$pro_4=1$ , 其余自变量为 0
		主动放弃工作	$pro_5=1$ , 其余自变量为 0
失业		$pro_6=1$ , 其余自变量为 0	
退休		$pro_7=1$ , 其余自变量为 0	
其他	$pro_{i=1..7}=0$		

本文运用最小二乘法 (OLS) 对前文计量模型进行参数估计, 具体估计结果见表 12。

表 12 消费者金融素养影响因素 OLS 回归结果

模型		未标准化系数		标准化系数	t	显著性
		B	标准误差	Beta		
1	(常量)	-4.197	.196		-21.439	.000
	性别	-.073	.053	-.009	-1.362	.173
	受教育程度	.484	.027	.162	17.612	.000
	收入	.342	.026	.097	12.940	.000
	地域	-.432	.032	-.096	-13.340	.000
	年龄 1	1.142	.150	.127	7.622	.000
	年龄 2	1.645	.145	.193	11.322	.000
	年龄 3	1.911	.144	.210	13.293	.000
	年龄 4	1.484	.138	.131	10.781	.000
	职业 1	.067	.188	.003	.354	.724
	职业 2	-.473	.118	-.042	-4.018	.000
	职业 3	1.184	.102	.149	11.605	.000
	职业 4	.138	.146	.008	.946	.344
	职业 5	.123	.300	.003	.408	.683
	职业 6	-.419	.251	-.012	-1.669	.095

	职业 7	1.483	.154	.101	9.599	.000
--	------	-------	------	------	-------	------

a. 因变量：金融素养指数

表 12 的回归结果显示教育、收入、地域、年龄和职业等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。

消费者的受教育程度是影响金融素养的重要因素。从表中可以看出教育与金融素养在 95% 的概率条件下显著相关，且系数为正，说明受教育程度越高，消费者金融素养水平越高。通常而言，教育水平能够增强消费者对金融领域相关概念的理解能力，帮助消费者正确地使用金融产品和服务。为精准衡量受教育程度与金融素养得分之间的关系，可以将受教育程度转化为受教育年限变量，按上述方法回归后测算可知，金融消费者的受教育年限每提高 10%，金融素养指数得分可以提高 1.67%。小学生毕业后继续上初中直至毕业，则金融素养得分较之前提高 83.5%，初中生升学至高中直至毕业则可以提升 55.7%，是提升速度最快的两个时期。因此，应考虑在初等和中等教育阶段引入金融知识普及教育。

年龄显著地影响了消费者的金融素养水平，随着年龄的增长，消费者的金融素养水平快速提升，然后提升速度开始放缓，但依然保持正相关关系。其中 40-49 岁是消费者金融素养水平提升最快的年龄阶段，表明消费者储蓄随着年龄的增长不断增加，有更充裕的资金投入金融市场，并在金融活

动中不断积累相关知识和技能。

职业 3 和职业 7（“全职工作”和“退休”）与金融素养指数显著正相关，职业 2（“务农”）与金融素养显著负相关。全职工作者与社会接触频繁，且拥有稳定的收入来源，容易产生投资理财的需求，会主动关注和了解金融知识，进而提升了自身金融素养。“务农”群体受其知识面和工作地点的影响，更少接触各种金融产品和服务，从而对金融素养的提升带来了负面影响。

收入与金融素养在 95% 的水平以上显著正相关，说明家庭收入是金融素养的重要影响因素。拥有较高收入使得金融消费者拥有更多可支配资产，有更多的机会参与各种金融活动，对金融风险的偏好更强，认识也更加深刻，不断积累金融技能，促进了金融素养水平的提高。

消费者所属地域与金融素养在 99% 的概率条件下显著相关。表中数据显示城镇居民金融素养要高于农村居民，本地人的金融素养要高于外来人口。与城镇相比，农村地区的金融机构网点分布少，证券、保险等金融产品匮乏，金融覆盖率较低。而且受限于文化、使用习惯和网络联通，新兴的互联网金融尚未在农村大范围普及。而在城镇的外来人口中，很大一部分是农村劳动力迁移形成的，或者从次发达城镇向大城市转移，因而金融素养水平要略低于本地人口。

性别对金融素养水平的作用不明显，表明性别不是影响

金融素养的重要因素。这可能得益于男女平等观念的广泛传播，以及对女性受教育权和就业权的有力保障。随着学历和就业率的提升，女性的收入、储蓄也在不断增加，并在家庭金融中发挥越来越重要的作用。同时也侧面说明了我国不存在对女性的金融排斥现象。

## 四、结论

**（一）消费者金融素养问卷调查是一项应长期实施的基础性、制度性工作。**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。通过长期、定期开展消费者金融素养情况调查，动态掌握消费者金融知识水平和需求，研究和分析金融消费者行为特点的变化。调查结果可以度量以往金融知识普及工作的有效性，是各相关机构做好金融知识普及和金融消费者教育工作的基础依据。因此，应严格按照调查制度长期、高效地开展消费者金融素养问卷调查。

**（二）要将金融知识普及与金融态度、行为和技能提升并重。**金融素养包括了消费者金融知识、态度、行为和技能，良好的金融素养有助于消费者做出适当的金融决策，降低系统性行为偏差，提高金融市场参与度并降低金融风险。调查显示，我国消费者金融素养平均得分为 63.71，得分分布标准差为 15.03，消费者金融素养水平有待提升且发展存在着一定的不均衡。因此，开展金融知识普及活动应注重提升消费者的整体金融素养，改进或提升消费者的知识、态度、行为和技能，从而达到做出明智的金融决策、改善个人和家庭的金融福利的目的。

**（三）重视低净值人群，开展有针对性的金融知识普及工作。**本次调查显示，东部地区消费者金融素养水平高于中部、西部和东北地区，城镇居民金融素养要高于农村居民，消费者收入与金融素养在 95%的水平以上显著正相关，“务农”与金融素养显著负相。因此，要明确金融消费教育的重点区域和群体，重视低净值人群，对在校学生、边远地区贫穷人群、劳务流动人口、妇女、残疾人等金融服务中的弱势群体制定相关倾斜政策，开展有针对性的金融消费者教育专项活动，帮助其提高对金融产品和服务的认知能力及自我保护能力，提升金融消费者素养和诚实守信意识，实现国民金融素养的整体提高。

**（四）推进金融知识纳入国民教育体系实现金融知识普及及抓早抓小。**本次调查显示，受教育程度与金融素养在 95%的水平以上显著正相关，初等和中等教育阶段是金融素养提升最快的阶段。学生时期是金融知识的启蒙阶段，对塑造良好金融态度和培育正确的金融行为、技能具有重要意义。推进金融知识纳入国民教育体系，构筑常态化金融知识普及教育阵地，可以在最大层面上覆盖所有在校儿童和青少年，并让其在学生生涯这一段较长的时间里循序渐进地学习金融知识，培养具有高水平金融素养的未来公民，并且可以达到“教育学生、带动家庭、辐射社会”的良好效果，是国民金融素养整体提升的有效途径。

## 附件 1

### 图表目录

图 1 消费者对金融知识普及教育的态度.....	9
图 2 消费者对在校园普及金融知识的态度.....	10
图 3 消费者对消费和储蓄的态度.....	11
图 4 消费者对信用的态度.....	12
图 5 消费者家庭开支计划的制定情况.....	13
图 6 消费者家庭开支计划的执行情况.....	14
图 7 消费者全额支付相当于三个月收入的意外开支的情况.....	15
图 8 消费者为孩子上学进行储蓄的情况.....	16
图 9 消费者老年开支保障的预期来源.....	17
<b>图 10 消费者选择金融产品或服务时对合同条款的阅读情况.....</b>	<b>18</b>
图 11 消费者对金融产品或服务的对账单的使用.....	19
<b>图 12 消费者对申请贷款时自身偿付能力的考虑.....</b>	<b>20</b>
图 13 消费者对信用卡的还款行为.....	21
图 14 消费者对自动取款机的使用.....	22
图 15 消费者对金融知识的获取情况.....	23
图 16 消费者金融纠纷投诉行为占比统计情况.....	24
图 17 消费者对金融知识水平的主观评价.....	25
图 18 消费者对同类金融产品或服务进行比较的情况.....	34
图 19 消费者辨别合法与非法的投资渠道和产品服务的能力.....	35
图 20 消费者对金融产品或服务的风险和收益的认识情况.....	36
图 21 消费者对金融产品或服务的合同条款中自身权利和义务的理解.....	37
图 22 消费者在银行卡被吞后的处置情况.....	38
图 23 消费者误收假币后的处理方式.....	39
图 24 消费者使用的辨别 2005 版 100 元纸币真伪的防伪特征.....	40
图 25 消费者对冠字号查询功能的理解情况.....	41
图 26 消费者最欠缺的金融知识.....	42
图 27 城镇和农村消费者最欠缺的金融知识.....	43
图 28 东部、中部、西部和东北地区消费者最欠缺的金融知识.....	44
图 29 消费者了解金融知识的最有效方式占比情况.....	50
图 30 全国消费者金融素养得分分布图.....	54
表 1 消费者样本的结构分布情况.....	8
表 2 消费者金融知识平均正确率的分类统计情况.....	26
表 3 不同职业的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况.....	46
表 4 不同家庭月收入的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况.....	47
表 5 不同文化程度的消费者最欠缺的金融知识占比统计情况.....	49
表 6 金融素养评估表.....	51
表 7 KMO 和巴特利特检验的相关性检验结果.....	52
表 8 公共因子方差结果表.....	53

表 9 消费者金融素养指数描述性统计.....	54
表 10 各区域消费者金融素养指数情况.....	55
表 11 自变量赋值.....	56
表 12 消费者金融素养影响因素 OLS 回归结果.....	57



## 附件 2

# 消费者金融素养调查问卷

### 声明：

为了解当前我国消费者金融素养和金融消费者教育领域中存在的薄弱环节，进一步做好金融知识普及和金融消费者教育工作，中国人民银行金融消费者权益保护局特制定此调查问卷，请您如实填写相应资料。我们承诺，本问卷调查仅用于研究目的，接受问卷调查的个人所提供的一切信息仅用于“消费者金融素养调查”项目，我们会严格对您提供的信息进行保密，不会对外泄露您的个人信息。另外，除非事先取得接受问卷调查个人的同意，我们仅使用和适当公布汇总数据，绝不接受问卷调查个人进行个体分析。感谢您的支持与配合！

### 问卷调查组织者：

中国人民银行金融消费者权益保护局

## 第一部分：金融产品认知与选择

1.1 您通过哪些渠道获得金融产品或服务的相关信息？（最多选3项）

- ①金融机构网点发放宣传资料
- ②电视、电台、报刊、杂志
- ③互联网
- ④短信、微信等手机信息
- ⑤社区活动宣传
- ⑥与家人、朋友的交谈
- ⑦邮递的广告和促销信息
- ⑧其他

1.2 当您在选择某项金融产品或服务时，下列哪项描述与您的行为相符？

- ①我对所需的同类金融产品或服务进行了比较
- ②我不知道如何比较
- ③没有足够信息进行比较
- ④没有比较

1.3 您在购买金融产品或服务时，影响您决策最重要的三个因素是什么？

- ①产品特点符合需求
- ②资费合理
- ③办理机构网点位置便利
- ④产品的购买渠道多样、方便
- ⑤购买程序简单快捷
- ⑥所属金融机构的声誉好
- ⑦所属金融机构人员服务水平及综合素质高
- ⑧同一家金融机构可提供其他所需的多种产品或服务

1.4 在您选择金融产品或服务的过程中，下面哪一个描述最为贴切？

- ①主要根据自己的金融知识和所获得的信息独立选择
- ②主要依赖银行员工的推介
- ③主要依赖非银行的销售人员的推介
- ④来自朋友或亲戚的推荐
- ⑤来自所在工作单位的推荐

1.5 在您选择购买金融产品或服务时，您能否正确辨别合法与非法的投资渠道和产品服务？

- ①能 ②不能 ③不知道

1.6 在您选择购买某项金融产品或服务时，您是否对该产品或服务的风险和收益有清晰的认识？

- ①是 ②否 ③不知道

1.7 在您选择购买某项金融产品或服务时，该产品或服务的价格信息是否容易理解？

- ①非常容易理解 ②比较容易理解 ③不太容易理解 ④非常不易理解 ⑤不知道

1.8 在您购买某项金融产品或服务时，您是否阅读合同条款？

- ① 仔细阅读
- ② 简要阅读
- ③ 根本不读

**(若 1.8 题选③，不答 1.9 题)**

1.9 当阅读完相关金融产品或服务的合同条款后，您是否能够理解您的权利和义务？

- ①完全理解 ②大致理解 ③不太理解 ④完全不理解

1.10 当您收到相关金融产品的对账单时，以下哪项描述符合您的情况？

- ① 仔细阅读，并能清晰理解
- ② 仔细阅读，但难以理解
- ③ 简要阅读
- ④ 根本不读
- ⑤ 从未收到过对账单

## 第二部分：财务规划

2.1 今天有钱今天花完，明天的事情明天再说，对待这一观点您的态度是？

- ①完全同意 ②比较同意 ③不太同意 ④完全不同意 ⑤不确定

2.2 如果下个月您有一笔约等于您三个月收入的意外支出，您是否能全额支付这笔费用？

- ①完全可以 ②或许可以 ③可能拿不出 ④肯定拿不出

2.3 您或您的家庭成员是否做家庭开支计划？

- ①一直都有 ②经常有 ③有时有 ④从不

**（若 2.3 题选④，不答 2.4 题）**

2.4 您或您的家庭成员是否执行既有家庭开支计划？

- ①严格执行 ②偶尔执行 ③有时执行 ④从不执行

2.5 您觉得以下哪一个描述跟您家的债务情况最相符合？

- ①目前我（我家）没有债务
- ②目前的债务已经达到我（我家）的极限，我（我家）不能承受更多的债务
- ③目前的债务已经超出我（我家）能够承受的极限
- ④如果有实际需求，我（我家）能承受更多债务

2.6 您是否为孩子上学存钱？

①有或曾有 ②目前没有，但计划这样做 ③目前没有，且不计划这样做 ④没有孩子

2.7 您预期如何保障您在老年时的开支？（最多选3项）

- ①依靠家人、孩子的经济支持
- ②依靠继承遗产
- ③依靠退休金
- ④依靠自己的存款、资产或生意收入
- ⑤依靠养老保险
- ⑥依靠继续工作所得收入
- ⑦尚未考虑
- ⑧其他

### 第三部分：储蓄与物价

3.1 假如您将储蓄账户里的 1000 元钱存为一年期定期存款，年利率为 2%，那么 1 年之后您的账户中有多少钱？

①1000 元 ②1020 元 ③1040 元 ④不知道

3.2 （接 3.1 题）假定年利率 2% 不变，约定到期后本息自动转存，那么 5 年之后您的账户中有多少钱？（假定期间没有取出该笔存款）

①大于 1100 元 ②正好 1100 元 ③少于 1100 元 ④不知道

3.3 假设您储蓄账户的年利率为 1%，当年通货膨胀率为 3%，一年之后，您认为您储蓄账户里的资金（）？

①能购买到更多的东西 ②购买力不变 ③只能买到更少的东西 ④不知道

3.4 您认为持续几年的高通胀对下列哪一组人的影响最大？（本题为单选题）

- ①有孩子有工作的年轻夫妇 ②没孩子有工作的年轻夫妇 ③有储蓄且仍在工作的老年人  
④依靠固定退休工资生活的老年人 ⑤不知道

3.5 如果您把钱存入了当地的一家小银行，而那家银行由于经营不善倒闭了，您认为政府是否应该赔偿您的损失？

- ①应该 ②不应该 ③不知道

3.6 您是否知道《存款保险条例》规定，存款保险实行限额偿付，最高偿付限额为多少？

- ①20 万元人民币 ②50 万元人民币 ③不知道

#### 第四部分：银行卡管理

4.1 您知道信用卡和借记卡的区别吗？

- ①知道 ②不知道

4.2 用信用卡透支提取现金会被收取利息吗？

- ①会 ②不会 ③不知道

4.3 信用卡取现额度与信用额度有区别么？

- ①有 ②没有 ③不知道

4.4 您一般采用怎样的信用卡还款方式？（本题为单选题）

- ①全额还款 ②分期还款 ③以最低还款额进行还款 ④有多少钱还多少钱 ⑤没有信用卡  
⑥有信用卡但不清楚

4.5 您了解银行有关全额罚息的相关规定吗？

①非常清楚 ②大致知道 ③不知道

4.6 您在使用银行自动取款机（ATM）输入密码时，是否有意识地用手或身体遮挡，防止他人看见您输入的密码？

①有意识 ②没有意识 ③没有使用过自动取款机

4.7 如果您的银行卡被自动取款机（ATM）吞掉了，您会怎么做？

①立即到最近机具管理银行的柜台寻求帮助

②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

③不知道怎么办

④其他

## 第五部分：反假货币

5.1 您认为误收假币后应如何处理？

①交银行或者公安机关 ②自行留存 ③撕毁

5.2 您是否了解银行收缴假币应符合的相关规定？

①非常清楚 ②大致知道 ③不知道

5.3 您最经常使用的辨别 2005 版 100 元纸币真伪的防伪特征是？（本题为单选题）

①水印 ②光变油墨面额数字 ③安全线 ④凹印图文和手感线 ⑤隐形面额数字 ⑥不知道

5.4 您是否了解冠字号码查询功能的作用？

①非常清楚 ②大致知道 ③不知道

## 第六部分：贷款常识

6.1 在申请贷款前，您是否认真考虑了自己的偿付能力？

①是 ②否 ③没有申请过贷款

6.2 如果预期未来利率上调，应选择固定利率贷款，而不是浮动利率贷款，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不知道

6.3 如果你打算进行按揭贷款，同时希望整个还款期内每月支付相同金额，你会选择哪种还款方式？

①等额本息还款 ②等额本金还款 ③不知道

6.4 若您向银行申请 100 万个人住房贷款，20 年贷款的月供会高于 30 年贷款的月供，但是 20 年贷款的总利息支出要少于 30 年贷款，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不知道

## 第七部分：信用管理

7.1 信用是一辈子的记录，不应过度扩张信用，应谨慎维护，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不知道

7.2 您知道个人信用报告吗？

①知道 ②不知道

7.3 您知道向哪一机构查询个人信用报告吗？

①人民银行征信管理部门 ②公安局 ③商业银行 ④居委会 ⑤不知道



7.4 您在银行 A 的不良信用记录会对您在银行 B 申请贷款产生负面影响，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不知道

7.5 个人信用报告上的不良记录保存年限是？

①5 年 ②无限期 ③不知道

7.6 如果个人信用报告有错误的话，您是否知道可以提出异议申请？

①知道 ②不知道

## 第八部分：投资理财

8.1 您是否愿意承担金融投资可能产生的风险？

①非常愿意 ②比较愿意 ③基本愿意 ④不太愿意 ⑤不愿意

8.2 您认为下列哪种投资的风险最大？（本题为单选题）

①银行存款 ②理财产品 ③股票基金 ④债券 ⑤房地产 ⑥人寿保险 ⑦期货 ⑧不清楚

8.3 请问您对分散投资的理解？

①可以降低投资风险 ②越分散越好 ③听过这一说法，但不了解 ④没听过

8.4 一般情况下，回报较高的投资，风险也比较大？

①同意 ②不同意 ③两者没有关联性 ④不知道

8.5 某理财产品期限是 9 个月，累计收益率为 9%，那么它的年化收益率是多少？

①9% ②12% ③6% ④不知道

8.6 如果您投资股票或基金遭遇了亏损，您认为政府是否应该赔偿您的损失？

①应该 ②不应该 ③不知道

8.7 如果您购买银行理财产品遭遇了亏损，您认为政府是否应该赔偿您的损失？

①应该 ②不应该 ③不知道

## 第九部分：保险知识

9.1 买保险可以降低风险，所以购买额度越高越好，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不清楚

9.2 将同一财产向多家保险公司投保，当财产发生损失时可以获得更多的赔偿，您是否同意？

①同意 ②不同意 ③不清楚

9.3 刚买的保险可以无条件退保吗？

①从投保人收到保单之日起 10 日内可以退保 ②不可以 ③不知道

9.4 某些保险产品具有保险与投资的双重功能，这些产品一定“保本”吗？

①一定 ②不一定 ③不知道

## 第十部分：金融教育

10.1 请对您的金融知识水平作出整体评价？

①非常好 ②比较好 ③一般 ④不太好 ⑤一点也不好

10.2 您认为金融教育重要吗？

①非常重要 ②比较重要 ③一般 ④不太重要 ⑤一点也不重要

10.3 您认为在学校里进行金融教育非常有价值吗？

①是 ②否 ③不知道

10.4 您认为自己最欠缺哪些方面的金融知识？（**最多选3项**）

①银行卡（借记卡和信用卡） ②住房贷款 ③汽车贷款 ④银行自助终端设备（ATM机等）的使用 ⑤网上银行、手机银行等电子银行服务 ⑥银行理财产品 ⑦股票、基金投资 ⑧债券投资 ⑨保险产品 ⑩预算规划 11 退休金计划 12 金融纠纷解决 13 其他

10.5 如果您有机会学习更多的金融知识，您对以下哪个方面最感兴趣？（**最多选3项**）

①银行卡（借记卡和信用卡） ②住房贷款 ③汽车贷款 ④银行自助终端设备（ATM机等）的使用 ⑤网上银行、手机银行等电子银行服务 ⑥ 银行理财产品 ⑦ 股票、基金投资 ⑧债券投资 ⑨保险产品 ⑩ 预算规划 11 退休金计划 12 金融纠纷解决 13 其他

10.6 您认为哪种方式最能有效地帮助您了解所需要的金融知识？（**最多选3项**）

①通过金融机构网点发放宣传资料 ②通过电视宣传 ③通过报刊、杂志宣传 ④邮递的广告和促销信息 ⑤通过互联网 ⑥通过短信、微信等手机信息 ⑦通过社区活动宣传 ⑧通过与家人、朋友的交谈 ⑨通过学校课程 ⑩不清楚 11 其他

10.7 当您有金融知识方面的疑惑时，您将会采取何种行动？（**最多选2项**）

①上网找资料 ②求助家人朋友 ③求助个人财务顾问 ④向相关金融机构的员工咨询 ⑤向政府金融监管部门咨询 ⑥置之不理 ⑦不知如何寻求帮助

10.8 如果您购买金融产品或服务时发生了纠纷，您会采取何种行动？（**最多选3项**）

- ①向提供该商品或服务的金融机构进行投诉 ②向当地人民银行进行投诉 ③向当地银监局、证监局、保监局进行投诉 ④向当地工商部门进行投诉 ⑤利用“12315”消费者投诉热线进行投诉 ⑥不知如何投诉 ⑦向家人朋友求助

## 第十一部分：账户使用及贷款状况

11.1 您在银行或其他存款类金融机构拥有活跃账户（包括银行卡、存折等）的个数是？

（说明：活跃账户是指最近6个月内发生过交易的账户，交易包括但不限于存现、取现、消费、转账等本外币交易。）

- ①三个或三个以上 ②一个或两个 ③没有 ④不记得

11.2 目前，您拥有的未偿还贷款的笔数是？ \_\_\_\_\_笔

（说明：未偿还贷款是指从商业银行、信用合作社、村镇银行、小额贷款公司或其他金融机构获得但还没有还清的贷款，包括未到期的贷款，以及已到期但由于种种原因还没有偿还或仅部分偿还的贷款，但不包括信用卡透支。按符合条件的实际笔数填写。）

11.3 在过去一年中，您（包括您与亲朋好友一起）是否在银行或其他金融机构获得过贷款？

（说明：贷款包括未偿还的和已偿还的，但不包括信用卡透支。）

- ①三次或三次以上 ②一次或两次 ③没有借过款

## 第十二部分：基本情况

12.1 您的年龄：

- ①18-29 ②30-39 ③40-49 ④50-59 ⑤60及以上

12.2 您的性别：

- ①男 ②女

12.3 您的婚姻状况：

①未婚 ②已婚 ③离异 ④丧偶

12.4 您的教育程度：

①小学及以下 ②初中 ③高中/中专/技校 ④大专 ⑤大学本科 ⑥研究生及以上

12.5 目前您的家庭月收入约为：

①2000元以下 ②2000-4999元 ③5000-9999元 ④10000-19999元 ⑤2万-5万元 ⑥5  
万元以上

12.6 您目前的职业状态：

①全日制学生 ②务农 ③全职工作 ④兼职工作 ⑤主动放弃工作 ⑥失业 ⑦退休 ⑧其他

12.7 您的户口所在地：

①本地城镇户口 ②本地农村户口 ③非本地城镇户口 ④非本地农村户口