

2016中国渐富人群研究报告

网易有钱 | TNS中国

联合出品



© TNS 2016



目录

1

渐富人群的提出

2

渐富人群的消费行为与观念

- 理想与现实：冲突中踽踽前行
- 观念与行动：实践中走向成熟

3

渐富人群的理财行为与观念

- “渐富式”的理财特征：稳定、便捷、小额
- “渐富式”的理财困局：习惯匮乏、知识匮乏、渠道匮乏、方案匮乏
- “渐富式”的互联网理财特征

4

渐富人群的生活行为与观念

- 压力就是动力！
- 生活的信念永不消逝！

1

渐富人群的提出



一说到财富管理，我们联想到的是.....



高净值人群



富裕人群

大众富裕人群



中产阶级

“中产阶级” 在中国遭遇 “窘境”

■ “中产阶级” 的定义是否符合当下国情？

当代中国正处于社会变革的时期，阶层本身的成型、发展和没落以及阶层间的流动仍在频繁进行，收入、财富等有价值社会资源的相对占有量难以全面界定和辨识出真正“中产阶级”

■ 中国基础阶层比重更大，其更能代表国人生活状态。根据高盛集团发布的数据，主导中国消费者市场的“中产阶级”，在劳动人口中的比重非常小——在收入水平足以缴纳所得税的劳动者中亦**不足2%**

■ 事实上，在所谓的“中产阶级”之外，中国还有庞大数量的“**基础阶层**”，尤其是**那些小康、或已经超越小康**的人群

■ 据此，我们提出 **“渐富人群”**

概念，代指绝大部分“正在拥有更多可支配社会资源，但离财富自由还有很大一段距离”的人群，并认为其可以更合理地概括相当一部分国人的生活状态。这部分人群更值得我们的关注！

“渐富人群” 的定义

结合专业文献和调研数据，最终将“年龄为23岁-35岁，个人年收入5万以上，经济、政治、教育等方面资源和技能仍在提升的群体，定义为“渐富人群”



2

渐富人群的消费行为与观念



渐富人群的消费行为与观念概览

消费现状

- 基础生活花费占比高
- 娱乐消费注重性价比
- 消费决策理性、成熟，关注评价和口碑
- 支付方式快速进入无现金时代
- 有透支行为，但规划先行

消费观念

- 渴望消费升级，希望在旅游、投资、健康、培训等方面提升消费
- 随收入增长追求更高层次文化消费
- 品牌意识增强，注重个性表达

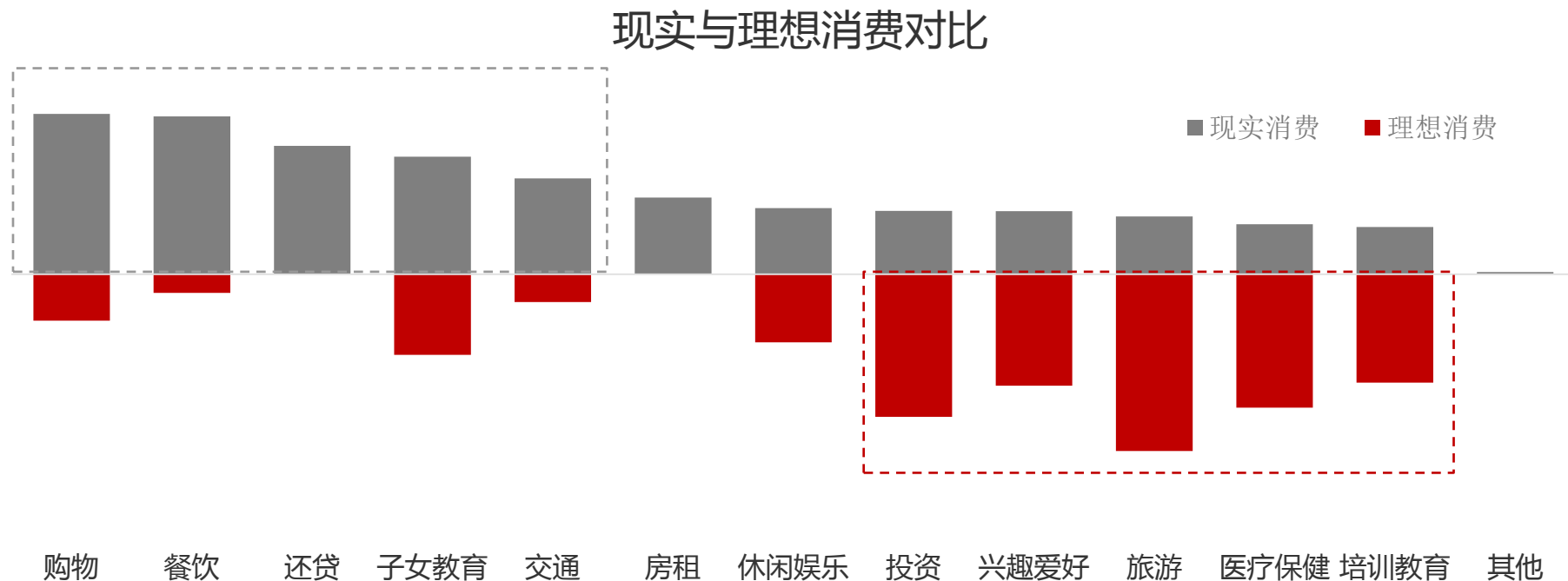
2.1

理想与现实：冲突中踽踽前行



消费有压力，但强烈渴望消费升级

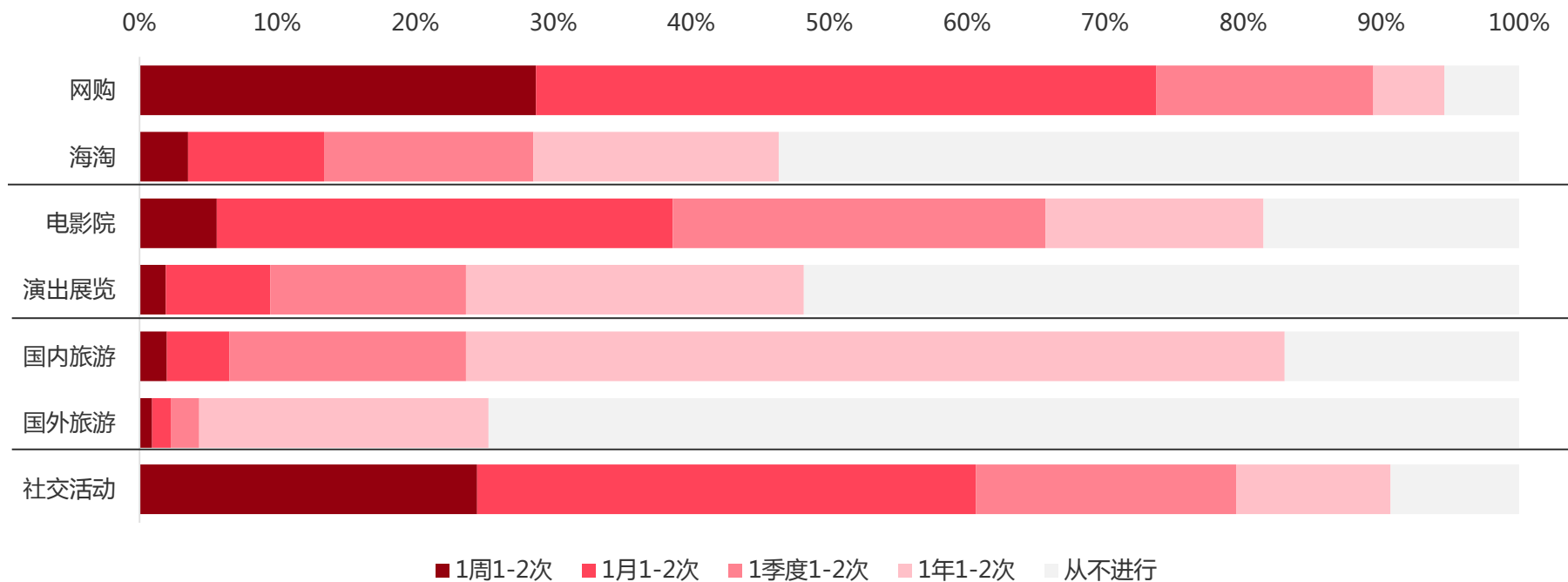
- 现实消费主要集中在购物、餐饮、还贷等基础的必须支出领域
- 理想消费则更愿意在旅游、投资、保健、培训教育等提升生活品味以及自我发展、自我犒赏的产品和服务商加大开支，体现出极强的消费升级意愿



娱乐消费频次高，但文化旅游和海淘类消费仍然较少

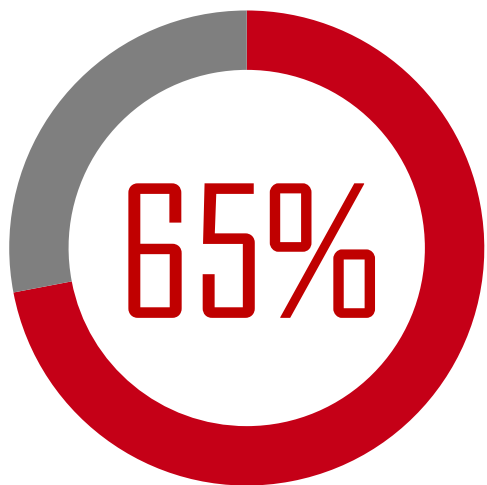
- 娱乐消费频次较高：61%的群体每月至少有一次社交活动，74%的人至少每月有一次网购经历；39%的人每月至少一次看电影；83%的人每年至少有一次国内旅游
- 但该类人群在同类型更高品质的娱乐消费如海淘、演出展览、海外游等方面的频次还相对较低，可见目前总体消费能力还是偏低

一些消费活动的消费频次情况



乐于“透支”，但规划先行

- 65%的群体已经习惯信用卡刷卡、网上信用产品透支等正常的“信用”行为
- 但其提前消费的态度依然谨慎、理性，71%的用户表示还款有规划，仅有21%的受访者感受到还款压力



会使用信用卡、网上信用产品
“透支”消费

每个月还款有规划 71%



每个月还款有压力 21%



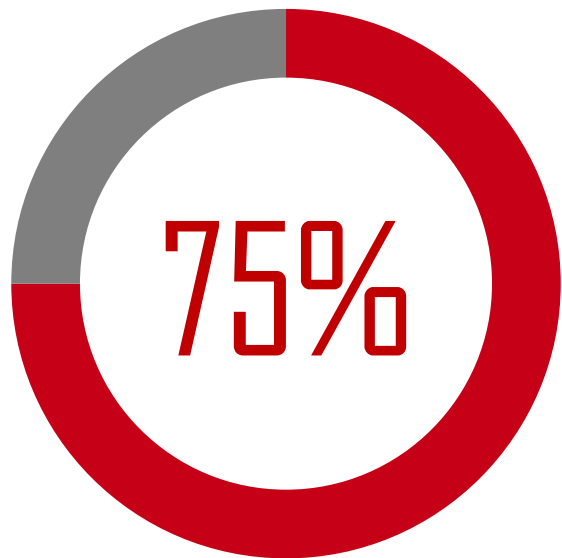
2.2

观念与行动：实践中走向成熟

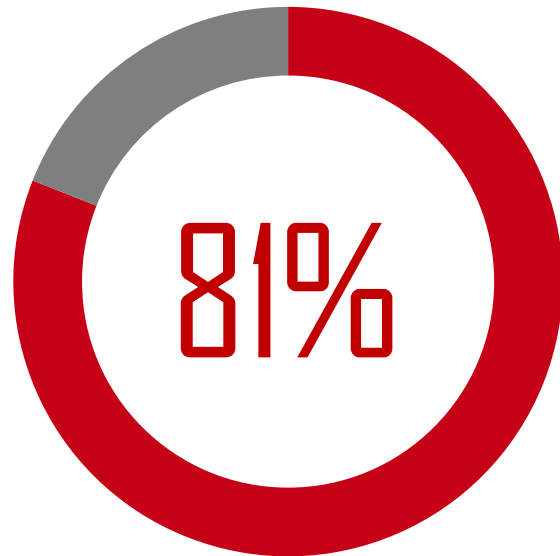


拒绝盲目，消费决策展现更高成熟度

- 不盲目追求低价，81%的群体愿意为更高的品质付费
- 有着成熟的决策方式，受广告影响在逐渐减弱，更加注重口碑及真实的评价



在购买商品时会先查看网上的评价
或参考亲友的推荐

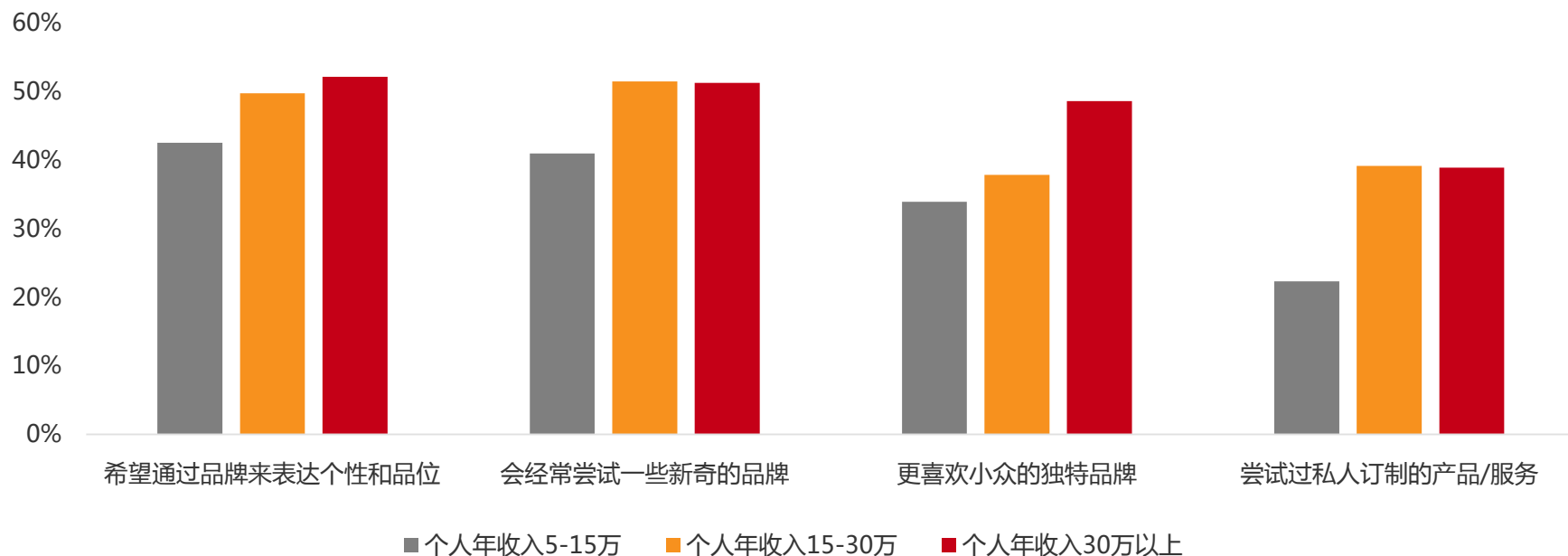


愿意为质量更好的商品、服务体验
而支付更多费用

个性表达，品牌意识深入人心

- 随着收入增加，对于品牌的认知不断地深入，也提出了更多的要求，其趋势有可能放弃传统成熟品牌，而转向小众、设计师风格或寻求私人定制化的商品或服务

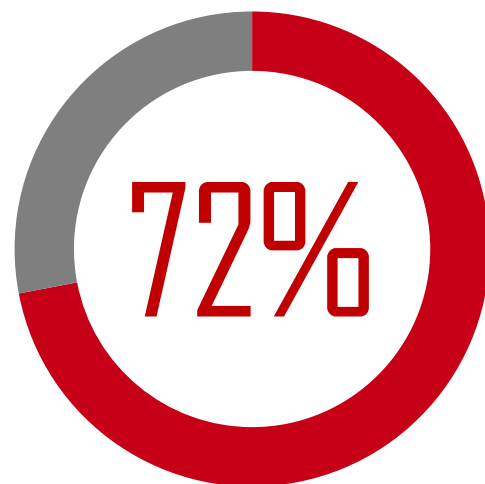
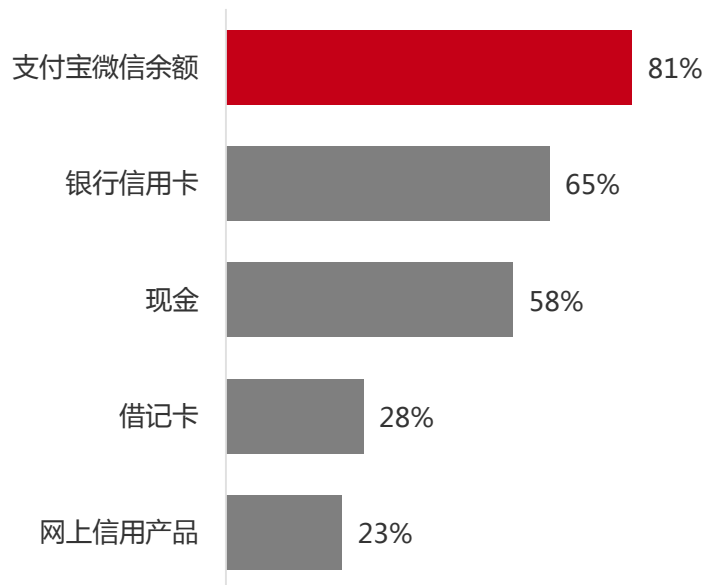
不同收入群体对品牌的认知



快速颠覆，转身进入“无现金时代”

- 网上支付成为最主要支付方式：支付宝、微信支付占比高达81%，即便在41-45岁群体中，该支付方式也以73%的比重高居第一
- 人们对支付观念也快速进入到无现金时代，有72%的人认为没有现金也可以照常生活

日常主要的支付方式



认为未来没有现金也可以照常生活

3

渐富人群的理财行为与观念



渐富人群的理财行为与观念速览

理财现状

- 财务分散，**管理能力弱**
- 理财**金额较小**，但随收入不断提升
- 理财方式**储蓄思维重**
- 理财知识**不专业**，获知途径匮乏
- 对理财现状**多不满**

理财意识

- 记账有需求，希望简单且管理
- 投资理财**意识强**，渴望**个性化指导**
- 理财目标较保守，注重安全、**稳定的收益**
- 互联网理财受年轻、小额理财群体青睐
- 欢迎**线上咨询顾问服务**

3.1

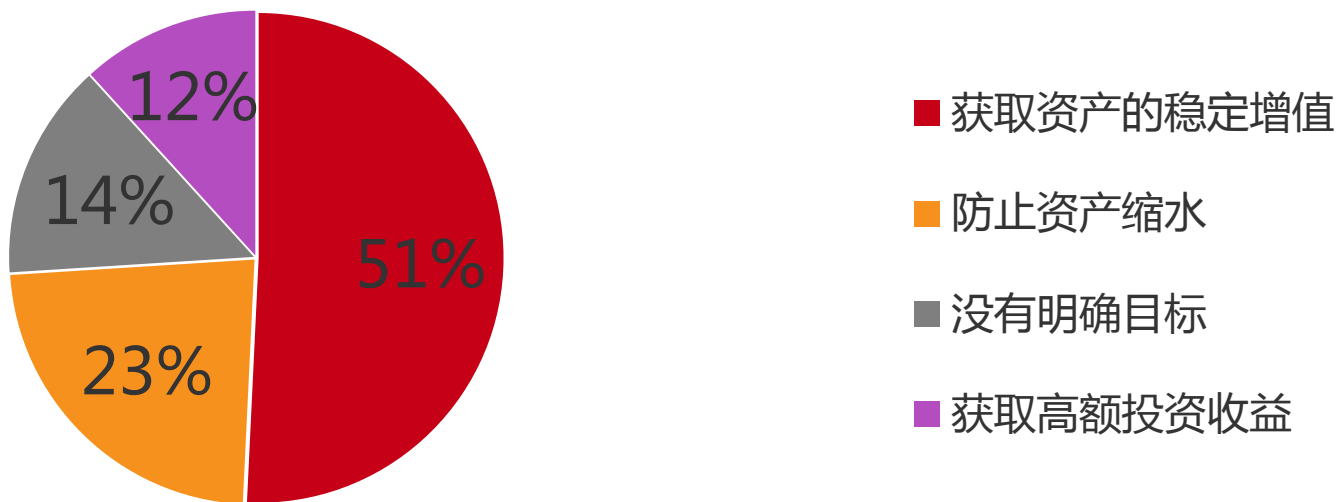
“渐富式” 的理财特征：稳定、便捷、小额



“渐富式” 的理财目标：稳！稳！稳！

- 稳定、安全是理财的主要目标，51%的群体希望获取资产的稳定增值，也有23%表示是为了防止资产缩水

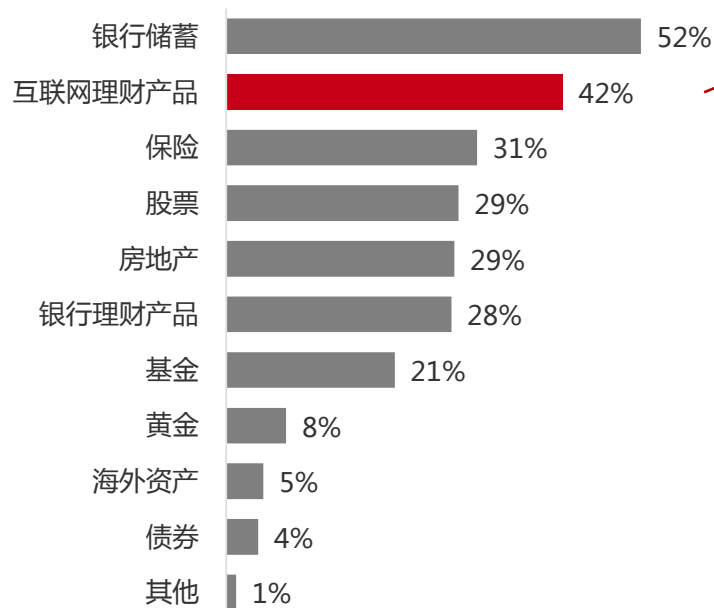
理财的主要目标



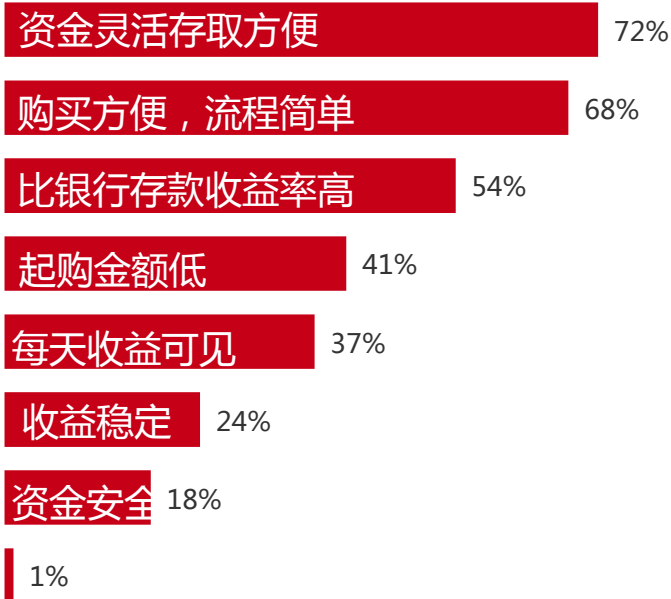
“渐富式”的理财方式：高效便捷当头，互联网理财受追捧

- 随着线上支付的普及，互联网理财产品也逐渐成为重要的理财方式，普及率仅次于银行储蓄
- 纵观选择理由，存取方便、流程简单、起购资金低等原因也贴合了渐富人群注重效率、在财富积累阶段的理财心态

目前拥有的理财产品

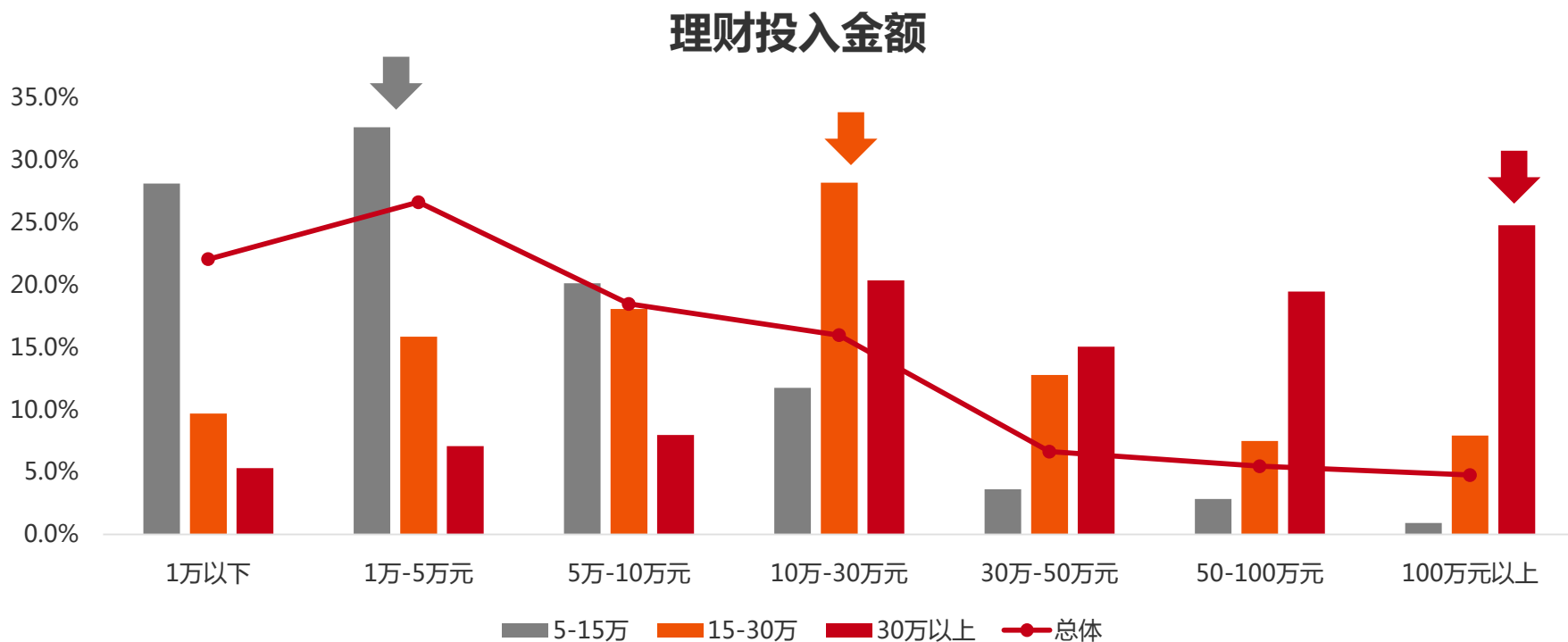


选择互联网理财产品的原因



“渐富式”的理财规模：小额起步，随收入增加快速提升

- 目前渐富人群主要理财金额主要集中在5万以下，但随着收入的增长，理财金额也有明显的增长，年收入15-30万群体的理财金额集中在10-30万，而年收入30万以上的群体理财金额在100万以上



3.2

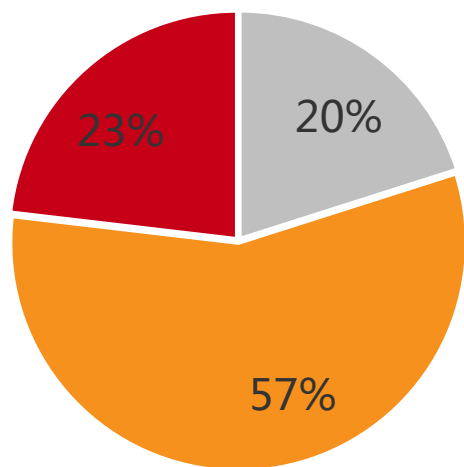
“渐富式”的理财困局：习惯匮乏、
知识匮乏、渠道匮乏、方案匮乏



“渐富式”的习惯匮乏：记账需求高，但坚持难度大

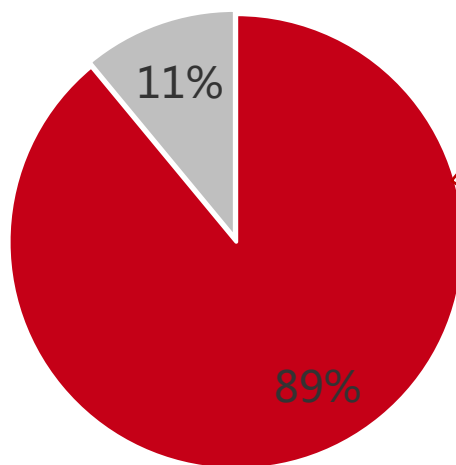
- 有89%的群体有记账需求，尤其在一些生活大事件如房屋装修、出差、宴请、旅行等情况下需要管理自己的财务
- 但现实只有23%的群体目前还在坚持记账，大部分群体都因为目前的支付方式比较分散，也没有合适的记账工具而选择放弃

记账实际情况



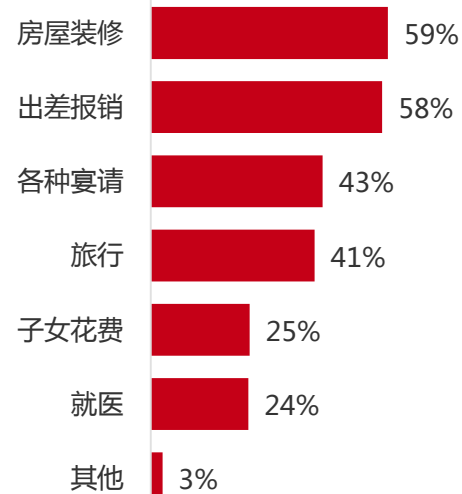
- 从来没有
- 曾经尝试过，放弃了
- 一直有

记账需求



- 需要
- 不需要

需要记账服务的生活场景



“渐富式” 的知识匮乏：“小白当道，无知横行”

- 只有约3%的群体认为自己理财知识相当专业，其他群体均表示需要专业指导

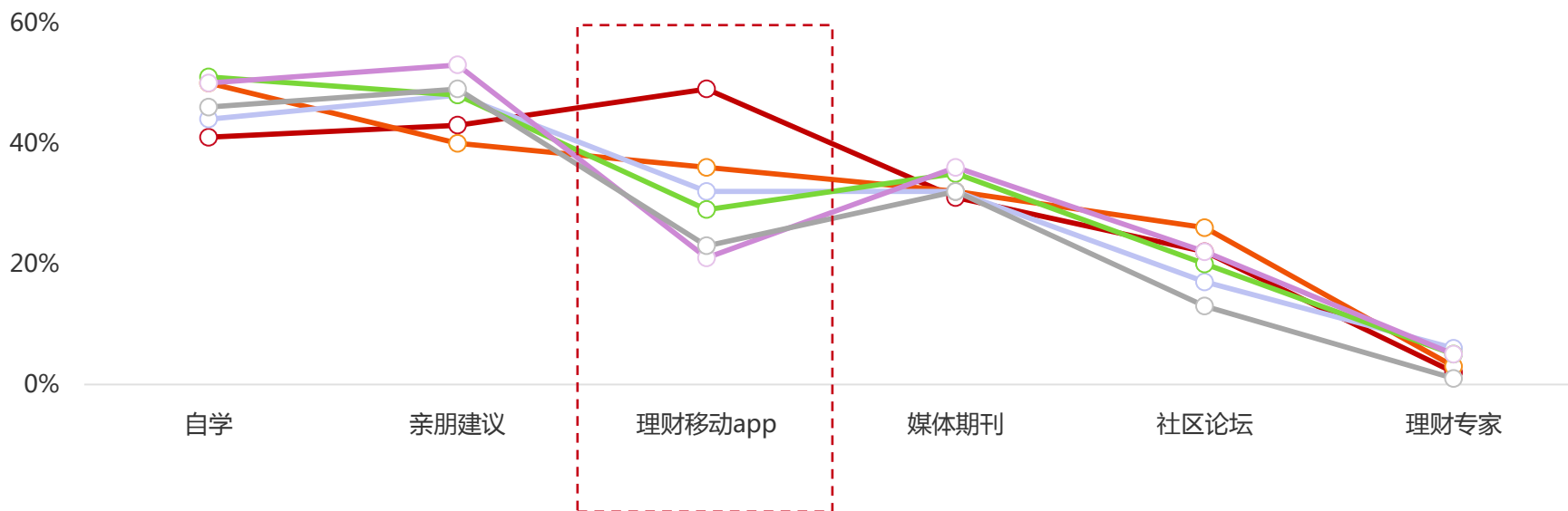
理财知识认知能力



“渐富式”的渠道匮乏：“道听途说”之下，APP或可破局

- 目前大部分群体的理财知识获取主要还是依靠自学和亲朋建议，渠道较匮乏
- 年轻群体（23-26岁）明显更加依赖于理财类APP，或能带动将来理财渠道获知的变革

不同年龄群体的理财建议获取方式



“渐富式”的方案匮乏：意识强，但苦于没有合适的咨询服务

- 投资意识强烈，78%的群体都认为投资理财很重要，但对比现有的理财方案，仅有28%的群体表示满意，可见这群人的理财需求并没有被真正满足
- 这部分群体对于线上支付、线上理财产品等的熟悉也导致其更偏好于得到线上的投资顾问咨询服务，相较传统的投资顾问，成本低，大数据分析给出建议对其吸引力更强

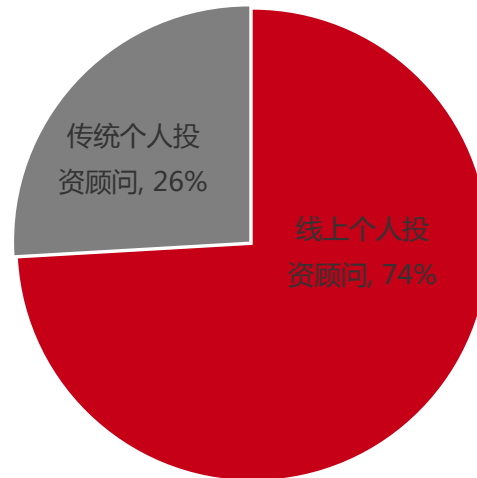
投资理财很重要 78%



对现有理财方案满意 28%



希望得到个性化的建议 66%



74%更偏好线上投资顾问服务

3.3

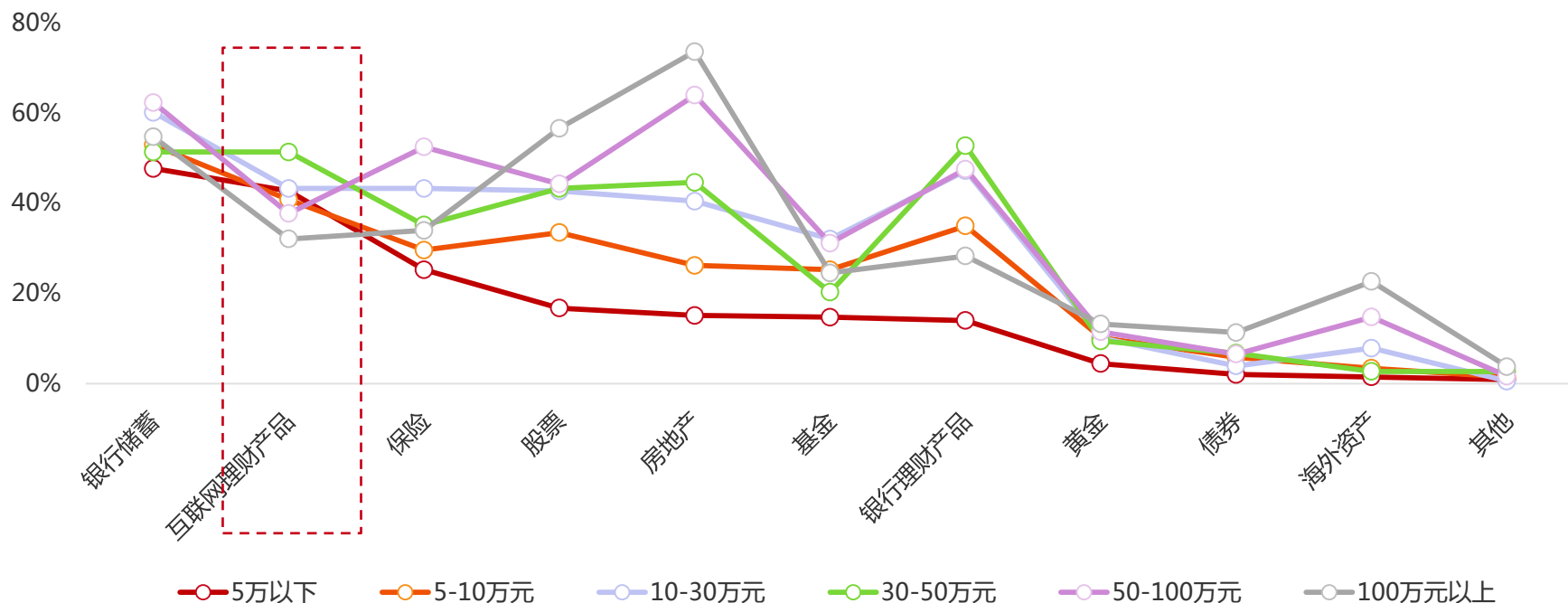
“渐富式”的互联网理财特征



互联网成为小额理财的首选渠道

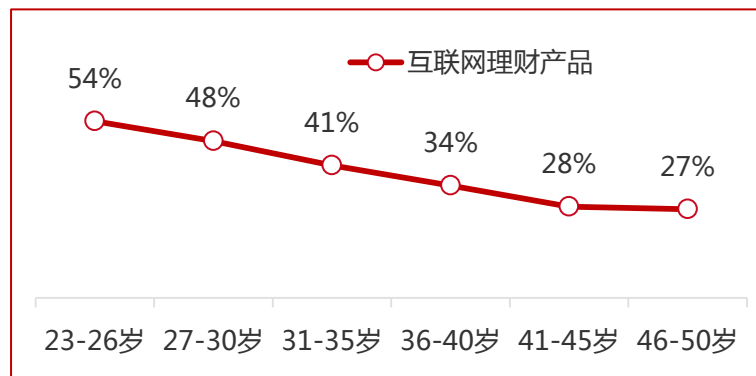
- 在理财金额10万以下的群体中，互联网理财是继银行储蓄之后最主要的理财方式，尤其是5万以下的群体，互联网理财明显高于其他理财方式
- 理财金额在10-50万的群体的主要理财方式是银行理财产品、互联网理财产品
- 理财金额在50万以上的群体在房地产、海外资产配置等方面有明显提高

不同理财金额下的主要理财方式

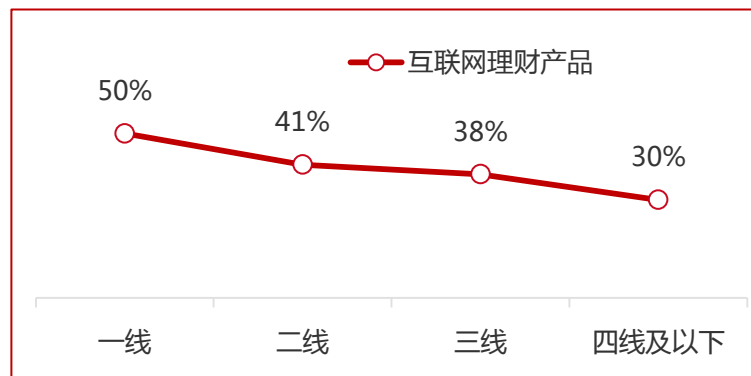


年轻群体（23-30岁）、高学历（本科以上）、生活在一线城市、普通白领是互联网理财产品的最主要用户

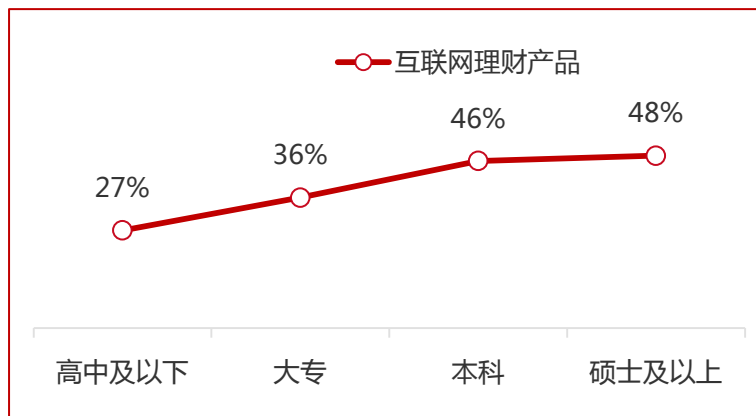
年龄



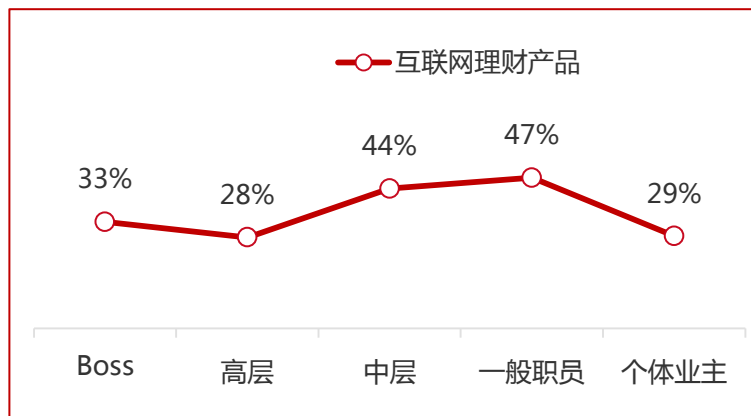
城市级别



学历



职级



4

渐富人群的生活行为与观念



渐富人群的个人生活与观念速览

生活现状

- **工作奋斗期**：加班情况多，业余不忘充电培训
- **关心时事**，放眼国家及全球发展；
- 随收入和学历提升，**个人影响力不断提升**
- **承受买房压力**
- 不断**“开源”**，工资之外积极拓展其他收入来源

观念态度

- 注重个人**提升和发展**
- 对职业发展**充满信心**
- 婚姻观念更加**开放和宽容**

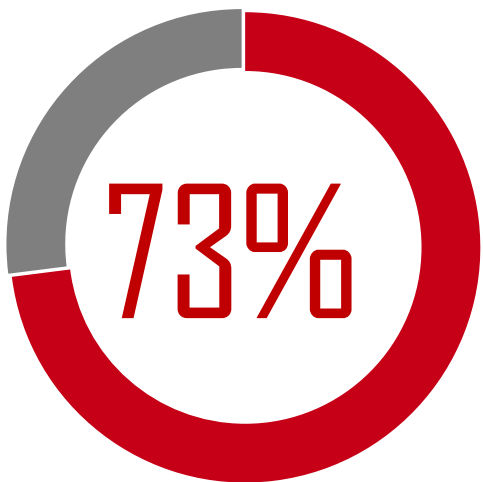
4.1

压力就是动力！

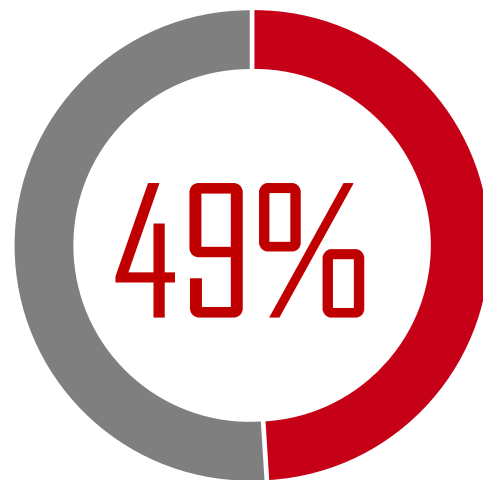


个人奋斗和生活压力并行

- 大部分群体存在加班行为，其中一周加班4天以上的占到了45%
- 有近一半的群体忍受着买房的压力，尤其是一线城市的80、90后群体，承受买房压力的比重更高



有加班行为

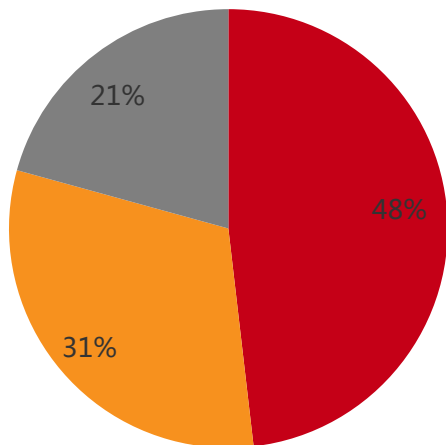


买房是现在生活中最大的压力

职业发展和个人成长两手抓

- 工作和个人生活更加融合，追求个人素质和职业素养的共同提升

工作之余参加培训情况



- 有
- 没有，在考虑中
- 没有，暂不考虑

希望不断提升工作技能 82%



希望发展其他技能 80%



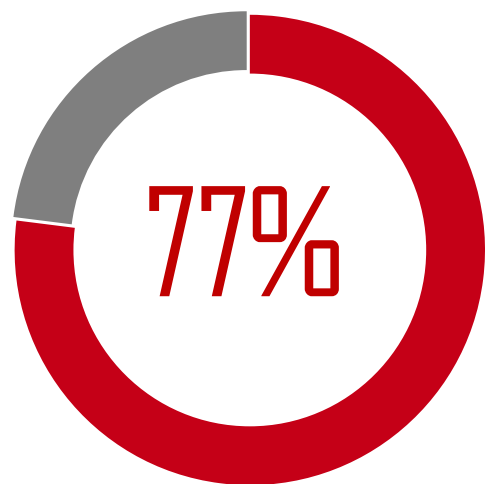
4.2

生活的信念永不消逝！



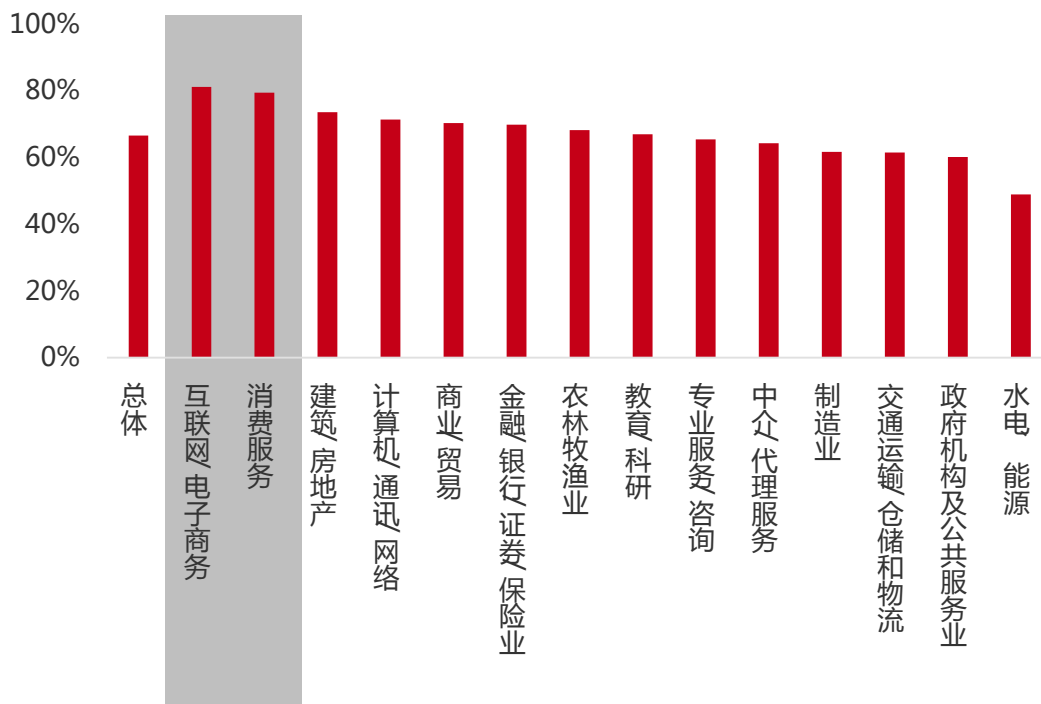
对自己职业发展有信心

- 77%的群体都相信自己的工作发展会越来越好
- 67%的群体看好自己所在行业的发展前景，其中互联网、消费服务等行业信心度最高



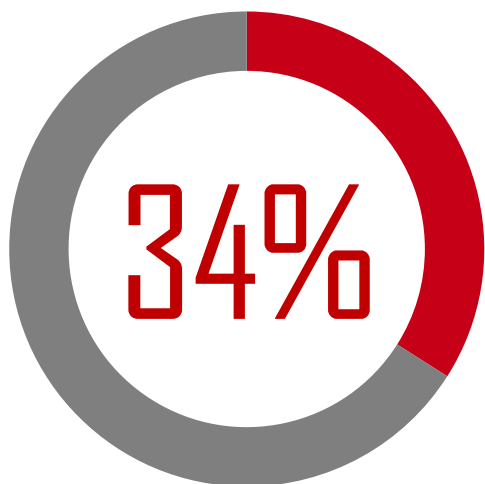
相信自己的工作发展会越来越好

对自己所在的行业前景的信心度



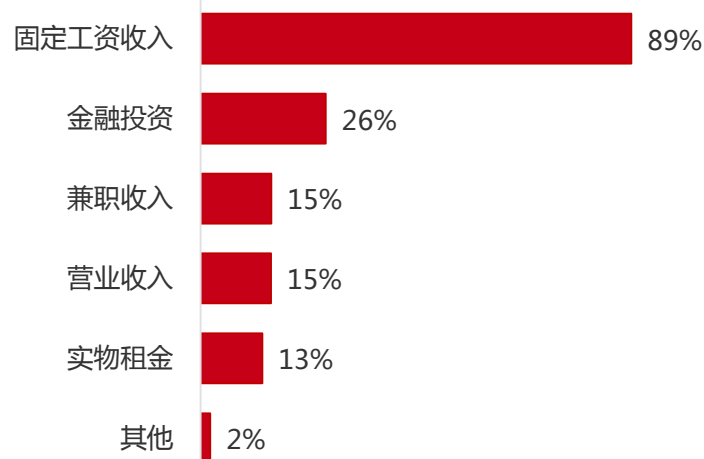
收入不再等于工资

- 创收渠道也逐渐多样，34%的群体有2种及以上收入来源
- 除了固定工资收入，金融投资、兼职、租金等其他收入也开始逐渐增多



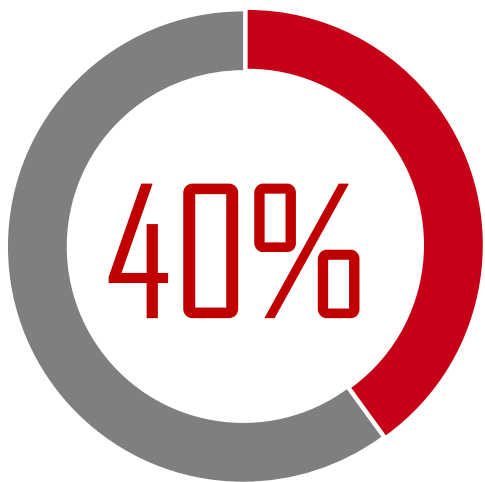
有2种及以上的收入来源

个人收入主要来源

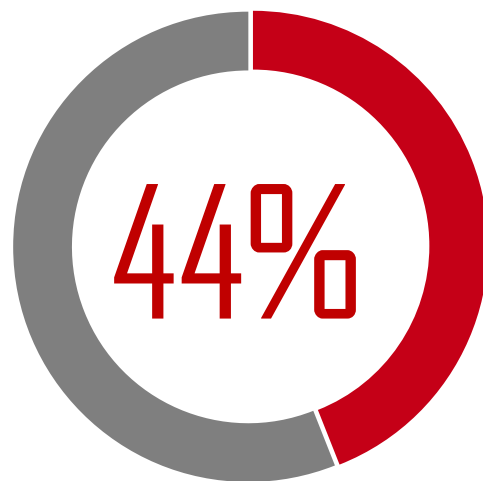


拥抱更加开放宽容的婚姻与家庭生活

- 在单身群体中有约40%的群体表示一生不一定要结婚生子
- 而各年龄段群体中能够接受裸婚的比例也都在40%以上，体现了更加宽容、开放的婚姻态度



40%的单身群体能够接受不婚



能够接受裸婚
(不买房、不买车、不举行婚礼)

谢谢！

