

中国8090后互联网理财白皮书

盈盈理财&盈纳金融科技研究院&艾瑞

2018年





80后步入而立之年，逐渐成为上有老下有小的“夹心层”。部分80后同时承担着孝顺父母与培育子女这两副重担，财富规划在一定程度上调节了他们的经济压力，让他们能够更为精明地平衡资金支出。90后追求事业之余不忘生活，资金管理让他们拥有经济实力为自己的兴趣爱好买单。大部分8090后懂得理性消费，懂得控制支出，他们借助消费杠杆，边透支边理财。大体而言，8090后已具备一定的财富管理意识，懂得通过合理规划资金的使用来寻求财务自由，在追求品质生活的道路上有条不紊。



8090后理财用户通过合理的财务规划努力实现品质生活。对他们而言，配置最为广泛且配置金额最高的产品即是互联网理财产品。产品的收益率对8090后互联网理财用户影响作用大，每天上班前，已有39.2%的8090后理财用户查询过理财收益，并且乐于分享投资回报满意的喜悦时刻。地域而言，浙江、北京、上海和湖北等地的8090后具有更高的理财比例。



以盈盈理财为例，作为浙江省第一批国家高新技术企业以及浙江省互联网金融联合会理事单位、杭州市互联网金融协会执行会长单位，它更为贴合8090后用户。数据显示，盈盈理财的用户群体中，8090后共计占比59.43%，用户平均投资期限在0-3个月的占比约为71.0%，符合8090后理财群体喜欢更加灵活短期投资的意愿。

8090后——精明的自我规划者

1

品质生活背后——中国8090后理财现状

2

中国8090后的互联网理财平台选择情况

3

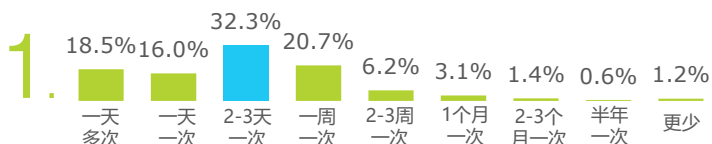
80后承“上”启“下”

孝心反哺，育儿有术，爱的供养

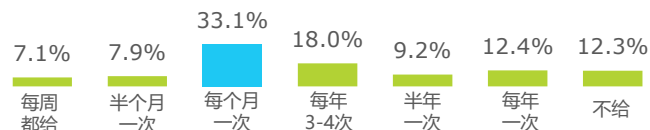
随2018年的到来，大部分步入而立之年的80后逐渐成为上有老下有小的“夹心层”。他们默默地托举着孝顺父母与培育子女这两副重担，用精打细算铲平生活的窘迫，尽己所能关怀父母、给子女开创未来。调研显示，对于长辈，32.3%的80后每隔2至3天问候父母，33.1%的80后每月“上贡”一次，占比最高的“上贡”金额为1000至3000元；对于后辈，59%的80后育有1孩，43.3%的80后父母在孩子3至5岁的时候开启了对子女的投资，学习、特长、娱乐及择校样样不落，希望孩子既快乐又进步，既专精又多才。



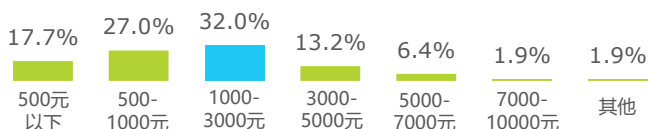
2018年中国80后与父母沟通的频率情况



2. 2018年中国80后孝敬父母金钱的周期情况



3. 2018年中国80后孝敬父母金钱的金额情况



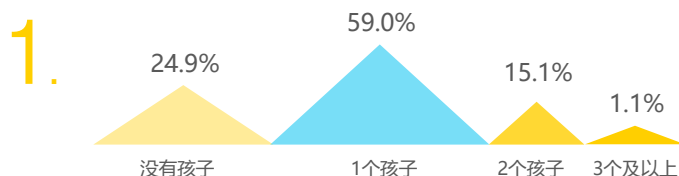
“我希望能给父母带来更好的生活”

“没时间陪伴他们，希望用这种方式弥补亏欠”

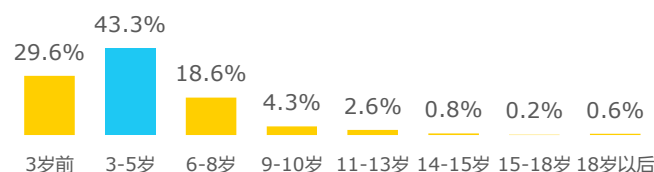
“用这种方式告诉他们我生活得很好，不让他们担心”



2018年中国80后子女数量



2. 2018中国80后对子女进行投资的最早时间



3. 2018年中国80后对子女各方面投资情况

65.4%的80后家长选择对孩子进行学习投资

64.4%的80后家长选择对孩子进行特长投资

57.7%的80后家长选择对孩子进行娱乐投资

52.0%的80后家长选择对孩子进行学校投资

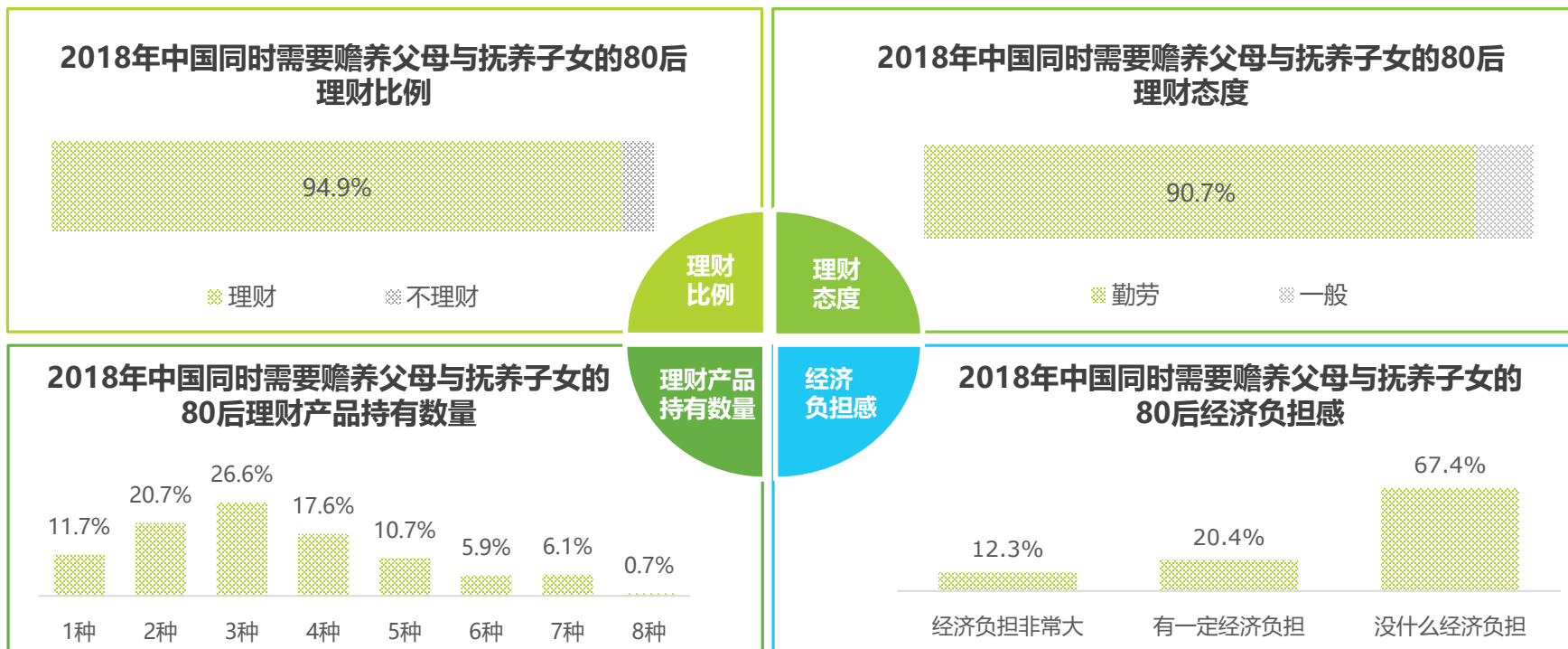
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

80后面对家庭责任不秃不秃有要诀

80后赡老抚幼离不开财富规划

“上有老下有小”逐渐成为一部分80后的家庭状态。调研显示，在这些需要同时赡养父母和抚养子女的80后当中，94.9%的人拥有理财习惯；90.7%的人持勤劳的理财态度，会主动挑选理财方式和理财产品并进行比较，尽可能地寻求收益最大化；他们持有的理财产品数量主要集中在2-4种，具有一定的财富配置意识；有67.4%的人对同时赡养父母和抚养子女感到没什么经济负担。来自长辈与后辈两方面的责任加重了这一群80后的经济压力，而财富规划让他们能够更为精明地平衡资金支出。

2018年中国同时需要赡养父母与抚养子女的80后理财情况



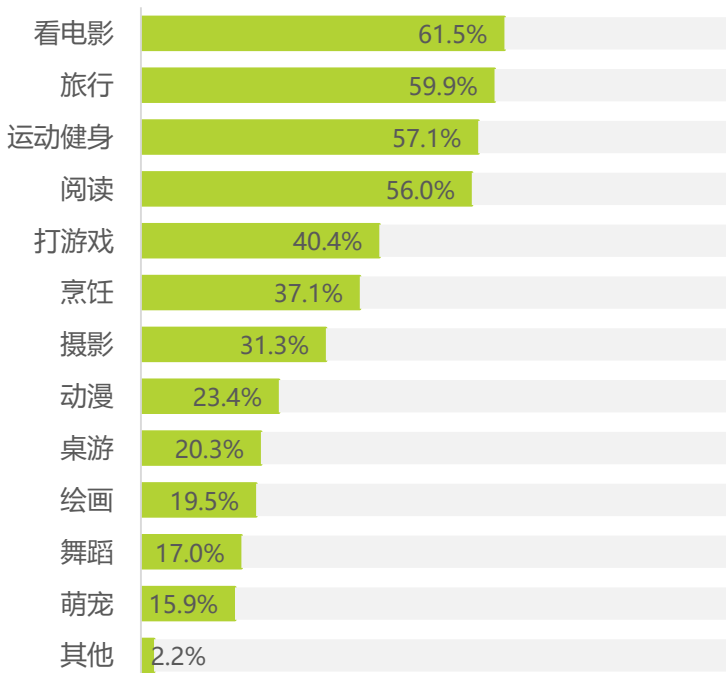
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

90后自带刹车，抽空好好生活

要事业更要生活，工作爱好两不误

2018年，最后一批90后正式步入成年阶段，90后已经集体告别少年时代，肩负着责任与梦想开启了对生活的经营。90后工作之外的生活斑斓多彩，调研中89.7%的90后认为人生不只工作，更有兴趣和生活。90后的爱好多元且广泛，电影、旅行、健身、阅读、游戏、烹饪、摄影、动漫、桌游等等他们通通涉猎，平均每人拥有4个兴趣爱好；尽管面临工作的繁忙与辛苦，大部分90后能够很好地进行时间管理，平均每周拿出8.7小时来培养爱好，获取幸福感。

2018年中国90后兴趣爱好分布情况



平均每个90后拥有 **4** 个兴趣爱好

每周花在兴趣爱好上的时间平均 **8.7** 小时

时间冲突 终会有，两者平衡有妙招：

工作



“ 提高**工作效率**，避免**无谓加班**，为爱好创造时间 ”

“

工作之余利用**碎片化时间**培养自己的爱好

”



注：“最后一批90后”指出生于1999年。

来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

当爱好不再奢侈

财富规划让90后拥有经济实力为爱好买单

除了兴趣和时间两要素，爱好的培养仍与金钱密切相关。数据显示，90后在爱好方面月均支出1343.7元。90后中约有3/4认为兴趣爱好不会给自己造成经济负担，这主要得益于日常财富规划，合理的资金分配与利用为爱好落地提供了资金基础；而对于认为兴趣爱好会给自身造成经济压力的90后来说，平时花钱大手大脚、缺乏经济规划是其自省后的主要原因。

2018年中国90后对爱好支出的经济负担感

90后月均爱好支出：**1343.7** 元

(不会) **75.3%**



24.7% (会)

Q: 在兴趣爱好上的投入是否会给您造成经济负担？

61.7%	平常我会对财富进行合理规划	花钱大手大脚，缺少对金钱的规划	53.5%
26.6%	我的兴趣爱好不需要太花钱	兴趣爱好太烧钱	32.2%
11.7%	工资可以覆盖兴趣爱好的支出	收入少，可用于兴趣爱好上的钱也相应较少	14.4%

2018年中国90后健身、阅读和旅行情况



90后健身爱好者平均每周健身 **4.8** 次

跑步 骑行 游泳 器械训练 俯卧撑 瑜伽 健身舞 平板支撑 滑冰

- ✓ 强身健体
- ✓ 美化体型
- ✓ 释放压力
- ✓ 磨炼毅力



90后阅读爱好者 **半数以上** 保持 **每天阅读**



每次平均阅读 **1.7** 小时

小说 理财 职场 文学 历史 生活 心理 传记 政治 艺术

- ✓ 知识
- ✓ 思想
- ✓ 修养
- ✓ 审美
- ✓ 情趣



“世界那么大，我想去看看”

90后平均每年旅游 **1.2** 次

东南亚、日韩和西欧受欢迎

- ✓ 探索星辰大海
- ✓ 结识有趣的灵魂

注：阅读包括纸书阅读、PC阅读和手机阅读。

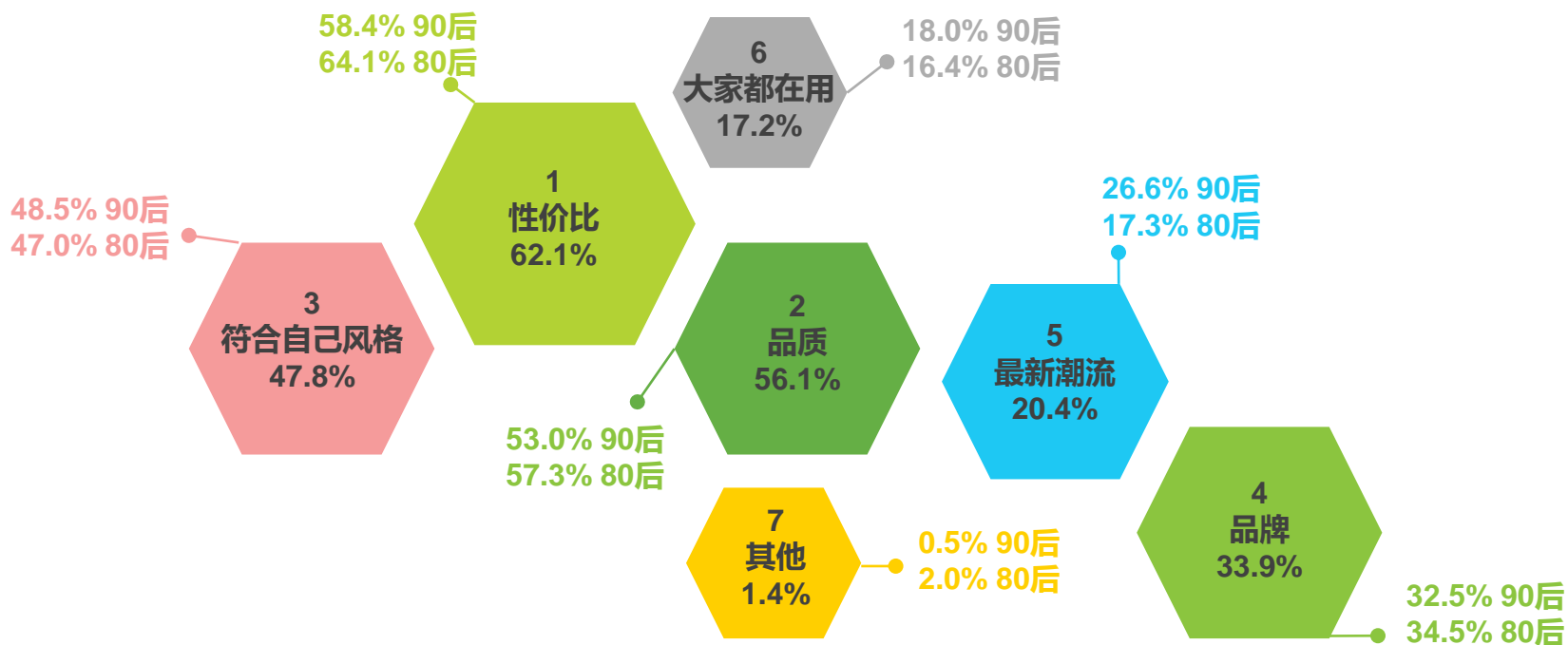
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

看重性价比，消费更理性

90后侧重风格契合和潮流捕捉，80后侧重品质与品牌

生活将8090塑造成聪明的消费者，调研结果显示，性价比是62.1%的8090后在消费时最看重的因素，他们善于在价格与性能之间做出取舍与平衡，只选适合的，不选最贵的，消费日趋理性。位居性价比之后的是“品质”与“符合自己风格”，分别占比56.1%和47.8%，亦是8090后消费时的重要考虑因素。此外，相较于80后，90后更加关注物品与自身风格的契合度，以及物品时下的流行度；相较于90后，80后更加关注品质与品牌。

2018年中国8090后消费时的关注因素



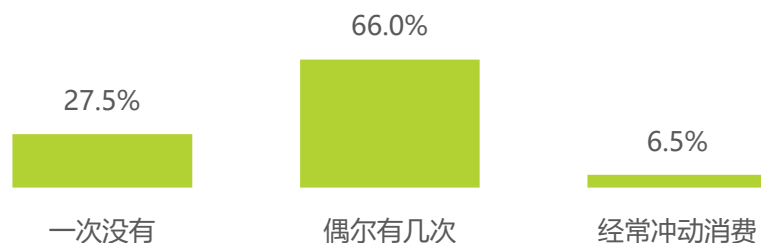
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

剁手难避免，学会控制最关键

收入管理有助于消费节奏的把控

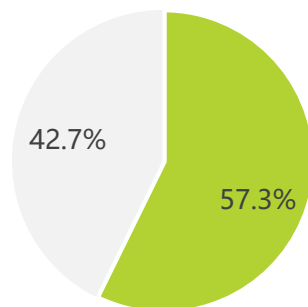
调研结果显示，72.5%的8090后有冲动消费的经历；与此同时，57.3%的8090后会对自己每月的支出金额设定上限，这个上限区间主要集中在月收入的10-40%，其中有九成8090后能够把冲动消费产生的支出控制在自己设定的上限内。对每月支出金额设定上限本质上反映的是收入管理意识，对支出金额的考量与控制在一定程度上有助于消费节奏的把控，有效避免“月光”、入不敷出的现象，从而保证生活品质。

2018年中国8090后冲动消费情况

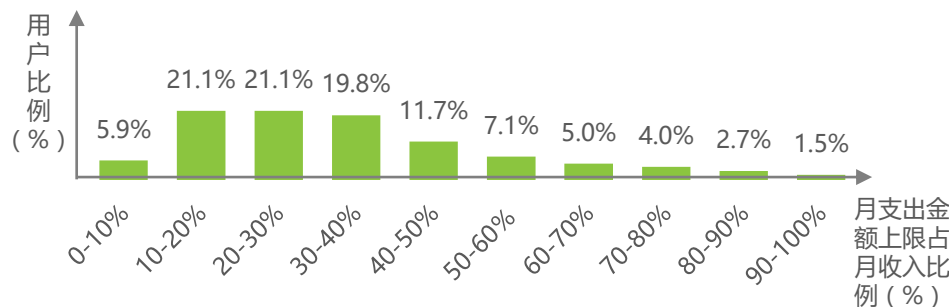


2018年中国8090后支出金额设定情况

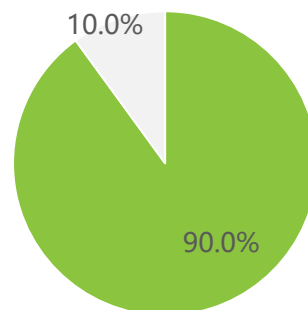
- 会对自己每月的支出金额设定上限
- 不会对自己每月的支出金额设定上限



2018年中国8090后支出金额设限的比例



2018年中国8090后冲动消费控制情况



- 每月冲动消费能控制在支出金额上限内
- 每月冲动消费不能控制在支出金额上限内

来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

利用消费杠杆边透支边理财

负债代表对金钱的理解和规划

近年来随金融市场的高速发展以及市场教育补位，人们的信用消费意识爆发。支付产品的多元发展为8090后提供了更为丰富的支付手段，消费信贷产品逐渐成为8090后消费时青睐的付款方式之一。提前消费和资金透支不再仅仅是消费观的折射，其背后更代表着对金钱的理解和规划。撬动消费的杠杆，8090后在追求品质生活的同时，将积蓄用于财富管理以实现资金的稳定增值。

2018年中国8090后付款方式



2018年中国8090后付款与理财习惯

Q: 您是否使用信用卡、花呗或其他借贷方式用于日常消费，同时将自己的钱拿去理财？

74.3% **会** **不会** 25.7%

“花呗、信用卡有免息期，在免息期拿自己的钱理财，既不耽误消费，又能实现资金增值。（73.2%）”

“消费时金额太大，手头没这么多钱，只能选择信用卡或者花呗这些信用产品来支付。（14.6%）”

“习惯使然。（11.5%）”

来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

当幸福来敲门

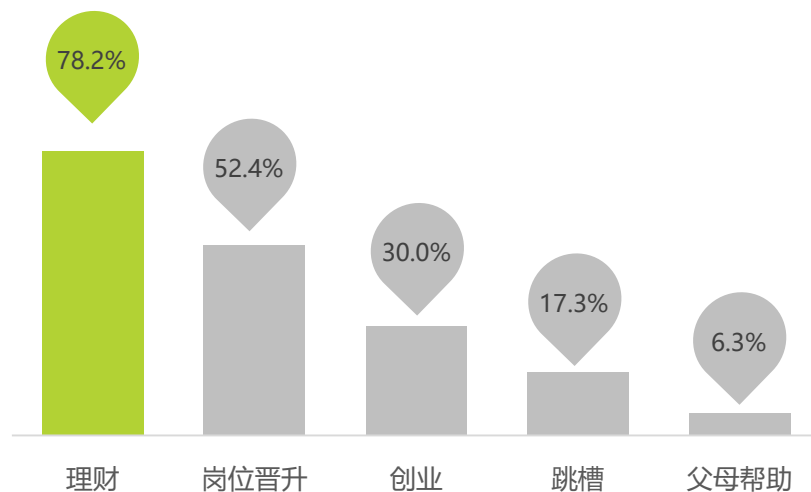
理财是营造持续财富幸福感的正确打开方式

幸福感由财富状况、健康状况、家庭状况、心理状况、社会地位、交际能力等方面组成，其中财富状况是个人幸福感重要的影响因素之一。调研显示，8090后自我认知下的财富幸福感高于其他年龄群体，其财富增长主要借助于理财。理财方式及理财效果影响着财富幸福感，明智的投资方法有利于实现资产稳定增值、增强财富安全感、缓解生活焦虑，合理规划资金的使用能够在不断积累中实现品质生活。

2018年中国8090后与其他年龄群体
自我认知的财富幸福感水平



2018年中国8090后财富增长主要来源



注：财富幸福感5分代表非常幸福/非常满意，0分代表不幸福/极差。
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

8090后——精明的自我规划者

1

品质生活背后——中国8090后理财现状

2

中国8090后的互联网理财平台选择情况

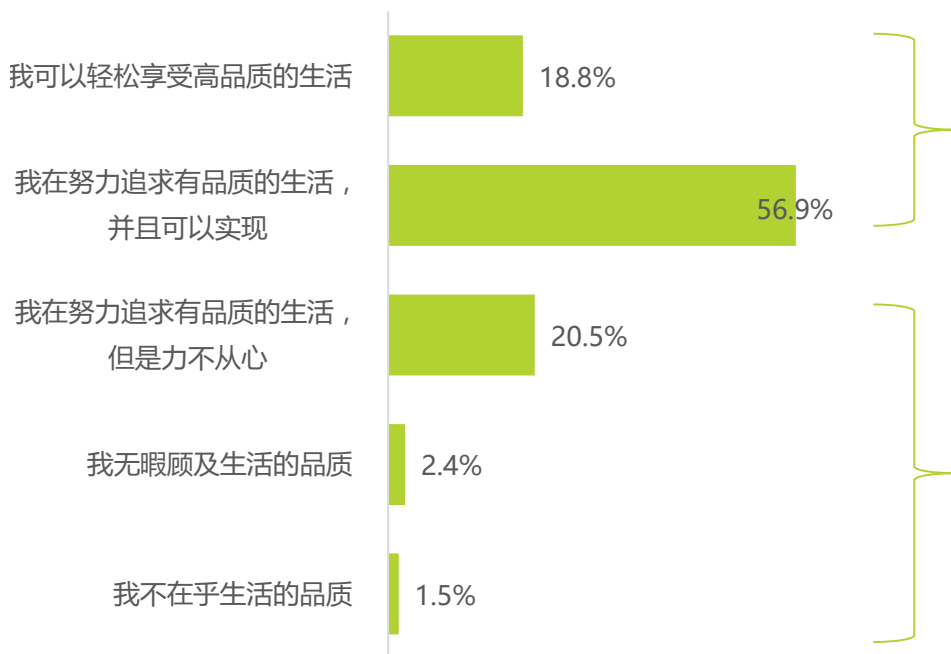
3

努力争取，我待生活如初恋

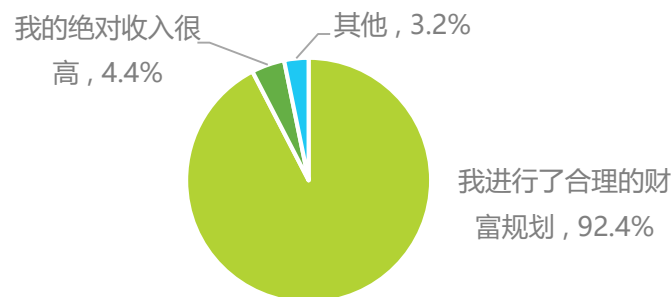
合理财富规划带来的小美好

数据显示，虽然80、90后人群中只有18.8%的人可以轻松享受高品质的生活，但有56.9%的人在通过自己的努力实现有品质的生活。无论是轻松享受还是努力后终于实现品质生活，这部分人群中92.4%的人认为是合理的财富规划帮助自己达到了目前有品质的生活状态。而对于生活品质稍显不足的80、90后而言，52.9%的人认为合理的财务规划具备提升生活品质的可行性，41.1%的人认为提高绝对收入具备提升生活品质的可行性。

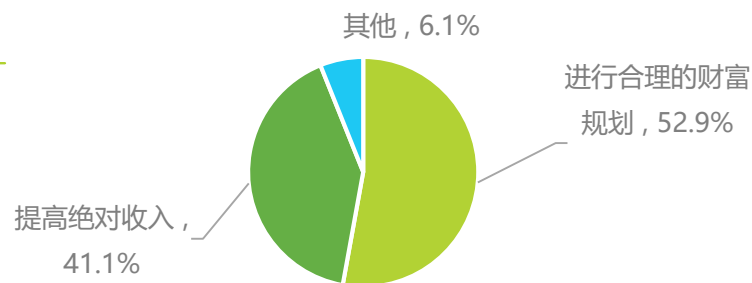
2018年中国8090后生活状态



2018年中国8090后品质生活最大助力因素



2018年中国8090后提升生活品质最具可行性的因素



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

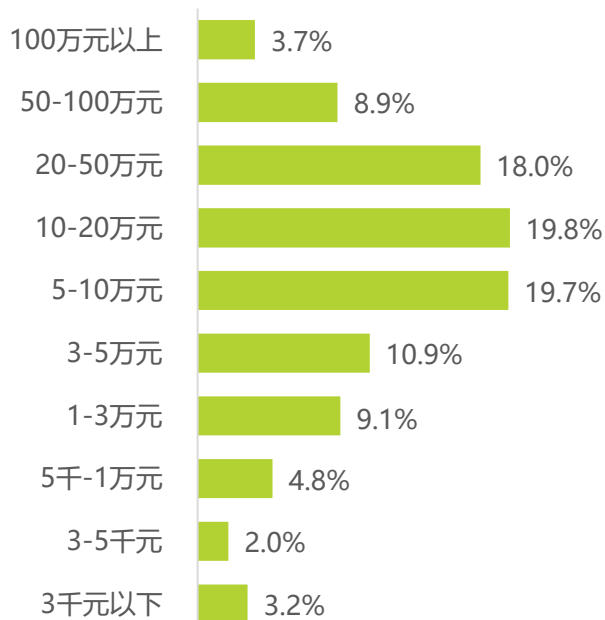
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

8090后渐成“有米”一族

理财总金额多为8090后年收入的1-3倍

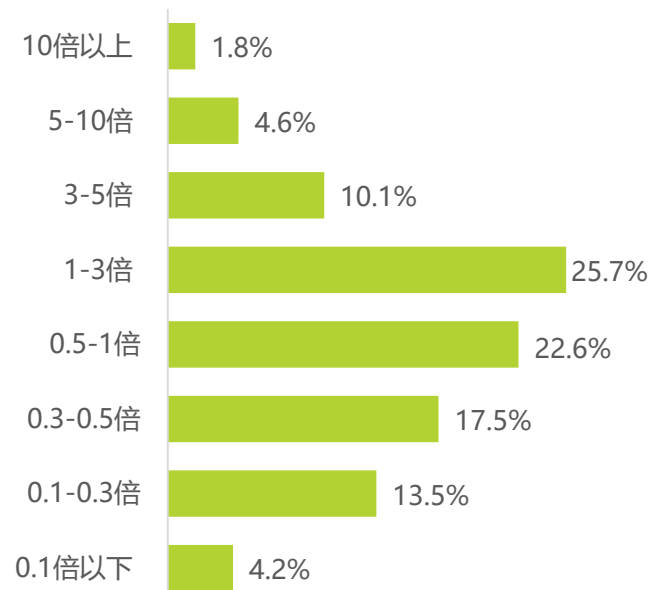
从理财总金额的绝对值而言，8090后理财人群的理财总金额分布在5-10万元的占比19.7%，分布在10-20万元的占比19.8%，分布在20-50万元的占比18.0%。从理财总金额与其年收入的倍数而言，25.7%的8090后理财人群理财总金额是其年收入的1-3倍，22.6%的8090后理财人群理财总金额是其年收入的0.5-1倍，17.5%的8090后理财人群理财总金额是其年收入的0.3-0.5倍。大部分8090后的理财总金额绝对值并不是传统金融机构认定的高净值人群，但他们会将自身年收入的1-3倍投入到理财产品中，随着其年龄的增长，财富积累增加，其对应的价值也会与日俱增。

2018年中国8090后理财总金额



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

2018年中国8090后理财总金额 与年收入倍数关系



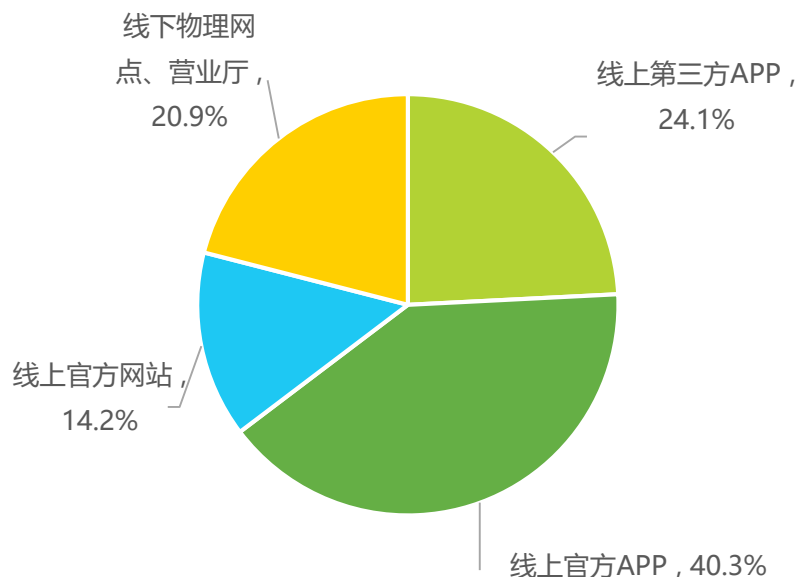
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

亲互联网属性的理财开端

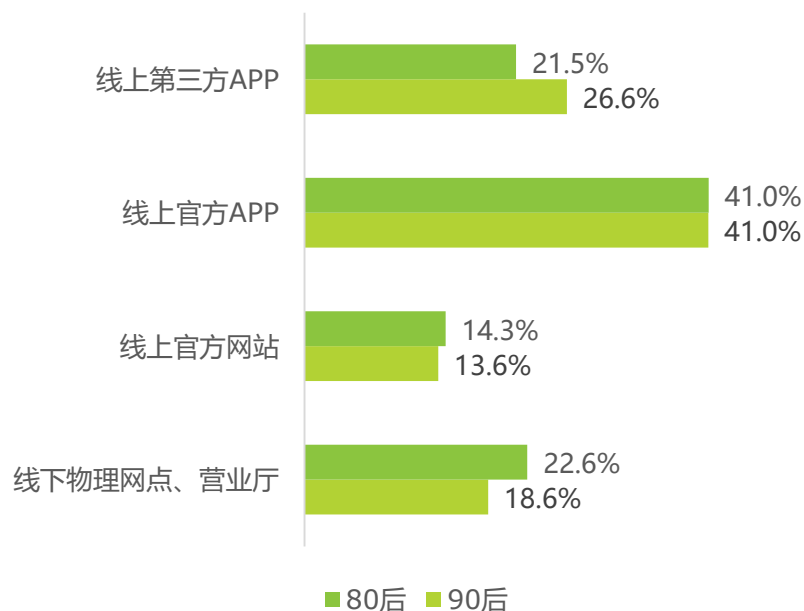
78.6%的8090后用户通过线上渠道购买了第一份理财产品

相比于其他世代，8090后是受互联网影响较深的两代人，所以他们购买理财产品的行为也天然地更加亲互联网属性。从购买渠道上看，只有20.9%的8090后第一次是通过线下场景购买的理财产品。8090后理财用户的亲互联网属性使得对待这两代人的理财营销策略、产品设计、售后服务都应与其他世代有很大的差异。一方面而言，产品销售方可以通过更轻的模式触达潜在用户，但另一方面，则需要通过线上的方式为已有用户提供品质不低于线下的用户服务来进行用户管理。

2018年中国8090后理财用户第一次购买理财产品的渠道



2018年中国不同年龄段理财用户第一次购买理财产品的渠道



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

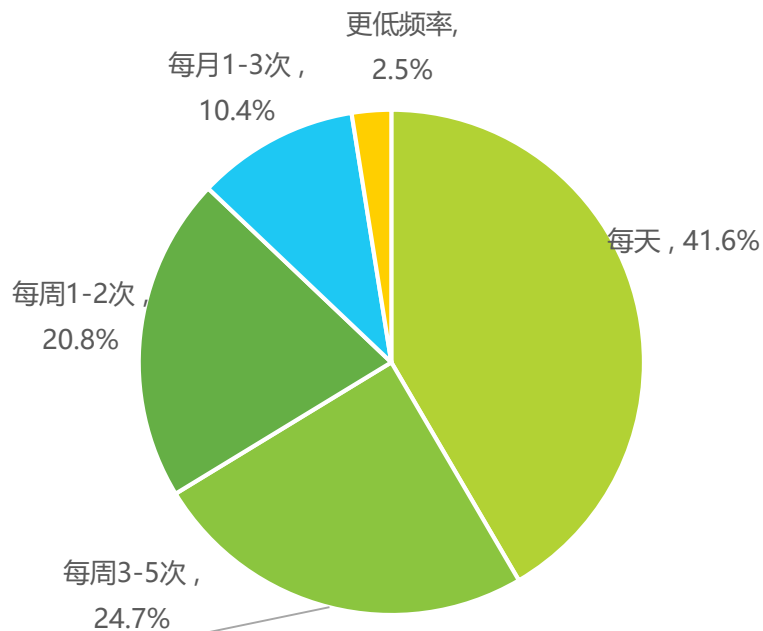
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

每天清晨，和理财收益确认过眼神

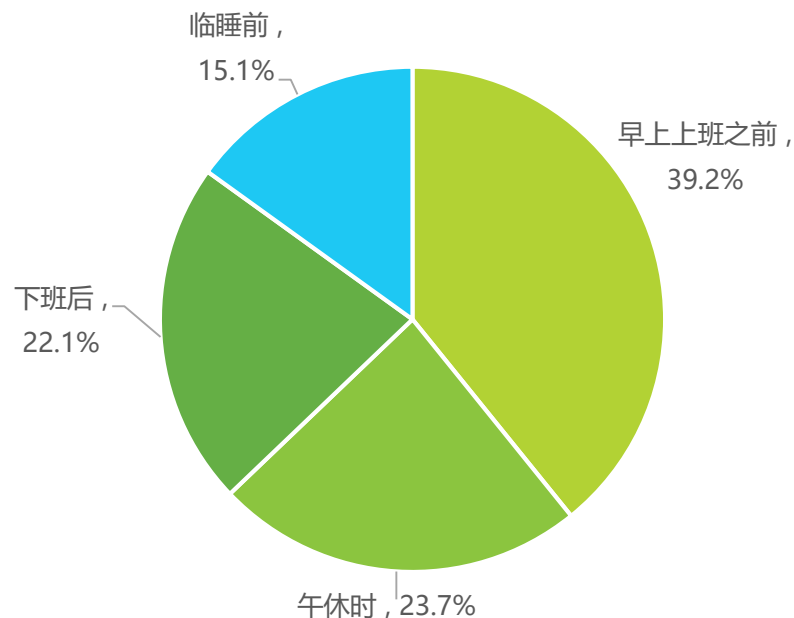
上班前已有39.2%的8090后查询过理财收益

对于8090后而言，不仅会较高频率地查询自己的理财收益，而且查询理财收益这件事39.2%的人会在上班前就已经完成。数据显示，41.6%的8090后理财用户会每天查询自己的理财收益，24.7%的人每周查询3-5次。而对于查询时点而言，39.2%的8090后理财用户在上班前就会查询理财收益。就此而言，如果投资的理财产品通常表现良好，确认过眼神后，8090后理财用户可以神清气爽地面对这一天了。

2018年中国8090后查询理财收益频率



2018年中国8090后查询理财收益时点



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

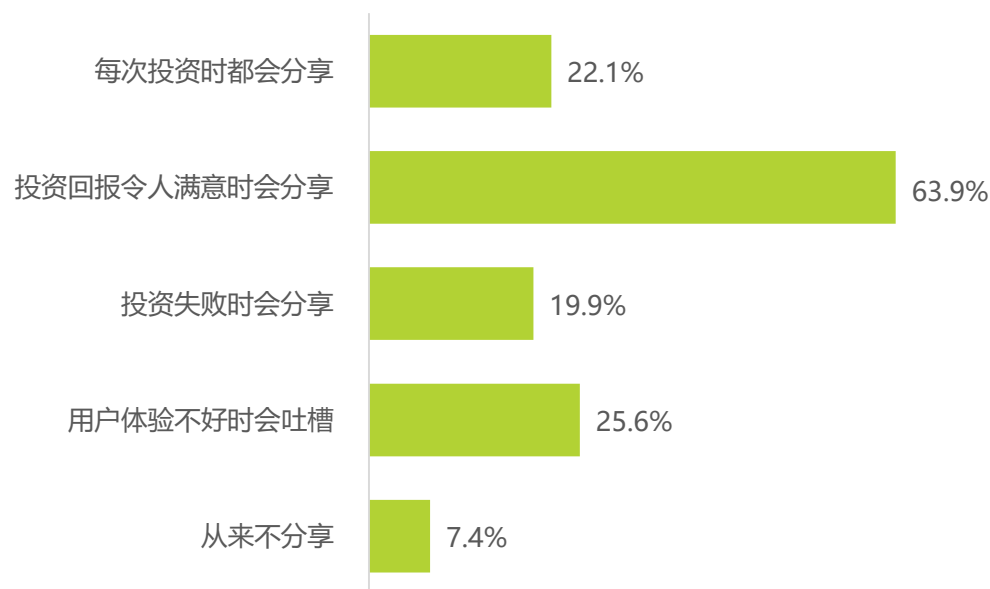
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

谁人曾待你温柔

乐于分享投资回报满意的喜悦时刻

数据显示，8090后对于理财产品有很高的分享意愿，只有7.4%的人从不分享自己的理财产品，而分享的人会更加倾向于在投资回报满意时进行分享，只有19.9%的人会在投资失败时分享。对于8090后而言，已经逐渐开始承担或已经在承担较重的家庭责任，在生活的砥砺下，能够容许他们流露失败的空间越来越小，对于理财这件较为敏感的事情，8090后更倾向于分享投资回报满意的时刻，而较少在失败时分享。

2018年中国8090后理财产品分享意愿



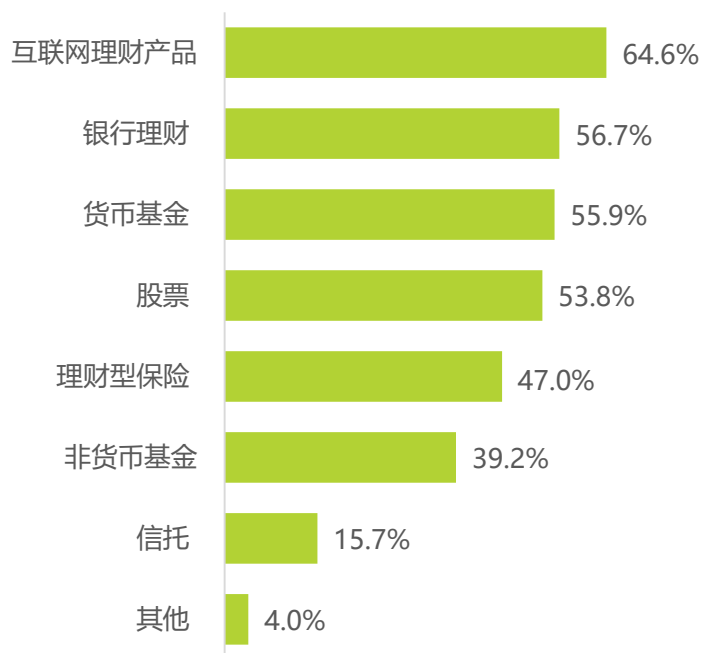
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

互联网理财产品备受青睐

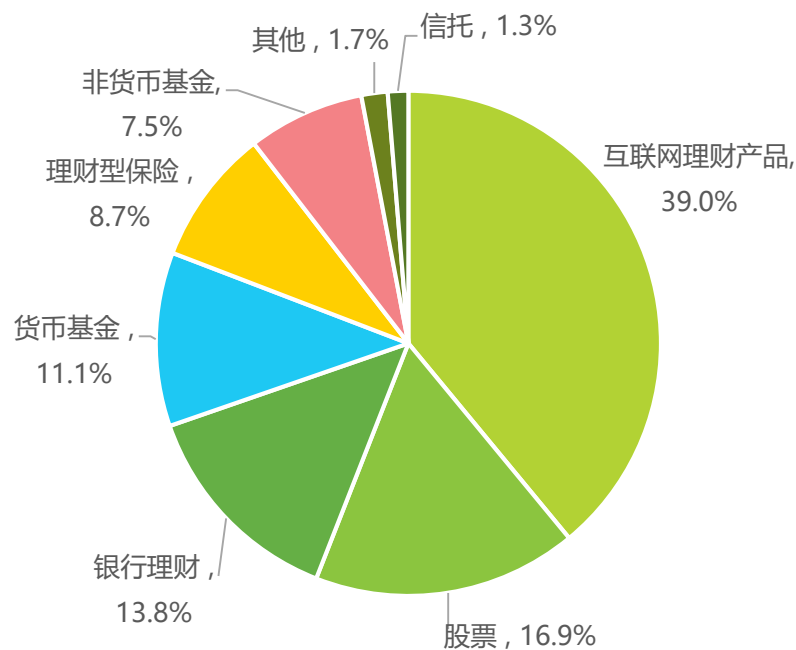
8090后配置最普遍、配置金额最高的是互联网理财产品

数据显示，8090后理财用户中，64.6%的人目前正在投资互联网理财产品，同时有39.0%的人投资金额最高的产品也是互联网理财，广度和深度的双向第一说明了互联网理财产品在8090后理财用户中备受青睐。而对于银行理财产品而言，虽然56.7%的8090后理财用户会选择配置，但仅有13.8%的用户将其作为自己最主要的理财产品。而对于其他产品而言，8090后的理财用户也多会进行配置，但很少将他们作为最主要的、金额占比最高的产品。

2018年中国8090后投资理财产品品类



2018年中国8090后投资金额最高的理财产品



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。
注释：本报告中所指的互联网理财产品定义为只包含P2P产品。

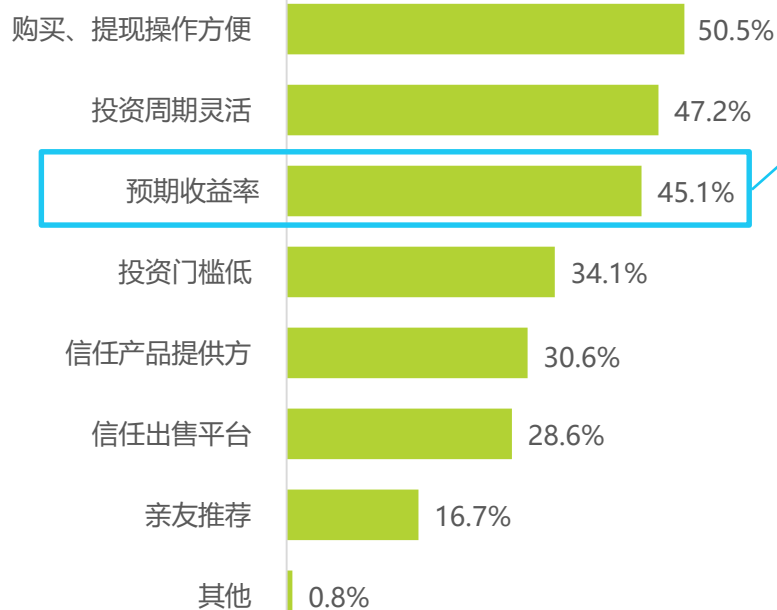
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

不是爱钱，只是爱你

互联网理财用户更看重的是收益率

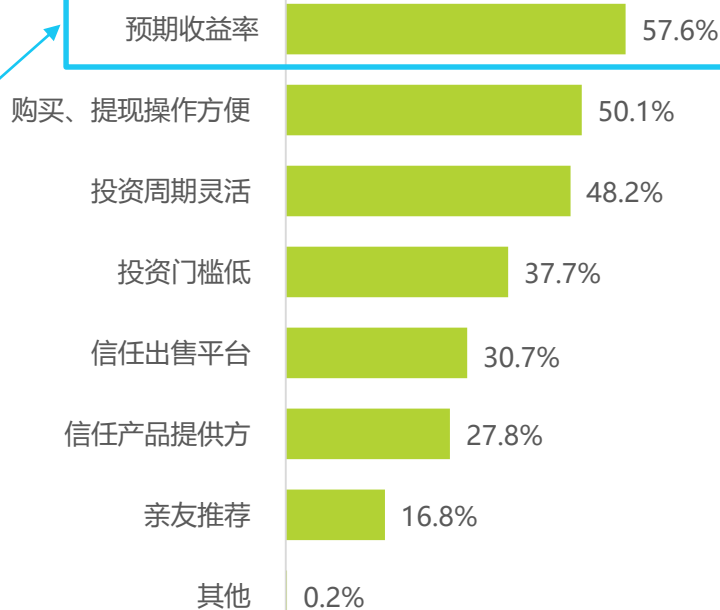
某一类理财产品能够吸引用户将其作为最主要投资产品的原因是不同的，而对于互联网理财产品来说，它能够成为8090后最广泛配置、且配置比例最高的产品，主要是因为它的收益率相对高于其他理财方式。互联网理财是8090后的一种生活技能，每天积累的收益汇聚起来，一方面实现了合理的财务规划，另一方面一定程度上实现了资产的保值增值，赋予了8090后更多的生活选择，让他们在承担家庭责任的同时有更多的自由追求自己的远方。

2018年中国8090后理财用户选择各自
最主要投资产品的原因



预期收益率
重要性提升

2018年中国8090后选择互联网理财
作为最主要理财产品的用户选择原因



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

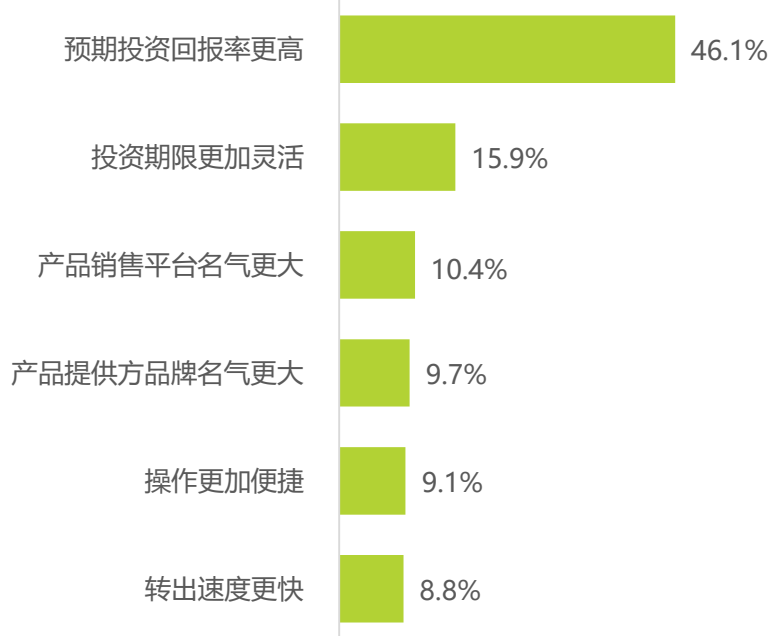
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

换来换去，原来你们还是要收益率

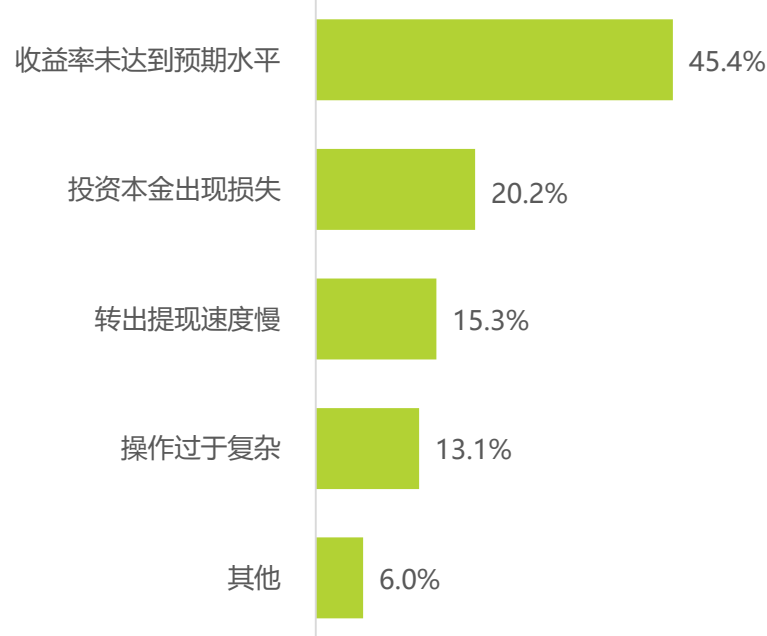
收益率是8090后更换理财产品的最主要原因

数据显示，79.4%的8090后理财用户最近一次更换理财产品是因为新产品更有吸引力，20.7%的用户更换原因是对原产品不满意。而新产品更加吸引人的最主要原因是预期投资回报率更高，原产品令人不满意的首要原因则是收益率未达到预期水平，收益率成为了8090后更换理财产品的最主要原因。

2018年新理财产品吸引中国8090后更
换理财产品的主要原因



2018年原理财产品令中国8090后不满意
以至于更换理财产品的主要原因



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

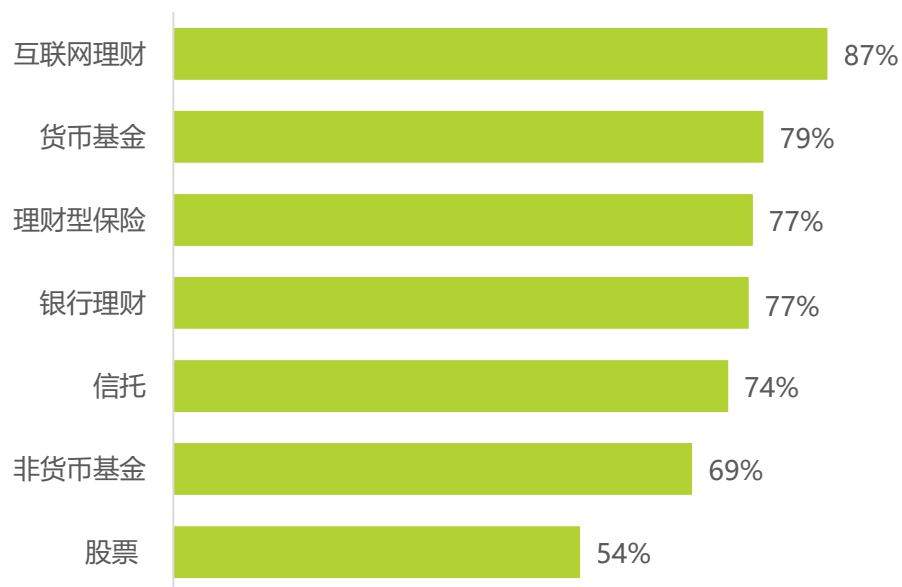
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

理财收益满意度，幸福靠近一步

互联网理财产品投资收益率的用户满意度高

对于不同的投资产品，由于其各自的风险不同，所以自然对应着不同的收益率，所以我们并不单独比较不同投资产品的收益率。然而，用户在了解风险之后，对自己所购买的理财产品收益率是否满意呢？数据显示，投资于互联网理财的用户对其投资收益率的满意度在87%，位居所有产品中的第一位，继而分别是货币基金、理财型保险和银行理财。而投资于股票的用户对其投资收益率的满意度为54%，位居所有产品中的最后一位。用户在投资前对于收益率已有一个预期，满意度是能否达到预期的反映。在已经对互联网理财产品抱有比其他理财产品更高收益率的期望下，互联网理财用户仍有较高的满意度。

2018年中国8090后对其所投资的不同理财产品收益率满意度

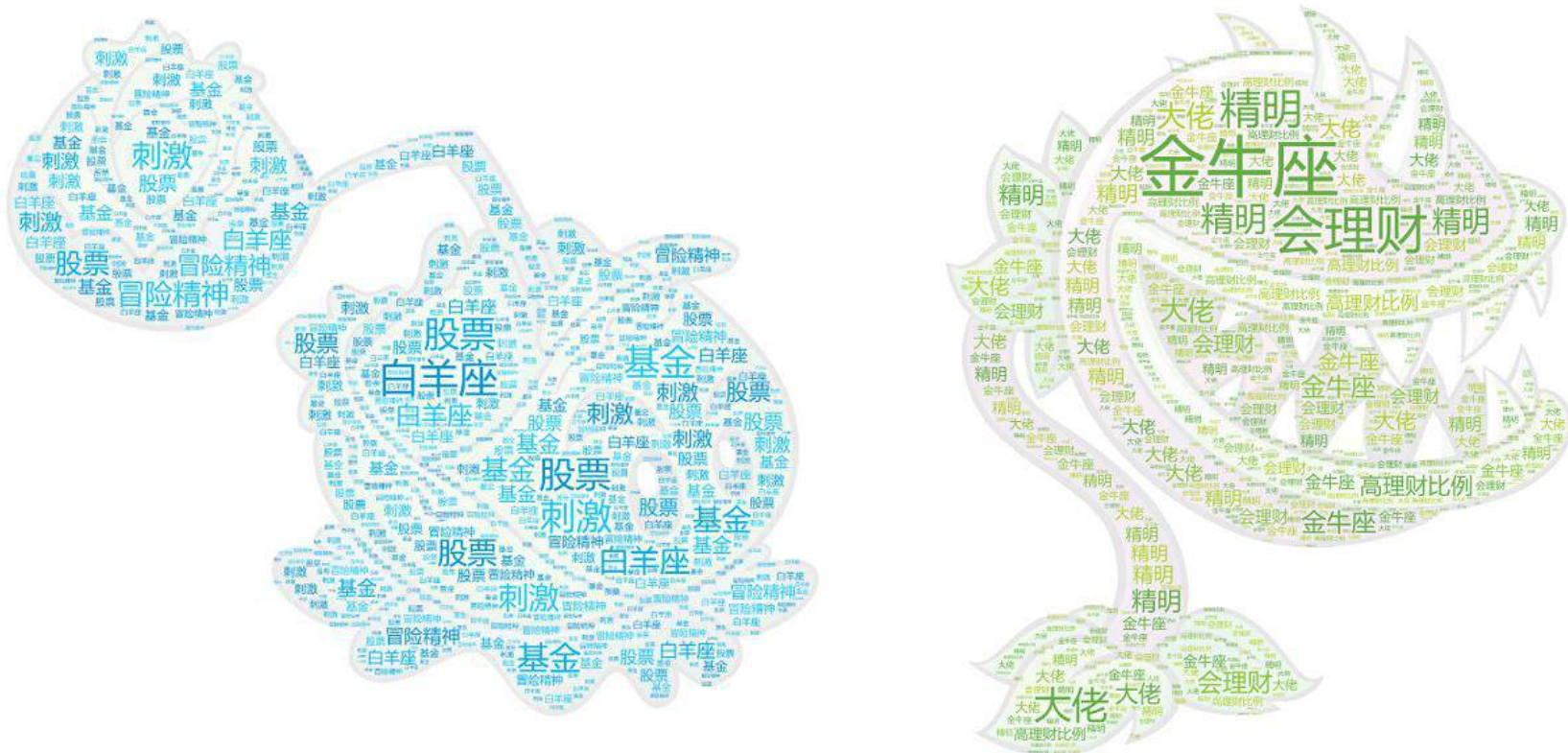


来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

十二星座理财趣闻

白羊追求刺激，金牛理财用户比例最高

白羊座和金牛座是两个较为具有独特理财风格的星座。金牛座一直以来以金钱方面的稳扎稳打著称，在本次调研中，有97.4%的金牛座用户在进行理财，远高于整体水平，是所有星座中理财比例最高的。而白羊座的理财特点则体现在其独特的理财产品偏好上，在理财产品配置上，白羊座中配置了股票和非货币基金的比重均是十二个星座中最高的，白羊座的冒险精神在此体现得淋漓尽致。



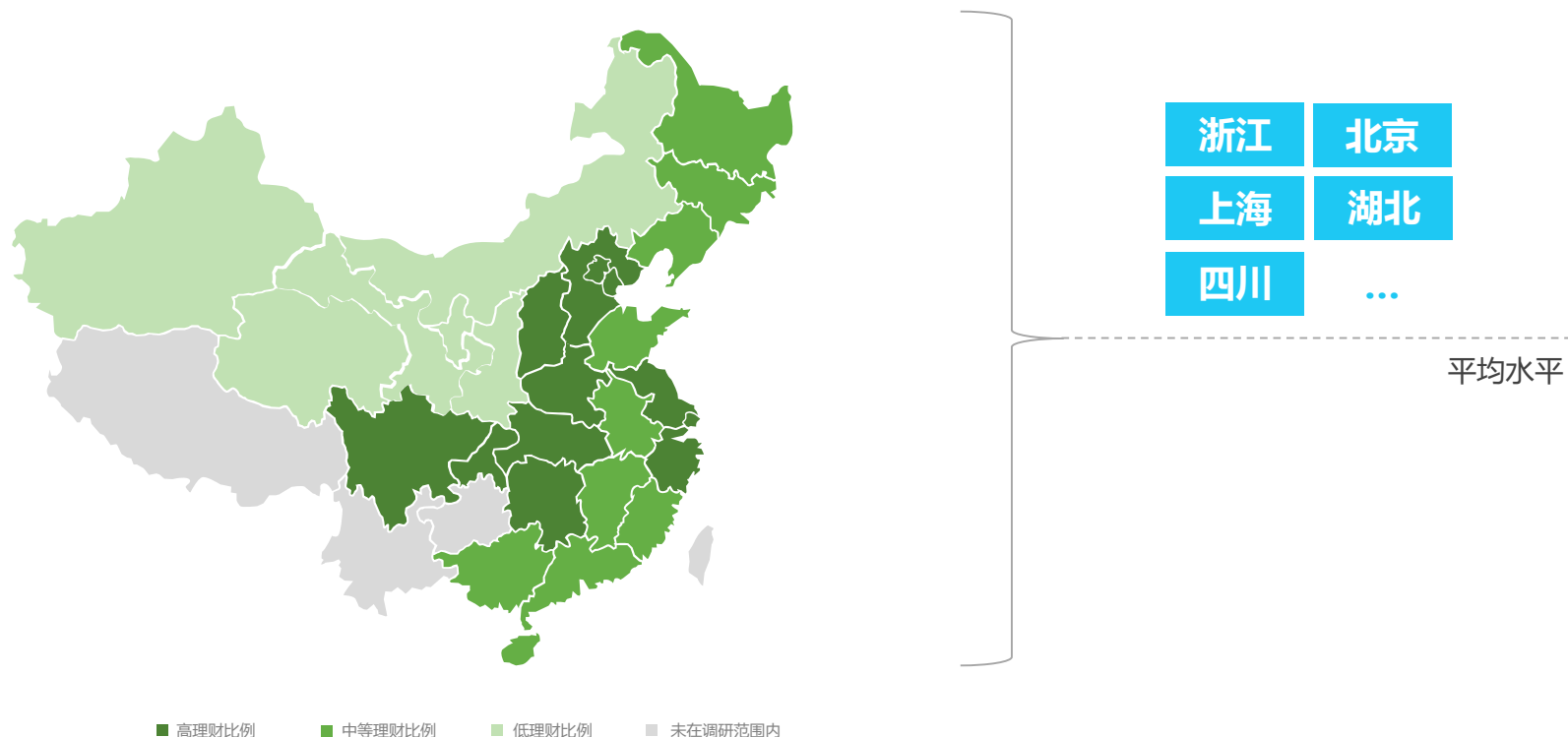
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

地域理财特征

江浙沪、京津冀和华中地区8090后理财比例高

数据显示，8090后理财比例呈现出了一定的差异，理财比例较高的地区中，除了北京上海这样的超一线城市外，浙江、湖北、河南等省份的用户也表现出了非常高的理财热度。

2018年中国不同地区8090后群体理财比例



注：上图为示意图，位置高低不代表绝对水平。

来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

8090后——精明的自我规划者

1

品质生活背后——中国8090后理财现状

2

中国8090后的互联网理财平台选择情况

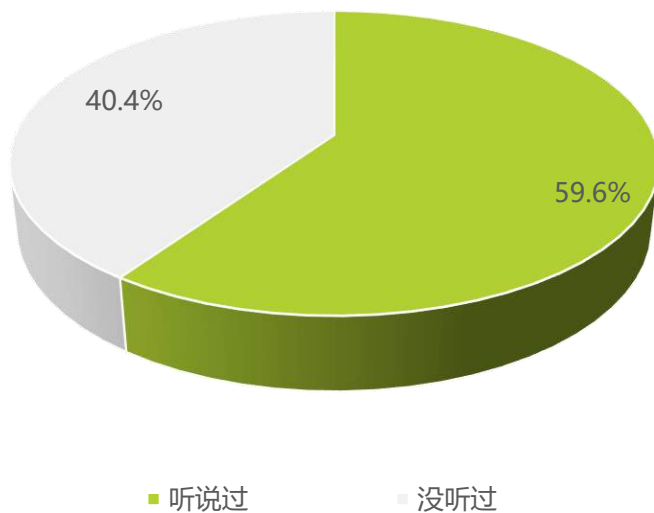
3

盈盈理财认知度

半数以上的8090后线上理财用户对盈盈理财有认知

调研显示，8090后线上理财用户中听说过盈盈理财的用户比例为59.6%，半数以上对盈盈理财有了解。根据官方数据，截至2018年6月，盈盈理财APP累计用户数达1168万人，有六成以上的理财用户来自于平台老用户推荐，享有一定满意度与分享度；在稳健运营的五年内，盈盈理财累计为用户创造收益6.6亿元。

2018年中国8090后线上理财用户对盈盈理财的认知度



截至2018年6月

APP累计用户数 **1168万** 人

稳健运营 **5** 年

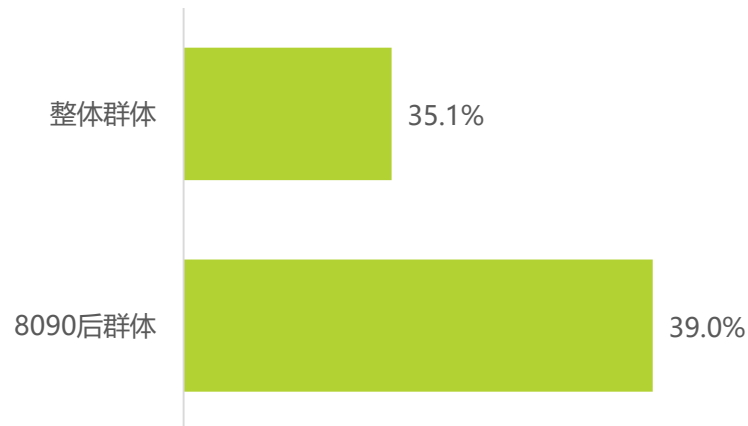
累计为用户创造收益 **6.6亿** 元

8090后更偏爱投资互联网理财产品

盈盈理财用户多为8090后

8090后用户群体中，选择将互联网理财产品作为自己最主要投资产品的人群比例是39.0%，高于整体用户群体的水平，说明8090后更加倾向于投资互联网理财产品。根据官方第二季度数据，盈盈理财的用户中，80后占比39.12%，90后占比20.31%，8090后共计占比59.43%，是盈盈理财的主要用户群体。盈盈理财帮助8090后进行更好的财富规划，陪你一路盈。

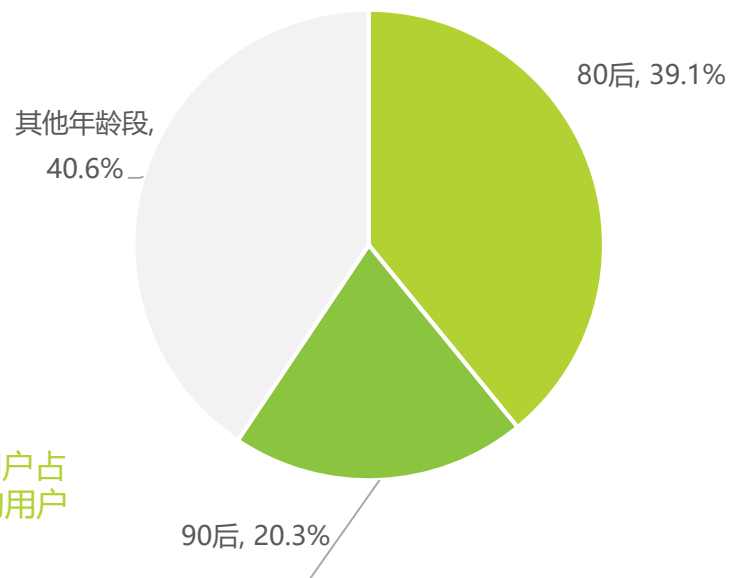
2018年不同年龄群体将互联网理财作为最主要投资产品的比例



8090后相比整体用户
更偏爱投资互联网理财

盈盈理财8090后总计用户占比59.43%，帮助年轻的用户群体合理规划财富

2018年第二季度盈盈理财用户年龄分布



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

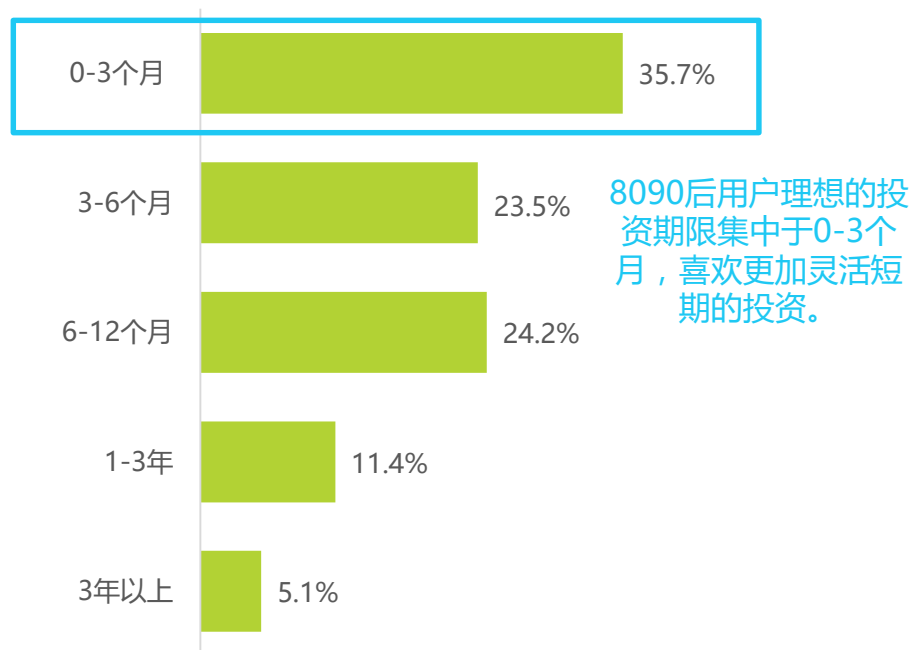
来源：盈盈理财，艾瑞咨询自主研究绘制。

8090后喜欢更加灵活短期的投资

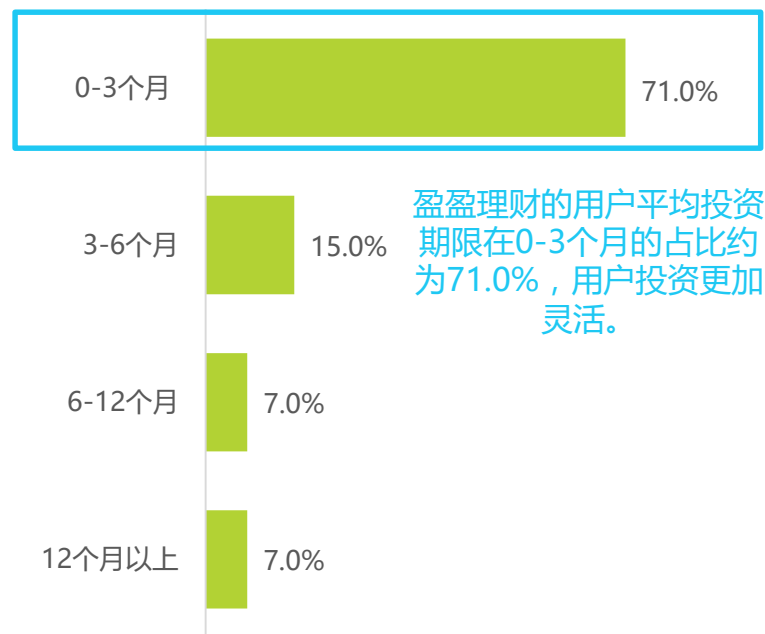
盈盈理财产品期限更符合8090后偏好

调研数据显示，8090后理财用户理想的投资期限集中于0-3个月，占比35.7%，而理想的投资期限在一年以上的8090后占比仅为16.5%，该年龄段群体喜欢更加灵活短期的投资。盈盈理财的用户平均投资期限在0-3个月的占比约为71.0%，用户投资更加灵活。盈盈理财更懂8090后，走近用户，做更适合你的平台。

2018年中国8090后理想的投资期限



2017年盈盈理财投资金额期限比例



来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

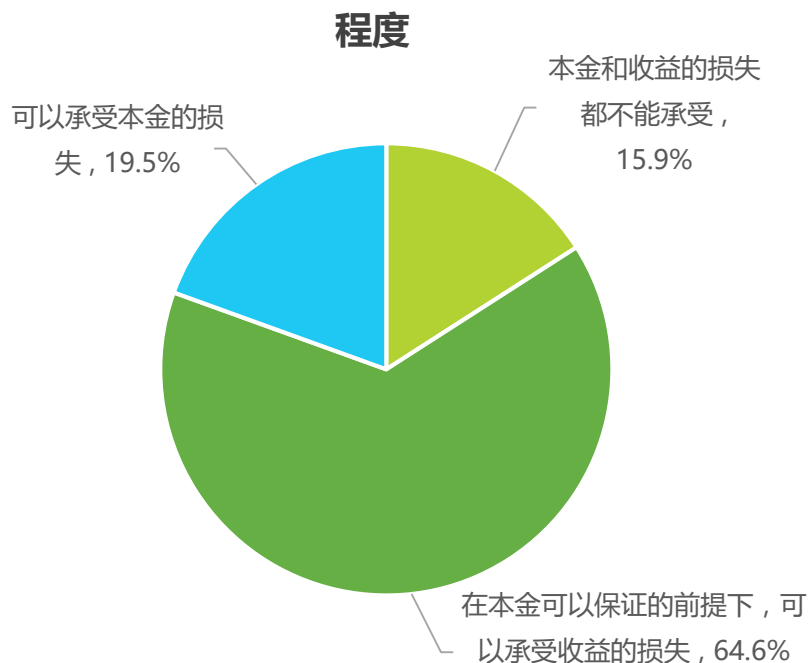
来源：盈盈理财，艾瑞咨询自主研究绘制。

安全感是一种怎样的体验

稳健运行，盈盈理财已陪伴用户五年

在不断经历投资者教育的过程中，我国投资人更加理性化，对于投资风险有一定程度的认知。尽管如此，用户仍然需要一定安全感。数据显示，仅有19.5%的用户可以承受本金的损失，大部分的用户不能承受本金损失，但对于收益的损失可以接受，仍然需要安全稳定运行的品牌来让用户感受到一定的安全感。盈盈理财已陪伴用户五年时间，通过技术武装风控，进行贷前、贷中、贷后的全流程风控，稳健运营。

2018年中国8090后理财用户可承受亏损



2018年盈盈理财全流程风控示意图



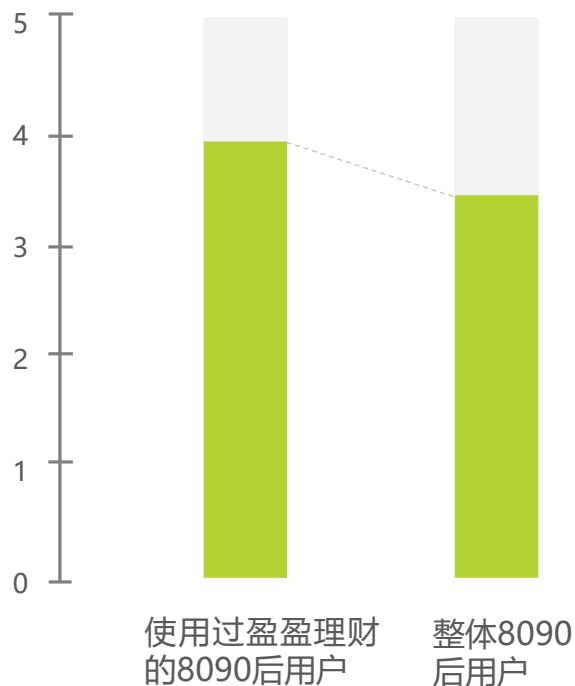
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

来源：盈盈理财，艾瑞研究院自主研究绘制。

让多彩生活不设限

盈盈理财致力于成就用户美好生活

2018年中国不同用户群体财富幸福感



每天早上和盈盈理财确认一下眼神，这么多年以来，它始终是一份安心的陪伴，跟你一起分享孝敬父母时的欣慰、满足孩子心愿时的喜悦，也与你共同承担每月要还的账单、与你一起面对生活的苦酸，当然，它也可以偷偷为你留下一片属于你自己的空间，放上你最喜欢的乐高和单反。



注：财富幸福感5分代表非常幸福/非常满意，0分代表不幸福/极差。
来源：N整体=1500，N8090后=1149，于2018年6月通过iClick社区调研获得。

盈盈理财印象标签



2013-2018年盈盈理财大事记



来源：盈盈理财，艾瑞咨询自主研究绘制。

关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询