

2022年 中国家庭财富 变动趋势

中国家庭财富指数调研系列报告

西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心

蚂蚁集团研究院

蚂蚁理财智库



2022 年中国家庭财富变动趋势

中国家庭财富指数调研系列报告

西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心

蚂蚁集团研究院

蚂蚁理财智库

研究团队介绍

中国家庭金融调查与研究中心

中国家庭金融调查与研究中心是西南财经大学于 2010 年成立的集数据采集与数据研究于一身的公益性学术调研机构，包含中国家庭、小微企业和城乡治理三大数据库。在数据采集上，为保证数据的科学性和代表性，中心采用了分层、三阶段与规模度量成比例（PPS）的抽样设计获取目标样本，结合实地走访和季度电话回访采集样本数据，并自主研发了多个计算机系统，对样本的质量进行严格审核。

2019 年，中心完成第五轮家庭金融入户调查，调查样本覆盖了全国除新疆、西藏、港澳台外的 29 个省，340 个县，1364 个社区的 34691 户家庭。样本具有全国和省级城市代表性，全面追踪家庭动态金融行为，填补了中国家庭金融微观数据的空白。2021 年，中心完成第六轮调查。

此外，中心还积极运用收集到的一手数据开展相关领域的政策探讨和学术研究，服务于收入分配改革、财税体制改革、宏观政策和国家治理改革的智库研究，主要研究方向和研究优势包括中国收入分配体制改革研究、中国家庭储蓄、消费与保险行为研究、中国家庭金融研究、中国住房市场发展研究、小微企业的创新与发展研究、中国基层治理研究、农村普惠金融与农村土地流转问题研究、城镇化系列问题研究等，在智库建设、社会服务、学术成果等方面取得了重要进展。中心将以“让中国了解自己，让世界认识中国”为宗旨，树立“学术研究国际一流，政策研究国内领先”的目标，力争成为有重大社会及业界影响力、公信力的调查、研究和咨询机构。

蚂蚁集团研究院

蚂蚁集团研究院是蚂蚁集团的专业研究部门，从事宏观经济、监管政策、公司战略和学术理论研究，覆盖数字支付、数字金融、数字科技、ESG、数据与平台治理、宏观经济等研究领域。通过开展客观、扎实和深入的研究工作，为公司战略决策提供支持，为政府部门公共政策提供参考和研究服务，并通过研究开放平台的搭建，为国内外学术研究和政策研究提供数据、案例等支持。

蚂蚁理财智库

蚂蚁理财智库是蚂蚁集团旗下蚂蚁财富平台发起，联合行业头部的专业机构、

中国家庭财富指数调研系列报告

专家、学者等共同组建，服务于广大普通投资者的理财智囊团。截至 2021 年末，已有超 30 家专业机构和高校，逾 60 位专家学者参与智库，从专业的视角出发，通过直白的语言、图文并茂的表现方式，让大众更加了解金融市场发展变化，对于资产配置以及合理的投资行为有更加深入的了解，最终助力广大投资者实现中长期的理财目标。

【摘要】

为全面深入地了解居民家庭财富变动状况，西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心联合蚂蚁集团研究院共同开展中国居民家庭财富变动趋势及未来预期的调查。该调查主要围绕家庭财富变化、未来预期及疫情对家庭决策的影响等几方面展开，并于每季度末展开调研。

本期报告主要基于 2022 年四个季度的调研分析所得。报告发现，首先，2022 年家庭财富和收入继续增加，但增速整体呈现放缓趋势，在四季度有所回升，但仍低于去年同期水平。2022 年前三季度家庭财富和收入增速放缓，工作稳定性下降，四季度疫情防控政策优化叠加年终因素的影响，家庭财富与收入增速有所上升，工作稳定性上升。

其次，2022 年家庭资产配置随着股市波动而有所调整。今年家庭投资理财收益率呈现“先下降后上升”的走势，平均收益率为 1.75%，相较于前三季度的-1.06%，四季度以来明显好转，但低于去年同期的 2.80%。2022 年主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属配置意愿较强。受中国优化疫情防控政策的影响，2022 年第四季度股票/基金类与海外资产类资产配置意愿上升。值得注意的是，四季度家庭对海外资产的配置意愿较为强烈。

此外，个人养老金账户开通方面，中高收入群体开通个人养老金账户的主要原因是享受税收优惠，中低收入群体开通个人养老金账户的主要原因是强制储蓄进行养老储备。个人养老金产品选择方面，更偏爱商业养老保险和理财产品，且中低收入群体更愿意购买低风险养老产品，高收入群体更愿意购买中高风险养老产品。个人养老金投资咨询服务模式的选择方面，超 10% 倾向于选择专业投资咨询服务的服务模式，且低收入和高收入群体的选择比例高于中等收入群体，高收入群体中超七成愿意为此付费。付费模式上，近五成居民更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式。

最后，2022 年家庭消费保持增加但增速总体放缓，四季度有所好转，整体趋势向好。相比 2021 年，2022 年四季度的生存型和发展型消费增速有所上升，享乐型消费总量下降但降幅有所收窄。计划购房方面，家庭投资性住房需求减弱，刚性及改善型住房需求仍在且增加明显。2022 年整体计划购房意愿不乐观，但在四季度开始明显上升，表明了随着全国疫情放开、房地产政策放松及居民消费信

中国家庭财富指数调研系列报告

心的逐渐恢复，人们的购房意愿明显好转，整体趋势向好。负债方面，2022年家庭负债保持增加态势，且增速在四季度明显好转。相比去年，2022年四季度的家庭负债指数显著超过去年同期水平，反映家庭对经济的信心在逐渐好转。负债需求方面，消费贷与经营贷需求增速均在四季度有显著上升；负债获得方面，2022年经营贷和消费贷获取容易度整体普遍提高，四季度增幅较大，其中低收入群体信贷获取容易度得到明显改善。

从未来预期看，2022年消费预期增幅整体明显上升。从股市预期看，2022年以来，家庭对股市预期总体并不乐观，但四季度有所好转。从整个经济发展预期看，2022年家庭的经济预期指数呈现下降趋势，四季度以来有所回升，说明家庭对经济发展的预期有所好转。

本报告建议：1) 稳定增长的财富是中国经济复苏的动力源泉。家庭资产配置的需求日益增强，在行情不断调整的过程中，家庭投资决策也随之不断调整。家庭资产配置意识及养老储备意识不断提高的背景下，对家庭投资理财能力提出了新要求，越来越多的投资者认同投资顾问的作用并愿意为此付费。蚂蚁财富平台等互联网理财服务平台，在引导投资者理性投资方面可以发挥重要的作用。鼓励家庭在自身金融素养不足的情况下，积极寻找专业投资机构的咨询和帮助。2) 2022年度家庭消费总体放缓，生存型消费增幅放缓，非刚需消费活力不足，四季度以来有所好转，消费贷与经营贷需求增速均显著提高。从家庭宏观经济预期看，家庭预期下季度经济向好发展，但仍低于去年同期水平，要继续提振家庭对经济的信心。

目录

一、	2022 年家庭财富收入、工作稳定性总体增幅趋缓，四季度好转	1
二、	2022 年家庭资产配置随着股票市场波动而有所调整，主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属类资产配置意愿增强	2
(一)	2022 年家庭平均投资理财收益率为 1.75%	2
(二)	主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属配置意愿较强	5
专题：	个人养老金账户参与情况	7
(一)	个人养老金账户的开通情况	7
(二)	考虑是否开通个人养老金账户的原因	10
(三)	个人养老金产品购买情况	12
(四)	个人养老金投资咨询服务模式的选择	15
三、	2022 年家庭消费增加但增速总体放缓，四季度向好	18
(一)	2022 年家庭消费增速总体放缓，四季度有所好转	18
(二)	中低收入群体消费增速较低，但增幅明显	21
(三)	年轻群体和老年群体的消费增幅较大	24
四、	2022 年整体计划购房意愿不高，四季度开始大幅上升	26
(一)	购房意愿在波动中有向好趋势	26
(二)	投资性住房需求减弱，刚性及改善型住房需求仍在且增加明显	27
五、	家庭负债增加，且四季度的增速明显上升	28
(一)	2022 年家庭负债指数显著超过去年同期水平	28
(二)	消费信贷与经营信贷需求仍增长且增速上升	30
(三)	低收入家庭的贷款获得难度得到明显改善	31
六、	展望未来：家庭对财富及收入的预期偏向乐观	35
(一)	家庭对未来财富和收入预期增加但增速总体有所放缓，四季度有所好转	35
(二)	家庭对未来消费预期增加且增速略有上升	37
(三)	受国内疫情防控政策放开等影响，家庭对股市的预期转向乐观	39
(四)	家庭对未来一年经济发展的预期相对乐观	41

中国家庭财富指数调研系列报告

七、	总结及建议.....	42
(一)	2022 年家庭财富、收入及消费增速先降后升，四季度明显好转.....	42
(二)	家庭资产配置需求日益增强，家庭投资决策不断调整，需要继续提高家庭资产配置能力	43
(三)	家庭预期未来经济保持向好发展，但增速低于去年同期水平，需要继续提振信心	43
附录 1:	调研基本情况.....	45
附录 2:	数据基本介绍.....	46
附录 3:	指数编制方法.....	48

一、2022 年家庭财富收入、工作稳定性总体增幅趋缓，四季度好转

2022 年由于全国各地新一轮疫情、俄乌战争、优化疫情防控政策等超预期因素的影响，家庭财富与收入增速呈现“先下降后上升”走势。2022 年前三季度家庭财富和收入继续增加，但受新一轮疫情、俄乌战争、美国加息等因素影响，增速均有所下降，且工作稳定性下降。具体来看，家庭财富和收入指数均大于荣枯线 100，表明家庭财富和收入继续增加，家庭财富指数从第一季度的 104.1 下降至第三季度的 100.6，家庭收入指数从第一季度的 103.1 下降至第三季度的 100.1，增速均放缓。2022 年前三季度家庭工作稳定性指数均低于荣枯线 100。

2022 年第四季度，疫情防控政策优化叠加年终因素的影响，家庭财富与收入增速有所上升，工作稳定性上升。第四季度家庭财富指数与家庭收入指数分别为 100.9 和 100.5，大于荣枯线 100，说明四季度家庭财富和收入水平与上季度相比略微增加，且四季度家庭的财富和收入增速上升。第四季度工作稳定性指数为 101.8，重新突破荣枯线 100，说明四季度家庭工作稳定性上升。总体来看，2022 年前三季度家庭财富和收入增速有所下滑，工作稳定性下降，四季度家庭财富收入、工作稳定性迎来拐点，开始有所好转。

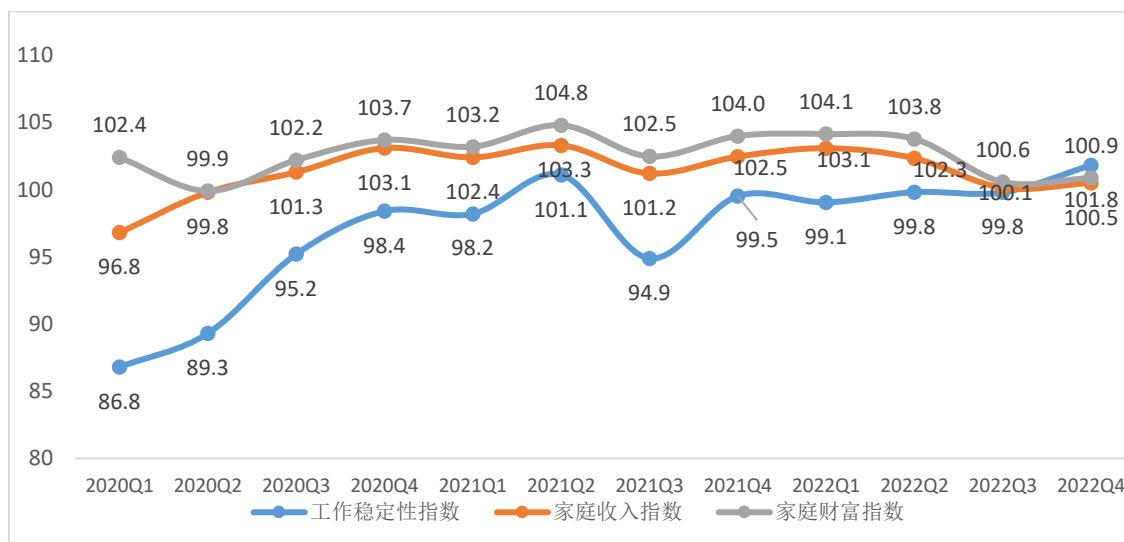


图 1 家庭工作、收入及财富变化状况

二、2022 年家庭资产配置随着股票市场波动而有所调整，主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属类资产配置意愿增强

(一)2022 年家庭平均投资理财收益率为 1.75%

2022 年，中国股市受到俄乌战争、新冠疫情的冲击等因素影响，整体呈现出震荡下跌的行情。具体来看，2022 年第一季度，俄乌战争以及新一轮新冠疫情的同时爆发使得许多股票投资者产生了恐慌情绪，从而导致中国股票市场大盘股价下跌；2022 年第二季度，随着上海疫情逐渐平稳，以及中共中央政治局会议对疫情防控和经济社会发展作出进一步部署，市场信心得到提振，上证指数开始触底反弹；2022 年第三季度，由于受到全国各地新一轮疫情、管控政策、四川特高温天气、泸定地震等超预期因素影响，叠加俄乌战争冲突升级、佩洛西窜台、美国加息、欧洲通胀危机等外部因素，市场再次呈现震荡下跌的行情；2022 年第四季度，中共二十大胜利召开，全国优化疫情防控政策，中国重新打开大门，市场较为平稳。

总体来看，2022 年中国股市整体震荡下跌。上证指数累计下跌 16.91%，深证成指累计下跌 27.45%，创业板指累计下跌 31.11%。但随着中国实施优化疫情防控政策，中国经济稳中向好，明年股市有望总体回升。

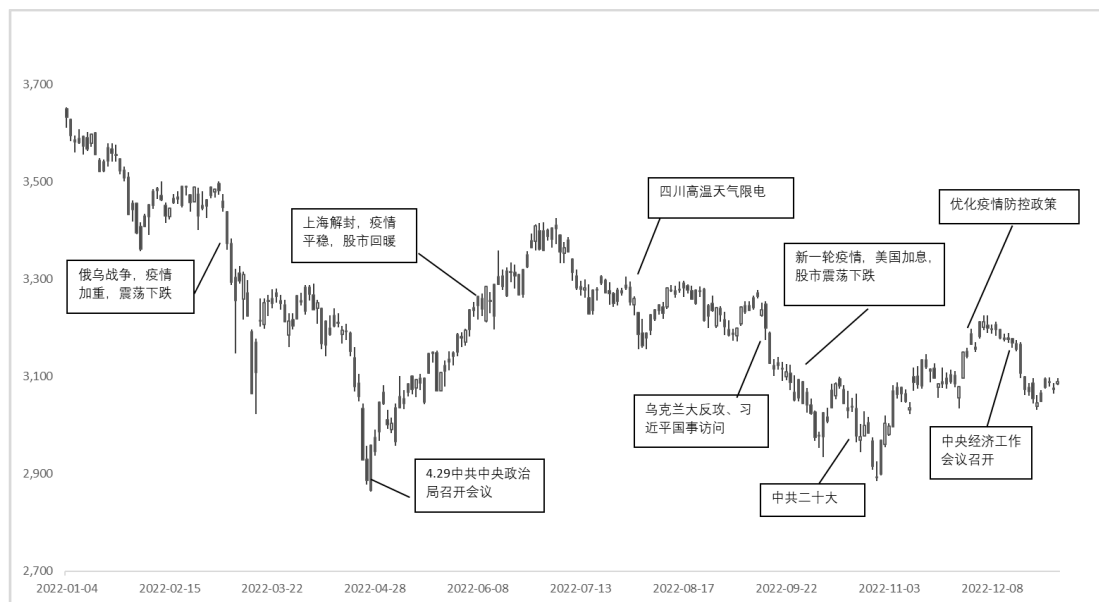


图 2 2022 年上证指数走势图

随着股票市场的波动，首先，2022 年家庭投资理财收益率也呈现“先下降后

中国家庭财富指数调研系列报告

上升”的走势，全年平均收益率为 1.75%，相较前三季度的-1.06%，2022 年家庭投资理财收益率上升，但低于去年同期的 2.8%。2020 年家庭投资理财平均收益率为 2.3%，2021 年家庭投资理财平均收益率平均为 2.8%。相较于 2022 年前三季度，2022 年全年累计收益为负的家庭占比从 28.2%下降到了 22.3%，而收益为正的占比从 25.7%上升到了 36.8%。

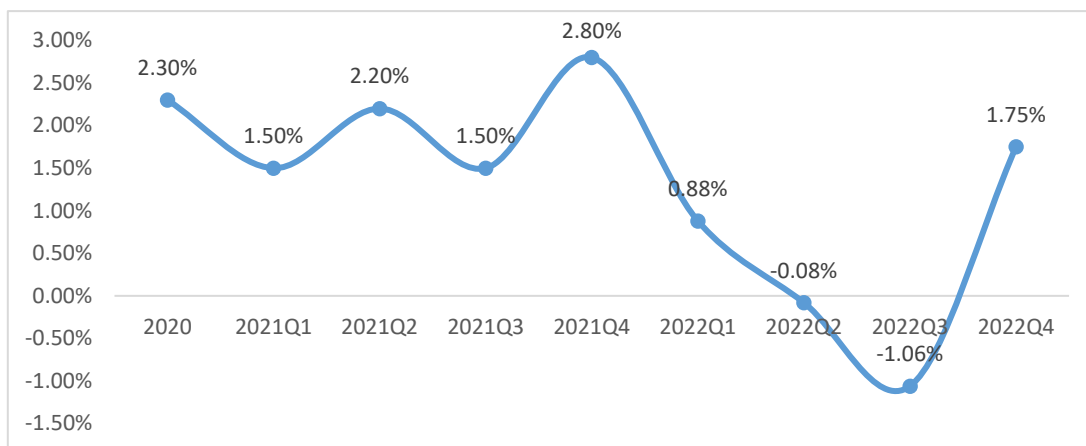


图 3 家庭投资理财平均收益率历史走势

注：图中数据为当年的累计收益率，比如 2022Q1 为 2022 年一季度以来的收益率；2022Q2 为今年上半年的收益率；2022 年 Q3 为今年前三季度的收益率。

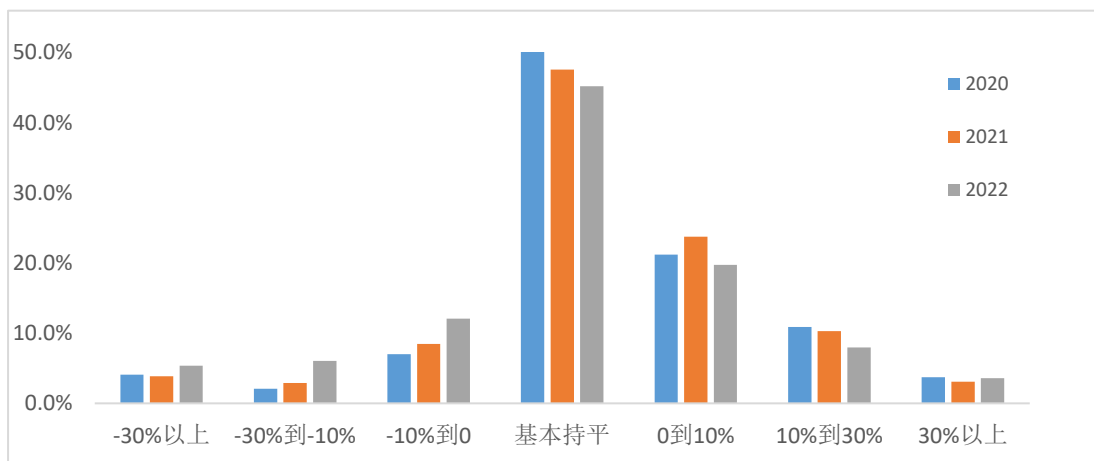


图 4 家庭投资理财收益率分布

其次，从不同学历群体的情况来看，相比 2022 年前三季度，2022 年全年各学历群体的家庭投资理财收益均有所上升。这主要是由于四季度股票市场行情改善所导致的。具体来看，2022 年，除初中及以下群体的家庭投资理财收益为负以外，其余学历群体的家庭投资理财收益均为正。高中、大专、本科、研究生及以

中国家庭财富指数调研系列报告

上的全年家庭投资收益分别为 1.8%、1.8%、2.0%以及 1.1%。

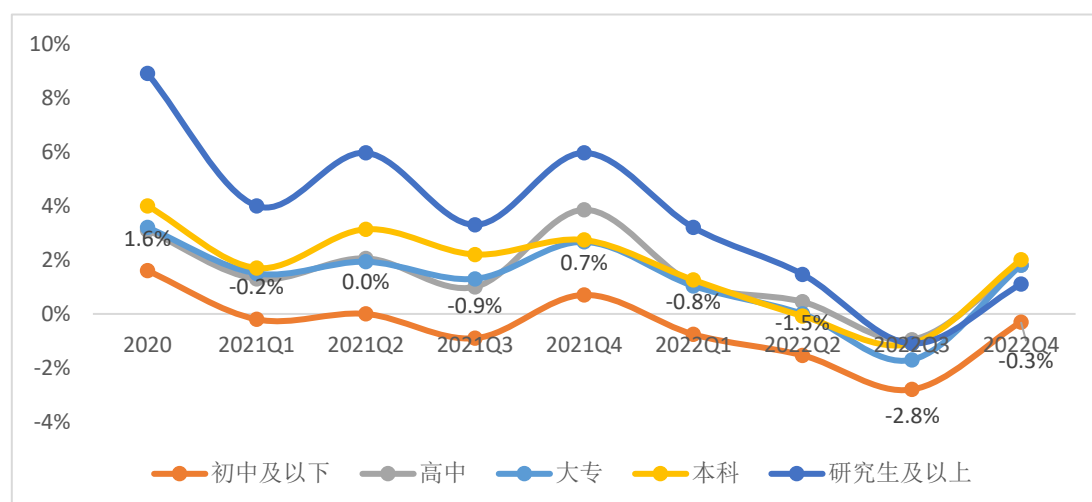


图 5 投资理财平均收益率（按学历分组）

最后，从各收入组家庭的情况来看，2022 年以来，5 万以下的低收入群体的平均理财收益较差，均为亏损状态。30 万以上的高收入群体的投资收益保持在较高水平，但相比去年同期有所下降。2022 年截止第四季度，各收入群体的投资收益（亏损）有所上升（下降）。其中，年收入 5 万以下家庭从 2022 年前三季度的-3.9%上升至 2022 年全年的-0.3%。年收入 30 万以上家庭从 2022 年前三季度的 1.0%上升至 2022 年全年的 3.8%。

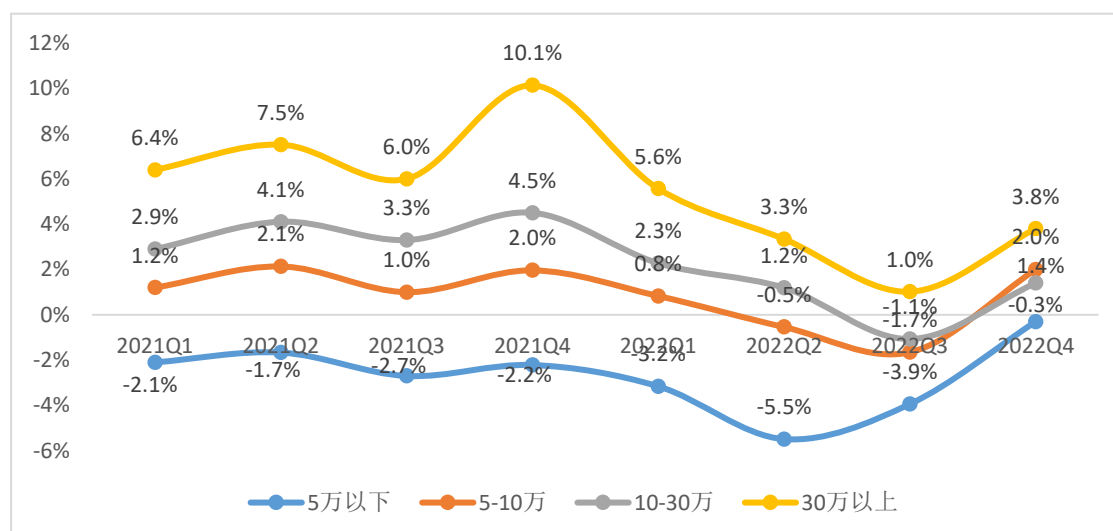


图 6 投资理财平均收益率（按收入分组）

(二)主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属配置意愿较强

家庭投资行为与市场行情息息相关，家庭对各类资产的配置意愿随着外部环境的变化而变化。当不确定性因素增加时，家庭对股票/基金类资产的配置意愿指数明显低于保险及贵金属类资产，如 2020 年初的疫情阶段以及经济预期相对较弱时的 2022 年上半年。当信心逐渐恢复时，家庭各类资产配置意愿指数将逐渐趋同，并达到相对均衡的状态。

具体来看，2022 年前三季度受股市震荡下跌行情以及海外复杂形势的影响，主要权益类资产配置意愿下降。股票/基金类资产配置意愿指数从 2022 年一季度的 102.1 下降至 2022 年第三季度的 97.0；海外资产配置意愿指数也从 2022 年一季度的 101.8 下降至 2022 年第三季度的 99.1。

2022 年第四季度受中国优化疫情防控政策的影响，中国重新打开大门，股市逐渐稳定，股票/基金类与海外资产类资产配置意愿上升。值得注意的是，四季度家庭对海外资产的配置意愿较为强烈，从 2022 年第三季度的 99.1 上升至 2022 年第四季度 107.4。

由于 2022 年受到多重超预期因素影响，家庭的风险意识以及避险意愿相对较高，更青睐于保险年金产品以及抗通胀的贵金属资产。2022 年各季度商业保险类以及贵金属类资产配置意愿指数均高于 100 且保持在较高水平。2022 年四季度家庭对商业保险类以及贵金属配置意愿分别高达 106.3 以及 105.7。

总体而言，家庭的投资行为与外部市场环境息息相关。当股票市场不确定性上升时，家庭对保险以及贵金属等避险资产的配置意愿上升，对主要权益类资产配置意愿下降。

中国家庭财富指数调研系列报告

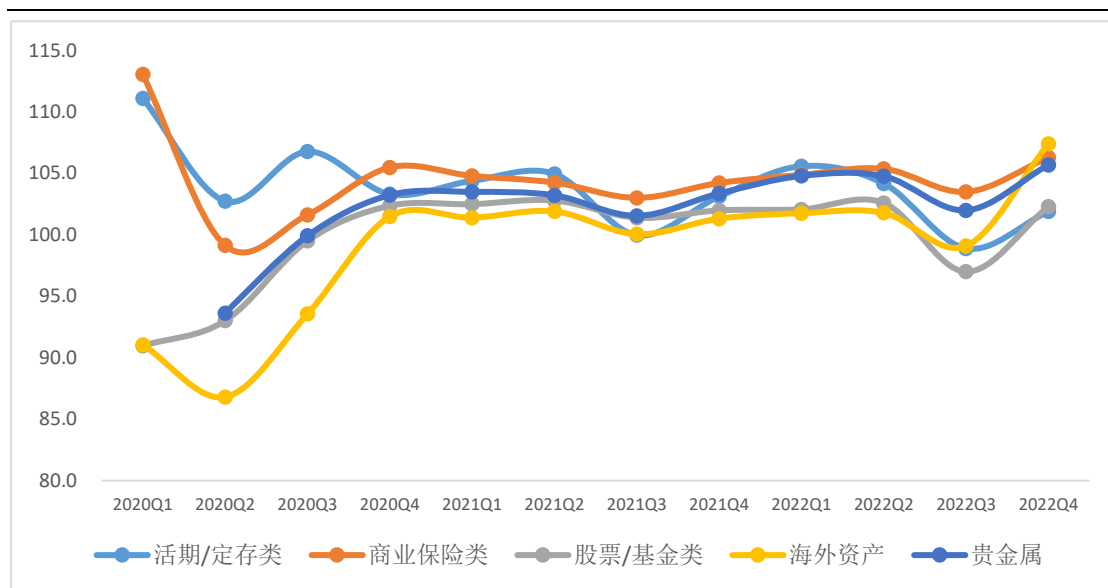


图 7 各类资产配置意愿指数

2022 年基金和股票类投资意愿呈现“V”型走势。2022 年前三季度，由于股市震荡下跌，家庭对于基金和股票类资产配置意愿下降，三季度各类型基金、股票类资产指数均低于 100。2022 年四季度由于优化疫情防控政策的影响，家庭对于基金和股票类资产配置意愿上升，各类型基金、股票类资产指数均突破 100。

由于股市波动较大，家庭避险意愿加强，家庭对于可转债以及偏债型基金的配置相对较强，故家庭对偏债型基金的配置意愿指数波动幅度低于偏股型基金与股票/期货/衍生品配置意愿指数的波动幅度。

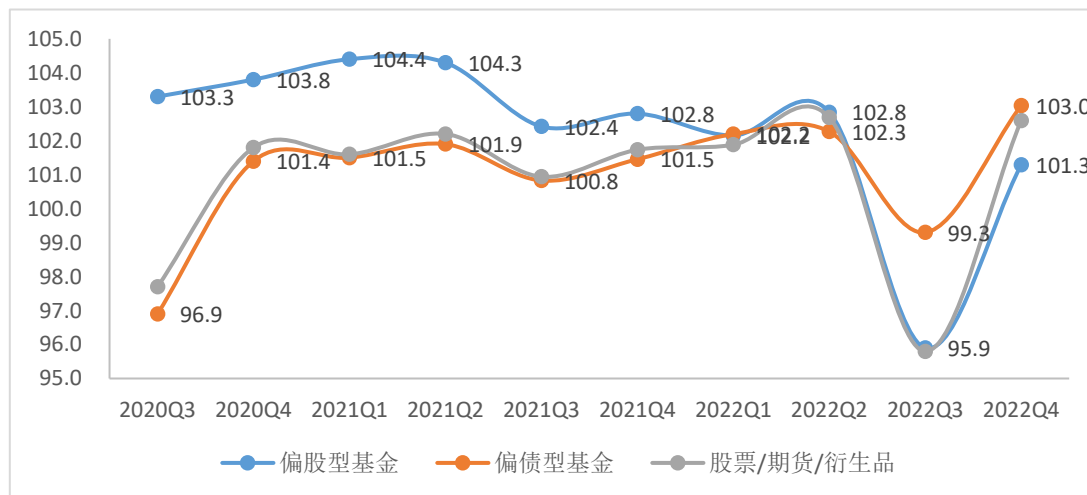


图 8 基金和股票类投资意愿指数

按金融资产分组来看，2022 年各资产组家庭的股票、期货、衍生品配置意愿呈现“V”型走势，而且各资产组股票、期货、衍生品配置意愿逐渐趋同。

2022 年上半年，金融资产 100 万以上群体的股票、期货、衍生品配置意愿高于其他资产组，且有一定差距。2022 年下半年，由于股市震荡下跌，波动较大，金融资产 100 万以上群体的股票、期货、衍生品配置意愿下降且与其他资产组的差距进一步缩小，逐渐趋同。可见，股市的行情对家庭股票、期货、衍生品的投资意愿有较大影响。当股市不确定性较小时，高资产家庭更热衷于投资股票、期货、衍生品；但当股市不确定性较大时，高资产家庭配置股票、期货、衍生品的意愿下降，各资产组家庭对股票、期货、衍生品配置意愿逐渐趋同。

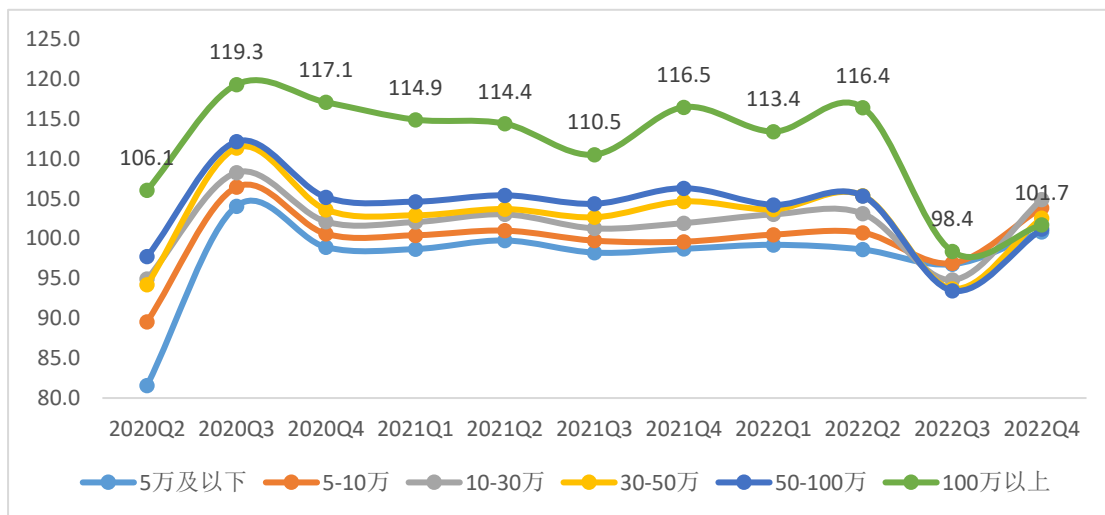


图 9 股票、期货、衍生品配置意愿指数（按金融资产分组）

专题：个人养老金账户参与情况

（一）个人养老金账户的开通情况

大多数居民知晓个人养老金制度启动实施政策，2022 年第四季度超七成居民知晓个人养老金制度启动实施政策，约三成已开通个人养老金账户。绝大多数居民表示知晓个人养老金制度启动实施政策，30.0%的居民表示没听说过个人养老金制度启动实施政策，在听说该政策的居民里面，26.9%的居民不确定是否要开通，25.3%的居民表示听说了但不打算开通，47.8%的居民已开通或准备去开通。

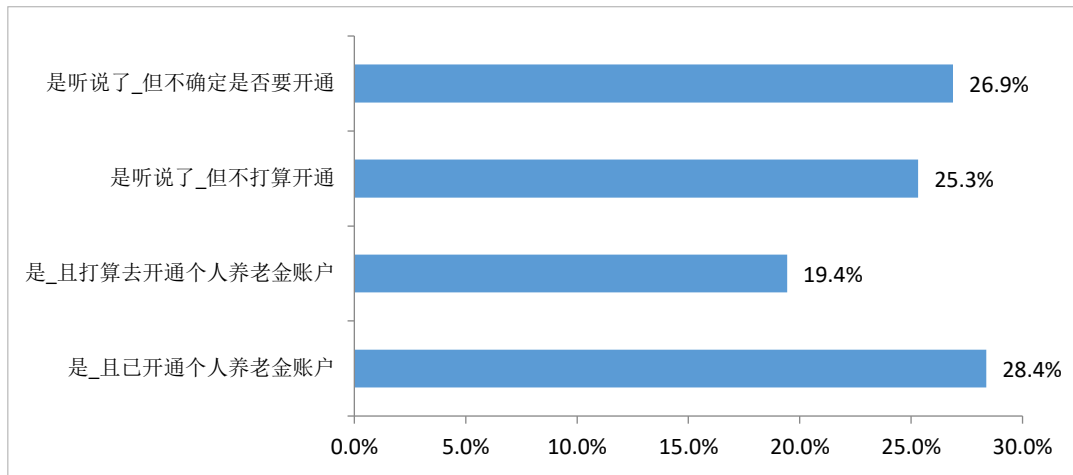


图 10 知晓个人养老金制度启动实施政策后的选择

注：上述统计删除了不符合参加条件的样本。人社部数据显示，截至 2022 年底，个人养老金参加人数约 2 千万。本调研参与率可能偏高。

从收入分组来看，收入越高的群体知晓个人养老金制度和已开通个人养老金账户的占比均较高。其中，30 万以上收入群体听说过个人养老金制度启动实施政策占 79.6%，10-30 万收入群体听说过个人养老金制度启动实施政策占 75.1%。在知晓该政策的群体中，30 万以上收入群体已开通个人养老金账户的占比 34.6%，30 万以上收入群体打算开通个人养老金账户的占比为 24.9%，均高于中低收入群体。

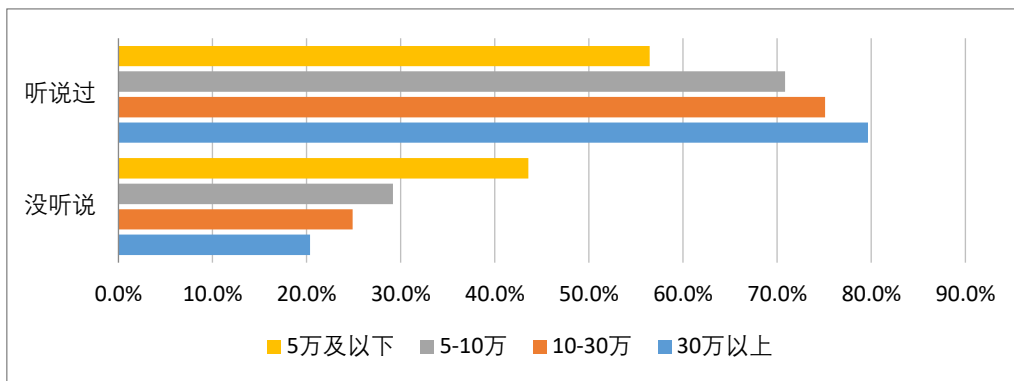


图 11 是否知晓个人养老金制度启动实施政策（按收入分组）

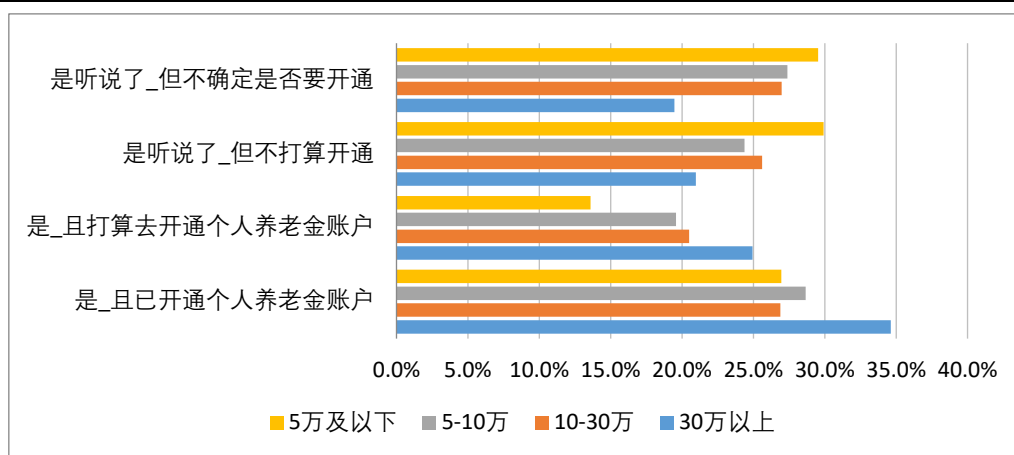


图 12 知晓个人养老金制度启动实施政策后的选择（按收入分组）

对于不知晓个人养老金最新实施政策的居民，在告知其该最新政策后，约二成考虑开通个人养老金账户。具体的，18.4%的居民考虑开通个人养老金账户，34.7%的居民明确表示不考虑开通，此外，还有46.9%的居民不确定是否开通。

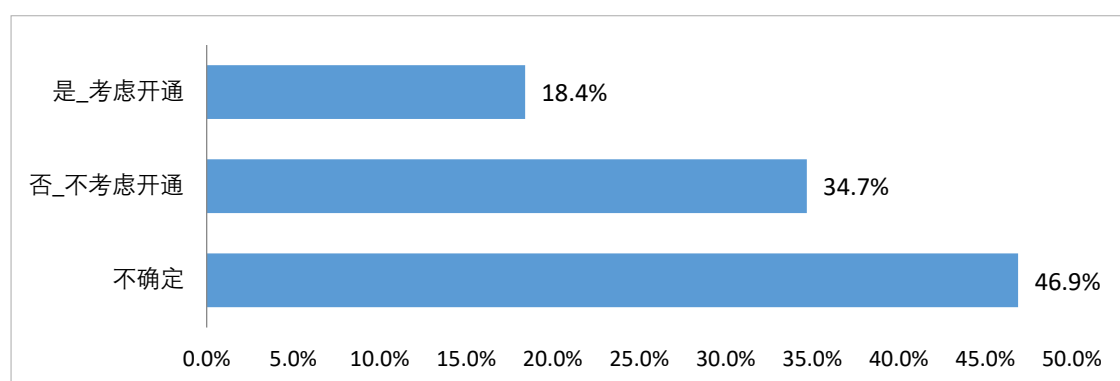


图 13 个人养老金制度实行自愿缴存_账户采取封闭管理

从收入分组来看，中高收入群体在知晓个人养老金最新制度后考虑开通的占比较高。5万及以下和5-10万收入群体在知晓个人养老金最新制度后仍然不确定是否开通的占比分别为43.7%和53.3%，明显高于中高收入群体；10-30万和30万以上收入群体在知晓个人养老金最新制度后考虑开通的占比分别为21.0%和25.7%，明显高于中低收入群体。

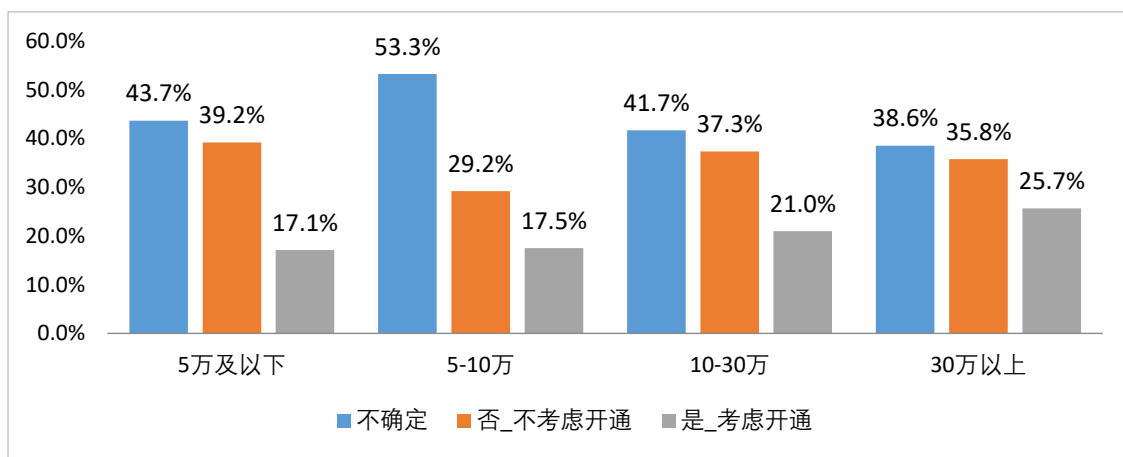


图 14 个人养老金制度实行自愿缴存_账户采取封闭管理（按收入分组）

（二）考虑是否开通个人养老金账户的原因

居民不打算开通或不确定是否开通个人养老金账户的主要原因是账户实施强制储蓄和有养老储备。其中，22.1%的居民不考虑开通个人养老金账户的原因是账户实施强制储蓄，不能随意取出，资金流动受限；21.2%的居民不考虑开通个人养老金账户的原因是有养老储备，不需要；此外，还有 37.0%的居民为其他考虑因素。

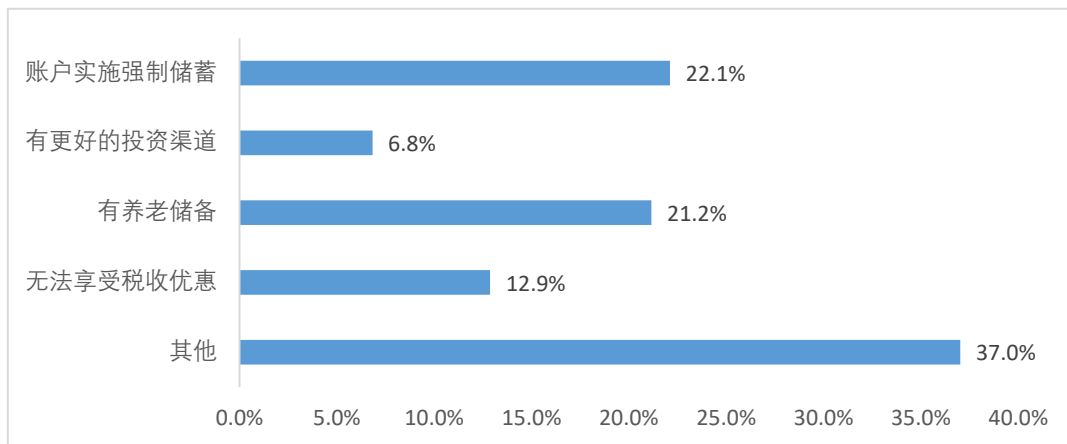


图 15 不开通个人养老金账户的最主要原因

从收入分组来看，中低收入群体不考虑开通个人养老金账户的原因是无法享受税收优惠，中高收入群体不考虑开通个人养老金账户的原因是账户实施强制储蓄、有养老储备和有更好的投资渠道。5 万及以下不考虑开通个人养老金账户的原因是无法享受税收优惠的占比为 18.4%，明显高于中高收入群体；10-30 万收

中国家庭财富指数调研系列报告

入群体不考虑开通个人养老金账户的原因是账户实施强制储蓄、有养老储备和有更好的投资渠道的占比分别为 26.8%、28.1%和 14.0%；30 万以上收入群体不考虑开通个人养老金账户的原因是账户实施强制储蓄、有养老储备和有更好的投资渠道的占比分别为 25.3%、26.0%和 7.6%，明显高于中低收入群体。

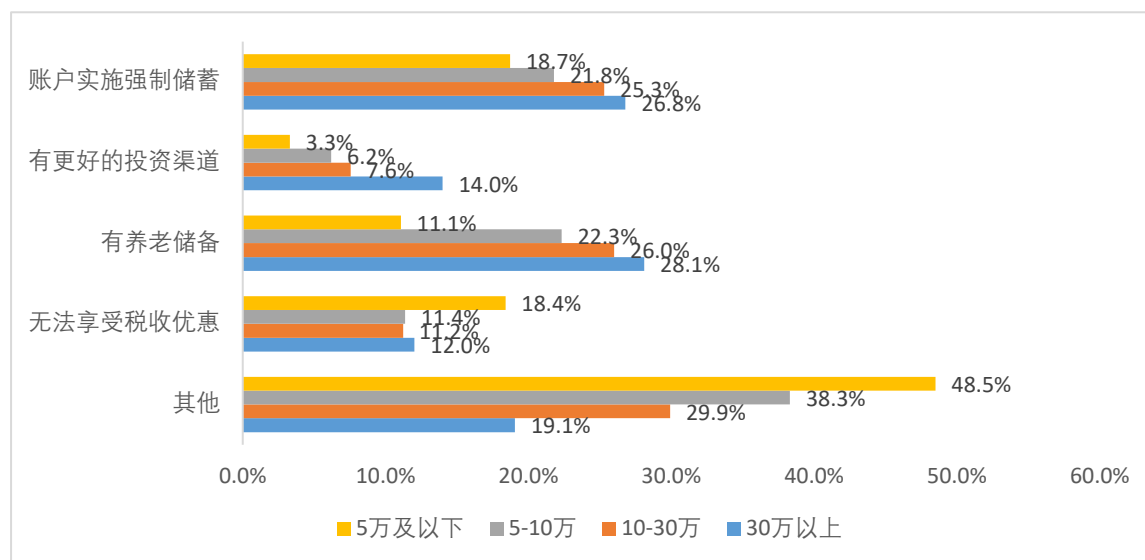


图 16 不开通个人养老金账户的最主要原因（按收入分组）

居民开通个人养老金账户的主要原因是进行强制储蓄和享受税收优惠。其中，44.8%的居民开通个人养老金账户的原因是强制储蓄进行养老储备，43.3%的居民开通个人养老金账户的原因是享受税收优惠，32.7%的居民开通个人养老金账户的原因是提供了可供选择的投资产品，此外，还有 10.9%的居民未说明开通个人养老金账户的具体原因。

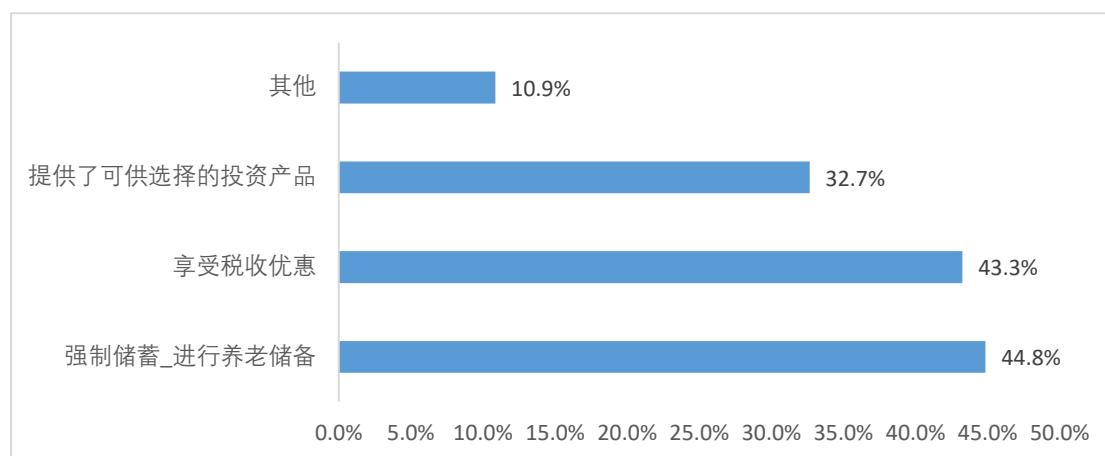


图 17 开通个人养老金账户的最主要原因

从收入分组来看，中高收入群体开通个人养老金账户的主要原因是享受税收优惠，中低收入群体开通个人养老金账户的主要原因是强制储蓄进行养老储备。10-30 万和 30 万以上收入群体开通个人养老金账户的原因是享受税收优惠的占比分别为 15.1%和 10.7%，明显高于其他原；5 万及以下和 5-10 万收入群体开通个人养老金账户的主要原因是强制储蓄进行养老储备，占比分别为 7.0%和 13.7%。

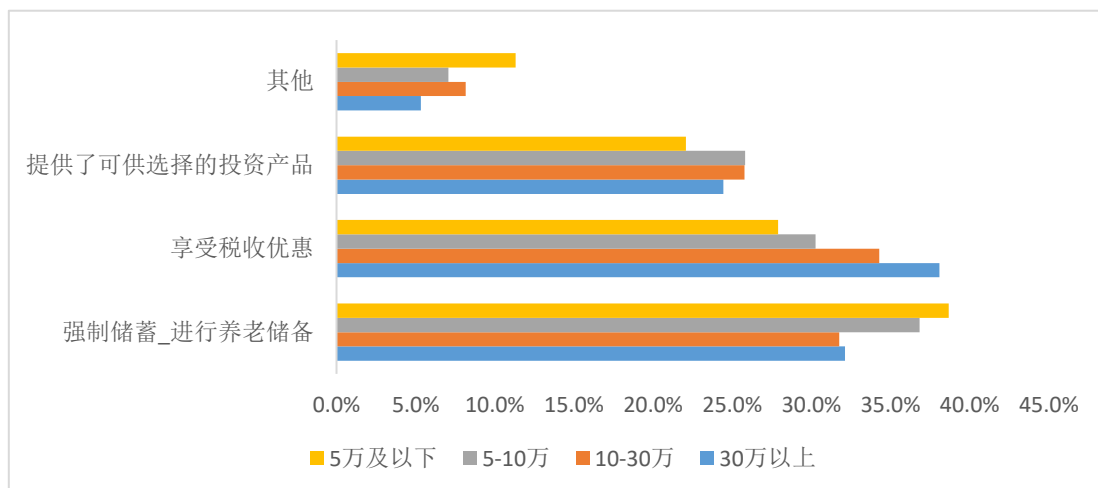


图 18 开通个人养老金账户的最主要原因（按收入分组）

(三) 个人养老金产品购买情况

在开通个人养老金账户后，绝大多数居民打算在养老金账户存入超过 10000 元金额。89.2%的居民开通个人养老金账户后打算在养老金账户存入超过 10000 元的金额。

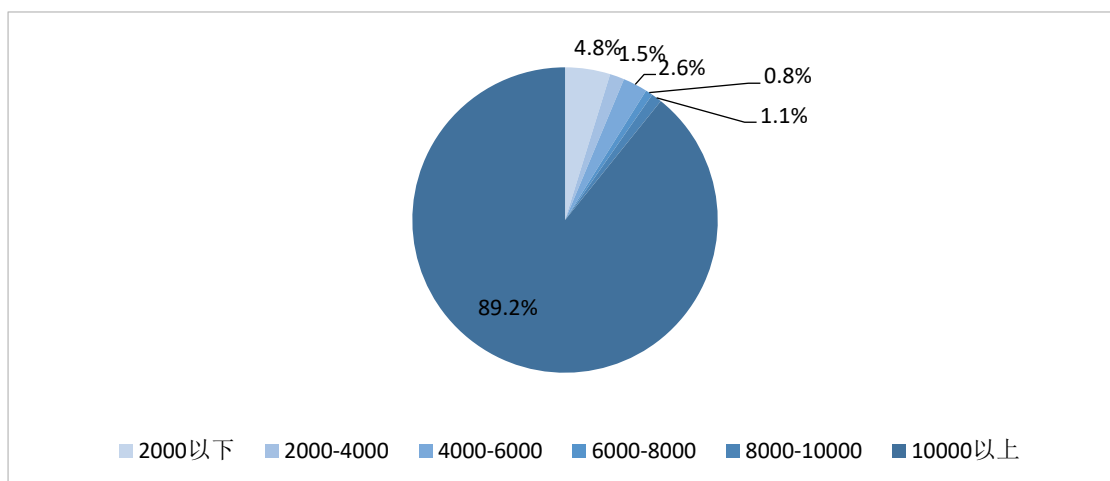


图 19 打算存入养老金账户的金额

中国家庭财富指数调研系列报告

注：根据人社部 2023 年 1 月 18 日公布的数据显示，开通账户居民中 31% 入金，入金账户户均 2316 元，与该问卷呈现的数据有差异，可能的原因是问卷中打算入金的时间比较宽泛。

在开通个人养老金账户后，绝大多数居民打算在购买商业养老保险和理财产品等中低风险养老产品。其中，95.3% 的居民打算购买商业养老保险，93.3% 的居民打算购买理财产品。

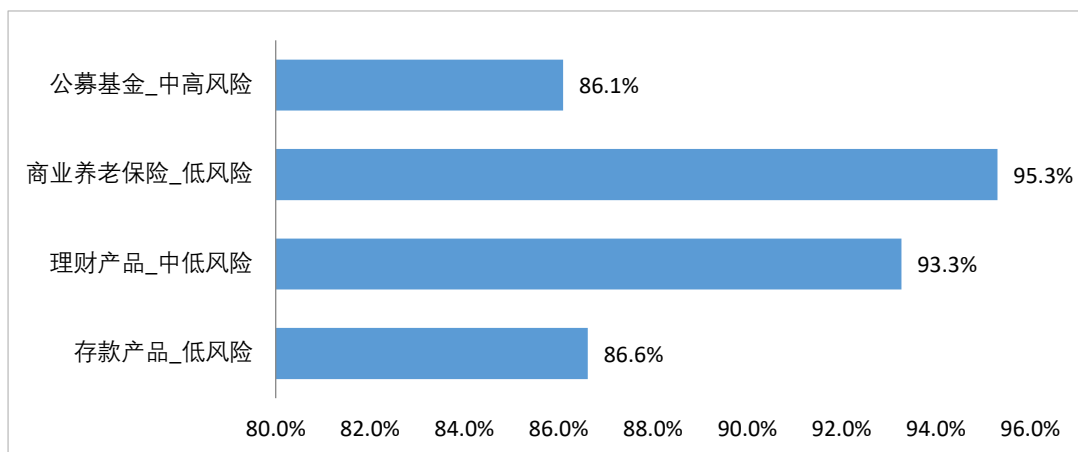


图 20 打算购买哪种个人养老金产品

从收入分组来看，以存款和公募基金为例，中低收入群体更愿意购买低风险养老产品，高收入群体更愿意购买中高风险养老产品。

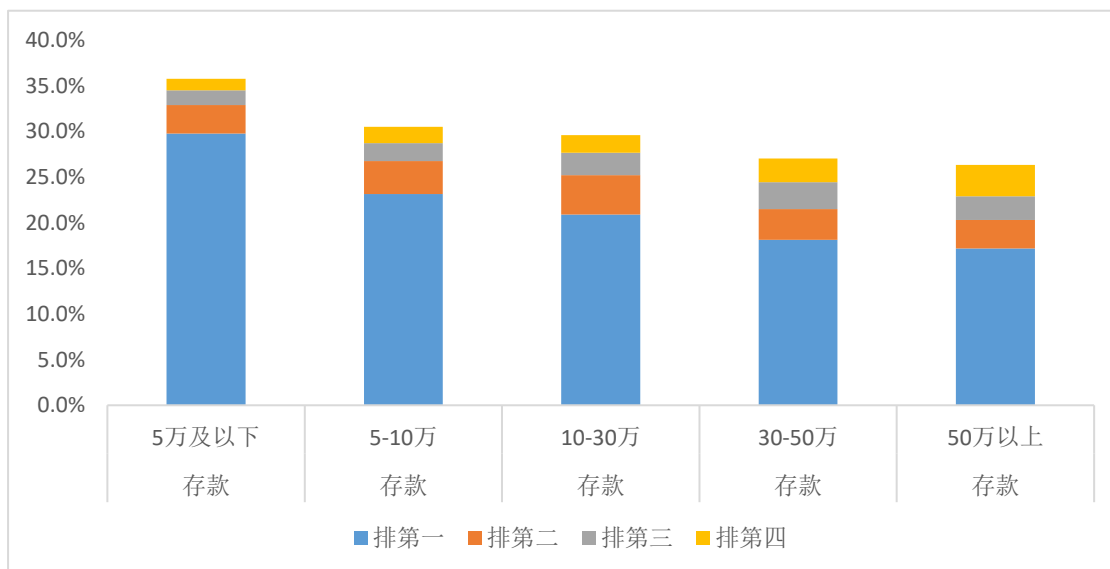


图 21 打算购买哪种个人养老金产品（按收入分组）

注：图中数据进行了百分化处理。

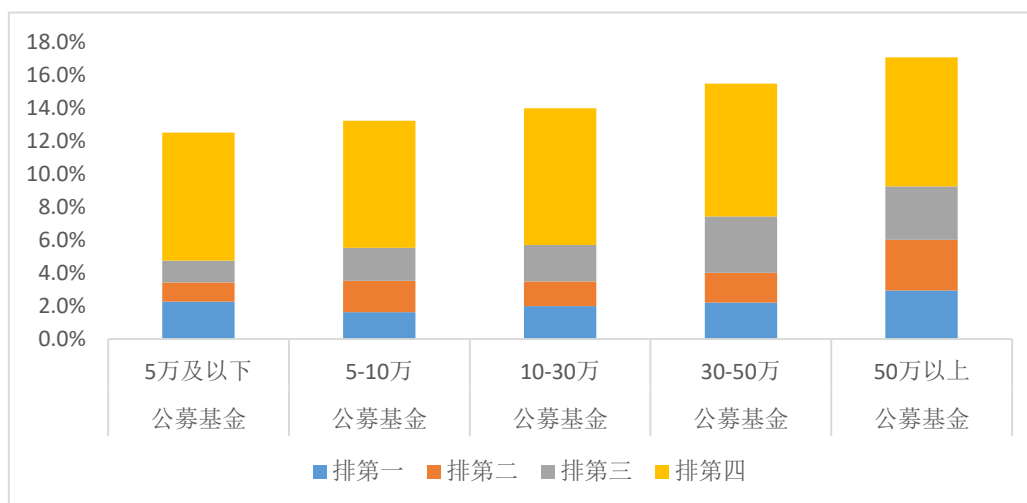


图 22 打算购买哪种个人养老金产品（按收入分组）

注：图中数据进行了百分化处理。

大多数居民倾向于选择银行渠道购买个人养老金产品。其中，40.0%的居民打算通过国有大型商业银行和股份制银行购买个人养老金产品，20.8%的居民打算通过城市商业银行购买个人养老金产品，此外，还有26.4%的居民选择非银渠道购买个人养老金产品。

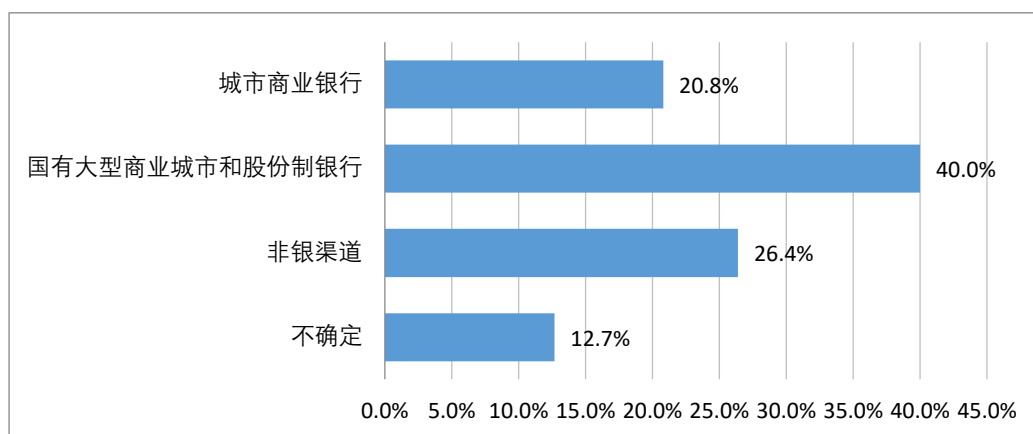


图 23 倾向于选择哪类金融机构购买个人养老金产品

注：非银渠道包括理财公司、独立基金销售机构、证券公司和保险公司

从收入分组来看，中高收入群体倾向于在国有大型商业银行和股份制银行购买个人养老金产品，中低收入群体倾向于在城市商业银行购买个人养老金产品。其中，10-30万和30万以上收入群体选择在国有大型商业银行和股份制银行购

买个人养老金产品的占比分别为 41.8%和 45.3%，5 万及以下和 5-10 万收入群体选择在城市商业银行购买个人养老金产品的占比分别为 19.9%和 24.1%。

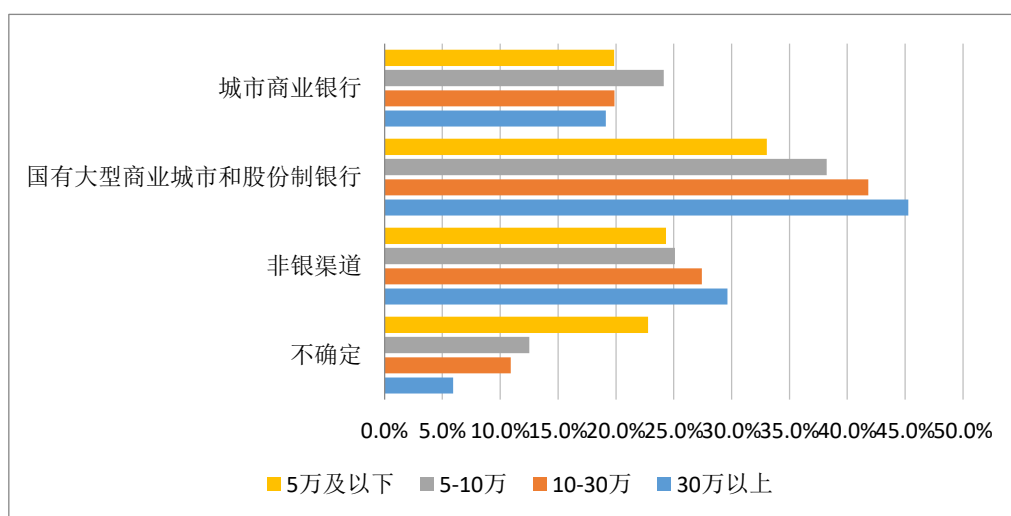


图 24 倾向于选择哪类金融机构购买个人养老金产品（按收入分组）

（四）个人养老金投资咨询服务模式的选择

大多数居民在购买个人养老产品时更倾向于自主选择、自主决策的服务模式。其中，86.3%的居民在购买个人养老产品时更倾向于自主选择、自主决策的服务模式，仅有 13.7%的居民在购买个人养老产品时倾向于选择专业投资咨询服务的服务模式。

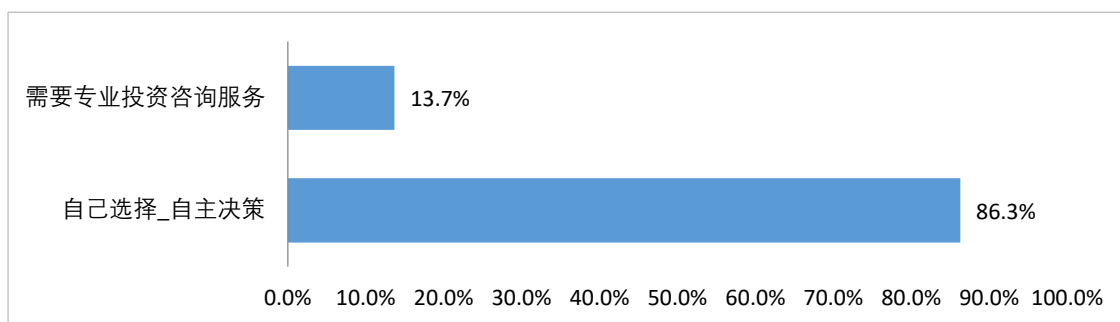


图 25 购买个人养老产品更倾向于哪种服务模式

从收入分组来看，高收入群体在购买个人养老产品时更倾向于选择专业投资咨询服务的服务模式，中低收入群体在购买个人养老产品时更倾向于选择自主选择、自主决策的服务模式。其中，30 万以上收入群体选择选择专业投资咨询服务的服务模式占比为 16.5%，而 10-30 万、5-10 万和 5 万及以下收入群体选择在专

业投资咨询服务的服务模式占比分别为 12.6%、11.5%和 15.5%。

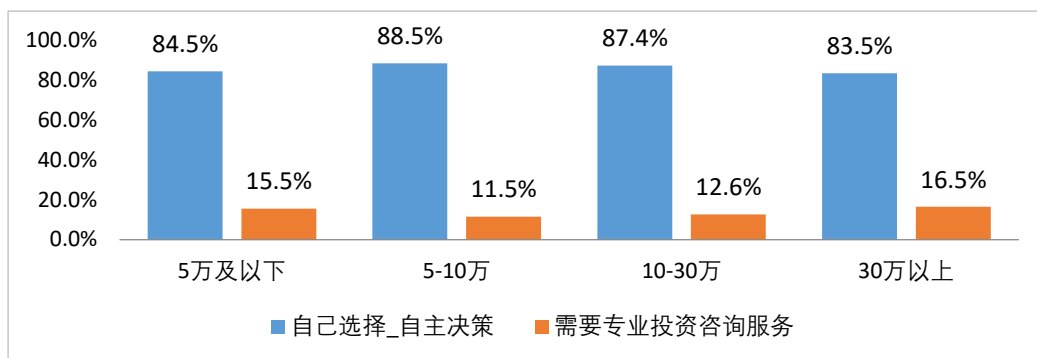


图 26 购买个人养老产品更倾向于哪种服务模式（按收入分组）

在选择专业投资咨询服务的服务模式的居民中，有近六成居民愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费。其中，58.9%的居民表示愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费，41.1%的居民表示不愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费。

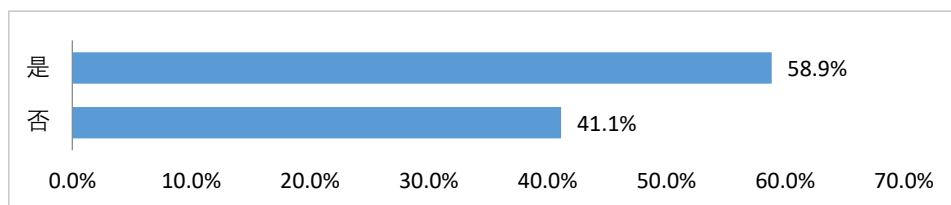


图 27 是否愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费

从收入分组来看，收入越高的居民越愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费。其中，30 万以上收入群体中表示愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费的占比为 71.5%，10-30 万收入群体中表示愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费的占比为 58.3%，5-10 万收入群体中表示愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费的占比为 57.2%，5 万及以下收入群体中表示愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费的占比为 46.5%。

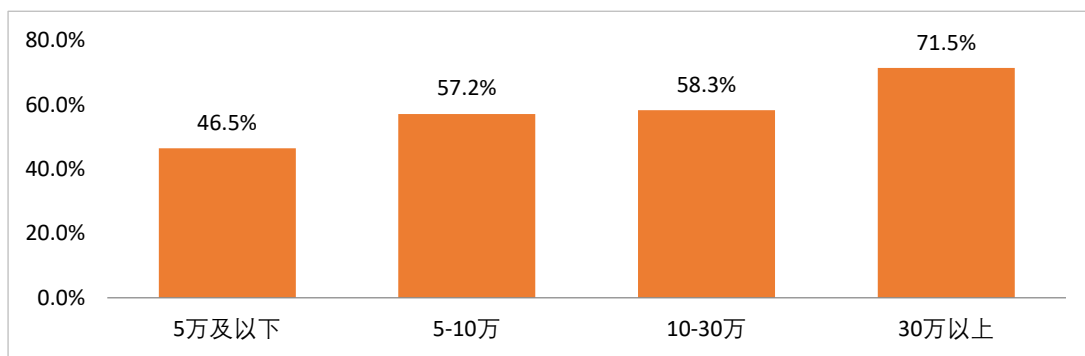


图 28 愿意为个人养老账户的投资咨询服务付费占比（收入分组）

近五成居民更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式。其中，49.8%的居民表示更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式，27.2%的居民表示更愿意采取按投资盈利收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式，23.0%的居民表示更愿意采取按咨询服务使用收取的按次咨询服务费用的付费模式。

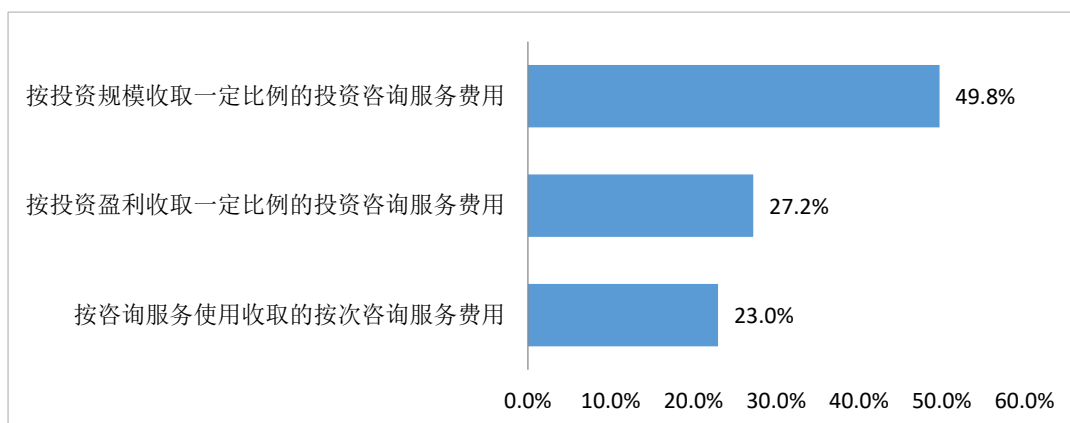


图 29 更愿意为个人养老账户的投资咨询服务采取哪种付费模式

从收入分组来看，各收入群体中大多数居民均更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式。其中，5万及以下收入群体中表示更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式的占比为73.5%，5-10万收入群体的该比例为38.9%，10-30万收入群体和30万以上收入群体的该比例分别为55.0%和59.3%。

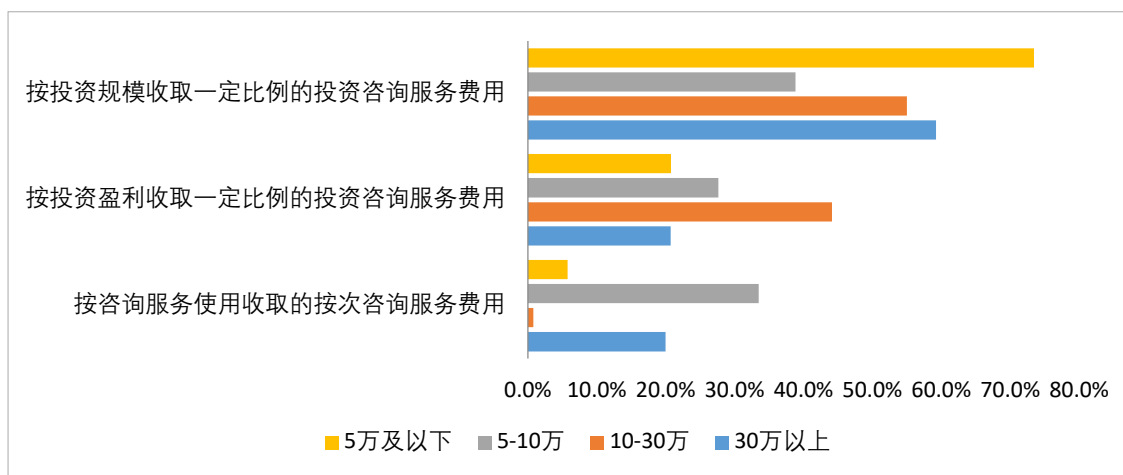


图 30 更愿意为个人养老账户的投资咨询服务采取哪种付费模式（按收入分组）

三、2022 年家庭消费增加但增速总体放缓，四季度向好

（一）2022 年家庭消费增速总体放缓，四季度有所好转

2022 年家庭消费变动指数均大于 100，可见今年家庭消费支出整体均在增加。前三季度增速有所下滑，四季度略有上升，从第三季度的 102.5 增加到 102.7。相比去年，今年各季度消费变动指数均低于去年同期水平，说明今年家庭的消费意愿增幅放缓，增加消费的家庭相比去年同一时期较少，而减少消费的家庭相比去年同一时期较多。

国家统计局数据显示，2022 年社会消费品零售总额为 43.97 万亿元，比上年下降 0.2%，12 月份，社会消费品零售总额 4.05 万亿元，同比下降 1.8%，降幅比 11 月收窄 4.1 个百分点。2022 年 CPI 比上年上涨 2.0%，12 月份 CPI 同比上涨 1.8%，涨幅扩大，环比则由上月的下降变为持平。总体来看，2022 年家庭消费情况整体乐观程度不高，但在四季度出现明显好转，在二十大保民生¹等一系列政策、疫情放开²及临近春节的背景下，居民消费信心有一定程度的回暖，消费

¹ 2022 年 10 月 16 日党的二十大开幕，关乎就业、教育、收入、健康、社会保障、文化体育、乡村振兴、环境、住房与安全等一系列保民生政策颁布。习近平总书记在二十大报告中明确提出，必须坚持在发展中保障和改善民生，鼓励共同奋斗创造美好生活，不断实现人民对美好生活的向往。

² 中国在 2022 年 12 月发布了新冠疫情“新十条”防控优化措施，并于 2022 年 12 月 7 日疫情全面放开。

中国家庭财富指数调研系列报告

市场在波动中逐步好转，整体趋势向好。

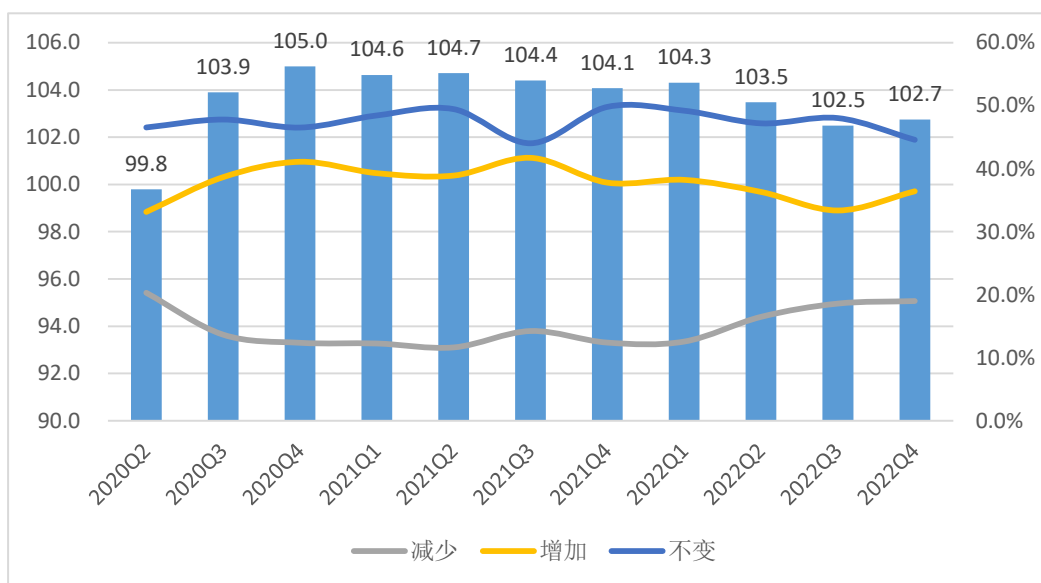


图 31 消费变动情况

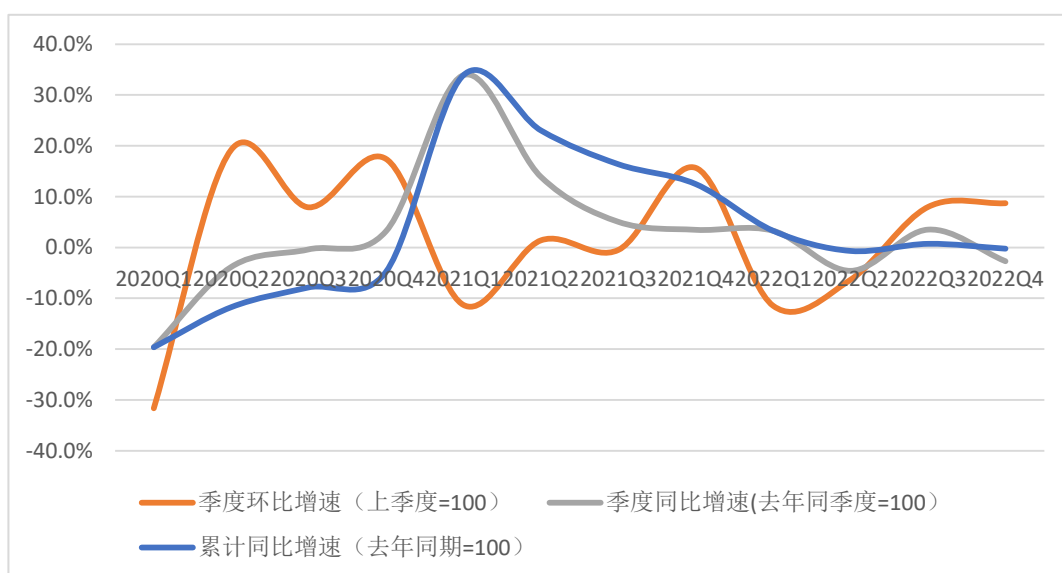


图 32 社会消费品零售总额情况

数据来源：根据国家统计局数据计算。

中国家庭财富指数调研系列报告

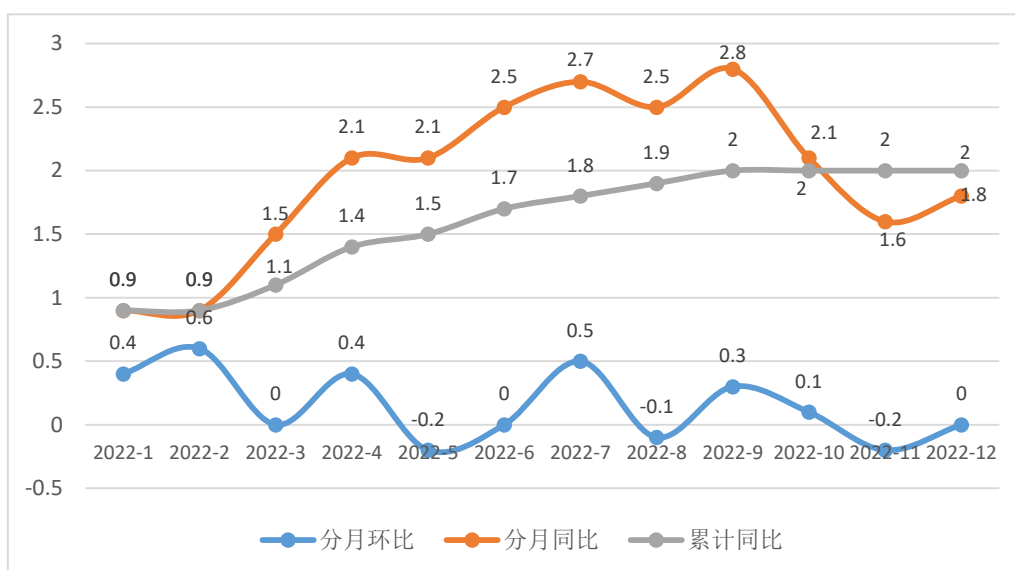


图 33 2022 年的 CPI 情况 (%)

数据来源：国家统计局官网。

从消费类型分组看，2022 年家庭的生存型和发展型消费继续增加，享乐型消费活力不足，但在四季度有好转趋势。其中发展型消费指数>生存型消费指数>享乐型消费指数，家庭生存型消费和发展型消费全年保持增加态势，享乐型消费乐观程度不高，四季度降幅有所收窄。

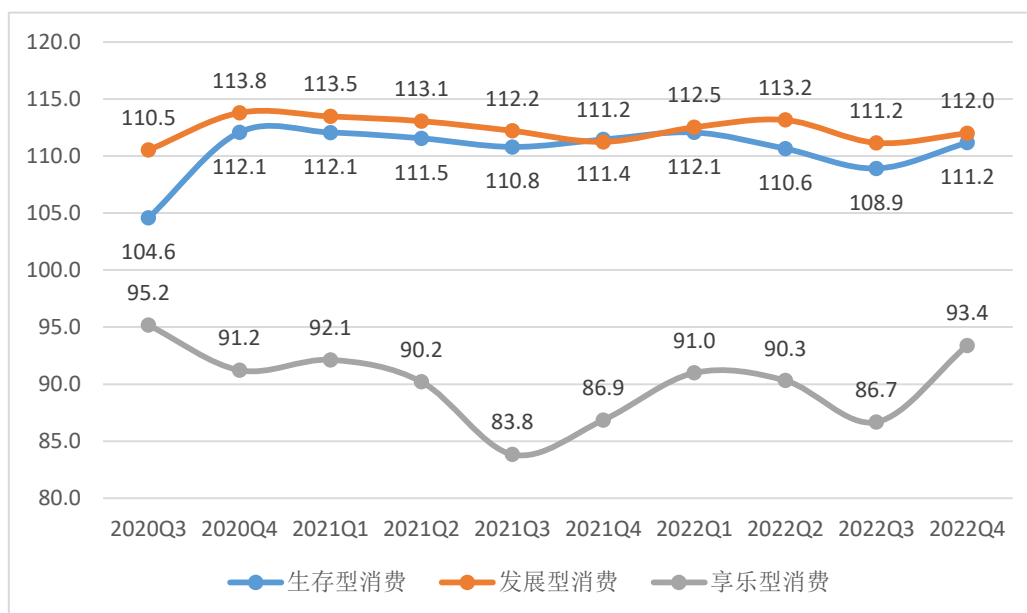


图 34 生存型消费、发展型消费、享乐型消费指数（总指数）

注：生存型消费包含餐饮、生活用品及生活服务消费；发展型消费包含交通和通信、教育、医疗保健消费；享乐型消费包含旅游、文化娱乐、耐用品消费。

中国家庭财富指数调研系列报告

从职业维度看，2022年各职业消费变动指数均大于100，说明全年的消费仍在增长，四季度自由职业者与个体户自营商消费增幅明显。前三季度，自由职业者和个体户自营商消费增速的下降幅度均较大，连续疫情冲击导致个体户自营商与自由职业的工作弹性和环境空间恶化；四季度，自由职业者和个体户自营商消费增幅上升幅度明显，分别从第三季度的105.1和105.5上升到四季度的114.1和110.9。

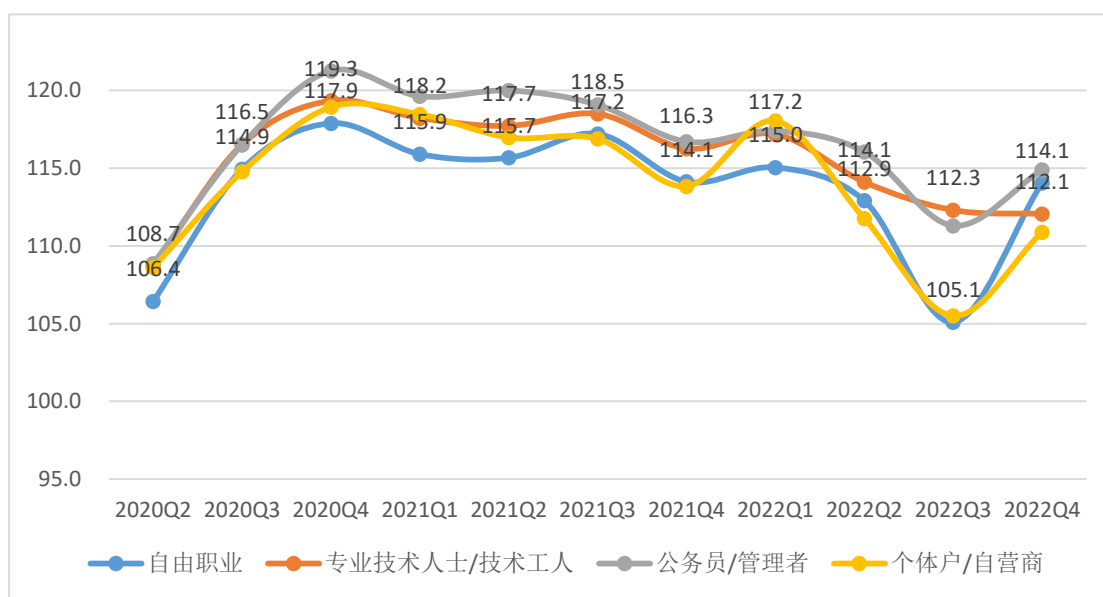


图 35 消费变动指数（按职业分组）

(二) 中低收入群体消费增速较低，但增幅明显

首先，从收入维度看家庭消费变动情况。前三季度各收入群体消费变动指数有相似的波动，四季度均有不同程度的增加。值得注意的是，四季度年收入在5万-10万的群体消费增幅较大，从第三季度的110.0增加至四季度的113.6，这说明了随着疫情的逐步放开，受其影响和冲击最大的中低收入群体的消费开始走向好转。

中国家庭财富指数调研系列报告

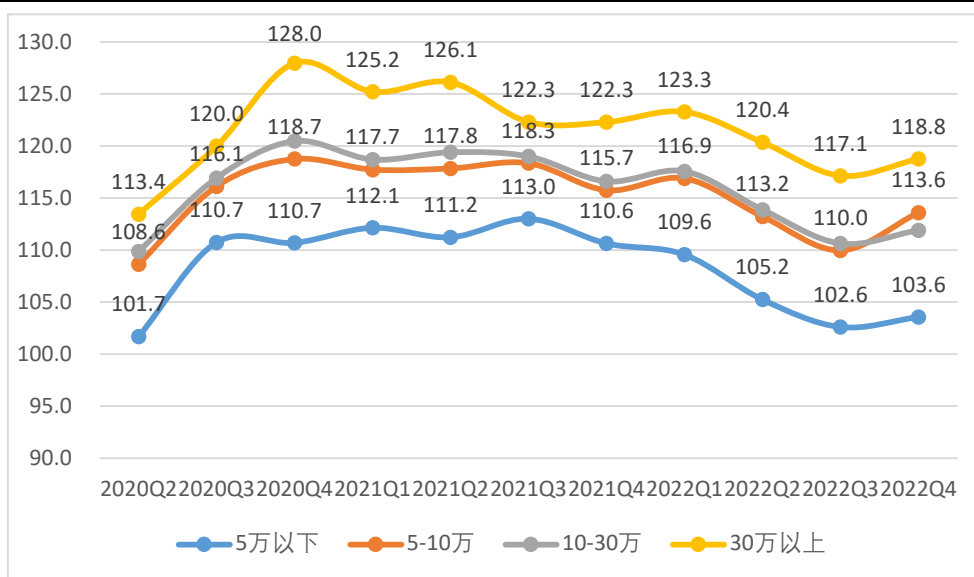


图 36 消费变动指数（按收入分组）

其次，从收入维度看家庭不同类型的消费变动。前三季度，各收入组的生存型消费和发展型消费整体呈增加态势，三季度增速下滑；四季度，增速加快，其中低收入组增幅明显，年收入5万及收下和5万-10万群体的生存型消费指数分别从三季度的100.9和109.8增加至四季度的105.6和112.5，发展型消费指数分别从三季度的106.7和112.3增加至四季度的108.9和114.1。相比去年四季度，今年中低收入组的生存型消费指数和发展型消费指数均高于去年同期水平，这表明随着疫情的逐步放开和临近春节的背景下，受影响最大的接触性消费，在中低收入群体中开始好转。

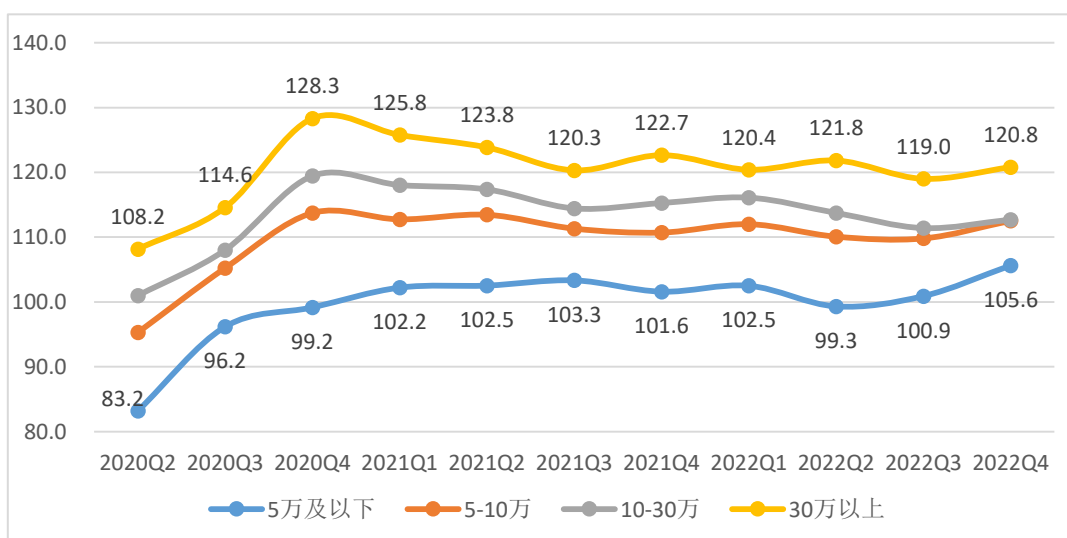


图 37 生存型消费指数（按收入分组）

中国家庭财富指数调研系列报告

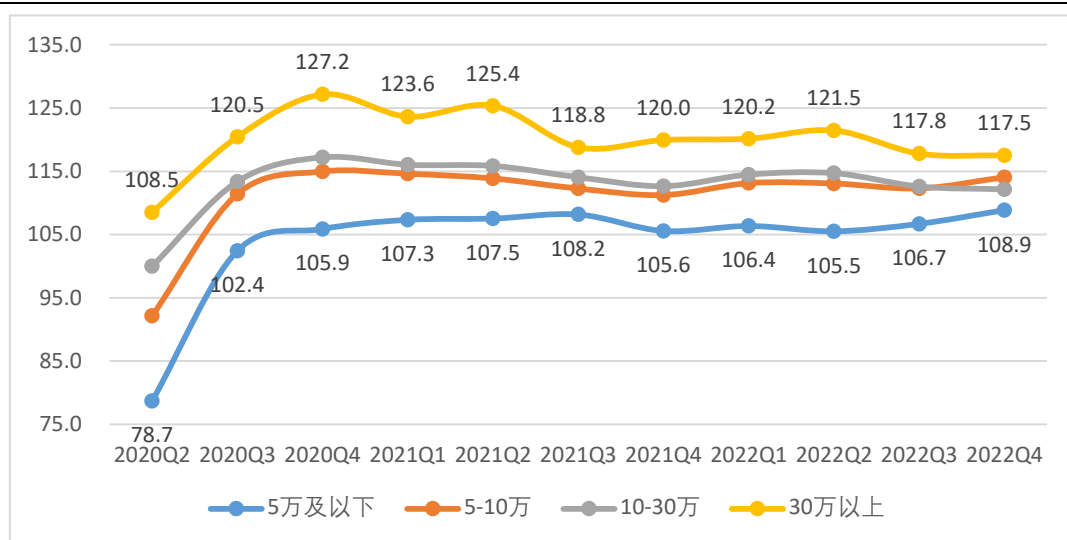


图 38 发展型消费指数（按收入分组）

2022 年高收入家庭享乐型消费保持增长，但其增速整体放缓，四季度有所好转，同时其他各收入组尤其是中低收入组整体趋势向好。前三季度，高收入家庭享乐型消费保持增加态势，中低收入组家庭享乐型消费不乐观；四季度，增速加快，其中低收入组降幅明显收窄。中低收入组相比去年四季度指数值有大幅提升，收入在 5 万及以下和 5-10 万的家庭享乐型消费指数分别从去年四季度的 72.4 和 84.8 上升到今年四季度的 89.1 和 92.5，表明今年四季度的中低收入家庭享乐型消费增加比例比去年同期要多，整体趋势向好。

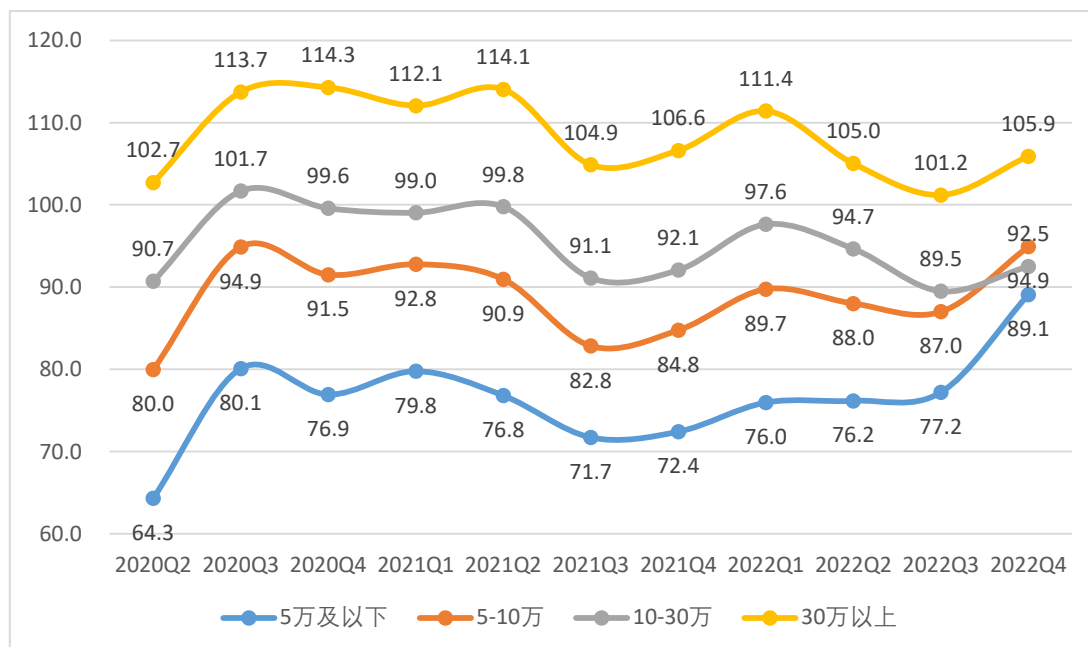


图 39 享乐型消费指数（按收入分组）

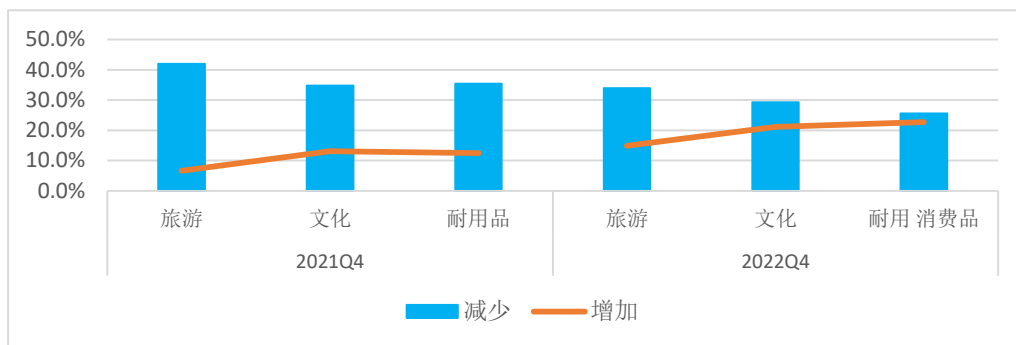


图 40 低收入群体的各类享乐型消费变动情况 (年收入在 5 万及以下)

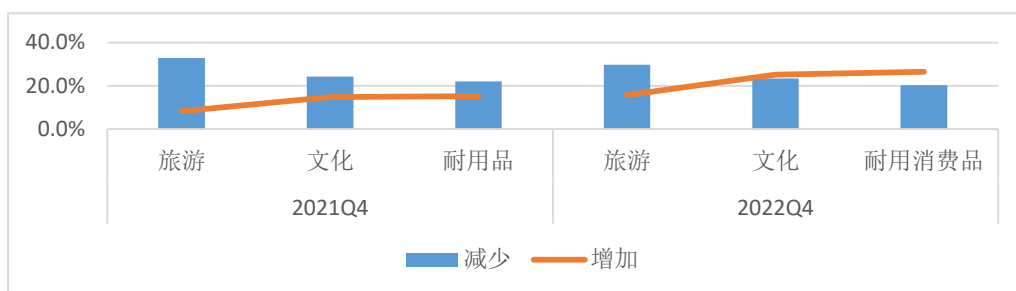


图 41 中低收入群体的各类享乐型消费变动情况 (年收入在 5-10 万)

(三) 年轻群体和老年群体的消费增幅较大

从年龄维度看，2022 年各年龄段的消费变动指数大于 100，说明全年的消费仍在增长。前三季度各年龄段的消费增速普遍下滑，到四季度均有不同程度的上升。其中年轻群体和老年群体的消费增速上升较大，消费变动指数分别从第三季度的 110.0 和 107.6 上升至四季度的 114.0 和 111.3。

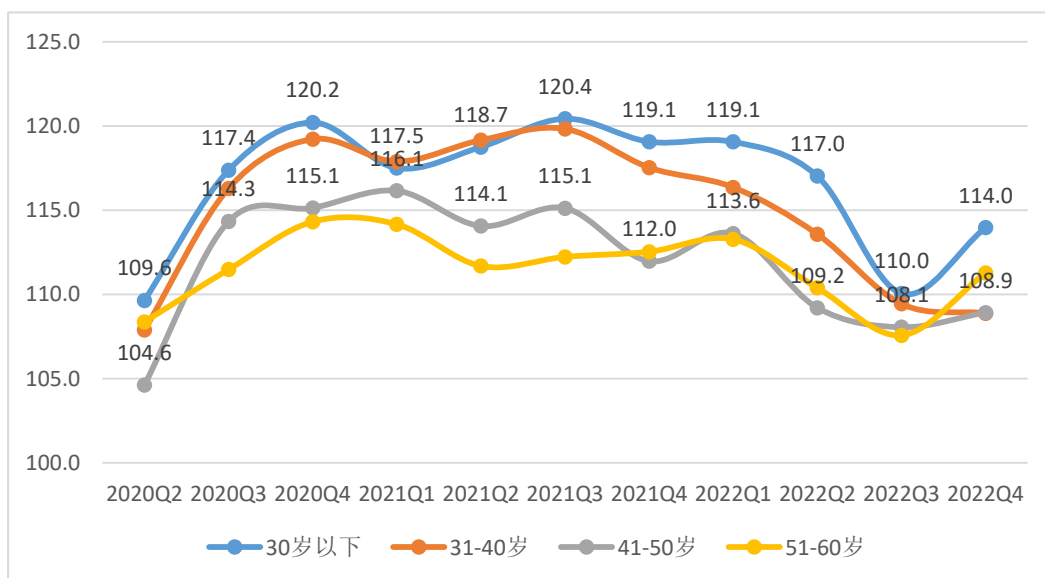


图 42 消费变动指数 (按年龄分组)

中国家庭财富指数调研系列报告

分消费类型看，前三季度，各年龄段的生存型、发展型、享乐型消费指数均有不同程度的波动，年轻群体和老年群体的波动幅度相对较大；四季度，年轻群体和老年群体的增幅明显上升。具体来看，30岁以下群体的生存型消费指数和发展型消费指数分别从第三季度的108.0和110.2上升到四季度的115.2和114.1，享乐型消费指数从第三季度的89.5上升到四季度的100.1；51-60岁群体的生存型消费指数和发展型消费指数分别从第三季度的105.8和108.3上升到四季度的110.8和111.8，享乐型消费指数从第三季度的81.8上升到本季度的95.6。在疫情的逐步放开和临近春节消费进入旺季的背景下，居民的消费信心开始回暖，消费市场逐步升温，整体有向好趋势。

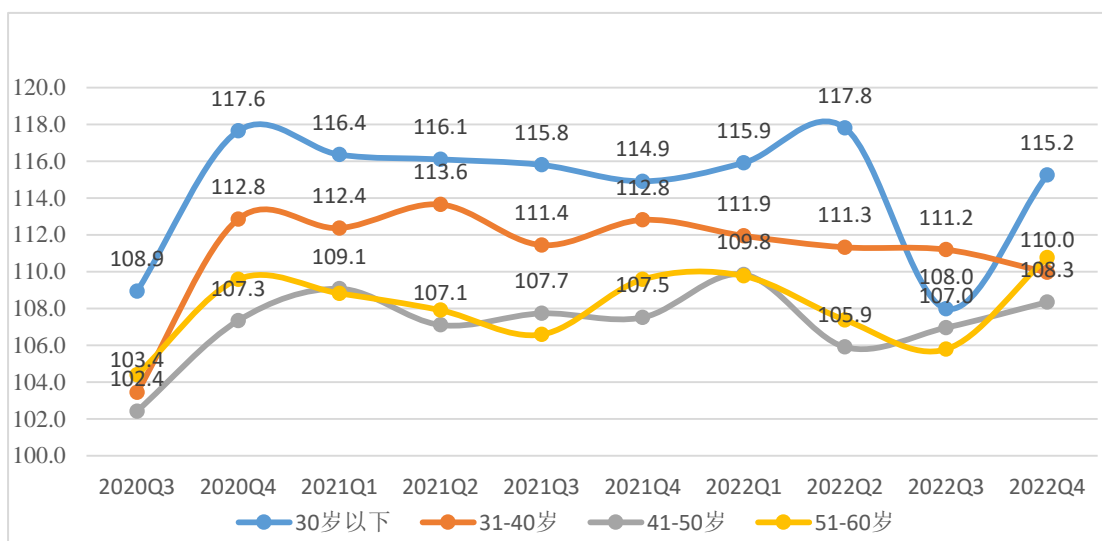


图 43 生存型消费指数（按年龄分组）

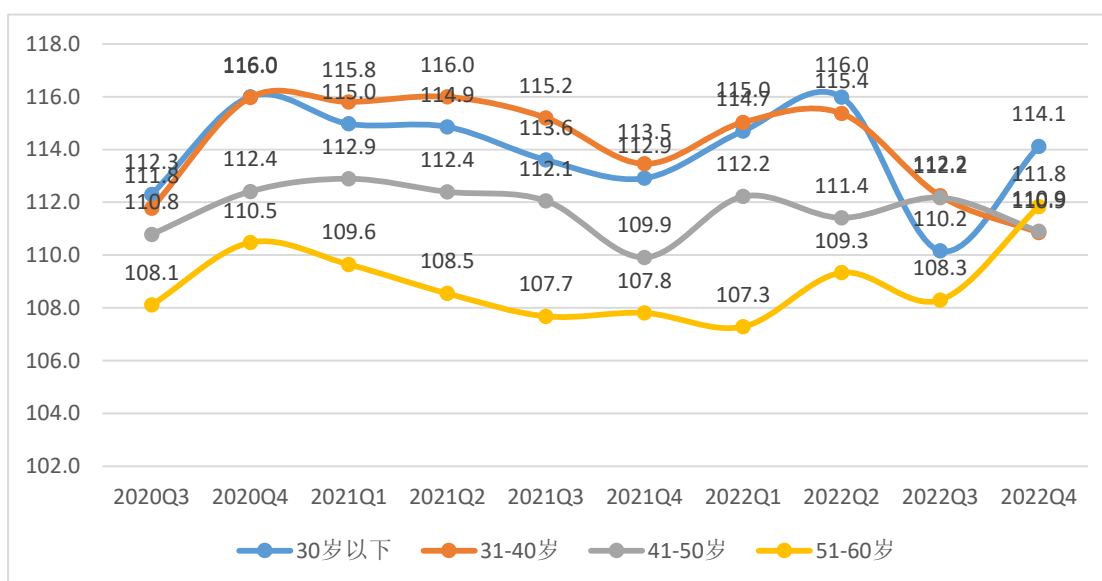


图 44 发展型消费指数（按年龄分组）

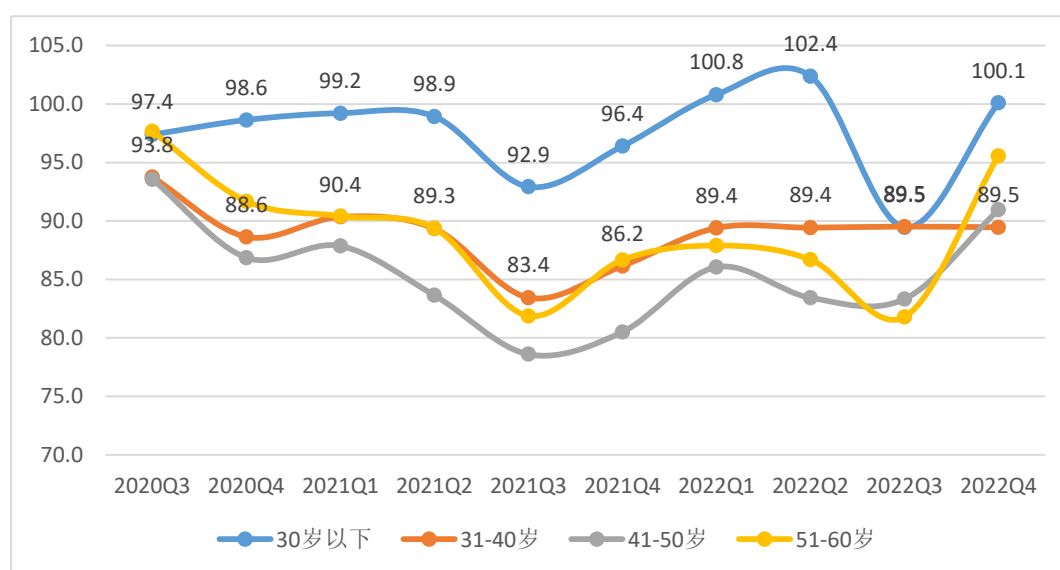


图 45 享乐型消费变动情况（按年龄分组）

四、2022 年整体计划购房意愿不高，四季度开始大幅上升

（一）购房意愿在波动中有向好趋势

调研对居民未来 3 个月的购房计划进行了调研，购房计划选项包含“还在观望”、“有计划购买”及“无计划”三种情况。2022 年有计划购房的家庭比例与还在观望的家庭比例总体在波动中有所上升。四季度上升幅度较大，“有计划购房”的比重从第三季度的 7.0% 上升至四季度的 16.6%，“还在观望”的比重从 20.1% 上升到 27.2%，同时明显超过去年同期水平。根据央行数据³显示，房地产贷款增速有所回落，2022 年末个人住房贷款余额 38.8 万亿元，同比增长 1.2%，增速比上年末低 10 个百分点。在房贷政策宽松⁴、疫情的逐步放开及经济逐步复苏的背景下，人们的消费信心回暖，购房意愿出现明显好转，整体有向好趋势。

³ 《2022 年四季度金融机构贷款投向统计报告》

⁴ 与上季度中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率 (LPR) 一致，本季度的 1 年期 LPR 仍为 3.65%，5 年期以上 LPR 为 4.3%

中国家庭财富指数调研系列报告

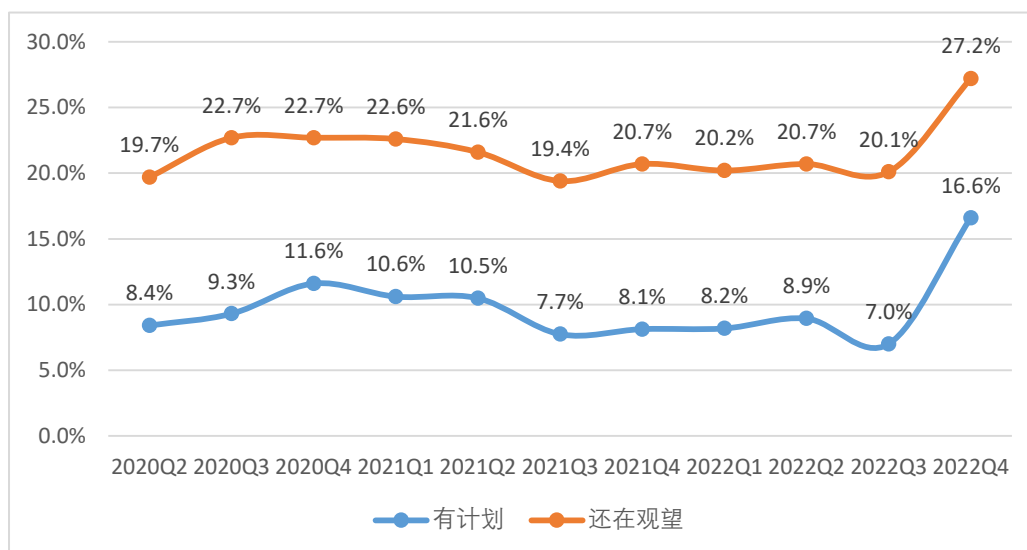


图 46 未来三个月居民购房计划

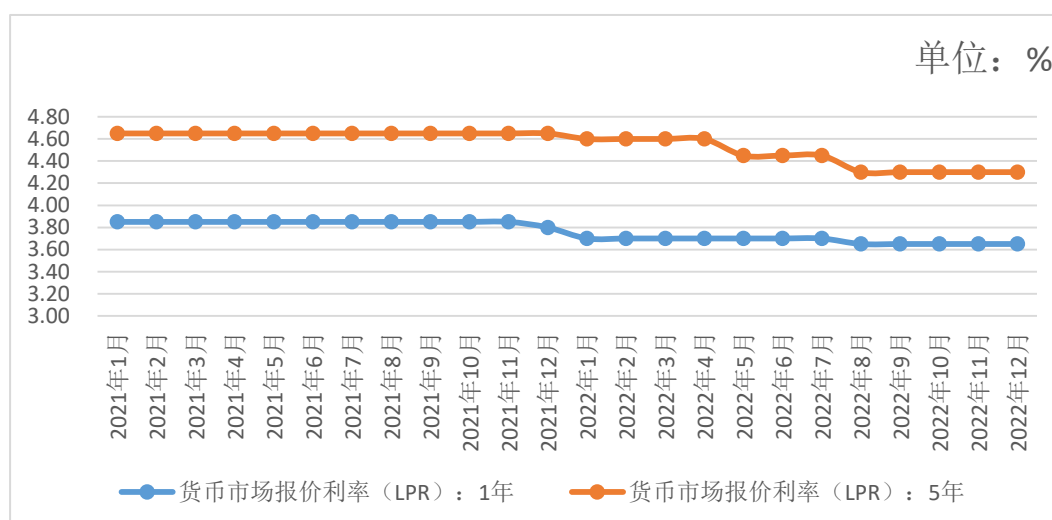


图 47 贷款市场报价利率

数据来源：全国银行间同业拆借中心

(二) 投资性住房需求减弱，刚性及改善型住房需求仍在且增加明显

从金融资产分组看，前三季度购房意愿在浮动中有所下降，其中高资产家庭下降明显，四季度，各资产组购房意愿均上升。今年四季度，中等金融资产水平群体的购房意愿相对高资产水平群体增加明显，且高于往年购房意愿，并接近最近两年来一直稳居第一的高资产家庭。高资产家庭计划购房比例从 2022 年第三季度的 13.9% 增加至四季度 19.9%，购房意愿增加，但低于往年最高水平。数据表

明，家庭投资性住房需求减弱，刚性及改善型住房需求仍在且增加明显。

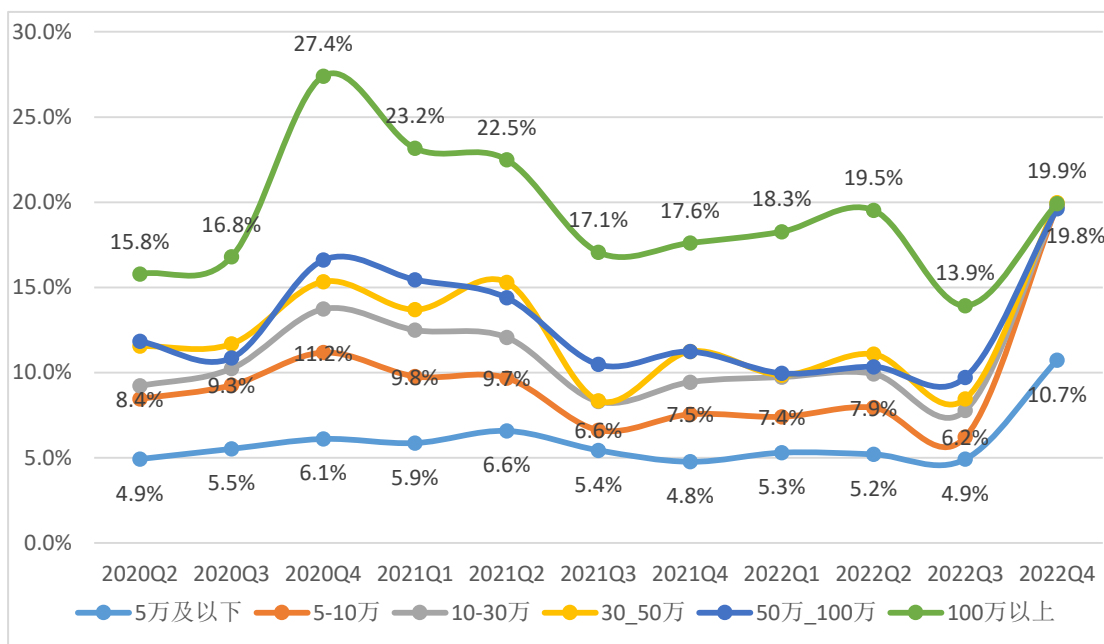


图 48 有计划购房的家庭占比（按金融资产分组）

五、家庭负债增加，且四季度的增速明显上升

(一)2022 年家庭负债指数显著超过去年同期水平

2022 年家庭总负债及各类负债（消费性负债⁵与经营性负债）保持相似的增加态势，但增速有所波动，四季度增幅明显。相比去年四季度，今年家庭的总负债及各类负债均超过去年同期水平，其中，家庭负债指数从去年四季度的 105.1 上升至今年四季度的 113.8；家庭消费性负债指数和家庭经营性负债指数分别从去年四季度的 107.9 和 99.6 上升至今年的 113.7 和 114.1。表明相比去年，今年家庭总负债及各类负债均大幅增加，且增幅均高于去年同期水平。

⁵ 消费性负债在问卷中的定义：包括除住房负债、经营性负债的其他一切负债，如教育负债、医疗负债或用于消费的其他负债等。

中国家庭财富指数调研系列报告

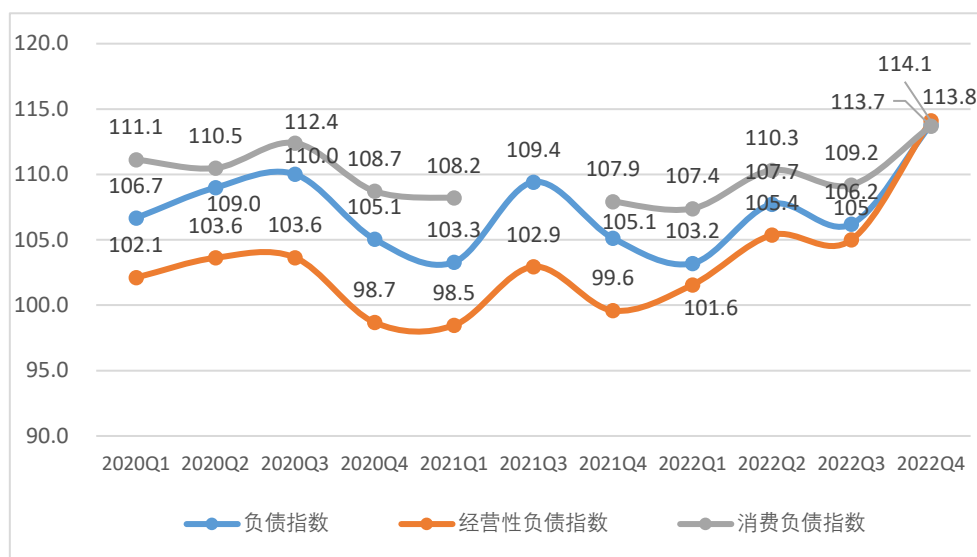


图 49 家庭负债指数

注：2021Q3 无消费负债数据。

从收入分组看，2022 年低收入家庭的负债均保持增加，但增速有所波动，在四季度有所好转；中高收入群体的负债除一季度外，其余季度均保持增加，且增速上升。相比去年四季度，今年除收入在 5 万及以下的群体外，其他各收入组的家庭负债均超过去年同期水平。值得注意的是，中高收入组的增幅最大，年收入在 30 万及以下和 10-30 万的家庭负债指数分别从去年四季度的 97.4 和 99.7 上升至今年四季度的 118.1 和 113.7。

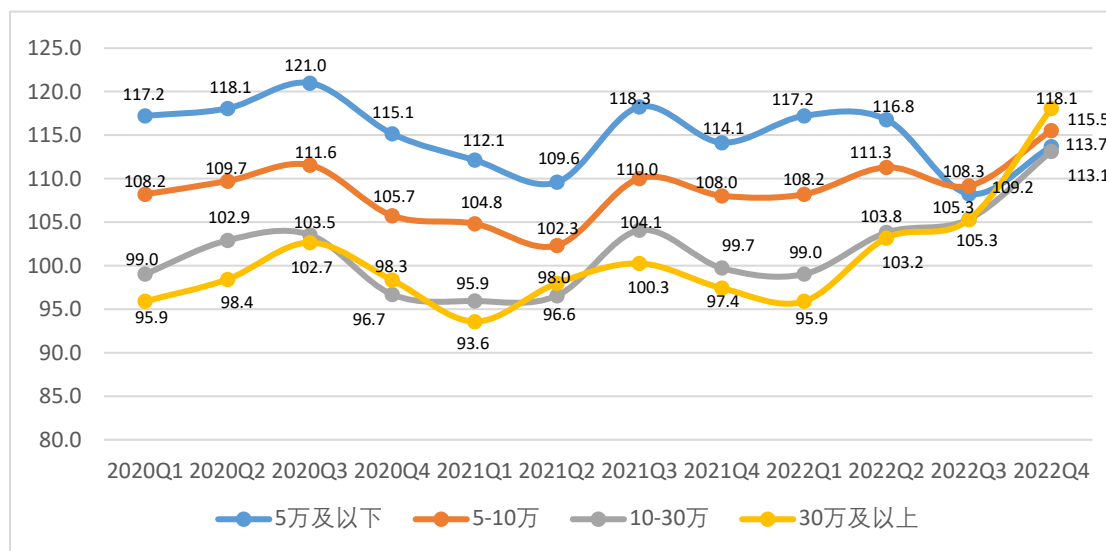


图 50 家庭负债指数（按收入分组）

(二)消费信贷与经营信贷需求仍增长且增速上升

从信贷需求看，2022 年家庭信贷需求指数均大于 100，但指数值波动较大，四季度有所好转，表明信贷需求仍增长。四个季度的经营贷款需求指数和消费贷款需求指数均有相同的变化趋势，且经营贷款需求指数明显大于消费贷款需求指数，两者的波动幅度均较大，在四季度均明显上升，分别从第三季度的 107.0 和 104.6 上升到四季度的 114.9 和 110.5。相比去年，今年经营贷款需求指数和消费贷款需求指数均超过去年同期水平，分别从去年四季度的 105.0 上升至今年的 114.9 和 110.5。2022 年四季度，随着全国各地疫情的放开及消费者信心的逐渐恢复，一定程度上可以解释信贷需求增速有明显上升并整体向好的趋势。

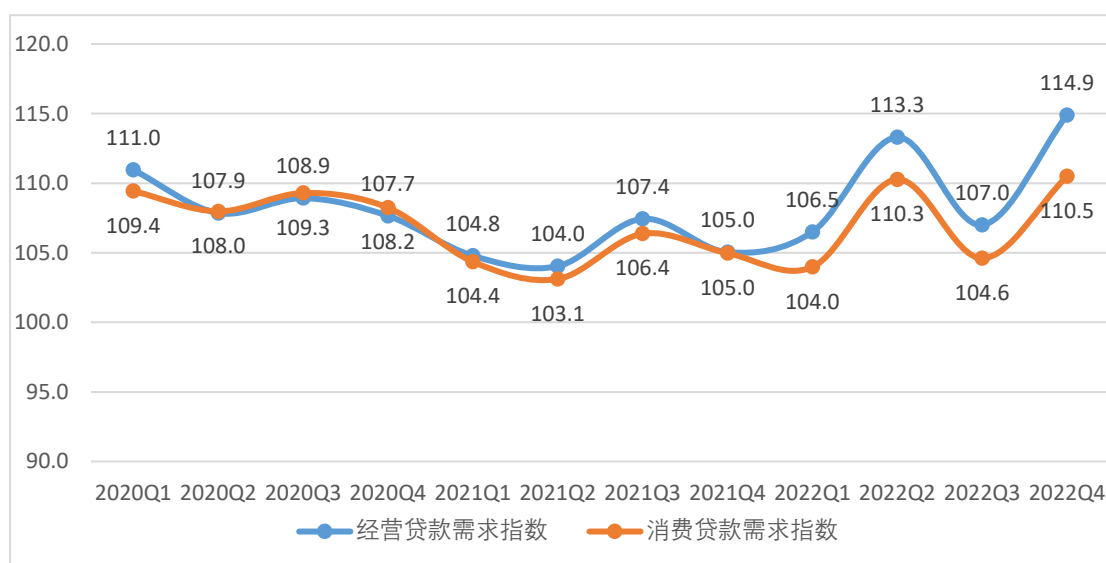


图 51 信贷需求指数

从收入分组看，2022 年各收入组的经营贷需求指数均大于 100，表明家庭对经营贷的需求均保持增加态势。今年四个季度的经营贷需求均有相同的变化趋势，在前三个季度指数波动幅度大，四季度均开始上升。值得注意的是，高收入组对经营贷的需求均保持较高水平。相比去年，今年四季度各收入组对经营贷需求指数均高于去年同期水平，整体趋势向好。

中国家庭财富指数调研系列报告

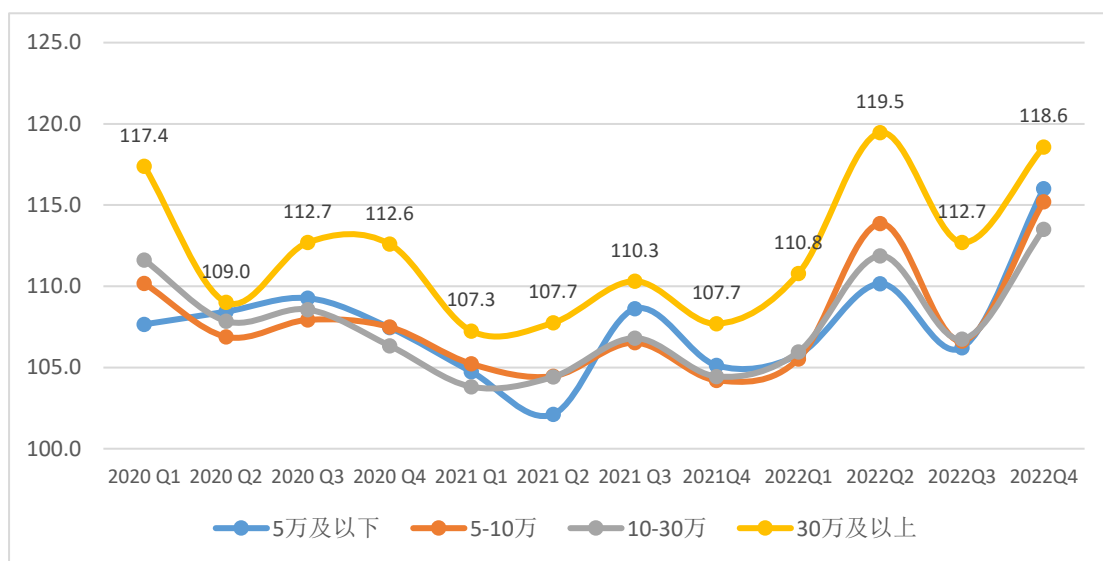


图 52 经营贷需求指数（按收入分组）

从收入分组看，2022 年各收入组的消费贷需求指数均高于 100，表明家庭对消费贷的需求同样保持增加态势。今年四个季度中各收入组的消费贷需求指数保持相同的变化趋势，前三个季度波动幅度较大，在四季度均有大幅上升。值得注意的是，高资产组对消费贷的需求虽然仍保持最高。相比去年，今年四季度各收入组对消费贷需求指数均高于去年同期水平，其中高资产组从去年四季度的 103.8 上升到今年四季度的 115.5，整体趋势向好。

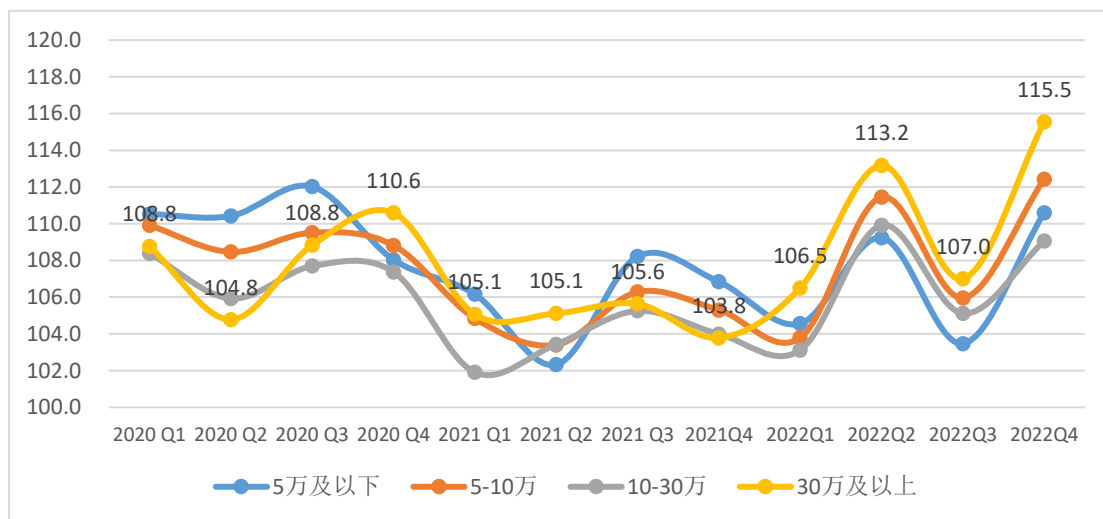


图 53 消费贷需求指数（按收入分组）

(三)低收入家庭的贷款获得难度得到明显改善

从信贷获取容易度情况看，2022 年经营性贷款和消费贷款获取容易度整体

中国家庭财富指数调研系列报告

普遍提高。相比去年，今年四季度的经营性贷款和消费贷款获取容易度指数均超过去年同期水平，这意味着家庭的贷款获取容易度状况有所改善，整体向好。家庭经营性贷款获取容易度指数和消费性贷款获取容易度指数分别从去年四季度的 98.6 和 101.2 上升至今年四季度的 113.2 和 107.5。

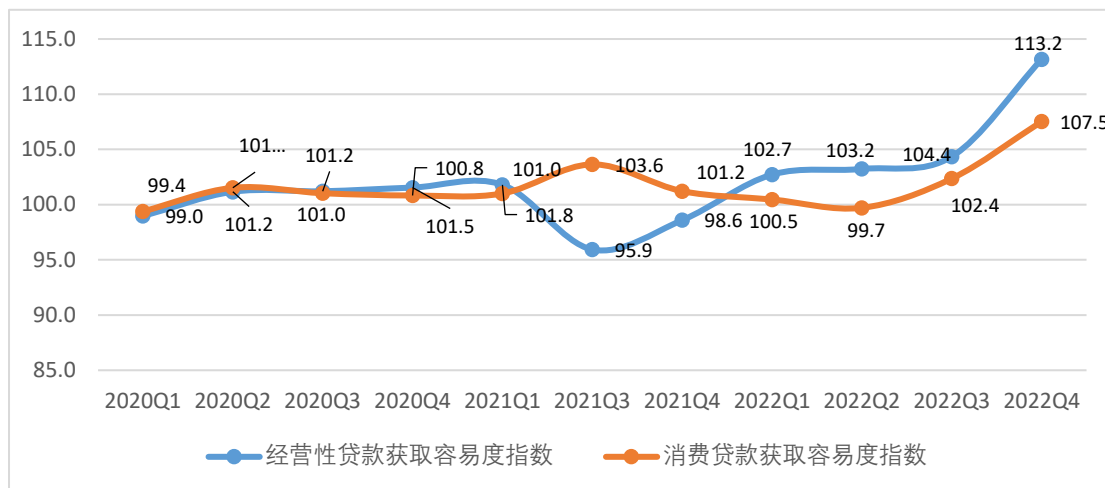


图 54 信贷获取容易度指数

注：2021Q3 无消费贷款数据，2022 年 Q1 没有询问消费贷获取容易度情况，这里均取上季度和下季度的均值进行平滑处理。

从收入分组看，2022 年中高收入群体的消费贷获取容易度均保持增加，且增速整体呈上升趋势；低收入群体的消费贷获取容易度波动较大，四季度明显好转。相比去年，今年四季度各收入群体的消费贷获取容易度指数均超过去年同期水平，整体有向好趋势。收入在 5 万及以下和 5-10 万的家庭，其消费贷获取容易度指数分别从去年四季度的 94.4 和 99.4 上升至今年四季度的 99.4 和 110.1，这意味着低收入家庭的消费贷获取难度得到明显改善。

中国家庭财富指数调研系列报告

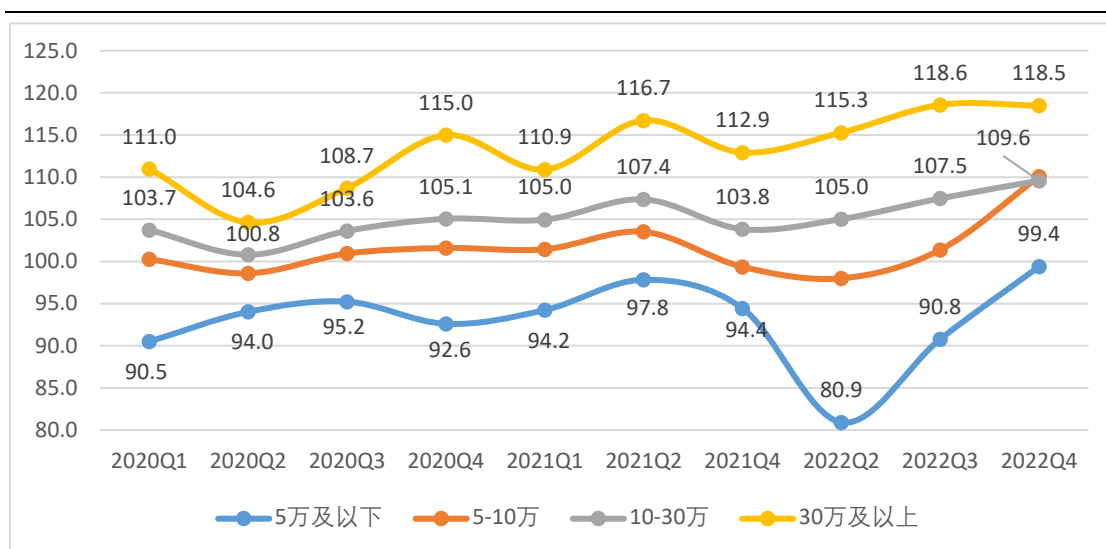


图 55 消费贷获取容易度指数（按收入分组）

从职业分组看，2022 年各职业的消费贷获取容易度指数整体乐观程度不高，四季度开始有所好转，整体趋势向好。其中“管理者”、“专业技术人士”和“政务机关等工作”在 2022 年整体指数值均大于 100，表明其消费贷获取容易度保持增加，增速整体呈上升趋势。值得注意的是，“自由职业”及“个体户”的消费贷获取容易度指数上升幅度较为明显，这表明了该群体的贷款获取容易度情况得到改善。相较于 2021 年四季度，今年整体上各职业普遍超过去年同期水平，整体向好。

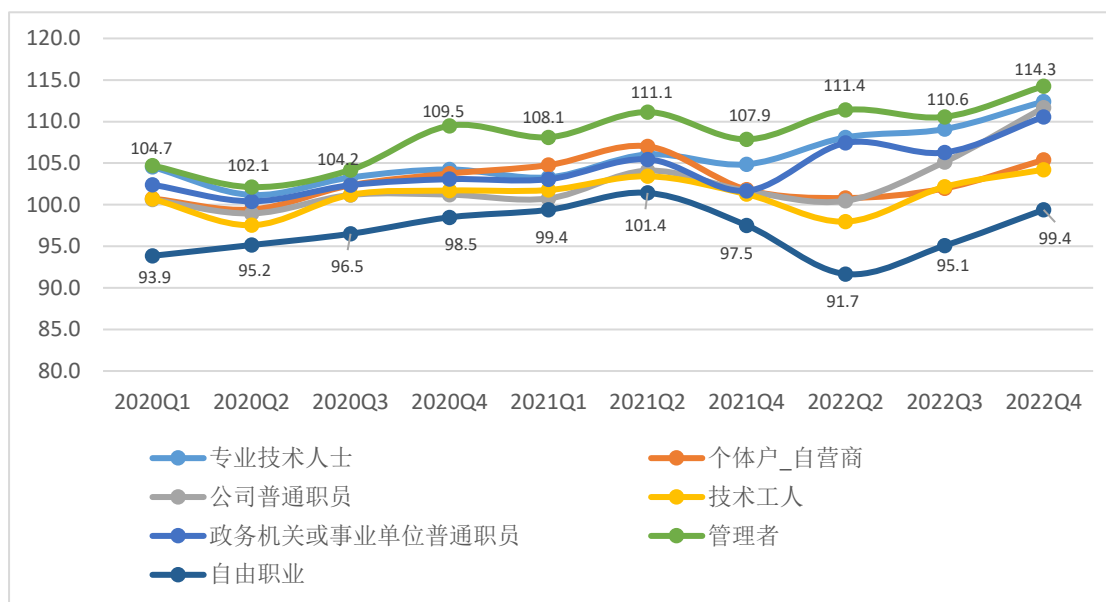


图 56 消费贷获取容易度指数（按职业分组）

从年龄分组看，2022 年不同年龄段群体的消费信贷容易度指数均增加，四

中国家庭财富指数调研系列报告

季度增幅较大。相比去年，今年四季度各年龄段消费贷获取容易度指数均超过去年同期水平，整体向好趋势。其中，30岁以下人群获取消费信贷容易度指数由去年的101.8上升至今年的114.0；31-40岁获取消费信贷容易度指数由去年的101.1上升至今年的108.8；41-50岁获取消费信贷容易度指数由去年的101.4上升至今年的108.5；51-60岁获取消费信贷容易度指数由去年的102.9上升至今年的112.8。

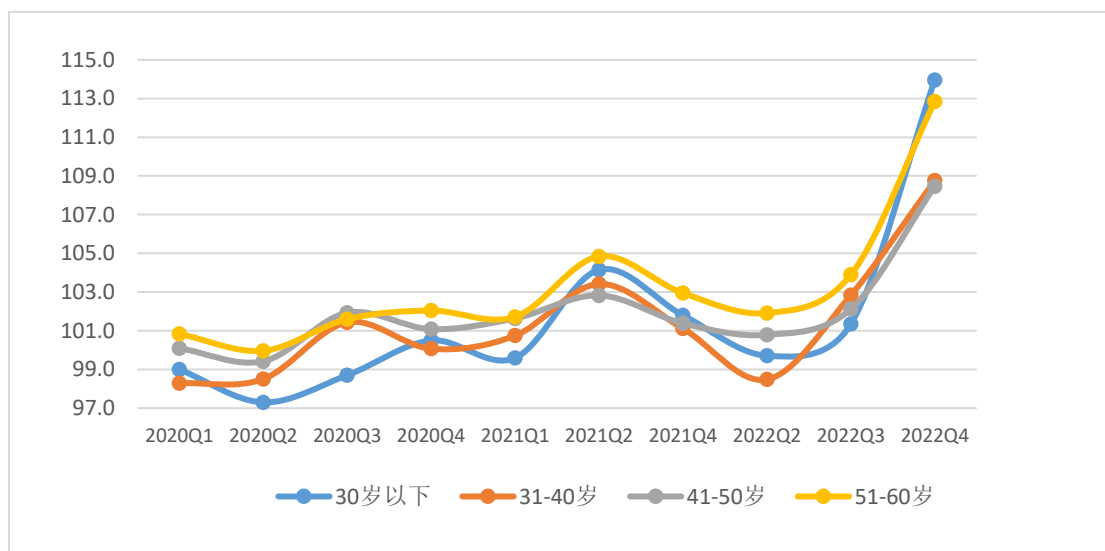


图 57 消费贷获取容易度指数（按年龄分组）

从收入分组看，2022年中高收入群体的经营贷款获取容易度保持增加，增幅略有上升；低收入群体的经营贷款获取容易度整体不太乐观，但在四季度出现明显好转。相比去年四季度，今年各收入线的经营贷款获取容易度指数均超过去年同期水平，并且低收入群体上升的幅度最大，整体向好。今年四季度以来，在促消费政策密集推出、落地见效的大背景下，居民消费需求逐步释放，不少银行机构提早布局，加大消费贷的优惠推广力度。外部友好的政策可以一定程度上解释信贷获取容易度增加和整体向好的趋势。

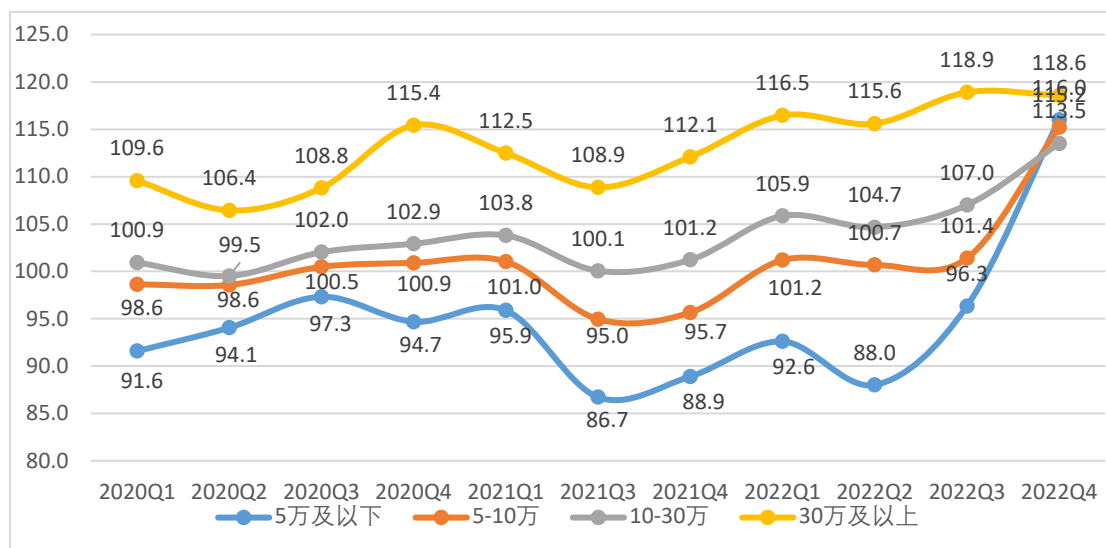


图 58 经营贷款获取容易度指数（按收入分组）

六、展望未来：家庭对财富及收入的预期偏向乐观

(一)家庭对未来财富和收入预期增加但增速总体有所放缓，四季度有所好转

总体来讲，2022 年家庭对未来 3 个月财富和收入的预期继续增加但增速呈现下降趋势，上半年预期家庭财富指数和预期家庭收入指数与去年同期基本一致，但下半年增速低于去年同期水平，在 2022 年第四季度，家庭的财富预期指数和收入预期指数较之前增速有所上升，分别为 102.1 和 101.5，表明家庭对下季度的家庭财富预期和收入预期偏向乐观。

中国家庭财富指数调研系列报告

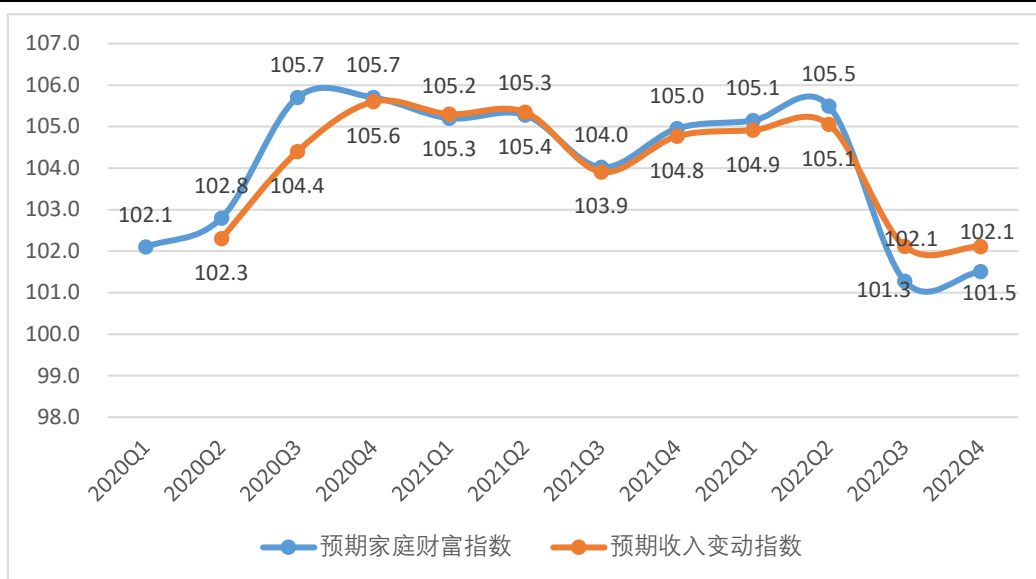


图 59 预期家庭财富和收入指数

对于未来家庭财富，2022 年各收入组家庭的预期家庭财富增速总体呈下降趋势。具体地，前三季度中，年收入在 5 万及以下家庭的财富预期指数均低于 100，但在第四季度明显上升，预期家庭财富指数由第三季度的 80.5 上升至四季度的 93.9，高于 2021 年四季度的 82.8；2022 年前三季度，5-10 万和 10-30 万收入家庭在前三季度总体呈下降趋势，在第四季度明显上升，但仍低于去年四季度的指数值；2022 年前三季度，30 万以上收入家庭在前三季度总体呈下降趋势，在第四季度指数值继续小幅下降，低于去年四季度的指数值。

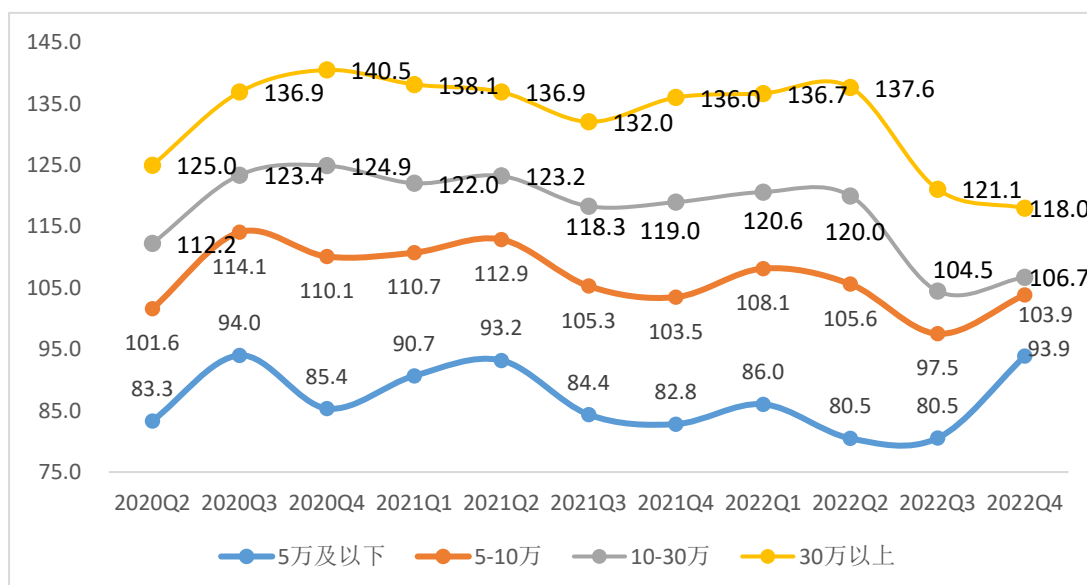


图 60 预期家庭财富指数（收入分组）

中国家庭财富指数调研系列报告

对于未来家庭收入，2022年各收入组家庭的预期收入变动增速总体呈下降趋势。具体地，前三季度，年收入在5万及以下家庭的预期收入变动指数均低于100，但在第四季度明显上升，预期收入变动指数由第三季度的81.8上升至四季度的93.5，高于2021年四季度的84.9；2022年前三季度，5-10万和10-30万收入家庭在前三季度总体呈下降趋势，在第四季度明显上升，但仍低于去年四季度的指数值；2022年前三季度，30万以上收入家庭在前三季度总体呈下降趋势，在第四季度指数值继续小幅下降，低于去年四季度的指数值。

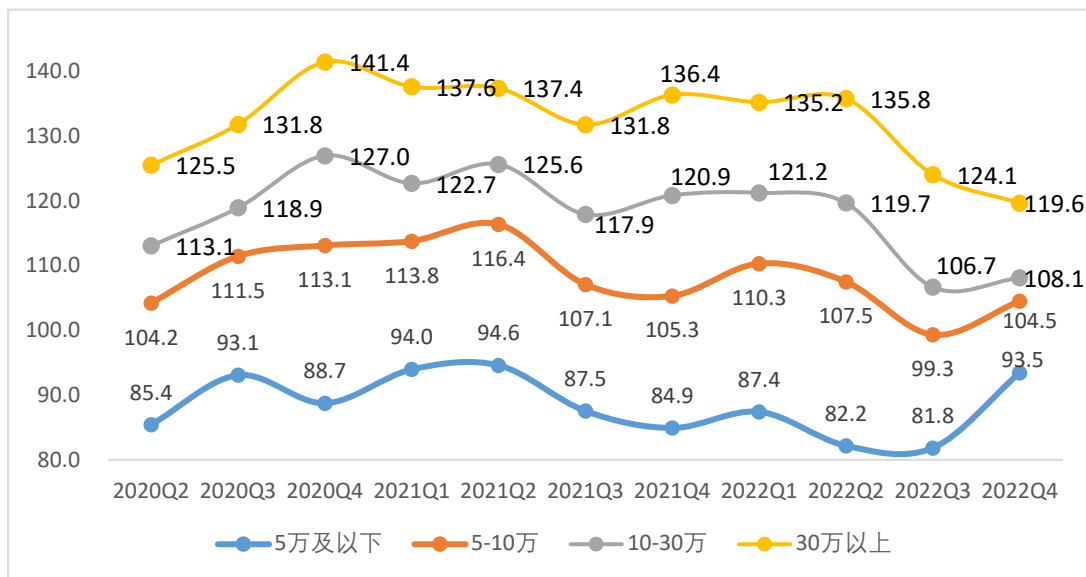


图 61 预期收入变动指数（收入分组）

(二)家庭对未来消费预期增加且增速略有上升

2022年家庭对未来消费的预期整体保持乐观，四季度增速略有上升。具体来看，2022年前三季度家庭未来消费预期分别为103.26、103.6和102.7，指数均大于100，增幅略有下降。到2022年第四季度，这一指数又略有上升，指数为103.7，略低于2021年四季度的104.9。这可能与第四季度国内疫情防控政策的持续优化，经济活动逐步恢复有关。

中国家庭财富指数调研系列报告

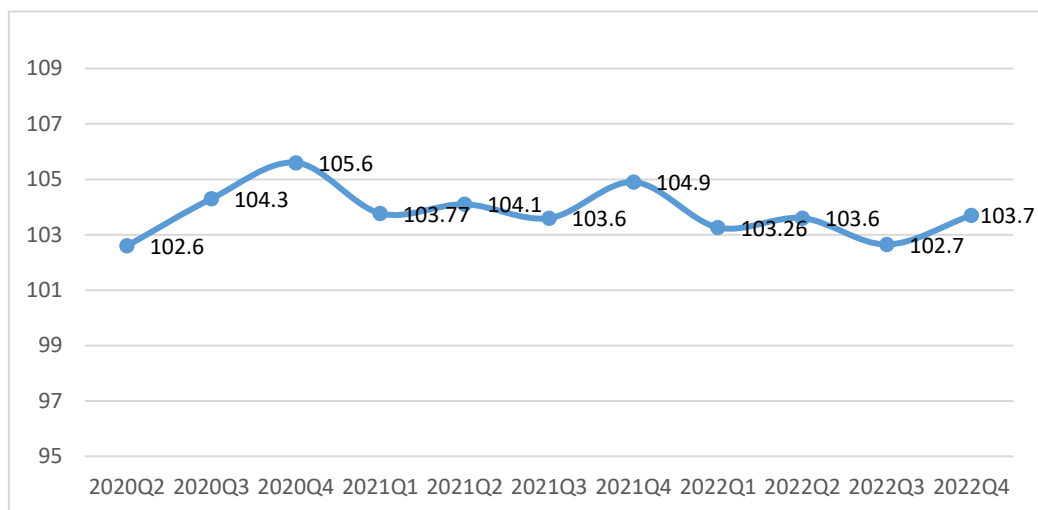


图 62 家庭对未来消费的预期（总指数）

从各收入分组看，2022 年各收入组家庭的消费预期增速总体呈上升趋势。从收入分组来看，2022 年前三季度，年收入在 5 万及以下家庭的未来消费预期指数均低于 100，但在第四季度明显上升，预期消费指数由第三季度的 98.8 上升至四季度的 105.6，重新升至 100 以上，略高于 2021 年四季度的 104.0。2022 年前三季度，5 万及以上收入家庭在前三季度总体呈下降趋势，在第四季度明显上升，但仍低于去年四季度的指数值。

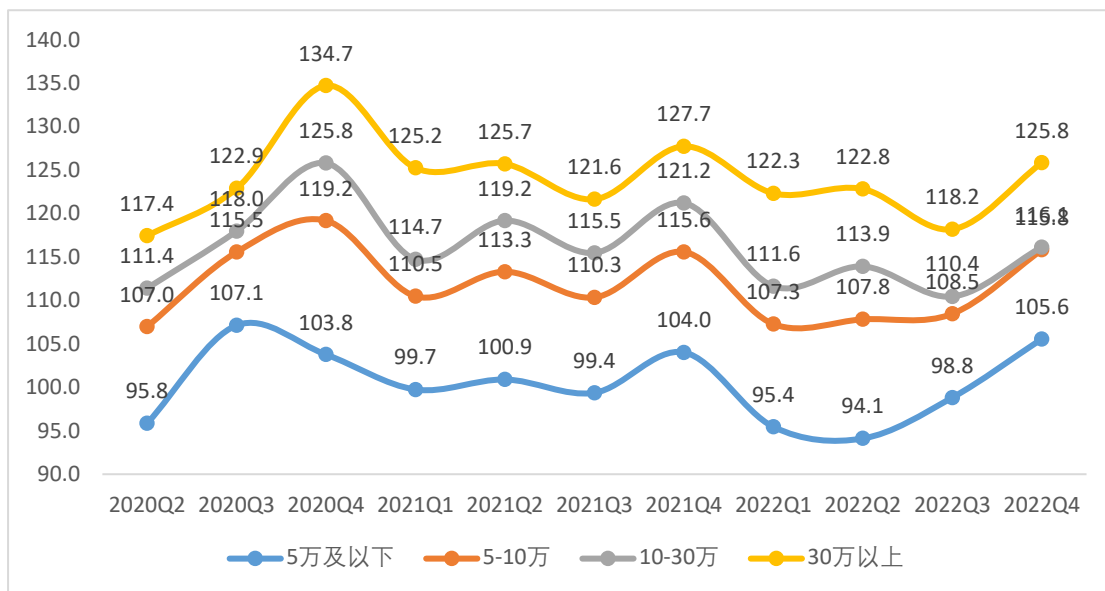


图 63 家庭对未来消费的预期（按收入分组）

从年龄维度看，2022 年各年龄段的预期消费变动指数均大于 100，说明预期消费仍在增长。前三季度各年龄段的预期消费增速普遍下滑，到四季度均有不同

程度的上升。其中年轻群体和老年群体的增速上升幅度较大，预期消费变动指数分别从第三季度的 109.6 和 106.9 上升到四季度的 117.7 和 115.1。相比去年四季度，今年各年龄阶段的预期消费变动指数普遍均未恢复到去年同期水平，反应了今年各年龄阶段的消费意愿增幅放缓，但在四季度有向好趋势。

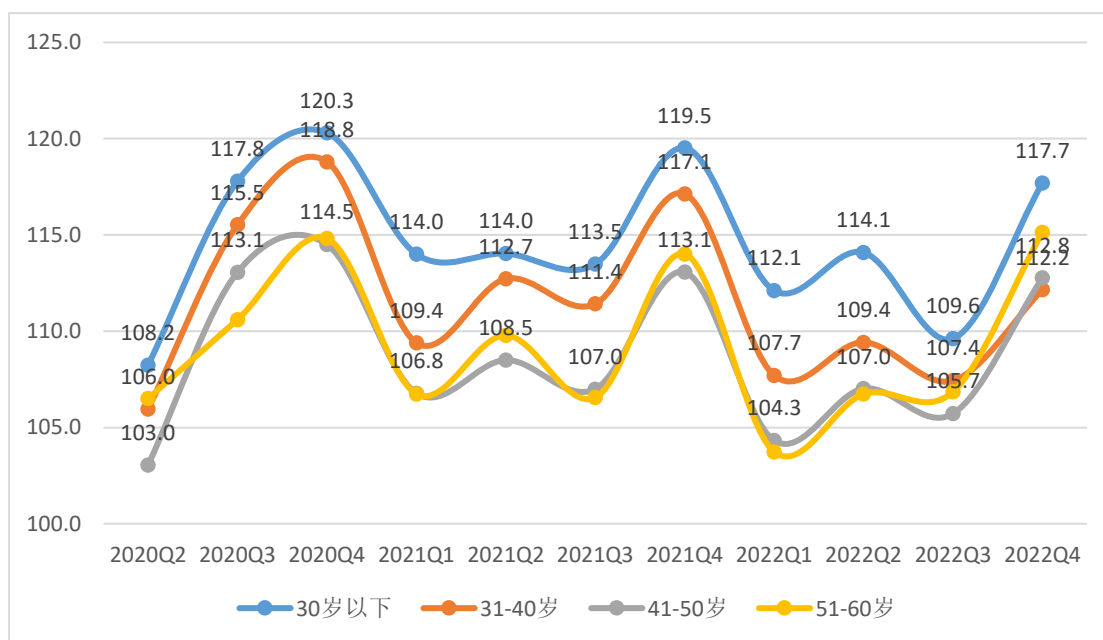


图 64 预期消费变动指数（按年龄分组）

(三)受国内疫情防控政策放开等影响，家庭对股市的预期转向乐观

2022 年前三季度，家庭对于股市的预期指数分别为 99.9、104.0 和 87.6，虽二季度股市有所反弹，但前三季度整体呈现升下降趋势，股市行情并不乐观，2022 年第四季度家庭对于股市的预期指数升至 100 以上，由上季度的 87.6 升至四季度的 100.8。这可能受国内疫情防控政策持续优化，经济活动逐步恢复，人民币重回升值通道，房地产重回支柱行业地位，美联储加息放缓等的影响，短期内投资者的股市投资信心有所好转，但仍未恢复至去年四季度的水平。

中国家庭财富指数调研系列报告

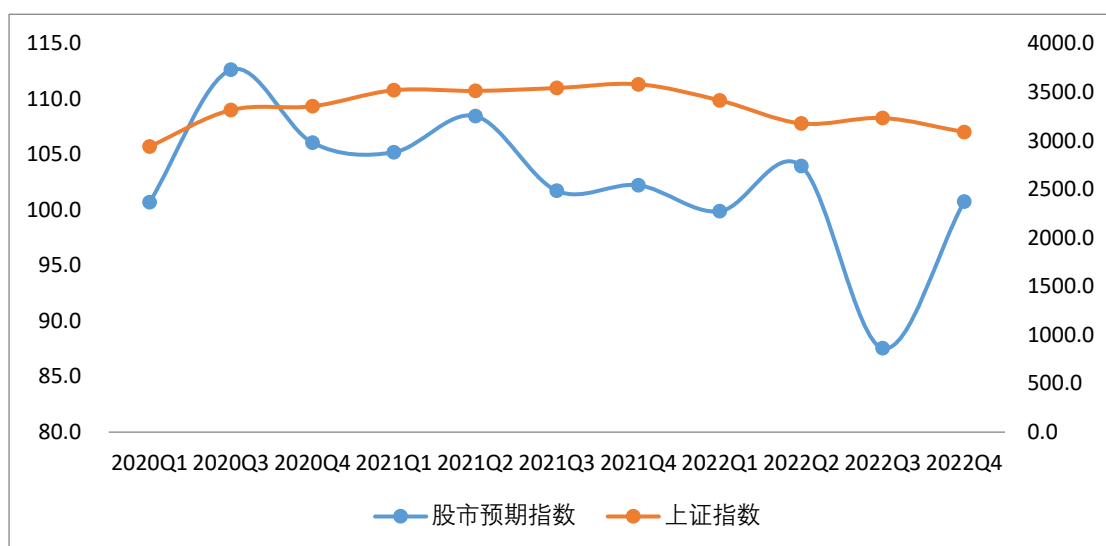


图 65 股市预期指数

按家庭金融资产水平来看，2022 年前三季度，各个资产水平的家庭对于股市的预期指数整体均呈现下降趋势，四季度，各个资产水平的家庭对于股市的预期均转向乐观。其中 5 万及以下收入群体对股市预期悲观程度有所好转，5 万及以上收入群体对股市预期由第三季度的悲观（指数值低于 100 表示预期下降）转为四季度的乐观（指数大于 100 表示预期增长），特别是年收入 30-50 万和 50-100 万的群体预期增幅最明显。

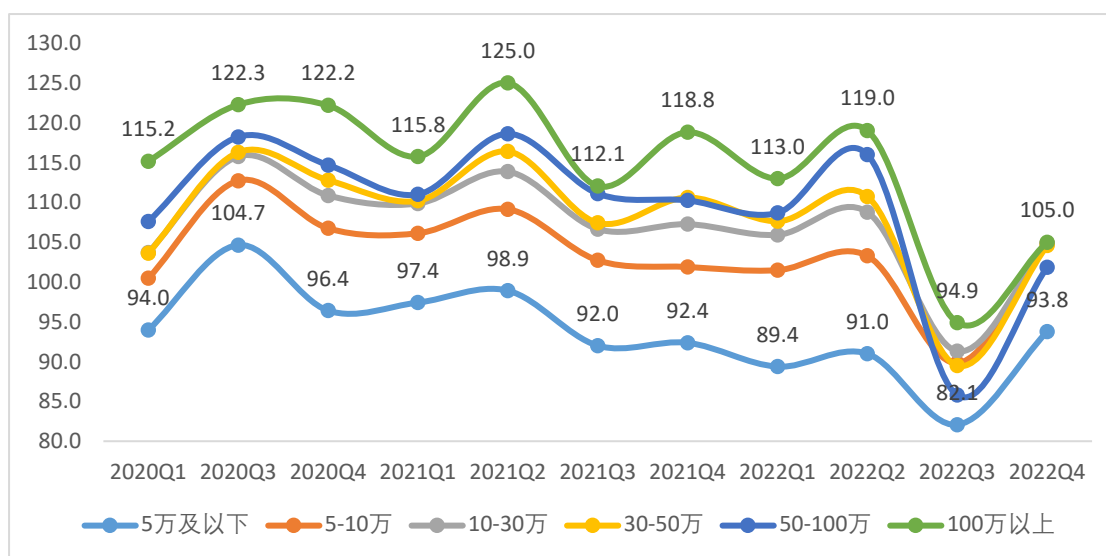


图 66 股市预期指数（按金融资产分组）

(四)家庭对未来一年经济发展的预期相对乐观

2022 年家庭对未来一年的经济发展预期增速总体呈现下降趋势。具体来看，前三季度家庭对未来一年的经济发展预期指数分别为 137.1、125.5 和 108.1，虽然指数均大于 100，但预期增速呈现下降趋势，特别是三季度，预期增速显著下降，但四季度有所好转，家庭对未来一年的经济发展预期指数为 113.0，大于 100 表示对未来预期乐观，与三季度的 108.1 相比，增幅明显，具体来看，对未来一年经济发展的预期“非常好”的家庭占比由三季度的 16.2% 上升至第四季度的 21.6%。表明家庭对未来一年经济发展的预期更加乐观，但仍显著低于 2021 年四季度的指数值。

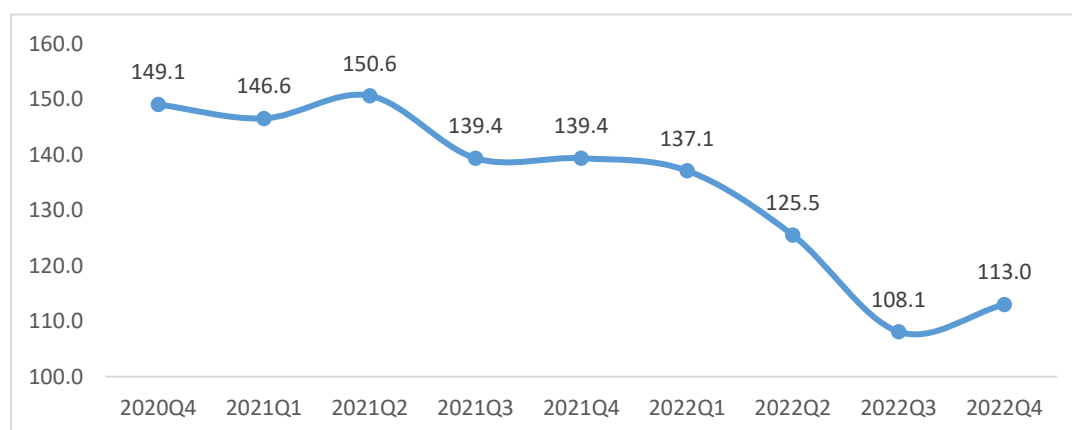


图 67 经济预期指数

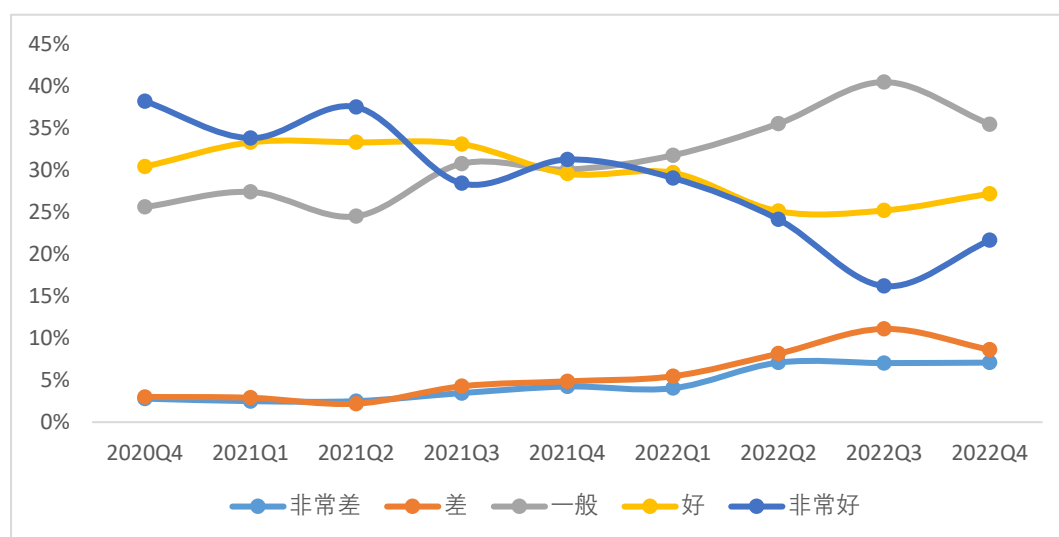


图 68 家庭对未来一年经济发展的预期

分析不同财富变动情况家庭对未来一年经济发展的预期指数，数据显示，

2022年，各分组家庭的经济发展预期指数均呈现下降趋势，但四季度以来开始有所好转，除财富基本不变的家庭之外，各分组家庭的经济发展预期指数均有所上升。具体的，财富减少一点的家庭，其经济发展预期指数上升较多。财富减少一点家庭的经济预期指数从91上升至100.4，上升9.4个点；财富增加一点家庭的经济预期指数从127.4上升到132.7，上升5.3个点。其次是财富减少很多和财富增加很多家庭，其指数值分别为112.3和147.3，分别上升4.1个点和2.4个点。财富基本不变的家庭指数预期增速有所下降，家庭的经济预期指数从124.2下降至120.0，下降4.2个点。

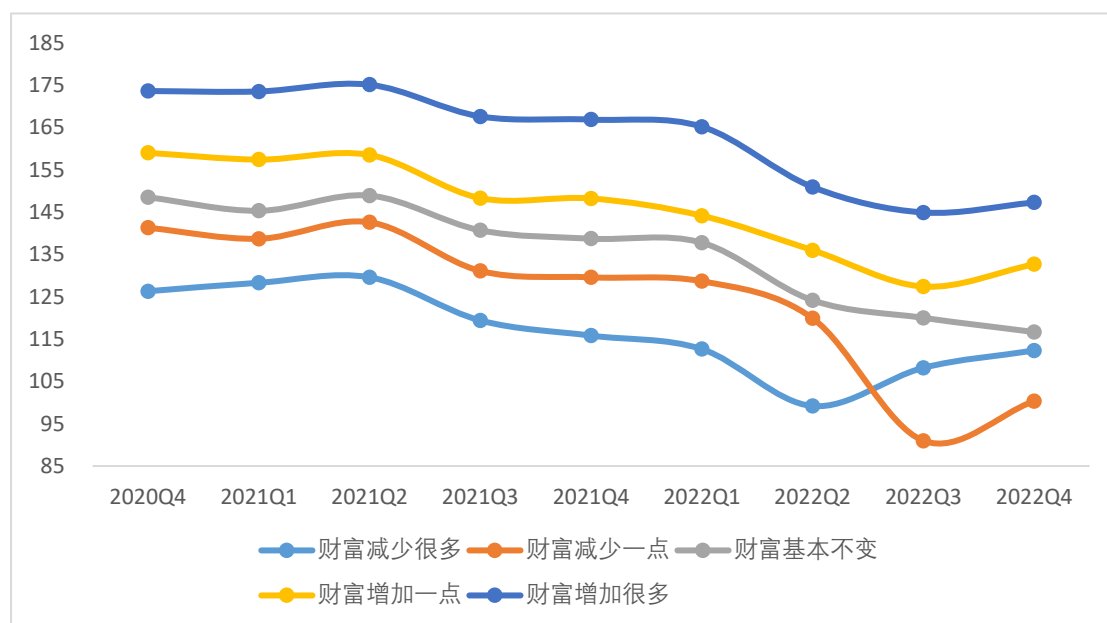


图 69 家庭对未来一年中国经济发展的信心指数（按财富变动情况分组）

七、总结及建议

(一)2022 年家庭财富、收入及消费增速先降后升，四季度明显好转

2022年家庭财富和收入继续增加，但增速整体放缓，四季度有所回升，但仍低于去年同期水平。2022年前三季度家庭财富和收入增速放缓，工作稳定性下降，四季度由于优化疫情防控政策的影响，家庭财富与收入增速有所上升，工作稳定性上升。2022年家庭消费整体不乐观，四季度以来有所好转。分群体特征来看，中低收入群体消费增速较低，但增幅明显。从年龄维度看，年轻群体和老年群体的消费增幅较大。从消费类型分组看，2022年家庭生存型消费和发展型消

费全年均保持增加，享乐型消费整体在减少，四季度有所好转。从原因来看，四季度迎来拐点，疫情防控政策优化使得各类接触性生产生活逐步恢复，叠加年终及春节因素，家庭各类经济状况均向好发展。数据趋势表明 2022 年全年家庭财富、收入、消费增速放缓，恢复以往增速仍需一定时间。

(二)家庭资产配置需求日益增强，家庭投资决策不断调整，需要继续提高家庭资产配置能力

2022 年家庭资产配置随着股市波动而有所调整。今年家庭投资理财平均收益率为 1.75%，相较于前三季度的-1.06%，四季度以来明显好转，但低于去年同期的 2.80%。2022 年主要权益类资产配置意愿先降后升，保险及贵金属配置意愿较强。2022 年 11 月 5 日，个人养老金制度启动实施。中高收入群体开通个人养老金账户的主要原因是享受税收优惠，中低收入群体开通个人养老金账户的主要原因是强制储蓄进行养老储备。个人养老金产品选择方面，更偏爱商业养老保险和理财产品，且中低收入群体更愿意购买低风险养老产品，高收入群体更愿意购买中高风险养老产品。个人养老金投资咨询服务模式的选择方面，超 10%倾向于选择专业投资咨询服务的服务模式，且低收入和高收入群体的选择比例高于中等收入群体，高收入群体中超七成愿意为此付费。付费模式上，近五成居民更愿意采取按投资规模收取一定比例的投资咨询服务费用的付费模式。

稳定增长的财富是中国经济复苏的动力源泉。上述结论表明，家庭资产配置的需求日益增强，在行情不断调整的过程中，家庭投资决策也随之不断调整。家庭资产配置意识及养老储备意识不断提高的背景下，对家庭投资理财能力提出了新要求，越来越多的投资者认同投资顾问的作用并愿意为此付费。蚂蚁财富平台等互联网理财服务平台，在引导投资者理性投资方面可以发挥重要的作用。鼓励家庭在自身金融素养不足的情况下，积极寻找专业投资机构的咨询和帮助。

(三)家庭预期未来经济保持向好发展，但增速低于去年同期水平，需要继续提振信心

2022 年，家庭对宏观经济发展的看法为先谨慎后乐观，前三季度，消费性负债和经营性负债需求增速整体回落、计划购房比例整体呈现下降趋势、股市预期

相对悲观。但这一状况在四季度以来均向好发展，各指数均有明显回升。

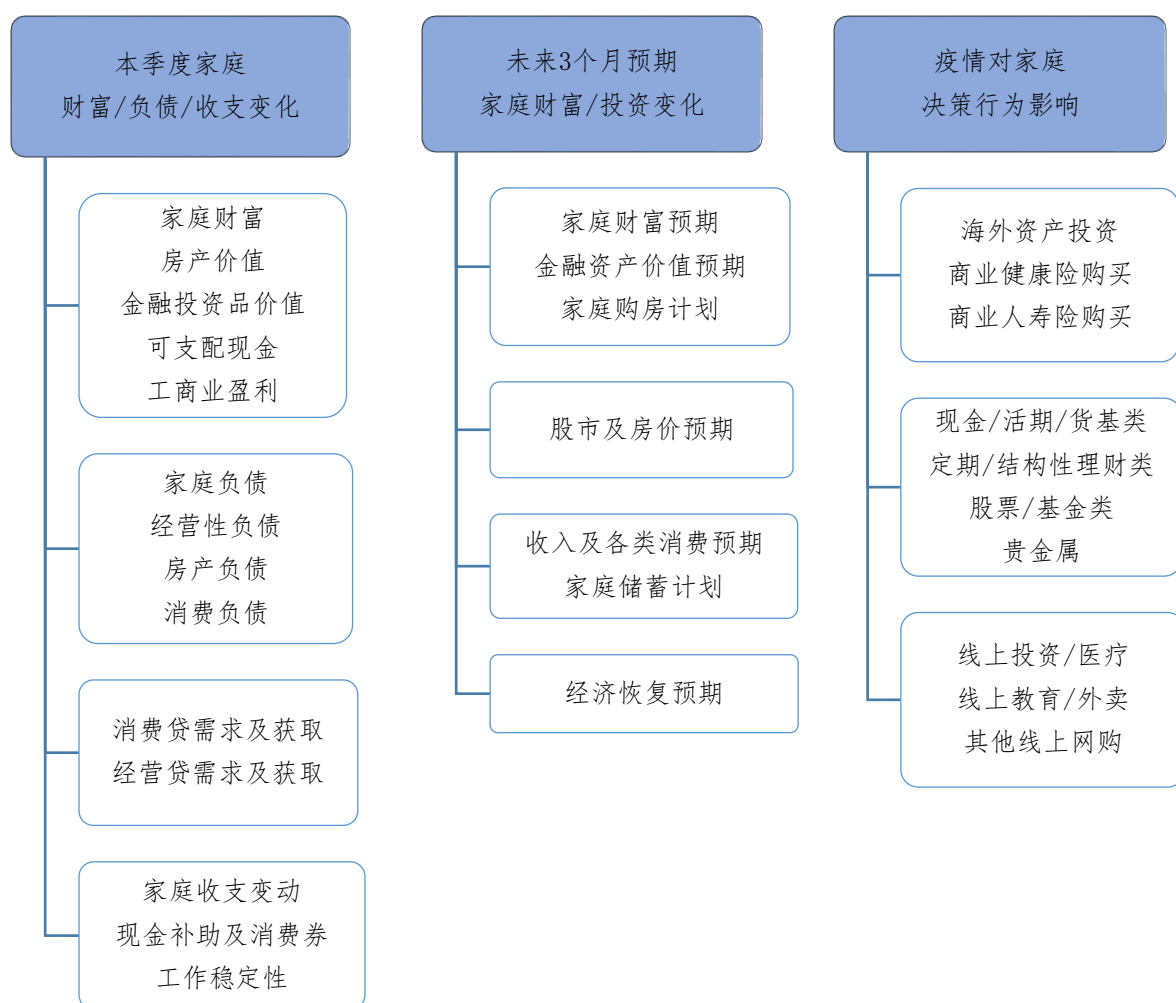
负债方面，2022年负债呈现明显上升趋势，反映出家庭对未来收入及财富预期相对乐观，特别是四季度以来，呈现向好发展趋势：负债需求方面，2022年消费贷与经营贷需求仍增长且增速均呈现上升趋势；负债获得方面，今年以来，经营贷和消费贷获取容易度均明显提升，低收入群体信贷获取容易度得到明显改善。

从未来预期来看，2022年消费预期增幅有所上升；从购房意愿看，家庭投资性住房需求减弱，刚性及改善型住房需求仍在且增加明显；从股市预期来看，2022年家庭对股市预期整体并不乐观，但四季度有所好转；从整个经济发展预期来看，2022年家庭的经济发展预期指数呈现下降趋势，四季度家庭对经济发展的预期有所好转。政策建议上，除了继续出台更多刺激家庭消费的举措，还需增加稳就业政策，以提高家庭收入，提振家庭对经济的信心。

附录 1：调研基本情况

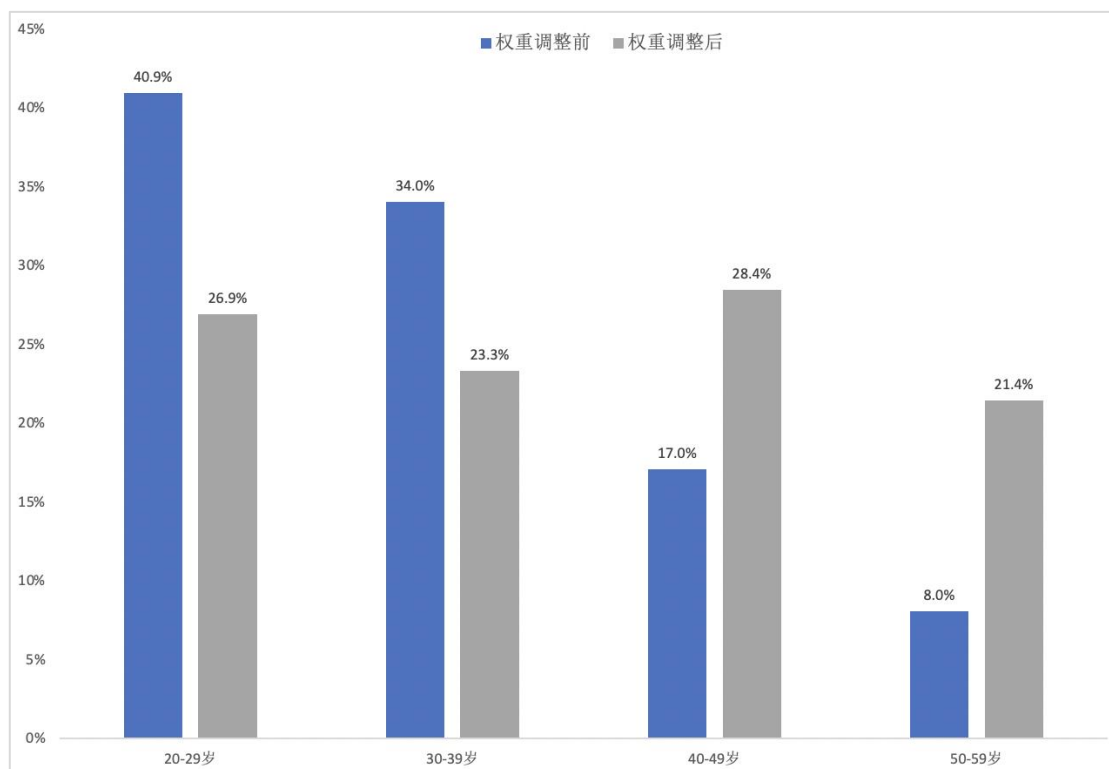
采用线上调研方式，投放渠道为支付宝 APP，投放对象为支付宝活跃用户。

2022 年一季度投放时间为 2022 年 2 月 27 日到 3 月 4 日，共计回收有效问卷 32569 份。2022 年二季度投放时间为 2022 年 6 月 15 日到 6 月 21 日，共计回收有效问卷 25141 份。2022 年三季度投放时间为 2022 年 9 月 28 日到 10 月 15 日，共计回收有效问卷 24235 份。2022 年四季度投放时间为 2022 年 12 月 17 日到 12 月 26 日，共计回收有效问卷 2,2471 份。问卷框架如下：



附录 2：数据基本介绍

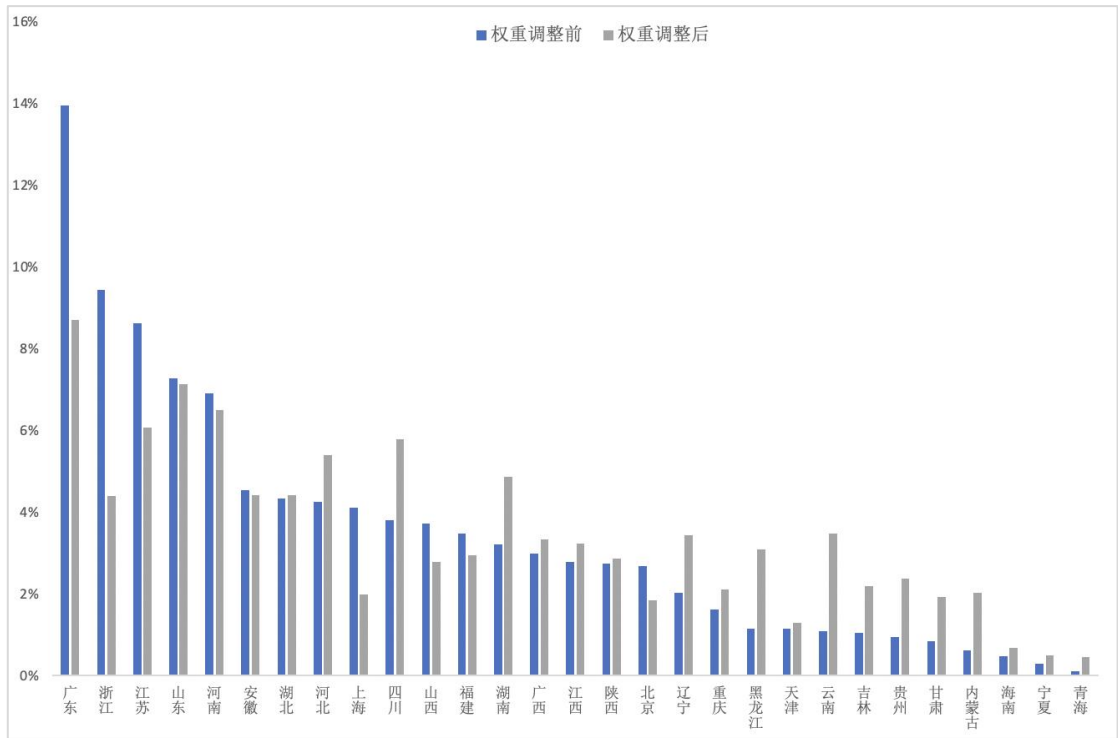
为增强样本代表性，本研究按照国家统计局 2015 年中国人口抽样调查数据各省各年龄段人口结构对样本进行权重调整。在计算各年龄段的比例前，剔除了 20 岁以下的人口数和 60 岁以上的人口数，剔除了新疆和西藏⁶的人口。有效问卷的样本结构如下：



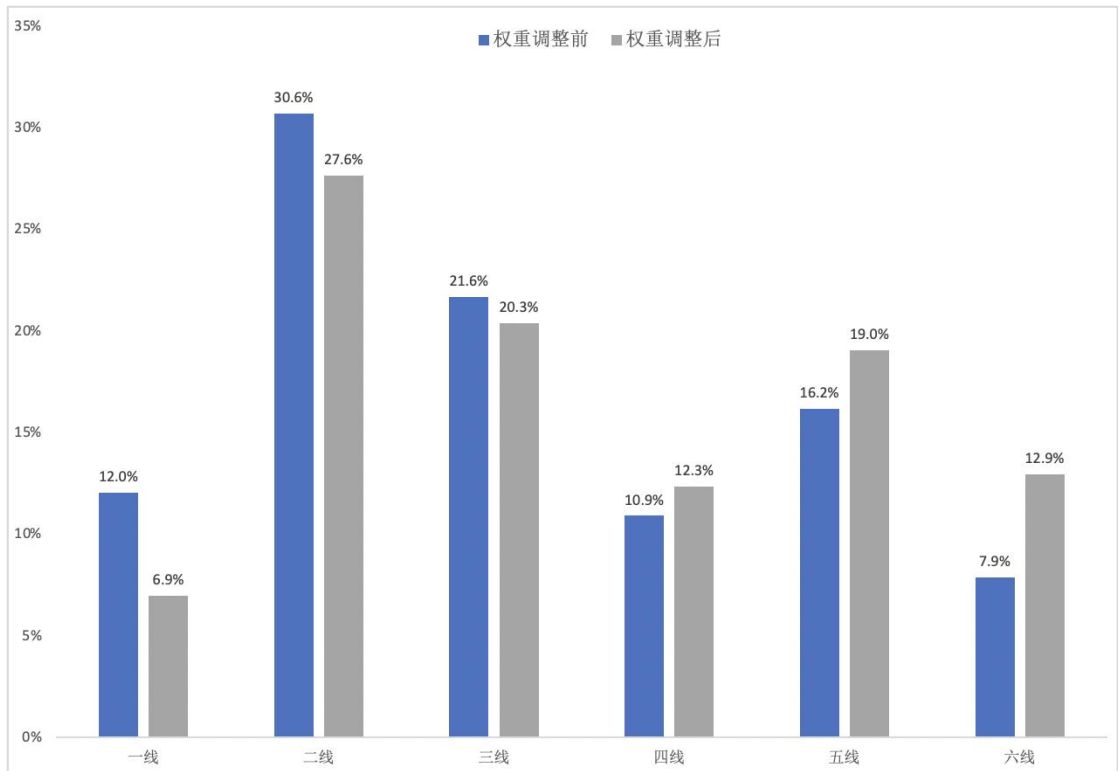
附图 1 权重调整前后样本年龄结构对比分析

⁶ 由于新疆和西藏本身回收样本量较低，进一步区分到各年龄段样本量更低，不具有省份代表性，因此予以剔除。

中国家庭财富指数调研系列报告



附图 2 权重调整前后样本省份结构对比分析



附图 3 权重调整前后样本各线城市结构对比分析

附录 3：指数编制方法

家庭的经济行为尤其是其态度和预期等是影响家庭行为决策的关键信息，自 20 世纪三四十年代经济学界对消费者行为愈加关注，消费者信心指数应运而生。该指数已成为许多国家先行指标的组成部分，并在经济景气预测中发挥了重要的作用。美国密歇根大学的 SRC 指数测度消费者信心，自 20 世纪 40 年代开始编制，至今已使用近 80 年；欧盟的经济信息指数自 1972 年开始，也已有很长的一段历史。本报告指数编制方法即借鉴于此。

具体的，美国密歇根大学的 SRC 测度的调查问卷涉及形势、就业、收入、物价、利率、耐用品购买意愿等。指数根据问卷中的五个问题编制。首先， $X_i = X_{i乐} - X_{i悲} + 100$ 。其中 $X_{i乐}$ 是第 i 个问题持乐观看法的消费者的比例； $X_{i悲}$ 是第 i 个问题持悲观看法的消费者的比例。 X_i 是第 i 个问题的得分，100 为基数。其次，根据得分值采用算数平均法计算指数。指数取值在 0~200 之间，大于 100 则说明多数人对经济发展形势持积极看法，整体上信心比较强。

欧盟的经济信息指数编制的问卷内容及对未来 12 个月里家庭收入、国家经济形势、消费价格、购买大件消费品时机、储蓄时机的估计。在计算方法上，对问题的选项是 5 项，即“非常积极”、“积极”、“中立”、“消极”和“非常消极”，分别用 PP、P、E、M、MM 表示，则每个问题的比例差为： $B=(PP+0.5P)-(0.5M+MM)$ ，基数取值为 100。

类似的，日本的消费者信心调查和指数编制对 5 个选项分配点数，改进+1，有所改进+0.75，中立无变化+0.5，轻微恶化+0.25，恶化+0。指数的基数为 50，取值在 50~100 之间。上海财经大学上海市消费者信心指数编制对 5 个选项分配点数，改进+1，有所改进+0.5，中立无变化+0，轻微恶化-0.5，恶化-1。指数的基数为 100。

本报告参照日本、欧盟、上海财经大学的消费者信心指数编制方法进行编制：

$$Index_i = 100 + [1 * PP_i + 0.5 * P_i + 0 * E_i - 0.5 * M_i - 1 * MM_i] * 100$$

其中， $PP_i, P_i, E_i, M_i, MM_i$ 分别增加很多、增加一点、基本不变、减少一点、减少很多。

报告参与作者

中国家庭金融调查与研究中心

蚂蚁理财智库

甘犁

李小军

路晓蒙

李智健

王香

郭福森

张献军

袁德佳

蚂蚁集团研究院

李振华

王芳

虞娅雅

冯弓

张耀冈

马冬冬

程志云

吴雅玲



中国家庭金融调查与研究中心

四川省成都市青羊区光华村55号 西南财经大学 610074
✉ 邮箱: pr@chfs.cn



蚂蚁集团研究院

杭州市西湖区古荡街道西溪路556号蚂蚁Z空间 310013
✉ 邮箱: AFRI@cloud.alipay.com



蚂蚁理财智库

支付宝扫码“财富正前方”