

中国家庭财富 变动趋势

2024-Q1

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。

2021-2022 年，中心完成第六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，269 个县，1028 个社区的 22027 户家庭，具有全国和部分省级代表性。调查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。2023 年，中心完成第七轮家庭金融入户调查。

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，为国内外数字经济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 2022 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、未来预期及家庭投资决策等几方面展开，并于每季度末展开调研。

报告发现，首先，2024年一季度家庭财富、收入持续稳健增长，消费意愿继续恢复。2024年一季度，经济运行平稳，实现良好开局，家庭总财富和总收入持续增长，增速波动不大，趋势向好；就业群体的工作稳定性呈明显改善趋势。

其次，本季度家庭对于多元化投资的意愿有所增强，对市场走势和经济环境预期也较为乐观，家庭金融投资品配置整体呈现出积极的趋势，各类资产的配置指数均有所上升，其中对活期/定存类资产、贵金属和商业保险的配置意愿处于较高水平。分收入群体看，高收入家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置仍处于较高水平，其中，对活期/定存类资产的配置增速出现明显上升，对贵金属和商业保险的配置增速波动不大；分年龄群体看，各年龄段家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置指数均高于荣枯线100，年轻家庭的配置意愿更高，配置增速整体呈现加快的趋势。

2024年一季度家庭对风险资产的配置增加，投资信心逐渐恢复，整体趋势向好。稳定增长的财富是中国经济复苏的动力源泉，家庭财富的保值增值是家庭抵御突发性风险的有力屏障。本季度家庭对偏债型基金、偏股型基金和股票/期货/衍生品的投资意愿均呈现出积极的态势。随着证监会领导换届及相关利好股市政策、基金费率改革等利好政策的出台，对家庭股市投资及基金市场投资信心起到一定的积极影响。从信心增加群体对基金和股票类的配置情况来看，对股市信心增加的群体和对基金市场信心增加的群体的偏股型基金和偏债型基金的配置指数均明显高于信心减少群体；高金融资产家庭的抗风险性明显高于其他中低金融资产家庭，股票类资产的配置意愿也稳步增加，且增速上升，其他资产组也纷纷突破荣枯线100，显示出市场信心增强的迹象。

当前我国的正面临着人口红利逐渐消失，劳动力人口占比逐年下降，而老年人口抚养比却不断上升的局面，养老问题显得至关重要。作为应对老龄化挑战的

重要解决方案之一，2022年11月，个人养老金制度正式启动。然而，首年试点结果显示个人养老金账户缴存情况未达政策预期。超四成家庭表示没有缴存个人养老金是因为“还不了解个人养老金政策”，分别超两成家庭表示没有缴存的原因是“担心政策会变”、“不能提前去取，无法应付不时之需”。缴存家庭中其养老产品更多的选择了储蓄存款，这反映了家庭更倾向于选择较为保守和稳健的投资方式，其次是商业养老保险产品，年轻、高学历家庭对保险的购买潜力较大，值得关注。

再次，2024年一季度家庭消费支出继续增加，文娱类享乐型消费突破荣枯线100。分收入群体看，各收入组家庭的消费保持增加，增速整体波动不大；分年龄群体看，各年龄段的消费仍在增长，增速波动不大，年轻家庭的消费位于较高水平，且增速略微上升。

最后，2024年一季度家庭总负债及各类负债增加，增速较为稳定，消费性负债仍位于较高水平，房屋负债较低。负债需求方面，家庭的消费贷与经营贷需求保持增长，其中消费信贷需求增速上升，经营信贷需求变动指数跌破荣枯线100。

从未来预期看，在财富及收入预期方面，家庭预期未来财富和收入继续增加，预期增速略微上升；消费预期方面，家庭对未来消费的预期继续增加，增速波动不大，略微回落。高收入家庭和年轻家庭的消费预期仍处于较高水平，但增速均有所回落。在股市预期方面，2024年一季度家庭对股市预期降幅明显收窄，有向好趋势。购房意愿方面，今年一季度购房市场仍存在一定的波动和调整，计划购房意愿略有增加，新购住房比例回落。高收入、年轻和多套房家庭的新购房比例和计划购房意愿仍较高。从整个经济发展预期来看，2024年一季度更多家庭对未来经济发展持乐观态度，信心有所增强；高收入家庭和年轻家庭对经济预期水平仍处于相对较高水平，且增速上升，低收入家庭和中年家庭均明显上升，呈好转趋势。

政策建议上，本报告建议：

(1) 资本市场相关利好政策方面：继续促进资本市场健康发展，增强家庭对投资股票和基金的信心，鼓励家庭增加股市和基金市场投资，提高投资者的参与意愿。同时应继续鼓励家庭的多元化投资，降低单一资产的风险，提高整体财富的稳健性。

(2) 文娱类享乐型消费突破荣枯线 100，向好发展。建议加大对文化产业的支持力度，包括电影、电视、音乐、文学等领域，鼓励文化创意产业的发展，为家庭提供更多选择和更丰富的娱乐内容。

(3) 个人养老金账户方面：建议政府加大个人养老金制度宣传力度，提高家庭对该制度的了解和信心。同时，政府可考虑进一步完善个人养老金政策，增加灵活性和可操作性，以满足家庭的实际需求。建议政府重点关注中低收入家庭的养老问题，加大对这一群体的扶持力度，提高他们参与个人养老金制度的积极性。同时，政府可考虑推出针对中低收入家庭的税收优惠政策，减轻其经济压力，增强其财务稳定性。

目录

一、	家庭收入和财富持续稳健增长，为经济复苏注入了新的活力	3
(一)	家庭总财富与总收入继续增长，增速波动不大，趋势向好	3
(二)	就业群体的工作稳定性呈现明显改善趋势	5
二、	2024年一季度家庭金融投资品配置呈现多元化、向好态势	6
(一)	金融资产配置呈现出多元化趋势，对活期/定存类配置上升	6
(二)	高收入家庭和年轻家庭的金融资产配置更趋于均衡	7
专题一：	资本市场专题	10
(一)	家庭对风险资产的配置增加，投资信心逐渐恢复	10
(二)	利好政策对投资股市、基金信心有一定积极影响	11
(三)	高金融资产组家庭对股市、基金市场的投资信心增加比例更高	14
专题二：	养老储备及第三支柱养老专题	16
(一)	个人养老金账户中缴存人数及金额情况未达政策预期	16
(二)	年轻、高学历家庭对保险的购买潜力较大，可继续提振	19
三、	家庭消费支出继续增加，文娱类享乐型消费突破荣枯线 100	21
(一)	家庭消费增速相对稳定，高收入家庭和年轻家庭仍处于高位	21
(二)	生存型消费和发展型消费保持增加，享乐型消费降幅收窄	24
四、	购房市场仍存在一定的波动和调整	27
(一)	家庭的新购住房比例回落	27
(二)	高收入、年轻和多套房家庭的新购房比例和计划购房意愿仍较高	28
五、	家庭总负债保持增加，增速较为稳定	31
(一)	消费性负债增速回落，房屋负债仍较低	31
(二)	低收入家庭和年轻家庭的消费负债继续增长	33
(三)	消费信贷需求增速上升，经营信贷需求指数跌破荣枯线 100	34
六、	展望未来：家庭预期未来财富和收入增加，股市、经济预期回暖	36

中国家庭财富指数调研系列报告

(一) 家庭预期未来财富和收入继续增加，预期财富增速上升.....	36
(二) 家庭预期未来消费继续增加，增速有所回落.....	37
(三) 家庭对股市的预期降幅明显收窄，有向好趋势.....	39
(四) 更多家庭对未来经济发展持乐观态度，信心增强.....	40
七、 总结及建议.....	41
(一) 主要总结.....	41
(二) 政策建议.....	43
附录 1：调研基本情况.....	44
附录 2：数据基本介绍.....	45
附录 3：指数编制方法.....	47

一、家庭收入和财富持续稳健增长，为经济复苏注入了新的活力

(一)家庭总财富与总收入继续增长，增速波动不大，趋势向好

2024 年一季度，经济运行平稳，实现良好开局。一季度，我国 GDP 同比增长 5.3%，增速较上个季度加快 0.1 个百分点，经济运行实现良好开局；从环比看，经季节因素调整后，一季度 GDP 环比增长 1.6%。环比增速连续七个季度增长，经济运行呈持续回升的向好态势。2024 年一季度调研结果显示，更多家庭的总财富和年收入保持相对稳定的状态¹，其中，家庭总财富保持基本不变的比例上升，从 2023 年四季度的 44.5% 增加至今年一季度的 51.0%；家庭总收入保持基本不变的家庭占比为 63.9%，相较上季度的 61.4% 有所增加，表示总收入增加的家庭占比有所上升，从 2023 年四季度的 16.5% 上升至今年一季度的 17.3%。这可能受到经济形势改善、就业市场稳定以及政府政策措施等因素的影响，也反映了整体经济环境的积极变化，以及家庭收入和财富状况的持续改善。根据财富及收入规模加权后，家庭财富及收入指数均在荣枯线 100 以上²，一季度家庭财富指数和家庭收入指数分别为 102.4 和 100.7。这表明家庭财富和收入整体保持增长态势，向好发展。

¹ 一季度调研样本家庭的平均财富为 150.3 万元（仅计算了房产和金融资产，因此有低估。其中房产均值为 117.4 万元，金融资产均值为 32.9 万元），家庭年收入均值为 17.0 万元。根据调研样本的房产价值范围、金融资产范围和年收入范围赋中值估算。

² 2024 年一季度家庭财富指数和家庭收入指数（原指数）分别为 99.1 和 97.1，指数均低于 100，其表达的含义为（相比表示家庭财富（收入）增加的家庭）更多的家庭表示其财富（收入）相比上季度有所减少（若指数值为 100，表示家庭财富（收入）增减的群体比例相当）。为尽可能反映社会整体财富（收入）的变动，根据家庭的财富（收入）水平进行权重调整，构造了加权指数。调整权重的指数有家庭财富变动（预期）指数、家庭收入变动（预期）指数、家庭消费变动（预期）指数三类，若无特别说明，本报告中除以上三类家庭整体指数外，其他均为原指数，更多的反映家庭在各类经济数据表示“增加很多、增加一点、基本不变、减少一点、减少很多”的比例分布关系，不能准确反映整体经济数据水平的增减幅度。

中国家庭财富指数调研系列报告

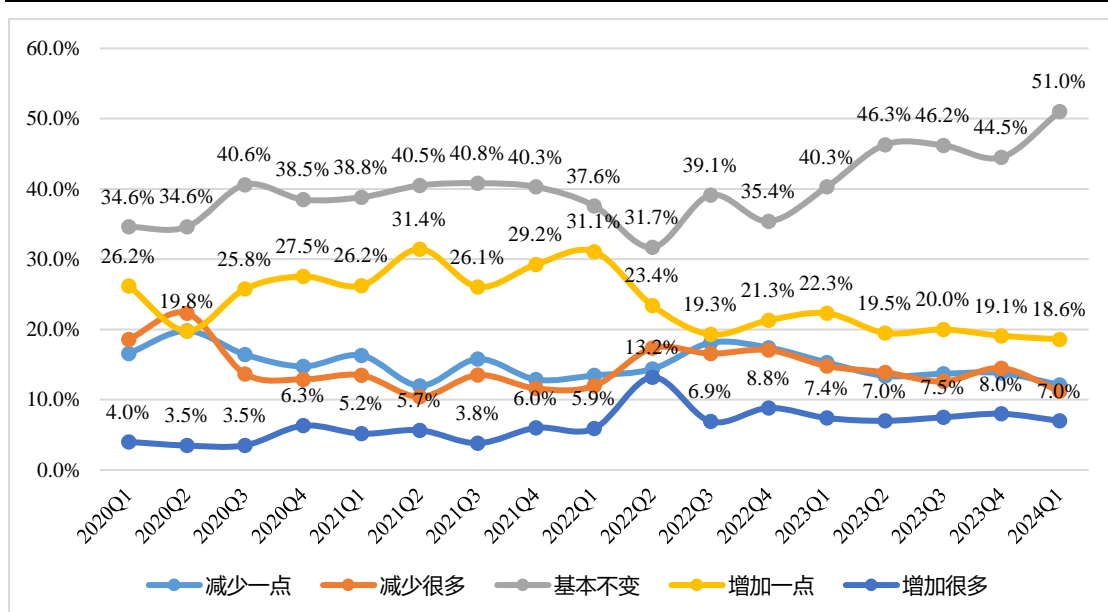


图 1 家庭财富变动分布情况

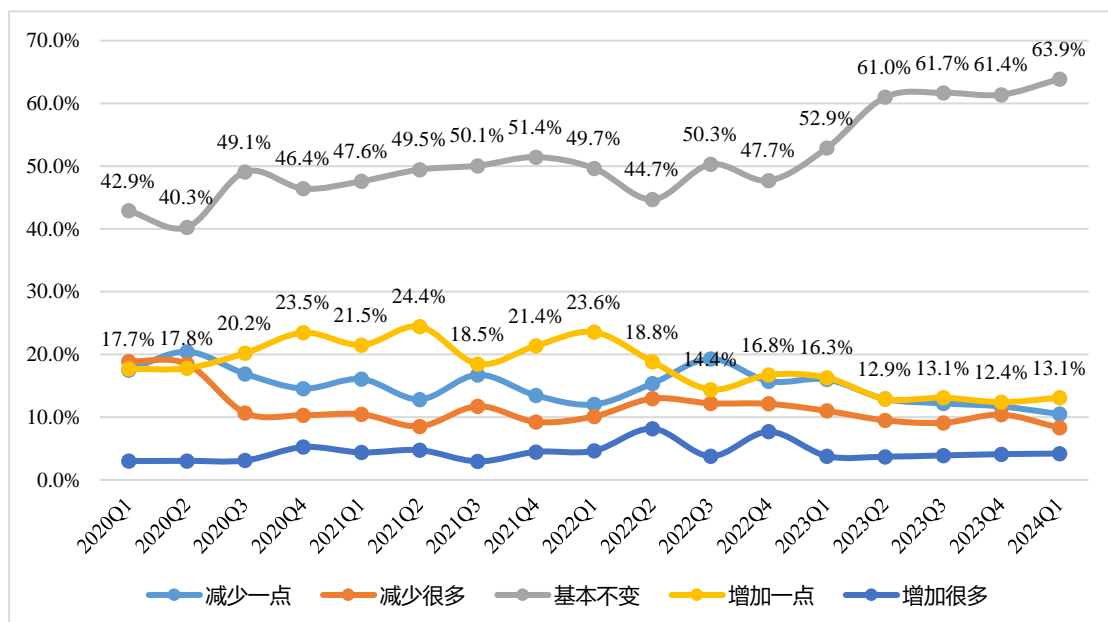


图 2 家庭收入变动分布情况

中国家庭财富指数调研系列报告

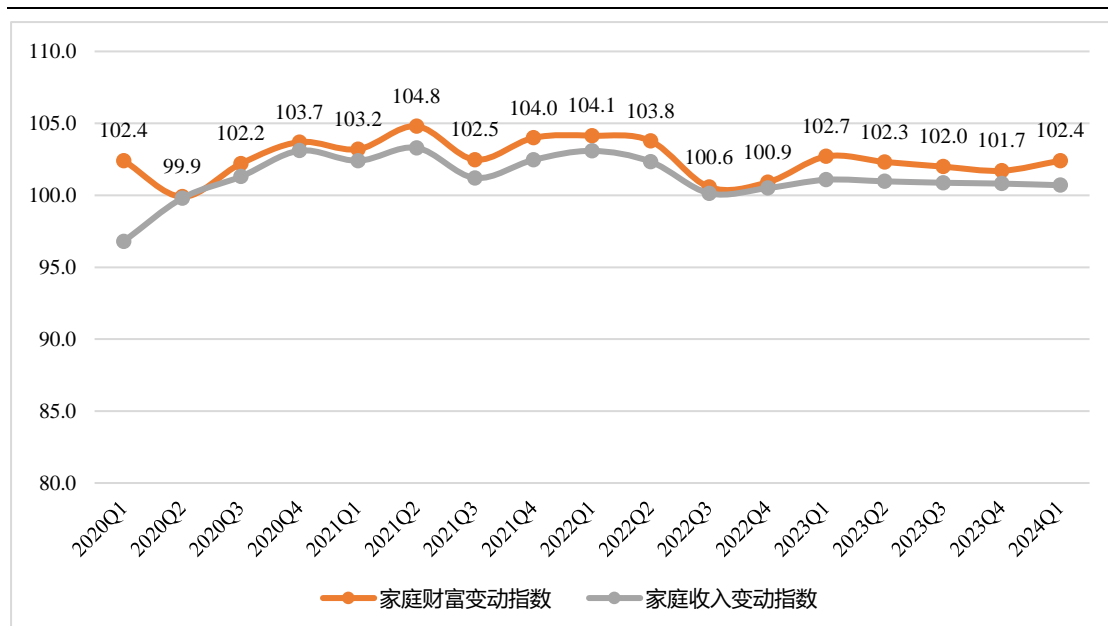


图 3 家庭收入及财富变化状况（加权）

(二) 就业群体的工作稳定性呈现明显改善趋势

2024 年一季度家庭的工作稳定性指数有所上升。随着国民经济持续回升向好，以及稳就业相关政策³持续显效，就业形势总体保持稳定，向好发展⁴。家庭的工作稳定性降幅收窄，指数值从 2023 年四季度的 95.8 上升至 2024 年一季度的 98.3，整体向好发展。

³ 今年以来，在实施就业优先政策方面，中央财政就业补助资金安排 667 亿元，支持地方提高公共就业服务能力，落实细则就业创业扶持政策；推动实施促进青年就业三年行动，着力做好高校毕业生、农民工等重点群体就业工作，加大残疾人等就业困难人员帮扶力度（来源：中华人民共和国中央人民政府）。

⁴ 一季度，我国经济运行回升向好，就业形势稳中向好，特别是 3 月份以来，企业加快复工复产，劳动力市场活跃度提升，就业人员增加，为就业形势改善提供了有力支撑（来源：国家统计局）。

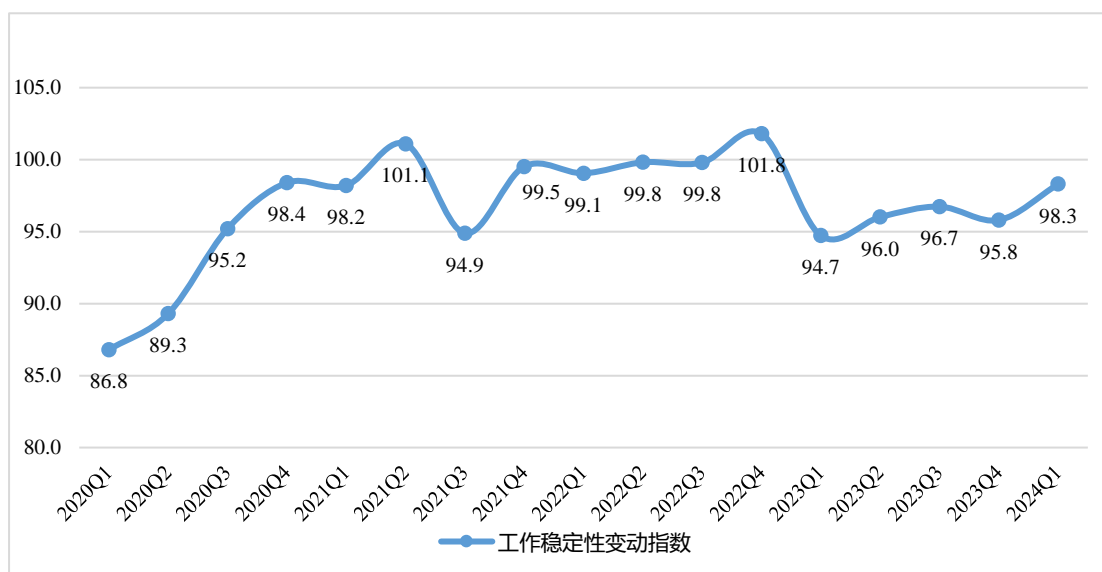


图 4 家庭工作稳定性变化状况

二、2024 年一季度家庭金融投资品配置呈现多元化、向好态势

(一)金融资产配置呈现出多元化趋势，对活期/定存类配置上升

2024 年一季度家庭金融资产配置整体呈现出积极的趋势，各类资产的配置指数均有所上升，其中对活期/定存类资产、贵金属和商业保险的配置意愿处于较高水平，活期/定存类资产的配置意愿上升明显⁵。具体来看，家庭对活期/定存类资产的配置指数从 2023 年四季度的 101.2 上升至今年一季度的 105.2，环比上升了 4 个百分点，显示出了家庭对短期流动性资产的依赖程度增加；家庭对贵金属和商业保险的配置指数分别从去年四季度的 103.9 和 103.3 微增至今年一季度的 104.6 和 104.1；家庭对股票/基金类资产的配置指数在本季度突破荣枯线 100，从去年四季度的 99.6 上升至 101.2，显示出家庭对风险资产配置的信心有所增加；家庭对海外资产的配置指数从上季度的 101.7 微增至今年一季度的 102.6。整体来看，2024 年一季度家庭金融资产配置呈现出了多元化、积极向上的趋势，这也反映了家庭对于未来经济发展和市场走势有着相较乐观的预期。

⁵2024 年一季度存款继续增加。3 月末，金融机构本外币各项存款余额为 301.4 万亿元，同比增长 7.6%，比年初增加 11.5 万亿元。人民币各项存款余额为 295.5 万亿元，同比增长 7.9%，比年初增加 11.2 万亿元。外币存款余额为 8326 亿美元，比年初增加 347 亿美元。

中国家庭财富指数调研系列报告

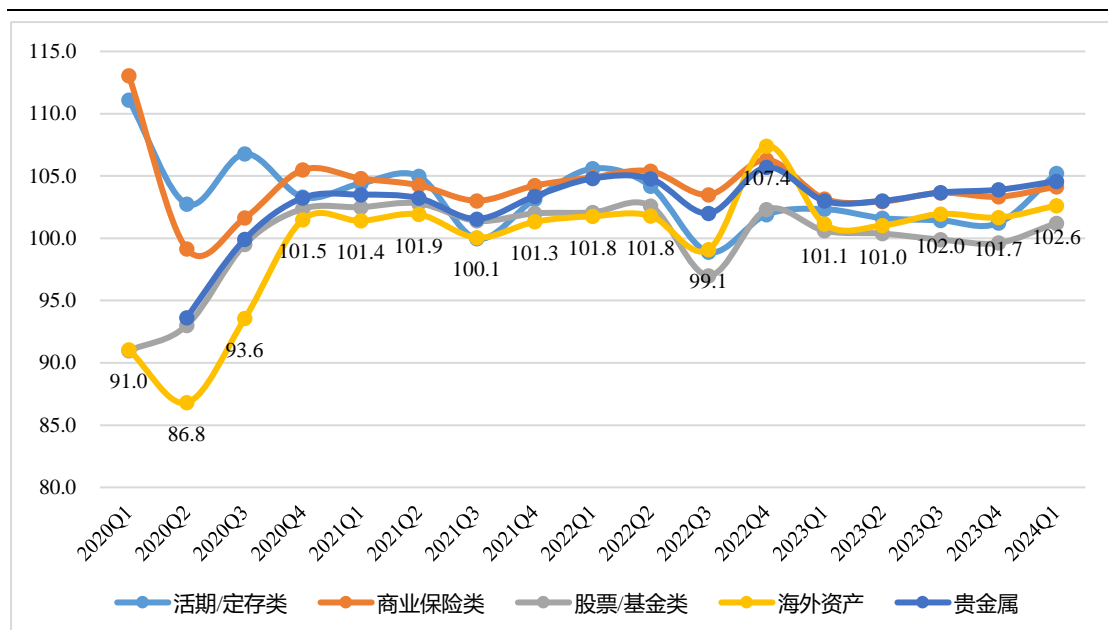


图 5 各类资产配置指数

注：活期/定存类资产包括现金、活期存款、互联网货币基金等活期类资产，以及定期存款、银行理财产品、债券等定存类资产；商业保险类资产指商业健康或人寿保险。

(二)高收入家庭和年轻家庭的金融资产配置更趋于均衡

从收入维度看家庭的金融资产配置情况。首先，2024 年一季度各收入组家庭的金融资产价值指数均有不同程度的上升，呈现出积极的增长趋势。高收入家庭的金融资产价值指数仍位于较高水平；低收入家庭的降幅也明显收窄，年收入 5 万及以下和 5-10 万收入家庭的金融资产价值指数分别为 87.7 和 97.3，相较于去年四季度分别环比增加了 7.9 个百分点和 6.1 个百分点。其次，2023 年各收入组家庭对贵金属和海外资产的配置均保持增加，高收入家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置仍处于较高水平，其中，对活期/定存类资产的配置增速出现明显上升，对贵金属和商业保险的配置增速波动不大。具体来看。2024 年一季度年收入 30 万及以上的高收入家庭对活期/定存类资产的配置指数为 116.3，相比去年四季度环比增加了 4.7 个百分点；对贵金属和商业保险的配置指数分别为 112.5 和 109.8，相比去年四季度的 111.2 和 107.8 略有上升。

中国家庭财富指数调研系列报告

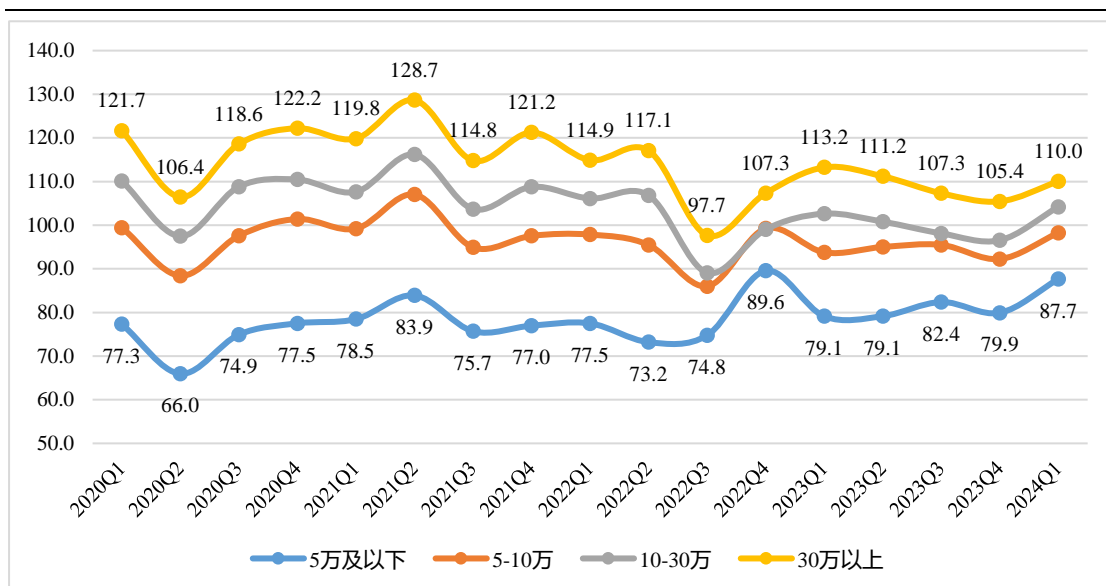


图 6 金融资产价值指数 (按收入分组)

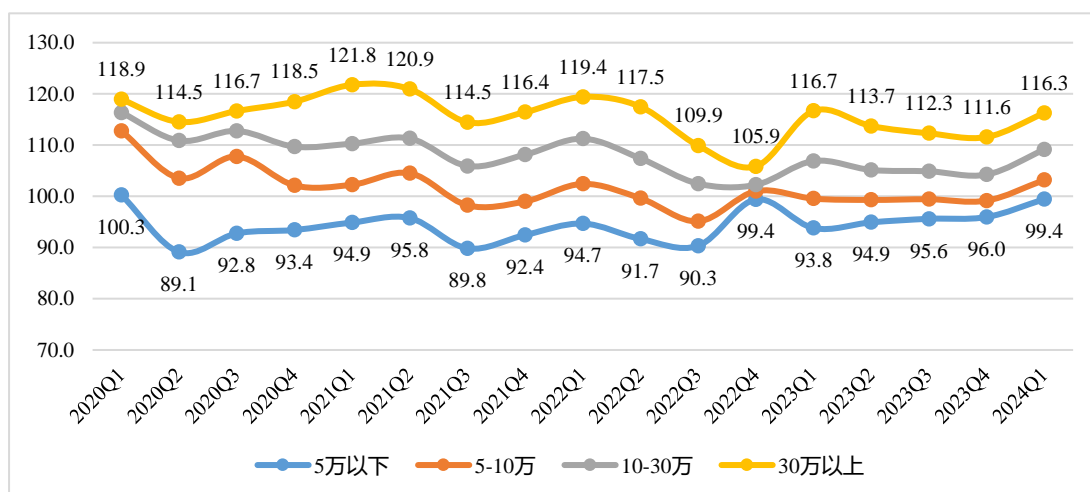


图 7 活期/定存类配置指数 (按收入分组)

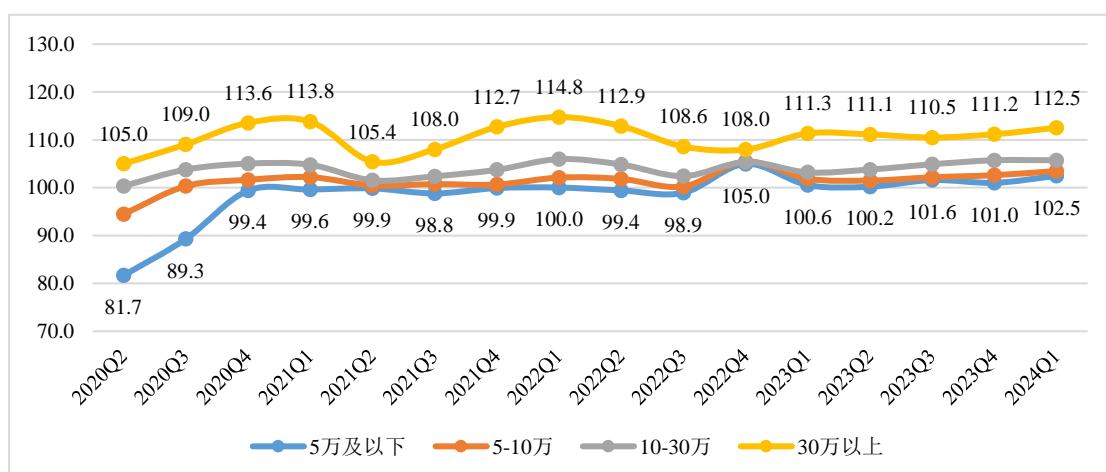


图 8 贵金属配置指数 (按收入分组)

中国家庭财富指数调研系列报告

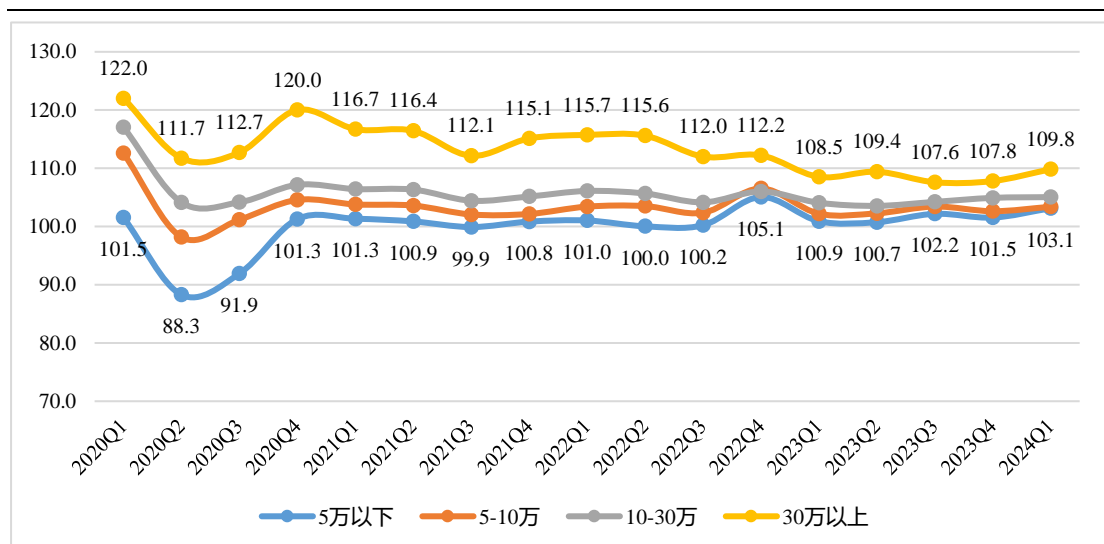


图 9 商业保险配置指数（按收入分组）

2024 年一季度各年龄段家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置指数均高于荣枯线 100，年轻家庭的配置意愿更高，配置增速整体呈现加快的趋势。具体来看，30 岁以下年轻家庭对活期/定存类的配置指数从 2023 年四季度的 103.1 上升至 2024 年一季度的 107.0，环比增加了 3.9 个百分点。同时，其余各年龄组家庭对活期/定存类资产的配置增速均出现了明显上升；30 岁及以下的年轻家庭对贵金属和商业保险的配置指数分别为 108.1 和 104.6，相比去年四季度的 106.1 和 104.4 波动不大。

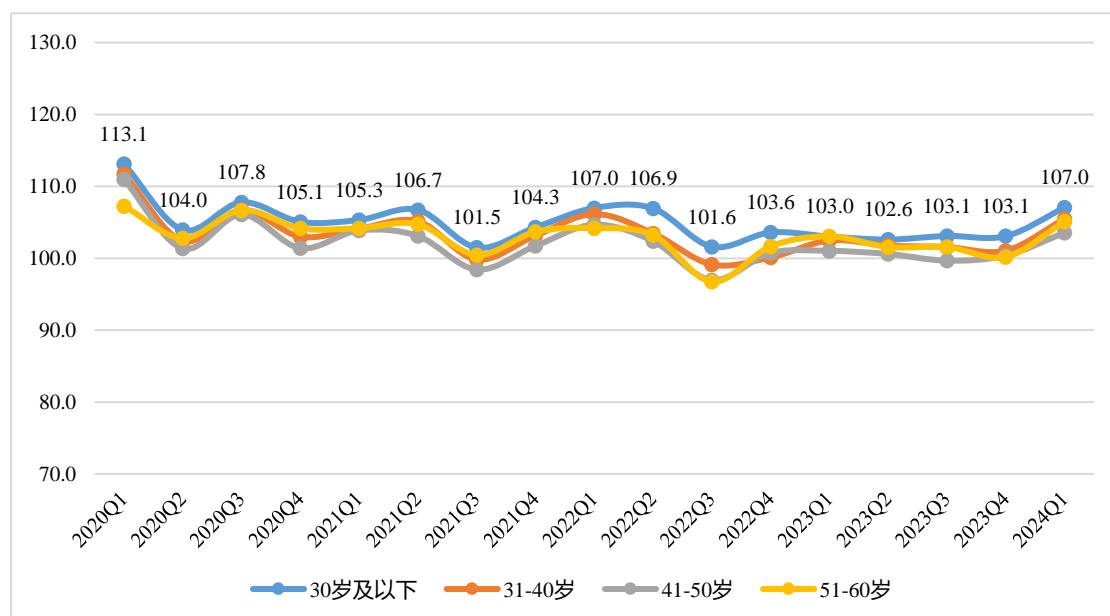


图 10 活期/定存类配置指数（按年龄分组）

中国家庭财富指数调研系列报告

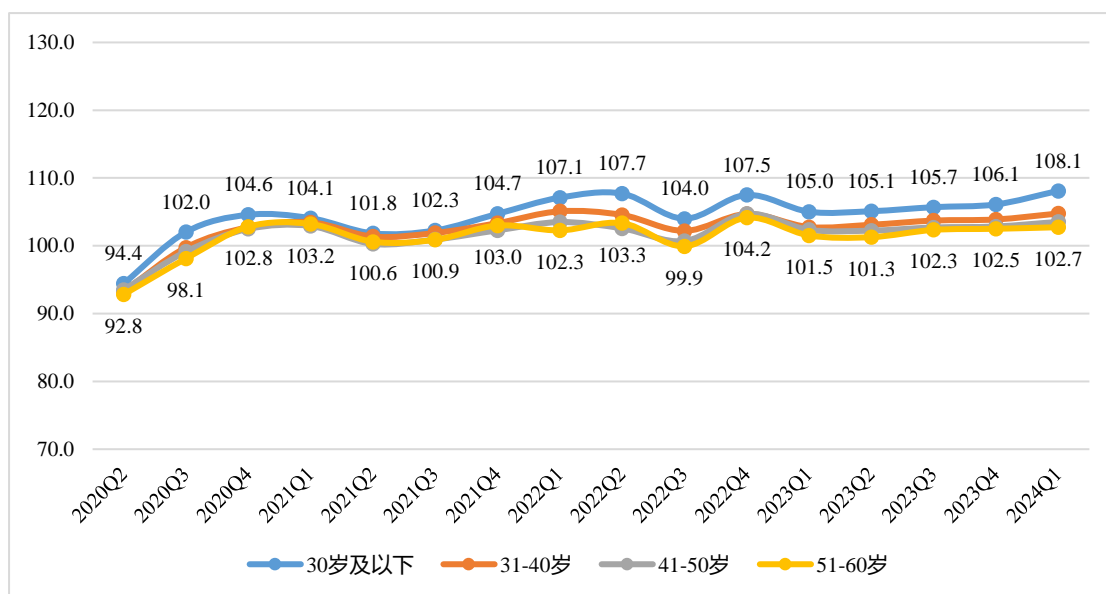


图 11 贵金属配置指数 (按年龄分组)

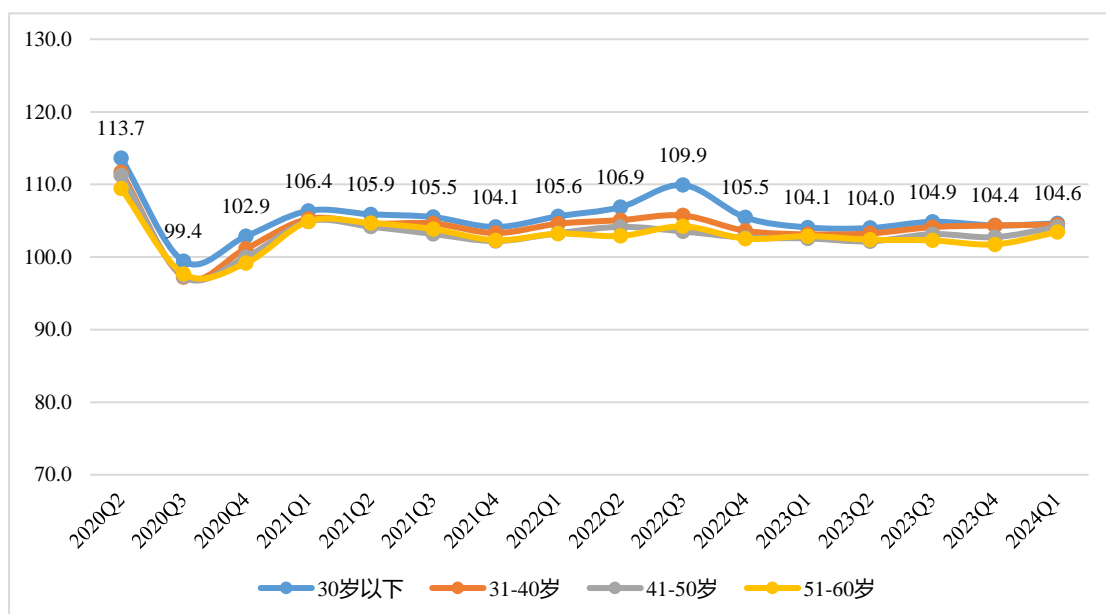


图 12 商业保险配置指数 (按年龄分组)

专题一：资本市场专题

(一)家庭对风险资产的配置增加，投资信心逐渐恢复

2024 年一季度家庭对偏债型基金、偏股型基金和股票/期货/衍生品的配置指数均高于荣枯线 100。同时，股市、基金市场的出台增强其投资信心的群体，

其股票或基金配置指数明显高于 100，反映出这部分家庭在一季度增加了对基金和股票类的配置。具体来看，家庭对偏债型基金的投资意愿指数从去年四季度的 100.6 上升至今年一季度的 102.1，表明家庭对稳健性资产的投资选择仍然持续。家庭对偏股型基金和股票/期货/衍生品的配置指数均突破荣枯线 100，分别从 2023 年四季度的 98.6 和 98.7 上升至 2024 年一季度的 100.4 和 101.1，环比分别上升了 1.8 个百分点和 2.4 个百分点。

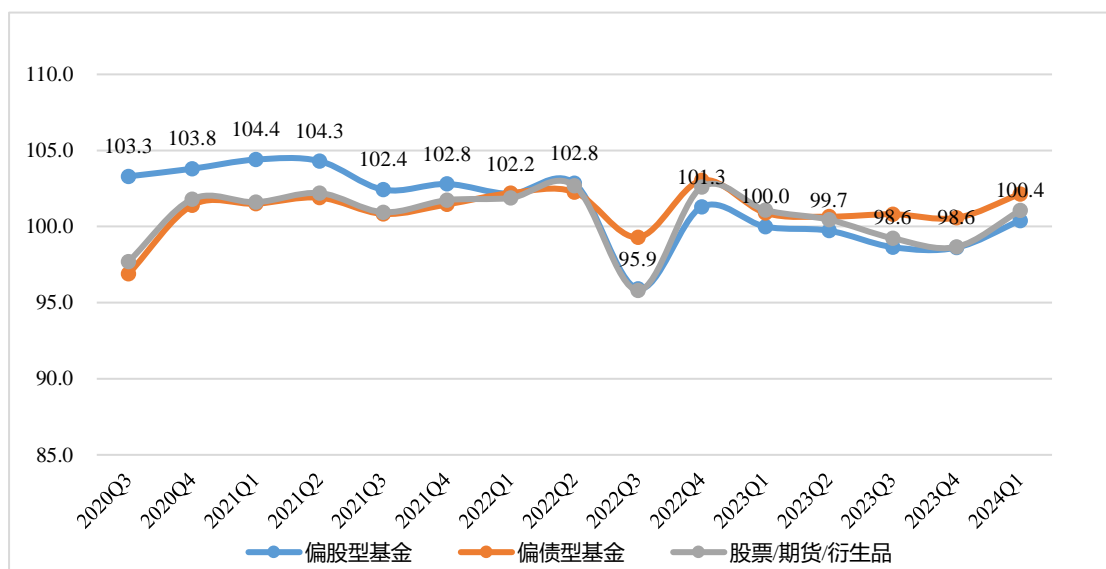


图 13 基金和股票类配置指数

(二)利好政策对投资股市、基金信心有一定积极影响

今年一季度新增证监会领导换届及相关利好股市政策对家庭投资股市信心影响等相关问题。超六成家庭表示，这些政策的出台对其投资股市信心保持基本不变，占比为 63.8%，这表明家庭对政策的态度整体较为稳定。值得注意的是，政策出台增加家庭对投资股市信心的比例要明显高于信心减少的比例。具体来看，有 22.5%的家庭表示信心有所增加，其中 5.3%的家庭表示信心增加很多，17.2%表示信心增加一点，这反映了市场对新政策的期待和乐观情绪。

从家庭投资股市信心减少的原因来看，更多家庭认为“全球经济不确定性较大”和“市场波动较大”，占比分别为 40.0%和 39.7%。整体来看，家庭对于政策利好股市的态度总体保持乐观，这有助于维持股市投资的稳定性和积极性。然而，对市场波动和全球经济不确定性的担忧仍然存在，这也提醒着投资者需要保持谨慎和理性，密切关注市场动态，做好风险管理。

中国家庭财富指数调研系列报告

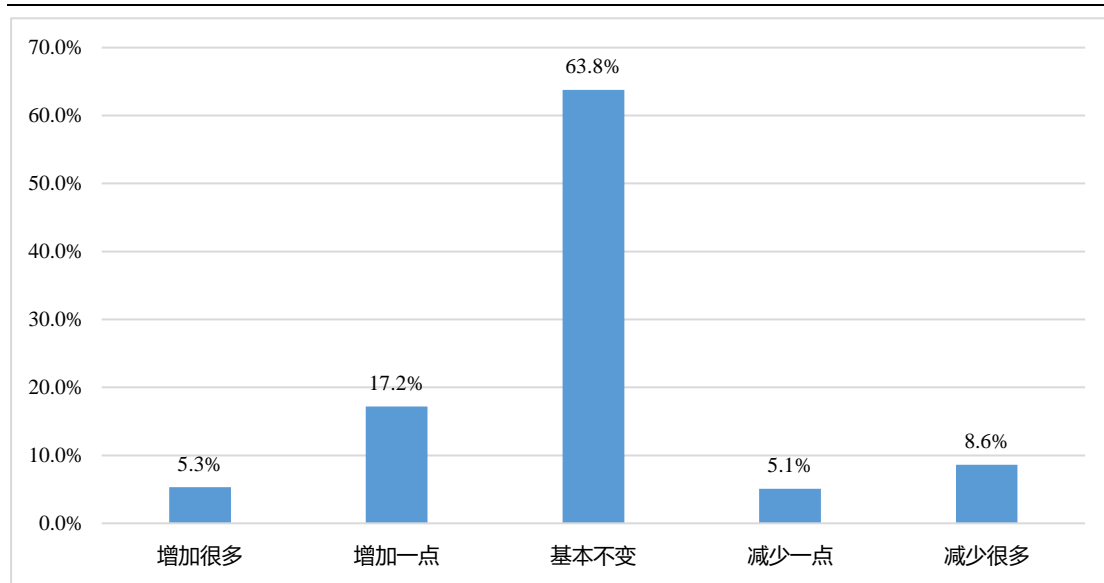


图 14 证监会领导换届及相关利好股市政策对您投资股市信心的影响

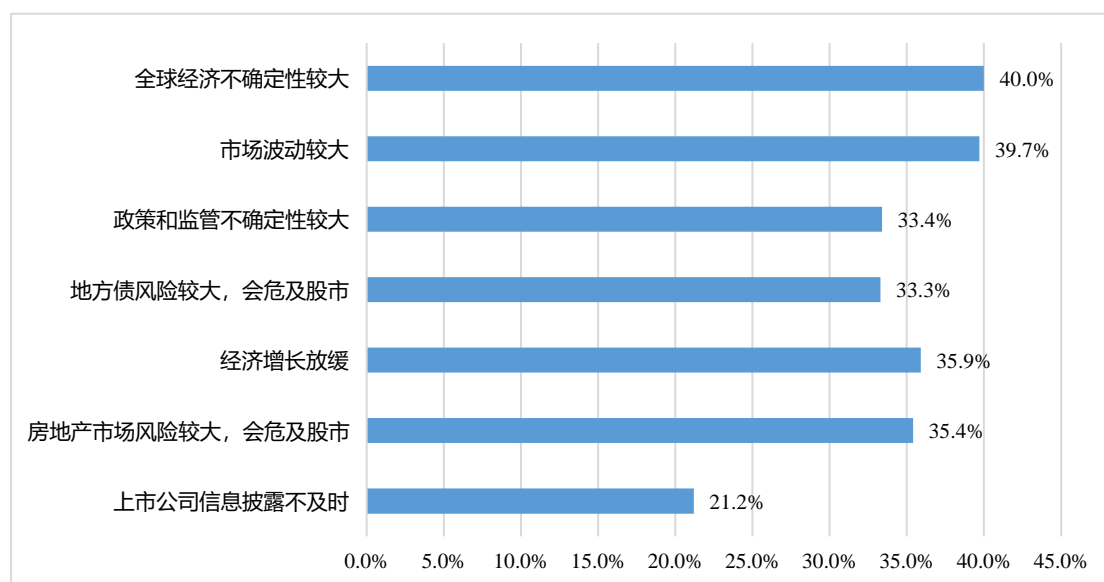


图 15 投资股市信心减少的原因

今年一季度新增基金费率改革等利好政策对家庭投资基金信心影响等相关问题。近七成的家庭表示，这些政策的出台对其投资基金信心保持基本不变，占比为 69.9%，保持不变的比例要高于股市政策的影响。同样，相比之下，更多家庭表示政策增强了其投资基金的信心，占比为 19.1%，其中 4.6%的家庭表示信心增加很多，14.5%的家庭表示信心增加一点。一定程度上反映了家庭对基金市场未来发展持有乐观态度，然而相比股市带来的积极影响来看，基金市场相关利好政策的影响稍弱。对于减少投资基金信心的家庭来说，主要原因集中在“市场波动较大”、“经济增长缓慢”及“全球经济不确定性较大”，占比分别为 36.0%、

35.3%及 34.1%。这表明尽管有利好政策出台，但部分家庭仍对市场的风险和经济发展不确定性持谨慎态度，对市场环境和政策走向保持警惕。整体来看，利好政策对家庭投资基金信心产生了一定程度的积极影响，但家庭仍保持谨慎态度，对市场风险和不确定性持有警惕心态

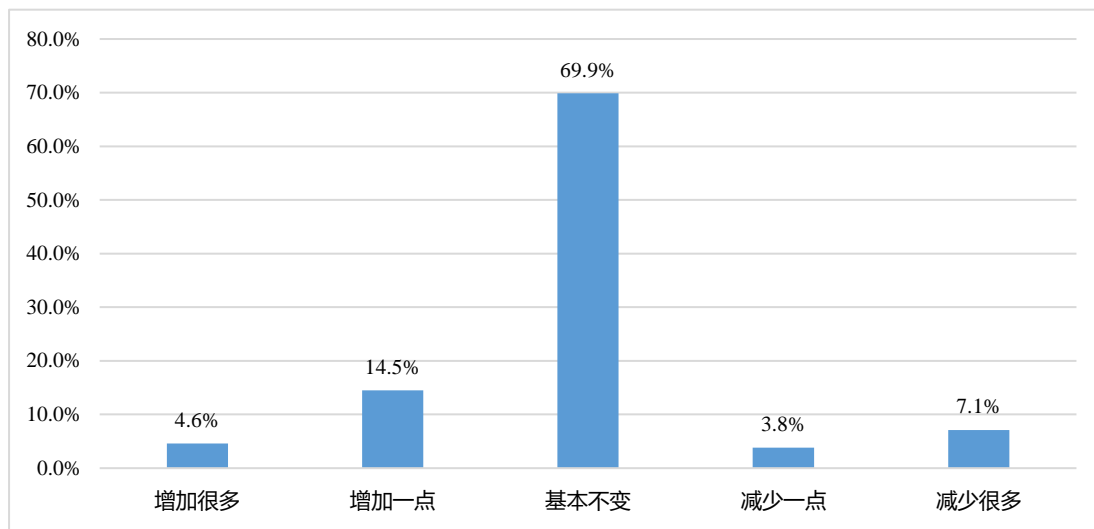


图 16 基金费率改革等利好政策对您投资基金信心的影响

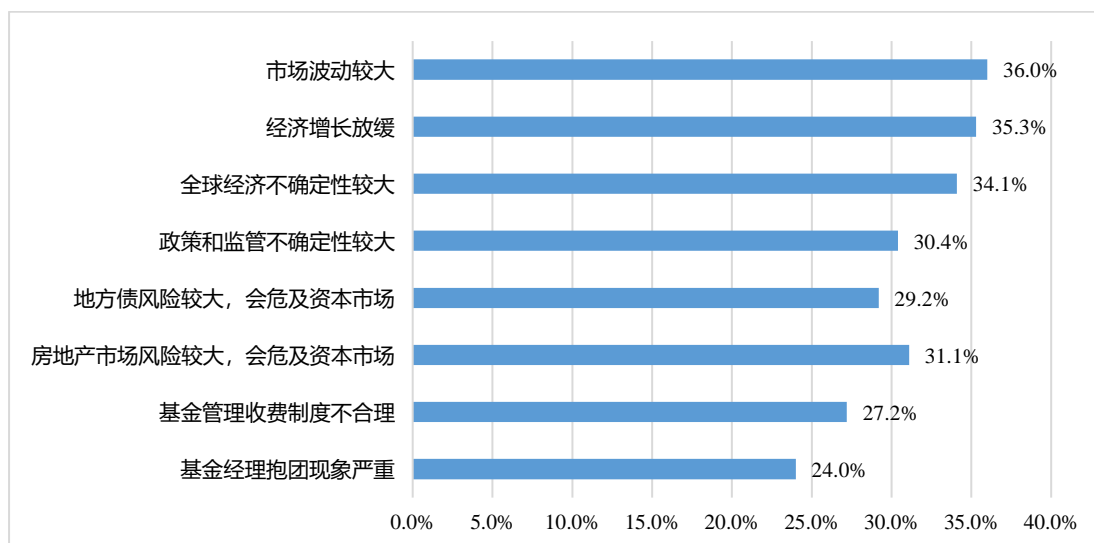


图 17 投资基金信心减少的原因

从信心增加群体对基金和股票类的配置情况来看，投资基金市场信心增加的群体对偏股型基金和偏债型基金的配置指数分别为 110.4 和 112.2，明显高于信心减少群体的 90.2 和 93.1；投资股市信心增加的群体对股票/期货/衍生品的配置指数为 108.9，明显高于信心减少群体的 91.5。一定程度上反映了本季度有关股市和基金市场相关利好政策的出台对家庭的投资信心起到一定的积极影响。

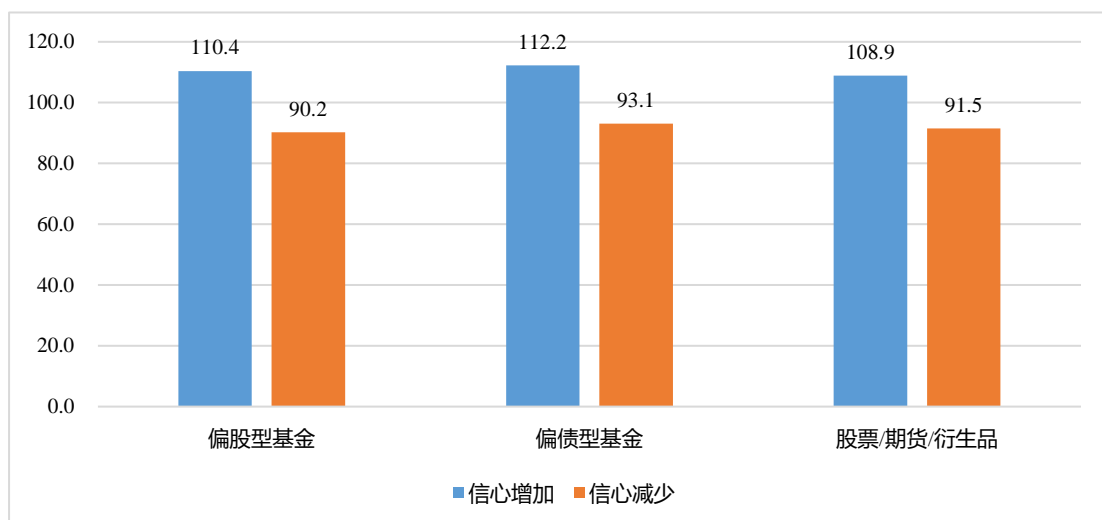


图 18 基金和股票类配置指数（按投资信心增加、减少分组）

(三)高金融资产组家庭对股市、基金市场的投资信心增加比例更高

分金融资产维度看股市及基金市场相关利好政策对家庭投资信心的影响，整体超五成家庭倾向于表示投资信心基本不变，这反映了当前大部分家庭对资本市场参与的谨慎态度。同时，随着金融资产的增加，家庭对股市及基金市场投资信心增加的占比随之增加，尤其是在 100 万以上的资产组中，投资股市信心增加和投资基金市场信心增加的家庭占比分别为 35.7%和 27.3%，这表明金融资产较高的家庭更愿意积极应对利好政策，并将其视为投资资本市场的有利时机。另一方面，尽管持负面态度的家庭比例较低，但在金融资产较低的家庭中，减少很多或减少一点的比例相对较高，这可能反映了这些家庭对风险和市场波动更为敏感，更容易受到不利因素的影响。因此，尽管利好政策对大部分家庭产生了积极影响，但对于一部分资产较低的家庭来说，仍需要密切关注市场动态，谨慎管理投资风险。

中国家庭财富指数调研系列报告

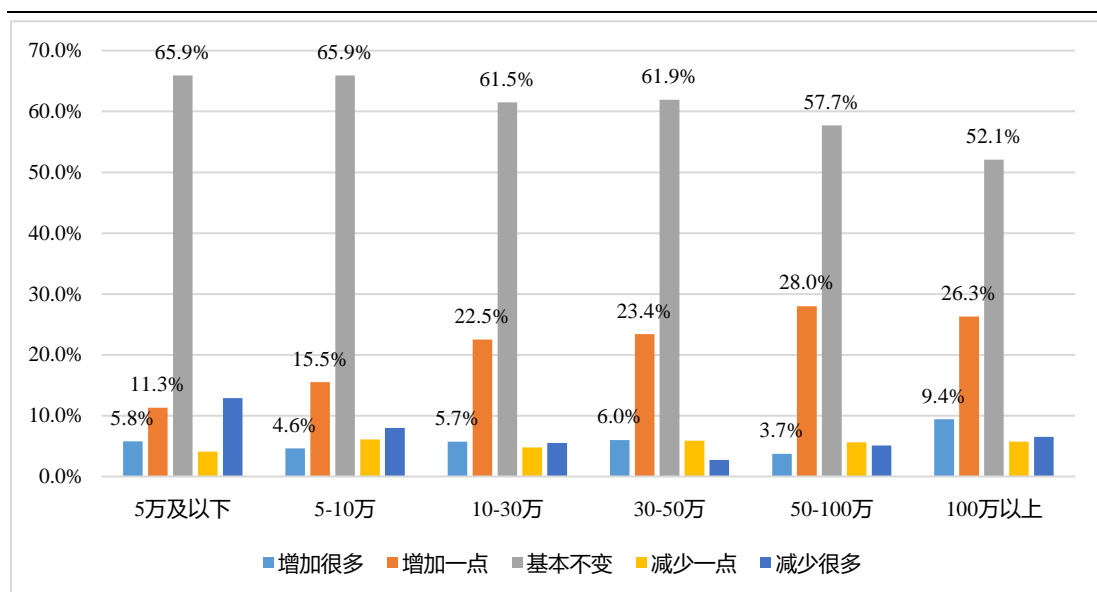


图 19 证监会领导换届及相关利好股市政策对您投资股市信心的影响（按金融资产分组）

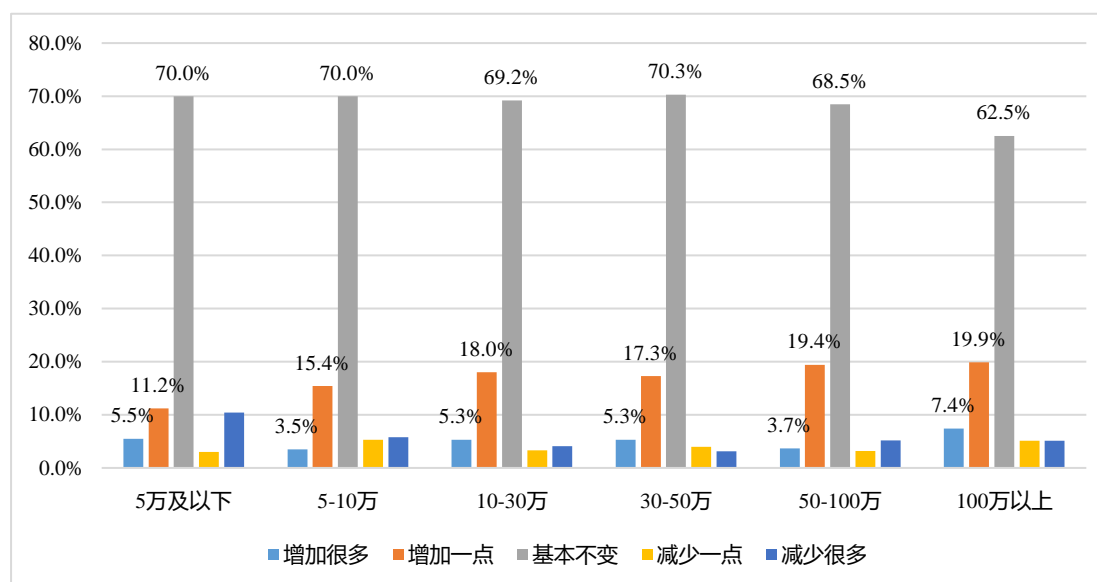


图 20 基金费率改革等利好政策对您投资基金信心的影响（按金融资产分组）

2024 年一季度各金融资产组家庭对股票/期货/衍生品的配置指数均增加，趋势向好；高金融资产家庭稳步增加，且增速上升，其他资产组纷纷突破荣枯线 100，显示出市场信心增强的迹象。具体来看，金融资产 100 万以上群体的股票、期货、衍生品配置指数从 2023 年四季度的 101.4 上升至今年一季度的 105.9；金融资产 50-100 万和 30-50 万家庭的配置指数分别从去年四季度的 97.7 和 96.9 上升至今年一季度的 100.2 和 102.9；金融资产 10-30 万和 5-10 万家庭的配置指数分别从去年四季度的 98.1 和 98.9 上升至今年一季度的 100.5 和 100.4；金融资产 5 万以下家庭的配置指数同样出现明显改善，从去年四季度的 99.2 上升

至今年一季度的 101.0。

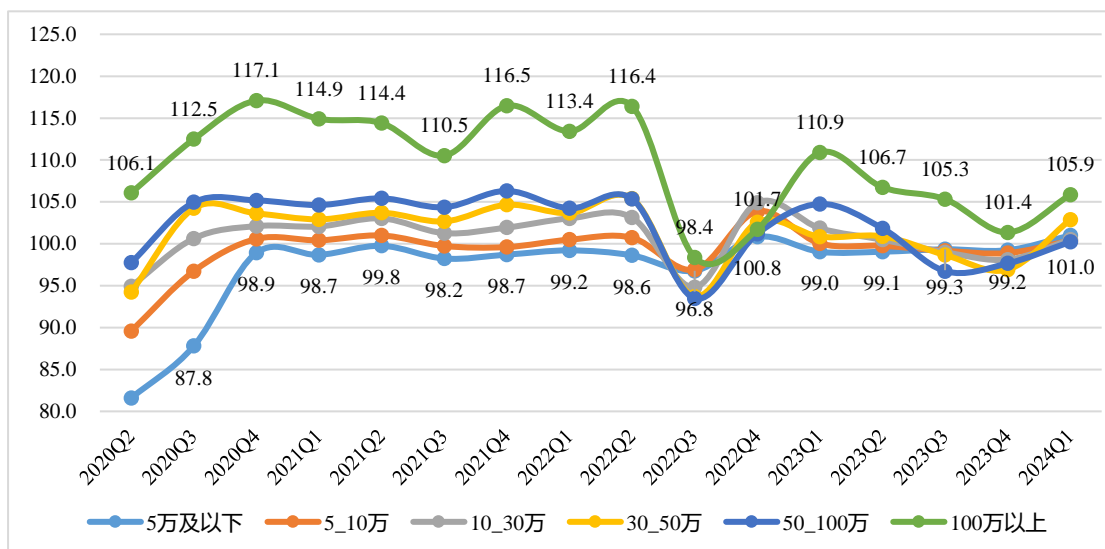


图 21 股票、期货、衍生品配置指数（按金融资产分组）

专题二：养老储备及第三支柱养老专题

（一）个人养老金账户中缴存人数及金额情况未达政策预期

国家统计局数据显示，截至 2023 年底，全国 60 岁以上的老年人口为 2.9 亿人，占全国人口的 21.1%，人均预期寿命达到 78 岁。与此同时，我国的人口红利正逐渐消失，劳动力人口占比逐年下降，而老年人口抚养比却不断上升。这些趋势导致养老保险基金的收支压力持续增大。从家庭倾向于选择养老长期性资金的储备方式来看，超四成群体对养老相关产品有需求，倾向于选择养老相关产品的比例为 43.2%。具体来看，7.4%的群体倾向于单独购买待定的养老相关产品，35.8%的群体表示倾向于选择养老相关产品和自己储蓄、投资（如定期、投股票或基金等）的组合。这表明更多的家庭倾向于综合利用各种金融工具来实现养老规划，既包括传统的养老产品，也包括个人的金融投资，以实现更全面、多样化的财务安全和退休生活保障。

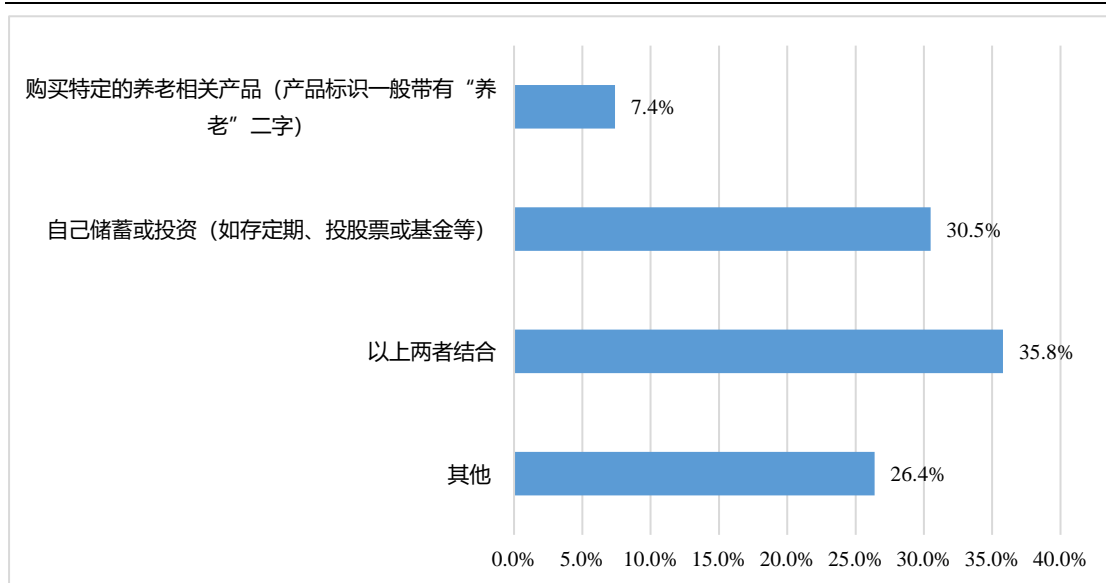


图 22 倾向选择养老长期性资金的储备方式

作为应对老龄化挑战的重要解决方案之一，2022 年 11 月，个人养老金制度正式启动。根据中国太保战略研究中心数据⁶显示，个人养老金账户中缴存人数及缴存金额较低，首年试点结果未预期。根据本季度调查结果显示，超四成家庭表示没有缴存个人养老金是因为“还不了解个人养老金政策”，分别超两成家庭表示没有缴存的原因是“担心政策会变”、“不能提前去取，无法应付不时之需”。从养老支出的主要考虑因素看，除基本生活支出外，就是医疗支出。整体来看，大部分家庭对个人养老金制度缺乏了解，同时也担心政策不稳定性和无法应对紧急情况。这种情况可能需要政府加强宣传，提高公众对个人养老金政策的认知度，并采取措施加强政策的稳定性，同时也需要充分考虑个人养老金的灵活性，以满足家庭应对不时之需的需求。

⁶ 2023 年个人养老金账户累计开立达 5000 万户，参与人数已达 2022 年全国纳税人数的 76.8%。但目前缴存人数仅占开户人数的 22%，而人均缴存金额仅约 2000 元，远远低于个人养老金账户 1.2 万元的缴存上限。投资人数仅占缴存人数的 62%，实际投资人数仅为 682 万。

中国家庭财富指数调研系列报告

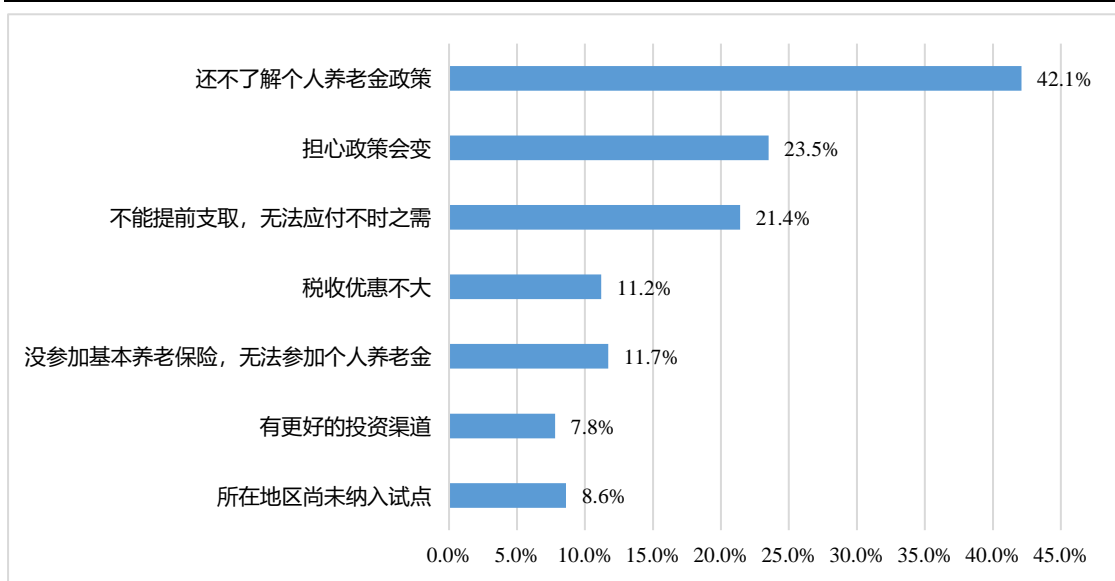


图 23 没有缴存个人养老金的原因

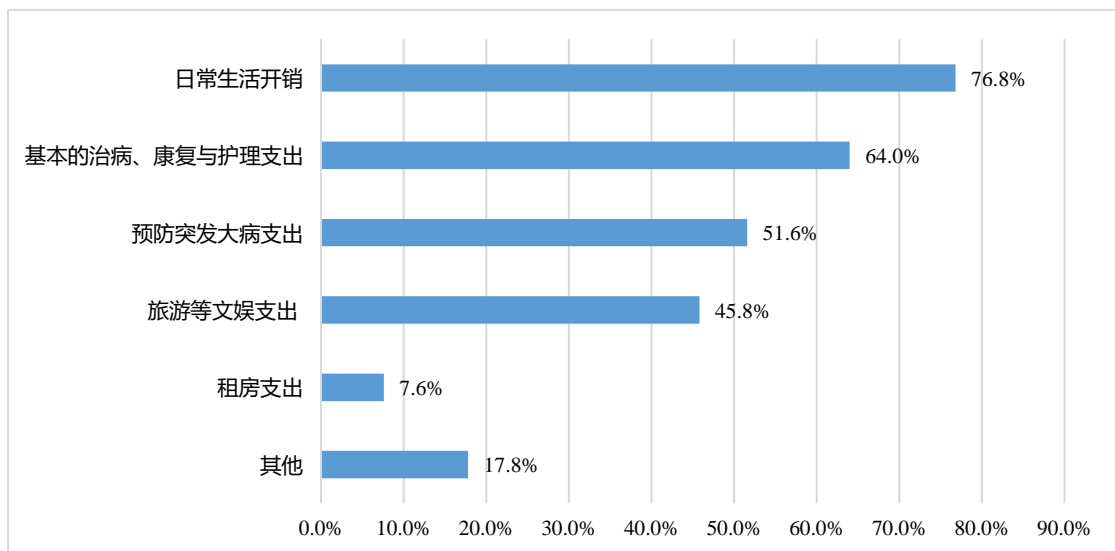


图 24 养老支出的主要考虑因素

对于已在个人养老金账户缴存金额的群体来看，超五成家庭选择了储蓄存款，这反映了家庭更倾向于选择较为保守和稳健的投资方式，以确保养老资金的安全性和稳健增长，其次是选择商业养老保险和理财产品，占比分别为 39.6% 和 31.0%，占比相对最低的是公募基金，仅为 15.1%。对于购买金额较大的产品来说，储蓄存款仍然是首选，占比为 44.4%，这说明了储蓄存款仍是家庭在追求养老金安全和稳健增长方面的优先考虑；其次是商业养老保险，占比为 26.6%。整体来看，更多家庭倾向于选择低风险、较为稳定的投资方式，比如储蓄存款、商业养老保险和理财产品；而公募基金通常受到市场波动、经济变化和投资者情绪

等因素的影响，因此存在一定的投资风险，家庭在养老产品投资上较为谨慎。

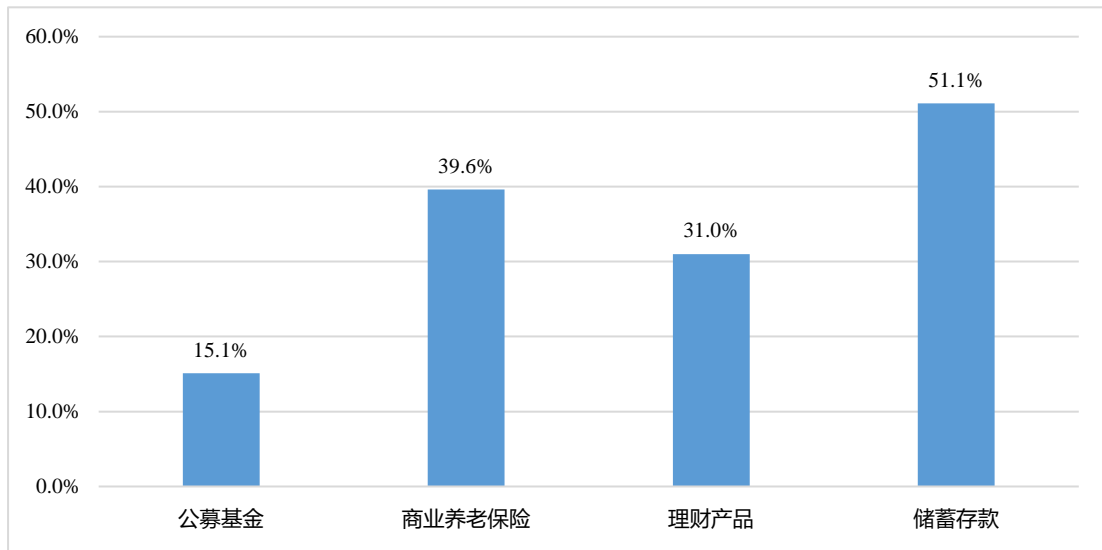


图 25 在个人养老金账户中，购买的产品种类

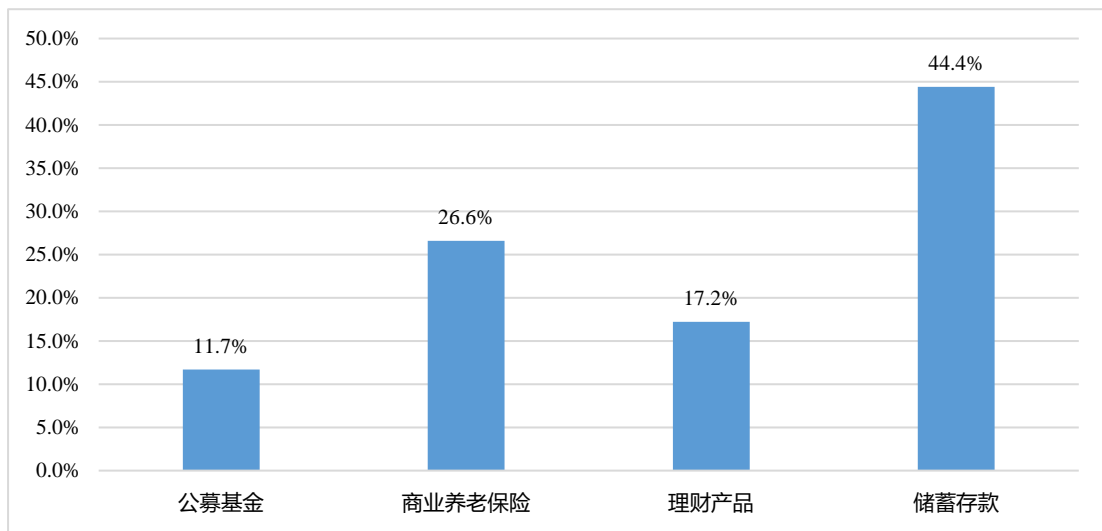


图 26 购买金额大于 50%的产品类型

(二) 年轻、高学历家庭对保险的购买潜力较大，可继续提振

从未来家庭购买保险产品的可能性来看，表示一定会购买或增配的家庭占比为 6.4%，有较大可能性购买的家庭占比为 14.1%，有一般可能性购买的家庭占比为 26.9%。表明家庭对于养老相关保险产品的购买还存在一定程度的缺口，可能受到信心、经济情况或对产品的了解程度等因素影响，有待进一步推动养老保险意识的普及和产品的推广。

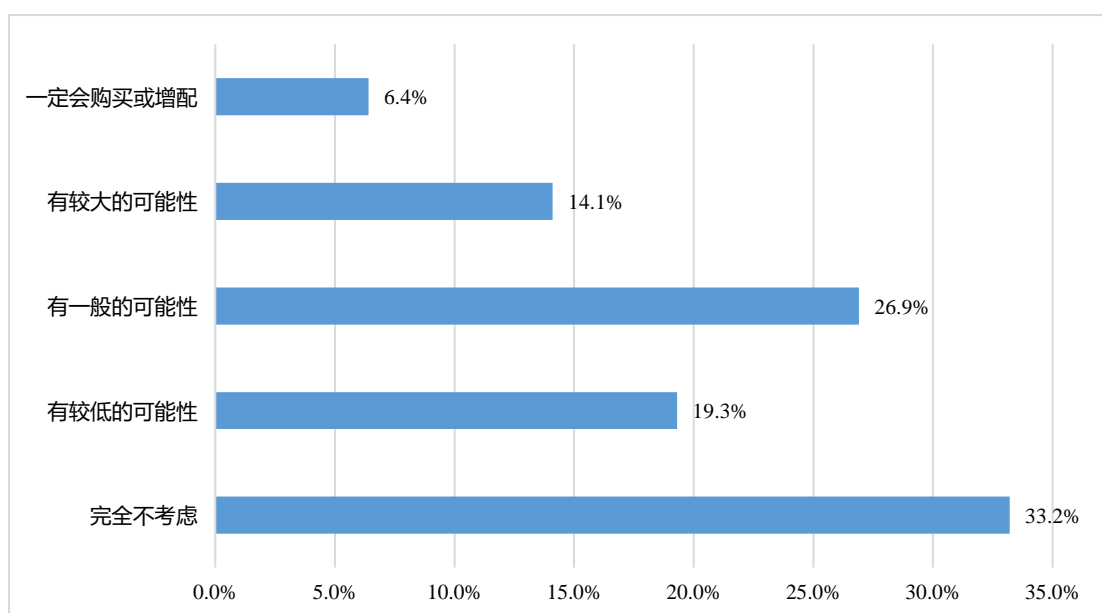


图 27 未来购买保险产品的可能性

30岁及以下的年轻家庭未来对保险产品的配置意愿明显高于其他家庭，未来对养老保险产品有更大的购买潜力。具体来看，30岁及以下年轻家庭中表示一定会购买和有较大可能性会购买的占比分别为9.0%和20.7%，这可能与他们随着年龄增长，逐渐意识到退休养老问题的重要性有关，所以更愿意通过购买养老保险产品规划未来，确保老年时稳定收入和生活质量。同时，高学历群体对投资特性和长期收益的理解更深，更愿意投资养老保险以实现长期财务目标。

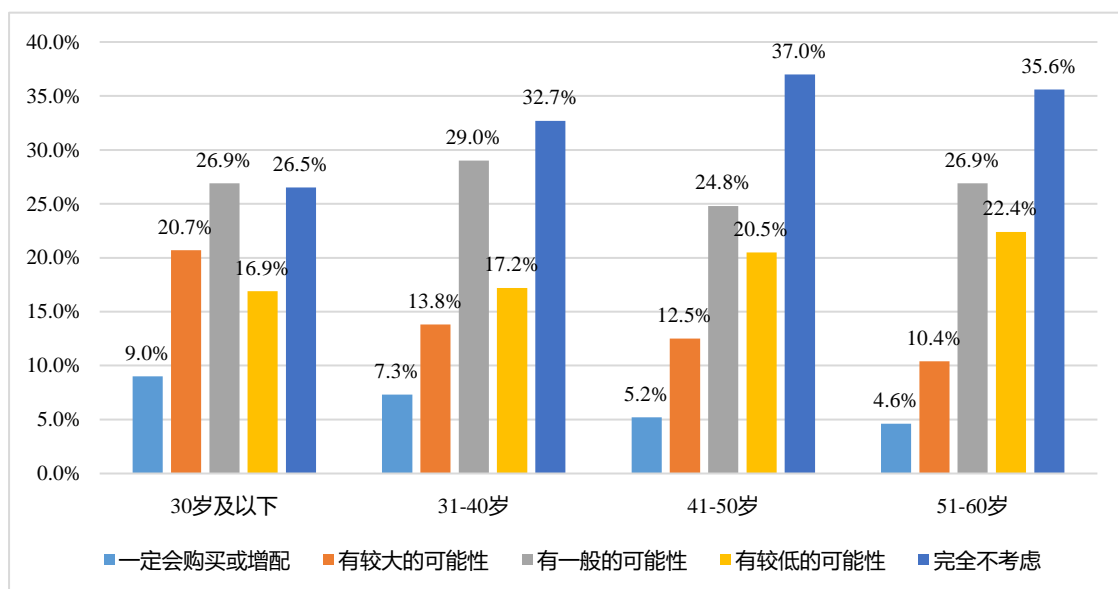


图 28 未来购买保险产品的可能性（按年龄分组）

本科及以上学历家庭对未来对保险产品的配置意愿明显高于其他家庭，

未来对养老保险产品有更大的购买潜力。具体来看，本科及以上学历家庭中表示一定会购买和有较大可能性会购买的占比分别为 6.4%和 17.7%，这可能与高学历群体对投资特性和长期收益的理解更深，因此更愿意投资养老保险以实现长期财务目标。

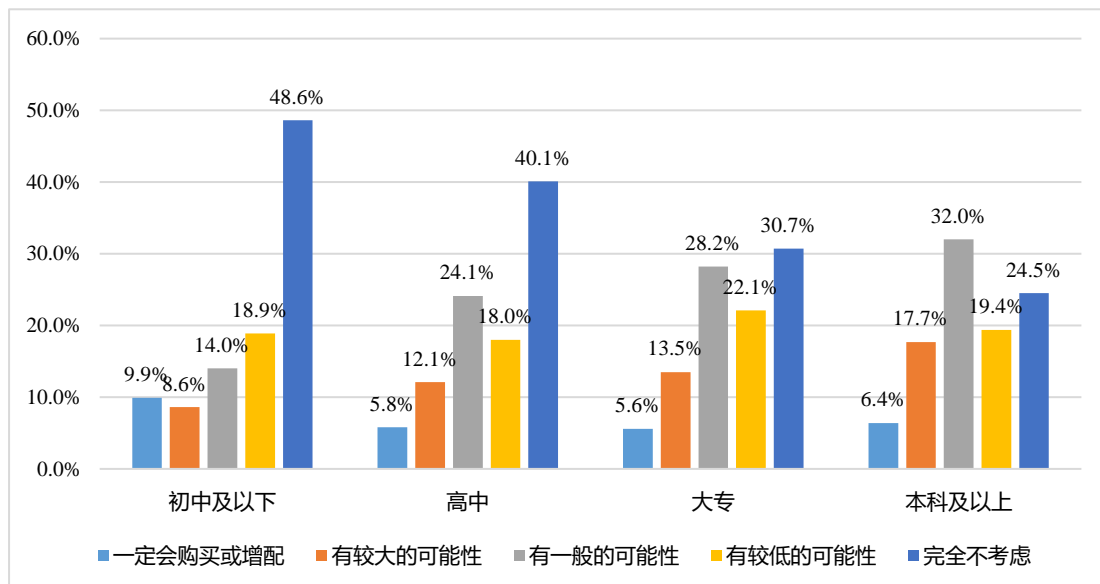


图 29 未来购买保险产品的可能性（按学历分组）

三、家庭消费支出继续增加，文娱类享乐型消费突破荣枯线 100

（一）家庭消费增速相对稳定，高收入家庭和年轻家庭仍处于高位

2024 年一季度更多家庭的消费保持相对稳定的状态，占比为 61.8%，相较于去年四季度的 58.6%上升了 3.2 个百分点。2024 年一季度家庭消费支出继续增加⁷，消费变动指数⁸为 101.6，相较于 2023 年四季度的 102.4 略有回落。整体来看，2024 年一季度家庭消费增速基本不变，消费市场活跃度相对稳定，变动不大。

⁷ 根据本季度样本消费水平估算四季度家庭消费均值为 1.5 万元。

⁸ 消费变动加权指数和消费变动原指数分别为 101.6 和 106.9。

中国家庭财富指数调研系列报告

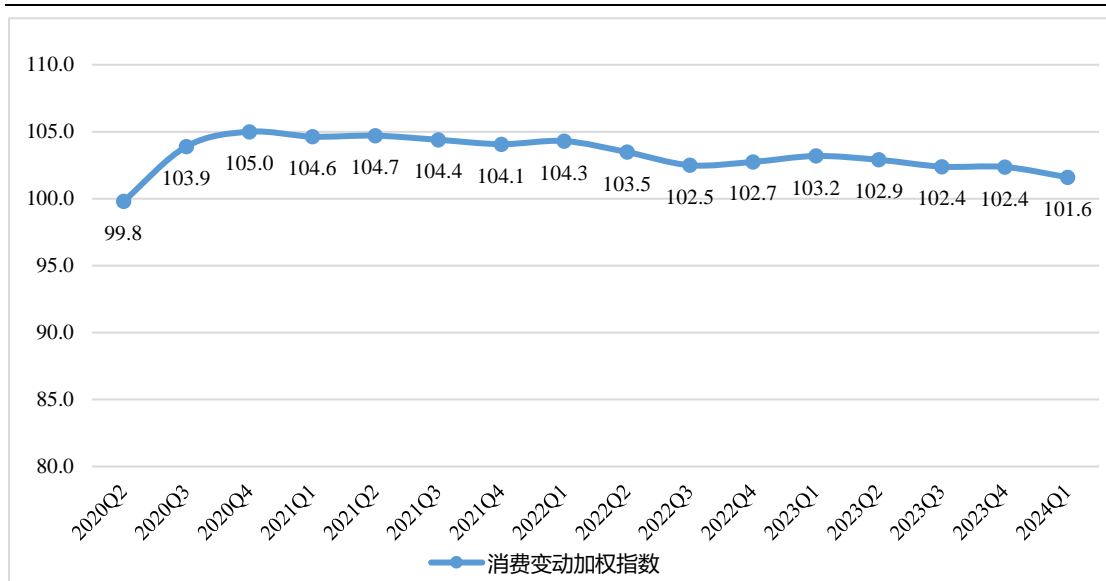


图 30 消费变动指数

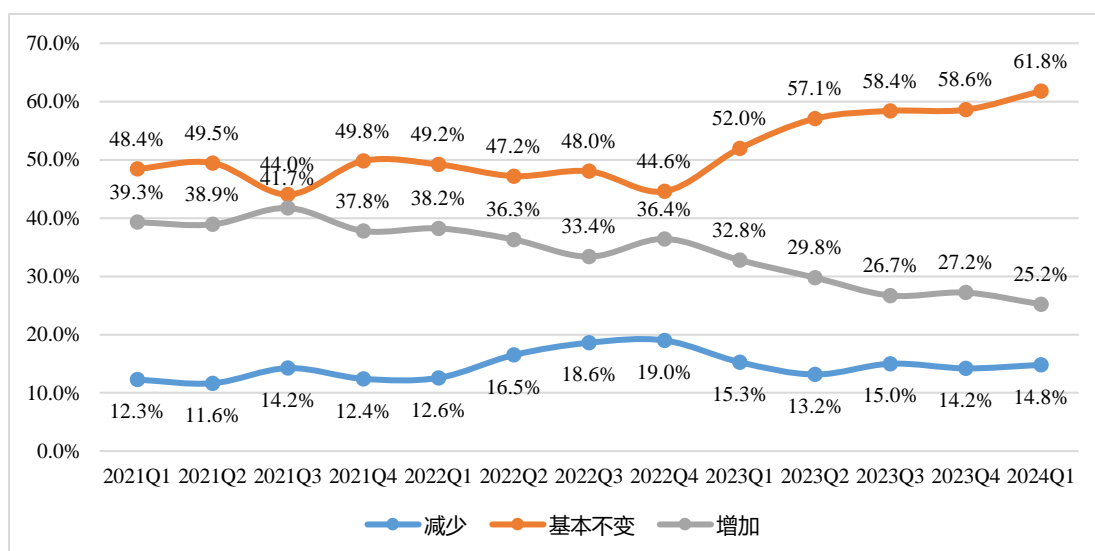


图 31 消费变动分布情况

从收入维度看家庭消费变动情况。2024 年一季度各收入组家庭的消费保持增加，增速整体波动不大。具体来看，年收入 30 万以上的高收入家庭和 10-30 万家庭的消费变动指数分别从去年四季度的 114.4 和 112.1 微减至今年一季度的 113.8 和 110.9；年收入 5-10 万和 5 万及以下家庭的消费变动指数分别从去年四季度的 109.7 和 102.0 上升至今年一季度的 110.4 和 102.2。

中国家庭财富指数调研系列报告

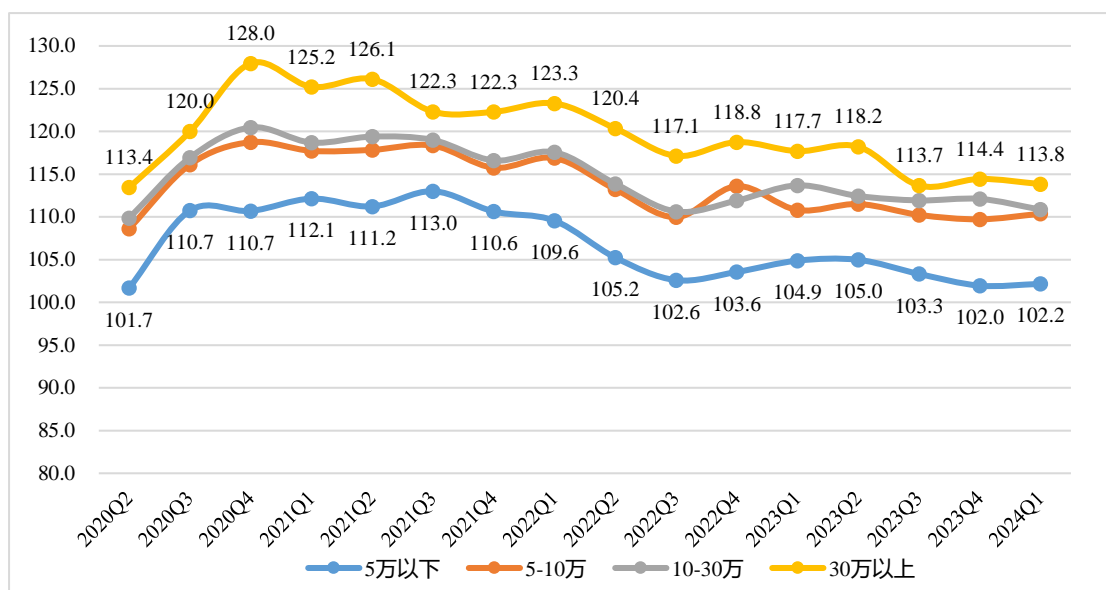


图 32 消费变动指数（按年收入分组）

从年龄维度看家庭消费变动情况。2024 年一季度各年龄段的消费仍在增长，增速波动不大，年轻家庭的消费位于较高水平，且增速略微上升。具体来看，30 岁及以下年轻群体的消费增速从去年四季度的 108.6 微长至今年一季度的 109.8；31-40 岁中青年群体的消费变动指数从去年四季度的 107.6 微减至今年一季度的 106.7；41-50 岁中年群体和 51-60 岁的中老年群体的消费增均略微上升，分别从去年四季度的 105.4 和 105.9 上升至今年一季度的 105.5 和 106.2。

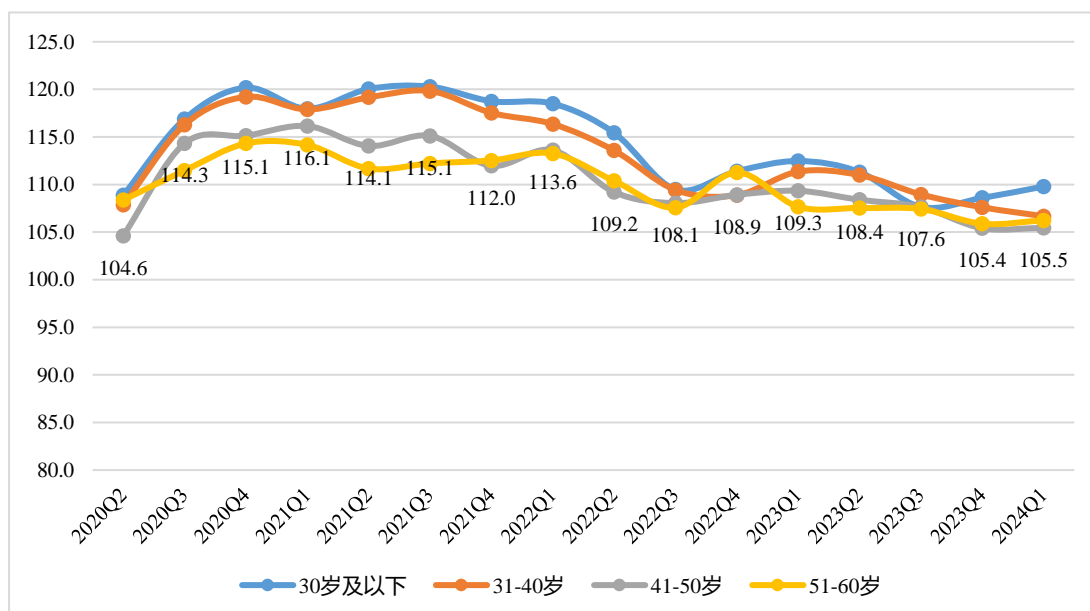


图 33 消费变动指数（按年龄分组）

(二) 生存型消费和发展型消费保持增加，享乐型消费降幅收窄

将家庭消费按照不同类别划分为生存型消费、发展型消费和享乐型消费三类。其中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。从各消费类型的变动情况看，2024年一季度家庭的生存型消费和发展型消费继续保持增加，其中生存型消费增速相对平稳，发展型消费增速略有上升，享乐型消费降幅略有收窄。具体来看，家庭的生存型消费指数为106.9，与去年四季度的107.0基本持平；家庭的发展型消费指数为106.2，较去年四季度的105.6略有上升。一季度受春节、元宵节等节日因素影响，家庭的享乐型消费，尤其是文娱性享乐型消费会一定程度上呈现季度性改善的现象。具体来看，家庭享乐型消费降幅略有收窄，从2023年四季度的97.5上升至2024年一季度的99.6，有向好趋势。

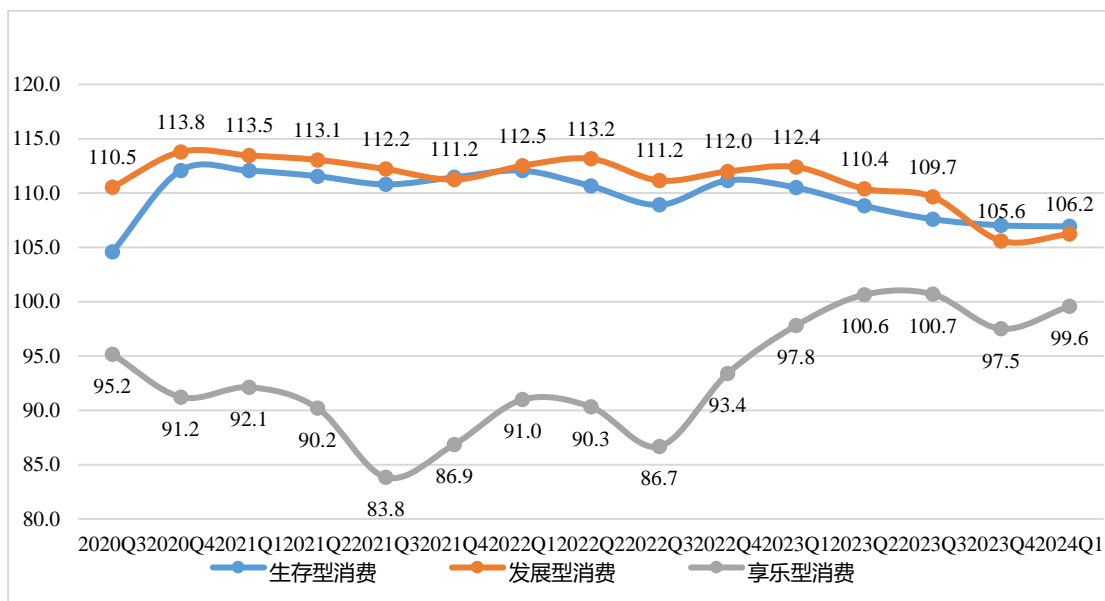


图 34 生存型消费、发展型消费、享乐型消费指数（总指数）

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（2023年四季度开始将医疗保健拆开进行询问，口径略有变化，因此四季度有所回落）；享乐型消费包含旅游、文化娱乐、耐用品消费。

具体来看家庭的享乐型消费变动情况。其中旅游、文化娱乐和耐用消费品的消费指数分别为99.3、100.8及98.7，较去年四季度分别环比增加了4.2个百分点、1.8个百分点及0.4个百分点。这表明消费者对于旅游、文化娱乐和耐

用消费品的消费需求逐渐恢复并增长，反映了消费者信心的逐步增强以及生活品质提升的愿望。值得注意的是，家庭对文化娱乐的消费指数突破荣枯线 100，反映了人们对文化娱乐活动的强烈渴望和追求以及人们对丰富多彩生活的向往和对精神文化需求的重视，未来有望促进相关产业的发展，推动整体经济增长，并为未来经济复苏和消费市场的活跃注入一定的动力。此外，家庭的旅游消费降幅相较去年四季度收窄了 4.2 个百分点，恢复趋势较好。整体来看，家庭的享乐型消费指数接近荣枯线 100，显示了消费者对于生活质量的期待和追求。

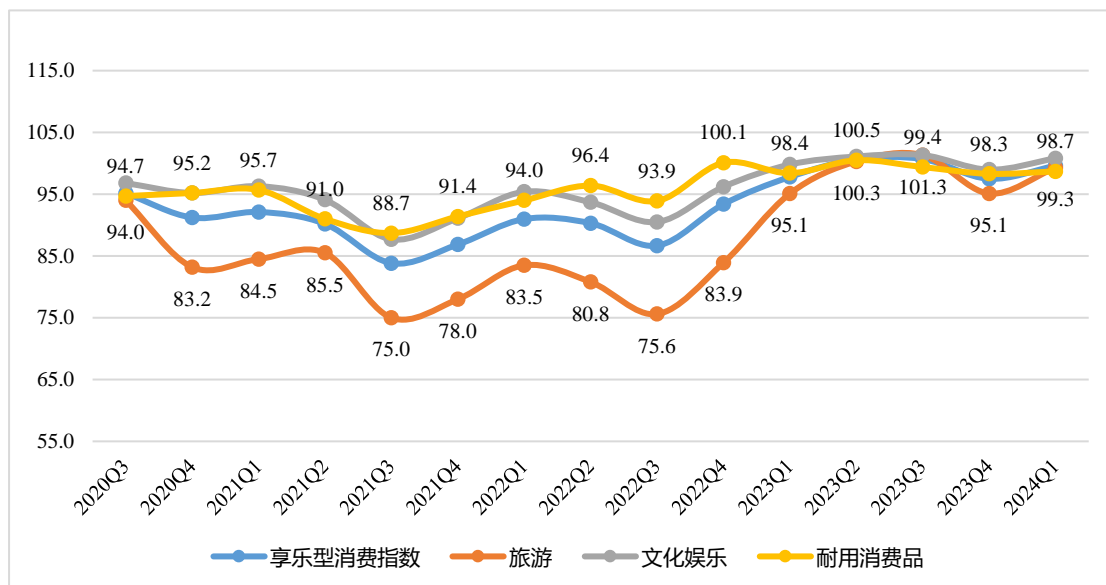


图 35 享乐型消费变动情况

注：享乐型消费包含旅游、文化娱乐、耐用品消费。

从收入维度看家庭的享乐型消费变动情况。2024 年一季度除低收入家庭外，其余各收入家庭的享乐型消费均保持增加，且增速上升；低收入家庭的降幅收窄。具体来看，年收入 30 万以上和 10-30 万家庭的享乐型消费指数分别从去年四季度的 110.3 和 104.3 上升至今年一季度的 112.8 和 105.8；年收入 5-10 万中低收入家庭的享乐型消费指数突破荣枯线 100，从去年四季度的 98.3 上升至今年一季度的 100.6，趋势向好；年收入 5 万及以下低收入家庭的享乐型消费降幅收窄，从去年四季度的 88.2 上升至今年一季度的 90.8。

中国家庭财富指数调研系列报告

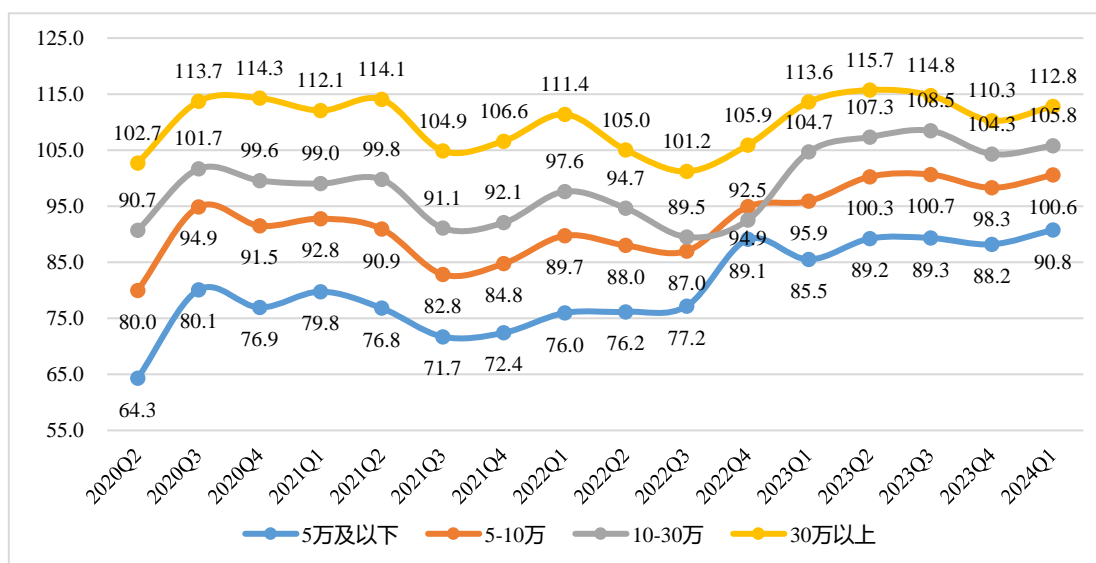


图 36 享乐型消费指数（按收入分组）

从年龄维度看家庭的享乐型消费变动情况。2024 年一季度年轻家庭的享乐型消费仍保持增加，且增速略有上升。具体来看，30 岁以下的年轻家庭的享乐型消费指数从 2023 年四季度的 103.4 和微增至今年一季度的 104.4；31-40 岁的中青年家庭和 51-60 岁的中老年家庭的享乐型消费指数分别从去年四季度的 99.5 和 98.5 微增至今年一季度的 99.7 和 99.0。整体来看，各年龄家庭的享乐型消费有所恢复，趋势向好。

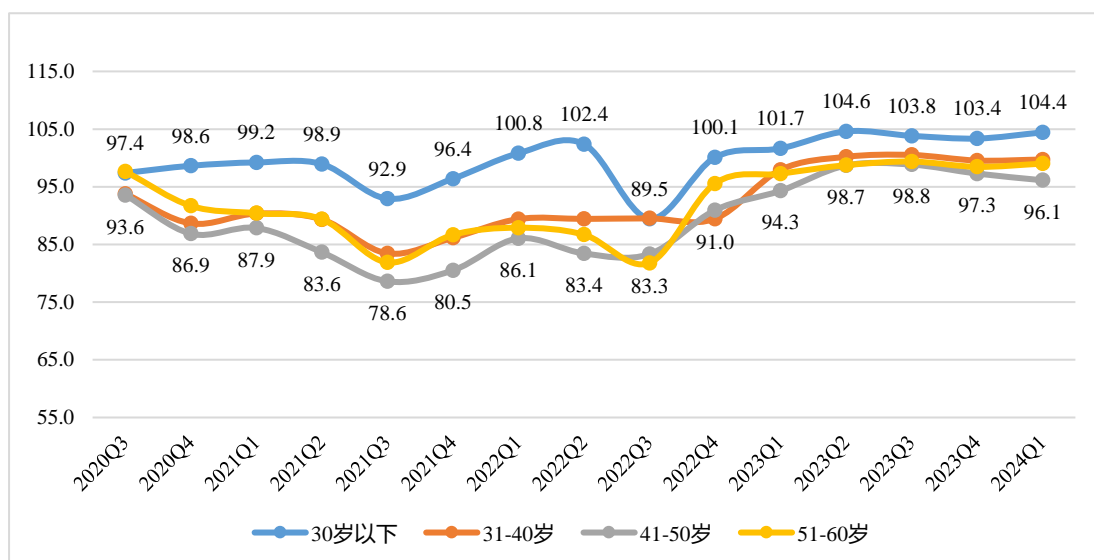


图 37 享乐型消费指数（按年龄分组）

四、购房市场仍存在一定的波动和调整

(一) 家庭的新购住房比例回落

2024 年货币政策稳健略偏宽松基调未变。调研询问了居民未来 3 个月的购房计划，分为“还在观望”、“有计划购买”及“无计划”三种情况。2023 年新增询问了居民本季度实际购房情况，分为“有新购住房”、“有卖出住房”、“既有新购，也有卖出”和“无变化”四种情况。从家庭房产买卖情况看，今年一季度家庭新购住房比例有所回落，从去年四季度的 7.5% 回落至今年一季度的 6.4%；卖出住房的家庭比例从去年四季度的 5.8% 回落至今年一季度的 5.2%。从家庭计划购房情况看，2024 年一季度调研显示未来三个月计划购房的家庭占比为 6.8%，还在观望的家庭占比为 20.1%。国家统计局发布 2024 年一季度房地产数据，显示市场疲软⁹。根据易居研究院发布的 2024 年一季度的二手房成交报告显示，今年一季度二手房交易市场仍有一定的活跃度¹⁰。整体来看，计划购房比例上升、新购住房比例下降以及卖出住房比例上升的情况表明了当前房地产市场中存在着一定程度的波动和调整。家庭在面对市场变化时可能更加谨慎，选择观望或者调整自己的购房行为以适应市场的变化。

⁹ 2024 年一季度全国房地产开发投资同比下降了 9.5%，销售面积同比下降了 19.4%，新建商品房销售额更是下降了 27.6%，反映了当前房地产市场的疲软态势。

¹⁰ 2024 年一季度重点 30 城二手房交易占比达 40%，同比增加 16 个百分点。22 个重点城市二手住宅在 3 月成交 152572 套，环比大涨 112%，市场活跃度明显提升，但仍明显弱于去年同期，且市场“以价换量”特征明显。

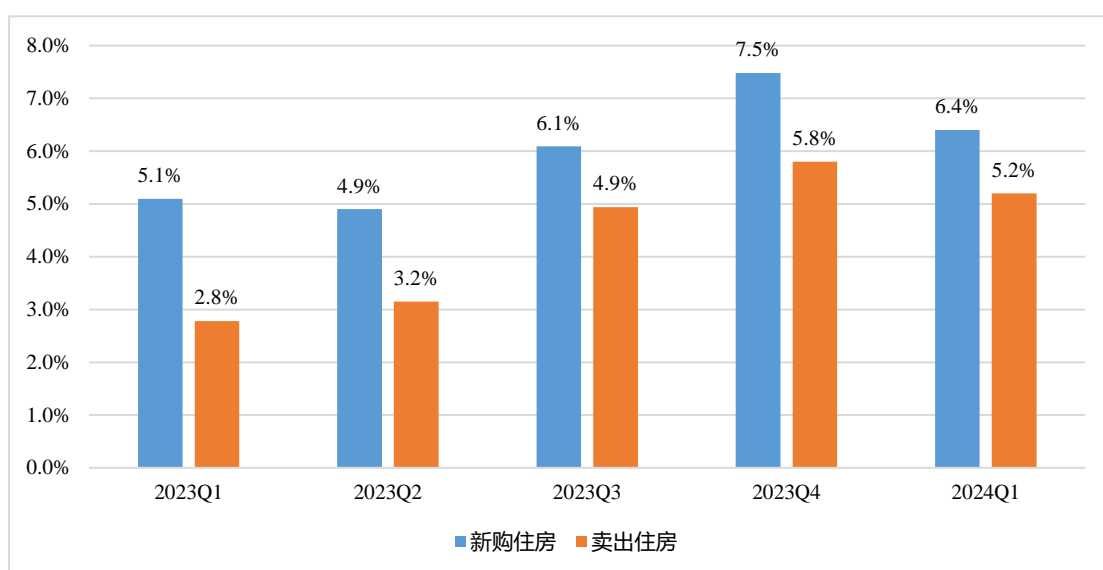


图 38 新购房和卖出住房家庭比例

(二) 高收入、年轻和多套房家庭的新购房比例和计划购房意愿仍较高

从收入维度看，2024 年一季度高收入家庭的新购房比例和计划购房意愿均处于较高水平，其中各收入家庭的新购房比例均出现了不同程度的回落。具体来看，年收入 30 万以上家庭的新购房比例从去年四季度的 17.5% 回落至今年一季度的 13.5%，一季度的计划购房比例为 14.4%；今年一季度年收入 5 万及以下的低收入家庭的新购房比例和计划购房比例均要略高于 5-30 万组家庭，新购房比例和计划购房比例分别为 6.6% 和 6.3%。

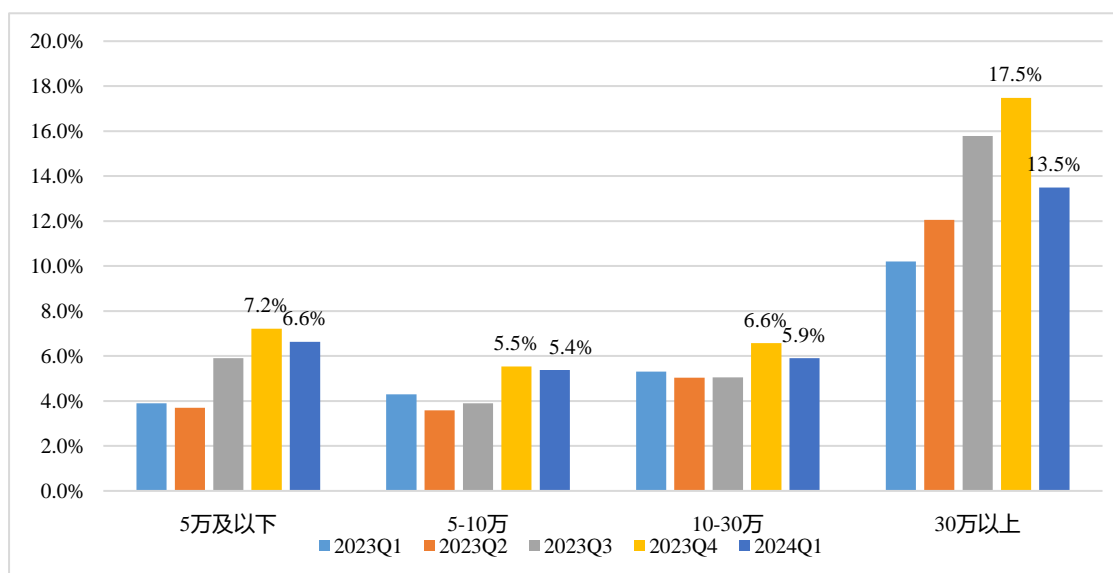


图 39 新购房家庭比例（按收入分组）

中国家庭财富指数调研系列报告

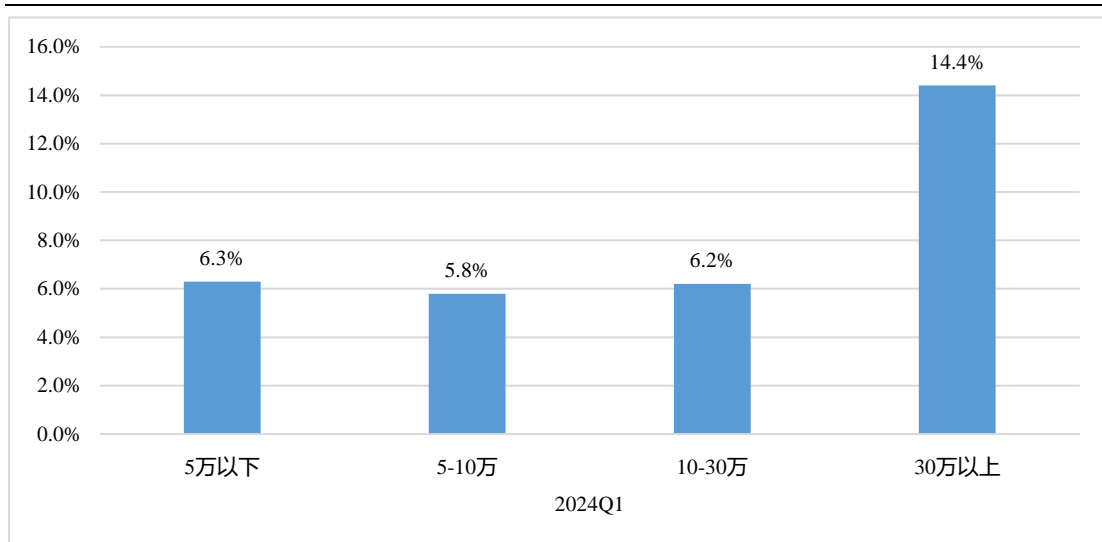


图 40 有计划购房的家庭占比（按收入分组）

从年龄维度看，2024 年一季度 30 岁及以下的年轻家庭的新购房比例和计划购房意愿仍位于较高水平，其中 30 岁及以下的年轻家庭和 41-50 岁的中年家庭的新购房比例相对稳定，其他年龄段家庭有一定程度回落。具体来看，30 岁及以下年轻家庭的新购房比例为 10.7%，与上季度的 10.8% 基本持平，计划比例为 10.3%，明显高于其他年龄组家庭；31-40 岁的中青年家庭和 51-60 岁的中老年家庭新购房比例分别从去年四季度的 8.0% 和 5.5% 回落至今年一季度的 6.8% 和 3.8%。整体来看，年轻家庭的计划购房比例仍处于较高水平，表明相对于中老年家庭，年轻家庭仍然保持一定程度的住房需求。

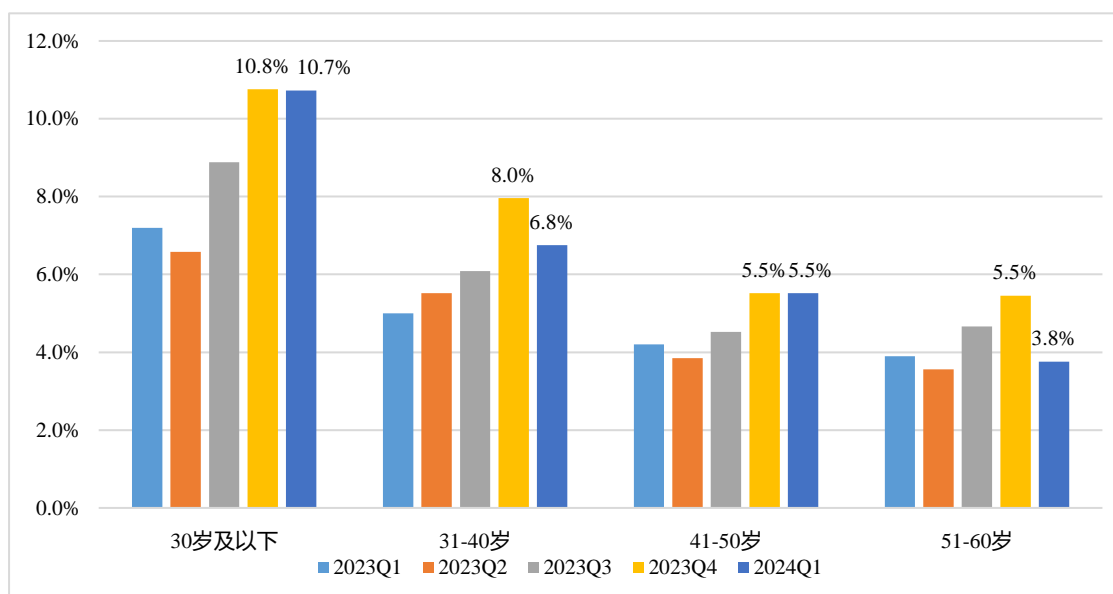


图 41 新购房家庭比例（按年龄分组）

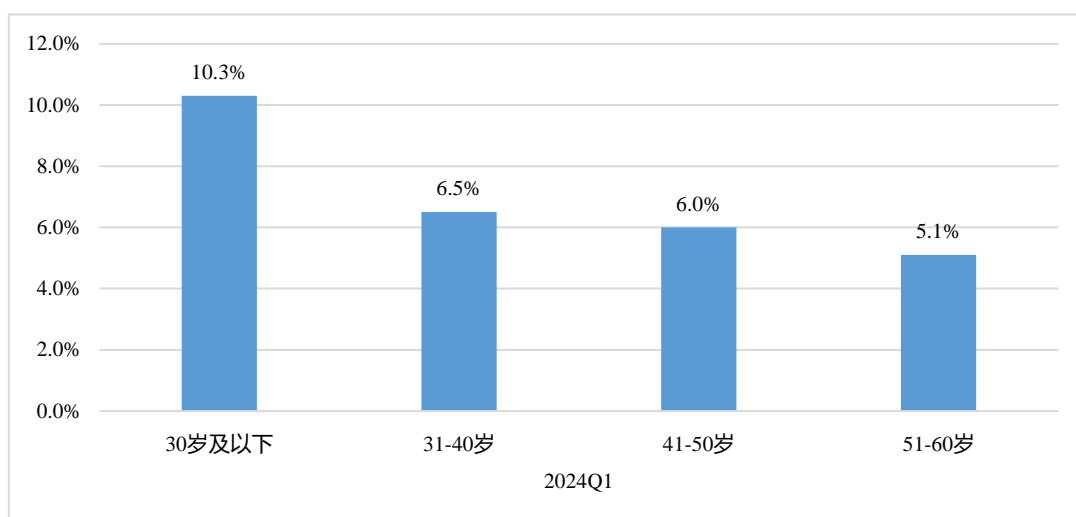


图 42 有计划购房的家庭占比（按年龄分组）

从房屋数量维度看，2024 年一季度多套房家庭的新购房比例和计划购房比例仍较高，新购房比例和计划购房比例整体表现为：三套房及以上>两套房>一套房>无房。具体来看，无房家庭的新购房比例从去年四季度的 3.6 微升至今年一季度的 3.7%，表明无房家庭仍存在一定的刚需性购房需求，计划购房比例为 4.2%；一套房家庭和二套房家庭的新购房比例分别从去年四季度的 5.6%和 8.4%回落至今年一季度的 5.3%和 7.0%，表明这部分家庭仍存在一定的改善性住房需求；3 套房及以上家庭的新购房比例从 20.5%回落至今年一季度的 14.7%，计划购房比例为 13.7%。

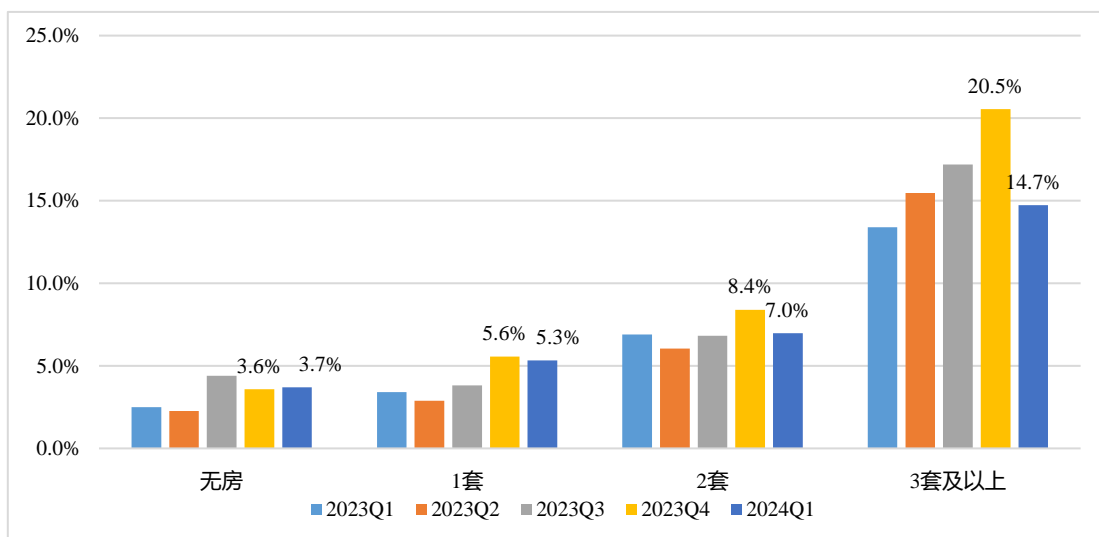


图 43 新购房家庭比例（按房屋套数11分组）

¹¹ 当前房屋数量是指本季度调研时家庭的房产状况。

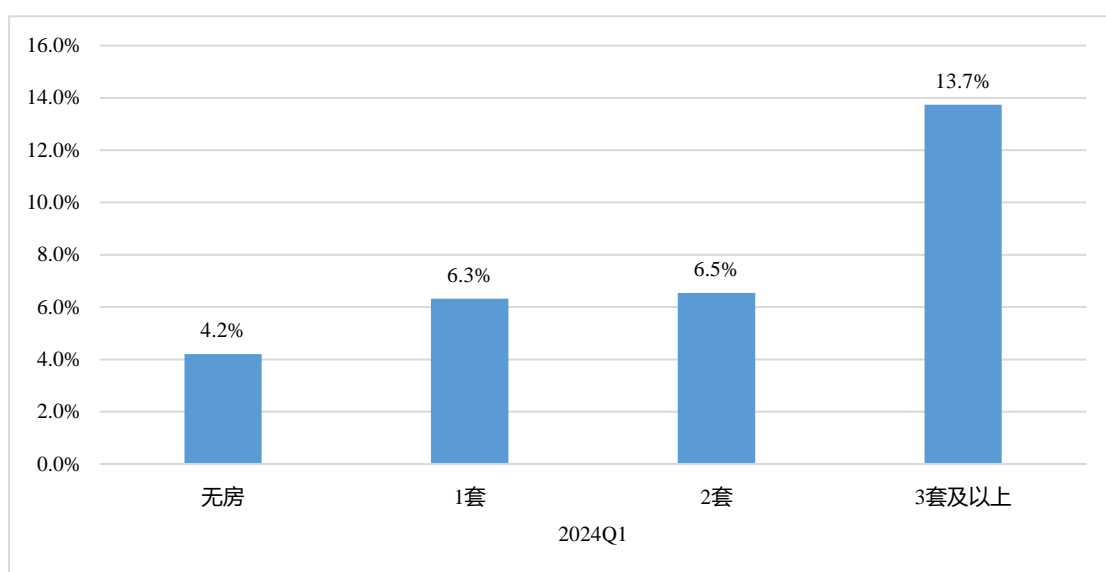


图 44 有计划购房的家庭占比（按房屋套数分组）

五、家庭总负债保持增加，增速较为稳定

（一）消费性负债增速回落，房屋负债仍较低

2024 年一季度家庭总负债、消费性负债¹²及经营性负债增加，其中，家庭总负债增速稳定微升，消费性负债增速稳中略微回落，经营性负债增速环比回落 1.3 个百分点。具体来看，家庭总负债变动指数为 103.7，与上季度的 103.4 相比波动不大，环比微增了 0.3 个百分点；家庭消费负债变动指数为 105.4，相比上季度的 105.7 基本持平，环比微减了 0.4 个百分点；经营性负债变动指数从去年四季度的 103.7 微减至今年一季度的 102.4，环比回落了 1.3 个百分点；房屋负债仍处于较低水平，降幅略微收窄了 0.3 个百分点。

¹² 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

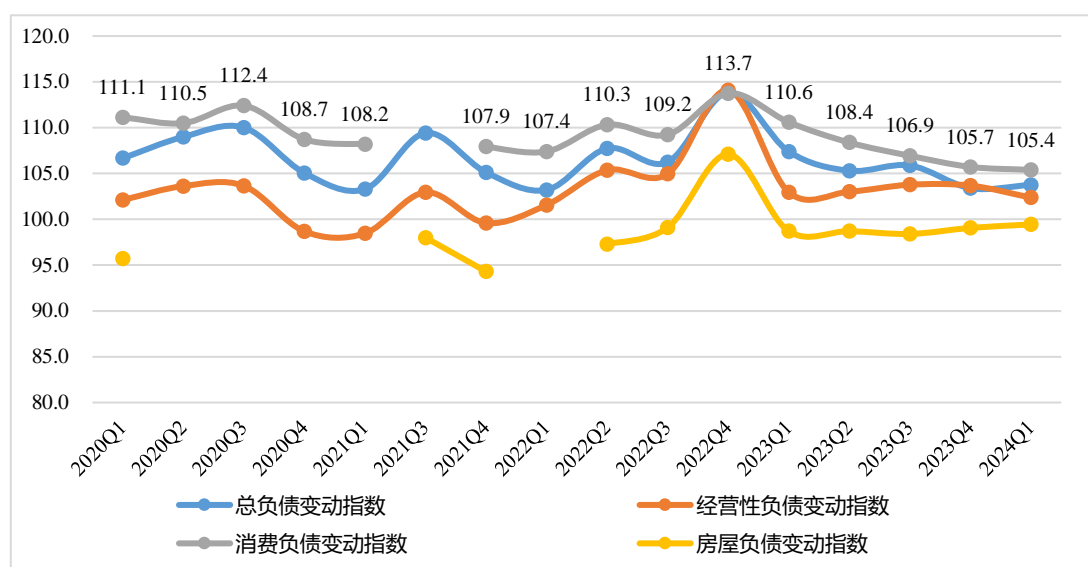


图 45 家庭负债变动指数

注：2021Q3 无消费负债数据。

从收入维度看，2024 年一季度各收入组家庭的负债均增加，低收入家庭的负债增速有所上升，其他各收入组家庭的负债增速均有不同程度的回落，高收入家庭回落较为明显。具体来看，年收入 5 万及以下低收入家庭的总负债变动指数从去年四季度的 105.6 上升至今年一季度的 108.4，环比增加了 2.8 个百分点，一定程度上可能反映了低收入家庭可能面临更大的经济压力；年收入 5-10 万和 10-30 万家庭的负债变动指数分别从去年四季度的 108.2 和 103.5 微减至今年一季度的 107.9 和 102.7；年收入 30 万及以上家庭的负债变动指数为 101.9，相比去年四季度的 106.4 环比减少了 4.5 个百分点。

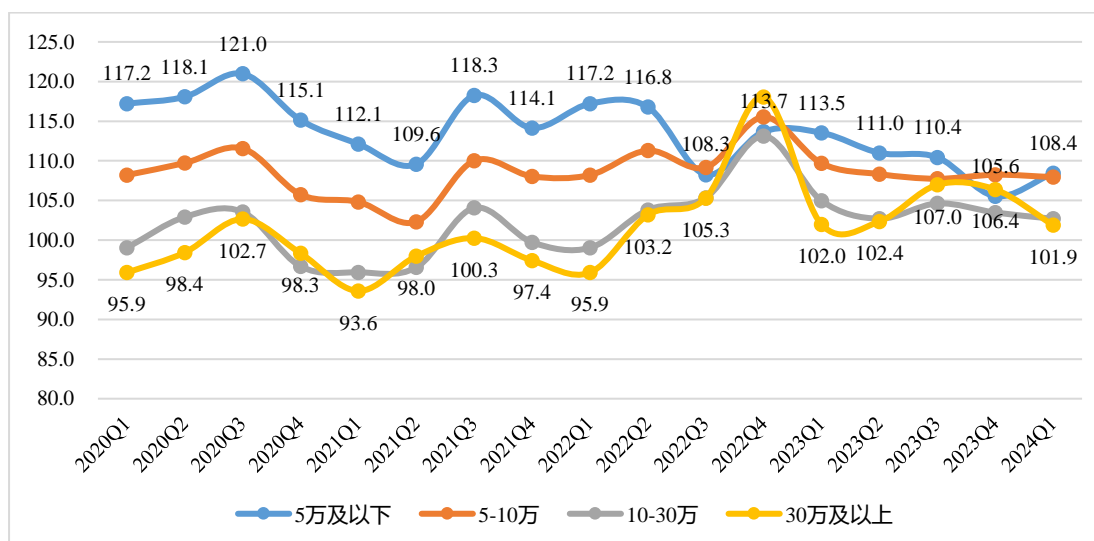


图 46 家庭负债指数（按收入分组）

(二)低收入家庭和年轻家庭的消费负债继续增长

从收入维度看，2024 年一季度各收入组家庭的消费负债继续增加，低收入家庭的增速略微上升，其他收入组家庭的增速均有不同程度的回落，高收入家庭的增速回落较为明显。具体来看，年收入 5 万及以下家庭的消费负债变动指数从去年四季度的 108.0 微增至今年一季度的 108.7；年收入 30 万及以上家庭的消费负债变动指数从去年四季度的 108.0 回落至今年一季度的 104.4，环比减少了 3.6 个百分点。

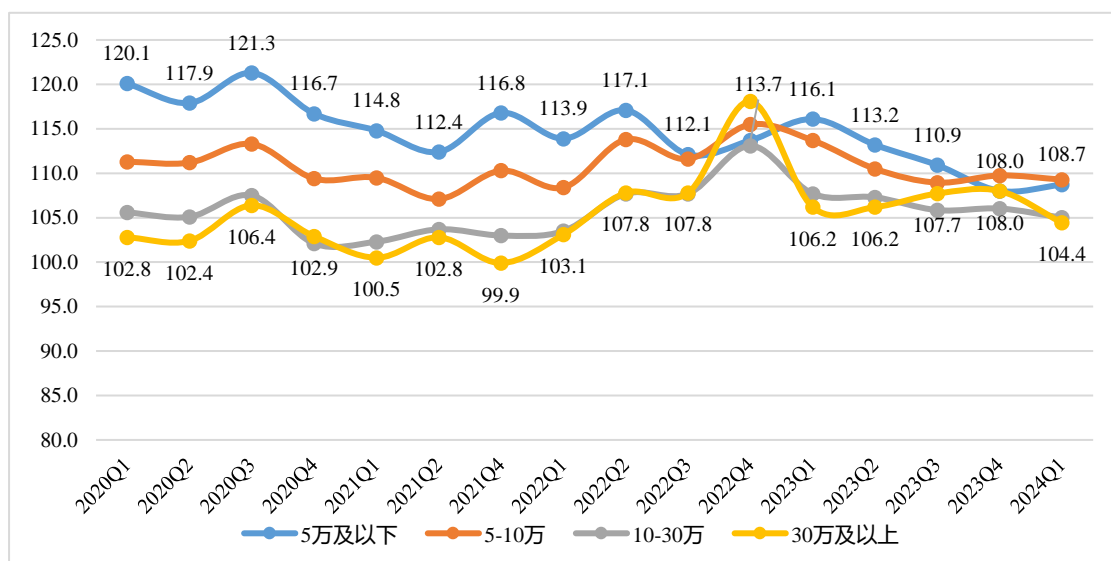


图 47 消费负债变动指数（按收入分组）

从年龄维度看，2024 年一季度各年龄组家庭的消费负债继续增加，年轻家庭的消费负债仍位于较高水平，增速相对稳定；中年家庭的增速回落，中老年家庭的增速有所上升。具体来看，30 岁以下年轻家庭和 31-40 岁的中青年家庭的消费负债变动指数分别为 107.8 和 106.4，与上季度的 108.0 和 106.7 基本持平；41-50 岁的中年家庭的消费负债变动指数从去年四季度的 105.4 回落至今年一季度的 103.9；51-60 岁的中老年家庭的消费负债变动指数从去年四季度的 102.3 上升至今年一季度的 104.0，环比增加了 1.7 个百分点。

中国家庭财富指数调研系列报告

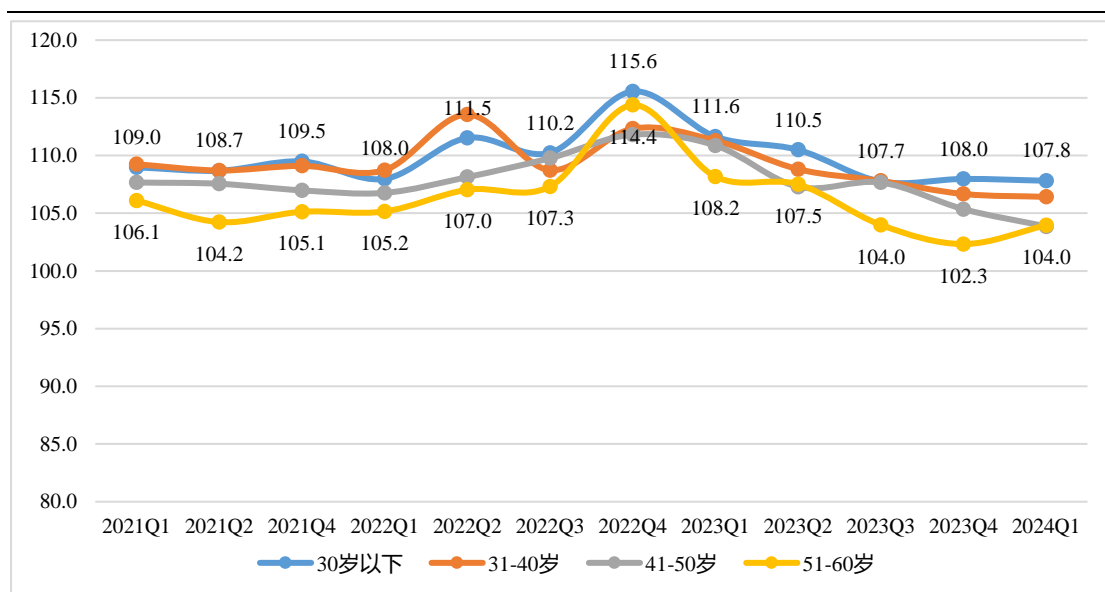


图 48 消费负债变动指数（按年龄分组）

(三)消费信贷需求增速上升，经营信贷需求指数跌破荣枯线 100

从信贷需求看，2024 年一季度家庭消费信贷需求保持增加，且增速微升，经营信贷需求变动指数跌破荣枯线 100。具体来看，消费信贷需求变动指数从 2023 年四季度的 101.9 微增至今年一季度的 102.6，环比增加了 0.7 个百分点；经营贷款需求变动指数跌破荣枯线 100，指数值从去年四季度的 103.6 回落至今年一季度的 99.5。

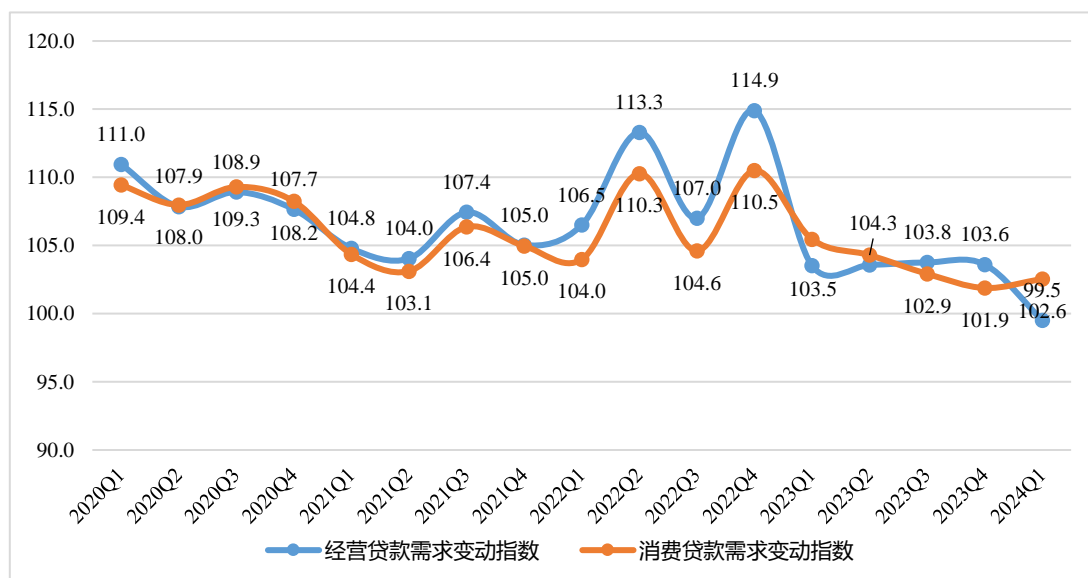


图 49 信贷需求指数

从收入维度看，2024 年一季度低收入家庭的经营贷需求变动指数跌破荣枯

线 100，其余各收入组的经营贷需求指数均大于 100，保持增加态势，其中，但各收入组家庭的增速均有所回落。具体来看，年收入 5 万及以下的低收入家庭的经营贷款需求变动指数从去年四季度的 104.2 回落至今年一季度的 98.3，环比减少了 5.9 个百分点；年收入 5-10 万家庭的经营贷需求变动指数为 103.4，与上季度的 103.6 相比波动不大；年收入 10-30 万及年收入 30 万及以上的高收入家庭的经营贷款需求变动指数分别从去年四季度的 103.5 和 107.1 回落至今年一季度的 102.4 和 102.0，环比减少了 1.1 个百分点和 5.1 个百分点。

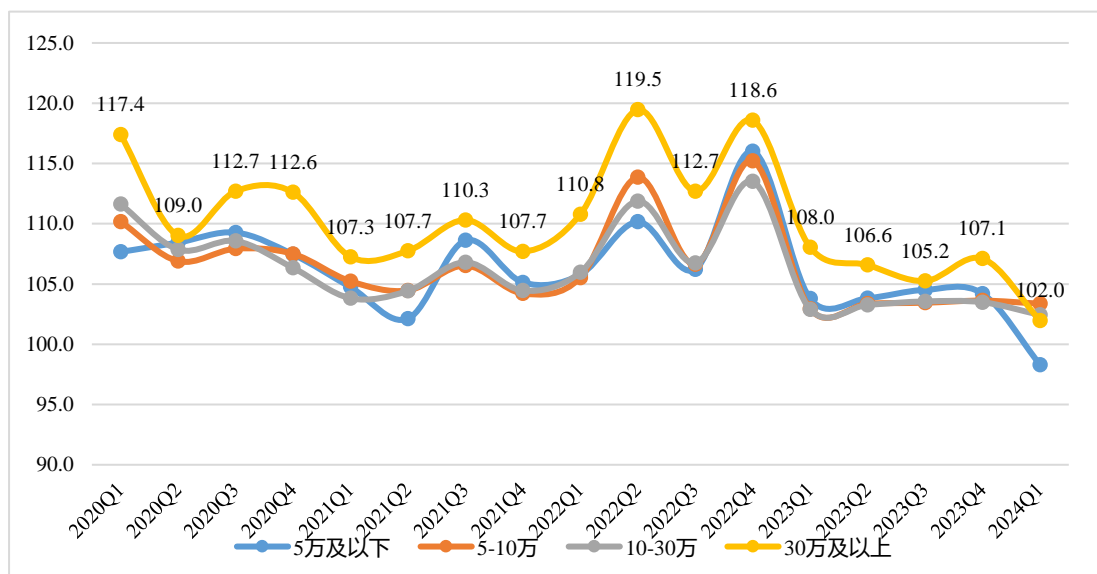


图 50 经营贷需求变动指数（按收入分组）

从收入维度看，2024 年一季度各收入组的消费贷需求变动指数均高于 100，表明家庭对消费贷的需求均保持增加态势，其中低收入家庭的增速上升，高收入家庭的增速有所回落。具体来看，年收入 5 万及以下的低收入家庭和年收入 5-10 万家庭的消费贷需求变动指数分别从去年四季度的 101.8 和 104.8 微升至今年一季度的 103.6 和 105.1，环比增加了 1.8 个百分点和 0.3 个百分点；年收入 30 万及以上的高收入家庭和 10-30 万家庭的消费贷需求变动指数分别从去年四季度的 105.6 和 104.4 回落至今年一季度的 104.6 和 103.7。

中国家庭财富指数调研系列报告

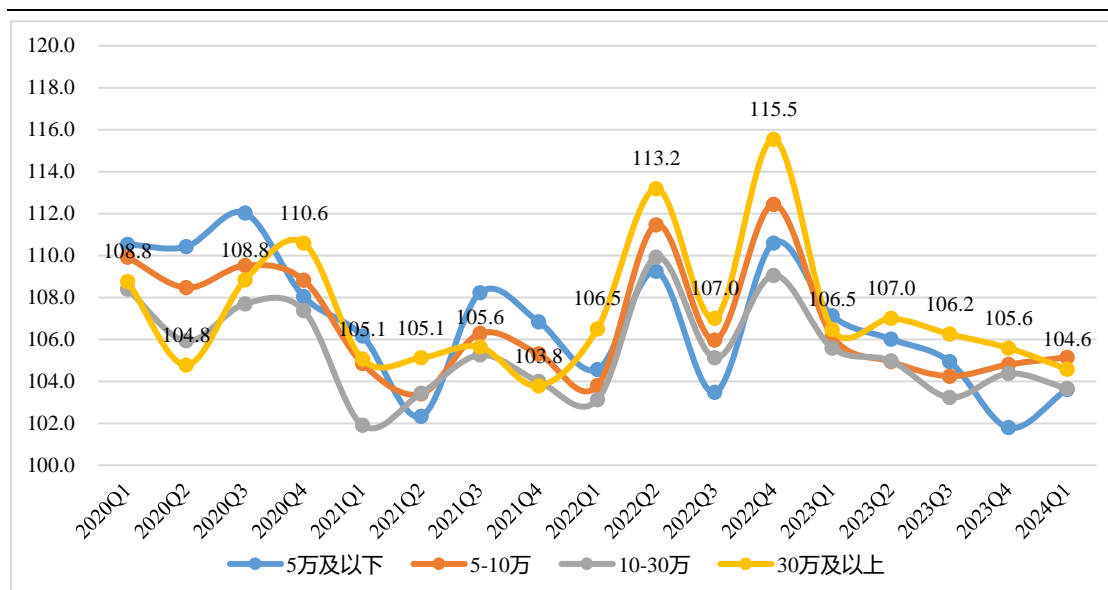


图 51 消费贷需求变动指数（按收入分组）

六、展望未来：家庭预期未来财富和收入增加，股市、经济预期回暖

（一）家庭预期未来财富和收入继续增加，预期财富增速上升

总体来看，2024 年一季度家庭对未来 3 个月的财富和收入预期继续增加，其中，预期财富增速上升。具体来看，预期家庭财富指数从去年四季度的 102.0 上升至今年一季度的 104.3，环比增加了 2.3 个百分点；预期家庭收入指数为 101.9，与上季度保持一致。

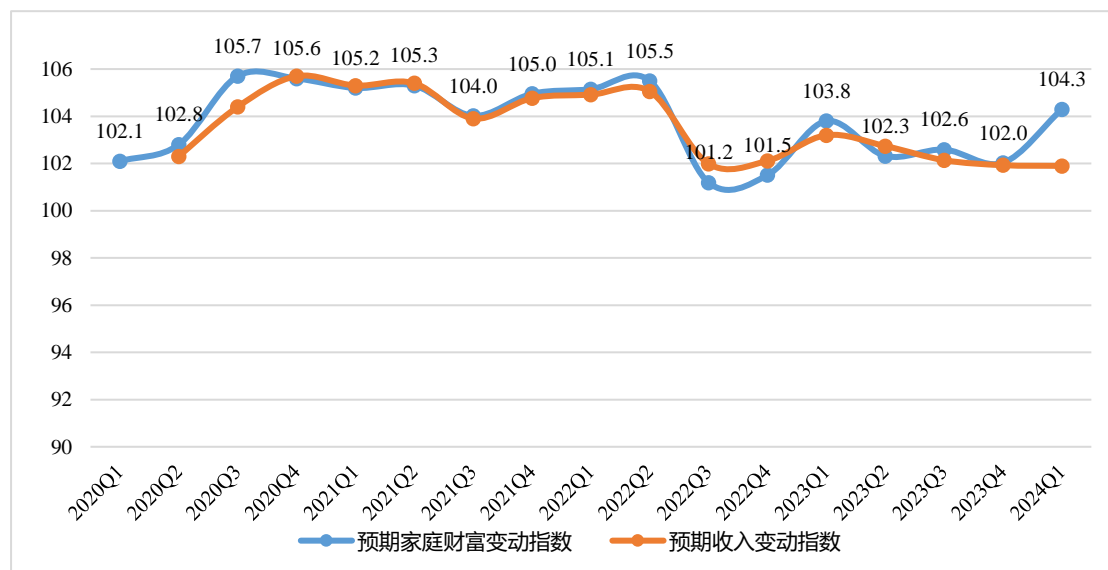


图 52 预期家庭财富和收入指数（加权值）

(二)家庭预期未来消费继续增加，增速有所回落

受春节因素影响，四季度均会出现消费预期明显上升的现象，而春节过后消费预期通常会出现一定回落，反映了季节性消费行为的短期刺激效应和消费者的购买调整，即家庭的消费预期存在一定的季度性变化。具体来看，2024年一季度家庭对未来消费的预期继续增加，增速有所回落，指数值从去年四季度的103.0回落至今年一季度的101.9。

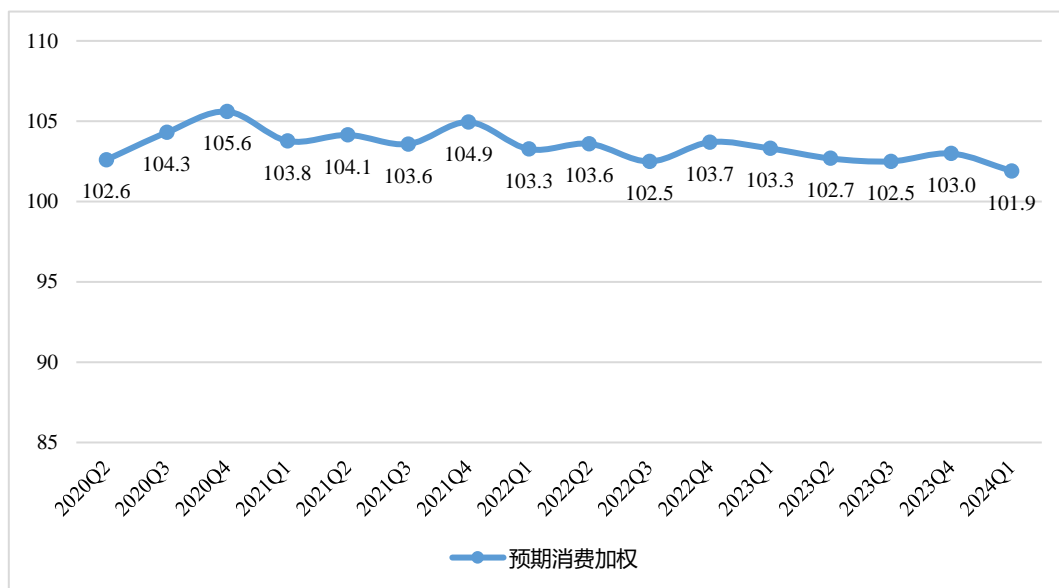


图 53 家庭对未来消费的预期

从收入维度看，2024年一季度除低收入组家庭外，其余各收入组家庭的消费预期均保持增加，高收入家庭仍处于高位，但增速均略有回落。具体来看，年收入30万及以上的高收入家庭和10-30万家庭的消费预期指数分别从去年四季度的118.3和115.1回落至今年一季度的114.8和109.6；年收入5-10万家庭的消费预期指数从去年四季度的109.9微减至今年一季度的107.0；年收入5万及以下低收入家庭的消费预期指数在本季度跌破荣枯线100，从去年四季度的100.7回落至今年一季度的96.5。

中国家庭财富指数调研系列报告

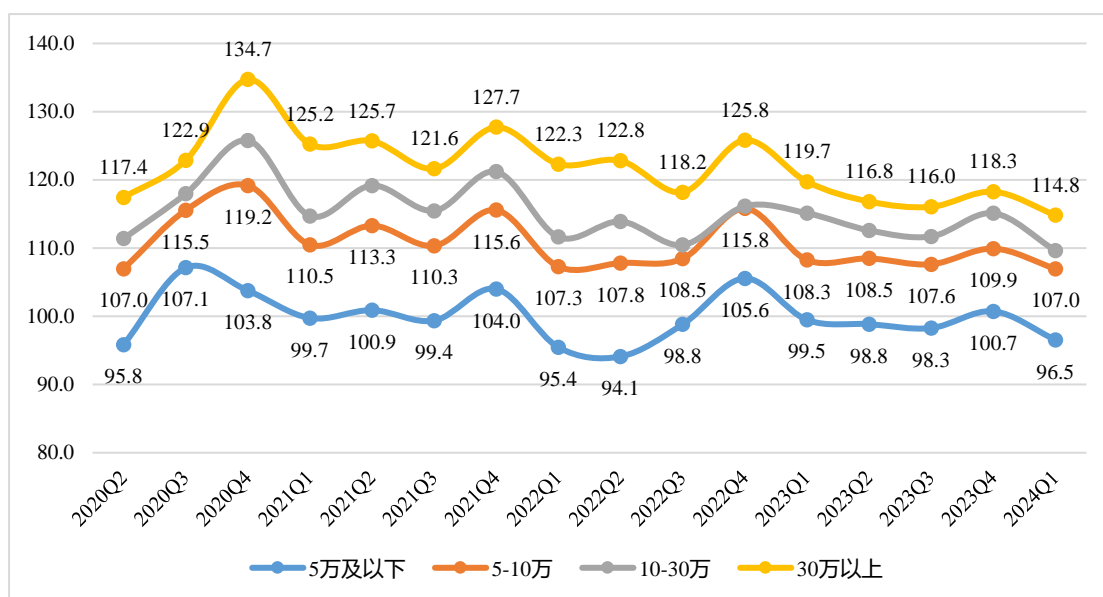


图 54 预期消费变动指数（按收入分组）

从年龄维度看，2024 年一季度各年龄段的预期消费变动指数均大于荣枯线 100，说明预期消费仍在增长，但各年龄段家庭的增速均有所回落。具体来看，30 岁以下的年轻家庭和 31-40 岁的中青年家庭的预期消费变动指数分别从去年四季度的 110.1 和 108.8 回落至今年一季度的 109.1 和 104.1；41-50 岁的中年群体和 51-60 岁的中老年群体的预期消费指数分别去年四季度的 106.3 和 106.6 回落至今年一季度的 101.3 和 104.2。

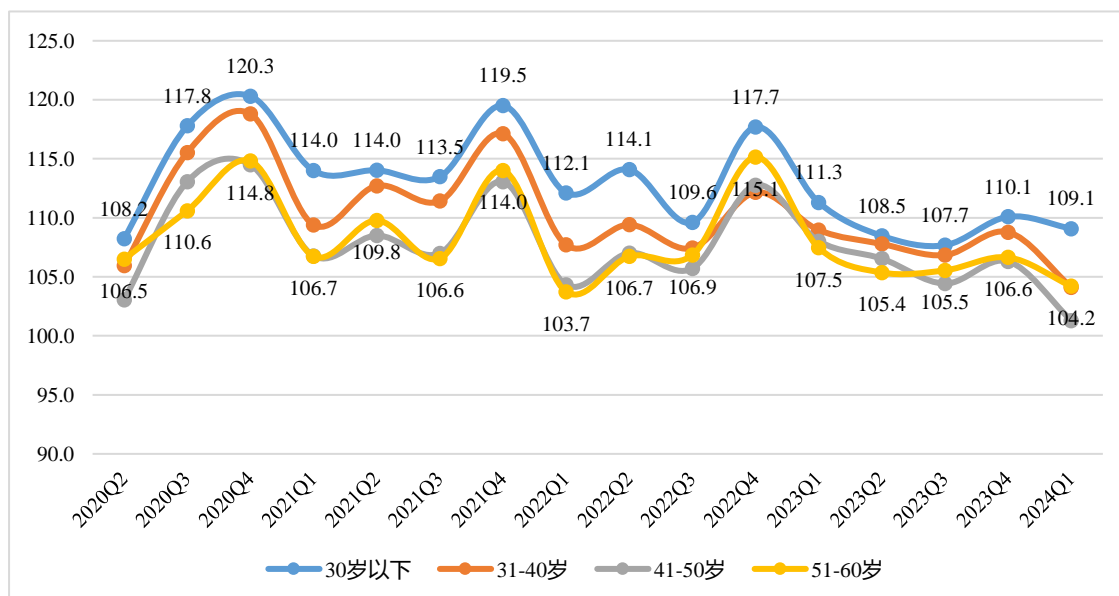


图 55 预期消费变动指数（按年龄分组）

(三)家庭对股市的预期降幅明显收窄，有向好趋势

2024 年一季度家庭对股市预期降幅明显收窄，从 2023 年四季度的 93.0 上升至 2024 年一季度的 99.1，降幅收窄了 6.1 个百分点，表明家庭对未来股市的乐观预期向好发展。

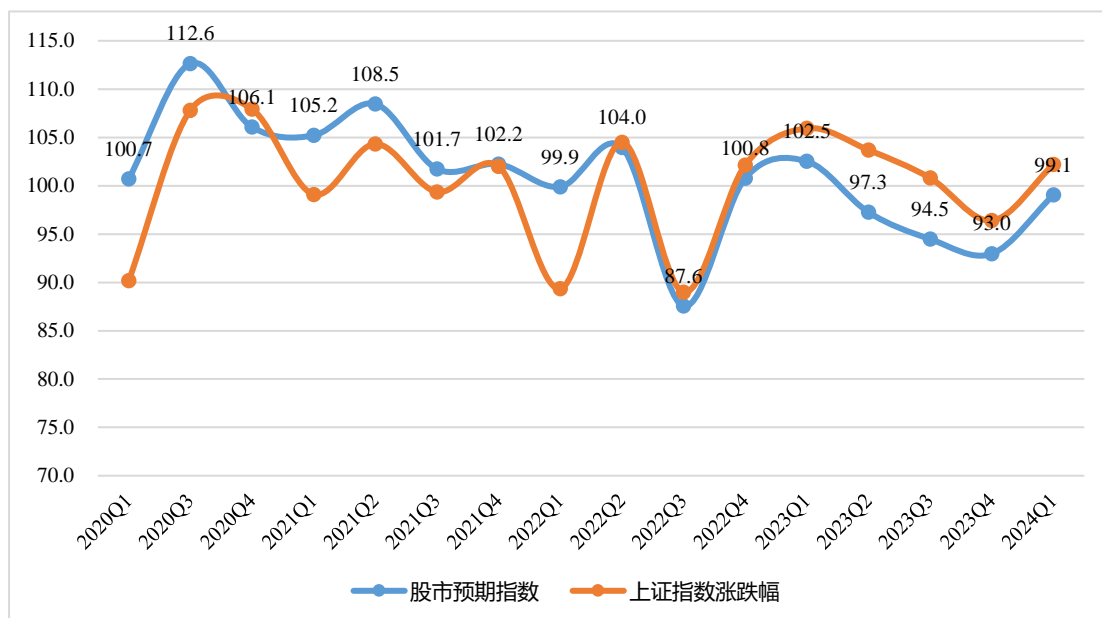


图 56 股市预期指数

注：上证指数涨跌幅的计算方法为：本季度末上证指数相比上季度末的增幅。

从家庭金融资产维度看不同群体的股市预期。2024 年一季度除 5 万及以下的低资产组家庭外，其余各资产水平家庭的股市预期指数纷纷突破荣枯线 100。具体来看，资产水平 100 万以上家庭的股市预期指数从去年四季度的 98.9 上升至今年一季度的 112.1，环比增加了 13.2 个百分点，上升幅度明显；资产水平 50-100 万和 30-50 万家庭的股市预期指数分别从去年四季度的 98.5 和 95.4 上升至今年一季度的 107.6 和 107.2；10-30 万和 5-10 万家庭的股市预期指数分别从去年四季度的 98.5 和 95.7 上升至今年一季度的 103.6 和 100.4；资产水平 5 万及以下的低资产组家庭的股市预期指数虽仍低于荣枯线 100，但降幅收窄，从去年四季度的 88.2 上升至今年一季度的 92.1。整体来看，今年一季度各资产组群体对股市的预期乐观程度出现明显好转，向好发展。

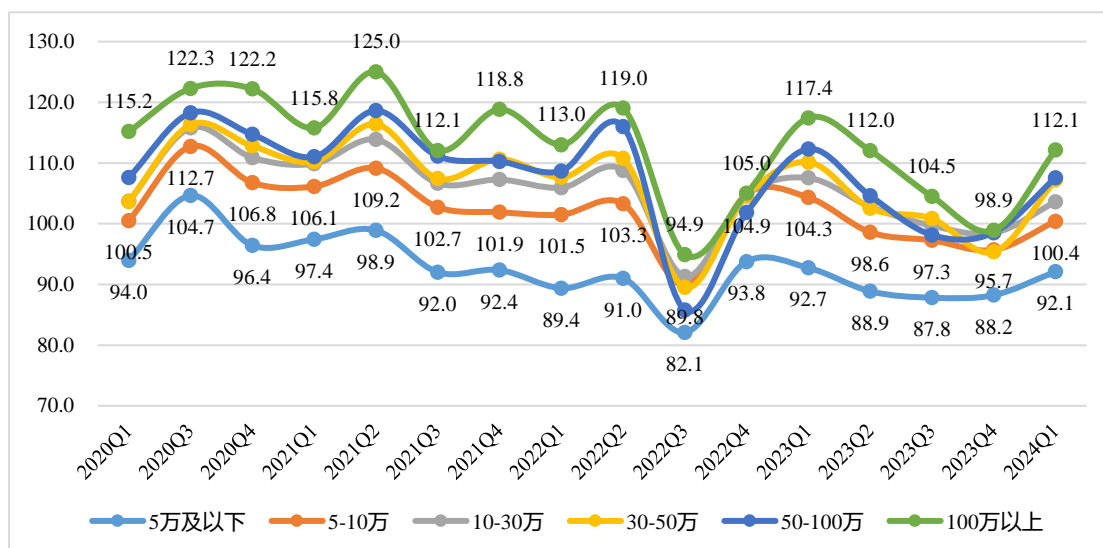


图 57 股市预期指数（按金融资产分组）

(四)更多家庭对未来经济发展持乐观态度，信心增强

2024 年一季度的调查显示，相比去年四季度，更多家庭对未来经济发展持乐观态度，趋势向好。具体来看，预期未来经济发展“好”的家庭占比从去年四季度的 22.0% 上升至今年一季度的 24.7%，环比增加了 2.7 个百分点；预期未来经济发展“非常好”的家庭占比从去年四季度的 11.6% 上升至今年一季度的 13.0%，环比增加了 1.4 个百分点。整体来看，家庭对未来经济发展的乐观态度可能反映了对经济复苏的信心增强，以及对未来政策和市场的乐观预期。这种乐观情绪可能会在一定程度上推动消费和投资，促进经济的进一步增长。

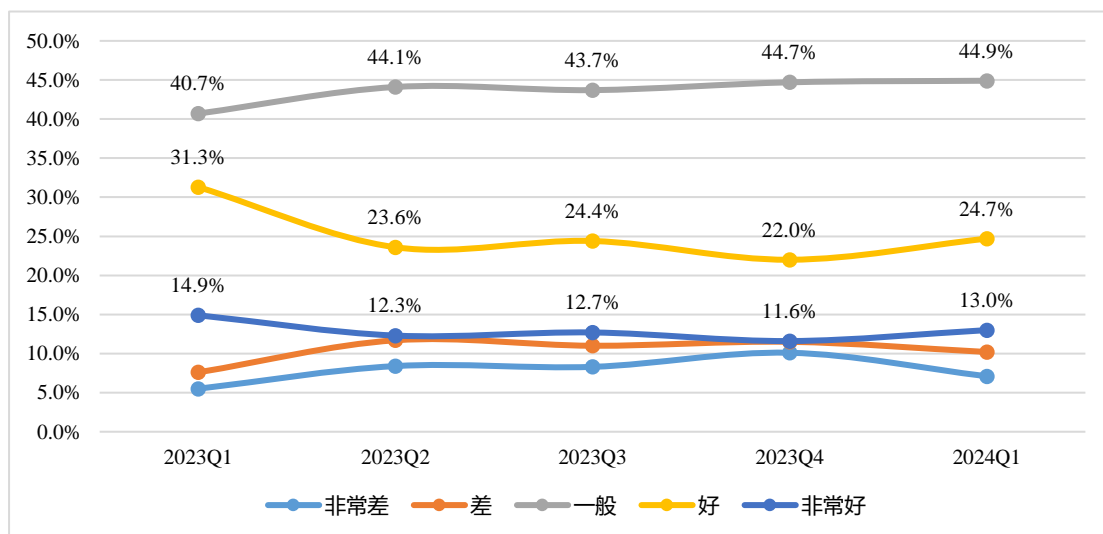


图 58 经济预期分布情况

各收入群体和各年龄段群体对经济预期的乐观程度均有不同程度的上升，整体趋势向好；高收入家庭和年轻家庭对经济预期水平仍处于相对较高水平。具体来看，30万以上的高收入家庭和30岁以下的年轻家庭的经济预期指数分别从去年四季度的111.1和111.2上升至今年一季度的116.9和118.9，环比增加了5.8个百分点和7.7个百分点；年收入5万及以下的低收入家庭和41-50岁的中年家庭的经济预期指数分别从去年四季度的104.2和103.9上升至今年一季度的111.0和110.1，环比增加了6.8个百分点和6.2个百分点。去年四季度信心最低的低收入家庭和中年家庭，本季度均出现明显好转，表明一定程度上提振信心效果显著。

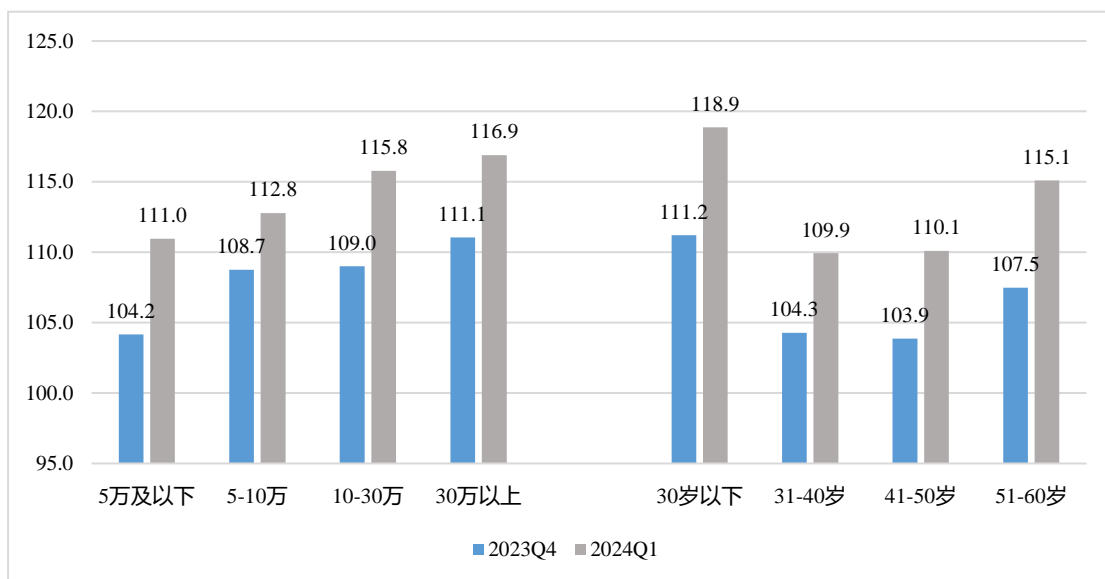


图 59 上季度与本季度各类群体的经济预期指数

七、总结及建议

(一)主要总结

2024年一季度家庭财富、收入持续稳健增长，消费意愿继续恢复。2024年一季度，经济运行平稳，实现良好开局，家庭总财富和总收入持续增长，增速波动不大，趋势向好；就业群体的工作稳定性呈明显改善趋势。

消费方面，家庭消费支出继续增加，文娱类享乐型消费突破荣枯线100。分收入群体看，各收入组家庭的消费保持增加，增速整体波动不大；分年龄群体看，各年龄段的消费仍在增长，增速波动不大，年轻家庭的消费位于较高水平，且增

速略微上升。

本季度家庭对于多元化投资的意愿有所增强，对市场走势和经济环境预期也较为乐观，家庭金融投资品配置整体呈现出积极的趋势，各类资产的配置指数均有所上升，其中对活期/定存类资产、贵金属和商业保险的配置意愿处于较高水平。分收入群体看，高收入家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置仍处于较高水平，其中，对活期/定存类资产的配置增速出现明显上升，对贵金属和商业保险的配置增速波动不大；分年龄群体看，各年龄段家庭对活期/定存类、贵金属和商业保险的配置指数均高于荣枯线 100，年轻家庭的配置意愿更高，配置增速整体呈现加快的趋势。

2024 年一季度家庭对风险资产的配置增加，投资信心逐渐恢复，整体趋势向好。稳定增长的财富是中国经济复苏的动力源泉，家庭财富的保值增值是家庭抵御突发性风险的有力屏障。本季度家庭对偏债型基金、偏股型基金和股票/期货/衍生品的投资意愿均呈现出积极的态势。随着证监会领导换届及相关利好股市政策、基金费率改革等利好政策的出台，对家庭股市投资及基金市场投资信心起到一定的积极影响。从信心增加群体对基金和股票类的配置情况来看，对股市信心增加的群体和对基金市场信心增加的群体的偏股型基金和偏债型基金的配置指数均明显高于信心减少群体；高金融资产家庭的抗风险性明显高于其他中低金融资产家庭，股票类资产的配置意愿也稳步增加，且增速上升，其他资产组也纷纷突破荣枯线 100，显示出市场信心增强的迹象。

当前我国的正面临着人口红利逐渐消失，劳动力人口占比逐年下降，而老年人口抚养比却不断上升的局面，养老问题显得至关重要。作为应对老龄化挑战的重要解决方案之一，2022 年 11 月，个人养老金制度正式启动。然而，首年试点结果显示个人养老金账户中缴存人数及金额情况未达政策预期。超四成家庭表示没有缴存个人养老金是因为“还不了解个人养老金政策”，分别超两成家庭表示没有缴存的原因是“担心政策会变”、“不能提前去取，无法应付不时之需”。缴存家庭中其养老产品更多的选择了储蓄存款，这反映了家庭更倾向于选择较为保守和稳健的投资方式，其次是商业养老保险产品。年轻、高学历家庭对保险在购买潜力较大，值得关注。

2024年一季度家庭总负债及各类负债增加，增速较为稳定，消费性负债仍位于较高水平，房屋负债较低。负债需求方面，家庭的消费贷与经营贷需求保持增长，其中消费信贷需求增速上升，经营信贷需求变动指数跌破荣枯线100。

从未来预期看，在财富及收入预期方面，家庭预期未来财富和收入继续增加，预期增速略微上升；消费预期方面，家庭对未来消费的预期继续增加，增速波动不大，略微回落。高收入家庭和年轻家庭的消费预期仍处于较高水平，但增速均有所回落。在股市预期方面，2024年一季度家庭对股市预期降幅明显收窄，有向好趋势。购房意愿方面，今年一季度购房市场仍存在一定的波动和调整，计划购房意愿略有增加，新购住房比例回落。高收入、年轻和多套房家庭的新购房比例和计划购房意愿仍较高。从整个经济发展预期来看，2024年一季度更多家庭对未来经济发展持乐观态度，信心有所增强；高收入家庭和年轻家庭对经济预期水平仍处于相对较高水平，且增速上升，低收入家庭和中年家庭均明显上升，呈好转趋势。

(二)政策建议

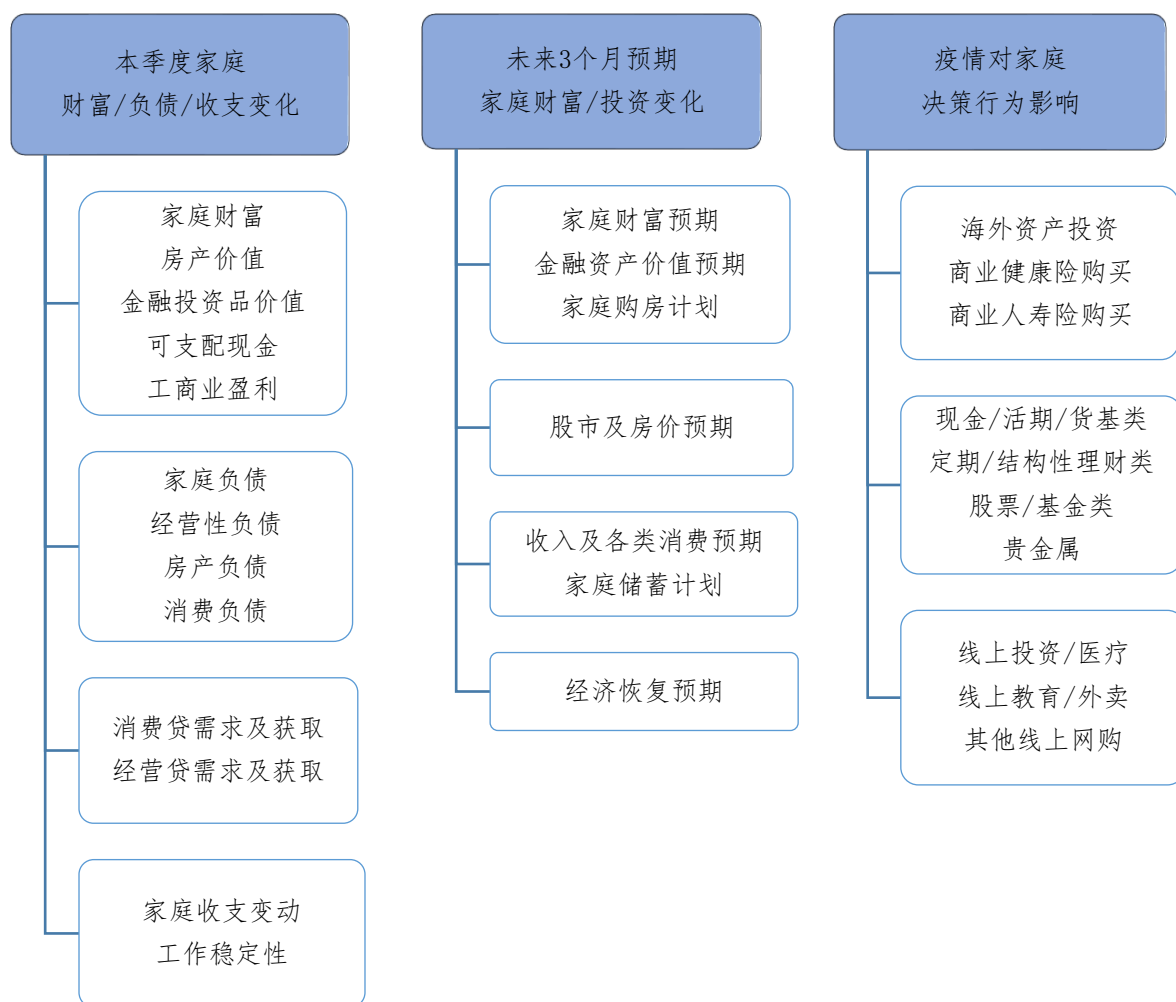
资本市场相关利好政策方面：建议政府应继续出台利好政策，加强政策对家庭投资股票和基金的信心，进一步鼓励家庭增加股市和基金市场投资，提高投资者的参与意愿。同时应继续鼓励家庭的多元化投资，降低单一资产的风险，提高整体财富的稳健性。

文娱类享乐型消费突破荣枯线，向好发展。建议加大对文化产业的支持力度，包括电影、电视、音乐、文学等领域，多手段鼓励文化创意产业的发展，为家庭提供更多选择和更丰富的娱乐内容。

个人养老金账户方面：建议政府加大个人养老金制度宣传力度，提高家庭对该制度的了解和信心。同时，政府可考虑进一步完善个人养老金政策，增加灵活性和可操作性，以满足家庭的实际需求。建议政府重点关注低收入家庭的养老问题，加大对这一群体的扶持力度，提高他们参与个人养老金制度的积极性。同时，政府可考虑推出针对低收入家庭的税收优惠政策，减轻其经济压力，增强其财务稳定性。

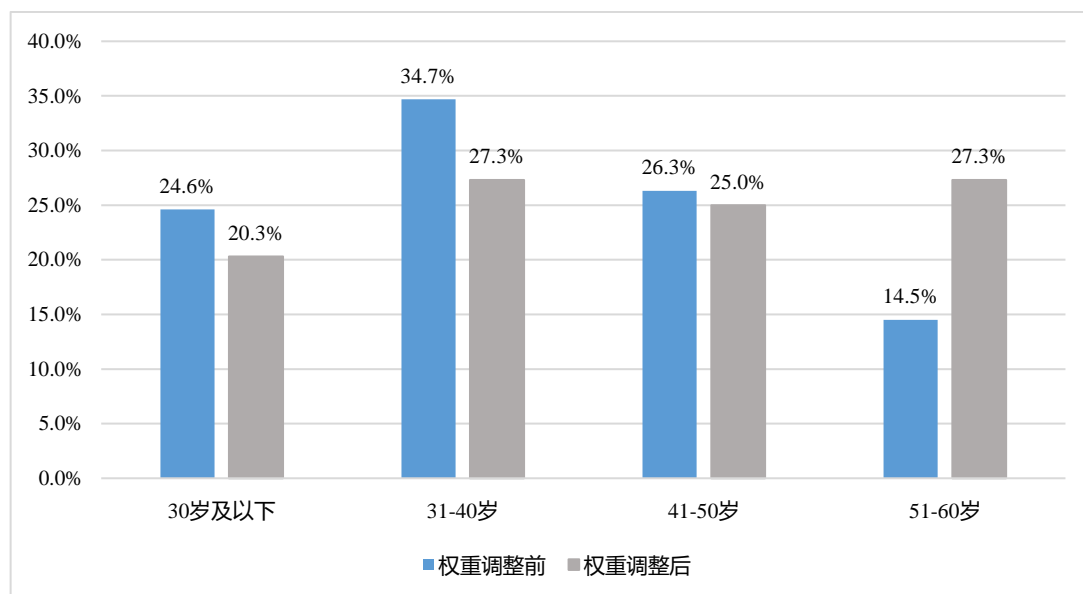
附录 1：调研基本情况

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。自 2020 年一季度累计投放 17 个季度，其中 2023 年一季度问卷投放时间为 2023 年 3 月 24 日到 4 月 3 日，共计回收有效问卷 2,1770 份；2023 年二季度问卷投放时间为 6 月 25 日到 7 月 5 日，共计回收有效问卷 21,301 份；2023 年三季度问卷投放时间为 9 月 27 日到 10 月 12 日，共计回收有效问卷 19,472 份；2023 年四季度问卷投放时间为 12 月 22 日-28 日，共计回收有效问卷 19,129 份；2024 年一季度问卷投资时间为 3 月 25 日-31 日，共计回收有效问卷 18,284 份。问卷框架如下：



附录 2：数据基本介绍

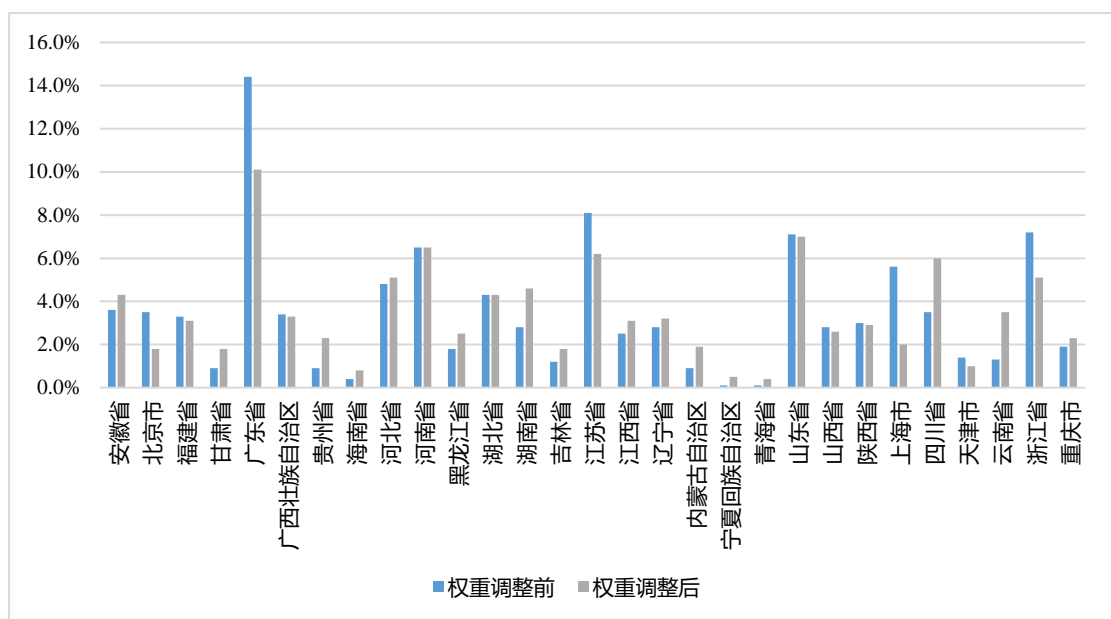
为增强样本代表性，本研究按照国家统计局 2020 年中国人口抽样调查数据各省各年龄段人口结构对样本进行权重调整。在计算各年龄段的比例前，剔除了 20 岁以下的人口数和 60 岁以上的人口数，剔除了新疆和西藏¹³的人口。有效问卷的样本结构如下：



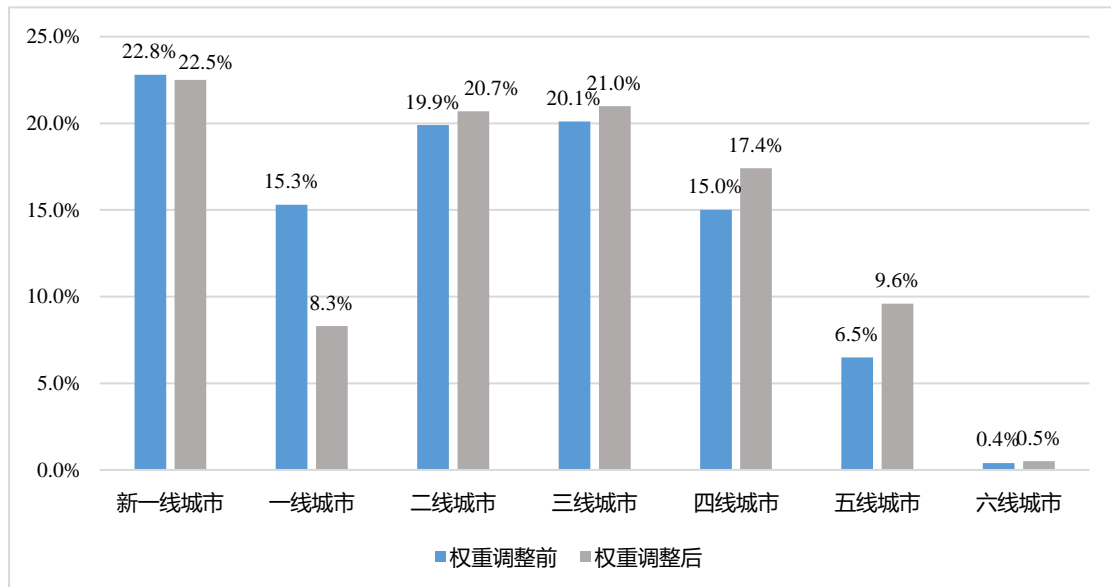
附图 1 权重调整前后样本年龄结构对比分析

¹³ 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

甘犁

路晓蒙

王香

袁德佳

郭福森

蚂蚁理财智库

李小军

李智健

蚂蚁集团研究院

李振华

王芳

虞娅雅

张耀冈

马冬冬

程志云



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”