

2017

中国女性

# 财富管理报告

和讯  
hexun.com

# 2017 中国女性 财富管理报告

智库支持：财经中国会  
机构顾问：君纶信息咨询  
出品人：王丹  
统筹：李犁、赵文君  
编辑：刘锦潞

【特此鸣谢】  
所有为报告做出贡献的项目组成员，  
以及留名和未留名的受调者们。

# 中国女性财富管理报告 2017

见证她能量

## 目 录

序言：这是女性创业极好的时代，也是女性财富需求暴涨的时代.....	4
背景：当普惠金融在“她时代”遇上“她经济” .....	6
一、“她时代”强势来袭 .....	6
二、让普惠性金融惠及每一位女性.....	7
三、金融助推下“她经济”动能十足.....	8
中国女性财富管理现状 .....	9
一、消费篇 .....	9
（一）新规模·取悦女性就取悦了消费 .....	9
（二）新趋势·女性消费由外向内全面升级 .....	11
（三）新金融·令女性消费更“任性” .....	13
二、创业篇 .....	15
（一）新常态·女性创业的内外动因 .....	16
（二）新画像·女性创业状况概览 .....	17
（三）新局面·创业女性的资本管理 .....	20
三、女性金融服务需求篇 .....	23
（一）释放“她需求”需要服务更精准 .....	24
（二）推动“她创业”需要更多专项服务 .....	28
（三）激活“她财富”还有更多可以做 .....	30
结语.....	32
参考资料 .....	33

## 序 言

**这是女性创业极好的时代，也是女性财富需求暴涨的时代**

2017 年，是“大众创业，万众创新”持续发力的一年，是“互联网+”势头继续拓展延伸的一年，是许多人眼中的“共享经济”元年，也是许多家庭迎来“二胎时代”之年。

在这一年，政府持续推进“双创”，提出了打造面向大众的“双创”全程服务体系等目标，创业的门槛不断降低、配套服务不断提升，亿万女性的创业冲动不断激发，市场活力和社会创造力竞相迸发！

在这一年，“互联网+”的触角在商业、数字、金融、科技等领域进一步延伸，作为一种新的经济形态、思维方式、行为方式，“互联网+”不仅帮助女性打破了许多传统的性别壁垒，其公平、均等、交互的特性在与女性审美、细腻、多样特质的相生相融中，也为女性也带来了广阔的工作与生活空间和难得的发展机遇！

在这一年，主打共享闲置物品、额外劳力、多余时间等的“共享经济”红遍中国的大江南北，女性的创造力进一步激发，非正规就业领域女性的劳动力、时间得到更充分的利用，以女性为主导的微型企业、自媒体、自我品牌恰逢其时，女性经济搭上共享经济的快车蓬勃发展！

在这一年，还有一些母亲喜获“二胎”，在寻求孩子照料与自我发展的平衡中，开始创业、投身商场，在母婴产品、亲子教育等领域开创出新的天地.....

# 中国女性财富管理报告 2017

## 见证她能量

---

可以说，这是女性创业极好的时代，也是“她能力”充分展示，“她梦想”得以实现的时代！

也因如此，女性所掌握的财富总量极大增加，可支配的财富类型极大丰富。无论是生活消费、家庭理财还是创业资金管理，女性对财富管理的知识、技巧、渠道、资源都比以往更加需要，“大众创业、万众创新”热潮所掀起的女性创业热潮，更是进一步激发了女性对投融资的需求。

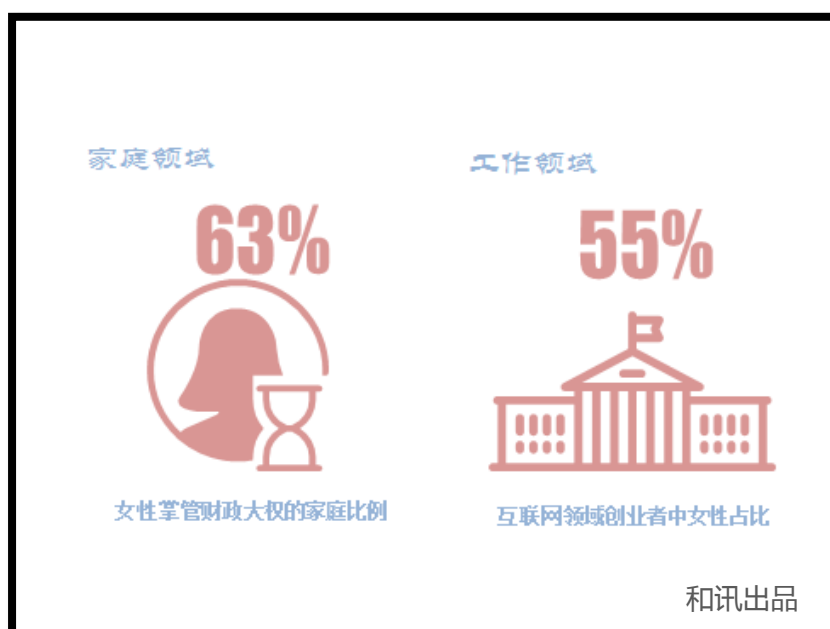
和讯网作为中国最早，也是目前最大的财经网络媒体，20 年始终致力于通过信息化手段与媒体平台，集合各方优质资源，共同推动中国经济发展。自 2015 年起和讯敏锐的开始关注“她经济”，并连续两年推出《中国女性财富管理报告》。2017 年，结合“双创”、“共享经济”、“互联网+”、“二胎时代”等热点趋势，再次将报告升级，应景消费升级聚焦最新的女性财富管理状况和需求创新，以期为“她经济”提供新密码，为“她未来”注入新能量！

## 背景

当普惠金融在“她时代”遇上“她经济”

### 一、“她时代”强势来袭

伴随社会经济的发展和性别平等进程的不断推进，我国女性的经济参与度日渐加深。数据显示，在家庭领域，我国内地 63% 的家庭由女性掌管财政大权；在工作领域，2016 年底，女性就业人员占全国就业人员的 43.1%，城镇地区单位女性就业人员 6518 万，比 2010 年增加 34%。2016 年，女性在董事会成员中占 39.9%，比 2010 年提高 7.2 个百分点。当前，我国女企业家占企业家总数的四分之一，互联网领域创业者中女性占 55%。女性正在社会生活的各个领域发挥着半边天的力量！



## 二、让普惠金融惠及每一位女性

随着联合国普惠金融理念的提出，在互联网技术的飞速发展下，近年来，普惠金融日渐成为扩大金融服务覆盖面和渗透率、满足多元化投融资的有效方式。无论是国家层面还是金融机构层面，都在大力推进、积极践行。甚至有人认为，普惠金融应成为一个国家最高的金融理想。在这样的背景下，随着女性经济参与率、市场活跃度的不断提高，传统金融服务中不被看好的女性群体，得到越来越多的关注与重视。和讯观察，2017 年，无论是国际层面还是国内层面，都有不少促进女性金融服务的利好消息。

### （一）世界银行

- 提出妇女创业融资倡议，建立创新基金，动员超过 10 亿美元资金促进发展中国家妇女创业；
- 通过女性银行计划，承诺拿出 14 亿美元支持非洲、东亚、东欧和拉丁美洲地区的 25 个国家的由女性所有的中小企业；
- 与高盛集团合作发起女性创业机遇基金，帮助约 10 万女性企业家拓宽融资渠道；
- 开展基于互联网的性别融资计划。

### （二）中国政府

- 明确提出要“为女性提供更好的金融服务”；
- 将妇女纳入创业担保政策的重点对象范围；
- 提高妇女小额担保贷款额度；
- 扩大妇女担保贷款的申请渠道；
- 降低女性创业担保贷款的申请门槛；
- 延长女性创业担保贷款的贷款期限；
- 为女性创业担保贷款落实地方财政贴息资金。

### （三）金融机构

- 将在线信用评估作为贷款发放依据，为女性融资提供方便；
- 推广女性专属金融产品，为女性消费提供资金支持；
- 推出个性化的金融辅导程序提高女性的金融活动参与度。

## 三、金融助推下“她经济”动能十足

在“她经济”和国内外普惠金融服务体系建设的双重加持下，2017年，无论是在消费、理财还是创业中，我国女性可获得的金融服务和产品较之以往都更为丰富、便捷和友好。和讯观察，消费方面，手机支付方式的推广以及女性新型信贷服务的出现，进一步将女性消费推向高潮；创业方面，女性及女性领导的企业融资规模再创新高，所创造的商业价值不可小觑！



## 中国女性财富管理现状

### 一、消费篇

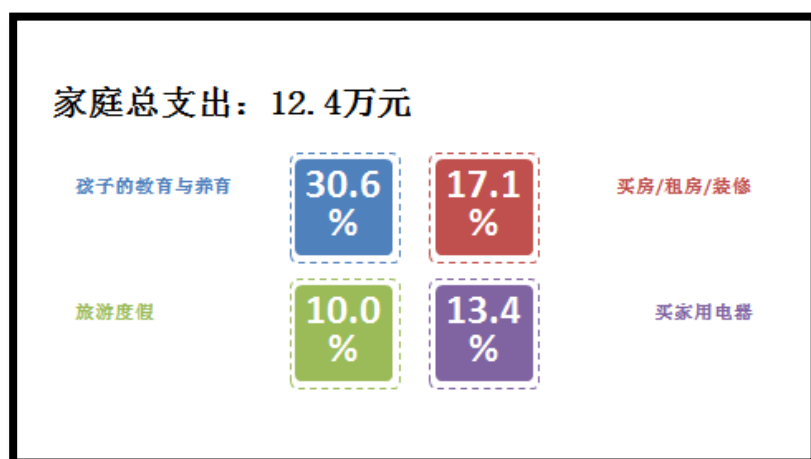
实际上，女性才是这个时代的真正塑造者。我们不仅塑造家庭，也塑造消费。这个世界的经济形态，实际上是由女性而非男性决定的。这个时代的流行和时尚是由女性引领的，女人们需要什么、消费什么，世界就会生产什么。

#### （一）新规模·取悦女性就取悦了消费

消费是拉动经济增长的三驾马车之一，也是女性生活中不可或缺的旋律。2017 年，随着女性经济参与程度的加深和所拥有的财富量的增长，女性消费能力继续攀升。和讯预估当前我国女性消费市场总值超过 2.5 万亿人民币，至 2019 年有望达到 5 万亿以上，将成为未来消费行业持续增长的“风口”。

#### 1、女性是家庭消费的“总舵手”

由于肩负着妻子、母亲、儿女等多重身份角色，再加上女性在生活中比男性更感性、更注重审美也更善于比价，因此，在家庭消费领域，女性一直以



来都是首席掌舵者。和讯 2016 年调研数据显示，全国有 80.6% 的家庭总消费由女性决策；阿里的数据也显示，阿里在线电商销售额的 70% 由女性贡献。

在家庭消费领域，城市女性 2016 年家庭支出约为 12.04 万元，与 2015 年 9.87 万元

# 中国女性财富管理报告 2017

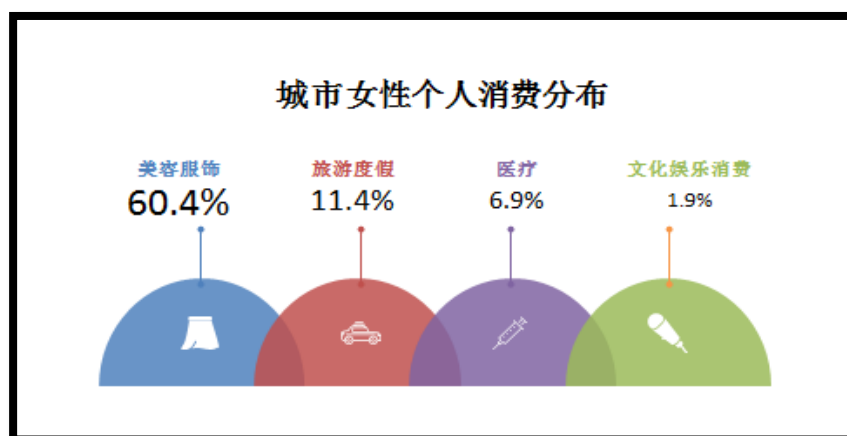
## 见证她能量

相比增长了 22%。其中“孩子的教育与养育”占比近三分之一（30.6%），成为女性家庭消费的最大开支；接下来分别为“买房/租房/装修”（17.1%）、“买家用电器”（13.4%）、“旅游度假（10.0%）”、“买汽车”（9.7%）等。可见女性在家庭房产、汽车、电器等大件物品购买决策力不断增强。

### 2、打理好家人，更要做个精致女人

现代女性不仅是管家理财的能手，更清楚懂得幸福人生的关键是经营好自己。

在女性个人消费的构成方面，注重“内外兼修”的现代女性将主要的钱投给了“变美丽”和“见世面”。其中，“美容服饰”依然是绝大多数女性（60.4%）的最大开支，其次分别为旅游度假（11.4%）、医疗（6.9%）、文化娱乐消费（1.9%）。在房产购买方面，女性的购买力也在逐渐与男性持平，挖财数据显示，单身女性人群中有 14.4% 背负房贷，而单身男性有 16.1% 背负房贷。



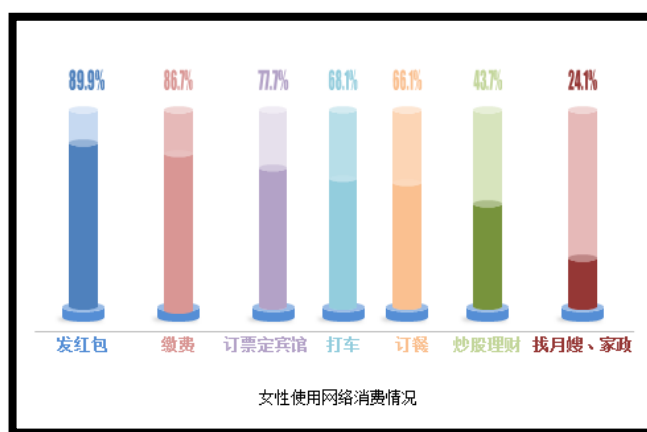
### （二）新趋势·女性消费由外向内全面升级

在经济转型、技术革新以及生活方式改变等因素的综合影响下，2017年，我国女性消费出现新趋势，在消费渠道、消费结构、消费品质等各方面实现全面升级。

#### 1、一张网，买遍全世界

网络购物凭借其产品丰富、选择多样、购买便捷等优点一直以来广受女性喜爱。2017年，女性通过网络购物的比例进一步提升，已经有九成多女性通过网络购物。

调查显示，在日常生活中，89.9%的城市女性在网上发红包（生日/婚礼等人情往来），86.7%的城市女性在网上缴费（电话费/水费/电费等），84.3%的城市女性用手机买单/结账，77.7%的城市女性为出行在网上订火车票/飞机票/宾馆，68.1%的城市女性在网上打车，66.1%的城市女性在网上订餐，63.5%的城市女性在网上订阅影视/游戏/读物等，57.9%的城市女性在网上挂号就医，43.7%的城市女性在网上炒股/理财，24.1%的城市女性在网上找月嫂/保姆/保洁等家政人员。



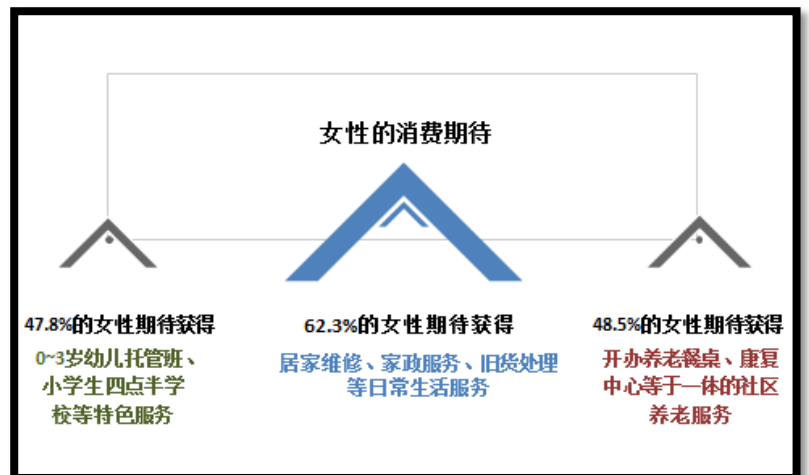
与此同时，网购也被广大女性和各路商家推崇得更为极致。一方面，女性的网购已经延展到了衣食住行的各个方面；另一方面，中国女性从美妆用品、母婴用品到家居品、奢侈品的海外购物已通过一批迅速发展起来的专业海淘平台遍布全球。

### 2、上有老下有小，女性消费范围全域拓展

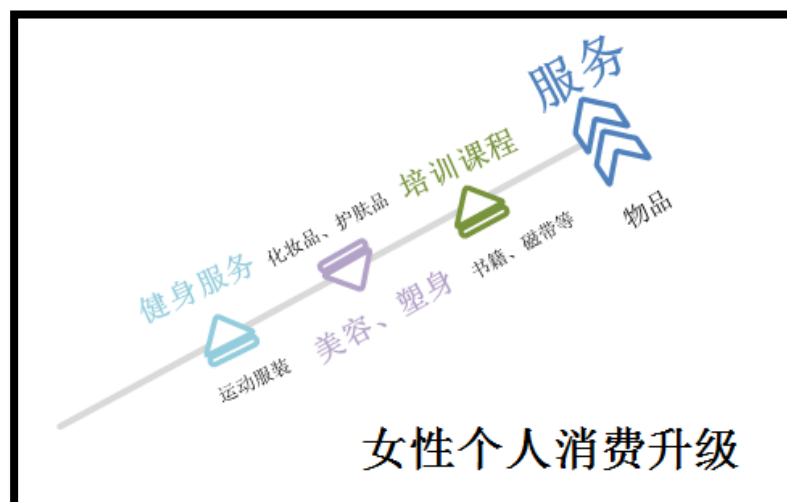
随着社会经济的发展和女性财富的增加，当前，中国女性的消费需求逐渐由生存型的实物消费向改善型的服务消费转变。

在家庭消费领域，随着“老龄社会”、“二胎时代”等的到来，女性在老人照料、托幼服务、家政服务以及医疗、教育等方面的需求增长迅速。和讯认为尤其是对职业女性而言，只要能够提供相应的优质服务，帮助其解决燃眉之急，她们是舍得花钱购买的。调查显示，有

62.3%的女性希望能够获得“居家维修、家政服务、旧货处理等日常生活服务”，有 48.5%的女性希望能够获得“开办养老餐桌、康复中心等等于一体的社区养老服务”，有 47.8%的女性希望获得“0~3 岁幼儿托管班、小学生四点半学校等特色服务”。



在个人消费领域，女性由对某一类物品的需求逐渐延伸至对相关服务的需求。比如，女性对运动服装的消费需求也延伸到对健身服务的需求，对化妆品、护肤品的需求延伸到对美容、塑身的需求，对书籍、磁带等物品的需求延伸到对培训课程的需求。



容、塑性等的需求，对书籍的需求延伸到相应课程与培训的需求.....

### 3、有个性，有品质的消费才到位

物质、财富的极大丰富使得越来越多的女性不再仅仅满足于商品最基本的功能，她们开始追求与众不同，需要品质生活，“专属”与“定制”成为抓住千万女人心的葵花宝典。

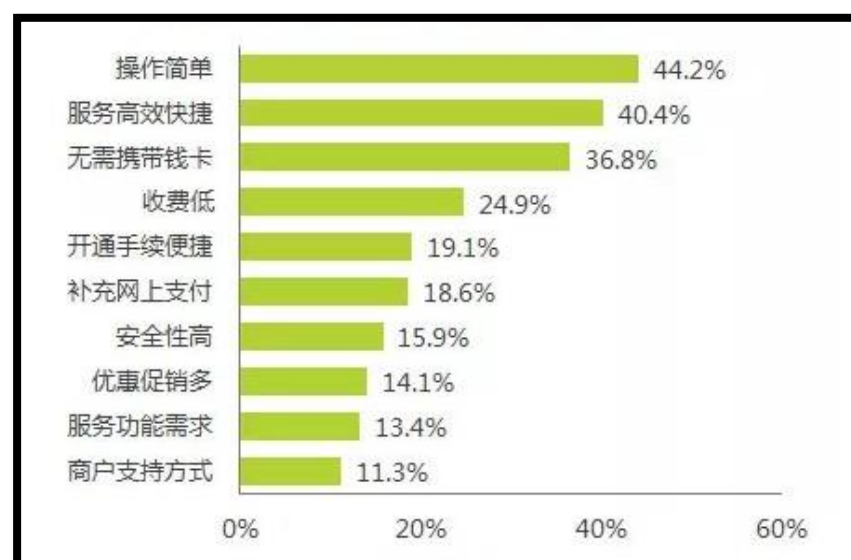
无论是健身消费中的“私教”、旅游消费中“定制游”还是餐饮消费中的“私房菜”，亦或是时尚美妆领域的各种小众品牌，它们的风靡与走红，都标志着女性消费已经进入到追求个性，忠于品质的小时代。

### （三）新金融·令女性消费更“任性”

2017年，女性消费规模的扩大和消费形态的升级与越来越人性化的消费金融服务的发展密不可分。

#### 1、出门不带钱花得反而更多了

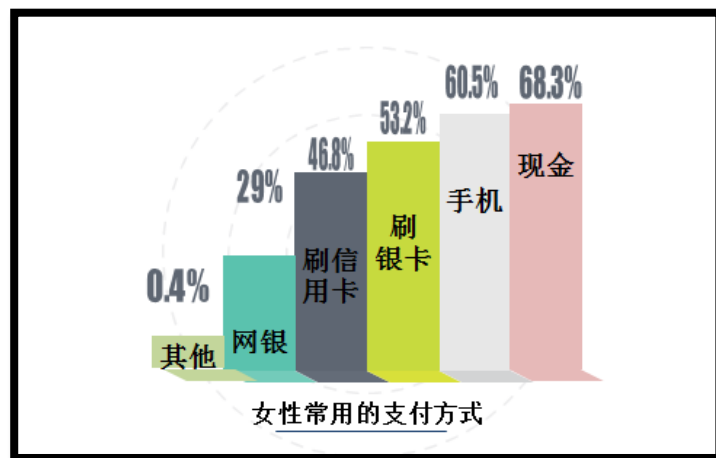
调查显示，以手机支付为代表的移动支付当前已成为现金支付外，女性最常用的支付方式。无



# 中国女性财富管理报告 2017

## 见证她能量

论是街边早市，还是高档商场；无论是打车外卖还是买电挂号，女性消费所涉及的全部领域基本上都可以通过手机下单和支付。从此，身上没带钱不再是女性消费遏制消费冲动的理由。只要有手机，随时随地可付款、可消费。360 度无死角的支付便捷加上现金消费数字化所放大的消费欲，让不少女性深深感到：现在出门不带钱花得反而更多了！



### 2、你只管买买买，钱的事我来

为了迎合大部分女性超前消费、即时消费的消费心理，更是为了争抢“她经济”浪潮下巨大的女性消费金融市场，众多金融机构纷纷推出专注女性的消费金融产品和服务。

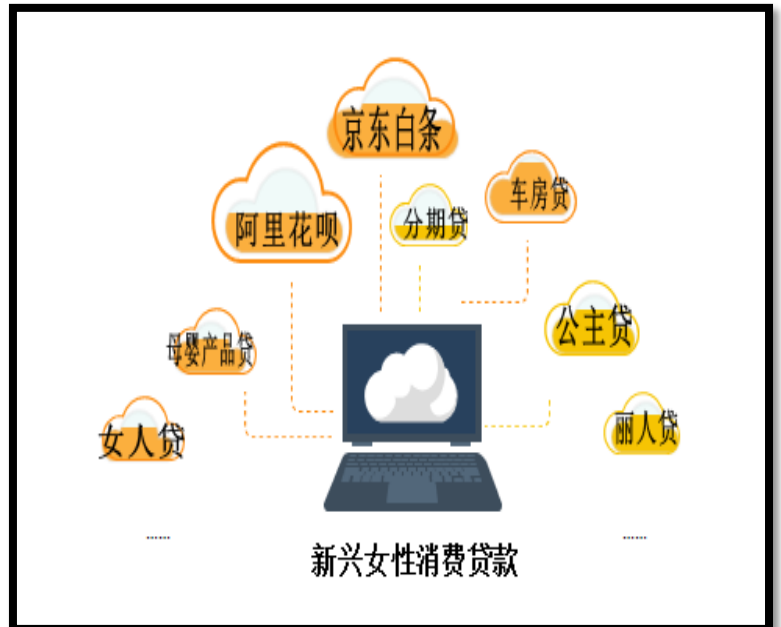
在传统消费金融方面，各大商业银行推出了一系列针对女性的信用卡、信用贷，以数万额度、无需抵押、几分钟放款以及信用卡赠送的女性服务、保险和积分等广受女性欢迎。



# 中国女性财富管理报告 2017

## 见证她能量

在新型消费金融方面，一批以现金贷、分期付款为主要特色的互联网金融蓬勃发展，既满足了女性即时消费的需要，也给商家带来了可观的利润，更让互联网金融平台在一收一放中赚得了钵盆满盈。2017 年双十一数据显示，截至 2017 年 11 月 11 日 24 时，京东平台双十一期间的销售额超过 1271 亿；阿里巴巴在双十一全天的成交额为达 1682 亿元，移动支

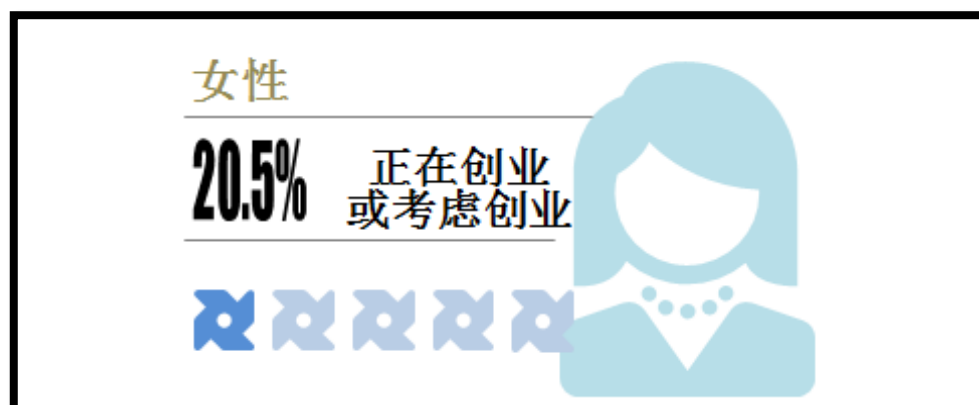


付成交占比 90%，预估使用蚂蚁花呗等分期付款的人数将远超去年同期（200 亿），女性的贡献力巨大！

## 二、创业篇

女性从未像今天一样拥有那么多自主的选择，由此她们拥有了更多种通往成功的可能。她们可以选择成为美好家庭的核心，也可以选择成为一个成功的社会人。女性创业已经非常普遍，她们甚至比男性更优秀多。

女性不只是“剁手党”的主力军，还是这个时代社会生活各领域的积极参与者和创造者，



特别是在“大众创业，万众创新”大潮下，越来越多不想安于现状，希望追求梦想的女性投入到创业队伍中。

GEM（全球创业观察）报告显示，在全球 67 个经济体中 1.26 亿名女性正在创办新企业，0.98 亿名女性正在运行已有企业。在中国，和讯网 2016 年的调查显示，当前有 20.5% 的女性正在创业或者考虑创业。在中国经济最发达的省份之一浙江省，2017 年最新数据显示，目前浙江省由女性创办的企业 38 万家、由女性创办的个体工商户 107 万户，女性创业对浙江 GDP、税收、出口、就业的贡献率分别达到 19.6%、16.8%、22.4%、25.2%。

那么，当前女性创业的状况动因如何？状况如何？资金支持状况如何呢？

### （一）新常态·女性创业的内外动因

#### 1、由内而外：小需求与大梦想的双重驱动

与每一位有追求的人一样，女性也渴望人生出彩、梦想成真。然而，在传统男权为主导的社会中，女性的梦想追求往往被落后的性别观念和强大的现实桎梏所阻碍。随着“互联网+”、“共享经济”、“双创”等新社会经济形态的出现，女性的梦想再次得到激发，实现的可能性也大大提高。数据显示，目前 70%左右的微商是女性。

与此同时，“二胎时代”的到来，一方面给女性在求职招聘和晋升带来了更大压力，令很多女性放弃职场，选择灵活性更高，更能实现家庭与工作平衡的创业；另一方面，二孩政策也带来了母婴、教育、亲子等领域的巨大商机，吸引很多女性主动投入其中，做“她经济”中的弄潮儿。



### 2、由外而内：经济与政策的多方带动

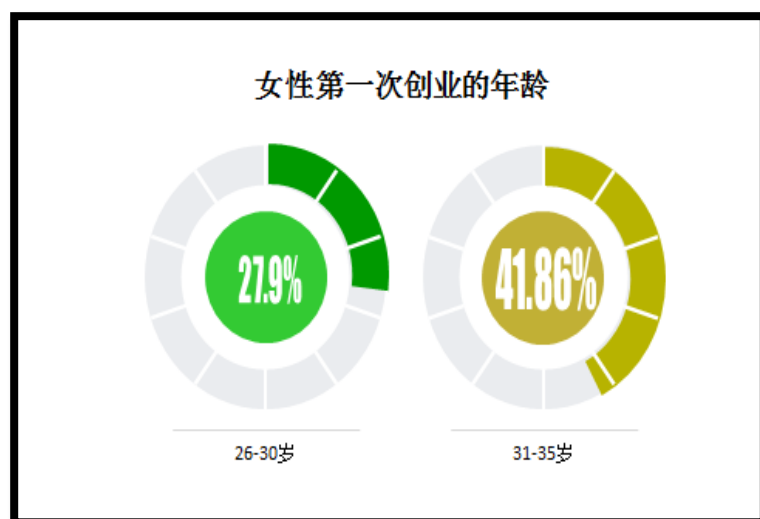
随着我国发展进入新常态，无论是经济还是政策层面，都在呼唤大众创业、万众创新的活力。为了鼓励女性积极投身改革发展大潮，无论是政府、妇联组织还是行业协会、金融机构都出台了系列助力女性创业的举措。

和讯了解到，截至 2017 年 6 月底，全国累计发放妇女创业担保贷款 3200 多亿，中央及地方落实财政贴息资金 280 多亿，获贷妇女 580 多万人，带动上千万妇女创业就业；各级妇联累计开展女性“双创”培训 552 万人次，举办各种“双创”竞赛 2800 多场；扶持发展众创空间、孵化器等女性“双创”服务平台 3260 多个，妇女创办、领办家庭农场、农家乐 30 多万个，直接带动 64 万名妇女实现就业。

### （二）新画像·女性创业状况概览

据《中国女性创业：释放增长新机遇》报告显示，中国女性企业家目前占企业家总数的 1/4 左右；绝大部分受调查女企业家拥有大学及以上学历；逾 60% 女性领导的企业在东部地区。中国女企业家在早期创业时，“需求驱动”的比例更高，占总数 40%，是欧美国家的两倍。

在“互联网+”、“共享经济”大潮下，女性创业呈现出如下新特征：



# 中国女性财富管理报告 2017

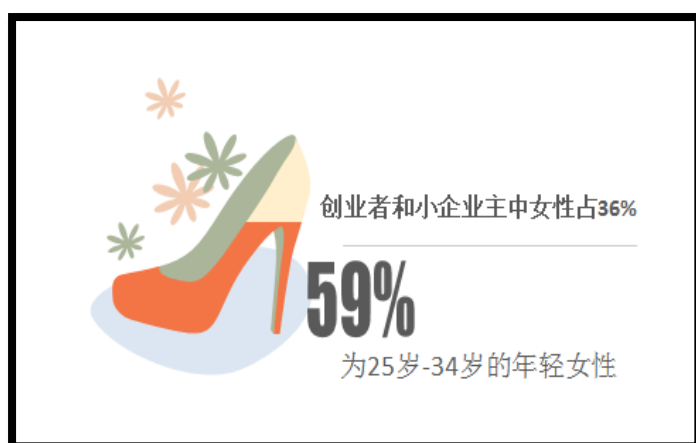
## 见证她能量

### 1、年轻化：80 后成主力，90 后已登台

《中国企业家》女性创业调查显示，三十岁前后是女性创业的“黄金年龄”，有近七成

的女性第一次创业的时间在 30 岁左右。

当前，正处于 30 岁左右的 80 后是女性创业大潮中的主力，部分离开校园不久的 90 后也已登上创业舞台。与前辈们相比，当下的年轻创业女性普遍受过良好的教育，经济状况



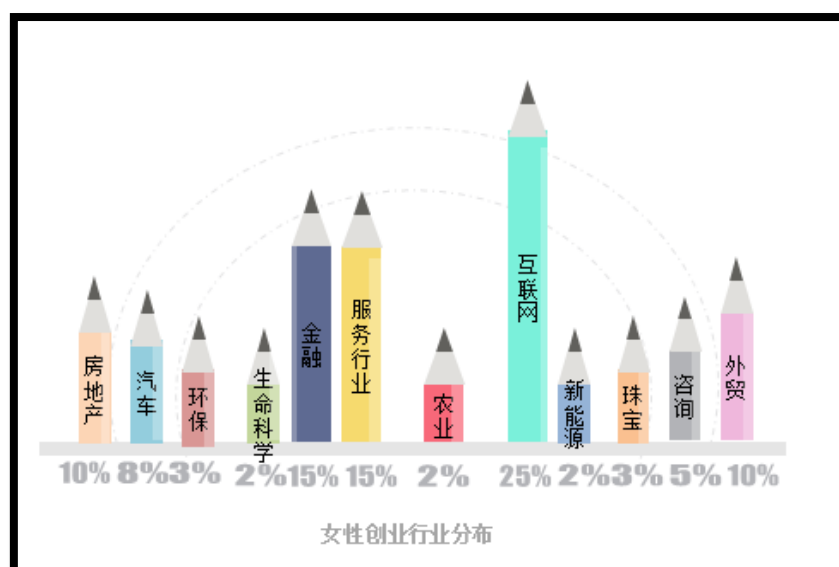
较为理想，许多还有海外留学经历，具备国际视野和跨国沟通能力，她们的加入为双创增添了亮色，也为“她经济”注入了活力。

### 2、多元化：不拘泥不扎堆，创

#### 业领域广泛

与女性消费主要以“美容服饰”行业为主不同，女性创业的选择更为多元，行业十分广泛。据和讯观察，既有传统上认为女性色彩浓厚的

美容、服装、教育等行业，也有以男性为主导的



“硬科技”领域，如金融、地产、互联网等行业。分析人士认为，这或许是因为女性比男性

在创业选择是更理性，大多会根据个人的实际情况选择适合自己的创业领域，而不是盲目追求风口。

### 3、小而美：女性创业团队凝聚力强，成长性较好

虽然女性创业主要以小微企业为主，但对于男性创业者而言，女性创业者更细致、能够敏锐发现市场的空白点，体察到用户需求。创业过程中，女性创业者也比男性更多关注产品打磨、服务提高和客户需求，而较少做大规模的宣传推广。“低调、理性、务实”的创业风格，能为女性企业带来较好的持续力与成长力。

除此之外，团队管理方面，和讯调研显示，创业女性性格特征可以被描述为心态平和，亲切友善，做领导时表现为镇定、冷静、内敛，不会因一时冲动做出决定。有女性领导的创业团队，通常团队凝聚力和稳定性都更强。



#### 彼得森国际经济研究所：

如果在董事会里有女性担当董事，这个公司的业绩大概会增加6%。而且女性管理者比例越高，企业越好。

#### 中国调查显示：

女性董事越多，企业经济效益越好。拥有三个以上女性成员的董事会，其公司运营状况好于那些只有两个甚至更少女性董事的公司。

### （三）新局面·创业女性的资本管理

#### 1、女性是更为稳健的理性经济人

相比于男性，女性在性格上更加严谨、理性，这使得女性在处理资金问题时更加注重规划性、全面性、稳健性。女性在家庭中担任的母亲角色也使得女性天然地具有较强的责任感，对经济行为更为诚信、谨慎。多项研究表明，和男性相比，女性能更好地管理资金的去向，轻易不借钱，借钱及时还款率更高、信用更加，更诚信。蚂蚁金服的大数据也证实：在逾期违约率方面，女性创业者或企业主比男性低 20% 以上。

**所以，投资给女性似乎比投资给男性更靠谱！**

#### 2、女性创业的资金问题与解决之道

##### **女性创业的第一桶金来自哪里？**

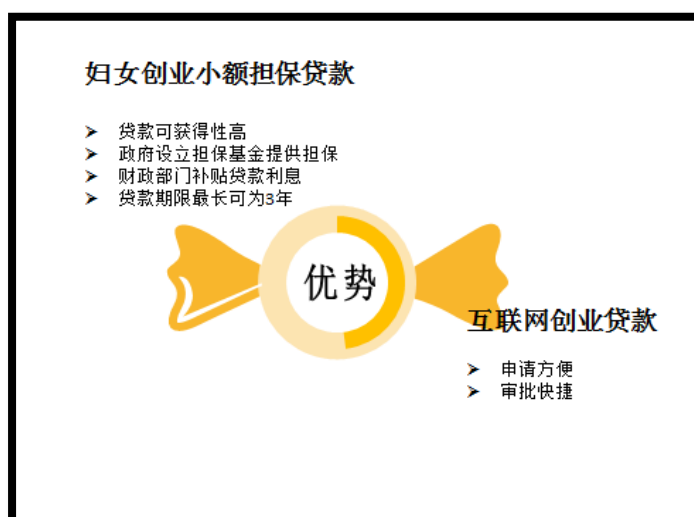
和讯从中国女企业家研究咨询中心了解到，中国女性创业者创业资金的主要是来源于家人和朋友的资助和借款，三分之一以上的女性创业者的初始资金是靠个人储蓄，三分之一的女性创业者靠家人和朋友的借款，从银行获得贷款和靠政府基金支持的比例很小。50% 以上的女性创业者在创业过程中遇到的最大困难在于资金不足，创业成功后，企业进一步发展也需要更多的资金。

##### **如何解决女性创业的资金问题呢？**

在普惠金融大力推进的良好环境下，解决女性创业的资金问题并没有想象中的那么难。创业贷款、风险投资、众筹都是解决女性创业资金难题的有效途径。

### A 创业贷款

在传统信贷方面，全国妇联与财政部、中国人民银行等推出了专门针对女性创业的小额

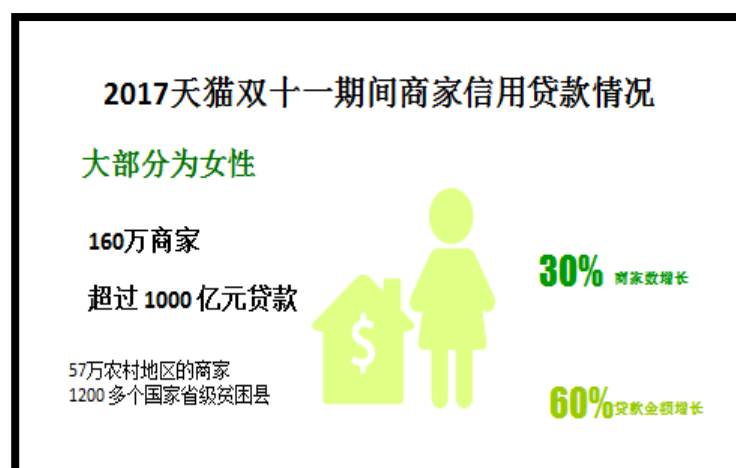


担保贷款，只要创业女性向妇联组织申请，无需提供抵押物品，符合条件即可获得个人最高 10 万，小微企业最高 200 万的政府贴息贷款。

在互联网贷款方面，以阿里为代表的一批互联网平台，

通过在线信用评估，无需抵押物，即可为女性提供相应额度的创业贷款。例如微粒贷、蚂蚁借呗等。这种贷款方式对女性创业者而言是相对容易获得的。据统计，截至目前，仅蚂蚁金服累计服务的女性创业者和小企业主已经达到 169 万，贷款余额超 2600 亿元。

2017 天猫双十一期间，超过 160 万商家凭借信贷累计获得贷款超过 1000 亿元，商家数量同比



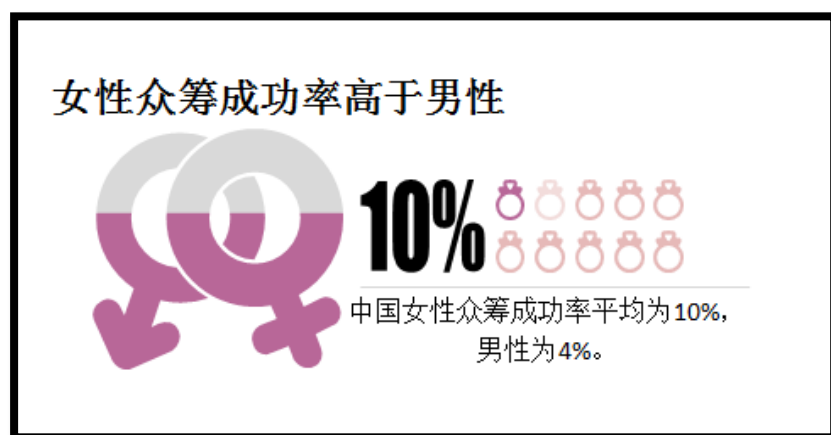
增长超过 30%，贷款金额同比增长近 60%。其中，包括 57 万农村地区的商家，覆盖了 1200 多个国家省级贫困县。在这其中，女性商家占了很大一部分。

### B 风险投资

近年来，众多风投纷纷看好女性创业市场，从 papi 酱（papitube）的 1200 万人民币天使轮融资，到齐燕（达令）5 亿元的 D 轮融资，再到胡玮炜（摩拜单车）数亿美元 E 轮融资，众多创业女性成功融资的实事表明，只要产品有特色、市场适应力强、团队有能力，就可能获得风险投资者的青睐。而随着风险投资公司持续从投资女性领导的公司当中获得积极回报，他们将对未来投资女性创客持更加开放的态度。

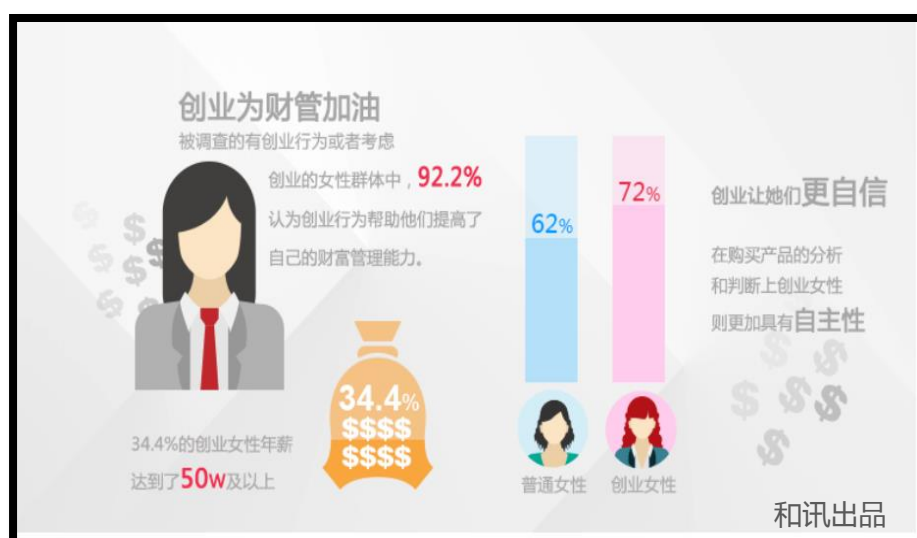
### C 众筹

众筹是近几年新兴的创业资本筹措方式。创业者既可以以股权众筹，也可以以产品、权益众筹；众筹的过程既是融资的过程，也是宣传推广的过程。由于女性在组织策划、协调沟通方面较男性更有优势，因此，女性领导的众筹案在各个产业和各国的成功率都高于男性，和讯了解到在中国、印度、巴西、墨西哥、俄罗斯、印尼及土耳其，女性成功率平均为 10%，男性为 4%。



### 3、创业提高了女性的财务管理能力

创业是摆脱贫困，实现财富积累的重要途径；创业也是摆脱平庸，实现个人能力和价值追求的有效途径。和讯 2016 年调查显示，在有创业行为或者正在考虑创业的女性群体中，有 92.2% 的人认为创业行为帮助她们提高了自己的财务管理能力，这可能得益于女性创业群体的先天特征以及她们在创业过程中积累的管理经验。



### 三、女性金融服务需求篇

有人说，女性是这个世界上最未充分利用且能起到杠杆作用的资源。当前，在“大众创业、万众创新”、“互联网+”、“共享经济”等一系列利好性因素的作用下，“她经济”已经向世人昭示了其巨大的能量。

然而，制约女性发展的不平等因素依然存在：“女人当家，房倒屋塌”等的传统观念依然浓厚，“男人以事业为主、女人以家庭为主”的性别分工依然占据主流。麦肯锡咨询公司调查数据显示，尽管中国是妇女参与度最高的国家之一，但仍有巨大的提升空间。如果男女完全平等，中国的 GDP 将增加 18%。

要进一步释放“她经济”的发展红利，针对女性的金融产品和服务还可以更多、更精、更细！

#### （一）释放“她需求”需要服务更精准

消费是拉动经济的三大马车之一。随着国内消费金融市场的发展，女性消费潜力进一步释放。然而，从国内消费金融市场的现状看，仍有巨大空间可以挖掘。截至 2016 年末，居民消费信贷在全国银行业的信贷规模中仅占 23%，如若除去住房按揭信贷占贷款比重不足 5%，与国外成熟消费市场信贷占贷款比重 25%左右的比例还有一定距离。在未来，谁能为女性消费提供更为贴心的金融服务，谁就能占领“她经济”的半壁江山。

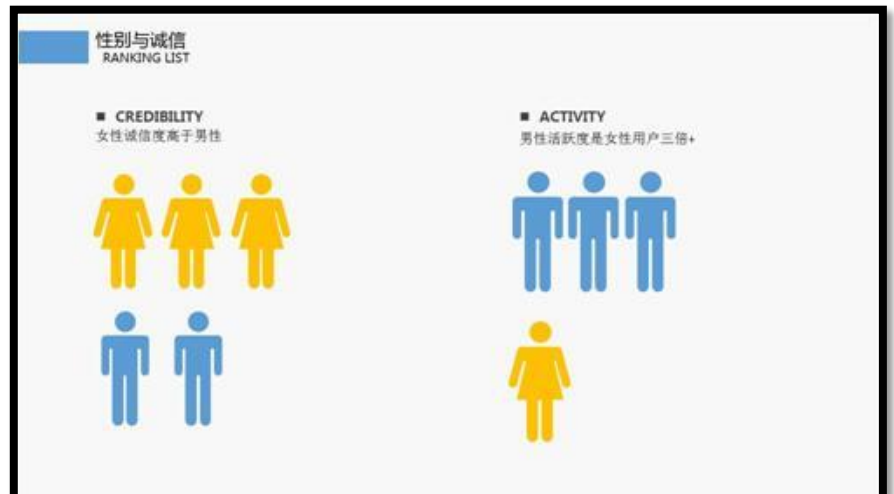


# 中国女性财富管理报告 2017

## 见证她能量

### 1、女性专属信用卡“美人已迟暮”？

有人说随着信用卡市场的日渐饱和，当前信用卡已经进入“烧钱烧脑”的竞争阶段。女性专属信用卡，如何在竞争日盛的信用卡市场中，再度升级，收获更多女性的青睐呢？更加贴近女性的服务很重要！



除了赠送保险、积分外是否可以针对女性肩负着母亲、妻子、女儿等多重角色及其背后的消费需求提供专门的信用卡服务？比如：财富管理咨询、托幼、家政、养老照料？

不只一项数据显示，女性的诚信度优于男性，对此，针对女性的专项信用卡可否在信用额度、申请方式等方面给予女性更多的倾斜或便利呢？



### 2、女性移动支付广阔空间大有可为

根据互联网数据研究中心的报告显示，2016 年中国移动支付规模高达 192.8 万亿元，其中，女性对这一数据贡献巨大，在移动支付活动中，女性活跃用户上升，占比达 46.72%，几乎与男性用户平分秋色。

然而，无论从女性在家庭消费决策中占 80.6%，在电商销售领域贡献率占 70% 的比例看，还是从女性常用支付方式中手机支付占 60.5% 的比例看，女性移动支付的发展空间远不止如此。如何



发展空间远不止如此。如何

在推动移动支付的过程中，进一步激发女性群体的巨大能量呢？

例如：在新兴移动支付方式的设计中，是否可以针对女性支付习惯，设计更加性别友好的支付方式？

以支付宝、微信等为代表的第三方支付方式在面对女性巨大的消费市场时，是否可以推出更能具性别普惠性的措施？

在所有消费领域中，比如游戏市场、移动应用行业等传统意义上的男性消费领域中，女性的购买喜好和支付习惯是否可以得到更多的关注与重视？

### 3、女性网络消费贷方兴未艾正当时

互联网消费贷因面额小、办理快捷、主打场景消费、用户体验性强等特点，得到了很多女性学生、蓝领、低收入白领等银行“照顾”不到的客户的青睐，成为当前消费信贷市场上大热门。

2017 年《中国消费金融创新报告》显示，2016 年我国金融消费交易规模达到 4367.1 亿元，同比增长 269%。预测 2017 年互联网消费金融交易规模将达到 9983.4 亿元，同比增长 100%以上。

淘宝、京东、微信钱包已相继推出了“花呗”“白条”“微粒贷”等消费金融产品，聚美优品推出了“颜值贷”，其他类似产品也纷纷在一些渠道出现。

作为一项新的消费金融服务，互联网消费贷款在女性消费中具有广阔的市场前景，但也有许多可以改进、升级的空间。

例如：大部分互联网贷款带给女性即时消费、超前消费乐趣的同时，也带来了比银行信用卡更高的利率。随着未来大数据和征信系统的不断完善，金融机构在实现风控与高收益的同时，可否考虑减轻女性消费者的利率负担？

许多网络消费贷在支付界面上显眼地标识了“一键开通”、“开通有惊喜”等字样，但对于使用利率、逾期费用的提示却藏在深处、难以找寻，考虑到女性在金融服务使用方面谨慎、稳健的风格，网络消费贷的宣传信息是否可以更全面？以解决女性在开通此类金融服务的顾虑？

### （二）推动“她创业”需要更多专项服务

资金问题一直以来都是女性创业面临的一大难题。尽管在普惠性金融的推动下，国家和金融机构都关注到了女性创业的资金需求，但与女性创业的显示需要相比，还存有较大距离。

国际金融公司估计，由女性所有的企业仅占全世界正规注册企业总数 30%多一点。但是，发展中国家 70%的由女性所有的中小企业被金融机构拒之门外，无法获得满足其需

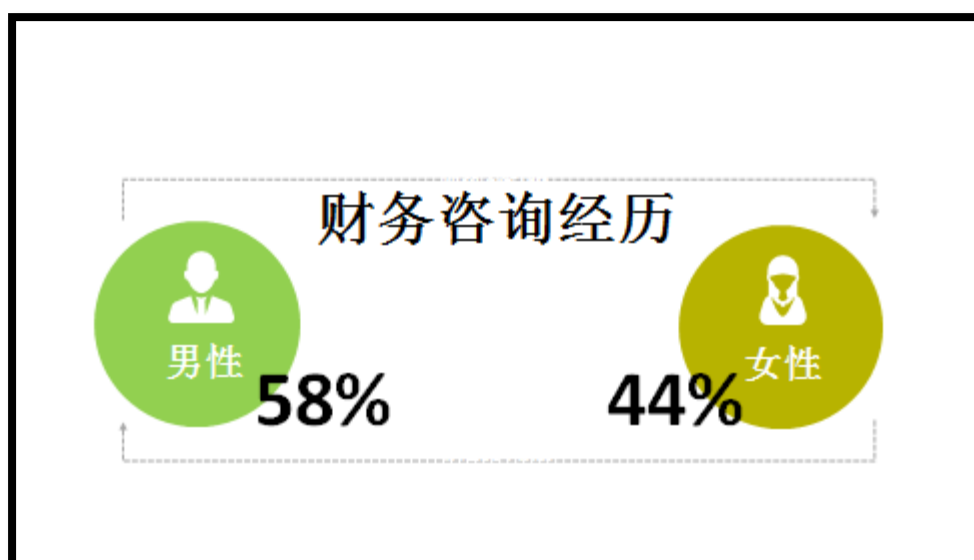


要的金融服务，这意味着女性所有的企业每年的融资缺口达到 3000 亿美元。

在我国，目前除了在小额担保贷款方面有专门针对女性的帮扶政策外，在风险投资、众筹等其他融资领域对女性的专项支持还十分欠缺。专门致力于为女性提供风险投资、众筹服务的机构与平台也是凤毛麟角。对于普遍存有融资难问题的女性创业企业而言，如有专业的专业机构为她们解决投融资过程中面临的难题，定会大大促进女性创业的成功率，提升女性领导企业的规模与质量！

### 1、创业女性需要更多财务咨询服务

对于创业女性而言，在创业过程中将遇到比普通女性更多的财务问题。埃森哲发布的一份 2016 年金融活动参与度报告显示，超过 58% 的男性在过去一年中有过“财务咨询”的经历，而女性只有 44%。此外，有 75% 的男性表示了解基本的投资活动，而女性只有 61%。如有专门的机构或专门的项目在财务管理方面，帮助女性答疑解惑、出谋划策，女性创业将更有助力。



### 2、网络贷款能解决多大问题

有人说，在互联网创新思维下诞生的 P2P 网贷已经成为我国创业团体及中小型企业资金运转中赖以生存的“财库”源泉。据不完全统计，截至 2016 年 6 月底，全国正常运营的网贷机构共 2349 家，借贷余额 6212.61 亿元，两项数据比 2014 年末分别增长了 49.1%、499.7%。相比于风险投资、亲友借贷以及传统银行的创业贷款，网贷具有方便、快捷且额

度较高等特点,对于创业初期面临流动资金短缺或在创业过程中面临资金周转不周的女性创业者而言,是解决问题的好帮手。

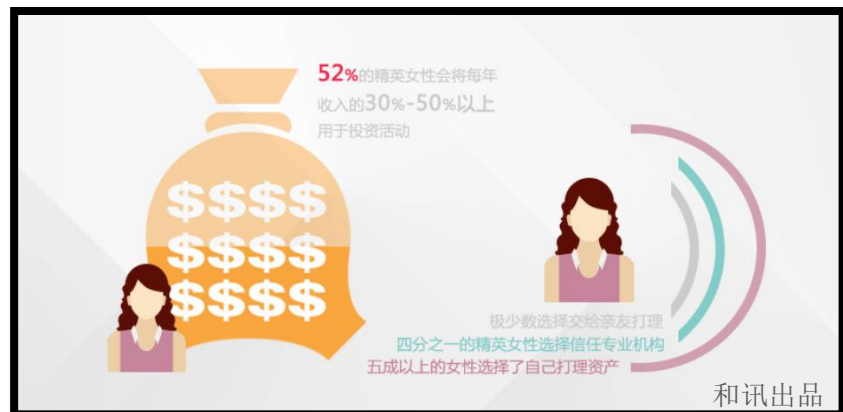
然而,数据也显示,截至 2016 年底,网贷机构中有累计问题平台 1778 家,约占全国机构总数的 43.1%,这些问题机构部分受资本实力及自身经营管理能力限制,出现“卷款”、“跑路”等情况,部分机构甚至通过假标、资金池和高收益等手段,进行自融、庞氏骗局。现实中,也存在一些女性创业者因资金缺口较大,或因一笔网络贷款无法如期偿还,不得不在多家网贷平台交错贷款,拆东墙补西墙,难免让自己陷入不良资金的循环之中,给创业带来较高的资金风险。如何才能趋利避害呢?

一方面,女性创业者在使用网络贷款时要擦亮眼睛、做好规划;另一方面,国家在不断推出网贷监管、规范举措的同时,是否可以为网贷平台搭建可以共享的贷款信息数据库,既可为网贷机构控风险,也为创业女性提供更精准的网贷产品?

### (三) 激活“她财富” 还有更多可以做

现代女性,不仅“会花”、“会赚”,更会“理财”。和讯 2016 年调查显示,有 52%的精英女性会将每年收入的 30-50%以上用于投资活动。

随着互联网金融时代的到来,触手可及的新型理财方式更



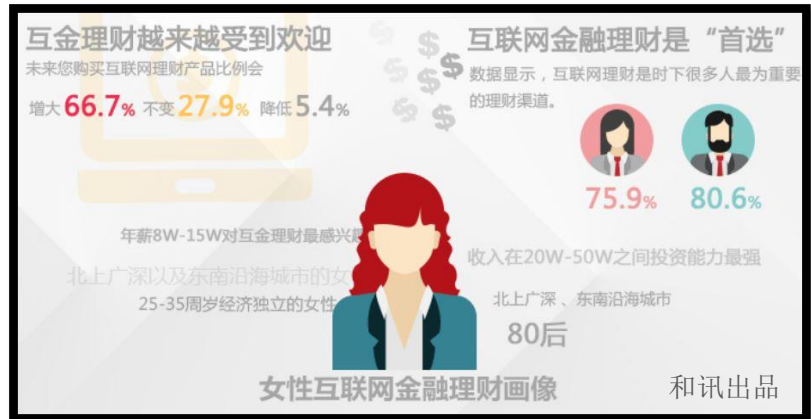
# 中国女性财富管理报告 2017

## 见证她能量

是给具有理财意识的女性提供了新的理财渠道。

和讯调查显示，互联网理财是时下很多女性最为重要的理财渠道，在有互金投资经验的

被调查者女性中，66.7%的人表示会继续增加互联网金融产品的投资。其中，收入年薪处于 8 万元-15 万元的女性对于互联网金融理财最为感兴趣；收入在 20 万元-50 万元之间的



女性投资能力最强，有 77.3% 女性的投资额度超过了 10 万元，并且 30.4% 女性的互联网金融产品配置超过总投资金额的 50%。

面对如此巨大的互联网理财市场，互金平台除了为女性提供更加安全、更具收益、更具流动性的理财产品和服务外，是否还可以将女性的预期薪资、职业生涯转折纳入考量范围，依据女性的群体特征和需求，为女性提供更多的专业理财建议、更多的定制理财服务呢？



## 结 语

她们是柔与韧的代表,是智与美的集合!生活中,她们相夫教子孝亲博爱,是财富的舵手、幸福的源泉;职场上,她们披荆斩棘独立自信,是财富的创造者,发展的新力量;社会中,她们自信阳光、热诚温暖,是能量的传递者、智慧的指引者。她们的“一颦一笑”、“一言一行”都是这个世界伸展的姿态、发展的方向!

这是一个万众创新的时代、不断分享的时代,也是一个正在被重新定义的时代!“她们”在其中的参与与挥舞,给我们带来了新的希望,“她们”在其中面临的需求与挑战,也给“我们”带来了新的机遇!

面对消费、创业、理财中等各个领域“她们”所释放出的巨大能量、诱人商机,“我们”有什么理由不赶快行动,搭上“她时代”的发展快车呢?

“她们”的时代,也是“我们”的时代,是所有人的好时代!



### 参 考 资 料

1. 《国务院关于加强实施创新驱动发展战略进一步推进大众创业万众创新深入发展的意见》
2. 《关于实施创业担保贷款支持创业就业工作的通知》
3. 全国妇联《中国妇女儿童事业五年发展成就展》
4. 《艾瑞 2014 年中国移动支付用户报告》
5. 《2017 年中国妇女创业报告》
6. 《中国移动金融市场专题分析 2017》
7. 《中国消费金融创新报告》
8. 《2016 年中国城市女性及家庭消费状况调查报告》

2017 中国女性

# 财富管理报告

和讯  
hexun.com