

网络渠道应用多、资产配置意识强、专业服务受推崇——

年轻人渐成理财“主力军”

王俊岭 成万吉

近年来，随着中国居民财富增长以及金融知识普及，越来越多的人开始有了主动理财的意识。无论是传统的银行理财、券商理财产品，还是以支付宝、理财通为代表的线上理财平台，抑或是直接进行自主投资，理财的渠道、种类更加丰富多元，选择日益增多。

目前理财主体、理财渠道有哪些新变化？不同群体理财偏好有哪些区别？

理财人群日益年轻化

尤迪是复旦大学一名在读研究生。别看年纪不大，他已经是一位具有五年理财经验的“老手”了。高中毕业时，尤迪收到家里亲戚给的几万块钱，便琢磨怎么让这些钱保值增值。于是，他开始在网络上自学相应的理财知识。

大三时，尤迪看中了陆金所上的一款股票型基金。“与固收类产品相比，我觉得股票型基金收益更高一些，存取也比较灵活。所以投了试试。”尤迪表示，自己采用智能定投的方式，通过大数据分析参照基金历史表现，然后决定当期投入多少钱。每周平均定投1000元左右的资金，一年下来也能有不错的收益。在尤迪看来，自己虽然还没步入社会，但提前培养理财技能，将暂时用不到的钱拿来投资，不仅可以防止自己乱花钱，还可以为将来的生活提早奠定基础。

家住江苏盐城的小伙子邓伟今年28岁，在银行工作的他对于理财很感兴趣，但是也更加谨慎。邓伟告诉记者，自己除了配置少部分钱在专注医药、食品等行业的股票型基金上，其余90%的钱都放在支付宝上一些银行定期存款类产品。

“我刚结婚，不能把所有钱都拿来冒险嘛！在同期限条件下，支付宝上银行定期存款利息比线下银行高些，一般能有4%左右的收益率，风险也相对较低。”邓伟说。

8月10日，上海高金融研究院联合支付宝发布的《2020国人理财趋势报告》显示，中国人告别单一储蓄的思维，近四成网上理财的用户已经有了把短期开销、保险保障和投资增值的钱做“三笔钱”配置的习惯。从支付宝提供的相关数据来看，35岁以下用户接近六成。报告发现，比起父母辈，“90后”更愿意把鸡蛋放进不同的篮子里；同时，刚刚兴起的智能投顾用户中，超一半是“90后”，且持仓普遍较高。

日益年轻化的理财人群在地域上、性别上也呈现出鲜明特点。上海高金融研究院副院长李峰介绍，如果将支付宝理财分按用户的地域信息取平均值，上海、北京、江苏、天津、浙江、湖北、四川、广东、山东、重庆等地用户理财观念普遍较强，呈现既能消费也会理财的特点。分性别来看，女性的平均“理财分”比男性高25分，意味着女性比男性更关注理财。

互联网渠道吸引力增强

理财客户人群日益年轻化的同时，还伴随着理财方式和手段的变化。

不久前，腾讯理财通和国家金融与发展实验室课题组联合发布的《中国互联网金融市场：行为、风险与对策——互联网金融指数报告（2019）》就对居民理财的最新特征进行了细致刻画。



▲9月5日，在2020年中国国际服务贸易交易会金融服务专题展区，参观者体验银行智能机器人提供的金融服务。

新华社记者 鲁鹏摄



▲8月7日，浙江省舟山市公安局普陀分局民警在向居民宣传普及金融理财、金融风险防控知识。

邹训永摄（人民视觉）

研究人员通过问卷调查发现，有69.73%的人有过零钱通、余额宝等互联网理财产品的投资经历，有30.27%的投资者没有互联网理财产品投资经历。因此，总体来看，当下市场对互联网理财产品认可度较高，互联网理财产品市场仍有开拓空间。

腾讯理财通的这份报告还显示，60%的投资者认为投资互联网理财产品主要是为了财富增值，52.2%的投资者认为主要为了财富保值，36.59%的投资者主要为了流动性管理，29.27%的投资者认为互联网理财操作方便、简单、快捷。在性别差异方面，男性相对于女性更看重财富的保值和增值；在资金规模上，投资规模分布较为均匀，大部分金额均在3万元以下；在渠道偏好上，超过50%的人将“投资门槛符合投资需要”“产品收益符合投资需要”“品牌值得信赖”列为选择互联网理财平台的主要理由。

随着“80后”、“90后”成为理财主体，互联网理财得到更多认同。在年轻人看来，互联网理财极为方便，只需在手机上下载相关APP，就可以根据个人的风险评级推荐不同的投资策略，投资顾问会帮助选择基金投资，还可以根据市场行情进行调整。“我只要把钱放进去就行了，其他的就交给专业人士。我也可以随时查看收益情况，进行操作。”一位年轻客户说。

相比之下，年纪较大的人对传统线下理财渠道更为青睐。“银行里看得见、摸得着，有问题了可以找得到人，线上的理财

总感觉不太放心！”在扬州一家酒店做客房服务工作的卞女士说，自己跟女儿学会了使用手机APP理财，但目前，卞女士只拿出了两三万元通过互联网渠道进行理财，其余“大头儿”都还放在银行。

9月4日，中国人民大学财政金融学院联合蚂蚁集团研究院发布的《互联网理财与消费升级研究报告》显示，互联网理财平台培养了下沉人群的理财习惯。其中，三线及以下城市和农村的“小镇青年”理财人数年增长14.13%，高于城市青年3.34%的负增长。预计2022年，下沉人群的可投资金融资产规模有望达到101.7万亿元，互联网理财在下沉人群中的市场规模有望达到4.7万亿元。

“相较于传统理财业务，互联网线上理财降低了门槛，让不同地区和背景的人都能平等享受到金融服务，真正做到了金融的普惠。”中国人民大学金融科技研究所执行所长宋科说。

理性风格正在形成

值得注意的是，伴随着理财人群与理财渠道发生了悄然变化，人们的理财思路也逐渐向长期、稳健、理性的风格靠拢。

在重庆一家航空公司工作的吴皓轩告诉记者，自己理财知识不多，相比亲身参与与资本市场投资，自己更倾向于追求一个可以预期的稳健收益。“说实话，网上的理



▲在打破刚性兑付的背景下，理财产品稳赚不赔或将成为回忆，投资者应理性看待产品净值波动。

程硕作（新华社发）

财产品很多，我也不知道买哪个。如果仅仅根据平台的推送和一些证券公司的推荐购买，不太放心，经常关注着收益，看到亏了钱就会赶快撤出。时间一长，我觉得还是把钱放在余额宝里比较省心。”吴皓轩说。

从相关数据中也能看出居民理财的偏好。据蚂蚁集团财富事业群总经理王璐介绍，支付宝平台上近四成居民的持仓在一年以上，但也有三成居民买入后不到一个月就会清仓。不同风格群体之间的收益差距较大：持仓不满一个月的人只有一半能赚到钱，但持仓满一年的近九成人都能赚到钱。定投1只基金获得的平均收益率是不定投的4倍。

“很多人陷入追涨杀跌，一方面是没有相应的意识，但更大的问题还是在于不知道买什么、怎么买、买得对不对。今年，我们和行业专家一起打造支付宝理财智库，为消费者提供更加全流程的陪伴和全方位的沟通，并推出支付宝基金优选品牌。”王璐说，支付宝基金优选专区已上线稳健类产品，这次会升级权益类基金，集合顶尖机构的绩优产品，让人们能更省心地理财。

华夏基金总经理李一梅表示，以往居民理财选择仍较为单一，比如有的人只爱把钱存银行、有的人只炒股，这些都有点“走极端”。“不过，如今越来越多人开始有了‘科学资产配置’的概念，新的全民理财时代到了。”在李一梅看来，伴随互联网成长起来的年轻人，将会比上一代更具有理财意识，也将更信任专业理财。

数字化新职业走向专业化、标准化——

全国首批「外卖运营师」获认证

本报记者 李婕

“以前就是人驻外卖平台而已，现在几乎每小时要看一次后台数据，再及时调整运营。目前外卖销售额比去年同期提升了一半！”缪宏娟在云南昆明经营两家轻食店，今年以来，她欣喜地发现，精心运营起来，外卖效果还真不错。

缪宏娟，正是全国首批获得认证的62名外卖运营师之一。他们完成了人社部教培中心与美团联合开展的培训，并在日前正式获颁认证证书。

外卖还需要运营？管外卖谁不会？实际上，在不少从业者看来，懂不懂数字化运营，区别还真不小。从上什么菜品、定什么价格到套餐如何搭配、图片如何拍摄，线上外卖有着和线下门店运营不一样的逻辑。“看起来好像区别不大，但差别就在细节当中。”不少餐饮从业者表示。

“以前以为轻食就是年轻女孩喜欢，后来通过分析数据，发现‘90后’爱健身的男生和‘70后’注重养生的中年群体也非常关注。知道了客户是谁，推广营销才更有针对性。”缪宏娟举了这样一个小例子。作为两家门店的负责人，她本人也从对外卖兴趣不浓，变成如今将外卖业绩做到占销售总额的七成左右。

早先因为初干外卖不懂行，缪宏娟也请过外援，比如市场上的外卖代运营机构，结果却并不理想。“市场上机构鱼龙混杂，我请的那家干了半年也没啥起色。合同一到期，我就想着赶紧自己学。”

正当她琢磨哪里可以报名学习的时候，美团大学开了培训班，她“毫不犹豫就报了名”。据了解，包括外卖运营、网约配送、酒店收益管理等课程在内，过去一年，美团大学总计输出课程3839门，累计培训超过1698万人，覆盖商户388万。

日前，美团大学正式发布10个数字化新职业人才成长体系，覆盖外卖运营师、餐饮运营师、酒店收益管理师、网约配送员等10个岗位，并联合20家生态合作方启动开放伙伴计划，助力生活服务业数字化人才培养。

美团联合创始人、美团大学校长穆荣均表示，服务消费是中国内需增长的重要引擎，而数字化为服务业高质量发展带来强大推力。目前服务业数字化仍不充分，数字人才短缺是主要矛盾。美团大学将继续和政府、职业院校、企业合作，加快培育生活服务业数字化人才。

未来，更多小商户将有机会参与到行业学习中。“数字化运营是每一个餐饮人都应该具备的能力。”缪宏娟说。随着疫情防控形势积极向好，早在4月，她就感受到餐饮行业的复苏，加上数字化运营助力，今年两家门店都比去年同期销量更高。获得外卖运营师的新身份，她对未来充满了信心：“这个职业未来发展会越来越好吧！”



▲湖北省荆州市外卖配送员正在雨中送餐。黄志刚摄（人民视觉）



▲贵茶集团工作人员在贵州省凤冈县永安镇的贵茶茶园观察茶叶色泽变化与长势情况。归墨摄

贵州江口建成世界最大的单体抹茶精制车间——

贵州抹茶出国门

本报记者 汪文正

“新技术提高了下树率，机械化采摘高效便捷，再加上贵茶集团的销售合作，成本降下来了，效益提上去了，真是充满希望的一年！”贵州省江口县观音山生态农业发展有限公司负责人陈启勇望向公司茶园，茶树随坡铺展，层层叠叠，绿意盎然。

在贵州，像这样生机勃勃的茶园和茶企还有很多。梵净山下，青翠欲滴的茶树掩映中，贵茶集团投资建成的贵

州铜仁贵茶茶业股份有限公司产业园一尘不染。世界最大的单体抹茶精制车间、贵州省最大的茶叶冷藏库就坐落于此，具备每年近4000吨高品质抹茶产能，这里出产的梵净抹茶和红宝石红茶、绿宝石绿茶等优质产品，不仅畅销国内各地，还出口至美、加、澳、德等10余个国家和地区。

“提到抹茶，大家都觉得日本的最‘正宗’，其实抹茶起源于中国，国产抹

茶不论质量还是产量，都在快速赶上。”贵州贵茶集团有限公司副总经理刘海介绍，贵州拥有约750万亩茶园，同时兼顾低纬度、高海拔、少日照、多云雾的气候条件，是茶树生长的最佳地带。贵茶集团经过近三年的研发和试验，在这里成功生产出高品质抹茶，获得了国际市场的广泛认可。

据介绍，截至2020年，该集团已在贵州建成高品质符合欧盟标准的茶园基地14.7万亩，初制线51条，并拥有61家联盟企业，带动近11万家农就业，开辟了贵州茶产业的新局面。除了坚持495项欧盟质量标准外，贵茶集团还于今年7月通过了北美批发与零售烘焙工业协会（AIB）认证，在开拓海外市场、将中国抹茶推向世界的道路上取得了新成绩。