



【2018】第 26 期 总第 107 期

中国证券投资基金业协会

2018 年 12 月 10 日

《国人养老准备报告》观点摘要

【编者按】近年来，我国建设多层次养老保障体系的步伐加速。2018 年，养老金第三支柱个人养老金启动试点，公募基金纳入个人养老账户投资范围，证监会推出了养老目标基金。行业协会、研究机构、金融机构陆续开展了我国个人养老金准备情况和个人养老金计划参与意愿的调查，普遍显示调查对象缺乏养老准备意识和养老金投资意识。协会会同调查报告的撰写机构，在协会刊物《声音》转载调查结果，以供社会各界了解中国养老金第三支柱的发展需求，为政策制定、业务落地、参与人服务提供参考，提高措施的针对性和有效性。

本期《声音》介绍的是腾讯金融科技智库联合清华大学老龄社会研究中心、清华大学经济管理学院中国保险与风险管理研究中心撰写的《国人养老准备报告》。三家机构于 2018 年 7

月启动了“国人养老准备调研项目”，调研范围覆盖除香港、澳门、台湾以外的全部 31 个省、市、自治区，项目的主要研究成果凝结成该报告。报告聚焦养老金融核心问题，涵盖养老财务准备方面的意识和行动、国民的基本金融素养、对养老金融产品和服务的需求及风险偏好等内容。现将报告中主要成果整理成文，供参考。

本次调研通过互联网平台实施问卷调查与数据收集，调研范围覆盖了除香港、澳门、台湾以外的全部 31 个省、市、自治区，受访者各个年龄段分布较均匀、地域分布较均衡，涵盖不同学历、不同性别、不同工作状态的人群，主要研究成果形成本报告。本报告聚焦养老金融核心问题，涵盖养老财务准备方面的意识和行动、国民的基本金融素养、对养老金融产品和服务的需求及风险偏好等内容。

一、养老准备责任重大、愿景美好，但意识和行动尚显不足

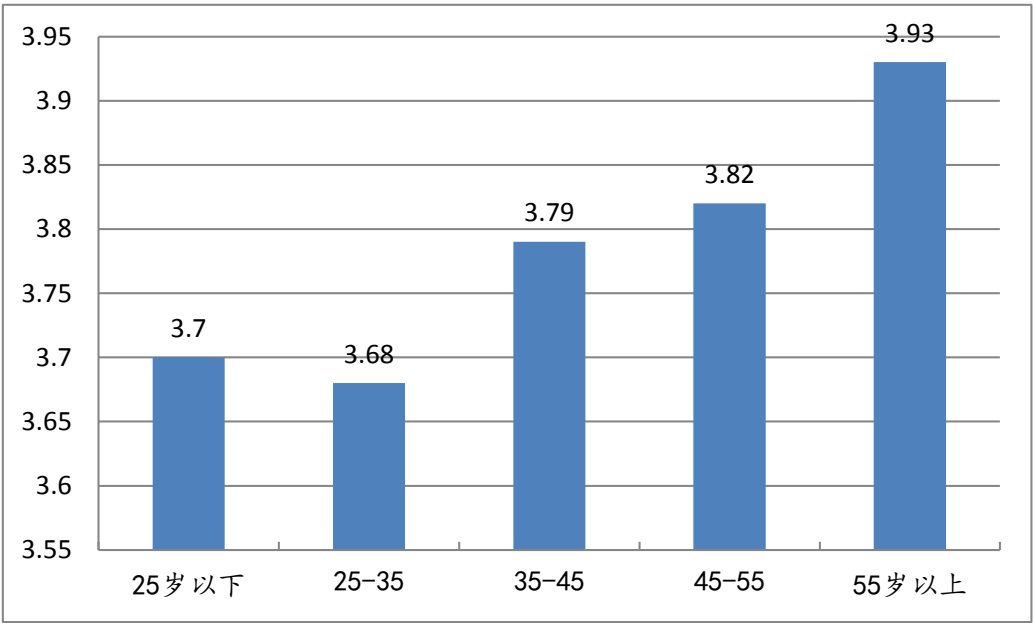
（一）48%的受访者认为个人应对自身养老准备负责

为了解我国居民对自己是否应在退休后的收入上承担责任，在问卷中请受访者对“个人有责任保证自己的退休收入”这一观点的赞同度打分，5 分为完全赞同，1 分为完全不赞同。结果发现，被调查者的平均分数为 3.8 分，约 48% 的被调查者表示非常赞同，仅有 11% 的调查者表示完全不赞同。其中，女性被调查者的平均分数为 3.9 分，略高于男性。

从年龄分布来看，被调查者越接近退休年龄，越重视自身

的养老责任；而年轻受访者的责任意识普遍较低，直到步入中年后，才逐渐认识到自身责任的重要性。出现这一现象，一方面可能是因为年轻人尚未完全认清未来要面对的养老形势；另一方面是随着消费升级，年轻人更注重眼前消费而轻视储蓄，更关注当前生活而轻视养老准备。

图 1: 受访者对“每个人有责任保证自己退休收入”观点的赞同度(5 为完全赞同，1 为完全不赞同)



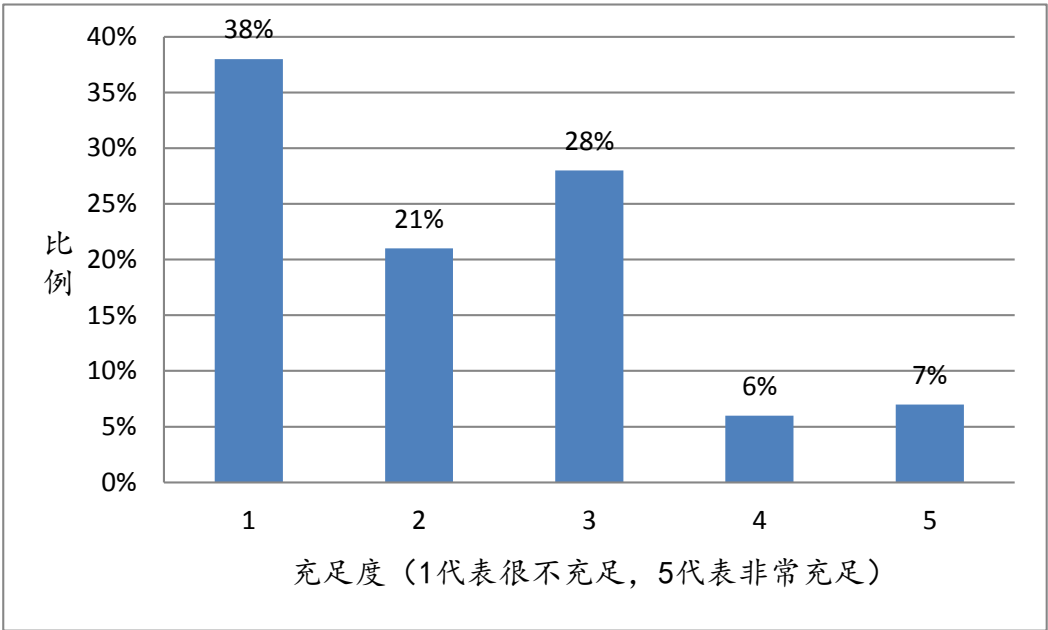
（二）近九成受访者未有退休规划，近七成受访者尚未开始进行财务准备

如果将退休规划的完善度按 1-5 分打分（5 为很完善，1 为很不完善），受访者的平均分值仅为 1.8 分，且约 50%的受访者承认自己的退休规划很不完善。问卷题目“您是否规划过自己退休后的生活？”的调研结果，也进一步证明了上述退休规划不完善的判断。只有 9%的受访者表示已经有了规划，69%的受访者想过但还没有具体规划，高达 22%的受访者表示从未想过

要作退休规划。随着年龄增长，受访者退休规划的完善度也随之提高，但提高的幅度缓慢。即使到了 45-55 岁，仍有近 85% 的受访者尚未进行过具体规划，这充分暴露出中国居民退休准备在自身层面存在的不足。

退休规划的核心是财务规划，即为保证将来有一个自立、舒适的退休生活，从现在起就要开始实施的财务方案。调查结果表明，受访者对退休财务准备充足度的评分仅为 2.1 分，约 38% 的受访者认为自己的财务准备很不充足，仅有约 13% 的受访者认为自己的财务准备很充足或较为充足。

图 2：受访者对自身财务准备充足度的评分



根据问卷中“您是否已经开始为养老进行财务准备”一问的结果，平均来看，已开始着手为退休进行财务准备的受访者比例为 31%，尚未开始进行财务准备的受访者比例则高达 69%。年龄越大的受访者中已经开始为养老进行财务准备的比例越高。

如果按照受教育程度分类，我们发现，具有更高学历的人

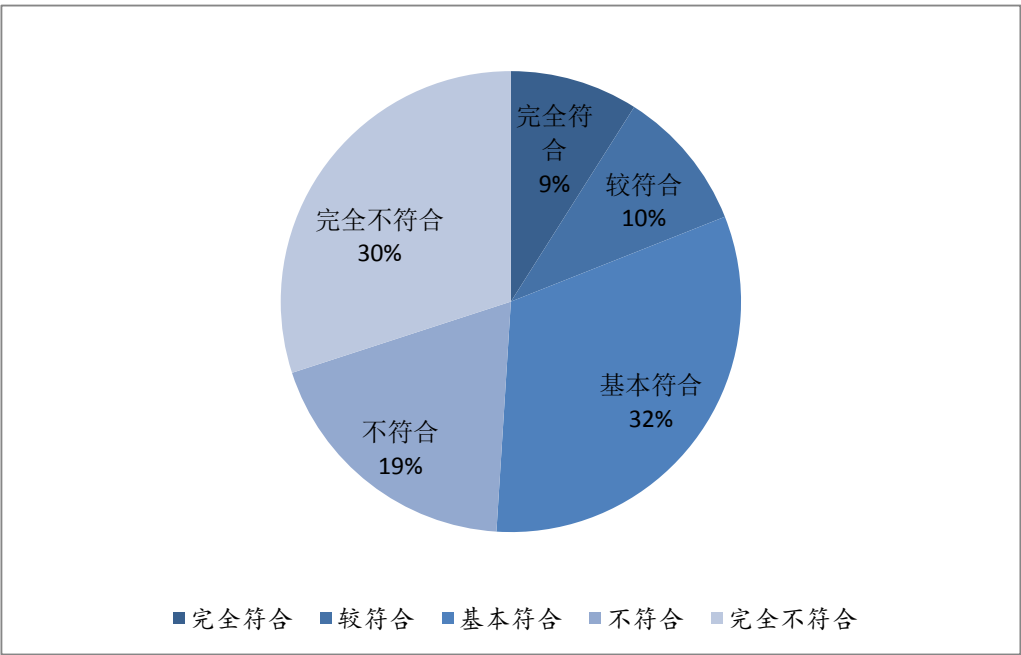
群会具有更高的养老准备意识和更积极的养老财务准备。初中及以下学历与高中或同等学历受访者中表示已经开始为养老进行财务准备的比例分别仅为 23%和 27%，显著低于其他人群。

在财务准备问题上，女性显现出更为积极的态度。女性受访者中有 34%已经开始为养老进行财务准备，而男性仅为 28%。

（三）近一半已退休受访者对养老生活不满意，受访者最为担心的是健康问题

根据已退休者对养老生活评价的调查结果，接近一半的已退休受访者对自己的养老生活并不满意，约 30%的已退休受访者认为目前的养老生活和先前的预期完全不符。出现这种结果的一个重要原因是个人对养老生活准备不足，缺少忧患意识，导致退休后的现实与退休前的预期出现较大偏差。

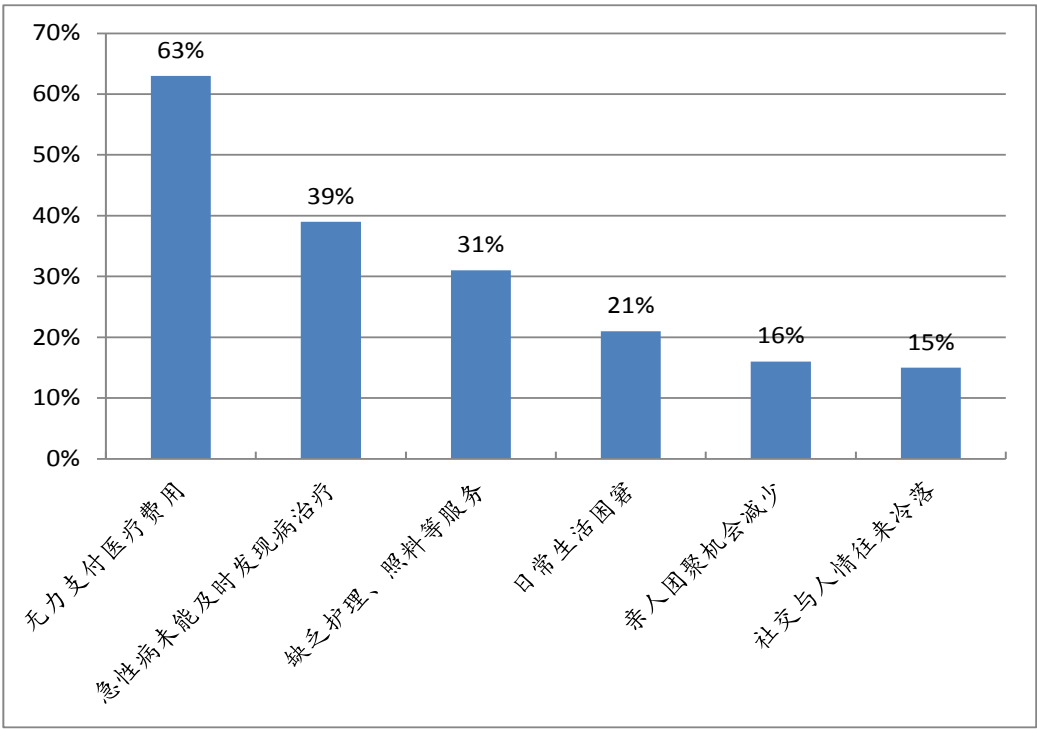
图 3: 已退休者对养老生活是否符合期望的评价



受访者对未来养老生活最为担心的问题主要集中在健康方

面，他们最担心的问题是“无力支付医疗费用”，占到受访者的 63%，其次是“急性病未能及时发现并治疗”，占 39%。受访者心目中认为决定养老生活品质的最重要因素是医疗服务、居住设施和自然环境这三个方面。

图 4：受访者对养老生活的主要担忧



此外，退休后收入的多少直接关系到财务准备的充分度。对受访者有关期望退休后收入替代率的意愿进行了统计，结果显示，有 30%左右的受访者期望退休后的收入替代率在 50%至 75%之间，另有 30%左右的受访者期望退休后的收入替代率在 75%至 100%之间。注意到当前我国社会基本养老保险的养老金平均收入替代率尚不足 50%，因此对大部分人来说，仅依靠社会基本养老保险的养老金难以达到预期的退休收入水平。

二、我国居民金融素养处于世界平均水平，群体差异大

金融素养指理解与金融相关术语和问题的能力，好的金融素养有利于个人做出科学合理的财务决策。经济学家 Lusardi 和 Mitchell 曾提到，金融素养的高低将影响人们的经济决策、储蓄和投资、债务管理、退休后财富水平等。

（一）受访者的金融素养水平

本次调查通过设置被国际上广泛使用的三个衡量金融素养的标准问题，来考察受访者的金融素养。这三个问题分别考察了受访者对复利、通货膨胀、风险分散三个方面的认知水平。

表 1： 问卷中关于金融素养的 3 个问题和选项

题 1	【复利题】 假如您的储蓄账户中存有 100 元人民币，年利率为 2%，若将这笔钱放在账户中不做变动，您认为 5 年后账户中将有多少人民币？
题 2	【通货膨胀题】 假如您的储蓄账户的年利率为 1%，社会通货膨胀率为 2%。1 年后您在账户中将拥有多少储蓄可用于消费？
题 3	【风险分散题】 您认为以下的表述是否正确？“购买一个单一公司的股票往往比购买一个股票共同基金提供更加安全的回报。”

	题目选项	选择该项的人数占比
题 1	a 多于 102 元人民币（正确选项）	59.79%
	b 正好 102 元人民币	3.08%
	c 少于 102 元人民币	20.13%
	d 我不知道	17.00%
题 2	a 比今天的储蓄多	12.79%
	b 与今天的储蓄相等	2.88%
	c 比今天的储蓄少（正确选项）	65.58%
	d 我不知道	18.75%
题 3	a 这个表述是正确的	8.46%
	b 这个表述是错误的（正确选项）	45.92%
	c 不知道	45.63%

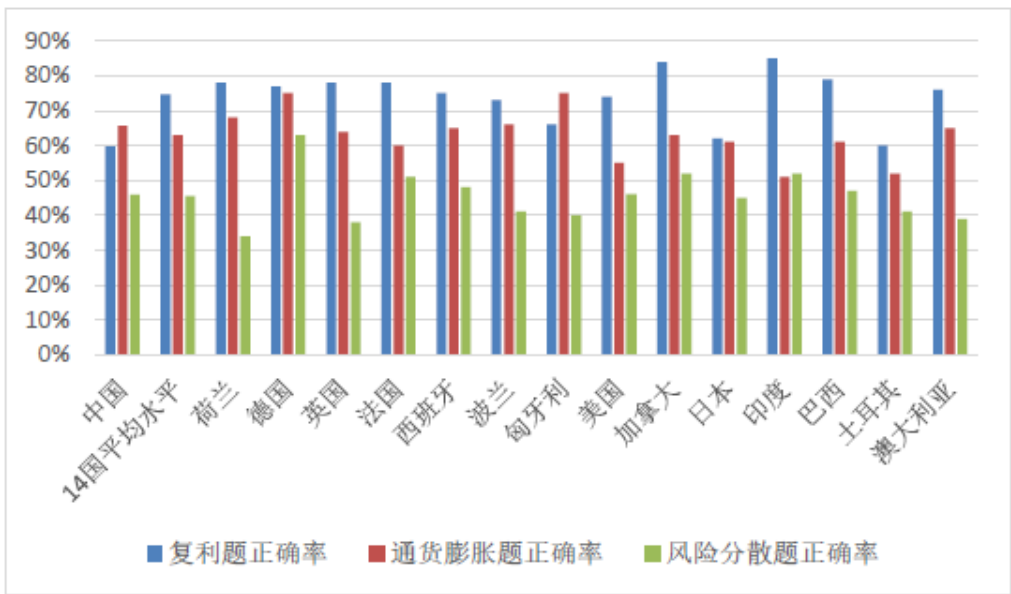
三个问题全部答对者占受访者总数的 24.4%，第一题的正确率为 59.79%，第二题为 65.58%，第三题为 45.92%。整体上看，受访者在对通货膨胀问题的理解方面显示了相对高一些的金融

素养，而在对风险分散的理解方面缺乏金融素养。这可能是与中国消费者对银行存款和理财产品依赖度较高，对通货膨胀感受较为真切等原因有关。而风险分散这一与退休财务准备有着更强关联的金融素养，并没有在受访者身上得到体现。

（二）金融素养水平的国际比较

我们将此次调查问卷得到的数据与《The Aegon Retirement Readiness Survey2018》得到的国际调研数据进行了比较。图 5 表明，中国居民的金融素养和其 14 个国家的居民相比，并没有呈现出明显的优势。中国居民在通货膨胀问题上有着较为清楚的认知，但在复利上的金融意识不如国际平均水平，在风险分散方面的认知与其他国的平均水平不相上下。

图 5： 中国与 14 个国家居民在金融素养“三大问题”上的正确率



（三）金融素养呈现出群体差异

按照年龄、性别、教育程度、工作状态的不同，将受访者划分为若干个群体，查看这些因素对金融素养的影响。表 2 反

映了各类人群在每个问题上的正确率、“三大问题”全部正确的比例。

表 2：中国受访者按各特征分类的金融素养问题正确率统计

		题 1	题 2	题 3	三个问题均
		正确	正确	正确	正确
		%	%	%	%
年龄	24 岁以下	69.1	63.7	51.8	28
	25-34	61.9	70.1	51.8	28.1
	35-44	58.3	67.6	46.5	22.9
	45-54	56.5	63.2	44.7	24.4
	55+	66	56.2	29.6	15.6
性别	男性	58.2	64.5	46	4.07
	女性	54.3	58.4	39.6	4.98
教育程度	≤初中	36.6	42.3	21.6	6.2
	高中/技术学校	54	51.3	31.3	13.8
	本科/大专	63.3	71.4	50.9	27.8
	硕士	72.1	83.1	70.6	47.8
	博士	59.3	48.1	48.1	25.9
工作状态	全职工作	63.8	69.8	50.9	27.6
	兼职工作	70.6	58.8	44.1	26.5
	自由职业	51.3	59.1	38.7	18.2
	完全退休	50	57.1	29.2	15.7
	其他	53.8	56.5	43.5	21.5

由表 2 可以看出,25-34 岁年龄段的受访者表现出了最高的金融素养,在通货膨胀和风险分散问题上都获得了最高的正确率,反映出年轻人对金融知识有着较高的接受程度。总的来说,三道题的正确率随着年龄的上升而下降,其中比较特殊的是 55 岁以上的人群在复利问题上的表现,达到了 66%的正确率,仅次于 24 岁以下的人群,这可能是因为老年群体对银行业务较为熟悉,比较了解银行理财运作的规律。

从性别来看，男性在三个问题上的表现都优于女性，体现出金融素养的性别差异，这与《The Aegon Retirement Readiness Survey 2018》对世界其它国家的研究结果一致。

在受教育程度方面，总体上来说学历越高的人金融素养越高，硕士学历人群在三道题上都表现出最高的正确率，本科或者大专学历的受访者正确率仅次于硕士，相对来说，博士的正确率并没有以上两个人群高。

按照工作状态划分，全职工作者有着最高的正确率，可能是因为职场人群接触金融知识的机会比较多，有着较强的金融意识。而且整体而言，东部地区受访者金融素养较高，这应该与该地区经济较发达有关，经济发展水平高的地区人们的金融意识相对也会更高。

三、我国居民对养老财务准备方式的选择和风险偏好

（一）未退休和已退休受访者对养老财务准备方式的选择

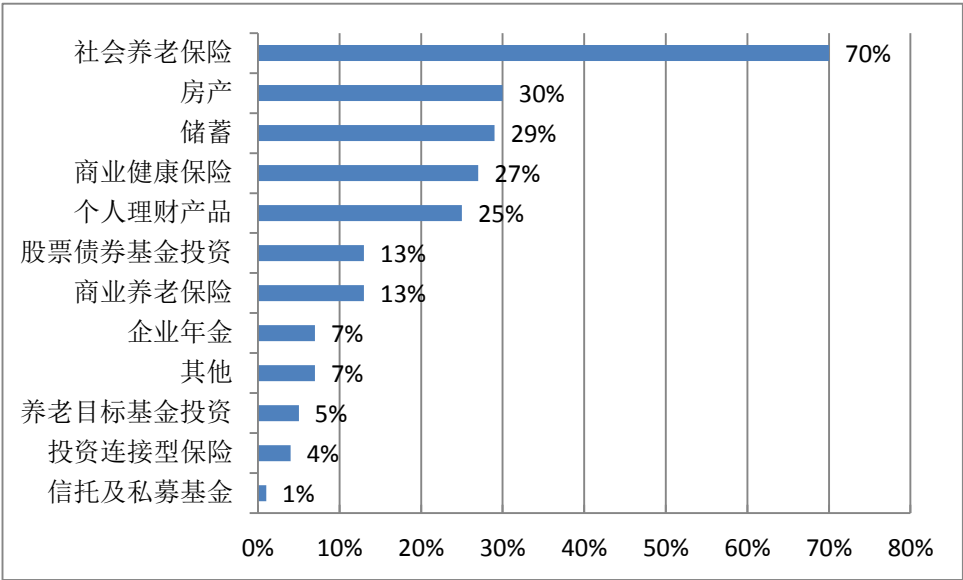
1、对于未退休者，社会基本养老保险一枝独秀，金融产品渗透率较低

对未退休者选择的养老财务准备方式进行调查。我们看到，排在前面三个的选项分别是：社会基本养老保险、房产、银行储蓄，其中 70%的未退休受访者表示自己已经有了社会基本养老保险，社会基本养老保险是人们选择比例最高的，在所有养老准备方式中“一枝独秀”。此外，房产、储蓄、商业健康保险和个人理财这四种产品被选择到的比例相似，均在 25%至 30%之间。

在各类金融产品中我们看到，商业健康保险和个人理财产品的渗透率是最高的，股票债券及基金和商业养老保险的渗透

率也超过了 10%。企业年金、养老目标基金、投资连结型保险等养老规划及养老产品的渗透率相对较低。

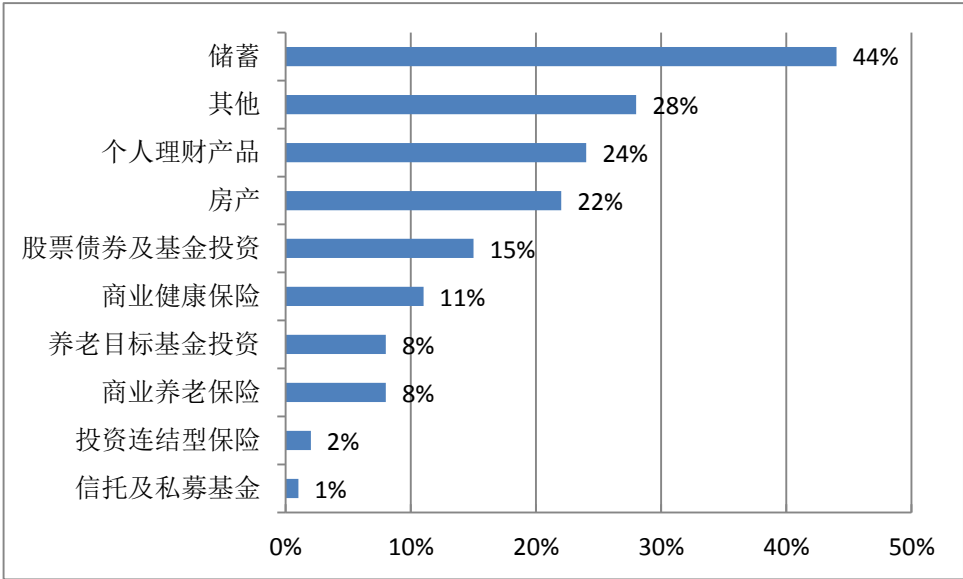
图 6：未退休受访者选择养老财务准备方式的比



2、对于已退休者，注重储蓄和理财，青睐商业银行

对于已经退休者而言，储蓄是其最主要的主动财务准备方式，位列第二位的是个人理财产品，第三位的是房产。

图 7：已退休受访者曾选择养老财务准备方式的比



考虑到储蓄必须通过商业银行，理财产品的获客渠道也绝大部分是通过商业银行，因此我们认为触达已退休人群的最有效渠道是商业银行，这部分人群购买商业保险、基金等产品的意愿不强。

（二）受访者对保本及非保本型金融产品的选择态度

基于行为经济学的分析方法，本报告在问卷设计中通过一系列选择题，考察受访者在面对保本（任何情况下都不会有本金损失）和非保本（可能会有本金损失产生）两种情况下对不同投资产品的选择，分析了人们在选择养老金融产品时的风险偏好与心理状态。

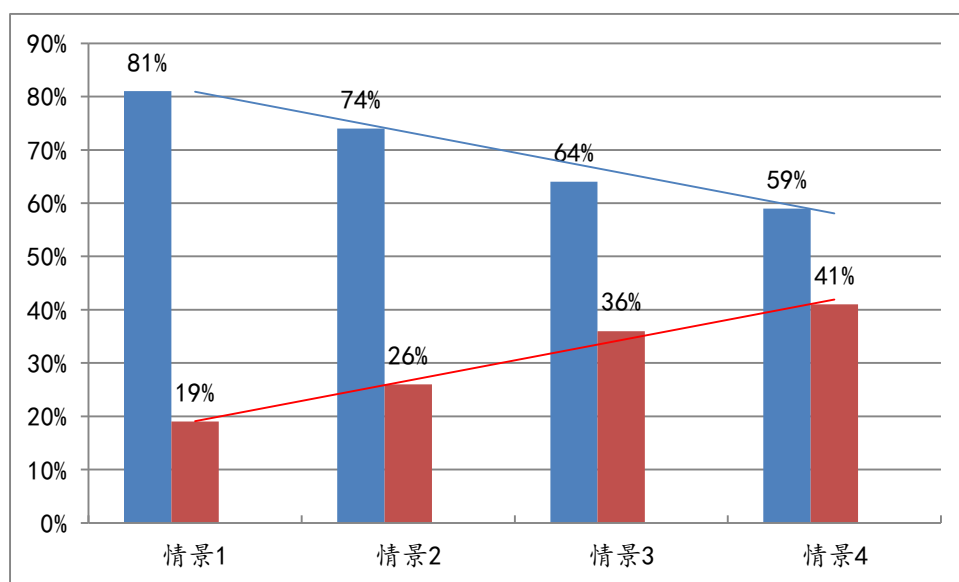
1、保本型产品——态度谨慎，但高风险产品亦有机会

保本型产品是指在投资者选择该产品后，无论出现什么情况，本金都不会受到损失，仅仅是收益会发生变化。我们设置了四种情形，其中每种情形下分别有两种保本型养老金产品 A 和 B，其初始投入的本金相同，但未来每月领取的金额不同，但都大于 0。我们假设初始投入的本金为 0，任何情况下收回的金额也均大于 0。我们要求受访者在 4 种情形下分别选择其更为偏好的保本型产品。

表 3：保本型养老金产品 A 和 B 在领取期可获得的每月给付（1）

保本型养老金产品 A 和 B 每月的给付金额				
情形	产品 A	产品 B	受访者的偏好	
1	30%的概率获得	10%的概率获得 7500 元，90%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
2	4000 元，70%的	10%的概率获得 9300 元，90%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
3	概率获得 1000	10%的概率获得 18500 元，90%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
4	元	10%的概率获得 30000 元，90%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B

图 8：对保本型养老金产品的选择（1）



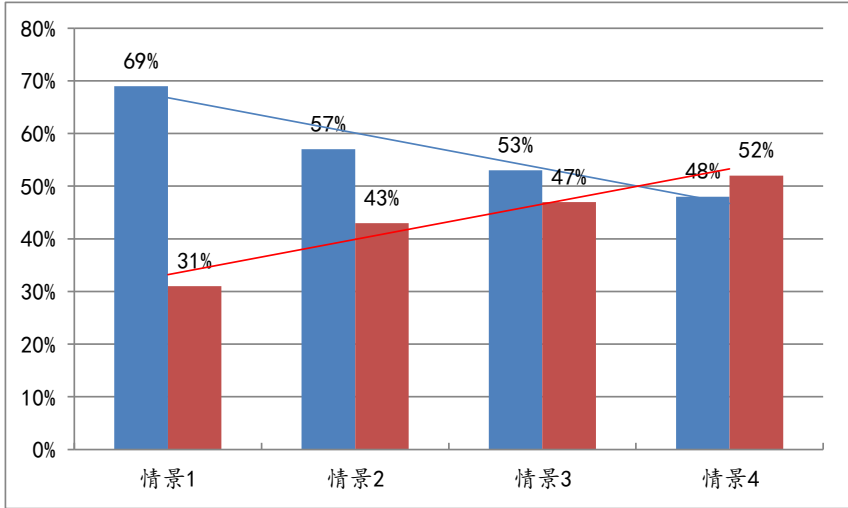
与直觉相符的是，在“风险产品”最高收益不断提升的情况下，抛弃收益更为稳健的“稳健产品”，选择“风险产品”的受访者的比例不断提升，但选择“稳健产品”的比例始终高于“风险产品”。即使在情景 4 下，此时 B 产品的最高收益达到 3 万元，期望收益达到 3450 元（30000 元*10%+500 元*90%），显著高于 A 产品的最高收益 4000 元和期望收益 1900 元，选择“稳健产品”的受访者的比例（59%）仍显著高于选择“风险产品”的比例（41%）。这说明，当“风险产品”获得高回报的概率较低时，人们对风险是极其厌恶的，其面对风险的谨慎程度远高于一般的金融产品。

接下来我们分析另一种情况。当“风险产品”获得高回报的概率大幅提升时，我们发现，受访者的态度会产生“从量变到质变”的过程。我们假设“稳健产品”A 的回报和风险均不变，但“风险产品”B 获得高回报的概率由 10%大幅提升至 70%。

表 4：保本型养老金产品 A 和 B 在领取期可获得的每月给付(2)

保本型养老金产品 A 和 B 领取期每月给付				
情形	产品 A	产品 B	受访者的偏好	
1	30%的概率获得	70%的概率获得 5600 元，30%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
2	4000 元，70%	70%的概率获得 6000 元，30%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
3	的概率获得	70%的概率获得 7200 元，30%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B
4	3000 元	70%的概率获得 8300 元，30%的概率获得 500 元	偏好 A	偏好 B

图 9：对保本型养老金产品的选择（2）



我们看到，此时选择有高概率获取高回报的“风险产品”的比例依然随着“风险产品”B 的回报的增加而上升，并最终产生了“质变”，当“风险产品”可能的收入达到足够高时，选择“风险产品”的受访者的比例超过了选择“稳健产品”的比例。这表明，当高风险的产品具有足够的收益吸引力，且有相对较高概率能获得的高回报时，态度极度谨慎的投资者也会选择高风险产品。

2、非保本型产品——损失比收益更敏感

“非保本”指的是投资者的本金可能会受到损失。前面我

们分析了在具有最低保证收益情景下，人们选择养老投资产品的风险偏好。接下来，我们假设如果不存在最低保证收益的话，人们对养老投资产品的风险偏好会如何变化，即分析受访者在面对可能出现的损失时，对“稳健产品”和“风险产品”的选择偏好。

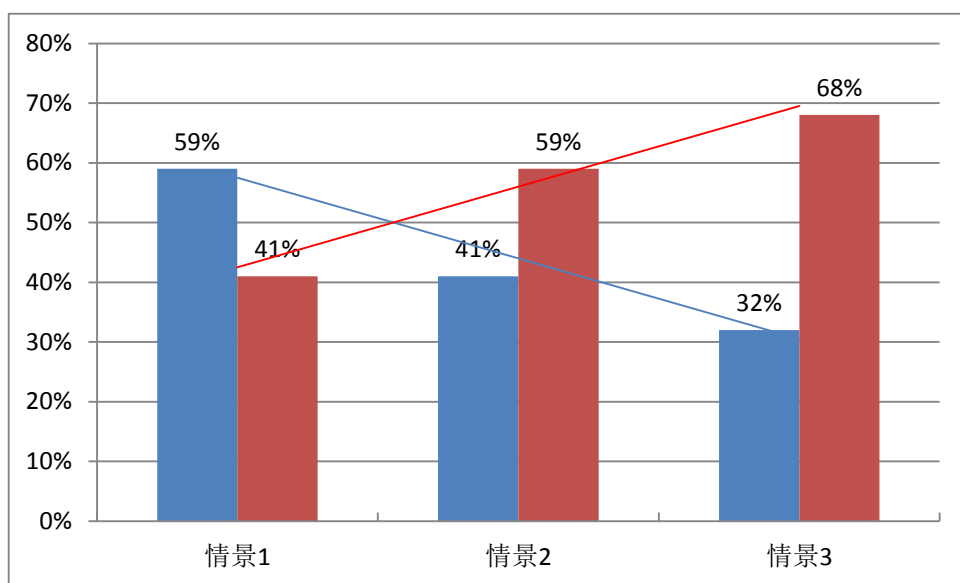
我们设计了以下三种情形，每种情形下分别有两种非保本型养老金产品供选择：“稳健产品 A”和“风险产品 B”，这两种产品均既可能带来收益也可能带来损失，仍然假设投资者的最初投入为 0。

表 5：非保本型养老金产品 A 和 B 可以领取的月给付金额

情形	产品 A	产品 B	受访者的偏好	
1	50%的概率增加 400 元， 50%的概率损失 400 元	50%的概率增加 3000 元， 50%的概率损失 2100 元	偏好 A	偏好 B
2	50%的概率增加 100 元， 50%的概率损失 400 元	50%的概率增加 3000 元， 50%的概率损失 1600 元	偏好 A	偏好 B
3	50%的概率增加 100 元， 50%的概率损失 800 元	50%的概率增加 3000 元， 50%的概率损失 1400 元	偏好 A	偏好 B

我们看到，在情景 1 中，“稳健产品 A”的期望收益为零，“风险产品 B”的期望收益为正。从“稳健产品 A”换到“风险产品 B”，最大收益增加了 2600 元，最大损失只增加 1700 元，期望收益的增加值为（2600 元*50%=1300 元），大于期望损失的增加值（1700 元*50%=850 元），但大部分受访者并没有选择风险产品 B。这说明，当产品整体的期望收益大于零时，人们对损失比对收益更为敏感，增加相同金额的损失会比减少相同金额的收益更使人感到恐惧。

图 10：对非保本型养老金产品的选择



在情景 2 中，“稳健产品 A”的期望收益小于零，“风险产品 B”的期望收益仍然为正。但和情景 1 不同的是，更多的受访者选择了“风险产品 B”。此时从“稳健产品”切换到“风险产品”的期望收益的增加值为 1950 元 $[(3000-100)*50\%]$ ，期望损失的增加值仅为 600 元 $[(1600-400)*50\%]$ ，明显小于情景 1 中的 850 元，因而大部分受访者切换到了“风险产品”。这表明：当人们面对期望损失时，更愿意“搏一搏”，选择具有更高风险但期望收益为正的产品。

情景 3 中，两个产品的最大收益相比情景 2 均没有变化，“稳健产品”的最大损失进一步增加，“风险产品”的最大损失也进一步增加。虽然“稳健产品”的最大损失仍然小于“风险产品”，但我们看到，和情景 2 相比，更多的受访者选择了“风险产品”。这进一步印证了上文的结论：风险的增加比收益的减少更令人恐惧。当人们面对负的期望收益时，更愿意去选择最大损失更大但期望收益也更大的“风险产品”。

（三）受访者在一般投资和养老投资中风险偏好的差异

人们在面临风险时的决策方式会影响他们对金融产品的选择。因此，研究我国消费者的风险偏好倾向，会有利于金融机构更有针对性地设计符合消费者心理感受的养老金融产品。

在本次问卷调查中，受访者在一般投资和为养老而投资这两种不同背景下，对不同收益和损失的金融产品进行选择。我们将得到的调查数据带入“前景理论”的效用函数中，分析受访者面临风险时的决策行为。

结果显示：无论是在一般投资背景下，还是在为养老而投资的背景下，受访者均表现出不同程度的风险厌恶程度，即人们对损失比收益更敏感。尽管人们对养老金产品的投资表现出了损失厌恶，但厌恶水平低于一般投资情形，表现出更愿意接受适当的风险。并且随着家庭月收入的上升、家庭资产规模的上升，居民对风险的敏感程度下降，同时居民高估小概率高收益、而选择相对高风险产品的概率随之上升，选择养老产品时，这一倾向更加明显。

四、建议——政府、个人、金融机构应齐头并进

（一）政府责任：促进养老产品协同发展，推动金融知识普及

2017 年中国老年人口比例高达 17.3%，远超联合国定义的老齡化人口比例 10%。随着老年人口的快速增长和新出生人口数的下滑，本世纪中叶前，我国将面临着严重的老齡化问题。社会基本养老保险也将面临长期入不敷出的困境。同时，由于适齡劳动力向东部发达地区的集中，各地区间的社会基本养老保险

险将会面临不同的收支压力，加大中西部地区的政府压力。作为居民养老金第一支柱的责任人——政府，在稳定居民养老收入预期、满足居民基本养老保障需求方面需要发挥核心作用。如何跨时间、跨地域地协调好养老基金的收支平衡，将成为政府必须面对的重要问题。

除了完善社会基本养老保险，政府还应积极鼓励养老金第三支柱的发展，以此分担政府的压力，推动国人养老准备的多元化。为此，应研究推出有利于第三支柱发展的政策，推出统一的个人退休账户制度，鼓励个人自主选择适合自身需要和偏好的储蓄金额和投资策略；推出并发展相应的税收优惠养老政策，鼓励个人储蓄，提升个人储蓄量。同时，还应积极支持养老目标基金、商业养老年金保险、养老信托产品、住房反向抵押等养老金融产品的发展。

根据调研结果，中国居民的金融素养和其他 14 个国家的居民相比，并没有呈现出明显的优势。政府应大力推动金融知识的普及，提高国人的基本金融素养，这将有助于人们更加积极和有效地为自己的养老作好财务准备。为此，政府需要联合各类金融机构和媒体，普及相关金融产品知识，提升居民养老责任意识和金融素养水平，提升人们对养老金融产品的接受度。

中国居民养老最看重的因素是“完善的医疗服务”，“良好的居住和服务设施”和“良好的自然环境”。因此政府除了通过财务手段提升国人的养老生活水平，还可以利用强大的社会动员能力和组织管理能力，推行新型养老社区建设，丰富社区的养老、医疗、日常照料等功能，让社区成为满足居民多方面、

多层次需求的功能单元，使居家养老成为可能，满足居民的养老愿景。

（二）个人责任：防患未然，及时行动

养老是人生大事，中国居民应当不断增强养老准备意识，尤其是培养责任意识、时间意识以及行动意识。所谓责任意识，指居民应重视对自身养老责任的承担。近年来，随着消费的升级，人们越来越注重当前的生活品质，而忽视了未来养老面临的严峻形势。根据央行发布的数据，2018 年中国居民的储蓄率仅为 46.38%，已创近几十年来的新低，而家庭负债率节节攀升，这无疑加大了退休后的不确定性风险。时间意识是指居民应该提早开始准备，根据调研数据，即使到了 45-55 岁，仍有近 85% 的受访者尚未进行过具体规划。只有提早规划，才能够根据现实情况变化而及时调整、完善，并有更长的时间去积累资金。行动意识则是要求居民将退休规划付诸行动，而不是停留在脑海中，比如将退休计划记录下来，坚持锻炼以保持身体健康等。

此外，提升个人金融素养对作好养老准备至关重要。个人应及时充分了解国家在社会保险和退休政策方面的变化，认真科学评估家庭未来的收支水平和主要结构，寻求专业人员的建议，选择合适的养老金融产品。

（三）金融机构：产品和服务的改善

金融机构应当有针对性地加强对养老金融产品的功能和特点的研究，积极开展产品和服务方面的创新。在以保障为主的产品功能设计上，应充分注意到居民在养老阶段最主要的需求是健康保障，而良好的财务状况是支撑居民健康保障需求的主

要手段。因此，在设计相关金融产品时，将金融产品与医疗、护理、健康管理等服务相互嵌套。在以投资为主的产品功能设计上，应注意到购买者“对损失比收益更敏感”的特点，作好风险与收益的权衡。

在为老年人提供金融服务的渠道方面，对传统渠道和新兴渠道的利用均应加以重视。目前，商业银行、保险经纪和代理机构以及基金公司等是养老产品销售的重要渠道，但互联网第三方平台正以其便捷、高效、整合优势成为更多人投资养老的主要平台。各类金融机构应当在继续重视传统渠道的同时，开拓新兴渠道，着力提升养老产品在较年青一代新目标人群中的渗透力。

在服务内容上，应当做好投资咨询与辅导。目前市面上与养老相关的金融产品众多，金融机构应重视和加强对消费者进行养老投资方面的差异化咨询和辅导，满足人们多样化的需要。同时，还应为消费者提供更有针对性的服务。例如，针对我国居民金融素养和金融知识普及程度不高、对收益和风险的关系认识不足等问题，需要金融机构的专业人员进行知识普及；针对居民对未来医疗保健支出占比和需要长期护理的可能性认识不足的问题，需要加强养老准备教育，以缓解认知程度不够可能带来的风险。

（本文为腾讯金融科技智库、清华大学老龄社会研究中心、清华大学经济管理学院中国保险与风险管理研究中心撰写的《国人养老准备报告》的观点摘要，由协会理财及服务机构部整理）