

# 2022年金融行业研究报告



360智慧商业

# 金融行业宏观概况



# 最终消费对国民经济至关重要，韧性十足

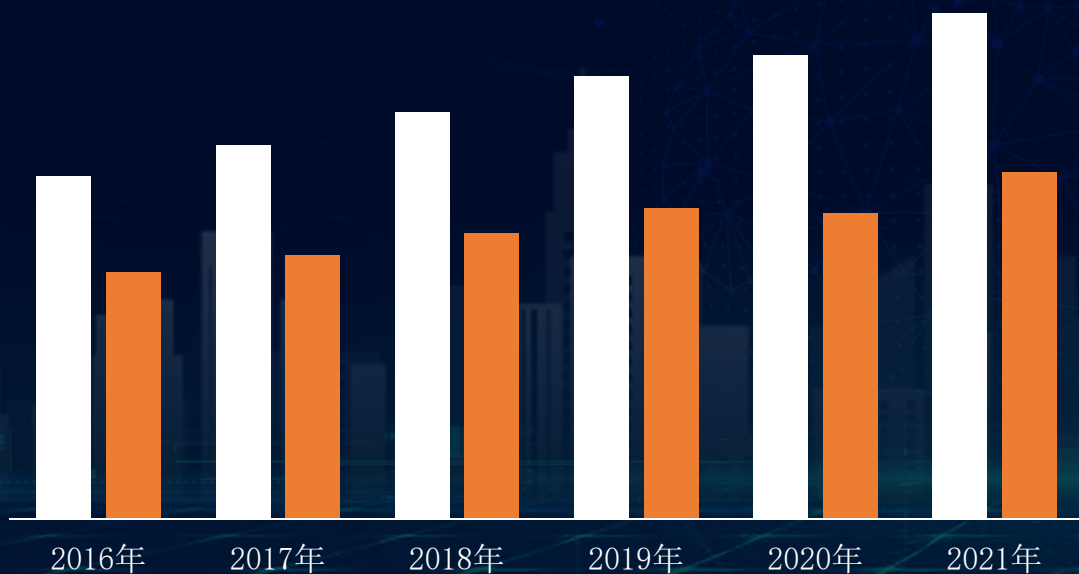
## 2015年-2021年三大需求对GDP增长贡献率



# 居民消费意愿提升，享受型占比大

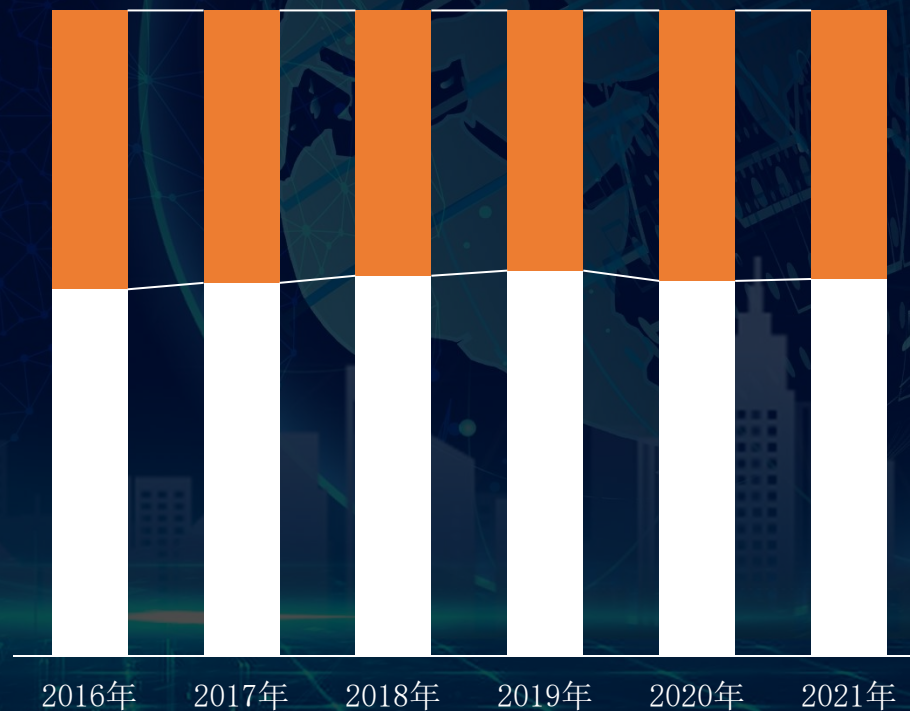
## 2016年-2021年 中国居民人均可支配收入和消费支出

■ 居民人均可支配收入(元) ■ 居民人均消费支出(元)



## 2016年-2021年 中国居民人均消费支出构成

■ 生存型  
■ 享受型



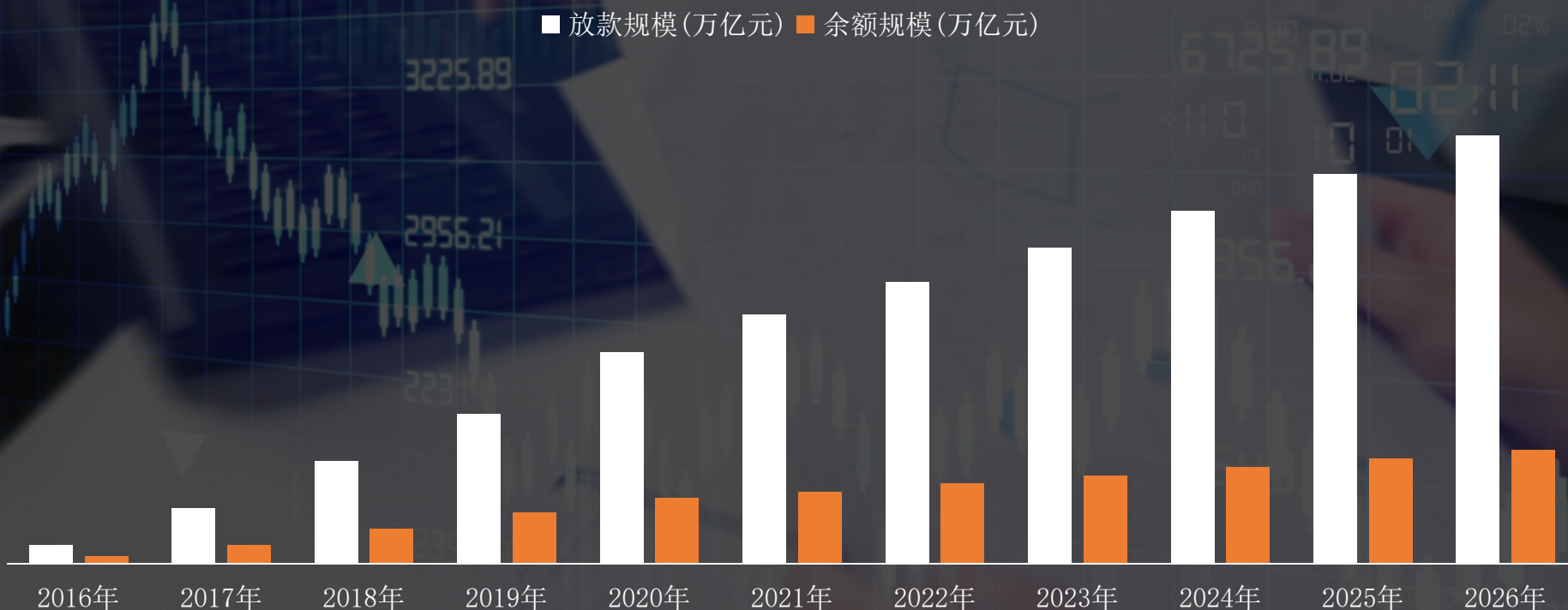
# 消费金融经历40年的发展，逐渐成熟

## 中国消费金融行业发展历程及变化



# 互联网金融成为消费者进行贷款消费的重要途径

## 2016年-2026年中国互联网金融行业放款规模和余额规模



# 行业规模水涨船高，未来可期

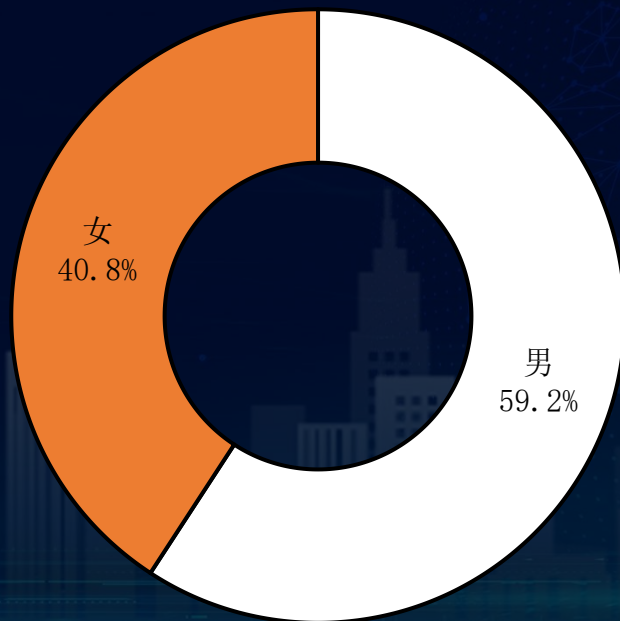
## 2016年-2021年中国互联网消费金融行业规模结构

■ 持牌金融机构放款规模(万亿元) ■ 互联网平台放款规模(万亿元)

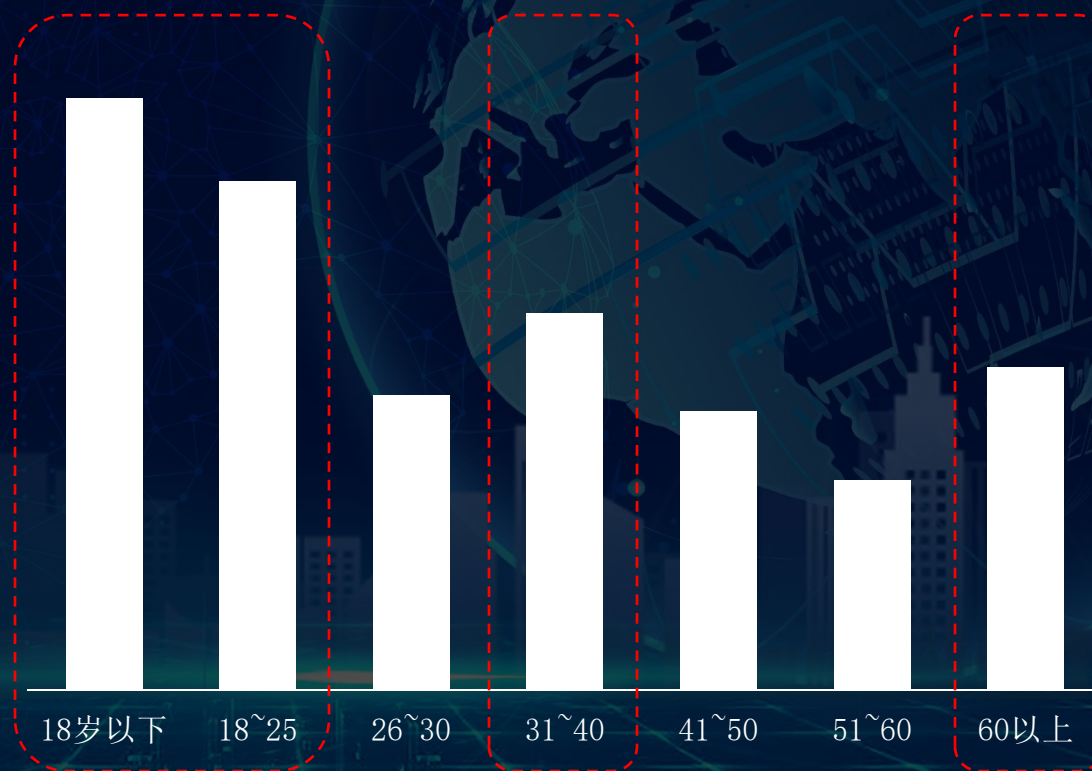


# 男性用户关注占比大，年龄呈三波峰状态

## 2022年360金融用户性别分布



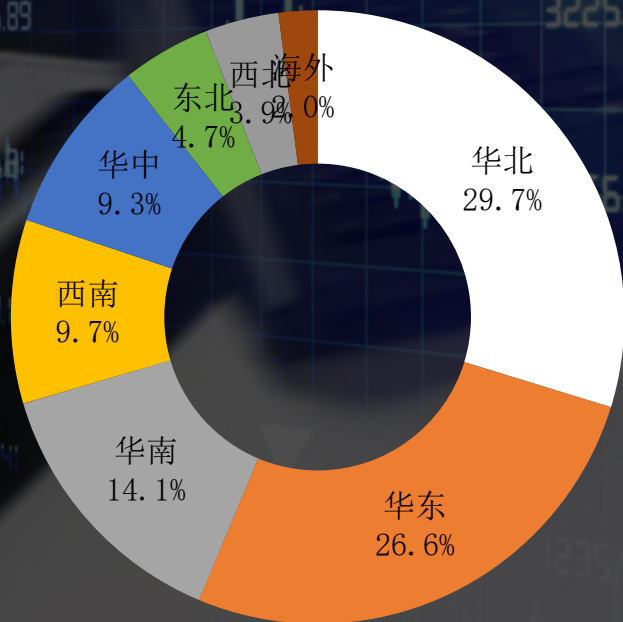
## 2022年360金融用户年龄分布





# 用户集中在经济较强区域，逐级向高线城市递减

## 2022年360金融用户区域分布

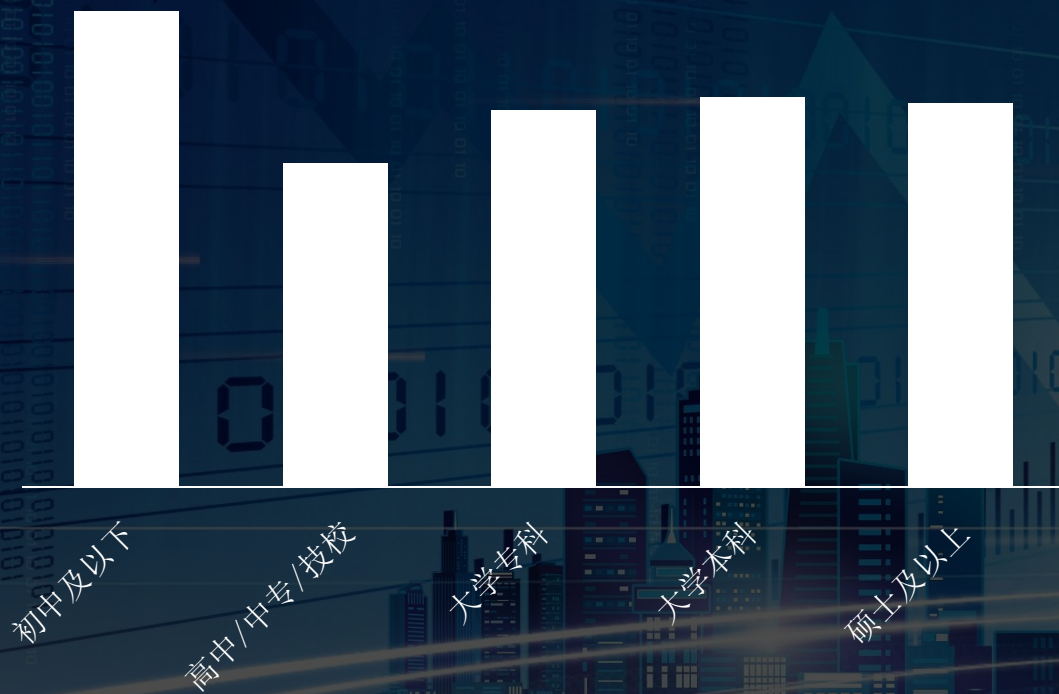


## 2022年360金融用户城市等级分布

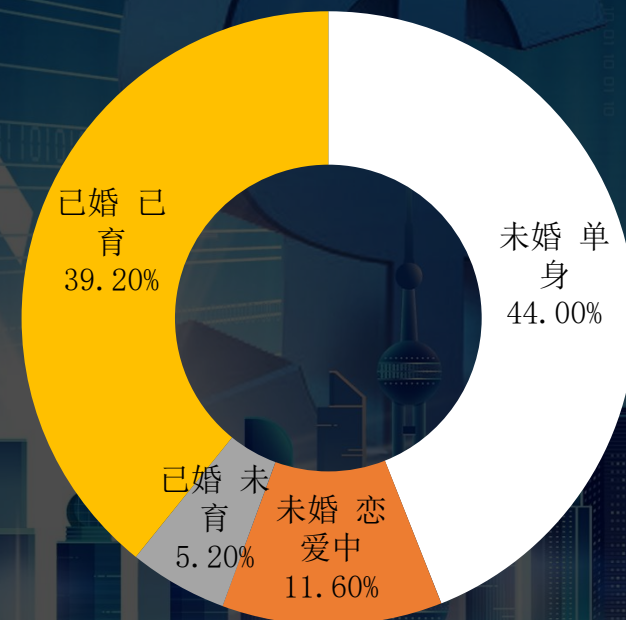


# 学历分布均衡，婚姻状态两极化

## 2022年360金融用户学历分布

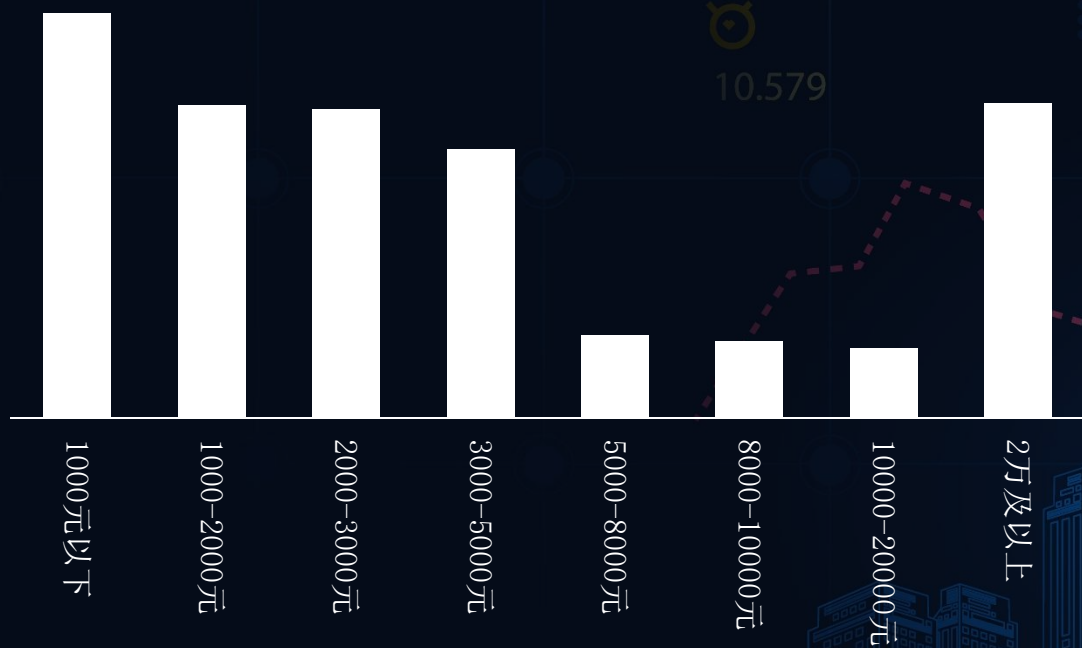


## 2022年360金融用户婚姻状态分布



# 支出和投资存在一定差异，但符合整体财富分配

## 360金融用户月度支出分布



## 360金融用户月度投资占比



# 金融的心智化认知有差异，人货场三域联动



# 金融行业人货场



+11,000.00

187.12

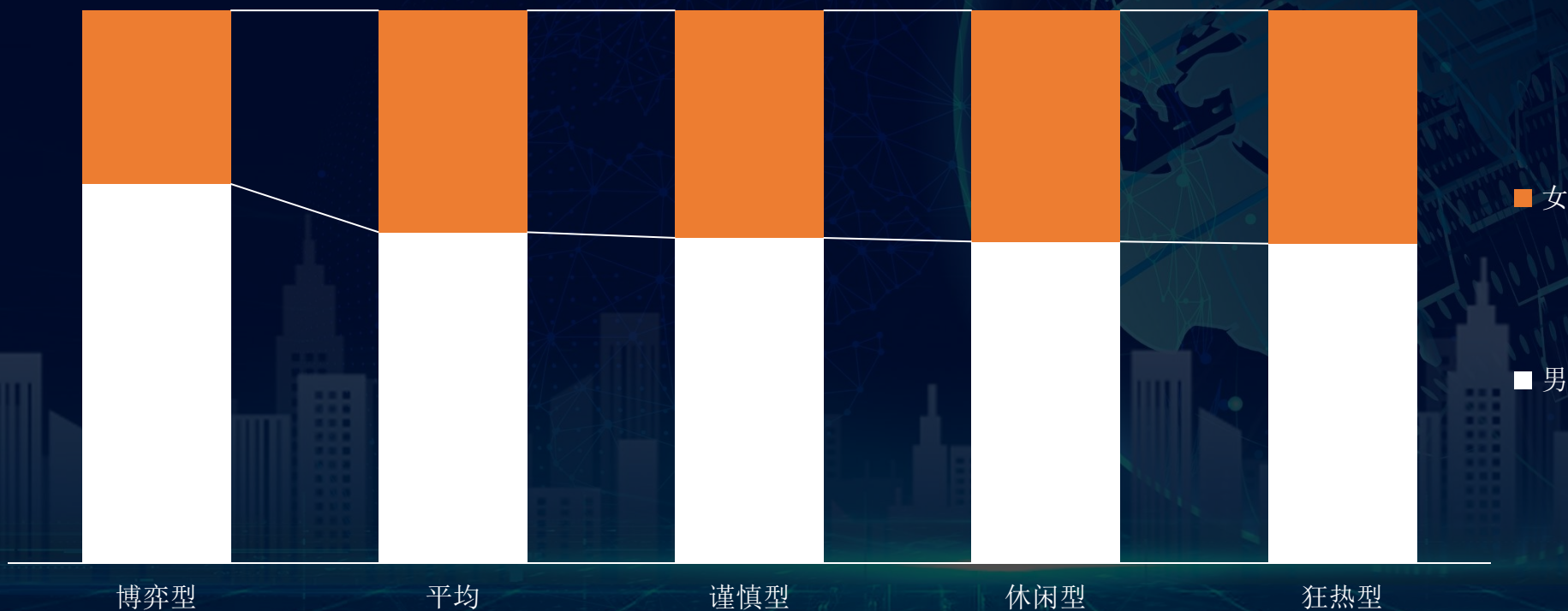
12,00.50



 360智慧商业

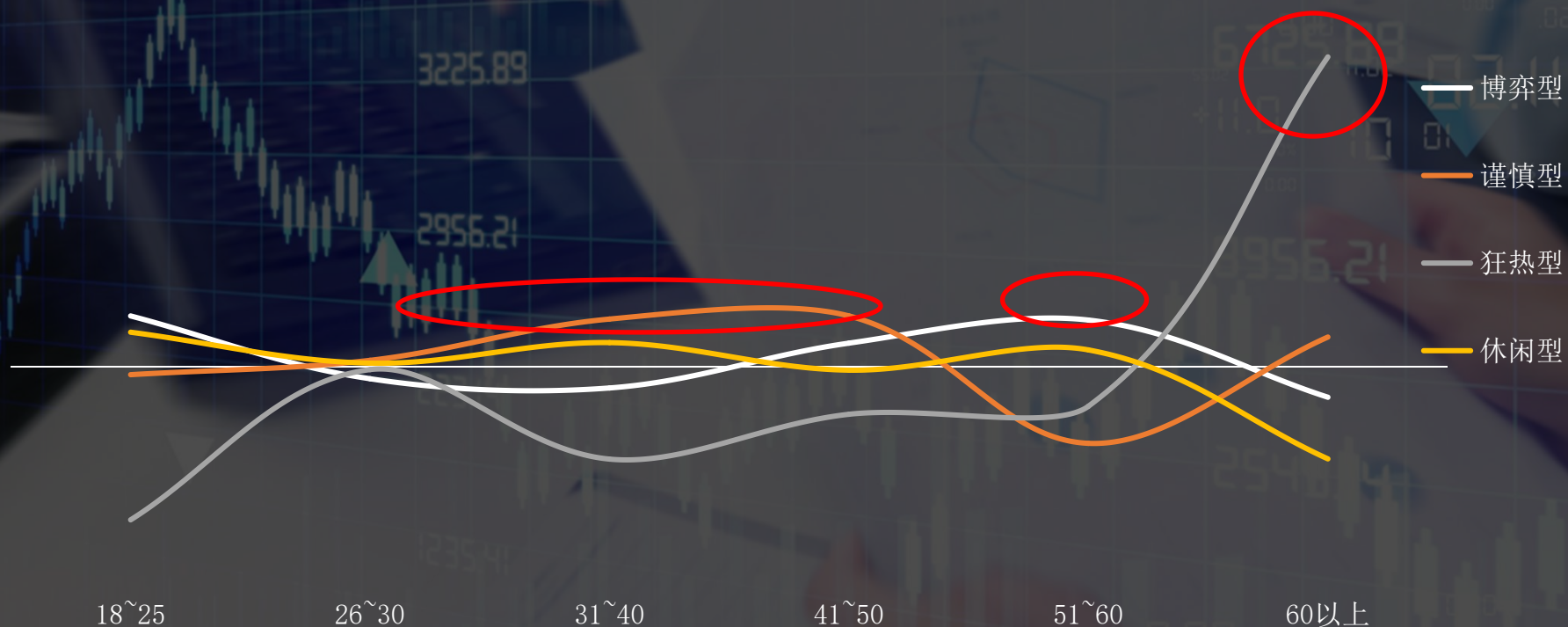
# 男性追求以小博大，女性月支出与投资有相关性

## 360四大类型金融用户性别分布



# 上有老下有小的中坚阶层谨慎为主， 有钱又显得银发族对投资显著度更高

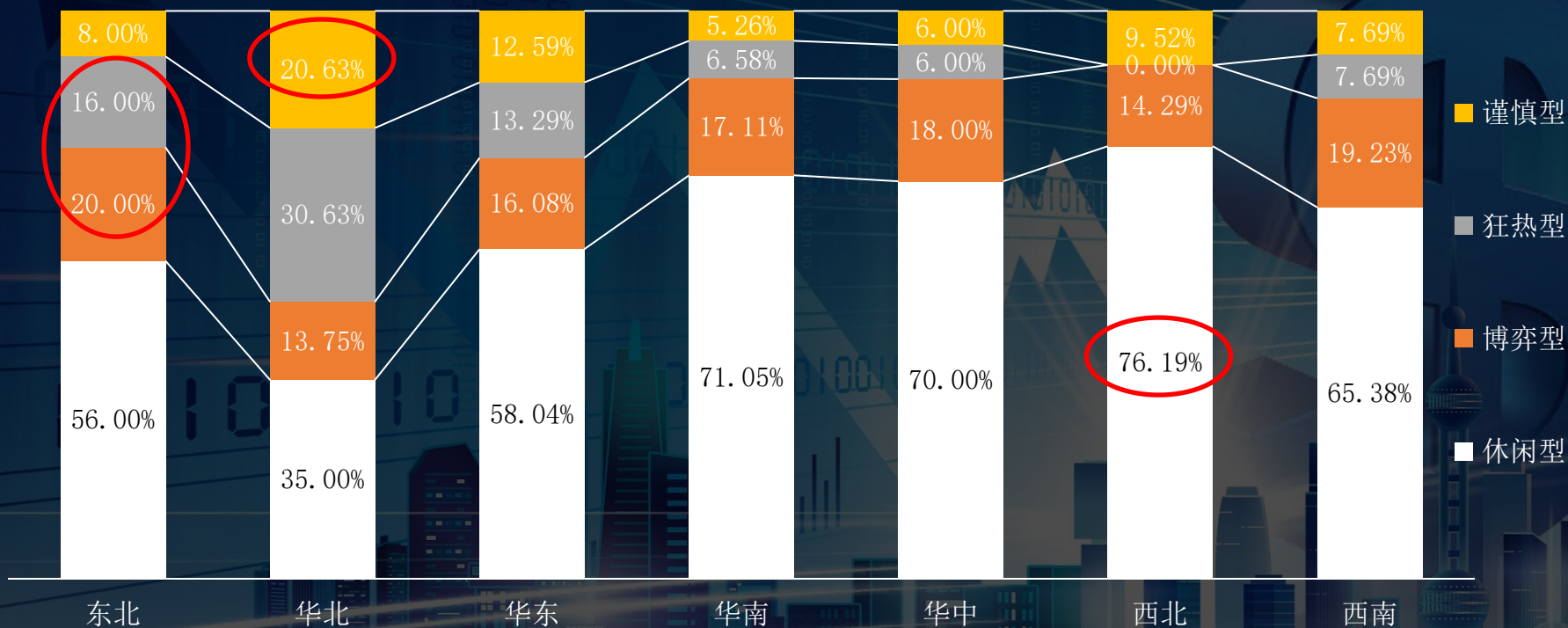
## 360四大类型金融用户年龄显著度





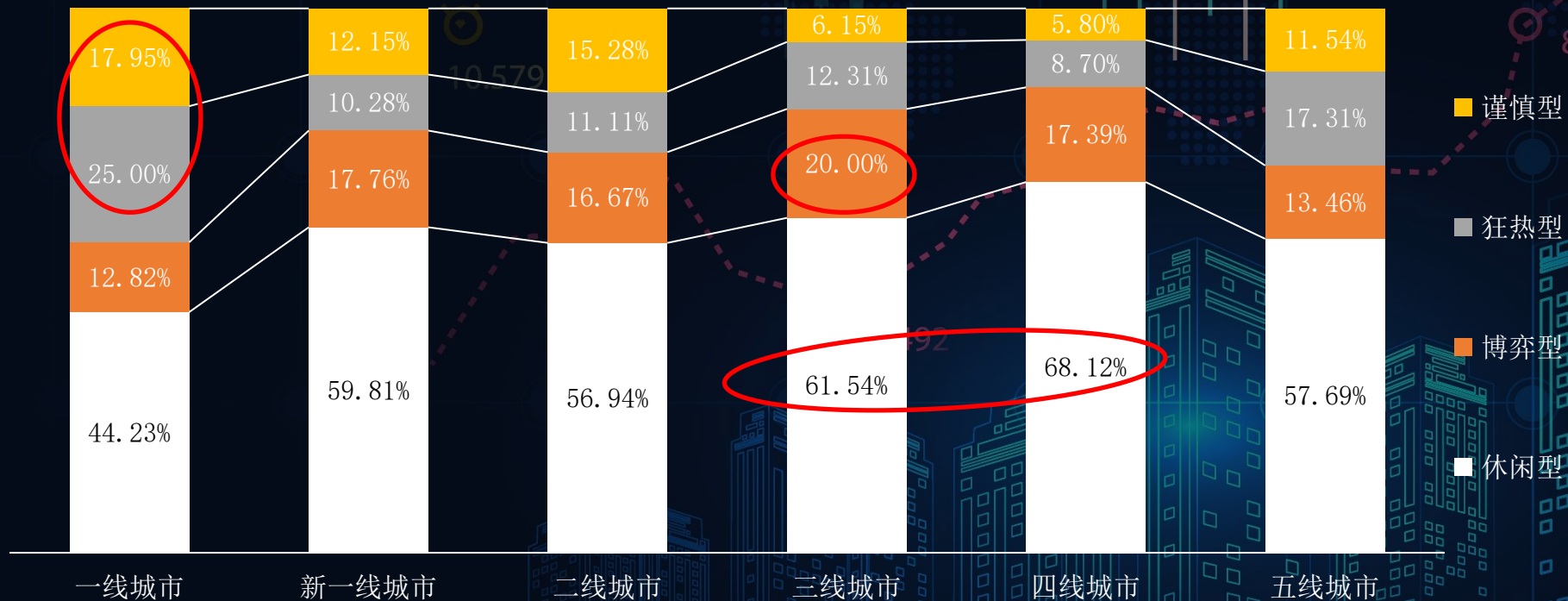
# 东北地区高投资占比大，华北和西北与之相反

## 360四大类型金融用户区域分布



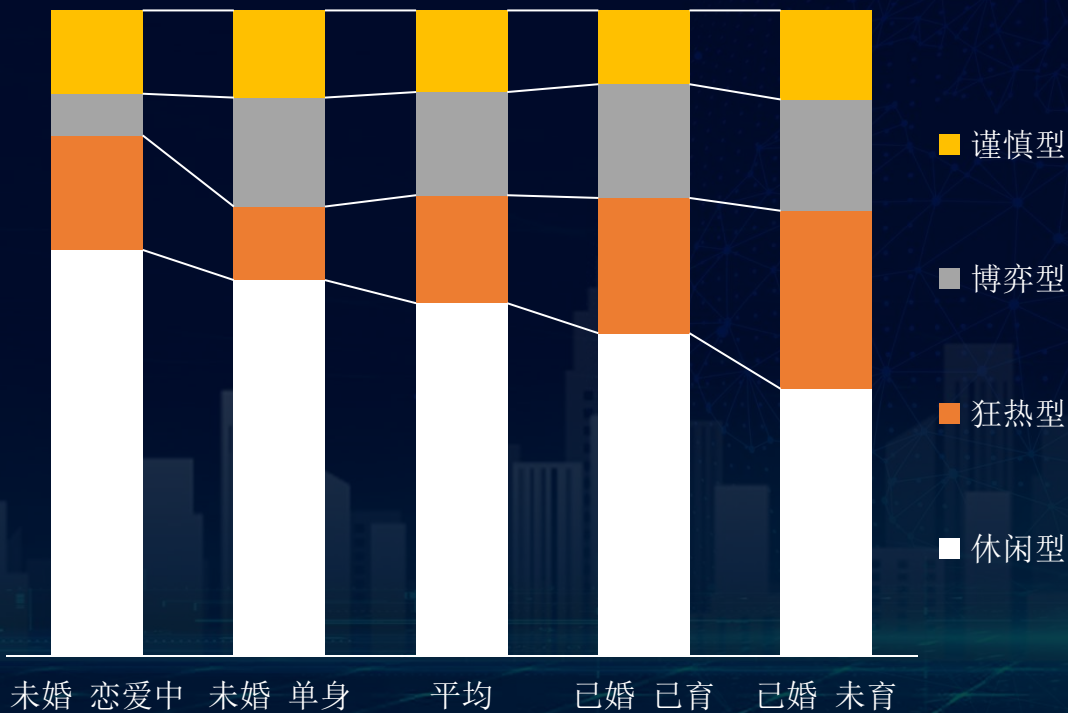
# 一线城市偏爱投资，下沉市场跟偏向理财

## 360四大类型金融用户城市等级分布

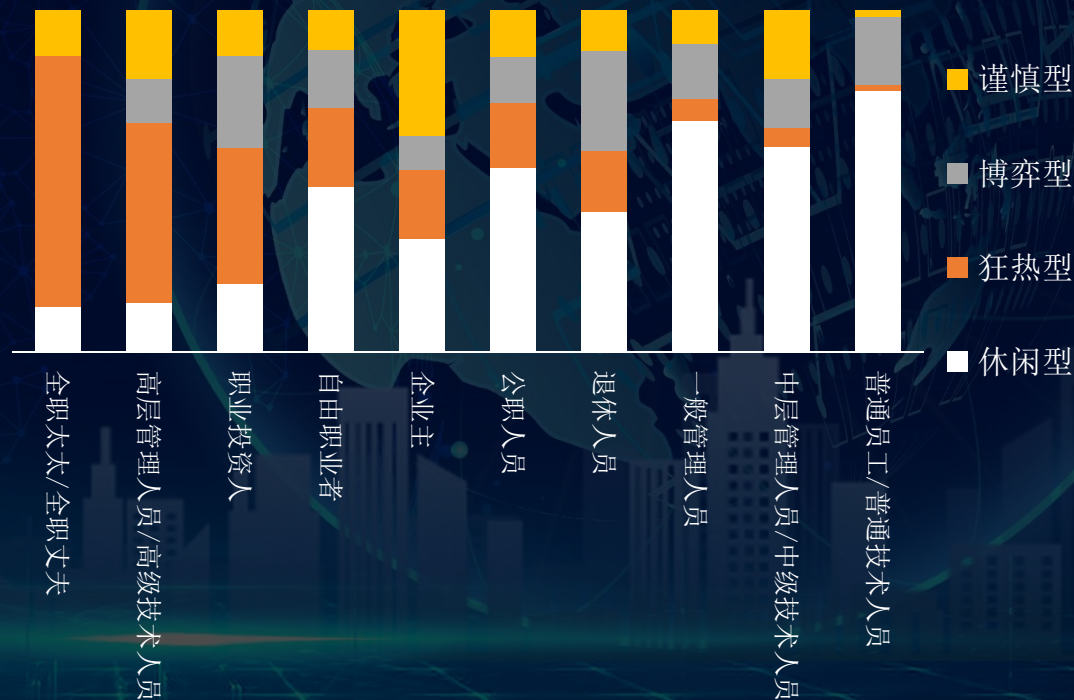


# 已婚家庭的投资是必选项，家庭收入结构是关键

## 360四大类型金融用户婚姻状态分布



## 360四大类型金融用户职业分布



# 金融从业者更高支出高投资，广告行业两极化

## 360四大类型金融用户行业分布



# 休闲型对风险厌恶，博弈型认为是机会

## 360四大类型金融用户对“风险”认知



人

高投资

博弈型

男性显著高过全网水平  
50-60岁的有一定物质基础的用户为主  
东北博弈型用户为主，三线城市为主  
餐饮业更显著  
面对风险会认为是既是机会也寓意着损失

狂热型

男性占比虽高但女性显著度更高  
有钱有闲的高龄用户容易狂热  
华北用户占比显著，且集中在一线城市  
金融从业者居多  
面对风险会感到兴奋

低支出

男性占比虽高但女性显著度更高  
31-40和51-60两个显著波峰  
西北用户更多，三四线城市居多  
企事业单位和互联网从业者  
面对风险会认为是损失

高支出

男性占比虽高但女性显著度更高  
社会中坚力量为主  
华北用户占比显著，也集中在一线城市  
法律与广告行业从业者  
面对风险会认为是机会

休闲型

谨慎型

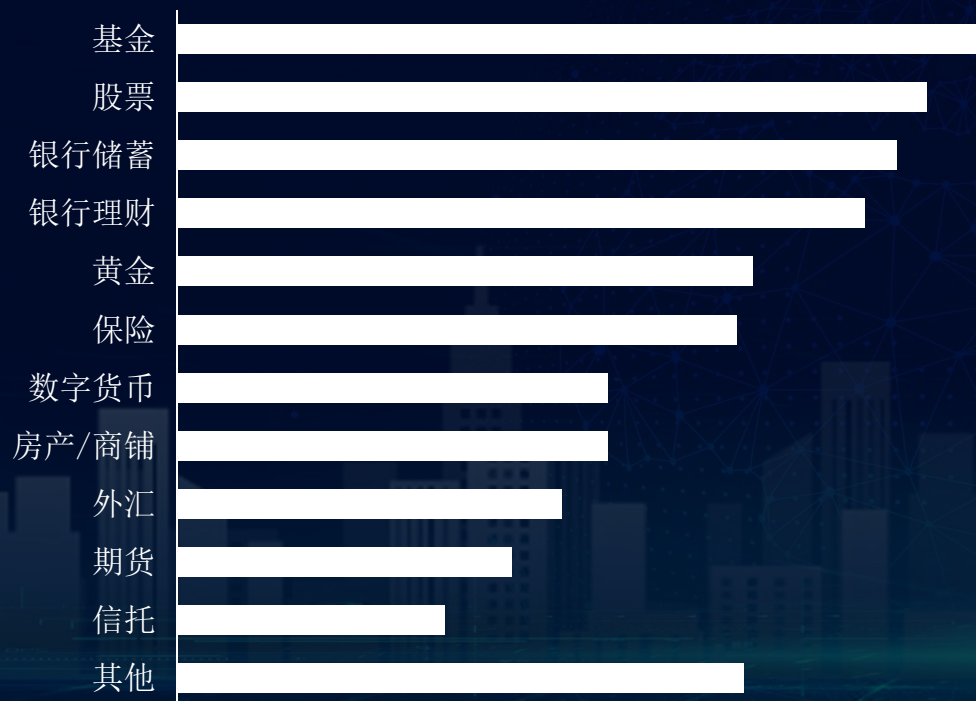
低投资

货



# 基金股票普遍受关注， 但实际投资银行储蓄和理财占比大

## 360金融投资产品分布



## 360金融投资产品实际投资比例分布



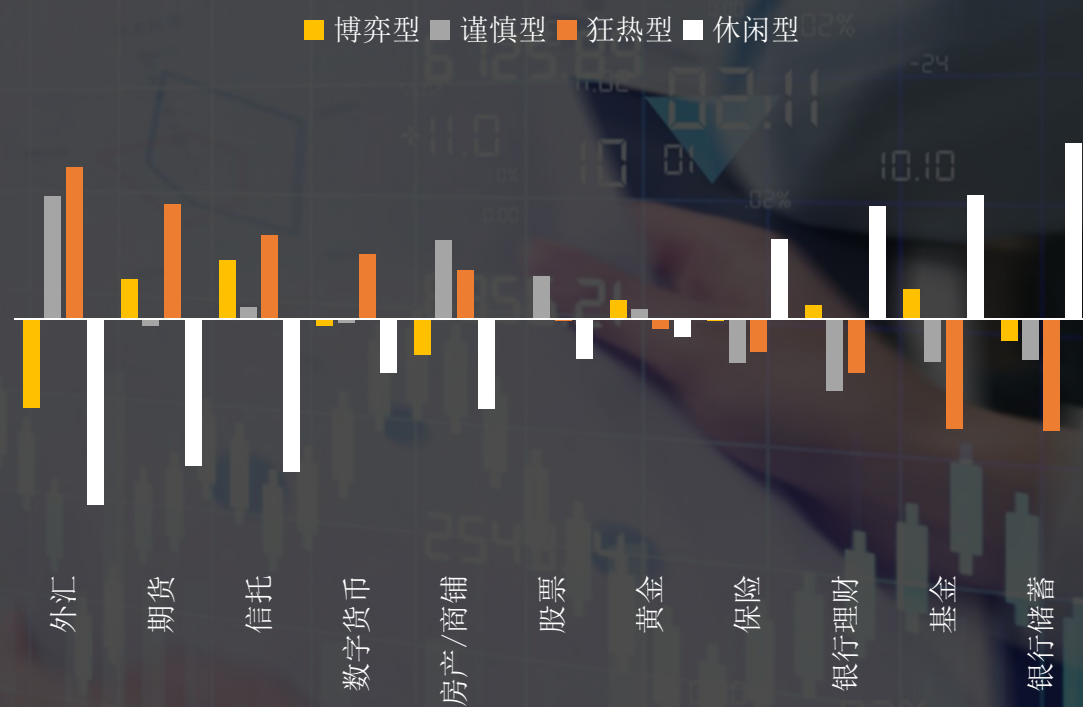


# 细分类型上休闲显著保守， 谨慎和狂热型爱好外汇期货

360四大类型金融投资产品唯一性分布

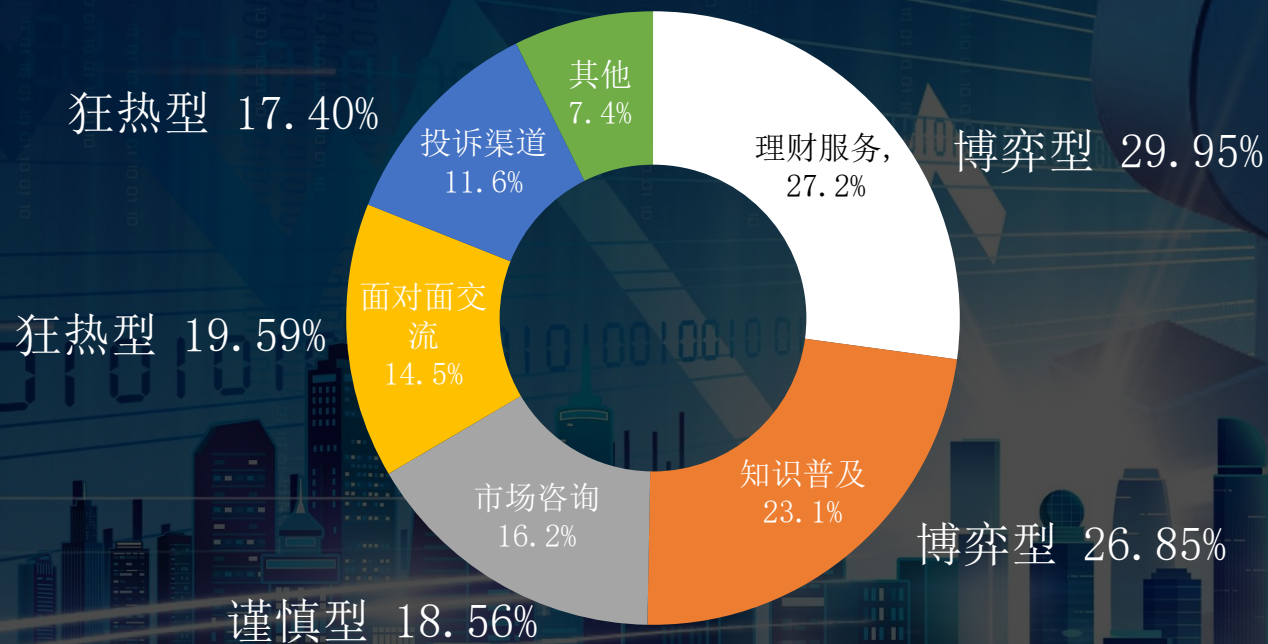


360四大类型金融用户实际投资比例偏爱度分布



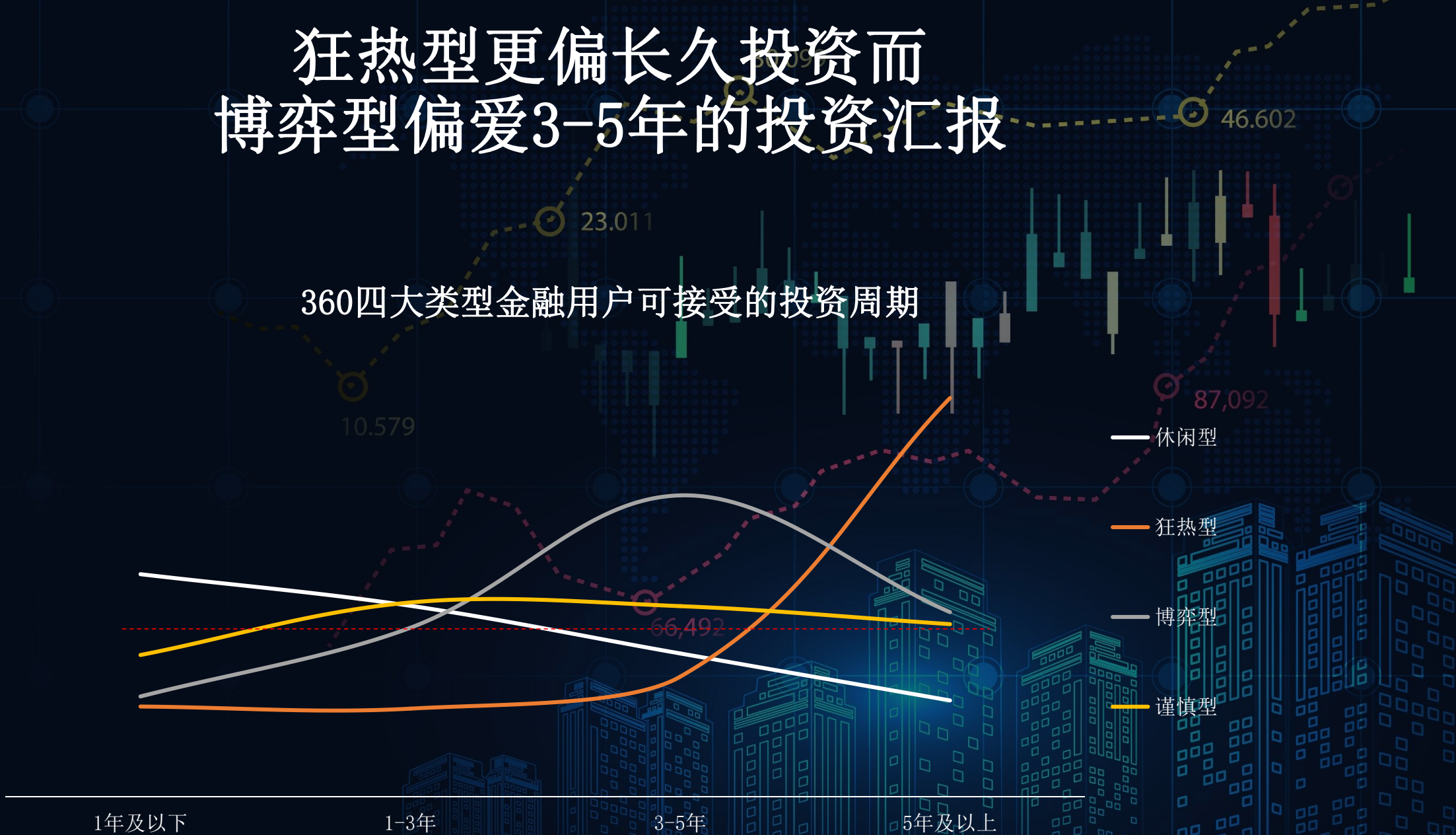
# 博弈型用户更需要更多理财和知识， 狂热型更关注高效率的沟通

## 360四大类型金融用户最希望得到的投资服务



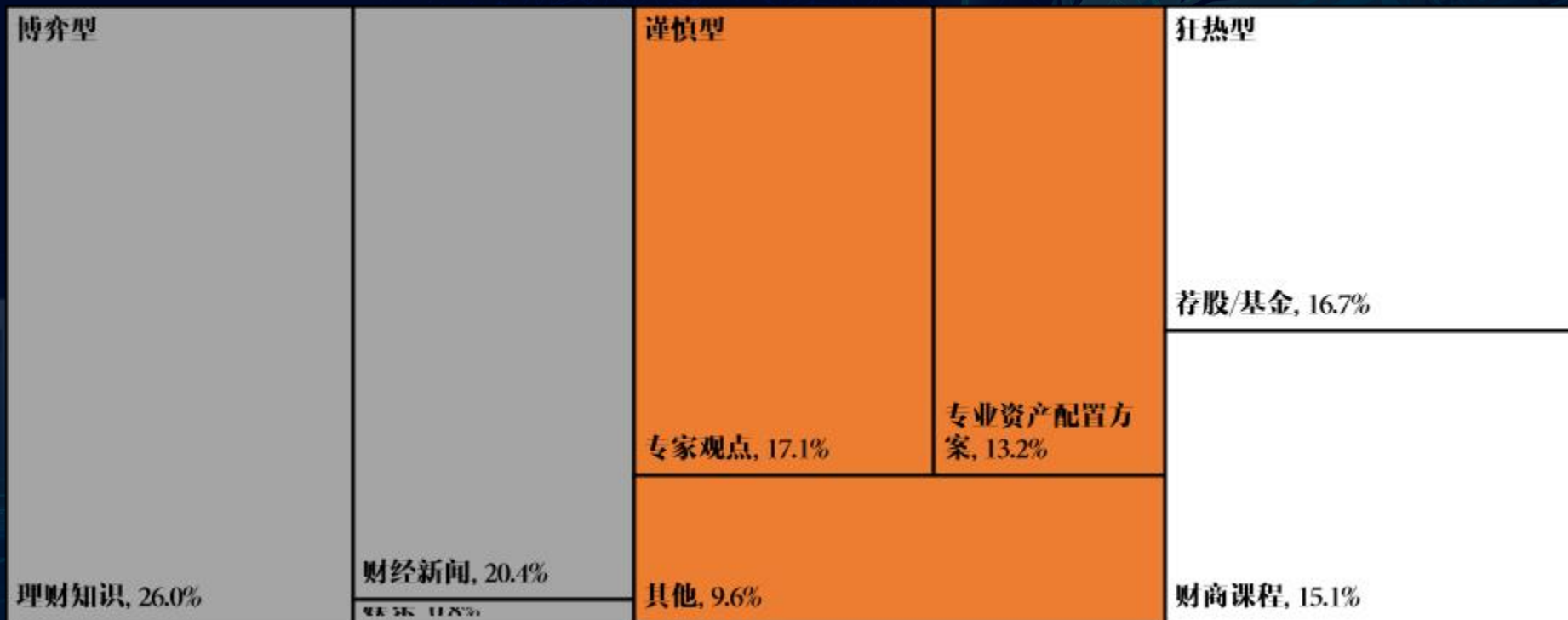
# 狂热型更偏长久投资而 博弈型偏爱3-5年的投资汇报

## 360四大类型金融用户可接受的投资周期



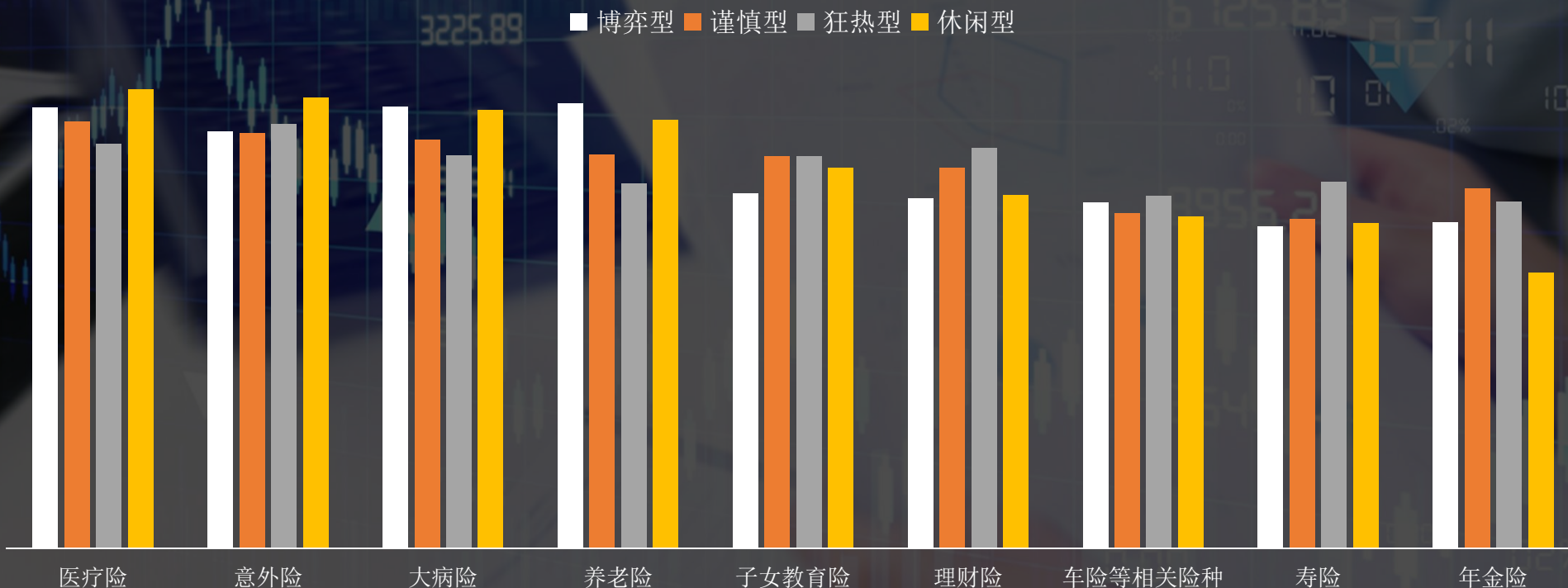
# 博弈型关注理论知识， 谨慎型信奉权威，狂热型迭代自我

360四大类型金融用户最关注的财经内容唯一性分布



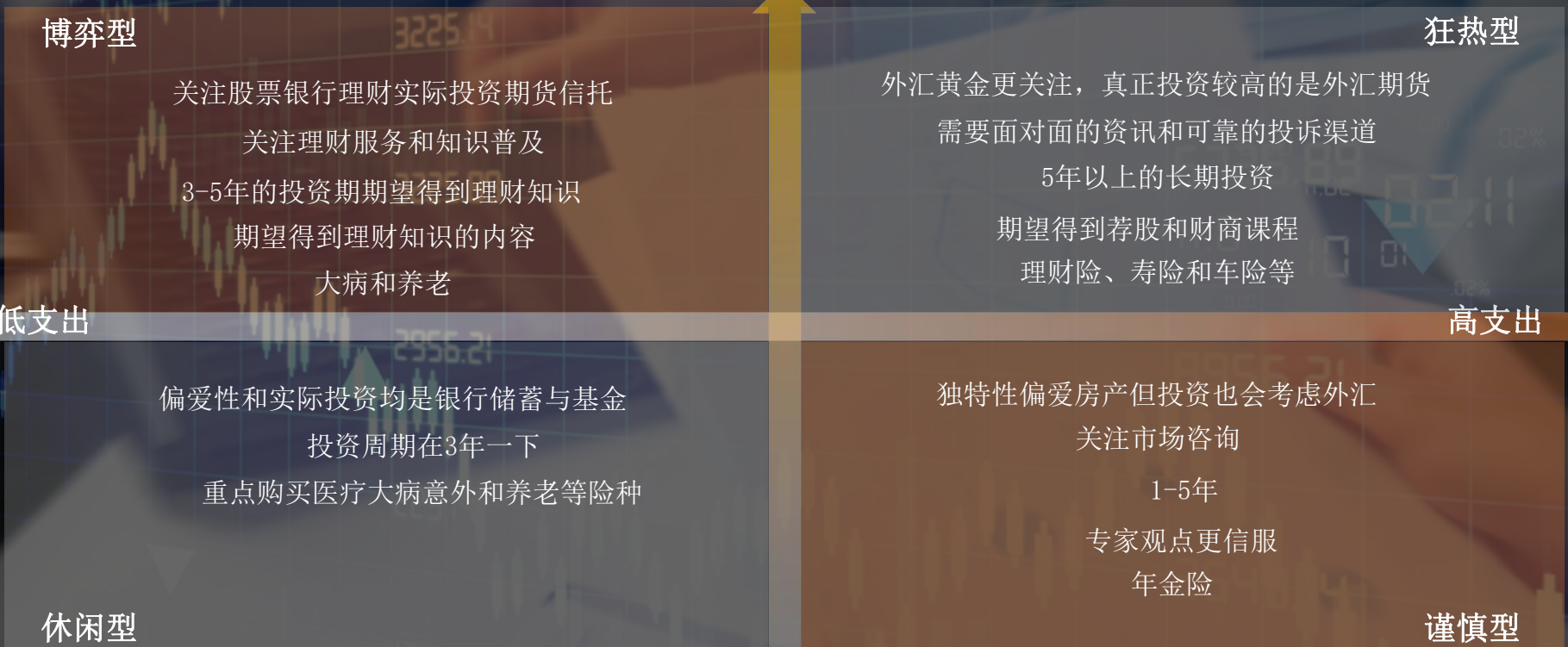
# 医疗险和意外险关注度最高，各类型差异显著

## 360四大类型金融用户购买保险产品金额占比分布



# 货

高投资

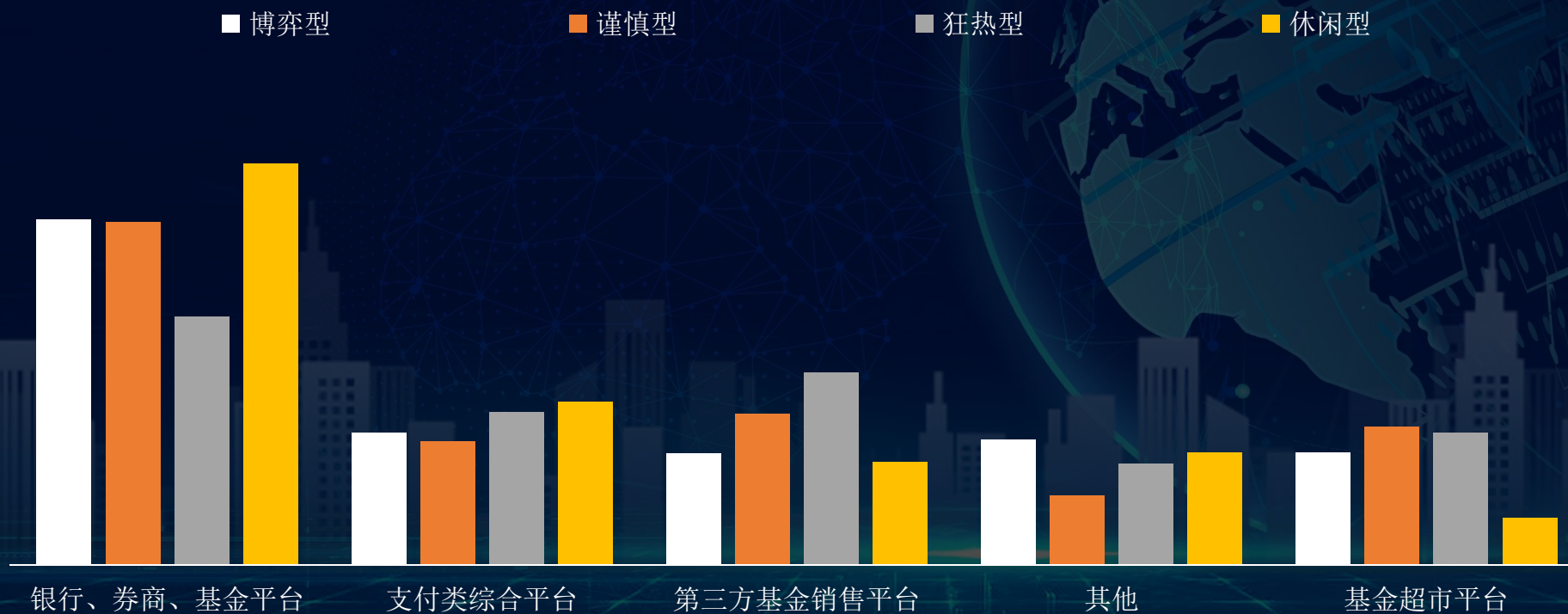


场



# 权威官方平台是投资首选， 而狂热型更具有创新性

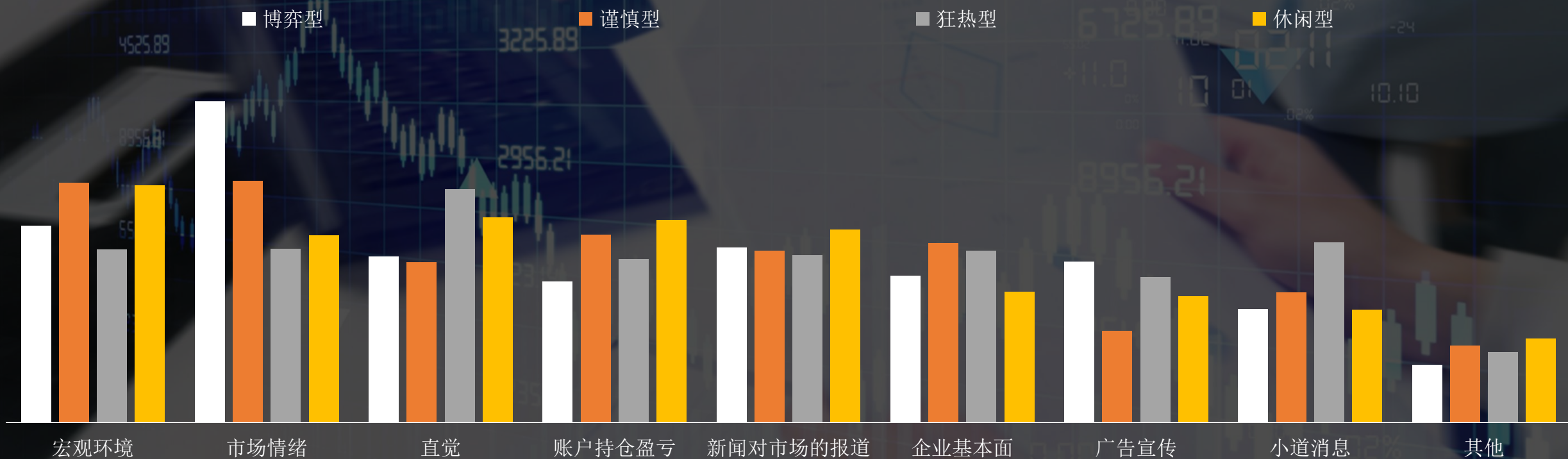
## 360四大类型金融用户购买金融产品的平台选择





# 投资首选关注宏观环境，细分的用户类型存差异

## 360四大类型金融用户购买金融产品的影响因素



# 各类型选择的知识获取渠道各不相同

## 360四大类型金融用户金融知识获取渠道

休闲型		狂热型		博弈型	
		长视频平台 (B站、腾讯视频、爱奇艺、优酷等)	财经付费内容	理财平台	终端工具 (彭博、Wind、同花顺等)
微信公众号	短视频/直播平台 (抖音、快手等)			谨慎型	
其他		订阅券商研报	专业培训班	知识付费平台	参加行业会议

# 博弈型依靠信息渠道，狂热型偏爱随时观察

360四大类型金融用户金融信息获取渠道

博弈型		休闲型		谨慎型	
专业财经论坛/网站	线下金融场景(如银行、证券公司等)	短视频平台(如快手)	搜索平台	亲友推荐	
				信息咨询平台(如搜狐新闻)	
电视节目		其他		狂热型	
				生活圈媒体(如地铁、公交、小区、电梯广告等)	

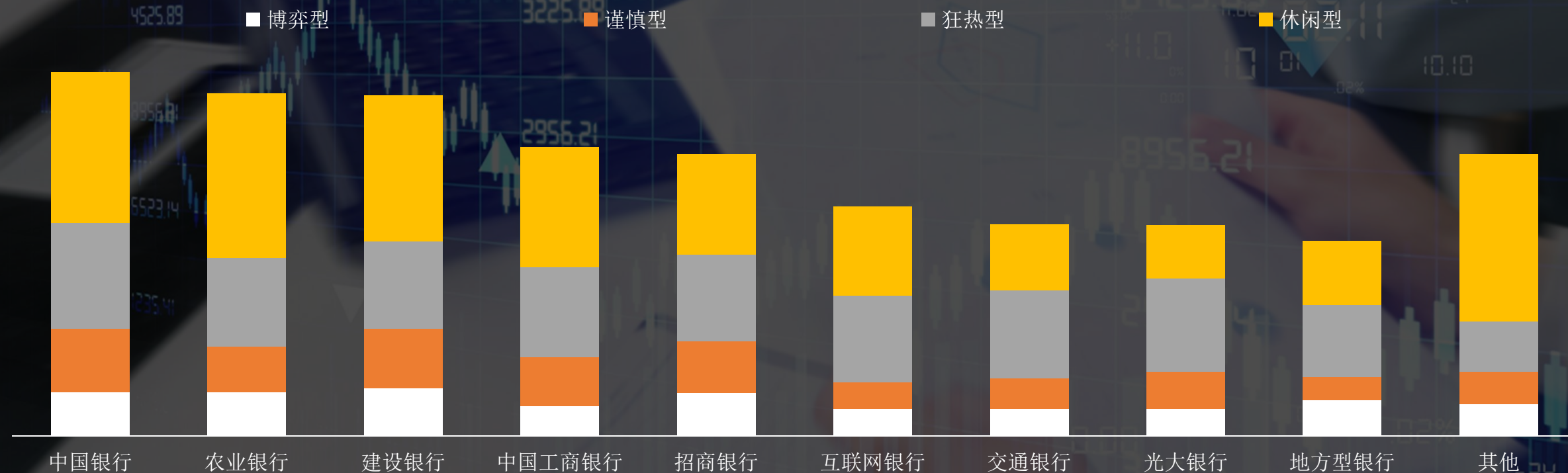
# 休闲型爱好广泛，谨慎型和狂热型相对简单

360四大类型金融用户兴趣爱好分布



# 四大行显然更受偏爱， 招商和互联网银行紧随其后

## 360四大类型金融用户购买的银行理财产品分布



# 场

高投资



# 360金融用户行为趋势



# 洞察宏观, 以“人货场”为依托

宏观背景

最终消费对国民经济至关重要, 韧性十足  
消费金融发展精力40年的发展, 逐渐成熟  
行业规模水涨船高, 未来可期

人

四种类型群体需求各不相同  
一线城市消费者投资力度大  
下沉市场看准时机也能all in  
家庭责任感带动投资金额提升

货

银行储蓄和理财依然占据了大部分实际投资  
信息获取是投资的关键  
搜索平台是或许内容的重中之重  
3-5年是可接受的汇报周期  
医疗险和意外险关注度最高, 各类型差异显著

场

权威官方平台是投资首选  
投资首选关注宏观环境, 和市场情绪  
知识和信息获取渠道多样, 搜索是关键  
四大行的理财产品备受青睐

找对人 说对话 出对价



# 人口 经济 技术三方面诠释消费新动向， 精准定位真实需求



高支出型用户对股票情有独钟  
保险除了人身基本保障，年金险和

主动搜索是高质量用户的首选  
一对一的金融咨询更易推动高净值人群  
四大行等高信任度机构是关键

人群越来越细分  
下沉市场用户值得关注  
投其所好的内容更易被吸引  
银发一族非常值得关注



关注我们

获得更多定制化报告和深度行业洞察