

# 农村中小學生金融素养教育的困境与应对策略

## ——基于江西 2302 个样本调查

江西省金融学会课题组<sup>1</sup>

**【摘要】**：江西省在2012年被中国金融教育发展基金会确定为农村金融教育培训试点省份，目前“金惠工程”试点县已达27个，农村金融教育各项工作稳步推进，农村中小學生金融素养也得到一定提升。但是，随着工作的深入开展，一些原有潜在的问题逐步显现。围绕农村中小學生金融素养问题，人民银行南昌中心支行近期通过问卷调查方式开展了专项调研。调研结果表明：农村中小學生金融素养水平总体较低，风险责任意识较为淡薄；获取金融知识的渠道较多，金融规划意识偏弱；对金融知识的认知存在较大差异，理解和应用能力不足；风险应对处置能力较低，消费者权益保护能力亟待提高。调研还发现，农村中小學生金融素养与自身受教育水平呈现正相关关系，与父母学历、收入及家庭金融从业背景存在明显关联，与地区智能手机普及、网上消费和结算方式也存在一定联系。当前试点地区的相关政策实施虽取得一定效果，但考虑到工作推进的长期性、宣传教育内容的局限性，特别是当地不具优势的经济金融特征，金融素养水平并不比非试点地区高。据此，建议从丰富教育内容、拓宽传播渠道、强化教育规划等方面加强农村中小學生金融素养教育。

**【关键词】** 金融素养 金融教育 金惠工程

**【中图分类号】** F832 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006-169X (2018) 10-0004-05

**基金项目**：中国金融教育发展基金会2018年度专项课题“农村地区中小学金融素养现状评价研究”（18cfdfezx02）。

江西省金融学会课题组组长：张智富；成员：郭云喜，曾省晖，柳翠，葛正灿，张朝洋。（江西南昌 330008）

### 一、金融素养的基本情况

为加强农村金融教育，人民银行南昌中心支行早在2010年就在婺源县龙山中学开展金融教育，自2012年江西省被中国金融教育发展基金会确定为农村金融教育培训试点省以来，一直在积极指导试点县与县内部分农村地区建立“金惠工程”的工作联系，并多次组织大规模的志愿者活动。据不完全统计，截至2017年11月末，全省8个试点县开展的农村金融知识培训活动不少于300次，累计参训人数571.5万人次、发放教材20.8万本、发放宣传资料915.5万册。而且，遂川县和婺源县还与当地教育部门联合在8所中学组织开设培训课程，推进金融知识教育普及工作。2018年，试点县总数达到27个。调查在江西省辖内80个县开展，从基本金融产品认知、基本金融知识理解、金融风险与回报、收入用途规划、金融权益保护以及个人、家庭和地区基本情况等方面设置45个问题构建农村中小學生金融素养测评框架。由专人进入样本中小学与调查对象进行面访，每个县随机选择30个左右中小學生，共发放问卷2302份，回收有效问卷2302份。调查样本分布见表1，基本涵盖了不同年龄段、学历层次、家庭背景的农村中小學生。

表1 调查样本分布

<sup>1</sup>作者感谢中国金融教育发展基金会对本次调研的支持和业务指导，同时感谢全省人民银行系统相关负责人及经办人员对本次调研的支持和艰辛付出。

类别	选项	比例	类别	选项	比例
性别	男	54.3%	学习阶段	小学	50.3%
	女	45.7%		初中	49.7%
年龄	8岁以下	8.9%	每周金融教育时间	没有	64.3%
	9~10岁	18.6%		小于2小时	31.1%
	11~12岁	25.6%	2~4小时	3.6%	
	13~14岁	30.3%	4小时以上	1.0%	
	15岁以上	16.6%	每月消费支出	500元以下	61.8%
小学及以下	11.6%	500~1000元		27.3%	
父母最高学历	初中	32.9%	父母年收入	1000元以上	10.9%
	高中/中专	36.1%		5万元以下	25.4%
	大专	8.2%	5~10万元	46.2%	
	大学本科	10.4%	10~20万元	20.3%	
	研究生及以上	0.8%	20万元以上	8.1%	

调查结果显示，农村地区中小學生金融素养整体有待提高，基本呈现以下特征：

#### （一）金融素养水平总体较低，风险责任意识较为淡薄

农村中小學生的金融行为和消费观念总体比较健康，但是大部分被调查者的金融知识水平较低，风险责任意识较为淡薄。一是金融教育情况：绝大部分被调查者表示对主动掌握金融知识的积极性不高，投入金融教育的时间很少。调查发现，对平时掌握金融知识没兴趣或基本没兴趣的被调查者达到87.2%，在金融教育时间方面零投入的被调查者达到64.3%，明确表示自身未掌握基本金融知识的被调查者占比达到48.9%。二是信用评价情况：大部分被调查者都能认识到信用评价的重要性，赞成谨慎维护信用记录，但是对于不良信用记录后果的认知仍不够清晰。调查发现，83.0%的被调查者对“信用很重要，要小心维护”持同意或基本同意态度，但只有47.9%的被调查者对“不良信用记录会对日常金融生活造成负面影响”持认同或基本认同态度。三是消费支出情况：大部分被调查者认为应坚持合理支出的消费观。调查中，月消费支出在500元以下和500~1000元之间的被调查者占比分别为61.8%和27.3%，且除了日常学习生活费用外，被调查者基本能将其他支出在社交、购物和学习等方面合理均衡使用。四是风险回报情况：大部分被调查者无法准确理解风险与回报的关系，且不了解或不知道风险多样性和分散投资的概念。调查中，仅有43.3%的被调查者对“回报越高对应的风险也通常越高”持同意或基本同意态度，同时对“多样化投资的风险通常低于单一投资”持同意或基本同意的被调查者占比也仅为32.3%。

#### （二）获取金融知识的渠道较多，金融规划意识偏弱

大部分被调查者可通过多种渠道积极获取金融知识，对一笔未知收入倾向于兼顾多种用途，对金融纠纷投诉渠道有一定了解，但是许多消费者财务规划意识薄弱。一是获取金融知识情况：被调查者获取金融知识的既有渠道和渴望渠道都分别呈现多样化且相对集中的特征，但是现实情况与主体期望存在客观不一致性。调查显示，最主要通过电视、网络 and 宣传册了解金融知识的被调查者占比分别为35.4%、19.1%和17.1%，但最希望通过课堂、网络和电视了解金融知识的被调查者占比分别为32.6%、23.8%和17.1%。二是金融规划意识情况：被调查者普遍缺乏金融规划意识，特别是对于作为收入用途规划的投资规划意识明显不足。调查显示，对于一笔可能的未知收入，倾向于用作储蓄、投资或消费多种用途的被调查者占比达到53.6%，且有53.2%的被调查者对于“钱是用来花的，没有必要进行理财”持否定态度。三是信用借款使用情况：绝大多数被调查者在消费时以现金或类现金方式支付，对于使用信用借款进行支付的情况极少。例如，调查发现只有3.7%的被调查者在进行网络支付时会涉及使用到期一次性还清的金融产品或分期的金融产品支付。

### （三）对金融知识的认知存在较大差异，理解和应用能力不足

被调查者对各类金融知识的认知存在较大差异，对于银行卡知识有一定了解，但是对贷款、信用、投资和保险知识的认知则明显不足。一是银行卡知识认知情况：被调查者对银行卡知识有一定了解，但大部分被调查者只知道存折和银行卡，而对信用卡等其他银行产品则知之甚少。调查显示，了解存折或银行卡的被调查者占比为64.3%，而了解信用卡的被调查者仅占14.4%，且仅有34.1%的被调查者表示能或基本能区分信用卡与借记卡。二是存贷款知识认知情况：大部分被调查者缺乏利率比较能力、贷款前准备能力以及使用利率对存款余额进行简单计算的能力。调查显示，对于“期限越长，通常利率越高”持同意或基本同意态度的被调查者占比仅为35.1%，且只有27.1%的被调查者认为贷款前应分产品和分机构进行比较，同时能够基于给定存款利率对存款账户余额进行准确计算的被调查者仅占45.9%。三是保险知识认知情况：大部分被调查者不清楚保险保本功能和退保规定，对于重复财产保险分摊原则认识模糊。调查发现，只有27.1%的被调查者认为买保险可以降低风险，对“保险购买额度越高越好”持否定态度的被调查者仅占17.2%，表示将同一财产向多家保险公司投保无法在发生损失时获得更多赔偿持否定态度的被调查者仅占19.3%，同时仅有22.1%的被调查者给出了只有在规定期限内才能退保的正确回答。四是通货膨胀知识认知情况：绝大部分被调查者对通货膨胀的理解和应用不足。调查显示，高达83.3%的被调查者不能准确理解通货膨胀并对通货膨胀与利率之间的关系进行分析。

### （四）风险应对处置能力较低，消费者权益保护能力亟待提高

尽管被调查者对风险收益具有一定认识，但是对假币和电信网络诈骗的风险应对处置能力普遍较低，大部分被调查者不能通过正确有效途径解决金融纠纷问题。一是反假币能力情况：大部分被调查者不能正确处理误收假币问题。调查显示，有27.2%的被调查者经历过误收假币，能或基本能辨别出假币的被调查者仅占36.3%，在误收假币后只有51.4%的被调查者选择上交银行或公安机关，而错误选择自行留存或撕毁的被调查者占比达到30.4%。二是反诈骗能力情况：有相当部分的被调查者缺乏相关的金融教育。例如，在反电信网络诈骗方面，调查显示，未接受学校专门教育或家长提醒教育的被调查者达到46.4%，而对此存在盲目自信或短视等行为偏差的被调查者亦达到38.0%。三是金融纠纷投诉情况：大部分被调查者的回答显示，在解决购买金融产品或服务发生的纠纷时无法采取有效措施。调查发现，倾向于默认现状、不投诉或不知道投诉渠道的被调查者占比达到52.3%，且选择向监管部门投诉的比例（22.4%）低于向金融机构直接投诉的比例（25.3%）。

## 二、金融素养的差异化对比分析

### （一）金融素养与自身受教育水平正相关，而与性别、年龄的关系不明显

通常来说，性别、年龄、个人受教育程度等因素会影响中小学生的金融素养。一是从性别角度看，金融素养的整体指标显示，男性被调查者的金融素养水平略高于女性被调查者。例如：男性被调查者基本掌握基础金融知识的比例为50.2%，仅高于女性被调查者0.6个百分点，说明受益于农村男女平等观念的传播及对女性受教育权的保障，农村男性和女性中小学生的整体金融素养并不存在明显差异。但是，在金融知识认知、理解应用及权益保护等个别细化指标方面也确实存在一些差异，男性被调查者回答正确比率一般比女性高3~6个百分点。二是从年龄方面看，13~14岁被调查者掌握基本金融知识的比例最高（54.2%），但总体上金融素养评价与年龄的关系并不显著。主要原因在于：我国农村金融发展仍有很大提升空间，很多金融产品和服务对于不同年龄段的中小学生而言都比较新颖；同时，受限于调查样本，可能因存在相当部分被调查样本未接触金融产品和服务而导致样本偏差。三是从学习阶段看，教育水平能显著提高中小学生对金融产品和金融知识的理解能力，引导其正确使用金融产品和服务。调查发现，初中被调查者具备基本金融素养的比例为53.0%，比小学被调查者高4.2个百分点，且其他细化指标也都比小学被调查者高，特别是在风险回报、信用评价和利率应用方面表现得尤为明显，说明金融素养与教育水平呈现正相关关系。

### （二）金融素养与父母学历、收入及家庭金融从业背景都存在明显关联

父母的受教育程度、收入水平、金融从业背景也会对中小學生金融素养产生重要影响。一是从父母学历看，被调查者的父母学历越高可视为家庭金融教育越好，当被调查者的父母最高学历为研究生及以上时掌握基本金融知识的比例达到70.0%，而当被调查者的父母最高学历为小学及以下时掌握基本金融知识的比例仅为46.8%，总体上父母学历越高的被调查者表现出的金融素养也越高，尤其是在金融知识理解应用及投资理财规划意识方面表现得尤为明显。二是从父母收入看，父母拥有较高的收入意味着青少年可以支配更多的资产，有更多的机会参与可能的金融活动，对金融风险的感知能力更强，有助于塑造良好的金融技能和金融交易行为，进而促进金融素养水平提升。例如，调查发现，父母总收入在5万元以下的被调查者掌握基本金融知识的比例为48.1%，而父母总收入在30万元以上的被调查者的该比例达到62.3%。三是从家庭金融从业背景看，当被调查者的家庭成员从事金融行业工作或经济金融教学工作时，掌握基本金融知识的比例达到61.4%，总体上会表现出更高的金融素养，特别是在基本金融产品认知和金融知识理解方面表现得尤为明显。

### （三）金融素养与地区智能手机普及、网上消费和结算方式也存在一定关联

在互联网金融进军农村市场和农村电子商务快速发展的背景下，中小學生金融素养提升显得尤为重要。一是从智能手机使用情况看，金融素养整体指标和细化指标都显示，使用智能手机的被调查者金融素养普遍较高。例如：使用智能手机的被调查者掌握基本金融知识的比例达到57.3%，比没有使用智能手机的被调查者高11.3个百分点，且在信用评价、银行卡知识、储蓄和物价等细化指标方面都要高出7~15个百分点。二是从网上消费情况看，当被调查者有网上消费经历时，掌握基本金融知识的比例是56.0%，比没有网上消费经历的被调查者高11个百分点，说明网上消费在接收营销信息及进行选择比较过程中会促进金融知识传播和金融素养提升。三是从结算工具了解情况看，当被调查者了解可以利用支付宝或微信进行收付款时，掌握基本金融知识的比例为51.9%，比不了解该信息的被调查者高5.9个百分点，说明新兴结算工具在提供结算功能及相关金融信息过程中也会促进金融产品了解和金融知识应用。

### （四）从试点效果看：试点地区的金融素养水平并不比非试点地区高

提升农村中小學生金融素养是一项长期而艰巨的系统性工程，金惠工程试点从政策出台、实施到取得效果受到诸多因素影响，导致其对整体金融素养的影响并不明显，甚至在整体表现上不如非试点地区。这主要表现为：一是试点工作主要集中在志愿者培训和基本金融知识宣传教育方面，需通过常态化的工作机制进行持续深入推进才能取得显著效果。调查显示，试点地区主要通过宣传册或现场咨询了解金融知识的被调查者占比比非试点地区高4.0个百分点，但是表示已经掌握或部分掌握基本金融知识的被调查者占比则比非试点地区低6.5个百分点。二是宣传教育内容的片面性和局限性与金融素养评估的全面性和综合性形成鲜明对比，无论是增强传统手段的作用还是引入新型模式都面临不少困难。调查发现，目前试点县的宣传教育主要围绕假币识别和征信宣传等内容展开，难以有效调动中小學生学习金融知识的积极性，如平时对掌握金融知识感兴趣或有一定兴趣的被调查者仅为15.5%，只比非试点地区高3.9个百分点。三是决定金融素养的最基本因素是地区经济金融特征，特别是区域金融发展水平会对个体金融体验及金融行为产生深刻影响。调查中的27个试点县全部是国定贫困县，其相对省内其他县一般在经济金融主要指标方面不具有优势。例如，从2015~2017年的基础数据看，试点地区的第一产业增加值占地区生产总值比重和乡村人口占总人口比重都高于非试点地区，同时试点地区的存贷比和农村金融机构营业网点占金融机构营业网点总数比重都低于非试点地区。

## 三、政策建议

### （一）以丰富教育内容为抓手，进一步提高农村中小學生金融教育的针对性

调查发现，目前农村金融教育主要集中在银行卡管理、储蓄和物价、假币识别等传统领域，而对新型金融工具、信用评价及管理、消费者权益保护等缺乏充分有效的宣传引导，建议提高金融宣传教育内容的多样性和针对性。一是增加多元化的金融专业知识。加大对新型金融知识和业务的宣传普及，适时适度增加保险知识、投资理财、风险管理等宣传教育内容，积极引导

---

农村中小学生正确掌握反假和反诈骗、信用评价、金融规划、消费维权等专业技能，树立正确的消费观、理财观以及权利责任意识。二是适应不同人群需求设计差异化的金融宣传教育内容。特别是考虑到不同受教育程度、家庭背景和地区特征的农村中小学生对金融知识和技能的需求内容和方式都有所不同，故而建议在充分调研的基础上，确定合适有效的教育内容及方式，着力提高金融教育项目的针对性。三是注重普及金融消费维权知识。强化农村中小学生对金融消费投诉受理渠道、权利救助途径的认知、理解和掌握，提升农村中小学生的权益保护意识。

## （二）以拓宽传播渠道为抓手，进一步提升农村中小学生金融教育的影响力

调查发现，传统传播渠道如现场咨询、专题教育、报纸杂志等在实际工作推进过程中收效甚微，而越来越多的人群倾向于通过新媒体、智媒体等现代工具接受金融教育，建议结合中小学生人群的行为特征开展差异化的宣传教育。一是着力构建多元化的宣传教育平台。充分利用网络、电视、报纸等大众传媒以及街道、社区银行等服务组织，共同搭建农村金融知识传播合作平台，着力提高农村中小学生的金融风险防控意识。二是创新设计知识传播模式。例如：利用漫画、动画、影视等媒介宣传金融政策与知识，在形成有特色的金融知识传播文化方面想办法；将宣传标语印制于环保购物袋、纸质口杯、摇扇等载体，在设计新颖的经济实用的宣传方式上下功夫。三是积极运用现代传媒工具。在政府部门等门户网站设立“金惠工程”或金融教育专栏，同时结合微信公号、官方微博等新型传媒宣传手段，定期发布金融监管信息和金融知识，积极开创金融知识网络传播的新阵地。

## （三）以加强教育规划为抓手，进一步形成农村中小学生金融教育的长效机制

目前，农村金融教育的反馈机制和评估机制亟待完善，组织体系缺乏系统性规划，建议建立长效性的中小学生金融教育机制。一是建立金融素养教育评估机制。建议定期开展中小学生金融教育的有效性评估，通过科学合理设定评价指标，运用定性和定量方法建立有针对性的评估体系，对金融教育项目和阶段性金融教育工作的有效性进行跟踪评估，并据此改进金融教育的方式和内容，提高金融教育的实施效果。二是尝试推进将金融知识纳入国民教育。根据 OECD 统计，目前全球有 21 个国家和地区对青少年开展了系统性的金融教育并定制了金融课程，且本次调研也发现课程教学在中小学生金融素养形成和提升上发挥了重要作用，故而建议相关部门、试点学校和金融机构之间开展合作，借助标准化的教辅材料、规范化的课程设计、系统性的师资培训，深入推进金融知识纳入国民教育战略的实施，着力培养具有高水平金融素养的未来中小学生。三是统筹制定金融素养培育战略规划。研究制定并组织实施强化农村金融素养的总体规划，着力调动社会资源共同推动，有目的、有重点、有步骤地开展各项金融活动。