

# 美国消费者金融行为： 对中国的意义

肖经建

美国罗德岛大学消费经济学教授  
家庭经济问题杂志主编

中国消费金融论坛2009  
清华大学，北京，2009，9，27

# 提纲

- 美国消费者面临的金融问题
- 美国的消费金融研究
- 金融行为理论
- 金融教育和金融行为
- 金融行为和福利
- 中美消费者比较
- 对中国的意义

# 美国消费者面临的金融问题

- 退休储蓄：401K计划的参加和贡献
- 大学教育储蓄：529计划
- 信用卡和按揭借贷：关于信用和破产的新法律
- 面向低收入消费者的金融服务：个人发展帐户，劳务收入税收抵免

# 美国的消费金融研究：数据

- 总人口：当前人口调查，消费者金融调查，消费者支出调查
- 老年消费者：健康和退休研究
- 年轻消费者：全国青年跟踪调查
- 低收入消费者：收入和项目参与调查

# 消费者金融调查

- 最早始于1962年
- 自1983年起，由美联储资助三年一度的调查
- 包含关于家庭金融的完整信息
- 每次调查包括3000-4000多样本
- 供大众使用的数据库网址：
- <http://www.federalreserve.gov/pubs/oss/oss2/scfindex.html>

# 美国的消费金融研究：研究者

- 经济学的新兴趣：波士顿联邦储备银行，全国经济研究局
- 商学的新兴趣：消费者研究学会
- 消费者科学的持久兴趣：美国消费者利益学会

# 金融行为理论

- 描述金融行为
- 理解金融行为
- 预测金融行为
- 改变金融行为
- 发展新金融行为

Xiao (2008). Applying behavior science theories to financial behaviors. In Xiao (ed.). *Handbook of consumer finance research* (pp. 69-81). New York: Springer.

# 描述金融行为

- 行为金融学
- 识别实际的金融行为模式
- 许多行为模式用标准经济学理论无法解释
- 投资行为举例：
  - 公司股票偏见
  - 近家股票偏见
  - 投资组合中的1/N规则
  - 惯性

Lai & Xiao (2009). Consumer bias and competence in company stock holding. Working paper.



# 理解金融行为

- 理解金融行为的相互关系
- 马斯洛理论
  - 人类需要呈层次性
  - 当较低需要满足时，产生较高需要
- 这种层次性在金融行为如储蓄动机，金融产品持有和金融资产份额中发现

Xiao & Anderson (1997). Hierarchical financial needs reflected by household financial asset shares. *Journal of Family and Economic Issues*, 18(4), 333-356.

# 预测金融行为

- 计划行为理论
- 行为由意向和感知的控制决定
- 意向受对行为的态度，主观规范和感知的控制
- 精确定义行为
- 一切变量应与行为而不是产品相关

Guo, Xiao, & Tang (2009). Understanding the psychological process underlying customer satisfaction and retention in a relational service. *Journal of Business Research*, 62, 1152-1159.

Xiao & Wu (2008). Completing debt management program in credit counseling: An application of the theory of planned behavior. *Financial Counseling and Planning*, 19(2), 29-45.

# 改变金融行为

- 基于理论的行为转变模型
- 帮助向可取的方向转变行为
- 独特之处
  - 5个细分的转变阶段
  - 10个转变过程
  - 考虑转变阶段的干预
- 转变储蓄，信用行为

Xiao, et al. (2004). Applying the transtheoretical model of change to debt reducing behavior. *Financial Counseling and Planning*, 15(2), 89-100.

# 发展新金融行为

- 金融社会化
- 消费者社会化理论
- 社会化代理：父母，朋友，老师，大众媒介
- 例：
  - 18-25岁的年轻人处于学习如何运用消费信用的关键阶段
  - 父母是金融社会化最关键的代理
  - 朋友的影响很小或为负面

Xiao et al (2008). Financial behavior of college students. Paper presented at the NCFR conference.

# 金融教育和行为

- 美国的正式和非正式金融教育
- 假设：金融教育增加金融知识，进而培养可取的金融行为
- 研究结果显示复杂的情况
- 强制的教育更为有效
- 金融教育也许有长期效应

Xiao, et al. (2009). Risky credit behaviors of college students. Paper presented at the NCFR conference.

# 金融行为和福利

- 假设：可取的金融行为导致金融和一般福利
- 研究结果显示：
- 风险金融行为与风险健康行为相关
- 可取金融行为促进财务满意度，生活其它方面满意度和生活满意度

Xiao, Tang, & Shim (2009). Acting for happiness: Financial behavior and life satisfaction of college students. *Social Indicator Research*, 92, 53-68.

# 中美消费者比较

- 集体主义还是个人主义文化
- 经济资源的差异
- 储蓄动机：中国消费者珍爱孩子胜过自己
- 风险容忍：中国消费者比美国消费者更能承担金融风险

Fan & Xiao (2006). Cross-cultural differences in risk tolerance: A comparison between Americans and Chinese. *Journal of Personal Finance*, 5(3), 54-75.

Xiao & Fan (2002). A comparison of saving motives of urban Chinese and American workers. *Family and Consumer Science Research Journal*, 30(4), 463-495.

# 对中国的意义

- 发展有理论基础的研究来更好描述，理解，预测和修正消费者金融行为
- 开发3赢，持久的金融产品
- 形成政府-企业-消费者联盟来推广金融教育
- 推广着重行动的金融教育



# 更多信息

