

新冠疫情背景下家庭理财与消费变化比较分析

贾夏怡

中华女子学院, 北京
Email: 564493069@qq.com

收稿日期: 2021年3月29日; 录用日期: 2021年5月13日; 发布日期: 2021年5月20日

摘要

新冠肺炎疫情的爆发使得全球各个行业受到了极大的冲击, 纷纷受到限制, 在此背景下, 我国家庭的经济模式也发生了巨大的变化, 家庭在疫情前后的理财方式以及消费方式与之前相比已经大有不同。文章通过研究疫情前后的理财变动以及消费变动, 对其变动的影响因素进行分析, 并且根据分析结果向人们提出合理的疫情后理财消费的方式。通过调查发现, 疫情后人们对于商业保险的购买增加, 同时在投资方面, 大多倾向于稳健的投资以及线上投资。在消费方面, 线上购物额度的增加, 文教娱乐运动健康以及基础开支等方面的消费额度增加。对互联网金融机构来说, 应完善线上投资, 对疫情解封后的人们来说, 应理性消费, 减少冲动消费与报复性消费。

关键词

家庭理财, 家庭消费, 比较分析

Comparative Analysis of Changes in Household Financial Management and Consumption under the Background of COVID-19

Xiayi Jia

China Women's University, Beijing
Email: 564493069@qq.com

Received: Mar. 29th, 2021; accepted: May 13th, 2021; published: May 20th, 2021

Abstract

An outbreak of COVID-19 has affected all industries around the world. The world's various industries are restricted in many ways. Great changes have taken place in the family economic model of

our country. Family financial management and consumption changed before and after the epidemic. This paper analyzes the data before and after the epidemic to explain the causes of change and influence. At the same time, the solution is put forward according to the result. Through investigation, it was found that, people are more likely to buy insurance after an epidemic; at the same time, they prefer stable investments and online investments. People are spending more online; in the meantime, learning, recreation and basic expenses increased. Online investment should be perfected for Internet organizations. It is advisable for people to consume rationally, reduce impulse spending and retaliatory spending.

Keywords

Family Finances, Household Consumption, Comparative Analysis

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 研究问题提出

1.1. 研究背景及研究意义

2020年,新冠病毒席卷全国,多个行业受到冲击,由于新冠病毒传播速度以及广度令人恐慌,政府采取居家隔离的方式来减缓病毒的传播。住宿和餐饮业、服务业、贸易等行业出现了前所未有的空闲期,致使许多家庭的经济出现严重问题。

1月新冠疫情爆发之后,根据国家统计局月度数据居民消费价格指数显示,我国当月的消费物价指数创5.3%新高;银行存款出现负利率;同年三月,美国股票市场两周内被迫熔断四次,全球金融市场陷入动荡起伏的状态;石油和黄金等大宗商品价格也起起伏伏,不断变化。家庭经济更是不容乐观,之前的家庭理财观念出现漏洞,疫情使得家庭理财与消费模式发生了改变。为此我们进行了新型冠状病毒对家庭理财和消费倾向实证研究,根据研究的相关数据显示,我国家庭经济模式中的理财方面和消费方面相较于之前发生了许多的变化,为了比较这些变化以及探究变化的成因,并根据成因给出合理的家庭理财方式以及消费方式,本文通过运用调查所得的相关数据的分析以及比较来进行新冠疫情背景下家庭理财与消费变化比较分析。

1.2. 研究方法

本文根据新型冠状病毒对家庭理财和消费倾向实证研究,所得的调查数据进行比较分析。本次调查采用匿名线上调查的方式,通过微信投放的方式发布该问卷,该数据样本为269,通过比较研究的方式进行分析研究。本次调查主要涉及新型冠状病毒疫情发生前后人们对于家庭当中的理财规划方向与消费的具体方向的分析,涵盖了家庭理财、消费倾向中的保险支出倾向和消费倾向中的日常开销三大部分。其中主要研究的问题有疫情前后家庭财产影响情况变化、理财的目标以及影响的因素变化、理财产品的选择变化、投保的意愿变化以及日常开销金额以及项目的变化。

2. 疫情前后的理财变动及其原因分析

2.1. 商业保险的购买增加

疫情发生后,约有87.73%的受访者会相较于之前增加对与商业保险的重视。经过比较,在新冠疫情之后发生支付困境的家庭中,有93.80%的家庭会选择关注与健康有关的商业保险。在购买保险方面,发

生支付困难的家庭中，有 94.00%的家庭会选择购买商业保险。在购买保险的积极性方面，发生支付困难的家庭中，有 58.70%的家庭会选择购买商业保险。因此当出现家庭收入紧缺的情况时，大部分的人们会选择购买商业保险来增加保障，以保证疫情后出现经济紧张问题时可以使用保险来承担一部分的费用。

发生疫情后，约有 5.95%的人会选择开始购买有关健康的保险。这些受访者在之前并未注意到购买保险这一情况，之前从未购买过保险的人中，约有 30.19%会选择开始购买保险，其最主要的原因是发生了新型冠状病毒肆虐的情况，新冠疫情出现后，进入了人全民戒备的情况，为了给自己的健康加一层保障，约有 76.24%的人会选择购买有关新型冠状病毒的保险。各大保险公司也在第一时间增加了因新冠病毒住院的保险和因新冠病毒身故的保险。

疫情期间实行在家隔离的措施，使得无数的家庭不得被困在家进行办公和学习，因此难免会出现居家担忧心理，隔离期内，担心感染的恐慌一直如影随形，令许多人感到沮丧，紧张，担忧，由于无法外出，也容易产生孤立感和疏离感。在种种心理作用的作祟下，人们开始寻求保障和依靠，有关新冠疫情的保险成为人们选择的一种保障手段，因此大部分的人们开始选择购买商业保险来减轻自己对于此次疫情的担忧。

2.2. 倾向于稳健的投资方式

新冠疫情来势汹汹，许多投资者开始选择风险较低的投资渠道，以减小投资收益因受到新冠疫情的影响。根据调查数据显示，在调查的投资者中，约有 43.12%的人会选择基金投资，有 37.17%的人会选择保险投资，这两类投资在所有投资中占比最大(如图 1)。由于疫情使得投资的外部风险增加，因此许多投资者会选择降低自身的个人投资风险以确保投资的收益率不会受到外部风险的影响。同时疫情期间的居家隔离政策使得许多家庭的收入收到了很大程度冲击，因此大部分家庭选择更为稳妥的投资方式，防止因为投资失误而造成家庭投资收入出现问题，减少家庭可用资金。

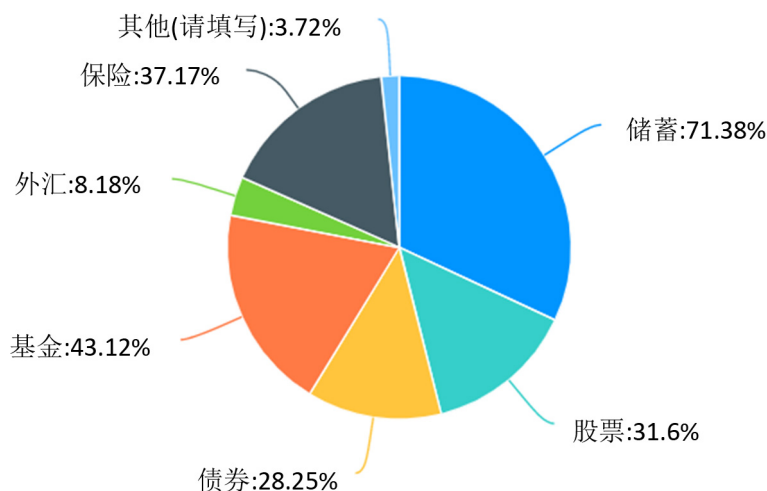


Figure 1. Which financial methods do people prefer after the epidemic
图 1. 人们在疫情发生后更倾向于用哪种方式理财

同时，有约 31.6%的人会选择股票这一投资方式，由于疫情期间许多企业受到冲击股价下降，还有因为疫情原因使得部分企业的股价波动较大，因此有一部分投资者还是会选择股票这一投资方式。仅有约 8.18%的投资者会选择进行外汇投资，疫情不仅极大的影响我国的相关经济，也使得世界经济扑朔迷离，因此世界经济动荡极大的情况下，进行外汇投资的风险无疑是巨大的，因此只有极少数的投资者会选择外汇投资。

2.3. 线上投资增加

由于居家隔离政策的实行,许多投资者不得不选择线上投资的方式,根据 CHFS(西南财经大学中国家庭金融调查与研究中心)数据显示,疫情发生后家庭的线上投资意愿增加[1],根据家庭互联网理财产品的参与率这一评判标准,2015年的线上投资率5.4%增加到2019年的11.3%线上投资的比例逐年增加。根据支付宝中国居民家庭财富变动趋势及未来预期的调查数据显示,疫情之后,除低收入组收入5万元以下的家庭以外,各收入组家庭的线上投资意愿均增加。其中,年收入5万元~10万元的家庭,其线上投资意愿指数为107.1;年收入100万元以上家庭的线上投资意愿为116.5 [2]。

3. 疫情前后的消费变动及其原因分析

3.1. 线上购物增加

根据调查数据显示疫情期间主要的支出中,有74.72%的人线上购物次数相较于之前存在增加。根据中国互联网络信息中心发布的数据显示,相较于2019年,2020年的用户规模增长率增大,增长趋势变快,截止2020年6月,网络购物用户的规模已经达到74,939万人,人数的增长速度也在不断增加(如图2)。

由于疫情居家隔离的政策,使得许多地区出现了生活用品和食品的疯抢,许多地区的蔬菜水果等甚至一度出现了供不应求的现象。相较于在线下与他人争抢,许多人就将目光放到了线上购买一系列居家所需物品上,例如日用品、食物、衣饰等等物品上,这就造成了线上购物用户的急剧增加。同时外卖平台的用户人数也在逐步增加,有37.92%的被调查者用于外卖上的支出成为了疫情后的又一大主要支出,许多不会烹饪却又不得不呆在家里的人和许多天未外出想要改善伙食的人,外卖就成为了最方便最快捷的选择[3]。

疫情期间,由于政策性的禁止外出,许多人会选择在网络上寻求心理安慰,此时网络购物就成为了人们释放压力的一种方式,相较于平常的线下购物,线上购物的商品涵盖范围,选择商品方式,商品的支付方式等都会有较大的差别,因此有较大一部分的几率是在压力的作用下匆忙购买,由于长时间呆在家中,有许多人无法忍受家庭的烦闷而心生压力,此刻网上购物就成为了压力发泄口之一。同时,快递到达手中时也无形当中给一成不变的居家生活带来了一些惊喜和意外,因此线上购物的用户数量以及金额持续增加。疫情发生时,许多人会产生报复性消费的心理,据统计,有31.6%的人在出门后产生了这一心理,因此当出现了线上购物这一发泄报复性消费心理的情况下,许多人都会在无形当中增加线上购物的产品数量[4]。



Figure 2. 2017.6 to 2020.6 scale of online shopping users

图2. 2017年6月到2020年6月网络购物用户规模

3.2. 文教娱乐与运动健康消费增加

居家隔离期间,由于在家无事可做,许多人开始自己开展属于自己的解压方式,例如在浴缸里钓鱼,和家人一起唱歌、打乒乓球,演话剧等等,此时此刻对于文教娱乐活动的相关产品的购买就在无形当中增加了,在被调查者中,有 44.61%的人在文教娱乐方面的支出显著增加,其中包括网络视频会员以及线上电影的购买、课外读物、电子产品的购买等等。人们为了排解无聊的情绪,纷纷对娱乐活动展开了莫大的兴趣。

与此同时,根据数据显示,疫情后人们在运动健康的支出上大幅度增加,运动健康的支出排名一跃高过服饰与文教娱乐方面的支出。疫情来临后,由于许多地方停工停学,人们有了大把的时间在家里,许多人就会选择在这空闲的时光里锻炼身体,排解情绪。同时由于整日呆在无法进行运动,身体方面难免会产生许多的问题,特别是过年期间体重的增加,会使许多人重视起来,因此疫情后的健身运动就显得尤为重要。

3.3. 基础开支增加

基础开支主要包括水费、电费、煤气费等等日常生活中所必须的一系列费用,根据数据显示,有 83.64%的被调查者在疫情期间家庭基础开支的数额增加,其中甚至有 43.12%的被调查者在家庭基础方面的开支已经达一倍左右甚至更高。除了日常所需费用,食品的支出也一直位于支出排名的榜首,据统计,在被调查者中有 42.38%的人在疫情期间进行了大量的食品囤积,主要是由于居家不安的心理以及灾难不安心理造成的。

3.4. 投资消费增加

投资方面的支出主要是理财产品的购买。根据数据显示,有 19.33%的被调查者疫情期间的理财产品购买支出显著增加,其主要原因是由于长时间停工停产,许多公司拒绝支付未工作时的工资,因此使得许多人的家庭使用资金出现了困境,在这样的情况下,一部分人是因为选择理财产品增加家庭收入,一部分是由于此次疫情敲响了警钟,准备为以后的此类状况提前做好准备。

4. 家庭理财与消费的建议

4.1. 完善线上投资

互联网金融作为一种新兴的金融理财方式,深受广大年轻投资理财者的偏爱,与传统金融相比,互联网金融具有处理速度快、效率高、覆盖范围广、随时随地都能进行金融服务、模式新颖、发展迅速、且网络成本较低等优点,在疫情期间,许多线下金融机构无法进行处理的业务纷纷转为线上处理,网络银行、证券公司线上交易平台以及保险公司线上签订保险合同的服务等,纷纷为线上理财打开了一道大门。相较于线下的理财与投资,线上投资的形式更加灵活,产品更加多样化,因此鼓励各大金融机构开设线上业务平台,推陈出新,建立完善合法的第三方网络投资平台,为各个阶段的投资者提供种类风险、回报率不同的理财投资产品[5]。

4.2. 理性看待解封出门, 勿冲动消费与报复性消费

2020 年中旬,疫情得到了基本的控制,人们纷纷解除在家禁令,走出家门。由于长时间在家无法外出以及疫情带来的压力,使得许多外出放松的人出现了冲动消费与报复性消费的心理。冲动消费主要是人们在面对产品时,仅凭第一反应就进行购买,因此很容易购买到许多提前并未有的计划或是需要的产品。报复性消费主要是由于长时间限制了人们的消费需求,在开禁后进行不理智的疯狂消费的行为。因

此建议在购买时首先思考此物品是否需要和是否在自己的购买计划内, 再进行购买, 以减少冲动消费和报复性消费带来的不良后果。

参考文献

- [1] 段思宇, 姚晓霞. 疫情下中国家庭理财新趋势: 新基民 90 后占了一半[J]. 现代商业银行, 2020(16): 75-77.
- [2] 甘犁, 路晓蒙, 王香, 周瑞轩, 李振华, 王芳, 林晨, 陈舒, 张彧, 程志云, 吴雅玲. 新冠疫情冲击下中国家庭财富变动趋势[J]. 金融论坛, 2020, 25(10): 3-8+34.
- [3] 张捷. 调查报告: 新冠肺炎疫情对公众消费信心的影响与政策建议[J]. 国家治理, 2020(22): 2-7.
- [4] 魏铭一. 疫情中消费者行为和心理特征探析——以非典和新冠肺炎为例[J]. 广告大观(理论版), 2020(4): 67-73.
- [5] 吴忠才, 邹芳. 重大突发公共卫生事件期间家庭线上消费影响因素实证研究[J]. 广义虚拟经济研究, 2020, 11(3): 5-11.