

中国金融教育发展基金会专项课题结题报告

数字时代的金融能力培养

1. **关键词：**数字金融；金融科技；金融教育；金融能力

2. **摘要：**随着数字技术，尤其是金融科技的发展，我国的金融教育工作迎来新机遇的同时，也面临着新的挑战。随着数字金融的发展，安全风险随之上升，同时便利化的数字操作刺激了金融消费者的金融冒险行为。对金融教育工作而言，则面临着提升科技属性的压力。在数字时代背景下，金融业务的横纵向扩张以及金融监管转型，对加强相应金融教育工作提出了迫切要求，金融能力的概念应运而生。传统上我们将金融教育工作的宗旨理解为普及金融知识和提高金融素养，而随着数字金融尤其是金融科技的发展，西方发达国家提出了“金融能力”概念，即金融消费者不仅需要掌握静态的金融知识，还要具备金融市场参与意识和信心，以及面临金融纠纷的维权能力。目前我国金融教育工作仍存在制度设计、教育理念、教育方式和组织协调上的掣肘，无法适应数字经济发展的需要。对此，我国金融教育工作应该转向注重培养公民的金融能力，把握数字经济创造的技术红利——有助于通过数字技术和数字平台实现金融教育的常态化、个性化和场景化，融入促进数字普惠金融发展、提升金融数据和隐私保护能力和金融创新适应能力等新目标。具体上，要尝试制定和落实金融能力国家战略、挖掘金融消费纠纷解决机制中金融教育的功能、发展智能金融教育、通过

文化传播和娱乐性学习促进公民主动进行金融学习。

3. 立项时间：2019年5月

4. 课题负责人：

尹优平 中国人民银行金融消费者权益保护局 副局长

5. 课题组成员：

尹优平 中国人民银行金融消费者权益保护局 副局长

武 岳 中国人民银行金融消费者权益保护局 处长

王 瑱 中国人民银行金融消费者权益保护局 处长

徐雅萍 中国人民银行金融消费者权益保护局 主任科员

张 璇 中国人民银行金融消费者权益保护局 主任科员

华国斌 中国人民银行金融消费者权益保护局 副主任科员

陈 伟 中国人民银行金融消费者权益保护局 副主任科员

6. 结题时间：2020年3月

7. 报告执笔人：陈伟

一、问题的提出

（数字金融是指通过互联网及信息技术手段与传统金融服务业态相结合的新一代金融服务，包括互联网支付、移动支付、网上银行、金融服务外包及网上贷款、网上保险、网上基金等金融服务。数字金融给金融消费者保护带来了新的挑战，包括损害安全为主的各种风险，比如数字欺诈、网络犯罪和数字隐私等。经济和社会的数字化使得不正当的数字市场行为加重了对消费者的侵害，比如鼓励消费者的冒险行为。但从另一方面来看，数字化也为金融消费者教育带来了新的发展。在人们仅仅需要触摸几下屏幕就可以完成金融产品交易的情况下，我们可以考虑通过在数字设备上，在交易流程中提供简短有效的金融教育。

目前国内的金融教育仍然以普及“金融知识”、提高“金融素养”为重点，“金融能力”尚未进入人们的视野。金融素养是指是指理解与金融相关的术语和问题的能力。而金融能力除了包含金融知识、金融素养之外，还包括金融自信和接触有益金融产品和服务的机会。随着数字金融和普惠金融的发展，对于金融消费者而言，金融自信和接触有益金融产品日趋重要。

近年来，不少政府都在全国范围内实行大规模的金融能力调查，以了解本国居民的金融能力。在发达国家，英国金融服务局对本国 5300 名居民进行调查；美国国家经济研究局年在全国各州针对 26488 名居民进行调查，在 2012 年针对 25509 名居民进行了再次调查；加拿大统计局 2009、2011、2014 年分别在全国展开金融能力调查。此外，发展

中国也存在类似的大范围调查，比如联合国资本发展基金针对非洲撒哈拉以南地区的国家展开大规模的金融能力调查；在我国，为了摸清中国居民的金融能力，近期新华网、银率网共同举办第三期“中国居民金融能力调查”活动。

在当前互联网金融突飞猛进的情势下，如何利用当前的各类互联网金融创新模式，如 P2P 网贷（人人贷）、大数据金融（阿里小贷）、众筹模式（3W 咖啡）、第三方支付（支付宝）、互联网金融门户（融 360）、信息化金融机构（手机银行）等具体模式，如何让弱势群体掌握这些创新金融模式，从而快速提高他们的储蓄、理财、支付以及信贷等金融能力，国内相关研究仍然空白。

二、研究目标

（一）研究的价值和目标

本课题研究价值有四：一是结合外国文献和外国金融能力建设的发展时间弥补国内目前对金融能力研究的缺失；二是分析数字经济时代对金融消费者能力的新要求，即金融消费者需要何种能力以适应数字经济时代的到来；三是为我国金融教育实现从普及金融知识、提高金融素养为重点转向注重培养整体金融能力，并在借鉴国际经验的基础上为我国将来培养消费者金融能力提供顶层战略设计和具体实施路径的政策建议。

本课题的主要目标是总结和对比国内外金融教育实践，探索数字经济对金融教育的影响，研究金融能力的度量模式，并为在数字时代培养金融能力提出政策建议。

（二）是否达成目标

研究目标基本达成。

三、研究队伍与研究对象

本课题的主要研究对象是数字金融、金融科技和金融能力。研究队伍包括中国人民银行金融消费者权益保护局尹优平、武岳、王瑱、徐雅萍、张璇、华国斌和陈伟等七位同志。

四、研究思路和方法

本课题拟研究从数字时代带来的金融业的变化开始，再到金融业变化到消费者的金融，得出在数字经济时代，消费者应当拥有适当的金融能力。而相较于国际社会金融能力建设制度日趋完善，国内对金融能力的研究尚属空白。最后综合数字经济特征、金融业变化、国际实践和国内现状就数字经济时代国民金融能力培养提出适当的政策建议。

五、研究内容和过程

研究时间	研究内容	研究过程
2019.5-2019.6	文献综述	归纳整理
2019.7-2019.9	数字金融	国际经验搜集与翻译
2019.10- 2019.12	金融素养和金融能力	理论研究
2020.1-2020.3	我国的金融教育现状	实地调研
2020.4月底前	数字时代加强金融能力培养的政策建议	政策建议

六、研究结果与分析

（一）文献综述

1. 国外文献综述

（1）关于“金融能力”概念的起源和发展

“金融能力”系个人通过金融教育获取金融知识和技能以及参与金融市场、实施金融行为从而提升自身金融福利的能力(Sherranden, 2013)。“金融能力”概念起源于英国金融服务机构 2006 年开展的全国居民金融能力调研,随后由 Atkinsonetal (2007) 在调研成果中正式提出。美国、加拿大、奥地利、爱尔兰等国家随后也进行了类似的全国性调查。金融能力这一概念在发达国家的产生和发展后,逐渐开始受到发展中国家的重视。在“金融能力”概念产生之前,学者主要聚焦于金融素养的研究, Lusardi、Mitchell (2007) 和 Clarketal (2015) 经实证研究发现,提高金融素养水平不但可以促进家庭储蓄行为,还使消费者可以更好地把握投资机会、优化风险资产投资,从而获取投资溢价。

（2）关于金融能力的概念、内容和功能

Johnson 和 Sherraden (2007) 提出,金融市场参与具有充实居民生活、提升人生际遇的功能,但这依赖于金融消费者将金融知识转化为金融行为的能力和实施金融行为的机会。Atkinsonetal (2007) 在英国调研中将金融能力的维度定义为金融前沿动态掌握、开支计划、财产管理和金融产品选择,在此基础上计算出英国居民金融能力的综合

得分。Lusardi (2011) 在开展美国居民金融能力调研后, 提出金融能力是衡量人们收支状况、财务规划、选择和管理金融产品、作出金融决策的知识和技能。

Xiao 等(2014)从另一个角度将金融能力的维度归纳为金融认知、金融素养和金融行为三个方面, 金融能力衡量的是居民管理并控制金融行为的能力。Sherraden (2013) 之后提出了较为体系化的金融能力分析框架: 在复杂的金融交易环境中, 金融消费者不仅需要金融知识, 同时也应该得到“金融包容”(同普惠金融之义), 同时金融能力兼具个性和结构性特征, 因此, 金融能力在概念上结合了金融消费者作出金融决策的能力和实施金融行为的机会, 既包括内在能力也涉及外部环境的影响。

随后, Despard 和 Chowa (2014) 对金融素养和金融能力的区别进行了深入研究: 金融素养仅从个体角度解释居民如何作出金融决策, 而金融能力则将金融决策能力与外部环境联系起来。在此基础上, Chowa 等(2014)进一步细化了金融能力细分为内在能力和外部环境: 内在能力主要包括金融消费者的经济能力、教育水平和金融知识, 外部环境则包括与金融机构的物理距离、金融机构的制度和非正规金融机构的发展。综上, 目前对于金融能力的定义包括三类: 第一类将金融能力定义为具体的金融行为; 第二类将金融能力定义为金融知识与金融行为的结合——拥有适当的金融知识并有能力实施符合期望的金融行为; 第三类则认为金融能力是金融消费者内在能力与外部环境影响的结合, 即金融消费者在具备适当金融知识技能的同时拥有参与金融

市场、实施金融行为的机会。

（3）关于金融教育的内容和主要途径

刘丹、丁赛、覃若曦和陈菊花（2014）认为，金融教育的内容主要包括金融基础知识教育、金融风险意识教育和金融消费者保护知识教育。金融教育的主要实现途径有四：一是由政府部门主导，将金融知识纳入国民教育体系，提高初等教育和高等教育层次的金融教育水平；二是由金融行业组织牵头，组织会员单位（即金融机构）履行金融教育义务，从而开展具体的金融教育工作；三是金融机构主动组织实施金融教育活动，即结合自身业务特点，自主策划、安排、落实和总结相应的金融教育活动；四是民间组织和教育基金会发挥补充作用，弥补公共金融教育的不足；五是通过国际合作加强金融教育。

（4）关于金融教育对金融行为的影响

根据 Collins（2013）的研究，金融教育的效果会随着时间逐渐消退，金融教育并非必然能够帮助金融消费者获取金融知识、改善金融行为。JingandPorto（2017）研究发现，金融教育可能通过改变金融消费者的金融知识和金融行为进而影响其家庭财务满意度，即金融知识和金融行为作为金融教育与金融消费者财务满意度之间的有力媒介。但 JingandPorto 的横向调研数据只能记录金融教育与财务满意度之间的关系，没有使用相关纵向数据或面板数据来证明金融教育的多重效应。

Bernheimetal（2003）通过“准自然实验”对美国多个州立高中开展不定期金融教育，并取得了一定成效。部分大型公司也实施了金融

教育项目 (Clark et al, 2012), 旨在提高公司职工的金融知识水平和职工对养老金计划的参与度 (Lusardi and Mitchell, 2008; Clark et al, 2012)。Scholz et al (2006) 通过公司层数据发现, 退休人员金融教育与 401K 计划的参与度呈显著正相关。Walstad et al (2010) 通过实验法评估了某项金融教育视频课程, 测试学生对个人理财的了解程度, 结果显示学生理财知识水平经过视频课程教育得到了显著提升。Lusardi and Mitchell (2008) 测试了金融教育研讨会内容信息的有效性, 包括访谈分析、定性分析、前后期评估行为的改变。根据 Lusardi et al (2017) 的研究, 有效的金融教育项目需要提供持续的后续服务, 以实现所获取金融知识的维持。在实施金融教育活动并提供后续服务的控制下, 向 40 岁左右的员工实施金融教育可以将退休储蓄提高到至 10% 左右。但一次性金融教育活动产生的影响短期是短期的。后续的研究发现差异策略评估存在误差, 需要利用随机动态编程来有效评估金融教育活动对参与者的影响。Berg and Zia (2017) 使用主流媒体的情感联系和观众注意力来评估金融教育项目对家庭财富管理的经济效果, 即将观众对财务相关电视剧的观看频率和时长作为变量评估金融教育对债务管理行为的影响。结果表明, 观看与财务相关的电视剧与参与者的金融知识水平呈正相关关系。

(5) 关于金融能力和财富积累

Lusardi 和 Mitchell (2008, 2014) 通过各国调查数据, 建立实证检验模型研究发现, 金融知识对家庭财富积累具有显著正相关关系, 即金融知识水平较高的家庭, 可以通过分析金融信息避免或减少损失

或者做出适当投资决策增加财富。

考虑到金融知识与家庭财富积累潜在的双向因果关系，Delavande 等人（2008）将金融知识视作一项人力资本，将金融知识作为内生变量置于静态生命周期模型，从而研究金融知识和财富积累之间的关系。考虑到 Jappelli and Padula（2013）的金融知识投资模型无法解释贫富差距问题，Behrman 等（2012）和 Van Rooij 等人（2012）使用工具变量解决了内生性问题后，依然发现金融知识与财富积累显著正相关关系。Behrman 等人（2012）研究金融知识、金融教育和财富关系时使用了智利的调研数据，结果表明金融知识、金融教育都对财富积累具有积极意义。Lusardi 和 Mitchell（2011）通过 2004 年早期婴儿潮出生群体的净资产与在 1992 年出生那群婴儿的净资产进行比较研究发现，在出生潮出生的群体拥有更高的净资产水平，在于婴儿潮出生的婴儿接受了较好的金融教育从而拥有较高的金融能力。黑人、西班牙人和受教育程度较低家庭其家庭财富积累较低，这一现象并未随着时间的推移而得到改善，主要原因在于金融素养水平偏低。Van Rooij 等（2012）研究也发现，金融知识与净资产存在相关关系，金融知识可以促进家庭财富积累。

Lusardi 等（2017）研究发现金融知识是造成贫富不均的重要因素之一。Delavande 等（2008）通过静态生命周期模型得出，金融知识投资与人力资本投资相类似。Jappelli 和 Padula（2013）使用了和借贷约束模型和不确定性生命周期模型，得出金融知识投资可以有效减少贫富差距。但上述两项研究忽略了金融知识与贫富差距之间的内生因

果问题。对此，Lusardi 等人（2017）建立了动态随机生命周期模型，将金融知识内生化的，得出金融知识水平较高的群体更倾向于参与证券投资，金融知识可以使金融消费者在不确定和不完善的保险市场中更好地配置资源，增加储蓄和投资收益，加剧与低金融知识群体之间的财富差距。Choi 等人（2009）研究发现金融知识水平较高的群体更能够以较低的公募基金费用获取较高的投资回报。Calvet 等人（2009）在瑞典的调研结果表明，教育水平较高的家庭的持股数量更多。Van Gaudecker（2015）使用在荷兰获取的调研数据研究了与金融知识与金融咨询、投资组合之间的关系，结果显示：金融知识水平较低的群体投资组合的多样化程度较低，而投资回报率则产生了不同程度的财富差距；投资回报差异导致贫富不均的内在因素在于金融知识水平低。

金融知识促进财富积累的具体途径包括股权投资溢价和养老金计划。较高的金融知识水平降低了信息成本，减少了证券市场摩擦（Haliassos and Bertaut, 1995），金融知识使金融消费者更善于利用证券投资获取溢价。金融知识水平与养老金收益呈正相关（Ameriks 等，2003；Lusardi and Mitchell, 2011），金融素养较高的参与者更倾向于规划养老退休计划。

2. 国内文献综述

（1）关于金融素养及其影响

与国外研究相比，国内学者主要从家庭资产和选择家庭理财规划等金融决策角度和家庭借贷等来测试金融素养对家庭财富的影响（胡振，2016；臧日宏，2017；吴卫星等，2018）。王正位等（2016）研究

了金融知识与家庭资产流动之间的关系，研究发现提高金融素养可以提高家庭金融投资的有效性，有助于低收入家庭迈向至高收入阶层。

（2）关于金融素养与金融行为的关系

第一，金融知识会影响家庭信贷行为。提升金融素养可以提升家庭对正规信贷的需求，降低债务违约风险，从而缓解家庭的债务约束（宋全云等，2017）。缺乏适当的金融知识会导致金融消费者误认为无法获取贷款而放弃。金融素养的提高可以促进家庭有效地利用各类金融工具，改善投资现状，如将财富参与证券、保险和养老金市场的投资（尹志超等，2014；吴雨等，2017；吴卫星等，2018）并促进创业（尹志超等，2015），随而释放潜在的信贷需求。

第二，金融知识优化家庭资产配置。金融知识能够促进家庭金融市场参与，增加风险资产的配置比例，实现资产增值（曾志耕等，2015；尹志超等，2014）。在金融教育项目领域，胡振和臧日宏（2016）研究发现金融教育可以显著提高金融消费者的金融市场参与度，优化家庭资产配置。根据杜征征等人（2017）的研究，金融教育活动有利于提高金融消费者的风险防范意识和金融工具选择能力。但是基本没有学者对金融教育的有效性评估作进一步研究。

（3）关于金融知识与家庭财富积累

曾志耕等（2015）的研究显示，金融知识通过优化资产组合而促进财富的积累，具体表现为金融素养较高的金融消费者倾向于将资产配置于风险金融资产。提高金融素养还可以促进创业活动，从而实现财富的积累（尹志超等，2015）。有实证研究表明，获取适当的专业性金

融知识可以显著增强低收入金融消费者的投资收益，从而促进其财富的积累。

根据尹志超和张号栋(2017)的研究，金融知识、金融素养水平与家庭财富有显著正向影响，可以显著缩小家庭间的贫富差距，尤其对于是低财富组的家庭财富。另外，金融知识能够显著增加家庭收入。王正位等(2016)借助收入转移矩阵研究了金融知识对家庭收入流动的影响，发现金融知识的提高有助于低收入城市家庭跃迁至高收入阶层。金融普惠提升了家庭金融知识，金融知识较高的社区其正规金融账户的普及率越高，家庭越能够使用正规账户进行交易，关注金融信息，降低家庭投资交易成本，缓解家庭与金融机构之间的信息不对称，促进贫困家庭致富，缩小家庭收入差距(尹志超和张号栋，2017)。

(4) 关于数字经济和数字金融下的金融消费者保护和教育

在数字化对金融业的影响上，王相怡(2019)从中国社会主要矛盾和经济发展模式转变的角度出发，认为金融创新为解决金融发展不充分、不平衡问题提供了新路径，为新时代中国经济发展注入了新的动力。与此同时，金融创新在金融业务、数字技术、网络和数据领域的应用也为金融行业和社会带来的若干的风险和挑战(王相怡，2019)。宋亮华(2018)从金融机构实现金融科技战略转型的角度，论述了对利益相关者实施差异化的金融教育，利益相关者包括金融机构的职工、未来的经营管理和技术人才，以及广大金融消费者。数字技术给金融企业带来了数字化生存发展的考验，金融机构为了配合金融科技战略转型并把握未来科技人才投资和经营管理逻辑的需求，需要采用契合金

融科技创新规律的针对性教育策略和措施，对利益相关者实施差异化教育。（宋亮华，2018）

王怀勇和邓若翰（2017）研究了互联网时代的金融消费者教育制度，他们认为完备的互联网金融消费者教育制度有利于促进互联网金融监管转型、维护互联网金融消费者权益。目前中国国内的金融消费者教育制度无法满足互联网金融发展的现实需求，包括制度理念滞后、教育主体局限、立法规范缺失和教育方式落后等，对此，国内应当构建有效的法律框架、加强制度创新、鼓励行业协会和机构的参与、将场景思维融入开展互联网金融教育。

（5）小结：现有研究的不足和改进空间

国外对金融知识/素养水平和金融教育对金融行为、财富积累和降低贫富差距的影响已经有充分的调研研究和模型数据验证，其中许多研究和调研的结论可以作为本文理论研究和创新的基础。虽然国内学者对金融知识/素养、金融行为和财富积累也有初步的研究，但是研究的范围（如金融知识和贫富差距的关系）和深度（要素之间的内生因果关系）与国外相比还有很大差距。

在“金融能力”的概念、演变、内容和维度上，国外学者已经有了充分的论证，并在概念上获得了社会层面的认可。而国内相关的概念研究仍停留在“金融知识”和“金融素养”上，虽然部分学者在研究和调研中使用了“金融能力”这个术语，但既没有在概念上作进一步的解释，也没有对其理论内容进行进一步的研究，使得目前的金融教育工作仍主要集中在“金融知识普及”和“金融素养提高”上，并且在实际

过程中经常交叉使用。

在数字时代背景下的金融能力培养上，世界银行第二版《金融消费者保护的良好经验（2017年版）》介绍了数字背景下金融教育工作的机遇和挑战，并提出了娱乐性教育、助推、选择性架构、技术利用等金融教育模式创新，并对从制定国家金融能力战略（含具体内容）到设立牵头部门、人力支持、资金知识、协调机制和利益相关者参与等方面等具体步骤进行了详细论述。但是该书在数字化背景、数字普惠金融等环境因素和在现状基础上的改进等领域研究较少。总体来看，国际上也缺乏这方面的研究。国内有数位学者研究了互联网背景下的金融教育制度，但主要侧重于制度构建层面，对数字技术和金融科技的研究和政策建议上的应用较少提及。总体而言，无论是国内研究还是国外研究，对数字技术和金融科技等数字时代的背景和应用研究仍然较少，尤其是相关的理论研究。

本文以理论研究为主、实证研究为辅，旨在在国内已有研究成果的基础上，从数字时代的技术变革和金融科技发展的角度，研究认识和培养“金融能力”的背景、必要性、重要性和意义并在此基础上提出符合现实情况的政策建议。

（二）数字时代金融教育发展的新形势

1. 数字经济的全球浪潮

随着全球数字化浪潮的推进，数字技术成为了改变世界的代表性和时代性力量，数字经济成为全球经济主流的发展方向。在这次全球数字化浪潮中，我国的数字科技和数字金融的发展起到了引领性作用。

以科技创新为基础的数字经济成为了我国新时代背景下经济发展的主导内容，数字金融成为了我国新时代产业体系的重要环节。同时，数字科技和金融科技改变了我国金融全球竞争格局，我国在数字经济规模上已经处于较为领先的地位，国内以科技为导向的金融服务和金融创新水平已处于全球的领先水平。

2. 数字金融的发展趋势

现代金融是以货币为主要媒介、经营社会投融资活动、具有不对称信息性质的特殊服务行业，对数字技术的发展、变革和应用具有尖锐的敏感性。目前我国的金融业已经发展成为科技驱动型和信息数字密集型的现代服务行业。从人类文明和科技发展的历史角度看，历次工业革命或科技的大规模产业化过程中，金融行业都充当了重要投资者、推动者、参与者和受益者的角色。从金融本身的发展历史来看，金融行业不断在实现金融产品和服务、金融工具和基础设施、金融业态和生态、经营管理和商业模式的发展和创新。

作为现代金融业的创新，数字金融是数字技术在金融领域的运用，通过互联网及信息技术手段与传统金融服务业态相结合的新一代金融服务，包括互联网支付、移动支付、网上银行、金融服务外包及网上贷款、网上保险、网上基金等金融服务。在数字移动支付获得突破性进展后，数字技术不断地渗入金融业，包括但不限于金融功能、金融服务模式、金融业态和机构、金融运营管理和外包，以及金融监管机构的监督管理等所有金融生态链条和环节。世界范围内的金融机构和相关的非金融企业在受到日益严格的资本监管和科技监管的同时，也在积

极追逐数字科技和数字金融发展的红利，争取市场竞争优势。以传统的银行业为例，近年来，国内传统银行业并未受到数字技术和数字金融的冲击和替代，反而利用数字技术和金融科技弥补了金融体系中的直接债务融资、普惠金融和财富管理等方面的等功能短板，先后成立的金融科技部门甚至是新设专门的金融科技子公司，探索发展金融科技和开放银行，利用数字时代的红利向智慧型银行演进。

我国传统银行业跟进数字经济发展潮流化劣势为优势，在新兴金融机构在数字金融创新和整体市场中保持强劲的竞争力。受益于金融行业的以市场化为导向的改革和金融业的对外开放，我国金融业取得了长足发展。2019年12月15日，中美贸易谈判达成第一阶段的协定，中国金融业的对方开放是其中一项重要内容。金融市场的开放促进了国内外金融行业的融合发展，为数字金融创新发展提供了良好的国际背景。数字经济发展和金融市场开放有利于优化国内金融服务生态环境、提高金融效率。。此外，数字金融不同主体的良性竞争促进了金融科技的发展，也使不同金融企业在支持供给侧改革的过程中为实体经济发展提供了高质量和低成本金融产品和服务。

在数字背景下，金融领域正由互联网金融转向金融科技时代。不少学者认为，金融科技是互联网金融的下一阶段。巴塞尔委员会(BCBS)将金融科技划分为四个核心的应用领域：存贷款与融资服务、支付与清结算服务、投资管理服务、市场基础设施服务。其中存贷款与融资服务的应用具体包括征信、众筹、网贷等产品；支付与清结算服务包括P2P汇款和移动支付等；投资管理服务包括智能投顾与智能投研；而市

场基础设施服务则最为广泛，意指区块链、大数据、人工智能和云计算等技术带来的金融创新。

3. 数字技术和数字金融对金融教育的影响

(1) 数字技术和数字金融为金融教育带来了新的内容

数字技术和数字金融的发展，丰富了金融教育的内容。非数字时代的传统公众金融教育的内容主要包括货币、银行存贷款业务、外汇等，由于智能手机尚未普及，使用信用卡的人数也相对有限，公众金融教育的内容也较为简单和有限。

但是随着数字时代的到来，数字技术在金融系统得到了广泛的应用，从提供金融产品和服务的主体，到金融产品和服务本身，再到金融产品和服务的投放渠道，都发生了巨大的变化，丰富了公众金融教育的内容，也彰显了公众金融教育工作的重要性。数字普惠金融的发展使广大公众有机会接触广泛的数字金融服务和传统的金融服务，如手机银行的发展扩大了公众接触传统存贷款业务的机会，使金融消费者需要了解原本因覆盖范围较小而无需实施公众金融教育的相关金融产品和服务的知识。

综上，数字技术和数字金融的发展极大地丰富了公众金融教育的内容。在数字金融发展和人人都有机会享受金融服务的时代下，金融消费者需要更了解传统的金融业务（如存贷款和信用卡），还要了解新兴金融业务，包括互联网支付、移动支付、网上银行、金融服务外包及网上贷款、网上保险、网上基金等。

(2) 数字技术和金融科技为金融教育带来了新的挑战

数字金融的发展给金融消费者保护带来了两种新的挑战：一是包括损害安全为主的各种风险，比如数字欺诈、网络犯罪和数字隐私等；二是鼓励了金融消费者的经济冒险行为。但是与此同时，也彰显了开展金融教育工作或培养消费者金融能力的必要性和重要性。

①数字金融带来的安全风险

一是传统的财产损失风险。数字技术和金融科技为金融消费者和金融教育工作带来挑战的同时，也彰显了金融教育工作的必要性和重要性。随着数字技术的发展，不法分子可以采用更隐秘的手段欺诈金融消费者的资产；数字技术和金融科技加剧了商业银行等金融机构与金融消费者之间的信息不对称，从而加剧了金融机构与金融消费者之间的不平等地位，提高了消费者的权益受侵害的风险。

二是个人金融信息泄露的风险。在数字时代，数据隐私与经济财产权利都构成了金融消费者权益的重要内容。随着数字普惠金融的发展，金融机构有机会从广大金融消费者处获取大量的个人基本信息、财务状况和个人生物信息等，留下了金融消费者数据隐私被侵犯的风险。欧盟在出台《通用数据保护条例》（GDPR）后，大量的金融企业和互联网行业受到了巨额处罚。《加州消费者隐私法案》（CCPA）也将于2020年1月生效，随后美国各州也将以纽约州为起点开展消费者数据隐私保护。与欧盟偏重人权的数据隐私保护立法的理念相比，美国的相关立法主要致力于对消费者的保护上。而目前国内与数据隐私保护相关的规定庞杂零散，缺乏高位阶的法律或法规。尤其在个人金融信息保护上，金融机构的相关行为规范和处罚措施上都缺乏细致的规定，

相关立法和监管都主要在数据和信息的收集层面，对数据应用层面（如互联网广告上涉及的信息泄露）涉及较少。此外，数字技术的发展提升了金融机构或互联网基础所收集的数据受到黑客网络攻击的风险。

国内	法律	《民法总则》 《网络安全法》
		《数据安全法》《个人信息保护法》（列入十三届全国人大立法规划）
	部门规章	《数据安全管理办法（征求意见稿）》《个人信息出境安全评估办法（征求意见稿）》《网络安全漏洞管理规定（征求意见稿）》
	国家标准	《信息安全技术个人信息安全规范》《信息安全技术 大数据安全管理指南》《信息安全技术数据交易服务安全要求》
	地方立法	《贵阳市大数据安全管理条例》《天津市数据安全管理办法（暂行）》
国外	欧盟	《网络安全法》《网络与信息安全指令》《通用数据保护条例》
	美国	《加利福尼亚消费者隐私法案》《云法案》《联邦隐私法案》（准备中）
	英国	《数据保护法案 2018》
	巴西	《通用数据保护法》
	印度	《2018 个人数据保护法案》
	澳大利亚	《用户数据权利法案》
		IS027701、欧美隐私护盾协议、欧日世界最大数据安全流动区域、英美数据共享协议

表一：2019 年国内外主要数据隐私保护立法

②鼓励消费者的金融冒险行为

金融冒险行为（个人借贷的泛滥）曾经导致了 08 年金融危机。随着金融机构移动智能端的发展，实现了“掌上银行”，大部分金融消费者基本上可以在手机移动端实施金融行为，包括转账、投资理财、填写个人信息、办理信用卡等操作。数字金融发展虽然便捷了金融消费者的金融决策和金融行为，但是鼓励了金融消费者的冒险行为。在非法金融活动（以金融诈骗为代表）方面，金融消费者容易快速地将资

金转移至对方账户；在投资理财方面，金融消费者直接在移动端实施投资理财，可能缺乏谨慎的考虑；在个人借贷上，花呗、信用卡等数字移动借贷工具容易让缺乏自制力的金融消费者陷入过度借贷危机；在个人数据隐私方面，金融消费者在数字平台上的操作容易导致个人数据被相关平台收集，甚至可能被用于非法金融活动或其他犯罪活动。

（3）数字技术提升金融教育工作的科技属性

数字技术除对金融行业带来行业形态和渠道等方面的变革外，对金融教育的理论、方向和具体项目也产生了巨大影响。数字技术通过数字平台解除了传统金融教育活动的物理限制，即需要在现场与受众进行面对面的传播。

一是数字技术为金融教育项目提供了数字传播平台（含社交网络平台）。传统的金融教育活动主要依靠现场传播，如现场发放传单和手册、现场讲解和现场小品和表演。而数字平台打破了这种物理局限性，不但使教育责任主体在数字平台上传播金融知识、金融案例和金融宣传视频等，还为金融消费者（受众）相互之间的传播提供了机会。

二是数字技术和金融科技改变了金融教育活动的形态。社交平台和移动端产生的大量数据，提高了计算能力并降低了计算成本，推动了机器学习的发展。尤其是云计算、大数据分析和人工智能等金融科技，为智能金融教育工具提供了基础，如 IBM 的虚拟代理 Eva。虽然数字技术对金融消费者的行为转变的长期性尚未有确切结论，但是智能学习有望根据金融消费者的习惯和需求，以较低的成本提供适当实时的结果预测和金融建议。

三是数字技术丰富了金融教育活动的传播方式。金融知识可以通过数字载体体现，如网络小游戏、短视频等，可以提高金融教育的趣味性和发展娱乐性教育(edutainment)，提升金融教育的有效性。数字载体丰富了金融知识传播的形式，并降低了传播的成本，与现场的金融知识传播方式相比，具有低成本、长期持续、传播范围广、传播速度快的特征和优势。

(三) 数字经济时代下加强金融教育的依据

数字经济促进了数字普惠金融的发展。与传统金融服务相比，数字时代的金融服务较大程度地突破了时间和空间的限制，使原本被排斥在金融服务体系之外的群体可以享受到金融服务，同时金融服务自身也在数字时代进行了一场彻底的变革，纷繁复杂的金融产品以空前的规模涌现在公众面前。金融服务是一个中性的概念，运用得当，可以改善个人生活、提高实体经济的效率，运用不当则会增加不良债务甚至引发系统性的金融风险。因此，公众需要在购买和享受金融产品和服务前有能力在充分了解和熟悉的基础上做出符合自身利益的金融决策，这离不开责任各方通过一定的方式和工具培养金融消费者的上述能力，即金融能力（详见第二部分）。从金融消费者的角度来看，这项权利在法理上可确认为“金融受教育权”，国务院《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》对此进行了明确。受教育权是金融消费者最基础性的权利，是保障知情权等其他权利和金融机构切实履行相应义务（如透明度）的基础。

从总体来看，在数字金融时代加强金融教育的理论依据主要有三：

一是数字经济时代金融服务范围扩张的现实需要；二是数字经济时代金融服务纵深发展的必然需求；三是数字经济时代金融监管转型的应有之义。

1. 数字经济时代金融服务横向扩张的现实需要

普惠金融旨在以可负担的成本提供充分的机会让所有的群体都可以接受金融服务，尤其是原来被排除在正规金融服务之外的群体，这类群体往往也是普惠金融的重点对象，包括农村人群、城市务工人民、残疾人、老年人和小微企业。这类新金融服务群体文化素养相对较低，接受的金融教育有限，是数字时代普惠金融发展的“风险敞口”。

随着数字技术的不断发展，金融服务对公众而言呈日常化趋势发展，如使用第三方支付服务代替原来的现金支付。无论从覆盖范围还是使用频率来看，金融服务都已深入绝大部分社会群体的生活当中，即绝大部分的社会群体几乎都在日常地购买和使用金融服务。但是金融服务的频繁和广泛使用也加剧了金融消费者权益受侵犯和金融系统不稳定（脆弱）的风险。以数据隐私为例，金融机构或其他企业在日常金融服务中获取金融消费者的个人信息乃至生物特征，刺入了金融消费者个人隐私权的边界，甚至因个人数据的泄露而导致金融诈骗事件频发，不断侵犯了金融消费者个人的财产权利，而且会由于事后追回的困难影响社会秩序的安定。

2. 数字经济时代金融服务纵深发展的必然需求

数字经济滋养了金融创新的土壤。金融数字经济时代，尤其是金融科技的发展，使银行业金融机构、非银行金融机构和非金融实体（如

通讯公司)之间出现了外包和代理安排,同一集团下不同公司分别从事通讯、社交、支付、贷款等多种业务,使金融关系日益复杂化,也加剧了消费者与金融服务经营者之间信息不对称问题。消费者在购买和享受金融服务时,对上述复杂的服务和金融法律关系的缺乏足够的认识,容易形成不利于自身的金融决策,而且目前大多数消费者缺乏正确的事后正确维权的意识、认识和知识。因此,随着金融产品、金融法律关系的复杂化与双方信息不对称问题的加剧,有必要提升消费者在参与金融交易时或之前有能力理解交易标的并懂得出现事故后的正当维权途径。

我国现有体制规定了金融服务提供者在向消费者提供金融产品或服务时的披露和说明义务,但是实际上,消费者往往无法在短时间内理解大量且复杂的产品或服务本身和相关合同条款及其风险;同时层出不穷的非法集资活动通过“保本”“高收益”的形式向公众销售“理财产品”。提高消费者的金融能力可以在一定程度上避免购买不适当的金融产品或受到金融诈骗。

3. 数字经济时代金融监管转型的应有之义

数字经济时代,金融机构及其所从事的金融活动大规模地扩张,对稀缺的监管资源提出了挑战,“风险导向监管”这一理念应运而生。监管资源的有限决定了金融监管不能涵盖所有的金融活动,无法大批量地处理消费者的投诉。世界经验表明,金融监管机构的监管应当坚持“风险导向监管”,将监管资源主要投放在风险较高的领域,优化利用稀缺的监管资源。而在金融消费者保护领域,金融监管机构所保护

的法益及于金融消费者整体，旨在通过调控或监管手段维护和促进法域内金融消费者整体福祉，发挥金融对实体经济的促进作用。而具体的消费者侵权案例，可以帮助监管机构发现金融机构的违法行为，但是监管机构不得作为行政机构干预金融消费者与金融机构之间的民事法律关系。因此，应当让金融消费者知晓有效的维权途径，否则既影响了社会秩序和社会效率，而金融消费者的维权问题却未得到解决。

金融教育是提高金融消费者保护监管效率和效果的重要手段。金融机构可以通过统筹监管范围内的金融机构开展有效的金融教育活动，培养消费者的金融能力，掌握适当的风险识别能力和正确维权意识。爱尔兰在帮助消费者实现“自我救助”上有许多成功的经验。帮助消费者实现自我救济一方面减轻了监管机构介入具体民事争议的压力，同时也将通过司法和准司法的途径提高金融机构的违法行为，符合我国目前的机构改革和金融监管改革思路。此外，在制度上要减少消费者起诉金融机构不法行为的成本，适当提高赔偿金额，借鉴国外金融领域的集体诉讼制度，不断提高金融机构的违法成本，作为行政机构实施监管的补充。

（四）金融能力的概念、内涵和维度

“金融知识普及”、“提高金融素养”和“培养金融能力”这组看似相近的概念，实际上体现了金融教育的不同侧重、宗旨和理念。从概念上来看，“金融知识”侧重对金融市场的了解，“金融素养”侧重了解金融市场及理解相关核心概念的能力。世界银行认为，“金融能力”是指消费者在既定社会经济条件下能作出符合自身利益决策的能力，是引

导金融消费者根据实际作出明智决定的知识、技能、态度和信心。从内涵上看，“金融素养”要窄于金融能力。从“金融知识普及”到“提高金融素养”，再到“培养金融能力”是三个由高到低的阶段，也是金融业不同发展阶段对金融消费者能力要求的提高。在数字经济时代，金融消费者仅仅掌握金融知识及理解金融概念的能力无法应对快速变化和层层包装的金融活动，因而无法作为“风险导向监管”的补充。在数字经济时代，金融消费者的金融能力应当包括以下三个维度：获取适当的金融知识；具备利用金融服务的意识和信心；了解并实施正当且有效的维权途径。

1. 获取适当的金融知识

“金融知识”属于静态的概念，是金融能力的基础。培养金融基础能力，首先要求金融消费者掌握“适当”的金融知识。“适当”是对金融消费者所需知晓金融知识范围的界定，包括参与金融场所需要了解的知识、金融诈骗活动的基本形式和相关的法律法规。所需获取金融知识的种类通常包括但不限于征信、存贷款业务、个人结售汇业务、投资理财、信用卡等；需要了解的金融诈骗活动的基本形式包括但不限于高收益宣传、保本保收益宣传、二维码、诈骗电话，应当告知金融消费者要在查明和核实被投资单位的相应资质，因为我国对从事金融活动实施准入管理；了解法律法规对于一般金融消费者在理解上有一定难度，可以通过案例解读法律条文的形式向消费者普及金融法律知识。

金融知识庞杂，对于非最基础金融知识的宣传，如果要求面面俱

到，往往会出现“面面不到”的结果。对此，应当通过“人工智能”，在符合数据合规要求的前提下，依据对“大数据”的分析，选择适合不同具体个别消费者现实需求的知识通过合法的方式进行在线推送或现场宣传。

2. 具备购买和使用金融服务的意识和信心

具备购买和使用金融服务的意识和信心建立在形成适当金融知识储备的基础之上，要求金融消费者掌握一定的实践技巧，将金融知识应用到现实场景当中。

购买和使用金融服务的意识是指在根据实际需要购买和使用金融服务，例如中低收入群体按揭购房、使用信用卡、购买相应风险等级的理财产品、购买国债、购汇等等，这也是金融业发展的总体——促进经济效率、促进社会发展。

购买和使用金融服务的信心是指金融消费者有恰当使用金融服务的信心，建立在金融消费者对金融市场和金融服务本身的信任的基础之上。首先要建立公众对金融市场的信任，监管机构需要采取措施防范金融风险，而不是集中于在发生金融“事故”后再采取补救措施，因为此时公众对金融市场的信任和信心已经受损。从心理学的角度来看，信心离不开成功的实践。既有成功经验的累积会逐渐培养起金融消费者对自身金融实践能力的信任和信心。可以通过模拟实践和操作让金融消费者在正式购买金融服务之前能有拥有熟悉了解和试错的机会，或者模仿金融诈骗手段和工具模拟诈骗场景，让消费者亲身体会购买金融服务和金融诈骗情景，在实践中积累经验。相反，如果偏向采取事

后救济处理的，金融消费者很有可能已经对金融市场和金融服务失去信任和信心。

3. 有能力采取合法有效的维权措施

金融消费者也应金融消费者在正常业务中权益受到侵犯或遭受金融诈骗时，应有能力采取合法有效的维权措施，维护自身的合法权益。维权能力是金融能力中的重要内容之一，尤其在非法金融事件频发的状况下。

许多金融消费者认为可以通过信访等方式利用行政力量解决纠纷，维护自身的合法权益。但是根据现代法治理念，强制处置一方的财产和财产权利需要经过严格的司法审判程序。从法律角度看，行政机关无权介入金融消费者与金融机构之间的民事法律关系，更无权直接要求金融机构对金融消费者履行偿付义务或承担偿付责任。行政机关的职责是根据金融消费者提供的举报线索，根据相关法律法规，对监管对象采取监管措施。监管机构根据法律法规授予的权力，规范金融机构的行为、打击非法金融活动，从而保护金融消费者整体的合法权益。北京高院对案号为（2019）京行终 5733 号案件的行政判决书，以司法判决的形式表明个人的投诉举报不属于人民银行监管所保护的法益。因此，金融消费者应当懂得采取有效的维权途径维护自身的合法权益。

金融消费者在与金融机构的业务中产生纠纷时，可以先通过金融机构的内部投诉处理途径解决。监管制度应当要求金融机构建立内部投诉处理的内控制度，或者将其作为一项准入要求，通过备案制度落实。此外，金融机构的内部投诉处理制度应当要求金融机构在内部投

诉无法有效解决争议时，告知金融消费者采取非诉第三方解决机制和司法诉讼的相关信息，以及上述两种途径在成本、法律后果等上的区别。建议监管制度规定金融机构在与消费者为订立合同进行沟通时，充分告知消费者如发生争议的维权途径。

对于非法金融活动，消费者的资金往往无法要回，应设置专门的举报渠道，并给予相应的举报奖励。广泛性和亲身参与使公众比监管机构更容易发现非法金融活动，减少了监管资源的使用，提高了监管的针对性、及时性和有效性。可以通过设立相应的基金，对投资举报人进行奖励，鼓励检举非法金融活动，及时避免大规模金融诈骗事件的发生。

（五）我国金融消费者教育制度和实践的现状与不足

金融教育是培养金融能力的主要方式。目前，我国已经形成了集中性的金融知识宣传机制，于每年的三月、六月和九月开展集中性的金融知识普及活动；形成了金融素养调查制度，每两年开展一次全国性的金融素养调查活动；积极推进金融知识纳入国民教育体系，编写分别适用于小学生和中学生的金融知识读本；推动金融知识普及宣传常态化，尝试建立金融教育示范基地。但是目前，我国目前的金融教育制度和实践仍然存在许多不足。

1. 金融消费者教育制度设计亟待创新

随着数字经济时代的到来，尤其是金融科技的发展，金融服务的数字化以及金融科技的发展改变了金融服务和渠道的特征，增强了金融服务使用的个体差异，因此，为与这种个体差异相适应，应当及时更

新对应的金融消费者教育制度。但是现有的金融教育制度和实践带有行政管制色彩，监管机构承担了大部分金融教育工作的组织和统筹：监管机构注重金融消费者教育的整体性和一般性，缺乏对消费者个体性的考虑，不利于金融消费者对金融知识的理解和吸收，同时监管机构内部资源有限，较少接触具体金融业务，进一步影响提升金融教育对象的金融能力的效果。

2. 金融消费者教育理念过于形式化

目前的金融消费者教育工作理念存在一定程度的形式化，即在形式上向金融消费者普及金融知识，但是缺少金融消费者实际是否吸收相关金融知识、提高金融诈骗风险防范能力的关注。现阶段的金融消费者教育在理念上的方针仍主要为“金融知识普及”，通过现场发放传单等方式宣传相关领域的知识，本身无法衡量金融消费者“接收”金融知识的实际效果，难以达到切实维护金融消费者利益的目的。随着金融科技的纵深发展，仅通过大面积地扩散金融知识无法适应新时代对金融消费者金融能力的要求。

3. 金融消费者教育方式缺乏针对性

金融消费者教育发展前期阶段，主要通过现场讲解和发放传单的方式向金融消费者。现阶段，金融消费者教育的方式逐渐多元化，包括但不限于集中性的金融知识普及、金融知识竞赛、金融知识进课堂、发放传单、通过社交平台以视频等生动的方式普及金融知识。虽然金融消费者教育的方式由单一走向多元化，但是目前已有的金融消费者教育宣传形式并未将能力培养与具体的金融业务相结合，如在投诉案件

处理过程中培养金融消费者的金融能力，也没有提供模拟的金融应用场景让消费者进行模拟体验，如让金融消费者体验模拟的电信诈骗过程，因此当前的教育方式缺乏针对性。

4. 未积极发挥金融教育对金融消费者权益保护监管的联动作用

金融教育和金融消费者权益保护监管长期被看作金融消费者权益保护两个分离的方面。金融消费者教育主要指金融机构在监管机构的指导下，提高金融消费者（或客户）金融能力的过程；金融消费者权益保护监管指监管机构根据法律法规的授权，对被监管对象，即金融机构，实施监督检查的行为，是公权力的体现。金融消费者教育和金融消费者权益保护监管看似是两项不能的职能且无直接的联系，但是存在可以同时促进金融消费者教育和金融消费者权益保护监管的项目和活动，例如设定一定的激励制度，鼓励社会公众对非法金融活动的检举和揭发然而，目前对金融消费者主动揭发和检举非法金融活动或金融机构的不合规行为缺乏激励机制，无法建立起有效的主动报告制度。金融消费者无法接收到相关的金融教育，进而导致缺乏主动报告等可以利用较为广泛的公众力量，及时发现金融诈骗和风险隐患的制度设计，监管机构无法及时采取监管干预措施或者作为对现有监管的补充，从而成为一项“事后救济”。通过金融教育和相关激励机制提高金融消费者的主动报告水平，还有助于减少监管机构利用检查计划主动发现违法违规行为的成本，具有正向效益。该激励机制的具体设计可以参照因该主动报告行为所获得的收益或减少的损失，或节约的监管资源计算。

（六）数字经济时代金融教育发展的新机遇

金融科技是互联网金融的进一步发展，应用形式具体包括区块链、物联网、人工智能和大数据。金融科技对金融消费者保护和金融教育有重大的推进作用，也是金融教育工作由“金融知识普及”向“金融能力培养”的关键。在非数字时代，金融教育工作受到物理距离的局限，金融教育传播的范围和持续性受限。而数字经济时代的到来，尤其是金融科技的发展，为金融教育发展带来了新的机遇，包括提高金融消费者体验、提高金融教育的针对性和扩大金融教育的覆盖范围。

1. 数字经济提高金融消费者受教育的体验

数字经济通过智能手机和个人电脑使金融消费者实现了掌上金融，节约了到金融机构现场办理业务的时间和成本。同时数字经济的发展也使智能手机、个人电脑、网络社交平台和新媒体成为新型的金融教育形式，其灵活性、及时性、便捷性提高了金融消费者受教育的体验。

传统的金融教育形式主要具有现场性和纸质性的特征，主要包括现场宣传、发放传单、现场金融知识竞赛、现场教学、现场金融情景表演等。虽然传统形式的金融教育活动具有亲身体验感和直接性，但受限于特定的物理范围，传播范围有限，同时现场活动较高的成本使传统的金融教育活动难以日常化、常态化，使金融教育不得不局限在“知识性普及”的层面。

数字经济下新型金融教育形式打破金融教育的地理距离限制，降低了金融教育活动的成本，同时丰富了金融教育的内容。故事等引起情感的叙述可以提高沟通的有效性，有研究表明，电视剧可以有效的改变观众的认知和行为，尤其是观众与剧中人物命运的情感纽带。此

外，网络平台的小游戏也可以让金融消费者在娱乐中获取金融知识或在变化的模拟环境中实践金融操作。社交平台的发展和智能手机的普遍化，催生了大数据，为机器学习创造了环境。机器的深度学习，促进了金融领域人工智能的发展，可以通过分析数据作为金融消费者的自动财务顾问，比如 IBM Watson 开发的 Eva 虚拟代理。人工智能可以通过监测分析和深度学习金融消费者的习惯，提醒或指引用户改变相应的金融行为或习惯，从而以一种较低成本的方式为金融消费者提供个人定制的金融服务。

2. 数字经济提高金融教育的针对性和有效性

大部分现有的金融教育活动部分的群体传播特定的金融知识，包括识别假币、外汇、证券买卖、防范套路贷、防范电信诈骗等等。然而，在大规模的金融普及教育活动中，很难考虑到消费者的个体需求和个体之间的差异。金融消费者注意力有限的自然限制，降低了不考虑个体金融消费者需求和差异的金融活动传播的有效性，而且贪大求全的大面积宣传也使得金融教育活动很难深入到现实中具体复杂的个体案件而契合金融消费者的需求。这也是传统金融教育方式存在的主要弊端之一。

金融科技中大数据和人工智能的发展，使监管机构和金融机构可以以较低成本的方式向金融消费者提供个性化的金融教育服务，弥补了传统金融教育方式针对性低、有效性差的特点。由于以人工智能为依托的金融教育服务需要建立在大数据分析的基础之上，且监管机构缺乏直接获取消费者信息以及具体研发金融科技的基础，因此，大数

据人工智能化的金融教育工作的义务应主要由金融机构承担，而监管机构在金融教育领域则通过法律授权要求或考评激励等方式监督金融机构落实该项义务，同时监管机构在个人信息与隐私保护方面对金融机构进行监督。这一职责和义务的分配有助于提高金融教育的针对性和有效性。

3. 数字经济促进“金融知识普及”向“培养金融能力”的转变

如上文所述，金融教育工作由“金融知识普及”转向“金融能力培养”顺应了数字经济时代发展的趋势，也是金融教育向更高层面发展的标志。非数字经济时代，金融服务尚未与数字技术相结合，金融服务的范围有限，缺乏“培养金融能力”的动力和条件。随着数字经济时代的到来和数字普惠金融的发展，仅仅普及金融知识以及不能满足金融消费者的需求和金融系统安全的需要。数字技术和金融科技有助于将金融教育工作常态化、深入化、个人化，促进“金融知识普及”向“金融能力培养”的转变。培养金融能力与金融知识普及相比，需要常态化、个性化和场景化地实施金融教育工作，而数字技术为常态化、个性化和场景化的金融教育提供了基础和条件。

(1) 关于金融教育常态化

金融教育的常态化是为应对金融消费者的“遗忘曲线”而采取的定期巩固针对金融消费者教育成果的相关措施。

根据世界银行集团的金融能力研究报告，对消费者一次性的行为干预措施可能有短期的影响，但是这些短期干预影响会随着时间的经过不断消退，金融消费者也会逐渐恢复原行为习惯，甚至一次性的干

预无法帮助金融消费者形成良好的金融习惯。传统的金融知识普及活动主要依靠纸质传单和现场推介来宣传金融知识，但是这种推介方式较大的人工和资源成本使得传统宣传方式难以常态化和长效化。数字技术可以将金融知识与数字传播媒介结合，以低成本的形式同步向所有移动端用户宣传金融知识，使金融教育工作具备的常态化的基础。

世界银行研究表明，维持金融消费者的知识水平，实现金融消费者的行为转变，培养金融消费者的金融能力，需要实施作为定期巩固手段的金融教育活动，形成常态化的金融教育机制。在常态化的金融教育机制下，现场宣讲、发放传单等金融知识普及月活动，与定期提醒推送、社交平台、个人金融状态追踪等长期性金融教育手段相结合，帮助金融消费者长期保持积极行为，为培养金融消费者的金融能力奠定制度框架性质的基础。

（2）关于金融教育个性化

金融教育的个性化是从行为经济学理论的角度出发，为提供满足金融消费者个性化需求的金融知识所采取的相关措施。行为经济学认为，人的注意力是有限的，普通公众（平均文化素养水平）面对一次性大量非针对性的金融知识，往往会因为在一定时间接受大量未知知识感到焦虑从而放弃，或在接受时点后的一段较短的时间遗忘，影响了金融教育活动的效果。除通过常态化的金融教育活动控制“遗忘曲线”外，还应当提高金融教育的个性化程度，提高对金融消费者个人特征和需求的关注，提供符合特定金融消费者兴趣和需求的金融知识。

在个性化上，传统金融宣传方式主要采取点对面的形式，在集中

性宣传中宣传者缺乏事先对受众的了解和事中对受众的关注，缺乏对消费者个人特征的了解和消费者个人需求特征的关注。缺乏消费者个性化的考虑是现场型金融教育活动的固有限制，因为了解消费者是一个长期的过程。数字技术打破的现场传播的固有限制，利用数字载体和数字平台实现非现场金融教育，而人工智能可以运用非参数分析等手段，依托于大数据分析，跟踪消费者交易记录和金融消费习惯，自动形成对教育对象（即特定的金融消费者）的个人特征和需求特征，使监管机构和金融机构根据大数据和人工智能分析形成的个人信息背景，在数字载体和数字平台上向特定的个体消费者推送有针对性的信息或推荐相匹配的金融教育活动，提高了金融能力培养的成本效益和有效性。

（3）关于金融教育的场景化

金融教育的场景化是根据金融实践中可能出现的金融问题，为金融消费者提供模拟自我解决该类问题的技术，从而在模拟实践中提高其相关金融能力。实践是检验真理的唯一标准，也是最佳的学习方式之一。金融教育的场景化，是“金融知识普及”向“金融能力培养转变”的关键。金融教育的场景化，可以通过模拟实践的方式切实让金融消费者在实操中提高“金融能力”，而不仅是接受静态的金融知识。在非数字经济时代，模拟应用的技术不能广泛推广，缺乏让金融消费者模拟体检金融服务或金融诈骗历程的条件或具有较高的成本或缺乏相关的动力。

“吃一堑，长一智”是一种“吃亏式”学习方式，也因为失败和损

失的亲身自我体验让学习者比书面学习更能吸取经验教训。但是如监管机构在金融事件处理上的原理一样，如果总是在金融事故发生后采取措施或进行相关的应对立法，此时公众对行业的信心已经动摇，金融行业的信誉已经遭到了破坏。同理，如果金融消费者总是在“金融失败”后吸取经验教训，可能消费者已经慢慢失去了对自我金融能力和金融市场的信心，对金融市场产生排斥感。而场景化的金融教育则可以实现二者的平衡，为金融消费者提供免费的“试错机会”，可以在不影响受众信心的前提下让金融消费者在“试错”的模拟实践中提高金融能力。在金融教育场景化推广上，主要包括金融服务的模拟体验和金融诈骗情景的模拟体验。在金融服务模拟实践上，可以通过模拟投资软件和模拟投资过程，比如金融机构 ATM 机和手机银行的模拟端，作为对正式投资理财或其他相关产品的营销宣传工具。在金融诈骗场景模拟上，可以在大数据分析的基础上利用人工智能的方式，让消费者模拟体检金融诈骗（如电信诈骗）的过程。模拟体验与传统的案例展示相比的最大的优点在于，金融消费者对于所投放金融场景有直接感受和亲身经历（亲身体验比观看更能集中传播对象的注意力），可以提高金融消费教育的有效性和持续性。

（七）数字经济时代金融教育的新目标

数字经济下的数字技术是一个中性概念，它给金融业带来深刻变化（如大量的金融创新）的同时，也为金融业带来了风险和隐患。总体上看，数字技术为金融教育带来的影响是正面和积极的，它为金融教育带来了新机遇（见第四部分）的同时也对数字经济背景下金融教育

提出新的目标。

1. 适应数字普惠金融的发展

数字普惠金融是数字技术与普惠金融发展相结合的产物，目前我国已经将普惠金融发展作为一项国家战略。随着数字时代的深化和数字技术的进一步发展，如以区块链、大数据、人工智能和物联网为代表的金融科技的出现，数字普惠金融是金融消费者权益保护和金融教育工作的重要“大背景”。一方面，数字普惠金融发展催生了金融消费者权益保护和金融教育发展更新的需求；另一方面，金融消费者权益保护和金融教育工作又可以作为数字普惠金融的延伸，为数字普惠金融的进一步发展保驾护航。

（1）数字普惠金融是金融能力培养的重要前提

数字普惠金融为被排斥在正规金融产品和服务之外的群体提供普惠金融服务的数字渠道，主要涵盖支付转账、存款信贷、保险和证券领域的数字渠道。¹数字普惠金融以“数字化+普惠金融”的模式，降低金融服务门槛，促进信息流通和价格发现，促进金融业的高覆盖、低成本和可持续的发展。2016年9月，我国在杭州G20峰会上正式提出制定《二十国集团数字普惠金融高级原则》的建议，建议通过数字技术来促进普惠金融的发展，构建数字普惠金融的金融基础设施系统，利用数字技术在包容、效率和创新“红利”，发挥数字技术在金融领域信息优势和成本优势，让经济、金融的发展与技术进步的成果覆盖更多

¹LAUERK,LYMANT.:Digitalfinancialinclusion:implicationsforcustomers,regulators,supervisors,andstandard-settingBodies[M],Washington:CGAP,2015.

群体，尤其是经济弱势群体，这对我国目前的全面建设小康社会目标和扶贫攻坚战略有重要的促进意义。

数字普惠金融利用数字技术发挥普惠金融的潜力，通过降低成本和信息流动实现了“长尾效应”。虽然处于“长尾”部分的中低收入群体和中小企业的个别交易额较小，但众多的新型交易者可以汇总成极大的市场规模。在非数字时代，金融交易主要在金融服务提供者和高端金融需求者之间发生，无开展倾斜式金融消费者保护和广泛金融教育的迫切需求。但是随着覆盖人群的扩大，金融产品服务的受众呈多样化趋势发展，金融消费者平均的金融素养的下降增加了金融市场和系统的脆弱性。金融消费者缺乏金融消费维权领域的的能力，甚至会对社会秩序产生影响。因此，数字普惠金融是金融消费者权益保护和金融能力培养重要背景的前提。

（2）金融能力培养是数字普惠金融发展的保障

信息流通和成本门槛优势使数字普惠金融成为普惠金融发展不可阻挡的趋势。数字普惠金融的发展，需要以具有相应金融能力的金融消费者为依托。全世界对金融消费者保护的持续关注始于 2008 年的次贷危机，数字普惠金融通过数字技术降低了广泛金融消费者获取金融服务的成本和门槛，数字技术的发展也为不法分子实施金融诈骗和非法集资等活动提供了便利。在数字经济时代，培养金融消费者的金融能力，帮助金融消费者获取相关金融知识、提升识别和防范风险的能力，以及正确、及时、有效采取维权措施的能力，可以有效缓解数字普惠金融向前发展发生影响金融安全乃至社会秩序的事故风险。

（3）金融能力培养是数字普惠金融内涵和宗旨的延伸

普惠金融的英文为“financial inclusion”，含有包容性发展之义。现有的普惠金融理论主要认为普惠金融发展主要的功能在于降低金融产品和服务的成本和门槛，提高金融的可获得性，降低贫困的发生率，助力于扶贫攻坚战略。但是随着数字普惠金融的发展，金融能力本身也应当作为普惠金融发展为公众带来的福祉之一，成为对于金融消费者而言的一种无形财富。

从“包容性发展”的角度出发，普惠金融帮助不同群体享有均等的机会受益于经济和金融的发展。而享有均等受益机会的权利，在信息透明和零成本的发展背景下，金融消费者自有资金规模和资金实力等物质因素的影响将逐步下降，而金融能力高低的影响则不断上升。因此从普惠金融（尤其是数字普惠金融）的本质和宗旨看，金融消费者金融能力的培养和提高也应是普惠金融的应有之义。

2. 注重个人金融信息和金融隐私权的保护

从互联网金融到金融科技，大数据正在不断广泛地运用于行政、商业和个人生活。大数据时代的到来，一方面便利商业和社会生活，一方面也为金融消费者的数据隐私保护带来了巨大的挑战。过去，金融消费者与金融机构之间最重要的往来主要是资金，而在数字经济乃至大数据时代，金融消费者的数据和信息在金融机构以及其他企业市场竞争中的地位急剧上升，甚至成为部分企业的核心竞争力或者成为可单独识别的金融产品。

从立法上看，国家对个人数据隐私的保护可见一斑，也侧面反映

了金融消费者个人隐私数据的重要性。《民法总则》第 111 条规定了自然人的个人信息受法律保护，并规定任何企业或组织不得非法收集、使用、加工和传输他人的个人信息。这是《民法总则》继《民法通则》后，在隐私权条文（第 110 条）之后，首次作为基本法律增加了个人信息保护的规定。自欧盟《通用数据保护条例》出台以后，中国也在加强个人数据和个人金融信息数据保护等相关法律法规的出台。

然而，目前我国金融消费者的数据隐私保护能力上还存在如下问题。一是金融消费者的数据隐私保护意识，根据《2018 中国网民个人隐私状况调查报告》，只有约 16.1% 的网民仔细阅读了相关条款协议，选择大体浏览和直接勾选同意的各占比 40% 左右，又如许多金融消费者在社交平台展示支付账单时，往往通过默认的方式授权支付等平台采取个人信用数据。二是面对数据因素侵犯的普遍现象，金融消费者缺乏维权意识和维权能力。面对金融机构或其他企业收集个人数据的经济动力，消费者却往往缺乏维权的意识和维权的能力（缺乏相应的集体诉讼制度），而主要依靠监管机构的监管来规范市场主体的行为。

3. 使金融消费者适应新型金融环境

（1）使金融消费者能适应金融创新

数字经济在金融领域推动了金融创新。金融创新最初的目的在于缓解或规避金融风险，但不断演化为金融机构和非金融企业规避监管和侵害金融消费者合法权益的手段。与现有金融服务相比，金融创新以一种新的形式或者通过层层包装的形式出现，风险更具有隐秘性，对金融消费者的潜在损害风险要更大。因此，金融消费者应该懂得识

别和防范金融创新产品和服务的风险。

可以考虑将消费者测试作为金融产品创新的前置程序，一方面可以检测创新金融产品的潜在风险和实质，一方面可以通过消费者亲自测试提高金融消费者与金融创新相关的金融能力。换言之，就是要将消费者测试与消费者教育结合起来，既作为创新产品的检测程序，又作为培养金融能力的手段。

（2）使金融消费者能防范新型的非金融活动

近年来，非法金融活动的隐秘性、复杂性、迷惑性和影响广泛性都有所上升。如消费返利，通过看似盈利的方式在网络平台上实施诈骗行为。许多消费返利平台如果早有发现，金融消费者可以及时止损。但是依照实际情况来看，这些平台真正被大众意识到是金融诈骗活动时，已经在社会上产生了恶劣的影响，消费者的大部分资金也难以追回。实际上，对于此类以消费返利为代表的非法金融活动平台，如果消费者具备一定的金融能力，可以在早期发现此类平台的诈骗迹象，从而及时避免损害的出现。

举报制度可以为金融消费者主动学习提供充分的动力和机会，但如上文所述，举报制度应该配备一定的激励机制，计算的方法可以包括处罚金额、所减少损失金额或涉案金额等标准的一定比例。新型的非金融活动往往经过相关主体的“精心设计”，普通的金融知识普及活动很难让金融消费者具备应对此类活动的的能力。而随着数字时代的到来，信息网络的发达实际上给金融消费者主动学习提供了更多的机会。对此，应对新型的金融诈骗活动，与其直接通过“注射式”的方式

向金融消费者“注射”金融知识，更有效的方式是通过激励制度间接地调整金融消费者的行为，使消费者主动利用发达的信息平台学习相关知识和技巧，在及时有效处理非法金融活动的同时，通过长期行为调整的方式，实现金融消费者能力培养的常态化和持续化。

七、讨论及结论

（一）尝试制定金融能力国家战略

金融能力国家战略可以与其他国家战略或工作起到相互促进的作用，如普惠金融战略、扶贫攻坚战略，以及金融消费者权益保护工作。制定金融能力国家战略有利于整合现有的金融教育活动，减少重复或遗漏之处，并帮助建立各金融教育承担主体之间的合作伙伴关系。此外，金融能力国家战略可以向广泛的社会公众（包括金融教育主体和金融消费者）提供广泛的参与机会，形成金融能力发展的基本理论、基本路线和实施步骤，确立金融能力培养的总目标和各阶段目标，通过将本文提到的主动学习、智能学习等理论体现在金融能力国家战略上，对具体的金融教育活动起主导作用。

根据世界银行的统计，目前已经有超过 60 个国家正在制定金融能力国家战略。同时也有部分国家将金融能力战略作为普惠金融战略的一部分，或者根植于其他重大的国家战略，但是这种做法在实际的操作过程中会分散社会对金融能力的注意力。

根据世界银行汇总各国实践提出的建议，在制定金融能力国家战略之前，应首先实施国民金融能力的基础调查、整理归纳现有的金融

教育提议、检索和借鉴其他国家相关的战略。目前我国已经基本形成两年一次的金融素养调查，无须另外开展专门的金融能力专项调查，出于成本效益考虑，可以在原调查问卷上加入更反映金融消费者金融能力的题目。

在内容上，金融能力国家战略应该包括：第一，相关术语的定义，如金融素养、金融教育和金融能力等，定义应当取决于我国金融能力国家战略的需要以及可以为大众所普遍接受的概念，因为有不同理论基础的概念在实践过程中却经常交叉使用；第二，提升国民金融能力的受益对象，包括对金融消费者、金融服务业、监管机构、教育机构、用人单位、非政府组织等等；第三，与其他国家战略的关系，如金融稳定、普惠金融和扶贫攻坚等；第四，战略实施的资金安排，一般包括财政拨款和公益捐赠，由牵头组织负责资金的分配和使用，由资金来源方或其他利益相关者对资金的分配和使用进行监督；第五，金融教育行动计划，包括金融教育项目活动的制定、测试、实施、时间安排、次序等等，并根据这些项目活动的优先次序决定项目资金的分配。

出于对监管教育资源有限性和金融消费者教育的契合性考虑，建议在法律法规层面规定金融服务提供者的金融消费者教育义务，由监管机构对金融服务提供者履行金融消费者教育义务进行监督，并纳入对金融服务提供者的考核作为激励。金融机构的教育义务可以作为信息披露要求的有效补充，如告知金融消费者相关的维权方式、选择和路径。

（二）发挥纠纷解决对培养金融能力的促进作用

“以案促学”是实现金融教育有效性的重要途径，也是促进金融教育个性化和场景化的方式之一。从英美法的传统看，案例具有丰富和动态的性质，可以不断地适应环境的变化而获得发展。从金融教育/金融能力培养的内容上看，“静态”的金融知识往往局限在传播主题的既有知识框架内，或者受到原有知识框架的限制，同时“静态知识”的传播缺乏相应的趣味性和吸引力，不容易获得受众的关注。而案例可以现实事件和情节引起受众的注意力，使受众在接受案例所涉及相关知识的同时，可以了解相关案件的由行为到结果的进程和关系，建立对相关金融活动的后果预期和应对措施。

我国现有的金融消费纠纷解决与金融教育（金融能力培养）属于金融消费者权益保护大框架下的两个不同方面。在未来的金融实践中，二者可以发挥相互融合、相互促进的作用：金融消费纠纷解决可以提升金融教育的个性化和有效性，金融教育可以减少金融消费者纠纷解决的压力、提升金融消费纠纷解决的效果和满意度。首先，在个体的消费纠纷解决中，要注重对金融消费者和相关教育；其次，充分发挥金融消费纠纷案例的社会传播效果，在全社会有效传播范围内形成“以案教学”的金融能力培养模式。

现在人民法院裁判文书网、金融监管机构和金融机构都会收集相关的金融消费纠纷案例。但是这些案例未以公开可获得的方式向社会公众进行广泛的传播，没有积极发挥个案的社会警示和教育作用。可以考虑由牵头的监管单位联合相关的利益相关者（包括金融机构和相关协会）对现有的案例，对接现已制定的金融消费纠纷投诉分类标准，

进行分类归纳整理，并依法依规将部分案例向社会公开，作为“以案教学”的重要资源。

根据传播学理论，传播的要素包括信息、编码译码、媒介和反馈。在金融消费纠纷的传播中，可以参考以上四个要素开展理解。第一，在信息上，首先要有诉讼或非诉纠纷解决机制形成的案例。第二，在编码译码上，由相应的专业主体按照一定的标准，以金融消费者的视角对案例进行归纳整理。以消费者的角度出发，即使消费者可以按照所遭遇的问题或困难检索出相应的案例和对问题解决和结果形成初步的预期，其中要注重个案当中案件争议点和处理结果的突出标识，避免过多非关键的细节影响受众阅读的耐心。第三，在媒介上，考虑到公众在参考金融消费纠纷处理预期时对公信力的需求，不宜由一般的社交平台或非政府组织的平台作为传播的媒体，而应制定相应具有公信力的牵头组织将经过“编码译码”的金融消费纠纷案件在其官方平台或制定的网站或平台上传播。第四，在反馈上，要积极建立与受众的反馈互动，作为金融消费纠纷传播系统效果的检测和日后改进的基础。

八、有待进一步研究的问题

（一）发展智能金融教育

智能金融教育是金融教育与大数据和人工智能的结合。智能金融教育在实践过程中具有常态化和个性化的特征，可以作为目前集中性金融知识普及活动的有效补充。现阶段，部分金融机构通过在日常业务中收集的金融消费者数据进行分析，根据人工智能，向金融消费者

推送智能化的金融信息。还有一种上文所提到的自动金融决策工具等金融人工智能。本文将前者定义为主动型智能金融教育，将后者定义为被动型智能金融教育。

1. 合理发挥主动型智能金融教育的优势

在主动型智能金融教育中，教育主体占主动地位，金融消费者占被动地位，即金融机构或其他非金融实体在金融机构的指导和利益相关者的监督之下，利用已有的所收集的金融消费者个人信息通过大数据分析的手段，向其定期、根据其自身设定的要求或在进行特定的操作后推送相关的金融教育信息。在发展主动型的智能金融教育或金融机构自主研发和开展金融知识智能推送中，要尤为注意相关的个人数据或金融数据收集的数据隐私合规问题。随着欧盟《通用数据保护条例》的出台，全球掀起了对数据隐私保护的关注热潮。目前，国内全国人大常委会以及外交部、国家网信办、国家互联网信息办公室、公安部、全国信息安全标准化技术委员会、公安部、工信部、中国人民银行纷纷出台了有关个人信息保护法律法规，领域包括基本法律和国家战略、互联网信息内容管理制度、网络安全登记保护制度、关键信息设施安全保护制度、个人信息和重要数据保护制度、网络产品和服务管理制度、网络安全事件管理制度等等，而个人金融数据保护的法律法规中制度仍有待完善和具体化。因此，面对未来智能金融教育进一步发展所需收集个人金融数据的程序，一方面，监管机构要更注重相关金融数据收集的立法规范和收集过程和结果的监督检查，这也是未来金融消费权益保护立法和监督检查本身发展的重要方向之一。另一方面，

要从提高金融消费者的数据隐私意识和能力上做出改变。在数据隐私保护能力培养上：一是要增加金融消费者的数据意思保护意识，使其明白个人数据隐私的重要性；二是向金融消费者普及保护数据隐私的方法和技巧，但同时要有配套的监管立法和执法作为普及的基础，如知晓信息收集单位是否有权收集或使用其信息，以及收集或使用的范围；三是要提高金融消费者的维权意识和维权能力，有效阻止金融服务提供者的数据隐私侵权行为，应该使其违法成本高于违法收益，但是监管机构的资源限制和金融消费者维权意识和能力的缺乏使得数据隐私侵权人的违法收益高于违法成本，这也是目前侵权行为屡禁不止的重要原因，因此应当通过在制度上探索金融消费集体诉讼制度，在金融能力培养上提高金融消费者的维权意识和能力，在维护金融消费者权益的同时制裁侵权者。

2. 充分发挥被动型金融教育的优势

被动型智能金融教育与主动型智能金融教育相反，金融消费者占主动地位，教育主体占被动地位，由金融机构根据相应的金融知识库、金融消费纠纷案例和相关金融法律法规，开发出智能的金融教育系统和人工智能辅助性金融决策工作。相较于主动型智能金融教育，被动型智能金融教育的涉及违反数据合规和侵犯个人隐私的风险相对较小，因此较主动型智能金融教育优势更加明显，更应当充分发挥其优势作用。

被动型智能金融教育，基于技术发展限制和动机原因，在国内的运用范围和深度有还有较大的提升空间。但目前，部分 P2P 平台已经

开发了关于投诉处理的人工智能服务。可见，目前开展被动型的智能金融教育具有相应的技术基础，但对于其他机构尤其是监管机构开发相应的智能技术具有很大的技术和资金投入障碍。建议监管机构作为牵头组织通过设立协会或扩充原协会的智能金融教育职能，吸引具备一定技术实力的金融机构或非金融企业参与相应智能金融咨询工具的技术开发，由监管机构和金融机构负责基础数据库的整理，基础数据库包括相应的基础知识、法律法规、司法解决、司法案例和调解案例。基础数据库的整理涉及大量的前期收集和整理工作，需要分阶段进行，可以先开发金融知识咨询功能到法律政策了解功能，再到案件了解和咨询功能。同时基础数据库还应保持动态开放，及时加入新的金融知识、法律法规和相关案例。例如，智能金融教育可以作为借助金融消费纠纷传播金融知识的向上延伸，为一般金融消费者（检索能力较弱）通过简单智能的文字或语音检索获取相应的金融决策和金融消费纠纷的智能咨询服务。

综上，在数字经济时代，提高金融消费者的数据隐私意识和能力显得必要且迫切。在数据隐私保护能力培养上：一是要增加金融消费者的数据意思保护意识，使其明白个人数据隐私的重要性；二是向金融消费者普及保护数据隐私的方法和技巧，但同时要有配套的监管立法和执法作为普及的基础，如知晓信息收集单位是否有权收集或使用其信息，以及收集或使用的范围；三是要提高金融消费者的维权意识和维权能力，有效阻止金融服务提供者的数据隐私侵权行为，应该使其违法成本高于违法收益，但是监管机构的资源限制和金融消费者维

权意识和能力的缺乏使得数据隐私侵权人的违法收益高于违法成本，这也是目前侵权行为屡禁不止的重要原因，因此应当通过在制度上探索金融消费集体诉讼制度，在金融能力培养上提高金融消费者的维权意识和能力，在维护金融消费者权益的同时制裁侵权者。

（二）推动金融消费者主动学习

推动金融消费者主动学习机制有利于节约金融教育活动成本和提高金融教育工作实效，也是金融知识普及或金融素养提升观念向金融能力培养的重要环节——即提升金融消费者主动学习和应用金融知识和技巧的意愿和能力。

金融消费者在金融教育活动中处于被动接收地位是金融教育有效性不足的重要原因：一是经济成本和组织成本较高；二是此方式不利于对金融消费者的针对性不足，未能形成长期的追踪和培养；三是由于上述二者导致金融消费者金融学习或金融能力培养缺乏循序渐进的持续过程，未为金融消费者即时吸收和后续跟进的机会，更不必说长期的能力培养。金融消费者在金融教育活动中占被动角色的形式，使金融教育工作未实现成本效益原则。

金融消费者主动学习是提高金融教育有效性的最有效方式之一，不仅有助于帮助金融消费者吸收金融知识和提高金融能力，而且有利于提升金融消费者学习金融知识和培养金融能力的主观意愿。金融消费者形成金融学习的主观能动性后，可能根据自身的需求和喜好自主检索相应的金融知识，数字技术的发展为金融消费者的自主检索提供了平台基础，监管机构和金融机构可以在此基础上完善相应的书面读

本和网络数据库（可以包括上文提及的案例库）。以下为推动金融消费者主动学习的具体手段：

1. 贯彻“以金融消费者为中心”的理念

推动金融消费者主动学习，首先需要“以人民为中心”的理念贯彻到金融教育工作当中。尤其是以金融机构为主要主体的金融教育活动，往往存在以金融教育为名使其活动带有营销性质的动机。“以人民为中心”在金融教育工作中的体现即为“以金融消费者为中心”，即以金融消费者的视角和需求考虑。金融能力培养与金融知识普及相比，需要对金融消费者形成长期的关注，对牵头组织和参与主体的社会责任感提出了更高的要求。

2. 开展娱乐性教育

“娱乐性教育”（“edutainment”）在英文上是“education”和“entertainment”的合并。“娱乐性教育”在教育内容中掺入娱乐元素，可以使金融消费者的金融学习更愉快，激发和维持金融消费者金融学习的兴趣。娱乐性金融教育旨在让受众在娱乐中学习，在学习中娱乐，在金融消费者的通常娱乐方式中嵌入金融教育，有助于提升金融消费者学习金融知识和提高金融能力的主观意愿。世界银行研究表明，电视剧等非传统信息传播渠道可以显著改变参与者（金融消费者）的知识结构和行为习惯，例如同时作为观众的金融消费者容易被电视剧或电影中的情节所带动或影响，研究表明，观众与电视剧情节或故事的情感纽带对金融消费者行为认知变化具有关键影响。²同时，开

²Mattias Lundberg and Florentina Mulaj, eds., “Enhancing Financial Capability and Behavior in Low-and Middle Income

展娱乐性金融教育还要尤为考虑制作成本和传播范围两大因素。但数字技术的发展，为降低成本和扩大传播范围提供了有效途径。

从一般经验看，目前金融消费者主要的娱乐方式包括电视、社交平台和游戏等。目前部分电视剧将老年人遭受非法集资诈骗的事件加入了剧情当中，引起了观众对此类事件的关注。对此，金融监管机构或金融机构可以加强与媒体的合作，在日后可能热播的电视剧当中加入金融元素，尤其是关于金融诈骗的情节元素。目前社交平台的小程序游戏也成为了娱乐性教育发展的重要趋势之一。2019年金融知识普及月期间，人民银行联合腾讯财付通开发和发布了全国首个金融小游戏——“保卫钱袋子”。“保卫钱袋子”设计为塔防类游戏并在攻击加速和获取游戏金币上加入的金融知识问答内容。人民银行和腾讯首次将金融知识与小游戏程序相结合，并在具有广泛影响力的社交平台发布，有助于实现金融知识传播的广泛影响基础。

但是目前我国市面上仅有一款金融小游戏，需要面对具有经济动机的其他同类非金融公益宣传类游戏的竞争。负责部门可以通过培养社会责任感或其他适当的方式，鼓励相应具备资金和技术实力的企业开发多样的金融小游戏，促进以游戏为载体的娱乐性教育的发展。

九、附录：

[1] 焦瑾璞，“国际金融教育网络 (INFE) 金融消费教育有效性评估的指导原则及启示”，《清华金融评论》2014年第12期。

[2] 余文建等，“消费者金融素养指数模型构建与分析”，《上海金融》，

Countries” (World Bank, 2014), available at <https://open.knowledge.worldbank.org/handle/10986/20085>.

2017 年第 04 期。

[3] 余文建,“推进金融知识纳入国民教育体系的几点思考”,《清华金融评论》2017 年第 06 期。

[4] Angrist, Joshua, Eric Bettinger, Erik Bloom, Elizabeth King, and Michael Kremer. 2002. “Vouchers for Private Schooling in Colombia: Evidence from a Randomized Natural Experiment.” *American Economic Review*, 92 (5): 1535–1558.

[5] Walstad W B, Rebeck K, Macdonald R A, et al. “The Effects of Financial Education on the Financial Knowledge of High School Students”. 《*Journal of Consumer Affairs*》, 2010, 44(2): 336–357.

[6] Connell A O. “Evaluating the Effectiveness of Financial Education Programmes” [J]. 《*OECD Journal: General Papers*》, 2009, 2008(3): 9–51.

[7] Becchetti, L. and F. Pisani, 2012. “Financial education on secondary school students: The randomized experiment revisited.” *Aiccon Working Paper No. 98*.

