友邦人寿致力于为老年群体提供有温度的服务，通过全渠道普及各类生动的以案说险，带领老年群体学习金融知识及健康知识，助力老年人开启健康长久好生活。

友邦人寿客服热线

固定电话 800 820 3588

手　机 400 820 3588

海外用户 （8621）2409 9009

守护银发族
金融适老大调研报告

管理层寄语

随着我国人口老龄化程度不断加深，近年来，友邦人寿积极响应国家政策方向，在国家金融监督管理总局的正确领导下，积极支持银发经济，打造**“康养生态圈”**，整合养老产业上下游优质资源，努力满足人民群众多元化、多层次的“享老”需求。

同时，为了更全面的了解消费者面临养老生活的心声与需求，响应国家发改委关于推动养老公共消费提质增效的通知，友邦人寿重磅发布**《守护银发族·金融适老大调研报告》**聚焦不同年龄层从**“养老”**到**“享老”**的金融适老行为的变化与差异，为行业提供前瞻性洞察，助力解决养老千人千面需求的问题，将服务落到实处，希望广大金融消费者都能老有所依，病有所医，居有其所，行有所安，实现幸福感满满的品质“享老”生活。

姜利民
友邦人寿
首席客户官

目录

01 | 前言 ---------- 01

02 | 养老生活需求洞察 ---------- 03

03 | 金融适老行为洞察 ---------- 15

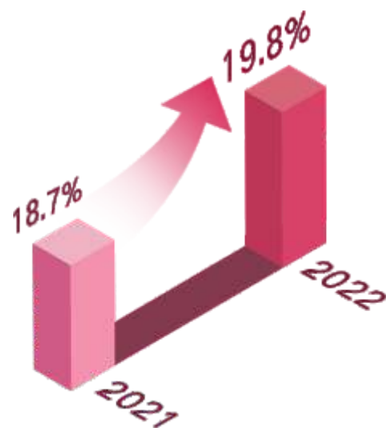
04 | 金融消费风险意识洞察 ---------- 19

05 | 核心结论 ---------- 23

01 | 前言

中国老龄化人口占比提高

截至2022年末，我国60岁及以上人口为2.8亿人，占总人口19.8%，比重上升1.1个百分点。而2021年我国60岁及以上人口为2.64亿人，占18.7%。



应对老龄化已上升为国家战略

2022年
《“十四五”规划》

实施积极应对人口老龄化国家战略，加快完善社会保障、养老服务、健康支撑体系，把积极老龄观、健康老龄化理念融入经济社会发展全过程。

2023年
《关于推进基本养老服务体系建设的意见》

加快建成覆盖全体老年人、权责清晰、保障适度、可持续的基本养老服务体系，不断增强老年人的获得感、幸福感、安全感。

数据来源：国家卫生健康委新闻发布会

预计2035年中国老龄化人口突破4亿

2035年，60岁及以上老年人口突破 **4亿**

占总人口比重超过 **30%**

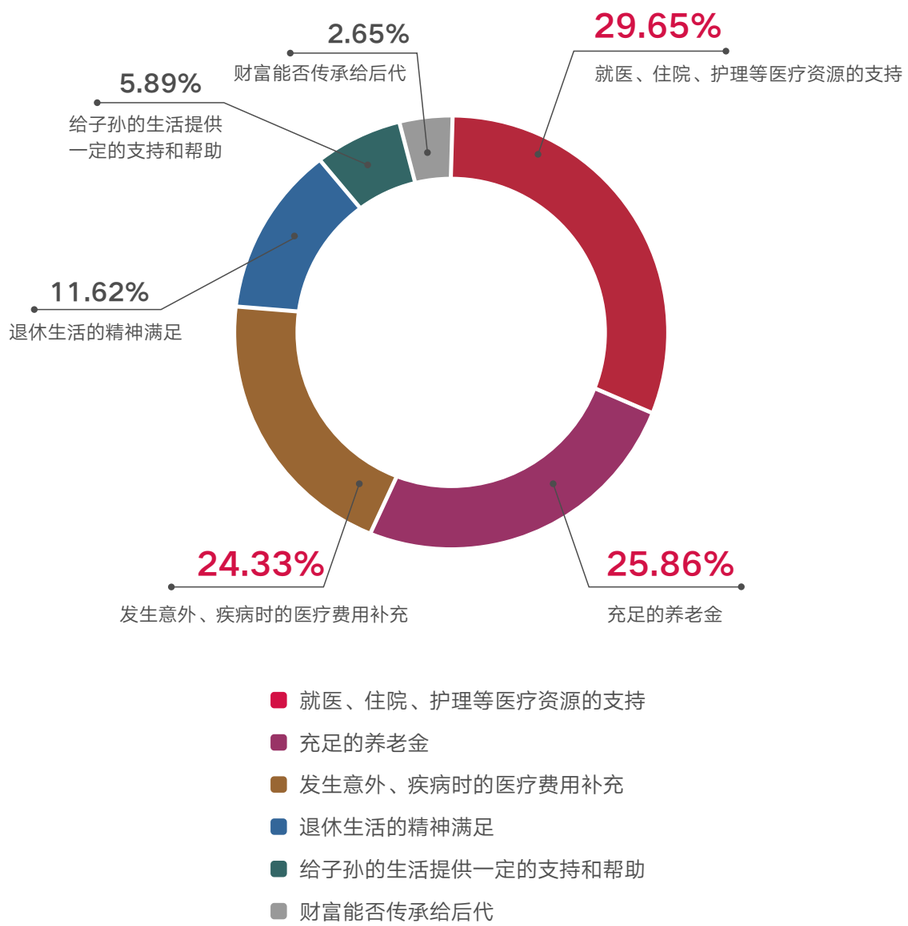
友邦《守护银发族·金融适老大调研报告》

在此背景下，友邦保险在数十个省份及直辖市，抽样调查超过4万份各年龄层消费者的样本，完成《守护银发族·金融适老大调研报告》，从而倾听消费者面临养老生活的心声与需求，发现包括**「财富自由」**、**「现代化尊重」**、**「爱与归属」**，以及**「风险意识」**等各方面针对老年人的金融适老行为洞察，助力老年人实现幸福感满满的品质养老生活，多措并举地帮助老年人规划好**“钱袋子”**。

02 | 养老生活需求洞察

消费者想到退休，最关注什么？

友邦适老调研报告结果显示，消费者退休后主要关注**医疗资源支持**，发生意外、疾病时的医疗费用补充，以及拥有**充足的养老金**。这说明随着当下不断变化和越来越多样性的养老需求，金融消费者除了担心财务压力外，还存在较大的医疗质量压力，商业保险和健康管理服务在康养体系中对于消费者的重要性已到达新高度。



退休后才发现，钱是最重要的

从调研结果中我们发现，尚未步入老年的消费者可能因**缺乏紧迫感**，对实际养老所需要的资金储备缺乏更全面的认知；而切身体会适老过程的老年消费者，更加认知到**准备充足个人养老金的重要性**。

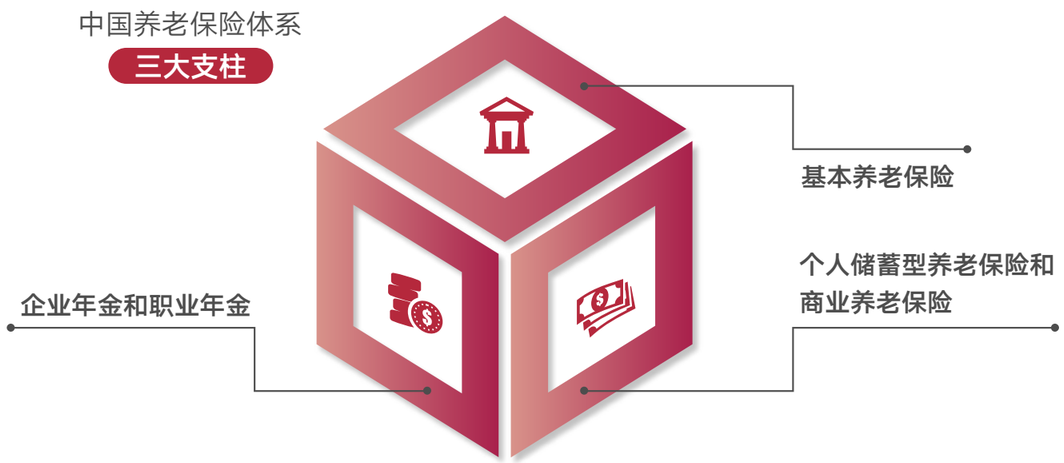
各年龄层最关注的选项	60岁以下	60岁-69岁	70岁以上
	就医、住院、护理等医疗资源的支持	充足的养老金	充足的养老金

「财富自由」的品质养老愿景

当下，随着我国现代化程度不断提高，居民对「幸福感」的需求愈加强烈，越来越多的消费者开始怀揣「财富自由」的品质养老愿景；其对养老金增值需求必将日益提高，而实现这一愿景则与消费者退休前在相应物质准备的规划息息相关。

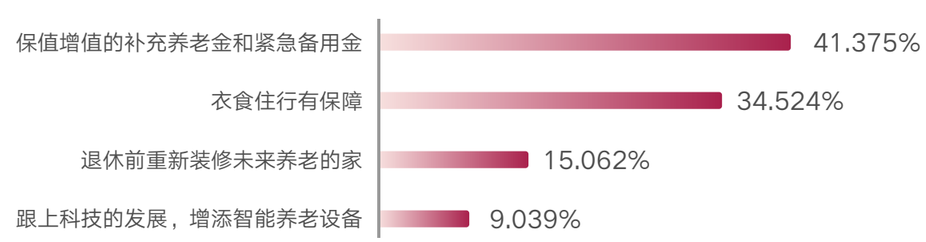
备受重视的「养老储备金」与「全方位养老服务」

消费者对适老过程中需要的养老金愈加重视。中国的养老保险体系包括政府主导的基本养老保险、企业年金和职业年金、个人储蓄型养老保险和商业养老保险三大支柱，如今随着消费者对养老金增值需求的日益提高，消费者对个人养老金重要性的认知日益增强。



除资金外，适老过程中**“衣食住行有保障”**也是品质养老生活的刚需。根据国家“9073”格局构想，将有90%左右的老年人实现居家养老；因此，为各阶段养老过程提供保障的需求，将愈加凸显其重要性与必要性。

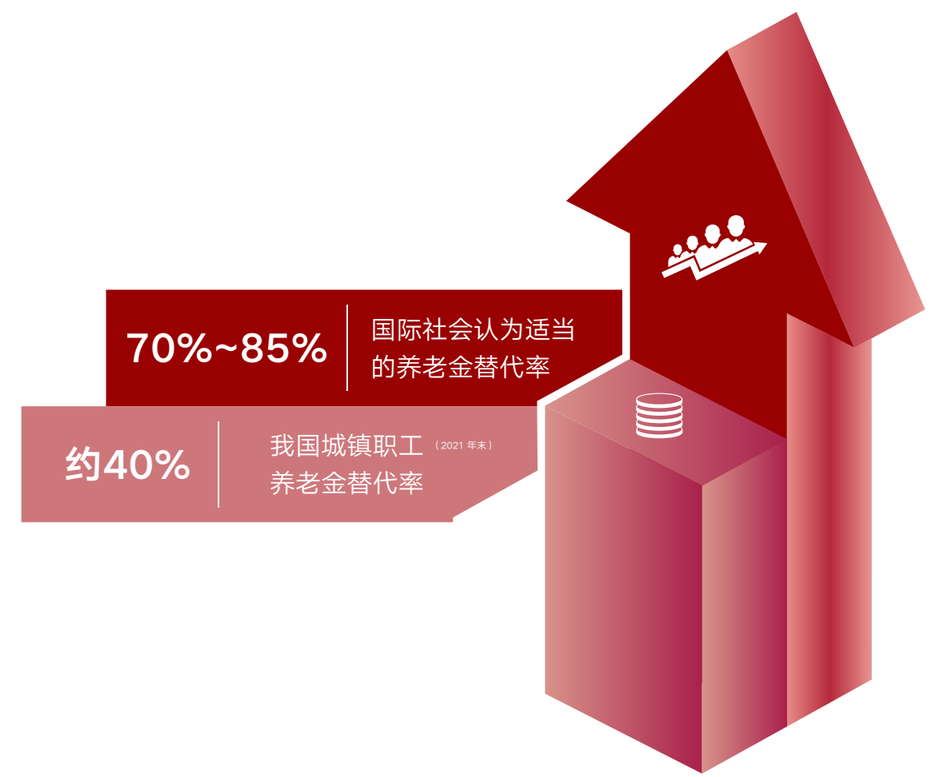
您认为适老过程有哪些物质准备（总体情况）



愈加重要的养老第三支柱

党的二十大报告明确指出，要完善基本养老保险全国统筹制度，发展多层次多支柱养老保险体系。值得注意的是，目前我国基本养老保险的保障水平可能已不足以匹配消费者与日俱增的品质养老需求。

现今国际社会普遍认为适当的养老金替代率①应处于 70%~85%；但随着我国居民收入的不断提升，养老金替代率已开始逐渐下滑：截至2021年末，我国城镇职工养老金替代率，已降至40%左右。因此，仅靠养老“第一支柱”基本养老保险，难以实现广大消费者「钱袋子」充裕的品质养老愿景。

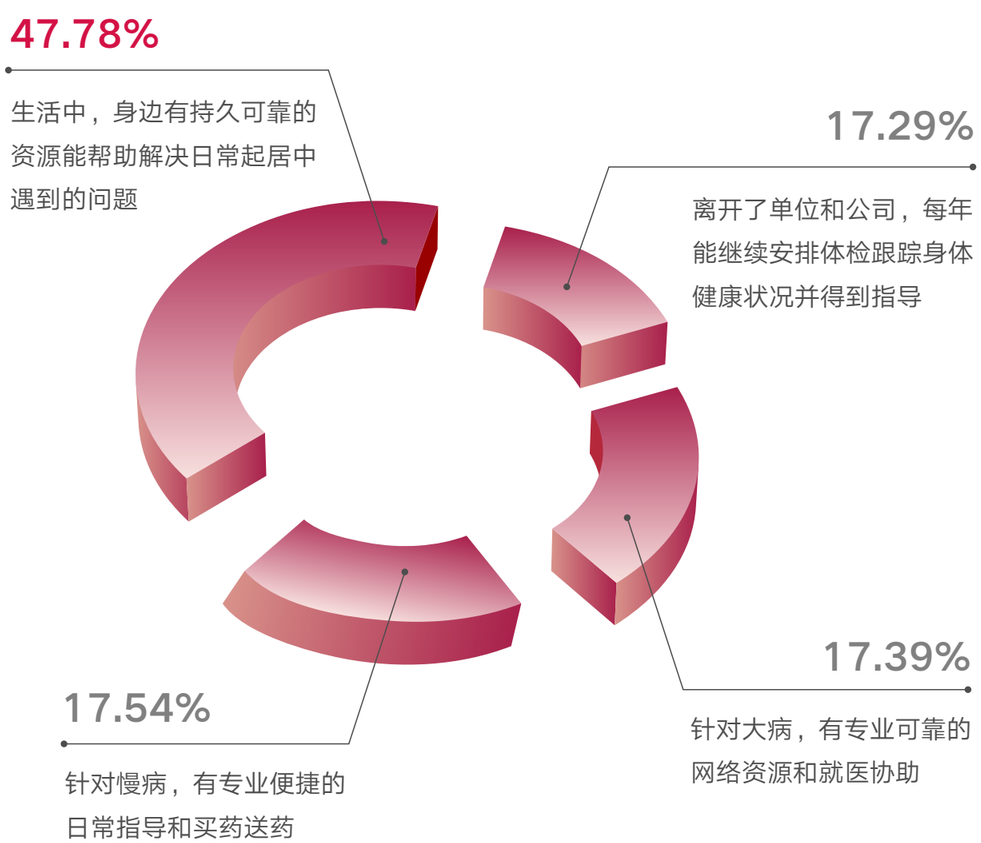


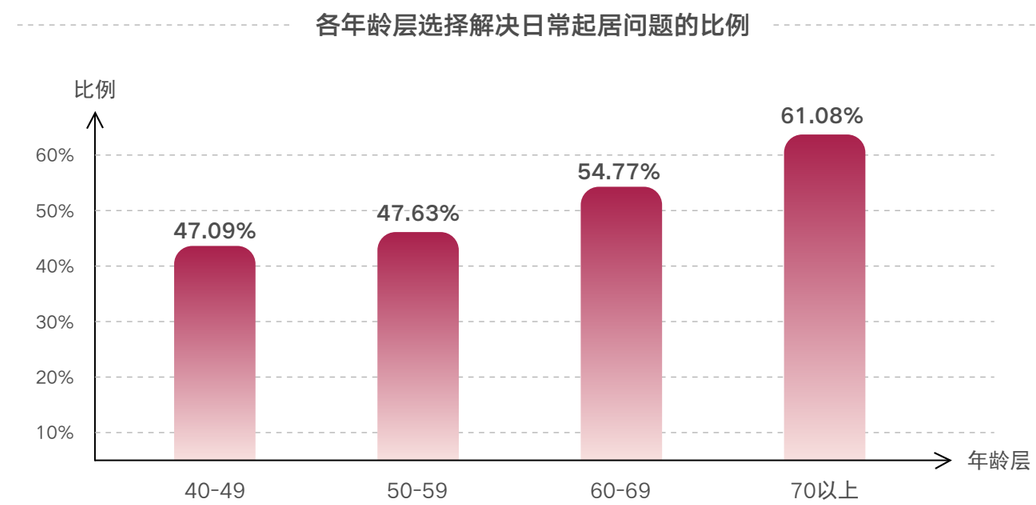
在人口老龄化影响不断扩大的背景下，推进第三支柱的不断发展，满足消费者未来日益增长的美好养老生活需求，扩大关系消费者切身利益的养老金规模，无疑是至关重要的。

①养老金替代率：退休时养老金领取水平与退休前工资水平的比率
数据来源：国家卫生健康委新闻发布会；国家统计局；人力资源和社会保障部；国际劳工组织《社会保障最低标准公约》

适老过程中最需要的帮助是什么？

友邦适老调研报告显示，超过**47%**的消费者认为适老过程最需要的帮助是**“身边有持久可靠的资源解决日常起居中遇到的问题”**；随着消费者年龄的提升，我们发现其对解决日常起居的重视程度也有显著提高，当代人对健康状态、健康风险有着清晰的认知，同时还存在较大的医疗质量及治疗过程等各方面的压力，亟需“一站式”健康管理服务。





积极推进服务民生保障 支持实体经济发展

调研结果显示，消费者普遍亟需能够触手可及、及时快速响应的新生态康养服务，以此提高生活起居的便利性，从而解决适老生活中所面临的问题；同时其对全阶段养老过程的品质需求，增长潜力巨大。

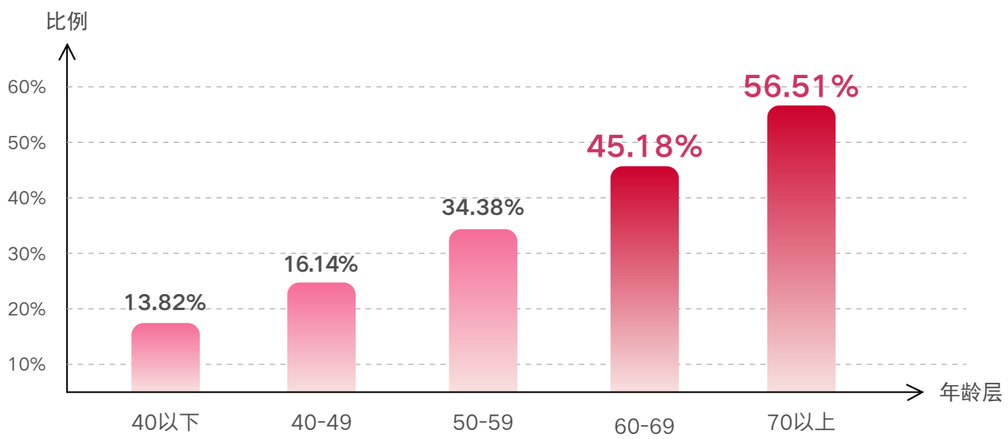
在此背景下，友邦积极推进服务民生保障，支持实体经济发展，持续深化养老服务，努力满足人民群众多元化、多层次的需求，为各阶段的养老需求提供保障，为消费者享受自在养老生活保驾护航。

老年人更重视退休后装修未来的家

60岁以上老年消费者对“**退休后重新装修未来的家**”的重视程度，显著高于其他年龄层的消费者；这说明**老年消费者能更加切身感知养老过程中住宅改造的必要性**。

根据国家规划，未来将有90%左右的老年人实现居家养老，因此，适老化住宅改造将成为品质养老新刚需。

消费者需要“退休后装修未来的家”的比例

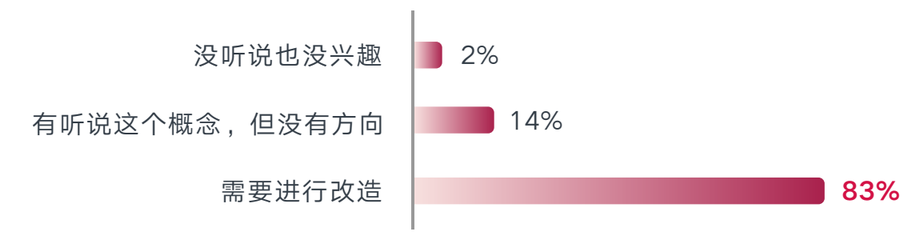


适老化改造助力安心居家养老

超过**83%**的消费者希望对居家环境进行相应的适老化改造，而对适老化改造理念了解意愿不强的仅占2%；这反映出消费者对适老化改造认知程度的提高，更充分认识到通过适老化改造，保障居家养老生活的安全舒适体验，已成为品质养老的必要前提条件。

数据来源：国家卫生健康委新闻发布会

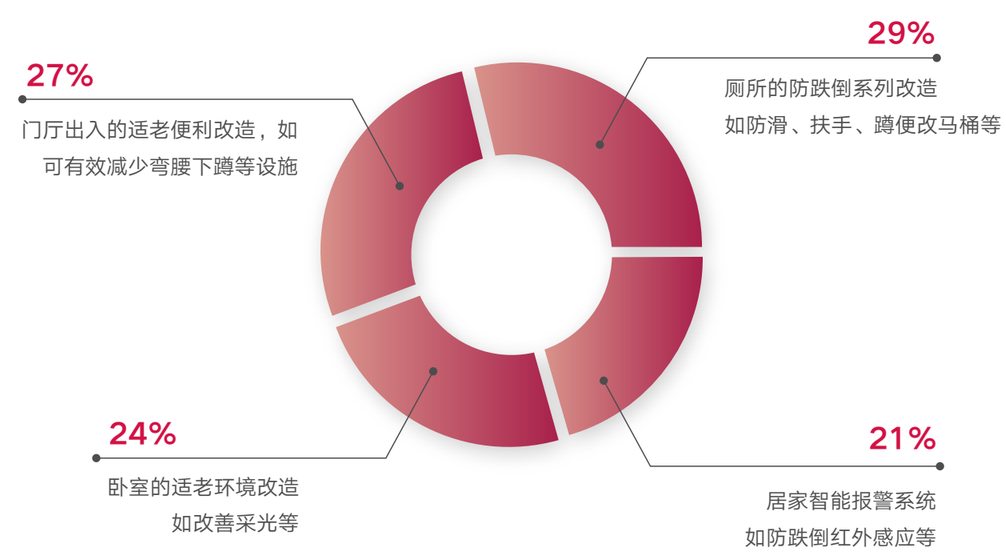
您认为居家养老状态，需要针对家庭环境进行相应的适老化改造吗？



适老化环境，需要哪些改善？

数据显示，消费者普遍能接受**小范围的改造**，超过半数的消费者希望对**门厅出入**或**厕所的防跌倒**进行相应适老化改造。面对专业的改造需求，消费者需选择可靠、专业的适老化服务资源，对适老居家环境进行评估与适老化改造，减少老年居家风险，创造宜居养老环境，从而方便老年阶段的居家自主活动。

您认为居家适老化环境都需要哪些改善？



关注高龄消费者精神健康

保持精神健康，是老年消费者享受品质养老生活的重要组成部分。
北京大学中国健康与养老追踪调查（CHARLS）数据显示，60岁以上老年人中33.1%有抑郁症状，65岁以上老年人存在明显抑郁症状的约为16.0%。
《2022年国民抑郁蓝皮书》显示，超过33%的老年人认为，“无用感”和“孤独感”是引发抑郁症的主要因素。因此，应进一步重视提升高龄消费者精神健康，保障高龄消费者拥抱舒心养老生活。

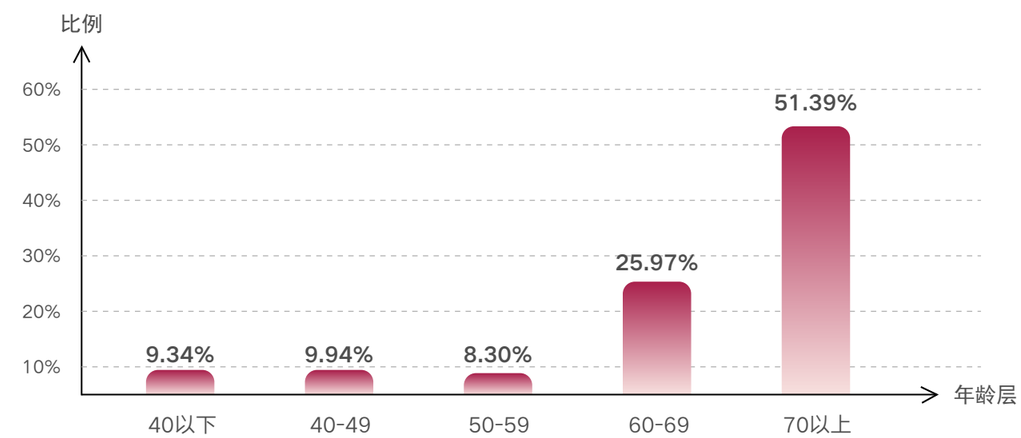
70岁以上消费者更关注精神满足	60岁以下消费者	60-69岁消费者	70岁以上消费者
	发生意外、疾病时的医疗费用补充	发生意外、疾病时的医疗费用补充	退休生活的精神满足

*以上结果是在“消费者退休最关注什么”的投票中排名第三的结果；该结果显示70岁以上消费者与其他年龄层存在明显差异。

重视老年人的「爱与归属」

本次友邦适老调研大报告显示，70岁以上消费者显著更加重视**“精神需求满足”**及希望能**“有人陪我聊聊”**。北京大学中国健康与养老追踪调查（CHARLS）数据显示，分别有78%和66%的老年人认为“子女关怀”和“多参加活动”能有效缓解老年抑郁情绪；因此，家人对老年人的关怀与陪伴也应该被进一步重视。同时，随着人口深度老龄化，高龄老年人社交需求有望进一步被发掘。

适老过程中，需要“有人陪我聊聊”



《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》提出，要推动老龄事业和产业协调发展，构建完善多样化的养老服务体系，大力发展居家、社区相协调的服务体系，使老年人的获得感、幸福感、安全感显著提升。所以，养老服务应探索更多元化的适老场景，结合老年人的身心需求，推出如旅居养老等丰富的养老服务新模式，有针对性解决老年人社交需求，为老年人带来幸福晚年。

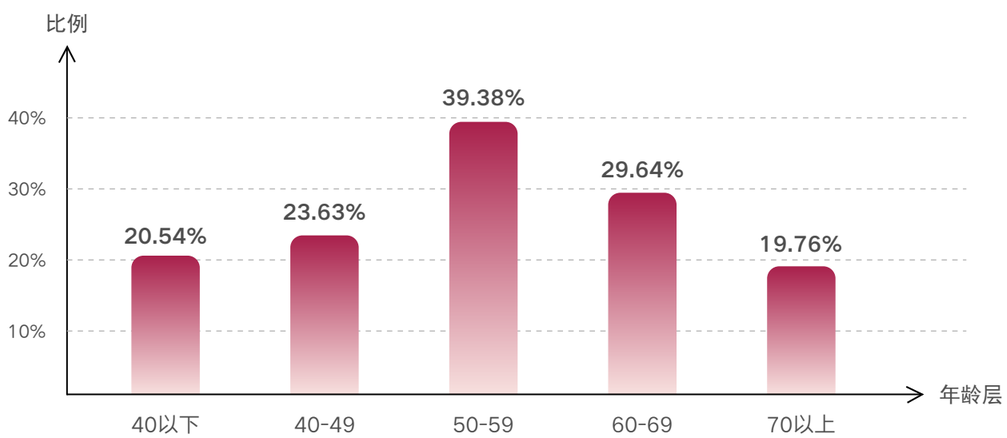
数据来源：北京大学国家发展研究院・中国健康与养老追踪调查项目（CHARLS）

迈入人生新阶段——“去旅游”

临退休的50-59岁消费者，在所有年龄层中最重视**“重新规划生活”**。《中老年人旅游消费研究报告》显示，近八成的老年人希望**“条件允许时，愿意去旅游”**。《“十四五”国家老龄事业发展和养老服务体系规划》提出，鼓励企业开发老年特色旅游产品，拓展老年观光旅游等新业态，同时支持社会力量建设旅居养老旅游服务设施。所以，高品质旅居服务将具备广阔发展空间，秉承“带着健康去旅行，在旅行中享受健康”的服务理念，专业性结合旅游与适老的相关机构将获得更多消费者青睐。

带着健康去旅行，在旅行中享受健康

适老过程中需要“重新规划生活”的比例



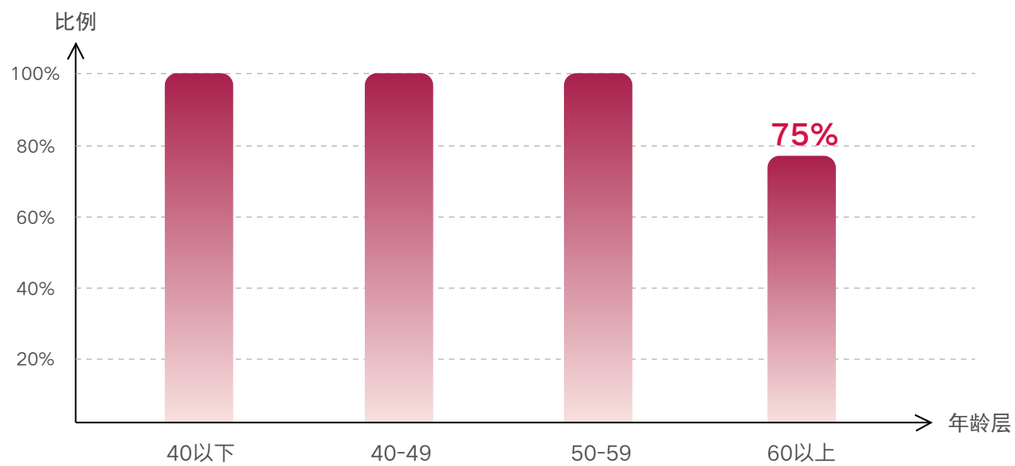
数据来源：同程旅游《中老年人旅游消费研究报告》

03 | 金融适老行为洞察

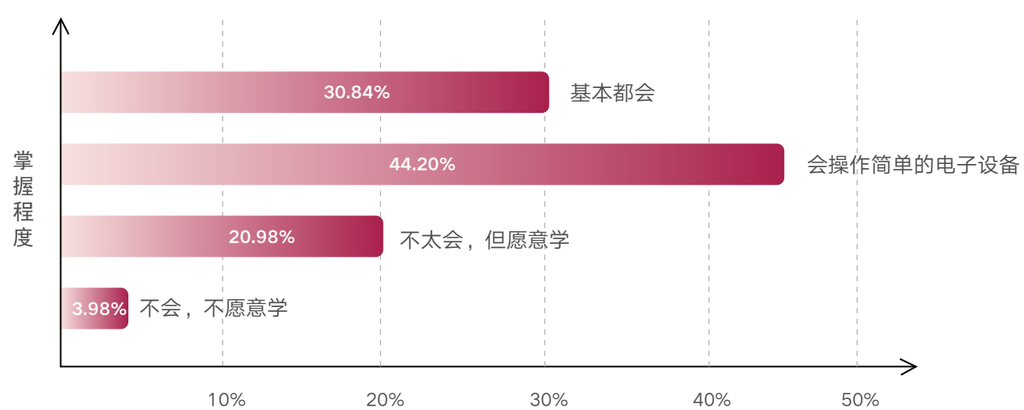
帮助老年消费者跨越“数字鸿沟”

友邦适老调研报告显示，60岁以下群体几乎都能够操作电子设备，但是存在**25%**的60岁以上老年消费者不会使用电子设备；且仍有接近**4%**的60岁以上老年消费者甚至完全不愿意学习使用电子设备。

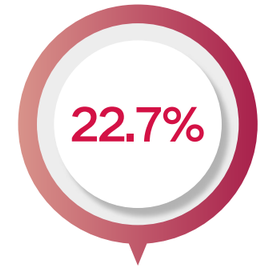
各年龄层“能够操作电子设备”的比例



60岁以上老年消费者对电子设备的掌握程度



70岁以上消费者不会使用电子设备



60-69岁的消费者不会使用电子设备

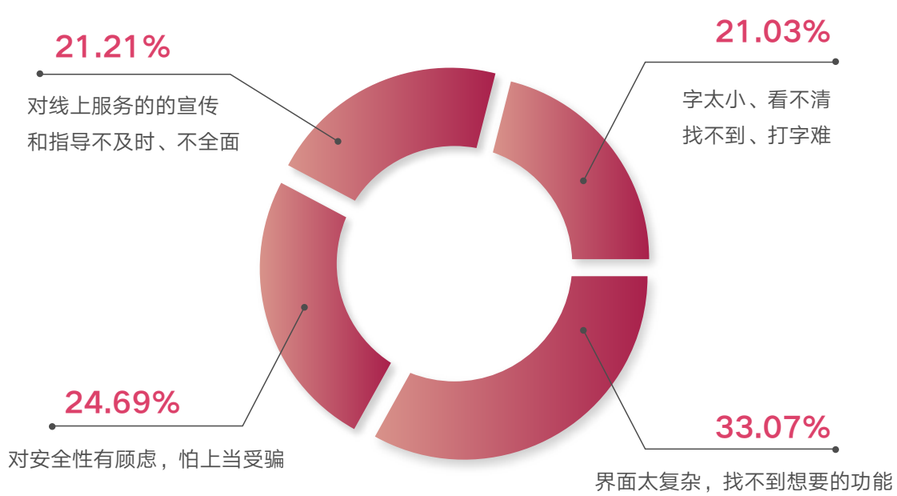
同时，中国消费者协会编写的《2022年养老消费项目调查研究报告》也显示，目前仍有超过56%的老年消费者认为电子设备操作复杂，难以学会。社会各方应更积极地进行有效的数字化宣传，帮助老年消费者解决学习使用电子设备的心理障碍，**跨越“数字鸿沟”**，享受便携生活。

金融机构在优化应用程序、设计宣传资料时，应充分考虑到提高信息无障碍水平，助力老年消费者获得良好使用体验。

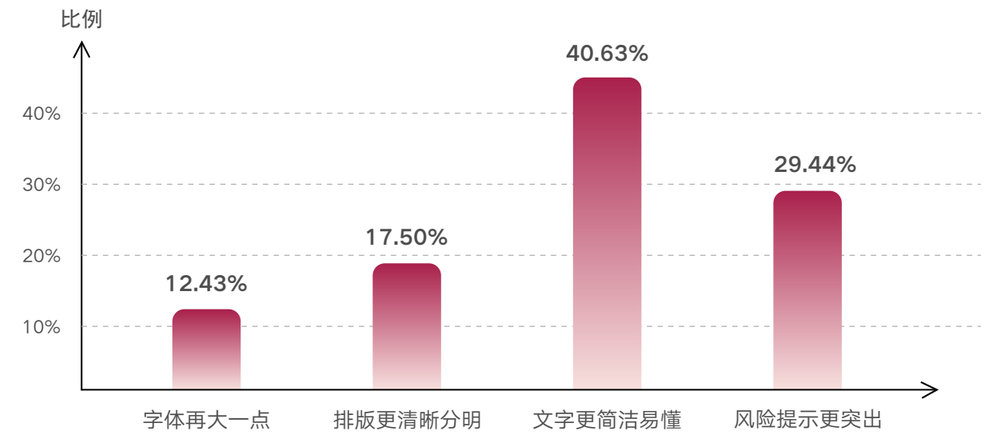
服务「银发族」时，
金融机构应如何使其感到便捷？

出于一部分老年消费者仍然未跨越“数字鸿沟”等原因，金融机构应充分考虑信息障碍相关方面的问题，在宣传资料、应用程序设计等方面进行一定的适老优化。

您认为保险公司应用程序需要改进哪些地方？



您认为保险产品宣传资料应最先改善哪些方面？



同时，我们也调研了对于老年消费者来说，在保险宣传方面的意见。结果显示，超过**40%**的消费者认为，保险产品的宣传最需要做到使文字更**简洁易懂**；近**30%**的消费者认为需要做到更加**突出风险提示**。同时超过33%的消费者希望保险公司应用程序改进“**界面太复杂，找不到想要功能**”的痛点。

所以，金融机构应结合弱势群体的特点，制作更便于其**吸收、突出风险提示**的产品服务宣传材料、并使应用程序界面设计更加**简洁明了**，让服务广大老年消费者的过程更加方便有效、有「温度」。

04 | 金融消费者风险意识洞察

金融消费者「八项基本权益」有哪些？

《银行保险机构消费者权益保护管理办法》规定，金融消费者享有**八项基本权益**包括：财产安全权、知情权、自主选择权、公平交易权、受教育权、受尊重权、信息安全权、依法求偿权。

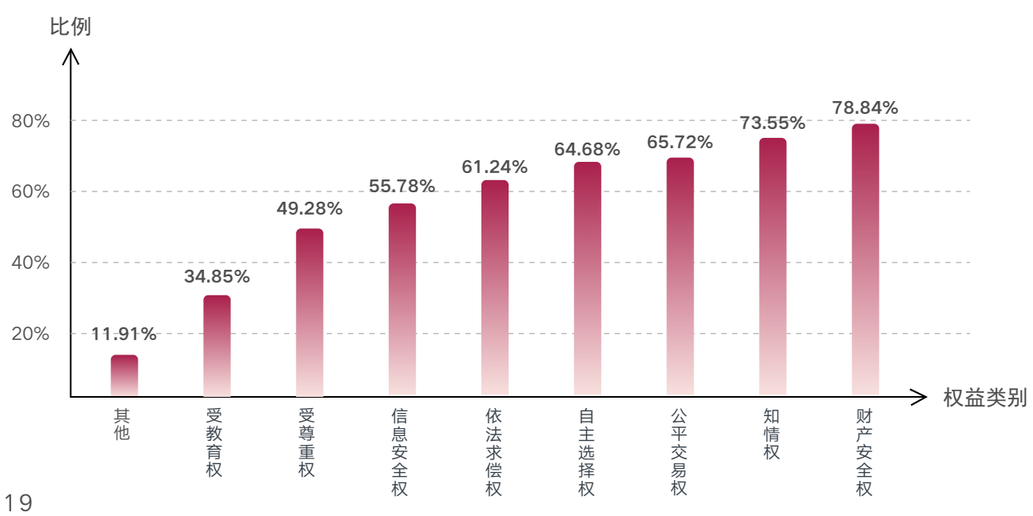
财产安全权　知情权　自主选择权　公平交易权

受教育权　受尊重权　信息安全权　依法求偿权

金融消费者对「八项基本权益」的了解程度

友邦适老调研报告显示，超过**60%**的消费者认识到了金融消费者具有依法求偿权、自主选择权、公平交易权、知情权以及财产安全权。但对于**受教育权**、**受尊重权**以及**信息安全权**的认知度仍明显有待提高。

金融消费者对「八项基本权益」的了解程度



提高金融消费者「八项基本权益」的认知

金融机构应积极承担起向公众普及金融知识的责任，包括提高金融消费者八项基本权益的认知，从而帮助金融消费者提高自身风险意识，使金融消费者能全面地维护自身权益。

调研结果显示，金融消费者对部分权益的认知仍有待提升，金融机构在普及金融知识时，更应加重普及部分认知度还不够高的金融权益，进一步提升金融消费者对受教育权、受尊重权以及信息安全权的认知。

友邦人寿已明确将消费者权益保护纳入公司长期发展经营战略及公司企业文化，建立友邦消保品牌“友+同行”及消保价值主张，以品牌化推动消保理念的深入传播，近年来不断开展“3·15消费者权益保护教育宣传周”“金融消费者权益保护教育宣传月”以及各类常态化、有特色的金融知识普及公益类活动，为金融消费者传递温暖，为提升消费者风险意识添砖加瓦。

当金融消费者维权时

您在办理金融业务遇到问题或被侵权时，
主要通过何种方式进行咨询或投诉维权？

年龄层	第一位	第二位	第三位	第四位	第五位
60岁以下消费者	向监管部门申诉	与金融机构协商	申请金融纠纷调解	不愿花费过多时间维权	向法院申请诉讼
60岁以上消费者	与金融机构协商	申请金融纠纷调解	向监管部门申诉	不愿花费过多时间维权	向法院申请诉讼

友邦适老调研报告显示，消费者有咨询或维权需求时，普遍更倾向于选择直接**向监管部门申诉**、与金融机构协商以及申请金融纠纷调解；而向法院申请诉讼的方式，由于较长的流程和时间与金钱方面的考量，相对地更少被金融消费者选择。

调研结果显示，**60岁以下**的消费者维权时，更多人会直接选择向监管部门申诉。
而与60岁以下的消费者不同，**老年消费者更倾向于与金融机构协商**，而“向监管部门申诉”的比例仅排名在第三位，由此可见，**老年消费者更加信任金融机构**，故金融机构更应该积极处理老年消费者诉求，让金融服务更有温度。

《银行保险机构消费者权益保护管理办法》

第四条规定

金融消费者应当诚实守信，理性消费，审慎投资，**依法维护自身合法权益**。

《银行保险机构消费者权益保护管理办法》

第十五条规定

银行保险机构应当建立健全投诉处理工作机制，畅通投诉渠道，规范投诉处理流程，加强投诉统计分析，不断溯源整改，**切实履行投诉处理主体责任**。

《银行保险机构消费者权益保护管理办法》

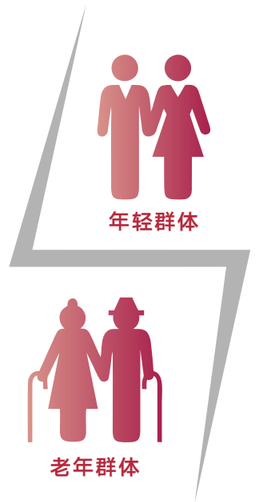
第十六条规定

银行保险机构应当健全**矛盾纠纷多元化解配套机制**，积极主动与消费者协商解决矛盾纠纷，在协商不成的情况下，通过调解、仲裁、诉讼等方式促进矛盾纠纷化解。消费者向银行业保险业纠纷调解组织请求调解的，银行保险机构无正当理由不得拒绝参加调解。

05 | 核心结论

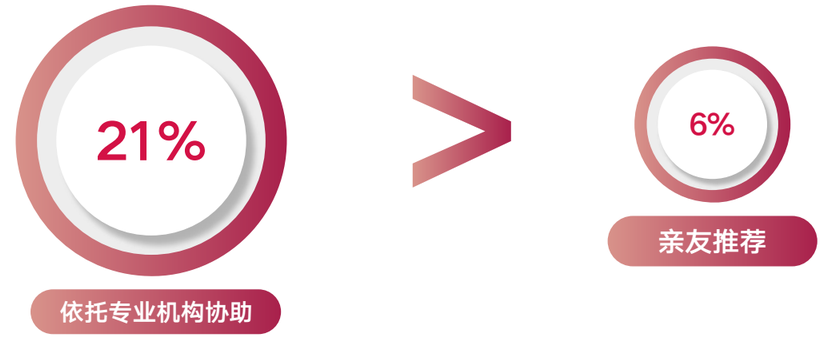
年轻群体及老年金融消费者对未来养老资金储备的认知情况存在明显差异

金融消费者对未来养老储备资金需求的总量还没有明确的概念，对于不同年龄段来说，年龄越大，对未来养老资金储备的概念和认知度越高。相反，年轻金融消费者可能因缺乏紧迫感，对实际养老所需要的资金储备缺乏更全面的认知，存在“**养老要趁早**”与“**欠缺动力**”**的矛盾点**，对于如何做到“**知行合一**”，提高年轻群体参与养老规划的行动力，国家层面及金融机构对于养老理念的金融教育普及工作任重而道远。



金融消费者对于养老产品和服务的选择上，具备高度自我规划意识，但机构的专业性仍是重要购买决策

随着当今互联网时代金融产品及服务的多元性、易获取性、养老意识及风险防范意识的提高，金融消费者在选择保险产品时的观念也受到信息化社会的影响，数据显示，金融消费者具备高度自我规划意识，在选择保险产品时，最关注保险保障范围及健康管理服务，分别占比27%及25%，但是其**依然会依托于专业机构的协助**，占比为21%，而亲友推荐仅占6%。随着金融消费者专业性及风险防范意识的提高，已不再将“口口相传”作为必要的购买决策参考。



目前我国基本养老保险的保障水平，可能已不足以满足消费者与日俱增的品质养老需求，扩大关系消费者切身利益的养老金规模，提升年轻群体的养老储备意识是至关重要的。

目前我国基本养老保险的保障水平可能已不足以满足消费者与日俱增的品质养老需求。现今国际社会普遍认为适当的养老金替代率①应处于70%~85%；但随着我国居民收入的不断提升，养老金替代率已开始逐渐下滑：截至2021年末，我国城镇职工养老金替代率，已降至40%左右。因此，仅靠养老“第一支柱”基本养老保险，难以实现广大消费者「钱袋子」充裕的品质养老愿景。

在人口老龄化影响不断扩大的背景下，年轻群体对养老金储备的认知仍不够全面，社会各方应积极协助化解“养老要趁早”与“欠缺动力”的矛盾点，提高年轻群体参与养老规划的行动力，扩大关系消费者切身利益的养老金规模。

①养老金替代率：退休时养老金领取水平与退休前工资水平的比率

顺应国民的“享老”需求，商业养老服务需要全社会的共同努力，建立覆盖不同经济能力群体、差异化、一站式服务的“银发市场”，使广大金融消费者都能老有所依，病有所医，居有其所，行有所安

近年来，随着人口老龄化的加剧，养老市场逐渐成为了一个备受关注的领域。然而，目前养老市场处于发展初期，存在着商业模式不成熟、人才不足、服务差异性不足等问题。随着金融消费者的养老健康管理需求加速释放，养老服务供给不够均衡及充分，制约了养老服务的发展，因此，商业养老服务需要全社会的共同努力，要在国家战略及政府供给范围之外添砖加瓦、相向而行，只有这样，才能够更好地满足金融消费者的养老需求。

从金融消费者需求角度看，养老服务需求多元且分层，有待市场精细化供给，从基础养老服务需求到高阶情感需求，均有未被满足的空白。

从社会供给角度看，可以从政策、教培、资源、宣传、资本等多维度形成合力，共同推动优化老年群体的养老服务，逐步**从“养老”打造升级为“享老”社会**。

参考来源：《2023年中国商业养老服务供需洞察白皮书》

从“养老”打造升级为“享老”社会

1. 政府加大对养老产业的政策扶植力度，引导社会资本有序进入该产业，进一步助推和丰富老年群体的养老产品服务线，以满足各类老年人的不同养老需求。

2. 在现有教育体系中，加大养老产品和服务人才培养，并建立对应的考核认证机制，确保产学的服务质量，以保障行业的健康稳步发展。

3. 合理利用老年大学、基层社区文化服务中心、市民驿站等政府资源，逐步打造家门口的老年服务网，引导老年群体发挥余热互相教学，满足其文化和社交需求，进一步丰富老年群体的精神文化生活。

4. 加大科学养老的宣传，不断提升百姓对养老概念的自主意识。随着社会的发展和进步，人们应逐步转变理念，树立以政府养老为基础，自主提前储备补充适合自己的养老模式，以满足未来的养老需求。

5. 引导社会商业机构积极研究老年人“衣食住行乐治”等各项需求，探索各层次多元化的适老场景，结合老年人的身心需求，推出丰富的养老服务新模式，建立覆盖不同经济能力群体、多元化养老服务模式选择供给、差异化服务需求的“银发市场”，更加有针对性的解决老年人包括精神层面的需求，充分激发市场需求释放和转化，使老年人的获得感、幸福感、安全感显著提升。

综上所述，养老服务事业是一个充满挑战和机遇的领域，是具有巨大发展潜力的朝阳产业，展望未来，养老服务业发展蕴藏潜力、前景广阔，需全社会共同努力，从多个方向入手，推动养老服务市场的发展，满足金融消费者的“享老”需求。