



山东工商学院图书馆

# 财富管理信息



2020年第7期（总第9期）

---

山东工商学院图书馆

# 财富管理信息

2020 年第 7 期（总第 9 期）

## 目录

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| ★财富管理论坛 .....                         | 1  |
| “国强民富”赋予财富管理行业双重使命 .....              | 1  |
| 打造财富管理平台型生态圈 迎接财富管理 3.0 时代的实践与思考 ..   | 4  |
| 高净值人群传承观念嬗变：财富传承已付诸行动 家族信托渐受青睐        | 7  |
| 疫情影响下个人财富管理再思考.....                   | 10 |
| 银行理财转型之路.....                         | 15 |
| 资管新规重装财富管理 机构转型提升六大能力.....            | 19 |
| ★财富管理报告 .....                         | 24 |
| 2020 中国金融科技竞争力百强榜揭晓 .....             | 24 |
| 从中国财富管理收益指数报告透视中国资管市场 .....           | 30 |
| 中银协重磅发布《开放银行实践与发展研究》课题成果 .....        | 33 |
| ★区块链论坛 .....                          | 37 |
| 区块链金融的想象力：远不止数字货币 .....               | 37 |
| 新基建下产业区块链机遇与挑战：可信区块链沙龙云对话产业生态共建 ..... | 42 |
| 发展基于区块链技术的供应链金融.....                  | 44 |
| ★公益慈善论坛 .....                         | 45 |
| “公益”与“慈善”辨析：一个文献评述 .....              | 45 |
| 中国慈善事业七十年发展探究.....                    | 50 |

|                                      |           |
|--------------------------------------|-----------|
| 唐宁 胡润：建议企业家们每 3 年拿出可投资产的 1%做慈善 ..... | 54        |
| <b>★山商实践探索 .....</b>                 | <b>58</b> |
| 树立适应新时代要求的正确财富观 .....                | 58        |
| 传统品牌诚信财富观的现代启示——以“瑞蚨祥”为例 .....       | 59        |
| 心有多大舞台就有多大：我读《富爸爸提高你的财商》 .....       | 66        |
| <b>★学术资源推荐 .....</b>                 | <b>72</b> |
| 图书推荐 .....                           | 72        |
| 论文推荐 .....                           | 75        |

主办：山东工商学院图书馆

主编：崔洪海

责任编辑：陈浩义 排版设计：李嘉乐 封面摄影：崔洪海

## ★财富管理论坛

### “国强民富”赋予财富管理行业双重使命

北京大学金融学讲席教授金李在近日的《国民财富大讲堂》上，从“财富”二字的含义出发，解读了财富管理行业的基本功能，从房地产时代到金融时代，从卖方经纪人时代到买方经纪人时代的发展与过渡，以及金融科技为大众群体享受定制化财富管理服务带来的便利。

他认为，根据国际发展规律，财富管理行业还会向 3.0 时代去进发，进入到所谓的全权委托的时代。未来，在政策的大力推动下，行业的辛勤努力下，在所有财富家庭的配合下，居民财富管理会做的越来越好，更能够充分体现我国社会的长期优势。

“财富”是所有购买力的总和，是当期不用消费储存起来留在未来的消费能力。财富包括多种形式，从古到今的演变也非常多。最早的时候是吃剩下的粮食，直接可以拿来消费的物品。慢慢进化出来一些所谓的一般等价物，就是古代用的贝壳。

今天我们看到财富的“财”字左边是一个贝壳，右边是才华的“才”。我把它理解成，财富既包括一般等价物——钱财，又包括才华。才华是指我现在虽然没有钱，但是我有产生未来现金流的能力，能够产生未来的购买力。所以，至少财富的“财”字应该说是既有现实的一般等价物的货币直接购买力，又有能够转化为未来现金流的才华，能产生未来的购买力。

“富”字也很有意思，是一个宝盖头，在中国古代是家的概念，家能保证安居乐业。下面是“一”“口”“田”，“一口”是指一个人，在农耕文明的时代，有了“田”，基本上可以通过自给自足的经济，解决生活的各种必需品。所以，一个人、一个家、一块田，基本上就实现了我们今天所谓的财富自由，在过去我们经常把它叫“两亩地，一头牛，老婆孩子热炕头”。

这些年，我非常欣喜的看到中国的快速发展，国富民也富。我们国家实行的是一个“藏富于民”的政策，大河流水小河满。小河满了以后，通过财富管理这个渠道平台，把资金源源不断地汇集起来，反过来支援国家经济建设。尤其是在今天，支援对高端制造业和服务业更有支撑作用的高科技行业的发展，这将使未来的经济更加繁荣，老百姓更加富足，是一个双赢。

#### 一、从“房产时代”走入“金融时代”

现在，国家财富性收入在快速增长，在整个收入中的占比越来越大。2015 年中国首份《中国家庭金融调查报告》数据显示，当年中国家庭平均资产超过 80 万人民币，其中资产主要集中在房地产领域。如果按照较好的年化收益率 5%来

计算，80 万可以提供差不多 4 万的收入，在当时也是相当可观。这也是为什么居民越来越重视财富性收入。

但是，居民缺少有效的财富管理工具。资本市场长期以来滞后于经济本身的发展，所以，我们经常财富管理里面听到一个概念叫“资产荒”，高质量、能够支撑居民的长期财富保值增值的金融工具非常少。这就倒逼着很多家庭不得已把大量的未来购买力储存在房地产。房地产在过去的十多年，成为居民重要的财富储存、增值的载体。过去快速的城镇化、工业化的过程中也带来城市，特别是一线城市的房地产快速升值。所以，居民非常务实地认为这是好的投资。

只有当金融市场充分发展，给居民提供更多优秀的选择，更高风险收益性价比之后，才能看到更多的居民财富真正流向实体经济，而不是集中于房地产，也才能更好的实现用社会的钱集腋成裘，聚沙成塔，更好地支持我们国家的未来经济发展。

今天随着金融市场本身的快速发展，房地产领域的投资已经基本上平滑，甚至可能有部分钱从房地产领域流出来。但是这个过程必须稳健、有序，不能大起大落，特别是不希望有大量的所谓的热钱从房地产领域流出来之后，没有很好的承接方式，导致这些钱在其他几个金融市场里面到处流窜，造成市场的局部过热，给国家的金融稳健布局带来巨大的伤害。这个问题需要监管部门、政策制定者、实践部门共同解决，既是巨大的挑战，解决好了，也是巨大的机遇。

财富管理牵扯到整个经济、金融市场的方方面面，需要做系统深入的梳理。我把财富管理想象成个人的金融健康管理，像生物的健康管理。最初，我们希望吃饱，接下来提出吃好，然后开始考虑各种营养物质的搭配，但这些需求因人而异。年纪大的人可能需要延缓衰老，年轻人跟小孩子需要去成长，如果是刚刚动过手术的病人，则需要尽快恢复，慢性疾病的患者需要长期调养。

同样的道理，金融的需求也是千差万别，每个人的情况都不一样。那么，我们如何根据个人情况，度身订做最好的金融健康方案？这里面牵扯到几个方面。第一，顶层设计，要从短期、长期、风险类型等方面做整体的规划。第二，产品挑选，要从市场上林林总总的产品中挑选出最适合客户的，有时候我把它叫做导购。所以，我把这个过程比喻为：金融健康发展，既要有营养师做顶层架构，又要有导购挑选最合适的产品。我们的财富管理体系也正按照这样的方式，用不同的业态架构整个生态体系，完成对财富客户既提供顶层设计的“营养师”功能，又提供各种产品的筛选、搜寻的“导购”功能。

## 二、财富管理 1.0 到 2.0 时代的过渡

金融中介是非常重要的一个概念，我把它分成三个不同的层级。随着经济的发展，金融市场不断的演进，这三个层级逐次出现。

第一个层级，比如很多券商最初最主要的功能之一是替一些资金需求者发行金融产品。比如发行地方政府的融资产品，或者企业债券、股票。

第二个层级是机构投资者。他们的第一目的是帮助客户在市场上搜寻合适的

产品,然后通过构建合适的资产组合,做到风险可控下的收入的未来利益最大化。

第三个层级是站在客户的角度,根据对客户进行的精准画像分析,为客户度身定做一套金融产品,可能包括产品发行机构直接发行的债券,股票,也可能包括部分第二层级的机构投资者管理的公募基金,或者私募股权投资基金所发行的各种组合产品等。通过对不同的产品做充分的组合,形成对这个单一客户最适合的资产组合。

在成熟市场里,第三层级的机构是在终极业态下深度理解客户差异化、个性化需求后,站在客户的立场度身设计解决方案,并直接向客户收取费用。在中国市场,我们经常看到,并不是一个纯粹的业态,有些第二层级的金融中介,既做产品本身的打包,也直接面向客户设计一些产品。但是,我们整个市场的发展,未来更加强调财富管理本身的第三层级中介的功能,也就是更好的替财富客户提供买方服务的买方经纪人的解决方案,这也是我们今天说的财富管理市场从1.0的卖方经纪人时代,逐渐过渡到2.0的买方经纪人时代。未来,根据国际发展规律,还会向3.0时代去进发,进入到所谓的全权委托的时代。

金融科技有效实现了为大众提供普惠型财富管理,是对于财富管理市场的有效补充。在成熟市场,财富管理的主要资源集中在高净值人群,大众群体所谓的客单价相对较低,尤其是很多时候是人工服务的方式,无法完全覆盖服务成本。所以很多欧美的高端市场不得不放弃相当大一块服务客群。随着移动互联网、大数据、云计算等技术的不断出现,尤其是人工智能技术的快速提升,我国在金融科技的发力能够填补传统财富管理市场的巨大空白,实现为大众群体提供与高净值人群一样的优质的财富管理个性化服务。

### 三、中国金融业的开放步伐不会放慢

中国坚定改革开放,特别是在金融行业的开放步伐不会放慢,以开放促改革,通过开放把世界上最好的金融机构引进来,跟我们的金融机构去竞争,使得我们的金融机构更加的健壮,更加的有效,能够更好的支撑我国的经济发展。同时,这个开放还有一个意义,我们的部分资金会慢慢向海外流出。有一些人非常担心,会不会出现大规模的资金外逃等,我认为大可不必。

第一,在全球整个经济发展前景一片暗淡的情况下,中国继续保持着一个稳定的经济发展速度。在这样一个大的环境下面,很多专家都认为,中国长期具有吸引外资的强大能力。第二,每一个国家的投资者最擅长投资的都是他最熟悉的市場,也就是本国的金融市场。所以,中国大部分的资金长期上更适合投在中国市场,但同时也允许这部分资金在全球进行配置,改善长期配置效率,这是一个多赢。正是有这种向外流动的压力,才会更好地倒逼我们的金融机构做得更好。第三,中国的金融改革开放应该是有序的,在这个过程中,一定要保证它的秩序性,保证它的稳健,不至于伤害到整个经济,特别是实体经济的快速发展。

我长期研究财富管理。在我看来,财富管理就是调动一切的资源,包括金融、非金融资源,用一切的手段,实现长期购买力的最大化,最终能够更好地满足人

民群众对美好生活的向往，解决今天我们对美好生活的追求和不平衡、不充分发展之间矛盾的重要手段。我相信在我们国家政策的大力推动下，在我们行业的辛勤努力下，在所有财富家庭的配合下，人民的财富管理会做得越来越好，更能够充分的体现我们国家、社会的长期的优势。

作者：金李

来源：中国财富管理 50 人论坛微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/ckth-M-1QQfvNgxmhINKBQ>

## 打造财富管理平台型生态圈 迎接财富管理 3.0 时代的实践与思考

2019 年前三季度，我国 GDP 累计达到 69.8 万亿元。十几年来，伴随着我国经济快速发展，居民财富亦持续增长，据波士顿咨询公司（BCG）测算，2013 年至 2018 年，中国个人可投金融资产规模年复合增长率高达 14%，2018 年末达到 147 万亿元，2023 年有望达到 243 万亿元。与财富规模一同迅速增长的还有财富管理需求。截至 2018 年末，我国财富管理市场规模约为 112.4 万亿元，个人、企业、政府、机构等已成为财富管理领域的重要相关方。

2018 年颁布的资管新规、理财细则等监管政策在打破刚兑、净值化转型、期限匹配等方面提出更为严格的要求，财富管理行业发展面临转型挑战。在此背景下，光大集团积极推动“大财富”转型，提出建设财富 E-SBU，以构建“大财富”生态系统为核心，以金融科技驱动和互联网平台思维为依托，以生态圈化的商业运行模式，为客户提供综合金融服务方案。

### 一、时代趋势：财富管理转型提升的“大”“真”“新”

国际上通常所指的财富管理业务，是为高净值个人和家庭提供的金融服务，其业态演进主要经历了三个阶段。其中，1.0 时代以理财、信托、基金等金融产品销售为主，属于产品导向型阶段；2.0 时代重点从客户角度出发，以组合投资方式，定制化、个性化地实现客户需求与金融产品的匹配，属于资产配置型阶段；3.0 时代强调全生命周期服务，全球资产配置，全面权衡安全性、流动性、增值保值，属于价值管理型阶段。北京大学光华管理学院金李教授在《中国式财富管理》一书中，把 3.0 时代归为财富管理的全权委托模式。立足我国金融业发展实际，中国财富管理 3.0 时代还应该特别强调“大”“真”“新”三大特征，赋予财富管理理念更加全面、更为真实、更有前瞻性的内涵。

“大”，是指财富管理的客户更加广泛、产品更加多元。从客户方面看，传统财富管理主要服务于中高净值个人客户，而大财富管理时代，随着利率市场化改革持续推进，多层次资本市场日趋成熟和经济全球化快速发展，公司、机构、政府客户对财富配置、保值增值和风险对冲的需求日益迫切。从产品角度看，随着金融供给侧改革不断深化，财富管理产品日趋多元，既包括传统意义上的理财产品，也包括现金管理、年金、资产证券化、投资、融资、租赁、代理等新兴金

融服务；既包括线下产品，也包括线上产品；既包括境内机构产品，也包括境外机构产品。

“真”，是指回归财富管理本源。2018 年出台的资管新规针对之前种种乱象，拨乱反正，督促金融机构回归财富管理本源。核心是做到三个“真”：一是产品创设发行要真实。财富管理机构必须持牌经营，产品销售要对应真实的财富管理需求，与投资者的风险识别、风险承担能力相匹配。二是投资管理要真实。财富管理机构要通过科学配置金融资源为客户实现财富保值增值，而不能靠层层嵌套逃避监管、违规投资博取高收益。三是风险收益要真实。财富管理机构要尽到真实揭示风险之责、客观披露信息之责、规范经营管理之责，真正实现“卖者尽责、买者自负”。

“新”，是指财富管理进入高科技、智能化新时代。为适应金融科技发展趋势，金融机构要在市场中胜出，必须拥抱新科技。金融科技能大幅提升财富管理服务的覆盖率，无论是 VIP 客户还是“长尾客户”，网上银行、手机银行、开放银行等数字手段都使其摆脱了对理财中心、私人银行、大户室等物理场所的依赖。金融科技能大幅提高理财产品使用率，使财富管理成本更低、效率更高，多样化、个性化、定制化的理财产品搭配更为便捷。金融科技还能重塑财富管理的业务流程，人工智能、区块链、云计算、大数据、用户画像、智能投顾等科技应用，加快了销售、运营、投研、风控、清算等各流程的重构。

## 二、协同联动：构建财富 E-SBU 生态圈

随着互联网和信息技术的发展，价值创造理论也从价值链、价值网向价值生态演进，即一方面打造以客户为中心的功能平台；另一方面整合自身和其他组织的服务资源，形成持续为客户提供增值服务的能力。财富管理的性质和特点决定了需要通过相应的机制和机构安排，加强金融机构多条线、多部门协同，实现从客户系统到产品线再到分销端的全流程无缝衔接和一体化作业。不同业务板块、不同产品线都要能以客户为中心，围绕一个核心价值、共建一套品牌体系、共有产品和客户、共享技术与创新。这就需要构建协同战略、培育协同文化、形成协同效应，实现营销一体化、运营一体化、考核一体化、线上线下一体化，最终作为统一的产品创造者和服务商呈现在客户面前。

交通银行首席经济学家连平等所著的《新时代中国金融控股公司研究》指出，金融控股公司模式能够促进金融机构推动资源整合和共享，降低运营成本，从而有助于实现范围经济。金融控股集团能够最大限度地整合资金、牌照、网点、科技等线上线下资源，形成更加紧密、稳固、开放、高效的协同体系，在构建财富生态方面具有得天独厚的优势，多元化金控集团如平安集团、中信集团、光大集团等都利用资源优势，打造各具特色的财富管理平台。

光大集团正在探索“战略单元+生态圈”发展机制，在战略单元（SBU）概念上引入三个“E”（Ecosphere 立体生态、Electronic 科技赋能、Everbright 光大特色），着力打造财富、投资、投行、健康、环保、旅游六大 E-SBU 生态圈，其

中，财富 E-SBU 起着基础性和平台作用。

### 三、产品创新：打造“阳光财富品牌”

从国际财富管理市场发展来看，欧美市场的财富管理中可供客户选择的金融产品众多。以美国为例，公募基金、私募基金、单设账户（SMA）以及 RPM 账户管理这四大类基础产品，为财富管理机构提供了投资范围广泛、风险收益特征丰富的配置工具。相比之下，我国的产品数量和种类较少，许多财富管理机构不具备产品研发的资质和能力。

客户的财富管理需求要与多元化、全方位的产品对接，如果产品种类、收益和便利性没有竞争力，客户数量和规模增长将受到很大制约。面对不同类型的客户，既要有标准化、流程化的产品，也要能够针对客户的个性化需求，不断进行产品创新，通过差异化的产品提高财富管理的覆盖率、使用率和渗透率，进而提升客户的获得感、幸福感和安全感。

按照产品精致、获客精准、服务精益、管理精良的要求，光大集团推进“三名”（名品、名店、名星）建设，建立覆盖全业务线、全产品线的品牌体系，带动阳光品牌的塑造和推广。在产品净值化方面，光大理财创新性地建立了完全符合资管新规的“七彩阳光”产品体系；在投研专业化方面，光大理财研究团队成为光大集团内“敏捷型组织”的先锋，并搭建了宏观—策略—行业—企业的“四位一体”研究体系；在渠道市场化方面，光大理财不仅深耕母行渠道，更拓展代销至券商等非银机构及 BAT 等互联网渠道；在基础设施科技化方面，光大理财以智能系统支持理财发展。

### 四、金融科技：集团协同平台与子公司业务平台相结合

金融机构唯有推动数字化转型，才能全面提升财富管理的服务效率和水平。波士顿咨询公司的研究报告指出，2010 年后，美国作为全球最大的财富管理市场，其主流财富机构意识到金融科技在财富管理上的巨大推动能力，先锋基金（Vanguard）、嘉信理财（Charles Schwab）、富达投资（Fidelity）等纷纷推出智能理财产品，并收购金融科技公司，确保在数字化财富管理市场上的竞争力。

当前金融科技主要突破口包括依托数据筛选和处理，实现公私客户分层和精准营销，促进财富管理普惠化；依托智能投顾，解放财富管理行业的生产力，提升投资顾问服务质量，提高投资收益率；依托敏捷开发和持续交付等新兴的科技运营模式，支撑产品结构和服务模式快速转变，提升市场反应和客户响应速度等。

为适应财富管理 3.0 时代发展趋势，光大集团在总部和子公司层面加大相关科技投入，形成集团协同平台与子公司业务平台相结合的科技支撑体系。在总部层面主要按照“战略单元+生态圈+数字化”发展理念，建成统一营销门户、对公协同平台、客户/会员通为重点的 E-SBU 协同平台。其中，统一营销门户对外定位于光大集团一站式综合服务平台，对内定位于光大集团场景化名品孵化器，借助场景化组合名品为 C 端客户提供一站式综合解决方案；对公协同平台基于资

源连接、协同作业支持、管理推动，实现光大集团战略客户、对公客户、个人客户的协同服务；客户/会员通创设了用户、客户、授权客户、会员四种角色，形成光大集团级的会员体系。

子公司层面主要加快金融科技在客户管理、投研分析、智能风控、交易结算等方面的应用，提升财富管理效率和质量，如光大银行加快财富管理信息系统建设，提升智能投顾系统功能，完善数据治理，自主研发了具有知识产权的“光大资产管理系统”，实现了投研、交易、风控和清算结算一体化；研发了“资管智慧大脑”，使资管业务的投研分析、销售定价等决策具备定量科学的决策基础。

### **五、风险防控：全流程+全类别风险管理**

财富管理实质上也是金融风险管理。清华大学教授高皓认为，风险管理开始成为财富人群的“痛点”和短板。普益标准发布的《2019 中国财富管理市场报告》提及，投资者对理财机构的风险管理能力要求逐步提升。许多财富管理业务有跨境、跨产品、跨市场特征，风险的隐蔽性、传染性和复杂性较强，在业务发展过程中必须时刻牢记并守住风险底线。金融控股公司作为整合了银行、证券、保险等传统金融机构的综合型企业，更需要坚持全面、全程、全员风险管理理念，构建全面风险管理体系，在创新与风险中寻求平衡，不以冒险和激进来换取一时的高收益。

在风控全面化方面，光大集团重视事前控制、事中管理、事后评估的全流程。在事前重视业务引导和项目审批，提高对市场方向和信用风险的前瞻性判断，实现风控前置，提高项目准入质量。在事中细化放款和交易管理，严格执行管理办法的各项要求，并为所有标的建立完整可溯的项目档案。在事后夯实投后管理，建立全覆盖式的投后管理工作流程，定期开展专项风险排查，强化问题资产管理和处置。与此同时，财富管理的风险防控也将涵盖包括信用风险、市场风险、流动性风险、操作风险等在内的所有风险类别。

大势将至，未来已来。光大集团将坚持不懈、努力探索，做好财富管理，服务好广大投资者，拥抱财富管理 3.0 时代，为财富管理的理论与实践贡献力量。

作者：李晓鹏 中国光大集团股份公司

来源：中国金融新闻网

[https://www.financialnews.com.cn/pl/gd/202003/t20200319\\_185426.html](https://www.financialnews.com.cn/pl/gd/202003/t20200319_185426.html)

## **高净值人群传承观念嬗变：财富传承已付诸行动 家族信托渐受青睐**

家族财富的可持续发展是众多策略相互协调共同作用的结果。而财富传承观念已逐渐向年轻化发展，提前规划与安排财富传承目标与框架逐渐成为新趋势。伴随着中国成为全球第二大经济体，整个社会和家庭创造了巨大的精神和物质财富。如何安全且有规划地传承这些财富，已成为数量越来越庞大的高净值人群（资产超千万元）面临的问题。

“可持续发展”或是对家族传承目标较为全面的解释。按照《2019 中国家族财富可持续发展报告》的释义，它包括两方面内涵。

一方面，家族财富需要通过有序规划实现长期稳定的发展，并且在保证当代人生活要求的同时，也能确保家族后代实现物质财富与精神财富的良性发展，摆脱财富无法持续传承的困局，从而实现家族永续、基业长青的宏伟目标。

另一方面，家族财富可持续发展还包括将财富回馈于社会，以实现更高的社会价值。这种家族与社会的互动，宣传和塑造了家族良好的社会形象，同时也会对社会大众产生积极的示范效应，最终为家族财富可持续发展赋能。

在家族传承过程中，什么才是高净值人群最关心的方面？其更偏好哪类传承类金融工具？传承观念有何变化？

近日，标点财经研究院携手《投资时报》系统梳理了来自胡润研究院、贝恩公司、凯捷公司、瑞银集团、普华永道、波士顿咨询、建设银行、中信银行、招商银行、建信信托、五矿信托、平安银行私人银行、雅昌艺术市场监测中心、全球联合之路、福布斯、中国社会科学院社会学研究所、清华大学国家金融研究院全球家族企业研究中心等数家第三方咨询机构及财富管理平台调研报告及相关资讯，最终研究整理出《2020 中国新贵阶层投资报告》。

在对家族传承的研究梳理中，《投资时报》研究员注意到，家族财富的可持续发展是众多策略相互协调共同作用的结果。五矿信托联合国家金融与发展实验室共同发布的《家族企业更迭风险、对冲策略与家族精神—家族财富管理调研报告（2019）》，对家族领军者需要面对的各种潜在风险之对策，做出了更直接的表述—有效对冲风险的最优策略是家族精神，最优工具是家族信托，最优组织则是家族办公室。

而家族精神的传承方式主要有三方面，一是将家族精神物化于字画等收藏品，二是利用慈善信托的决策委员会功能，三是培养下一代的财商。

来自招商银行与贝恩公司的高净值人群调研则显示，高净值人群的财富传承需求已经开始付诸行动。

### 一、财富传承安排进入普及深化阶段

近年来，高净值人群的投资理念日趋成熟，机构对投资者在传承方面的教育效果显现，在金融市场不确定性提升的情况下，财富传承的重要性和紧迫性进一步凸显。

招商银行及贝恩公司共同推出的《2019 中国私人财富报告》显示，2019 年过半受访高净值人群已经开始准备或正在进行财富传承的相关安排，这一比例首次超过尚未开始准备的高净值人群。这显示出，高净值人群对财富传承的需求已经开始付诸行动。

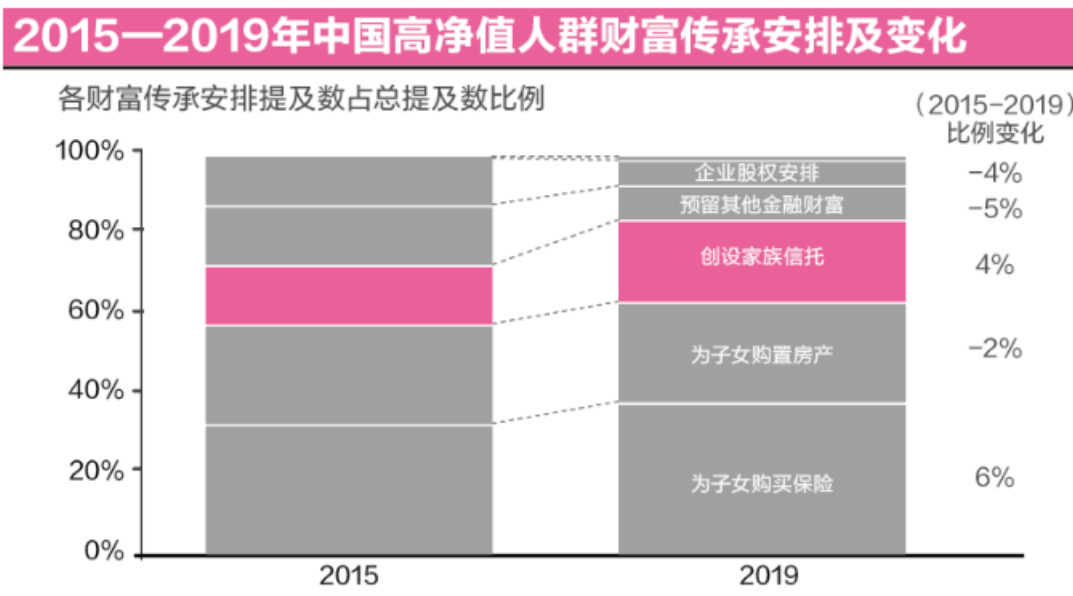
与此同时，财富传承观念逐渐向年轻化发展，提前规划与安排财富传承目标与框架逐渐成为新趋势。已经在准备财富传承的超高净值人群（资产过亿元）中，40 岁以下人群占比为 33%，较 2017 年提升 10%。

随着传承安排的普及，高净值人群对财富传承的需求进一步成熟。相较过去几年，高净值人群在关注财富管理和保障的基础上，对企业投融资、家族税务法务咨询、家族慈善等服务需求有所提升。

而来自《2019 年平安银行私人银行家族传承数据报告》显示，资产配置规划、税务规划和法律服务是高净值人群最关注的三个方面。在传承资金的分配上，其首先关注基本生活和养老，其次则是为子女提供学业和事业的支持。这体现出“老有所依、老有所养”对于大众的重要意义。

此外，平安银行私人银行的报告，还对遗产税、房产税、CRS（共同申报准则）、金税（全国性税收信息系统）三期等财税热点展开了调研。数据发现，近七成人关注的财税热点是“未来或开征遗产税”，其次是“个人所得税改革”和“全国不动产统一登记体系全面运行”。

随着相关政策的逐渐落地与明朗，中国“创富”一代已经步入家庭财富接班高峰期，市场越来越需要专业的机构和工具进行传承规划。



数据来源: 招商银行—贝恩公司高净值人群调研分析

## 二、家族信托作为财富传承工具占比提升

《2019 中国私人财富报告》显示，高净值人群在进行财富传承安排时，最常用的方式包括为子女购买保险、为子女购买房产和创设家族信托。

平安银行私人银行报告亦显示，购买保险和创设家族信托同样为其调研的高净值人群最青睐的实现家族传承的工具。

近年来，家族信托在各类财富传承安排方式中增长较快，提及率从 2015 年的 16% 提升至 2019 年的 20%。整体而言这主要归结于三点：第一，财富管理机构对高净值人群的持续教育和引导逐渐起效；第二，家族信托解决了保险产品及其作为传承工具上的不足，例如保额上限较低、现金流规划能力受限、隔代传承及其他定制化功能不足等，提升了财富传承规划的科学性与灵活性；第三，家族信托成功案例越来越多，也让高净值人群从逐渐了解、观望家族信托，进入到

落地实施阶段。

平安银行私人银行报告还提到，遗嘱也是高净值人群进行家族传承的工具之一。不过，与遗嘱相比，家族信托有一个优势在于能够隔离遗产税风险及债务风险。

此外，调研还显示，非一线城市的高净值人群看重“家族信托可实现婚姻资产保全”这一特点。特别是对于只有女儿的家庭而言，婚姻资产规划备受关注。

从家族信托的设立来看，招商银行与贝恩公司的高净值人群调研显示，创建境内家族信托的高净值人群数量是境外家族信托的两倍。这主要源于大量高净值人群的财富来源及企业业务集中在国内，对境内家族信托服务需求一直存在。而受托财产也从单一的现金类财产演变成目前以现金为主，兼有保单、股权、不动产、艺术品等多元化的资产，同时进一步融合法律、税务、公司架构等更全方位的服务。

### 三、关注女性高净值人群家族传承需求

《2019 年平安银行私人银行家族传承数据报告》还将性别维度引入调研之中，关注女性在家族传承规划中的偏好及需要。

数据显示，相比于男性聚焦当下的财富积累，女性则更关注财富是否可以安全传承给后代。数据显示，政策层面，七成高净值女性关注“未来或开征遗产税”，并希望通过家族信托合理规划未来可能开征的遗产税。

此外，在抵御婚姻风险方面，女性也显得更加未雨绸缪，在关注“基本生活与养老金”保障的同时，更加关注为子女提供创业支持。

作者：苏慧

来源：搜狐网

[https://www.sohu.com/a/367250263\\_561871?\\_f=index\\_businessfocus\\_1\\_0&spm=smpc.home.business-pics2.2.1579155194455FQLfGZU](https://www.sohu.com/a/367250263_561871?_f=index_businessfocus_1_0&spm=smpc.home.business-pics2.2.1579155194455FQLfGZU)

## 疫情影响下个人财富管理再思考

新冠病毒肆虐全球。截至 2020 年 5 月 8 日，全球新冠肺炎累计确诊 380 多万人，累计死亡超过 26.6 万人。疫情扩散加速富有人群的财富缩水，近期《胡润全球百强企业家》显示：“过去两个月，全球百强企业家的财富减少了 12.6%，即 2.6 万亿人民币，蒸发了过去两年半所创造的财富，相当于每人每天损失 4 亿多元人民币。”疫情蔓延的破坏性和不确定性对持续增长的中国个人财富造成较大冲击，企业经营风险和个人理财风险持续加剧。澎湃新闻调查显示，41.5% 的受访者反映受疫情影响收入比往年减少，其中近八成人士的损失达到 20% 以上。

疫情蔓延之下，我们要从多个视角重新审视并完善个人财富管理策略。这包括：人的财富与物的财富、个人财富与家庭财富、实体财富与金融财富、财富创

造与财富传承、财富外拓与财富内守、资产集中与财富分散、财富规划与理财计划、人工理财与智能财富、自主理财与委托财管、专业服务与增值服务。

重新审视人的财富与物的财富

### 一、重新审视人的财富与物的财富

过去讲人生价值和财富价值，人身安全与财富安全，孰轻孰重？没多少人在意。我们很多时候考虑财富管理时没有把人的因素当成一个前提，但是在疫情之下这个问题就凸显出来了。过去讲资产配置、财富管理，都要画一张财富地图，在地图上描写路线，然后按图索骥。现在要考虑疫情地图，其重要性甚于财富地图，两者要结合起来。此次抗击疫情的过程中，国家、民族、地区、社区、单位、家庭、个人的种种正能量、负能量表现在疫情之下得到彰显。有些受疫情影响的债务、信用违约得到延期处理。疫情无情人有情，人性与物性在较量中再平衡。财富管理必须重新审视这个前提，回到“以人为本”“德‘财’兼备”上来。

这是疫情之下对人生观、价值观、财富观的重新思考。人生观要回答的是：“我是谁？从哪里来、到哪里去？怎么来、怎么去？”价值观考虑价值取向，“怎么做才有价值、有意义？”财富观考虑：“财富是什么？从哪里来、哪里去？怎么来、怎么去？”人生观决定价值观，进而影响财富观。正确的财富观的引导，将使得我们的财富管理更加人性化，更加有意义。

### 二、重新审视个人财富与家庭财富

这次疫情中所有人对“家”的意义和功能都有了不同程度的重新认知。家，是中国传统文化的核心。中国人有一个理想，就是修身、齐家、治国、平天下，修身齐家是中国人的使命。“这个世界从来不缺乏伤害、欺骗和背叛，但正因如此，家才显得格外温暖和亲切”，这句格言道尽人生万般无奈，也道出家的温情和不可替代。疫情之下，家的功能进一步得到扩充和延展。“同呼吸共命运”的内涵也有了新体会，疫情中家是唯一可以免戴口罩的地方。房屋的使用价值得到回归，对房地产重新思考，改善性需求未来可能会增强。还有特殊时期的家庭互助，赋予家庭财富管理新的内涵。

疫情之下抱团取暖，以家为轴统筹财富，追求财富管理更宽、更久、更稳、更温，人们对家族财富管理的理解会进一步提升。未来会进入到一个新阶段，个人财富管理进入到家庭财富管理的进程会加快。

### 三、重新审视实体财富与金融财富

财富有两大类，一个是实体形态，一个是金融形态。当前，中国正进入高净值人群财富转化密集期，主要表现为第一代到第二代的代际转换密集期、实体到金融的形态转化密集期、财富创造到财富传承的需求重点转换密集期。我们正面临第一代向第二代集体财富交接班，在很多第二代是独生子女的情况下具有很多特殊性，很多人选择实体财富转化为金融财富，“脱实向虚”一度蔚然成风。很多人把企业卖了，把实体转化了，换成金融形态，一方面是因为经营压力比较大，另外一方面是为了便于财富的代际传承。

抗疫过程中，我国庞大且健全的实业体系是我们取得阶段性胜利的一个重要原因。中国的一大优势在于健全的产业体系，而且行业的地域分布呈雁形梯度形态，从沿海发达地区到中部崛起地区，再到西部落后地区，具有很大的行业纵深，通过行业转移、扩大内需就能够拉动产业发展，充分体现了行业布局上的优势。

从传承角度来讲，过去一些老字号、百年老店，无一不是靠实业传承的。众所周知，胡雪岩是徽商的代表，被称为“商圣”。胡雪岩的产业归纳起来就是金融产业和实体产业两大块。金融产业代表是阜康钱庄，以阜康钱庄来吸收金融财富，再去进行一些投资。后来培育出一个中医药企业——胡庆余堂。因为与政治挂钩靠得太近，因为加杠杆和各种经营投机，最后阜康钱庄被挤兑破产了，危机波及到胡庆余堂。阜康钱庄早已被淹没在历史的长河中，而胡庆余堂依然存在，而且作为中医药文化遗产，成为中医药的文化符号之一。世界上最古老的家族企业日本的金刚组，是一家专门建造寺庙的企业。该企业在技术上持续更新，能够把一些水泥柱建的像木桩一样，坚持生存了 1400 多年。至今金刚组还在做建设寺庙的工作，真正体现了日本的工匠精神。有一些高端客户在交流中表示“实业很难做，换一些钱拿在手上想干什么就干什么，很灵活”，但也有很多人把实业卖掉后表示后悔。

在本次疫情中，我们深刻体会到作为家庭来说实体财富再难也不要轻易放弃，没有一家老字号不是靠实业传承下来的。我们对这两类财富要辩证来看，两者兼顾。要重新审视这几年“脱实向虚”的趋势，重新反思这个问题。

#### **四、重新审视财富创造与财富传承**

财富创造难，传承更难。传承过程中有很多挑战和诱惑，要十分自律。新冠疫情对财富传承也产生了很大挑战。“富不过三代”，这次疫情对很多财富来说是缩水和洗牌，不乐观的情况下，很多家族财富要归零，甚至为负，所以财富传承要做大量准备工作。此时要特别重视和使用好家族财富传承的一些工具，如家族信托、风险隔离、人寿保险、保险信托等，要引导客户更多关注并提早考虑财富传承的问题。

#### **五、重新审视财富外拓与财富内守**

近年来，高净值人群境外资产配置占全部可投资资产的比重呈现下降趋势。一方面，在动荡的国际形势下，全球经济下行压力持续、境外投资收益不及预期；另一方面，中国经济面临发展的新机遇，高净值人群投资重心回归国内。此外，对资本外流的监管日趋严格也是原因之一。

疫情过后，高净值客户将会在全球资产配置问题上进行重新审视，不仅考虑投资获利、风险分散、资产转移和财富传承，疫情管控、公共安全体系以及背后的政治文化、价值观等都将作为重要因素纳入综合考虑当中。可以预见，富有家庭将会在外向投资、境外资产配置、移民等问题的态度上进一步分化，会有更多的人放弃外向而转向国内，进行战略防御、守土深耕。多年前已经在境外投资创

业的机构和家庭有些也会在疫情之后选择回国，开辟新的战场。未来几年，国内民间投资生态将会有有一个渐进的变化。这一进程也许会持续较长时间。

## 六、重新审视资产集中与财富分散

有一句俗语：“不要把鸡蛋放在一个篮子里”，现要加上一句：“放鸡蛋的篮子要尽量放到一两个屋子里”。就是大类资产配置要相对集中，财富管理方式要适度分散。大类资产种类并不多，一般高净值客户配一些银行理财产品、房地产、权益投资、外汇等，不能盲目扩大范围，以为越多越好。一些人根本不具备跨境投资、期货期权投资条件，没有这样的经验、经历和专业支撑，盲目投资是不可取的，要尽量在自己熟悉的可控的范围内进行投资。而财富管理方式和手段有很多种，财富管理上要适度分散，避免风险集中。

产品组合要多种多样且灵活持续调整。产品组合问题上要做到“五性合一”，即组合里成长性、风险性、稳定性、盈利性、流动性要同时兼顾。“五性合一”是“五行学说”原理（金木水火土相生相克、矛盾统一）在我们财富管理中的一个体现。做产品组合要做到“五性”方面的搭配，考虑它的“五性合一”，“五性”缺一可能就面临一些问题，要么成长性不够，要么流动性出问题，风险比较大。最近市场上一些出问题的代客理财产品，集中体现在流动性上，退出机制在设计、执行、衔接、闭环上存在微小但致命的漏洞，应急准备与处置又跟不上，最终出现较大风险。

## 七、重新审视理财计划与财富规划

疫情对很多行业和高净值客户产生影响，我们要通过专业财富机构进行很好的财富规划和理财计划，来帮助他解决经营中面临的流动性问题。不能偏颇于财富规划或理财计划，长期和短期的搭配是非常重要的。财富规划从人生轨迹来讲有五个阶段：“只出不进”阶段、“多出少进”阶段、“进出平衡”阶段、“少出多进”阶段、“只进不出”阶段。不同阶段，财富比例关系要规划好，不同阶段要有不同的财富规划策略，不同生命周期也有不同的策划要求。财富规划还要兼顾到客户的财富需求，是强调财富创造、财富增长，还是侧重于财富保护、转移和传承？

理财计划着重于教育、保险、投资创业、税务、养老等主要安排，更要做好日常支出计划，包括：消费支出、储蓄支出、投资支出、应酬支出、保障支出。长远的财富规划和短期的理财计划要匹配好，长短搭配在疫情当下尤为重要。

## 八、重新审视人工理财与智能财富管理

受此次疫情影响，线上远程财富管理服务将成为特殊时期客户服务的主要方式。针对超高净值人群与高净值客户，线下服务仍是客户服务的核心渠道，但随着数字技术的发展以及此类客户对于7×24便捷服务的要求，正使得客户偏好不断向线上转移。全球领先的私人银行为了应对数字化趋势，都在通过打造私人银行专属移动客户终端，利用大数据技术及数字化手段提供实时、定制化的财富管理远程服务。

同时，这也要求财富管理机构通过科技赋能，提升内部运营效率。通过构建完善的系统功能，实现对团队、营销、客户的统筹管理，及时洞察工作流程中的关键问题，实现高效及时地调整，有效把控过程管理。对于服务团队而言，金融机构应提供营销管理、资产配置等智能化系统工具，专业赋能服务团队的同时帮助理财顾问更好地了解客户。

### 九、重新审视自主理财与委托财管

财富管理有全委托、半委托和自主理财三种形式。全委托是把交易全部委托给我们的机构，来帮助客户操作；自主理财就是自主操作；两者之间还有一个“半委托”。在疫情刺激之下委托财富管理会被越来越多的人接受，因为可以减少突发事件的影响，减少时空限制。服务机构要尽快理顺并推出委托财富管理服务流程，在风险合规前提下有序提供全权委托和半全委托管理服务；作为个人投资者也要能够接受、适应委托投资带来的便利。

### 十、重新审视专业服务与增值服务

一方面，要持续增强专业服务能力。疫情过后，客户资产配置及风险管理意识增强，对财富管理业务的需求从“产品需求”转向“定制化资产配置需求”。财富管理机构的运营应从传统的“产品销售”转向“以客户为中心”的综合服务。要构建涵盖营销团队、专业支持团队、各领域专家团队的差异化客户服务团队，持续挖掘中高端客户各类财富管理需求，建立长期互信的合作关系。要以投研为支撑，支持财富管理机构进行内部产品研发以及外部产品遴选，不断丰富产品货架。要在资产配置、产品销售方面，支持客户经理挖掘高净值客户多元化需求，定制专业解决方案。未来在数字化转型背景下，专业服务团队可通过远程与线下多元化服务渠道为客户提供触手可及的服务。

另一方面，要更加重视个性化增值服务。作为品牌建设的一部分，私人银行通常会努力培育增值服务。本次疫情期间，一些金融机构推出了针对高净值客户的增值服务，如跨国急救，通过与第三方机构合作，将需要服务的客户从危险地区用飞机运送到安全地区，或者运送到医院进行救治；再如跨境教育，通过与第三方教育服务机构合作，帮助客户对其远在国外学习的子女实施帮扶，辅以安全措施、生活支撑、帮助提前回国等；又如医疗保健，与第三方医疗机构合作，在客户医学体检和治疗等环节中提供帮助。可以预见，未来会有更多的金融机构推出更加个性化、人性化的增值服务，以改善客户体验、增强品牌吸引力和感召力。

作者：桂泽发

来源：未来财富管理知识微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/0F1CR4g4PNtQG8OBRVF47g>

## 银行理财转型之路

资管新规发布已有两年时间，按照理财新规的规定，理财业务整改时间进度过半，银行理财业务进入整改转型深水区。2019年，监管部门有序引导理财子公司成立开业，截至2020年2月末，共有30余家银行宣布设立或已经设立理财子公司，其中，工银理财公司等11家已正式开业。随着理财子公司悉数落地，银行理财业务机构转型将基本完成，但如何有效实现监管新规下的经营转型，不仅是理财子公司未来成长发展关键所在，也事关我国资管行业转型发展。

### 一、银行理财业务转型进展

#### 1. 总体量稳质增

资管新规发布以来，各项监管政策稳步发布，资管行业转型从观望进入实施阶段，金融机构着手整改和转型，有效压降套利空间和行业泡沫，理财行业整体呈现“量稳质增”的发展格局。

理财产品净值化率不断提升但程度有限。产品净值化是资管转型的方向和重点，目前各行均致力于理财产品转型，部分银行净值型产品发行速度提升较快，但行业整体净值化程度仍较低。2018年底，非保本理财产品4.8万只，存续余额22.04万亿元，与2017年底基本持平。2019年以来，银行理财显著加大了净值化转型的力度，2019年末，非保本理财业务24万亿元，净值化率35%，其中，理财子公司净值型产品规模1万亿元，母行以及银行资管部净值型产品规模达23万亿元。产品净值化转型以来，净值型产品收益分化，权益类、长期限产品收益率高，开放式产品收益走低。

非标资产有序处置但与监管要求尚有较大差距。由于非标资产游离于宏观审慎监管体系之外，潜在风险被掩盖、隐藏，因而是资管新规整治的重点。从处置进度上看，截至2019年第三季度末，2017年以来非标投资压缩已超三成，但存量规模还很庞大。从后续整改上看，存量非标处置难度大，面临三个难点：人民银行在2018年出台的“720”政策，在过渡期后如何执行，市场预期不一致，可能会出现二次整改的问题；存量资产回表，政策尚未明确且影响资本充足率；存量接管，却难以匹配增量负债。资管新规系列文件，核心是统一监管标准、打破刚兑、坚持净值化管理、严禁多层嵌套，监管层为了确保平稳转型，设置了过渡期。从目前进度上看，总体而言，行业整体转型取得了很大成效，但在产品净值化方面，短期内改变投资者的投资理念和风险偏好存在一定的困难，而且净值化本身容易引发追涨杀跌行为，需要循序渐进；在杜绝资金池运作方面，老账户历史欠账，资产处置存在诸多难解之题，同时需考虑处置产生的风险。

#### 2. 银行理财子公司发展迅速

借助投资起点降低、首次购买不需临柜、直接投资股票等政策红利，理财子公司为资管行业带来了新气象。

差异化定位发展明显。围绕“固收+”策略，从传统债券资产投资转向大类

资产配置，以分散投资、优化大类资产配置作为核心手段，从被动防控风险转向主动管理风险，各理财子公司的产品品牌特色鲜明，形成差异化发展。

产品由固定收益为主变为逐步丰富。截至 2019 年底，银行理财子公司共发行的 349 只产品中，固定收益类 272 只，占比 78%，混合类 76 只，权益类 1 只，暂无商品及金融衍生品类产品。随着监管政策的引导以及理财产品完成净值化转型，高收益的权益类产品规模会进一步提升，理财资金在资产配置上将更加均衡。

投资向精准量化发力。开业之时，理财子公司纷纷发布了自己的指数，“指数化”产品是理财子公司标配。指数型产品对投研能力以及主动管理能力要求较低，从复制指数起步，理财子公司积极探索量化策略。

客户关系转向长期化和机构化。海外资管市场的机构客户占比较大，机构客户具有资金来源稳定、追求长期业绩的特点，更有利于资管机构实施价值投资。随着我国金融市场的进一步发展和成熟，投资者机构化是理财子公司需要把握的重要趋势，潜在的机构客户包括但不限于养老基金、社保基金、企业年金、主权基金、同业机构、实体企业、社会组织等。目前，理财子公司已积极开展相应营销举措。

“精耕细作”的管理费及业绩报酬将成为主要收入来源。目前银行净值型理财产品收取的费用主要包括固定管理费、托管费、销售费、申赎费、浮动管理费以及其他费用。固定管理费、托管费和销售费一般为固定费率，费率会随着购入额度的增加逐档减少。浮动管理费的计算方式则比较多样，传统预期收益型产品到期时实际收益超过预期收益率的部分将全额划归银行所有，作为超额管理费收入。随着产品逐渐向净值型转化，浮动管理费的收取形式发生了变化，管理人实际收取的报酬（管理费）将与理财产品业绩挂钩。

## 二、理财业务转型中存在的困难和问题

### 1. 与资管新规要求尚存在差距

产品净值化短期内难以完全实现。首先是产品端客户接受度的问题，让庞大的客户群体改变投资预期接受净值型产品，需要一个较长的过程。其次是资产端公允价值的计量问题。对于非标债权、流动性不佳的证券、未上市股权等，需要使用收益法、成本法进行公允估值，但前者所评估出来的价值未必公允，后者较大程度上不能反映最新的资产情况。最后，目前占表外 22 万亿元理财规模的 20%、广受投资者青睐的现金管理类产品面临二次转型问题，在不到 1 年的时间内完全转型，客户接受的难度较大。

股权投资难。在私募股权投资上，一方面，根据资管新规，未上市企业股权及其受（收）益权的退出日不得晚于封闭式资产管理产品的到期日，理财新规还限制了现阶段的理财产品向一般私募股权基金直接投资，超双层嵌套亦被禁止；另一方面，私募股权投资还面临 200 人限制、投资门槛高、期限长、退出难等问题。在股票投资上，当前资本市场不成熟，包括公募基金在内的资管机构股票投资比例普遍较低。

非标资产处置难度大。首先是标准化资产认定趋严，作为资管新规的细则之一，2019年10月公布的《标准化债权类资产认定规则（征求意见稿）》将理财、信贷资产流转和收益权转让相关产品，北京金融资产交易所的债权融资计划，中证机构间报价系统的收益凭证，上海保险交易所的债权投资计划、资产支持计划等此前的灰色地带明确为“非标”。其次是“非标”转“标”不畅，“非标”转换为“标”需要一个充满活力的多层次资本市场。最后是信息强制披露要求和资产证券化流程漫长，都可能阻碍非标转标的积极性。如果通过发行开放申购赎回周期长于非标期限的产品处理非标，则面临投资者对长期限产品接受程度的问题。

人力资源投入不足。相比公募基金，银行理财人力资源投入不足，人均管理资产规模过大，资产管理精细度亟须提高。这不仅导致投资策略单一、投资风险增加、集中度风险高，也导致产品投向单一，品种稀少，产品形式单调，不利于“真资管”模式下的精细化管理、自主投研、风控合规等转型要求。

## 2. 对标发达市场存在的短板

投资者教育难度较大。我国金融体系长期以银行为核心，基于资本市场的直接投融资发展相对落后，这一方面形成了投资者对银行理财产品刚性兑付的预期，另一方面导致资本市场投资者具有较强的投机性。此外，大部分居民财富较大比例配置于房地产，仅有较小部分财富交由金融机构管理且波动大。由此，投资者在普遍满足于高收益类固收产品并习惯于投机性股票交易的惯性驱动下，缺乏寻求多样性的投资产品及通过专业机构进行财富管理的积极性。目前，包含理财子公司等在内的资管机构普遍面临缺少对客户的精准画像进而缺乏在产品端的竞争力。未来理财子公司转型发展，首先应该做好客户精准分类，进而针对不同细分客户提供产品和服务。

权益类资产配置存在短板。受历史投资政策限制、投研能力不足等因素影响，债券是理财资金配置的主要标的。从全球资产管理行业来看，以股票为代表的权益类资产是全球资管行业资产配置比重最大、最典型的一类资产，权益类投资在较长周期维度上，收益率显著高于其他金融资产。《证券法》的修订，预示我国资本市场改革发展进入新时代，在一些历史难题上取得了重大突破。未来，银行理财子公司应加大权益类投资，不仅满足客户多样化的投资偏好，也有助于我国资本市场建设和融资方式转变。

金融工具不够成熟。不同的金融工具，由于其在偿还期、流动性、安全性以及收益率等方面各不相同，不仅可以满足市场参与者不同的金融需求，而且可以为投资者增加规避风险、提高投资盈利的机会和手段。以量化投资为例，量化投资需要广泛运用衍生品，以优化风险收益特征和净值曲线，对冲系统性风险。但国内金融衍生品长期以来发展不足，工具不丰富，资产配置与交易的风险对冲及管理功能较为薄弱。

科技系统不够成熟。科技已经从传统金融业的底层技术支撑角色转变为价值创造的核心驱动，如何通过科技赋能是理财子公司等资管机构面临的严峻问题。

脱胎于银行资管的理财子公司金融科技人才缺失、技术不成熟，亟须建立稳定可靠的信息技术系统，但目前资管运营所需的信息系统普遍不成熟，系统性能、隐私、运维、运营等方面达不到实际应用所需的水平。

### 三、政策环境和解决之策

银行理财子公司走上我国资管市场舞台，对银行理财变革和资管行业发展都具有战略性意义，未来的转型发展之路，需要政策持续的引导和自身能力的持续提升。

#### 1. 强化政策引导

逐步明确各类资管产品的底层法律关系和属性。完善相应法律体系，对不同属性不同法律关系的金融产品制定差异化的监管政策，强化根据产品类型进行的功能监管和对金融机构的行为监管。

明确监管标准，实现同类产品监管一致。资管新规作为一项重要的制度性安排，需尽快出台完善资管新规相对应的配套细则，例如估值的细化措施等，对不同机构的同类业务、同种产品逐渐统一监管标准，对诸如养老金投资管理、个人养老金融产品等同类业务做出一致性规定，实行公平的市场准入和监管，最大程度上消除监管套利空间。

尽快明确过渡期相关政策安排。受新冠疫情、经济形势、当前转型进度等多重因素影响，为确保资管行业平稳转型，应尽快明确过渡期相关政策安排，主要包括对提前完成转型机构的激励措施、对过渡期内确实难以完成行机构的“一行一策”、非标回表政策等。

#### 2. 解决之策

在负债端，管理养老金等长期稳定资金。美国财富管理市场上，养老第二、三支柱的发展壮大给资管机构带来了长期稳定的资金，为美国财富管理行业的蓬勃发展打下基础。随着我国老龄化程度的不断加深，我国养老第一支柱保障程度日益不足，大力发展第二、三支柱养老金业务并交由理财子公司等专业机构进行投资管理是必须选择。理财子公司应积极参与养老三支柱的建设：一是成为第一、二支柱的投资管理人，承接机构的长期养老资金；二是开展第三支柱养老产品和服务设计以满足不同老龄群体的财富管理需求。

在资产端，提高权益类资产配置比例。理财子公司作为财富管理机构，加强权益投资、为客户创造高价值回报是生存和发展的根本。对资本市场而言，理财子公司的入局也将激发市场活力，有利于市场的长期健康发展。根据理财子公司现有的投研能力，短期内可通过被动投资的方式或与其他机构合作 FOF、MOM 等方式切入权益类投资，后续在投研能力和配置能力成熟的基础上，可拓展至主动权益、衍生品等更为复杂的领域。

在工具端，加大信息科技投入。在人工智能和大数据技术驱动下，智能资管正在从分销、投研和运营模式三个领域对资管的全价值链进行颠覆和赋能。若要获取高于市场增速的增长，并且实现保持稳健长期的价值创造，理财子公司应加

大信息科技投入，在做好常规信息系统建设满足日常交易、估值、结算、信息披露、投资、风险管理的同时，应用大数据、云计算、人工智能等技术，围绕智能获客、智能投顾等方向，探索金融科技及数字化转型，增强客户体验和提升财富管理服务能力。

作者：步艳红 中邮理财责任有限公司

来源：中国金融杂志微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/ZsGCpBe0GKdSSBGa5vudGQ>

## 资管新规重装财富管理 机构转型提升六大能力

资管新规两周年之际，银保监会发布了《信托公司资金信托管理暂行办法》，为资管新规后针对各子行业出台的系列政策画上了句号。尽管面临疫情的冲击，但是监管仍然出台了对于非标资产比例严格限制的信托新规，体现了监管对资管行业净值化和标准化转型的要求，意味着资管行业转型的方向和决心不会改变。

此次新冠疫情突如其来，对全球经济和社会的影响仍在持续深化。这次疫情使得大家更加重视家庭保护，更加重视财富管理。财富是未来消费能力的存储，资产是财富的储存工具，家庭财富管理的终极目标，就是为了未来的风险缓冲及消费能力。

那么，在资管新规出台两周年之际，资管行业无论在产品规模、产品形态还是资金来源方面都发生了深刻的结构性变化，特别是当前疫情的冲击之下，资管行业作为资金中介的重要作用更加凸显，也肩负着为投资者理财、促进居民财富增长的责任。因此，资管机构应继续加快转型，提升六方面能力，以适应后疫情时代的环境变化。

### 一、重现生机，呈现六大特点

资管新规出台后的两年时间里，我们观察到行业并没有徘徊不前，而是在总规模保持基本稳定的情况下实现了结构优化、净值转型和规范发展，银行理财更是恢复了 2016 年以来的正增长。总体上，资管行业呈现出六个特点：行业规模企稳回升；行业结构优化；资产端标准化投资占比提升；资金端养老等长期资金快速增长；银行理财呈现积极变化；理财公司迎来首秀。

#### 1. 资管规模企稳：止跌回升

由于资管新规的出台，资管行业在 2018 年规模历史上首次负增长，但是 2019 年规模止跌回升，小幅反弹。2019 年末资管行业规模合计 110 万亿，比 2018 年末增加近 4 万亿。这说明资管行业经过 2018 年痛苦的“去杠杆”之后，转型见成效、规模稳增长，资管行业开始出现积极的变化，标志着资管市场从转型的阵痛中正在重现生机，这是资管行业回归本源、降低杠杆后的更健康发展的体现。

#### 2. 行业结构优化：通道业务此消，主动管理彼长

从细分行业来看，2019 年资管七雄的规模呈现“四增三降”。资管市场规

模的踟蹰向前主要来源于两股相反力量的作用。一方面，通道业务及其背后的影子银行模式仍然被严厉打压，因此基金子公司、券商资管、信托规模仍处于下降周期，分别下跌 18%、18%、5%，合计减少 4.3 万亿；比 2017 年末则减少了 13.2 万亿，连续两年呈压缩态势；另一方面，保险资管、公募、银行理财、私募机构发挥主动管理优势，积极寻求产品创新，分别增长 13%、13%、9%、8%，合计增加 8 万亿。通道业务此消，主动管理彼长，资管市场结构得到优化，继续向回归本源、有序发展的方向稳步迈进。

### 3. 资产结构优化：标准化投资占比提升

2018 年资管新规实施以来，从融资端看，标准化融资的占比显著提升。按表外的社融占比统计，2018-2019 年两年内委托贷款占比从 17.9%下降到 12.7%，信托贷款占比从 10.9%下降到 8.3%，二者合计下降 7.9 个百分点。而以企业债、政府债和股票为主的标准化资产融资占比则相应提升，企业债占比从 2017 年的 24.2%提高到 2019 年末的 26.0%，2019 年当年提高了 1.2 个百分点，增速快于 2018 年；政府债券占比从 36.1%提高到 41.8%，提升 5.7 个百分点，是提升最大的品种。

从各行业特征和规模变化看，非标资产和通道业务占比较高的券商资管、信托和基金子公司规模持续收缩，以标准化为主的公募基金和保险资管则持续正增长，私募基金中投资于标准化资产的证券投资基金部分的规模也是保持正增长。上述变化说明资管机构规模增减起伏的背后是整个融资市场结构的变化，即标准化资产占比提升。

### 4. 资金结构优化：养老金及保险资金等长期资金增长快

近两年资管资金端结构发生显著变化，尤其表现在以养老金和保险资金为代表的长期资金快速增长上。养老资金占比小、但是增速最高，养老资金从 2017 年的 2.7 万亿稳步提升到 4.7 万亿，2 年增幅 74%，为所有资金来源中增幅最大的渠道，占比也从 3%提高到 5%。一支柱社保基金与基本养老金的资金规模出现大幅上升；二支柱企业年金和职业年金参与人数以及资金规模持续攀升；相比之下，三支柱规模尚小但未来可期，自从 2018 年养老目标基金正式诞生，2019 年已有超过百亿的产品获批发行，正式拉开第三支柱养老的华丽帷幕。保险资金也重拾动力。2019 年保险资金成绩耀眼，资金运用余额中的投资规模达到 16 万亿，增速从 8%上升至 15%。

### 5. 银行理财结构优化：四大积极变化

银行理财在资管新规之后顺应监管要求，加快转型步伐，成效显著，出现四大积极变化：一是保本理财逐渐淡出历史舞台、非保本理财规模实现稳健上涨、整体规模 24.0 万亿，比 2018 年非保本理财的规模增长 9%；二是净值化转型有序推进，2019 年 6 月末，净值型产品存续余额 7.89 万亿元，同比增长 4.30 万亿元，增幅达 118.3%；净值化产品占比从 2018 年底 28%升至 35%，提升 7 个百分点，其中开放式净值型产品规模占绝对比重；三是负债结构优化，同业资金空

转大幅下降，2019年6月末，同业理财存续余额0.99万亿元，首次降至1万亿元以内；占非保本理财产品存续余额的4.45%，较2017年初的23%下降逾18个百分点，“资金空转”现象明显减少。四是2019年上半年，新发行的封闭式非保本理财产品加权平均期限为185天，同比增加47天；3个月以下的短期产品发行规模降幅高达62%。理财转型呈现了积极进展。

#### 6. 理财子公司首秀：含权益产品占比提升

2019年是银行理财诞生元年，从无到有、从零到一，银行理财子公司在资管新规的催产下诞生，开始了历史的征程。截至目前，全国已有11家理财子公司开业，其中9家已正式以理财子公司的名义发布产品，共发布了464只。相比于传统银行理财产品，理财子公司的产品有四大特点：

一是产品结构中20%是混合类，7.3%是权益类，两类占比三分之一。尽管仍然以固定收益类产品为主，但是混合类占比在逐步提升，光大理财即将发行首款直投股票的卫生安全主题精选理财产品；二是固收类产品的业绩比较基准普遍高于同期银行预期收益性产品；三是混合类产品的业绩基准普遍高于固收类，权益类产品的业绩基准高于混合类；四是从理财子产品发行期限看，固定收益类和混合类的产品期限主要集中在1-3年，而权益类产品期限更多为3年以上。整体看，理财子公司的产品期限要明显长于预期收益型的老产品的平均期限。

### 二、后疫情时代的不确定性环境

2020年的新冠疫情是概率小、且杀伤力也巨大的“黑犀牛”。新冠疫情是百年不遇的一场大流行，是“二战”以后人类社会面临的最大的挑战，给全球经济、人们生活和健康带来了巨大挑战。全球央行已经快速行动、释放流动性、纾困企业，在动荡的经济活动、宏观政策和市场环境中，2020年的资管行业将面临更多的不确定性。

#### 1. 疫情的不确定性

截至5月15日，全球肺炎累计确诊逾453万例，3月份以来每日新增确诊都在7万例以上。未来疫情的演化取决于两方面，一是疫情严重的欧美国家的疫情什么时候控制下来，这将决定了全球疫情的拐点；二是目前新增疫情正在上升势头的国家能否控制住过快增长势头，特别是印度这样的人口大国；三是疫苗和特效药何时能研发出来，以及疫苗的时效性和药物的有效性，这将决定疫情的管控能力。根据最新哈佛大学公共卫生学院发表的论文，新冠病毒可能会持续到2025年。疫情的演化将决定了各国经济的复苏能力和时间，持续时间越长，对经济伤害越大，复苏难度也越大；反之亦然。

#### 2. 政策的不确定性

目前各国央行基本上竭尽所能，把所有政策工具用上，应对疫情的影响，降低对实体的影响。由于政策的非常规性，因此政策的出台和执行都有一定的偶然性和不确定性，市场并不能完全预期。因此，在疫情的不确定之上，叠加政策的不确定性，那么对市场的影响将是双重不确定。

此次危机之下，美联储已经动用了几乎所有的政策工具，包括降息、QE、商业票据融资支持工具、一级交易商信贷支持工具，以及宣布量化宽松无规模限制，直接为信用市场提供资金支持。面对此次疫情引发的流动性危机，美联储几乎一次性用尽了货币政策工具箱的所有储备，并将火力集中在了解决核心问题——信用市场风险，防止流动性危机进一步演化为债务危机。经过几乎无限制的向市场注入流动性，5月13日美联储资产规模已达到6.98万亿美元，即将突破7万亿美元，较2月末增加2.8万亿美元。3月以来，美联储资产规模扩张速度已远远超出QE1-QE3时期。

到了目前阶段，央行解决信用危机和流动性危机的政策工具基本用尽，美联储只剩下直接入市购买ETF的工具，但是需要修改《联邦储备法》。因此，未来央行的政策仍有不确定性。在美联储庞大的资产负债上，央行实际已经成为市场最重要的参与者，一举一动都将给市场带来震动。

我国央行通过降准、再贷款这些工具，释放长期流动性2万亿元，通过商业银行信贷投放将资金传导给实体经济，4月末社融增速达到12.0%，M2增速达到11.1%，均显著高于名义GDP增速。市场的总量流动性非常充裕，关键在于资金的具体流向，是否流向真正有需求的企业，而不是把资金用作套利和投机。

### 3. 国际治理的不确定性

这次疫情加大了人们之间的社交距离，也拉大了国家之间的隔阂。之前的贸易争端没有出现缓和迹象，反而在疫情之下愈演愈烈，疫情使部分发达国家制造业短板的劣势暴露出来，开始更加重视产业链的自主建设和保护。在不少西方国家保护主义、孤立主义频出的当下，新冠疫情可以为西方民粹主义者提供一个新的借口，全球化和逆全球化之间的较量和交锋将长期存在。

日前美国宣布将严格限制华为使用美国的技术、软件设计和制造半导体芯片，这是对华为芯片采购的全面封锁，意味着科技领域上的争端将继续下去。从贸易争端到科技封锁，到未来可能的金融战，在民粹主义、民族主义和经济问题政治意识形态化盛行的当下，未来的国际治理和国际关系将面临更多的不确定性。

### 4. 市场的不确定性：低利率、高波动或成常态

在全球央行不断量化宽松和降息的政策之下，全球三分之二的主权债券已经呈现负利率，规模合计约17万亿美元。低利率和流动性泛滥将成为未来很长一段时间的常态。现在的央行实际上已经被高额的债务绑架，次贷危机之后各国量化宽松政策推高了宏观杠杆率，但是各国杠杆率的升高在各部门的分布有所不同，如美国集中于政府和企业部门，欧洲和日本集中在政府部门，我国集中在企业和居民部门。债务的不断膨胀加大了未来偿债的压力，但同时经济增速是放缓的，这实际形成了央行放水的循环：债务增加推动经济增长→经济增长潜力下降→经济增速放缓→偿债压力加大→央行放水，实现债务货币化。因此，一旦债务升高之后，实际就很难降下来，特别在当前的疫情和经济困局之下，央行只有不断放水，拯救本以孱弱的经济和居民、企业债务。

在低利率之下，资金的机会成本大幅降低，投机性资金即“热钱”将大幅增加，流向各个低估的市场和热点板块，而热钱往往不具有持续性，上涨之后可能“一地鸡毛”，加上疫情、政策和国际治理的不确定性，因此未来几年市场的波动性将大幅上升，对资管机构的前瞻性判断、择时要求将大幅提高。

### 三、资管机构需提升六大能力

疫情期间，金融资产配置比例高的城市显示了更强的消费韧性，金融资产配置其实是我们家庭的危机减震器。统计表明，金融资产占比每增加 10%，消费的冲击就会减少 4.9%。因此，财富管理行业是最古老的行业，也是最青春的行业，未来仍将基业长青。疫情之后，资管机构如何提升投资管理能力、调整姿态？可以从以下六点入手：

第一，更加重视风险及应对危机的弹性和韧性。这次衰退或是 U 型衰退，底部时间或较长。目前，低利率、高波动、高杠杆、脆弱的流动性、贫富分化、逆全球化，都是挑战，熵值越来越高。此种情况下，资产配置应采取防御姿势，把风险看得更重。韧性是资管机构要做中长期的战略配置，做好再平衡。弹性是要抓住中短期的战术机会，把握交易性机会。

第二，更加重视消费者权益保护。具体到资管行业，消费者权益保护就是投资者利益最大化，可以概括为三句话：受人之托，代客理财；买者自负，卖者有责；适当的产品卖给适当的投资者。目前随着银行理财的净值化转型不断推进，投资者的风险教育刚开始，需要适应市场的波动和净值的回撤。对银行理财来说，消费者权益保护工作现阶段是“三期叠加”：银行理财净值转型起步期叠加投资者风险教育摸索期以及市场波动剧烈期，投资者保护工作复杂度、难度都在增加。

第三，更加重视大类资产配置。统计表明，配置创造了 90% 的收益来源。如何提升投研能力和资产获取能力，跑好大类资产配置的长跑？疫情之后，在全球货币政策宽松、长期低利率时代，投资不仅是选公司选行业战胜交易对手，更加重要的是如何找到跑赢、跑平 CPI 甚至是 M2 增速的资产。过去的二三十年，我们看到巴西、中国、印度为代表的新兴市场的快速发展，也看到了过去比较好的技术产业的发展，如过去 10 年是移动互联网的风口，美股长牛了 10 年。但是，向前看未来哪些国家和哪些大类资产哪些产业还有机会？目前看有两点是比较确定的，一是数字资产的价值是确定的，抓住区块链技术的应用场景，有数字资产赋能的产业和企业有比较好的增长潜力；二是与居民生活需求和消费升级密切相关的，如医疗健康、大消费等基本生存需求密切相关的行业，仍然有长期的成长空间。

第四，更加重视线上服务。线上服务强调的是客户体验，强调简单易用。疫情期间，线上消费显示了更强的抗冲击力和恢复速度。疫情导致的社交距离（Social Distance）在对经济造成负面冲击的同时，加速了数字化技术在各行业的渗透。疫情使得许多行业的商业模式、人们的消费习惯和工作方式乃至心态都将发生深刻的改变，技术进步和数字化深入将显著影响资管机构的发展。某银行理

财 2 月份线上发布的第一个 Z 码产品，电子化销售率 98.4%，其中，手机银行渠道占比 58%以上。

第五，更加重视数字化转型。数据和企业的数字化转型是驱动未来世界进化的最有力的利器。应对疫情带来的数字化快速渗透以及商业模式线上化，资管机构应该积极布局数字化转型。在投资方向被技术与数字化引导的同时，技术的发展也将重塑资管行业投研、营销、风控、运营等各个环节，提升资管行业的数字化水平。构建大数据，通过定量分析数据技术，可以改善资产配置效能、提升大类资产投资绩效、拓展资产类别和投资半径，从而提供新的超额收益。

第六，更加重视社会责任和持续投资。当今社会波动性强、老龄化社会加深、人口红利消失，资管机构应该把投资和环境、社会治理等因素结合起来，在养老体系建设、提升直接融资、支持实体经济、稳定市场情绪等方面中发挥更积极的作用，这也是资管机构的担当和道义所在。近年来，越来越多的海内外资管机构加入到实践 ESG（Environment, Social and Governance）投资的队伍中来，将环境、社会、治理因素纳入投资决策并积极发挥投资企业管理权。

来源：新浪财经网

<http://finance.sina.com.cn/roll/2020-05-20/doc-iircuyvi4138784.shtml>

## ★财富管理报告

### 2020 中国金融科技竞争力百强榜揭晓

6 月 29 日，2020 第四届金融科技与金融安全国际云峰会暨 2020 中关村“金融科技客”金融科技国际创新大赛启动仪式在线上召开。本次峰会汇集政产学研金各方人士，共同探讨金融科技与金融安全前沿话题，并共同见证了《2020 中国金融科技竞争力 100 强榜单》的发布。

人工智能、物联网、云计算等新技术以其独有的渗透性和创新性推动金融行业发展到一个全新阶段，全球金融科技市场正在加速发展。中国金融科技发展保持了强劲势头，继续引领市场，在潜在市场、客户采纳度、市场有利条件等方面表现尤为突出。

#### 一、金融科技全球视野

2018-2019 年，全球金融科技发展态势较好，金融科技关键底层技术布局加快，区块链领域成为布局重点。各国金融科技投融资力度不断加大，北美洲和亚洲、欧洲融资活动最活跃。同时，各国也在不断调整手段、创新监管方式，为金融科技的健康发展提供保障，更多国家通过采用监管沙盒机制、设立专门监管机构、完善相关立法等措施，保障金融科技健康有序发展。

## 国际金融科技发展情况

2018-2019年，全球金融科技发展态势较好，金融科技企业数量、融资规模和交易量都有所提升。金融科技关键底层技术布局加快，各国金融科技投融资力度不断加大，北美洲和亚洲、欧洲融资最活跃。同时，各国也在不断调整手段、创新监管方式，为金融科技的健康发展提供保障，更多国家通过采用监管沙盒机制、设立专门监管机构、完善相关立法等措施，保障金融科技健康有序发展。



从全球发展格局来看，中国金融科技发展处于世界领先地位，美国、英国、新加坡、澳大利亚和日本在金融科技领域积极布局且各具发展特色。英国保持欧洲金融科技中心地位，其开放银行和监管科技的创新发展具有先发优势。新加坡政府开放包容的态度为金融科技发展注入活力，使其成为东南亚金融科技最发达的地区之一。澳大利亚金融科技市场增长迅速，2019年金融科技融资金额创历史新高。日本制度先行，推动金融科技稳步前行。

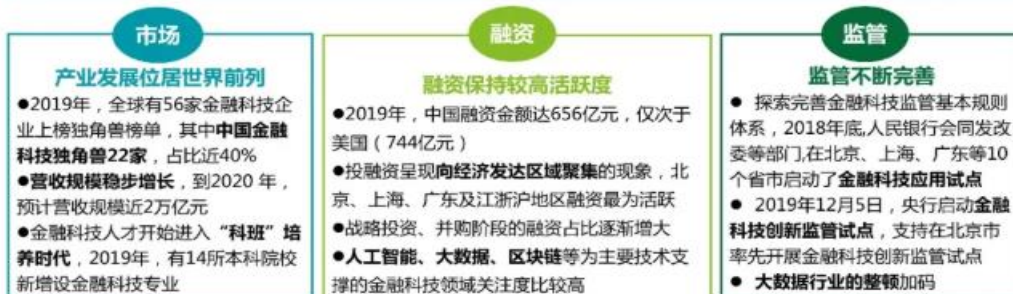
## 全球金融科技发展格局



我国金融科技产业延续良好的增长势头，在市场规模、融资金额、企业发展、人才培养等方面都取得了一定成绩。金融科技监管不断完善，数据保护进一步制度化、规范化。我国积极探索完善金融科技监管基本规则体系，2018年底，人民银行会同发改委等部门，在北京、上海、广东等10个省市启动了金融科技应用试点；2019年12月5日，央行启动金融科技创新监管试点，支持在北京市率先开展试点，2020年4月27日，中国人民银行宣称将在上海等6市（区）扩大金融科技创新监管试点，监管工作不断走向深入。

## 中国金融科技发展情况

中国金融科技产业延续良好的增长势头，在市场规模、融资金额、企业发展、人才培养等方面都取得了一定成绩。金融科技监管不断完善，数据保护进一步制度化、规范化。北京、上海、深圳、杭州等城市金融科技发展位居国内前列，发挥着引领示范作用。



在各地发展态势方面，北京、上海、深圳、杭州金融科技发展位居国内前列，发挥着引领示范作用。北京科技创新实力雄厚，金融风控服务不断深化，吸引大量金融科技底层技术企业，落地了一大批利用新技术促进金融风控效率提高的重大项目。上海金融产业实力雄厚，头部非银机构、交易所等金融要素集聚，拥有丰富的金融应用场景，借力金融科技、智能金融快速发展，各类金融机构推动业务线上化转型的同时，积极拓展金融科技在民生领域应用示范项目的落地。杭州数字经济基础雄厚，金融科技体验感较强，拥有金融科技巨头蚂蚁金服以及多个科技领域的头部公司；移动支付行业起步早、基础好，移动支付应用率全国领先，建立了“全球移动支付之城”发展典范，金融科技体验连续三年获全球第一。深圳紧抓粤港澳大湾区建设机遇，创新氛围浓厚，依托腾讯生态体系，在互联网银行领域发展位居前列。深圳作为央行数字货币的试点城市之一，数字货币研发工作稳步推进。

在发展布局方面，目前，北京、杭州、成都已出台金融科技规划，上海、深圳、重庆、广州、苏州等地已出台金融科技专项政策，稳步推进金融科技发展。

## 中国金融科技发展布局



## 二、洞见“2020 中国金融科技竞争力 100 强榜单”

本着梳理典型、促进行业健康发展的目的，今年是中关村互联网金融研究院、中国互联网金融三十人论坛(CIF30)连续第四年发布“中国金融科技竞争力 100 强榜单”。2020 年榜单面向采用人工智能技术、大数据技术、互联技术、安全技术等金融科技底层技术，围绕监管、征信、支付、数据、交易以及量化投资和智能金融等领域和环节提供服务，获得国家金融监管部门批复的金融业务资质或牌照的金融机构、金融科技子公司，或为金融监管部门、金融机构提供技术服务的科技型企业或平台。

本次榜单基于企业申报数据、企业竞争力和估值等多维数据进行严格遴选。入围企业具备较好的投资价值，特别是有较大的成长空间，2019 年或 2020 年有公开的融资纪录；提供技术服务的科技型企业或平台，为金融监管部门、金融机构服务收入占营收比例高于 30%；在模式、技术等方面具备领先性，技术密集、创新驱动，能支持国家战略或带动新业态；业务积极正向，没有被有关部门查处的重大违法纪录，无重大负面或争议性报道。



### 2020中国金融科技竞争力100强榜单



#### 榜单参选企业范围

采用人工智能技术、大数据技术、互联技术（移动互联、物联网）、分布式技术（云计算、区块链）、安全技术（密码技术、量子技术、生物识别技术）等领先技术，围绕监管、征信、支付、数据、交易以及量化投资和智能金融等领域和环节提供服务，获得国家金融监管部门批复的金融业务资质或牌照的金融机构、金融科技子公司或为金融监管部门、金融机构提供技术服务的科技型企业或平台。



#### 评选标准

- 2019年或2020年有公开的融资纪录；
- 提供技术服务的科技型企业或平台，为金融监管部门、金融机构服务收入占营收比例高于30%
- 具备较好的投资价值，特别是有较大的成长空间；
- 在模式、技术等方面具备领先性，技术密集、创新驱动，能支持国家战略或带动新业态；
- 业务积极正向，没有被有关部门查处的重大违法纪录，无重大负面或争议性报道。



#### 专家评审

本次评选采用专家评审，专家评审委员会集合多位具有专业领域经验的金融科技专家，结合评选标准，最终确认“2020中国金融科技竞争力100强名单”。

基于我院积累的研究方法，并结合评委会专家的建议，梳理了此次榜单的评选维度，结合市场环境调整了评分权重，构成 2020 年评价模型。



### 2020中国金融科技竞争力100强评选指标

| 一级指标    | 一级指标权重 | 二级指标  | 二级指标权重 | 三级指标             | 三级指标权重 |
|---------|--------|-------|--------|------------------|--------|
| 企业竞争力   | 70%    | 团队竞争力 | 10%    | 股东背景             | 50%    |
|         |        | 经营能力  | 20%    | 团队互补能力           | 50%    |
|         |        |       |        | 品牌市场占有率          | 35%    |
|         |        | 创新能力  | 30%    | 企业经营效益           | 30%    |
|         |        |       |        | 风控能力             | 35%    |
| 资本市场认可度 | 20%    | 成长能力  | 30%    | 研发强度             | 35%    |
|         |        |       |        | 数据驱动程度           | 30%    |
|         |        | 行业影响力 | 10%    | 领先科学技术应用与突破      | 35%    |
|         |        |       |        | 痛点解决与金融效率提升度     | 35%    |
|         |        |       |        | 模式创新和对传统金融模式促进   | 30%    |
| 估值      | 10%    |       |        | 产品与服务发展潜能与前景     | 35%    |
|         |        |       |        | 获得科技奖项/承担国家级重大专项 | 35%    |
|         |        |       |        | 参与或主持标准制定        | 35%    |
|         |        |       |        | 国家高新技术企业         | 30%    |
|         |        |       |        | 投融资活跃度           | 50%    |
|         |        |       |        | 投融资成熟度           | 50%    |
|         |        |       |        | 估值               | 100%   |

基于中关村互联网金融研究院积累的研究方法论，并结合评委会专家的建议，梳理“2020中国金融科技竞争力100强榜单”的评选维度，结合市场环境调整了评分权重，构成2020年新版评价模型



注：业务数据统计周期为2019年4月1日至2020年3月31日；若企业无估值，则重点关注企业竞争力和资本市场认可度数据

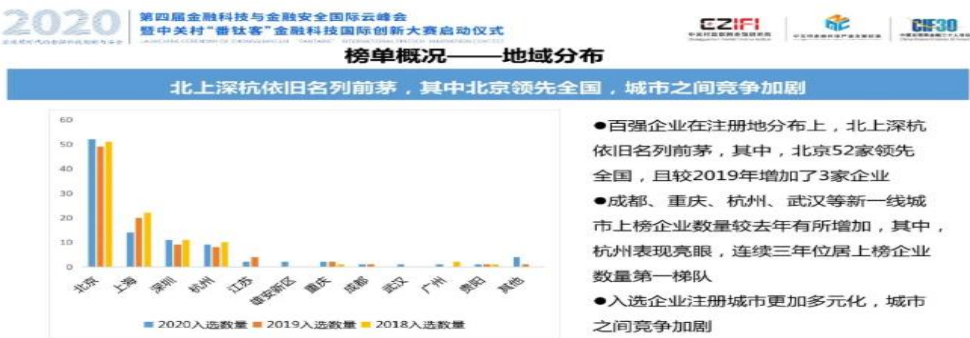
榜单遴选出 2019 年-2020 年一季度中国金融科技各领域内竞争力强、资本市场认可度高、具有代表性的企业。

2020 第四届金融科技与金融安全国际峰会暨中关村“晋钛客”金融科技国际创新大赛启动仪式

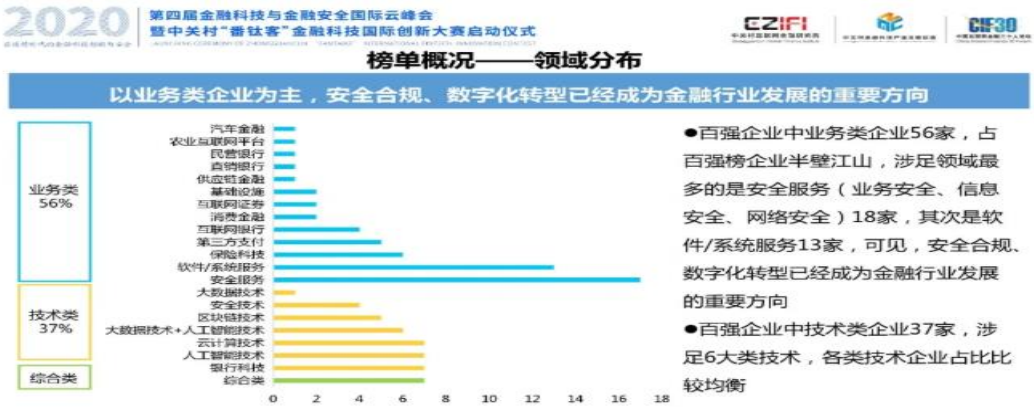
2020中国金融科技竞争力100强榜单（排名不分先后）

|        |       |          |        |      |
|--------|-------|----------|--------|------|
| 蚂蚁集团   | 青云科技  | 阿博茨科技    | 保准牛    | 指掌易  |
| 度小满金融  | 百望云   | 追一科技     | 腾讯微保   | 瀚思科技 |
| 京东数科   | 众享比特  | 达观数据     | 农信互联   | 网盾科技 |
| 腾讯金融科技 | 博雅正链  | 知因智慧     | 联易融    | 国舜股份 |
| 苏宁金融   | 趣链科技  | 中关村银行    | 百融云创   | 芯盾时代 |
| 金融壹账通  | 荷月科技  | 百信银行     | 马上消费金融 | 维梓科技 |
| 小米金融   | 阿尔山   | 微众银行     | 招联消费金融 | 优炫软件 |
| 建信金科   | 依图科技  | 网商银行     | 长安汽车金融 | 神州网信 |
| 兴业数金   | 云从科技  | 众邦银行     | 高登世德   | 文思海辉 |
| 工银科技   | 第四范式  | 新网银行     | 老虎证券   | 宇信科技 |
| 招银云创   | 得意普通  | 银联商务     | 冰鉴科技   | 神州信息 |
| 平安科技   | 康神科技  | 联动优势     | 慧安金科   | 长亮科技 |
| 光大科技   | 国盾量子  | 拉卡拉      | 顶象技术   | 恒生电子 |
| 民生科技   | 华控清交  | PingPong | 邦盛科技   | 中科金财 |
| 百行征信   | 九章云极  | 连连数字     | 同盾科技   | 南天信息 |
| 网联清算   | 中科闻歌  | 爱保科技     | 通付盾    | 华软金科 |
| 金山云    | 天云大数据 | 众安保险     | 安恒信息   | 金仕达  |
| 优刻得    | 明略科技  | 明世数据     | 信安世纪   | 根网科技 |
| 先进数通   | 文因互联  | 豆包网      | 奇安信科技  | 新致软件 |
| 融联易云   | 通联数据  | 中科软      | 易思汇    | 中科聚信 |

从百强企业的地域分布来看，北上深杭依旧名列前茅，其中，北京 52 家领先全国，且较 2019 年增加了 3 家企业。成都、重庆、杭州、武汉等新一线城市上榜企业数量较去年有所增加。从近三年入选企业注册城市分布来看，2020 榜单企业分布更加多元化。



从榜单企业细分领域来看，百强企业中业务类企业 56 家，占百强榜企业半壁江山，涉足领域最多的是提供安全服务企业 18 家，其次是提供软件/系统服务企业 13 家，可以看出，安全合规、数字化转型已经成为金融行业发展的方向。百强企业中技术类企业 37 家，涉足 6 大类底层技术，各类技术企业占比比较均衡。



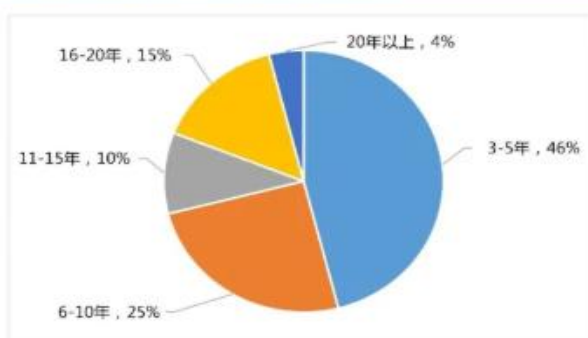
从榜单企业成立时间分布情况来看，成立时间为 3-5 年的企业最多，其次是成立 6-10 年的企业，两大类企业占比达 70%，可见企业呈年轻态发展。成立时间较长的企业中，业务类企业数量占比更高，主要是提供安全服务与软件/系统服务企业，说明金融机构 IT 数字化转型赋能企业成为金融科技市场主体。



### 榜单概况——成立时间分布

**70%企业是成立10年内的企业，企业呈年轻态发展**  
**金融机构IT数字化转型赋能企业成为金融科技的市场主体**

- 百强企业中成立时间为3-5年最多，其次是成立6-10年的企业，两类占比70%，其中技术类和业务类企业均各占50%，企业呈年轻态发展
- 成立时间较长的企业中，业务类企业占比更高，主要是提供安全服务与软件/系统服务企业，金融机构IT数字化转型赋能企业成为金融科技的市场主体



### 三、把握金融科技发展趋势

凡是过往，皆为序章。科技对于金融的作用不断被强化，在政策的大力支持下，技术给金融带来的潜力被逐步释放，金融科技面临更广阔的发展前景。

第一，开放、融合的金融生态趋势更加明显。2020 年新冠疫情印证了与科技平台相融合的开放金融方为最坚韧的“民生血脉”。随着人工智能、大数据、云计算、物联网等信息技术在金融领域的应用持续深化、金融科技顶层设计的深化，金融科技巨大的市场空间将进一步激活，越来越多的平台与平台间的合作将广泛涌现。对开放数据的关注将不仅局限于银行业务，还将转移到金融服务行业的其他方面。科技企业与传统金融机构加速融合、共建共生的趋势更为明显。

第二，数字基础设施迎来风口，金融科技底层技术融合加快。顶层设计为新型基础设施建设按下“加速键”，作为“新基建”涵盖最多的 5G、人工智能、区块链、云计算、大数据等与金融科技涵盖的领域高度契合。在政策红利推动下，各类金融科技底层技术的产业价值链将得到进一步优化，自主研发能力会进一步增强，技术将加速布局应用，诞生一批“人工智能+大数据”“区块链+物联网”等新技术模式。

第三，金融业数字化转型加快，金融行业将全面步入“云时代”。数字化转型升级是银行未来发展的必经之路，上云是其数字化转型的第一步。2016 年，原银监会要求到 2020 年银行业面向互联网场景的重要信息全部迁移至云计算构架平台，其他系统迁移比例不低于 60%；2020 年，银保监会再次发文，要求银行和保险业夯实银行信息科技基础。当前，在金融业云计算仍处于“非核心系统上云”和“基础资源全面云化”阶段。2020 年新冠疫情作为一剂催化剂，将加速银行

核心系统的上云步伐。

第四，银行-金融科技-企业三元小微金融模式进入上升期。受政策加持的影响，作为支小助微的出资方和主力军，银行机构特别是中小银行寻求破解小微金融持续发展困境的需求更加迫切。金融科技企业凭借自身的技术优势，成为化解小微金融高效率—低成本—低风险“不可能”三角的利器。基于数据、场景、技术的“银行-金融科技-企业”三元模式，将成为银行专注、聚焦、深耕小微金融的首选模式。

第五，更多“金融科技+”新业态将加速落地。金融科技的发展正在深刻地改变金融服务业的业务形态和业务模式。此次突如其来的疫情使得海量业务涌入线上，催生新的需求。金融科技不仅会提升金融的效率，而且可以应用于城市治理等多个领域，包括智慧医疗、智慧生活、智慧交通、智慧社保等。金融科技将持续输出经济价值，为经济社会稳定运行提供基础动能，或将催生更多“金融科技+”新业态或加速“金融科技+”新业态的落地。

第六，中国版“监管沙盒”逐步成型，关键底层技术在监管沙盒中的作用会持续显现。继北京金融科技创新监管试点试点工作取得阶段性成效，近期，上海、杭州启动金融科技创新监管试点工作。随着监管沙盒应用试点范围的进一步扩大，我国将形成一批优秀的试点示范城市和项目，随着经验的累计，中国版“监管沙盒”风险补偿和退出机制会逐步完善，规则会逐步确立，中国特色的金融科技创新监管体系将逐步成型。同时，监管沙盒与监管科技会进行一定程度的融合创新，关键底层技术在监管沙盒中的作用会持续显现。

来源：中关村互联网金融研究院微信公众号

[https://mp.weixin.qq.com/s/2fMvWWmYQQG\\_jAFtaXT0g](https://mp.weixin.qq.com/s/2fMvWWmYQQG_jAFtaXT0g)

## 从中国财富管理收益指数报告透视中国资管市场

自 2017 年起，受监管政策影响，中国财富管理市场环境发生剧烈变化。晋商银行携手普益标准共同研究设计了第一版中国财富管理收益指数报告，中国财富管理收益指数报告也积极响应，及时完成升级调整，从指数类别方面进行延伸，实现多产品、跨市场的对比分析，以求能够准确刻画市场的变化与发展，为行业及投资者提供决策参考。

### 一、准确反映市场变化，透视行业风险

随着投资者教育的逐步推进，投资者期望能够更加全面的了解市场上可投资资产。为此，中国财富管理收益指数通过对固收市场、权益类基金市场、净值型银行理财市场、产品发行概况与风险事件概览等多角度研究，为投资者全面展示资管市场发展趋势，同时也为行业从业者与监管层提供分析行业发展与变化的基础材料（图 1）。



图1 中国财富管理收益指数报告构成

## 1. 固收市场收益指数

由于固定收益类产品具有低风险的特征，因此在转型期颇受资管机构及保守型投资者的重视。固收市场收益指数着重于对固收市场综合收益、各类别固定收益市场产品收益率涨跌趋势的监测，主要包含对预期收益型银行理财、信托、货币基金和 P2P 产品收益的考察，反映固收类产品收益情况。而其中各类细分指数的转折变化，又能在一定程度上映射市场的变化。

以银行预期收益型理财产品收益指数为例，可以清晰的看到该指数在 2018 年 4 月达到最高点后便进入下行通道，而这个变化正好反映了资管新规等一系列监管政策出台后，不再享有流动性溢价红利的银行理财产品，其预期收益正逐步与资产端收益下行相匹配的趋势（图 2）。



图2 预期收益性理财产品收益指数走势

## 2. 权益类基金收益指数

权益类基金是我国财富管理市场的重要组成部分。与固收市场的较低风险水平特征不同，权益类基金主要投资于股票、股票型基金等权益类资产，其指数变化主要反映较高风险收益水平的产品情况。

权益类基金收益指数主要跟踪股票型基金近 1 月、近 6 月、近 1 年的收益率变动，并运用模型将三者按照一定的权重合成权益类基金收益指数，将权益市场波动指数化、具象化，提供权益类市场投资参考，并与固收市场综合收益指数形成对比呼应（图 3）

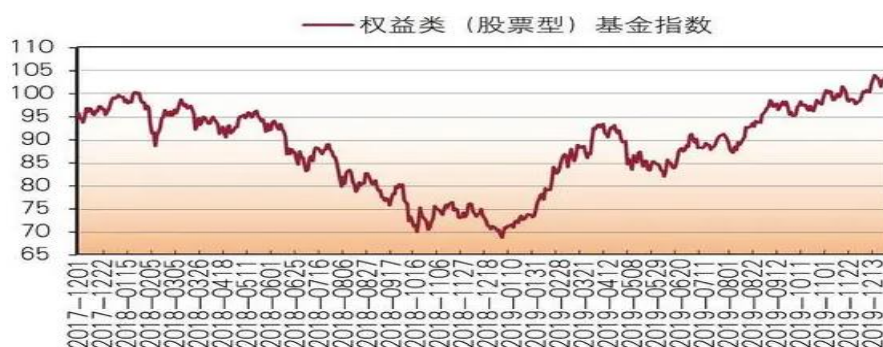


图3 权益类（股票型）基金收益指数走势

同样，权益类基金收益指数也能较为准确的反映出观察期内市场的变化情况，以2019年10月为例，当月股市表现平平，近1月和6月股票型基金指数收益率均有大幅回撤，但近1年股票型基金指数平均收益率的显著上行，带动了权益类（股票型）基金指数上涨（图4）。

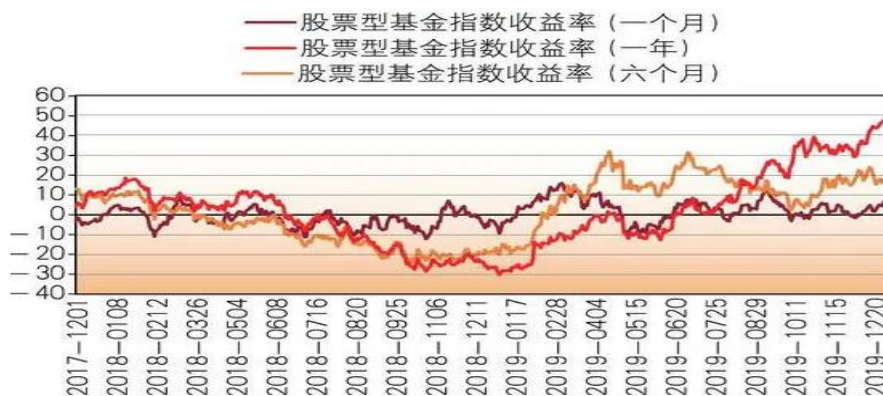


图4 股票型基金收益指数收益率走势

### 3. 净值型理财产品业绩基准

针对投资者和相关机构特别关注的净值化转型发展趋势，报告在净值型银行理财产品监测方面，设置了“净值型产品综合业绩基准”，并针对转型中较受欢迎的现金管理类净值产品设置了“现金管理类净值型产品业绩基准”，为商业银行相关产品业绩基准的制定提供参考。

### 4. 市场发展概况及风险事件速览

在产品收益情况之外，报告还特别设置了市场概况及风险事件速览模块，重点对银行理财、信托、基金、网贷平台的发行机构数量、产品数量、投向等基本情况进行跟踪统计，为资管机构和相关投资者提供除收益水平外更多层次的产品市场信息，并通过归纳报告期内各类市场的风险事件，协助投资者了解权益市场风险，回归理性投资。

## 二、科学揭示市场规律，提供行业参考

基于指数走势，监管者、普通投资者、行业从业人员均能从中获取不同程度的信息，支持后续决策判断。

为监管者提供关于资管市场科学、可靠的参考信息。资管新规落地后，我国资产管理行业正在发生深刻变化。对于监管而言，把握转型过渡期的监管力度和

节奏是一门艺术，过严和过松的监管均不利于资管市场的转型和未来发展。中国财富管理收益指数报告以各类资管产品为分析视角，对全国层面资管产品价格变化进行科学的研究和展示，方便监管者动态了解我国资管市场的发展形势，进而引导资产管理行业切实防控风险和深化改革。

提供畅通的信息渠道，提高市场运行效率。受环境和专业知识的限制，在投资过程中，普通投资者与金融机构之间存在一定程度的信息不对称，特别是在面对多市场的情况下，买卖双方信息甄别难度显著加大。中国财富管理收益指数报告作为专业机构发布的客观研究成果，有助于畅通金融机构、投资者之间的信息通道，促进信息对称，进而有助于提高资管市场的运行效率。

### 三、以指数助力我国资管行业发展

经过十多年的发展，我国资产管理市场规模迅速扩大，包括银行理财、基金、信托，线上理财等的市场总体量已超百万亿。规模庞大的资产管理市场一方面增加了市场活跃度和投资者的选择，另一方面也给投资者获取市场信息全貌带来了难度。

中国财富管理收益指数以指数的方式将纷繁的信息简化，帮助投资者、资管机构乃至监管部门快速窥探各资管市场全貌，这对于提升资管市场信息对称程度大有裨益。展望 2020 年，各资管机构将迎来转型发展的关键时期，同时，中国财富管理收益指数将一如既往持续跟踪资管市场动态，助力资管行业平稳健康发展。

作者：吉雅楠

来源：未来财富管理知识微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/BSj6ilxDU2nMn8pr4OSgjA>

## 中银协重磅发布《开放银行实践与发展研究》课题成果

6 月 3 日，中国银行业协会行业发展研究委员会发布了 2019 年度重点研究课题《开放银行实践与发展研究》（以下简称《研究》）研究成果。本课题由中国农业银行牵头，中国建设银行、中国邮储银行、招商银行、中国民生银行、平安银行、华夏银行、东亚银行、百信银行、徽商银行、同盾科技等 10 家机构深度参与。

开放银行发端于欧洲，在监管总局的推动下，以英国、欧盟为代表的国家和地区率先落地以数据共享为本质的开放银行模式。近年来，在激烈的内外部竞争推动下，全球银行业加大了数字化转型步伐，开放银行已逐渐成为银行业数字化转型新的重要趋势。

目前，国内对开放银行的探索主要聚焦在业务和产品开放，依托 API/SDK 等技术，以用户服务场景为触点，通过线上“零接触”的方式为消费者提供各类金融产品与服务。特别是在应对新冠肺炎疫情的形势下，开放银行模式助力商业银

行在“衣食住行”各类场景中为零售客户提供安全便捷的“零接触”金融服务，同时也可将对公服务快速渗透锚定到供应链、产业链各个节点和生态平台上，从而提高金融服务质效。可以说开放银行不仅有效满足了疫情防控的现实需要，而且在市场需求强劲增长和监管政策科学引导下，或将迎来更大的发展机遇。

《开放银行实践与发展研究》课题组通过长达一年的深入调查、持续跟踪，结合国内开放银行发展实践，概括了我国开放银行发展的主要特征，展现了国内部分银行在开放银行建设中的实践经验和建设成效，总结了开放银行发展过程中需要关注的重点问题以及相关风险。在借鉴国外开放银行监管经验的基础上，《研究》从市场配套建设、银行机构布局、监管政策研究等方面提出了对策建议，以期能够为银行业有序推进开放银行建设提供参考和借鉴。

《研究》主要涵盖以下七个部分：

### 一、开放银行的发展背景与影响研究

开放银行概念最早由英国监管层提出，目前仍处于不断发展的过程中。综合各类监管机构和研究机构对开放银行的定义，课题组认为开放银行是指银行与科技公司等第三方机构遵循开放、共享、共赢的发展理念，形成的基于客户服务场景的合作模式。

现阶段，我国开放银行主要以 API、SDK 等技术为支撑，以技术、业务、产品的开放、共享为重点，未来有望逐步向数据开放等深层次领域延伸、拓展。根据行业抽样调研，国内银行界普遍认为开放银行范围主要涵盖战略开放、技术开放、数据开放和业务开放四方面，其发展来源于用户期望、市场竞争、科技创新、金融监管等多个维度，对优化金融供给结构、提高普惠金融服务可得性、提升实体经济服务能力等方面产生深远影响。

同时，开放银行的发展虽然提升了银行数字化水平，改变了银行经营模式，但也要认清其在一定程度上也增加了金融风险复杂性，为金融监管带来了新的要求。

### 二、国内外开放银行实践

国内外商业银行的开放银行实践都不同程度地通过构建场景化服务与客户建立联系，银行与客户之间的关系不再局限在银行体系内，客户可以通过第三方服务商间接获取金融及非金融服务。

国内外开放银行实践所处的监管及市场环境差异较大，尤其是涉及“数据开放”层面，英国、欧盟等地区，由于金融基础设施发达，数据安全及个人隐私保护的法律基础设施较为完善，有效促进了以数据驱动为基础的开放银行价值交换网络的快速发展。

国内在现有监管制度安排下，商业银行对于“数据开放”持谨慎态度，更多是将开放银行作为创新金融产品和服务供给模式，通过线上场景化链接，有效触达长尾客户，降低服务成本和提高服务效率，从而更好地实现普惠金融服务的商业可持续和客户服务质量的显著改善。

### 三、开放银行的技术与架构

为了满足数字化时代网络服务大流量、高并发、定制化的需求，商业银行实施开放银行的技术架构逐步走上了分布式微服务的道路。现阶段，开放银行的技术架构从最初的强调分布式、去中心、模块化，进化到注重云服务和异构化的分布式微服务的服务网格。

展望未来，开放银行的分布式微服务系统建设，将能够解决商业银行整体 IT 系统横向扩展的发展需求，以应对海量用户和海量交易处理的系统要求。与此同时，以人工智能、区块链、云服务、大数据、物联网技术为代表的新兴技术与开放银行商业模式有机结合，将有效提升开放银行模式下智能风控、智能反欺诈、数据隐私保护、精准营销、快速对接等能力，随时随地为用户提供高效、便捷、安全的金融服务。

开放银行核心能力主要包括支持互联网金融服务核心系统、支持无边界触达以及支持底层分布式金融技术平台的技术核心能力，以及支持场景服务、场景金融产品的业务核心能力。为打造开放银行核心能力，各类商业银行相继提出了数字化转型、打造开放生态的战略思路，相应地进行了组织架构优化的构建和探索，为打通开放银行建设的痛点堵点提供了充满生机的孵化土壤。

#### **四、开放银行建设重点及场景化应用**

开放银行建设是一项系统工程，需要对银行业务与产品充分解构再重构的基础上，从技术层面打造开放银行平台技术体系，从业务层面建立与第三方合作的全流程解决方案，从数据层面明确合作标准实现资源安全共享，从场景层面融入丰富的生态实现开放银行输出，四个层面协同才能构建出应对市场需求的复杂管理和敏捷开发体系，以便形成灵活多样的商业模式。

场景化推广是开放银行商业价值实现的重要途径。银行业因为业务相对低频的特点，无法在流量上比肩各类高频互联网应用，所以很难凭借银行业务本身来打造生态、获取流量，再转化为金融价值。如何借由外部资源进行线上获客与活客，就成为了各家银行反复思考的难题，而拥抱互联网是银行打破获客瓶颈、打造新型业态的一个主要途径。

在 B 端，深度对接企业的信息化系统，升级企业服务，增强客户黏性，构建差异化的场景平台与细分领域的金融解决方案，满足 B 端企业的个性化需求。

在 C 端，通过“走出去”的经营模式与外部机构在第三方场景展开经营合作，通过支付和账户接口等为合作平台提供支持与服务；通过“引进来”的模式，将不同商业生态嫁接到自建的场景平台中，满足客户金融和非金融服务的诉求。

在 G 端，通过金融科技输出，为政府各领域提供全方位的专业应用服务，从而提升政府综合治理能力，推动政务数据资源的整合与开放共享，从而增强 C 端和 B 端客户粘性。

#### **五、开放银行的市场策略选择**

开放银行的理念已经被银行业逐步认可与推崇，但是不同类型的商业银行在实施开放银行时基于自身的资源禀赋，应采取不同的策略。

一是资金实力雄厚、技术资源丰富的银行可以自建开放生态平台。通过将场景、用户、优质商户和前沿技术引入到自建平台，持续扩充产品维度、拓宽合作广度、坚持技术引领，深度构建自身平台能力，连接生活、消费和金融。

二是银行与第三方平台进行合作，作为开放银行建设的策略选择。银行通过将产品与服务内嵌到第三方平台，扩大与客户的接触范围，提升交易规模，获取合作方的强项增益。

三是银行与外部合作共建平台的市场策略。在这种模式下，开放平台既不是银行主导，也不是互联网平台公司主导，而是形成了一个独立的平台主体。该主体能整合银行与互联网平台公司的优势资源，具有独特的市场竞争力。

## 六、开放银行的风险控制

开放银行通过 API/SDK 技术将金融服务向外输出的过程中，不可避免会增加风险敞口、拉长风险管控链条，在数据安全、网络安全、业务流程和外部机构管理等方面将产生新型风险。

因此，在开放银行发展过程中应推动多方合力，构建完善的风险防控体系。具体来讲在法律制度层面应推动数据和个人信息安全立法，规范数据共享范围和共享实现方案；在商业银行层面，应打造更为敏捷能动的网络安全治理构架，构建智能防控体系，建设网络安全专业队伍；在金融业务层面则应强化运营审批流程重塑，厘清责任边界，建立责任机制；在开放银行进行跨界合作的过程中应严控准入并从技术层面发展智能违规操作判别机制，提升开放银行模式下的风险防控能力。

## 七、开放银行的监管现状与对策建议

开放银行进一步健康发展，离不开市场各方的支持和监管的有效指引。通过分析不同国家和地区对开放银行的相关监管政策，以及中国内地开放银行面临的监管态势，课题组从市场配套、银行机构发展与监管政策三个方面对我国开放银行未来发展提出了相应的对策与建议。

一是市场配套方面，应加强对金融消费者的宣传教育，增强消费者在开放银行模式下对各类金融产品、金融服务及相应风险的识别能力。在推动大数据基础设施建设、社会信用体系建设的过程中，应当统筹考虑为基于数据开放的商业模式提供支持，为市场经济活动提供支持，降低相关风险。

二是银行业金融机构应当建立开放的企业文化与价值观，对产品和服务进行开放性改造，探索适合自身的开放银行平台建设模式，加强开放金融科技应用，同时为有效管控风险做好准备。

三是建议在监管层面开展对数据开放的前瞻性研究并探索适合我国国情的监管治理模式，相关行业自律组织也应积极配合，从 API 标准、安全管控标准、合作者准入标准等方面，推动行业相关标准的研究。

来源：中关村互联网金融研究院微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/ixnyk60Uw8PRjnZoZMT8xQ>

## ★区块链论坛

### 区块链金融的想象力：远不止数字货币

据说，有很多人是从一个段子开始了解区块链的：假如你是一位女性，当男朋友或先生每对你说一句肉麻的情话或做出一个承诺，你都会立刻记录下来，并且发到你和他共同的朋友圈、微博等平台上，在大家共同见证后，他也就再也无法抵赖。这，就是区块链。

#### 一、崩塌与蛰伏

当一部分旧秩序崩塌之时，正是另一部分新世界崛起之日。在电影《监守自盗》中，冰岛的崩溃成为全球金融巨震的恶因。金融业背叛了整个社会，而在它背后隐含着的是，无论身处经济危机或信任危机，账本作为商业社会的底层逻辑，那么重要却也那么脆弱。

账本 1.0 时代的技术代表根植于工业革命的机械技术和液压技术，而当今世界呈现出的形态，则可以用 A 人工智能 (Artificial Intelligence)、B 区块链 (Blockchain)、C 云 (Cloud)、D 大数据 (Data of big) 四者来概括，其中，数据开发、共享和流通是数据资源价值发挥的关键所在。但由于互联网缺乏数据源追溯、数据确权以及个人隐私保护的机制，给数据价值的发掘带来了巨大挑战。

2008 年 11 月，在雷曼兄弟破产仅六周后，名为“密码学邮件组”的秘密讨论群里更新出的一则新帖被高高置顶，“我正在开发一种新的电子货币系统，采用完全点对点的形式，而且无需授信第三方的介入”，署名者正是塞托西·中本聪。两个月后，同样是这个神秘人物，在 Source-Forge.net 发布了比特币 0.01 版的源代码，宣告了比特币的诞生，也掀起了一波又一波区块链的狂潮。2018 年，真格基金创始人徐小平在微信群振臂高呼：“区块链革命已经到来，这是一场‘顺之者昌，逆之者亡’的伟大技术革命。”可惜的是，比特币辜负了徐小平和大批人的期望。区块链公司一个个倒下，这场热潮在一轮高涨后突然冷却下来，区块链的世界陷入沉寂。

亲历这一过程，运通链达 CEO 邹均不禁哀叹，随着传销的成分越来越重，区块链到后来也就变了味，演变成为一场“割韭菜”的游戏，“即使迫于监管的压力交易所陆续关停，但这一次的风波终归是深入人心的，大家潜意识中的区块链已然与发币画上了等号，而现实中真正有模式的应用却少得可怜。”

好在，这并不是故事的结尾。2019 年总书记的话音一落，区块链终于重新被人“想起”。清华大学教授、区块链研究者韩锋曾在讲话中这样总结，第一代互联网去中心化地解决了信息的低成本高效率传输问题，但没有解决信息的信用问题。因此，第二代互联网必须突破的是：怎样去中心化地建立全球信用，让价值传递也低成本高效率进行。

泡沫不会倾覆所有。只有当区块链真正跌出大众视野，态度与情绪双双回归理性，无人再炒作捧杀之际，人们才会关注它的实际价值。正如中国信息协和专家委员会主任委员原副会长阎冠和所说，从产业发展来看，共享经济、互联网金融业都经历了从“大众狂欢”到“一地鸡毛”的过程，但是喧嚣过后留下了什么呢？

在科技领域，唯有既掌握先进的技术又能和实体经济发展密切融合，才能行稳致远。

## 二、狂欢与冷静

“我们听到的一切都是一个观点，不是事实，我们看见的一切都是一个视角，不是真相。”

本质上，区块链是一个去中心化的分布式账本数据库，进一步剖析可将其理解为：这是一种分布式且只能进行内容添加的账本，在它之上存储的所有交易记录都是由时序链接、可证明的签名以及密码学来确保安全性的，这些记录会在由计算机节点组成的网络中进行复制，而由软件驱动的共识机制会持续地添加新纪录。不是信用不可被计算，而是我们还未构造出可以精确计算它的环境或系统。可以想象，区块链将构建起一个基于数字化的全球信用体系，逐步改变市场中人们交易的方式，优化按价值分配利润的体系。

蚂蚁金服技术实验室高级技术专家邓福喜曾用一种及其形象生动的比喻来帮助人们理解它的效用，“不妨将它想象成四个矿工打麻将的场景，谁最先从144个随机数字中碰撞出一组牌，宣布‘胡了’，便是获得了记账权。这个过程是完全随机的，因而最后的结果也能够被认可。”

那么又该如何理解算力呢？可以这样来类比，算力高的节点相当于可以一次买很多张彩票的人，算力低的节点则相当于一次只能买一张或几张彩票的人。生活经验告诉我们，在一轮开奖中，前者的概率会更大却并不一定会中奖。

邹均提出，区块链所能解决的问题主要是围绕资金流展开的，“to c的方向上它能在信任相关的场景里打消人们对利益无法维护的顾虑，例如当消费者再次来到一家美容店或健身房时，便不会被强制性办卡，而是通过智能合约规则来低成本地建立信任，增大话语权；to b的方向上第一是能帮助有融资需求的企业降低成本，并在借贷过程中保证公平透明，第二是能在结算过程中用数字化的结算方式做到物流、资金流的同步。”

“国内更偏联盟链技术，而国外更偏公链应用。”据众安科技“众安-复旦区块链与信息安全实验室”负责人吴小川观察，在区块链的探索上国内外发展走的路线是不太一样的，“目前国内联盟链技术各家发展都不错，基本能够满足大部分场景需求，公链则更多关注于开源社区，在创新度上总体会比联盟链的技术超前一些，但最终也会慢慢落实在打磨在联盟链基础上。”

| Y 亿欧   公有链、联盟链、私有链对比名单 |                                   |                           |                                    |
|------------------------|-----------------------------------|---------------------------|------------------------------------|
| 类型                     | 公有链                               | 联盟链                       | 私有链                                |
| 特征                     | 去中心化<br>任何人都可参与                   | 多中心化<br>联盟机构间参与           | 中心化<br>公司/机构内部使用                   |
| 优势                     | 匿名<br>交易数据默认公开<br>访问门槛低<br>社区激励机制 | 性能较高<br>节点准入控制<br>易落地     | 性能较高<br>节点可信<br>易落地                |
| 承载能力（笔/秒）              | 10~20                             | >1000                     | >1000                              |
| 适用业务                   | 面向互联网公众，信任基础薄弱且单位时间交易量不大          | 有限特定合作伙伴间信任提升，可以支持较高的处理效率 | 特定机构的内部数据管理与审计、内部多部门之间的数据共享，改善可审计性 |

来源：根据相关公开资料整理

亿欧 (www.iyiou.com)

### 三、公有链、联盟链、私有链对比

布比区块链 CEO 蒋海认为，可以将这一赛道中的企业划分为三类：第一类企业将区块链当作可运营的商品提供给客户；第二类企业则将区块链技术视作“刚需”，进而展开针对各细分行业的服务与应用；第三类是那些原先已具备较为成熟业务线的企业，在看到区块链后便尝试性地将它加入进来。

“长期来看，行业梯队的变化将遵循沙漏的模式，也许到最后剩下的企业数量只是个位数了，但正是它们可以将区块链的应用价值最大化。”这就如同一至预备盖楼的工程队，在构建出底层数据库后，要垒建一层层的上方应用，最后寻求与行业的充分结合。金融壹账通区块链团队产品负责人王梦寒这样形容道，“并不是像做一个软件卖一件产品这么简单的，这是一个需要长期高投入的‘重行业’，因此现在市场中跑在前面的大都是前期积累比较充分实力的头部企业，另一部分基于技术研究起来的一批小公司虽然也具备一些先进的概念理解，但在资源与场景的结合上仍然在苦苦寻觅的过程中。”

对此邹均却相对乐观一些，“目前行业里是存在几种策略的，一种是怀着盲目的跟风心理，但并不了解技术应用本身；第二种则依靠原有积累的平台资源，会确实地投入去做一些尝试，但还未实现落地与盈利；那些早期利用发币起家的企业正思考如何通过重新定位与包装实现转型。尽管大部分技术型的创业公司在市场中很艰难地去找落地场景，愿意为其买单的客户也寥寥无几，但当成功案例逐渐多起来之后，这些玩家将挤满整个市场。”

### 四、数字货币之外

内行看门道，外行看热闹。从区块链应用来看，它共经历了三个阶段：第一阶段为加密的数字货币；第二阶段为数字化的股票、债券、期货、智能合约等数字金融资产的应用；第三阶段是在政府、健康、能源、制造、供应链、文化等各方面的数字化资产的应用。

当前，我们正处于区块链的 2.0 时代，金融领域是区块链技术应用最多、需求最大的，银行、证券、投资、保险等纷纷向区块链抛出了橄榄枝。

在王梦寒看来，区块链与金融行业间的这种强关联性是具有一些天然的决定因素在里面的：一是弱信息化的强需求。区块链技术是需要建立在数据高度信息化的场景之中的，这对于房产、基建等虽然对多方交叉验证具有强烈需求，但信

息化几乎从零开始的行业来说是一个漫长艰难的过程，此时金融行业的优势便被凸显了出来。“就好像是从一开始便站在了巨人的肩膀上，金融行业较高的数字化程度能够弥补那些信息不透明”。二是属性的高吻合。区块链技术类似于一种解决信任问题的机器，而金融行业主要经营的恰好是风险，二者相结合便能够在一定程度上降低难以跨越的信任门槛。“目前区块链的大多应用场景都在供应链金融、ABS 这类参与主体众多的长交易链行业中，由于参与方多且杂，带来了交互障碍，信息孤岛等问题，这种情况下，区块链提供的解决方案便能相对应发挥作用，巧妙地连接长链中的各个环节，实现风控。”王梦寒认为，要想将参与主体众多长链条中的所有环节串联起来，达到所谓的“三流合一”（物流、现金流、信息流），只做单一的支付产品或业务是远远不够的，“基于链上的各类信息，区块链可以帮助金融机构提供精准的风控和产品定价，从而实现金融产品的创新；此外，链上的贸易进出口企业或物流企业也能够区块链的帮助下，在短时间内获得利率适中的贷款，一解燃眉之急。”

同济大学区块链价值互联网创新应用实验室副主任戴文浦表示，区块链技术能够在金融细分领域的赋能着重于创新，而不应该被简单地理解为“把传统金融业务搬到链上”。“这就好像西医以解剖医学、循证医学为基础，出发点是头疼医头、脚疼医脚；但是中西医结合治疗在传统望闻问切的基础上引入西医的检测手段和方法，更侧重于分析梳理人体系统器官功能之间的相互联系来辨证施治，从而获得意想不到的治疗效果，尤其是在综合性的疑难杂症。”

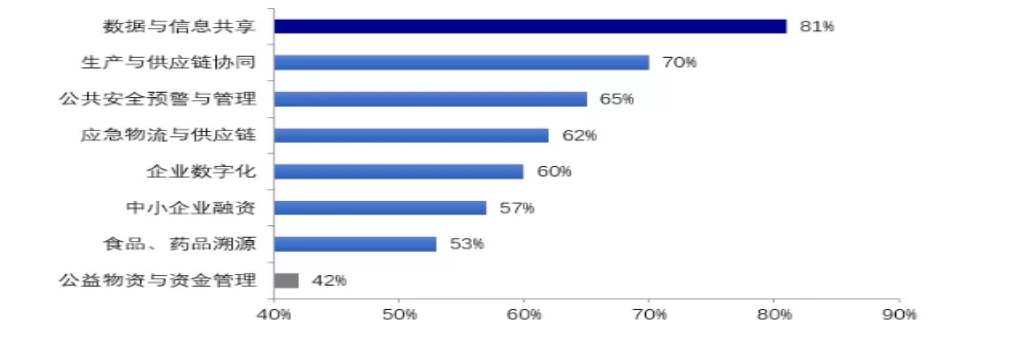
“区块链技术本身是成熟的，但作为产品现阶段还不够商业化，需要不断在使用中打磨。”蒋海表示，区块链识别到了金融行业的三个痛点：产业金融中的分离与互信问题；没有统一的管理机构来管理跨境汇兑和支付的中间方；以及登记资产流通的管理主体太过单一。吴小川则从保险的场景出发提出，作为被保险人最大的需求就是能否在一个可信的平台上梳理出自己在所有保险公司的全部资产，并对其进行更加清晰明确的认知及管理。因此区块链被提出后，他便开始思考：能否将本身具有契约属性的保险与可编程合约做一个结合，将纸质或电子化保单和产品映射在区块链之上，通过智能合约监控产品定义、协同及监管等多角色的全生命周期呢？

在这样的设想驱动下，众安科技在 2018 年推出了保险通证，“保险通证背后所承载的资产和数据等真实价值的锚定，不仅大幅提升了保险公司的开发效率，还基于以用户为中心的特征，对数据资产起到了非常好的隐私保护作用。”此外，众安 2020 年全新推出的隐私计算平台还结合密码学、分布式身份、安全多方计算、零知识证明等技术打通数据孤岛，在数据合作中保护企业商业机密及个人隐私。据吴小川透露，接下来的一到两年内，私钥或将与指纹对接起来，给用户带去全新的体验。



## 五、五年与十年

区块链的兴起不是一是炒作，它的确具有划时代的意义。据统计，眼下各行业已纷纷来到后疫情时代，根据日前中物联区块链分会等单位联合发布的《后疫情时期产业区块链发展状况调研报告》显示，包括数据与信息共享、生产与供应链协同、公共安全预警与管理、应急物流与供应链等在内的产业对于区块链应用的选择率均超过 50%。



( 图源：《后疫情时期产业区块链发展状况调研报告》 )

实际上，区块链本身并没有颠覆所有的信用机制，它只是带领我们回到了经济学的中心概念。“生产力改变生产关系，当底层架构发生改变，上层建筑便会相应被重塑，”王梦寒说道。

吴小川指出，区块链所带来的不能说是颠覆或变革，应该说是助力或升级，“我认为它有很大的畅想空间，这也符合技术发展的正常路线。但必须理性地认识到，所有技术都不是在推出之初就能够重塑所在行业的，这还取决于行业整体的发展以及行业中的从业者、引领者如何作为。”

戴文浦同样表示，严格意义上，区块链金融是通过重建产业信用环境来高效率、低成本、强体验地服务消费者，通过更好地融合金融服务到优化了的场景中。

“现阶段，区块链技术在金融领域的应用还是不够成熟的，我相信跨行业、跨机构、跨领域、跨场景的应用才是区块链的广阔天地，具体来讲在区块链赋能政务+金融、区块链赋能医疗+金融、区块链赋能教育+金融、区块链赋能旅游+金融、区块链赋能安防+金融等方面会有很大空间。”

然而专家们也在讨论中提出，用户对于区块链所带来的体验通常是无感知的。就像 4G 到 5G 的变化一样，用户的体验是表层的，而对技术的真正差异其实是一无所知的。

跟随云象区块链董事总经理邓旭所预测的趋势来畅想，未来的五年将开始出现把行业的链和链通过跨链技术连接起来，达到“多链融合”的状态，进而形成生态圈；五年后，当 B 端的一个个生态圈逐步建立后，B2C 与 C2C 之上的公有链便有了发展的机会，整个商业形态会呈现分布式经济，真正意义上实现用区块链技术把信息互联网转向价值互联网的目标。

区块链，来了，区块链可能是 21 世纪最让人兴奋和值得期待的技术创新之一。与先前行业内所有的先进创造一样，区块链虽然以技术的面目诞生，但是它所带来的，已经远超技术范畴本身，正如互联网所给我们带来的一样，它更像是一种思想，将在金融行业史中留下一道深刻的车辙。

有人说人类社会正在经历一场数字化进程，而这不正是人类社会的第二次大航海时代吗？浪奔浪流不止，对一个充满不确定性的前沿领域展开探索，显得格外危险又迷人，惊险又有趣。

我们一直在等待，当个体的能量被完全激发，对冲中心化的裂变效应会打破原有坚固的底层架构，重塑新的价值观。或许，现在就是个不错的时机。

来源：区块链与数字货币研究微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/IB1SwYd7dcG6AhiYwlNtVQ>

## 新基建下产业区块链机遇与挑战：

### 可信区块链沙龙云对话产业生态共建

在产业数字化和数字产业化的大背景下，大数据、区块链、云计算等技术已成为产业发展的重要引擎，尤其是区块链技术，作为分布式的网络数据管理技术，对新基建的作用以及对整个产业的价值令人期待。

6 月 15 日，由中国信通院、可信区块链推进计划、腾讯云、腾讯产业加速器-区块链联合举办的“链接未来”可信区块链沙龙在云端召开，本期沙龙以“新基建风口产业区块链的机遇与挑战”为主题，中国信通院云大所副所长、可信区块链推进计划理事会秘书长魏凯，远光软件区块链应用事业部总经理黄昭慈，光之树科技的 CEO 张佳辰，腾讯云区块链的总经理李力等行业大咖从行业、技术、场景、生态共建等角度全面阐述了产业区块链的机遇与挑战，为参会企业们提供了新的价值思考和生态共建路径。

#### 一、产业区块链发展趋势解读：区块链技术将重塑数据要素生产关系

“1024”讲话和区块链纳入新基建，让产业区块链炙手可热，甚至被行业视为“新风口”。中国信通院云大所副所长、可信区块链推进计划秘书长魏凯在会

上表示：“我们应该冷静地看待区块链，有没有新基建、有没有外界的风口，区块链技术都会按照它自己的规律发展。”

魏凯认为，区块链有自己的生存逻辑，新互联网技术的应用，实际上是希望能够把数字化的红利从消费互联网带到产业互联网这个更广阔的领域去。区块链不仅是技术的创造，还蕴含着协作、开放、互信的发展理念，区块链能够塑造新型数据要素的生产环节。

他表示，区块链不是万能的，区块链有自身非常好的应用场景，目前仍然要冷静的发展、研究和应用这项技术。会上，魏凯也介绍了农业农村组和政务区块链组两个可信区块链计划的项目组，目前可信区块链已组织了 385 家会员单位，成立了 21 个工作组，活动举办了 150 多次。

在会上，魏凯也透露了可信区块链推进计划的未来规划。他表示接下来推进计划将发布工业区块链应用白皮书和跨链研究报告或指南，未来可信区块链推进计划也将致力于驱动行业链的融合，构建区块链产业的生态大网。

## 二、产业区块链实践案例 1：能源区块链，打通能源数据降低峰值成本

产业区块链技术已深入各行业，成为各行业数字化转型的技术基础。远光软件区块链应用事业部总经理黄昭慈分享了区块链技术在能源领域应用。

首先他介绍了能源互联网的定义，他认为能源互联网是指能源的产生、供应、消耗通过网络互联并及时反馈系统，基于电力企业需求对能源的各个环节进行控制。建设能源互联网的关键原因是生产端的不可控性。

目前，能源互联网正在向虚拟产品转变，其中关键点是能源产品要有流动性，需要进行分布式的发展。他表示，《第三次工业革命》曾提出的未来全球能源发展的特点是多能协调、开放交易、信息对称、供给分散以及广泛应用清洁能源，这其实也是能源互联网发展的趋势。

黄昭慈认为，区块链在能源方面拥有明显的优势，主要包括技术应用和商业应用两大方面。技术应用主要是协助做一些分布存储、分布计算、控制协同和智能合约的联动；商业应用包括能源交易，能源金融等方面。

## 三、产业区块链实践案例 2：安全计算—区块链解锁数据生产要素创新手段

在传统数据开放进程中，效率损失、数据不可控等是阻碍数据共享的主要原因。对此，光之树科技 CEO 张佳辰结合其在安全计算领域的实践经验，分享对于新兴数字生产要素开放创新平台的观察与思考。

什么是数据生产要素的开放创新平台？张佳辰表示，“从宏观角度来看，不妨想象成以某一方或者某几方的数据为核心所产生的数据产品敏捷生产平台，在这个过程中会有模型方的开放主体节点、数据开放主体节点以及数据应用方几个参与方，通过模型计算结果的方式获得数据应用最终产出的任务。”在此基础上，未来可以将不同环节的数据连通起来，通过加强数据要素的流转效率，增加产业链当中经济活动的效能，从而形成虚拟产业集群。

“从目标上来说，新兴的数字生产要素开放创新平台需要同时做到敏捷的生

产开发、安全可控和高效。”在数据流转的过程中，由区块链进行相应的保管以及价值分配的问题，提高数据可追溯性以及价值清算；另一方面则由联邦学习技术或者可信计算来解决数据保密问题。安全计算加区块链这一新的数据协同方式，在政府数据开放以及以大型运营商为延伸的上下游中合作是大量存在的，这些都是虚拟产业集群的应用方向。

#### 四、产业区块链生态共建：腾讯携手合作伙伴，驱动产业区块链场景落地

产业落地离不开生态的共建，本次分享会上，腾讯云区块链总经理李力结合腾讯在产业区块链领域的实践经验，总结了区块链在新基建、产业发展中所扮演的角色。

区块链基础设施的大量建设推进可以有效降低信任难度，支持资产数字化，实现业务协同和价值传递。在被纳入新基建以后，区块链有望在更多技术场景当中得到应用，服务好数字产业化和产业数字化。

而对于区块链在产业中扮演的角色，李力则将其归纳为“赋能”。“在数字要素生产时代来临以后，产业区块链更成为实体行业换道超车的一个重要技术机遇。”目前，在腾讯云产业布局中，区块链与云、AI、大数据、安全能力一同作为底层基础设施赋能产业，已经在供应链金融、可信存证、电子票据等七大领域实现了产品及应用解决方案。

与合作伙伴的共创是产业区块链发展的最佳路径。李力表示，腾讯产业加速器-区块链将携手生态合作伙伴，助力区块链应用场景落地更多行业。

来源：可信区块链推进计划微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/IkSdtZZj-ibPvhxpIE3xpg>

## 发展基于区块链技术的供应链金融

长期以来，中小企业面临融资难、融资贵、信任缺失、抵押物不足、账期错配等一系列金融难题。随着互联网企业业务不断下沉，中小企业搭建供应链的需求不断上升，中小企业供应链金融成为解决上述问题的有效途径。但是，供应链金融同样面临许多亟待解决的共性问题。第一，供应链上各参与主体在运行过程中产生的各类信息既不透明也不共享，被离散地保存在各自的系统内，形成信息孤岛，缺乏互信，难以实现平台的协同效应。第二，供应链主体之间难以验证各环节数据，验真成本高、人力成本高，中小企业的信用不充分、成长周期不确定。第三，供应链企业所在行业的种类多，商业逻辑和商业规律不同，刻画供应链B端用户的画像难度大，风险评估可信度不高、风控能力不强。第四，供应链各主体的信息易被篡改，解决纠纷问题时，对技术资产难以举证，追债更加费力。第五，数字和技术资产在价值评定、分割以及转让上存在困难，缺乏技术方案助力资产方便、快捷、可信地流转。如何解决供应链主体之间多方信任鸿沟？如何解决供应链金融信息孤岛、数据不可信、信息

不对称、不透明、片段化问题？

随着区块链等新一代信息技术日新月异地发展，区块链对供应链金融的作用被不断强化，将会形成新的供应链金融生态与各具特色的供应链金融模式。中共中央政治局在 2019 年 10 月 24 日就区块链技术发展现状和趋势进行第十八次集体学习，习近平总书记在主持学习时强调，“要推动区块链和实体经济深度融合，解决中小企业贷款融资难、银行风控难、部门监管难等问题”。区块链技术对解决供应链金融问题可以发挥重大的积极作用。

区块链是一种由多方共同维护，利用分布式账本存储数据、点对点传递数据、共识算法验证数据、密码学方法保证数据隐私与安全、智能合约自动执行业务流程，能够实现数据一致存储、难以篡改、防止抵赖的分布式账本技术，是一个分散且完全自治的系统。世界上许多国家将其视作战略性前沿技术。那么，如何运用区块链技术解决供应链金融中存在的诸多问题？

区块链的非对称加密技术保护了供应链各方的隐私，分布式存储和点对点传输特性保证了数据一致性，节点全球分布消除了信息不对称，打破供应链金融“信息孤岛”。智能合约制将减少人工成本和交易成本，降低操作风险，促使供应链各方建立“技术信任”体系，有效解决供应链中信息不对称、结算数据真实性与准确性验真成本高、真实资产呈现、动产资产信息透明度、数据权限共享等难题，低成本建立起供应链企业间的大型合作信任网络。区块链驱动下的贸易不再只是简单的商品贸易，而是将商品交易、研发、设计、生产、组装和销售的全流程深度融入全球产业链的分工状态中，实现供应链金融的帕累托最优。因此，希望各方齐心协力快速地搭建行业联盟链，尽快提供区块链平台优质服务。

作者：马超群，李平 湖南大学工商管理学院

来源：数字经济与管理周刊微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/5owx1sR8FQLxkVMJB377ew>

## ★公益慈善论坛

### “公益”与“慈善”辨析：一个文献评述

2016 年，我国通过了第一部慈善公益事业基本法《中华人民共和国慈善法》，这标志着我国慈善公益事业走向法制化，同时也反映了国家对慈善公益事业发展的高度重视。但是，这部法律使用的是大慈善概念，其所指范围大于通常用法中的“公益”概念。但这一慈善概念与通常用法中的“慈善”概念相悖，同时，由于“公益”和“慈善”在表达和用法上的相似性，直到现在学术界还未对“公益”和“慈善”二词的完整概念进行明确且达成共识的界定。“公益”和“慈善”在

含义上的模糊与分歧不仅制约了学者们对慈善公益事业理论的深入探讨,而且阻碍了慈善公益事业的健康发展。《中华人民共和国慈善法》中的“慈善”概念与大多数人理解的“公益”概念近似就是一个显著的例子。因此,“公益”“慈善”概念的界定是亟待解决的基本问题。本文通过梳理和总结学术界关于“公益”和“慈善”概念的讨论,从词源、文化思想史、含义以及相互联系四个方面进行辨析,试图寻找学术界的共识,为进一步完善和丰富慈善公益事业理论研究打下坚实的基础。

### 一、“公益”与“慈善”词源辨析

对于“公益”一词的最早使用问题,学术界普遍认为“公益”是清末民初中国学习西方热潮中的舶来品(秦晖,1999:168;曾桂林,2018;吴来安,2018),其中,多数学者认同20世纪初日本学者留冈幸助将西文“public welfare”翻译为“公益”是“公益”在汉语中的最早使用的说法(秦晖,1999:27;陈可鉴、郁建兴,2015;王银春,2015:31;赵环、徐选国,2017),而据吴来安(2018)探究,“公益”一词始于1864年丁韪良等合译的《万国公法》。在“舶来品”说法的基础上,杨超、唐亚阳(2015)认为中西方“公益”虽具有相同的方向,但内涵相差明显;曾桂林(2018)认为“公益”的概念因受到传统中国社会结构的“差序格局”影响而具有区别于西文的独特中文蕴意。但与此同时,有学者并不赞同“公益”为舶来品的说法,陈弱水(2006:112)谈及自己曾经或许在一份光绪八年(1882)出版的宗谱里看到过“公益事”一词,并认为这是中国固有的表达方式,而武涓宇(2018)的发现则更早,道光十一年(1831)的一份禀帖中曾提及一间以“公益”冠名的茶行,并认为中国早期就有着本土的“公益”语汇,但这一语汇并不常用。

关于汉语“公益”应翻译成什么英文词语的问题在学界还未有定论。前文所提及的“public welfare”是其中的一个译法(陈东利,2016;王逊、龙雨馨,2018),而最先提出“公益”可能由“public welfare”翻译而来的秦晖(1999:27)则认为“public good”与“公益”语意更为契合,即这也成了“公益”在西文中的另一种译法。在西方语系中,利益同兴趣均属于同一词——“interest”(曾楠,2018),有较为多数的学者赞同汉语“公益”与西文“public interest”对应的说法(菅丰、陈志勤,2016;武涓宇,2018)。在此基础上,杨超、唐亚阳(2015)认为当“公益”作为名词时可以被译为“public interest”,而“公益”作为形容词时则与西文“public”相对应。除此之外,“公益”还可译为“common weal”(郭方,2007:198~199)、“public benefit”(邓国胜,2015:3)、“philanthropy”(费里德曼、麦加维,2002:译者序;韩沛锟,2017)。虽然这些词语之间存在意义差异,但是它们在汉语“公共利益”的宽泛含义下区别消失了(陶传进,2005:22;赵立波,2017)。

由此观之,学术界普遍认同“公益”一词是舶来品的说法,其中大部分学者认为“公益”一词最早是经日本人转译而来的:留冈幸助在《慈善问题》中将“public

welfare”翻译为“公益”。与此同时，也有少数学者质疑“公益”一词是舶来品的说法，而笔者认为，首先，关于“公益”一词在中国何时何地最早使用的问题应结合“公益”的语义和使用语境进行分析。“公益”的最早使用和具有现代“公益”词意的“公益”一词的最早使用应属于两个独立的问题。其次，关于“公益”在西文中对应什么英文词的问题，学术界还未有较为一致的结论。“公”与“益”二字分别翻译的直译方法（如 public benefit、public interest 等）和“公益”二字合起来意译的方法（如 philanthropy、common weal 等）以及“公益”在汉语中不同语境下的不同意思都是造成“公益”在西文中难以找到确切且统一词对应的原因。

与确定“公益”何时何处最初使用的问题相同，学术界在探讨“慈善”概念在中国最早使用问题上也存在争议。在《辞源》中，“慈善”一词最早追溯到《北史·崔光传》中的“光宽和慈善，不忤于物。进退沉浮，自得而已”，这也是学术界普遍赞同的观点（秦晖，1999：169；周秋光、曾桂林，2006：3；刘国华，2011：17），其意为形容人仁慈宽厚（秦晖，1999：169；刘国华，2011：17）。对此王文涛（2014）、李茹（2009）持有不同的看法。王文涛（2014）认为“慈善”源于《北史·崔光传》的说法本身偏颇，因为《北史·崔光传》中涉及“慈善”的文段是抄自成书早于《北史》的《魏书·崔光传》，并据其考究，“慈善”一词曾出现在《大方便佛报恩经》中，该佛经在约 3 世纪时被翻译，这可能是“慈善”二字合并使用的最早载录。李茹（2009）认为成书于东魏时期的《洛阳伽蓝记》中作为一个寺院名称的“慈善”才是最早的记载。在考究“慈善”一词最早使用问题中，我们不难发现，早期的“慈善”与现今的“慈善”在含义上有所差别。对此，有部分学者（秦晖，1999：168；李茹，2009；陈可鉴、郁建兴，2015）认为“慈善”作为具有近现代含义的概念和术语最早是从日本转译而来，而在中国古代，人们通常用“义”（秦晖，1999：2；李茹，2009）、“善”（李茹，2009）字眼来表达行善之意。

在西文中，与“慈善”相对应的词语有两个，一个是“charity”，另一个是“philanthropy”。从词源的角度，“charity”在拉丁文中最早可追溯到单词“caritas”（刘国华，2011：17；吕鑫，2016），后演变到古法语“charite”（吕鑫，2016），其在英国的使用源于《圣经》（刘妍，2015；周真真，2018）。由于早期西方深受宗教的影响，在较长的一段时间中“charity”具有较为浓厚的宗教色彩（Scott, et al., 2003; Phaholyothin, 2017），指的是“基督之爱”（李芳，2008：16；吕鑫，2016；周真真；2018），实际是指对苦难群体的救助过程（Scott, et al., 2003; 王文涛，2014; Sciortino, 2017; Walton, 2017）。相对于“charity”，“philanthropy”所表达的施善范围更广。“philanthropy”来自希腊语，字根“phil”和“anthrop”分别寓“爱”和“人类”之意，即“philanthropy”可译为“爱人类”之意（Walton, 2017; Gautier, 2019; 安树彬、赵润琦，2017：10；周真真，2018），具有表达“博爱”的特征（徐麟，2005：

27; 韩德林, 2009: 9; 刘峰、吴金良, 2017: 2)。由此, “charity”更强调对穷人或困难群体的帮助和救济, 而“philanthropy”不限于仅仅帮助穷人, 还具有预防和解决社会问题, 促进社会长远发展的性质(Bremner, 1988: 3; Scott, et al., 2003; Sciortino, 2017)。正因为“charity”和“philanthropy”在表达慈善行为广度上的不同, 有些学者(资中筠, 2006: 10; 赵环、徐选国, 2017)乐意将其分别用来表示狭义和广义的慈善。

因此, 学术界基本认同“慈善”概念的宗教源头和宗教色彩是比较突出的, 无论是佛教还是基督教, 都各自赋予了“慈善”以相当大的力量, 这显然不同于“公益”概念的较为纯粹的世俗色彩。同时, 相比于“公益”, “慈善”在西文中的对应词较少却明确。一个是隐含“基督之爱”的“charity”, 其强调对困难群体的救济和扶持; 另一个是“philanthropy”, 从词根上可以看出其具有“爱人类”的博爱的特征, 因此, 将两者分别对应狭义的慈善和广义的慈善是有道理的。通过文献梳理, 我们还可以发现, 最早出现在《北史·崔光传》中的“慈善”所表达的意思与现代“慈善”所表达的意思是不尽相同的, 而与佛教相关的“慈善”概念在早期的表达是否也与现代的不同呢? 抑或具有现代含义的“慈善”实际上是从佛经中的“慈善”演绎而来的呢? 这两个问题尚未见学术界进行探讨。

## 二、“公益”与“慈善”的文化思想史辨析

现阶段, 探究“公益”概念的文化思想史文献数量不多。多数学者认为, 中国古代并没有“公益”的概念(卓高生, 2010; 曾桂林, 2018), 它属于外来词(卓高生, 2010), 如涉及社会公共利益的行为或事物, 时人常以“义”名之(曾桂林, 2018; 武洵宇, 2018)。与此同时, 也有学者将“慈善”作为“公益”发展的基础, 即“公益”是由“慈善”转变而来(刘威, 2013), 将公益伦理思想与古代慈善事业思想基础等同(卢先明, 2010)。在古代, 中国传统社会的大共同体控制严密(曾桂林, 2018), “公”与“私”没有截然分开: 每逢遭遇重大灾害事件, 政府官员和民间士绅共同承担社会责任, 实施社会救助(杨团、葛道顺, 2009: 4; 王银春, 2015: 31)。直至近代, 随着中国社会发生剧烈变革和西方观念东渐, “小共同体”和“社会”才得以觉醒(秦晖, 1999: 168~169; 曾桂林, 2018)。清代晚期, 虽然涉及“国家之间共同利益”“国家内部民众整体利益”的“公益”随着《万国公法》译本的传入而在中国落地生根, 但是其沿袭了中国自古以来就有的“公共”和“利益”的意思, 这是西学参照下对中国固有语词和观念的重组和“发现”(吴来安, 2018)。而武洵宇(2018)对近代“公益”观念的生成做了较为全面的考究, 他认为在清中期就出现了本土的“公益”, 其观念资源既有来自社会精英的治世理念和礼治思想中的“公”, 也有来自民间宗教观念和金融传统中的“公”; 维新思潮盛行时, 作为“国家利益”的日式“公益”回流中国并与中国“公益”概念的原有格局发生相互作用, 这一时期新生的“公益”被赋予了支持政体转型的群学理论与变革实践且承载了转型过程中国家与地方之间动态的张力。到了现代, 公益被视为个人承担对他人的社会责

任，是现代公民在公共生活中主体地位的体现（王守杰，2009）。

而慈善行为中国古已有之，其发展受到不同时期的思想潮流的影响。安树彬和赵润琦（2017：39）认为中华民族传统慈善的发端是炎帝神农氏亲尝百草，而至商汤时期国家层面就已经有慈善性质的政策。春秋至秦，中国学术思想百花齐放，百家争鸣。其中，最具代表性的是儒家伦理思想，它提倡的仁爱、民本及大同思想遂成为中国古代慈善思想的重要源头（安树彬、赵润琦，2017：39；曾桂林，2018），而道家的“善恶有报”和此后墨家的“兼爱”“非攻”对中国慈善伦理思想也都具有重要影响（王银春，2015：53~59；安树彬、赵润琦，2017：39）。两汉之际，佛教东传，不仅首次引入“慈善”一词（王文涛，2014；曾桂林，2018），而且其宣扬的无常慈悲观和因果报应说分别通过内在和外在两种约束机制提倡人们行善（王银春，2015：58~59），进一步丰富了中国慈善文化（曾桂林，2018）。随后直至晚清的时间里，中国的慈善事业受到不同时代的主流学派思想的影响而不断向前发展。清代晚期，中国无力抵御外侮，社会正经历着急剧的转型。一方面，传统的慈善形式日久生弊，其重养轻教的消极救助方法为时人所指摘（曾桂林，2018），社会对改良传统慈善形式的呼声日益涨大。另一方面，西方慈善事业观念伴随着基督教在中国的传教扬善而被广泛传播，中国慈善事业兴起了新的思潮。有学者认为中国传统慈善事业的转型应该从观念和实践两方面看，即观念上外国的社会保障和慈善救助学说与实践促使带有近代意义的“教养并重”或“教养兼施”思潮兴起；实践上指慈善内容的创新、慈善机构职能范围的扩大以及新型慈善机构的涌现（王卫平，1999；安树彬、赵润琦，2017：41~42）。与此同时，有学者认为，在清末光绪年之前关于“慈善”的词尚未出现，表示“慈善事业”的是“善举”一词，而“善举”到“慈善事业”的转变意味着中国传统善会善堂“近代化/现代化”的过程（曾桂林，2018）。从新中国成立到改革开放前，慈善被认为是纯粹个人性质、私领域的，并被政府公益所取代（杨团、葛道顺，2009：4）。从1949年到1976年学术界的主流看法是把慈善事业看作封建统治阶级控制人民的一种工具（刘素敏，2019），直至20世纪80年代，我国慈善事业才得到复兴（王银春，2015：32）。

可见，“公益”的概念在中国古代并未得到普及，这很大程度上是因为在当时的中国社会结构中，公领域和私领域并不像西方社会一样是截然分开的，时人对于“公”的意识未被唤醒。这一说法促使学术界认为“公益”是由传统“慈善”演变而来的观点的形成。自古以来，中国就存在慈善行为，而在春秋战国以来的较长一段时间里，慈善所蕴含的文化思想在不同时期受到主流学派的影响而日益丰富。多数学者认为，在近代以前，中国“慈善”的概念注重对社会弱势群体的恩赐与救助。清代末期，战争打开了中国闭关的大门，社会处于急剧转型的阶段。一方面，国民对于政体转型和启迪民智等方面的社会需求变化促使“公益”成为表达公共利益诉求的词。另一方面，“慈善”在西方慈善事业观念的影响下，产生了由“重养轻教”向“教养并重”的转变。而到了现代，“公益”和“慈善”

作为语义相近且容易混淆的词，在文化与思想方面的碰撞与融合依旧导致了它们在含义、性质、情感基础以及受众对象等方面发展的重叠与分歧。

（未完）

作者：陈梦苗 暨南大学公共管理学院

来源及全文链接：清华大学公益慈善研究院微信公众号

[https://mp.weixin.qq.com/s/k99X\\_vieyzzXkVgnjsxEZg](https://mp.weixin.qq.com/s/k99X_vieyzzXkVgnjsxEZg)

## 中国慈善事业七十年发展探究

（1949—2019）

中华人民共和国成立后，慈善事业出现长达三十年的发展停滞期，直至改革开放后才得以复苏，现已发展成为民生兜底保障与社会治理体系的重要部分，但也面临一系列问题与挑战。适时开展新中国慈善发展史研究，对慈善事业进行长时段、综合性考察，既有学术价值，又有现实意义。学界对此已有一些研究。本文拟在现有研究基础上，从历史进程、发展成绩、现实困境、未来路径等方面，对七十年来中国慈善事业作一系统梳理与整体探究。

### 一、从长期停滞到全面发展：七十年来中国慈善事业的历史演进

新中国成立迄今，中国慈善事业经历了曲折的发展过程。新中国成立初期，旧有慈善组织被政府接收、改造；“三大改造”完成后，慈善事业出现三十年的停滞乃至沉寂期；改革开放后得以复苏；20世纪90年代后期起，慈善事业进入快速发展期；进入21世纪后又呈现新的发展特征，并进入当代转型期。伴随中国特色社会主义新时代到来，慈善事业更成为民生福祉领域不可或缺的力量。

#### 1. 中国慈善事业的历史停滞期（1949—1980年）

从新中国成立到1956年“三大改造”完成，政府对旧慈善事业加以接管和改造，将其纳入政府救济体系之中。其间，慈善事业虽受到诸多限制，但仍得到一定程度的承认，主要表现在慈善组织救助活动的延续、民间互助活动的展开、官办慈善的发展等方面。新中国成立初时，诸如上海旧慈善组织仍能“每年助产七千人，收尸掩埋二万多具，施诊给药一二万余次”等。但随着政府政策变更，除改组后的红十字会之外，国内其他慈善组织日渐被清理。同时，为适应生产救灾等需要，政府鼓励发展民间互助事业。这种“亲帮亲、邻帮邻”的行为，虽不如专门性慈善活动那般成绩显著，但同样能收到救助灾贫的效果。山东省从1949年底至翌年6月，便通过民间互助方式，累计收到捐献粮食14216951斤、人民币2635948044元、衣物52006件、鞋袜15240双、干菜108846斤等（华东生产救灾委员会，1951：110），有效保障了灾贫基本生活。不过这一时期，最具成绩的慈善活动当属红十字会救助之举。改组后的中国红十字会（1950年9月8日）已成为官办慈善组织的典型代表。仅1951年上半年，中国红十字会总会便组织医防大队，奔赴皖北等治淮工地开展医疗卫生服务工作，累计防疫注射

160001 人次、种痘 613542 人次、灭虱 136851 人次、门诊 113229 人次，改良与新建厕所 12198 个、水井 4070 个等（中国红十字总会，1994：134）。这些人道援助工作是在党和政府指导及帮助下展开的，是新中国官办慈善发展的表现。

及至 1956 年“三大改造”完成，中国实现了生产资料私有制向社会主义公有制的转变，以私有经济为基础的旧式民间慈善事业随之退出历史舞台。而后政治运动持续来袭，社会正常生产、生活受到严重冲击，慈善事业更是无从发展。其间不仅没有成规模的民间慈善组织与活动，就连官办慈善组织也陷入瘫痪境地。最典型的是中国红十字会国内工作的停顿。1966 年红十字会总会复函地方分会：“1967 年，你们应该继续搞好运动”，“对于业务工作，可以根据具体情况予以适当安排”，“届时红会如何开展工作当另行通知”（中国红十字总会，1994：182）。此后，中国红十字会的国内工作名存实亡。其间继续存在的慈善活动只有民间互助之举和中国红十字会的国际救援活动。由于后者范围在国外，故直接惠益中国人民的只剩下民间互助这一慈善事业的简易形态。

反过来看，该时期国内虽不存在成规模的慈善事业，但并不代表当时中国不需要慈善。仅自然灾害来说，1949~1958 年全国成灾人口达 4 亿 464 万人，死亡 57099 人，倒塌房屋 32789241 间（中华人民共和国国家统计局、中华人民共和国民政部，1995：316~324）。这一重大民生问题，本该由政府社保与民间慈善协力解决，可在特殊年代，慈善事业却沉寂不起，成为社会禁区。即便政府社保体系，也因政治生态环境的失常而一度瘫痪。

细究起来，该时期中国慈善之所以陷入停滞、沉寂状态，根本在于政治生态环境及连带而成的思想意识。由于历史缘故，中国近代慈善组织多由国内绅贾权贵与外国传教士所办，新民主主义革命又以消灭剥削阶级、建立无产阶级专政为目标。这些人相当程度上被视为革命的对象，其所办慈善自然不为人民政府接纳。于是，新中国成立后慈善便被扣上“旧社会统治阶级麻醉人民的装饰品”“殖民主义的警探和麻药”等多顶政治帽子（周秋光、曾桂，2006：375~376）。新中国成立后又长期处于政治运动中，人们神经高度紧张，像慈善这种“伪善物”与“麻醉品”，也不可能为人们认可。即便有人心存疑惑，也无法在当时表现出来。而且，在以阶级斗争为纲的年代，谈论、倡行慈善，不免有“抹黑”社会主义社会光辉形象的意图。这种“罪名”亦无人敢惹，唯恐避之不及。该时期慈善事业的停滞，还与经济发展程度和人民生活水平直接相关。新中国先是受战争遗留因素影响，后又受政治运动冲击，社会经济和人民生活受到较大影响。全民所有制职工实际工资指数，若以 1952 年数据为参照基数（100），则 1966 年为 120，1976 年为 112.1。农民人年均粮食消费量，1956 年为 205 公斤，1966 年为 186.5 公斤，1976 年为 186 公斤（王冠中等，2011：359~360；438）。这都表明新中国成立后至改革开放前，民众生活水平远未达到理想状态，甚至偶有下降之势。如此一来，慈善既不可能引起人们普遍关注，更缺乏必要经济基础。

## 2. 中国慈善事业的当代复苏期（1981-1993 年）

改革开放后，中国进入现代化建设新时期，慈善事业重新焕发生机。1978 年国务院下发恢复中国红十字会国内工作的公告，这是官办慈善走向正常化的关键一步。1981 年中国儿童少年基金会成立，作为新中国第一个公募形式的全国性非营利组织，标志着民间慈善开始从沉寂走向复苏。此后十余年，一批官办或有官方背景的慈善基金会相继成立，其开展慈善活动，打造出一批影响至今的慈善品牌项目（春蕾计划、希望工程等）。慈善事业的复苏还表现在公益彩票登场、慈善立法提上日程、慈善会成立等方面。1987 年民政部“有奖募捐券”活动拉开了当代中国公益彩票工作的序幕。《基金会管理办法》（1988）、《社会团体登记管理条例》（1989）、《红十字会法》（1993）等出台，成为当代中国慈善立法工作的前奏。1993 年吉林省慈善总会成立，标志着新中国成立以来第一个省级慈善会诞生。

细究起来，中国慈善事业的当代复苏，得益于改革开放带来的社会巨变。党和政府将工作重心转移到经济建设上，经济呈现“井喷式”发展状态。1983 年全国社会总产值 11052 亿元，至 1993 年国内生产总值已增至 31380 亿元。社会财富的快速累积，为慈善事业的复苏奠定了物质基础。但与此同时，财富的分化也在急剧扩大，这又是慈善事业复苏的现实“推力”。研究表明，1978 年农民收入基尼系数为 0.2124，到 1993 年为 0.33，十五年间一直在增大（张世飞，2011：362），城乡之间的分化更为明显。此外，自然灾害带来的社会压力，也急需慈善事业予以舒缓。1986~1992 年全国自然灾害成灾人口 15 亿 8799 万人，死亡 44521 人，倒塌房屋 1868.71 万间。同时期，政府救灾款虽累计超过 86 亿元（中央拨款为主），但若按灾民人数平分下来，不免有杯水车薪之感。两相比较可知，仅靠政府之力，实难应对灾害侵袭及灾后重建问题，慈善事业的重要性愈发凸显出来。

### 3. 中国慈善事业的快速发展期（1994-2007 年）

1994 年 2 月 24 日《人民日报》发表《为慈善正名》一文，成为政府公开支持慈善的重要信号。同年中华慈善总会成立，成为新中国成立以来第一个，也是迄今规模最大的全国性综合慈善组织，这是慈善事业从缓慢复苏转向快速发展的标志性事件。社会捐赠也在该时期得到全面展开，发展成一项社会常规事务。1998 年特大洪灾后，境内外捐赠款物多达 134 亿元，2000~2007 年更累计接收境内外捐款 391.2 亿元、衣被 14 亿 1119.6 万件。

除此之外，慈善事业的快速发展，至少还体现在如下方面。（1）慈善立法工作加速推进。十余年间，先后颁行与慈善相关的法律法规及条例有：《企业所得税暂行条例》（1994）、《民办非企业单位登记管理暂行条例》（1998）、《公益事业捐赠法》（1999）、《信托法》（2001）、《基金会管理条例》（2004）等。（2）非公募基金会出现。自基金会被划分为公募与非公募之后，各种非公募基金会相继涌现。譬如第一个地方性非公募基金会（2004 年叶康松慈善基金会）、第一个现代慈善家族基金会（2004 年老牛基金会）、第一个全国性非公募

基金会（2005 年香江社会救助基金会）等。（3）社会志愿服务活动兴起。中国本土志愿服务起于 20 世纪八九十年代，最初以社区服务的形式出现，后逐渐成为一项普遍性的公益事业。截至 2000 年 6 月，全国已有 8000 多万青年志愿者提供超过 40 亿小时的志愿服务（郑功成等，2010：206）。（4）NGO（非政府组织）和 NPO（非营利组织）理念的传入。1995 年联合国第四次世界妇女大会在北京举办，NGO 术语开始进入中国公众话语。中国第一个 NPO 支持机构，则是 1998 年成立的基金会与非营利机构信息网。（5）中国民间慈善组织走向世界。2004 年印度洋海啸后，国内各类慈善组织展开国际灾援助员，共收到近 7 亿元的款物捐赠，开了当代中国民间慈善界参与国际灾援的先河。

世纪之交十年，中国慈善事业得到快速发展的关键原因是党和政府的重视与支持。20 世纪 90 年代后期，朱镕基、李瑞环等党和国家领导人公开表示支持慈善事业发展（郑功成等，2010：141）。进入 21 世纪后，慈善事业更逐渐被纳入党和政府的决策规划中。2004 年中共中央第一次将慈善事业写入加强党的执政能力建设的决定中。2007 年中共十七大至 2017 年中共十九大，无不将慈善事业写入党代会报告中，上升至全党统一认识高度。另从 2005 年至今，国务院每一年都会将慈善事业写入政府工作报告中（2013 年除外），视其为民生保障的重要方式。党和政府的支持、鼓励、倡导，使其成为慈善事业发展的强大后盾。

民生问题凸显，也需要慈善力量协调解决。一方面，自然灾害依旧频繁，救灾事宜急需各界协同解决。1993~2007 年中国每年受灾人口在 3 亿人以上（赵朝峰，2011：343）。仅此庞大群体的安置问题，便非政府一己之力能够解决，必须有民间力量参与。另一方面，贫富分化带来严重的贫困人口问题。中国农村贫困人口虽自 20 世纪 90 年代以来呈下降状态，但至 2007 年仍有 4320 万人，尚不包括 2272.1 万城市最低生活保障人员。若要妥善解决贫困群众的生活问题，就必须调动一切可以调动的扶贫力量，慈善事业自然是重要的一分子。

#### 4. 中国慈善事业的当代转型期（2008 年至今）

从 2008 年起，中国慈善事业进入当代转型期。这一转型仍在进行之中，尚未完成。过去十年，中国慈善的当代转型出现了两个关键节点：一是 2008 年开始出现的“全民慈善”现象，二是 2016 年《慈善法》的出台。

南方冰雪灾害、汶川大地震、北京奥运会，三大事件共同催生出 2008 年的“全民慈善”现象，尤以抗震救灾影响最大。据统计，境内外抗震救灾捐赠款物折计 760.22 亿元，并有 1300 多万名志愿者以各种方式参与救灾。全年接收社会捐赠款物更达 1070 亿元，且个人捐赠首次超过企业捐赠。可以说，无论是捐赠款物数额还是慈善参与人数，都在 2008 年达到前所未有的高度。然而，未及“全民慈善”进一步发展，慈善界便接连爆出存在不良现象，遭到“全民问责”。从“郭美美事件”起，侵吞、挪用、诈捐等挑战道德和法律的“慈善异化”行为，接连暴露出来。一时间，慈善组织的公信力跌入低谷，民众捐赠热情随之下降。其中尤以中国红十字会所受形象损害最为严重，官办慈善的声誉因之大受影响。

真正促使“全民慈善”得到普及的是近些年来兴起的“互联网+”平台。互联网技术与慈善事业相结合，通过新媒体环境，各类公益项目被迅速推广到个人计算机和手机客户端界面，为“人人可慈善”提供了现实可能。“免费午餐”“大爱风尘”“老兵回家”等公益项目的出现，便是典型案例。最近数年，借助微信公众号等自媒体平台，“轻松筹”“水滴互助”等网络众筹公益项目异军突起，成为当前慈善事业的新葩。未来互联网与慈善事业的结合将更为紧密，但民众对网络公益项目的运作程序与管理方法也将提出更严格的要求。

2016年《慈善法》的出台，则是当代中国慈善发展史上的另一里程碑事件。酝酿十余年的慈善基本法终于问世，慈善事业开始进入“依法行善、以法治善”新阶段。《慈善法》采用“大慈善”概念，将传统慈善救助和现代公益服务合二为一，统称为“慈善”。这恰好与当代中国慈善事业“公益化”转向态势相一致。自《慈善法》问世至今，国家陆续出台了《慈善组织认定办法》（2016）、《公开募捐平台服务管理办法》（2016）、《慈善信托管理办法》（2017）、《志愿服务条例》（2017）等二十多个与之配套的法规及政策文件，力求建立并完善慈善法律体系。过去十年，中国慈善事业的发展，还表现在非公募基金会数量超过公募基金会（2011年底）、公益专业学历人才培养工作启动（2012年北京师范大学珠海分校）、中国慈善界海外救援力量成长等多个方面。

从根本上说，中国慈善事业之所以能呈现日趋繁荣的发展特征，还是由社会需求、政府推动、经济发展三方面因素决定的。截至2018年第4季度，全国仍有3519.7万农村居民和1008万城市居民生活在最低生活保障线下。另2008～2017年，全国自然灾害受灾人口达32亿5728.5万人，死亡108710人。这些现实民生问题，以倒逼方式催迫慈善事业加速发展。党和政府愈发重视慈善事业，党代会和政府工作报告继续公开表态，支持、鼓励、推动慈善事业发展。同时期，国内生产总值从2008年300670亿元增加到2018年900309亿元，社会经济仍保持平稳渐进的态势，这又为慈善事业的发展奠定了物质基础。

（未完）

作者：周秋光，李华文 湖南师范大学历史文化学院

来源及全文链接：清华大学公益慈善研究院微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/zGAJDrzW9AW2EX8qetUs8Q>

## 唐宁 胡润：建议企业家们每3年拿出可投资产的1%做慈善

胡润，这位当年几乎是“单枪匹马”闯入中国财富圈的英国人，从1999年推出第一份《胡润百富榜》至今已有21年，长盛不衰，胡润也因此声名大噪。在5月27日“宜信14周年庆”盛典上，胡润亲临现场，与宜信公司创始人、CEO唐宁一起为观众带来了一场精彩对话。



### 一、从中国的过去和未来看财富创造

唐宁：

说起创业，你已经做了 21 年，我做了 14 年，我们从事的事业都与财富创造、财富保存、财富传承、财富的意义相关。你从 1999 年就推出了中国首份财富榜单，可以说见证了中国过去 20 多年来的财富变迁。不知这 20 多年来，你对财富创造有哪些观察和洞见？

胡润：

中国企业家在这 20 年创造的财富是史无前例的，这是一个快速积累财富的时代。我们很难想到一个 14 亿的人口大国能够从零开始创造如此巨大的财富。财富创造的精神其实很容易感染他人，如果你是一个马上要毕业的大学生，看到中国本土有那么多创业和财富创造的故事、案例，会很容易被感染，让自己对创业也充满动力。

我们在 2016 年做了一个《胡润全球富豪榜》，那时中国的财富创造者和美国差不多持平，到 2017 年中国的财富创造者新增了 200 多人，美国新增了 20 多人。到 2018 年中国新增了 100 多人，美国新增 10 多人。现在中国总共的超级财富创造者大概有 800 多人，美国有 550 人左右，所以说现在的中国拥有最大的超级财富创造者，中国的企业家们不仅仅是中国的，也是全球的、世界的。

我们接下来会发布一个“全球独角兽榜”。所谓“独角兽”大家都知道是指估值十亿美金的非上市公司，在这个榜单上我们发现中国和美国的独角兽企业数

量差不多，中国还稍微领先一点，这个榜单核心要表达的就是全球 80% 的独角兽企业不是在中国就是在美国。所以我觉得，在中国有很多极具活力的创业者，这里具备很强的创业精神和很好的投资环境，这对于财富创造者来讲是一个非常好的时代。

**唐宁：**

所以你也选择了中国，选择了创业，而且选择了一个非常有差异化定位的商业模式，就是研究财富的创造。过去这 20 多年，传统行业造富了很多，比如房地产、制造业、进出口等等。但最近几年有一个非常明显的行业转变趋势，即所谓新经济、数字经济的崛起与到来。我们看到了由科技驱动、创新驱动带来的各大领域的投资机会，比如健康医疗、大消费、新基建等。此外，科技和各行各业也都逐渐衔接起来，例如科技+金融、科技+医疗、科技+教育、科技+制造等等。你怎么看这个趋势？

**胡润：**

我们通过做百富榜可以很好的观察上榜企业家们所覆盖的行业。早些时候，大部分上榜者都是搞城市化和房地产的，当年能达到 50% 左右的占比。过了 10 年，主营制造业的造富者上榜。从现在上榜的行业分布来看，基本上制造业第一、房地产第二，这两个行业加在一起，在百富榜上占比 40%。

再来看独角兽企业覆盖的行业，我把它称为“ABCDEF”。A 是 AI，B 是 Blockchain（区块链），C 是 Cloud（云），D 是 Data（大数据），E 是 E-Commerce（电子商务），F 是 Fintech（金融科技）。中国的独角兽大部分在电商，目前来看是排名第一的领域，第二是 AI。

**唐宁：**

非常有意思的研究。我认为未来 30 年，在中国创造财富的门槛会越来越高，因为你要具备对行业的洞察能力。过去在改革红利的背景下，很多人砸破铁饭碗去创业就可以了，或者幸运的抓住某个机会就能够赚得第一桶金。未来几十年，真正创业的门槛就是你在科技创新方面有领先的知识储备、积累或专利，这样才能够在创业大军中突出重围。

**胡润：**

是的。未来 3 年、5 年、10 年，发展速度最稳定的两个行业，我觉得一个是投资，另一个是医疗健康。这两个行业的造富者在百富榜上每年都在稳定增长。这次疫情加快了 AI、区块链、云技术、在线教育、支付平台等领域的发展，这些都是行业发展的趋势。如果你现在要选择一个行业创业，这些领域可以看看。如果你是一个创二代，在这些领域进行投资也不失为一个好的选择。

**唐宁：**

我非常看好创二代，对他们充满信心。因为他们有很多一代企业家不具备的成功要素。首先他们具有国际化的视野，有海外求学、工作、生活的经历；第二他们善用科技；第三他们善用资本，懂得要用资本的力量去收购整合等等。“科

技+资本+国际化”这三点加起来，能够让创二代们在未来做的非常出色。就算他处于制造业，也可以通过“科技+”让传统企业大有可为。这样的发展蓝图，是非常激动人心的。

## 二、富豪≠贵族

胡润：

中国企业家正在经历“由富及贵”的转变。“新贵”从字面上理解是“富而贵”，新财富阶层指一种富有社会责任感，且有长期发展目标的群体。新贵和富豪的区别在于是否具备责任感和看透社会问题的智慧。他们会参加大量慈善活动体现自己的社会责任感，并且通过文化提高自己的品位。富豪不代表贵族，贵族也不代表富豪，我们要鼓励更多的造富者往新贵的方向进行转变，如何承担好财富背后的责任担当，是一代需要思考的，也是能够传承给二代的可贵精神。

唐宁：

非常同意，对于中国的高净值、超高净值的人群，财富的量已经很大了，同时这个量也带来了相应的责任。如何善用财富以某种形式回馈社会，这个逻辑非常重要。一代创富者正面临让财富创造更大社会价值的历史机遇。在中国，公益慈善影响力投资刚刚开始，我认为未来大有可为，哪怕只是把这群人财富的 1%拿出来就是近 1 万亿，已经比社会上几千家公益慈善基金会所掌控的资金要多了。从一个责任担当的角度上讲，我们不仅仅是逢灾必捐，而是要积极主动地成为解决社会问题的一份子。

胡润：

非常认同。我建议企业家们可以每 3 年拿出可投资产的 1%做慈善捐赠，把实践企业社会责任作为生活目标，放在第一位。

## 三、财富和幸福的关系

唐宁：

无论是从财富创造、财富保留、财富传承、财富的责任意义等方面，想请胡润先生给大家一些建议。作为高净值、超高净值人士，在面对财富的时候应该如何更好的去理解它、善待它、善用它，做更好的自己，创造更好的价值，让生活更美好。

胡润：

财富只是通向幸福的其中一种途径，而不是唯一途径。在起步阶段，财富可以满足你基本的物质欲和生活要求。但当财富积累的越来越多后，就和幸福的关联性不大了。在百富榜上，这些造富者们已经远远超过了财富自由的门槛，财富上去了，同时你的社会责任也就上去了。换言之，财富太多在某种程度上反而会影响幸福指数。我们要将金钱仅仅视作一种手段，要知道自己的目标在何处，这样才不会受到旁骛的干扰。

来源：胡润百富微信公众号

<https://mp.weixin.qq.com/s/fWIeKX4OYA9bFLgCt1OkpQ>

## ★山商实践探索

### 树立适应新时代要求的正确财富观

白光昭结合我国财富管理实践现状，提出了“新时代财富管理十项原则”。其中第一条是要树立正确的财富观。财富观是人们认识和处理财富问题的基本立场和观点方法，是世界观、价值观和人生观的具体体现。财富观属于意识形态领域，随着经济社会的发展而发展，并对经济社会发展具有一定的反作用。我国传统财富观属于农耕文化，崇尚“重利轻义”“节俭”。新的发展形势下，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，坚持马克思主义财富观与我国实践和时代特征相结合的基本原则，进一步丰富财富观的内容体系，在全社会树立正确的财富观，不仅对财富管理事业的发展具有基础性作用和深远影响，而且对我国经济发展、社会进步、文化繁荣均具有重大意义。

首先，树立适应新时代要求的正确财富观有助于推进我国经济由高速增长阶段向高质量发展阶段的转变。长期以来，我国更多地关注有形财富而忽略无形财富，这在经济社会发展的一定阶段是适当的，有利于加大经济投入、借鉴国外成熟的技术和管理经验、合理配置各类资源，实现以经济起飞和快速增长。但是，当经济社会发展到较高水平后，仅靠自然资源、劳动力和资本的投入已经无法继续支撑经济高速增长了，知识产权、人力资本、技术创新、大数据等在经济增长中的作用越来越大。当经济社会发展到一定阶段、社会财富取得足够的积累后，人民在物质方面的需求放缓，在精神文化方面的需求增加。马克思主义财富观认为，吃、穿、用、住只是人生存和发展的手段，物质财富的最大价值就是满足人的某种需要，财富的最终目的是个人身心的和谐及自由全面的发展。当前，要树立与经济社会发展相适应的财富观，就是要倡导更加重视无形财富、更加重视精神财富的理念，这有助于加快产业结构升级和经济结构转型，促进我国经济由高速增长向高质量发展阶段转变，有利于最终解决发展的不平衡、不充分问题，更好地满足人民日益增长的美好生活需要。

其次，树立适应新时代要求的正确财富观，有助于缓解贫富差距问题，维护社会和谐稳定。改革开放后的一段时间内，我国经济发展中存在着过于重视资本、管理的作用而忽略劳动作用的现象，这是由我国当时生产水平低、资本缺乏、简单劳动力过剩、高级人力资本缺乏等的国情所决定的。马克思指出，劳动要创造财富和文化，必须具备一定的物质条件，且只能在一定的社会生产关系中进行，并把劳动提升到未来社会“第一需要”的高度。当前，我国生产力水平显著提高，物质资本极大丰富，劳动在经济发展中的作用愈发重要。习近平总书记指出，实现我们的奋斗目标，开创我们的美好未来，必须依靠辛勤劳动、诚实劳动、创造性劳动。当前，树立与经济社会发展相适应的财富观，就是要倡导更加重视劳动、

更加重视劳动人民的理念。在生产领域坚持人民群众的主体地位，充分发挥劳动者的积极性和主观能动性；在收入分配领域，着力提高劳动者的收入水平，改变劳动收入相对资本收入所占比重偏低的不合理现象，有效缓解收入差距过大的问题，逐步实现共同富裕；在公共服务方面，更加重视普通民众的养老、医疗、教育、就业、住房等社会保障问题，明显提升精神文化、生态环境方面的供给。

最后，树立适应新时代要求的正确财富观是建设具有伟大凝聚力的社会主义意识形态、弘扬社会主义核心价值观的内在要求。改革开放以来，资本与市场的逻辑在推动物质财富极大丰富的同时，也带来了各种各样的利己主义、消费主义、享乐主义，“炫富”“仇富”“一夜暴富”等不正常的现象频繁出现。一些人为了追求奢靡的生活，不惜铤而走险，坑蒙拐骗，滑向违法犯罪的深渊。马克思主义财富观既承认财富对个人和社会发展的积极作用，又冲破“商品拜物教”“货币拜物教”等“物的依赖”的束缚，以人的彻底解放为最终价值追求。当前，树立与经济社会发展相适应的财富观，就是要明确新时代正确的财富观是与社会主义核心价值观高度契合的财富观。针对社会上出现的各种物质主义和个人主义价值观现象，要倡导自立更生、艰苦奋斗的精神，鼓励量入为出、适度消费和绿色、低碳、环保消费，倡导理性消费、适度消费的理念。

作者：王艳明 山东工商学院副院长

来源：《山东工商学院学报》，2020.01

[https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&filename=BXYX202001006&dbname=CJFDLAST2020&uid=WEEvREcwSIJHSldRa1FhdXNzY2Z2Vysvd2RaWXBuOHkzbkxHY1k1QXNoND0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowHtwkF4VYPoHbKxJw](https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&filename=BXYX202001006&dbname=CJFDLAST2020&uid=WEEvREcwSIJHSldRa1FhdXNzY2Z2Vysvd2RaWXBuOHkzbkxHY1k1QXNoND0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMowHtwkF4VYPoHbKxJw)

## 传统品牌诚信财富观的现代启示——以“瑞蚨祥”为例

**摘要：**瑞蚨祥开创了连锁经营模式之先河，实行股权激励、两权分离，创新了股份制经营体制，对店员“道之以德，齐之以礼”，倡“自尊、自励”，树文明店风，待顾客“货真价实、童叟无欺”，秉“先义后利”“利缘义取，财自道生”的经营理念，持“自强不息，开拓创新”的奋斗精神，遵“顺时应变，正合奇胜”的商贾谋略，创造了巨大的财富，树立了良好的品牌形象，从而使品牌的发展更加久远。

**关键词：**诚信；财富；信誉；品牌文化；

**基金：**山东工商学院 2019 年财富管理特色建设项目“我国传统品牌诚信财富管理的现代创新与转型”（2019 ZBKY080）；

我国在历史的变迁与发展中，逐渐积淀、传承下来一批历史悠久、信誉良好，受到消费者广泛赞誉和认可的优秀的传统品牌。这些品牌无论是从事哪个行业，以诚信经营为宗旨，把诚信看作是企业的财富是他们的共同特点。因为拥有诚信

财富观,使这些传统品牌能够在历史发展的长河中始终站稳市场,打响企业品牌,获得消费者的青睐,并且成为我国传统文化的重要组成部分。他们宝贵的以诚信财富观为核心的经营理念仍然值得现代企业去深思、借鉴和学习。

### 一、具有诚信财富观的传统品牌

传统品牌是指我国那些拥有世代传承的产品和工艺,具有悠久的历史、鲜明的传统文化特征和深厚的品牌内涵,且获得消费者认可和广泛赞誉的企业或产品品牌。在长期的历史发展和文化积淀中,传统品牌已经成为我国或者一个地区的名片。在这些闻名遐迩的传统品牌中,有始创于清朝康熙年间的中医中药传统品牌同仁堂;有清咸丰年间为朝廷百官制作朝靴的制鞋品牌内联升;有从事绸布生意,誉满京城的鲁商品牌瑞蚨祥绸布店;有明朝中期开业以制作美味酱菜而闻名的六必居;有始创于清咸丰年间的餐饮品牌天津狗不理;有创建于1915年生产经营糖果、蜂制品等20个系列上千种食品的海冠生园;有创建于1848年的经典珠宝首饰品牌老凤祥。2006年4月,我国商务部发布了题为《“中华老字号”认定规范(试行)》的“振兴老字号工程”方案,表示在3年内由国家商务部在全国范围认定1000家“中华老字号”品牌,并授予牌匾和证书。这些传统品牌在我国数百年商业竞争与发展中,讲求诚信经营,在商品质量和经营方式上都具有良好的信誉和口碑,虽然在历史发展中经历了起伏波折,但最终能够凭借优质诚信的品牌形象而传承下来,并得到创新发展。

在我国明朝中期以后,随着商品经济的进一步活跃,这种靠质量和诚信来赢得更多顾客的经营理念 and 经营方法更加受到重视。众多商人为自己的店铺取名字,店铺的名字或者以吉祥如意为主题,或者体现儒家“以义取利”的商业道德思想,或者体现优秀的中华优秀传统文化内涵。随着商品经济的发展和经营经验的积累,到明朝后期,全国各地形成了一批有影响、有信誉的字号商铺,它们因为诚信经营的理念、优质的商品和独特的经营风格而在广大消费者中享有信誉。这些商铺都具有以诚信为核心思想的经营理念、严格详尽的店规条例,店铺的经营者也都有苦心经营以求长久发展的经营计划。他们不再仅仅追求眼前的商业利益,而从更加长远的角度来考虑品牌的发展;他们不再只是注重商品销售,而是把诚信看作更大的财富,通过与消费者和同行诚信相待,为品牌的发展获得更宽广的空间。

“瑞蚨祥”是拥有百年历史的纺织品零售品牌,是近代山东商人诚信经营的典型代表。百余年来,他始终秉承着“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营理念,把讲究诚信作为经商的根本宗旨,将我国优秀的传统文化思想融入丝绸经营中,赢得了顾客的青睐,成为我国老字号品牌中的佼佼者。1821年,瑞蚨祥的创始人孟鸿升在山东周村挂牌经营土布,取名号为“万蚨祥”。1835年,孟鸿升在济南开设第一家分店,取名“瑞蚨祥绸布店”,1862年,周村大街的万蚨祥也迁至济南,统一名号为“瑞蚨祥”。后来,瑞蚨祥从济南发展到北京,又从北京走向全国,直至成为中国北方最大的民族资本企业。瑞蚨祥所取得的成功与以孟洛川为代表的孟家几代商人的商业才能和诚信经营思想密不可分,尤其

是孟家人所奉行的“儒商”精神。孟家商人奉行以儒家思想为根本的经营理念，把“终身立志行事，愿学圣贤，不敢背儒门宗旨”作为经营原则，秉承儒家“生财有大道，生之者众，食之者寡，为之者急，用之者舒，则财恒足矣”的诚信经营观。秉承儒家思想、讲究商业诚信不仅使瑞蚨祥赢得了政府的表彰、消费者的青睐，也带来了丰厚的财富和同行的信任。因此，本文以百年品牌、儒商典范瑞蚨祥品牌为例，研究其品牌文化和诚信财富观的思想精髓，这对现代企业品牌的长足发展具有至关重要的启示作用和借鉴意义。

## 二、瑞蚨祥的品牌文化

### 1. 瑞蚨祥的品牌名称及寓意

1862年，创始人孟鸿升以“瑞蚨祥”三个字在济南统一绸布店字号。“瑞蚨祥”取自别出心裁的青蚨传说，这三个字不仅体现出品牌的文化内涵，也为品牌名称增添新意，塑造独特的品牌形象。“瑞”，取吉祥瑞气之意，表达了创始人祈福绸布店的生意吉祥、兴盛之意。“瑞”字还有诚信的含义，这正符合瑞蚨祥品牌的诚信经营理念。蚨，即“青蚨”，是古代传说中的一种虫子，也是古代铜钱的别名，寓意财富源源不断，体现了瑞蚨祥和消费者之间长期的依存关系。

“祥”字本意吉祥，同时为孟氏家族创建品牌的惯用字号。“瑞蚨祥”，寓意品牌瑞气吉祥，财源茂生。这不仅表达了经营者对品牌发展的美好期望，也体现出瑞蚨祥品牌独特的品牌个性与特点，给顾客留下深刻印象。

### 2. 瑞蚨祥的品牌理念

品牌理念是品牌价值观的哲学思考，是在其经营哲学的基础上所确立的品牌使命、责任、原则和信念，品牌理念贯穿于企业研发、生产、产品、服务、营销、广告等各个环节，体现了企业自身的个性特征，是得到社会普遍认同并且反映整个企业明确的经营哲学的价值体系。因为具有自己独特的品牌理念，企业才能够树立鲜明的企业形象，获得长远的发展。瑞蚨祥以经营“绸缎、呢绒、棉布、皮货、化纤、民族服装服饰”为主，被誉为“中国丝绸第一品牌”，百余年来始终坚持“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营宗旨，秉承儒家思想，诚信经营，坚持为顾客提供优质的商品和优质的服务，这是瑞蚨祥品牌理念最基本的出发点，也是品牌发展的原动力。瑞蚨祥品牌的领军人孟洛川，开创连锁经营模式之先河，实行股权激励、两权分离，创新了股份制经营体制。对店员“道之以德，齐之以礼”，倡“自尊、自励”，树文明店风；待顾客“货真价实、童叟无欺”，秉“先义后利”“利缘义取，财自道生”的经营理念；持“自强不息，开拓创新”的奋斗精神，遵“顺时应变，正合奇胜”的商贾谋略。这种以诚信经营观为核心的品牌理念体现了瑞蚨祥经营品牌的观念和态度，贯穿于瑞蚨祥品牌经营活动的方方面面，也是店员在经营活动中所遵守的一系列行为准则和规则，是对品牌发展的约束和要求。它具体表现在瑞蚨祥在经营中以诚取利、以诚待客、与合作商家诚信相待等方面，建立了瑞蚨祥遵守诚信、优质经营、勇于创新的企业形象。

### 3. 瑞蚨祥的品牌创新

改革开放后，瑞蚨祥建立了自己的品牌管理制度。1993年，瑞蚨祥以一对母子“蚨”为图案，设计并正式申请注册“瑞蚨祥”品牌商标，并被确立为我国传统老字号品牌。2012年，为了适应市场的新变化，瑞蚨祥成立品牌管理团队，提升品牌定位，在市场开发、产品开发、渠道和店铺等方面升级，打造优质服务；2014年，瑞蚨祥依托信息时代的网络传播平台，以“互联网+”的商业模式，进行着线上渠道和线下渠道的不断优化、整合和创新，全面进入网络营销领域。新的时代背景，新的市场环境，瑞蚨祥品牌并没有停止创新脚步，它不断探索，与时俱进，使这个老字号品牌紧随时代变化焕发出新的活力，翻开品牌发展的新篇章。

### 三、瑞蚨祥品牌的诚信财富观

瑞蚨祥作为百年品牌，能够长盛不衰，主要归功于以孟洛川为代表的瑞蚨祥经营者深受儒家思想及其道德规范的影响，始终把诚信放在首要位置。孟洛川掌管瑞蚨祥长达70年，他的“以德为本，以义为先，以义制利”的诚信经营观不仅打响了瑞蚨祥品牌，也为瑞蚨祥带来了丰厚的财富。百余年来，瑞蚨祥始终秉承“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营宗旨，以礼待客，以德盛金，规矩做人，诚信做事，赢得了同行和消费者的信任与青睐。

#### 1. 对自身严格要求，对顾客服务周到，以诚取利

孟洛川遵循儒家思想中的“仁义乐善，好善乐施”和“以德为本”，这使他在经营瑞蚨祥时，不仅亲力亲为，毫不懈怠，而且严于律己，以身示范，并要求店员严守规则。他在济南经营瑞蚨祥时，每天都要到各个瑞蚨祥的店铺查看事情，听取各门店经理的汇报，并检查商品的情况和店员的精神面貌，不允许有丝毫懈怠。店铺客室里设有软炕，专为来往顾客准备，但他从不倚坐，以示严谨规范。孟洛川认为，企业管理实际上是人事管理，因此，他用人或用其“德”，或用其“才”，使“德者”“贤者”各司其职。瑞蚨祥的经营者非常重视人才的培养，每年挑选一些身体素质好、工作负责任的店员进行严格培训。经过多年的培养，其中业务熟练、工作能力强、人际关系好的店员可以提升为经理。在严格的培训下，店员从学徒到经理具备了较好的职业素质，保证了店铺的良好运营。同时，瑞蚨祥自办染坊和织布厂，使用上等布料，聘用技术高超、业务熟练的染师，生产加工中要求工人必须认真操作，以确保染布的质量。如果发现问题，立即返工。接待顾客方面，店铺准备烟茶以备顾客取用。经营者要求店员统一着装，对待顾客热情周到，不以衣貌取人。无论顾客是否购买商品，都要笑脸相迎，态度和蔼，说话和气。这种诚信周到的服务使瑞蚨祥与顾客建立了良好的关系。

#### 2. 让利于顾客，货真价实，足尺加一，以诚待客

一直以来，瑞蚨祥严把产品质量关，确保卖给顾客的产品都是保质保量的。在创办初期，瑞蚨祥的经营者派有经验和责任心的采购人员常驻苏杭和上海，熟悉市场，选购质地上乘、花色流行的布料产品，这使瑞蚨祥能够长期以高质量、

高品位的产品居于市场竞争的优势地位。瑞蚨祥对委托染色的染坊要求很严格：一是要求染坊用优质名牌煮青，不允许使用杂牌染料；二是布匹必须由瑞蚨祥织布厂提供，每匹布都要求打上标记，以防染坊偷偷调换布料；三是瑞蚨祥派专人到染坊检查，以防止印染过程中偷工减料，一旦发现布料颜色不匀，一律退回重染，绝不含糊。在严格的管理下，瑞蚨祥生产的布料颜色均匀、布料挺括，深受顾客喜爱。因此，瑞蚨祥绸布成为顾客购买布料的首选品牌。

一直以来，商品量足和货真价实都是瑞蚨祥所尊崇的商业道德规范。瑞蚨祥从开店经营那天起，就实行“足尺加一”的销售方式，顾客每买一尺布就多给一寸，买一丈就多量一尺，这样顾客买的布料富余，颇为满意，因而销路广开。同时，由于标价后不能还价，许多顾客还是要货比三家，但最后他们还是选择了瑞蚨祥。因为瑞蚨祥虽不能讨价还价，但价格的确很公道，而且布料质量又好，再加上足尺加一的优惠方式，使顾客满意放心，对瑞蚨祥品牌信赖有加。

### 3. 对合作商家给予信任，恪守信誉，以信取利，以诚相待

儒家思想中讲求“见利思义”“以义节利”“取利守义”的义利观，这也是瑞蚨祥一直恪守的商业道德规范。瑞蚨祥的货源主要来自苏州等地的一些丝织厂。有一次，一家信誉良好、长期为瑞蚨祥供货的丝织厂出现供货产品的质量问題，由于瑞蚨祥代理人拒收，导致工厂里的产品积压，工厂也面临倒闭的危机。丝织厂厂主在不得已的情况下，恳求孟洛川的帮助，孟洛川以情义为重，顾念多年合作的情谊，蚀本收购了这批产品，丝织厂厂主非常感激。虽然这给瑞蚨祥造成短期的经济损失，但是挽救了这家丝织厂。正是因为对合作商家信任，讲求情份，在利益冲突时孟洛川首先考虑的是合作商家的利益。这对于瑞蚨祥来说，暂时的亏本换来的是长期牢固的良好的商业合作关系，这必然也有利于瑞蚨祥品牌的长远发展。

上世纪初，八国联军入侵京城时，瑞蚨祥北京分店惨遭焚毁，所有来往账簿都在这场大火中烧为灰烬。瑞蚨祥贴出告示，“所有瑞蚨祥的债权人均可凭存票到瑞蚨祥兑付，而所有瑞蚨祥的债务人则被豁免。”这一以信取利的商业举措不仅没有给瑞蚨祥造成经济损失，而且使它一时间声名雀起、生意日渐繁荣。因为秉承着重合同、守信誉的商业信条，瑞蚨祥的业务范围也在不断扩大，品牌知名度不断提高，先后与英国、荷兰、日本等国家的银行建立了密切的业务关系。瑞蚨祥品牌这种恪守信誉、以信取利的商业作风，也体现出儒家思想中“义在利先，以义为利”的辩证义利观。

## 四、瑞蚨祥品牌诚信财富观的现代启示

百余年来，瑞蚨祥品牌以儒家思想为准则，始终秉承“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营宗旨，渗透着“义、信、诚、真”的经营内涵，这些积极方面对现代的企业品牌仍然具有重要的借鉴和启示意义。

### 1. 以诚信财富观为核心，建立规范有约束力的企业文化

在老字号商铺中，都有严格的家训家规，它们强大的约束力使后世子孙严

格遵守，不敢逾规越矩。作为一代儒商，瑞蚨祥的经营者孟鸿升立下的店训是“诚信筑基，悦客立业。”孟鸿升告诫员工，对待顾客一定要笑脸相迎，以礼待客，哪怕做的是一笔小买卖，赚不到一壶茶钱，也绝不能敷衍[7]。严格的店训就是今天企业所建立的规范有约束力的企业文化，企业文化的作用是发展企业的实际意识形态水平和行为意识主张，使企业的整体市场行为和员工个体都能产生积极的态度和行为，是具体落实品牌发展使命、发展目标的行动能力。现代企业仍应该以诚信财富观为核心，使企业员工都意识到诚信在企业长远发展中的重要性。同时，现代品牌的发展更加具有社会化和网络化的属性，在品牌运行中，每一个员工的言语行为影响力都扩大了，甚至企业的高管和主要员工不仅从 workflow、服务流上与品牌用户直接发生接触，也通过各种新媒体与受众产生频繁互动。因此，企业每一个员工的行为都意味着在向受众直播一个品牌的形象与文化。企业的发展壮大必须要有规范有约束力的品牌文化作为根基，并且从管理层到员工，人人遵守，严格执行，只有这样，才能形成有诚信意识、有道德规范、有团队精神的现代企业品牌。

## 2. 商品质优价实是品牌诚信经营的首要条件

商品质量上等、价格实惠是企业诚信经营理念的最直接体现，也是企业实现诚信经营的首要条件。瑞蚨祥品牌一直以来严把质量关，从布料的选择、印染层层把关，凡是有质量问题的布料绝不会销售给消费者，而足尺加一的销售方式更是赢得了消费者的信任与青睐。商品是构建品牌与消费者之间关系的桥梁，也是消费者对品牌信誉好坏的直接体验。基于严格规范、诚信经营的品牌文化，商品在生产、制造、销售的过程中，都会经过严格的管理和检验，确保为消费者提供优质的商品和实在的价格。如果商品质量出现问题，企业也会勇于承担，不会因为计较眼前利益，而向消费者销售劣质商品，这将影响一个品牌的长远发展，最终损害企业的利益。瑞蚨祥正是因为不计较眼前得失，长久以来，把顾客的利益放在首位，为他们提供优质实惠的绸布商品，从而树立了具有诚信的良好的品牌形象。

## 3. 与顾客以礼相待、诚信友善，建立品牌与顾客的良好关系

孔子说：“不学礼，无以立”。儒家思想中的“礼”起到协调人际关系、实现社会和谐安宁的重要作用。瑞蚨祥在自己的经营实践中，十分重视“礼”在与顾客关系中的作用，瑞蚨祥品牌与顾客关系的行为准则就是以礼相待、诚信友善。品牌要获得长远良好的发展，就必须要与顾客建立起良好的关系，而这种关系的建立就必须是以礼相待、诚信友善的。瑞蚨祥十分强调“来者即是客”的观点。只要是进入店铺的顾客，售货人员就要热情接待，不怠慢，不以服装取人、不以貌取人，要对顾客笑脸相迎，耐心解答，使每一位瑞蚨祥的顾客满意而归，这在今天非常值得现代品牌学习。只有真诚待人，才能真正地挽留住每一位顾客，增强顾客黏性。拥有稳定的顾客群体是一个企业长期站稳市场的根基，证明这个企业有足够的持续发展实力，能够将一个品牌稳定成熟地发展下去。而顾客是品牌

中最有价值的情感用户，是品牌用户与品牌之间多年接触形成的品牌情感，这种情感是品牌对顾客以礼相待、诚信友善所形成的。品牌与顾客的这种良好关系超脱于一般意义的金钱特质关系，使品牌获得持续发展的生命特征，真正的品牌也由此诞生。

#### 4. 与上下游企业讲求信誉、诚信合作，为品牌建立良好的社会关系

现代企业不仅要与顾客诚信相待，还要与上下游企业诚信合作，这样才能保证企业的顺利运作。瑞蚨祥能够为顾客提供优质的绸布商品，不仅归功于企业内部的严格管理，还有赖于与上下游企业的诚信合作和良好运营，从而使瑞蚨祥建立良好的社会关系，树立诚信的品牌形象。好的品牌形象能够增加顾客对企业的好感度和美誉度，也影响着消费者对商品偏好的形成和强化。因此，企业与上下游企业之间是相互依存的。企业要站稳市场，不仅仅是依靠自己，还需要与上下游企业形成良好的合作关系。上游企业是指处于行业生产的初始阶段的企业和厂家，这些厂家主要提供企业生产所需要的原材料和初级产品；下游企业则主要是对原材料进行深加工和改性处理，并将原材料转化为实际产品，进入市场销售环节。这实质上是各产业中企业之间的供给与需求的关系。瑞蚨祥在与上下游企业长期的合作中，形成良好的合作关系，不计眼前得失，帮扶其他企业，使自己赢得了同行的信赖和好评，也使瑞蚨祥的品牌发展更加顺利。所以，现代企业要做到与上下游企业之间诚信合作、互助互盈、共同生存发展，这样才能建立良好的社会关系，创造和谐的企业发展大环境。

#### 5. 与时代同步，不断追求品牌创新，使品牌获得长远发展

品牌要获得长远发展，就必须跟随时代的脚步，不断追求创新。随着时代的发展，企业经营的市场环境和面对的消费群体也必然随之发生变化，品牌的内涵和表现形式也要相应发生改变。瑞蚨祥作为百年品牌，正是秉承着创新发展的理念，才能在商海浮浮沉沉中，最终长久地站稳市场，树立百年企业的品牌形象。今天，在新的时代背景，瑞蚨祥面对新的消费群体，勇于探索，开拓互联网市场。线下升级店铺和服务，为顾客创造全新的体验式实体店铺；线上开发 APP，为顾客线上量体，定制专属产品。瑞蚨祥采取 B2C 模式 (Business-to-Customer)，通过自建的官方网站平台、天猫旗舰店和京东商城三大电子商务平台，线上线下同价，直接面向消费者销售产品。这样，顾客既能够在实体店试穿、比较多种款式的服装，又能够在网络平台享受个性定制、送货上门的人性化服务。而瑞蚨祥品牌通过线上平台和线下店铺，既稳定了现有消费者群体，还抓住了更多的年轻消费群体。在品牌传播方面，瑞蚨祥先后开设了新浪微博平台和微信公众号平台，向目标顾客讲述品牌故事、发布新产品信息、推送店铺活动和促销活动信息等。瑞蚨祥紧随互联网技术和电子商务的发展趋势，选择合适的传播渠道，拉近与顾客的距离，引起新顾客的关注，有效地实现品牌传播。在新媒体传播时代，移动互联网、大数据、人工智能技术的广泛应用以及手机等移动设备的普及为品牌发展开拓了新的空间，注入新的活力，只有跟上时代发展变化的脚步，掌握消费者的消

费需求，不断追求突破与创新，品牌才能获得更加长远的发展。时代在变，企业获得财富的方式也在不断改变，但是诚信经营是百年品牌始终不变的宗旨，也是现代品牌需要始终秉承的经营理念。

百年品牌“瑞蚨祥”是我国众多优秀传统品牌的缩影和代表。他以成功的发展历程告诉我们：诚信就是一种财富！他秉承儒家思想和道德规范，坚持“至诚至上、货真价实、言不二价、童叟无欺”的经营理念，以诚信对待顾客、同行和社会，赢得了良好的口碑和社会形象。这种诚信财富观在无形中为瑞蚨祥创造了巨大的财富，树立了良好的品牌形象，从而使品牌的发展更加久远，这在今天仍然值得现代企业借鉴和学习。

作者：周晓艳 山东工商学院人文与传播学院

来源：《山东工商学院学报》，2020.03

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFDAUTO&filename=BXYX202003003&uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZkZ0JzYXRld24zY1J0SEtHQT0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MzEwMTQzbVdyeklKelhTZHJHNEhOSE1ySTIGWjRSOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRyV00xRnJDVVI3cWZZT2R2Rnk](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFQ&dbname=CJFDAUTO&filename=BXYX202003003&uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZkZ0JzYXRld24zY1J0SEtHQT0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MzEwMTQzbVdyeklKelhTZHJHNEhOSE1ySTIGWjRSOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRyV00xRnJDVVI3cWZZT2R2Rnk)

## 心有多大舞台就有多大：我读《富爸爸提高你的财商》



《富爸爸提高你的财商》是富爸爸系列书籍之一。作者罗伯特·清崎。按照“作者的话”里所言，这本书旨在帮助我们提高财商，教我们变得更聪明以实现更富有的梦想。成功的关键是教育，财商教育很重要，立刻学起来吧。

这本书共分为十章，围绕着赚更多的钱、守住你的钱、预算你的钱、撬起金钱的杠杆和改善你的财务信息这五种财商展开论述，拟唤醒我们的理财天赋，增长我们的理财智慧，让我们从容应对财务风险，轻松解决各种金钱问题。

### 第一 什么是理财智慧

罗伯特有两个爸爸，一个富有，一个贫穷。年幼的罗伯特从两个爸爸身上明白了一个道理，即无论我们是富有还是贫穷都会有金钱问题。如果能用理财智慧解决钱的问题，我们的理财智慧就会增长，我们会变得更聪明、更富有。反过来，如果缺乏理财智慧，就不能解决某些金钱问题，而这些问题又往往会带来更多的

钱不是生命中最重要的东西，但钱影响着我们的生活。理财智慧是用来解决财务问题的智慧，是我们整体智慧的一部分。如果想提高理财智慧，我们就需要成为一个善于解决问题的人。导致贫困的原因往往是人们不能解决好钱的问题。

在谈及穷人时，富爸爸认为穷人仅仅把金钱问题看做问题。他告诉罗伯特，许多人觉得他们是金钱的受害者，是唯一有金钱问题的人，总以为如果有更多的钱，就不会有金钱问题了。但很少有人知道，对金钱问题的态度正是他们的问题所在。穷人的态度造成了金钱问题，他们没有能力解决问题就回避问题，这只会延长金钱问题的存在时间，并使问题变得更加严重。他们的财商不能得到提高，唯一有所增加的东西就是各种财务问题。

在谈及富人时，富爸爸认为富人之所以越来越富，是因为他们学会了解决财务问题。富人把财务问题看做是学习、成长、变得更聪明和更富有的机会。富人认识到他们的财商越高就越可以解决更大的问题，越可以赚到更多的钱。富人不会躲避、避免财务问题或假装其不存在，而是欢迎这些问题，因为他们知道这些问题是自己变得更聪明的机会，这就是富人越来越富的原因所在。

在谈及中产阶级时，富爸爸认为中产阶级是金钱的囚犯，他们采用另一种方式解决金钱问题，往往不去想办法解决问题，而是觉得自己聪明过人，能够制胜金钱问题。

## **第二章 五种财商**

理财智慧是我们头脑智慧的一部分，是我们用于解决具体财务问题的智慧。财商是对理财智慧量化后的值，用财商可以测试和量化我们解决问题的结果。在作者看来，一个人若要变得富有，就必须培养 5 种基本财商，包括赚更多的钱、守住你的钱、预算你的钱、撬起金钱的杠杆和改善你的财务信息。

谁需要更多的财商呢？作者借助现金流象限来为我们回答了这个问题。在现金流象限中，E 代表雇员，S 代表小企业主、自由职业者和专业人士，B 代表大企业家的企业家，I 代表专业投资人。作者提出那些处于 E 象限和 S 象限的人可能认为自己并不需要理财智慧，事实上理财智慧对他们而言很重要，他们为了钱而工作。对于处在 B 象限的企业家和 I 象限的专业投资人来说，理财智慧就是一切，他们为了资产而工作，理财智慧对他们发展事业尤为重要。

## **第三章 赚更多的钱**

在施乐公司的工作经历让罗伯特学到了非常有价值的一课，即解决财务问题是通往财务自由的道路。当罗伯特实现了成为最佳销售员的目标之后，他辞去了在施乐的工作，开始自己创业。对于开始创业的罗伯特来说，首要的问题是培养第一财商，即赚更多的钱。

经过一年的奋斗之后，罗伯特的生意大为成功，他成为一个百万富翁，而后又突然失败，他负债累累，不得不面对有生以来最大的财务危机。然而，富爸爸鼓励他正视问题并从头开始生意，而不是逃避问题。富爸爸提醒他，解决好这个糟糕问题会提高他的理财智慧。尽管很痛苦，但正视问题和重建企业的过程让罗

伯特不仅提高了第一财商“赚更多的钱”，还使他成为了一个在财务上更聪明的企业家。今天，罗伯特的富爸爸公司已经成为一家国际性企业。

在作者看来，人们缺乏第一财商“赚更多的钱”原因之一就是他们想要钱但不想经历过程。作者提出，许多人没有意识到使他们致富的是过程，而不是金钱。另一些人不能致富的原因在于他们更看重一份稳定收入，而不是看重在理财问题上变得更聪明从而更富有的学习过程。他们被贫困的恐惧吓坏了，正是这种恐惧使他们无法抓住机会，也解决不了如何致富的问题。

怎么培养第一财商“赚更多的钱”呢？作者的建议是：（1）选择你的目标；（2）选择你的过程。作者让我们记住，过程比目标更为重要。他认为我们要学会面对失败的风险，要不断尝试，即使出现似乎无法解决的大问题时也不要轻易放弃，要接受新的挑战和学习新的东西，使我们致富的是学习的过程而不是金钱。

理财智慧也是一种情感智慧，当我们无法控制感情，我们就无法控制金钱。我们所经历的过程也是同样的道理。控制感情的跌宕起伏以及把短暂的满足感延后，对发展理财智慧的过程是至关重要的。

智慧不是记住旧的答案，避免犯错。真正的智慧是学习如何解决问题，目的是为了更大的问题。关于第一财商，作者提出要想变得富有就必须认清这样一个事实：问题从来不会自动消失。当发现了解决一个问题的方法，另一个新的问题就会突然出现。关键在于一定要认识到，正是解决这些问题的过程才使我们不再被金钱所困。我们解决的问题越多，我们就会变得越富有。

问题是我们变得更聪明的资源，是我们学习变得更富有的机遇，可许多人仍想不劳而获，不愿意解决任何问题，他们想得到的总是多于他们解决问题所应得的报酬。在世界正发生巨变的这个当前时代，那些做的少却想要得多的人的生活会更艰难。作者让我们现在就想一想，我们需要解决些什么问题，然后正视和处理这些问题，这样钱就会自动流入我们的口袋，而一旦我们有钱了，我们就需要用我们的每一份理财智慧去守住我们的钱财。瞅瞅，您属于哪个象限呢？

#### **第四章 守住你的钱**

守住你的钱，使其免受损失很重要，这涉及到第二财商的培养。第一财商“赚更多的钱”一般通过总收入来衡量。如何衡量第二财商呢？第二财商一般通过百分比来衡量，它衡量的是一个人最终收入的百分比，并相对于损失掉的收入的百分比。

这一章里作者以他生活的美国为例，告诫我们并非只有强盗、罪犯和逃犯才威胁到我们的财富，有些坐等分享我们财富的是我们喜爱的、信任的和尊重的人或组织。作者把他们统称为 B 系列，包括美国政府官员、银行家、经纪人、商店、新娘和情郎、姐夫和内弟、法律顾问等。

作者说，他的人生信条是与其改变系统，不如改变自己。他只想了解规则并按规则办事，但这并不意味着他相信规则是合理的，或者是公平的，它们可能是不合理或不公平的。金钱的规则的确如此，而且有规律地变化着，但即使有不公

平之处，仍有诸多益处。也正是有许多人利用别人在财务上的天真无知而变得富有，或者是许多人通过别人口袋漏出的财富而变得富有，第二财商“守住你的钱”才显得非常重要。

## 第五章 预算你的钱

量入为出并不是让我们变得富有的聪明方法，要学会第三种财商“预算你的钱”。第三种财商之所以重要，在于学会如何做盈余预算是变得富有和保持富有的关键所在。

在谈及第三财商“预算你的钱”时，只有两种选择，要么预算赤字，要么预算盈余。许多人选择预算赤字。可如果想成为富人，应选择预算盈余。

如何提高第三财商呢？罗伯特从他的富爸爸和其他富人那里学到了四个诀窍。

诀窍一：预算盈余是一项支出。必须把盈余当作一项支出，并且优先支付，而不是作为一项资产。这样做，虽然短期内可能会面临金钱短缺的问题，但会激励我们去提高第一财商“赚更多的钱”。

诀窍二：支出栏是水晶球。如果我们想预测某个人的未来，只需要看一看他每个月的支出。

诀窍三：用我的资产偿还我的负债。如果我们想要高级奢侈品，首先要创造大量资产。换句话说，就是先通过用盈余投资来获得资产，然后用这项资产带来的现金收益购置奢侈品，偿还欠下的负债。

诀窍四：通过消费变得富有。在经济困难时，大多数人会削减支出，而不是去想办法增加收入。财商高的一个标志就是懂得何时花钱，何时削减支出。一味削减支出而不是去消费，是许多人不能获得并保住资产的一个原因。

预算不是关于协调金钱的计划，它协调的是资源。如果我们学着去接受诸如没有足够的钱、堆积如山的债务等财务问题，并把它们当做学习的资源和机会，我们就会慢慢地创造预算盈余。

作者提出，分配给资产栏的收入比例越高，我们的第3种财商就越高。罗伯特就将收入的80%分配到资产上，只靠剩余的20%生活。他保持财务上的挑战性，让他变得更加聪明，而预算盈余让他和妻子金过上了更富有的生活。

## 第六章 撬起金钱的杠杆

利用杠杆作用，就可以让别人的钱为你工作。这正是第四种财商“撬起金钱的杠杆”要教给我们的理念。

这一章里，作者首先帮助我们厘清控制和杠杆这两个概念。杠杆作用就是用更少的东西做更多的事情，但投资者如果缺少控制其投资的理财智慧，利用杠杆作用就会有很大风险。也就是说，杠杆作用的关键在于控制，而控制的关键在于理财智慧。

杠杆作用并不是冒险，只要会控制。如果能控制，更多杠杆作用意味着更高的回报。不能控制才等同于高风险，这时就不能使用太多的杠杆。

作者提出，不管我们是仅为获得资本利得而投资的投资者、仅为获得现金流而投资的投资者，还是既想获得资本利得又想获得现金流而投资的投资者，我们都需要理解以下七个观点：（1）杠杆作用有很多类型；（2）大多数投资者投资纸资产，但很少能控制；（3）收益提高并不意味着风险也提高；（4）大多数理财顾问都不是投资者；（5）财商教育提高理财智慧；（6）杠杆作用有两个方向；（7）当大多数理财顾问推荐多元化投资时，他们所推荐的投资并非真正的多元化。

作者告诉我们，生来贫穷和未接受过财商教育并不意味着我们不能变得富有，要敢于梦想，要从小事做起并小心谨慎。通过不断行动、学会解决问题来发展财商。

如果理财智慧高，即使没有一分钱，你也能赚到更多的钱。在信息时代，知识是最终的杠杆。不用投入钱，用我们的知识来变现，知识变现赚的钱越多，我们的财商也就越高。

## **第七章 改善你的财务信息**

许多生意之所以失败，是因为缺乏好的商业信息和理财智慧，而不是因为缺钱。因此，应提升我们的第五种财商“改善你的财务信息”。

信息在战场上意味着生和死，而在生意场上则意味着富有或贫穷。信息是我们所处的这个时代最伟大的资产，单是信息就可以使我们变得很富有。同样地，信息缺乏或错误的信息是负债。

作者认为，之所以有很多人在经济上步履艰难，其中一个原因就是他们用陈旧的、带有偏见的、误导性的或错误的信息驱动他们最有力的资产——他们的大脑。

信息既丰富又免费，但我们会面临信息超载的问题。怎么才能判断出有价值的信息？作者建议可以依据时间、可信性、分级、相关信息、欺骗性的信息这几个维度来识别。

作者将他在战场上学到的信息分析方法应用到了生意场上，他告诫我们：许多人不知道事实和观点的区别。简单地说，事实是经过证实的事情。观点可能基于事实，也可能不是基于事实。当人们把观点当做事实来运用时，就会想出愚蠢的解决办法。一个冒险的投资者就是根据观点来投资的。当观点被误认为是事实时，财务上不理智的行为由此而生。不幸的是，大多数投资者都是冒险一族。

在作者看来，聪明的投资者知道事实和观点的区别。一般来说，为获得资本利得而投资的人是在投资观点；为获得现金流而投资的人是在投资事实。如果可能的话，聪明的投资者既投资观点，又投资事实，也就是说，既为现金流而投资，又为获得资本利得而投资。

罗伯特从来不喜欢规则，但他的富爸爸告诉他，没有规则就没有资产。在生意场上，规则提升资产价值。所以，关于规则的信息无比重要。作者告诫我们一定要记住两件事，一是规则为金钱游戏提供有价值的信息来源；二是如果没有规

则，资产价值就会下降。

当投资者从一大堆事实中获得信息，然后形成观点，这时趋势就形成了。趋势有强大的力量，趋势是我们的朋友。聪明的投资者应顺应趋势而投资，而非市场价格的涨落。

最后作者强调，信息只是信息，智慧是获得信息并赋予它意义的能力。不是资产使你变得富有，而是信息和智慧使你变得富有。

## **第八章 财务健全**

在本章里作者提出，如果我们想要变得富有、保持富有并将财富代代相传下去，我们需要健全所有五种财商。财务不健全会引发金钱问题。作者认为学校未能提供财商教育，没有培养出受过财商教育的民众，这是人们财务不健全的主要原因之一。

会计是商业的语言，财务报表是我们的财务是否健全的反映，相当于我们的财务成绩单。为提高我们的内在价值，作者建议：解决好自己的问题。先查看五种财商，问问自己现在最需要提升哪一种，然后专心学习，现在就开始。五种财商是相互关联的，通过先集中攻克一个，最终将会提高所有的财商。当五种财商提高后，我们的内在价值也就提高了，我们的财务就更健全了。

作者告诫我们，要投资有内在价值的资产。可哪家公司具有内在价值以及财务健全呢？识别内在价值需要这五种财商，当一家公司有内在价值时，它在财务上很健全。作者建议我们学习巴菲特用来评价一个公司内在价值的标准，也就是要思考这个公司能挣更多的钱吗？这个公司有守住资产的制胜法宝吗？这个公司对金钱和资源做好预算了吗？这个公司有升职和发展的空间吗？这个公司的管理团队是聪明且知识渊博的吗？

## **第九章 你的理财天赋**

暴风雨即将来临的时候，也是要做好准备的时候。那些陷入财务困境的人不愿意发展个人智慧。他们可能很聪明、很优秀，学术能力也强，但是如果不培养理财智慧，他们的财务困境很可能会继续下去。

大脑由三个基本的部分构成：左脑、右脑和潜意识，要学会用我们整个大脑来学习取胜。如果我们想要变得更富有，最重要的是要找一个容许大脑三部分协调发育的环境，并给它们时间去发展。

我们要训练我们的左脑去理解我们的目标，动用我们的右脑去想出创造性的解决办法，保持我们的潜意识兴奋而不是恐惧。马上采取行动，整合我们大脑三部分的能力吧。如果一个人能够协调和发展大脑三部分，他在现实社会中就更有可能获得成功。

事实上，我们所有人都具有独特的天赋和才能，只要我们不害怕犯错误，并能从错误中学习，就能够开发我们的理财天赋，从而创造出奇迹。许多人没有发展他们的理财天赋，仅仅是因为他们太懒惰。

## **第十章 发展你的财商**

培养五种财商是一个终身的过程。要改变我们的生活，先要改变我们的环境。改变我们的环境后，再改变我们的生活。作者告诉我们应该寻找能以实践的方式发展大脑三部分和培养我们才华的多变的环境，包括学校、军队、公司、研讨会等。在这章里，作者举出了一些实例，告诉我们勇气比优秀的成绩更重要。他认为，我们需要有勇气来发现、开发并向世界贡献我们的天赋。

答案关乎过去，而能力面向未来。财富是一个人思考能力的产品。金钱本身不足以让我们致富，使我们富有是理财智慧。当然，理财智慧不是唯一的智慧，也不是最重要的智慧，但它是我们每个人都需要的一种智慧。

心有多大舞台就有多大，只要有勇气聆听理财智慧并从中学习，绝不轻言放弃，我们就能发展我们的理财天赋。财商是我们每一个人拥有的真正重要的资产，拥有财商让我们更聪明、更富有。

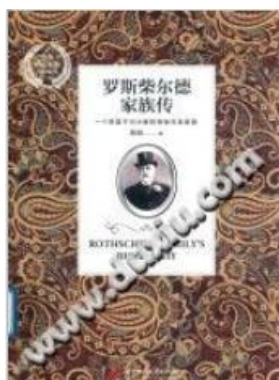
作者：常叶青 山东工商学院会计学院

来源：山东工商学院图书馆微信公众号

[https://mp.weixin.qq.com/s/\\_yXjXYrcTxibDLeXjvcEbQ](https://mp.weixin.qq.com/s/_yXjXYrcTxibDLeXjvcEbQ)

## ★学术资源推荐

### 图书推荐



#### 《罗斯柴尔德家族传》

作者：陈润

出版发行：武汉：华中科技大学出版社，2019.06

ISBN 号：978-7-5680-5135-4

中图法分类号：K835.160.9

内容提要：19 世纪的罗斯柴尔德家族有“第六帝国”之称。20 世纪二战前，美国民主党是属于摩根家族的，共和党是属于洛克菲勒家族的，而洛克菲勒和摩根都曾经属于罗斯柴尔德家族。罗斯柴尔德家族控制全球经济命脉近两个世纪，其鼎盛时所掌控的财富占当时全球财富的一半，他们是“货币战争”最早的策划者和实施者。本书按时间顺序，以罗斯柴尔德家族发展历程为主线，以战争和金融两大内容为暗线，从沉浮跌宕中，揭示罗斯柴尔德家族如何在风云变幻和变革兴衰中永远为王、长盛不衰的成功秘密。

电子全文链接：

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14634576/f9b93dd2d3e54f138c7c554cf3c4c9e2/0688474d4666cfa93a79f84607490b2c.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3De89413257ae4bf43319e825549835ad0%26enc%3D7efladc20a27a1a1a377be23221b9ee5%26ssid%3D14634576%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&fenlei=11090405&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14634576/f9b93dd2d3e54f138c7c554cf3c4c9e2/0688474d4666cfa93a79f84607490b2c.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3De89413257ae4bf43319e825549835ad0%26enc%3D7efladc20a27a1a1a377be23221b9ee5%26ssid%3D14634576%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.27.252_1356&fenlei=11090405&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.27.252_1356&view=-1)



### 《洛克菲勒家族传》

作者：王健平

出版发行：武汉：华中科技大学出版社，2019.06

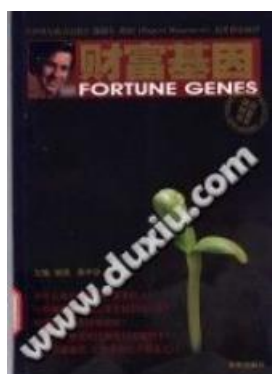
ISBN 号：978-7-5680-5136-1

中图法分类号：K837.120.9

内容提要：洛克菲勒是20世纪早期世界首富、石油大王及著名的慈善家，洛克菲勒家族是影响全球百年商业史的大财团。本书以洛克菲勒家族的发展历程为主线，以全球金融史、经济史为暗线，讲述了洛克菲勒家族创业、经营、用人、拓展事业的历程，包括从事慈善事业的感悟，探索家族强大富有的秘密，参透家族企业如何从做大到做强，如何在世界风云变幻中长盛不衰，基业长青。是适合投资者、管理者、创业者和有志青年阅读的经典传记。

电子全文链接：

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14634577/005e1762ec5642e8b57bebd38fec8eb0/09c90314c603d163de2739d272fb8470.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3De02f86887a784e98bcaa6f4905fc1cbb%26enc%3Da320ac4354043f158d3c4b14e28b7639%26ssid%3D14634577%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&fenlei=11090407&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14634577/005e1762ec5642e8b57bebd38fec8eb0/09c90314c603d163de2739d272fb8470.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3De02f86887a784e98bcaa6f4905fc1cbb%26enc%3Da320ac4354043f158d3c4b14e28b7639%26ssid%3D14634577%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.27.252_1356&fenlei=11090407&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.27.252_1356&view=-1)



### 《财富基因》

作者：（英）胡润（Rupert Hoogewerf）

出版发行：海口：海南出版社，2003.03

ISBN 号：7-5443-0735-2

中图法分类号：K825.38=76；F279.23

内容提要：本书第一部分介绍了企业家们所受的教育，以及对他们青少年时期影响深刻的人和事，试图表明—究竟是怎样的种子长成了大树，是什么使他们与众不同而努力创业；第二部分给出了企业家们对子女的15个忠告。

电子全文链接：

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/11356448/6b5b51cc565a4b7698de453db86e0124/131299afbdfda6b2df635ae8ea093c1.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3Def3d4e3ebdc9f30a01161c27dfea0ba4%26enc%3D7f40821a9f76955065793914ab40bfb6%26ssid%3D11356448%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&fenlei=110903050403&spage=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/11356448/6b5b51cc565a4b7698de453db86e0124/131299afbdfda6b2df635ae8ea093c1.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3Def3d4e3ebdc9f30a01161c27dfea0ba4%26enc%3D7f40821a9f76955065793914ab40bfb6%26ssid%3D11356448%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.27.252_1356&fenlei=110903050403&spage=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.27.252_1356&view=-1)



### 《定投魔方 开启财富裂变模式》

作者：赖国光

出版发行：北京：中国商务出版社，2017.05

ISBN 号：978-7-5103-1877-1

中图法分类号：F830.91

内容提要：本书内容包括：投资、投机与理财、给你梦想与现实兼顾的未来、谁是我们财富的敌人、投资理财的真正意义、所以我们要定投、什么是基金、中国基金业发展与现状、什么是股票型基金等。

电子全文链接：

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14295507/61000a2ec0934610af76168ee-f08ddd1/a11e7e41e9c7504bd00e807b3d4c8ecd.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3D67c99390a96ef2b6d3af80bc15b6e50f%26enc%3D1cdcead6e414cfbca1e30677f62ed8e3%26ssid%3D14295507%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.2.7.252\\_1356&fenlei=061103011001&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.2.7.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14295507/61000a2ec0934610af76168ee-f08ddd1/a11e7e41e9c7504bd00e807b3d4c8ecd.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3D67c99390a96ef2b6d3af80bc15b6e50f%26enc%3D1cdcead6e414cfbca1e30677f62ed8e3%26ssid%3D14295507%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.2.7.252_1356&fenlei=061103011001&spage=1&srh=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.2.7.252_1356&view=-1)



### 《财富范畴及其幻想的哲学反思》

作者：杨娟

出版发行：上海：上海人民出版社，2017.01

ISBN 号：7-208-14144-5

中图法分类号：F014.39

内容提要：本书从解析财富的概念入手，结合当下世界与中国的经济发展中出现的财富幻象，追问财富幻象存在的“反思对象”，探讨财富的本质与人的存在方式、人性、自由与社会进步和人的全面发展的辩证关系等等的关联问题。

电子全文链接：

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14104849/98c189be931342f3b4bc38ede8c4762f17f18c3087c190bacba326a89ed5ab7b.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3D9647cedc26bdfc1e5b365b27d3b082c9%26enc%3D6a4500519b9f1bcda8d813081cdc6502%26ssid%3D14104849%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.2.7.252\\_1356&fenlei=060102030305&spage=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.2.7.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/14104849/98c189be931342f3b4bc38ede8c4762f17f18c3087c190bacba326a89ed5ab7b.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3Fd%3D9647cedc26bdfc1e5b365b27d3b082c9%26enc%3D6a4500519b9f1bcda8d813081cdc6502%26ssid%3D14104849%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.2.7.252_1356&fenlei=060102030305&spage=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.2.7.252_1356&view=-1)



### 《财富心理学》

作者：金圣荣

出版发行：北京：中国纺织出版社，2014.11

ISBN 号：978-7-5180-0826-1

中图法分类号：B848.4-49

内容提要：生命中的一切财富都源自内心。投资和赚钱是一个内在的比拼，当内在修为越坚定时，外在脚步也越稳定，财富积累也持续越久。本书从心理学的角度入手，指出贪婪和恐惧交替主导着投资的全过程，所谓的淡定是建立在

拥有完整的操作系统、结果心里有底的基础上的,心理决定行为继而决定了结果,我们要做的就是在体验中学习让心理为生财致富、为投资服务。真正的财富在于内心,而非外在。只有内在富足了,外面的财富还会远吗?

电子全文链接:

[http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/13766723/28b69f2247c848758728cb3d9e2be92c/742d38aa0b921a73613a335731efb96c.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3F%3D3Dd3c0880a965777e0204000e9f5e5107e%26enc%3D2032b026608d1f2724ae80bbf3bc18cf%26ssid%3D13766723%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&fenlei=0214080432&spage=1&t=5&username=dx2baoku\\_58.57.27.252\\_1356&view=-1](http://img.sslibrary.com/n/slib/book/slib/13766723/28b69f2247c848758728cb3d9e2be92c/742d38aa0b921a73613a335731efb96c.shtml?dxbaoku=true&deptid=1356&fav=http%3A%2F%2Fwww.sslibrary.com%2Freader%2Fpdg%2Fdxpdgreader%3F%3D3Dd3c0880a965777e0204000e9f5e5107e%26enc%3D2032b026608d1f2724ae80bbf3bc18cf%26ssid%3D13766723%26did%3D1356%26username%3Ddx2baoku_58.57.27.252_1356&fenlei=0214080432&spage=1&t=5&username=dx2baoku_58.57.27.252_1356&view=-1)

## 论文推荐

1. 社会情感财富与公司风险投资: 家族企业演变的调节效应/王晓婷, 陈文强, 李生校/浙江工商大学工商管理学院, 浙江财经大学会计学院, 绍兴文理学院商学院

**摘要:**流行的观点认为, 由于家族短视损失厌恶的行为逻辑, 保存社会情感财富抑制了家族企业的公司风险投资。本文将这一逻辑与家族企业演变结合起来, 认为尽管家族对企业的控制抑制了公司风险投资, 但家族企业来源与家族控制年限会影响家族的行为逻辑, 进而影响公司风险投资。对中国制造业 325 个上市家族企业 2250 条观察记录的分析结果支持了这一观点, 研究显示要促进家族企业的公司风险投资, 需要引导家族形成对企业的长期承诺。

**关键词:** 家族企业; 公司风险投资; 社会情感财富; 公司创业; 制造业; 所有权;

**分类号:** F425; F276.5

**基金:** 教育部人文社会科学研究项目“家族参与对企业风险投资及其价值效应的影响机制研究”(18YJC630184); 教育部人文社会科学研究项目“股权激励模式与企业生命周期的适应性匹配研究”(18YJC630010); 浙江省自然科学基金项目“契约条款设置与股权激励的动态效应: 因果识别与机制分析”(LQ19G020007);

**来源及全文链接:** 《当代经济科学》, 2020.07

[https://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1400.F.20200706.0926.002.html?uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0%3D%249A4hF\\_YAUvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!](https://kns.cnki.net/kcms/detail/61.1400.F.20200706.0926.002.html?uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0%3D%249A4hF_YAUvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!)

2. 债转股的财富效应和企业绩效变化/李曜, 谷文臣/上海财经大学金融学院

**摘要:** 市场化债转股已成为我国宏观去杠杆的重要方式。宏观政策和理论模型分析都指出, 对于经营上暂时陷入困境的正常企业, 债转股能够产生积极效应; 而对于僵尸企业, 债转股只会产生负面效应。文章手工整理了 2016-2018 年债转股启动以来的 88 个签约项目, 发现在披露财务信息的债转股企业中有 19 家僵尸企业。金融市场对宣告债转股给予了不同的反应: 债券市场对僵尸企业宣告债转股给予了显著的负面反应, 对非僵尸企业宣告转债股则给予了显著的正面反应; 股票市场对债转股公告给予了中性反应, 且对于僵尸企业与非僵尸企业不存在显著差异, 但对民营企业债转股的反应较为负面。在债转股之后, 非僵尸企业降低

了财务杠杆, 盈利能力、偿债能力和经营效率显著上升; 对于僵尸企业, 杠杆率有所下降, 但盈利能力、偿债能力和经营效率并没有改善。

**关键词:** 市场化债转股; 僵尸企业; 财富效应; 财务绩效;

**分类号:** F832.51; F275

**基金:** 中美富布赖特研究学者基金(2018-2019);

**来源及全文链接:** 《财经研究》, 2020.07

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=CJYJ202007009&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MjY3MDFpZlNaTEc0SE5ITXFJOuZiWVl4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlIPZHZGeS9tVnl3Qko=](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=CJYJ202007009&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MjY3MDFpZlNaTEc0SE5ITXFJOuZiWVl4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlIPZHZGeS9tVnl3Qko=)

3. 财富创造中的道德与创新问题研究/乔治·恩德勒, 张琳, 陆晓禾/美国圣母大学门多萨商学院, 上海社会科学院哲学研究所

**摘要:** 创新和创造财富的问题对中国来说至关重要。本文引言回顾了戴维·S·兰德斯(David S.Landes)的观点, 即创新文化对欧洲的工业革命至关重要。引言还提到了目前许多中国企业在将发明转化为可行的经济和金融解决方案方面存在的问题, 特别强调了《中国2030年报告》(China 2030)中有一整节专门论述了“中国通过技术融合和创新实现增长”。本文的主要部分论述了财富创造中的道德和创新的一般问题。首先, 用全球化、可持续性和金融化这三个关键词简要概括了这个问题的三个相关原因。其次, 解释了作为全面概念的财富创造并举例说明了它在某种程度上不同于企业家精神。第三, 更具体地从人权和其他伦理规范和价值观来考虑财富创造的伦理维度, 这某种程度上不同于从道德想象力来考虑。最后, 本文把这些一般性的考虑放在中国背景下, 提出了中国如何在财富创造过程中整合道德与创新的一些建议。

**关键词:** 道德; 创新; 财富创造; 全球化; 可持续性; 金融化;

**分类号:** B82-053

**来源及全文链接:** 《伦理学研究》, 2020.03

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=YJLL202003016&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDcwOThSOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRyV00xRnJDVVI3cWZZT2R2Rnkvb1VyN1BQQ2ZIWXJHNEhOSE1ySTIFWw8=](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=YJLL202003016&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDcwOThSOGVYMUx1eFITN0RoMVQzcVRyV00xRnJDVVI3cWZZT2R2Rnkvb1VyN1BQQ2ZIWXJHNEhOSE1ySTIFWw8=)

4. 家庭资产、财富效应与居民消费升级——来自中国家庭追踪调查的微观证据/南永清, 肖浩然, 单文涛/南京审计大学政府审计学院, 东南大学经济管理学院, 南京审计大学会计学院

**摘要:** 基于中国家庭追踪调查的微观面板数据, 考察了家庭资产对居民消费升级的影响。研究结果表明: 家庭资产对居民消费的影响存在明显的资产效应和财富效应, 且财富效应大于资产效应; 户主年龄为36~50岁的家庭财富变动的消费升级效应更为明显, 家庭资产增值主要促进了城镇的医疗保健类消费, 且住房资产所引致的消费效应相对更大。进一步的研究显示, 相较于住房资产的“抵押担保效应”, “直接财富效应”是影响消费升级的主要渠道。

**关键词:** 家庭资产; 财富效应; 资产效应; 消费升级; 资产结构;

**分类号:** F126

**基金：**国家社会科学基金重大项目(17ZDA038)；国家社会科学基金青年项目(18CJL045)；国家自然科学基金面上项目(71773063)；

**来源及全文链接：**《山西财经大学学报》，2020.08

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/14.1221.F.20200604.0943.003.html?uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDgzNDR6bVJuNm01N1QzZmxxV00wQ0xMN1I3cWRaK1pvRnlubFZMM1BKVjA9TmYYSVpMRzRITkhNcVk5QlpPc09ZdzlN](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/14.1221.F.20200604.0943.003.html?uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDgzNDR6bVJuNm01N1QzZmxxV00wQ0xMN1I3cWRaK1pvRnlubFZMM1BKVjA9TmYYSVpMRzRITkhNcVk5QlpPc09ZdzlN)

5. 资产短缺、国民财富导向与经济高质量发展/范从来，张前程/南京大学长江三角洲经济社会发展研究中心，南京大学经济学院博士后流动站，安徽大学经济学院

**摘要：**在告别大范围产品短缺之后，资产短缺随之成为我国经济金融发展中的典型事实。资产短缺引致资产泡沫此起彼伏、影子银行泛滥、金融过热以及资金“脱实向虚”等现象，与经济重大结构性失衡紧密关联。需要从金融供给侧加大资产供应来平抑资产短缺所带来的“虚火旺盛”，增强金融服务实体经济的能力。金融资产供应要以现实资本创造的未来收入流为依据，这意味着增加金融资产供应就要把经济运行方式从GDP导向转为国民财富导向，以提升现实资本的质量。国民财富导向要求金融的功能定位做相应调整，金融业发展的重点应是在服务实体经济的同时，供应优质资产，增强财富管理职能。国民财富导向与高质量发展具有内在的一致性，从高质量发展的战略高度来统领国民财富导向，是厚植金融资产供应之根基、进而缓解资产短缺的根本保障。

**关键词：**资产短缺；国民财富导向；高质量发展；收入资本化；

**分类号：**F124

**基金：**国家社科基金重大研究专项“新时代中国特色经济学基本理论问题研究”(18vxk002)；国家自然科学基金面上项目“信贷传导渠道下货币政策与资本监管的协调研究”(71673132)阶段性研究成果；

**来源及全文链接：**《江苏社会科学》，2020，03

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=JHKX202003012&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MjA5OTgzQkx5WEFkckc0SE5ITXJJOUVab1I4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlIPZHZGeS9nVUw=](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=JHKX202003012&uid=WEEvREcwSIJHSlDRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNIOERmdzIrRGVYZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MjA5OTgzQkx5WEFkckc0SE5ITXJJOUVab1I4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlIPZHZGeS9nVUw=)

6. 中国特色社会主义政治经济学财富理论的探讨——基于马克思的财富理论的延展性思考/洪银兴/南京大学

**摘要：**中国特色社会主义政治经济学是解放、发展和保护生产力的系统性经济学说，与此相应，需要把财富作为基本经济范畴，并且把财富分析贯穿于中国特色社会主义政治经济学的始终，系统研究财富的生产、交换、分配和消费。马克思的经济学理论中既有价值论分析又有财富论分析，中国特色社会主义政治经济学中的财富理论可以从马克思的财富理论得到滋养，并且财富概念不只具有马克思的一般规定，还能反映新时代社会主义的本质特征。生产力水平的财富评价的重要意义是寻求发展生产力的动力，尤其是资本和科技对提高生产力水平的决定性作用。劳动是创造价值的唯一源泉，但不能孤立地创造财富，需要同其他要素结合起来创造财富，由此产生全要素生产率思想。财富创造是劳动、土地、资本、技术、管理等要素集合的过程。财富分配是在参与财富创造的要素所有者按

照各自对财富创造的贡献进行分配，使各个要素所有者各尽其能，各得其所，实现各种创造财富的要素充分涌流。财富及财富分析既要系统揭示马克思主义政治经济学中包含的丰富的财富理论，又要反映习近平新时代中国特色社会主义思想，由此构建当代中国马克思主义政治经济学的理论体系。

**关键词：**习近平新时代中国特色社会主义思想；政治经济学；财富；

**分类号：**F120.2

**基金：**作者主持的国家社科基金重大研究专项项目“新时代中国特色经济学基本理论问题研究”（18VXK002）的阶段性成果；

**来源及全文链接：**《经济研究》，2020.05

[https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=JJYJ202005006&uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=\\$9A4hF\\_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDgwMjlPZHZGeS9nVzd6QUx5ZlNaTEc0SE5ITXFvOUZZb1I4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlk=](https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDAUTO&filename=JJYJ202005006&uid=WEEvREcwSIJHSlIdRa1FhcEFLUmViNXFXOGZVTIRQbnNlOERmdzlrRGVYZz0=$9A4hF_YAuvQ5obgVAqNKPCYcEjKensW4IQMovwHtwkF4VYPoHbKxJw!!&v=MDgwMjlPZHZGeS9nVzd6QUx5ZlNaTEc0SE5ITXFvOUZZb1I4ZVgxTHV4WVM3RGgxVDNxVHJXTTFGckNVUjdxZlk=)