



# 女性客群：财富管理行业 新增长点



多年来，男性一直主导着财富管理行业。然而，这一现状即将改变。我们对一万多名富裕投资者进行了调研，其中约有 3000 名受访者都是执掌家庭财政权的女性。通过对富裕女性投资者的深入解读，我们发现，吸引并留住女性客户将成为财富管理公司发展的关键。为了赢得这一客群的青睐，财富管理公司需要步步为营，在深入了解女性需求、偏好，以及理财行为后，提供多元化的产品和服务。

作者：Pooneh Baghai , Olivia Howard, Lakshmi Prakash 和 Jill Zucker

麦肯锡在研究富裕消费者群体时，对一万多名富裕投资者展开了调研，其中约有 3000 名受访者都是执掌家庭财政权的女性。本文重点提炼了研究得出的两大洞见，并对富裕女性投资者进行了深入解读。

几十年来，财富管理行业一直由男性主导。不仅绝大多数投资顾问是男性（女性只占总数的 15%），相关财务决策也由男性主导。美国有 2/3 的富裕家庭都由男性执掌财政大权[1]。但这一现状即将改变。

### 财富新面孔—女性

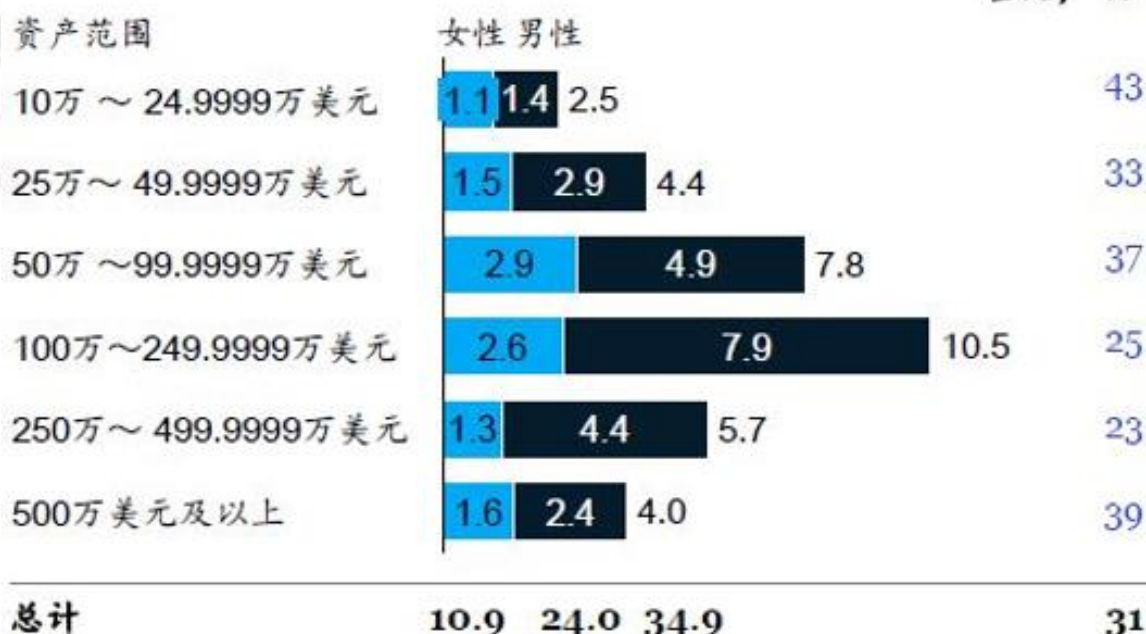
当前，美国女性掌管着 1/3 的家庭金融资产，共计超过 10 万亿美元（见图 1）。未来 10 年，这一比例有望显著提升。其中有人口结构因素：在美国富裕家庭中，约有 70% 的可投资资产都由婴儿潮一代（出生于 1946 ~ 1964 年的人）管理[2]；并且，上述资产中 2/3 都由夫妻双方共同

持有（即女性也有权掌管，但未积极参与财务决策）。

## 图1 如今，美国女性执掌着价值10.9万亿美金的资产

按性别划分的资产执掌情况，万亿美元

女性执掌的资产  
占比，%



注：因为四舍五入的关系，数字加总可能跟显示的总额不符

资料来源：《消费者财富状况调查》（Federal Survey of Consumer Finances）：受访者资产至少达到10万美元，年龄在25~75之间；麦肯锡分析：n = 9434（25 ~ 75岁的个人，可投资资产在10万美元以上），受访者共计2889位女性和6545位男性

换言之，未来约有价值 11 万亿美元的资产可能会出现换手的情况。考虑到女性更加长寿，且年纪通常都比丈夫小，很多男方都选择在过世后将名下资产转给妻子。在美国，女性平均寿命要比男性长 5 年，且夫妻双方通常会有两岁的年龄差（见图 2）。到 2030 年，美国女性预计将掌管婴儿潮一代的大部分资产（资产总量为 30 万亿美元）。这一潜在的财富转移规模几乎可以堪比美国全年的 GDP 体量[3]。当了多年的“配角”后，女性终于开始走向舞台中央。

图2 巨额的财富将转到美国女性手中

5 年

美国女性寿命比  
男性更长

30%

过去5年，已婚女  
性负责财务决策的  
比例上升

70%

配偶去世一年内，  
更换投资顾问的女  
性比例

资料来源：麦肯锡分析：n = 9434 (10万美元以上可投资资产，年龄25~75)；女性 n = 2889, 男性 n = 6545

人口结构带来的财富转移主要聚焦年长女性，但年轻富裕女性也对理财越来越精通。麦肯锡新一期的富裕消费者调查显示，与5年前相比，负责财务和投资决策的已婚女性数量增加了30%。越来越多的女性成为家庭经济支柱，可投资资产也水涨船高。麦肯锡《2019年职业女性调研》显示，美国职场女性占比显著提升，且更多女性正在跻身企业高层。2015年，拥有三名以上女性高管的企业还只占29%，2020年这一数字升至44%[4]。

上述变化为金融服务业带来了重要转折。富裕女性在接管家庭财政大权后，通常会根据自身需求来寻求专业服务。与男性相比，女性更倾向于认为自己的财务现状与目标相去甚远。这一点在丧偶女性身上尤为明显：70%的女性在丈夫去世后的一年内更换了财富管理公司[5]。

新冠疫情的暴发极有可能加快资产转移，主要有以下两点原因：1) 客户可能会对自身财务状况进行重新评估，从而导致资产转移。在前几次经济衰退中，便出现过客户更换投资顾问的情况；2) 由于新冠疫情加重了经济的不确定性，许多原本没有投资顾问的人有了新需求。新冠疫情期间的

一系列调研显示，在那些尚无投资顾问的消费者中，30%都有意向在来年寻求投顾服务[6]。

未来 3~5 年，女性客群将成为财富管理公司竞相争夺的对象，因为执掌家庭财政大权的女性数量将日益增多。不少领先公司都已明确承诺，会竭尽所能满足女性需求。

他们推出了各式各样的新产品和服务，招募了更多女性投资顾问，并举办了一系列金融科普讲座和社区温暖活动，旨在强调女性客户的重要性。当然，财富管理公司还开展了一系列市场推广活动，重点宣传退休规划、保险购买，以及房产等服务。

上述举措可能只是第一步。随着越来越多的女性开始执掌财政大权，财富管理公司必须建立起一套系统性的方法来满足其需求，并转变自身的业务和客户服务模式，吸引和留住更多女性客户，并与她们建立长期合作关系。汽车和房地产曾经都是男性主导的产业，面对女性客群的崛起，它们大力调整了产品及服务模式。比如，意识到单身女性买家数量要多于单身男性买家后，房地产业迅速调整了服务重心，不再只关注已婚夫妇，而是为单身女性提供了更有吸引力的价值主张。财富管理公司应该向房地产业学习，调整自身的产品和服务。如果坐以待毙，只会错失良机。

这些努力绝不会白费。麦肯锡 PriceMetrix 的分析显示，仅仅是留住婴儿潮一代的女性客户（我们认为最容易流失的客群），便能为公司带来 1/3 的收入增长。在此基础上，公司如果还能吸引并留住年轻女性客户（特

别是 80、90 后)，便能使收入直接翻两番。

80、90 后女性客群虽然只执掌富裕家庭可投资资产的 15%，但她们颇具影响力。PriceMetrix 对管理该客群的投顾进行了分析，结果表明，他们能够实现 5% 的年收入增长，而行业平均值只有 1%。有趣的是，这些投资顾问跳槽的可能性也更高。

要想充分迎接上述挑战，财富管理公司必须深入了解女性需求、偏好以及理财行为。麦肯锡携手 Dynata 对一万多名富裕投资者展开了调研，其中，约有 3000 名受访者都是执掌财政大权的女性。我们将在下文全面解读富裕女性投资者。

### 两性理财风格存在显著差异

在富裕投资者中，男女的理财风格存在显著差异。整体而言，女性更倾向于咨询专业建议，对自己的财务决策能力也更易缺乏信心。她们在做决策时，更加注重长期目标的实现，对风险的容忍度也较低。女性更加看重投顾与自身的契合度，并且更容易就某件人生大事寻求专业意见。

#### 1 寻求投顾服务的可能性更高

与男性相比，女性富裕消费者寻求投顾服务的可能性更高，她们也不介意为昂贵的面对面投顾服务买单。我们的研究表明，相较于支付 10 个基点的费用来购买纯数字化服务，年长一些的富裕女性更愿意额外支付 1%（或以上）来购买投顾服务，并且其概率要比男性高一倍。

## 2 对自身的理财能力缺乏信心

当被问及对自身财务决策和投资敏锐度的看法时，很多女性的回答都缺乏自信。在富裕消费者中，只有 1/4 的女性称完全可以独自做投资和储蓄类决策。相比同类别的男性群体，这一数字要低 15 个百分点。

当然，传统意义上的性别分工及其他因素或多或少会影响到自评结果，但毫无疑问，男女群体在自信心上存在明显差异。投顾可以聚焦这一需求，帮助女性实现财务目标，并提升她们对自身理财水平的信心。我们的研究发现，即便已经拥有投资顾问，仍有一半左右的女性财务决策者认为自己难以实现财务目标。

## 3 风险承受力更低

与男性相比，女性对高风险高收益投资的接受度要低 10 个百分点。麦肯锡最新一期富裕消费者调查报告显示，女性的优先考量是保护本金，而不是获取超额收益，并且她们选择被动投资策略的可能性也更高。比如说，相较于共同基金，她们更偏好成本更低的 ETF（Exchange Traded Funds，交易型开放式指数基金）。

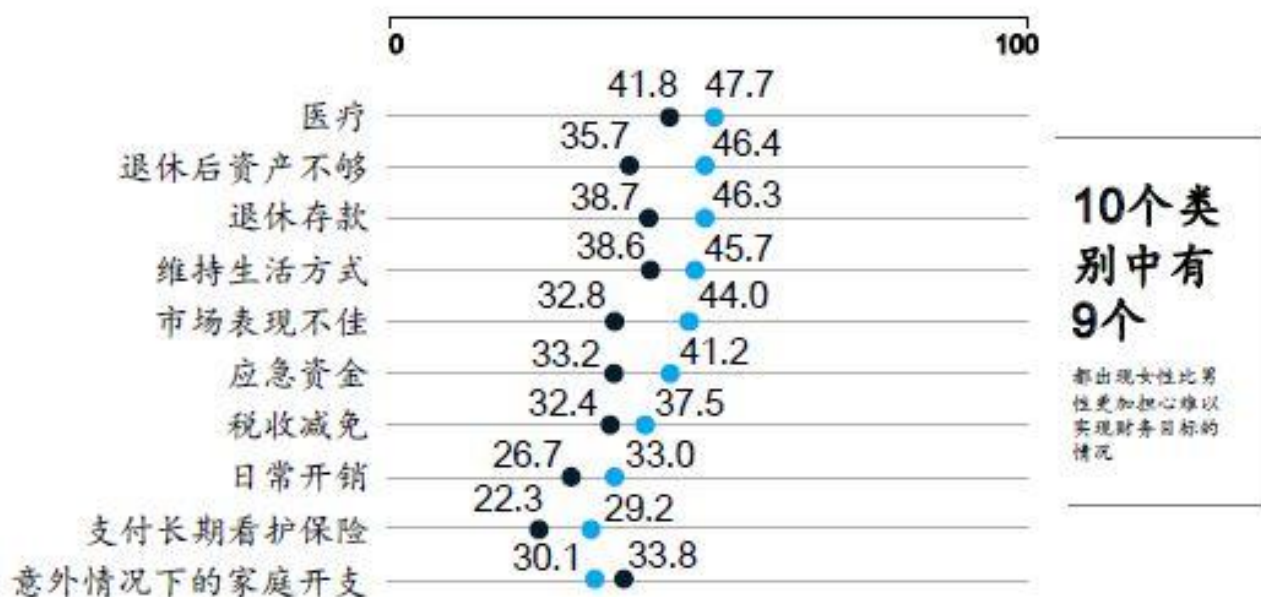
## 4 更加关注生活类目标

投资收益跑赢股市固然是个好消息，但绝大部分女性的首要目标绝不在此（见图 3）。对她们而言，退休永远是个大议题。与男性相比，担心退休后资产不够，或是存款枯竭的女性占比要高出 10 个百分点。

图3 美国女性比男性更加担心难以实现财务目标

每个话题下，回答担心的受访者比例，%

● 男性 ● 女性



注：图表显示的是调研中，回答“完全同意”和“完全不同意”的答案占比

资料来源：《消费者财富状况调查》（Federal Survey of Consumer Finances）；受访者资产至少达到10万美元，年龄在25~75之间；麦肯锡分析：n=9434（25~75岁的个人，可投资资产在10万美元以上），受访者共计2889位女性和6545位男性

健康也是一大隐忧：与男性相比，女性更容易因医疗开支和长期看护保险费用而担忧，也更害怕会在晚年成为他人负担。除去这些长远目标外，我们的研究还发现，女性在现金管理和其他日常财务需求上也需要更多帮助。

□□

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_33677](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_33677)