

# 香港金融消费者教育的经验 ——以投资者教育中心为例

夏梓耀

(中国人民银行 营业管理部 北京 100045)

**摘要:** 2008 年金融危机后,香港设立投资者教育中心负责在全港推行金融消费者教育。投资者教育中心自成立以来,通过大众传媒、外展活动与门户网站等渠道推行金融消费者教育,并尤为重视学校的金融基础性教育,其教育工作具有多样性、针对性、生动性、实用性的特征,反响良好,成效显著。香港金融消费者教育的经验,为内地提供了有益的参考与借鉴。

**关键词:** 香港;投资者教育中心;金融消费者;教育

**中图分类号:** F832      **文献标识码:** A      **文章编号:** 2095-0098(2016)06-0059-05

历经金融危机中的雷曼“迷你债”风波等事件之后,加强金融消费者教育、培育成熟理性的消费者群体成为香港各界共识。为此,香港特区政府启动并于 2012 年 5 月完成对《证券及期货条例》的修订。根据修订后《证券及期货条例》的相关规定,投资者教育中心(Investor Education Center, IEC)作为香港证券及期货事务监察委员会(证监会)的附属机构于 2012 年 11 月成立,负责在全港推行全面的金融理财教育,增进公众的金融知识与技能。香港投资者教育中心自成立以来,在金融消费者教育方面采取了一系列卓有成效的举措,取得了良好的社会反响,颇具借鉴意义。

## 一、香港投资者教育中心的主要教育举措

金融消费者教育的目标,就是通过多种渠道与形式,将科学的金融理念与态度、知识与技能传递给公众,促使公众理性、成熟地进行金融消费<sup>[1]</sup>。为达此目标,香港投资者教育中心主要从四个方面采取措施。

### (一) 利用大众传媒推行金融消费者教育

大众传媒在传递信息方面具有超越时间与空间限制,传播速度快、影响面积广、接受人数多的特征,是开展金融教育不可或缺的媒介。香港投资者教育中心通过广播、电视、报刊、杂志等多种渠道,综合运用广播剧、电视剧、视频短片、广告海报、专栏文章等多种形式,向公众持续传播科学的金融理念与态度、知识与技能。如 2012 年 12 月至 2013 年 2 月间,香港投资者教育中心在新城财经广播台和新城数码财经广播台播放一系列广播剧,内容围绕设定投资目标、选定投资策略、合理分散风险、确定投资组合等展开;2014 年 8 月,与《明报》联合制作《明智投保》报刊特辑,提高公众对保险的认识;2015 年 1 月至 3 月,与香港电台合作推出《回到未来钱》8 集电视剧,分别以理财、债务管理、投资、储蓄、退休及财务策划为主题,吸引超过 65 万名成年观众收看。据统计,自 2012 年 11 月至 2014 年 4 月,香港投资者教育中心就重要金融教育主题进行电台广播 2475 次、电视广播 4126 次、交通网络上的户外媒体广播 15602 次,推出印刷媒体文章 153 篇<sup>[2]</sup>,确保金融消费者教育具有良好的覆盖面与普及度。

### (二) 利用外展活动推行金融消费者教育

开展金融消费者教育外展活动,金融教育工作者与公众面对面直接进行交流沟通,可使公众身临其境接受教育,收到较好的教育效果。香港投资者教育中心在利用大众传媒推行金融消费者教育之余,还积极开展

收稿日期: 2016-06-04

作者简介: 夏梓耀(1989-),湖南安化人,博士,经济师,研究方向为金融法、金融消费者权益保护。

讲座、访谈、展览、社区活动等多种形式的外展活动。如针对青少年,香港投资者教育中心于2013年10月至2014年2月举办了“年少财知”理财教育活动,通过社会名人、金融专家分享理财经验的方式,帮助青少年学习订立理财目标、制定财务预算及进行审慎投资;针对退休人士,与香港警务处长期合作举办一系列讲座,向参加者传递有关个人理财以及防范针对年老者投资骗局的信息,并与香港理工大学合作推出面向退休人士的金融理财知识课程;针对基层家庭,在观塘区等地区举办形式为游戏与表演的社区活动,向基层家庭传授金融理财知识。据统计,自2012年11月至2014年4月,香港投资者教育中心共举办74项外展活动,吸引10208名市民参加;在活动中共计派发31504份金融知识宣传页或宣传册<sup>[2]</sup>。

### (三) 利用门户网站推行金融消费者教育

在互联网时代,网络基于其方便、快捷的特性,可以在金融消费者教育中发挥重要作用。香港投资者教育中心积极推进自身门户网站建设,将门户网站打造成金融消费者教育的“前沿阵地”。一是网站内容全面,涵盖银行、证券、保险、基金等所有金融产品与服务的资讯及教育资源,满足公众全方位的金融知识需求,使门户网站成为综合性的金融教育平台。二是网站内容实用,提供“个人收支计算机”、“削减开支计算机”、“债务计算机”、“储蓄目标计算机”等多款理财应用软件供公众使用,帮助公众学习与实践科学的理财知识与方法。三是网站内容新颖,及时回应公众关注的金融热点,如2014年11月10日“沪港通”公告发布后,投资者教育中心门户网站于同日推出“沪港通”金融消费者教育专题网页,提供有关沪港通的全面教育资讯,包括两地股票交易安排的区别、内地股票市场的特点与风险、投资者保障及法规等。在认真建设门户网站的同时,香港投资者教育中心也采取措施积极扩大网站的知名度,在大众传媒与外展活动中广泛宣传其门户网站,吸引公众访问网站自主学习金融知识。据统计,自2012年11月至2014年4月,香港投资者教育中心门户网站共取得1139692次网页浏览次数<sup>[2]</sup>;自2014年4月至2015年3月,共取得1389346次浏览人次和404996人使用者人数,网站使用量和使用流量同比分别增长21%和65%<sup>[3]</sup>。在投资者教育中心的努力下,其门户网站的影响力和在金融消费者教育中的作用与日俱增。

### (四) 注重学校的金融基础性教育。

无论是通过大众传媒、外展活动抑或门户网站开展金融消费者教育,往往都是针对某些特定的金融问题进行,公众难以对金融知识与方法产生较为全面深入的认识,这就使这些金融消费者教育活动具有某些“头疼医头、脚疼医脚”的意味。鉴于金融知识的专业性、复杂性,在学校对青少年进行系统的金融知识教育,是培育成熟、理性金融消费者群体的长久之计。正因为认识到这一点,香港投资者教育中心积极走进校园推行金融基础性教育。一是开展针对教师的金融知识与教学技能培训,发挥教师在学生金融知识与技能方面传道授业的引领作用。如举办面向教师的《企业、会计与财务概论》学与教策略系列研讨会,提升教师的金融理财教育能力。二是制作并提供金融教育相关教学资源,充分发挥各类教学资源在金融教育中辅助性作用。如与《企业、会计与财务概论》教材配套推出“股坛达人”桌上游戏,寓教于乐,提高青少年学生学习金融知识的兴趣。跟踪调查显示,93%的学生反映有关教材让他们更有兴趣学习金融知识。三是组织开展各类金融教育课外活动,使课堂教育与课外教育有机融合、相得益彰。如根据初中课程《生活与社会》所涵盖的金融知识,在多家学校进行“GET \$ ET GO!”理财工作坊课外活动,模拟实际环境,让学生亲身作出财务决定,培养他们良好的储蓄与投资习惯<sup>[4]</sup>。

## 二、香港投资者教育中心的主要教育特色

香港投资者教育中心自成立以来,采取的一系列金融教育举措颇具特色。这些特色之处有助于增加公众参加金融教育的兴趣,扩大金融教育的成效。

### (一) 多样性

香港金融消费者教育的多样性体现在多个方面。一是内容多样。香港投资者教育中心虽是证监会的附属机构,但其教育内容并不限于证券相关知识,而是涵盖银行、保险、基金等所有金融产品与服务。公众在投资者教育中心可以一站式了解各方面的金融知识,省去多头查找学习金融知识的不便。二是渠道多样。广播、电视、报刊、杂志、网络等不同渠道在信息传播效果方面各有优劣,香港投资者教育中心综合采用上述渠

道进行金融消费者教育,形成不同渠道的传播优势互补。三是形式多样。传播渠道多样,传播形式相应亦多样。香港投资者教育中心综合运用广播剧、电视剧、视频短片、广告海报、专栏文章、宣传手册等多种形式向公众传递金融知识与信息,避免了采用单一传播形式在传播效果方面的不足。

## (二) 针对性

不同社会群体对金融知识需求的侧重点有所不同,接受金融知识的能力亦有差异。金融教育只有细分教育对象,根据各细分群体的年龄阶段、知识水平及金融知识需求特征有针对性地展开,才能有效增加公众接受金融教育的兴趣,提升金融教育的精准度,使金融教育取得实效<sup>[5]</sup>。香港投资者教育中心开展金融教育尤为注意教育内容与教育方式的针对性,如组织外展活动时,一方面区分青少年、退休人士、基层家庭等不同群体设计不同的教育内容,另一方面区分不同群体采用不同的教育方式。如通过社会名人、金融专家分享理财经验的方式培养青少年建立良好的理财习惯,契合青少年“崇拜偶像”的心理;向退休人士着重普及预防针对老年人投资骗局的知识,契合退休人士的实际需求。

为保障金融教育活动具有针对性,香港投资者教育中心重视通过调查研究获取第一手资料,了解公众掌握金融知识的实际情况及问题所在,进而明确工作重点,做到有的放矢。在投资者教育中心成立前的2012年6月至7月间,香港证监会即委托尼尔森公司(Nielsen Company)进行主题为《香港金融理财知识与能力:投资者教育中心基础研究》的调研项目。该项目采用问卷形式于不同地区作出总计2062个街头访问,对香港市民的金融理财知识、态度、表现和理财能力作了较为全面的了解。调查显示,较年长、低学历、低收入的受访者对金融与理财的认识普遍较为缺乏,特别是对较复杂投资决定所涉及的风险往往认识不够;虽然青少年相对其他群体具有较为丰富的金融理财知识,但他们也是最不关心个人财政状况的一群,亟需培养他们良好的理财习惯<sup>[6]</sup>。这一调研成果奠定了投资者教育中心成立后区分青少年、退休人士和基层家庭进行金融教育的基础。此外,投资者教育中心还相继进行了《金融理财及借贷的知识、态度与行为》、《香港学校的金融理财教育》等数个调研项目,为有针对性地开展金融教育活动提供实证材料的支撑。

## (三) 生动性

金融知识具有专业性和复杂性,如刻板进行说教,难以提起公众参与的兴趣,教育效果亦会大打折扣。为避免这一问题,香港投资者教育中心积极进行创新,其组织的教育活动往往形式新颖、内容生动,能有效吸引公众注意和调动公众参与兴趣。如2013年投资者教育中心推出的《谨慎投资》系列教育广告短片,借用名著《三国演义》中的人物来宣传谨慎投资理念,内容风趣又具有教育意义。调查显示,89%接触过该短片的受访者表示短片的创意吸引了他们的注意,67%的受访者表示喜欢该短片,82%的受访者表示该短片能够随时提醒他们记起“投资要谨慎”的关键信息。后该短片凭借其优秀的创意荣获国际视觉艺术研究院颁发的传播奖。<sup>[2]</sup>此外,投资者教育中心还推出《投资功夫》系列教育短片,以练功夫比喻学习投资,颇具新意;推出“股坛达人”桌上游戏,较好的融合了金融教育的趣味性 with 知识性。类似生动的教育项目,不一而足。

## (四) 实用性

金融教育本身不是目的,其目的在于增进公众的金融知识与技能,帮助公众解决他们在实际生活中遇到的金融问题,维护他们的合法权益,这就要求金融消费者教育应当具有实用性。投资者教育中心在开展金融教育的过程中,无论是内容上还是形式上,都突出体现了以实用为导向的特征。从内容上看,投资者教育中心所宣传的内容,都是储蓄、贷款、保险等与公众生活息息相关的内容;从形式上看,各种金融知识往往以公众的实际生活需求为依据进行编排,便于公众检索与学习。如投资者教育中心门户网站有“生活事件与你”专栏,该专栏设置有“买车”、“置业安居”、“承继财产”、“失业”、“退休”等诸多子栏目,当公众遇到买车、买房等特定生活事件时,只需点击进入相应子栏目便可了解到与之相关的金融知识,十分便利。

## 三、香港投资者教育中心履职的启示

2008年金融危机之后,内地金融监管部门高度重视金融消费者教育,并采取了一些举措,取得了一定成效。但由于金融消费者教育起步较晚,基础较为薄弱,仍有众多亟待改进之处<sup>[7]</sup>。正所谓“他山之石,可以攻玉”,香港投资者教育中心的金融教育工作可为内地改进金融消费者教育工作提供经验参考与有益借鉴。

### (一) 各部门通力合作,提升教育内容的综合性程度

在当今社会,公众对金融知识的需求是多元的,不仅需要学习银行、证券等方面的知识,也需要学习保险、基金等其他方面的金融知识。公众对金融知识的多元需求决定了金融消费者教育也应当是多元的,不能顾此失彼,有所偏废。香港投资者教育中心虽然附属于香港证监会并且工作经费也由证监会拨付,但其履职得到香港金融管理局、保险业监理处、积金局等其他金融监管机构的大力支持,其宣传教育内容涵盖所有金融产品和服务,而不是局限在证券领域,从而可以有效满足公众多元化的金融知识学习需求。公众通过投资者教育中心一个平台便可学习自身感兴趣的所有金融知识,方便快捷。在内地,中国人民银行、银监会、证监会、保监会均设置专门的金融消费者权益保护机构,负责在各自职责领域进行金融消费者教育,但这种“一行三会”各自分头进行金融消费者教育的工作模式容易造成金融教育的碎片化,难以有效满足公众多元化的金融知识学习需求。并且,当前金融业混业经营趋势日益明显,混合性的金融产品与服务不断涌现。在“各管一片”的教育工作模式下,这些混合性金融产品或服务容易落入金融消费者教育盲区,使公众难以获得相关知识的教育。因此,内地各金融监管机构应建立金融消费者教育的沟通协调机制,在金融知识宣传和教育中协同采取行动,以形成工作合力,取得更好效果。

### (二) 采用多种渠道和形式,生动形象地传播金融知识

不同的传播渠道与传播形式在传播效果方面各有其优劣,如通过大众传媒进行宣传教育有较好的覆盖面但往往难以兼顾某些个体的个性化问题,而开展外展活动可以现场解决某些个体的个性化问题但覆盖面又有限。只有综合采用多种渠道和形式进行金融知识的宣传,才能取长补短,实现金融教育效果的最大化。为此,香港投资者教育中心综合采用了广播、电视、报刊、杂志、讲座、展览等渠道和广播剧、电视剧、视频短片、广告海报、专栏文章等形式进行金融消费者教育,渠道多样,形式丰富。此外,“投资功夫”系列教育短片等教育项目往往内容生动形象,通俗易懂,让公众印象深刻。内地进行金融知识的宣传和教育的,常常只采用少数几种渠道和形式,而内容又多如同教科书般的说教。这种教育渠道的单一、教育形式的单调和教育内容的乏味难免使得金融教育的效果不尽理想。特别是在“互联网+”方面,在各金融领域或者没有专门的金融消费者教育网站,或者虽有网站但缺乏维护,内容略显陈旧,数月不见更新。互联网在金融消费者教育中的作用未得到充分发挥,有改进空间。

### (三) 有针对性地解决公众的实际金融知识需求

金融教育只有坚持需求导向,以解决公众在生活中实际面临的金融问题为出发点与依归,才能真正实现教育的目的。香港投资者教育中心区分不同社会群体,了解他们各自不同的金融知识学习需求,从内容与形式两方面有针对性地组织金融宣传教育,效果良好。能够做到金融教育的针对性与实效性,与投资者教育中心“事前有调研、事后有评估”的工作机制是分不开的。正因为事前有充分调研,投资者教育中心才能清楚地了解不同社会群体对金融知识的需求何在、现状如何,从而得以“对症下药”般进行金融教育策划;正因为事后有评估,投资者教育中心才能清楚地了解各项教育措施的成效如何、问题何在,以便相应作出调整,在后续行动中取得更好的教育效果。内地进行金融消费者教育,往往事前没有充分调研,不了解公众对金融知识的需求如何;事后又缺乏科学评估,不清楚各项教育举措的成效如何。<sup>[8]</sup> 这些都不利于确保金融教育的精准度。因此,可借鉴香港投资者教育中心的经验,建立事前调研与事后评估的工作机制,使得金融教育能够有针对性的解决公众的实际金融知识需求。

### (四) 更加重视基础性的学校金融教育

开展大众性金融教育活动,虽有助于提升公众的金融素养,但由于金融知识本身具有专业性、复杂性,加之各项教育活动本身在深度与广度方面均有一定局限,大众性金融教育活动难以使公众系统性地掌握金融知识与技能,更遑论塑造非一朝一夕可培养的科学金融理念。在学校开设金融课程,推行校园金融教育,使青少年较为全面深入地学习金融知识,可有效弥补大众性金融教育活动之不足,对培育成熟、理性地金融消费者群体大有裨益。香港投资者教育中心与教育部门、各级学校深度合作,通过培训师资、编写教材、提供教学资源、开展课外活动等多种方式,建立课堂教育与课外教育有机衔接的学校金融教育体系,各方反响良好。内地进行金融消费者教育,多是大众性教育活动,虽也有“金融知识进校园”之举,但多是举办讲座之类的一

次性活动,金融教育与校园教育之间缺乏深度融合。参考香港投资者教育中心的做法,内地金融监管部门可通过培训师资人员、编写教材资料、举办校园活动等方式更加深入地持续介入学校金融教育,建立长效机制,实现金融消费者教育的“百年树人”之计。

#### 参考文献:

- [1]陈文君.金融消费者保护监管研究[M].上海:上海财经大学出版社,2011:105.
- [2]IEC. 2013-14 Annual Report [EB/OL]. [http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about\\_iec/IEC-Annual-Report-2013-14.pdf](http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about_iec/IEC-Annual-Report-2013-14.pdf) 2016-03-24.
- [3]IEC. 2014-15 Annual Report [EB/OL]. [http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about\\_iec/IEC-Annual-Report-2014-15.pdf](http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about_iec/IEC-Annual-Report-2014-15.pdf) 2016-03-25.
- [4]IEC. 2015-16 Annual Report [EB/OL]. [http://www.thechinfamily.hk/web/iec/common/pdf/about\\_iec/IEC-Annual-Report-2015-16.pdf](http://www.thechinfamily.hk/web/iec/common/pdf/about_iec/IEC-Annual-Report-2015-16.pdf) 2016-06-27.
- [5]王华庆.有效开展金融消费者教育[J].中国金融,2013(22):9-10.
- [6]IEC. Financial Knowledge and Capability in Hong Kong: A Foundation Study [EB/OL]. [http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about\\_iec/foundation\\_study\\_june2013.pdf](http://www.hkiec.hk/web/common/pdf/about_iec/foundation_study_june2013.pdf) 2016-04-18.
- [7]王璐.完善金融消费者教育体系的路径[N].金融时报,2015-01-26(11).
- [8]李霞.构建我国金融消费者教育体系的路径探析[J].财经界(学术版),2014(23):9-10.

## Experience of Financial Consumer Education in Hong Kong

——Take IEC for Example

XIA Ziyao

(Operations Office, People's Bank of China, Beijing 100045, China)

**Abstract:** After the financial crisis in 2008, the Investor Education Center (IEC) was established to promote financial consumer education in whole territory of Hong Kong. Since the establishment, the IEC has promoted the financial consumer education by mass media, outreach activities, official website; and it attached great importance to the school's financial basic education. The work of the IEC has the characteristics of diversity, pertinence, vitality and practicability and has gained good effects. The experience of the IEC offers reference for mainland China.

**Key words:** Hong Kong; IEC; financial consumer; education

(责任编辑:沈 五)