

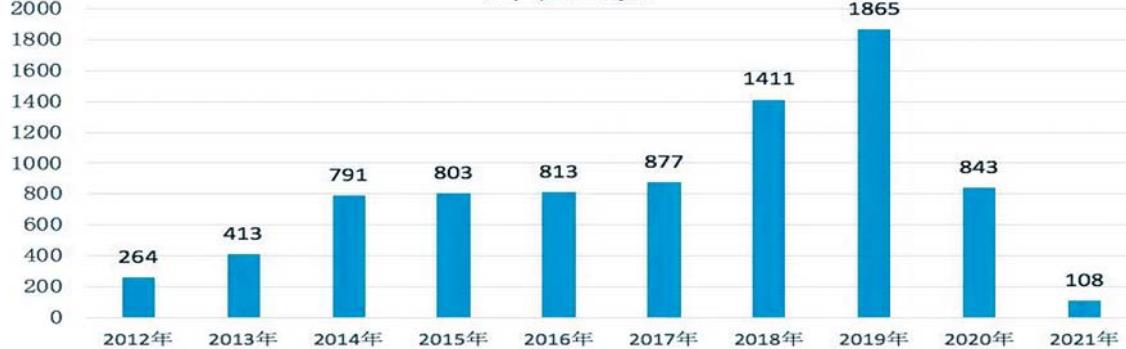
打着“播撒财富”旗号收割“韭菜”

财商教育乱象丛生，专家建议加强监管

“学会理财，月入6000元照样财务自由”“不花一分钱，教你财富增值”“现金放在身上就是负债”……近年来，类似的视频或宣传内容在微博、短视频等平台频频出现。

记者调查发现，部分财商教育机构打着“播撒”财富的旗号炒作、放大群众财富焦虑疯狂吸金，潜藏风险隐患，亟待明晰监管职责和行业标准。

近10年财商教育相关企业注册量
(单位：家)



数据说明：仅统计企业名称、产品、经营范围含“理财教育、理财培训”的企业，统计截止时间为2022年2月14日。

资料来源：企查查。

放大财富焦虑 围猎投资新手

西装笔挺、妆容精致、散发商务气息的俊男美女，煞有介事地“输出”金融逻辑、财务自由等看似专业的词汇，推介理财课程……这样的画面，在一些短视频平台并不鲜见。

中国社会科学院国家金融与发展实验室发布的《国民财商教育白皮书》(2022年版)显示，我国财商教育行业呈爆发式增长。2012年到2019年，相关企业注册量从260多家升至1800多家，增长超过6倍。截至目前，商业信息服务平台“企查查”显示的财商教育相关企业突破6000家。

记者调查发现，大多数财商教育机构学员来自三四线城市及更下一级市场，男性比例略高于女性，已有家庭用户占比高于单身用户，年龄集中在30岁—45岁之间。在这个群体中，有在校大学生、有职场新人，还有全职宝妈。

25岁的南京市民周慧刚生完孩子，家庭仅靠丈夫每月1万多元工资支撑。“上有老、下有小，钱不够花。”周慧说，她参加了某财商教育机构收费12元的“小白”理财课程，进入后半段，培训人员开始展示过往学员的收益案例并推荐付费课程。“看到那么多学员通过学习实现了资产增值，我心动了。”最终，她分期付款购买了价格近万元的理财课程。

“挣钱不易，攒钱更难。”江苏一位26岁的“新农人”说，这些年，果园收成不错，但行情起伏大，生产资料价格涨得又快。一年收入十多万元，但到了年底，手里总是不见钱。“就想买个财商课，以小博大。”

记者调研发现，财商教育入门阶段授课内容基本为简单的投资理财知识及工具介绍，涉及股票、基金、债券等。培训人员每日发布直播授课链接，并在微信群内以额外的免费学习资料为激励，督促学员打卡学习。当课程进入后半段，培训人员则通过展示过往学员的理财收益案例，向用户推介后续付费课程。

多位业内人士告诉记者，以低价或免费课程吸引、招揽客户，进而向学员推荐价格数千元至上万元不等的进阶课程，是大部分财商教育机构的主要盈利模式。

此外，会员费、用户转化带来的收益等亦是部分财商教育机构的盈利来源。前者是机构根据会员缴纳费用高低，给予不同课程服务和实践指导；后者则追求客户后端金融服务的盈利，包括金融产品销售佣金、开户佣金等。

记者梳理发现，目前财商教育主要有五类施教主体：一是教育机构类(包含垂直财商教育机构和综合类教育机构)；二是泛财富管理机构类；三

是自媒体机构类；四是金融机构类；五是其他机构类。其中，财商教育行业头部机构多以北京、上海、深圳、杭州为注册地。

行业鱼龙混杂 不少涉嫌违法经营

看似红火的财商教育行业，却暗藏着极大的风险隐患。

记者调查发现，目前财商教育机构的设立并无门槛，由于从业人员水平参差不齐，教育课程质量无法保证，使得一些学员高价购课后收获不大。

不久前，某财商教育学院上演“翻车”现场：一名培训老师将“主动型基金”解释为“别人主动推荐的基金”，而实际意思为“是以寻求取得超越市场业绩表现为目标的一种基金”，这位老师的表演令学员们哭笑不得。

有网民在百度贴吧中“吐槽”：“所谓的进阶理财课程根本学不到知识，老师讲的都是正确的废话，感觉交了一波‘智商税’。”一位曾在某财商教育机构就职的人士坦言：“很多付费课程的内容，都是在网上能找到的，而且是免费的。而教课的‘班主任’，多是从学完课程的学员直接转化来的，实际上也是销售人员。”

一些财商教育人员在授课或沟通中存在违法违规行为。多位学员表示，部分未持有金融牌照的财商教育机构在授课中推荐金融产品，收取投资咨询费，甚至变相“代客理财”，涉嫌违反相关法律。

有学员告诉记者，培训人员以作业形式要求学员在指定证券公司开户，美其名曰“实操”，有时还推荐学员购买某只股票或基金。我国证券法规定，从事证券投资咨询服务业务，应当经国务院证券监督管理机构核准，未经核准，不得为证券的交易及相关活动提供服务。

“交钱容易退费难”成为部分财商教育机构设置的“陷阱”。许多财商教育机构设置了有关退费的严苛条件，比如必须完成课程并通过考试等。有从业人员坦言：“考试难度捏在我们手里，想让你不过，有的是办法。”

不通过课程还不退费，这给部分举债学习的学员造成麻烦。一些学员告诉记者，他们通过花呗、信用卡分期等方式购买财商教育付费课程。一旦机构经营不善，课程无法继续，学员不仅完不成学业，而且无法收获期望中的理财回报，甚至还面临负债风险。

一位地方金融监管部门负责人告诉记者，有地方监管部门曾对财商教育机构进行摸排，发现管起来过于复杂，因此牵头管理的意愿不大。从目前看，市场监管部门相对参与较多，但主要是从消费者权益保护等角度开展监管，无法覆盖金融、教育等领域问题。

建议设立行业准入门槛 保障金融安全

当前，社会上理财需求旺盛与理财知识匮乏的矛盾凸显，财商教育在提高居民金融素养、推动经济和金融健康有序发展等方面具有重要价值。但行业标准缺失、监管乏力的问题值得重视。业内人士认为，相关部门应逐步建立起协同监管的框架，同时强化行业自律，引导行业和机构合规守法经营。

国家市场监督管理总局发展研究中心副主任谢冬伟表示，财商知识互动行业敏感度较高，因此更要处理好规范和发展的关系。对于快速发展、带有互联网属性的行业，要善于运用市场监管政策组合工具，比如积极推进行业标准建设、加强知识产权保护、推动规范行业准入门槛等。

《白皮书》指出，财商教育行业最有可能采取的监管架构是功能监管理念下的多部门协同监管，不同部门根据业务和职能分类，在协同构架下，按功能实施监管。同时，政府要支持和帮助行业自律组织建设，引导行业和机构合规、合法经营。

多位专家认为，要加强行业制度、政策和规章建设，相关部门可联合出台规范财商教育健康发展的管理制度，对“理财教育”“财商教育”等机构注册实行前置备案或者审核，对财商教育从业人员提出明确的资质要求。

一些专家呼吁，要强化对财商教育行业的违规营销管理，确保金融安全。中国政法大学法治与可持续发展研究中心副主任车宁认为，财商教育要避免互联网风险放大效应，严格区分教育和营销的界限，守住正当竞争、合规经营的红线，从广告层面把好关，杜绝信息安全问题。同时，要引导行业自律发展，并从销售、培训、宣传等多方面加强管理，履行好社会责任。

此外，还要明确行业管理规则，加强正面引导。车宁建议，禁止财商教育机构开展针对具体业务、产品、服务的营销宣传，限制金融机构入股、控股，禁止贩卖焦虑，保障客户资金和信息安全，将其竞争力置于培养客户知识框架、理解能力、方法技能上，打造面向不同客户群体的差异化需求，并与学校基础教育、社会通识课程、金融机构教育宣传相互区别而又彼此支撑的课程教育体系。“财商教育并非洪水猛兽，要加强金融教育顶层设计，帮助老百姓守住‘钱袋子’。”

据经济参考报

一年种菜百万盆 如今要上港交所

你在阳台种过菜吗？如今，有家盆栽蔬菜企业要上港交所。作为山东最大的盆栽蔬菜生产商，富景中国拥有莱西、西安、大连三个生产基地，年产能超过100万盆，2021年实现营收1.55亿元。分析认为，随着居民健康意识的提升，盆栽蔬菜具有在家庭场景中普及推广的前景，富景中国有望在市场中占得先机。

记者 黄寿康

盆栽蔬菜先行者之一

招股书显示，作为山东省盆栽蔬菜生产商的先行者之一，富景中国的种植与销售历史可追溯至2012年，业务的起点在青岛莱西。

在莱西的封闭式大棚中，富景中国将蔬菜种子种植到装有专门配制的有机质的花盆中，随后加以病虫害防治、保温、通风等专业化管理，经40天-50天，蔬菜便可成熟。成熟后的蔬菜，通过分销商上市销售。这便构成了富景中国的基本业务模式。

2015年，富景中国以“富景农业”的简称挂牌新三板，随后开始了业务的大规模扩张，一年后，公司产能超过了一百万盆。

2019年，富景中国将业务扩展至陕西西安与辽宁大连，也是在这一年，富景农业从新三板摘牌，旋即开始了港股上市筹备工作。

截至目前，公司生产基地总占地面积达到了42.43万平方米，内含大棚143个，总建筑面积超过15.77万平方米。盆栽蔬菜品种数量27个，主要是叶菜，包括茼蒿、油菜、苦菊、油麦菜、小白菜、生菜、山芹及乌塌菜等，这些蔬菜也是其在市场上供应的主要产品。

大客户占比超过六成

在销售环节，富景中国主要是通过分销商将其产品销售给山东省、西安市以及大连市的逾1000名客户，其中大部分是酒店与餐厅。

数据显示，2019-2021年，富景中国分别实现营收1.18亿元、1.21亿元与1.55亿元；毛利分别为5925万元、5558万元、6895万元；年内全面收益总额分别为3902万元、4378万元、4730万元。

其中，按销售收益计算，2020年，公司在山东的市场份额达到了16%。分产品看，2021年卖得最好的是小白菜、乌塌菜和油菜。

值得注意的是，富景中国目前对分销商存在较大的依赖。数据显示，2019-2021年，富景中国对分销商的销售额分别为1.16亿元、1.21亿元及1.55亿元，分别占同期收益约98.5%、99.7%及100.0%。其中，前五大分销商占比为70.1%、56.1%及66.3%，始终处于六成左右。

富景中国在招股书中表示，采用分销模式主要考虑了交货频率、公司业务重点以及客户覆盖范围等因素，可以避免建立大规模分销及销售网络所需的重大资本投资，从而更专注于建立在种植方面的核心竞争优势。

但同时，富景中国也在风险因素中提示，其与分销商的关系出现任何变动，均可能对公司的销售、经营业绩及财务状况造成重大不利影响。

新市场瞄准北京和廊坊

根据弗若斯特沙利文报告，2019年至2024年，随着中国盆栽蔬菜农产品日益普及，预计市场将呈上升趋势。盆栽蔬菜农产品的销量可能于2024年达到3.99亿盆，复合年增长率约为13.0%。预计销售收益将于2024年增至78.94亿元，复合年增长率约为18.5%。

富景中国认为，目前盆栽蔬菜市场极度分散。2020年，市场上有数千家盆栽蔬菜生产商，公司当年1.21亿元的销售收益仅占中国盆栽蔬菜生产商总销售收益的约3.4%。

基于市场分散且有空间，富景中国本次递表港交所，拟募资用于扩大公司的种植能力；建立专责有机基质生产基地；升级信息科技系统，提高营运效率；偿还公司的银行借贷等。

考虑到地理位置与饮食习惯，富景中国未来准备向北京、廊坊市场拓展，在两地物色分销商并建立销售网络，并在廊坊建立种植基地。

根据披露，目前富景中国已与廊坊的两名潜在分销商及北京的一名潜在分销商订立不具法律约束力的意向书，以于新种植基地启用后分销其盆栽蔬菜农产品。根据意向书，该等分销商表明彼等有意于2023年购买合共95万盆盆栽蔬菜农产品。



扫码下载齐鲁壹点
找记者 上壹点

编辑:彭传刚 美编:陈明丽 组版:刘燕