

Pathways to Healthcare-Pension Solutions

# 未来医养解决之道

---

2017 中国高净值人群  
医养白皮书

Retirement Planning & Healthcare of Chinese HNWIs 2017

---

## 序言

过去一年，中国大健康产业发展迅速，规模已经占到GDP的4%-5%，然而，对比国外数据，这一比例仅相当于美国的1/4，中国的大健康产业在未来仍有很长的路要走。同时，随着中国人口老龄化的增速，养老已成为社会持续热点话题，中国养老市场的规模正逐步扩大。大健康产业与养老产业相结合的巨大需求正呼唤着中国高净值人群的关注。

这是第三年针对中国高净值人群医疗和养老需求的寿险行业白皮书。我们通过三年数据对比，挖掘未来医疗、养老新趋势。同时，我们聚焦40-49岁主力高净值人群，以他们的视角解读未来医养解决之道。

白皮书调查结果显示，自身健康、父母养老和子女教育是目前主力高净值人群最核心的三大需求，同时家族传承意识已在高净值人群中初显；商业保险和医养融合社区能有效解决高净值人群医疗、养老双刚需问题；随着观念的逐步转变，主力高净值人群在消费心理上也更为升级，他们为专业和品质服务付费的意愿正日益提高。

同时，我们也为高净值人群父母养老准备方案总结了八大步骤，鼓励高净值人群从多方面了解、关注、重视父母养老问题。

《2017中国高净值人群医养白皮书》是泰康集团和胡润百富对中国高净值人群的医疗和养老需求的全方位解决方案分析，我们希望您能从此份白皮书中获取有价值的信息。同时，也欢迎您提供宝贵的建议。

祝您阅读愉快！

**通过三年数据对比  
挖掘未来医疗、养老新趋势  
同时，我们聚焦  
40-49岁主力高净值人群  
以他们的视角  
解读未来医养解决之道**

# 目录

---

## 01. 序言

---

## 04. 2017 中国高净值人群医养白皮书核心发现



14

---

## 06. 第一章

### 中国高净值人群总体概况

- 1.1 日益增长的高净值人群规模
  - 1.2 中国高净值人群分布及构成
- 

## 12. 第二章

### 聚焦主力高净值人群：支撑起中国老龄化浪潮洗礼下的 421 家庭

- 2.1 现状：事业有成、家庭压力倍增
- 2.2 生活：“由奢入健”的积极心态，自身健康、父母养老和子女教育成重心
- 2.3 人群描述分年龄分析：30 岁重事业 – 45 岁求平衡 – 60 岁享生活

此次研究，我们聚焦主力高净值人群，即 40–49 岁高净值人群。作为中国高净值人群重要组成群体，他们的行为习惯引领并代表着社会消费新趋势

(第 12 页)

---

## 18.

### 第三章

## 主力高净值人群金融理财 + 医养服务的全方位解决之道

### 3.1 金融理财篇

3.1.1 金融理财需求下，避险心态凸显

3.1.2 理财未来趋势——保险投资

3.1.3 投资理财分年龄分析：漫谈“创富（30岁）- 新生（45岁）- 传承（60岁）”之路

### 3.2 健康医疗篇

3.2.1 医疗现状：主力高净值人群正面临快速释放的医疗服务需求

3.2.2 个性化、综合型的全程医疗管理方案建议

3.2.3 健康保险购买现状与趋势：资源和资金保障是关键

**专题一：医疗专家眼中的中国医疗**

### 3.3 活力养老篇

3.3.1 父母养老现状：“居家养老”与“自我生活”难平衡

**专题二：主力高净值人群为父母养老准备的 N 大步骤**

3.3.2 医疗配备、安全的适老环境和心理维护是主要养老需求

3.3.3 未来养老首选：医养融合社区

**专题三：银色浪潮下的泰康养老实践**

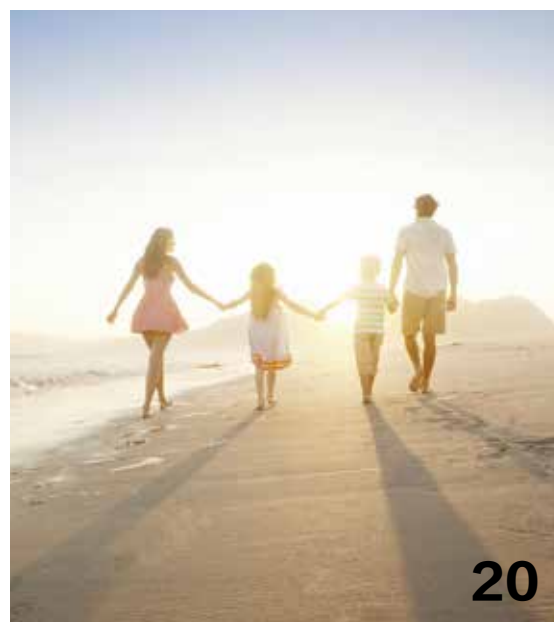
3.3.4 养老保险购买现状及趋势：持续性收益和养老配备是重点

### 3.4 高端服务篇

3.4.1 “由免费到付费”——高净值人群对增值服务需求转变，愿意为高品质服务付费

3.4.2 一站式服务平台是首选

**专题四：医疗养老新趋势**



---

## 44. 关于泰康

---

## 45. 关于胡润百富

---

## 46. 研究方法及版权说明

# 《2017 年中国高净值人群医养白皮书》

## 核心发现

### ① 主力高净值人群三大核心需求明确：自身健康、父母养老、子女教育。家族传承意识初显

主力高净值人群是家庭和社会的中坚力量，事业已奠定了良好基础，但健康和家庭结构给予他们的压力却与日俱增。现阶段，兼顾自身健康、父母养老和子女教育成为这一人群最重要的责任。研究显示，每个主力高净值人群家庭中，有 3 位平均年龄在 73 岁的老人需要赡养；超六成家庭有 1 名子女需要抚养，子女在高中及以下年龄段的占比 70%。在生活的困扰上，“自身及家人健康”以 61% 的选择率排名第一，其次为“父母养老”（57%）和“子女教育”（55%）。“健康”（82%）和“养老”（73%）成为他们最为关注的两大风险。除此以外，“家族传承”也逐步进入主力高净值人群的规划之中，24% 的人开始关注“财富传承”方面的风险。

### ② 避险和稳健是关键，保险成为理财压舱石

主力高净值人群在理财态度上越发偏向“稳健型”，风险控制成为他们在理财过程中首要关注的因素。数据表明，90% 的主力高净值人群认为“规避风险”在理财过程中扮演着重要的角色。随着避险心态的逐步提升，兼具“安全”和“稳步增长”特性的保险，投资潜力不容小觑。作为保障型投资，保险实现了风险控制和收益的最佳配置，极大地满足主力高净值人群稳健理财的需求。从主力高净值人群投资理财现状上来看，保险以 92% 的选择率位列理财方式的首位，在未来计划增加配比的投资方面，“保险”也以 82% 的选择率排名第一，由此可见，保险作为理财压舱石的作用日益凸显。

#### 生活困扰的方面

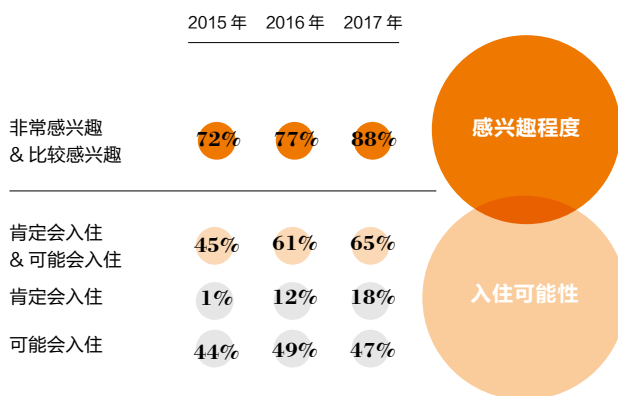


### ③ 商业保险和医养融合社区是医疗和养老双刚需的有效解决之道

在过去两年中，商业保险在主力高净值人群中的关注度不断提高，主力高净值人群个人年交保费达到近 100% 的增长率，2017 年他们的人均年交保费超过 7 万元人民币。健康保险、养老保险是他们目前最主要购买的保险类型，其购买率均超过九成。由此可见，健康保险和养老保



## 对中高端养老社区态度三年数据对比



险已然成为投资于未来的重要基石，在解决人生后顾之忧方面扮演着重要角色。在购买的考虑因素上，健康保险讲究医疗资源和保障额度，养老保险则强调收益的持续性和养老配备的完善性。

另一方面，医养融合的中高端养老社区正成为“笑养人

生”的首选方案。近三年来，此类养老社区在高净值人群中的感兴趣程度逐年提高，与 2015 年相比，高净值人群入住养老社区的可能性增长 44%；相比 2016 年，表示“肯定会入住”的人群上涨 50%。

## ④ 消费心理升级，主力高净值人群为专业 and 品质服务付费的意愿日益提高

研究显示，主力高净值人群消费心理升级，68% 的人表示出对于更高品质增值服务的支付意愿，这标志着“免费到付费”时代的开启。在关注的增值服务中，提高生活品“质”型的服务内容也是他们最为强调的类型，关注比例达到 78%。

随着财富和家庭压力的不断增长，以最少的时间获取最优配置和最大价值成为他们的重点，因此“一站式”服务越来越受欢迎，省心的同时提高便利性，最大化地节约时间。超过七成的主力高净值人群认为“一站式”综合方案是他们最为偏向的解决方案类型。值得一提的是，在追求一站式服务过程中应同时强调“专业”和“个性”两大需求，即“一站式”服务必须建立在“专业”的基础上，且应根据自身特点制定出差异化的个性方案。



# 第一章 中国高净值人群总体概况

## Key Topics

1.1 日益增长的高净值人群规模、分布及构成

1.2 中国高净值人群家庭结构

### 千万资产高净值人群城市分布 Top 10

城市	千万资产高净值人群数量
1 北京	263,000
2 上海	230,000
3 深圳	71,000
4 广州	64,000
5 杭州	44,000
6 宁波	32,000
7 佛山	29,000
8 天津	26,000
9 苏州	23,000
10 东莞	23,000

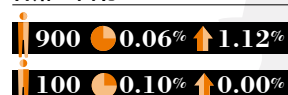
### 亿万资产超高净值人群城市分布 Top 10

城市	亿万资产超高净值人群数量
1 北京	17,500
2 上海	15,000
3 深圳	5,200
4 广州	4,020
5 杭州	3,090
6 天津	2,300
7 宁波	2,190
8 苏州	1,890
9 佛山	1,570
10 东莞 / 成都	1,400

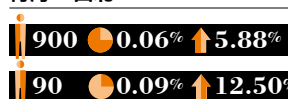
## 2017 年中国千万、亿万资产人群数量及分布

- 2017 千万高净值人群人数
- 2017 亿万超高净值人群人数
- 千万高净值人群人数占比
- 亿万超高净值人群人数占比
- 千万高净值人群人数增幅
- 亿万超高净值人群人数增幅

### 甘肃 - 西北



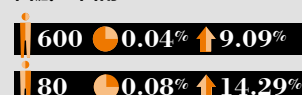
### 青海 - 西北



### 新疆 - 西北



### 西藏 - 西南



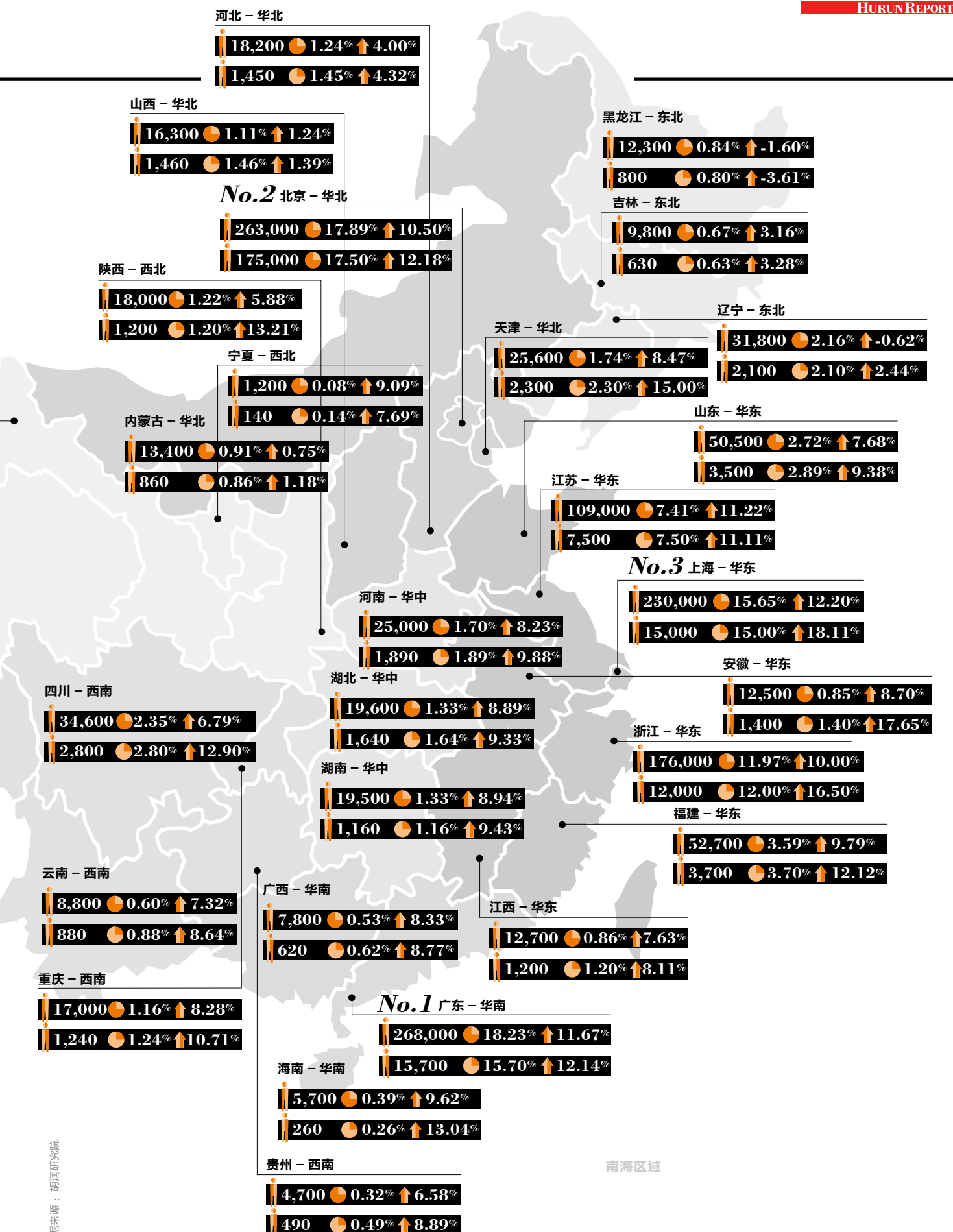
## 1.1 中国高净值人群规模

### 1.1.1 规模及分布：

截至 2017 年 1 月，中国大陆地区千万高净值人群数量为 147 万，比去年增加 13 万人，增长率达 9.70%。

拥有亿万资产的超高净值人群数量达到 10 万，比去年增加 1.1 万人，增长率达 12.36%。

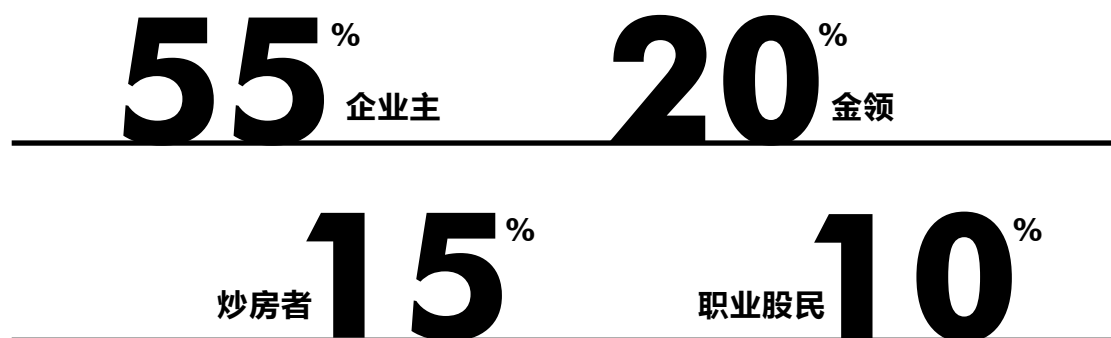
中国 23 个城市高净值人群突破两万，其中一半城市高净值人群突破 5 万。北京拥有最多亿万资产超高净值人群，广东省拥有最多千万资产高净值人群。上海是千万资产和亿万资产高净值人群增速最快的城市，分别比上年增长 12.2% 和 18.1%。其他增速较快





### 1.1.2 中国高净值人群构成：

千万高净值人群主要由四部分人群构成



的省市还有北京、安徽、西藏、海南、广东、江苏、浙江和天津等。

广东连续第二年成为拥有最多千万资产高净值人群的地区，比去年增加 2.8 万人，达到 26.8 万人，增幅 11.7%；北京第二，千万资产高净值人群比去年增加 2.5 万人，达到 26.3 万人，增幅 10.5%；上海第三，千万资产高净值人群比去年增加 2.5 万人，达到 23 万人，增幅 12.2%。这三个省市共拥有千万资产高净值人群 76.1 万人，占全国的 51.78%。

北京仍然是拥有最多亿万资产超高净值人群的地区，比去年增加 1,900 人，达到 17,500 人，增幅 12.2%；广东第二，亿万资产超高净值人群比去年增加 1,700 人，达到 15,700 人，增幅 12.1%；上海第三，亿万资产超高净值人群比去年增加 2,300 人，达到 15,000 人，增幅 18.1%；浙江第四，亿万资产超高净值人群比去年增加 1,700 人，达到 12,000 人，增幅 16.5%。这四个省市共拥有亿万资产超高净值人群 6 万人，占全国的 60.2%。



企业主

企业的拥有者，这部分人占到 55%，比例没有增长。企业资产占其所有资产的 60%，他们拥有 180 万的可投资资产（现金及部分有价证券），20 万以上的车和价值 200 万以上的住房。



金领

金领主要包括大型企业集团，跨国公司的高层人士，他们拥有公司股份、高昂的年薪、分红等来保证稳定的高收入。这部分人群占 20%。他们拥有 500 万以上的自住房产，价值 50 万以上的汽车。



炒房者

炒房者主要指投资房地产，拥有数套房产的财富人士。占千万高净值人群的 15%。比例没有变化。房产投资占到他们总资产的 90%，现金及有价证券占比为 5%。



职业股民

他们是从事股票、期货等金融投资的专业人士。在他们的财富中，现金及股票占到其总财富的 30%。职业股民平均拥有 450 万以上自住房产、200 万以上投资性房产和价值 50 万以上的汽车。



## 亿万超高净值人群构成



### 企业主

亿万超高净值人群中，企业主的比例占到 75%。企业资产占其所有资产的 60%，他们拥有 1500 万的可投资资产（现金及部分有价证券），房产占比他们总资产的 20%。



### 炒房者

由于 2016、2017 年两年房市火速升温，炒房者在亿万超高净值人群中占比由 2015 年的 10% 上升至 15%。房产投资占到他们总资产的八成以上。



### 职业股民

职业股民占亿万超高净值人群数量的 10%。在他们的财富中，现金及股票占到其总财富的 73%。房产投资占比他们财富的 25%。

## 报告编制方法

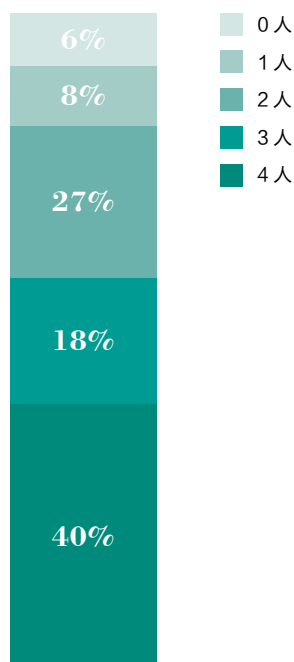
1. 胡润研究院发布的《2017 胡润财富报告》，主要调研中国高净值人群的数量和地域分布情况。该报告以省份、自治区、直辖市为单位，调查高净值人群人口分布，并以高净值人群的长期居住地作为参考依据，研究范围为中国地区。本测算基础数据截至 2017 年 1 月。
2. 本报告中高净值人群的资产包括个人所拥有的固定资产和流动资产。固定资产类别分为：自己拥有的上市或未上市公司股权、自住房产、投资性房产；流动资产包括股票、基金、债券、存款、保险等。
3. 胡润研究院采用微观和宏观的调研方法调研。微观调研上参考各个地区高档住宅数量、最近三年豪华汽车销量、个人所得税申报人数、企业注册资本和其他高档消费等相关指标。宏观上参考国家统计局最新公布的中国 GDP、GNP 数据，并结合洛伦兹曲线模型进行宏观分析统计。

## 1.2 中国高净值人群家庭结构

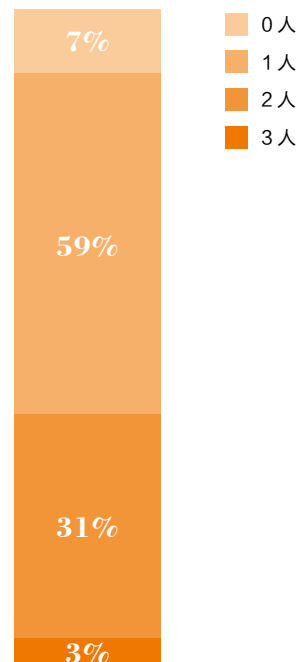
中国高净值人群面临上有老、下有小的家庭结构。数据显示，40% 的家庭需要赡养 4 位老人，需要赡养 2-3 位老人的家庭占比 45%。子女抚养方面，近六成的家庭需要抚养 1 名子女，有 2 名子女的家庭占比超过三成。六成的高净值人群家庭的子女选择国内公立学校读书，同时，也有一部分高净值人群选择国内私立学校（20%）、国外学校（12%）以及国内的国际学校（4%）作为子女的就学方式。留学目的地的区域选择中，北美地区学校是高净值人群

**40% 的家庭需要赡养 4 位老人，  
需要赡养 2-3 位老人的家庭  
占比 45%。子女抚养方面，近 6 成的  
家庭需要抚养 1 名子女，有 2 名子女  
的家庭占比超过 3 成**

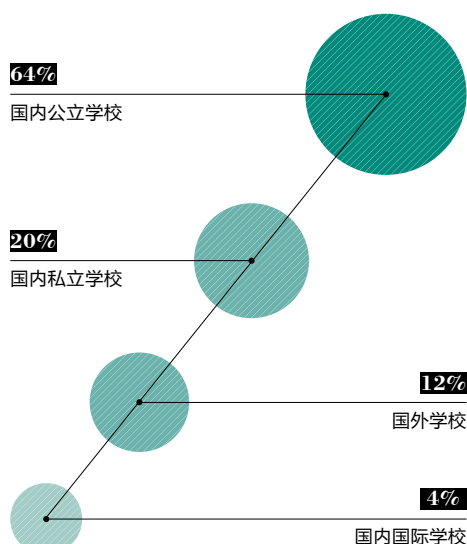
需要赡养的老人数量分布



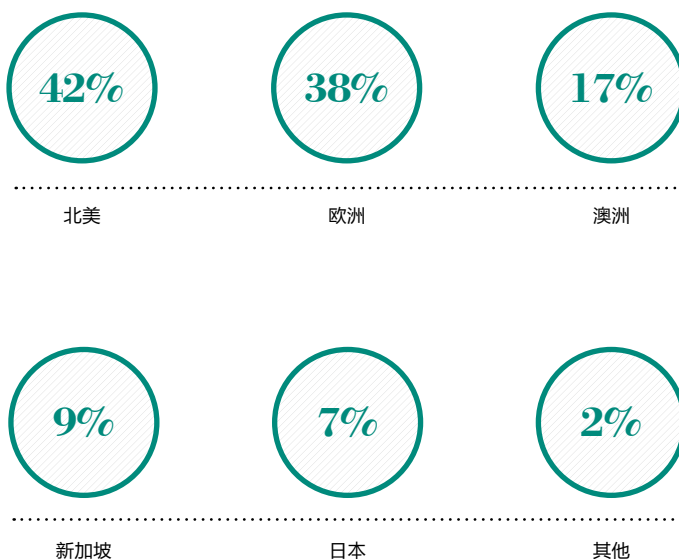
需要抚养的子女数量分布



子女学校性质分布

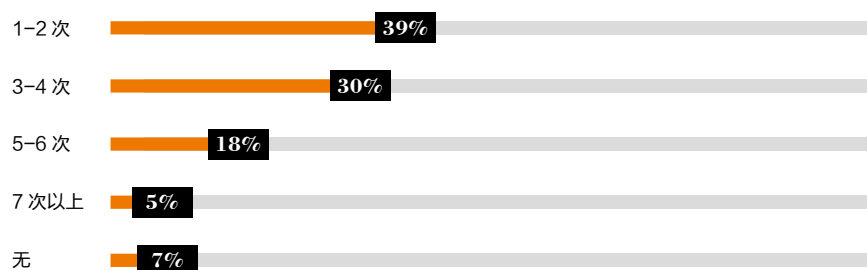


子女留学目的地分布



## 平均每年出国旅游次数

均值 :3.3 次



家庭的首选，占比超过四成；其次是欧洲，占比 38%。

生活压力下，高净值人群也不忘发展自己的兴趣爱好，运动、家庭活动、旅游是目前最受他们青睐的兴趣爱好 TOP3。高净值人群平均每年出国旅游 3.3 次，每年出国旅游 5 次以上的人群达到 22%，表示过去一年没有出国旅游的人群仅占 7%。



## 第二章

# 聚焦主力高净值人群： 支撑起中国老龄化浪潮 洗礼下的 421 家庭

### 本章看点

#### 看点一：

主力高净值人群现状：421 家庭高压下力求平衡和稳定

#### 看点二：

生活重心：自身健康、父母养老、子女教育是他们最为关心的话题。

另外，家庭传承意识初显

### Key Topics

#### 2.1

现状：事业有成，家庭压力倍增

#### 2.2

生活：“由奢入俭”的积极心态，健康、父母养老和子女教育成重心

#### 2.3

人群描述分年龄分析：30 岁重事业 - 45 岁求平衡 - 60 岁享生活

### 需赡养老人



### 2.1 现状：事业有成，家庭压力倍增

此次研究，我们聚焦于“主力高净值人群”，即 40-49 岁高净值人群。研究中，这一人群数占比总体高净值人群的 48%。作为中国高净值人群重要组成群体，他们的行为习惯引领并代表着社会消费新趋势。

主力高净值人群正处于事业发展的成熟期，本科毕业的他们已是各自行业的领军人物，“企业家”、“企业高管”是他们的身份标签。

“事业有成”的他们平均家庭总资产达到 3,468 万人民币，年均可支配收入 339 万人民币。

定性研究发现，主力高净值人群是家庭








和社会的中坚力量，他们在事业方面已奠定了良好基础，逐步进入稳定期，但自身的健康问题和 421 家庭结构给予他们的压力却与日俱增。一方面，年轻时努力打拼而导致的自身亚健康困扰出现，易疲劳、睡眠差、免疫力下降愈发明显。另一方面，家庭责任加重，父母的赡养、子女的教育都成为他们生活中无法卸下的重担，尤其是随着父母年龄的增长，无论是老人的身体还是心理都需要他们更多的照顾和陪护。

研究显示，每个家庭有 3 位平均年龄在 73 岁的老人需要赡养；超六成家庭有 1 名子女需要抚养，子女在高中及以下年龄段的占比 70%。主力高净值人群中，子女出国留学占比达到 11%，其中，北美和欧洲是他们青睐的留学目的地，选择率均超过四成。





## 主力高净值人群画像

平均年龄	45 岁
职业	40% 企业家  40% 企业高管 
行业	16% 科技 / 媒体 / 通讯, 15% 金融与投资, 12% 制造业, 10% 贸易, 10% 房地产
学历	65% 本科及以上 
家庭年均可支配收入	339 万元 
家庭平均总资产	3,468 万元 
婚姻状况	98% 已婚 
需赡养老人	3 位 
老人平均年龄	73 岁
需抚养子女	61% 1 位, 31% 2 位
子女就学阶段	70% 高中及以前, 30% 大学 / 工作
子女就学状况	11% 曾留学





## 2.2 生活：“由奢入健”的积极心态，自身健康、父母养老和子女教育成重心

“运动”以 65% 的高选择率排名主力高净值人群兴趣爱好的榜首，其次是“家庭活动”、“旅游”、“户外运动”。谈及他们感兴趣的话题，“金融投资”、“健康养生”以及“时事新闻”排名前三。随着“健康”成为越来越热门的话题，“健康”方面的风险已成为主力高净值人群最为关心的风险

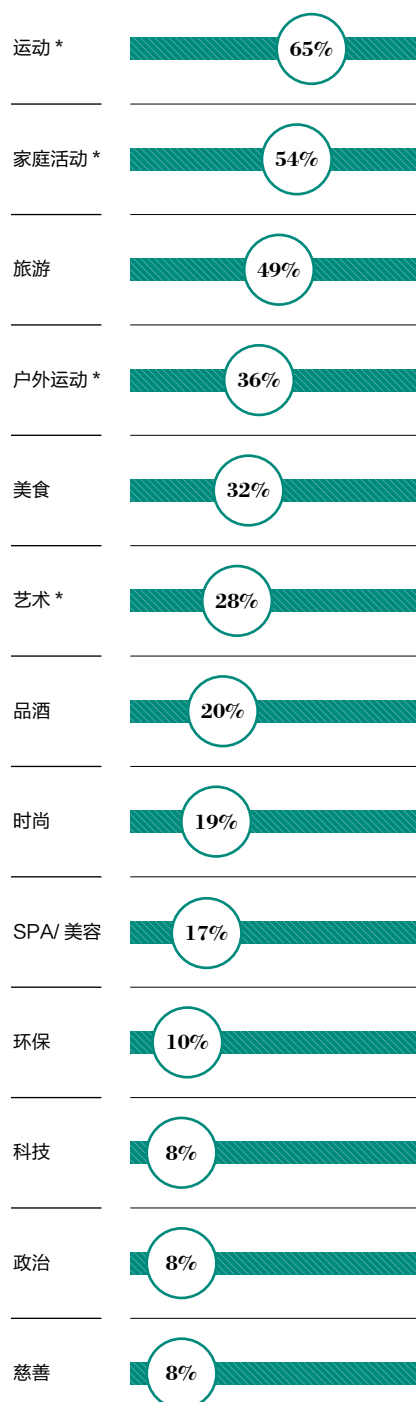
话题，“养老”风险的关注度紧随其后。

定性研究发现，平均年龄 45 岁的他们开始将视野更多地转向生活，开始关注健康问题并强调家庭和事业的平衡。现阶段，兼顾自身健康、父母养老和子女教育是他们的首要责任。

虽然有着各方面的生活压力，但主力高净值人群总体表现较为积极乐观，超过四成的人群对家庭生活及工作状态表示非常满意，满意度打分平均值均超过 8 分。



## 兴趣爱好



运动 \* 如足球、篮球、Golf、跑步、瑜伽、游泳等  
家庭活动 \* 如看电视、阅读、游戏、上网等  
户外运动 \* 如钓鱼、徒步、冲浪、骑马、射击等  
艺术 \* 如唱歌、听音乐、乐器、跳舞、电影、歌剧、话剧、摄影、雕塑、设计等

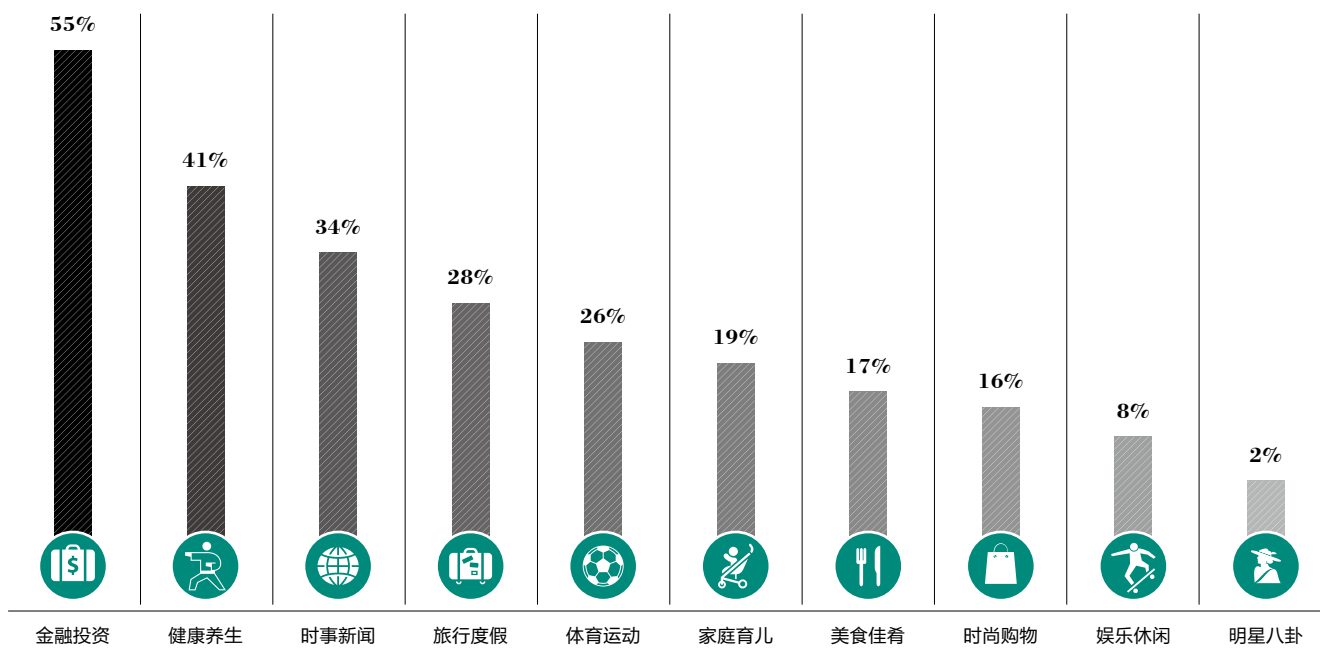
## 满意度评分

	家庭生活满意度	工作满意度
10 非常满意	26%	19%
9	21%	25%
8	33%	32%
7	12%	13%
6	3%	6%
5	3%	4%
1~4 完全不满意	0%	1%
平均分	8.41	8.19

同时，主力高净值人群表示“自身和家人健康”（61%）和“父母养老”（57%）是他们目前最困扰的两个问题，其次是“子女教育”和“第三方服务”。数据显示，对于主力高净值人群，“财富拥有”所带来困扰的占比最低，仅有三成的选择率。该数据与定性研究发现一致，一方面，事业有成的基础使得财富积累达到相对满意的状态。另一方面，源自家庭的各种压力陡增，使得作为家庭支柱的他们不得不以“家人”为先，健康、父母养老规划和子女关键教育正慢慢占据生活，成为他们最迫切需要解决的重点。

**数据显示，对于主力高净值人群，“财富拥有”所带来困扰的占比最低，仅有三成的选择率**

## 感兴趣的话题

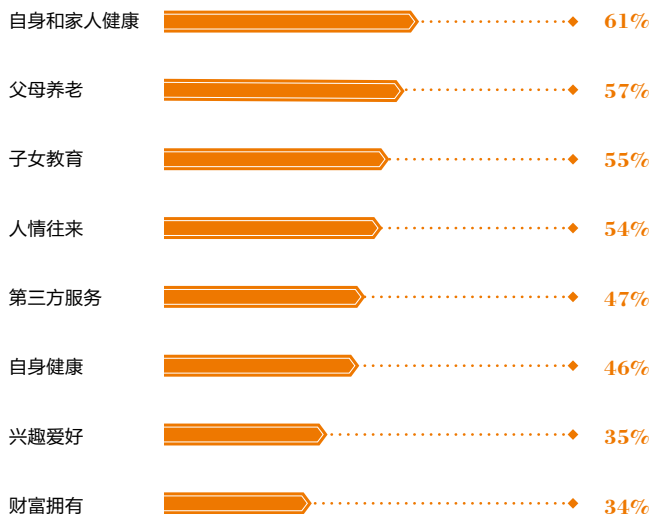


## 2.3 人群描述分年龄分析：30 岁重事业 – 45 岁求平衡 – 60 岁享生活

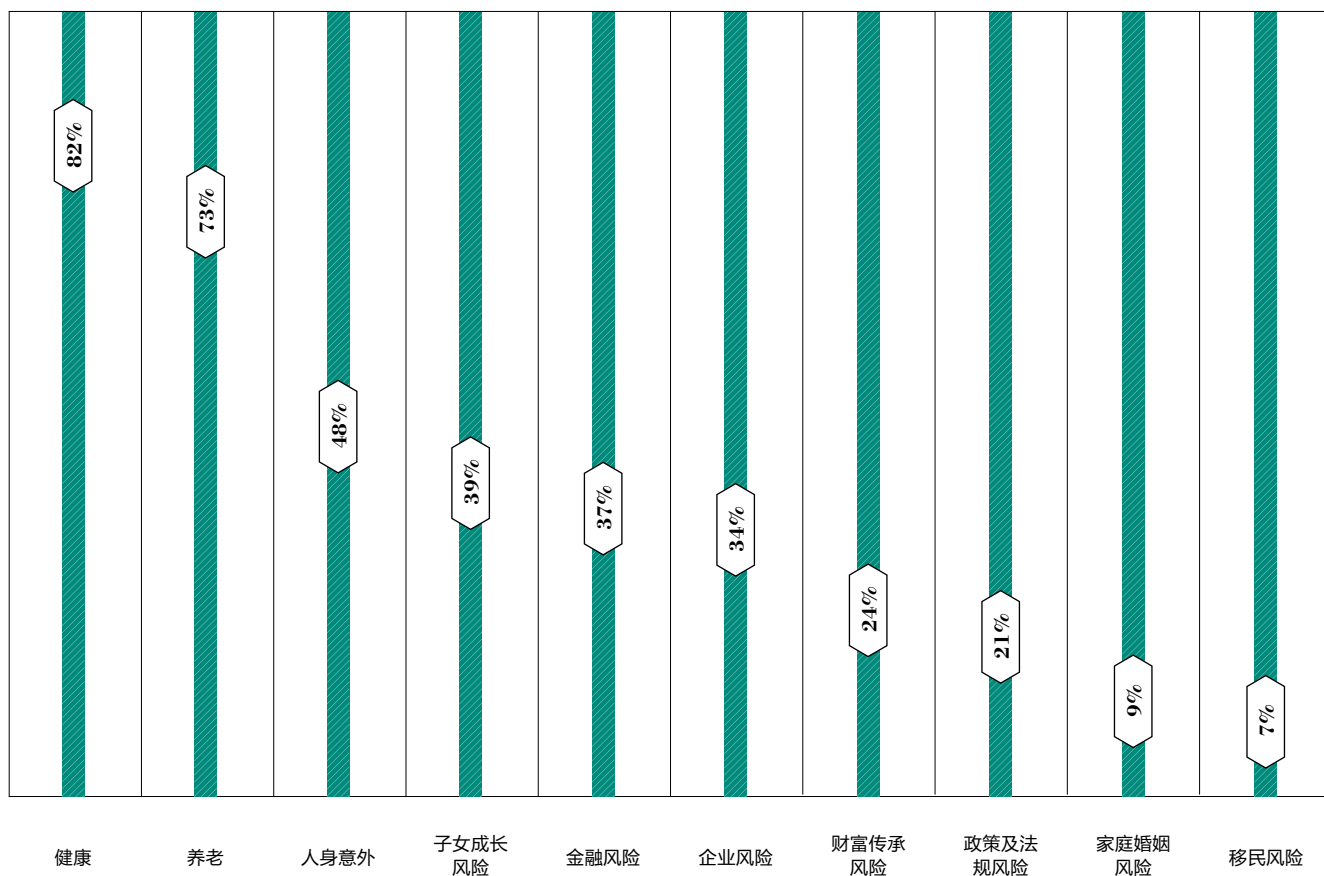
调研数据显示，高净值人群的财富累计随着他们年龄的增长正比例升高。40 岁以下高净值人群家庭平均需要赡养 3 位老人，平均年龄为 69 岁，尚处乐退生活、活力养老阶段。对于 50 岁以上高净值人群而言，他们的子女已步入大学或工作的年龄，故子女教育已不再是他们的生活负担，如何照料家里 2 位近 80 岁高龄的老人是他们关心的话题。相较之下，40-49 岁年龄段的高净值人群的父母养老压力尤为突出。

从定性调研发现来看，不同年龄段的高净值人群也呈现出不同的生活态度。40 岁以下人群“重事业”、“讲效率”，家庭责任相对较少，

### 生活困扰的方面



### 日常关注的风险



主力高净值人群需要承担  
多方位的责任，生活压力应接不暇，  
“求平衡”是他们重要的标签

仅需关注子女的初级教育，父母则成为照顾子女的“好帮手”。40-49 岁人群需要承担多方位的责任，生活压力应接不暇，“求平衡”是他们重要的标签，既要关注子女高等教育、又不得不考虑父母正面临的养老规划，同时也

要顾及事业和自身健康的维护。50 岁及以上人群所承担的责任相对减轻，临近退休年纪，事业和子女不再需要他们操心，“享受安逸生活”、“关注自身健康”的同时“照料好父母”成为关注重点。



人群画像差异：年龄细分

	40 岁以下	40-49 岁	50 岁或以上
平均年龄	37 岁	45 岁	56 岁
职业情况			
企业家、企业主	29%	40%	51%
专业投资人士	8%	4%	6%
有企业高管、职业经理人（企业高管、金领、白领）	52%	40%	29%
其他专业人才（如医生、律师、会计师等）	6%	8%	7%
自由职业人士（如演艺、体育、收藏等）	3%	3%	3%
全职太太	3%	4%	4%
家庭年均可支配收入	254 万元	339 万元	359 万元
家庭总资产	3,226 万元	3,468 万元	4,079 万元
平均需赡养老人	3 位	3 位	2 位
老人平均年龄	69 岁	73 岁	78 岁
需抚养子女			
0 位	4%	4%	11%
1 位	62%	61%	54%
2 位	30%	31%	32%
子女年龄阶段			
高中及以前	96%	70%	33%
大学 / 工作	4%	30%	67%
生活重心	处于事业上升期，主要关注事业与财富积累，兼顾子女的初级教育	压力巅峰期，考虑多方责任的平衡，包括父母养老、子女高等教育、自身健康、事业维护等各方面，与此同时，家族传承意识初显	准备或刚进入“乐退养老”的状态，负担减少，关注自身的同时照料好高龄父母是这一阶段的主要责任，同时关注家族传承事务

## 第三章

# 主力高净值人群金融 理财 + 医养服务的全 方位解决之道

### Key Topics

3.1	3.2
金融理财篇	健康医疗篇
3.3	3.4
活力养老篇	高端服务篇

### 本章看点

- 看点一：  
主力高净值人群投资观：避险和稳健是关键，保险成为理财压舱石
- 看点二：  
商业保险和医养融合社区是医疗和养老双刚需的有效解决之道
- 看点三：  
健康保险和养老保险是投资于未来的重要基石，健康保险讲究医疗资源和保障额度，养老保险强调收益持续和养老配备完善
- 看点四：  
“由免费到付费”的消费心理升级，一站式个性服务成为重中之重

#### 主力高净值人群定性访谈语录

“经济形势的不确定性越来越强，我的理财需求开始转向于稳健，保本很重要。”

“人到中年，在投资理财时就会变得更加小心翼翼，因为现在的我已经承担不起大幅度的亏损了，不可能有从头再来的精力和时间，所以风险控制才是重中之重。”

### 3.1 金融理财篇

#### 3.1.1 金融理财需求下，避险心态凸显：

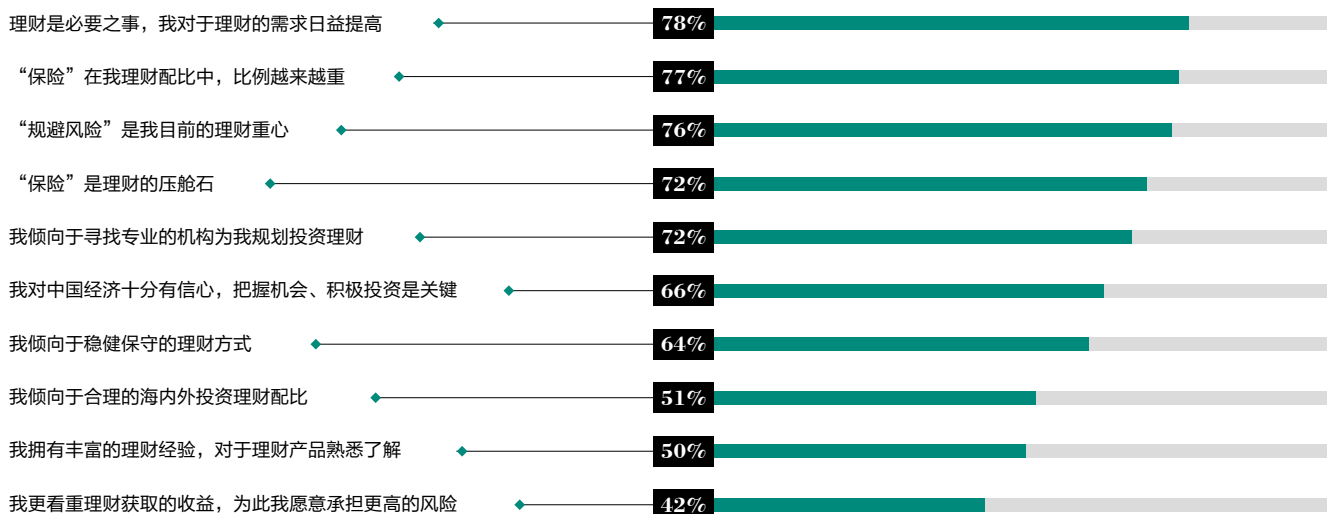
随着通货膨胀压力的增加，主力高净值人群对于金融理财需求愈发强烈。谈及高净值人群的理财态度，78% 的人认为“理财是必要之事，对于理财的需求日益提高”。同时，研究发现，主力高净值人群在投资理财方面的“避险心态”较高，77% 的人群表示“保险在理财配比中，比例越来越重”，“规避风险是我目前的理财核心”、“保险是理财的压舱石”等观点均获得七成以上

人群的认可。出于丰富的理财经验及阅历，64% 的主力高净值人群表示自己目前“更倾向于稳健保守的理财方式”，而同意“更看重理财获取的收益，愿意承担更高风险”的人群仅占四成。

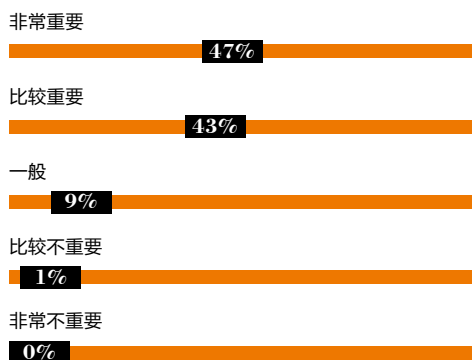
定性研究发现，主力高净值人群在理财态度上越发偏向“稳健型”，风险成为他们在理财过程中首要关注的因素。究其原因，一是中国经济环境和形式的不确定性导致市场整体避险心态与日俱增。二是出于 40-49 岁这一年龄段的自身特点，他们面临家庭的各种压力



## 理财态度



### “规避风险”在理财过程中的重要程度



和责任，对于风险的承担度降低，精力和时间的限制不允许他们在理财中出现大失误，因此安全性高、分散配置的稳健投资才是他们的关键考量标准。

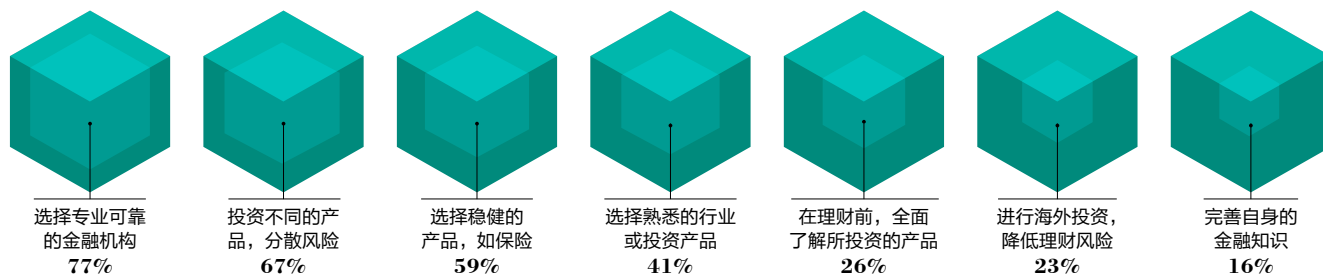
90% 的主力高净值人群表示“规避风险”在理财过程中扮演着重要的角色，在选择可靠金融机构的同时，也需要投资不同的产品用以分散风险，其中，如“保险”等安全型产品以其“低风险”、“稳健性”获得近六成人群的推荐。







### “规避风险”方式



#### 3.1.2 理财未来趋势——保险投资： 稳健型产品是目前投资的主要方向

从主力高净值人群投资理财现状上来看，保险和存款分别以 92% 和 85% 的选择率排名前二，其次是金融投资产品（56%）和不动产投资（49%）。

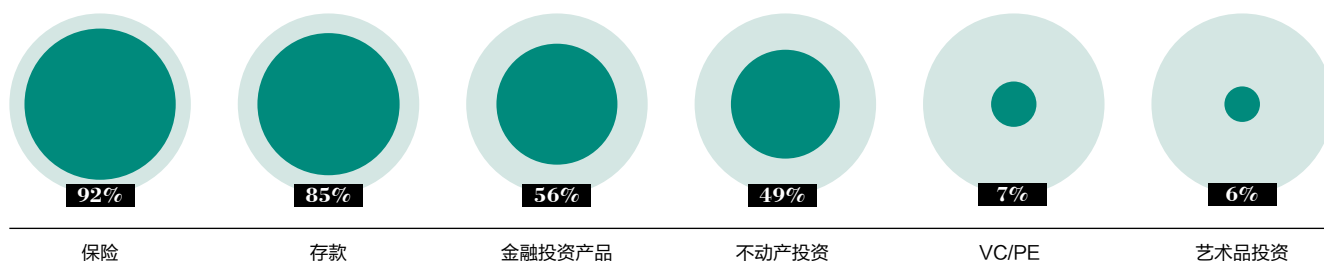
与前两年趋势较一致的是，保险投资的排名连续两年上升，数据显示，这一趋势将进一步延续，在未来计划增加配比的投资方面，“保险”也以 82% 的选择率排名第一。同时，“不动产投资”的投资青睐度连年下降，今年仅以

49% 的选择率排名第四。

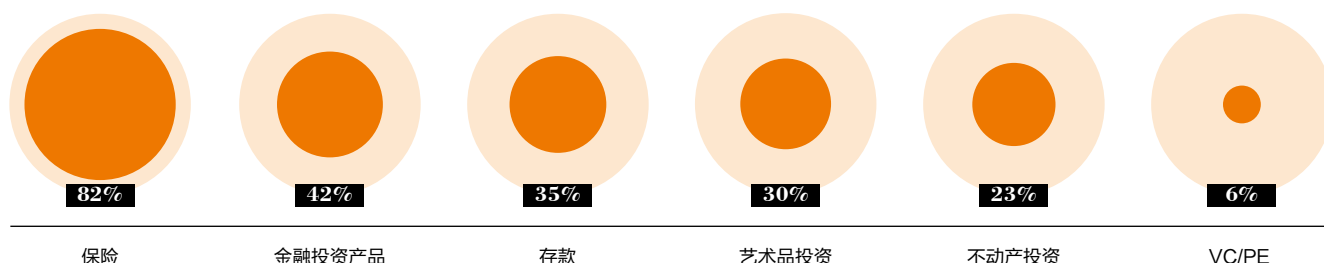
与定性研究结合起来看，这样的投资配置与风险控制有着密切联系，由于房价持续性的上扬使得不动产泡沫论的呼声愈发高涨，高净值人群的避险心理造就“不动产投资”未来选择率的下滑。而保险作为保障型投资，兼具“安全”和“稳步增长”的特性，是理财中的压舱石，极大程度地实现了风险控制和收益的最佳配置，尤其符合主力高净值人群稳健理财的需求，未来投资上升潜力显著。

**保险作为保障型投资，兼具“安全”和“稳步增长”的特性，是理财中的压舱石，极大程度地实现了风险控制和收益的最佳配置**

## 目前的理财投资方式



## 计划增加配比的投资理财方式

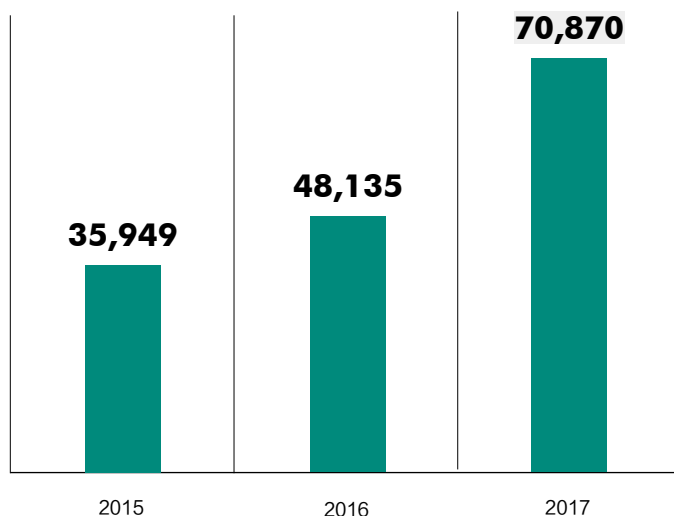


## 保险投资成为理财压舱石

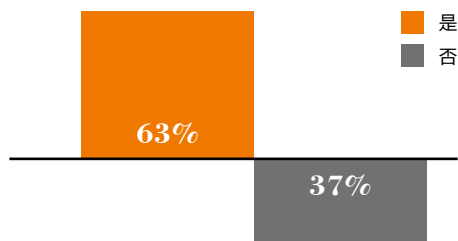
在过去两年中，主力高净值人群个人年交保费达到近 100% 的增长率，2017 年人均年交保费超过 7 万元人民币。健康保险、养老保险、意外保险是他们目前最主要购买的保险类型，其购买率均超过九成，重疾保险的购买率也达到八成以上。

定性研究发现，保险中避险、稳定和传承三大功能是吸引主力高净值人群投资的主要因素。避险方面，保险不仅帮助他们规避疾病、高龄、意外等各种人生风险，同时能够避开财务纠纷所带来的后顾之忧。稳定性上，保本的属性保障了资金的绝对安全，并且大型知名保险公司的实力背景为日后提供稳健和持续的收益做出了强有力的背书。传承功能上，保险可以通过专款专项的方式将财富传承给指定的对象，避免不必要纠纷且达到避税的效果。

## 平均个人购买保险年交保费三年对比（元）



## 是否会主动寻找或了解商业人寿保险产品最新服务、产品动向



主力高净值人群强调全方位的保障，会从险种的广泛性和更高的保障额度两方面补充购买

在考虑购买商业人寿保险时，“保险公司的知名度”（83%）是高净值人群首要考虑的因素，其次是“保险产品的保障额度”（64%）、“产品的收益率”（55%）等。在信息开放的当下，高净值人群获取商业人寿保险的渠道也繁多，其中，“专业顾问”和“朋友/亲戚推荐”占比最高，互联网、微信等线上媒体也有较高的提及率。

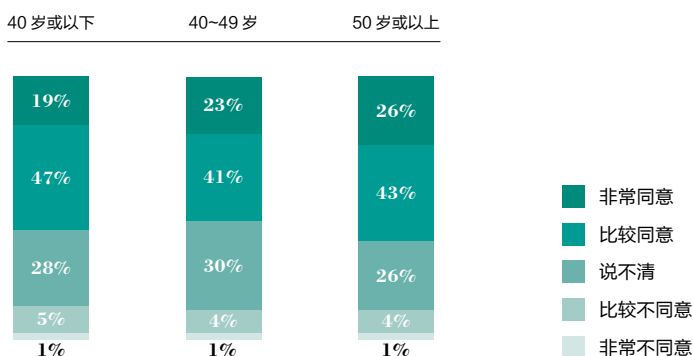
超过六成的高净值人群表示，会主动寻找或了解商业人寿保险产品最新服务、产品动向。

### 3.1.3 投资分年龄分析：漫谈“创富（30岁）-新生（45岁）-传承（60岁）”之路

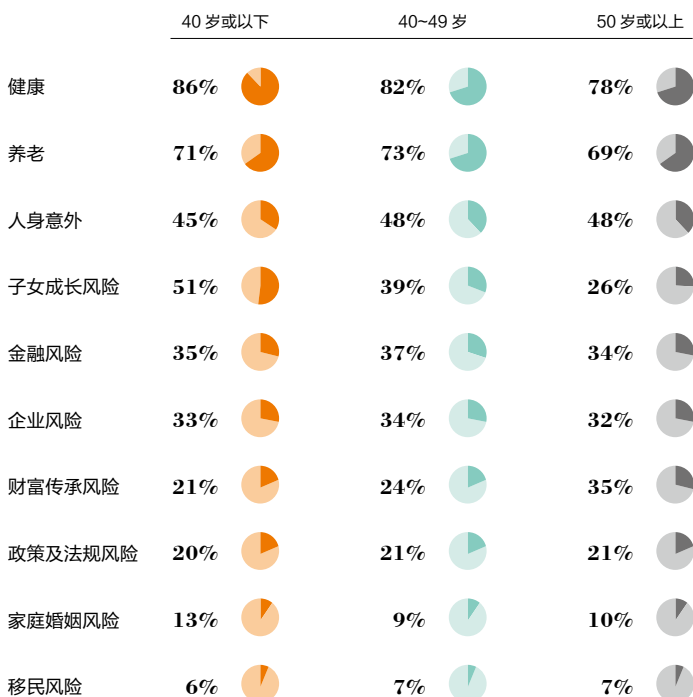
在理财态度上，年龄越大，对“稳健保守的理财方式”的认同感越强。且50岁以上高净值人群对“财富传承风险”的关注度显著高于其他年龄段人群。

从定性研究来看，不同年龄段的高净值人群对于保险的投资态度略有不同。40岁以下高净值人群逐渐关注到保险的重要性并开始着手配置必备的健康保险、意外保险和教育保险。主力高净值人群则强调全方位的保障，会从险种的广泛性和更高的保障额度两方面补充购买。而50岁以上高净值人群的保险配置基本完成，会考虑带有传承和终极关怀功能的险种。

## 理财态度：倾向稳健保守的理财方式



## 日常关注的风险



## 细分人群

	40 岁以下	40-49 岁	50 岁以上
代表年龄	30 岁	45 岁	60 岁
人生阶段	创富阶段	新生阶段	传承阶段
保险态度	<ul style="list-style-type: none"> <li>开始关注和购买保险产品；</li> <li>由于处在事业关键期，对规避疾病和意外风险更为关注，同时考虑储备子女的教育基金。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>讲究实现更为全面的保险布局；</li> <li>开启第二人生，重新认识生活，家庭压力增大，对于保险有全方位的统筹考虑。一方面，从广度上增加未投保的险种，如开始关注自己未来养老的规划。另一方面，进一步加强疾病等人生风险的保障额度。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>保险配置已基本成型，补充购买为主；</li> <li>开始着重于传承和终极关怀。一方面，考虑如何通过保险以最优化的配置将财富传承到下一代。另一方面，开始着手考虑将来的终极关怀事宜。</li> </ul>
关注险种	健康险、意外险和教育险	养老险、保额更高的健康险	带避税传承功能的财产综合险、终极关怀类保险

## 3.2 健康医疗篇

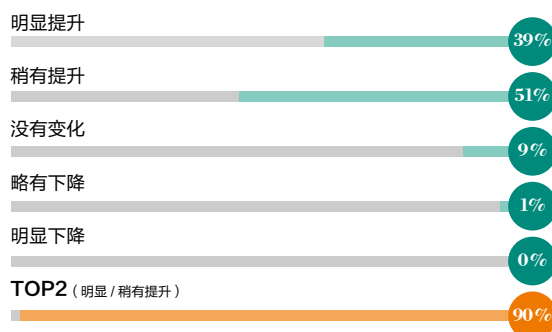
### 3.2.1 医疗现状：主力高净值人群正面临快速释放的医疗服务需求

主力高净值人群的工作节奏相比前两年逐渐放缓，他们会愿意花更多的时间在家生活、健康养生上。与过去几年相比，他们在医疗方面的需求也有所提升，仅 10% 的人表示没有变化或需求下降。

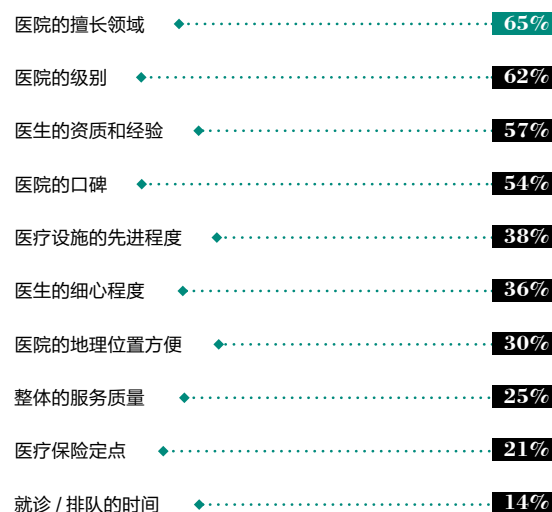
总体来看，仅 22% 的人群表示病症较为严重了才去就医，对比三年前 30% 病症严重就医的现象，主力高净值人群对医疗的重视度有明显提高。

主力高净值人群在就医时会有众多考虑因素，超过六成

### 与过去几年相比，医疗方面需求的变化



### 就医考虑的因素



### 就医心理

	2015	2016	2017
5 呈现显著症状刻不容缓	5%	7%	7%
4	25%	22%	15%
3	37%	31%	44%
2	17%	21%	21%
1 稍有迹象便就医	15%	18%	13%

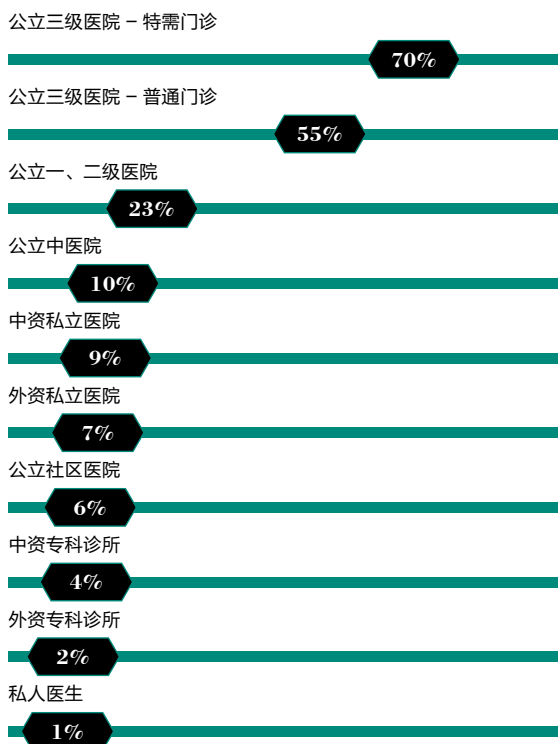
人群认为“医院擅长的领域”和“医院的级别”是较为重要的因素，其次，“医生的资质和经验”、“医院的口碑”的选择率也超过五成。“医疗设施的先进程度”、“医生的细心程度”、“医院的地理位置方便”的考量紧随其后。

公立三级医院因其占据了目前优质、集中的医生、医疗资源，是主力高净值人群就医首选机构，70%的人群选择公立三级医院 - 特需门诊作为自己的就医机构，公立三级医院 - 普通门诊的选择率为55%。针对一些慢性病，公立一、二级医院以其排队时间短、离家近等优势排名第三。公立中医院、中资私立医院、外资私立医院等就医机构均有近一成的选择率。

从满意度评分来看，主力高净值人群认为目前的医疗大环境还有待提高，特别是在服务质量上的满意度最低。从定性研究来看，主力高净值人群对医疗服务质量的要求高，但中国实际医疗环境与他们的预期相差甚远。其中，“中国医疗环境供求不平衡，导致获取优秀资源难”、“过度治疗”、“医生态度差，缺乏人性化关怀”是他们认为亟需改善的方面。

针对目前不满意的方面，尤其在服务质量的困扰上，主力高净值人群也会相应寻找一些解决措施，比如“寻找关系/熟人”（59%），去中资私立医院就诊（55%），去外资私立医院就诊（41%）等。

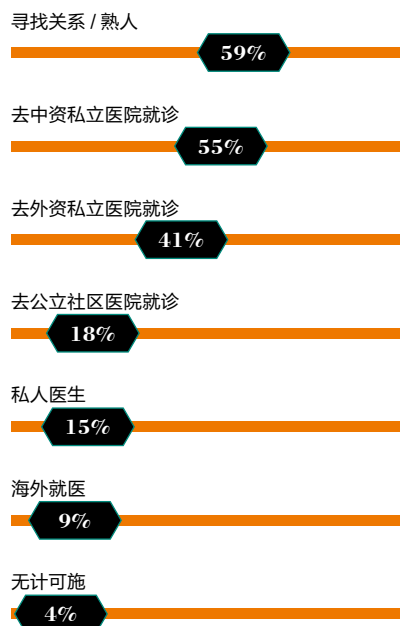
## 就医机构选择



## 就医满意度评分

	就医环境	服务质量	医疗设施 先进性	医生 专业性	诊断 准确性	价格
10 非常满意	6%	6%	7%	7%	7%	7%
9	6%	6%	11%	11%	11%	7%
8	23%	25%	24%	27%	25%	19%
7	24%	21%	22%	22%	23%	22%
6	17%	16%	16%	14%	15%	14%
5	13%	14%	12%	9%	11%	19%
1~4 完全不满意	11%	11%	9%	9%	9%	12%
均值	6.66	6.63	6.93	7.01	6.95	6.50

## 不满意方面的应对措施



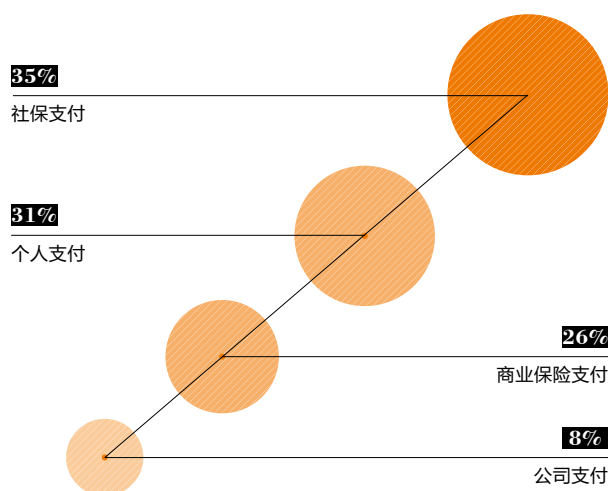
从区域分布上来看，深圳地区的主力高净值人群针对目前不满意的医疗方面，进行“海外就医”（25%）和寻找“私人医生”（34%）的比例远高于其他地区。

在就医花费上，目前主力高净值人群主要由三个渠道支付费用，“社保支付”、“个人支付”均超过三成，“商业保险支付”达到26%，“公司支付”仅占比8%。

过去一年，主力高净值人群在医疗上费用支出较高，平均花费为8,660元（含社保支付），其中，花费999元以下人群占比24%，1,000-9,999元占比43%，10,000元以上人群占比26%。

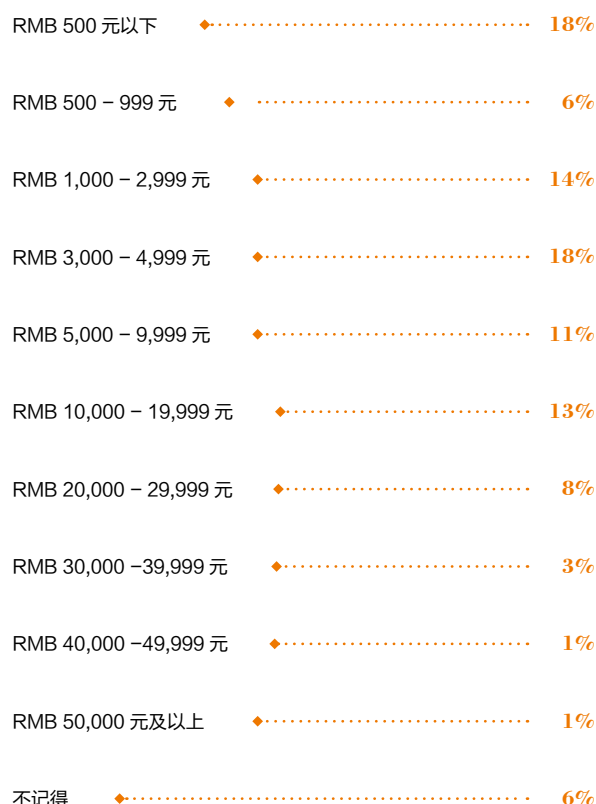
分区域来看，北京、上海、广州的就医花费高于其他地区，尤其是北京和上海年平均就医费用超过13,000元。

## 医疗费用支付来源



## 最近一年就医费用

均值:8,660元



## 3.2.2 个性化、综合型的全程医疗管理方案建议

从定性研究来看，我们建议主力高净值人群在制定医疗方案的过程中，应着重于获取个性化、综合型的全程医疗管理方案，强调“高匹配度”、“一站式”和“全面性”三方面。

**1 个性化方案：**在养生和医疗的过程中，主力高净值人群并不能完全遵循大众化的规律和方法、采取一视同仁的建议和干预手段，而是应该根据每个人的体质，配套差异化的调理和治疗措施。只有通过权威检查获取符合自身特性的个性化后续配套方案，才能获得行之有效的预防和治疗效果。

**2 全程化管理：**全程化管理强调“一站式服务”和“持续性跟踪监测”两方面内容。主力高净值人群由于受到时间和精力限制，使得便捷和省心的服务在他们的医疗过程中变得尤为重要。“一站式”规划从预防、治疗、持续性追踪监测到后续多方面配套服务，都为他们提供了方向性的引导和定期辅助，在给予最高便利性的同时也更熟悉个体特质需求。

**3 综合型建议：**在主力高净值人群医疗关注中，往往仅强调定期的身体检查和保健品补充，但其实真正的医疗管理方案应配备“综合型”的建议，不单单是体现有健康状况的诊断，更应该涉及到预防和治疗的各个维度，包括加入心理和认知方面的建议。具体来说，在这一年龄段的医疗方案中应包含饮食搭配、营养补充、运



动锻炼、疾病调理、心理舒缓解压、大脑及认知能力监测训练等多方面因素。

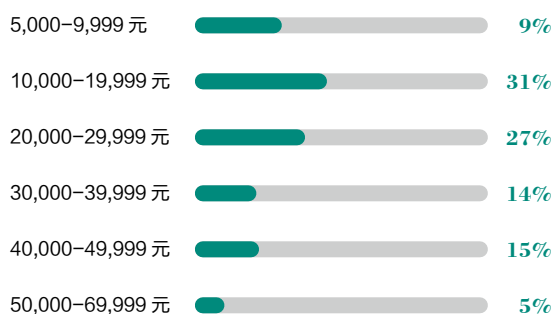
### 3.2.3 健康保险购买现状与趋势：资源和资金保障是关键

#### 健康保险购买现状：资源提供是首要，资金保障也考虑

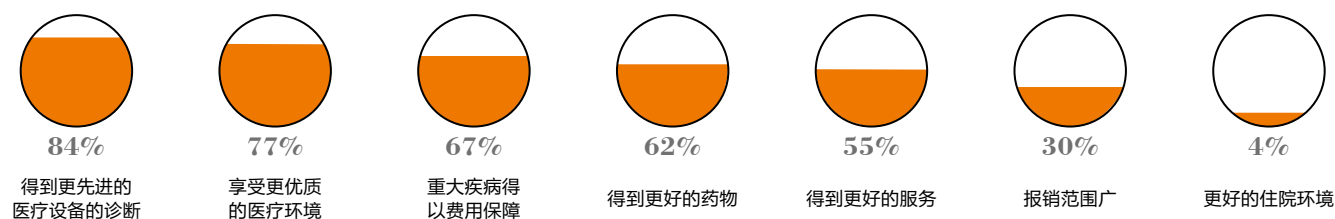
主力高净值人群家庭平均每年在商业健康保险的交费上总投入 2.64 万元，他们购买商业健康保险的主要原因已从“资金”转向“资源”。84% 的人认为“得到更先进的医疗设备的诊断”是他们购买商业健康保险的原因，其次是“享受更优质的医疗环境”（77%），62% 的人群认

#### 家庭年交商业健康保险总保费

均值：2.64 万



#### 购买商业健康保险的原因



#### 商业健康保险满意度

	总体满意度	保险公司口碑	销售人员专业性	理赔速度	保障范围	产品设计	服务质量	流程便捷	费率
10 非常满意	0%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	1%	2%
9	4%	15%	10%	5%	9%	8%	7%	6%	5%
8	35%	25%	28%	28%	26%	26%	30%	25%	23%
7	37%	29%	33%	42%	34%	37%	33%	39%	39%
6	19%	21%	17%	18%	25%	19%	23%	20%	25%
5	4%	8%	8%	6%	5%	8%	5%	9%	6%
1~4 不满意	1%	2%	2%	0%	0%	1%	2%	1%	1%
均值	7.11	7.16	7.14	7.08	7.07	7.06	7.06	6.98	6.98

数据来源：2017 中国高净值人群医养需求调研

为购买商业健康保险可以“得到更好的药物”，为了“得到更好服务”而买的人也超过五成。“资金”方面，“重大疾病得以费用保障”的原因占比67%，而“报销范围更广”仅占三成。

对于目前的商业健康保险，主力高净值人群的满意度有待提高。平均总体满意度仅7.11分，他们认为，目前的商业健康保险需要在各方面有所提高，尤其是“流程便捷性”以及“费率”方面。同时，产品设计、保障范围方面的不满意也相对较高，82%的主力高净值人群认为“保障范围限制太多”，抱怨“保障年龄过低、老人不能买”和“保险产品单一、设计不合理”的人群超过七成。

## “提高保障额度并强调优质便利的增值服务”是健康保险未来趋势及建议

研究发现，对比前几年，商业健康保险在主力高净值人群心目中的重要度有了较大的变化。超过九成的人群表示，在近一年中，健康保险的重要程度有所提升，他们愿意考虑将其作为必要的保障配置。

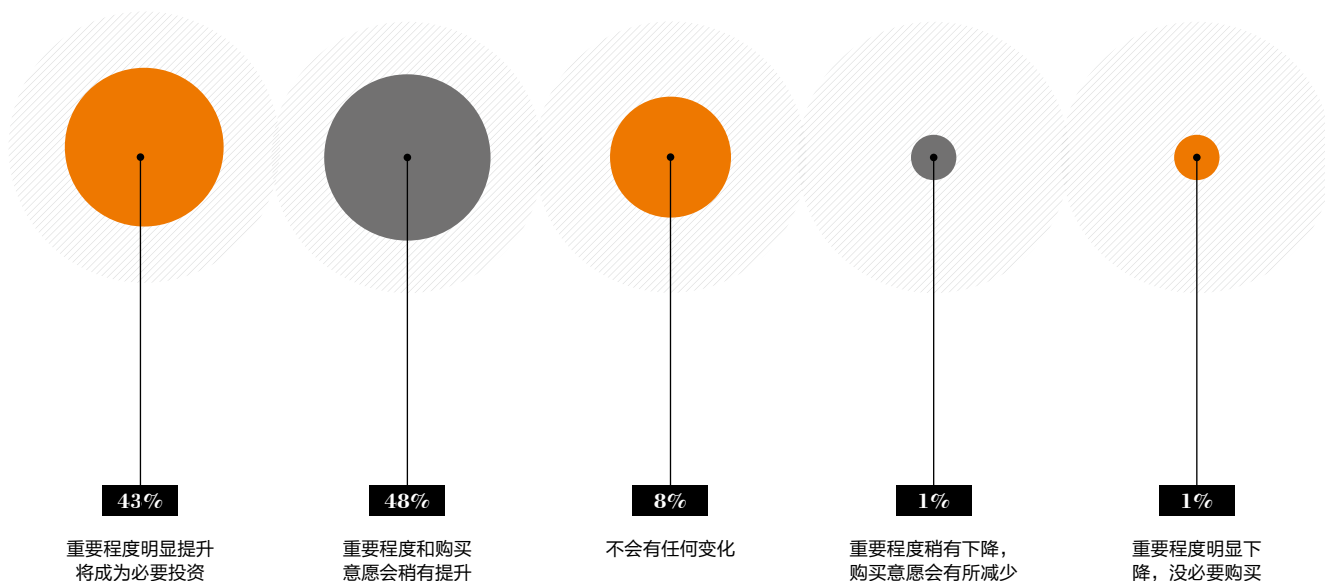
定性研究发现，健康保险的配备对于主力高净值人群尤为重要，是投资于未来的必要选择。这一年龄段的高净值人群在事业和家庭中都是关键人物，任何风险的不确定性都

可能为原本紧绷的生活带来严重的打击，因此保障未来生活的有序延展、不受突发事件的影响成为他们现阶段的重中之重。购买商业健康保险便是充分利用金融杠杆规避未来健康风险的有效方案。

**健康保险购买建议：**随着中国医疗环境和供需矛盾的加剧，社会医疗保险无论是在资金支持还是资源提供方面，均不能满足主力高净值人群面对健康风险发生时的医疗需求，这就使得高端商业健康保险的补充变得尤为重要。对主力高净值人群来说，在投资高端商业健康保险时，应着重关注保障额度的充分性以及未来“医疗资源”的覆盖范围和优质感。一方面，高保障额度的商业健康保险能够最大程度地规避疾病所带来的不确定性，提供有力的经济支持和保障。另一方面，增值服务覆盖范围广泛的高端商业健康保险，才能够为高净值人群增加诸如就医绿色通道、优质国内外专家医生资源、先进设备药品技术对接等多项内容，帮助他们获取到最优质和最便利的医疗方案。

**超过九成的人群表示，在近一年中，健康保险的重要程度有所提升，他们愿意考虑将其作为必要的保障配置**

## 健康保险重要度的变化趋势



## 专题一 医疗专家眼中的中国医疗

# 美国医疗专家看中国医疗问题 ——谈东风教授专访

### 谈东风

美籍华裔名医，美国 MD 安德森肿瘤中心病理学、肿瘤内科学双科教授、美国资深肿瘤分子病理和个性化治疗会诊专家

#### Q：您认为中国的医疗发展有哪些地方可以借鉴欧美的经验？

A：相对来说，中国的医疗环境目前呈现出两种极端，包括精准医疗在内的高端医疗发展过热，但基础医疗体系却跟不上，医疗政策滞后、医疗资源分配不足导致市场供不应求。医疗的计划经济模式使得实际情况偏离市场规律和重点服务方向。从欧美的发展经验来看，中国的医疗发展有四方面可以借鉴，第一，严控医学教育准入，提高医疗人才综合素质。加强规范化医疗教育和培训系统，充实市场的同时完善和提高行医能力。第二，建立健全医疗制度，通过政府的政策法律及独立的医疗专业机构协会的监督，专业评控和监管整个医疗市场。第三，合理扩大医疗资源分配，解决供需矛盾问题。第四，完善医疗保险制度，减少政府干预，增加市场灵活因素并鼓励保障多元化医保模式。

#### Q：聚焦中国主力高净值人群和他们的父母的医疗，您认为欧美和国内哪个环境更适合他们？

A：虽然美国的医疗技术和环境占有优势，但对于中国主力高净值人群来说，在美国就医实际操作时会遇到语言、文化、饮食和生活方式上的差异和不习惯，加上当事人观念、事业、

家庭等因素的限制。综合评估，国内医疗反而更为方便快捷。因此，我认为 95% 的主力高净值人群医疗诊治可以选择在国内进行。少数人如有个性体检、高端精准诊断和解读需求，或者遇到疑难杂症等情况时，可以选择海外就医。

#### Q：针对中国主力高净值人群和他们的父母，您在医疗方面对于他们有哪些建议？

A：主力高净值人群往往拥有更高的支付能力，所以他们对于私立医院、海外就医的需求更强，他们希望便捷和高质量的团队服务。对于他们来说，我认为不仅仅是医疗诊治，而更应该寻找到个性化的医疗方案，通过多方权威专家的整体分析和全面评估，得到针对自身疾病的全程精准医疗管理，包括预防类的保健养生、心理健康维护、疾病治疗、人文关怀、愈后康复等全方位的服务并贯穿生命各个阶段。而对于他们的父母而言，我认为首先需要改变“省吃俭用”的传统老思想，鼓励他们主动通过书籍、网络等多方渠道搜集相关信息，获取正确的健康意识和医疗观念，每年至少进行 2 次全面体检，在疾病治疗过程中尊重医生，遵循医嘱，而不是自认为聪明去找“偏方”、“神医”，误健康大事。

## 中国医疗专家谈中国高端医疗市场 ——黄延焱主任医师专访

**Q：请问您认为中国高净值人群的医疗需求呈现出什么样的特点？**

**A：**高净值人群的特征是拥有更多的资金，关注健康但时间有限，因此他们期望以金钱获取到最为便捷、专业和全面的服务。从医疗需求上来说，我认为高净值人群所需要的是个性化的全程医疗管理方案。针对个人的特点和体质，提供差异化的养生和医疗指导体系，这包括生理和心理两部分，如饮食搭配、营养补充、运动锻炼、解压、认知训练等。其次，“家庭医生”抑或“私人医生”也是高净值人群医疗需求的切入点，通过专业的私人医生能够在医疗上给予及时的全程管理和指导，即便在就医时也能在“私人医生”的协助下实现行之有效的“分流诊断”和治疗。

**Q：针对主力高净值人群父母的医疗，您有哪些建议？**

**A：**从父母这一人群出发，我们应该着重于尽可能地延长他们持续健康的周期、延迟疾病发生的时间，同样需要兼顾躯体和心理两方面。首先，必须从基础上提供一个安全的生活环境。其次，老年人是一群心理上特别容易出现孤独感和被遗弃感的人，所以子女需要及时关注父母的心理和认知能力，提供相应的方法，如网络知识的搜寻，鼓励父母形成积极有序的社交活动等，从而维护他们乐观开朗

的心情，达到良性循环的目的。再者，高净值人群会受到工作、生活等多方面的限制，使得他们陪伴照顾老人的时间有限，因此可以通过专业的、可信任的医生进行长期跟踪随访，时刻关注他们的身体状况，以预防为主提供健康方案，如安排定期体检并针对异常指标设计后续治疗和养生方案，配合记忆功能训练以预防大脑过速退化等。

**Q：您认为主力高净值人群在医疗方面还存在哪些不足吗？应该如何改善？**

**A：**目前来看，他们对于自身健康的关注程度很高，但主要集中在躯体健康，在心理和大脑上的关注较少。由于大脑退化是一个量变到质变的过程，40~50岁阶段的人群尤其要注意大脑退化的症状，如记忆力下降、注意力不集中等现象。我认为应该寻找到权威的医疗机构，通过检查获取个性化、一站式的综合预防方案，这包括四大要素，一是饮食和营养的调配，二是运动锻炼，尤其是有氧训练，三是参与心理解压和放松课程，四是通过专业的认知训练使大脑保持良好的运行状态和能力。当然，在整个方案的执行过程中，高净值人群应该保持自我管理和持续监测的行为，使其成为规律性的习惯，才能达到良好的效果。

黄延焱

复旦大学附属华山医院老年病科副主任，复旦大学附属华山医院全科医学教研组副组长，中华医学会行为医学分会常务委员

### 3.3 活力养老篇

#### 3.3.1 父母养老现状：“居家养老”与“自我生活”难平衡

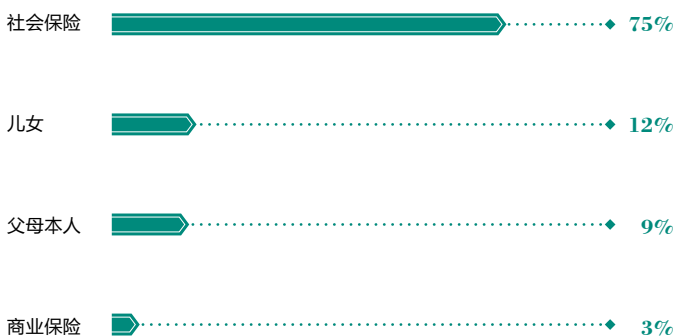
近七成的主力高净值人群的父母目前以“纯居家”方式养老，去养老机构养老的占比达到三成，其中，中高端养老社区比例为 14%。分区域来看，北京和上海的主力高净值人群父母选择“中高端养老社区”的比例显著高于其他城市。父母的健康程度、养老观念，以及父母本人意愿是选择目前养老方式的原因。在父母养老经费来源上，社会保险作为最主要的角色，占比 75%，

**近七成的主力高净值人群父母目前  
“纯居家”方式养老，  
去养老院养老的占比达到三成，  
其中，中高端养老社区比例为 14%**

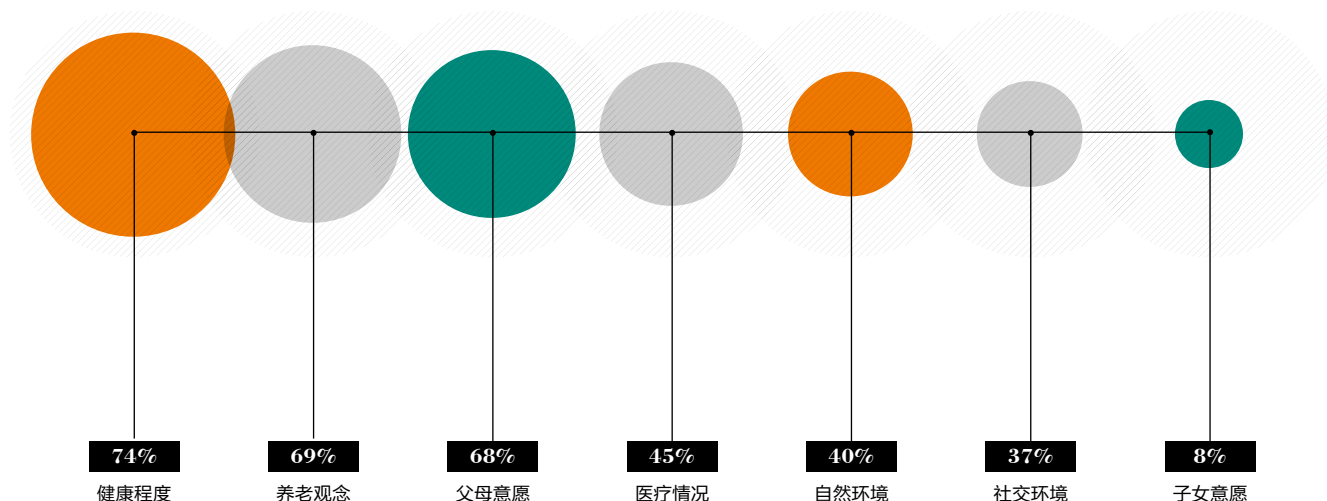
#### 主力高净值人群定性访谈语录

“如今父母在家养老，生理和心理上都需要更多的时间和精力照料，但我也有自己的工作和生活，两者常常难以平衡。”

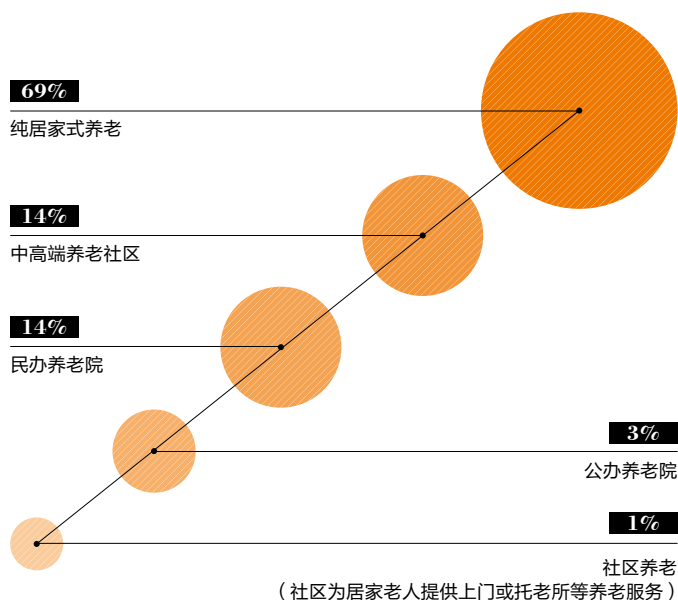
#### 父母养老费用来源



#### 父母选择该养老方式的原因



## 父母养老方式



其次是儿女 12%，父母本人 9%，父母的商业保险支付养老经费的比例仅占 3%。

从定性调研来看，在对待父母的养老中，自身生活和照顾父母无法达到平衡是主力高净值人群最大的痛点，父母年龄的增长使得他们不得不留出更多的陪伴时间，但又必须兼顾自己的事业、子女教育和其他各项事务。尤其是居家养老为主的现状，使得老人无论是在医疗还是心理需求上都对子女有极强的依赖感，无形中加剧了主力高净值人群的生活压力和所需要付出的精力。

**从定性调研来看，在对待父母的养老上，自身生活和照顾父母无法达到平衡是主力高净值人群最大的痛点**





## 专题二 主力高净值人群为父母养老准备的八大步骤

### 1 心理上接受父母年迈的事实，为更多的照料和陪护做好准备：

随着父母年龄的增加，其对于子女的依赖程度必然不断提升，主力高净值人群必须事先进行自我心理建设，接受将付出更多时间和精力陪伴父母这一事实，同时预先安排处理好生活和事业的平衡，以免当父母需要照料的事宜越发频繁时，出现抵触和抱怨的心态。

### 2 寻找契机与父母进行一次促膝长谈，了解他们的真实养老构想：

只有真正了解父母养老的心态和意愿，才能制定出更为有效和针对性的养老方案。因此，找准合适的时机与父母聊聊他们的养老构想十分重要，包括理想的养老环境、偏好的养老方式、对于子女照顾的期望、养老需求和关注点等各因素。

### 3 教会父母通过正确的信息渠道获取专业的养老和医疗知识，树立正确的生活方式：

受到时间和精力限制，主力高净值人群不可能时时刻刻都在父母身边，因此需要教会父母辨别信息和获取知识的能力，帮助他们学习网络信息搜集、推荐合适的书籍、告知判断外来信息和事物的基本规则等，以此使父母建立起正确的生活模式和消费观念。

### 4 关注父母心理，鼓励积极规律的社交活动：

老年人犹如孩子，是一个特别容易产生孤独感、遗弃感等负面情绪的群体。因此，多关注父母的情绪、定期陪伴聊天是主力高净值人群必须关注的方面。同时，鼓励父母进行积极合理的社交活动，与老年朋友一起进行有兴趣的业余活动，能够帮助他们建立积极开朗的个性，避免认知能力退化和心理的抑郁。



## 5 与权威医疗机构签订协议，为父母安排每年2次定期体检并实现后续的跟踪管理：

高净值人群的时间和精力有限，因此可与权威、信任度高的医疗机构签订长期协议，通过专业医生和医护人员的辅助，更有效地维护和延长父母的健康周期。其中，强调的是“定期”和“持续”两方面，包括定期的身体、心理、大脑检查（半年1次），以及后续可持续的跟踪服务和配套医疗管理服务。

## 6 转变固有观念，提高父母对于专业中高端养老机构的接受度：

受到传统思想的影响，居家养老目前仍是主流。但主力高净值人群意识到，中高端养老机构无论是在基础设施、饮食搭配还是健康心理维护上都能为父母提供更高品质和更愉悦的养老生活，同时也能最大限度地减轻子女的负担。因此，主力高净值人群应时常与父母沟通或陪同他们参观优秀

的养老机构，转变固有观念，鼓励父母逐步接受专业中高端养老机构这一养老方式。

## 7 为父母制定出一套全面综合的养老方案，给予高质量的养老生活：

基于父母健康程度、养老观念，以及父母本人意愿和个性三大重要原则，考虑好医疗资源、养老环境、基础设施、饮食搭配、健康跟踪（包括身体和心理）、资金储备、社交活动等多维度内容，可以寻求专业机构的意见和帮助，与父母一起制定出一套全面综合的养老方案，为父母提供高质量、受尊重和有满足感的老年生活。

## 8 为突发事件计划好紧急方案：

老年生活充满许多未知性，因此主力高净值人群应该与父母共同商定好突发事件的紧急方案，以快速响应、简单易懂、操作方便为标准，以预防突发事件发生时的措手不及。

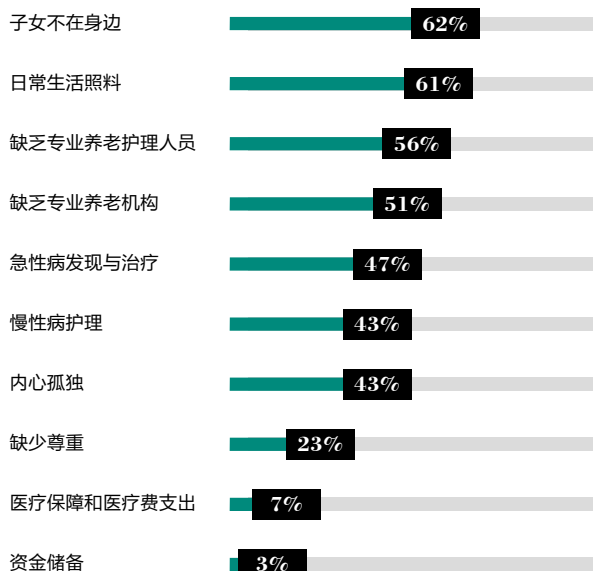
### 3.3.2 医疗配备、安全的适老环境和心理维护是主要养老需求

与过去几年相比，主力高净值人群表示，无论是父母养老亦或是自己养老，他们对于养老方面的需求均有一定的提高。尤其在父母步入需要赡养照顾的年龄阶段，养老需求的迫切度有显著提高。

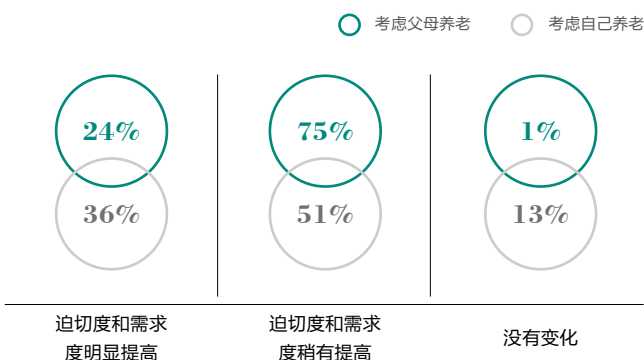
超过八成的主力高净值人群认为，理想的养老状态需要“健康的身体”和“完善的医疗和生活服务”，可见，“健康和医疗”与“养老”话题密不可分，拥有健康的身体和优质的医疗条件是理想养老状态的基础。“优越的居住环境和适老设施”（73%）、“充足的资金储备”（65%）以及“良好的自然环境和气候”（62%）等外在条件是构成理想养老状态较为重要的因素。同时，超过五成的人群认为心理方面的因素也影响着养老状态是否理想，比如“丰富多彩的娱乐活动”（63%），“愉快的心情”（56%）、“与儿孙同住，享受天伦之乐”（55%），“接触和学习新鲜事物”（53%）以及“继续发挥自己的技能和特长”（50%）等。

当谈及养老时担心的方面，主力高净值人群在“心理”和“身体”两方面均有较大的困扰。“子女不在身边”（62%）、“日常生活照料”（61%）、“缺乏专业的养老护理人员”（56%）以及“缺乏专业的养老机构”（51%）等因素的选择均超过五成。

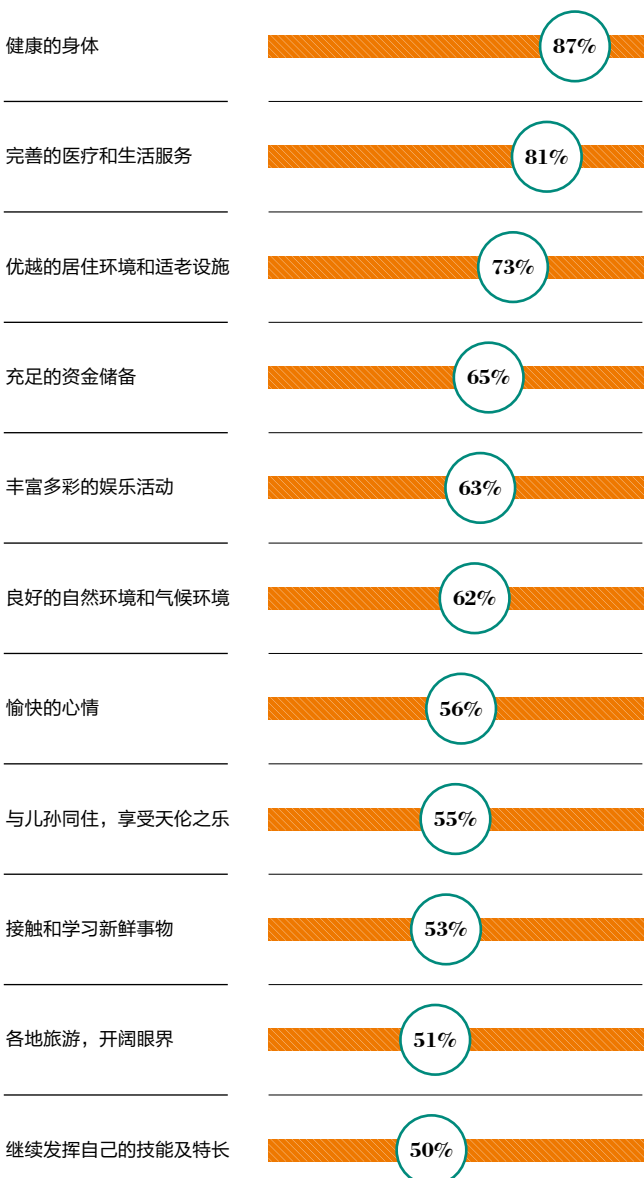
#### 养老担心的方面



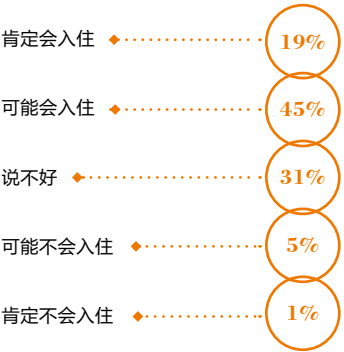
#### 对于养老方面需求变化



#### 理想的养老状态



入住可能性



3.3.3 未来养老首选：医养融合社区

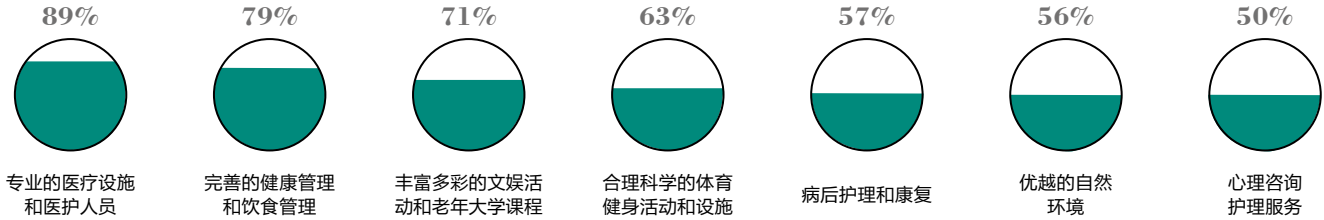
在定性研究中发现，随着中国老龄化程度的不断加剧，子女照料父母的压力和责任愈发沉重，出于减轻子女负担的心理和更高品质养老生活的追求，中高端养老机构正成为主力高净值人群未来养老的有利选择。究其原因，一是中高端养老机构能够从专业的角度为养老生活提供最为安全舒适的生活和环境。二是机构内天然形成的老年社交圈，配合丰富的业余活动，有益于培养和塑造老年人乐观积极的心理。三是该类机构拥有全面的医疗资源，能够有效管理常见的慢性病，在出现突发状况时也能及时、正确地处理应对。

研究表明，有 88% 的主力高净值

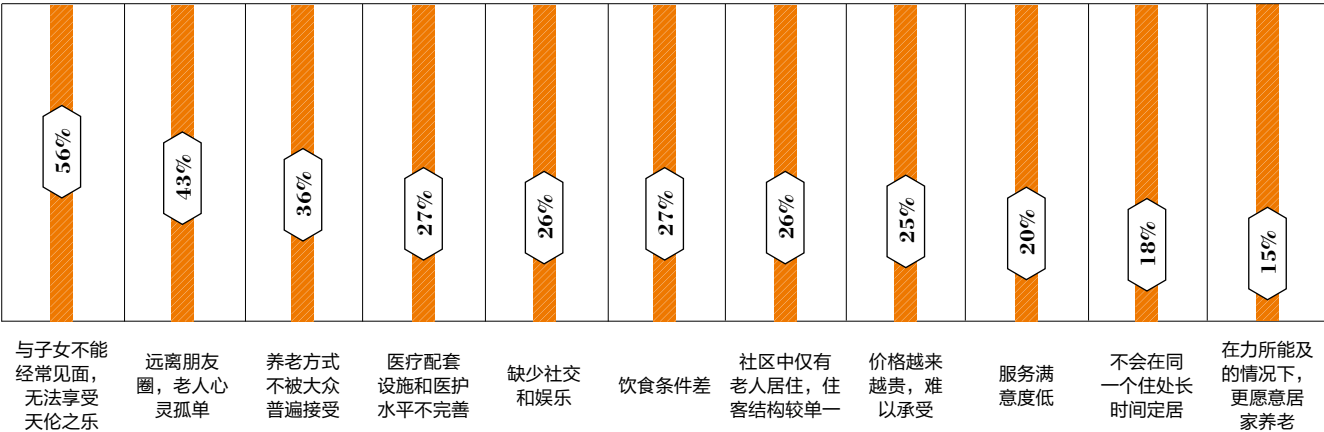
人群对中高端养老社区感兴趣，其中，非常感兴趣人群超过三成。超过六成人群也表示，他们对中高端养老社区的入住可能性较高，不太可能入住人群仅占比 6%。

拥有“专业的医疗设施和医护人员”是中高端养老社区最吸引主力高净值人群的方面，同时“完善的健康管理和饮食管理”（79%）以及“丰富多彩的文娱活动和老年大学课程”（71%）也是其亮点。虽然主力高净值人群对中高端养老社区的感兴趣程度很高，但他们仍然有担忧的方面，比如“与子女不能经常见面，无法享受天伦之乐”（56%）、“远离朋友圈，老人心灵孤单”（43%）等老年人心理方面的问题是较为普遍的。

中高端养老社区吸引人的方面



中高端养老社区担忧的方面





### 专题三 银色浪潮下的泰康养老实践

## ——清华大学 刘广君

#### 刘广君

清华大学公管学院就业与  
社会保障研究中心副主任，  
中国老年学会和老年医学  
学会老龄金融分会理事，  
中国金融理财师标准委员  
会特聘资深高级培训师

人口老龄化并非社会老化。农业经济以勤恳（Conscientious and diligent）精神追求经济总量时，人均寿命达到 40-50 岁；工业经济以勤奋-竞争（Competition）精神追求 GDP 速度，人均寿命达到 60-80 岁。为了解资本暴利带来的分配不公和环境污染，人类将进入大健康经济。健康经济将解决生命的质量问题，以勤奋-竞争-合作（Cooperation）精神追求人均 GDP 的福利相关性，人均寿命可能达到 90-120 岁，健康长寿成为社会发展的主题。人生将由黑发 50 年和白发 50 年构成，我们称其为银色经济（① 杨燕绥，2014）。银色经济即指基于健康长寿的不断升级的消费需求及其约束条件，组织生产、分配、流通和消费的活动及其供求关系的总称。

健康长寿的约束条件即代际利益冲突。对社会整体而言即指在劳动年龄人口和养老金领取人口之间，关于养老金交费和待遇的利益冲突；就个人而言即指工作与退休的利益冲突；这必然引起社会文化的转变，特别是代际文化、家庭文化、经济文化以及养老文化的变化。为此，杨燕绥教授和清华团队的研究成果证明，和谐代际利益关系的发展战略如下：一是提高劳动人口的人力资本[第一人口红利]，以科技推动经济；二是改

善老龄人口的资产结构[第二人口红利]，以消费拉动经济。此外，获得诺贝尔经济学奖的贝克尔的人力资本理论、弗里德曼的平滑消费理论和莫迪里安尼的生命周期理论证明，健康长寿的愿望要建立在终生自立的观念和财务规划之上的，否则，代际之间的利益冲突将越来越大。Ronald Lee 和 Andrew Mason(2011) 针对中国的研究发现，中国人口消费高峰在 15-40 岁，35 岁达到峰值点，50 岁以后一路下降，直至非常低的水平；反之，德国、日本等进入超级老龄社会的国家，55-80 岁人口形成消费峰值期，老龄人口的消费能力是拉动内需、推动就业和促进社会经济发展的主要动力，这是积极应对人口老龄化的软实力。

终生自立的养老规划由养老金、医疗保障、养老房产和失能照护以及其他元素构成，应对以个人规划为主、国家社会保障为辅。（1）养老金是保障老年人日常开支的现金流，包括公共基础养老金和个人职业养老金及自储养老金；（2）医疗保障包括健康生活、疾病治疗和康复护理，社会医疗保险和商业健康保险可以分担 80% 以上的费用；（3）养老房产既解决安居乐业，也解决置换失能照护服务问题，买房即为上述两个目的，一个说法是“30 年我养房、20 年房养我”；（4）失能照（care）护

① 胡杨燕绥主编：《中国老龄社会与养老保障发展报告》，清华大学出版社，2013，第 5 页。

(nurse) 是健康长寿的刚性消费需求, 专业性很强且费用不菲, 没有护理保险计划的支持, 很难形成社会购买力; 没有足够的社会购买力, 很难发展医养服务和康养产业。总之, 进入银色经济时代发展大健康产业, 需要国家、企业和个人共同努力, 泰康人是最努力的企业之一。

陈东升董事长是最早思考和实践大健康经济的企业家之一。世界卫生组织 (WHO) 在 2005 年提出的健康定义, 即良好的身心与社会的适应状态。大健康包括身体健康、心理健康、心灵健康、社会健康、智力健康、道德健康。2007 年, 世界卫生组织提出发展健康经济的目标。进入 21 世纪以后, 国际社会陆续出台了一系列老年友好型社会建设公约和标准, 与污染环境的传统工业经济相比较, 大健康经济是技术进步与人文进步并重的新型社会经济形态, 可以称其为人类的第三大财富波。党的十八届三中全会提出要“积极应对人口老龄化, 加快建立社会养老服务体系和发展老年服务产业”, 鼓励市场力量参与老年服务产业发展。泰康集团由保险、医养和资产管理三大板块构成; 特别是泰康医养社区, 正在发挥着带动医养产业发展的龙头效应。

第一, 以客户需求为导向。什么是国民的健康长寿消费需求, 这是一个新问题。陈东升董事长和他的团队思考和探索了 20 年。从就医难、吃饭难、照料难、康复护理难、安居保障难、资产管理难到精神寂寞等。如何将这些需求融为一体, 让老年人能够接受, 继而将家庭搬入社区, 泰康从满足老年人宜居生态环境做起。如今走进泰康之家, 一

个门把手、一个追忆的物件、每个门户的置物台、微笑的服务人员……每个细节都沁透着对老人的爱心和理解, 吸引着从这里走过的每个老人。从北京燕园、上海申园、广州粤园, 到陆续开放的每个医养社区, 构建了符合老年人生命周期需要的活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀四位一体的运营模式, 以持续性、协作性、集约性实践着供给侧的改革, 成就了人们优雅老去的梦想。

第二, 以国际经验为参照。从 2007 年开始, 陈东升带队先后考察了美国、日本等 20 多个现代养老社区, 集凯撒模式 (保险 + 医疗)、CCRC (视身体状况的持续照料)、REITs (房地产信托投资基金)、PACE (1+N 管家式管理) 等精华于一身, 开创适合中国人的养老服务模式。这不只是商业嗅觉灵敏性的体现, 更重要的是塑造了尊重生命、尊重科学的企业文化。

第三, 以资源整合为手段。泰康以企业家精神探索产业协同效应, 将地产与金融、医疗、养老和资产管理、介入社会服务融为一体, 通过科学设计和精细化管理, 实现生态化相互促进作用, 由此实现提升效率、降低风险的营利模式。

第四, 以规范服务为己任。泰康以大健康经济的人文姿态进入了医养服务领域, 尽管没有成熟的经验可供参照, 要敢为天下先。在项目选址、适老建筑设计、配套设施、服务内容和水平上制定了严格的规范和标准, 并将其渗透到每个管理者和员工, 于此打造了泰康人的精神和文化。

中国养老产业正在开局, 充满诱惑与困惑, 泰康人已经迈出自信心的脚步, 给大家带来希望。

**如今走进泰康之家, 一个门把手、一个追忆的物件、每个门户的置物台、微笑的服务人员……每个细节都沁透着对老人的爱心和理解, 吸引着从这里走过的每个老人**



### 3.3.4 养老保险购买现状及趋势：持续性收益和养老配备是重点

#### 养老保险购买现状：养老保险保费高，看重资源与收入

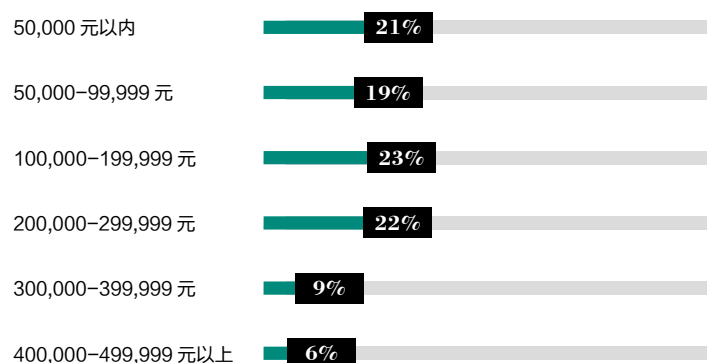
主力高净值人群购买商业养老保险的原因主要有“取得更优质的养老资源”（87%），“养老收入来源”（77%）以及“取得入住养老社区资格”（67%）。他们每年在家庭商业养老保险上交纳的总保费较高，交纳 50,000 元以内的人群仅占比 21%，近四成的人群年交总保费超过 200,000 元。

主力高净值人群对目前的商业养老保险的满意度较低，横向来看，“服务质量”和“保险公司口碑”是他们相对较为满意的两个部分，“产品设计”和“费率、价格”则需进一步改进。超过七成的人群认为目前的商业养老保险“保障年龄过低、老人不能购买”、“保险待遇不好，回报收益低”等问题是他们不满意的方面。总体来看，目前的商业养老保险需要全方位的提高服务、改善产品，以赢得高要求、高标准的主力高净值人群的刚性需求。

#### 购买商业养老保险原因



#### 家庭年交商业养老保险总保费



#### 商业养老保险满意度

	总体满意度	服务质量	保险公司的口碑	销售人员的专业性	购买流程便捷	产品设计	费率和价格
10 非常满意	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
9	3%	5%	10%	8%	8%	9%	2%
8	38%	37%	31%	30%	28%	22%	19%
7	34%	38%	34%	36%	38%	40%	51%
6	20%	15%	17%	20%	20%	23%	22%
5	4%	4%	6%	4%	4%	5%	4%
1~4 不满意	1%	2%	2%	2%	1%	2%	2%
均值	7.13	7.19	7.17	7.11	7.10	7.02	6.85

## “关注收益的持续性和养老资源的完善性”是养老保险未来趋势及建议

研究发现，对比前几年，主力高净值人群对于养老保险的重视度提升，94%的人群购买意愿有所增加，六成以上的人表示明显的配置意愿。由此可见，养老保险在他们生活中重要程度和投资必要性均有所增加。

定性研究发现，中国社会的老龄化格局是必然趋势且日益严峻，这使得越来越多的人对于社会基础养老保险失去信心。所以，事先考虑好自己未来的养老规划才是主力高净值人群的明智之举。商业养老保险能有效规避高龄风险，是421家庭结构下缓解子女压力的重要保障。

**养老保险购买建议：**商业养老保险作为规避高龄风险的有效工具，在选择时同样应关注“收益”和“资源”两方面。第一，只有获取长期合理稳健的收益才能为将来的养老生活提供持续性的经济补充，在购买高端养老保险时，应关注保险公司的背景和口碑，对于他们所提供的收益组成和方式进行全面考核。第二，需要注重养老保险所配备的增值资源是否全面完善，如对于医疗、养老资源提供、养老方式等各方面的辅助，以此保障未来享受到更高质量的养老生活。

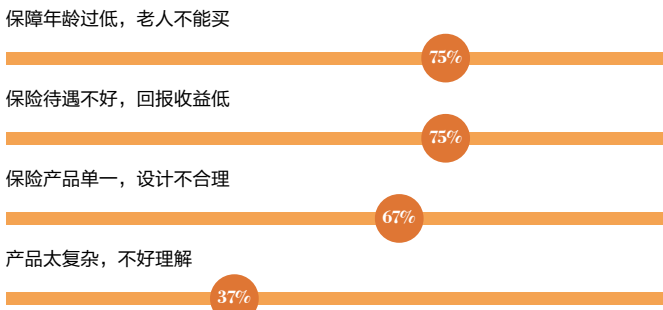
## 3.4 高端服务篇

### 3.4.1 “由免费到付费”——高净值人群对增值服务需求转变，愿意为高品质服务付费

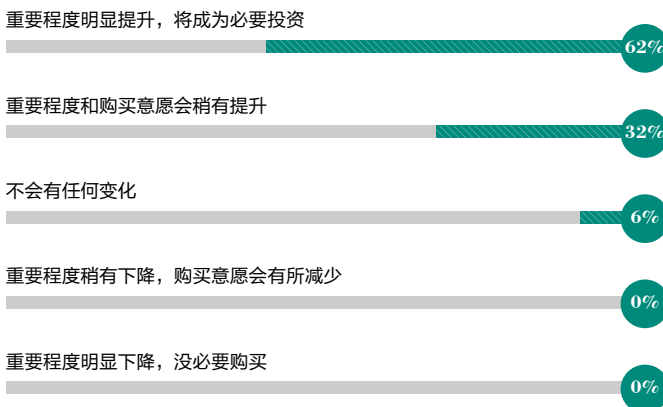
定性研究发现，主力高净值人群的付费意识提高。一方面，当时间和精力被多方面的压力分散时，寻找专业的“第三方”服务机构并获取到针对性的帮助成为主力高净值人群的重要选择。另一方面，随着财富积累的增加，个性化与品质感的要求提升，标准化的市场产品已然不能完全满足主力高净值人群的全部需求。他们开始转向“付费内容”，并期望以此得到更高质量的增值服务，体现“尊贵感”和“与众不同”的同时更好地符合自身特质与需要。

调研显示，68%的主力高净值人群表示出对于更高品质增值服务的支付意愿。在关注的增值服务中，提高生活品“质”型的内容也是他们最为强调的类型，关注比例达到78%。其中，“健康医疗服务”以87%的选择率成为最受欢迎的增值服务类型。

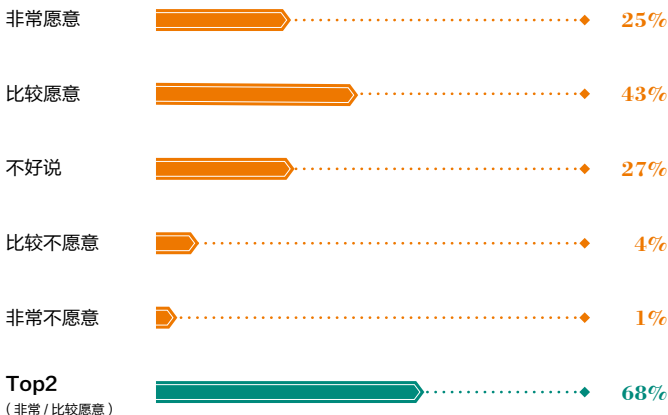
## 目前商业养老保险不满意的方面



## 养老保险重要度的变化趋势



## 是否愿意支付费用获得更高品质增值服务



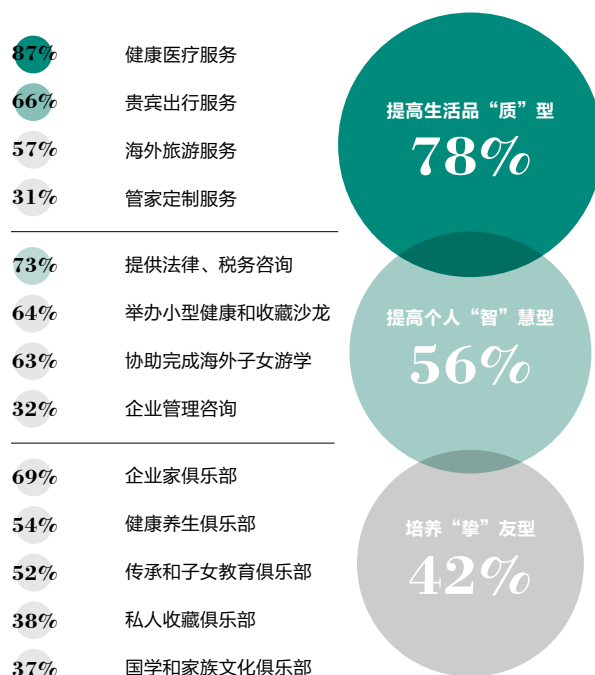
聚焦到商业保险的增值服务，体检服务需求最为强烈。超过八成的主力高净值人群认为“境内健康体检”是他们所需要的，其次是境外健康体检。除此之外，主力高净值人群对咨询讲座类增值服务也有一定的偏好度，如“法律咨询”、“投资理财”、“养生保健等讲座”、“家人海外留学规划”等均有超过三成的选择率。

### 3.4.2 一站式服务平台是首选

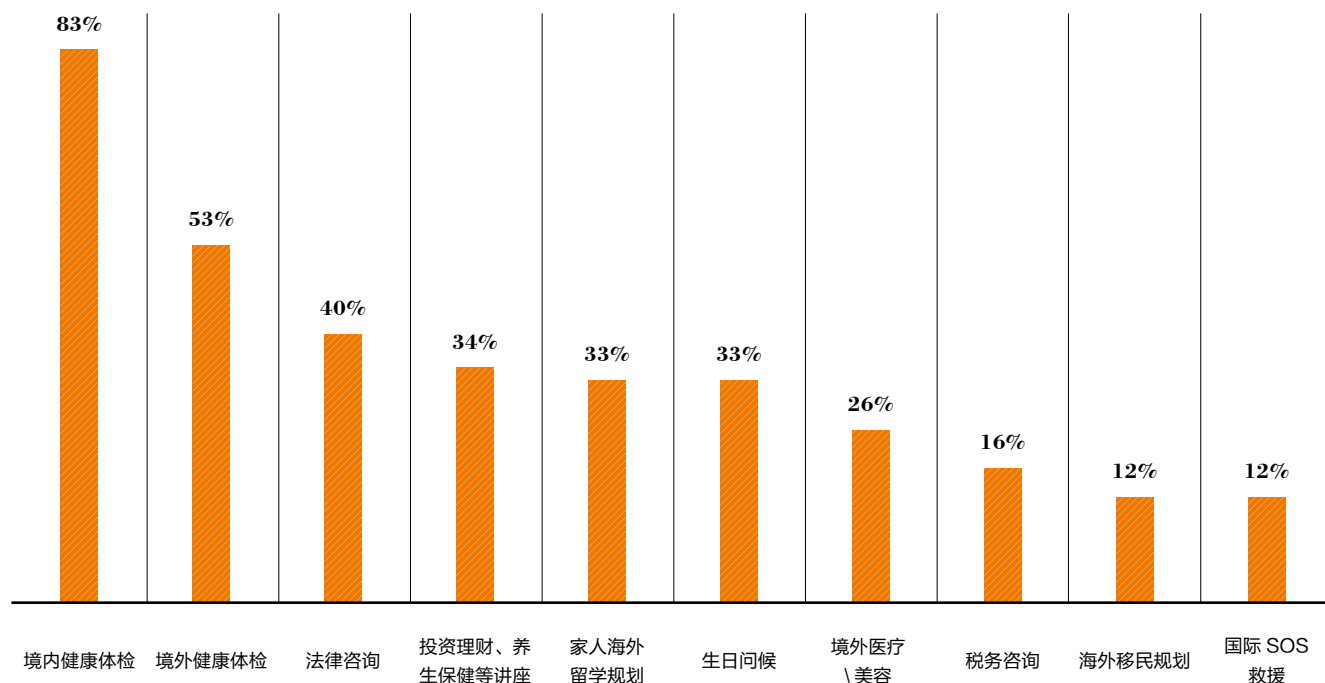
为更好地获取省时省心的服务，实现便利最大化，一站式服务平台是主力高净值人群寻找高端服务时的重中之重。超过七成的主力高净值人群认为“一站式”综合方案是他们最偏向的解决方案类型。在第三方机构服务评价中，“偏向于在同一机构购买复合产品方案”的同意程度排名第一，获得了 45% 的主力高净值人群的认可。

在定性研究中发现，主力高净值人群本身对于一站式服务平台也表现出了强烈的需求意愿。随着财富和家庭压力的不断增长，以最少的时间获取最优配置和最大价值成为他们的重点，因此“一站式”服务越来越受到

### 关注的增值服务类型



### 关注的增值服务偏好



欢迎，省心的同时提高便利性，最大化地节约时间。但值得一提的是，主力高净值人群在追求一站式服务过程中同时强调“专业”和“个性”两大需求，即“一站式”服务必须建立在“专业”的基础上，且应根据自身特点制定出差异化的个性方案。

聚焦到保险公司提供的“一站式”服务，六成的主力高净值人群表示，他们愿意接受保险公司提供的“一站式”理财服务，以便获取最省心和最全面的方案，减少搜寻信息和双方磨合的时间。

纵观主力高净值人群的需求，从机构端层面来看，应兼顾标准化产品和个性化服务，以“一站式”的方式全面辅助他们的生活。

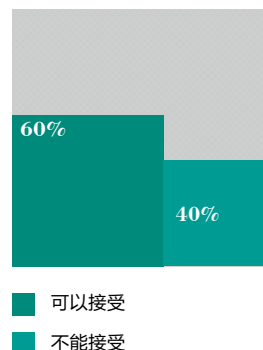
## 1 以市场化的标准产品覆盖主力高净值人群核心需求：

以主力高净值人群为本位思考，缓解他们的家庭压力，从自身健康、父母养老、子女教育、乃至家族传承等各方面的核心需求出发，设计相关标准的专业产品，满足市场化发展。

## 2 以一站式的个性服务满足主力高净值人群增值需求：

随着财富积累和消费的迭代升级，市场化的标准产品已然不能满足主力高净值人群的全部需求，他们愿意为高品质服务付费的意识越发强烈，“私密感”、“便利性”、“定制化”是增值需求中重要的三要素。因此，第三方服务机构应为主力高净值人群配套一站式的个性产品，根据个体间的差异提供不同的增值服务，以提高整体满意度，实现差异化竞争。

## 是否愿意接受保险公司提供一站式理财服务



## 第三方服务评价的同意程度

我偏向于在同一机构购买复合的产品方案，一次性解决生、老、病、死所面临的所有问题



销售人员流动性太大，客户体验不佳



各机构提供的增值服务较为雷同，没有亮点



提供的增值服务较为鸡肋，平时没法用



服务人员专业度不够



行业标准不明确、收费不清晰



目前，“第三方机构”提供的服务与实际项目信息不对称



“第三方”无法提供特殊、定制化的服务与产品



增值服务只是加分项，对我而言可有可无



## 第三方服务中偏向的解决方案类型

“一站式”综合方案



“个性化”定制方案



与时俱进创新方案



奢华，符合高端形象



寻找不同类别的第三方机构，提供独立方案



自助式



实惠有促销



## 专题四 医疗养老新趋势

### 胡润研究院通过对比三年调研数据，挖掘医、养保险变化两大趋势

#### 商业保险意识增强，健康、养老保险的配置日益增长：

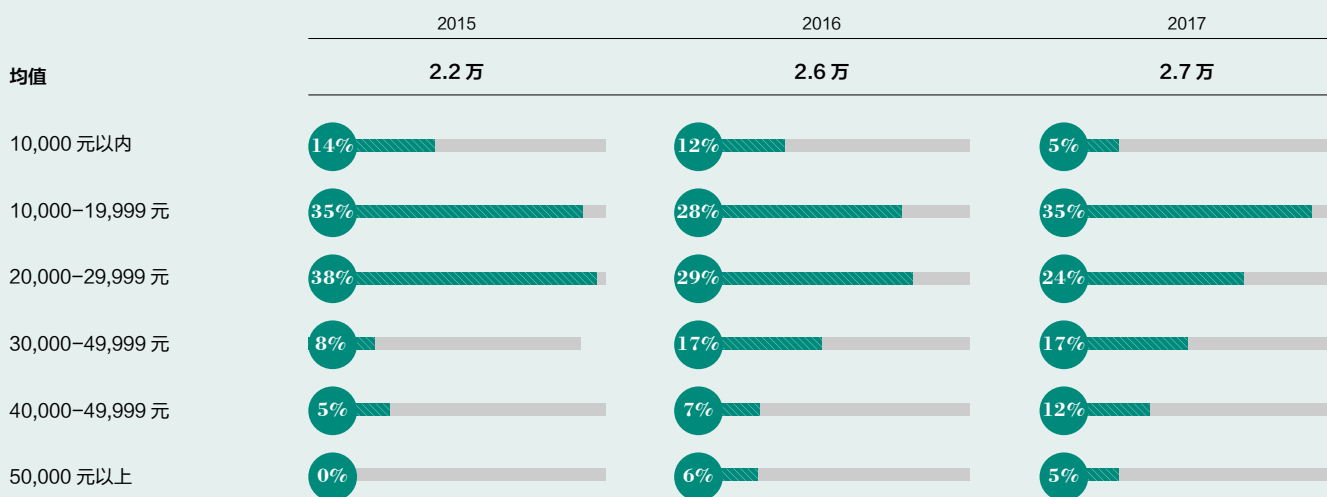
2015 年到 2017 年健康险年交总保费上涨 5,000 元人民币，涨幅 23%。健康保险配置提高的原因为：

- ① 中国医疗环境和资源的供需矛盾不断加剧；
- ② 高净值人群对于高端医疗的需求日益迫切；
- ③ 生存环境的危险性逐渐提升（雾霾等环境问题、食品安全问题等）；
- ④ 高净值人群人生风险规避意识提高。

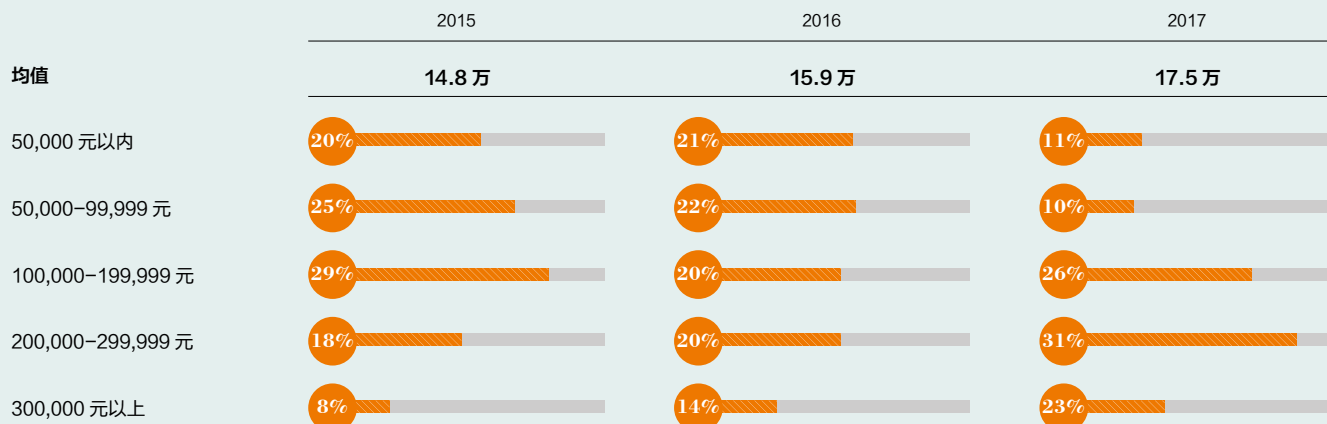
与商业健康保险的趋势一致，商业养老保险在三年间的年交总保费也呈现出上涨趋势，2017 年较之 2015 年增加了 27,000 元人民币，增幅为 18%。商业养老保险配置提高的原因为：

- ① 中国老龄化问题日益严峻；
- ② 高净值人群对于社会基础养老的信心不断下滑；
- ③ 独立养老意识增加，不愿麻烦子女的心态明显。

#### 健康保险年交总保费

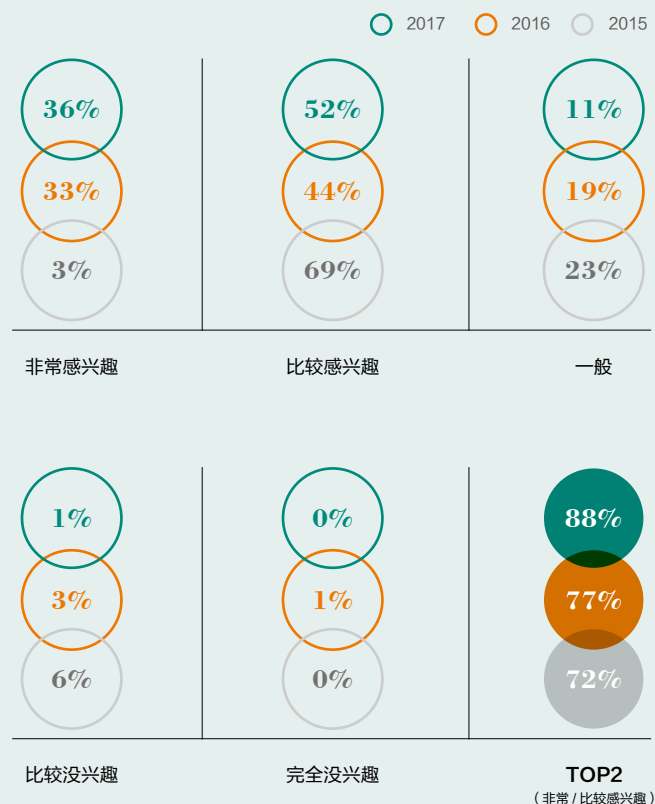


#### 养老保险年交总保费



数据来源：2017 中国高净值人群医养需求调研

## 对中高端养老社区的感兴趣程度



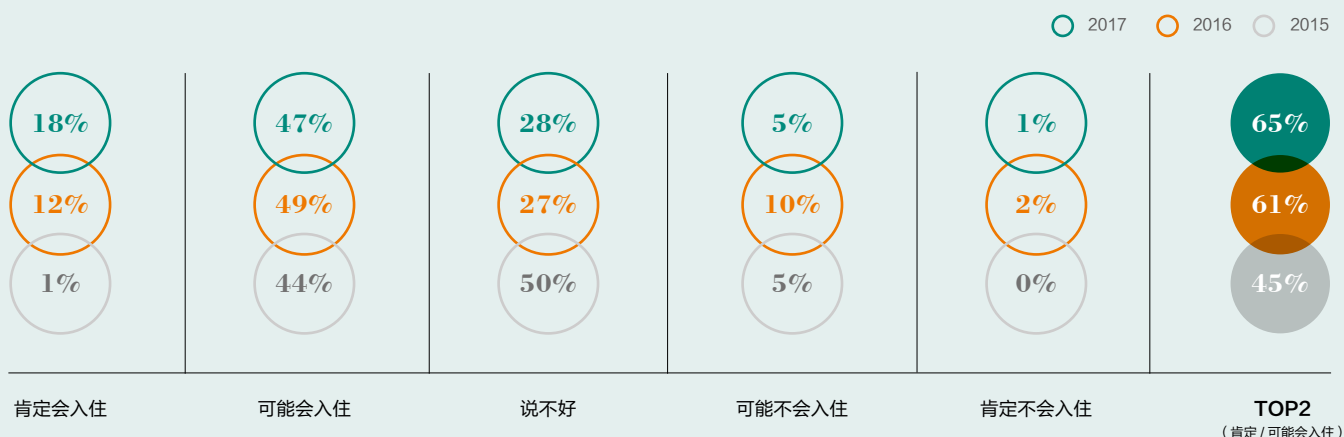
## “更健康、更富足、更幸福”的活力养老新趋势：

研究发现，高净值人群期待的中高端养老社区，需采用国际领先的标准，全国连锁的规模，其文化、健身、餐饮、医疗设施一应俱全，并且配备专属的老年康复医院，提供综合门诊、老年康复调理、日常诊疗、慢性病管理等服务。近三年来，此类养老社区在高净值人群中的感兴趣程度逐年提高。同时，与2015年相比，高净值人群对养老社区的入住可能性的增长率达到44%；相比2016年，表示“肯定会入住”的人群上涨50%。

中高端养老社区感兴趣程度的提升主要源于两大原因。一是中国老龄化社会下的特殊421/422家庭结构使得养老问题日益凸显，子女精力和时间有限，与需要照顾的老人数量多、负担重形成强烈矛盾，加上中国医疗环境问题致使居家养老越来越不能满足高净值人群的养老需求。二是开放的养老心态和日益成熟的市场教育进一步提高了中高端养老社区的受欢迎程度，医养一体化的模式减轻了子女的负担，满足了高净值人群日益独立的养老心态。同时，老年圈子和娱乐活动也帮助老人树立乐观积极的心态，使他们获取到更高品质的养老生活。

**近三年来，中高端养老社区在高净值人群中的感兴趣程度逐年提高。同时，与2015年相比，高净值人群对养老社区的入住可能性的增长率达到44%**

## 中高端养老社区的入住可能性





# 关于泰康

泰康是中国大型保险金融服务集团，旗下拥有泰康人寿、泰康资产、泰康养老、泰康之家、泰康健康、泰康在线等多家公司，形成保险、资管、医养三大核心业务体系，全力打造“活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀”四位一体商业模式，全面推进大幸福、大民生、大健康工程建设。通过遍布全国的线下实体网络和线上互联网平台，为客户提供“从摇篮到天堂”持续一生的全方位服务。

泰康保险集团股份有限公司（前身为泰康人寿保险股份有限公司）成立于1996年，总部位于北京，是一家涵盖保险、资管、医养三大核心业务的大型保险金融服务集团。截至2016年底，管理资产超过10800亿元。

泰康保险集团始终坚持“市场化、专业化、规范化、国际化”理念，坚定实施“大健康+互联网”战略。通过遍布全国的4200个线下实体网络、线上互联网平台以及60万员工和营销员队伍，依托“活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀”四位一体的商业模式，打造O2O大健康生态系统，提供保险、资管、医养全方位服务。致力于成为全球领先的保险金融服务集团，让保险更安心、更便捷、更实惠，让人们更健康、更长寿、更富足，让泰康成为人们幸福生活的一部分。

泰康保险集团旗下拥有泰康人寿、泰康资产、泰康养老、泰康之家、泰康健康、泰康在线等多家公司。业务范围全面涵盖寿险、互联网财险、养老保险、企业年金、资产管理、医疗养老、健康管理、商业不动产、海外业务等多个领域。二十一年来，集团累计服务客户规模已达1.83亿，累计理赔金额258亿元，承担风险保额近50万亿元，累计纳税265亿元，连续十三年荣登“中国企业500强”。

泰康保险集团通过虚拟保险产品与实体医养服务的跨界融合，整合全生命产业

链，积极推进大健康、大民生、大幸福工程建设。作为中国保险业首个投资养老社区试点企业，集团已完成北京、上海、广州、三亚、苏州、成都、武汉、杭州等全国重点城市养老社区布局，是国内最大的连锁养老社区企业。公司稳步推进高端医疗体系建设，引进优势医疗资源，在全国打造多个医教研一体化、具有国际水准的大型综合医学中心。

泰康保险集团秉承“服务公众、回馈社会”理念，积极履行企业社会责任。公司已经形成从小学、中学、大学到中国经济理论创新奖的全面教育捐赠体系，并通过设立非营利艺术机构“泰康空间”赞助和支持中国当代艺术发展与研究。目前，集团及陈东升董事长个人累计捐赠额已达3.5亿元。

## 定位、愿景与战略：

**定位：**为日益增长的中产人群及家庭提供全方位健康和财富的管理与服务。

**愿景：**坚持专业化，耕寿险产业链，从摇篮到天堂，让保险更安心、更便捷、更实惠，让人们更健康、更长寿、更富足，让泰康成为人们幸福生活的一部分。

**战略：**致力于成为全球领先的保险金融服务集团，提供保险、资管、医养的全方位服务，依托“活力养老、高端医疗、卓越理财、终极关怀”四位一体的商业模式，打造大健康产业生态系统。



泰康官方微信



泰康幸福说

客服电话：95522  
www.taikang.com

# 胡润百富

## 向上向善 · 引领由富及贵的格调

总部位于上海的胡润百富，是一个拥有中国高净值人群垂直类大数据，充分利用移动互联网优势为高端品牌提供调研与顾问咨询服务的全媒体集团。旗下拥有调研与咨询、全媒体矩阵、圈层活动与公关、金融与投资以及胡润国际五大板块；媒体平台拥有胡润百富、胡润国际名校、胡润马道、擎四大品牌。

### 权威榜单

1999年，胡润在中国打造第一张《胡润百富榜》，已连续18年发布，2016年上榜人数2056人，财富门槛20亿元。2012年，创制《胡润全球富豪榜》，已连续5年发布，2016年上榜人数2188人，财富门槛10亿美金。除《胡润百富榜》和《胡润全球富豪榜》外，还首创了数个权威性榜单，比如：《胡润慈善榜》《胡润艺术榜》《胡润品牌榜》《胡润少壮派富豪榜》《胡润女富豪榜》等。

### 市场调研

胡润百富还长期追踪记录高端人群的变化。携手泰康人寿发布《中国高净值人群医养白皮书》，携手民生银行发布《中国超高净值人群需求调研报告》，携手兴业银行发布《中国高净值人群心灵投资白皮书》《另类投资白皮书》《消费需求白皮书》，携手汇加移民发布《中国投资移民白皮书》，在亚洲国际豪华旅游博览会发布《中国奢华旅游白皮书》，与星河湾发布《第一居所趋势白皮书》，与中信银行发布《海外教育特别报告》，与民生金融租赁发布《中国公务机行业特别报告》。此外还有《至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》《中国豪华车品牌特性研究白皮书》《中国高净值人群养生白皮书》等等。

### 高端活动

胡润百富每年定向举办上百场高端活动，圈子创造价值，精准强势影响有影响力的圈层。除北京、上海、深圳、三亚等国内城市之外，还带领中国企业家先后走访英国、美国、新加坡、澳大利亚、印度等国家，为领袖级企业家在国际舞台赢得话语权，共同成就中国原创企业家走向世界的梦想。

### 全媒体矩阵

胡润百富全媒体平台包括11个微信公众号在内的胡润频道大号矩阵、胡润网、胡润微博、视频节目、在线直播、胡润超微APP，以及《胡润百富》《胡润国际名校》等高端平面媒体，影响超过百万中国高净值群体。

### 胡润国际

2012年，胡润百富走向印度。如今，胡润百富在当地已知名于《胡润印度富豪榜》《胡润印度慈善榜》以及一系列为印度最受尊敬的企业家打造的高端活动。

### 金融投资

2015年下半年，胡润百富与80后领军企业家王麒诚夫妇成立胡润创富基金，支持年轻创业者实现创富梦想。



更多信息，请浏览胡润百富网站  
www.hurun.net，关注胡润百富新浪微博 @ 胡润百富，胡润百富官方微信 HurunReport

胡润百富旗下微信号：  
胡润国际名校和胡润艺术，  
期待您的关注！

## 研究方法

《2017 中国高净值人群医养白皮书》的研究成果来源于泰康集团与胡润百富共同合作项目。这是第三年针对高净值人群医疗和养老的白皮书。该项目对中国大陆地区的超高净值人群开展专项研究。依托胡润百富公司高净值人群数据库，项目组按照性别、年龄、区域、家庭总资产等维度进行分层随机抽样，对 1554 位高净值人群样本开展一对一问卷访问形式的定量研究，样本覆盖了全国共 35 个地区。同时，项目组在北京、上海、广州、深圳四个地区开展了超高净值人士以及专家的一对一定性面访共计 30 位，以求更广泛、深入地对该部分人群特征与需求进行挖掘和研究。

此外，项目组还充分挖掘胡润百富公司十余年研究成果，结合胡润研究院近年来发布的《胡润百富榜》《胡润财富报告》等历年系列“白皮书报告”中的历史数据以及相关公开信息的整理，运用大量案头研究与数据统计分析方法，有效保证并提高了此次调研报告结论的精准度，了解了中国高净值人群对医疗和养老的需求，从而创造巨大的品牌价值和媒体价值。

---

## 版权声明

《2017 中国高净值人群医养白皮书》所有文字、内容、图表及表格的版权归泰康集团和胡润百富公司共同所有，受中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经泰康集团和胡润百富公司联合书面许可，任何组织和个人不得将本报告的部分或全部内容用于商业目的。如需转载请注明出处。

本报告所使用的数据来源于专项调研及公开资料。本报告的观点及结论基于以上数据的洞察与分析，对读者基于本报告信息作出的投资行为，泰康集团与胡润百富公司不承担任何法律责任。如有涉及版权纠纷问题，请及时联络泰康集团和胡润百富公司。

