

中信保诚人寿「传家」·胡润百富

2021 中国高净值人群家族安全报告

CITIC-Prudential Life Family Inheritance · Hurun Report

China High Net Worth Family and Financial Security 2021



序言一



赵小凡

中信保诚人寿保险有限公司党委书记、总经理

2021年，中国经济发展正处于战略机遇期，已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，市场空间广阔，发展韧性强大，居民财富保值增值的需求持续释放，“共同富裕”成为重要议题。与此同时，中国高净值人群不断增长，财富管理和财富传承的理念进一步成熟，如何发挥保险的重要风险补偿和保值增值作用，不断满足中国高净值人群日益增长的综合财富管理需求，助其家族及财产的安全传承，促进共同富裕，成为我们的重要使命。

中信保诚人寿成立于2000年，是中国首家中英合资的寿险公司，拥有双全球500强的股东——中国中信集团和英国保诚集团。自成立以来始终以“稳中求进，开拓创新”为基调，聚焦质量和效益，实现业务持续增长，公司综合实力不断提升。如今，中信保诚人寿已成长作为一家总资产超一千六百亿元、在全国拥有22家分公司、风险管理能力突出、综合竞争力在合资寿险公司中名列前茅的优秀企业。

在近年来国内高净值人群日益增长的背景下，中信保诚人寿较早关注到这一客群创富、守富、传富的需求，于2014年开创行业先河，设立高端子品牌「传家」，为高净值客户提供当下财富的长期管理、身后资产的传承安排及高端医疗保障服务等一站式综合财富管理方案，并结合股东

和战略伙伴优势，推出保险金信托、法税咨询、就医绿通、教育规划等多种增值服务，受到高净值客户的广泛好评。2018年，公司推出了「传家」客户俱乐部“传家会”，为高净值客户提供吸纳专业知识、分享生活方式的个性化私密圈层活动。2019年，成立高净值业务部，全面推动公司高净值业务发展，提升高净值客户服务能力。

经过21年的发展，秉承“聆听所至，信诚所在”的客户经营理念，中信保诚人寿锐意进取，稳健发展。公司治理及风险控制能力不断提升，偿付能力水平充足，财富管理及高净值业务领域优势突显，连续数年入围《亚洲保险公司竞争力研究报告》中的“中国寿险十强”。2016年至今，公司的风险综合评级（IRR）已连续二十二个季度获评“A类”。在信用评级方面，中诚信国际信用评级2021年主体信用评级为AAA，联合资信评估主体长期信用评级为AAA，评级展望为稳定。2020年我司荣获亚太财富论坛“最佳保险机构—最佳财富管理奖”。

未来，中信保诚人寿将继续把为客户提供最佳的保险和金融理财方案视为己任，进一步发挥中信集团综合金融优势，聚焦高净值客户市场，提供全方位、有温度的综合服务，更好的服务民生和经济社会发展。

序言二



李海

中信保诚人寿保险有限公司副总经理

改革开放以来，我国 GDP 总量超过百万亿，占世界的 17%。与此同时，中国高净值人群数量正在快速增长，并连续几年位列全球第二。2021 年中国拥有千万人民币家庭净资产的高净值家庭数量已超过 202 万户，相比去年增长 2%。中国高净值家庭的财富总资产已经超过 125 万亿。在度过了财富快速累积的三十年，中国第一代创业浪潮的创业者们逐渐步入暮年，越来越多的家庭开始考虑传承问题。据胡润研究院预测：“中国未来 20 年将有 39 万亿财富传给下一代，未来 30 年将有 60 万亿财富传给下一代。”高净值人群对于财富迁移和传承的需求，也从传承财富本身，扩展到资产、文化、家风、慈善等全方面的诉求，中国高净值人群亟待呼唤工具、方法来帮助血脉和财富的安全传承。

中信保诚人寿较早开始关注高净值人群在保险保障、传承规划、法律税务、品质生活、财富管理等多方面的差异化需求：我司于 2014 年创立高端子品牌「传家」并率先在业内推出保险金信托增值服务。目前，公司已经与多家信托公司签约，服务千余位客户；在法税专业服务方面，我们与金杜、德勤等国内外知名律师事务所、会计师事务所进行了深度合作，建立并不断更新总公司专家资源库；在品质生活服务方面，我司为高净值客户及其家庭提供包含全球紧急救援、5G 时代全线上医疗、国内外顶级医疗绿色通道、出国留学、就业指导以及个性的尊贵礼遇等综合高端服务，受到了高净值客户的广泛好评。

针对高净值客户对私密、专业、贴心的定制化服务的需求，中信保诚人寿「传家」致力于通过客户俱乐部“传家会”为高净值客户提供涵盖健康医疗、教育传承、养老养生、文化艺术、收藏品鉴等一站式、全场景的服务。在武汉我们与当地知名企业家闭门座谈企业经营与家族传承中风险管理，“以承创芯”；在广州与传家客户分享著名经济学家马光远博士后及德勤事务所合伙人的传承管理观点；在苏州音昱水中天携手万邦泛亚集团主席、船王四代掌舵人曹慰德为高净值家庭献上代际传承经验的分享；在文化艺术领域，「传家」携手卡地亚中心举办高级珠宝私人鉴赏会；在故宫鉴赏文物；在北京东苑戏楼、上海外滩华尔道夫酒店，与数百位高客一道追溯唐风古韵，亲自动手感受珐琅工艺非物质文化遗产的传承精彩。

“耕读传家久，诗书继世长”，「传家」设立以来，经过 8 年的精细化运营，我司高净值客户业务占比已超过 25%，高客数量稳健增长。今年是我们与胡润百富合作的第二年，去年我们联合发布《2020 中信保诚人寿「传家」·胡润百富高净值人群品质生活报告》，与客户分享品质生活调研心得。今年我们将继续联合推出《2021 中国高净值人群家族安全报告》，通过对身心健康、资金安全、家族财富传承等家族安全相关领域的调研，深入解读高净值人群的结构变化、资产配置和家族安全举措，分享对家族安全话题的探索和理解，并籍此为高净值客户提供更多更优的保险保障产品和综合金融服务，助力他们财富的安全、稳定、传承。

目录

01.

序言一

02.

序言二

05.

开篇

06.

报告亮点

安全稳定 传承

08.

第一章 解码中国高净值人群

1.1 规模与特征

1.2 生活方式和生活状态

16.

第二章 高净值家庭的家族安全

2.1 家族安全的理解 and 需求

2.2 投资理财的配置与偏好

2.3 商业保险的认知和配置

2.4 商业保险的评价和期待



70.

关于
中信保诚人寿
「传家」

71.

关于
胡润百富集团

36.

第三章 高净值人群品质生活（LCPI）

3.1 整体品质生活趋势

3.2 消费板块分析

50.

第四章 高净值客户专访摘录

72.

研究方法及
版权声明

开篇



胡润 Rupert Hoogewerf
胡润百富董事长 / 首席调研官

中国的 GDP 总量自改革开放元年的 3,645 亿美元增长至 2020 年的约 147,300 亿美元，社会财富实现了举世瞩目的高速增长。我来中国的这 20 多年，深刻体会到身边的企业家朋友们在财富积累方面的惊人成果。在时间的磨砺和环境的变迁中，我发现他们也进行着越来越多的思考，除了思考如何获取和享用财富，同时也思考如何保障家族财富和生活品质的安全、稳定、传承。

为探究和总结高净值人群的生活状态、消费习惯，以及他们关于家族安全的认知和举措，中信保诚人寿「传家」携手胡润百富，通过对中国大陆地区 25 岁以上来自不同行业的高净值人群进行访谈和调研，编写了《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告》，旨在为社会各界提供更多有益的启发和参考，推动全社会对家族安全的关注和理解。我认为报告中有点值得您关注：

首先，2021 年，中信保诚人寿「传家」连续第二年携手胡润百富发布反映高净值人群品质生活的消费价格指数（LCPI），这也是胡润百富对该指数连续观察的第十五年。与去年相比，2021 年中国高净值人群消费价格的总水平同比上涨了 4.39%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2021 年 8 月 CPI 同比上涨 0.8%）。这说明，疫情下的高净值人群依然保持着较高的消费能力和热情，这无疑会正向推动消费的内循环，为中国经济提供不竭的前进动力。

其次，中国地区拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量已经超过 202 万户，并且这一规模今年预计还会扩大 2% 左右。同时，高净值家庭的可投资资产也在日益增长。面对日益增长的资产规模，家族安全势必成为高净值家庭越来越关注的课题。家族安全，旨在维护家族财富和生活品质的安全、稳定、传承，是当事人通过必要的资产配置和安全保障搭建，灵活使用各类金融工具，对家族资产进行整体设计和规划，帮助实现家族财富和生活品质的永续。高净值人群对家族安全的理解框架中，身心健康、资金安全、子女培育、养老保障、家族财富传承被普遍认为是家族安全应该涵盖的方面。我们发现，有意愿进行家族安全规划的高净值人群已经接近七成，这反映出近几年在宏观经济环境与社会防疫环境的双重压力下，家族安全保障的热度正在上升。

最后，我们发现，高净值人群普遍认可商业人身保险对自己及家庭生活的重要程度（8.2 分，10 分制），保险在高净值人群中的渗透率达 97%。另外，对于未来 1 年内可能会增加的投资理财配置，除了 A 股以外，保险作为资产配置的压力石，其增配意愿位列第二，获得了近三成高净值人群的增配意愿。可见，在疫情变化和外部环境存在诸多不确定性的当下，安全越来越成为高净值人群看重的投资理财目标。

希望这份报告能够启发您对高净值人群在家族安全和品质生活方面的认识和理解。祝您阅读愉快！

报告亮点

I

中国高净值家庭规模超 200 万户；内地主要城市高净值家庭增速明显高于香港；过去一年，高净值人群中的职业股民占比上升，企业主占比下降。

中国拥有 600 万人民币家庭净资产的“富裕家庭”数量已达到 501 万户，拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量达到 202 万户，拥有亿元人民币家庭净资产的“超高净值家庭”数量达到 13 万户。

高净值家庭最多的五个城市是北京（29.4 万户），上海（25.5 万户）、香港（22.3 万户）、深圳（7.6 万户）、广州（6.9 万户）。TOP5 中，深圳增幅最快（2.7%），香港最缓（0.5%）。

高净值人群构成中，金领占比约 20%，炒房者占比约 10%，与去年保持一致；企业主占比约 60%，受疫情对民营经济的影响，较上年减少 5 个百分点；职业股民占比约 10%，受 A 股过去两年较高的涨幅影响，比上年增加 5 个百分点。

II

中国高净值人群消费价格指数总水平上涨显著，华为 Mate X2、上海世茂滨江、五粮液 52 度十年的涨幅最大。

胡润研究院连续第 15 年发布中国高净值人群消费价格指数（LCPI），也是第二年与中信保诚人寿「传家」联合调研。今年中国高净值人群消费价格的总水平同比上涨 4.39%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2021 年 8 月 CPI，+0.8%）。

在今年的 121 个与高品质生活方式相关的商品中，华为 Mate X2 涨幅最大，达 44.6%；上海世茂滨江排名第二，涨幅 38.6%；五粮液 52 度十年排名第三，涨幅 33.9%。

另外，胡润研究院数据显示，保时捷、百达翡丽、宝格丽分别蝉联最受欢迎的汽车、手表、珠宝品牌。三亚连续九年领跑最青睐国内旅游目的地。

III

“安全”超越“增长”连续两年成为当前高净值人群最为看重的投资理财目标；未来一年，高净值家庭计划增配意愿前三的是 A 股、保险及银行理财。

关于宏观环境，高净值人群最关注的三个话题是：复杂的经济环境（63%）、疫情防控常态化（58%）和社会养老课题（50%）。

疫情变化和外部环境存在诸多不确定性，安全成为高净值人群最为看重的投资理财目标。保障本金安全（33%）、获得财富稳健增长（24%）是较多高净值家庭投资理财的主要关注点。对于未来一年的理财倾向，A 股（36%）、保险（28%）和银行理财（28%）获得了最多的增配意愿。

家族安全：

旨在维护家族财富和生活品质的安全、稳定、传承，是当事人通过必要的资产配置和安全保障搭建，灵活使用各类金融工具，对家族资产进行整体设计和规划，帮助家族实现财富和生活品质的永续。家族安全涉及个人及家庭成员身心健康、家族资金安全及传承、子女培育稳健规划、个人及长辈养老保障、税收安全、法律安全等。

IV

关于家族安全，高净值人群最关注身心健康方面的保障；有规划家族安全意向的人达到七成；保险是当前高净值人群保障财富安全传承最信赖的工具。

对高净值人群而言，保护自己及家人的身心健康是家族安全最重要的方面（48%），56岁以上人群对家族安全的理解更加多元，他们对法律法规安全、税收安全、家族财富有序传承等方面的关注度高于年轻群体。

目前已经开始规划家族安全的高净值人群为两成，但有规划意向者达到七成。对于有规划意向者，有48%认为自己会在1年内开始规划，尤其是45岁以下的高净值人群，该比例高达56%。

对于保障财富安全传承的工具，高净值人群提及最多的是保险（76%），高于遗嘱、信托、基金等。

V

商业人身保险在高净值人群中的渗透率高达97%；高净值家庭最看重的是保险的基础保障和风险隔离功能；产品组合的丰富性和理赔时效对满意度的影响较大。

商业人身保险对高净值人群的重要度为8.2分（10分制），97%的高净值人群为自己或家人购买过保险。高净值家庭商业人身保险的保费支出与家庭资产成正比，净资产越多的家庭保费支出也越高。

购买商业人身保险时，高净值人群最看重的是基础保障（61%）和风险隔离（51%）功能，关注税收筹划和婚姻风险的人接近一成（分别为9%和8%）。

已经配置商业人身保险的高净值人群对保险产品的满意度较高，平均满意度为8.3分（10分制），产品组合的丰富程度（61%）以及理赔时效（56%）是影响体验满意度的最重要因素。

VI

保险金信托增值服务作为一项创新性服务，客户认知度尚有较大的提升空间，财产权利按照约定分配给指定的受益人是最受关注的产品利益。

高净值人群目前对于保险金信托增值服务的认识还比较有限（7.78分，10分制），提升空间明显，46岁以上人群的了解程度稍高。对于有一定了解的高净值人群，“财产权利按照约定分配给指定的受益人”是最受关注的利益。对比来看，25岁-45岁人群相对比较关注“让财富真正归属于受益人本人”，而46岁以上人群比较关注“让身故保险金赔付资金分期分批给付，避免挥霍风险”。

第一章 解码中国高净值人群

中国高净值家庭规模

5,010,000	600 万人民币净资产“富裕家庭”数量
2,020,000	千万人民币净资产“高净值家庭”数量
130,000	亿元人民币净资产“超高净值家庭”数量
86,000	3,000 万美金“国际超高净值家庭”数量
7,200	20 亿人民币富豪家庭数量
1,250	百亿人民币富豪家庭数量
60	千亿人民币富豪家庭数量

来源：胡润研究院



1.1 规模与特征

① 家庭净资产是指家庭所拥有的能以货币计量的财产、债权和其他权利的总和减去家庭总负债。其计算公式为：家庭净资产 = 家庭总资产 - 家庭负债总额，家庭总资产包括房产、存款、股票和债券的投资净值、保险单的现金价值、专利等无形资产的估计价值等等

② 可投资资产指剔除自住房地产和流动性较差的净资产后的现金/存款、股票、基金、债券、房产、另类投资品等财富资产

根据《2020 胡润财富报告》数据，中国拥有 600 万人民币家庭净资产^①的“富裕家庭”数量已经达到 501 万户，比上年增长 7 万户，增长率为 1.4%，其中拥有 600 万人民币可投资资产^②的“富裕家庭”数量达到 180 万户；拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量达到 202 万户，比上年增长 4 万户，增加 2%，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数

量达到 108 万户；拥有亿元人民币家庭净资产的“超高净值家庭”数量达到 13 万户，比上年增长 3,000 户，增加 2.4%，其中拥有亿元人民币可投资资产的“超高净值家庭”数量达到 7.7 万户；拥有 3,000 万美金的“国际超高净值家庭”数量达到 8.6 万户，比上年增长 2,100 户，增加 2.5%，其中拥有 3,000 万美金可投资资产的“国际超高净值家庭”数量达到 5.4 万户。

千万人民币净资产“高净值家庭” ——省级行政单位分布 Top 20

省、自治区、直辖市和特别行政区	千万人民币净资产“高净值家庭”数量（单位：户）	比上年增加（单位：户）
1 北京	294,000	6,000
2 广东	291,000	6,000
3 上海	255,000	6,000
4 香港	223,000	1,000
5 浙江	199,000	6,000
6 台湾	177,000	2,000
7 江苏	118,000	3,000
8 福建	58,300	1,500
9 山东	56,100	900
10 四川	38,200	1,200
11 辽宁	31,700	500
12 河南	27,400	700
13 天津	26,400	300
14 湖南	21,600	600
15 湖北	21,500	500
16 河北	19,700	400
17 陕西	19,000	400
18 重庆	18,900	600
19 山西	16,700	300
20 江西	14,100	300
其他	93,400	1,800
总数	2,020,000	40,000

来源：《2021 胡润至尚优品》

千万人民币净资产“高净值家庭” ——城市分布 Top 20

城市	千万人民币净资产“高净值家庭”数量（单位：户）	比上年增加（单位：户）
1 北京	294,000	6,000
2 上海	255,000	6,000
3 香港	223,000	1000
4 深圳	75,700	2,000
5 广州	68,900	1,300
6 杭州	48,200	1,600
7 宁波	36,000	1,200
8 台北	33,000	600
9 佛山	31,300	700
10 天津	26,400	300
11 东莞	25,000	600
12 苏州	24,900	500
13 温州	21,400	700
14 绍兴	20,200	700
15 重庆	18,900	600
16 南京	17,900	600
17 无锡	17,800	500
18 嘉兴	17,200	400
19 台州	17,100	300
20 成都	16,500	600
其他	731,600	13,800
总数	2,020,000	40,000

来源：《2021 胡润至尚优品》

③ “可投资资产占总资产的比例约67%”来源于《探索·主动·更新——2020中国高净值人群需求管理白皮书》，但该数据是基于专项项目的有限样本，并非通过普查性调研或者宏观数据推导而来，仅供参考

④ 章节1.1的数据均来源于《2020年胡润财富报告》，数据的计算方法结合了宏观（GDP，GNP，洛伦茨曲线模型等）与微观（个税申报，企业注册资本，高档住宅、汽车及其他高端消费等相关数据）数据综合得出

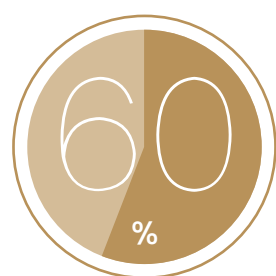
根据胡润研究院的数据，中国高净值家庭的财富总资产为125.9万亿，另外，他们的可投资资产占总资产的比例约67%。^③面对日渐增长的资产规模，资产的安全、稳定、传承势必成为高净值群体越来越关注的课题。

北京仍然是拥有最多千万人民币净资产“高净值家庭”的地区，^④比上增加6,000户，达到29.4万户，其中拥有千万

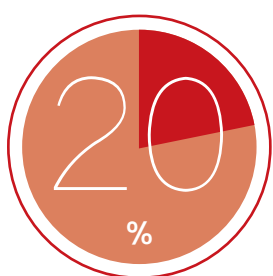
人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有14.9万户；广东第二，千万人民币净资产“高净值家庭”比上增加6,000户，达到29.1万户，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有16.5万户；上海第三，千万人民币净资产“高净值家庭”比上增加6,000户，达到25.5万户，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有14.6万户。



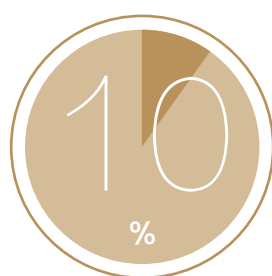
千万人民币资产“高净值家庭”职业构成



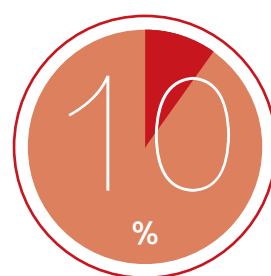
企业主



金领



炒房者



职业股民

企业的拥有者或是独资企业和合伙企业的投资人，这部分人占到高净值人群的60%。受疫情对民营经济的影响，企业主占比较上年减少5个百分点。企业资产占其所有资产的59%，现金及有价证券部分占比12%。

金领主要包括大型企业集团、跨国公司的高层人士，这部分人占20%，与上年持平。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。他们财富中的现金及有价证券部分占59%。

炒房者主要指投资房地产，拥有数套房产的财富人士。这部分人占10%，与上年持平。房产投资占到他们总财富的59%，现金及有价证券占比26%。

从事股票、期货等金融投资的专业人士占10%，比上增加5个百分点。现金及股票占到其总财富的65%。

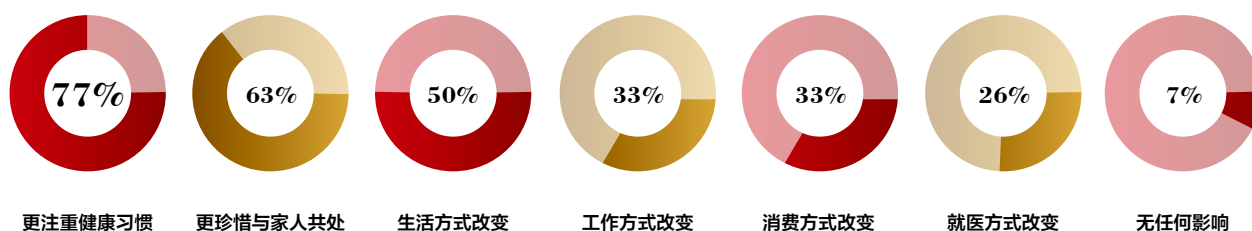
1.2 生活方式和生活状态

高净值人群人生目标重要性排序：健康第一，亲情第二，财富第三。相比疫情前，77% 的高净值人群认为自己更注重健康习惯，63% 更珍惜与家人相处。健康管理将是高净

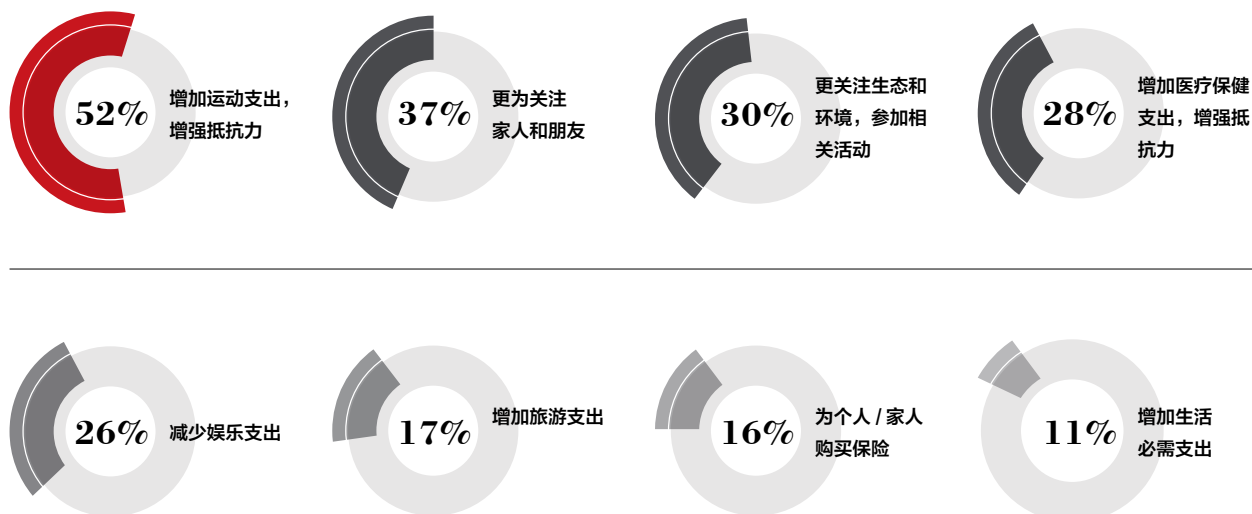
值人群经历过新冠疫情后家庭生活的重中之重，超过半数高净值人群计划“增加运动支出”，约三成计划“增加医疗保健支出”。



疫情中长期影响



疫情结束后，企业家的个人 / 家庭生活计划

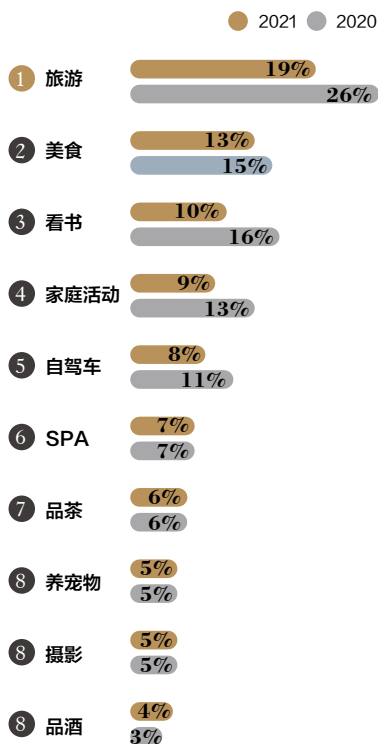


与去年相比，旅游依然是高净值人群最青睐的娱乐方式；美食超过看书，排在第二；其次是家庭活动和自驾。国内旅游目的地：三亚、云南、西藏和新疆为高净值人群最青睐的国内旅游目的地，其中三亚连续九年领跑最青睐国内旅游目的地。

餐饮作为旅游中人们缓解饥饿并稍作休憩的环节一直是中国高端旅游者非常重视的一个方面。当地菜以56%的选择率成为中国高端旅游者最青睐的酒店餐厅菜系。日料和粤菜以32%和31%紧随其后。其他著名的菜系如川湘菜、法国菜、意大利菜都进入了前十。



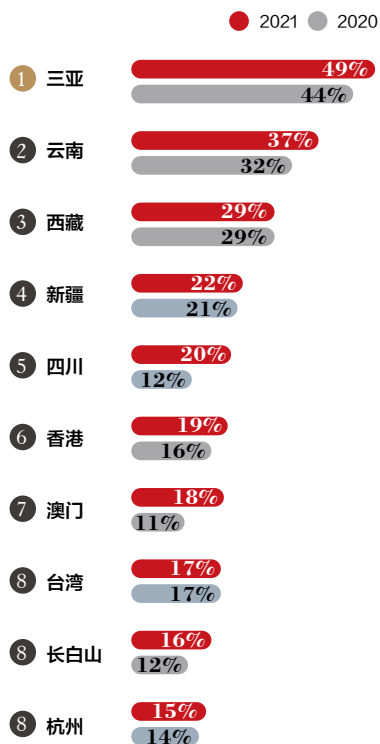
娱乐方式



来源：《2021 胡润至尚优品》



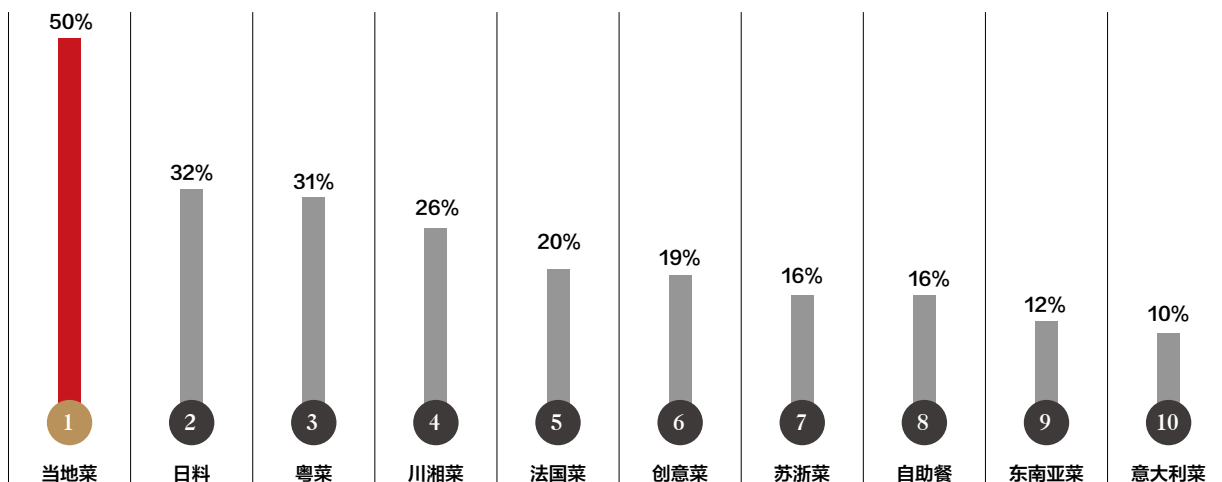
国内旅行目的地



来源：《2021 胡润至尚优品》



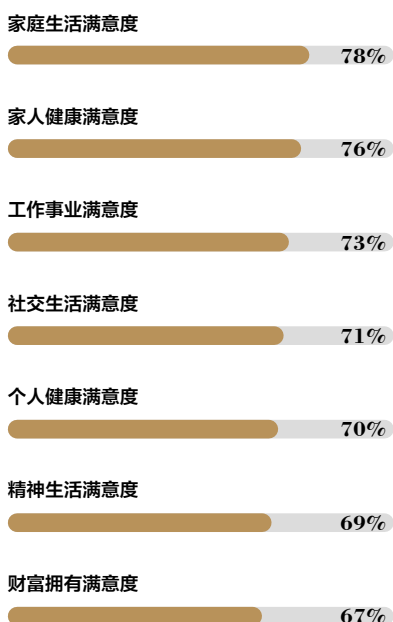
青睐的餐厅菜系 Top10



来源：《2021 胡润至尚优品》

生活状态评分

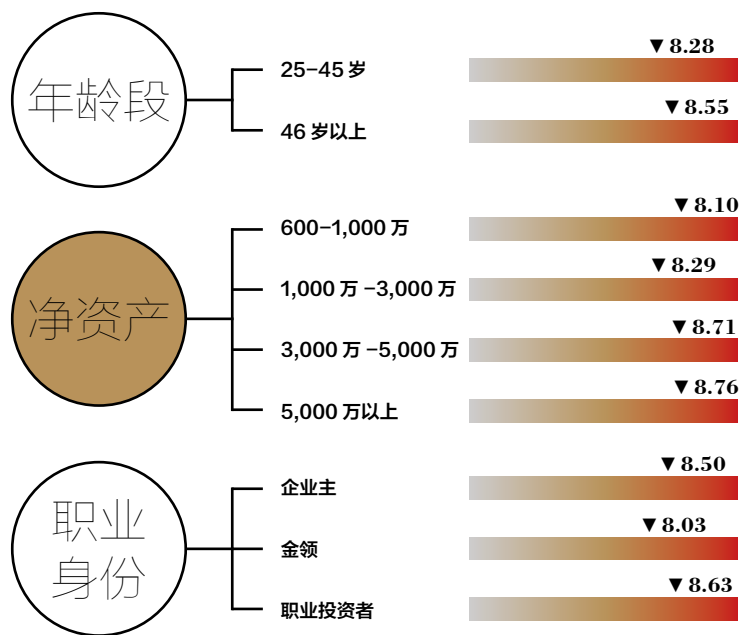
● 选择 8 分以上的比例（10 分制）



生活幸福感选择 8 分以上的比例 **84%**

来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富
2021 中国高净值人群家族安全报告

生活总体幸福感评分



生活总体幸福感

8.41

来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

本次调研发现，中国高净值人群的生活总体幸福感较高（选择 8 分以上超过 83.8%，平均 8.4 分，10 分制）。46 岁以上人群、家庭净资产 3,000 万以上人群、企业主和职业投资者的幸福感更高（平均评分均高于 8.5 分，10 分制），可以看出，时间的磨砺、更高的财富自由度、更强的自我掌控感可以帮助人提高幸福指数。

具体而言，高净值人群的幸福感受最多来源于家庭生活和家人健康（选择 8 分以上者均超过 75%，10 分制）。较高的家庭净资产帮助家庭生活相对稳定，可以保持高品质的物质生活，满足高端消费的需求^⑤。同时，

高净值家庭的健康和保健需求也可以得到较好的对应，卡内基梅隆大学谢尔登·科恩教授等人进行的研究结果表明，人的社会经济地位会与健康状况呈现正相关关系^⑥。

然而，高净值人群的生活满意度还有较大的上升空间，尤其是精神生活和财富拥有的满意度（选择 8 分以上者均不足 70%，10 分制）。疫情的影响仍在持续，经济增量的放缓、时代红利的减少对高净值人群的财富获取构成了一定的压力，使得他们对财富拥有的满意度还有较大的上升空间。与之相随的，为争取财富而带来的工作和时间的压力让他们更加渴望精神生活的富足。

⑤ 关于生活品质的理解，本报告高净值客户专访中，居住在深圳的李女士有精彩观点，详见第 56 页

⑥ Adler, N. E., Boyce, T., Chesney, M. A., Cohen, S., Folkman, S., Kahn, R. L., Syme, S. L. (1994). Socioeconomic status and health: The challenge of the gradient. *American Psychologist*, 49, 15 - 24.

对于物质生活，高净值人群普遍认同自己拥有舒适的居住环境（65%），同时较强的购买力让他们可以买得起自己喜欢的东西（58%），尤其是先进的智能电子产品（45%）。除了能够购买心仪的居住环境和喜欢的物质产品，有近一半的人满足于自己的个人形象（44%）和事业的体面（43%）。

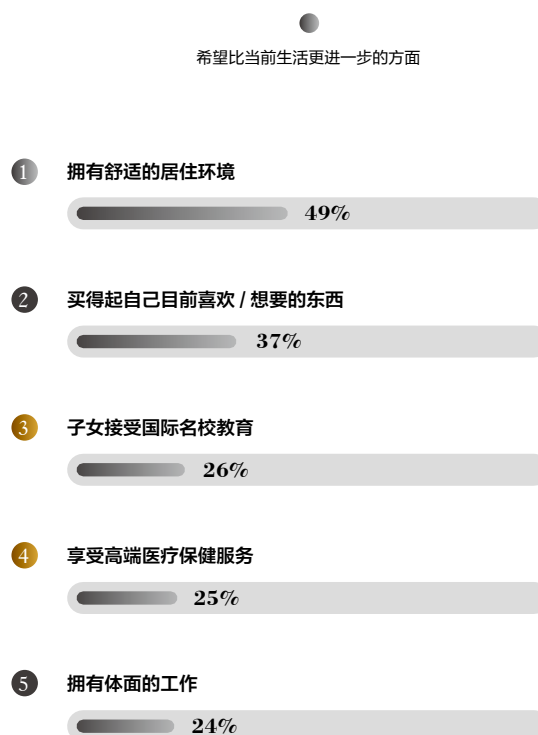
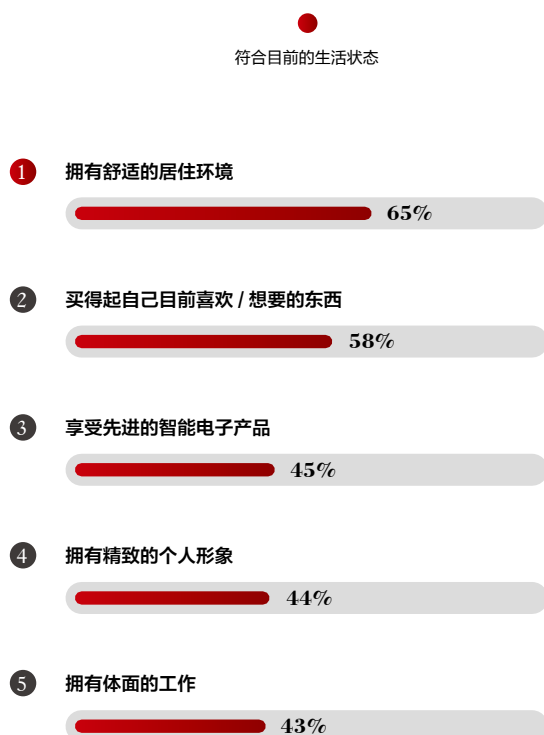
相比目前已经达到的物质生活状态，高净值人群理想中的物质生活状态有些许变化。拥有舒适的居住环境、买得起自己喜欢东西、拥有体面的工作依然是他们比较看重的方面，但同时，他们也更加希望在子女接受国际名校教育以及享受高端医疗保健服务方面比当前的状态

更进一步。因此，在居住环境、购买力、工作体面性以外，医疗（25%）和教育（26%）非常受到期待，反映出较强的需求。

分人群而言，45岁以下年龄段、3,000万以下净资产家庭、金领人群对更好的居住环境和更强的购买力有着更强的期待和需求，反映出他们在追求物质财富的道路上仍在进取和探索。对于子女教育需求，36-55岁人群彰显出更强的关注（30%），这也符合他们的生命阶段：子女处于教育成长关键阶段。同时他们自己的身体机能开始有所下降，因此他们和56岁以上人群一样，对高端医疗保健服务的需求更加强烈。



当前的物质生活与理想的物质生活



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富2021中国高净值人群家族安全报告

对于精神生活，许多高净值人群认为自己拥有和谐幸福的家庭关系（46%）以及积极向上的生活态度（41%）。较高的家庭净资产让家庭相对稳固，并可以让家人保持较高品质的物质生活，有利于维系家庭关系。同时，由于对财富的获取有进一步追求的期待，使得高净值人群始终保持昂扬向上的生活态度。

高净值人群理想状态下最重要的精神生活涵盖了和谐幸福的家庭关系（46%）、健

康的体魄（37%）、子女接受优质的品格教育（37%），此三项对许多高净值人群而言已经具备。同时，高净值人群也比较期待拥有更多的选择权（25%）、拥有实现价值的生活理念（23%），而这两点的提升空间较大。

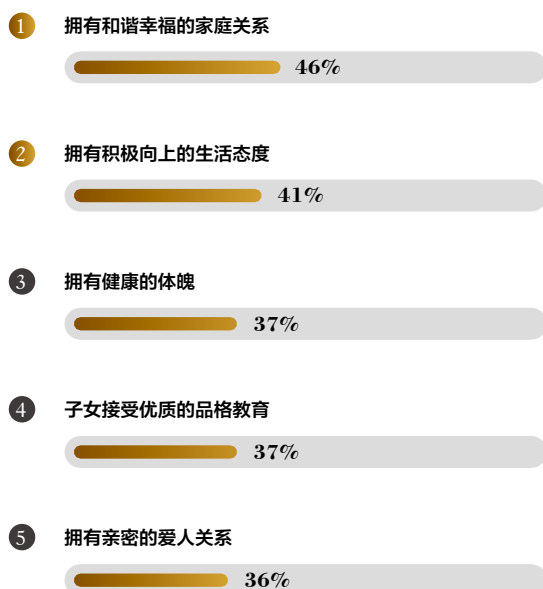
分人群看，男性、45岁以下人群、金领由于处于事业上升期或奋斗阶段，对健康体魄的需求比较明显。另外，36-45岁的中青年比其他年龄段更加希望能够实现自我价值和社会价值（28%）。

**36-45岁的中青年
比其他年龄段更加希望
能够实现自我价值
和社会价值**



当前的精神生活与理想的精神生活

符合目前的生活状态



希望比当前生活更进一步的方面



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富2021中国高净值人群家族安全报告

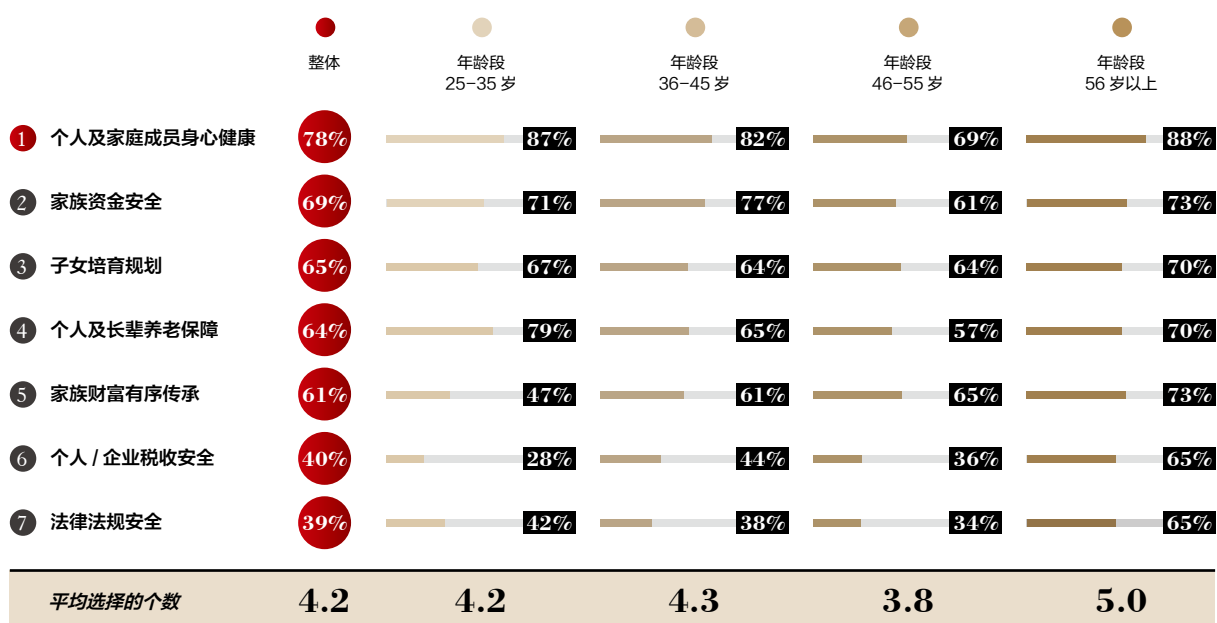
第二章 高净值家庭的家族安全

2.1 家族安全的理解 and 需求

家族安全，旨在维护家族财富和生活品质的安全、稳定、传承，是当事人通过必要的资产配置和安全保障搭建，灵活使用各类金融工具，对家族资产进行整体设计和规划，帮助实现家族财富和生活品质的永续。高净值人群作为中国经济的重要组成部分，面对不确定的外部环境，如何保障家族安全势必成为重要课题。

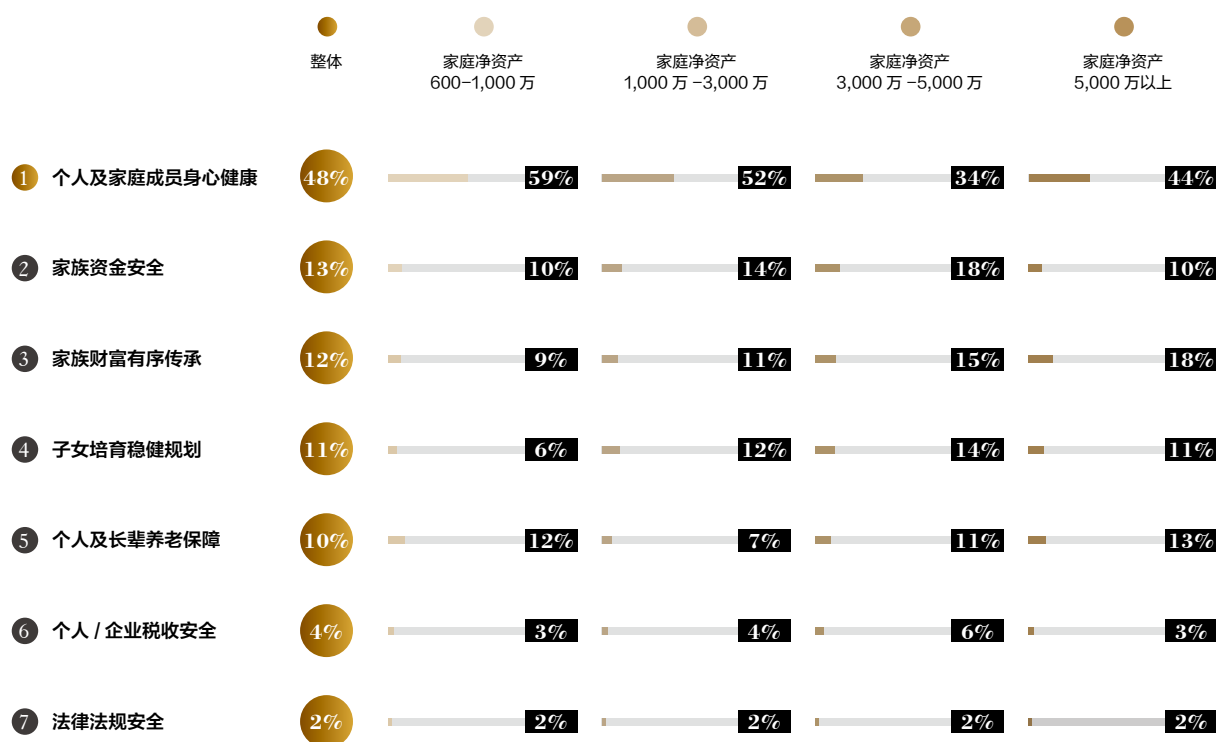
高净值人群对家族安全的理解框架中，身心健康（78%）、资金安全（69%）、子女培育（65%）、养老保障（64%）、家族财富传承（61%）被普遍认为是家族安全应该涵盖的方面。56岁以上的资深人群，他们对家族安全的理解更加多元，比如对法律法规安全、税收安全、家族财富有序传承等方面的关注度高于年轻群体，显示出他们考虑家族安全时的全面和细致。

认为“家族安全”涵盖的内容



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

“家族安全”最重要的方面



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

当谈及家族安全中最重要的方面，个人及家庭成员的身心健康（48%）是高净值人群的首选，其重要性远远高于其他方面，这与疫情后高净值人群的人生目标重要性排序相呼应（健康第一，亲情第二，财富第三）。净资产 3,000 万以下家庭把更多的关注点集中在个人及家庭成员的身心健康，而家庭净资产 3,000 万以上家庭的关注点相对分散。

关于家族安全的规划，仅两成的高净值人群认为自己已经有规划（22%）。虽然已规划者的比例不高，但七成人有进行规划的意向（69%），并且近一半的有规划意向者认为自己会在 1 年内开始进行规

划（48%），这反映出近几年在宏观经济环境与社会防疫环境的双重压力下，家族安全保障的热度正在上升，引发了越来越多高净值人群的关注。对于潜在规划者中 25-45 岁的年轻群体，他们之中表示愿意在一年内开始规划的人高达 56%。

随着改革开放初期中国第一代创业浪潮的创业者们逐渐步入暮年，越来越多的家庭开始考虑传承的话题^⑦。高净值人群在实现资产多元化配置带来的财富的增长之外，家族财富传承一直是世界性的难题，也是高净值人群长期关心的话题。关于家族的财富安全传承，高净值人群的认识中，最多被想到的保障家族财富安全传

^⑦ 关于传承的理解，本报告高净值客户专访中，居住在北京的张女士有精彩观点，详见第 66 页

七成人有进行家族安全规划的意向，并且近一半的有规划意向者认为自己会在 1 年内开始进行规划

关于家族的财富安全传承，高净值人群的认知中，最多被想到的保障家族财富安全传承的工具是保险

承的工具是保险（76%），接下来是遗嘱（63%）、家族基金（61%）、保险金信托及家族信托（56%）。关于保险对家族财富传承的作用，大多数高净值人群可以认识到保险的保值增值功能（89%）及个性化定制功能（62%）。

分人群看，45岁以下高净值人群和家庭净资产 1,000 万以下的人群相比更资

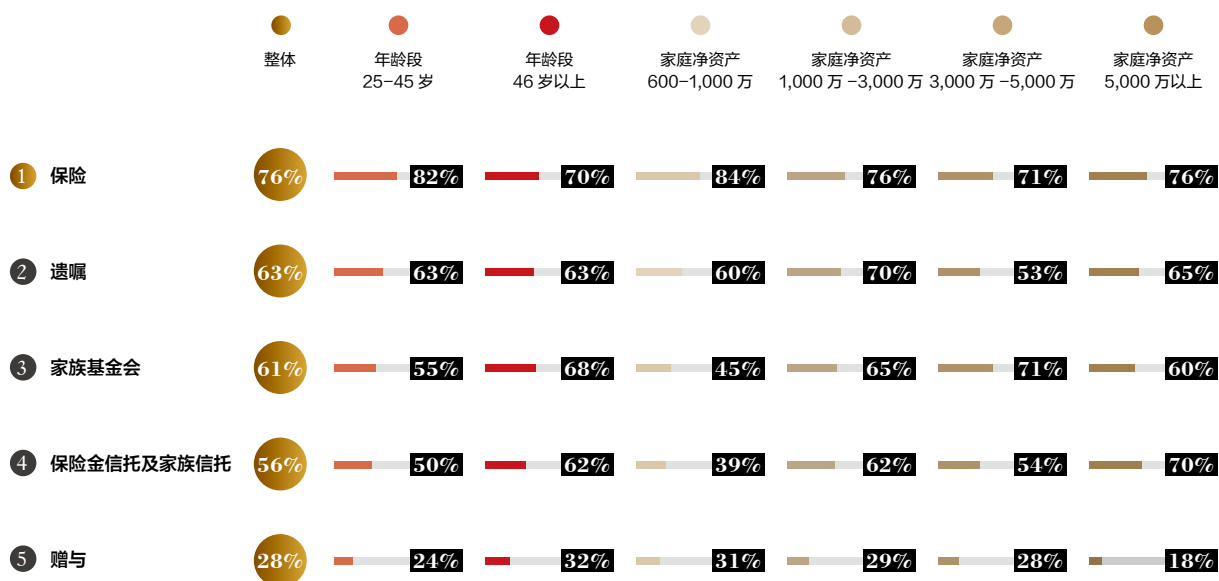
深人群和更富有人群，更加关注保险在家族传承中的作用；而 45 岁以上人群及家庭净资产 1,000 万以上的人群则更加认可通过保险、家族基金、家族信托、遗嘱等进行综合化的传承保障。

对于助力保障家族安全的机构，高净值人群除了关注机构能够为自己带来实际收益（52%）以及提供一站式个性化

⑧ 家族基金又被称为私人基金会，其特点在于基金来源是个人或家族成员捐赠或遗赠财产的方式设立的。基金会按照设立人的意愿进行运作、保存、管理和投资，其设立人或者基金会原始基金的提供者通常为一个或若干个人或家族企业，出资人或出资企业股东之间通常具有血缘、婚姻或同一姓氏关系

⑨ 保险金信托是家族财富管理服务工具的一种，是委托人以财富的保护、传承和管理等为目的，将人寿保险合同的相关权利 [如身故受益权、生存受益权、分红领取权（如有）等] 及对应的利益 [如身故理赔金、生存金、保单分红（如有）等] 和资金等（或有）作为信托财产而设立的信托。当保险合同约定的给付条件发生时，保险公司将按保险约定直接将对应资金划付至对应信托专户。信托公司作为信托受托人根据与委托人签订的信托合同为受益人的利益而管理、运用、处分信托财产，实现对委托人意志的延续和履行。保险金信托是将保险与信托事务管理服务相结合的一种跨领域的信托服务，不是一款理财产品

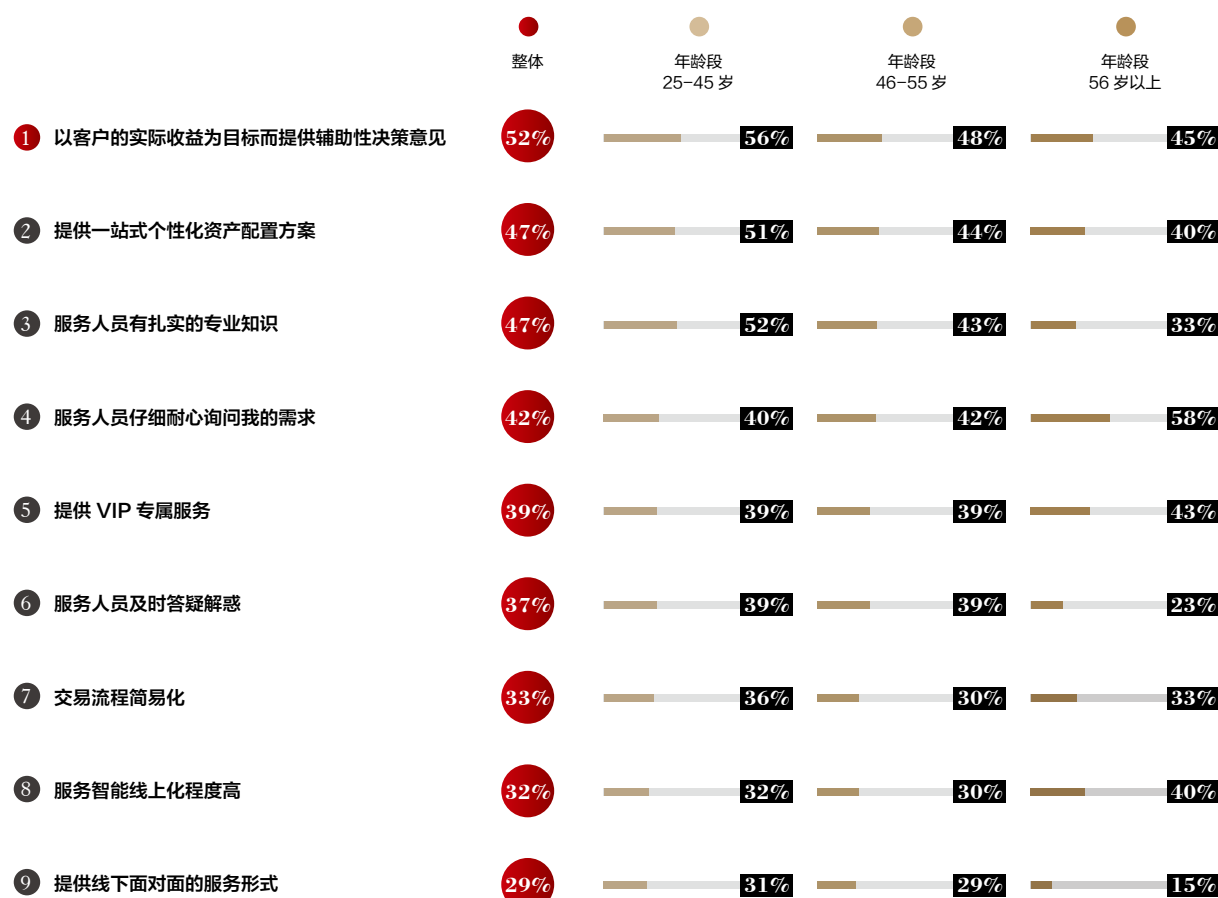
认为保障家族财富安全传承的主要工具



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告



对专业机构助力保障家族安全的需求



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

的资产配置方案（47%），如果专业服务机构的人员有扎实的专业知识（47%）以及足够的仔细和耐心（42%），也会更加吻合高净值人群的实际需求和考虑因素，提高被高净值人群青睐的几率。总结下来，可获益、便捷灵活、专业性、服务体验是高净

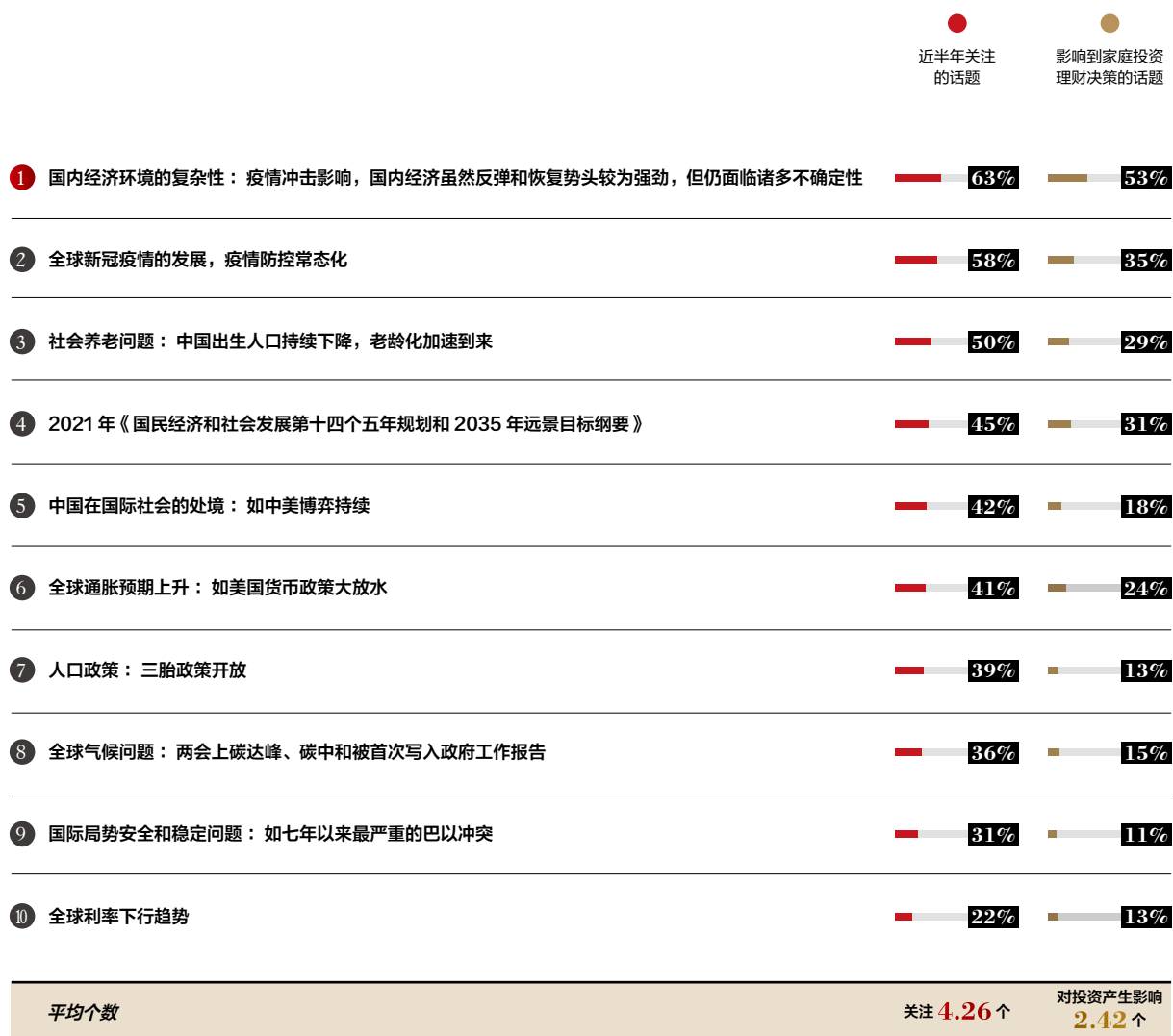
值客户的四大核心需求。

分人群看，45 岁以下高净值人群展现出了更强的务实性，他们对实际收益（56%）、便捷灵活（51%）的需求更加直接和明显，而 56 岁以上高净值人群非常看重服务人员的服务态度（58%）。

★ 中信保诚人寿较早开始关注高净值人群在保险保障、传承规划、法律税务、品质生活、财富管理等多方面的差异化需求，并于 2014 年开创行业先河，设立高端子品牌「传家」，为高净值客户提供以保险保障为核心的当下财富的长期管理、身后资产的传承安排及高端医疗保障服务等一站式综合财富管理方案



关注的话题与影响理财决策的话题



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

★ 中信保诚人寿「传家」客户俱乐部“传家会”为高净值客户提供涵盖宏观经济、健康医疗、教育传承、养老养生、文化艺术、收藏品鉴等各类主题的高端客户活动。全年安排丰富多元，详情请咨询当地分公司

2.2 投资理财的配置与偏好

我们总结的 2021 年宏观政策及经济 10 大话题中，高净值人群平均关注 4.26 个话题，主要集中在复杂的经济环境（63%）、

疫情防控常态化（58%）和社会养老课题（50%），其中复杂的经济环境（53%）、疫情防控常态化（35%）和十四五规划（31%）被认为是投资影响较大的宏观因素。

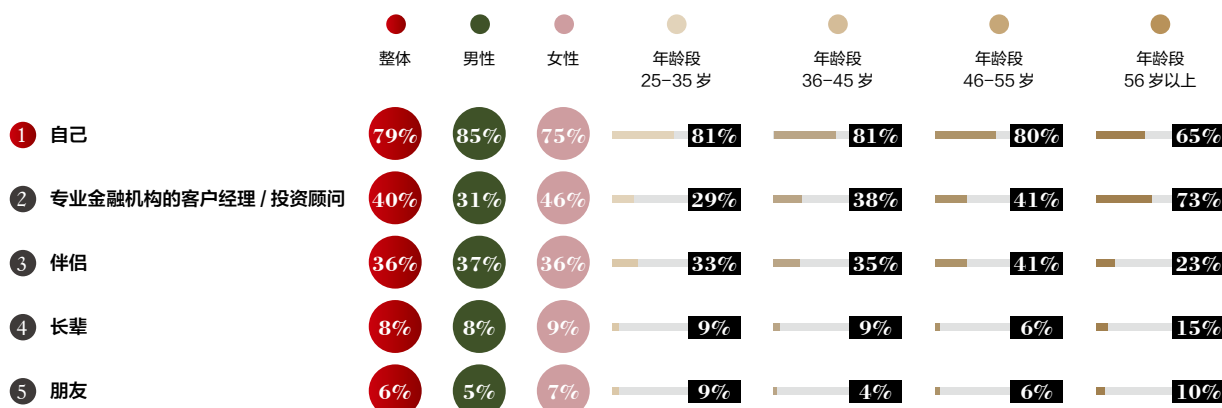
高净值家庭投资理财的核心决策者，除了投资人自己（79%）以外，专业金融机构的客户经理或投资顾问的影响力非常大（40%），甚至超过了投资人的伴侣及家人。影响力的七种武器中^⑩，专业金融机构的客户经理或投资顾问同时具备“稀缺”和“权威”两大武器，因此高净值人

群更容易受到他们的影响。分人群看，女性高净值人群的行事风格普遍被认为更加谨慎^⑪，而56岁以上的高净值人群更容易拥有长期合作的客户经理或投资顾问，因此这两类人群对专业的金融机构客户经理或投资顾问的信赖更深（分别为46%和73%）。

⑩ 影响力七种武器由社会心理学家罗伯特·西奥迪尼在《影响力》一书中总结，分别是对比，互惠，承诺和一致，社会认同，喜好，权威，稀缺

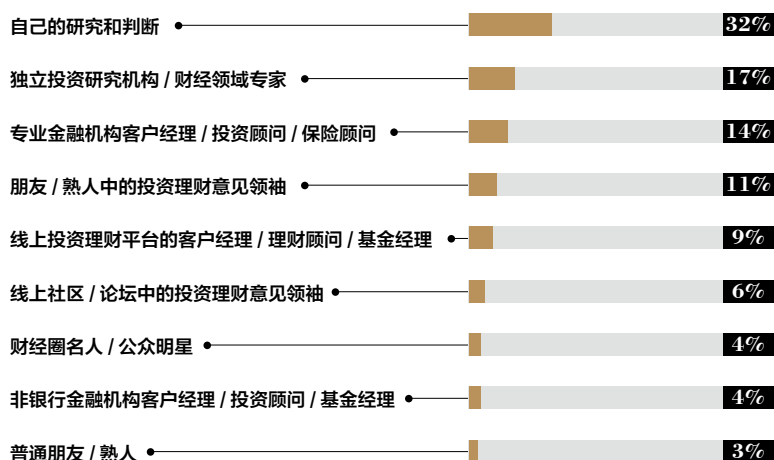
⑪ 英国机构 Lovemoney.com 曾调研 3000 名英国民众，结果显示女性在金钱问题上更谨慎

参与家庭投资理财的核心决策者



来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

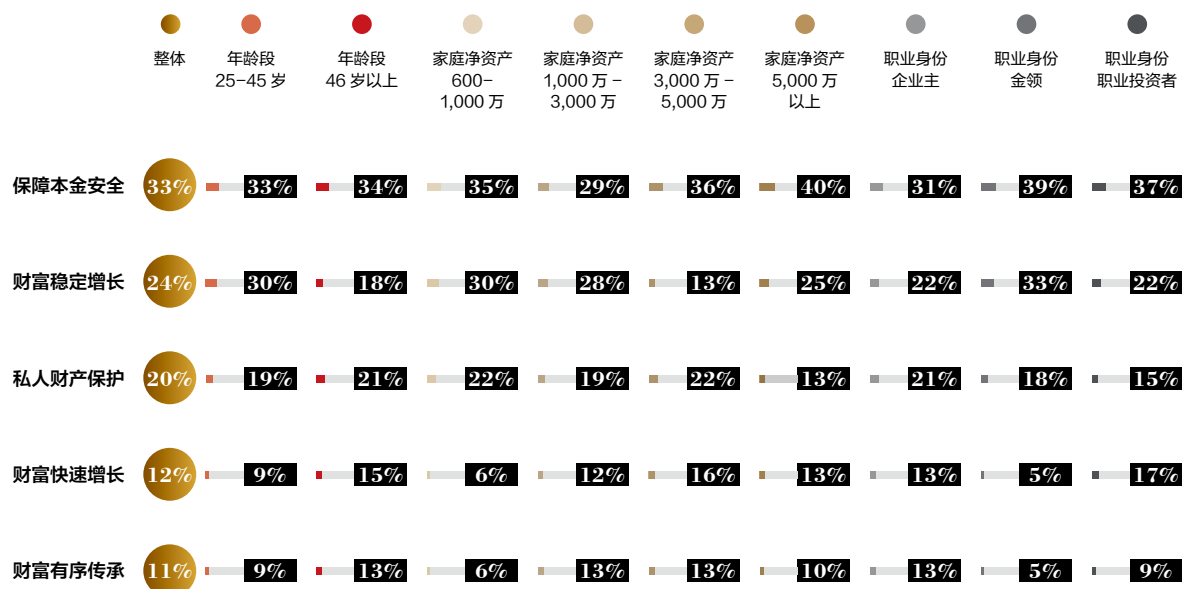
投资理财方面最信任的人物角色



来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

在信息收集过程中，高净值人群也比较信任相关领域的专家，尤其是独立投资研究机构（17%）或专业金融机构的专家顾问（14%）。值得关注的是，虽然互联网金融快速发展，但是线上的顾问或线上意见领袖所获取的信任感依然较低（普遍低于10%）。总体而言，关于投资理财的信息搜集，自己的研究和判断作用最大（32%），尤其是男性（40%）、45岁以下年龄段（36%）以及金领人群（46%）。

个人 / 家庭投资理财的首要目标



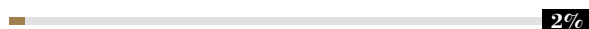
来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

高净值家庭获得的财富较多，其风险规避的心理相对也比较明显。保障本金安全（33%）、获得财富稳健增长（24%）是较多高净值家庭投资理财的首要目标，因此在高净值人群中，占比最多的是稳健型投资者（50.0%），积极型及激进型高净值投资者仅占两成。总体而言，后疫情时代，安全高于增长，是高净值人群最为看重的投资理财目标。

分人群看，各年龄段都非常重视保障本金的安全，但 25-45 岁人群比 46 岁以上人群更加关注财富的稳定增长。另外，企业主比金领和职业投资者更加关注财富的有序传承。

风险偏好类型

【保守型】不想承担风险，投资理财的目的在于保值



【稳健型】在意风险，但也希望在保本的基础上有一定增值



【平衡型】会综合考虑风险与收益，认为风险承受能力适中



【积极型】倾向于承担高风险获得高收益的理财投资，对风险有合理预期



【激进型】热衷于在高风险中博取高收益，可接受大额本金的亏损



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

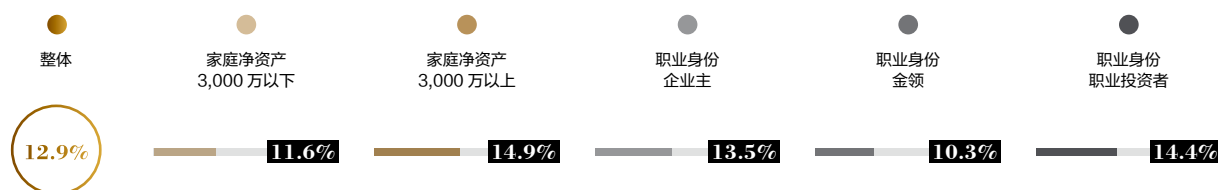
包括股票、基金、债券、投资性房产、保险、股权、另类投资品等金融工具在内，中国高净值投资者过去 3 年的综合平均年化收益率¹²约 12.9%。对于过去 3 年的投资收益，高净值人群表示满意的比例不足 7 成，因此他们对未来 3 年的投资收益率有较高的期待，希望未来 3 年的平均年化收益可以达到 21.2%。

分人群看，受到职业属性影响，企业主和职业投资者相比金领的投资收益更高（分别为 13.5% 和 14.4%）。净资产 3,000 万以上的家庭相比 3,000 万以下家庭的投资收益率也

更高，平均达 14.9%，可见财富获取与财富增值中的马太效应依然明显。受近两年 A 股市场收益较高的影响（2020 年上证指数全年涨 13.87%，深证成指全年涨 38.73%，创业板指全年涨 64.96%），对于未来一年的理财配置，A 股得到了许多高净值人群的关注，36% 的人愿意增加对 A 股的配置。另外，保险作为资产配置的压力石也获得了高净值人群相对较高的青睐，有近三成的高净值人群愿意在未来一年对保险进行增配，这其中，56 岁以上人群（45%）及家庭净资产 5,000 万以上人群（46%）对增加保险配置的意愿最高。

¹² 剔除自住性房产和流动性较差的资产后的现金 / 存款、股票、基金、债券、投资性房产、保险、股权另类投资品等产生的收益

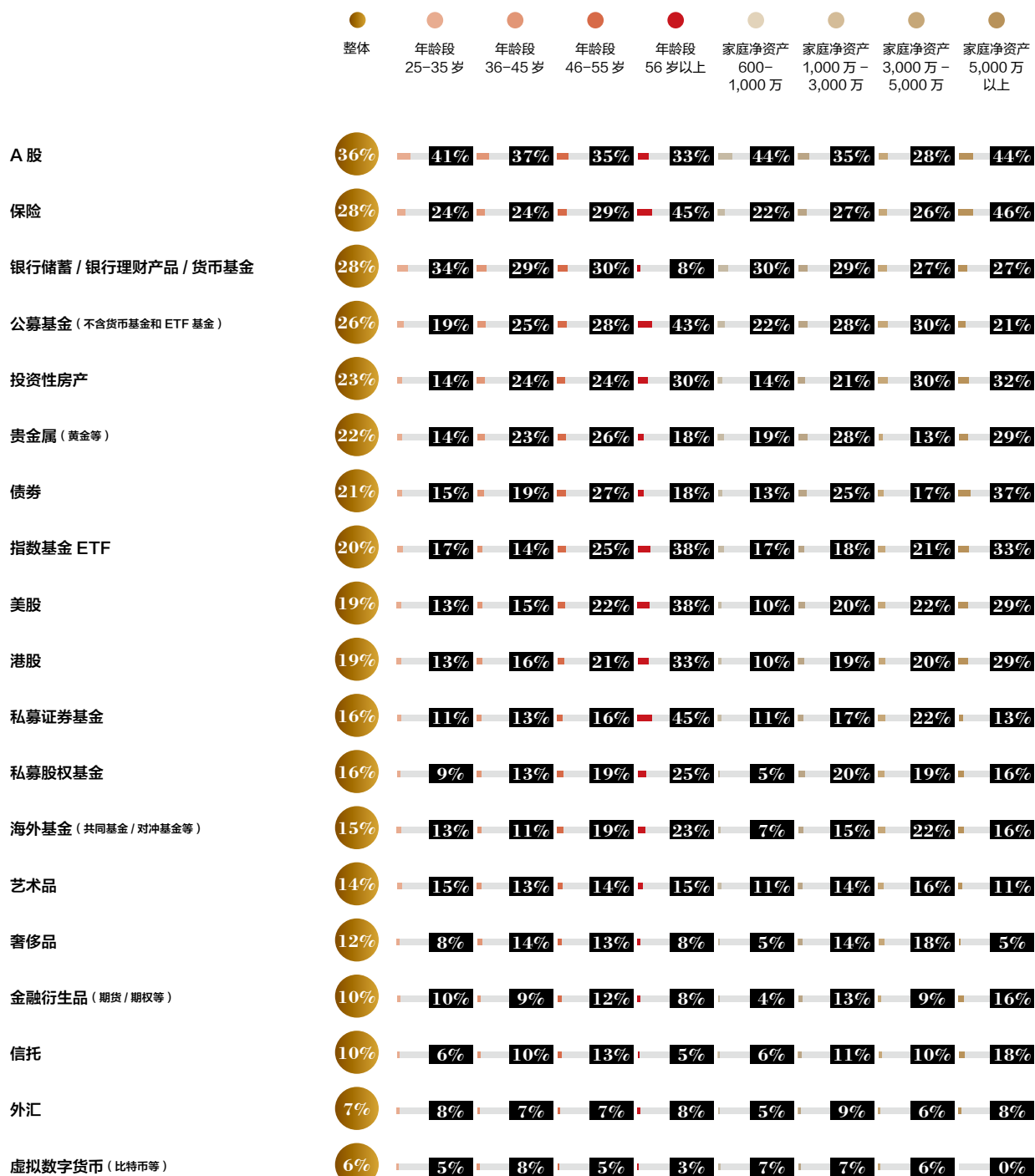
过去 3 年的平均年化收益率



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告



未来 1 年内可能会增加的投资理财配置



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

2.3 商业保险的认知和配置

人身保险是以人的生命或身体为保险标的，在被保险人的生命或身体发生保险事故或保险期满时，依照保险合同的规定，由保险人向被保险人或受益人给付保险金的保险形式。

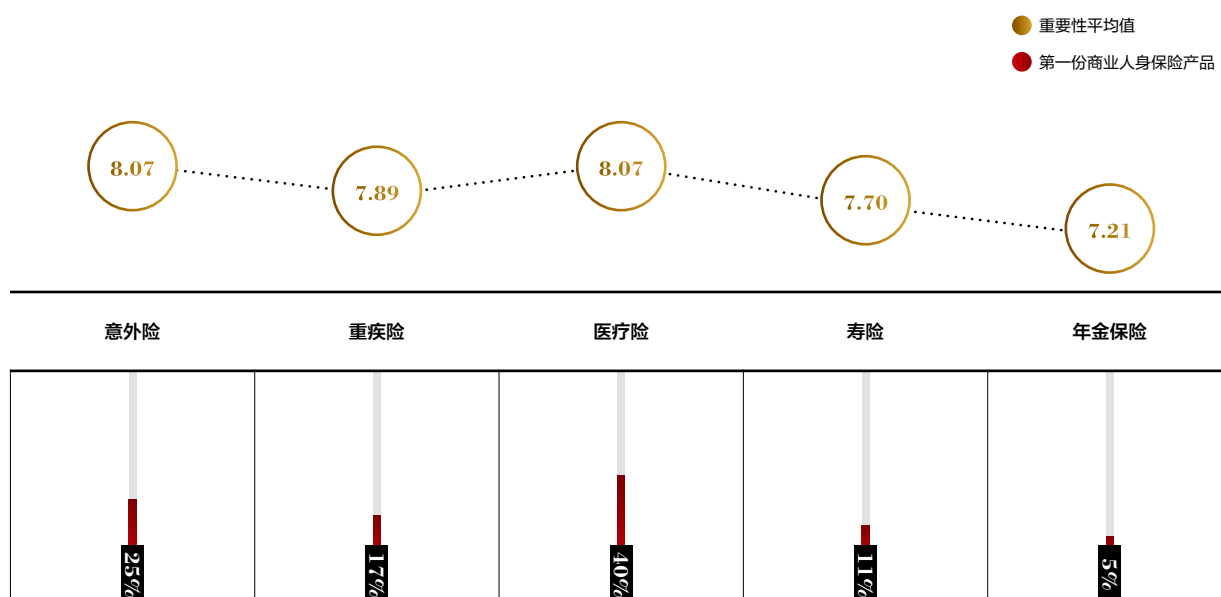
高净值人群普遍认可商业人身保险对自己及家庭生活的重要程度（8.2分，10分制），尤其是56岁以上高净值人群，人身保险保障作用的重要性对他们而言达8.9分（10分制）。

但是，高净值人群认为自己对商业人身保险的认知程度还有不足（7.9分，10分制），尤其是25岁-35岁年轻人群（7.7分，10分制）和600万-1000万家庭净资产人群（7.5分，10分制）。在各类商业人身保险中认知程度较高的是医疗险和意外险（两者平均皆8.07分，10分制），年

金保险的认知程度目前提升空间较大（7.2分，10分制）。2020年中国的人均GDP突破一万美元，保险业相关政策推动行业继续前进，国务院印发的《“健康中国2030”规划纲要》持续推进，另外受疫情影响，民众的自我保障意识与日俱增，因此本次调研中，97%的高净值人群为自己或家人购买过保险，反映出中国高净值人群较高的保障意识与资产配置认知水平。与各类保险的认知程度相呼应，高净值人群购买的第一单商业人身保险通常是医疗险（40%）或意外险（25%）。对于医疗险，46岁以上人群、家庭净资产3,000万以上人群、企业家或职业投资者的配置意愿更强一些；而金领一族购买重疾险和寿险的比例高于企业家或职业投资者，反映出他们对健康安全及传承安全的关注。

高净值人群普遍认可商业人身保险对自己及家庭生活的重要程度（8.2分，10分制），尤其是56岁以上高净值人群，人身保险保障作用的重要性对他们而言达8.9分（10分制）

人身保险对自己及家庭生活的重要程度及第一份商业人身保险产品

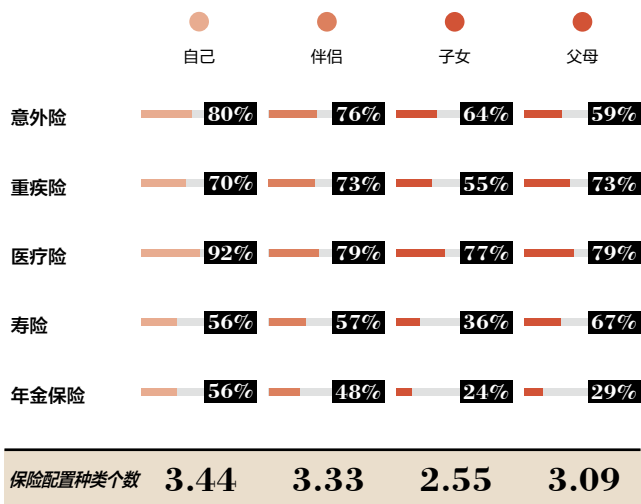


来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富2021中国高净值人群家族安全报告

在高净值人群当前配置的保险中，被保险人更多是自己（平均配置 3.44 种）和伴侣（平均配置 3.33 种），将子女作为被保险人的种类相对较少（平均配置 2.55 种）。可见对于子女，他们更愿意把配置的决定权和配置时机交给子女自身。结合受益人，高净值家庭看重通过对家庭收入来源主要贡献者的保障配置持续照顾到子女及家人。对于年金保险和医疗险，高净值人群将自己作为被保险人的比例较多。而对于寿险，更多人将父母作为被保险人。

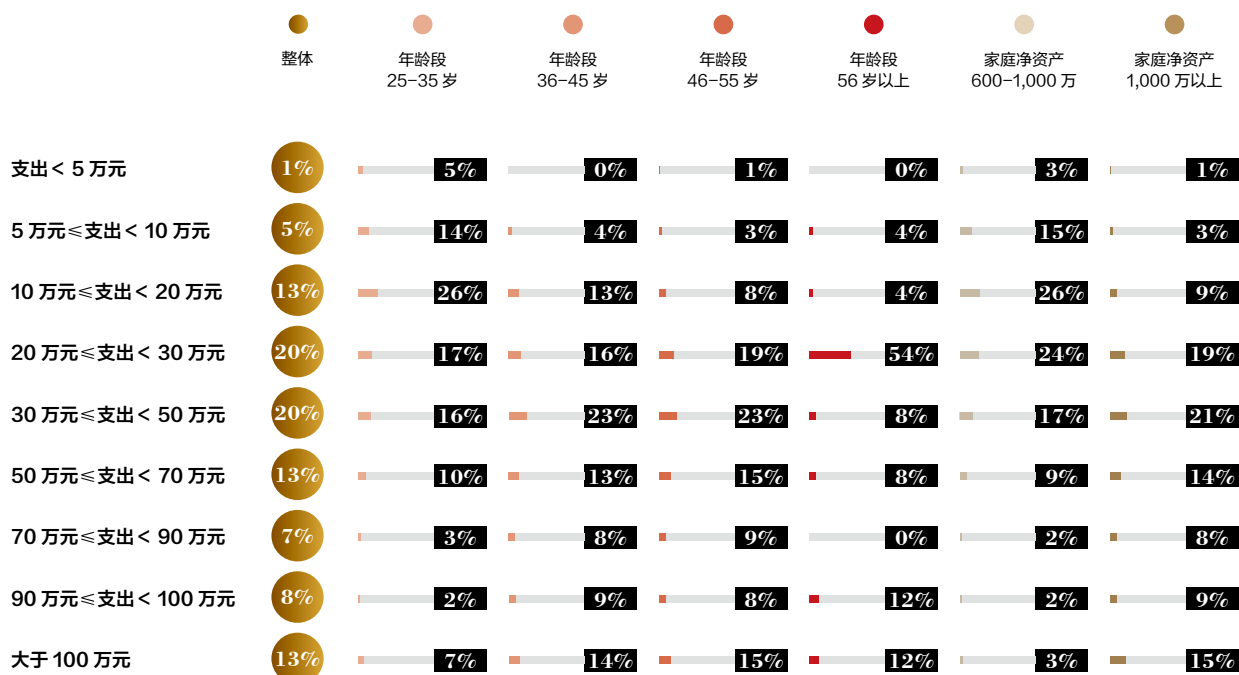
高净值家庭商业人身保险的保费支出总体呈现正态分布，平均金额在 30 万左右。总体而言，商业人身保险保费的支出与年龄和收入成正比，25-35 岁年轻人群以及净资产 600 万到 1,000 万的家庭保费支出较低，36 岁以上和 1,000 万以上净资产家庭更倾向于高保费。

各类保险配置情况



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

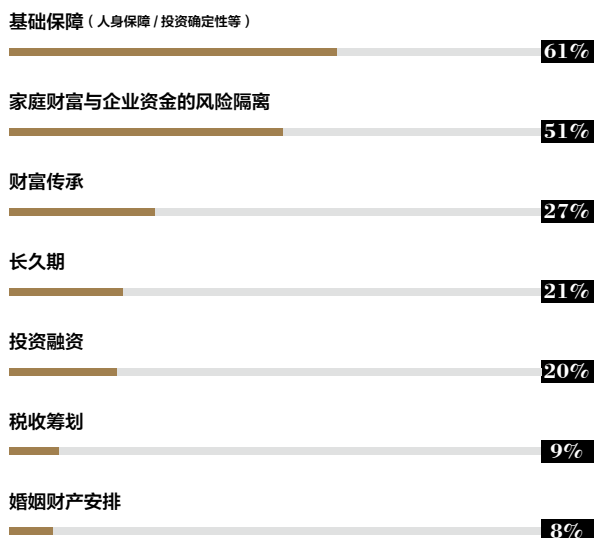
保费支出



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告



最看重保险具备的功能



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

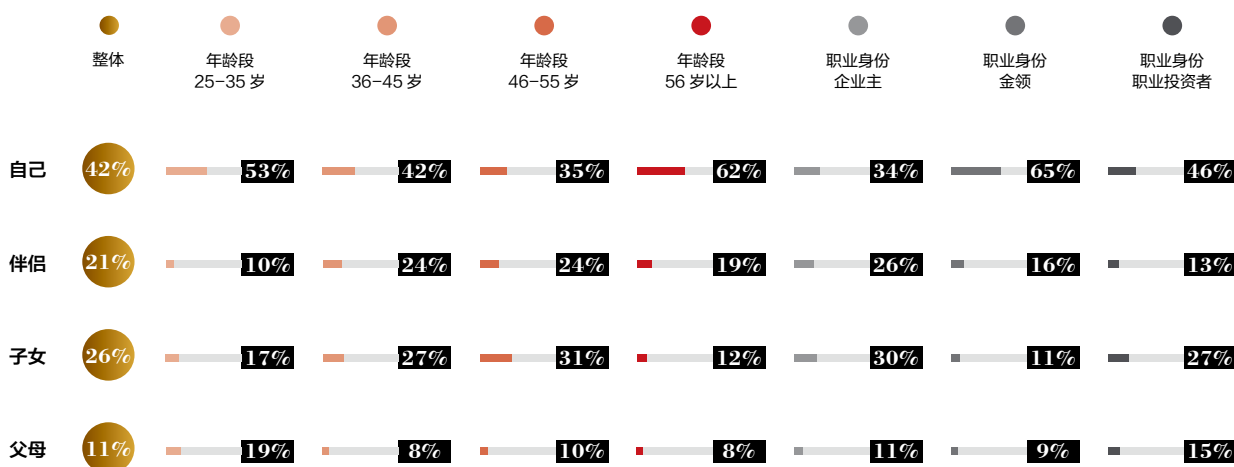
⑬ 关于税收筹划，本报告高净值客户专访中，居住在上海的郑女士有精彩观点，详见第 50 页

在购买商业人身保险时，高净值人群最看重的首先是其基础保障功能（61%），其次是风险隔离功能（51%），关注税收筹划和婚姻财产安排的人接近一成（分别为 9% 和 8%）。前文提到，600-1,000 万净资产家庭对保险的认识程度偏低，因此基础保障功能会占据其认知相当大的一部分，对基础保障的重视度也更高。看重商业人身保险投资融资功能的人占到两成（20%），大多数高净值人群还是更愿意关注保险的防御属性，而非进攻属性，这也符合标准普尔总结的资产稳健增长家庭的理财方式，即把保险视为家庭资产配置中的压舱石^⑬。

高净值人群无论是否购买过大额保单，都有一部分人开始关注到了商业人身保险在财富传承中的重要性，因此在商业人身保险产品中受益人优先级排序方面，子女的优先顺位仅次于投保人自己，高于伴侣及父母（自己 42%，子女 26%，伴侣 21%，父母 11%）。把自己排在受益人第一顺位的高净值人群，主要集中在 25-35 岁（53%）、金领（65%），与这部分人群中有相当多的单身贵族有关；而进入 36-55 岁年龄段，把伴侣（24%）或子女（29%）放在第一顺位的人明显增多。

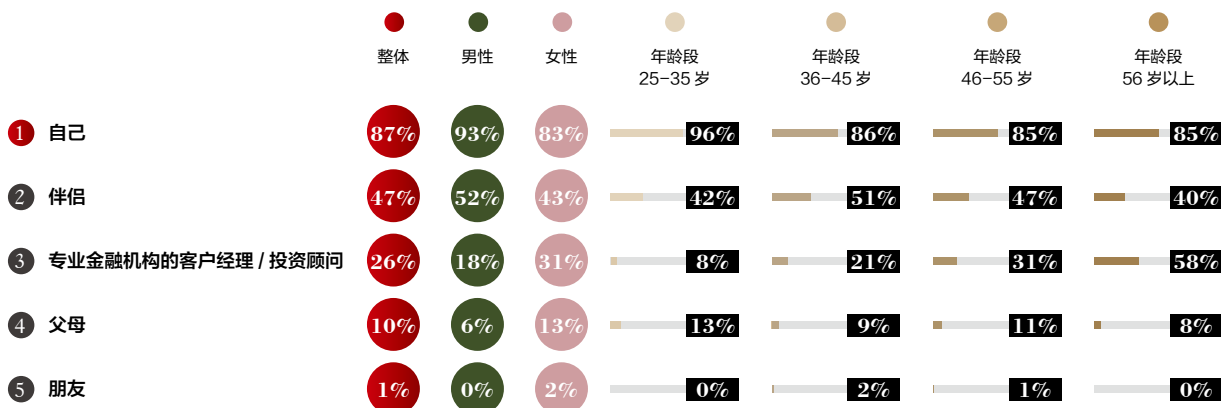


商业人身保险产品中受益人优先级排序排第一



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

参与家庭商业人身保险产品购买决策的核心决策者



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

前文已述，高净值人群在投资理财的决策过程中，特别看重专业金融机构的客户经理或投资顾问的意见。然而，相比其他金融投资工具，许多高净值人群更多把保险视为防守型工具，在追求高收益方面保险的顺位相对较低，因此在购买商业人身保险时，专业金融机构的客户经理或投资顾问的重要性有所下降（26%），高净值人群自身和伴侣成为了购买决策的核心决策者（87% 和 47%），体现了更强的选择自主性。对于专业金融机构的客户经理 / 投资顾问，愿意让他们参与到自己决策中来的主要是女性（31%）和 56 岁以上（58%）高净值人群。

虽然在决策层面，高净值人群具备较强的自主性，但是在信息采集层面，他们仍然最信任金融机构服务人员（27%）。另外财经类应用¹⁴（13%）及相关讨论区（12%）的信息也会成为一部分人青睐的信息渠道。

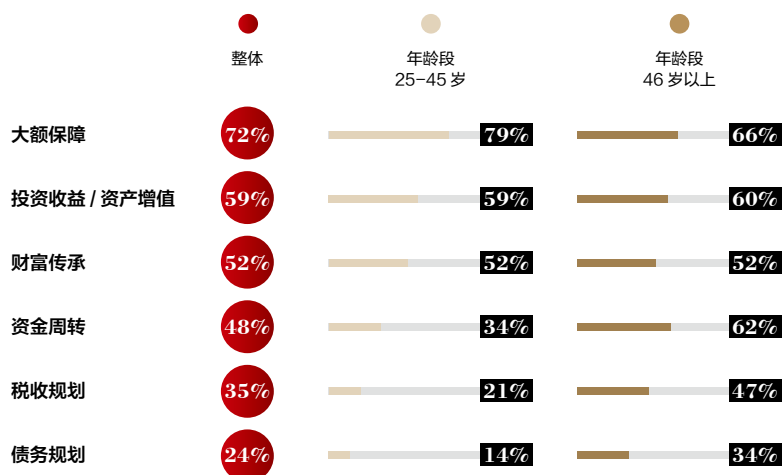
购买商业人身保险决策影响最大的信息渠道



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

¹⁴ 国内比较著名的有新浪财经、财新、胡润百富 Pro、FT 中文网、和讯财经、英为财经、第一财经、21 财经等

购买大额保单的原因



来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

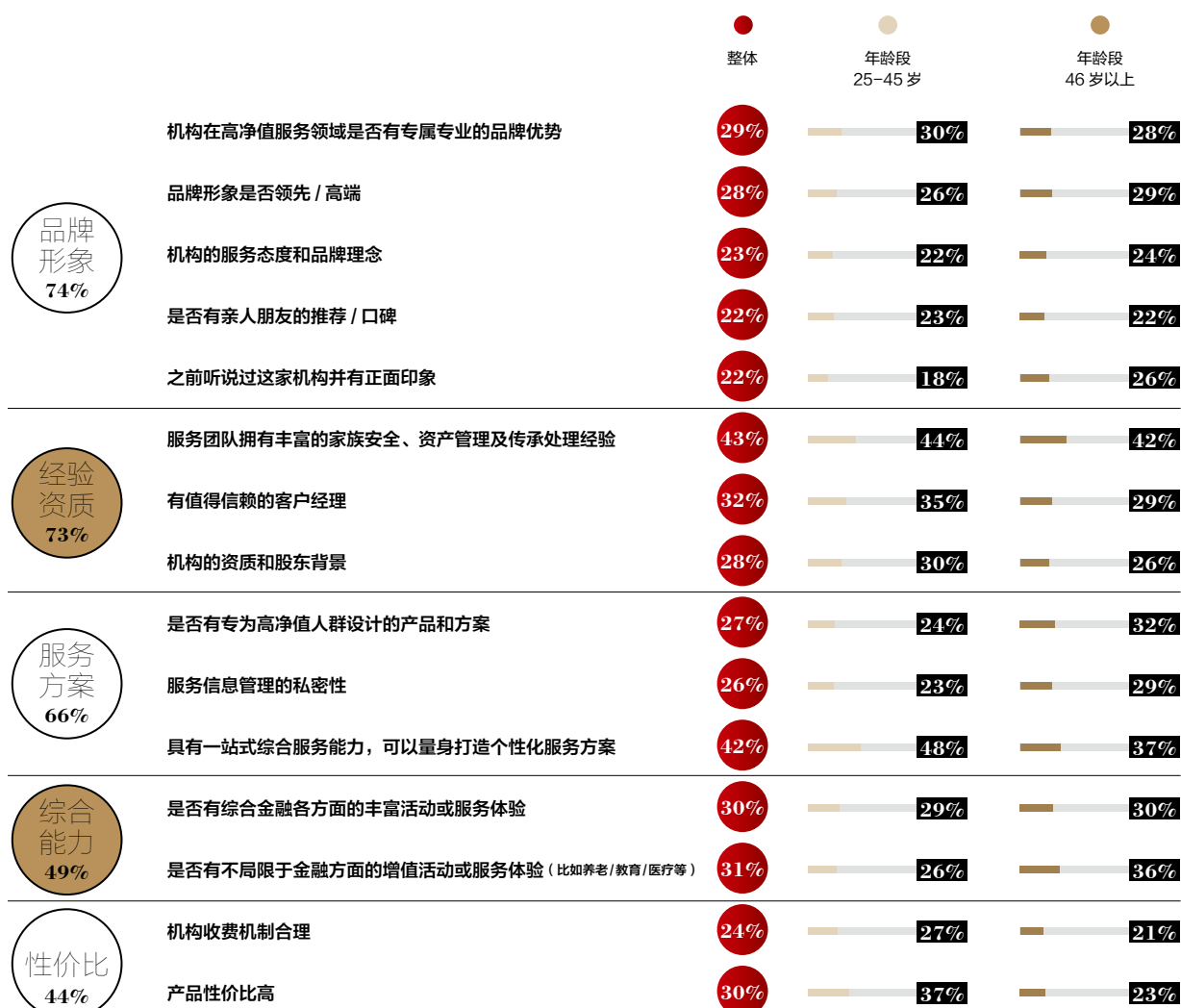
97% 的高净值用户为自己或家人配置过保险产品，其中 47% 购买过大额保单（单张保单累计投保保费在 200 万元人民币以上）。购买大额保单的主要原因是获得大额保障（72%），尤其对保险认识度稍低的 25 岁到 45 岁年轻人群（79%）。而 46 岁以上人群在此次调研中企业家的比例更高，因此更容易关注大额保单的资金周转（62%）、税收规划（47%）、债务风险隔离（34%）等价值。由于年金险保单的长期性、复合性、稳定性等特点，高净值人群更青睐在年金险保单中购买较大金额，以享受更多复利效应。



在选择商业人身保险产品时，对保险公司的考察也是重要的考虑环节。总体来看，品牌形象（74%）和经验资质（73%）的重要性相对较高。关于具体的参考维度，高净值人群比较关注服务团队是否拥有丰富的家族安全、资产管理及传承处理经验（43%），以及是否具有一站式综合服务能力以量身打造个性化服务方案（42%）。除了团队经验和个性化服务，客户经理的个人可靠性（32%）和公司

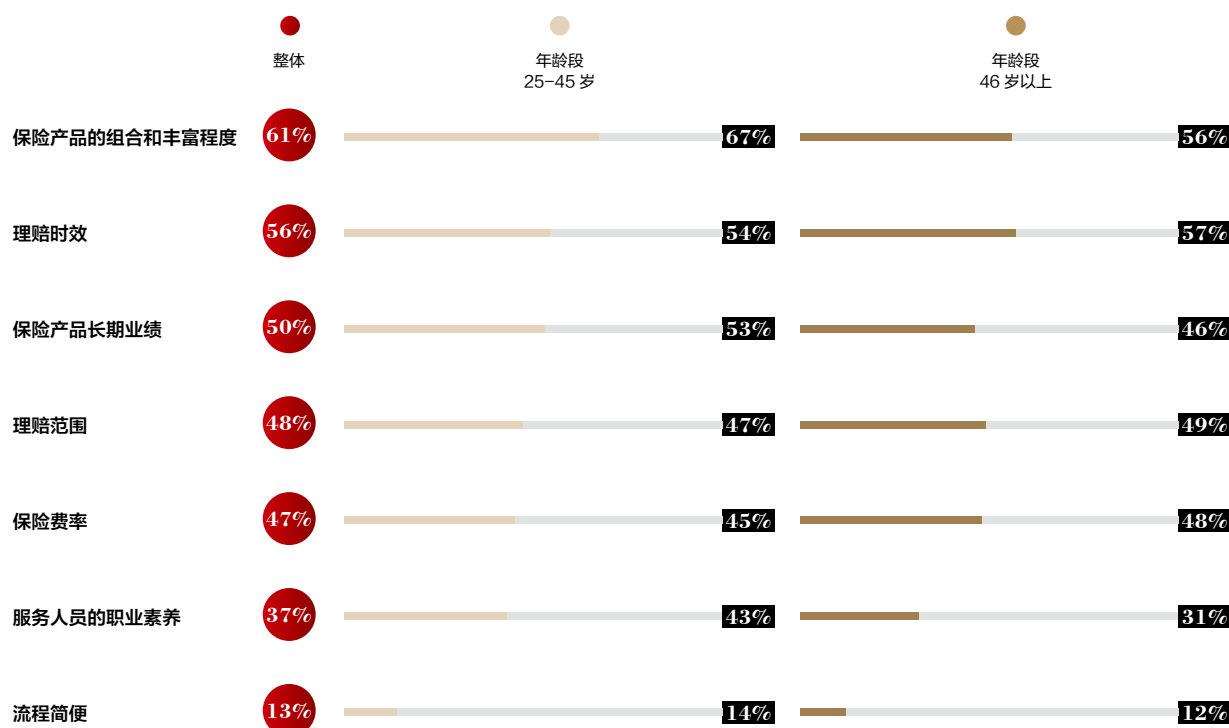
的增值服务比如养老、教育、医疗（31%）也成为可以增加吸引力的亮点。45岁以下的高净值人群受生活阶段的影响，更加追求效率和便捷，因此对于一站式综合服务能力（48%）非常看重；而46岁以上人群相较而言会更加关注方案与自身的相关性（32%），以及养老、教育、医疗等增值服务（36%），同时机构的正面印象（26%）也更容易影响这部分人。

选择购买保险时关注保险公司的表现



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

影响您对保险产品及其机构满意度的因素



来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

2.4 商业保险的评价和期待

已经配置商业人身保险的高净值人群，对商业人身保险的产品满意度较高，平均满意度为 8.3 分（10 分制），尤其是家庭净资产 5,000 万以上家庭，对商业人身保险的满意度高达 8.6 分，此次调研中，家庭净资产 5,000 万以上家庭配置保险的比例最高（医疗险、意外险、重疾险、寿险的配置比例接近 100%，仅 24% 未配置年金保险），可见足够的满意度一定程度上支撑了他们对保险产品的信赖。

影响高净值人群对保险产品及其机构满意度的因素，最重要的是保险产品的组合丰富程度（61%）以及理赔时效（56%）。保险机构提供丰富性较强的综合保险保障方案，进而帮助用户完成一站式、配置方便的投保，这对于更看重便捷性、效率性、本身工作生活节奏较快的年轻人来说非常重要，因此保险产品的组合丰富程度对 25 岁 - 45 岁年龄段的高净值人群的影响力更强（67%）。

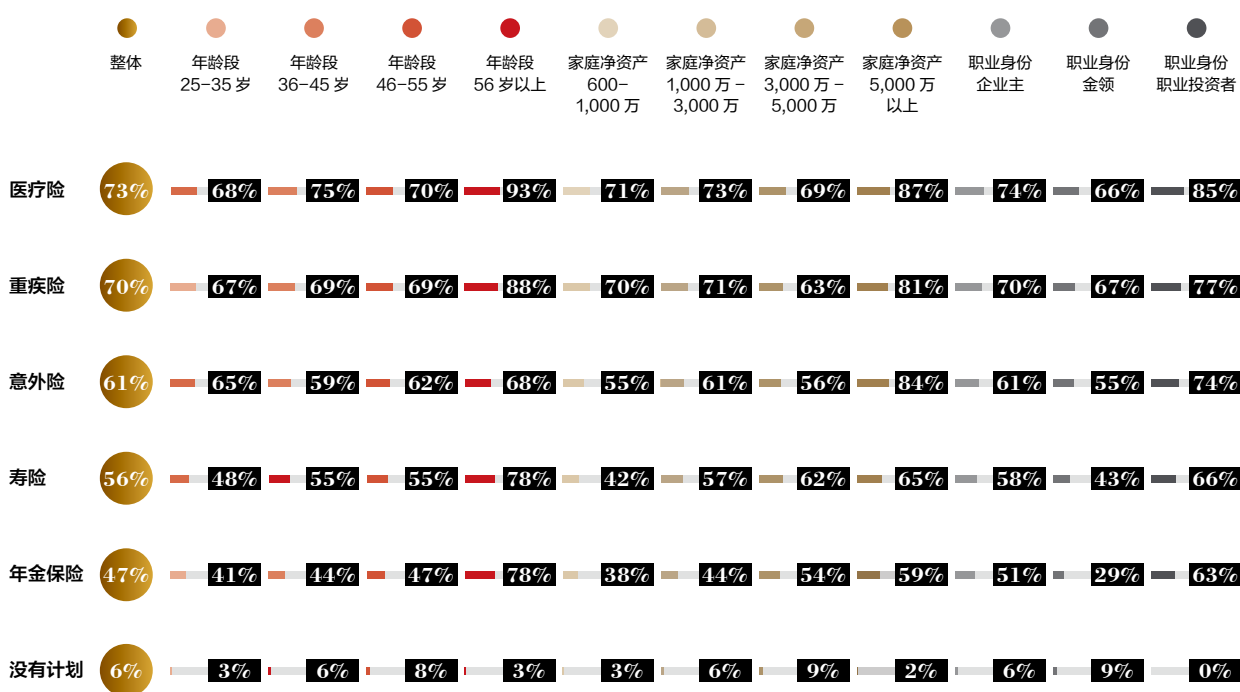
影响高净值人群对保险产品及其机构满意度的因素，最重要的是保险产品的组合丰富程度（61%）以及理赔时效（56%）

分人群看，随着年龄的增大，人将面临的各类身体风险也随之增高，因而56岁以上人群未来配置各类保险的需求普遍更高

当前，医疗险是高净值人群更愿意为自己和家人配置的险种，重疾险和意外险也比较受到青睐。对于未来计划为自己/家人配置或加保的商业人身保险产品，依然是医疗险和重疾险最受关注（73%和70%）。高净值人群在获得财富之后，更期待以健康的身体去维持财富并以健康的状态去享受财富。而在环境污染、工作压力、社会压力等多重作用下，高净值人群及家人也难免出现健康问题或进入亚健康状态，对于治疗疾病相关的费用保障，他们给予了较大的关注。

分人群看，随着年龄的增大，人将面临的各类身体风险也随之增高，因而56岁以上人群未来配置各类保险的需求普遍更高。另外，行为经济学原理告诉我们，人对失去的恐惧远远大于对收获的喜悦，所以净资产5,000万以上家庭出于损失规避的动机，未来配置各类商业人身保险的意愿更高。最后，职业投资人受职业特征的影响，更多需要依靠自己投保相关的社会和养老保障产品，带来未来长期稳健现金流，因此他们未来投资商业人身保险的意愿也更为强烈。

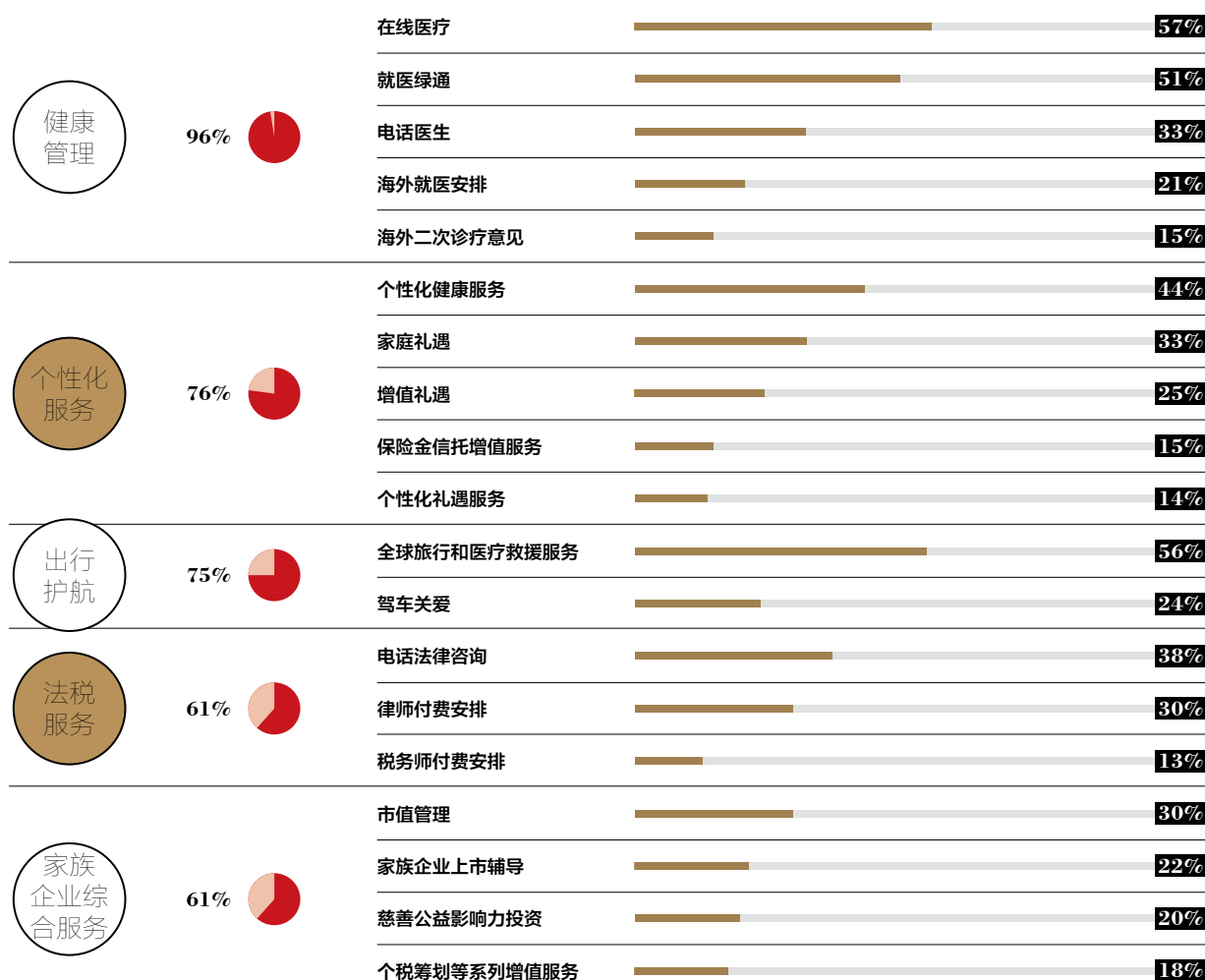
在未来3年内，计划为自己/家人配置或加保的商业人身保险



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告



希望获得保险公司提供的哪些增值 / 综合性服务



来源：中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

保险公司提供的增值或综合性服务，高净值人群最青睐的是健康管理类（96%），其次是个性化服务类（76%）比如个性化的健康管理、家庭礼遇、保险金信托增值服务，另外出行护航类（75%）也比较受到关注。在健康管理类需求中，吸引力最强的是在线医疗（57%）和就医绿色通道（51%），快速诊断疾病及快速就医的需求再次反映高净值用户对健康的极大关注。除此之外，全球旅行和医疗救援服务的关注度也非常高（56%），反映出高净值人群在国

外获得医疗救助的需求。对家族企业综合服务的需求还较低，其影响力不及健康管理、个性化服务、出行护航、法税服务。

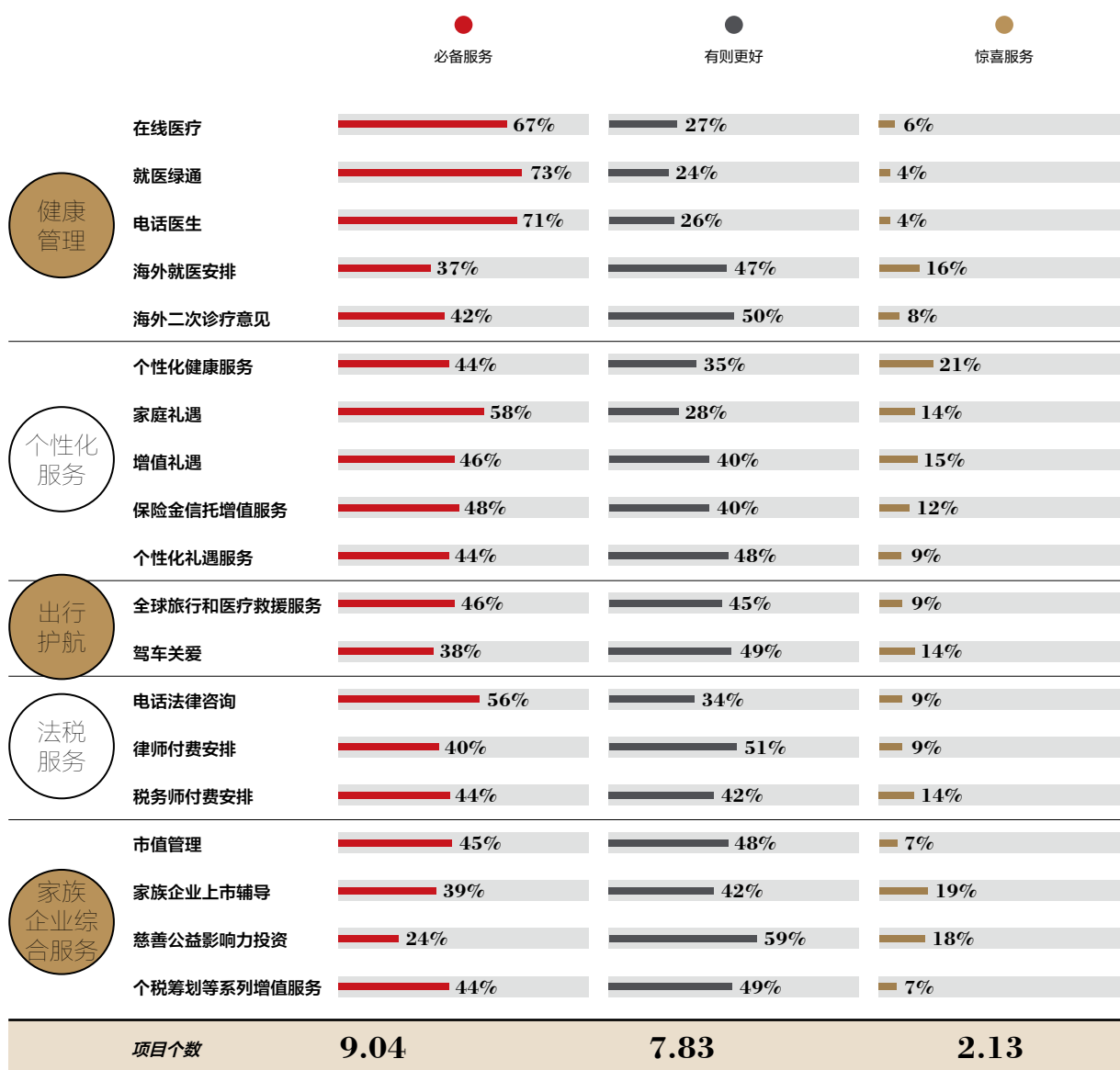
分人群看，46 岁以上高净值人群和 45 岁以下人群对健康管理类服务的需求差异不大，但对于个性化服务（比如定制健康服务、家庭礼遇）、出行护航（比如驾车关爱、全球旅行和医疗救援服务）及法律税务服务，45 岁以下年轻人群的需求普遍都更为强烈。

15 KANO 模型是日本东京理工大学教授狩野纪昭 (Noriaki Kano) 发明的对用户需求和优先排序的有用工具, 以分析用户需求对用户满意的影响为基础, 体现了服务性能和用户满意之间的非线性关系。根据不同类型的质量特性与顾客满意度之间的关系, 狩野教授将服务的质量特性分为五类: 必备型质量、期望型质量、惊喜型质量、无差异型质量、反向型质量

对于保险公司的增值服务或综合性服务, 本次调研部分参考了 KANO 模型的分类型方式。¹⁵

在保险产品的必备服务项目中, 就医绿色通道 (73%)、电话医生 (71%)、在线医疗 (67%) 的必备性

增值服务类型划分



来源: 中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告



对保险金信托增值服务关注的内容及了解程度



来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告

最高，是针对高净值人群综合服务中的保底服务。其中电话医生对 46 岁以上人群（82%）和女性（81%）的必备性非常高，反映出他们想及时咨询身体状况、获得医生建议的强烈需求。

总体而言，高净值人群认为的必备服务平均 9.04 个，有则更好的服务是 7.83 个，而惊喜服务仅仅为 2.13 个，可见挑剔的他们已经很难被惊喜到。但是，随着现代生活方式的不断演进和发展，一定会有新的生活需求被发掘和满足，使得高净值人群和保险机构更紧密地结合在一起。当前，个性化健康服务（例如针对不同的慢性疾病提出定制化的管理方案并协助执行）、家族企业上市辅

导、慈善公益影响力投资（公益与商业相融合的投资，在追求一定的财务回报外，在社会和环境影响力方面也追求量化的回报指标）是三个青睐度较高的惊喜类服务（分别为 21%、19%、18%）。

对于保险金信托增值服务，高净值人群目前对其的认识还比较有限，提升空间明显，46 岁以上人群的了解程度稍高。对于有一定了解的高净值人群，“财产权利按照约定分配给指定的受益人”是最受关注的利益。对比来看，25 岁-45 岁人群相对比较关注“让财富真正归属于受益人本人”，而 46 岁以上人群比较关注“让身故保险金赔付资金分期分批给付，避免挥霍风险”。

★ 中信保诚人寿联合中信信托于 2014 年在国内首创“保险金信托增值服务”。经过 7 年来服务模式不断创新，已为逾千位高净值客户家庭提供财富传承服务，引领行业发展

第三章 高净值人群消费价格指数 (LCPI)

3.1 整体品质生活趋势

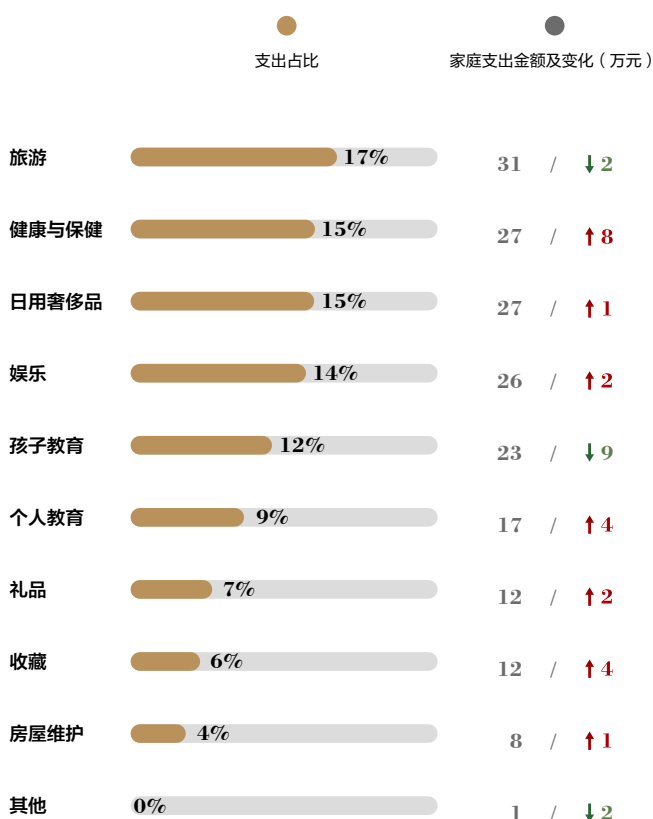
高净值人群消费力并未受疫情明显的影响，受访高净值人群平均家庭年开销占总资产的比例为 4.4%，比去年提升 0.6 个百分点。全年开销约 184.9 万，比去年增加约 9.9 万。

主要消费领域中，旅游（17%）、日用奢侈品（15%）、健康与保健（15%）是支出比例最大的三项。

旅游支出比上一年度减少 2 万，但仍是最主要的消费领域，高净值家庭在旅游方面年平均支出 31 万。虽然受疫情影响，国外旅游大幅减少，但国内游成为需求的释放点。根据文化和旅游部数据，国内旅行社数量由 2019 年的 38,943 家上升至 2020 年的 40,682 家，另外，2020 年的自驾热度逆势上涨，4 月同比增长 195%，9 月同比增长 161%。¹⁶

受疫情影响，高净值人群在健康保健方面的支出较往年上升明显，支出平均金额从 19 万提升至 27 万，是支出金额上升最多的消费领域。

消费支出的项目



¹⁶ 出自马蜂窝旅游联合中国汽车工程研究院发布的《2020 年自驾游报告》

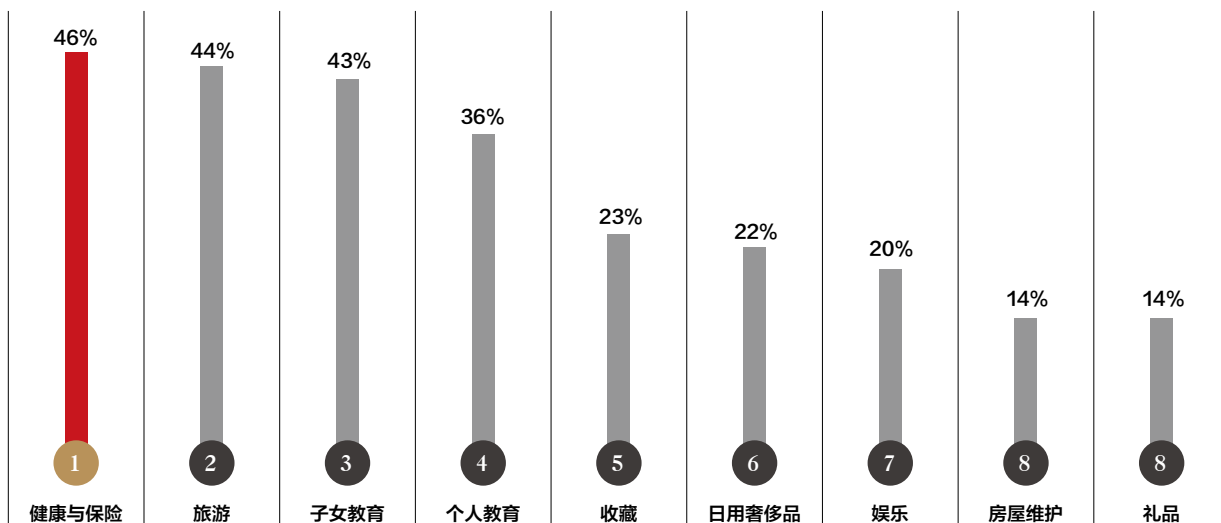
中国高端消费者对全球奢侈品行业的推动力毋庸置疑，最近一年表现尤为明显。中国高净值人群对奢侈品热情上涨 38%。疫情导致出境游受限，去年中国内地高端消费市场显著增长，特别是传统奢侈品市场，增长迅猛创历史新高。从去年二季度开始，几乎所有的国际顶尖奢侈品牌在中国内地的销售额增速都超过 50%。《2021 胡润至尚优品》显示：保时捷蝉联最受青睐奢华汽车品牌，奔驰、劳斯莱斯和宾利保持第二至第四。百达翡丽连续十四年稳坐最受青睐的手表之位，劳力士位列第二，江诗丹顿第三。珠宝品牌排名稳定，前五名依然是宝格丽、卡地亚、梵克雅宝、蒂芙尼和香奈儿，宝格丽连续三年成为高净值人群最青睐的珠宝品牌。路易威登继续上升三位，成为最受青睐男士服饰品牌，雨果·博斯上升七位，排名第二，第三的博柏利上升了三位。女士服饰品牌方面，香奈儿连续十五年最受青睐，迪奥、博柏利、古驰和路易威登继续位列第二至第五。路易威登取代爱马仕成为最受青睐男士配饰，爱马仕下降至第二，乔治·阿玛尼和迪奥继续保持第三、第四。女士配饰中，香奈儿重回第一，爱马仕第二，迪奥上升一位至第三，卡地亚上升两位，与路易威登并列第四。

消费新趋势中，健康保健持续升温，汽车消费需求旺盛。健康与保健（46%）、旅游（44%）和孩子教育（43%）是中国高净值人群未来三年计划增加的前三大消费类型。未来三年购物计划主要包括汽车（50% 计划购买），手表（42%），珠宝（38%），服饰（34%），配饰（31%）。

保时捷、百达翡丽、宝格丽分别蝉联最受欢迎的汽车、手表、珠宝品牌



未来三年计划增加的消费类型



来源：《2021 胡润至尚优品》

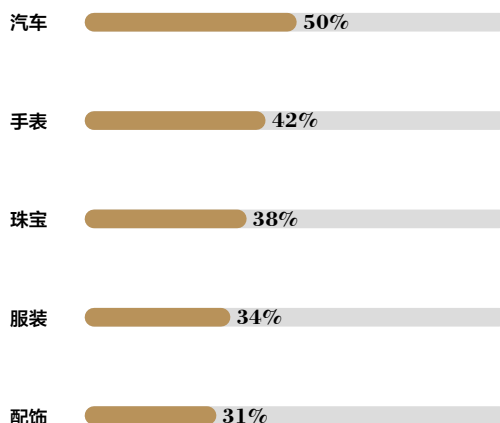
与去年相比，2021 年中国高净值人群消费价格的总水平上涨了 4.39%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数的水平

2021 年，胡润研究院连续第 15 年发布中国高净值人群消费价格指数（LCPI），也是第二年与中信保诚人寿「传家」联合调研。今年中国高净值人群消费价格指数涵盖高净值人群生活消费的房产、大健康、名校教育、奢华旅游、手表和珠宝、配饰和护肤品、高档汽车、高档烟酒茶、游艇和公务机、休闲生活这 10 大类、121 个与高品质生活方式相关的商品价格，对比它们在今年与去年的市场价格。中国高净值人群消费价格指数是度量中国高净值人群生活消费品价格水平随着时间变动的相对数，综合反映超高净值人群购买的生活消费品价格水平的变动情况。与去年相比，2021 年中国高净值人群消费价格的总水平上涨了 4.39%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2021 年 8 月 CPI，+0.8%）的水平。

3.2 消费板块分析

今年的商品总数（各大品类的消费品数量之和）高达 121 个。其中，近 6 成的商品价格相比去年上涨，有 72 个；有 21 个商品价格比去年下降；28 个与去年一样。今年比去年新增了 27 个商品，包括 4 家豪华酒店、2 所学校、2 种包机服务、1 栋房产、1 驾游艇、1 个抗衰老项目等。今年比去年减少了 35 个商品，包括 3 个海外旅游项目、2 项海外婚礼策划服务、1 项外佣服务、1 类线上教育、1 款高档葡萄酒等，主要原因是蔓延全球的新冠疫情、商品停产等。121 个商品中，54% 是进口商品。与去年相比，今年外币汇率均下跌，截止今年 8 月 5 日，日元以 -8.4% 的跌幅高居第一，港币下跌到 -5.7%，美元下跌到 -5.5%，欧元下跌到 -5.2%。英镑下跌幅度最小，为 -1.3%。

未来三年计划增加的奢侈用品



来源：《2021 胡润至尚优品》



3.2.1 奢侈品

★ 手表和珠宝：逆势增长，市场活力涌现

今年，手表和珠宝板块的平均涨幅为 2.4%。

其中，百达翡丽 Nautilus 5712/1A 涨幅最大，高达 18.7%，售价 35 万元。卡地亚 Love 项链和手镯、宝格丽经典项链分别涨了 2,600 元、400 元，市场价格涨幅总体平稳。今年唯一下跌的是黄金，跌幅达到 9.9%，从国内来看，经济复苏好于预期、疫苗推出、黄金市场淡季等，都削弱了这种避险资产的吸引力；从国际来看，各国央行可能开始缩减资产购买规模，尤其是美元的流动性紧缺，黄金作为一类资产，受到短期资金面的影响而下跌。

近日，海南政府公开 2021 年上半年经济运行情况^①，全省社会消费品零售总额 1,170.4 亿元，同比增长 46.4%。按消费形态分，商品零售 1,040.8 亿元，增长 42.4%，其中升级类消费品是拉动社会消费品零售总额增长的主要贡献力量。限额以上单位商品零售中，化妆品类增长 133.5%，金银珠宝类增长 223.9%。自 2020 年中共中央、国务院印发《海南自由贸易港建设总体方案》以来，海南跨境离岸贸易、跨境电商等新业态蓬勃发展。部分奢侈品品牌在去年疫情初期经营惨淡，但在年底销售额却达到两位甚至三位数的增长，市场活力涌现。

① 数据来源于海南省新闻办公室



中国高净值人群消费价格指数（手表和珠宝）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）	板块平均上涨（%）
高档手表	百达翡丽超级复杂功能时计 5370P	2,139,100	0.0%	2.4% 手表和珠宝
高档手表	百达翡丽 Nautilus 5712/1A	350,400	18.7%	
高档手表	劳力士蚝式恒动型手表（型号 124300）	46,000	0.0%	
高档首饰	宝格丽 Serpenti Vipre 手镯	581,000	0.2%	
高档首饰	卡地亚 Love 项链和手镯（白金）	90,900	2.9%	
高档首饰	宝格丽经典项链（玫瑰金，型号 CL855721）	22,800	1.8%	
高档书写工具	万宝龙大班 149 系列镀金墨水笔	7,100	1.4%	
黄金	黄金 Au99.95（1 千克）	374,730	-9.9%	
钻石	圆形钻石 1.00ct F vvs1	82,509	6.7%	

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

★ 配饰和护肤品：连续第六年增长，高端家电涨幅跃升

配饰和护肤品板块的平均涨幅为 7.4%，是今年十大板块的涨幅第三位。

高端数码部分，华为大涨，涨幅是今年 121 个商品中的第一名，高达 44.6%。台积电、海力士、LG 等半导体厂商确认断供华为之后，华为涨价已成定局。全球芯片告急，将对手机厂商造成严峻的挑战。

高端家电部分，受到全球市场供需变化、汇率变化和疫情等影响，近期包含显示面板、芯片在内的多种电视核心零部件价格持续大幅波动，今年的电视价格大幅上涨。行业专家预测，智能电视机的涨价趋势将持续到今年年底。

服饰配饰部分，受到中国男性高净值人群青睐的 Berluti Alessandro Demesure 牛津鞋涨幅最大（6%），价格为 1.8 万元，比去年贵了 1,000 元；受到中国女性高净值人群青睐的香奈儿菱格纹皮穿链经典款女包，是本板块涨幅最高的商品，达到 15%。数据显示^⑬，Berluti 和路易威登母公司 LVMH 集团在疫情后奢侈品需求恢复强劲，2021 年上半年实现营收 286.7 亿欧元，同比增长 56%，相较 2019 年同期增长 14%；归属 LVMH 集团的净利润为 52.9 亿欧元，较 2019 年同期增长 62%，是 2020 年上半年的 9.3 倍。其中，时尚和皮具部门营收为 138.6 亿欧元，同比增长 74%。

⑬ 数据来源于 LVMH 集团上半财年业绩报告

中国高净值人群消费价格指数（配饰和护肤品）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）
高档皮包	爱马仕铂金包（鳄鱼皮，35 厘米）	400,000	0.0%
高档皮包	香奈儿菱格纹皮穿链经典款女包	61,755	15.0%
高档皮包	路易威登 Speedy 25 手袋（配肩带）	13,200	2.3%
高档服饰	迪奥 A 字型大衣和中长款连衣裙（米色桑蚕丝塔夫绸 Mizza 图案）	114,000	6.0%
高档服饰	杰尼亚套装经典款（黑色，藏青色）	27,900	3.7%
高档配饰	Berluti Alessandro Demesure 牛津鞋	17,800	6.0%
高档配饰	菲拉格慕 Tina 女鞋	5,730	4.2%
高档配饰	爱马仕方巾（90 厘米）	3,750	4.2%
高档护肤品	La Mer 海蓝之谜面霜	2,680	0.0%
高端家电	三星 Neo QLED 8K 光量子点电视（85 英寸级，QN900A）	99,999	10.0%
高端数码	华为 Mate X2（亮黑色，5G 全网通 512GB）	18,799	44.6%
高端数码	苹果最新款（iPhone 12 Pro Max）	11,899	0.0%
高端数码	Bose 700 无线消噪耳机	2,499	0.0%

7.4%
配饰和护肤品

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告



★ 高档烟酒茶：中国白酒涨势迅猛

高档烟酒茶板块的平均涨幅为 3.6%。

此次调研数据中，五粮液 52 度十年（500 毫升）售价 1,739 元，涨幅高达 33.9%，是本板块最高，也是今年 121 个商品中的第三名。

白酒作为近两年最抢眼的板块，吸引了大批资本入局。而随着行业的发展，白酒市场的集中度也在不断加剧。根据国家统计局的数据，2016 年至 2018 年白酒产量及销量逐年下降，但在 2019 年两个数据出现转折并开始迅速回升。2020 年前三季度，19 家白酒上市公司中，仅贵州茅台、五粮液、洋河、泸州老窖、山西汾酒、古井贡酒这 6 家企业营收占比就达到 83.3%，净利润占比达 83.2%，占比较往年均有提高。截止 2021 年 8 月，白酒龙头贵州茅台的市值达到 2.1 万亿元，五粮液市值约 9,200 亿元。

相关报告提到^①，预计在“十四五”末的 2025 年，中国酒类产业将实现酿酒总产量 7,010 万千升，同比“十三五”末增长 20.7%，年均递增 3.8%；实现利润 2,600 亿元，同比“十三五”末增长 51.5%，年均递增 8.7%。

葡萄酒部分，2020 年 14 家上市葡萄酒企整体营收 51.6 亿元，与 2019 年的 80.1 亿元相比，同比下滑 35.7%；实

现整体净利 5.2 亿元，与 2018 年的 5.7 亿元相比，同比下滑 9.7%。相关数据显示，2021 年 1-5 月，葡萄酒进口量 1.7 亿升，同比下降 1.1%，进口额 6.9 亿美元，同比增长 0.2%，在酒类进口总额中占比下滑严重，约 33%。

在今年的调研中，2000 年拉菲古堡（1 箱 12 瓶）、张裕蛇龙珠干红葡萄酒（1 箱 6 瓶）的价格分别为 20.3 万元、2,928 元，和去年的价格保持一致；奔富 Bin95 葛兰许设拉子干红葡萄酒（1 箱 6 瓶）价格为 5.2 万元，跌幅为 1.9%。

同样的价格趋势亦体现在高档威士忌中，芝华士 25 年标准装（700 毫升）、皇家礼炮 21 年礼盒装、Johnnie Walker 蓝牌威士忌分别售价 2,980 元、1,499 元、1,420 元，价格和去年一致；大摩 40 年苏格兰单一麦芽威士忌、大摩 35 年苏格兰单一麦芽威士忌售价 11.9 万元、7.9 万元，分别下跌 14.4%、7.9%。

雪茄部分，高希霸雪茄 bhk56（10 支）售价 1.8 万元，对比去年，涨幅高达 26.3%。据业内人士透露，古巴雪茄每年产量不足 1 亿支，疫情的反复令很多古巴雪茄工厂停产，全球市场面临供不应求的情况，另一方面，不同国家经销商实行价格调整策略，也是雪茄价格上涨的因素之一。

① 数据来源于中国酒业协会发布的《中国酒业“十四五”发展指导意见（征求意见稿）》

② 数据来源于中国食品土畜进出口商会酒类进出口商分会发布的《2021 年 1-5 月酒类进口统计分析》

中国高净值人群消费价格指数（高档烟酒茶）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）
高档干邑	轩尼诗「八」珍藏干邑白兰地	890,000	0.0%
高档干邑	路易十三 经典装（700 毫升）	23,880	2.1%
高档干邑	马爹利 XXO	4,718	-5.6%
高档威士忌	大摩 40 年苏格兰单一麦芽威士忌	118,888	-14.4%
高档威士忌	大摩 35 年苏格兰单一麦芽威士忌	79,999	-7.9%
高档威士忌	芝华士 25 年标准装（700 毫升）	2,980	0.0%
高档威士忌	皇家礼炮 21 年礼盒装	1,499	0.0%
高档威士忌	Johnnie Walker 蓝牌威士忌	1,420	0.0%
高档白酒	飞天茅台 53 度（500 毫升）	3,499	25.0%
高档白酒	洋河蓝色经典梦之蓝 M9 52 度（500 毫升）	2,999	0.0%
高档白酒	五粮液 52 度十年（500 毫升）	1,739	33.9%
高档葡萄酒	2000 年拉菲古堡波雅克（Pauillac）产区（1 箱 12 瓶）	202,800	0.0%
高档葡萄酒	奔富 Bin95 葛兰许设拉子干红葡萄酒（1 箱 6 瓶）	51,928	-1.9%
高档葡萄酒	张裕蛇龙珠干红葡萄酒（1 箱 6 瓶）	2,928	0.0%
高档香槟	黑桃 A 白金香槟	34,010	13.2%
高档香槟	美丽时光 2006 年份玫瑰香槟	3,029	0.1%
雪茄	高希霸雪茄 bhk56（10 支）	18,000	26.3%
雪茄	大卫杜夫雪茄 2 号铝管装（1 盒 20 支）	4,200	0.0%
茶叶	华祥苑六星国缤茶（100 克）	6,688	0.0%
茶叶	小罐茶鉴赏款特级普洱茶（112 克）	6,000	0.0%

板块平均上涨（%）

3.6%
高档烟酒茶

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

3.2.2 名校教育

★ 名校教育：连续 11 年上涨

名校教育板块的平均涨幅为 3.3%。

成人教育部分，长江商学院中国企业 CEO 课程的学费为 158 万，对比去年的 128 万，涨幅高达 23.4%，为本板块之最；长江商学院 EMBA 的学费为 86.8 万元，对比去年的 78.8 万元，上涨 10.2%；中欧商学院 EMBA 国际班的学费为 72.6 万元，对比去年的 70.8 万元，微涨 2.5%；清华大学经济管理学院 EMBA 的学费为 68 万元，维持去年的价格。在经济下行的情况下，中国高净值人群更愿意

花钱充实自己，以便于在未来获得更多的市场资源和人脉关系。学历通胀、忧患意识促使他们在特殊时期进行自我投资。另一方面，物价持续上涨、办学培养成本增大、商学院的品牌价值提升都是学费上涨的因素之一。

子女教育部分，美国安多佛菲利普斯中学、英国威雅公学的学费对比去年均下跌，跌幅分别为 4.4%、0.6%，香港哈罗公学上涨 8.3%，由于汇率的变化导致的人民币升值效应，使得留学美国、英国等热门国家的费用出现不同程度的下降。



中国高净值人群消费价格指数（名校教育）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）	板块平均上涨（%）
成人教育	长江商学院中国企业 CEO 课程	1,580,000	23.4%	3.3% 名校教育
成人教育	长江商学院 EMBA	868,000	10.2%	
成人教育	中欧商学院 EMBA 国际班	725,800	2.5%	
成人教育	清华大学经济管理学院 EMBA	680,000	0.0%	
子女教育	美国安多佛菲利普斯中学	400,408	-4.4%	
子女教育	英国伊顿公学	381,561	-0.6%	
子女教育	英国威雅公学	362,250	-0.2%	
子女教育	香港哈罗公学	206,534	8.3%	
子女教育	上海包玉刚实验学校（小学 1-3 年级）	156,000	0.0%	
子女教育	北京顺义国际学校（11-12 年级）	279,520	3.5%	
子女教育	深圳朗朗音乐世界钢琴初级课程（65 小时）	43,000	2.4%	
子女教育	北京万国体育青少年击剑运动课（10 小时）	6,000	0.2%	
子女教育	上海维京旱地冰球俱乐部（4-14 岁，10 小时）	2,990	-3.5%	

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

3.2.3 生活方式

★ 房产：核心城市及城市圈稳中向好

房产板块的平均涨幅为 9%，是今年十大板块的涨幅第二位。其中，涨幅最大的是上海世茂滨江（38.6%），也是今年 121 个商品涨幅中的第二名；排名第二位的是深圳东海花园君豪阁（25.3%）；位列第三的是杭州武林壹号（18.8%）。2021 年，房地产市场稳中有升，城市分化，核心城市及城市圈稳中向好。“十四五”时期我国房地产业存量深化，疫情加速房

产互联网营销。由于大户型和高总价流动性弱，豪宅并不是财富载体的最好选择。中国高净值人群基本都是出于居住价值以及是否和自身社会地位相匹配的需求而进行选择。

新冠疫情冲击全球经济的背景下，全球货币超额增发，多国房价被进一步推高，尤其是欧美发达国家，主要由于当地央行宽松的货币政策以及疫情中房屋供应减少等因素。很多人选择购买不动产以实现资产保值。

中国高净值人群消费价格指数（房产）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）
本土	北京缘合（450 平米）	75,150,000	11.3%
本土	上海汤臣一品（433 平米）	118,083,430	1.0%
本土	杭州武林壹号（640 平方）	79,880,320	18.8%
本土	北京紫玉山庄（506 平米）	75,903,036	12.4%
本土	上海浦东星河湾二期 - 公寓（500 平米）	59,160,500	5.6%
本土	深圳东海花园君豪阁（316 平米）	40,384,800	25.3%
本土	上海世茂滨江（270 平米）	33,949,360	38.6%
本土	香港太平山顶怡园（270 平米）	107,059,100	-1.3%
进口	纽约公寓（150 平米）	36,466,425	6.2%
进口	伦敦公寓（150 平米）	34,357,816	2.8%
进口	新加坡公寓（150 平米）	30,169,440	2.2%
进口	洛杉矶公寓（150 平米）	30,018,765	10.1%
进口	旧金山公寓（150 平米）	14,016,701	-1.1%
进口	波士顿公寓（150 平米）	11,843,752	4.8%
进口	温哥华公寓（150 平米）	11,621,354	6.3%
进口	墨尔本公寓（150 平米）	10,810,799	4.7%
进口	悉尼公寓（150 平米）	10,165,767	5.4%

板块平均上涨（%）

9.0%

房产

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

★ 休闲生活：表现抢眼，涨幅为历年之最

休闲生活板块的平均涨幅为 6.5%。

其中，北京香港马会会所入会费 50 万，对比去年，涨幅高达 25%，是本板块之最；上海佘山国际高尔夫俱乐部入会费为 245 万，涨幅达 22.5%。根据胡润研究院发布的数据显示，7% 的中国高净值人群选择高尔夫为日常运动方式。由于国际疫情的影响，全球旅游受到限制，中国高净值人群转而将休闲生活的重心转移到国内，间接促使国内高端

俱乐部、会所的入会费水涨船高。

相关数据显示，^②今年五一假期，以上海为中心的长三角城市婚宴酒店咨询量同比上升 312%。五星级酒店方面，由于客流量较稳定，入住率较健康，酒店的餐饮价格起伏不大。其中，杭州香格里拉婚宴（30 桌）售价 19.8 万元，对比去年微涨 1.7%，上海丽思卡尔顿婚宴（30 桌）和北京柏悦酒店婚宴（30 桌）保持去年的价格，分别为 176.6 万元和 32.7 万元。

^① 数据来源于《2021 胡润至尚优品—中国千万富豪品牌倾向报告》 ^② 数据来源于一站式结婚服务平台婚礼纪发布的《五一假期结婚数据》



中国高净值人群消费价格指数（休闲生活）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）
高尔夫入会费	北京华彬高尔夫俱乐部（终身制）	2,585,360	0.0%
高尔夫入会费	上海佘山国际高尔夫俱乐部	2,450,000	22.5%
高尔夫入会费	深圳观澜湖高尔夫俱乐部（特许钻石会员卡）	2,380,000	-11.2%
高尔夫入会费	浙江富春山居高尔夫俱乐部（单会籍）	1,880,000	17.6%
俱乐部入会费	北京香港马会会所	500,000	25.0%
婚宴酒店	上海丽思卡尔顿酒店婚宴（30 桌）	1,766,400	0.0%
婚宴酒店	北京柏悦酒店婚宴（30 桌）	326,640	0.0%
婚宴酒店	杭州香格里拉酒店婚宴（30 桌）	197,604	1.7%
宠物	柴犬	30,000	3.4%
宠物	布偶猫	17,000	-22.7%
观赏鱼	红龙鱼	7,800	32.7%
艺术品	胡润艺术榜成交量	32,410,000	9.5%



来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

★ 奢华旅游：在波动中上涨潜力明显

奢华旅游板块的平均涨幅为 10.2%，荣登今年十大板块的涨幅之首。其中，云南松赞全程管家团（9 天，2 个家庭 6 人）涨幅在本板块最大（33.5%）。数据显示²⁵，2021 年上半年，全国旅游市场稳步回升，消费信心进一步恢复，产业动能进一步积聚，产业政策集中释放，旅游经济运行复苏向上的基本面稳固。五一期间，国内旅游出游 2.3 亿人次，按可比口径超过了疫前同期水平，全国旅游市场迎来了疫情防控 and 全面复苏的转折点。

酒店部分，三亚嘉佩乐度假酒店海景套房、北京柏悦酒店行政套房的价格对比去年，呈现大幅上涨的趋势，分别为 25%、23.1%。而杭州四季酒店套房、上海半岛酒店行政套房

²⁵ 数据来源于中国旅游研究院

小幅下跌，分别为 -3.6%、-2.1%。整体酒店价格在波动中上涨趋势明显。但随着 2021 年夏季新冠肺炎疫情在多个城市散发，预期中的暑期旅游旺季戛然而止。叠加暴雨、台风等恶劣天气影响，导致全国各地景区陆续暂停营业，旅游平台产生大量退订。

另一方面，在国外多数国家疫情仍未得到控制的情况下，外资酒店品牌在中国市场的开拓力度空前加大。今年，已经和即将开幕的酒店包括：厦门 W 酒店、佛山新城保利洲际酒店、北京长城脚下公社·凯悦臻选酒店、青岛瑞吉酒店、乌鲁木齐康莱德酒店、三亚海棠湾开维费尔蒙酒店、三亚柏典酒店、海口威斯汀酒店、上海松江广富林希尔顿酒店、南京鲁能美高梅美荟酒店等。

中国高净值人群消费价格指数（奢华旅游）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）
酒店	三亚嘉佩乐度假酒店海景套房（6 晚，2 个家庭 6 人）	360,000	25.0%
酒店	上海安缦酒店总统套房（2 晚，1 人）	126,500	2.4%
酒店	上海宝格丽酒店景观套房（2 晚，2 对情侣 4 人）	119,400	16.4%
酒店	长白山柏悦酒店套房（6 晚，2 个家庭 6 人）	113,004	10.1%
酒店	上海香格里拉酒店总统套房（1 晚，1 人）	59,000	18.0%
酒店	北京柏悦酒店行政套房（2 晚，1 人）	21,208	23.1%
酒店	杭州四季酒店套房（2 晚，1 人）	20,824	-3.6%
酒店	上海半岛酒店行政套房（2 晚，1 人）	10,478	-2.1%
旅游	云南松赞全程管家团（9 天，2 个家庭 6 人）	189,000	33.5%
包机	北京往返三亚（达索猎鹰 7x，8 人，7 天 6 晚）	720,000	0.0%
包机	上海往返大理（达索猎鹰 7x，8 人，4 天 3 晚）	510,000	0.0%
包艇	上海外滩游览（12 人，96 尺，3 小时）	36,000	0.0%

10.2%
奢华旅游

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告



★ 游艇和飞机：上涨 2.3%，消费市场逐渐回暖

游艇和飞机板块的平均涨幅为 2.3%。

去年，新冠肺炎疫情重创民航业，公务机却因为灵活高效、交叉传染风险相较民航客机更小而获得中国高净值人群的青睐，迎来行业发展的小高峰。今年，公务机板块依旧呈上涨趋势，达索猎鹰 8x 涨幅为 3.9%，为本板块之最，售价 3.9 亿元，湾流 650 和庞巴迪环球快车 7500 均上涨 3%，售价分别为 4.9 亿元，4.7 亿元。据业内人士分析，

影响公务机价格的因素每 5-10 年就会发生变化，比如过去 5 年中，高速无线网络已成为各家公务机制造商必备的服务方案；现在，高净值人群则希望获得更大的机舱空间体验。

游艇部分，法拉第 670 上涨 1.4%，阿兹慕飞桥 78 售价和去年一样。据业内人士分析，游艇价格上涨的主要因素是船厂每年的定价调整策略，以及疫情下运费涨幅提升所致，这一年来利率变化和原材料因素对游艇价格的变化影响不大。



中国高净值人群消费价格指数（游艇和飞机）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）	板块平均上涨（%）
公务机	湾流 650	484,755,000	3.0%	2.3% 游艇和飞机
公务机	达索猎鹰 8x	387,804,000	3.9%	
公务机	庞巴迪环球快车 7500	465,364,800	3.0%	
游艇	阿兹慕飞桥 78（24 米）	45,000,000	0.0%	
游艇	法拉第 670（20 米）	16,291,944	1.4%	

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

★ 高档汽车：小幅上涨，市场总体稳定

汽车板块的平均涨幅为 0.1%。

今年汽车板块中，涨幅最大的是奔驰 S500 加长版，售价 181.8 万元，比去年涨了 8.6 万元，涨幅达到 5%。跌幅最大的是法拉利 Monza SP1，达到 -5.9%，主要原因是受到汇率影响，这款限量版特别车型专为收藏级别客户打造，价格至少 250 万美元。近年，汽车行业出现部分“内卷”情况，诸多车型的配置都在不断提升，但价格区间却没有大变化，今年宝马 740Li x Drive 的售价为 119.8 万元，对比去年，价格没有变化。

电动车部分，除了蔚来 ES6 性能版价格不变，小鹏汽车 G3 520i、特斯拉 Model S 均有不同程度的上涨，涨幅分别为 1.9%、0.4%，对应的售价是 16.3 万元、85.9 万元。

据相关数据显示，今年的新能源汽车销售月度波动频率已经与整个汽车市场波动频率趋于一致，这意味着中国新能源汽车消费“政策市”效应逐渐淡去，取而代之的是以市场驱动为主的消费方式。

据相关数据分析²⁴，1-6 月，汽车商品进出口总额 991 亿美元，同比增长 61.3%。其中汽车商品进口金额 483.2 亿美元，同比增长 56.5%；汽车商品出口金额 507.8 亿美元，同比增长 66.2%。国内局部地区的疫情复发也将在一定程度上影响供给和需求，加之原材料价格持续在高位，进一步加大企业成本压力，这些问题也都将对汽车行业造成影响。但国民经济总体运行平稳，其中生产需求继续回升，就业物价总体稳定，新动能快速成长，质量效益稳步提高，市场主体预期向好。在这样的背景下，汽车市场总体稳定。

²⁴ 数据来源于中国汽车工业协会



中国高净值人群消费价格指数（高档汽车）

2021 年价格（人民币） 平均涨幅（%） 板块平均上涨（%）

商务汽车	奔驰 S500 加长版	1,818,800	5.0%
商务汽车	奥迪 A6L Quattro 运动款	544,800	3.8%
行政商务轿车	劳斯莱斯幻影加长版	12,000,000	-1.1%
行政商务轿车	宝马 740Li x Drive	1,198,000	0.0%
跑车	布加迪 Chiron Pur Sport	25,207,260	-5.5%
跑车	法拉利 Monza SP1	16,158,500	-5.9%
跑车	保时捷 911 Turbo	2,343,000	0.3%
电动车	特斯拉 Model S	859,990	0.4%
电动车	蔚来 ES6 性能版	398,000	0.0%
电动车	小鹏汽车 G3 520i	162,800	1.9%
SUV	宾利添越 SUV	2,499,000	1.5%
SUV	路虎发现 360PS R-Dynamic SE	788,800	1.0%

0.1%

高档汽车

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

3.2.4 大健康

★ 大健康：整体价格平稳，免疫细胞治疗价格攀升

大健康板块的平均涨幅为 -0.9%。其中，一年一次的抗衰老项目——免疫细胞疗程涨幅为 10%，是本板块涨幅之最，价格 20 万元。免疫细胞治疗技术，是近年来大健康行业新兴的前沿领域，也是未来生物医药产业重要的发展方向。据业内人士分析，事业成功的中国高净值人群往往与竞争、焦虑相伴，如果长期处于“高压”状态，人的免疫系统就会失衡，各种疾病乘虚而入，导致一些重大疾病的发生。当下，中国高净值人群越来越重视健康养生，除了进行日常锻炼，积极地进行免疫细胞疗程已成为选择之一。

根据此次调研的数据显示，对比去年，美中宜和自然分娩（标准间，3 晚）的价格为 4.6 万元，跌幅最大，达到 -16.3%。萌诺月子护理（总统套房，28 天）的价格为 25.9 万元，和去年相比，没有变化。据第七次人口普查数据显示，2020 年我国出生人口只有 1,200 万，比上一年少了 265 万。据 2021 年 1-7 月份最新数据，国内多个城市的人口出生数量相比 2020 年同期的数量依旧下滑。随着 2017 年“全面二孩”政策落地，以及今年 5 月三胎政策的推出，国家将从税收、住房、教育等多方面对生育三胎的家庭进行“扶持”。

大健康板块的平均涨幅为 -0.9%。其中，一年一次的抗衰老项目——免疫细胞疗程涨幅为 10%，是本板块涨幅之最，价格 20 万元



中国高净值人群消费价格指数（大健康）

		2021 年价格（人民币）	平均涨幅（%）	板块平均上涨（%）
体检	慈铭体检	6,187	-1.0%	-0.9% 大健康
生育	美中宜和自然分娩（标准间，3 晚）	45,800	-16.3%	
生育	萌诺月子护理（总统套房，28 天）	259,800	0.0%	
水疗	宝格丽水疗 Lulur 双人护理（180 分钟）	8,700	-2.8%	
医美	艺星整形黄金射频微针（全面部，3 次）	13,600	-1.4%	
医美	碧莲盛种植发际线（毛囊数量：700 单位）	29,280	4.6%	
抗衰	免疫细胞疗程（1 年 1 次）	200,000	10.0%	
保镖	博警特卫（A 级，男性）	420,000	0.0%	

来源：中信保诚人寿「传家」·
胡润百富 2021 中国高净值人群
家族安全报告

第四章 高净值客户专访摘录



中国台湾
客户

上海 | 郑女士

保障性、灵活性、
流动性



郑女士：税收筹划很重要

胡润百富：请简单描述一下您目前的生活状态。

郑女士：我已经工作超过 17 年，状态稳定。四年前我开了一家花店，当初是想要去拓展不同的工作领域，然后，多接触一些不同的产业。最近，生活中除了经营花店，我拓展到更多的学习领域，包括瑜伽课程、多媒体学习，还有微信营销。目前，工作日主要在公司，周末主要在花店。

胡润百富：这次疫情对您个人及家庭的短期影响有哪些？中长期影响有哪些？

郑女士：从经济层面来讲，它对我们的家庭影响不是很大。我是做美发连锁的，没有受到很大的影响。但是我的另一半，他做的是不同产业的，不管是当初的餐饮也好，或者其他产业，受到了很大影响。另外，我客人的消费能力的强跟弱有了很明显的差别。

胡润百富：如果满分是 10 分，最低分 1 分，总体来看，您对现在的财富状态满意度是几分？为什么？您理想的财富状态是怎样的？

郑女士：10 分满分的话，我的满意度是 9 分。因为我的年纪也稍微有点大了，我当

初想如果到了退休的时间，就会停下脚步。但是突然间，我自己又思考需要这么早就退休吗？所以我又去做了一件事情，想说有没有可能让自己的财产倍增。我得到了这种年纪，其实就是让生命去做更多的体验，赚钱这件事情，我觉得还蛮重要的。不管你活到几岁，对赚钱这件事情都要充满欲望。

胡润百富：您目前的投资理念是什么？与过去几年相比，有什么改变？是什么原因导致了这个变化？

郑女士：我觉得买固定资产是比较稳健的，买房子是一种投资，等我走了可以卖掉。从后阶段做花店来讲，钱投下去，并不是非要得到什么。然后，我觉得保险让我看到一个不同的理财方式。目前来讲，因为年纪比较大，可能就是一个传承问题，然后是投资本金安全稳定增长，还有财产安全。

胡润百富：您会通过什么方式进行风险规避？您目前家庭的资产配置情况如何？配置时主要考量的因素有哪些？

郑女士：第一，不动产的投资风险算是最低的，只要在经济能力许可之下，就可以去拥有它。第二，从投资的风险来讲，经

营企业算是高的，因为它的未来发展要根据市场性，到底这个市场的供给跟需求能不能做？能做到什么样的阶段？第三，保险是有保障性的，加上它又能帮我理财，规划反而更具有灵活性。

胡润百富：您在投资理财方面曾遇到哪些方面的困难？存在怎样的痛点？

郑女士：在投资理财方面，曾经遇到的痛点是，资产调整的时候，它的流动性和效率。怎样去留住更多的现金流？因为现金流才是筹码。

胡润百富：您是否了解商业保险？购买商业保险的最主要目的是什么？您目前家庭配置了哪些商业保险？是否满足您的投资预期？

郑女士：意外险、年金险和寿险都有配置。资产保值和增值方面都满意，因为保险是看长期的，一般来讲，保险放进去之后，我们不太会去动用，我觉得它是要透过复利，才能真正地让我们看到财富增值的效果。

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时，您比较看重保险公司哪些方面的表现？

郑女士：首先，专业程度是很重要的，因为你能够接触到不同的个案的时候，你才可以满足客人的需求定制的个性化，所以专业程度是基础。第二个是拥有丰富的家族传承的处理经验，如果没有做过的话，可能就没办法积累专业程度。专业程度里面是包括经验的，只有这样，你才可以帮别人。最后，服务人员的态度、理念和机构的资源背景也很重要。

胡润百富：关于“家族安全”，您最关心的内容是什么？从个人、家人、事业、资产等方面去论述的话，您认为“家族安全”的具体表现分别有哪些？

郑女士：家族安全包括不同层面，第一个是健康方面，第二个是财富的安全。

胡润百富：您是否有“家族传承”相关的长短期规划？

郑女士：目前来讲，不是物质传承，因为小孩子对钱的概念还是比较薄弱的。更多的应该是培养和发掘他的兴趣，让他找到属于自己的一条路径，之后能自己创造财富，我会更高兴。

胡润百富：您每年的教育投入大约多少？最值得投资的教育项目是什么？您对子女未来有哪些期待？

郑女士：他现在在上当地的学校，学费很便宜，主要是课外活动的支出，一年大概十几万。我不会给他太大压力，希望培养、引导出他感兴趣的事物。

胡润百富：关于资产管理、健康管理，税收筹划等，您比较关心的内容有哪些？

郑女士：其实税收筹划是很重要的。因为财富需要经过一个成长的过程，在这个过程中，你不能给太多的框框，你要先让它们开始动起来。等发展到第二阶段，慢慢凸显出资产管理、税收筹划的需求。最后才是财富传承的需求。

税收筹划是很重要的。因为中国本身来讲，它也是经过一个成长的过程，在这个过程中，你不能给太多的框框，你要先让他们开始动起来





女性
创业者

上海 | 李怡雯

上海尔岚生物科技
有限公司董事长

家庭保全、杠铃式
配置、搭建底层资产



李怡雯：帮助更多女性获得财富自由

胡润百富：您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

李怡雯：作为一个现代追求品质生活的女性，我更在意的是自己对时间的管控力，如何在工作家庭生活三者间找到一个平衡点，我觉得这些才能真正体现“品质生活”。

胡润百富：日常家庭消费中占比最大的三项内容是什么？

李怡雯：一个是教育支出，包括了孩子的学习培养和自己的深造提升；一个是家庭旅游，每年固定要家庭旅游 2-3 次，国内外不限，重要的是陪伴父母和孩子；还有一个就是服装和资产配置了。

胡润百富：这次疫情对您个人及家庭直接的短期影响有哪些？中长期影响是什么？

李怡雯：很多中小型企业没有扛过这次疫情，企业倒闭、员工失业、家庭难以维持，因此我会更加关注家庭保全，会做一些稳健增值的东西，哪怕有一天真的发生天灾人祸，起码能够对家庭有一个保障，将影响降到最低。经过这次疫情，我发现这些影响只是表面，最重要的是看到了我们企业内部存在的问题，及时去改变，解决这些问题。

胡润百富：如果满分是 10 分，最低分 1 分，总体来看，您对现在的财富状态满意度是几分？为什么？您理想的财富状态是怎样的？

李怡雯：大概在 6 分，因为这对我来说只是个数字，我关注的是如何通过我的能力、财富，去帮助更多人改变生活状况、实现财富自由，这才是理想的财富状态。

胡润百富：您目前的投资理念是什么？与过去几年相比，有什么改变？

李怡雯：第一是本金安全，第二是稳定增

长，第三是快速增长，第四是财产保护，第五是如预期传承。与过去几年相比，我现在的投资理念变得更加理性了，之前对投资领域还不是特别熟悉，会有些盲目和激进。经历过投资亏损情况之后，投资理念会更稳健和平衡。现在主要以杠铃式配置为主（指在杠铃的两头都有储备，为自己留下充足的选择权），无论环境怎么变化，都可以进退有度。

胡润百富：您会通过什么方式进行风险规避？

李怡雯：我通过分散投资资产类型或渠道进行风险规避，首先做好底层保障性投资，如不同类型的保险，再做一些权益类基金等，也会听取专业人士部分意见。家庭资产主要配置的金融投资产品有理财、股票、基金、保险，少量股权和珠宝。配置资金比例方面，权益类投资约占 1/2，保险存款约占 1/4，不动产约占 1/4。主要考量是先搭建好底层资产之后，再去配置高风险、高收益的投资。

胡润百富：总体来看，您对自己目前资产配置的理财收益情况作何评价？您认为最近半年比较重要的资产配置调整有哪些？

李怡雯：总体上，年收益率平均在 12-15%，根据每年实际情况会有一些递增或递减；未来可持续获得年度回报的可能性也在 12-15%。对这个指数，我觉得还是可以的，因为做投资的话，会做一个复利投资。近半年比较重要的资产配置调整是会在高价值类的保险上增加一些比例；触动我做此调整的因素是目前海外投资环境波动比较大，收益不确定性增高。同时疫情阶段，我也意识到了持续稳定现金流的重要性。



胡润百富：您认为自己曾经在投资理财方面存在怎样的痛点？

李怡雯：我曾经遇到的痛点是，投资前期盲目跟从造成的亏损，导致的原因是因为那时候自己还不专业吧。因为是分散投资，亏损情况其实还好，我只能说坦然面对并且保持风险控制，保持好一个平衡状态。

胡润百富：您目前家庭配置了哪些商业保险？

李怡雯：购买商业保险的主要目的是规划现金流、家庭资产隔离、财务规划和资产传承。目前家庭配置了一些国内外的商业保险。国外商业保险可以满足投资预期，但现金价值比较低，资金流动性和确定性相对弱一点；国内商业保险收益预期虽然不高，但资金的流动性和稳定性更强。

胡润百富：针对保险公司提供的传承类定制计划服务，有何看法？为什么？

李怡雯：我比较看重保险的家庭财富与企业的隔离、传承功能。对于保险公司提供的传承类定制计划服务，我觉得挺好的，有点类似于国

外的家族信托。传承类定制计划是针对高净值人士的商业保险计划，在便捷性和灵活性上会更好，也更符合很多企业家各方面的需求，会有更多人选择商业保险。

胡润百富：您认为“家族安全”应该要考虑哪些因素或解决哪些问题？

李怡雯：“家族安全”应该要考虑的是金融市场的震荡问题。因为“家族安全”需要围绕资产的安全和稳定增值，那就需要知道如何去保障资产的安全，在金融市场危机的情况下，能够有一定的安全度，商业保险或者家族信托能够做到比较好的保障。

胡润百富：您个人是否有“家族安全”相关的长短期规划？

李怡雯：七八年前，我开始做家族安全相关的长期规划。因为上海和国外接触得比较多，在我大概 10 岁左右就接触到保险，那时候就知道要买保险，知道要如何做好规划方向。我大致规划的是投资理财、珠宝、股票、基金，还有保险类，重点规划需求是家族信托。

家庭资产主要配置的金融投资产品有理财、股票、基金、保险，少量股权和珠宝



创一代
企业家

福州 | 胡爱娘

56 岁、汽车行业

文化的传承、
有尊严地活着



胡爱娘：传承的意义

胡润百富：请简单介绍一下您的职业和家庭概况。

胡爱娘：最早我是当老师出身的，但不在福州。2000 年开始创业，做的是汽车市场，包括汽车设备经销、服务、销售等汽车设备相关的业务。今年是我完美转身的一年。从 2008 年公司开始第一次股改，把股份赠送给三位骨干员工；到 2018 年第二次股改，那时所有员工都可以购买公司股权；到 2021 年 2 月，我将自己创始人的身份保留，拿回一部分的资金，将库存做一个优良配置后，将剩下的资金股份以赠送的方式给到我的团队，所以我认为我现在算是完美转身了，我可以去干我自己喜欢干的事情了。当然我还有几个合作的公司，基本上也是汽车行业相关的公司，偶尔需要去参与公司的会议，了解一下运营财务等状况，所以始终没有离开过汽车行业。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

胡爱娘：关于品质生活，容易让人联想到高端奢侈品，但我个人不追求。作为一个环保主义者，有时候我拿着布包就出门，认为它环保又实用。我认为所谓的“高品质生活”是要做一个有价值的人，这个价值不是用钱衡量的，而是你的思想、精神是否可以传递给别人，对别人产生帮助的价值。另一方面，我觉得要煲好汤，有健康的饮食，多出去旅游，开阔视野、拓宽个人的生活体验。

胡润百富：这次疫情对您个人及家庭直接的短期影响有哪些？中长期影响是什么？

胡爱娘：疫情对我个人来说，让我变得更安静更有智慧了，因为有更多慢下来的时间，也检验了自己内心的宁静。我可以一

个人待在家里，待几个月不出门，我还很开心。还有我怎么会下定决心把公司给到他们，这里也有舍得、放弃的心理斗争。

胡润百富：您理想的财富状态是怎样的？

胡爱娘：君子爱财取之有道，我的每一分钱都是辛勤劳动所得，没有靠投机倒把的。未来我是想让自己成为有价值的人，然后才会使财富增值。

胡润百富：您目前的投资理念是什么？与过去几年相比有什么改变？认为是什么原因导致了这个变化？未来半年可能会有哪些调整？

胡爱娘：第一肯定考虑财产安全，再是稳定增长，然后考虑传承，最后是快速增长。我可能属于稳健型的，以前的固定资产配置偏高。我从 04 年开始就不断买房，因此得到了国家的红利，所以我的固定资产配置偏高。而现在，等我静下心来思考的时候，这种资产配置是不合理的，我想把它变现。我的领悟就是固定资产这一块要减少，要把它投入到稳健型的理财产品中，也可以尝试一下新型的利润比较高的投资产品。

胡润百富：请问您会通过什么方式进行风险规避？您目前家庭的资产配置情况如何？配置时主要考量的因素有哪些？

胡爱娘：要学习，不学习我就不敢下手，然后通过实践来检验，我是通过这种方式来保证稳健的收入。50% 以上是固定资产，接下来是股票。我操作的股票金额不会太大。然后，基金交给专业的人去做，因为信任，对方是我认识 30 年的大学同学，知根知底，我是敢投的。我把投资当一种乐趣，一种挑战，一种学习。

胡润百富：您认为自己曾经在投资理财方面遇到哪些方面的困难或者存在怎样的痛点？采取了哪些应对之策？应对效果如何？您认为是什么原因导致这些投资理财“痛点”的出现？

胡爱娘：我属于下决定非常快的一个人，当时很多房子我就是很快都买了，现在别人推荐的房子，我连看都没看，相信他就买，结果出问题了。所以不管做什么，还是要自己判断。我要检讨自己，太注重人与人之间的感情，有时候是被别人所影响而投资。我今年又投了两个实体，是因为对方困难而去投的，所以我这方面偏感性，是不对的。

胡润百富：提及财富管理机构，对于它们的服务评价如何？有哪些期许？

胡爱娘：人文关怀，还有专业。我个人认为专业性还是要提升，我们国家也许在金融这一块，跟国外成熟的国家比，还在起步阶段。所以，我们这一块可能要有更大的提升，包括职业经理人的规范操作、人品素养。

胡润百富：购买商业保险的最主要目的是什么？

胡爱娘：一方面，别人拿不走的，有第三方帮我管着，需要用钱的时候，每年可以取，安全性会比较好，对我将来生活有保障。第二个方面，可以传承给女儿，虽然说固定资产也可以传承，但是这种传承意义还是不一样。金融资产不断地增值、流动，而且在需要的时候，变现也很快，流动性很好。而固定资产流动性就差些。最后，对养老也是一个保障。

胡润百富：关于“家族安全”最关心的内容是什么？

胡爱娘：家族资金安全、健康管理、财富传承、养老保障。让家族安全，最重要的是你

得让每个人成为有价值的人，也就是说教育很重要，不仅靠财务管理来让家族安全，家族的文化遗产、精神层面的东西要放在第一位。其次，才来考虑财产的安全，之前说富不过三代，那是因为教育出了问题。如果你重视文化，重视人的培养，重视修为，就会越做越好，因为你的文化是在传承的，所以我感觉保险公司在这方面应该要做大量的宣传和推广。

胡润百富：您个人是否有“家族传承”相关的长短期规划？

胡爱娘：我12年做了一次比较大的手术，当时我就写了遗嘱了。我考虑到的不只是财务遗嘱的传承，同时还有公司的安排。关于传承，肯定大部分给到我女儿。当然我妈妈因为还健在，也要考虑给老人家。另外，我觉得应该去做一点慈善，有可能我会把投资的钱按比例盈利的部分去做慈善。我可以跟着慈善基金会去做，也可以自己做。

如果你重视文化，重视人的培养，重视修为，就会越做越好，因为你的文化是在传承的，所以我感觉保险公司在这方面应该要做大量的宣传和推广





忠实
客户

深圳 | 李玲莉

投资谨慎稳健、
白手起家、精神传承

行业
制造行业

本人年龄区间
40-49 岁

大儿子年龄区间
10-19 岁

小儿子年龄区间
1-9 岁

李玲莉：创业者的家庭“金钟罩”

胡润百富：请简单描述下您目前的生活状态。若满分为 100 分，您对自己的生活幸福指数可以打多少分？

李玲莉：我和先生共同经营一家设备公司，已经 15 年了。我挺满意现在的生活状态，不管是时间的管控，还是健康的管理。生活状态 70 分，我觉得还有上升的空间，比如孩子的学习方面、家人的健康方面。我们有两个儿子，一个读高中，一个读小学，还是很操心的。我的想法是，如果他们想去留学，那未来就规划路线，因为现在上的是私立学校，英语方面比其他的公立学校要稍微好一点，所以还是有选择的。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

李玲莉：我觉得可以从两个方面概括。物质方面，碰上心动的物品，你能够毫不犹豫地买下来；精神方面，对时间的掌握、身体的健康、精神的丰富以及对这个世界的了解，还有是否热爱工作，这些都是品质生活的一部分。

胡润百富：最近您有关注意到哪些宏观经济形势或者政策热点话题？

李玲莉：关注最多的是货币政策的变化，美国大放水，对中国经济有非常大的影响。我们如何在这轮“放水开闸”的过程中，保障自己的资产不受影响？还有，全球大放水对我们企业也有很大的影响，企业能否在洪流中生存下来，也值得关注。有一段时间我比较紧张，感觉自己的财富好像很快就会被“洗劫”，希望马上找到其他的投资渠道，让自己的财富增值。但是今年我已经淡定了很多，会寻找比较稳健的投资方式。

胡润百富：您目前的投资风险偏好是？投资的目标是怎样的？目前家庭的资产配置情况如何？

李玲莉：稳健型，稳定增长对我目前的阶段来讲比较重要。在风险不是那么大的情况下，整体有 10% 左右的收益，我觉得是比较理想的状态。

胡润百富：请问您会通过什么方式进行风险规避？

李玲莉：现在对投资比较谨慎。在做投资之前，我会向朋友、专业人士咨询，也会去查阅一些资料。比如做股权投资，我会跟这个行业有关联的人去打听，咨询这个行业的发展。

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时，您比较看重保险公司哪些方面的表现？为什么会选择中信保诚人寿？

李玲莉：服务团队。因为我非常信任我的保险顾问，我不可能像专业人士一样把保险的条款功能弄得很清楚。但是我和我的保险顾问相处得像朋友一样，我 100% 地信任他，他也会根据我自身的情况，推荐适合我的产品，从而使得我信赖他这个人公司。中信集团是国内首屈一指的国企，实力也好，信誉也好，都非常值得信赖。同时我也觉得他们公司办事的风格比较稳健，以及始终把客户放在第一位的服务态度，所以我选择中信保诚人寿。

胡润百富：您了解过保险公司的哪些增值或者综合性服务？

李玲莉：家庭医生。身体有什么状况的话，可以拨打他们电话，24 小时有专家在线，提供给我们一些咨询和建议。体验下来，我觉得挺好，因为有时候自己身体不舒服，或

者家里人健康有状况的时候，根本就不知道去医院找哪个部门、科室，有点慌张。半夜有突发情况，给他们专家打电话，他们会及时地反馈，相当于远程问诊，不慌不忙地告诉我怎么处理，所以我觉得安心。

胡润百富：关于“家族安全”最关心的内容是什么？从个人、家人、事业、资产等方面去论述的话，您认为“家族安全”的具体表现分别有哪些？

李玲莉：第一是这个家族的主人的健康，其次是财富的传承积累。最主要的是精神的传承。我们这一代人白手起家，没有资源，没有资金，也没有背景，就这样来到深圳打拼，其实是凭着自己的一股韧劲，不怕吃苦，不怕吃亏，非常勤劳，也愿意为了这份事业去拼搏。到了我们孩子这一代，从他们出生到现在，都是在非常优越的环境下，没有吃过苦。所以，我很希望将来我的孩子不管在什么样的环境下，都能够做自己想做的事情，而且能把它做好。

胡润百富：您认为“家族安全”应该要考虑哪些因素或解决哪些问题？可以通过哪些方式去保障“家族安全”？

李玲莉：保险配置的话，有终身寿险、重疾，然后还有股权投资、保险金信托，目前配置了这四种。目前来说，我认为还是足够的，可能未来会有一些其他方面的需求。等孩子再大一点，会有一些其他方面的打算。

胡润百富：您的教育投入大概是多少？您对子女未来有哪些期待？希望她们接受什么样的教育，培养哪些能力？

李玲莉：一个孩子每年大概 20 万左右。我觉得最值得培养的就是兴趣爱好，还有性格。孩子成绩好是最理想的情况，但更重要的是一个人的品性。比如说，我希望我的孩子非常有爱心、正直、勇敢，在这方面我会给他们更多的关注。

我们这一代人白手起家，没有资源，没有资金，也没有背景，就这样来到深圳打拼，其实是凭着自己的一股韧劲，不怕吃苦，不怕吃亏，非常勤劳，也愿意为了这份事业去拼搏





社会
知名
人士

广州 | 张洁

知名社会活动家、
爱心公益大使、
教育学者、
环球航海旅行达人

风险对冲、
重疾险、意外险

行业
文化教育
传媒行业

本人年龄区间
30-39 岁

女儿年龄区间
1-9 岁

张洁：保险是一生的相伴

胡润百富：请简单描述一下您目前的生活状态。若满分为 100 分，您对自己的生活幸福指数可以打多少分？

张洁：我从事的是教育和文化传媒行业，多年来致力于帆船等体育运动的普及和推广。我出生在一个航海家庭，2006 年代表中国参与了瑞典哥德堡号的环球航行。从那以后，我一直作为中瑞（瑞典）友好大使、推动大使的身份在推广和普及这项运动。我先生从事金融投资行业，是国内资金行为规律研究方面的专家。我们有一个非常可爱的女儿，今年两岁多了。以前我是一个工作狂，现在会以家庭为重。我对目前的状态非常满意。每天起来都充满爱和快乐。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

张洁：说到品质生活，我会想到陶渊明的《桃花源记》里的场景。人生当中有三大可贵，一是财务自由，二是人身自由，三是精神和思想自由。我是一个简洁简朴的人，虽

然也有对物质的需求，但是当体验过后，其实并不能带来更多的愉悦。所以，我更注重过程和品质，而不是品牌，我会关注它背后的设计理念和创始人的故事。同时，我更希望做一些对社会有用，对别人有帮助的事。因为让身边其他的人愉悦了，我的愉悦感会加倍。

胡润百富：您平常有哪些兴趣爱好？

张洁：我喜欢游泳和帆船。帆船是我一直以来的爱好，每周都会出海 1~2 次。最近开始学习和体验滑雪。总之，一切能和大自然互动的运动，我都愿意去尝试。

胡润百富：您的家庭日常开销占比最大的三项是什么？

张洁：孩子的教育，家庭的日常和保险理财方面的开销，还有就是旅行方面的开销。

胡润百富：这次疫情对您个人及家庭直接的影响有哪些？

张洁：疫情对我文化教育工作是有比较大的影响的，我们公司每年都会在德国举办一个中欧文化交流活动，但因为疫情这两年都暂停了。虽然我自己工作方面受到影响，但疫情使得全球货币政策宽松，让全球流动性充裕，反倒是让我先生在金融方面的工作蒸蒸日上。

胡润百富：总体来看，您对您目前资产配置理财收益情况作何评价？具体的资产配置情况是怎样的？

张洁：我们每年能够保持在大概 30% 的收益率，去年是做到了 100%。今年到 5 月份已经有 30% 的增长了。我们对今年的情况比较乐观，疫情下对金融行业是有比较大的机会。我们的资产配置中，一大部



分是在房地产，其他主要是与 大类资产相关的金融。

胡润百富：您目前的投资风险偏好是怎样的？投资目标的设置是怎样的？

张洁：稳健型或者平衡型。投资目标首先肯定是财产保护，接着是本金安全，第三个是财富传承，最后是稳定的增长和快速增长。

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时的主要目的是什么？为什么会选择中信保诚人寿？

张洁：风险对冲。保险方面配置了终身寿险和重疾险，其他方面我还配置了股权投资、保险金信托。首先人生要得到保障，还有包括老人、小孩的保障一定要足够，然后是我们资产的保障。我比较满意中信保诚的服务，因为他们的一些服务非常细致，还有他们整体的学习能力、与时俱进的能力，也让我看到他们的潜力所在，所以我也愿意去继续地关注。

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时，您比较看重保险公司哪些方面的表现？

张洁：我倾向于品牌的口碑，比如身边的朋友对品牌的看法。以及一些在短期内比较吸引我的产品，我也会购买。还有保险公司服务的响应速度、保险顾问是不是发自内心地跟我们建立链接，因为保险其实是一个长久的链接，甚至是一生的相伴，是一个建立信任的过程。所以能有聊得来、价值观各方面都一致的保险顾问的话，我觉得是很开心的事。

胡润百富：您了解过保险公司的哪些增值或者综合性服务？

张洁：健康方面的专业团队，特别对于家里的老年人，有绿色就医通道非常重要。当自己家里人生病的时候，这时会很希望有人能

够伸出援手，给予一些指引和帮助。所以我在成为中信保诚人寿的客户之后，生活的幸福感提高了。

胡润百富：提及“家族安全”一词，您会联想到哪些内容？

张洁：首先是人身安全，这里包含了身体安全和精神安全。现在社会上很多人的精神不健康、不自由，这也是为什么我觉得三大自由很重要。其次是财富方面，资产能够得到很好的保护。

胡润百富：目前您给自己、父母规划的养老方式是怎样的？

张洁：我父母他们都有自己的养老保险，另外我还给他们配置了相关商业保险，主要是重疾险等医疗保险。他们现在有我们陪伴，目前的状态还是比较好的。

胡润百富：您的教育投入大概是多少？您对子女未来有哪些期待？

张洁：对孩子教育的年预算大概以百万来计，主要包括国际幼儿园的学费、社会实践的费用、兴趣班等等，还包括平常去海外游学的费用。我希望我的孩子未来能够健康快乐地成长，然后能够成为财富、人生和精神思想的“三自由”人群。

因为保险其实是一个长久的链接，甚至是一生的相伴，是一个建立信任的过程。所以能有聊得来、价值观各方面都一致的保险顾问的话，我觉得是很开心的事



行业
保险行业
本人年龄区间
40-49 岁
大女儿年龄区间
10-19 岁
小女儿年龄区间
1-9 岁

陈建华夫妇：传家与传承

胡润百富：请简单描述一下您目前的生活状态。若满分为 100 分，您对自己的生活幸福指数可以打多少分？

陈建华：我和我先生是大学同学，感情一直都很好，有两个女儿。我的时间比较有弹性，完全掌握在自己手里。父母、公婆都很健康。我很幸运有自己的事业，当然我也很努力。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为具体可以从哪些方面来体现“品质生活”？

陈建华：让自己和孩子们都能享受生活，然后可以有更多的时间去思考自己想要什么。在消费上、教育上融入不同的圈子，而不只是为了生存去工作。

胡润百富：您家庭日常开销占比最大的三个项目是什么？

陈建华：最大的开支是保费，保守估计一年 100 万左右，其次是日常消费，还有一块是子女教育方面的开销。

胡润百富：这次疫情对您个人及家庭直接的影响有哪些？

陈建华：明显增加了我们的家庭感，疫情让我们全家人都住在一起，现在楼上楼下全住满了。

胡润百富：最近您有关注到哪些宏观经济形势或者政策热点话题？满分 10 分，最低分 1 分，您对未来一两年中国经济发展的信心可以评几分？

陈建华：对于实体企业来说，现在银行贷款没那么容易了，没有那么充足的现金流。还有中美关系的不确定，所以把美国的房子卖掉了。打 7 分，我很有信心，因为咱们中国的经济一直很好。

胡润百富：总体来看，您对您目前资产配置的理财收益情况作何评价？具体的资产配置情况是怎样的？

陈建华：总的资产中，一半房产，另一半是保险和投资。

胡润百富：您目前的投资风险偏好是怎样的？投资目标的设置是怎样的？

陈建华：我们属于保守型，对确定的东西配置得比较多一些。我现在的投资目标还是传承给两个女儿，第二个目标是本金安全和快速增长。

胡润百富：请问您会通过什么方式进行风险规避？

陈建华：我会委托专业的机构为我提供专业的服务，他们来操盘。还有我会自己投资，把渠道分散，买各种各样的理财产品，投资比较熟悉的项目。

胡润百富：您认为自己曾经在投资理财方面遇到哪些方面的困难 / 存在怎样的痛点？

陈建华：我跟我先生都属于创业者，以前没钱投资，后来有钱了，不懂得投哪里。我们算了一下，长期收益的话，还是中信保诚人寿比较合适。

我们属于保守型，对确定的东西配置得比较多一些。我现在的投资目标还是传承给两个女儿，第二个目标是资金安全和稳健增长

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时的主要目的是什么？

陈建华：第一个可以实现资产传承，第二个是医疗险，能为之后的生活提供很好的保障。

胡润百富：当您在选择购买某保险公司的产品时，您比较看重保险公司哪些方面的表现？为什么选择中信保诚？

陈建华：品牌形象很重要，其次是服务团队丰富的家族资产传承的处理经验、股东背景和贯穿始终的服务态度和理念，最后是差异化的服务。很早前，中信保诚人寿在广东就很有名，后来了解到它在国内的独特优势，以及创新型的产品，所以买了它的保单。之后有机缘来中信保诚工作，经过一段时间的了解，我觉得中信保诚人寿是我最钟爱的。

胡润百富：了解过保险公司的哪些增值或者综合性服务？

陈建华：私人定制的服务，还了解我们的喜好，然后更加关注我们精神层面的需求，从而提供差异化、更有品质的服务来契合我们的家庭。

胡润百富：提及“家族安全”一词，您会联想到哪些内容？

陈建华：主要涉及到家族健康和财富这两大类。

胡润百富：目前您给自己、父母规划的养老方式是怎样的？

陈建华：父母有退休工资，另外我每月会拿出2万块钱给到双方父母。我是很传统的，更愿意在家请专业的护理来照顾他们，也会聘请家庭医生定期给他们来做检查和治疗。我觉得在家里养老，也可以享受高品质的生活。

胡润百富：您的教育投入大概是多少？您对子女未来有哪些期待？

陈建华：一年10万左右，更多的是日常的消费。我一直尊重他们的兴趣爱好，让他们按照自己的兴趣去做，没有特别的期望。只是会和他们聊聊梦想和目标，然后鼓励他们朝着梦想的方向努力，过程中如果需要我协助，我会全力以赴，所以我们现在还是比较开心的。





从全职太太完美转型

北京 | 方琳萍

2021 环球夫人赛事
时尚大使
2021 世界文旅小姐

增值、
财富的传承

行业
皮草行业

本人年龄区间
50-59 岁

女儿年龄区间
20-29 岁

大儿子年龄区间
10-19 岁

小儿子年龄区间
1-9 岁

方琳萍：紧跟时代的步伐

胡润百富：请简单描述一下您目前的生活状态。

方琳萍：我们家从事皮草行业 25 年，我们是 5 口之家。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

方琳萍：我现在事业比较稳定，家庭也幸福，有自己的爱好，自己紧跟这个时代在进步，儿女也很优秀，我觉得可能这是我想要的品质生活吧。

胡润百富：您平时有什么爱好？

方琳萍：高尔夫，我从 08 年到现在一直坚持打高尔夫。我自己在家还练瑜伽，也练了差不多有个七八年了。还有就是喝茶和品红酒。

胡润百富：您平时的家庭消费当中占比比较大的三项是什么？

方琳萍：孩子教育这一块，另外我自己之前读了清华总裁班，然后北大女企业家也读完了，现在正准备上一个新女性课程，我们要让自己变得优秀，爱自己。最后支出比较大的一块就是保险，应该占总支出的 30%。

胡润百富：这次疫情有没有对您家庭或者个人产生一些影响？对您的事业产生一些挑战？

方琳萍：这次疫情于我而言是一个转折。因为我从事皮草行业，之前一直都是实体店，今年因为疫情转而做了社群，从实体店转型出来。

胡润百富：您目前的投资风险偏好是？投资的目标是怎样的？目前家庭的资产配置情况如何？

方琳萍：稳健型的，我觉得本金的安全是基本的。对财产的保护很重要，因为我一直做实体的，就是很踏实，一步一个脚印地往前走。我把快速增长放到最后，更多考虑的是财富的传承。资产配置的话，房产占 50% 以上。

胡润百富：您购买保险的主要目的是什么呢？您比较看重保险公司哪些方面的表现？

方琳萍：最早就是税务筹划，我 20 年前就已经投了保险，那会儿保险加投资理财的配置还是比较简单的。但现在的投资形势不是那么乐观，所以保险的考量会更多一点。个人而言，买终身寿险的目的就是资产保值和增值。

胡润百富：您何时开始对公益事业感兴趣？

方琳萍：这两年我持续在做一个以我名字命名的慈善项目，医疗领域，关注对象主要是自闭症孩子。未来还会关注教育领域。

胡润百富：关于“家族安全”最关心的内容是什么？

方琳萍：我自己更多想的就是家族信托，包括保险金信托。

胡润百富：目前您给自己、父母规划的养

最早就是税务筹划，我 20 年前就已经投了保险，那会儿保险加投资理财的配置还是比较简单的。但现在的投资形势不是那么乐观，所以保险的考量会更多一点

老方式是怎样的？

方琳萍：未来考虑的就是一些高端的敬老院，预期当中的养老费大概的范围在一年100~300万应该都可以。

胡润百富：您的教育投入大概是多少？

方琳萍：女儿从幼儿园到大学本科毕业的话，至少两三千万，从小到大都是上国际学校。儿子是2000年的，他在美国比较节约，一年学

费加上生活费、住宿费100万左右。

胡润百富：您对子女未来有哪些期待？

方琳萍：授人以鱼不如授人以渔，希望他们未来都能成为优秀的、独立的、有思想的人。不管有没有我们给的那份保障都没关系，离开我们都能生活得好好的。女孩子得有见识，男孩子必须得有责任心，懂得尊重女性。同时孩子一定要有责任感、善良、有爱心。





女性
创业者

北京 | 徐志梅

北京合合慧嘉
传播机构创始人；
中国女创营销
学院院长

积极、时间的力量



行业
营销传播行业

本人年龄区间
40-49 岁

儿子年龄区间
10-19 岁

徐志梅：大女主的人生后盾

胡润百富：请简单描述一下您的职业状态。

徐志梅：我是浙江人，从事的行业在品牌营销传播领域。最开始我在新闻媒体报社工作，接着我进入外企，在美国耐克运动用品有限公司负责公共关系。然后我在 08 年奥运会的时候来到了北京，在李宁品牌负责整个品牌的营销和传播。在 12 年自己创业，所以基本上是经历了从新闻媒体到外企，然后再自己创业这样一个过程。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以从哪些方面来具体体现“品质生活”？

徐志梅：我对于品质生活的理解是如何让自己的内心和世界处于一个和谐的节奏和状态。与此同时，我现在会把生活当中的比较多的时间用在家庭和孩子上，这对于品质生活也是非常重要的部分。第三点，我认为品质生活是有一份自己热爱的工作和事业。

胡润百富：您如何平衡工作与生活？

徐志梅：现在我会刻意地不让每一天都排得满满当当。内心也有一份信仰，希望把发自内心的爱和温暖传递给自己的团队或者身边的亲人，希望把这种内驱力和动力带给他人。

胡润百富：对于自我投资，您有没有长远的规划？

徐志梅：15 年前，我就半脱产地读完复旦的 MBA 课程了，然后现在我对于投融资的专业领域，可能会做一些学习。还有营养健康饮食、茶文化，我觉得中国的文化博大精深。我希望后半生在自己感兴趣的领域能够有更多的积累，让自己的内心更加地充盈。

胡润百富：这次疫情有没有对您家庭或者个人产生一些影响，有没有关注到什么新的政策形式？

徐志梅：我最深的印象是美国大量在增发它的货币。对于全世界的通货膨胀，这个其实关系到我们每一个人，我们的资产无形当中在缩水。第二点，我深刻地感受到环保的重要性，例如说，碳减排也在十九大和十四五国家的规划里面，还有环保汽车的政策扶持，能明显感受到在这些相关环保产业领域里面，国家的决心和力度。

胡润百富：请问您目前的投资风险偏好是？请问您资产配置情况是怎样的？

徐志梅：我会比纯稳定型的又稍微再积极一点，但是比如股票，我不懂的话，就不会盲目地去投资。不动产和保险占比多一些。然后两年前，配置了一部分的基金，但基金的占比比较小，看到 3~5 年，也就是说投资不要太过于频繁地操作，这个是我自己的一个心得。

胡润百富：您购买保险的主要目的是什么呢？您比较看重保险公司哪些方面的表现？

徐志梅：就保险来说，第一个是从投资的角度，第二个是对于家庭和个人的保障。保险和市面上的一些其他的投资理财工具相比，不是一朝一夕就能立马带给你回报的，而是把时间拉长，比如 5 年 10 年之后，它带给你的回报其实是很大的，让你可以感觉到时间的力量。

胡润百富：关于“家族安全”最关心的内容是什么？

徐志梅：对于整个家族来说，我觉得是传承。我们常常会看到有一些二代，可能没

有好的理财观念，上一代的财产很快就会被挥霍了，或者投资失败了，这个时候超前布局传承就变得非常重要。

胡润百富：请问您从何时开始注意“家族安全”方面规划的？

徐志梅：在6年前，非常有缘了解到中信保诚，当时朋友给我介绍后，我有非常大的感触。这让我思考到底选择什么样的产品，能够对我们的资产做到隔离传承等等这些功能，所以当时讲完以后，我又有了更多的认识。尤其现在国家对于不动产的政策是非常明确的，所以后续我把钱投在不动产上的几率会越来越少。

胡润百富：目前您给父母规划的养老方式是怎样的？

徐志梅：他们都在浙江老家，我的家乡是浙江的龙泉，本身就是一个非常宜居的小城市，而且现在我父母都非常健康，所以暂时他们可以在家里就有一个非常高质量的老年生活。

胡润百富：您对子女教育的看法是怎样的？

徐志梅：当下我们的整个教育体系，其实对于小朋友压力还蛮大的，我会刻意地去给小朋友减压，我认为对于下一代卓越和优秀的理解，并不是说他只专注在考试和应试的部分。每天跟他的亲子交流的时间里，我不提他的功课，也不提他的作业，而是会找一些身边发生的各类新闻事件跟他交流，这样孩子在除了功课以外的任何社会话题上，都会有他自己的观点。



当下我们的整个教育体系，其实对于小朋友压力还蛮大的，我会刻意地去给小朋友减压，我认为对于下一代卓越和优秀的理解，并不是说他只专注在考试和应试的部分



艺术
工作者

北京 | 张漫

北京乐听乐动文化传
媒有限公司副总、节
目主编、主持人；
北京绿尔文化艺术有
限公司董事长

保障、欢喜心、房产
和保险是唯二的选择

行业
传媒行业

本人年龄区间
50-59 岁

儿子年龄区间
10-19 岁

张漫：如何创富守富

胡润百富：请简单描述一下您的职业状态。

张漫：我的本职是做传媒的，做了很多年的电视节目制作，从大学毕业一直在做。我本来是传媒大学学播音主持的，毕业以后当了一段时间的主持人，之后自己希望对整个节目的掌控度比较大一些，所以开始自己创业、做制作人。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您认为可以具体从哪些方面来体现“品质生活”？

张漫：品质生活最核心的当然是自由。物质是一定要去追求的。但是在求财的过程中，你的灵魂应该是不受束缚的，是相对自在的。因为没有绝对的自由，所以相对的自在，我觉得是很幸福的一件事。

胡润百富：您认为自己曾经在投资理财方面遇到哪些方面的困难或者存在怎样的痛点？采取了哪些应对之策？

张漫：人家都说你不理财财不理你，所以得学习一下相关的知识，但学了半天，应用时又不知所措。所以我觉得在这方面还是要请教专业人士，找专业的理财师，只要你相信他，建立起彼此之间信任的关系，就已经够了。

胡润百富：请问您目前的投资风险偏好是？请问您的资产配置情况是怎样的？

张漫：房产和保险是我唯二的两个选择，因为房产对我来说，买了以后它可能有升值空间，或者只是高低起伏的程度不同而已。保险比较安全，然后有保险顾问随时会向你说明一些新的情况和进展，然后他会帮你配置一些产品，我觉得都还好。

胡润百富：您购买保险的主要目的是什么呢？您比较看重保险公司哪些方面的表现？

张漫：我觉得所有投资都要让你产生欢喜。我和我的保险顾问之间就是一种非常信任的关系，然后我们是欢喜的，她给我推荐的任何一个产品，我都是乐从的。第二，就是她希望和我一起成长，我也愿意跟她一起在财务上成长。第三，我在这方面肯定不够专业，所以我会咨询她。第四，我觉得自己做的这些，让我心生欢喜，比单纯挣钱还开心。所以我觉得真正的财富就是内心的欢喜。

胡润百富：关于“家族财富传承”您是怎么考虑的？

张漫：足够的保单让我对未来从容无忧，现有的保险房产已经可以让我衣食无忧了，我觉得不用考虑太多。儿子看妈妈现在过得很好、状态好，他就知道什么是好的生活。如果你每天特别焦虑，即便留了一大笔财富给他，虽然他很可能是一个有钱人，但是他可能很焦虑。留给孩子的财富，第一是让他衣食无忧；第二是自己的生活状态，让他从生活中的点点滴滴当中，看到妈妈的从容、优雅、欢喜、宽容、慈悲、尊重，还有妈妈的爱，对美好的向往，我觉得这所有的都是财富。

胡润百富：目前您给父母规划的养老方式是怎样的？

张漫：20年前就给爸妈买保险了，我爸妈是高知，他们对于个人生活的理解和态度，是有他们自己的想法，我觉得对于他们，尊重比什么都重要，他们愿意过着这愉快的候鸟生活，就让他们自得其乐，特

别开心。这就是给予父母最好的孝顺。

胡润百富：您对子女教育的看法是怎样的？有没有比较长远的规划？

张漫：对于孩子的教育来说，中国的父母亲可以说是倾注心血，但我觉得有时候用力过猛，现在很多小孩没有那种彻头彻尾的真正的纯真的快乐。我更关心他的艺术能力、社交能力、温暖能力、团圆能力以及创造能力。

胡润百富：对孩子的未来成长，您有没有具体的规划？

张漫：当然，人无远虑必有近忧。等他再长大一下，对于保险的概念有了更清晰的认识，我会告诉他。在国内我基本只选择一家保险公司，一定要聚焦在一个领域一家你信任的公司，然后在这个过程中，你的保险顾问非常重要，你会发现时间长了，他是你生命中不可或缺的一部分，他帮助你理清财富，理清思维，让你更清晰地知道自己资产的配置，所以，第一他必须是非常专业的，第二是非常慈悲，他不能因为取利而欺骗你，不能因为个人的营收而让你有所损失。可能在某种程度上，他除了是你生意上的合伙人之外，还是一部分财产的管理人。我觉得财富管理一定要交给自己特别信赖和托付的人。

胡润百富：可否分享一下您的投资理念？

张漫：投资最可爱的事，第一是保障，第二是让你得到更多的欢喜心。如果你投资，然后不管回报上下，你都没有高兴，没有保障，没有安全，没有从容，那投资就是失败的。

在国内我基本只选择一家保险公司，
一定要在一个领域聚焦一家你信任的公司



防御型的保险的配置买得比较多一点，包括一些高端医疗的重疾险、医疗险等……其他投资的话，股票、基金都会有一些，理财产品做得比较少，毕竟我需要现金流维持一个企业的正常运转



二代
企业家

上海 | 陈先生

医疗消费行业 投资人

自由、资金安全和
回报、建立信任感



行业
医疗行业

本人年龄区间
30-39 岁

陈先生：传承与碰撞

胡润百富：请简单描述一下您的职业状态。

陈先生：我目前主要是做医疗消费、医美口腔这一块，还涉及到一些二级的综合性医院的业务。

胡润百富：提到“品质生活”，您会联想到什么？您平时有哪些消费习惯？

陈先生：粗浅地讲，可能就是觉得比较自由，想要什么，就可以去做什么。爱好旅游健身。个人的消费大头是手表，我不喜欢随大流，喜欢百达翡丽、爱彼，百达翡丽和爱彼对它的客户还是有尊重和挑选的，希望客户认可品牌的魅力，而不是为了炫富。最初是颜值控，慢慢地了解品牌的历史和生产过程，就上瘾了，手表不仅保值，还增值，这更加激发了我的兴趣。

胡润百富：这次疫情对您事业或者家庭有没有一些长期的影响？

陈先生：短期的话，我并不觉得有什么影响；但是长期的话，我可能会选择配置更稳当的一些理财方式，为了抵抗风险。

胡润百富：最近您关注到哪些宏观经济形势或政策话题？

陈先生：最近比较关注的无非就是房地产跟教育。教育的话，最近出台了“双减”政策。虽然教育产业我没有去做，但我有一些投资，所以也是比较关心K12等领域，现在周末、寒暑假不允许补习，对我们来讲是个冲击，所以最近蛮头痛的。我投的那家公司，从昨天开始裁员了，可能要裁掉30%，还有些盈利性不高的门店，我们就收一收，把学生转到大的校区，没有办法，这也是为了生存。其实公司原来的盈利情况是蛮不错的，但是为了配合执行，我们会克服困难。

胡润百富：您是哪种风格的投资人？

陈先生：60% 稳健，40% 激进，其中的20% 非常极端。比如，因为我接触比较早的币圈，在我的概念中，始终是一个以小博大的东西。因为毕竟高风险高回报，但只要设置好我能承担的部分的话，就没关系。当全民开始炒币，就应该知道可以

离场了。我不会拒绝任何新兴事物，但我毕竟主要做实业，经营思路还是稳扎稳打。

胡润百富：您目前家庭的资产配置情况如何？

陈先生：防御型的保险的配置买得比较多一点，包括一些高端医疗的重疾险、医疗险等，我跟我爱人两个人都配置了。其他投资的话，股票、基金都会有一些，理财产品做得比较少，毕竟我需要现金流维持一个企业的正常运转。

胡润百富：您配置的资产主要用于子女教育、个人养老、财富传承等哪些用途？

陈先生：未来有小孩的话，会给他留一部分，但是比例肯定不会特别高，保障他基本的生活就可以了。然后，给我太太跟我自己反而会留多一点。养老这一块，未来有很多可以依托的东西。小孩的话，现在可能会借助类似于大额保单及其综合服务来进行一些安排。

胡润百富：您对小孩的教育理念是怎样的？

陈先生：我高中时就去了美国，比较独立。所以，我觉得小孩想要拥有什么样的人生，也是他自己的选择。在我有能力的情况下，我会给予支持，但是这个支持也不是无限的，他想要的东西，他要努力自己去赢得，我所拥有的财富并不等于他的，还是希望他有一个独立人格。如果他书读得不怎么好，就算想当个画家、当个纹身师，我都没有意见，我对这方面没有任何的限制。

胡润百富：您认为自己曾经在投资理财方面存在怎样的痛点？

陈先生：最大的痛点，可能还是企业跟资本结合的时候面临的转型的过程。如果年轻人创业，当他的公司需要扩大的时候，尤其是有资本介入的时候，他的初心有时候很难把

握，这时往往要做一个选择。如果想有自己的情怀，有自己温度的东西，该坚持的时候一定要坚持。

胡润百富：中国企业家从一代传承到二代，会面临一些问题，比如市场需求的变化、价值观的碰撞等，您怎么看？

陈先生：中国经济越来越好，这些年所取得的成绩是别的国家多少时间都达不到的。一代跟二代之间的价值观的碰撞是100%的，从上世纪90年代到2000年，再到2010年的想法都跟现在是完全不同的，进程实在太快了，所以这个碰撞是必然的。如果是家族企业，我觉得要解决这样的问题，无非还是要明确好分工跟责任。接手做一件事情，我希望能拥有完全的主动权，当然在这个过程中也要展现出你的能力，才会让大家心服口服，否则，一个军队有两个将军是很难的。

胡润百富：对于目前接触到的财富管理机构，您对它们的服务评价如何？

陈先生：把财富交给别人打理的时候，我最关心的问题，无非就是两点，资金安全跟回报。还有信任感的建立，机构往往会忽略这一点。比如说，我知道你对业务很熟悉，但这个东西并不是我想听的，我会觉得在浪费我的时间，其实可以更加直接一点，事情成功与否，并不用这么多的铺垫，只要抓住了重点，一切就很快，我们也是很讲究效率的。

胡润百富：您看重保险的哪一块方面的功能？

陈先生：首先，保险的话，当然是保障属性，这跟您有多少财富没有关系的。我觉得大家都需要去配备一下，帮助自己的家庭把风险规避掉。其次，我更看重传承，我可能会在孩子很小的时候，就给他配置。

关于中信保诚人寿「传家」

千禧之年，中信保诚人寿诞生

中信保诚人寿由中国中信集团和英国保诚集团联合发起创建，于千禧之年在广州成立。时任英国副首相的约翰·普雷斯科特在开业仪式上称：“两位巨人走在一起，必将成为行业的领导者。”事实也正如此——伴随着中国保险业的快速发展与成熟，中信保诚人寿在行业中也取得了快速、稳健的发展。

保险姓保，用心守护客户一生

中信保诚人寿提供覆盖寿险、疾病、医疗、意外、财富管理等多个领域的保险产品或服务，充分满足客户全生命周期的多层次需求。通过持续推动保险保障型业务发展、稳健提升投资管理能力，中信保诚人寿倾力打造“以客户需求为核心”的全方位产品体系。

以客户需求为核心，打造全方位产品体系

公司通过持续推动保险保障型业务发展、稳健经营长期理财型保险业务，为客户提供全生命周期综合保险解决方案，全力打造“以客户需求为核心”的全方位产品体系。成立 21 年来，中信保诚人寿始终坚持“保险姓保”。目前销售的近 150 款产品中，保障型产品占比达到 80% 以上。近年来，公司进一步加大保障型产品开发力度，围绕人民群众关心的大病保障、商业补充医疗、子女教育、养老保障、意外伤害保障等需求，不断推陈出新，近两年以来共开发和升级 70 余款新产品。在银保渠道，公司深化和银行的产品合作，以多产品策略支持银保业

务的价值提升和结构优化，开发升级多款寿险、年金产品，充分发挥公司投资优势，保费规模大幅提升，渠道价值稳健增长。

中信保诚人寿「传家」开创行业先河

早在 2014 年，中信保诚人寿推出旗下高净值客户专属高端子品牌——「传家」，为高净值客户提供以保险保障为核心的当下财富的长期管理、身后资产的传承安排、高端医疗保障服务等一站式综合财富管理方案，开创了行业先河。「传家」结合股东及战略伙伴优势，推出保险金信托增值服务、法税服务、教育医疗、传承规划等诸多增值服务，广受高净值家庭好评。

以客为尊，打造行业标杆服务

多年来，中信保诚人寿持续开发、完善以管家式健康服务体系、全球紧急救援为代表的特色保险服务体系，让客户享有更多权益和保障。同时，依托科技赋能，公司全方位提升理赔服务时效。凭借瞄准行业痛点、打造自身亮点的服务创新，中信保诚人寿得到了消费者和社会各界的肯定。

聆听关怀，肩负社会使命

作为致力于成为“中国最佳企业公民”的合资寿险公司，中信保诚人寿积极践行“聆听·关怀”的企业社会责任理念，通过严谨规范的公司治理持续为股东创造长期价值，通过优质的产品与服务为客户创造专业价值，通过保障员工权益实现企业与员工共同成长，通过服务实体经济和参与公益融入当地社区发展。

更多信息请关注中信保诚人寿
官方微信。
期待您的关注！



扫描二维码关注“中信保诚传家”
公众号，后台回复“2021 胡润”，
获取电子版胡润报告。



关于胡润百富集团

胡润百富致力于通过有质量的榜单和调研，发现企业价值，弘扬企业家精神。

胡润百富主要 IP 有“3+1”：富豪榜系列，为中国和全球最成功的企业家排名，通过这一系列，让世界更了解中国经济，迄今已成为全球最大的财富榜；500 强企业系列，为中国和全球最具价值的企业排名；创业系列，为中国和全球最具成长性的独角兽企业、瞪羚企业、猎豹企业和 30 岁以下创业领袖（U30）排名；特色榜单，包括《胡润慈善榜》《胡润品牌榜》《胡润艺术榜》《胡润财富报告》《胡润中国国际学校百强》《胡润中国最具投资潜力区域百强榜》等。随着榜单的发布，胡润百富每年在全球各地举办近百场极具高端社交与公关价值的精彩交流活动，线上线下紧密结合。

胡润百富也是全球领先的研究中国高净值人群的权威机构，长期追踪记录中国高净值人群的变化，携手金融机构、房地产、地方政府，以及高端生活方式品牌等合作伙伴，发布了一系列专题报告，比如：携手中信银行发布《中国高净值人群需求管理白皮书》《解码中国“新生力”白皮书》《中国企业家家族传承白皮书》《中国高净值人群财富管理需求白皮书》《出国需求与趋势白皮书》和《海外教育特别

报告》，携手建信信托发布《中国家族财富可持续发展报告》，携手碧桂园发布《中国企业社会责任白皮书》等。此外还有始自 2005 年的《至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》等。

胡润百富至今投资了十余家企业，涵盖出国留学与国际学校、知识产权和旅游等行业；孵化了数家子公司，包括：21 世纪百富学院，以百富榜企业家导师制、全程实战互动为特色，旨在打造国际化实战商学院；胡润百学，国际教育平台，为中国家长提供子女出国留学、夏令营和成功学课程；胡润光谷，设计、地产、金融跨产业资源整合运营平台；胡润马道，多年支持华天参加奥运马术，并于 2016 年成立了胡润英国马主会；胡润艺术荟，计划在十年内推出 500 位具有发展潜力的艺术家。

胡润百富目标成为全球最受认可的企业家创业精神推动平台，鼓励阳光财富观，鼓励人们实现创业梦想，鼓励企业家发展企业的同时，重视文化与社会责任，希望合作伙伴能在我们的生态中找到价值，希望我们的团队能在各自领域赢得尊重。

向上向善，引领由富及贵的格调。



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

研究方法

《2021 中国高净值人群家族安全报告》的研究成果来源于中信保诚人寿「传家」与胡润百富共同合作项目。这是业内首份聚焦在社会经济环境与疫情双重压力下探讨中国高净值人群关于家族安全需求趋势的白皮书，该项目由胡润百富对中国大陆地区 25 岁以上的高净值人群开展了专项研究，探索后疫情时代下，中国高净值人群的组成结构、生活方式、消费状况，以及对家族安全的观念和行动、对商业人身保险在保护家族安全过程中的需求和选择，进而为高净值家庭构建安全财富管理提供策略参考。

项目组首先充分挖掘胡润百富二十年研究成果，依托胡润全球富豪榜 3,000+ 榜单级企业家数据库，追踪观察疫情对财富金字塔顶端的影响，并结合《2020 胡润财富报告》、《2021 胡润至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》等既有成果，探索疫情后高端需求的趋势变化。

在调研方式上，项目组采用了定量与定性相结合的研究方法。定量方面，项目组依托胡润百富高净值人群样本库，在 2021 年 5 月 -6 月期间按照性别（男性 40%，女性 60%）、年龄（25-35 岁 15%，36-45 岁 35%，46-55 岁 40%，56 岁以上 10%）、区域（一线城市 60%，新一线 / 二线城市 40%）、家庭净资产（600-1,000 万 25%，1,001-3,000 万 40%，3,001-5,000 万 20%，5,000 万以上 15%）、职业（企业主 65%，企业高管 20%，全职投资者 15%）等维度进行分层随机抽样，对 500 位典型高净值人群代表开展一对一专项问卷访问形式的定量研究。定性方面，项目组邀请超过 11 位来自不同行业的高净值人群进行定性访问，探索疫情对他们的人生目标与企业发展的影响，以期更广泛、深入地对接后疫情时代下中国高净值人群家族安全需求变化进行挖掘和研究。

版权声明

《中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2021 中国高净值人群家族安全报告》所有文字内容、图表及表格的版权归中信保诚人寿「传家」与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。未经中信保诚人寿「传家」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和全部内容用于商业目的。如需转载或引用，请注明出处。

本报告所有使用的数据来源于胡润百富过往研究成果、此次家族安全专项调研及公开资料。本报告的观念及结论基于对以上数据的洞察与分析，对读者基于本报告信息做出投资行为，中信保诚人寿「传家」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，请及时联系中信保诚人寿「传家」和胡润百富公司，谢谢。

