



# 中国私人财富管理白皮书

2011年10月

胡润百富  
HURUN REPORT



## 序言

很高兴能为这份报告作序。近年来，财富管理在中国渐成热词，相关研究报告不在少数，均独树一帜、各有千秋。此份报告是中国银行对高净值人群进行全面调研的一个展示，也是对中国财富管理与私人银行业务发展趋势的一个初步研究。

经济快速增长造就了我国创富的土壤，改革开放激发了企业家进取的精神，中国市场巨大的财富效应催生出一个绝对数量庞大的高净值人群。通过科学的方法了解和研究高净值人群的金融行为和投资态度，对于提升客户服务能力必将具有积极的意义。

当下，国内外形势尤为复杂，全球经济新一轮周期正在孕育。高净值人群在创造财富和积累财富的同时，也在理性思考如何管理财富和消费财富。他们对宏观形势有着敏感的关注，对社会事务有着热情的关切，对公益慈善有着诚恳的关心。他们正凭借自身的聪明才智逐渐成长、成熟。

400年前，佛朗西斯•培根在《论财富》中说道：“不要追求骄傲自豪的巨额财富，财富要取之有道，用之正当，乐于施舍，离开它也感到满足，知足常乐，然而你们不要抽象地、像修道士那样藐视财富。”我笃信，对先哲此番言说深以为然并身体力行者会越来越多。

2007年，中国银行在国内推出私人银行服务，四年未敢懈怠的潜心耕耘，加上胡润百富的精诚合作，是这份报告不至让人失望的保障。从初春的谋篇布局到晚秋的付梓问世，这份报告萃集了许多人的智慧和劳动。现在，我们愿意与大家分享其中的所见、所思和所得，希望并且相信读者能从中获得有价值的信息，这也是我们的本来初衷。

是为序

中国银行董事长 肖钢



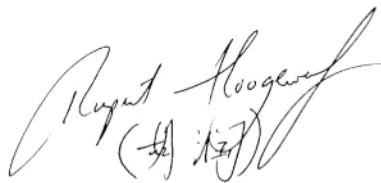
## 开篇

自2007年3月中国银行在中国率先推出私人银行业务以来，各大国有银行以及股份制银行相继设置专门机构开拓市场。目前已有16家中/外资银行在22个城市开设了超过150家私人银行机构，管理资产规模超过30,000亿元，呈现出历史短，客户基数大，增长速度快，同质化严重等特点。中国私人银行的客户是谁？他们是怎样进行财富管理的？在私人银行的使用上又有什么特点和趋势呢？

胡润百富，作为中国最权威的研究中国富豪发展的机构，非常荣幸能够和中国银行私人银行联合发布《中国私人财富管理白皮书》，我们这个白皮书就是要回答以上问题。这个白皮书拥有3大特色：1）数据结果来自于两个针对高净值人群的调研（中国私人财富管理专项调研和至尚优品—中国千万富豪品牌倾向调研），这2个调研访问了中国上千位千万资产以上的高净值人群；采集了大量来自高净值人群本身的声音；2）结合胡润百富的特色，针对胡润百富榜近几年的趋势对中国金字塔顶端的人群进行剖析；3）通过与全球高净值人群的对比，捕捉到一些前瞻性的趋势和变化。

股票，房地产和本外币存款是目前高净值人群最主要的投资项目，而信托产品，股权投资和兴趣投资会成为未来三年的关注项目。1/3的高净值人群拥有海外资产，海外资产在总资产中的平均占比为19%。多一半的高净值人群使用私人银行，私人银行客户对目前的产品和服务的总体满意程度都较高，“固定收益类产品”是最受欢迎的产品，中资银行占据中国私人银行市场的绝对主导地位。

胡润百富和中国银行私人银行非常荣幸与您分享我们的研究结果，期望此份《中国私人财富管理白皮书》能帮助您了解中国私人财富管理的现状，助益于中国私人财富管理及私人银行业的健康发展。祝您阅读愉快！



2011年10月

## 关于中国银行

中国银行，全称中国银行股份有限公司，是大型国有控股商业银行。在英国《银行家》（The Banker）杂志公布的2011年“全球1000家大银行”排名中，中国银行以945.79亿美元的一级资本总额位居第9位，成为进入全球排名前10的三家中资银行之一。

中国银行成立于1912年。1949年，中国银行成为国家指定的外汇外贸专业银行。1994年，随着金融体制改革的深化，中国银行成为国有独资商业银行。2003年，中国银行被国务院确定为国有独资商业银行股份制改造试点银行之一。2006年6月1日、7月5日，中国银行先后在香港联交所和上海证券交易所成功挂牌上市，成为首家A+H股发行上市的国有商业银行。

自1989年以来，中国银行连续23次跻身于“世界500强”。2011年，被国际知名财经杂志《欧洲货币》评为“2011年中国最佳银行”。目前，中国银行已成长为中国多元化程度最高的金融集团，业务范围涵盖商业银行、投资银行、保险、基金管理、直接投资、飞机租赁等领域，旗下有中银香港、中银国际、中银集团保险、中银基金、中银集团投资、中银航空租赁等控股金融机构，在全球范围内为客户提供全面金融服务。中国银行也是中国国际化程度最高的商业银行，拥有内地近1万家网点，在香港、澳门、台湾及31个国家和地区拥有900余家分支机构。

中国银行创造了中国银行业的诸多第一：1929年在伦敦设立中国第一家海外金融机构，1984年第一家在海外发债，1985年发行中国第一张银行卡，2006年第一家开办飞机租赁业务，2007年第一家成立私人银行。2008年，中国银行作为北京奥运会和残奥会唯一银行合作伙伴，圆满完成了为奥运会提供金融服务的光荣使命。

## 关于中国银行私人银行

中国银行融合国际顶级财富管理理念，于2007年3月在中国内地首创私人银行服务，面向成功富有人士提供高端定制、私密尊享的一站式综合金融服务。

凭借中国银行集团遍布全球的网络布局、多元化的业务平台、国际化的专业团队和成熟的财富管理经验，中国银行私人银行应客户所需，提供立足国内、放眼全球的财富管理和资产配置方案，服务内容涵括除传统商业银行服务之外的投资银行、保险定制、股权投资、金融租赁等，在全球范围内搜寻产品，甚至量身定制，满足客户日益多元的需求。同时，潜心构建突出“品牌、品位、品质”的专属增值服务体系，为客户提供税务规划、子女教育，以及贵宾登记、医疗、商务和娱乐服务，力求达成最好的客户体验。

百年潜心历练，赋予中国银行私人银行厚积薄发之独有优势；追求卓越和不断创新的精神，铸就中国银行私人银行国际化先行品牌。中国银行私人银行诚邀您成为我们的尊贵客户，体验品质卓越的“全球财富管家式服务”，鼎力辅佐您成就顶级人生。

截止目前，中国银行私人银行已在中国内地18个重点城市以及香港、澳门设立私人银行分部，并在新加坡、瑞士提供专业财富管理服务。

# 目录

## ① 经济形势与投资

### 经济形势

宏观经济分析	2
行业变化趋势	3

### 投资项目

投资信心	4
财富管理渠道	4
高净值人群个人财富投资趋势	4
重点项目	5-6

### 海外投资

海外投资比例	7
海外投资目的及标的	7-8

## ② 高净值人群总览和财富分布

### 资产层次、人数及轮廓

中国高净值人群数量	10
千万财富人群人数及轮廓	10
亿万财富人群人数及轮廓	10
二十亿财富人群人数及轮廓	11
中国同全球高净值人群比较	11

### 地区分布

千万财富人群地区分布	12
亿万财富人群地区分布	13
二十亿财富人群地区分布	14

### 财富来源

千万财富人群财富来源	15
亿万财富人群财富来源	15
二十亿财富人群财富来源	15
中国同全球富豪财富来源对比	16

## ③ 私人银行市场概况和发展趋势

### 私人银行市场发展概况

市场发展概况	18
市场特征	18
客户特征	19

### 私人银行市场分析

使用情况	19-20
产品和服务需求	21-22
竞争分析	23

### 投资行为和风险控制

投资行为	24
风险控制	25

## ④ 家业长青

### 高净值人群所处的财富阶段

财富传承阶段	27
中外家族企业对比	27
二代群像	28-29
对财富/二代安排	30
私人银行传承服务	31

## ⑤ 社会责任与慈善

社会责任	33
青睐的慈善方式	33
私人银行慈善服务	34

## 中国银行私人银行及财富管理服务机构名录

.....	35
-------	----

## 胡润百富介绍和研究方法

.....	36
-------	----

# 第1章

## 经济形势与投资

### 总体发现

- ① 宏观经济运行总体平稳，结构进一步优化。GDP增长趋于稳定，物价水平依然高企。
- ② 高净值人群对未来2年内的中国经济保持信心，银行是最主要的财富管理渠道，尤其是中资银行。口碑相传是最重要的投资信息渠道。
- ③ 股票、房地产和本外币存款是目前最主要的三大投资项目；信托产品、股权投资和兴趣投资会成为未来三年吸引更多关注的项目，房地产和股票仍受关注。
- ④ 1/3的高净值人群拥有海外资产，海外资产在总资产中的平均占比为19%。子女教育是海外投资的最主要目的，投资标的以房地产为主。
- ⑤ 6成高净值人群有移民意向，美国和加拿大是主要移民目的国家。

## 1.1 经济形势分析

### 宏观经济分析

2011年以来，中国经济运行总体平稳，结构进一步优化。当前国内外环境急剧变化为经济平稳发展带来了显著压力，物价增长有所回落，投资、消费和净出口对经济的拉动保持稳定，货币供应量增速趋稳。预计四季度中国经济增长9.4%左右，全年经济增长水平也在9.5%上下；四季度CPI上涨5.3%左右，PPI上涨6.8%，全年CPI上涨5.6%左右。当前和未来一段时间，中国经济“失速”风险还在加大，调节物价和促进增长给货币政策操作带来两难，房地产市场的拐点正在形成。未来宏观政策基本取向不变，仍将实行积极的财政政策和稳健的货币政策，房地产市场调控方向保持不变，进口和出口均需鼓励和推动。

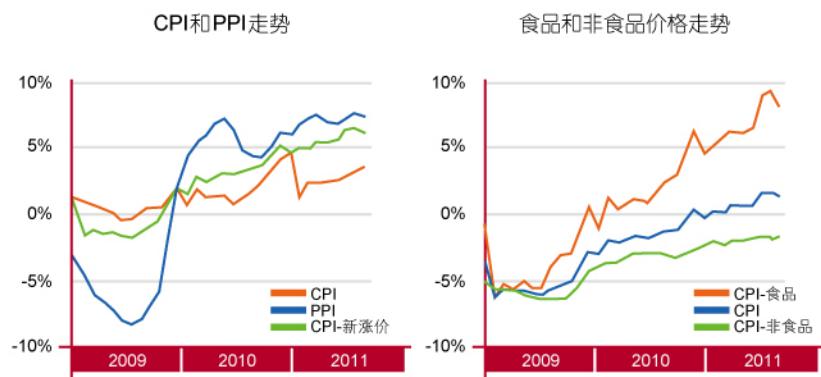
**特点1：**GDP增长趋于稳定：预计四季度中国经济增长9.4%左右，全年经济增长在9.5%上下；四季度CPI上涨5.3%左右，PPI上涨6.8%，全年CPI上涨5.6%左右。

**特点2：**物价水平依然高企：8月份CPI同比增速虽小幅放缓，但环比仍为正增长，扣除翘尾因素后的同比增速仍在加快，中长期内经济结构调整过程中物价水平将维持高位。

**特点3：**“三驾马车”增长均有放缓：投资增速略有回落，消费增速保持平稳，对外贸易增长稳定，进口增速快于出口。

**特点4：**货币供应量回落速度趋稳：预计四季度宏观调控政策总基调仍将保持不变，继续实施积极的财政政策和稳健的货币政策，流动性仍然偏紧，但利率和存款准备金调整的可能性较小，货币政策调控将以公开市场操作为主。

此章节来源：中国经济金融展望季报，中国银行国际金融研究所



## 行业变化趋势

在近二年的胡润百富榜上，排名前三位的行业始终是地产业、制造业和金融与投资。各大行业的分布也保持基本稳定，无明显行业变化。

### 房地产

房地产以23.5%的比例排在今年首位，与去年相比上升了3.4%。房地产行业前50位的平均财富为135亿，远高于其他行业。尽管有国家关于地产业的系列严厉调控，但是地产业造富能力仍逆势上升。前50位房地产上榜富豪中，住宅开发的人数最多，其次为商业地产，但是两者数字十分接近。限购政策背景下，商业地产项目更多地受到房地产商的青睐，但市场风险和政策风险也正在积聚。

### 制造业

制造业在今年百富榜上的比例依旧仅次于房地产行业，为19.1%左右。白色家电是制造领域里一个重要分支，这个领域也创造出很多中国制造的知名品牌。

### 金融与投资

金融行业榜单上的企业家的财富大部分来自于对平安保险、民生银行、招商证券的投资。股市的不断触底使上榜企业家由之前两年的纷纷减持变为今年逐渐增持。例如史玉柱从年初开始不断增持民生银行，终于重回10大股东。

### 资源

资源由矿产和传统能源组成。矿产业在百富榜连续几年呈下降趋势，一定程度反映了目前矿业整合的趋势。矿产业是上榜富豪投资的热门行业之一，是大部分是富豪们的副业。开采矿产最多是铁矿和铜矿。传统能源方面还是以煤炭为主。

### IT

IT行业占总上榜人数的5.8%左右。前50位的平均财富为70亿元，创历年最高。前50位中有17位新人上榜，平均年龄49岁。北京是IT企业最聚集的区域。上市公司比例高达87%。

### 新能源

太阳能行业有待复苏，该行业上榜富豪财富较去年明显下降。新能源类民营企业上市比例较高，很多选择在海外市场上市，此类项目前景看好。随着全球环保概念的推广，更多的新能源种类例如风能等也会慢慢成为新的主要替代能源。

### 医药

医药行业近几年发展迅速，占百富榜总人数5.5%左右，比去年有所提高。上市公司所占比例很高。医药富豪的财富来自中药和中成药领域的最多，其次是制剂药领域。医药行业前两名的主要产品均以海外市场为主，这在其他行业非常少见。

### 服装纺织

服装纺织在今年总榜上的比例为5.1%。前30位中，平均财富为64亿元，创出新高。休闲服生产企业比例最高。今年服装行业特别是休闲服饰行业，受库存压力影响，市值普遍大幅缩水。

行业	2011年	2010年
房地产	23.5%	20.1%
制造业	19.1%	19.5%
金融与投资	6.7%	7.0%
资源	6.5%	6.3%
IT	5.8%	6.7%
新能源	5.6%	5.3%
医药	5.5%	4.6%
服装纺织	5.1%	4.6%
社会服务	4.6%	4.1%
零售	4.2%	3.2%
钢铁	3.4%	3.4%
食品饮料	2.9%	2.3%
建筑	2.5%	1.1%
农林牧渔	2.0%	1.9%
娱乐与文化	1.4%	1.3%
交通运输、仓储	1.3%	1.3%

数据来源：胡润研究院

## 1.2 投资项目

### 投资信心

总体来说，高净值人群对未来两年的中国经济发展保持乐观，54%的受访人群选择了“非常有信心”。从历年趋势来看，2009年由于经济危机，高净值人群对经济的信心有明显下降的趋势。2010-2011年，则明显回升。

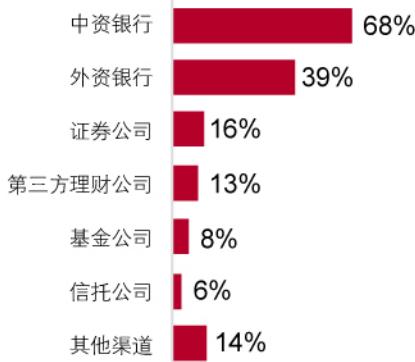
	2011年	2010年	2009年
非常有信心	54%	56%	44%
还算有信心	44%	43%	48%
没有信心	2%	1%	8%

数据来源：胡润研究院《2011至尚优品-中国千万富豪品牌倾向报告》

### 财富管理渠道

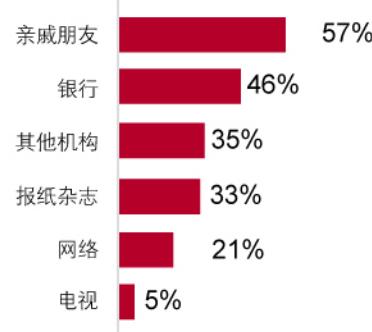
高净值人群更愿意使用银行作为财富管理渠道。其中，近7成选择中资银行。而南部的人群对外资银行的接受程度稍高。在了解投资信息时，亲戚朋友的口碑仍然是最主要的来源，近6成的高净值人群会使用这种方式，他们圈子意识较强，通常都有较为固定的社交圈，彼此相互信任共同发展，在有好的投资机会时也会及时与圈内朋友分享。除此之外，银行也是一个重要的投资信息来源渠道。

财富管理渠道



数据来源：中国私人财富管理专项研究

投资信息来源



数据来源：中国私人财富管理专项研究

### 高净值人群个人财富投资趋势

#### 趋势1：金融理财意识提高，风格趋于稳健

2011年以来，日本大地震对地区乃至全球经济的冲击、欧债危机的纵深蔓延以及美国长期主权信用评级下调，使中国市场的外部风险增加。此外，2010年到2011年第三季度中国经济持续高增长，但经济结构调整以及地方债务处理和房地产市场调控预期仍会给市场带来不确定性。在调查中，部分高净值人士表示将采用稳健的投资策略，首重个人资产保值，合理追求增值收益。

#### 趋势2：一部分人仍追求高回报

中国的高净值人士大多数为个人或家族财富的第一代创造者和拥有者。较多人在较短时间内靠实业积累了大量的财富。他们现阶段的金融投资相比较其它国家个人投资者来说更加追求高回报。虽然在金融危机后风险防范意识显著提高，但是2010-2011年的高通胀使得高净值人士仍然要求较高的投资回报率。他们的实业投资多依靠自身多年积累的产业和经营管理经验，而金融投资会寻求更多专业可靠的信息来源、知识和建议。

#### 趋势3：风险防范意识提高，投资渠道多样化需求强烈

在金融危机后，中国的高净值人士提高了风险防范意识，并主动寻求多样化资产配置。在投资需求高涨的同时，股市震荡和房地产市场投资受限，高净值人士表示会更多的尝试新兴投资渠道以配置符合自身接受能力和要求的资产组合。

#### 趋势4：企业需要持续资金注入，个人财富与企业财富界限难以区隔

在产业结构调整、劳动力成本升高、通胀和人民币升值等压力下，许多以传统行业为主的高净值人士在访谈中表示在进行企业的转型升级或尝试多元发展，尤其是成长期和中小型企业主陆续投入了大量的资金到企业运营中。个人财富和企业财富之间存在高度的流动性，财富界限很难明确划分。

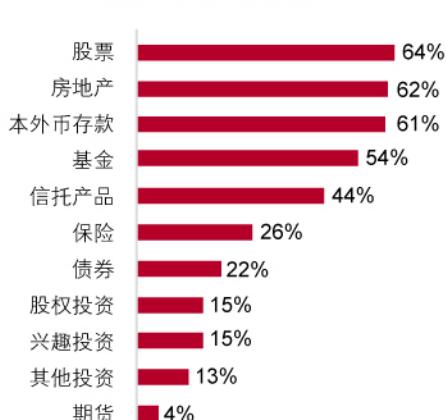
## 重点投资项目

股票、房地产和本外币存款是目前最主要的三大投资项目，超过60%的高净值人群都会投资于这3个项目。股票在全国各地区的投资比例较接近，东部更多的高净值人群投资于房地产，而北部和西部的高净值人群在投资上相对保守，更多地使用本外币存款。

一半多的高净值人群会投资基金，超过40%投资信托产品。信托产品在东部和南部更受欢迎。

亿万财富人群在房地产和股权投资的比例上明显高于千万财富人群。其中，超过80%投资于房地产，超过40%有股权投资。

过去三年内的投资项目

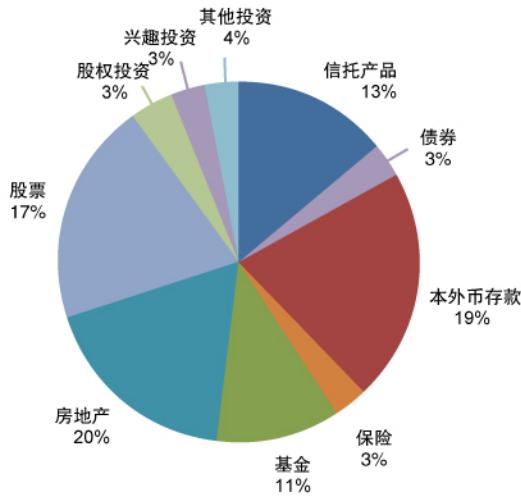


	北部	西部	东部	南部
股票	59%	68%	66%	63%
房地产	56%	58%	75%	63%
本外币存款	64%	61%	54%	53%
基金	52%	61%	48%	58%
信托产品	41%	39%	48%	53%
保险	24%	35%	25%	0%
债券	19%	25%	23%	11%
股权投资	16%	10%	25%	5%
兴趣投资	17%	12%	17%	11%
其他投资	17%	7%	11%	11%
期货	1%	5%	7%	0%

数据来源：中国私人财富管理专项研究

在投资比例上，投资在前三大投资项目：股票、房地产和本外币存款上的比例各占二成左右。接下来是信托产品和基金，占比都超过10%。其中，东部的高净值人群在房地产和信托产品上的比例较其它地区高，而本外币存款的比例则较低。西部地区的基金比例略高。

过去三年内各投资项目占比



数据来源：中国私人财富管理专项研究

尽管目前只有不到一半的高净值人群投资了信托产品，但在未来三年内潜力巨大，41%的高净值人群表示会增加投入或重点关注信托产品，尤其是南部地区。

作为传统投资项目，房地产和股票在未来三年仍值得关注，尤其是在南部地区的高净值人群中的受关注程度更高。

目前的小众投资产品：股权投资和兴趣投资，也很有可能成为未来三年的投资热点，东部地区的高净值人群对这两个项目的关注度较高。

### 未来三年重点投资项目

		北部	西部	东部	南部
信托产品	41%	信托产品	35%	42%	33%
房地产	38%	房地产	39%	34%	40%
股票	33%	股票	29%	38%	29%
股权投资	26%	股权投资	24%	15%	45%
兴趣投资	19%	兴趣投资	19%	17%	32%
基金	19%	基金	16%	28%	8%
本外币存款	12%	本外币存款	13%	11%	11%
债券	10%	债券	12%	15%	5%
保险	9%	保险	10%	12%	5%
期货	9%	期货	8%	13%	4%
其他投资	9%	其他投资	9%	8%	8%

数据来源：中国私人财富管理专项研究

### 信托产品投资：

因为可跨领域最多、弹性最大，成为受高净值人士青睐的增长较快的理财工具。根据中国信托业协会的数据，2010年底，信托公司管理的资产规模约为人民币3.1万亿元，2009年底和2008年底的资产管理规模分别为人民币2万亿元和1.24万亿元。信托产品的数量和规模不断创出新高，信托产品的种类也呈现多元化态势，出现了如房地产信托、银信理财产品、艺术品信托和版权信托等多种信托产品。

### 房地产投资：

当前房地产市场具有以下特征：1)商品住宅市场“量跌价滞”，市场冷清；2)银行贷款进一步收紧，信贷环境不佳，融资渠道单一，房企资金压力日益明显；3)限购范围正在扩大，住建部已公布“二三线城市限购5项标准”，督促符合条件的城市严格执行限购政策；4)保障房建设加速。在这种情况下，投资者纷纷转入观望状态，使房价进入相持阶段。一般认为，政府对房地产的紧缩政策不会放松，房市出现2009年反弹的情况不大可能，但也可能出现大幅下跌。由于中国传统对不动产的偏好，许多有富余资金的人士投资的首选仍是房产，未来房价很可能面临同比环比增速下降，但每年略有上升的情况，进入一个精挑细选，结构性投资的时代。

同时，因为国家调控仍在加强并向二三线城市蔓延，一些前几年主力投资房地产的人士纷纷在拓展新的投资渠道；同时也有部分人士表示会继续关注商业地产投资。但在近期投资环境不明朗的情况下，访谈中大部分高净值人群表示，暂时不会抛售房产套现。

### 股票和基金投资：

作为传统投资产品，股票和基金投资仍占总体投资很重要的一个部分。2010年以来股市环境不断变化，国际上欧债危机和美国主权信用降级使全球经济前景颇为黯淡，而国内CPI屡创新高，出台房市调控政策，推出股指期货融资融券，股市形势难以预测，大部分高净值人群在股市或基金的投资上趋于谨慎。预期未来股票和基金投资将保持稳定，不会出现重大变化。

### 股权投资：

处于增长态势，尤其是创业板开闸以来的Pre-IPO投资，相对于早中期投资，因其周期短，退出便捷、不确定性较小等原因受到很多高净值人群的青睐。快速消费品产业，互联网产业，医疗健康产业和新能源产业是关注的热点。

### 兴趣投资：

包括艺术品、奢侈品、酒类的收藏投资和与此类标的挂钩的另类理财产品。在经济环境复杂、通胀预期尚未消除、投资渠道较少的情况下，此类投资方式越来越受到关注，而其高成长性使之成为近几年的市场新宠。但此类市场在国内尚未成熟，且具有相当的专业要求，因此现阶段投资者相对小众。

胡润百富创始人兼首席调研员胡润表示：“中国富人正在寻找如何利用财富。慈善和艺术都是他们提升财富品质的关键性选择。收藏艺术品，特别是中国当代艺术品，就像中国富豪热衷的‘国学’一样，表明了他们对自己文化的理解能力和希望身价提升的认同。”但是仍然有很多高净值人群还没有开始艺术收藏，因此市场潜力巨大。

中国高净值人群正在经历由富及贵的过程。平均年消费占所有资产的5%，同时，年消费中有7%用于收藏。在收藏方面，手表和红酒越来越受欢迎，有明显上升的趋势，古代字画保持稳定，当代艺术从2008年的高峰开始下滑。亿万财富人群平均拥有4.6块手表，“最青睐的手表”品牌是百达翡丽，其次是江诗丹顿和卡地亚。平均拥有3.9辆车，“最青睐的超级豪华商务车”品牌是劳斯莱斯，“最青睐的超级豪华自驾车”是宾利欧陆飞驰，“最青睐的超跑”是兰博基尼。

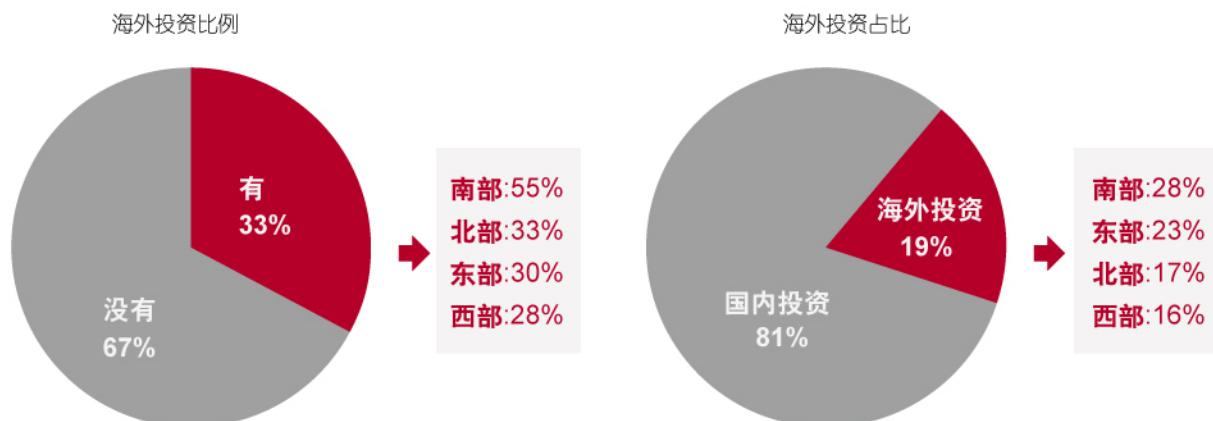
排名	品类	比例
1	手表	44%
2	古代字画	15%
3	红酒/限量白酒	13%
4	车	12%
5	当代艺术	7%
6	瓷杂	5%

数据来源：胡润研究院《2011至尚优品-中国千万富豪品牌倾向报告》

## 1.3 海外投资

### 海外投资比例

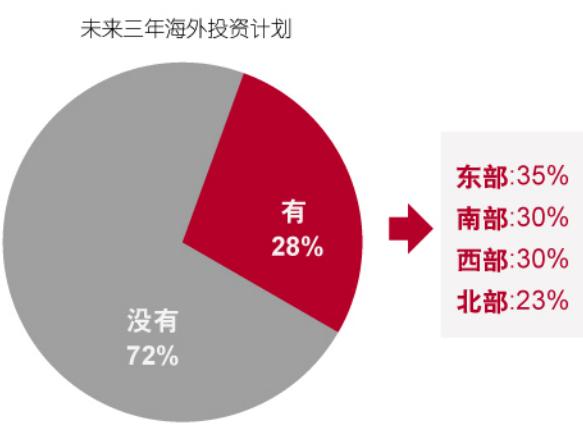
1/3的高净值人群拥有海外资产，海外资产在总资产中的平均占比为19%。其中，南部的高净值人群无论是在拥有海外资产的人数比例，还是其海外资产在个人总资产中的占比都是最高的，这主要因为地理位置的优势，较多南部高净值人群会在香港投资。亿万财富人群的海外投资比例更超过50%。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

数据来源：中国私人财富管理专项研究

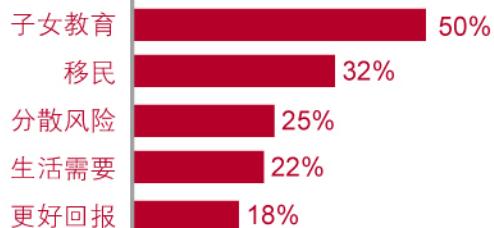
在目前没有海外资产的高净值人群中，也有将近30%的人在未来三年有进行海外投资的计划。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

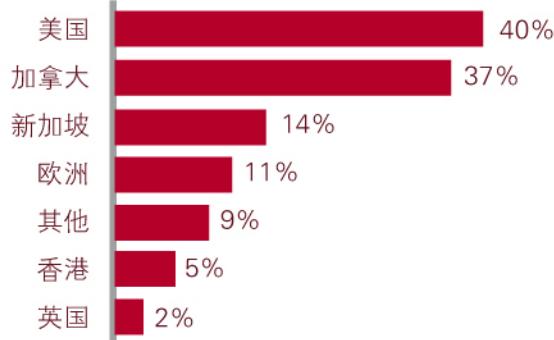
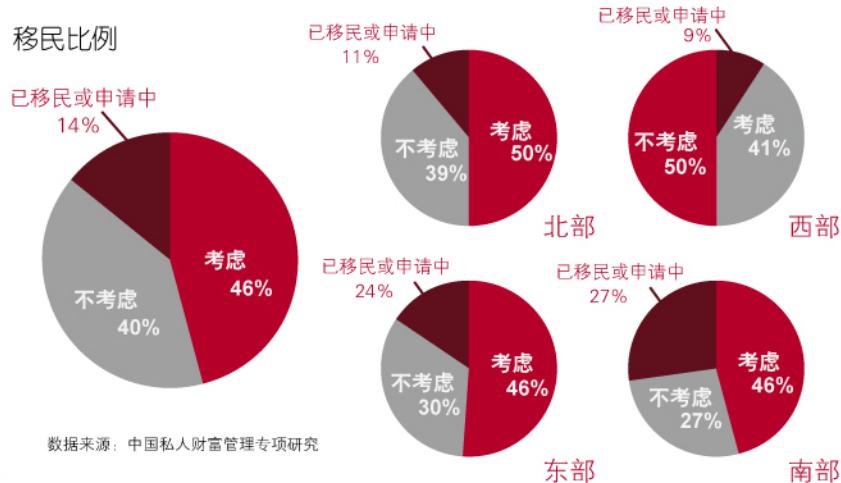
### 海外投资目的

子女教育是海外投资的最主要目的，一半的高净值人群因为子女教育而进行海外投资。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

另外1/3海外投资是为了移民。60%的高净值人群有移民意向或已申请移民，其中东部和南部有移民意向的超过7成。目前已移民或者在申请中的比例为14%，东部和南部为1/4左右。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

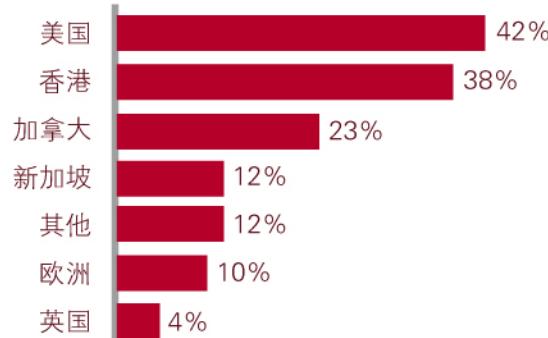
## 海外投资标的

国内投资渠道较少和高通胀使得许多高净值人群布局海外，以满足多样化投资方案的需要。美国成为最受欢迎的海外投资国家。香港以其地理优势位居第二。

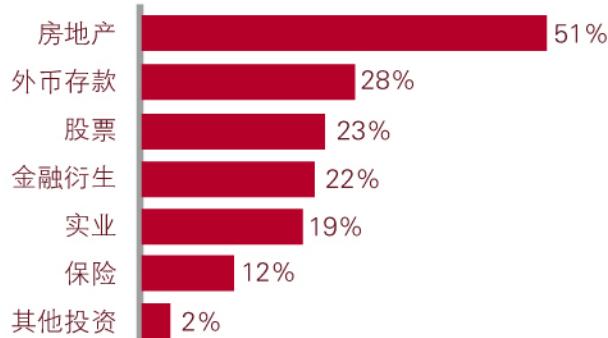
尽管欧债危机进一步恶化，全球经济复苏不确定性进一步加大，国外房市情况不容乐观，莱坊（Knight Frank）全球房价指数表明，全球房价过去12个月上涨为1.7%，今年第二季度增长仅为0.1%，而调查的50个国家内有23个国家房价较上季度持平或有下降。投资海外房地产同时面临政局风险，汇率风险，经济低迷增长空间小，对海外政策不熟悉，高额的房产税、律师费等诸多问题，但是由于具备方便移民、以房养学，较低价格，永久产权等优势，海外房产投资依然火热。莱坊最新的调查数据显示，最近的两个月里，中国的买家在伦敦已经花掉一亿两千万英镑置产，他们中的大部分人所购置的房产，价格在四十万英镑和一百万英镑之间。莱坊调研数据也显示中国已经成为新加坡最大海外私人住宅买家，中国买家今年第二季度占新加坡房产海外买家的26%，超过马来西亚的20%和印度尼西亚的16%。

其次受欢迎的是海外存款。大多数受访高净值人群表示，由于对海外市场缺乏了解，并且掌控力度不够，因此追求高收益不是海外投资的主要目的。

### 海外投资国家



### 海外投资标的



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 第2章

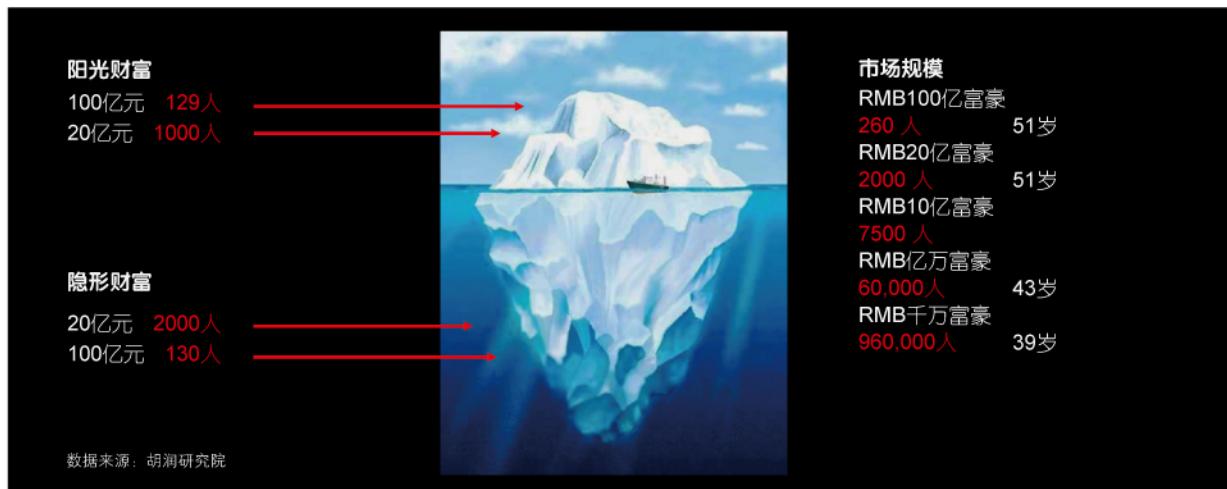
# 高净值人群总览和财富分布

### 总体发现

- ① 2011 年中国千万财富人群 96 万人，亿万财富人群 6 万人。相比去年增幅均超过 9%，增长主要原因为 GDP 和房价的增长。
- ② 北京、广东、上海、浙江是高净值人群最多的地区，但内陆城市的高净值人群增长趋势明显。
- ③ 高净值人群主要分为企业主、“炒房者”、“职业股民”和“金领”，房地产和制造业是最主要的两大造富产业。
- ④ 金融与投资、娱乐与文化、零售很有可能成为将来最有潜力的三大行业。

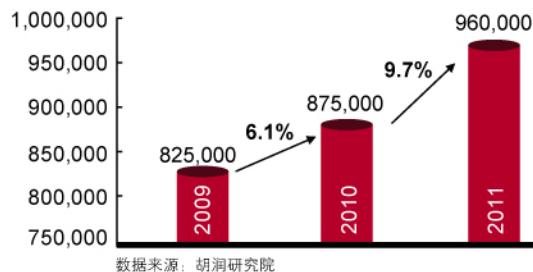
## 2.1 资产层次、人数及轮廓

### 中国高净值人群数量



### 千万财富人群人数：

2011年全国千万财富人群人数增长9.7%，较去年6.1%的增长有明显上升，主要是因为2010年中国GDP增长了10.3%，以及房价的上涨，尤其是高端房产价格较快上涨。根据国家统计局公布的《2010年统计公报》，2010年全国70个大中城市新建商品住宅销售价格全年平均涨幅在13.7%；而根据英国莱坊公司的报告，上海高端房产的价格去年上涨了21%。2010年的股票市场几乎没有大的波动。

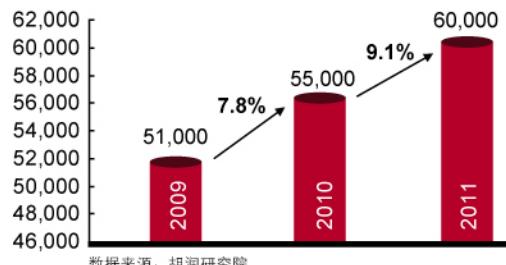


### 千万财富人群轮廓

总体来说，全国千万财富人群平均年龄为39岁，出生于1972年；男女比例为7:3；平均拥有3.3辆车、3.7块手表；平均年拥有假期15天；休闲时间，喜欢旅游、高尔夫和看书；60%不抽烟；喜欢喝红酒和威士忌；钟情于投资房地产和股票；喜欢收藏手表和古代字画。此外，对酒的收藏已经超过了车。纳税仍然是他们认为体现企业家社会责任的最好方式。在为孩子选择高中教育目的地时更多地倾向于英国、美国、加拿大和澳大利亚等国家，而选择硕士教育目的地时则更倾向于美国。

### 亿万财富人群人数

亿万财富人群人数已达6万人，相比去年增长9.1%。全国亿万财富人群人数增长，同样是因为2010年中国GDP的大幅增长以及房价的上涨，尤其是高端房产价格的涨幅明显高于普通住宅的房产价格涨幅。同时亿万财富人群人数增长的原因还包括艺术品收藏和对高端房产的投资，如投资老洋房、四合院。



### 亿万财富人群轮廓

总体来说，中国亿万财富人群平均年龄为43岁，比千万人群长4岁；平均拥有4.6块手表、3.9辆车；平均年拥有假期16天，比千万人群多一天，平均出国频率1年4次，比千万人群多1次；国内旅游，他们更青睐澳门。外出时，他们更喜欢坐商务头等舱，住高端奢华酒店。休闲时间，他们更喜欢家庭活动、登山和网球，打高尔夫他们比千万人群打得好一点；品酒方面，明确更喜欢喝红酒；收藏方面，对四合院或老洋房表现出明显的偏好。在孩子的教育上，他们更倾向于在孩子更小的时候送他们出国学习。这类人群拥有实力购买千万级的豪宅和游艇，以及百万级的汽车，他们是高档珠宝和私人银行的优质客户。

## 二十亿财富人群人数及轮廓

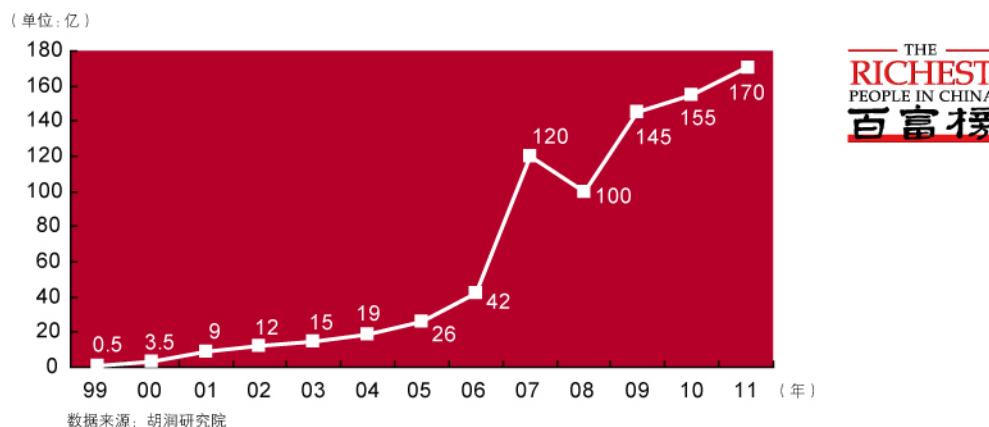
目前全国二十亿财富人群大约有 2000 人，其中 1000 人为阳光财富，其余为隐形财富。

二十亿财富人群中，企业主的比重占 95%，企业占其所有资产的 75%。他们拥有 2-3 套自住房产，总价值 6000 万以上，拥有总价值 1000 万以上的汽车，和 5000 万的艺术品收藏。可投资资产占其所有资产的 15%。二十亿财富人群中，有 5% 属于“投资家”，可投资资产占其所有资产的 60%。他们拥有总价值 1 亿元以上的自住房产，500 万的汽车，并收藏了价值 3 亿元的艺术品。

## 中国富豪主要发展阶段

1993 年：下海；1997 年：第一桶金；2007 年：公司上市；2010 年：开始套现。

### 胡润百富榜历年第 50 名财富趋势



数据来源：胡润研究院

## 中国同全球高净值人群比较

### 特点 1：增速快

在全球美金十亿富豪中，美国富豪人数排名第一，占 1/3，其财富占比也为 1/3；中国美金十亿富豪虽然在人数上与美国相差较大，但已排名第二，占总人数的 1/10，财富占比 5%；俄罗斯富豪人数排名第三。

各项调查表明，中国富豪人数的增速高于全球富豪。全球十亿美金富豪 2011 年超过千人，较 2010 年增长近 20%，而中国十亿美金富豪 2011 年的人数为 254 人，2010 年为 189 人，增长率超过 25%。全球资产百万美金以上富豪人数 2010 年上升 8.3%，达 1090 万人；中国百万美金富翁增长率为 12.0%，列第四位，仅次于美国，日本，德国。

### 特点 2：白手起家

中国超过 98% 的上榜富豪是白手起家的第一代，而在全球富豪中，该比例远低于此。

### 特点 3：年轻化

中国美金十亿富豪的平均年龄较全球年轻 15 岁。

### 特点 4：女性多

全球十亿美金富豪中，女性比例为 8%，而 2011 年胡润百富榜中，女性比例为 13%，同时，中国拥有全球最多白手起家的女富豪。在全球前 28 位白手起家的女富豪中，中国占了 18 位。胡润百富创始人兼首席调研员胡润表示：“在中国男女平衡的进步比很多外国人想象的要快。”

## 编制方法

主要调研中国大陆地区的千万资产富裕人士和亿万资产富裕人士数量和地域分布情况。富裕人士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：自己所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。该报告以省份和城市为单位，调查富裕人士人口分布，并以富裕人士的长期居住地为参考依据。例如，虽然在海南拥有高档房产的人很多，但是由于海南的房产绝大多数是富裕人士选择的第二套房产，因此按照评判标准海南本土的富裕人士并没有太大的涨幅。本报告参考数据截至 2010 年 12 月 31 日。

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，然后结合洛伦兹曲线模型进行宏观分析统计。

## 2.2 地区分布

### 千万财富人群地区分布

北京有 17 万千万财富人群，排名第一；广东有 15.7 万千万财富人群，排名第二；上海有 13.2 万千万财富人群，排名第三。北京在前三大地区中增幅最快，超过 10%。部分内陆城市发展迅速，千万财富人群增幅较大，超过 15%，如内蒙古、青海、安徽、吉林、重庆、陕西和新疆。

排名	省/市	人数	占比（%）	增幅（%）
1	北京	170,000	17.7%	12.6%
2	广东	157,000	16.4%	8.3%
3	上海	132,000	13.8%	8.2%
4	浙江	126,000	13.1%	8.2%
5	江苏	68,000	7.1%	8.6%
6	福建	36,000	3.8%	7.5%
7	山东	33,000	3.4%	8.2%
8	辽宁	29,000	3.0%	8.2%
9	四川	24,000	2.5%	8.6%
10	河南	16,500	1.7%	8.6%
11	天津	16,000	1.7%	10.3%
12	河北	15,500	1.6%	6.9%
13	山西	14,000	1.5%	5.3%
14	湖北	13,500	1.4%	8.0%
14	湖南	13,500	1.4%	8.0%
16	陕西	13,000	1.4%	18.2%
17	内蒙古	12,500	1.3%	22.5%
18	重庆	11,500	1.2%	18.6%
19	黑龙江	11,000	1.1%	14.6%
20	江西	9,000	0.9%	9.8%
21	安徽	8,500	0.9%	19.7%
22	吉林	7,500	0.8%	19.0%
23	云南	5,500	0.6%	14.6%
24	广西	5,000	0.5%	8.7%
25	海南	4,000	0.4%	14.3%
26	贵州	3,000	0.3%	11.1%
26	新疆	3,000	0.3%	15.4%
28	宁夏	800	0.1%	14.3%
29	甘肃	700	0.1%	7.7%
30	青海	600	0.1%	20.0%
31	西藏	400	0.0%	14.3%
<b>总计</b>		<b>960,000</b>	<b>100%</b>	

数据来源：胡润研究院

## 亿万财富人群地区分布

北京有 1 万亿万财富人群，排名第一；广东有 9,000 亿万财富人群，排名第二；上海有 7,800 亿万财富人群，排名第三。从增幅上来说，广东比北京和上海的增幅大，为 9.8%。部分内陆城市尽管人数不多，但增速不容小觑，如西藏、青海、云南等。

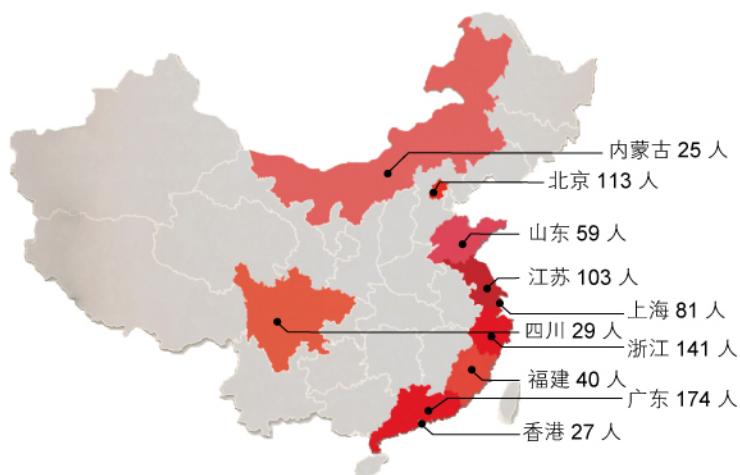
排名	省/市	人数	占比（%）	增幅（%）
1	北京	10,000	16.7%	6.4%
2	广东	9,000	15.0%	9.8%
3	上海	7,800	13.0%	6.8%
4	浙江	7,450	12.4%	10.2%
5	江苏	4,600	7.7%	7.0%
6	福建	2,200	3.7%	4.8%
7	辽宁	1,920	3.2%	12.3%
8	山东	1,900	3.2%	10.5%
9	四川	1,700	2.8%	11.8%
10	山西	1,250	2.1%	12.6%
11	河北	1,200	2.0%	8.1%
12	天津	1,180	2.0%	14.6%
13	河南	1,150	1.9%	10.6%
14	湖北	1,000	1.7%	11.1%
14	安徽	850	1.4%	11.8%
16	内蒙古	790	1.3%	12.9%
17	湖南	760	1.3%	13.4%
18	陕西	760	1.3%	11.8%
19	江西	760	1.3%	11.8%
20	重庆	730	1.2%	12.3%
21	黑龙江	730	1.2%	9.0%
22	云南	500	0.8%	16.3%
23	吉林	480	0.8%	11.6%
24	广西	370	0.6%	12.1%
25	贵州	260	0.4%	8.3%
26	新疆	240	0.4%	14.3%
26	海南	160	0.3%	23.1%
28	宁夏	90	0.2%	12.5%
29	甘肃	80	0.1%	14.3%
30	青海	50	0.1%	25.0%
31	西藏	40	0.1%	33.3%
<b>总计</b>		<b>60,000</b>	<b>100%</b>	

数据来源：胡润研究院

## 二十亿财富人群地区分布

根据《2011年胡润百富榜》，广东省是最多二十亿财富人群的地区，有174人；浙江省仍然排名第二，有141人；北京今年超过江苏，排名第三，有113人；江苏省排名第四，有103人；上海排名第五，有81人。此外，内蒙古表现较好，有25人。

排名	省/市	人数	占比（%）
1	广东	174	17.3%
2	浙江	141	14.0%
3	北京	113	11.2%
4	江苏	103	10.2%
5	上海	81	8.0%
6	山东	59	5.9%
7	福建	40	4.0%
8	四川	29	2.9%
9	香港	27	2.7%
10	内蒙古	25	2.5%
11	河北	24	2.4%
12	河南	18	1.8%
12	湖南	18	1.8%
12	山西	18	1.8%
15	辽宁	16	1.6%
16	重庆	15	1.5%
17	天津	14	1.4%
18	湖北	12	1.2%
18	江西	12	1.2%
20	云南	11	1.1%
21	陕西	10	1.0%
22	安徽	9	0.9%
23	广西	6	0.6%
24	贵州	5	0.5%
24	黑龙江	5	0.5%
24	吉林	5	0.5%
27	新疆	4	0.4%
28	甘肃	3	0.3%
28	宁夏	3	0.3%
28	美国	3	0.3%
31	澳门	1	0.1%
31	海南	1	0.1%
31	西藏	1	0.1%
31	新加坡	1	0.1%



数据来源：胡润研究院

## 2.3 财富来源

### 千万财富人群财富来源

中国千万财富人群主要分为四种类型：企业主、“炒房者”、“职业股民”和“金领”。

**企业主** ——企业的拥有者。这部分人群占所有千万财富人群的 55%，大约有 53 万人。企业占其所有资产的 65%。他们拥有 200 万以上的自住房产，30 万的汽车，以及 120 万以上的可投资资产（包括现金、股票和其他投资）。

**“炒房者”** ——累积一定资金后，他们开始进行各种类型的投资，主要投资房地产。拥有的数套房产，在过去几年内升值很快。这部分人群占 20%，大约有 20 万人。投资性房产占其所有资产的 60%。他们拥有 250 万以上的自住房产，30 万的汽车，另外还有一点点艺术品收藏。这些人的平均年龄比其他千万财富人群高一点，为 45 岁。基本从十年前就开始炒房。

**“职业股民”** ——拥有一定资金后，投资股票，并且获得相当高的收益。这部分人群占 15%，大约有 15 万人。股票投资占其所有资产的 60%。他们拥有 300 万以上的自住房产，和 50 万的汽车。平均从 2004 年开始炒股。

**“金领”** ——包括大型企业集团、跨国公司的高层人士，他们拥有高额年薪、公司分红等来保证稳定的高收入。这部分人群占 10%，大约有 10 万人。他们拥有 500 万以上的自住房产，和 50 万的汽车，可投资资产占其所有资产的 40%。

### 亿万家财富人群财富来源

中国亿万家财富人群来源主要可分为三种类型：企业主、“炒房者”和“职业股民”。

**企业主** ——亿万家财富人群中，企业主的比重进一步上升，占 75%，大约有 4.5 万人。企业占其所有资产的 65%。他们拥有 1500 万以上的自住房产，3-4 辆汽车，和一些艺术品收藏。可投资资产占其所有资产的 15%。

**“炒房者”** ——亿万家财富人群中，“炒房者”的比重占 15%，大约有 9,000 人。房产投资占其所有资产的 80%。他们拥有 1500 万以上的自住房产，3-4 辆汽车，和一些艺术品收藏。

**“职业股民”** ——亿万家财富人群中，“职业股民”的比重占 10%，大约有 6,000 人。可投资资产占其所有资产的 80%，包含股票、现金和其他投资。他们拥有 1500 万以上的自住房产，3-4 辆汽车，和更多的艺术品收藏。

### 二十亿财富人群财富来源

将近 1/4 的二十亿财富人群来源于地产，其次是制造业，占比 20% 左右。这两个行业是目前最主要的 2 大造富产业，总占比超过 40%。另外超过 5% 的行业还有金融与投资，资源，IT，新能源，医药和服装纺织。

行业	2011年比例	行业首富	公司	首富财富（亿元）
地产	23.5%	许家印	恒大	430
制造业	19.1%	梁稳根	三一	700
金融与投资	6.7%	刘永好家族	新希望	115
资源	6.5%	陈发树	新华都（紫金矿业）	140
IT	5.8%	李彦宏	百度	525
新能源	5.6%	朱共山	保利协鑫	160
医药	5.5%	李金元	天狮	220
服装纺织	5.1%	邱光和家族	森马	330
社会服务	4.6%	俞敏洪	新东方	100
零售	4.2%	张近东	苏宁电器	270
钢铁	3.4%	沈文荣	沙钢	330
食品饮料	2.9%	宗庆后家族	娃哈哈	680
建筑	2.5%	朱兴良家族	金螳螂	120
农林牧渔	2.0%	傅光明	圣农	100
娱乐与文化	1.4%	马化腾	腾讯	250
交通运输、仓储	1.3%	高彦明	远洋	190

数据来源：胡润研究院

同时，自 2008 年开始，套现趋势明显显露。胡润研究院首席调研员胡润表示：“中国的企业家们越来越关注企业主业以外的投资领域，套现资金成为他们投资的主要来源之一。”中国的 PE 时代来临了，而财富管理机构也将逐步受到高净值人群的青睐，尤其是四大国有银行。

## 中国同全球富豪财富来源对比

中国富豪正处于初始的财富积累阶段，因此在财富来源上与全球富豪有明显的区别。中国有  $1/4$  的富豪的财富来源于地产，而全球富豪从事地产行业的只有  $1/10$  不到。在制造业的比例上中国也明显高于全球，在中国有大量劳动密集型的制造企业，低成本的人工优势使得中国的制造型企业在全球脱颖而出。

全球富豪最主要的财富来源于金融与投资，而中国在这一行业中的比例与全球相差甚远，另外在娱乐与文化和零售行业之间的差距也非常大，这也意味着将来会有更多的富豪出自这三大最有潜力的行业。

	全球富豪*		中国富豪	
	比例	排名	比例	排名
金融与投资	19.2%	1	6.7%	3
资源	9.1%	2	6.5%	4
娱乐与文化	9.1%	3	1.4%	15
房地产	9.0%	4	23.5%	1
零售	8.9%	5	4.2%	10
IT	8.8%	6	5.8%	5
制造业	8.5%	7	19.1%	2
食品饮料	5.6%	8	2.9%	12
社会服务	4.1%	9	4.6%	9
医药	4.0%	10	5.5%	7
建筑	3.1%	11	2.5%	13
交通运输、仓储	2.7%	12	1.3%	16
服装纺织	2.5%	13	5.1%	8
农林牧渔	1.9%	14	2.0%	14
钢铁	1.8%	15	3.4%	11
新能源	1.7%	16	5.6%	6

\*根据福布斯《2011年全球富豪榜》，由胡润研究院统计得出。

## 第3章

# 私人银行市场概况和发展趋势

### 总体发现

- ① 目前中国有 16 家中/外资银行在 22 个城市开设了超过 150 家私人银行机构, 管理资产规模超过 30,000 亿元。
- ② 多一半的高净值人群使用私人银行, 使用的主要目的是“资金安全”, “专业理财建议”和“高质量服务”。“品牌声誉”是他们在选择银行时最主要的考量因素。
- ③ 私人银行需要通过加强品牌知名度和美誉度来提高使用率。
- ④ 私人银行客户对目前的产品和服务的总体满意程度都较高。“固定收益类产品”是最受欢迎的产品, 他们购买私人银行产品的主要目的是财产保值和增值。“医疗健康服务”是最受欢迎的增值服务类型。
- ⑤ 中资银行占据私人银行市场的绝对主导地位, 中国银行和工商银行的客户数量居于前列。
- ⑥ 分散投资是主流投资方式, 2 年内的中短期投资产品受到高净值人群的青睐。

### 3.1 私人银行市场发展概况

#### 市场发展概况

自 2007 年 3 月中国银行在国内率先推出私人银行业务以来，各大国有银行以及股份制银行相继设置专门机构开拓市场。2007 年 8 月招商银行、中信银行私人银行相继开业，进入 2008 年，以争夺高端客户为目标的商业银行私人银行市场竞争愈演愈烈，交行、工行、建行相继推出私人银行服务，其他中型股份制银行如民生银行，也纷纷宣布加入战局；与此同时，拥有成熟经验和运作模式的外资银行，在该市场的布局更是明显提速，花旗银行、汇丰银行、渣打银行、东亚银行等多家外资银行都在国内推出了私人银行业务。目前已有 16 家中 / 外资银行在 22 个城市开设了超过 150 家私人银行机构，管理资产规模超过 30,000 亿元。

中外私人银行成立时间表		
银行名称	成立时间	客户门槛
中资银行	中国银行	2007年3月
	招商银行	2007年8月
	中信银行	2007年8月
	交通银行	2008年2月
	工商银行	2008年3月
	民生银行	2008年6月
	建设银行	2008年7月
外资银行	农业银行	2010年9月
	花旗银行	2006年3月
	渣打银行	2007年6月
	汇丰银行	2008年3月
	东亚银行	2008年5月

#### 市场特征

特征 1：历史短。私人银行业务在中国发展到今天也只有 4-5 年的历史。而瑞银，最长的客户续存期已达到 212 年，平均续存期为 46 年。

特征 2：目标客户基数大。目前在中国财富达到 1000 万以上的有 96 万人，其中有 40 万人可以拿出 1000 万进行投资。

特征 3：目标客户增速快。与全球高净值人群的增长速度相比，中国的增长速度明显快于全球速度。

特征 4：同质化严重。无论是产品还是服务，同质化趋势比较明显。

特征 5：中资银行占据主流。尽管外资银行在经验上具有绝对优势，但是在目前的经济形势和市场环境下，外资银行的客户人数大约只占到整个市场的 5%。

特征 6：客户群体以原有分支行的存量客户为基础，重新发展客户的难度较大。目前各家私人银行的客户中至少 70% 都由原分支行的客户升级而来。

## 客户特征

特征 1：处于理财的摸索期。还有相当一部分人群会赚钱但不会理财。尽管近几年来开始投资股票，房地产，甚至信托和股权投资，但对于更深层次的理财观念，如避税和风险对冲等，仍然了解不多。

特征 2：个人和企业资产难以区分。

特征 3：对于将财富交给私人银行打理仍有顾虑。只有 5% 的高净值人群愿意完全听取专业顾问的建议，而有 20% 的人倾向于自己完全掌控。

特征 4：将财富交给私人银行的主要目的是“保证资金安全”，因此对产品的收益率的期望值不高。在目前的经济形势下，并经历过追求高风险高回报的阶段后，资产的保值增值对于投资者来说显得更为重要。

特征 5：中短期投资产品受到青睐。

特征 6：习惯银行的免费服务，没有养成增值服务付费的习惯。

虽然国内私人银行业务在短时间内实现了跨越式增长，形成了一定市场规模，但也面临许多矛盾和问题，尚未真正建立起普遍认可的发展模式。

1. 私人银行部门与零售网点之间存在利益冲突，造成基层对私人银行业务的疑虑。这是由于现阶段私人银行经营模式缺乏创新，私人银行业务徘徊于贵宾理财模式和网点贵族化阶段，产品和服务与传统零售银行业务相比没有明显区别。

2. 各私人银行之间未形成良性竞争。产品和服务的同质化使市场竞争处于较低层次，往往仅靠营销活动从同业中挖掘客户资金，演变为抢客户的高成本争夺战。客户的忠诚度较低，客户流失率高，资金波动较大。

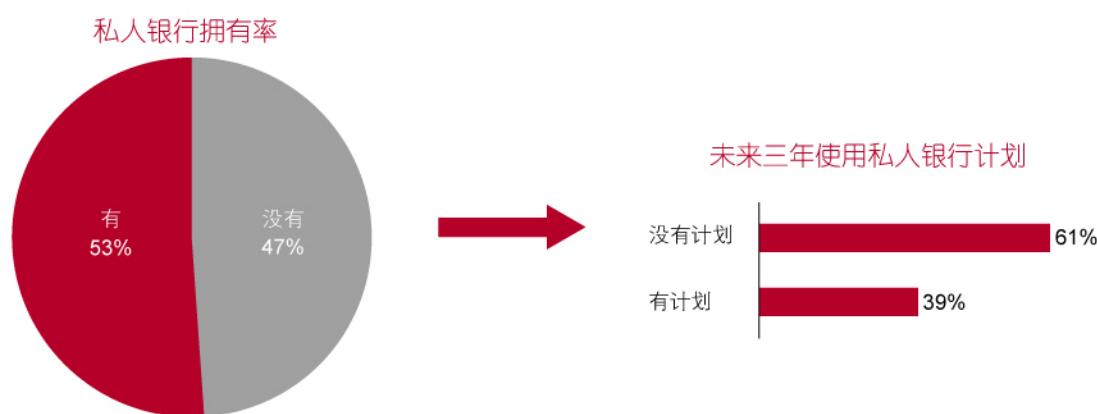
3. 未能提供专业化高质量的服务。传统商业银行的服务模式是以产品销售为主导的纵向管理体系，各产品由不同的部门管理，如信贷部门管理信贷产品，银行卡部门负责银行卡业务。而私人银行作为客户关系部门，需要建立一个由客户关系主导的内部管理体系，站在客户角度，从客户的需求出发，主动进行产品服务的组合配置。另一方面，国内银行还缺乏全方位、专业化的理财能力，尚不足以满足客户的需求。

4. 专业人才的匮乏。私人银行业务还处在发展初期的投入阶段，难以提供高竞争力的薪酬来吸引优秀人才。调整私人银行的薪酬体系既有来自银行支柱性收入来源业务部门的阻力，也要考虑其对整个成本体系的影响。所以，虽然各私人银行都意识到人才资源远不能满足市场需求，但在行动时仍心存顾虑。

## 3.2 私人银行市场分析

### 使用情况

在本次私人财富管理专项调查中，多一半的高净值人群使用私人银行。而在目前的非私人银行客户中，有将近 40% 的人在未来三年有意向使用私人银行。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

使用私人银行的主要目的为“资金安全”，“专业理财建议”和“高质量服务”。尤其在南部地区，“高质量服务”尤为重要。同时，我们在访谈中也发现，私人银行客户对“高回报”的期望值不高，他们都普遍认为，把钱放在银行的最主要目的就是确保资金安全，银行的资金只是他们分散投资的一部分，追求高回报会使用其他渠道进行投资。因此私人银行推出的低风险产品很受欢迎，并能很好地满足资产保值的需求。

## 使用目的

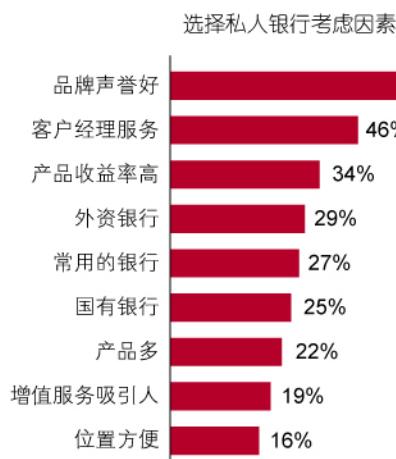


数据来源：中国私人财富管理专项研究

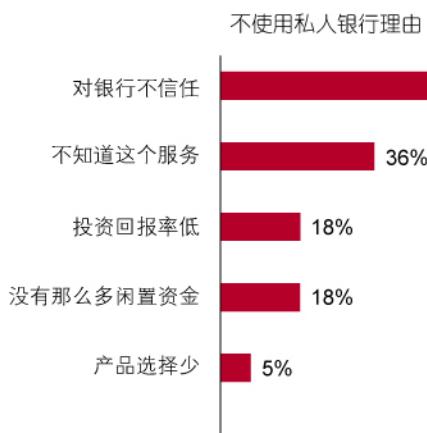
## 选择标准

“品牌声誉好”是选择私人银行时最重要的考量因素，7成客户会考虑该因素。接下来是“客户经理的服务”。1/3 的客户会将“产品收益率高”作为考虑因素。而在访谈中，我们发现，目前大部分客户是由原分支行的存量客户升级而来，因为：1) 客户经理比较容易接触到客户；2) 客户对原使用银行具备一定的信任感；3) 手续简便。

而不使用私人银行的主要原因为“对银行不信任”。此外，“不知道此项服务”也是一个重要原因。因此私人银行在提高美誉度和知名度方面还有待加强。



数据来源：中国私人财富管理专项研究



## 产品和服务需求

银行作为客观的资产管理者，能够为客户提供包含本机构内部和外部的产品和服务。私人银行业务是以客户关系为主导的高端综合金融服务，是高端客户需求的发起者和终结者。私人银行客户的需求是综合性的，且越是高端的客户，需求就越复杂而多元，也越希望得到“一站式”的服务。所以私人银行不能只是作为单纯的产品销售终端，而要有效地调查、发掘和引导客户需求，并及时将需求分析结果反馈到产品研发和服务机构。从客户需求出发，建立以客户关系为中心的服务体系，为客户个人、家庭和事业提供一揽子的综合服务。

## 意向购买的私人银行产品

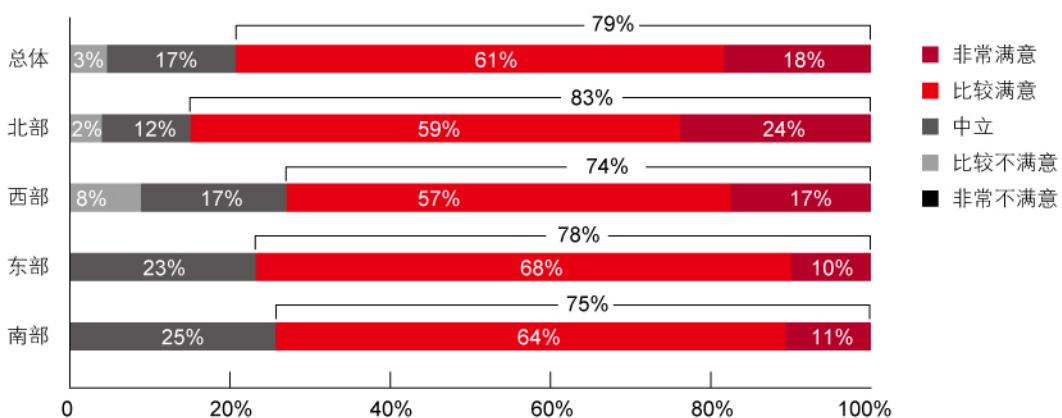
固定收益产品是最受欢迎的私人银行产品，信托产品次之。而在东部地区信托产品被接受程度更高。总体而言，信托业务具有极强的创新性和灵活性。信托产品的风险要高于银行存款，当然收益也远远高于存款，很适合具有一定风险承受能力的高净值人群客户。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 产品满意度

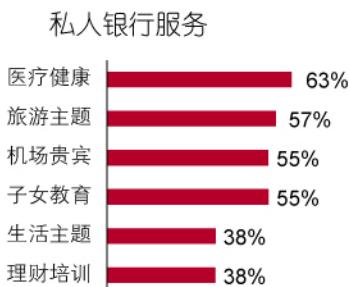
总体来说，私人银行客户对目前产品的满意度比较高，将近 80% 的客户表示满意。通过访谈，我们发现，客户对私人银行产品的满意度比较高的原因主要与其使用目的直接相关，客户购买私人银行产品的主要目的是保值和安全，从这个角度看，私人银行的低风险产品完全满足了客户的需求。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 意向使用的增值服务

由于“高质量的服务”也是高净值人群使用私人银行的主要目的，因此他们普遍希望私人银行能提供多种增值服务。医疗服务居首，旅游主题服务，机场贵宾服务，子女教育服务也有很大需求。目前国内绝大多数私人银行都主打“人性化服务”，提供教育类服务、医疗服务和机场贵宾服务三种增值服务，无论在提供的产品还是服务上，都遭遇同质化严重的问题，因此提供独特且高质量的服务，成为私人银行共同关注的问题。



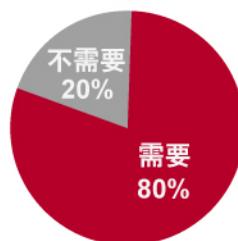
数据来源：中国私人财富管理专项研究

	北部	西部	东部	南部
医疗健康	58%	63%	65%	83%
旅游主题	57%	54%	56%	72%
机场贵宾	52%	64%	44%	62%
子女教育	50%	54%	56%	79%
生活主题	49%	19%	39%	48%
理财培训	36%	38%	42%	38%

## 为企业提供服务的需求

私人银行服务的范围不仅局限于客户本身，还延伸到客户的家庭；不仅局限于零售银行，还延伸到客户所拥有的公司的企业银行业务。80% 的高净值人群希望能从私人银行得到为其企业服务的平台和渠道。

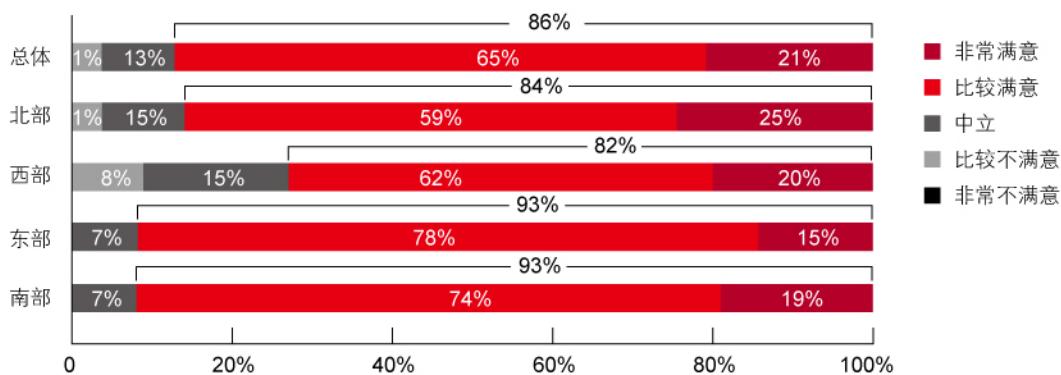
## 私人银行企业服务



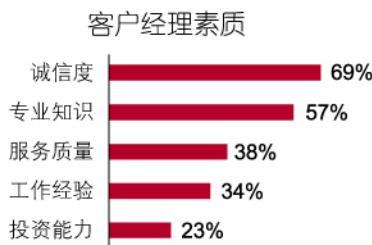
数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 服务满意度

私人银行客户对服务的满意度也很高。客户经理是客户感受私人银行服务最直接的窗口。调查显示，大部分高端人群十分看重客户经理的诚信度和专业知识。与高净值人群的平等对话是私人银行“顾问式”服务的基础和前提，这就要求私人银行的客户经理具备优秀的综合能力和专业素质，熟悉公司治理、证券交易以及资本市场运作的各种知识，通晓税务、法律和移民等基本政策。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

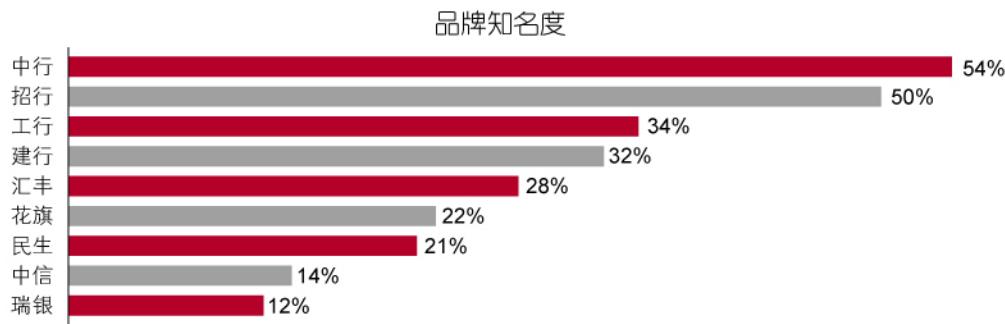


数据来源：中国私人财富管理专项研究

	北部	西部	东部	南部
诚信度	65%	61%	83%	81%
专业知识	49%	75%	54%	44%
服务质量	33%	40%	39%	52%
工作经验	38%	33%	30%	22%
投资能力	19%	32%	21%	15%

## 竞争分析

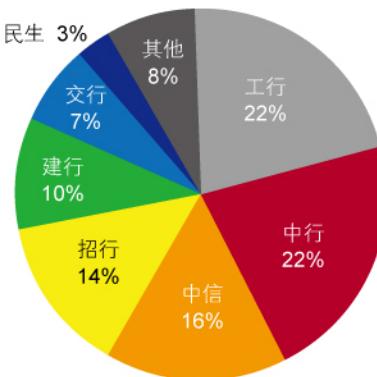
中国银行由于最早进入私人银行领域，其品牌知名度也是最高的，招商银行紧随其后，接下来是工商银行和建设银行。总体来说，目前各大银行私人银行在高净值人群中的知名度都还有待提高，口碑相传是高净值人群了解私人银行信息的主要渠道。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

从客户数量来看，中国银行和工商银行处于第一阵营。中信银行则位居第三，且增长迅速，中报数据显示比 2010 年末增长 58.72%。外资银行，如汇丰银行，花旗银行，虽然品牌知名度表现良好，但客户规模仍旧偏小。存量客户基础是私人银行十分重要的客户来源，客户基础雄厚的大型银行在发展私人银行时有天然优势。有调查显示，无论是否更青睐股份制银行或外资银行，大多数国内高端客户还是会保留一个大型国有商业银行账户，这使其享有得天独厚的客户基础优势。

私人银行客户数量占比



## 品牌优劣势

在访谈中，我们发现，尽管目前私人银行的产品和服务的同质化问题较严重，但受访者对不同私人银行品牌的认知还是有所不同。中国银行的优势在于“较高的信赖度”和“遍布全球的网络”。同时，中行也被较多受访的高净值人群认为是“私人银行的领导品牌”，这和其率先推出私人银行业务不无关系。招商银行“创新力强”的优势也非常明显。工商银行的品牌优势在于“声誉高”和“值得信赖”，建行与工行有些类似。而外资银行，尽管目前的客户群体不大，但品牌优势也非常突出，如汇丰的优势在于“遍布全球的网络”和“先进的产品和理念”；花旗的优势在于“遍布全球的网络”；瑞银的优势在于“私密专享的服务”和“专业长远的规划”。由于这些优势恰恰是中资银行的短板，因此外资银行也已经培育起了一批自己的忠实消费群体。对于客户基础相对薄弱的股份制银行或外资银行而言，差异化的定位可以成为与大型银行竞争的有利优势。

## 3.3 投资行为和风险控制

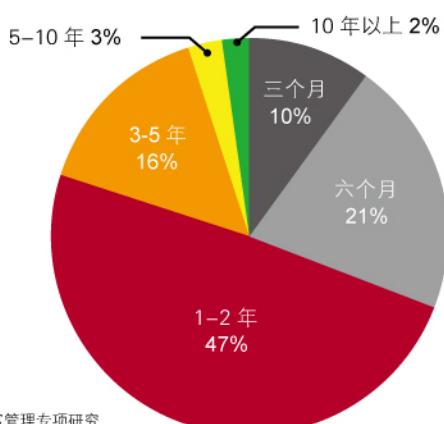
### 投资行为

分散投资是主要的投资方式。实行分散投资的意义就在于降低投资风险，保证投资收益的稳定性。而在西部地区，高净值人群的投资方式更激进一些，集中投资的比例高于其他地区，当然也有可能是受到区域金融投资市场不够发达，投资渠道有限的影响。



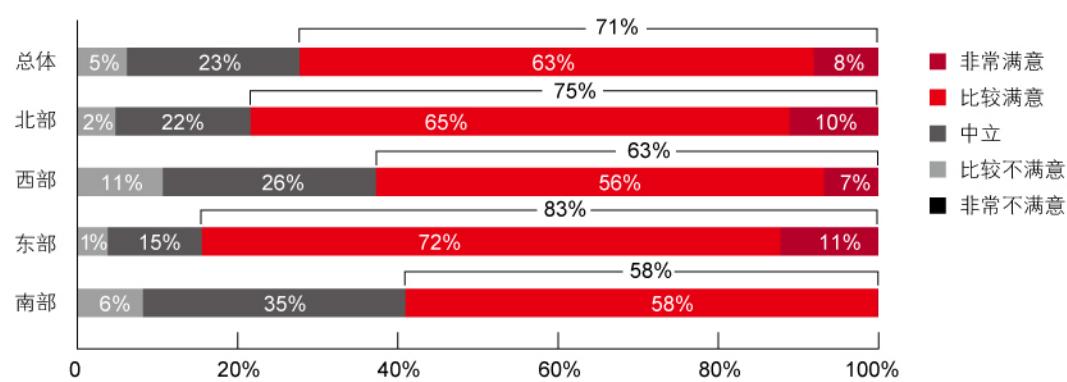
### 投资资产持有时间

一半的高净值人群在投资时选择资产的持有时间为1-2年，80%的资产持有时间小于两年，因此私人银行提供的2年内的产品更能受到高净值人群的青睐。通过访谈，我们发现，选择2年内的资产持有时间的主要原因是保证资产的流动性，如果企业现金不足时，可将投资出售以获取现金。



### 投资收益的满意程度

70% 的高净值人群对其投资收益表示满意，但表示非常满意的不足 10%。同时，从各地区来看，南部表示满意的比例较低，不足 60%。在访谈中投资者表示在近三年内，最满意的投资收益来自于房地产。



## 风险控制

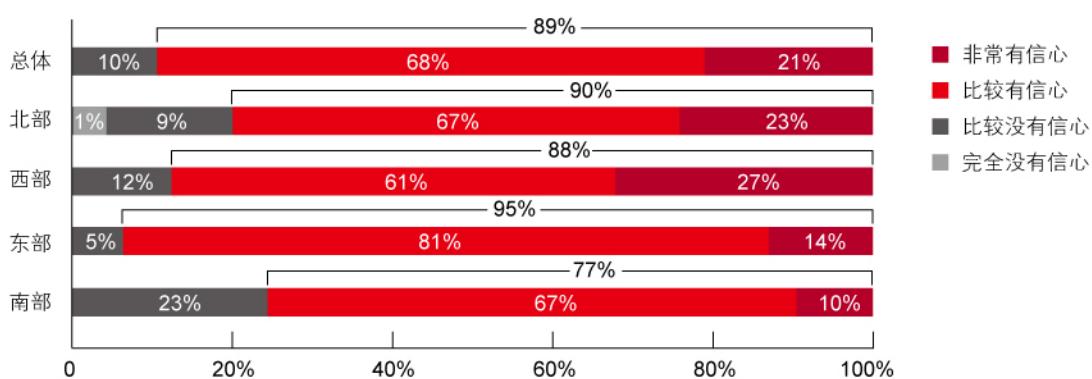
风险是高净值人群在投资时最注重的方面，其次才是收益。南部和北部的高净值人群更注重风险控制，而相对来说，东部地区的高净值人群在收益的要求上更高。在风险的控制上，男女之间也有非常大的差异，男性在投资上相对来说更保守，风险控制对于男性来说更重要，而女性则认为收益更重要。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 投资风险认识的信心度

九成的高净值人群对自己的投资风险认识表示有信心。而南部地区对其风险认识信心低于其他地区，这与他们对自己的投资收益满意程度较低有直接关系。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 委托专业顾问投资的意愿

3/4 的高净值人群愿意听取专业顾问的意见，但是由自己做最终决策。1/4 男性愿意完全由自己掌控投资，该比例明显高于女性。



数据来源：中国私人财富管理专项研究

## 第4章

# 家业长青

### 总体发现

- ① 中国 98% 以上的家族企业家都是白手起家的第一代,面临企业传承的问题。
- ② “二代”具有教育程度优秀,乐于自主创业,生活富足,厌恶“富二代”标签的特征。
- ③ 超过 6 成的高净值人群倾向在退休后把企业交给下一代。海外教育是目前最主要的安排下一代的方式。
- ④ 信托业务将会成为未来家族传承服务的趋势,私人银行将扮演探索者和先行者的角色。

## 4.1 高净值人群所处的财富阶段

### 财富传承阶段

改革开放以来，一部分人白手起家，迅速积累财富，家族企业再次登上中国舞台。据调查，在中国的私营企业中90%是家族企业。家族企业是中国经济极其重要的一部分。至今，第一代创业的家族企业主多已年过半百或已逾花甲，而另一方面，企业家第二代开始成熟，思想和行为开始独立，成为大家关注的“二代”。数据显示，全国有2/3的民营企业将面临企业传承问题。家族企业主开始考虑“乐退”问题，并对企业能否有效传承、持续成长十分关切。

事实上，“富不过三代”并不是中国“特色”。在美国，家族企业在第二代能够存在的只有30%；到第三代还存在的只有12%；到第四代及四代以后依然存在的只剩3%。葡萄牙有“富裕农民 – 贵族儿子 – 穷孙子”的说法，德国也用“创造，继承，毁灭”(Erwerben, Vererben, Verderben)来代表三代人的命运。企业的传承殊为不易，经营管理制度能否适应内外环境的变化，以及对接班人的培养，决定着家族企业的兴衰。

### 中外家族企业的对比

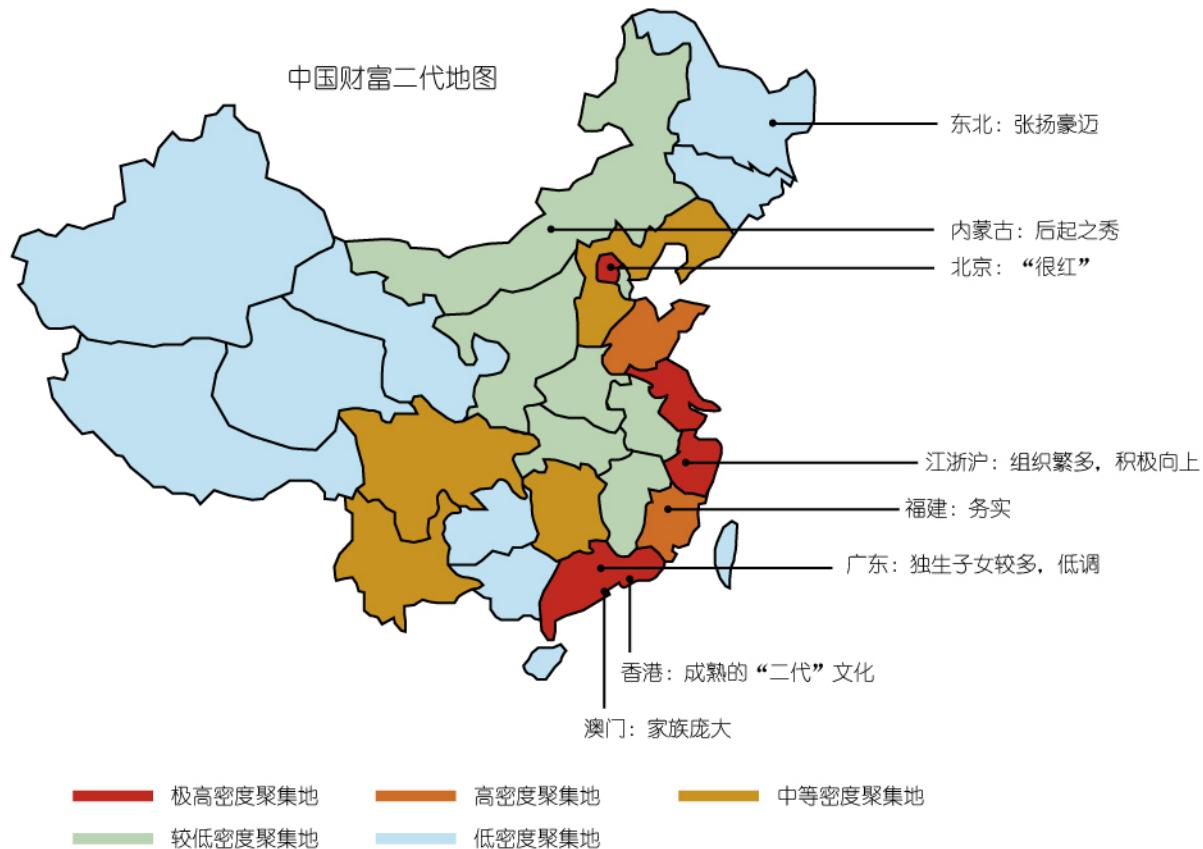
新中国家族企业的发展只有30余年，而在西方发达国家，延续数百年的家族企业不在少数。《胡润百富》曾发布《胡润全球最古老的家族企业榜》，根据这份榜单，100家长寿企业主要集中在欧洲，美国和日本。当前中国的企业家多为创造财富的第一代人，要把事业薪火相传至下一代，做长寿的企业，国外成功家族企业的传承经验有很大的借鉴意义。

与西方家族企业相比，中国绝大多数家族企业的管理模式仍有较大不足，还存在很多家庭作坊式企业或单一业主制企业。企业的规模较小时，可以依靠家族的能力和经验管理企业，引入所有权与经营权分离的现代企业经营制度尚非迫在眉睫。而当企业规模扩大，产业多元化，或者专业化程度提高时，就应考虑两权分离，聘用家族外的专业人士管理企业，保证企业的可持续发展。

委托代理制是国外家族企业的另一个经验。西方的“契约关系”与“市场规范”能克服很多国内家族企业面临的因“用人存疑”而不得不“任人唯亲”的困境。中国传统“家本位”的传统，使人们更倾向于选择与自己关系亲密的人，这种任命方式在家族企业发展初期是有利的，可以降低成本，但随着企业规模扩大则会影响人力资源优化配置，束缚企业进一步发展。

权力交接对任何企业来说都是非常重要的问题。家族企业的传承主要有两种，一是“子承父业”，二是交给职业经理人。而无论国内外的家族企业，一般来说，“子承父业”依然是通常的选择。中国的家族企业在权力交接上存在很大的不确定性和不稳定性，一方面由于传统的影响，更加愿意把家业交给自己人；另一方面，在对接班人的培养上，选择较为单一。而欧美大型家族企业会有一套“接班人计划”和“领导力培养”计划。通过制度化的体系实现接班人的选拔、培养与最后交接，不仅产生企业下一代领导者，而且产生了一个团队。

## 4.2 二代群像



### 教育程度优秀

“二代”普遍拥有本科以上学历，近2成拥有研究生以上学历。超过半数留学海外，主要接受欧美教育。这和“一代”对于教育的认同不无关联，他们普遍认同欧美教育模式，耳濡目染自由而严谨、同时有无数成功例子的“常春藤”盟校。事实上，将孩子送去大西洋彼岸，也让他们觉得更有价值。那儿有奔放的文化，有自由的态度，有最成功的人和企业，有密集的交融。同时选择商科的人也最多，近6成。商科的门槛并不高，却看似最有前景，对于家族企业的传承亦有帮助。

学历	专业	海外背景 (52%)
研究生以上 17%	商科 59%	欧洲留学 43%
本科 78%	理科 17%	美国留学 22%
	文科 14%	
	工科 10%	

数据来源：上海青年家园民间组织服务中心和接力中国青年精英协会共同调研发布《民企二代生存现状调研报告》

## 乐于自主创业

半数以上的“二代”对于自主创业热情高涨。一来因为具备相当的经济条件，二来不用像其他“80后”一样投身目前拥堵的就业大潮，三来可以证明自己的价值。就广东地区而言，“二代”认为传统产业辛苦而无趣，更青睐创意产业。普遍趋势是他们广泛投资于信息产业和贸易、服装纺织行业；初始创业资金绝大部分来自于朋友，通常在50到100万之间。经验欠缺成为自主创业的桎梏。其次，关系网尚未建立也令人头疼。“二代”们刚开始跨入社会，就已经投身创业，他们对社会的认知，有时是理想化的。

自主创业 (54%)		创业资金规模		创业资金来源		最大的困难	
信息产业	36%	50万以下	25%	朋友	63%	经验阅历不足	55%
贸易和服装纺织	11%	50~100万	53%	银行贷款	18%	社会关系问题	28%
		100~200万	22%	父母投资	14%	资金不足	9%
				积蓄	5%	学识不够	5%

数据来源：上海青年家园民间组织服务中心和接力中国青年精英协会共同调研发布《民企二代生存现状调研报告》

## 生活富足是必须的

由于家境富足，“二代”的生活水平普遍高于普通白领。四分之三的人月收入在8,000元以上，远高于大中城市相同年龄层的收入水平，而他们的月消费也在5,000元以上，甚至有近2成人每月消费2万以上。据广东省的抽样调查，企业主家庭年人均消费5万多，是广东省城镇居民人均支出的3倍多。值得注意的是，生意应酬占了花销的近4成比例。这种应酬已经很难区分究竟是工作还是生活，但无疑是“二代”普遍推崇的交流方式。

挥金如土可能是“二代”投射在普通人心中的误区。可以肯定的是，有相当一部分人拥有挥金如土的资本，生活水平显然高于普通人群。但他们的生活行径趋于理性，和工作伙伴打交道的时间随着年龄的增长越来越多。

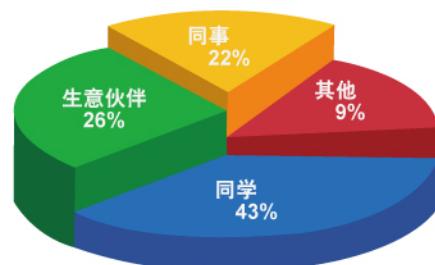
月收入	月消费	消费比例	休闲娱乐
>8,000元 75%	5,000 ~10,000元 53%	工作应酬 38%	聚会泡吧 33%
10,000~20,000元 17%		工作娱乐 29%	户外活动 28%
>20,000元 6%	6%	进修费用 16%	阅读 19%

数据来源：上海青年家园民间组织服务中心和接力中国青年精英协会共同调研发布《民企二代生存现状调研报告》

## 厌恶“富二代”标签

媒体普遍喜欢聚焦所谓“富二代”的负面事件，而模糊他们其实也是普通人的概念，这样的标签让有条件充当“二代”的人群十分排斥。相对来说，他们比较喜欢“企业家二代”的称谓，甚至宁愿被称为“80后”，后者离普通人的距离更近。有近一半的“二代”平时的交往还局限在同学圈，这和他们受教育的圈子比较上层也有关系，同学圈子在社会上有所作为的比例相对来说更大。“二代”在人生刚成熟的时候并不喜欢和外界打交道，他们喜欢熟悉的面孔。

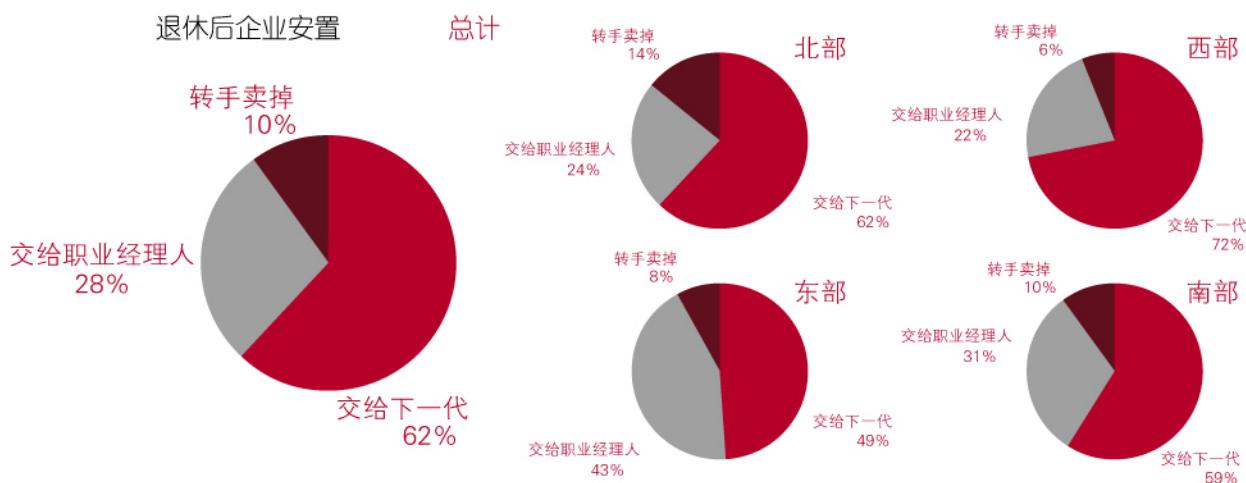
## 生活圈子简单



数据来源：上海青年家园民间组织服务中心和接力中国青年精英协会共同调研发布《民企二代生存现状调研报告》

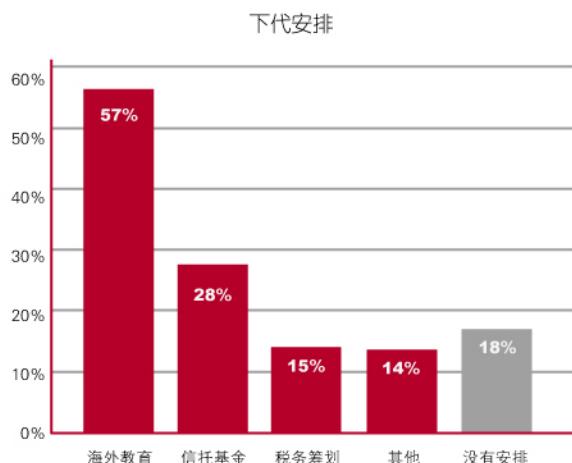
## 4.3 对财富/二代的安排

根据本次调查结果，超过6成的高净值人群倾向在退休后把企业交给下一代，但也有将近3成愿意把企业交由职业经理人，尤其在东部地区，这一部分的比例达到43%。

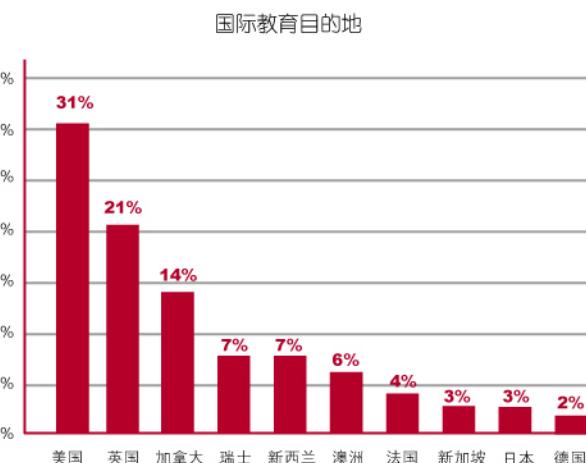


数据来源：中国私人财富管理专项研究

在对下一代的安排上，海外教育占据重要位置。对直接财产继承方面的安排（信托基金和税务筹划）远低于海外教育。在为孩子选择国际教育目的地时，美国仍然占据首选地位；其次是英国；加拿大排名第三。前三名在过去三年中一直保持不变。选择美国和英国的高净值人群比例保持在半数以上。值得关注的是，选择瑞士和新西兰的高净值人群比去年有显著增多，排名分别从去年的第十、第九名上升到第四、第五名。去年排在第四名的新加坡今年退居第八。此外，资产在五千万以上的高净值人群更倾向于把孩子送往英国。调查还显示，就千万级别的高净值人群来看，选择在高中时送孩子出国留学的最多；其次为大学、初中、小学和研究生阶段。英国是最主要的高中教育目的地，其次为美国，澳大利亚和加拿大。



数据来源：中国私人财富管理专项研究



数据来源：胡润百富《2011至尚优品·中国千万富豪品牌倾向报告》

## 4.4 私人银行传承服务

在国外，私人银行被称作“从摇篮到坟墓”的综合金融服务，从子女教育、投资理财、税务规划，到协助运营家族企业，直至最后安排其辞世后的遗产继承规划，都可以由私人银行帮助完成。可以说，私人银行在国外高净值人群的家业传承方面担任着重要角色。

在遗产继承方面，国外大多数私人银行都有信托及遗产规划服务。遗产规划在国外是私人银行常见的一个服务项目，花旗、汇丰等都有较为全面的遗产规划产品，涉及到养老、财产继承和避税多方面。

国内外私人银行客户在理财规划方面的需求迥异。国内私行客户更希望让自己的财富增值。分析其原因，可能是由于国内的富豪阶层基本上是创富的第一代。而国外的私人银行业务已经发展了百余年，到如今的财富已经传承了好几代人，他们更关注如何把现有的生活方式传承下去，给自己的家人和后代。但如何更好地做好企业传承，使家业长青，是国内外高净值人群同样关心的问题。

### 区分个人和企业资产

国内企业家有一个显著的问题，他们经常把自己的财产跟企业的财产混同在一起。

假设客户的企业需要一笔1,500万的流动资金，而他们手上有1,000万资金，在这种时候他们通常会怎么做？私人银行客户经理将抛出一系列问题给客户：把个人资金花到企业去，再通过其他方式融资？通过股东借款的方式把钱借给企业，再通过其他方式融资？如果能够取得其他的授信，你就只需动用一小部分资金？提问的目的在于让客户清楚自己的个人资金和企业资金是否会混同。

客户通常比较重视企业，而忽视家庭。企业一旦发生问题，一夕之间可能让家庭陷入困顿。此外，如果企业的债务被追偿，企业家自己也不得不无限地承担责任。所以私人资产缺乏稳定性和合理规划，将不利于家庭财富的管理和传承。

企业家应该在自己的个人总资产中切出一块自留地，为家庭设立保障，不要和企业资产混同在一起。

### 保险和信托或可选择

境外高净值人群的资产放在保险和信托中的比例很高，在国内这个比例较低。国内的私人银行业务并没有单一理财产品可以去解决高净值人群退休后所面临的问题，通常这需要一个非常全面的财富管理规划，包含相当多的解决方式和理财工具。简单地来说，年金保险产品相对比较适合做退休规划。未来一旦发生变数，通过保险的方式管理的那笔资金将由保险公司保障其安全，也就是由第三方负责给付这笔资金。

通过保险，客户还可以指定保险受益人。客户通过指定保险受益人，也许是他的若干子女，他可以自主地决定继承财产的顺序和金额的比例。这样的话，客户在生前可以控制自己的财产，过世以后也可以按照当初分配的比例进行分配。他甚至还有权力随时替换掉指定的受益人。

境外银行大多有信托牌照，可以为私人银行客户提供信托形式的家业传承服务。借助银行专业能力，制定巨细无遗的信托规划，对合理地传承家业和子女后代的生活都是一种保障。

囿于国内金融业分业经营、分业监管的现实环境，私人银行普遍缺乏此种平台和渠道。尽管国内有专门的信托公司，但或者因为个人业务的收益相对较低，或者因为国内客户对信托产品和服务的不了解和不信任，国内针对高净值人群的信托业务非常不发达。不过可以肯定的是，这将是未来的趋势，而私人银行或许将扮演探索者和先行者的角色。

## 第5章

# 社会责任与慈善

### 总体发现

- ① 纳税是高净值人群最为认同的履行社会责任的方式，其次是慈善捐款。
- ② 85% 的高净值人群参与过慈善事业，超过 4 成青睐通过直接参与项目来做慈善，中国慈善机构遭遇信任危机。
- ③ 中国各大银行越来越注重慈善事业。专业的慈善咨询服务甚至相关产品和服务的开发会成为中国私人银行业非常重要的发展方向之一。

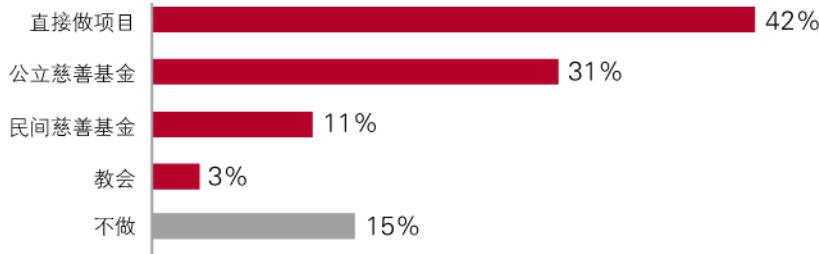
## 5.1 社会责任

纳税是高净值人群最为认同的履行社会责任的方式，调研中有34%的受访高净值人群选择了这一项。我们在访谈中发现，大多数受访高净值人群都表示“一个企业最大的社会责任，就是要让公司健康发展，为社会创造更多价值，一家成功的公司会解决就业、员工福利等问题，同时为政府纳税，政府税收又会通过多种方式完成相应的社会责任。”慈善捐款被认为是排名第二能体现社会责任的方式。在受访的高净值人群中，85%都参与过慈善事业。在《2011胡润慈善榜》上榜的100位慈善家中，慈善捐赠方向主要分为六大类：救灾、教育、扶贫、文体、环保和健康。其中，救灾和教育领域捐赠人数最多，而文化领域捐赠数额最大。调查显示，20%的慈善家是以个人名义进行捐赠的，有将近一半的慈善家（45位）都有设立自己的，或冠名的慈善基金会。



数据来源：胡润研究院《2011至尚优品·中国千万富豪品牌倾向报告》

## 5.2 青睐的慈善方式 – 中国慈善机构遭遇信任危机



数据来源：中国私人财富管理专项研究

超过4成的高净值人群青睐通过直接参与项目来做慈善，愿意选择公立慈善机构的只有3成。在访谈中，我们发现，今年中国的慈善机构确实遭遇信任危机，并不仅仅是因为“郭美美”事件，款项无法按时按量到达被捐赠人手中的事件早在几年前就频现于世。于是，慈善家和捐助者们发出质疑：“我们的善心究竟献给了谁？”民政部近期公布了“郭美美事件”之后全国社会捐赠统计数据，慈善组织受捐额骤降九成：6月全国社会捐款为10.2亿元，之后善捐锐减数亿。一夜之间，“慈善”似乎成了骗钱的代名词。如余彭年就在今年将他余下的所有资产转入了“余彭年慈善基金会”，不再交由其他第三方代理捐赠。

“回归信任”仍是招募大笔善款首当其冲要解决的问题。2011年8月23日，民政部公布《公益慈善捐助信息披露指引》，拟规定慈善组织及政府部门应在捐赠款物拨付后一个月内，向社会披露捐赠款物拨付和使用的详细信息。信息披露主体是公益慈善类的社会团体、基金会和民办非企业单位，县级以上人民政府及其组成部门和直属机构、公益性群众团体、公益性非营利的事业单位参照实行。信息披露内容包括5个方面：接受捐赠机构信息、募捐活动信息、接收捐赠信息、捐赠款物使用信息以及机构财务信息。信任是否能够真正回归，还有待立法是否科学透明，执行是否到位。

信任危机是慈善家和捐助者们不愿意再通过中间环节从事慈善事业的主要原因之一，另外一个原因是表达慈善的方式或被重新定义。在访谈中，当被问到青睐的捐款方式时，有受访者的回答是：“亲自将现金交到小孩子的手中，甚至不是老师的手中”；“慈善是一种将宝贵的东西捐献出去的行为。对于我们来说，金钱不是宝贵的，时间和精力才是。我们要真正的体会到给予的快乐，而不是简单的划账。”

## 5.3 私人银行慈善服务

在国外，慈善是私人银行服务很重要的一个部分。

私人银行的慈善服务一般有两种形式，一是银行发起的慈善活动，如渣打私人银行与国际防盲协会 International Agency for Prevention of Blindness 合作推行的“看得见的希望”慈善捐款计划，旨在协助根除可预防的失明病例。渣打以同额配对捐赠的形式，邀请客户为“看得见的希望”计划捐款。客户还可选择支持渣打私人银行在印度加尔各答的慈善计划，或在各地社区慈善项目中挑选捐助目标。

二是私人银行提供的慈善咨询服务。一些境外私人银行会有自己的专业咨询团队为客户设计策略性慈善捐赠计划，提供税务建议、选择慈善产品和管理慈善资产等服务，在反应个人慈善意愿的同时达到财务预期。其服务的对象不局限于个人，还包括个人名下的企业以及其它慈善机构等。比如富通银行（Fortis Bank）旗下的 MeesPierson 私人银行的“慈善基金管理服务”，客户群包括有意参与慈善活动的高净值家庭和个人，也为有需要的慈善机构提供专业的资产管理服务。

在中国，各大银行也越来越注重慈善事业。不少银行与慈善机构合作开展慈善活动，如中国银行联合中国扶贫基金会推出的“扶贫月捐”业务，中国银行借记账户的用户，可以通过中国银行网店办理“次捐”或“月捐”，以“让家庭传递爱”为主题，倡导以家庭为参与主体，实现全民公益。通过公众主动、持续、小额地参与公益慈善事业，帮助贫困的弱势群体脱贫致富。又如汇丰银行创立的汇丰银行慈善基金，与中华慈善总会合作，在中国内地资助了约200个慈善项目，涵盖教育、环保和促进社会发展等多个领域，帮助推动中国内地慈善事业的发展。招行与“壹基金”合作推出的“壹基金爱心一卡通”也设有定期捐赠的机制。再如发行慈善信用卡，按照用户消费的次数或是金额比例，银行也将捐献出一定的资金到指定的慈善账户中。最为普遍的是银联联合多家商业银行所发行的“中国红”慈善信用卡，中国银行、建设银行、农业银行、上海银行等都推出了“中国红”标准银联慈善信用卡。

但是，目前国内的商业银行及其下设私人银行都没有推出慈善咨询服务，私人银行也普遍缺乏专业的慈善项目咨询人员。随着高净值人群财富的累积和公益慈善意识的增强，专业的慈善咨询服务甚至相关产品和服务的开发会成为中国私人银行业非常重要的发展方向之一。

## 中国银行私人银行境内各分部名录

分部	地址	邮编	咨询电话
北京	北京市西城区金融街27号投资广场二层	100033	010-8395 7888
上海	上海市浦东新区陆家嘴银城中路200号中银大厦29楼	200120	021-5888 7788
广州	广州市珠江新城华夏路8号合景国际金融广场23楼	510623	020-3839 2868
深圳	福田中心区中心四路嘉里建设广场T1座23楼	518048	0755-2233 3388
杭州	杭州市下城区延安路320号12层	310006	0571-8501 1838
武汉	武汉市武昌区临江大道76号蓝湾俊园钟楼	430070	027-8822 0897
南京	南京市中山南路148号中银大厦北楼3层	210005	025-8441 7999
大连	大连市沙河口区星海广场B2区11号	116023	0411-8499 2999
青岛	青岛香港中路59号青岛国际金融中心49F	266071	0532-8185 8100
福州	福州市五四路136号中银大厦附属楼1-3层	350003	0591-8709 0188
成都	成都市人民南路四段48号附211号	610041	028-6293 8600
郑州	郑州市郑东新区商务外环与商务西六街交叉口3--1中银大厦	450018	0371-8700 8188
重庆	重庆市渝北区新南路162号晶郦2馆6号	401147	023-6301 8008
天津	天津市和平区解放北路74-78号	300041	022-2319 0088
西安	西安市大雁塔南广场东侧大唐不夜城A-10	710061	029-8557 3398
昆明	昆明市东风西路顺城写字楼东塔26F	650021	0871-589 5566
哈尔滨	哈尔滨市道里区兆麟街128号	150010	0451-5362 7032
苏州	苏州工业园区苏华路8号中银惠龙大厦30楼	215021	0512-6265 8090

## 中国银行私人银行与财富管理境外服务机构

机构	地址	咨询电话
香港	香港花园道1号中银大厦26楼	(852) 39883988
澳门	澳门苏亚利斯博士大马路中银大厦11楼	(853) 87921111
新加坡	4 Battery Road, Bank of China Building, Singapore 049908	(65) 6412 8338
瑞士	3,Rue du General-Dufour, Geneva, Suisse	+41 22 8888888 +41 22 8888875

## 关于胡润百富

胡润百富始创于1999年，旗下拥有杂志《胡润百富》月刊、《名校指南》、《胡润马道》、《擎》4本杂志，和胡润研究院以及一个专门为中国企业家和高收入人士进行商务活动策划的部门。

《胡润百富》月刊目标读者为中国千万富豪及想成为千万富豪的精英人士，“引领由富及贵的格调”。杂志影响深远，被公认为国内追踪记录中国财富人士消费习惯和趋势的权威。每期发行105,099本。

《名校指南》目标读者为考虑将孩子送往海外留学的父母，帮助选择国际名校，是“开启世界名校的金钥匙”。目前包括英国，美国，瑞士，加拿大，新加坡，澳大利亚等系列，详解了不同国家的教育和考试系统，指导正考虑将孩子送往海外留学的父母和孩子如何过渡并顺利地学习、生活，并为家长提供最顶尖的预科学校、中学、大学的排名。每个系列发行25,000本，其中旗舰产品《英国名校指南》发行40,000本。

《胡润马道》对与马事相关的活动、项目、投资进行详尽的、深度的报道。这本杂志将为更多的中国新贵提供最佳的媒体平台。每年发行2期，每期30,000本。

《擎》目标读者为中国亿万富豪及想成为亿万富豪的精英人士和行业领袖，应对他们购买飞机或游艇的需求，“超越头等舱”。每年发行2期，每期25,000本。



2011年，胡润百富推出系列白皮书，包括：

10月：《中国私人财富管理白皮书》

6月：《中国奢华旅游市场白皮书》

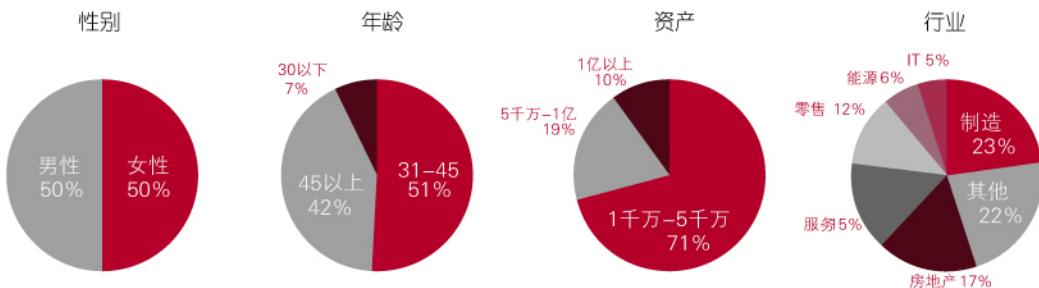
5月：《中国艺术收藏白皮书》

更多有关于胡润百富的信息，请浏览胡润百富网站 ([www.hurun.net](http://www.hurun.net))

如果您有更多问题，请与我们联系：[info@hurun.net](mailto:info@hurun.net)

## 研究方法

《中国私人财富管理白皮书》数据结果来自于两个针对高端人群的市场调研：中国私人财富管理专项调研和至尚优品—中国千万富豪品牌倾向调研。调查涵盖内地18个城市，包括北京、上海、广州、深圳、杭州、武汉、南京、大连、青岛、福州、成都、郑州、重庆、天津、西安、昆明、哈尔滨、苏州。共收到有效问卷980份。其性别，年龄，资产及行业分布如下：



此次研究成果加入了对几十位财富管理和私人银行业内资深专家的访谈内容。另外，在上海、北京、广州和成都四个城市对上百位高净值人士进行了面对面的深度访谈，探讨其对经济的预期，投资的态度与理财的需求。本报告同时还整合了胡润研究院对高净值人群多年累积的研究成果和统计数据。