

市场动态



高端消费升级 投资健康成主流

文 | 余丽



对于高净值人群而言，旅游不仅能够让他们踏遍各地，饱览山水，也是他们享受家庭时光的最佳契机，一直以来占据高净值人群最喜爱的娱乐方式榜首位置。

据近日由全球领先的中国高净值人群权威研究机构胡润研究院发布的《2019至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》显示，后物质时代，高端消费者消费升级，他们不像从前那么张扬，比如为了彰显成功而买包、表、车，而是更愿意花钱在精神层面的奢华上，比如旅游、教育和健康。

高净值人群的休闲方式有哪些？

对于高净值人群而言，旅游不仅能够让他们踏遍各地，饱览山水，也是他们享受家庭时光的最佳契机，一直以来占据高净值人群最喜爱的娱乐方式榜首位置。过去一年，高净值人群以旅游为目的的出国占比40%，旅游开销也占据家庭开销的半数。其次，看书是高净值人群第二大娱乐方式，美食上升到第三的位置。享受家庭活动也呈现逐年增长趋势，排名并列第三。品茶热度有所下降，至第五。以品酒小酌为放松娱乐方式的男性占比高于女性，热爱体验美食的女性占比高过男性。熏香为新上榜的休闲活动。

国际旅游方面，丰富的旅游景点与别样的文化吸引，让日本排名继续稳步上升，来到首位。排名第二的法国以其优雅浪漫，悠远的“法兰西文化”不断吸引着高净值人群前往，较去年上升一个名次。在其他旅游目的地的挤压之下，马尔代夫下挫两位，从去年第一位降至第三；“世界公园”瑞士表现不凡，大涨9%，排名第四。意大利与英国也表现亮眼，分别上涨五位与三位，排名第五与第八。

国内旅游方面，国际旅游岛的开发与成熟的旅游配置让三亚连续第八年领跑“最受青睐的国内旅游目的地”；香港上升一位至榜眼。西藏下降一位位于第三。云南、台湾仍然位列前五。长白山表现最为突出，蹿升六位，排名第七。

骑马仍然是高净值人群未来3年最想要体验的户外活动；其次是体验刺激浪漫的帆船；冲浪位列第三；此外还有滑翔伞、徒步、攀岩、蹦极与辟谷等。其中女性最想尝试的活动是骑马与冲浪，男性最想尝试的是帆船。

游泳、跑步和高尔夫仍然是高净值人群最受青睐的三大运动方式，其次是瑜伽、滑雪和羽毛球。运动私教仍然是高净值人群雇佣的常用私人顾问类型之一，27%的受访者表示自己有私人教练。推拿是高净值人群保养健康最流行的方式，占比24%，其次是SPA和足疗。女性相比男性对SPA的热情度明显更高，而男性则更热衷于足疗。值得一

提的是，一线城市的高净值人群在运动与理疗上的投入热情明显高过于二三线城市。

受青睐的各类品牌有哪些？

礼品：男士偏爱电子类，女士偏爱化妆品

苹果蝉联“最受青睐的男士送礼品牌”榜首。路易威登保持稳定，仍然排名第二。卡地亚今年上升到第三位，获得“男士礼品最佳表现”。今年新上榜的有葆蝶家与阿玛尼。“最受青睐的女士送礼品牌”方面，宝格丽继续保持最佳女士礼品冠军位置。路易威登也同样表现不俗，同样在女士礼品选择上斩获榜眼的位置，苹果排名第三。

电子产品是今年男士礼品最佳选项，30岁以下的年轻一代更喜欢电子产品。手表位居第二，较去年下降一位。高端白酒以11.5%的选择率排名第三，45岁以上受访者占大多数。烟与雪茄排名第五。艺术品的选择趋势逐渐明显，增加4.7%，新进前十，排名第七，表明高净值人群开始更多地关注艺术品所带来的精神层面的享受与满足。

女士礼品类型选择方面，化妆品不断攀升，今年涨幅最大，成为赠送女士的首选。珠宝排名第二，值得注意的是，珠宝是今年降幅最大的选项，下降9.2%。配饰以15.1%位居第三。有趣的是，作为男士礼品最佳选项的电子产品，在女士礼品选项中仅排第六位。

出行：奔驰继续蝉联豪华汽车榜首

酒店及航空公司：半岛酒店荣膺“最受青睐的豪华酒店品牌”，四季酒店排名第二。香格里拉获得“最受青睐的高端商务酒店”，希尔顿、喜来登紧随其后。航空公司方面，新加坡航空是最受青睐的国际商务头等舱选择，其次是阿联酋航空，汉莎排名第三。

东航是最受青睐的国内商务头等舱选择，其次是国航，南航排名第三。

公务机和游艇：湾流今年继续蝉联“最受青睐的公务机品牌”头衔；达索猎鹰8X今年继续获得“最受青睐的超远程公务机”殊荣。游艇方面，法拉帝游艇仍旧是“最受青睐豪华游艇品牌”。最受青睐的巨型游艇由乐顺游艇摘得。

汽车：千万资产高净值人群平均每人拥有两辆车。亿元资产高净值人群平均每人拥有三辆车，与去年保持同样水平。梅赛德斯—奔驰连续三年蝉联“最受青睐的豪华汽车品牌”，奥迪与宝马紧追其后。劳斯莱斯幻影2018款，赢得“最受青睐的超级豪

华汽车品牌”。阿斯顿·马丁获得“最受青睐的豪华GT”，旗下全新旗舰DBS Superleggera同时荣获“超级GT豪华跑车新秀奖”。今年“最受青睐的豪华SUV”由保时捷卡宴摘取。

配饰：宝格丽为最受青睐珠宝品牌

珠宝：在奢华珠宝品牌的选择上，依旧是外资品牌获得最大的市场占有率，各大品牌持续受捧。

宝格丽今年获得“最受青睐的珠宝品牌”。梵克雅宝今年推出的限量版金贝母四叶草项链着实让它火了一把，过去经常第四的它在今年上升一位，成功挤进前三，并获得今年“珠宝最佳表现奖”，其Quatre contes de Grimm高级珠宝系列也备受喜爱，荣膺“高级珠宝新秀奖”。蒂凡尼与梵克雅宝差别不大，新推出的花韵系列以及经典的T系列让它长期保持在榜单上游位置，今年排名第四。此外，受今年黄金珠宝市场复苏影响，以金饰见长的周大福在一众外资品牌中表现突出，今年新上榜，排名第九，其Artrium周大福艺堂幻响高级珠宝系列荣获今年“高级珠宝新秀奖”。

手表：百达翡丽连续第十二年蝉联“最受青睐的手表”与“最受青睐的复杂功能手表”榜首。数据显示，百达翡丽在中国大陆的销量仍在稳步上升。劳力士同样也是长时间稳固于次位的手表品牌。江诗丹顿和卡地亚依旧位居第三和第四，差别略小，其中女性受访者选择卡地亚的大约是男性的两倍。在营销与市场推广上的优势，使欧米茄今年上涨幅度最大，上升三位排名第七，此外，爱马仕和爱彼新上榜，分别位于第九和第十。复杂功能手表品牌方面，前三名分别是百达翡丽、宝珀与江诗丹顿。珠宝手表品牌方面，卡地亚、宝格丽与伯爵占据前三，梵克雅宝与宝玑位列四五。

名酒：茅台和路易十三分别为最受青睐中外酒类第一

最受青睐的酒类方面，红酒和白酒位列一二，分别有39%和37%的高净值人群选择，其次是香槟和威士忌，支持率分别为21%和20%。

路易十三今年尤获高净值人群喜爱与追捧，上升四个席位，是高净值人群“最受青睐的洋酒品牌”，芝华士与皇家礼炮依旧保持去年位置，分别排名二三位。轩尼诗、马爹利、帝王和拿破仑一世各有下跌。中国白酒市场继续呈现回暖趋势。茅台以大占比优势继续领跑，获得“最受青睐的中国白酒”；梦之蓝稳居榜眼，五粮液下降一位，排名第三。年份白酒方面，同样的，茅台30年最受喜爱；梦之蓝M9和五粮液10年紧随其后。香槟方面，巴黎之花荣膺“最受青睐的高端香槟”。CFI