

2021 中国高净值人群 财富风险管理白皮书

China HNW1 Wealth Stewardship 2021



阳光保险 序言



王润东
阳光人寿总裁

不忘初心，不懈坚守造就专业。
行稳致远，点滴努力铸就辉煌。
前路漫漫，我们始终在你身边，我们愿：
岁月悠长，许你一世阳光。

青山皆巍峨，壮心勇求索。

2005年至2021年，这是中国经济蓬勃发展、持续超越的16年。国内生产总值破百万亿，人均GDP破一万美元，我们成功跨过了“中等收入陷阱”，取得了全面脱贫的历史性成就，经济总量从全球第六跃升至全球第二。

2005年至2021年，这是中国保险业疾步前行的16年。16年来，经历科学技术的革新迭代，交汇人口结构的时代变迁，中国保险业已经成为社会发展的“稳定器”和经济增长“助推器”。

2005年至2021年，是阳光保险孕育而生、快速成长的16年，自2005年7月成立，阳光保险始终坚持以实业心态做金融，截至2021年11月，阳光保险为超过4.2亿客户提供保险保障，累计承担社会风险1,680万亿元，支付各类赔款超2,100亿元，总资产管理规模超过6,000亿元，已经成为下辖财产保险、人寿保险、资产管理、信用保证保险、融和医院多家专业子公司的大型综合保险服务集团。

初心在方寸，咫尺在匠心。

高净值人群数量伴随着中国经济的迅速发展而日益壮大，根据阳光人寿-胡润百富《2021中国高净值人群财富管理白皮书》披露的数据显示，截至2019年12月31日，中国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，且资产的安全与资产的传承已经连续多年成为中国高净值人群财富管理核心需求。作为财富管理核心金融工具，人寿保险的科学配置已经成为寿险行业发展的重要命题。

“一切为了客户”是阳光人的核心价值追求，在“共同富裕”的时代背景下，阳光人寿立足主业，整合集团内外部资源，积极探索高净值人士财富风险管理与品质生活服务的综合解决方案，并同步推出“阳光·臻传”高客服务品牌。

我们成立了“阳光·臻传”家族办公室，为高净值客户提供涵盖人力资本、金融资本、知识资本、组织资本的四大资本服务方案；我们推出多款专属产品，逐步完善与众不同的高客产品生态；我们推出了“3+N”高客增值服务体系，以作为高净值客户全部家庭成员核心需求的满足方案。



目录

01.

阳光保险序言

05.

胡润开篇

06.

报告亮点

08.

第一章 当前经济发展 与政策变化洞察

1.1 经济发展

- 1.1.1 疫后世界经济复苏，国内经济平稳运行
- 1.1.2 “双碳”加速产业转型升级，部分企业经营风险增大
- 1.1.3 世界经济逆全球化势头不减，我国坚持改革开放，
内外均有更多发展空间
- 1.1.4 “房住不炒”机制长效建立，高杠杆房产投资优势减小

1.2 政策变化

- 1.2.1 人口老龄化程度加剧，国家推进商业养老保险产业发展
- 1.2.2 “三胎”开放鼓励生育，中小学“双减”政策扩大教育公平
- 1.2.3 商业健康保险助力多层次医疗保障制度建立健全

1.3 高净值人群财富风险管理综述

16.

第二章 高净值人群 企业经营风险管理及应对

- 2.1 政策、市场和信用风险：不断变化的挑战
- 2.2 财务和流动性风险：家企风险隔离的两难处境
- 2.3 管理风险及企业传承：掌权人交接的担忧
- 2.4 法律风险、意外风险：不可控亦不容忽视
- 2.5 企业家风险管理行动



26.

第三章 高净值人群资产配置风险及应对

3.1 中国高净值客群对投资风险的认知

3.2 全球视角下的高净值人群财富管理——更关注金融资产配置和高流动性资产配置

3.3 中国高净值人群资产分布与投资现状：流动型 > 投资型 > 安全型

32.

第四章 子女教育风险及应对

4.1 中国高净值家庭子女教育概况

4.2 教育基金储备

4.3 人力资本与社交关系传承

4.4 资产传承



40.

第五章 康养风险管理及应对——“医有所保，老有所归”的期盼

5.1 高净值人群退休计划与风险管理

5.2 高净值人群医疗计划与风险管理

46.

第六章 管理财富风险，享受美好生活

6.1 从“创富”到“传富”：
保险在高净值客群中的功用

6.2 中国高净值家庭商业保险配置洞察

6.2.1 商业保险深度覆盖高净值家庭

6.2.2 高净值家庭保险配置未来将继续加大

保险功能与财富管理目标高度契合，
财富管理的基础目标是实现保障和保护财富，并在此基础上追求更高质量的生活。（第 47 页）

56.

附录一 本次调研高净值人群基本信息

58.

附录二 中国高净值人群画像

66.

附录三 专访摘选

70.

关于阳光保险

71.

关于胡润百富集团

72.

研究方法及版权声明

胡润 开篇



胡润 Rupert Hoogewerf
胡润百富董事长 / 首席调研官

在胡润百富对中国高净值人群的长期追踪记录中，我非常认可保险对企业发展 and 家庭财富的重要意义。风险管理是财富安全和财富增长的基础，是值得每个人终身学习的方法论，而保险之于风险管理，具有不可替代的优势。

我们欣喜地看到，尽管疫情时有局部波动，中国经济在过去的两年中依然表现出强劲的韧性与内生动力，这种昂扬的趋势同样体现在财富的积累上：2020年，中国千万资产“高净值家庭”较2019年增长将近2%，达到了206万户，其中110万户家庭拥有千万以上可投资资产。在当下经济转型升级的时代转折点中，如何管理财富风险，从而保障财富的稳定安全、顺势增长与代际传承是高净值人群持续关注与思考的问题。

为探索企业与家庭两方面的财富风险管理现状与未来需求，阳光保险携手胡润百富发布了《2021中国高净值人群财富风险管理白皮书》。本次调研发现，企业家们对企业经营过程中的风险普遍有明确的风险管理意识，也在积极

寻求风险管理的方式与途径；在投资理财方面对家庭财富的长远规划有着“未雨绸缪”的想法；在子女成长教育、医疗保障和养老筹备中，越来越多的人使用保险作为主要的风险管理工具。

在胡润百富对中国高净值人群的长期追踪记录中，我非常认可保险对企业发展 and 家庭财富的重要意义。风险管理是财富安全和财富增长的基础，是值得每个人终身学习的方法论，而保险之于风险管理，具有不可替代的优势。我们希望通过本次研究成果，为高净值家庭和企业带来更多关于财富风险管理的启示，强化资产配置，助力财富长远传递。

最后，祝大家阅读愉快。

报告亮点

亮点① 企业家面临内外部 双向风险挑战

有 95% 的企业家认为自己的企业面临外部风险，包括市场风险、信用性风险、政策风险与信息系统风险；另有 90% 的企业家面临内部风险，包括资金流动性风险、生产运作类风险、战略管理风险和法律、会计、员工团队风险。其中，来自市场变化的风险（66%）是被企业家最普遍担忧的风险。面对市场变化，跟随国家“一带一路”的建设，开辟海外市场也使许多企业迎来了巨大的发展机遇。

在企业内部风险方面，93% 的企业存在资金压力。几乎所有的企业家认为有必要进行“家企隔离”安排来保障家庭财富与家人生活。调研显示，企业家已通过购买大额寿险（56%）和大额年金险（42%）的方式进行资产隔离。

95
%

有 95% 的企业家认为自己的企业面临外部风险，包括市场风险、信用性风险、政策风险与信息系统风险

亮点② 高净值人群关注 长远期财富发展变化

在个人和家庭的财富风险中，近一半的高净值人群担心“家庭资产增速太慢”（47%），四成人担心“缺少对财富的传承规划”（39%），还有超过三分之一的人认为目前“缺少对财富的专业规划”（36%）。以上数据体现出高净值人群对财富的长期增值保值普遍有较高要求，“不进则退”是他们积极进行财富创造和财富管理的持久动力，但是缺乏满意的投资渠道也是很多人手持财富却仍然感到迷茫的原因。尤其在近期房地产税落地、教育行业“双减”、制造业“双控”等诸多政策变化的影响下，高净值人群对财富的投资方向呈现出观望情绪和保守心态。

47
%

近一半的高净值人群担心“家庭资产增速太慢”（47%），四成人担心“缺少对财富的传承规划”

亮点③ 全球财富配置趋势向 金融资产倾斜

截止 2020 年，全球范围内的财富中，金融资产以 250 万亿美元的规模已经达到 52% 的占比，其中北美以 111 万亿美元的金融资产占总财富的 72%，而在亚洲这一比例仅为 36%。随着资本市场在亚洲的日益成熟和金融普惠性的深化，在以亚洲为代表的成长型市场中，越来越多的高净值人群将接受用金融资产替代传统的房地产投资。

对于全球范围内的超高净值人群，房地产和奢侈品资产仅占其总财富的 5.4%，而其持有的包括上市和未上市企业的公司股份占比超过一半（56.2%），其余的 38.4% 的财富均来自于流动性资产，如现金、收入和分红等。在各国央行的货币宽松政策下，权益投资占比的提升和固收类占比的下降也体现了高净值人群对资产增长的需求和对长期经济形势的看好。

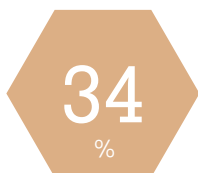
250
万亿美元

全球范围内的财富中，金融资产以 250 万亿美元的规模已经达到 52% 的占比

亮点④ 高流动性金融工具 深受青睐

本次调研显示，高净值家庭的三分之一资金用于流动型（34%）金融工具配置，其次是投资型（27%）和安全型（26%）金融产品配置，保障型金融工具占到家庭资金的20%。尽管诸如货币基金、短期国债等产品的收益率缺少足够的吸引力，但流动性强的特点使其仍受到了93%的高净值家庭投资配置。在起长期保障作用的安全型投资中，62%的高净值人群已配备寿险，43%已配备商业养老保险。

41%的受访者认为自己是稳健型投资者，他们愿意为了收益而承担一定风险，但不会在高收益的吸引下尝试高风险投资，尤其不会贸然去将资金投向自己认识范围之外的领域。保险、银行理财、房产、朋友介绍的机会是最多被提及的投资渠道。

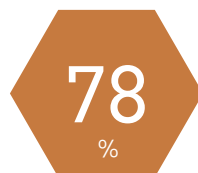


高净值家庭的三分之一资金用于流动型（34%）金融工具配置，其次是投资型（27%）和安全型（26%）金融产品配置

亮点⑤ 高净值人群看重 社交资本传承意义

78%的高净值人群认为自己的社交资源可以为子女在职业发展上起到较大的作用，通过介绍自己的生意伙伴与子女熟悉（47%）、带子女参加朋友聚会（44%）和宴席（41%）以达到社会关系和人力资本的传递。34%的高净值人群希望子女从事自己感兴趣的行业，并尽可能为其提供社会资源帮助。不论对子女未来的职业道路是否有期望和规划，高净值人群普遍希望可以将自身的“朋友圈”资源传递给下一代。

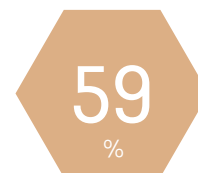
在资产的传承方面，65%的高净值人群担忧子女对资产的管理能力，为此他们除培养子女的自身能力外，也有51%的高净值人群已经通过配置相关保险降低传承风险。



78%的高净值人群认为自己的社交资源可以为子女在职业发展上起到较大的作用

亮点⑥ 保险配置将在未来 高净值家庭中进一步加大

对风险的敏感程度提升促使高净值人群在未来调整投资资金的侧重方向，更为倾向增加保险类产品的投资配置，在市面上的多种投资产品中，保险类中的商业养老保险、重疾险、家财险、寿险、意外险都是高净值人群首要考虑在未来一年计划增加投资配置的产品。这与年龄的变化、家庭人口结构的变化息息相关。在现有商业保险的基础上，未来三年重疾险、意外险、医疗险是高净值人群计划为自己、配偶、子女和父母加大配置的最主要的三类商业险种。59%的高净值人群认为商业保险可以做到家庭财富与企业资金的风险隔离，提供基础保障（58%，人身保障及投资确定性等），并且实现长久期持有（47%）和财富传承（45%）。

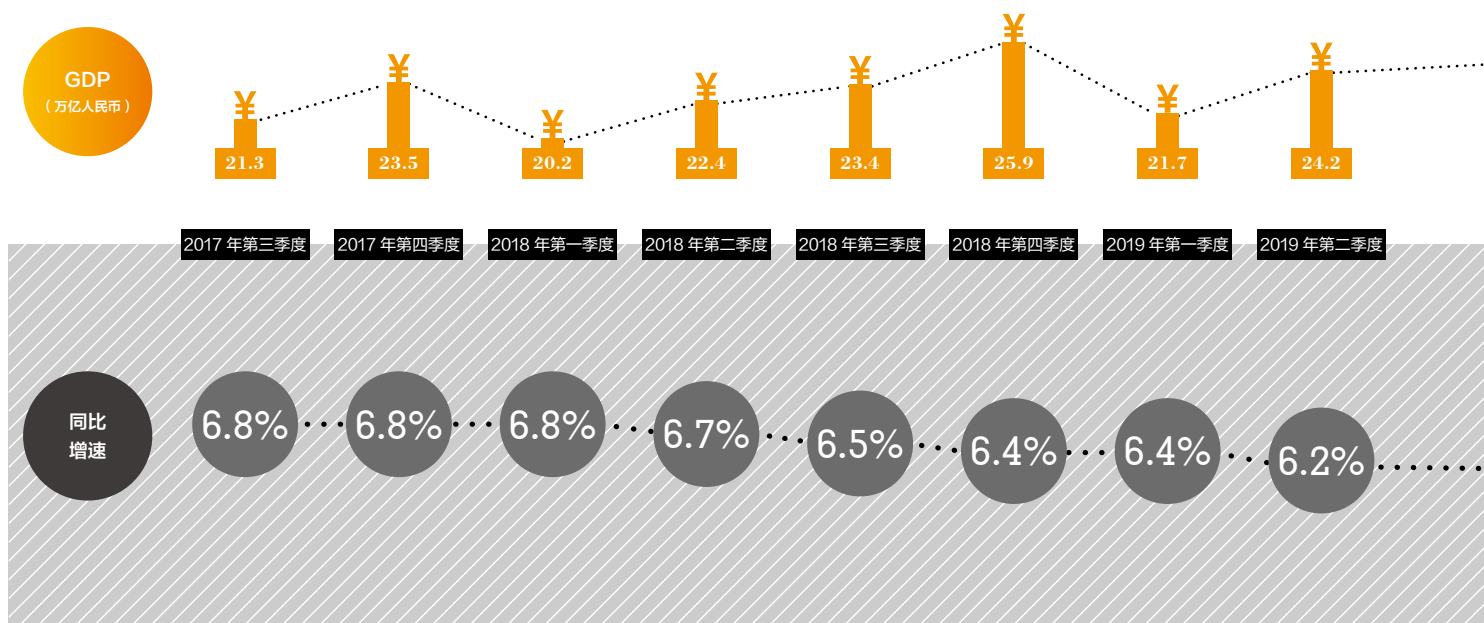


59%的高净值人群认为商业保险可以做到家庭财富与企业资金的风险隔离



第一章 当前经济发展 与政策变化洞察

中国 GDP 季度总额及同比增速



1.1 经济发展

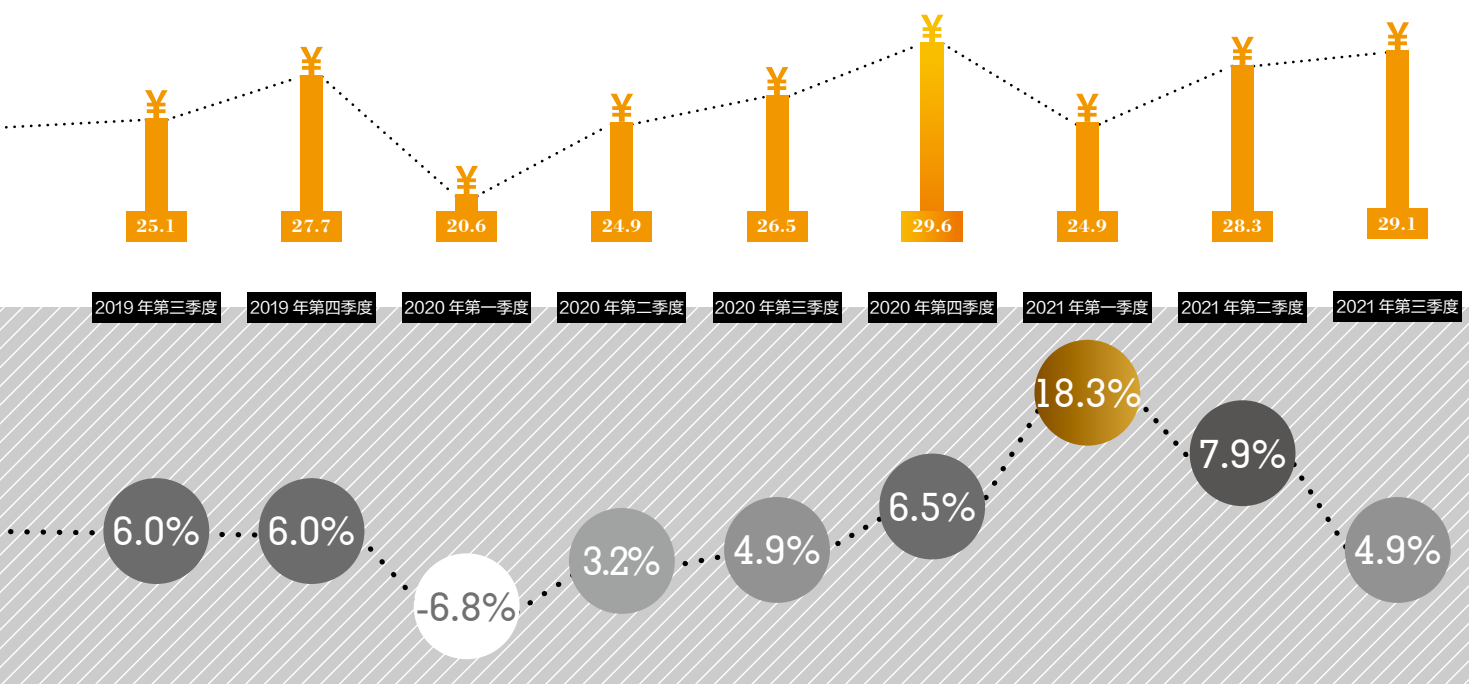
1.1.1 疫后世界经济复苏，国内经济平稳运行

在全球疫情反复、疫苗普及率仍待提高的大背景下，同时面临着大宗商品价格波动、国际物流运力紧张和关键零部件供应短缺等多重因素，中国 GDP 在 2020 年逆势前行，实际增长 2.3%，迈入百万亿人民币大关，人均 GDP 也超过 11,000 美元，继续向中等发达国家行列前进，成为全球唯一逆势增长的主要经济体。

随着疫情的有效控制和“国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的建立，2021 年前三季度，国内生产总值已达 82.3 万亿，同比增长 9.8%，两年平均增长 5.2%。分季度看，由于 2020 年第一季度受疫情冲击最严重，因此今年同期同比增速较高，达到 18.3%，第二季度回归至 7.9%，第三季度全国多地受到如暴雨等多重偶发因素的影响，以及电力的资源紧张和能耗双控，GDP 继

续放缓至 4.9%。尽管经济转型调整的压力存在，10 月 24 日新华社发文指出，年初《政府工作报告》中所定的 6% 增长目标“完全有能力也有条件实现”，这也说明中国经济具有强劲的韧性和巨大的潜力。在未来，随着偶发事件的影响减退，相对宽松的财政政策和增加能源保供资源将继续维护国民经济稳中向好，坚定高质量发展、低碳绿色发展的方向。

联合国 2021 年 5 月发表的《世界经济形势与展望》中期报告中指出，鉴于世界两大经济体——中国和美国经济复苏势头强劲，全球增长前景有所改善，将 2021 年世界经济增长预期从年初预测的 4.7% 上调至 5.4%，同时对中国在 2021 年的经济增长预测从 7.2% 上调至 8.2%。在 2021 年上半年，中国的投资蓬勃增长，商品出口增长稳健，在部分领域已经超过了疫情前的状况，这也让世界对中国的经济发展预期有所提升。据国际货币基金组织（IMF）的预测，中国将继续领跑整个新兴市场和发展中经济体。



数据来源：国家统计局



1.1.2 “双碳”加速产业转型升级，部分企业经营风险增大

2020 年，习近平总书记在第七十五届联合国大会一般性辩论上首次做出了中国碳排放 2030 年前达到峰值、努力争取 2060 年实现碳中和的目标。在“双碳”（碳达峰、碳中和）目标下，中国的上游周期行业迎来新一轮的供给侧改革。在经济发展与资源约束的较量之中，中国经济增长模式正在蜕变。长期以来，中国依赖高能耗产业大规模扩张、低附加值产品出口、地方发展理念多注重“短平快”经济效益，然而，要实现高质量发展，就必须告别以增速为核心的惯性思维，倒逼经济、产业和能源结构调整，促进中国在全球产业链由低端向高端迈进。自从 2018 年以来，中国高耗能制造业的企业加速退出，高耗能企业在 2017 年后持续每年减少。

在 2021 年初的“两会”上，“十四五”纲要继续强调“实现高质量发展”，绿色生态新增为经济社会发展主要指标，对制造业要求既要改造提升传统产业，又要发展壮大战略性新兴产业，推动制造业优先升级。随着近期全球各国能源危机的出现，天然气、煤炭、原油等价格的暴涨，2021 年 9 月开始的“限电潮”更加凸显了产业转型升级的重要性、紧迫性，淘汰高耗能、高排放的“两高”行业，是中国经济系统迭代、长期发展的必经之路。

目前，我国尚处在减碳的初期探索阶段，未来随着政

策的不断出台和调整，越来越多的企业将面临更严格的监管和转型压力，除政策风险外，还伴随着其他多种风险的增加。例如，转型中对新技术、新设备资金投入将加大财务风险；技术的代际更迭也会带来新的竞争对手；全球发展绿色经济的舆论导向影响需求端消费者的偏好，消费结构的变化倒逼供给端改革，部分老产品被市场淘汰；上游供应链中的原材料价格波动影响生产成本、压缩利润空间；碳市场行业覆盖范围的扩大或推高碳排放权价格；对符合低碳发展的创新企业的投资，同样面临技术不成熟、市场不成熟的投资风险。因此，企业应提升风险防控意识，了解自身风险、建立防控机制，合理配置相关金融产品，在风险中把握机遇、稳中求胜。

1.1.3 世界经济逆全球化势头不减，我国坚持改革开放，内外均有更多发展空间

当今世界正经历百年未有之大变局。全球经济在 2020 年急剧收缩 3.6% 之后，尽管今年以来在中国和美国强劲反弹的带动下，增长前景有所改善，但许多国家对疫情不足够的防控局势仍威胁着世界经济的广泛复苏。WTO 数据显示，2020 年全球进口贸易总额 35.4 万亿美元，较 2019 年下降 7.6%，达到四年来最低值。2008 年金融危机之后，在全球人口老龄化、各国内需增速放缓的背景下，全球经济发展均呈现出分化的趋势，逆全球化、单边主义、贸易保护主



我们有最完整的产业链，并经受住了中美贸易摩擦的考验，体制的优势和民众的拥护使我们在疫情攻坚战中表现优异，这也极大地增加了我国企业家们的信心。

义思潮暗流涌动，各主要经济体都尝试通过“福利化”计划的实施改善社会矛盾。

中国外贸出口在严峻的大环境下，凭借相对价格优势和出口商品的需求价格弹性（市场商品需求量对于价格变动做出反应的敏感程度）展现出强劲的韧性。同时，14亿人口、4亿中等收入人群也为扩大内需提供了有力的支撑。我们有最完整的产业链，并经受住了中美贸易摩擦的考验，体制的优势和民众的拥护使我们在疫情攻坚战中表现优异，这也极大地增加了我国企业家们的信心。习近平总书记指出，“大国经济的优势就是内部可循环，我国是全球最大、最有潜力的消费市场。居民消费优化升级，同现代科技和生产方式相结合，蕴含着巨大增长空间。”

世界经济的不明朗和疫情形势的反复波动，全球经济在长期的缓慢增长期中，一定程度上使得个人海外资产配置所面临的投资难度加大，风险系数增长，而同时中国坚持改革开放、坚持扩大内需的发展道路为高净值人群带来了更多的投资机会。

1.1.4 “房住不炒”机制长效建立，高杠杆房产投资优势减小

从90年代末以来，随着城镇居民可支配收入的强劲增长和城镇人口扩张，中国房地产行业经历了长期繁荣，持续上涨的房价成为拉动GDP增长的主要引擎之一。2020年，

房地产开发投资14.14万亿元比上年增长7.0%，占全年全社会固定资产投资26.8%。

2016年底，中国政府提出“房子是用来住的，不是用来炒的”这一房地产政策总基调，减少房地产的金融投资属性，严控房地产市场风险。尽管在2020年受到疫情影响，经济增长下行压力显著增大，房地产政策有所放松，但在疫情缓和后，央行明确指出“不将房地产作为短期刺激经济的手段”，进一步彰显了中央调控房地产市场的持续性和坚决性。后续各项调控新规的出台，如“三道红线”——剔除预收款的资产负债率不得大于70%、净负债率不得大于100%、现金短债比不得小于1倍；“两个上限”——大型银行房地产贷款占比上限40%，个人房贷上限32.5%，房地产调控形成了全方位、体系化的新框架。

2021年下半年以来，二手房市场明显降温，房价下跌城市数量在九月创下六年来新高。以恒大为代表的高负债房企出现违约，多年来高杠杆的运行模式在逐渐改变。10月15日，习近平总书记发表重要文章指出：“要积极稳妥推进房地产立法和改革，做好试点工作”。房地产税的落实进一步加速了房产向本质住房属性的回归，其作为投资品的金融属性优势将受到削弱。在税法的调节之下，房产持有成本加重，市场展现出更多的正常化需求。当前中国经济已经步入高质量增长阶段，“房住不炒”是防范系统性金融风险、增加国家创新竞争力所必将坚持的底线。



1.2 政策变化

1.2.1 人口老龄化程度加剧，国家推进商业养老保险产业发展

2010 年左右，中国的劳动年龄人口（15-59 岁）达到峰值，随后开始负增长，突出表现为劳动力短缺和人力成本上升。2020 年第七次全国人口普查结果显示，中国老龄化程度快速提高，60 岁以上人口占比 18.7%，而人口出生率持续下降，育龄妇女总和生育率为 1.3，处于低生育水平。未来 10 至 20 年，中国老龄化速度将继续加快。

改革开放后，人口数量红利曾是中国长期保持高速增长的重要因素之一。在 2013 年之后，中国劳动年龄人口（15-59 岁）数量达到顶峰，随后开始下降。劳动力供给总量的减小和劳动力成本的上升使我国部分制造业开始像其它东南亚国家转移，并将在未来长期持续地影响我国经济发展格局。

人口老龄化的现状对养老方式提出了新的要求。中国保

险行业协会 2020 年 11 月发布的《中国养老金第三支柱研究报告》指出，预计未来 5 年至 10 年时间，我国将有 8 万亿元至 10 万亿元的养老金缺口，亟需商业养老金融产品补足补全。央行 2021《中国金融稳定报告》指出，我国养老第三支柱（个人养老）还处于起步阶段，允许保险等金融机构发挥自身行业特点，提供合适的养老金融产品，稳步推进商业养老金融改革发展。

人口年龄结构的演变也推动我国保险市场的业务核心在过去十年中从理财型寿险转向养老险、医疗险。已有部分机构在全国范围内筹建养老社区、康复医院等重资产，构建“保险 + 养老 + 医疗”三位一体的产品体系，全方位为个人养老解决后顾之忧。

1.2.2 “三胎”开放鼓励生育，中小学“双减”政策扩大教育公平

在“七普”结果发布的 20 天后，“三胎”政策出台。政策明确提出“实施三孩生育政策及配套支持设施，促进生育政策与相关经济社会政策同向发力，有利于满足更多家庭的生育意愿，有利于提振生育水平”。与“三胎”开放相对应的，在义务教育层面，2021 年 5 月教育“双减”（减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担）政策审议通过，对校内教育均衡提出了更高要求，在北京、上海、深圳等地拟推进的教师轮岗制度进一步扩大了教育公平。同时，学科教育培训行业遭遇了严重冲击，资本长期以来对义务教育阶段中公立教育的入侵被打断。但在国内的教育体制下，家长们事实上对子女的升学期望、未来发展的期望只增不减。

根据胡润百富 2020 年的调查，尽管疫情导致学校停课、语言考试推迟、出入境管制等，高净值人群子女的留学需求有可能暂缓，但总体上并没有改变留学计划。高净值人群希望培养子女国际化的视野和人际沟通能力，提升其综合素质。在国内教育资源仍不平衡的现实下，寻找国际优秀教育资源依然是部分高净值人群的刚性需求。面对留学对资金的需求，教育金保险的强制储蓄和保障的双重功能可以很好的发挥作用，以及部分金融机构的“直通藤校”等项目，可以帮助孩子尽早做好规划，争取到最佳入学机会。

1.2.3 商业健康保险助力多层次医疗保障制度建立健全

随着国家基本医保保障压力的日趋增加，健全多层次保障的重要性日益凸显。2020 年 3 月，《中共中央国务院关于深化医疗保障制度改革的意见》发布，要求到 2030 年，全

面建成以基本医疗保险为主体，医疗救助为托底，补充医疗保险、商业健康保险、慈善捐赠、医疗互助共同发展的医疗保障制度体系。发展多层次医疗保障制度体系需要共建、共治、共享医保治理新格局。在多层次保障体系上，2021年9月发布的《“十四五”全面医疗保障规划》中为商业保险专列一节，提出鼓励商业保险机构提供医疗、疾病、康复、照护、生育等多领域的综合性健康保险产品或服务，逐步将医疗新技术、新药品、新器械应用纳入商业健康保险保障范围。支持商业保险机构与中医药机构合作开展健康管理服务，开发中医治未病等保险产品。更加注重发挥商业医疗保险作用，引导商业保险机构创新完善保障内容，提高保障水平和服务能力。

我国商业健康保险近年来发展强劲，2020年其保费规模首次突破8,000亿元大关，成为保险市场仅次于寿险和车险的第三大险种，从产品结构上看，其中重疾险占比超过一

半。自2016年以来，百万医疗险等高端保险产品达到了超高速增长。同时，护理险、失能险等险种尚未成为主流。

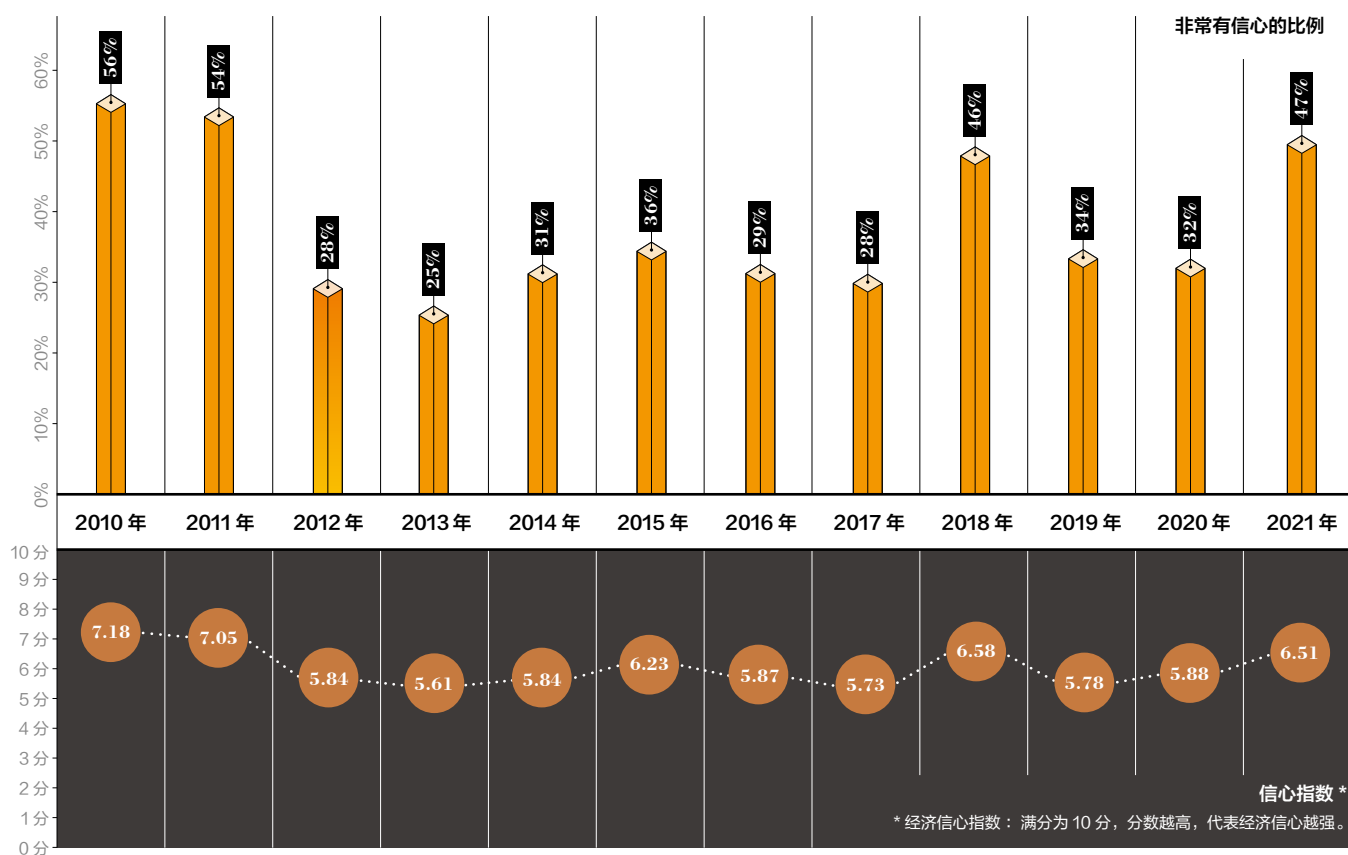
自2016年《“健康中国2030”规划纲要》发布以来，“保险+健康管理”模式的产品成为越来越多高净值人群的选择。通过健康管理，保险的作用从事后理赔逐渐转向事前预防，有效地提升了客户的参与意识及自我健康管理意识，满足高净值人群日益增长的家庭医生、互联网医疗等新型就医模式的需求。

1.3 高净值人群财富风险管理综述

胡润表示：“中国高端消费者特别值得关注，因为他们消费能力很强，是拉动内需的重要力量。”

中国高净值人群对未来中国经济的信心增强，高净值人群经济信心指数达6.51分（满分10分），高于前两年，并且是这十年来除2018年以外的最高分。表示“非常有信心”的比例增长至47%，是十年来最高。

对未来中国经济的信心指数



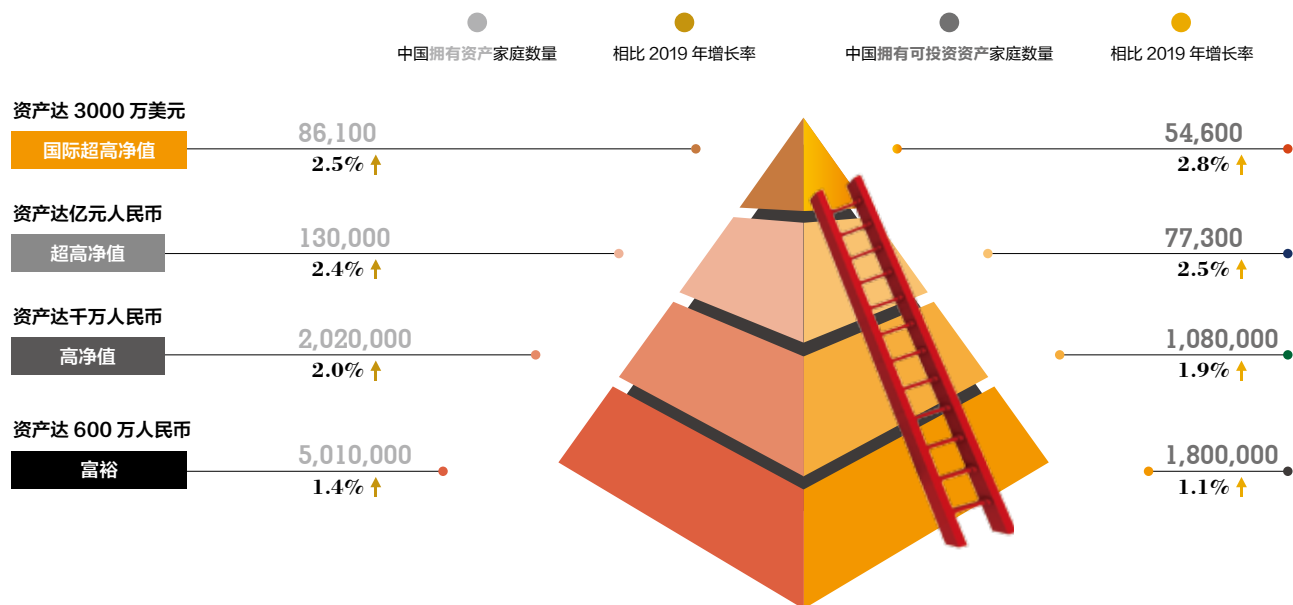
数据来源：2021 胡润至尚优品

我们将拥有 1,000 万人民币及以上资产的中国家庭定义为“高净值家庭”。截至 2019 年 12 月 31 日，中国的“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 3000 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 3000 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。

千万人民币资产“高净值家庭”中，企业主占到 60%，比上年减少 5 个百分点。企业资产占其所有资产的 59%；金领主要包括大型企业集团、跨国公司的高层人士，他们拥

中国财富家庭规模（单位：户）



数据来源：胡润研究院

千万人民币资产“高净值家庭”构成



数据来源：胡润研究院

千万人民币资产“高净值家庭”城市分布 Top 10 (单位：户)

		“高净值家庭”数量	比上年度增加
1	北京	294,000	6,000
2	上海	255,000	6,000
3	香港	223,000	1,000
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



数据来源：胡润研究院

有公司股份、高昂的年薪、分红等来保证稳定的高收入，这部分人占 20%，和上年一样；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%。房产投资占到他们总财富的 59%；职业股民是从事股票、期货等金融投资的专业人士。这部分人占 10%。现金及股票占到其总财富的 65%。

在高净值家庭的地域分布上，北京在 2020 年依然是拥有最多千万人民币资产“高净值家庭”的地区。在排名前十的城市中，除北京以外，天津是中国北方城市里第二个上榜的，高净值家庭数量为全国第十。其余八个城市均在东南沿海地区。

风险管理是高净值人群在工作与生活中永恒的主题。企业经营中，不断变化的市场风险需要时时关注与应对，

企业传承中掌权人的交接是对内部管理的考验，家企隔离的安排可帮助降低企业财务风险对家庭财富的影响，同时还有政策风险、法律风险与意外风险需要企业家们未雨绸缪，将“不可控”变为“不担心”。在个人投资方面，财富也同样受到股市波动、市场变化、企业业务表现等多方面的风险因素影响，分散投资这一朴素的理念依然是被实践证明、行之有效的投资底层逻辑。在家庭中，子女的学业发展同样需要完善的风险管理方案，保障父辈的社交资源与物质财富的长久传承。对于不那么遥远的未来，高净值人群自身的医疗需求和养老需求均需长期、安全、稳定的资金支持，相关金融工具的配置帮助高净值人群医有所保、老有所归。



第二章 高净值人群 企业经营风险管理及应对



进入 21 世纪，全球经济发生巨大变化，外部市场环境和内部管理模式都在变化中给予企业家们新的挑战。可以说，企业面临着新的“时代形势”。企业风险管理从出现伊始发展至今，历经许多事件，积累了丰富的经验和教训。2008 年，人类社会的经济领域再次发生重大风险事件——全球金融危机。一时间，企业面临着各种问题和挑

战，风险管理立刻升级为全球最热的话题。时至今日，十数年间发生的金融危机、全球疫情、各类自然灾害和市场波动等各种企业的冲击也是史无前例的，风险管理开始深入中国企业经营者的思考范畴。根据调研所知，企业主普遍在企业日常经营中面临外部风险（95%）和内部风险（90%）的挑战。

企业家所认为的企业日常经营活动面临的挑战

外部风险

95%

市场变化风险，包括行业动态带来的市场供需变化、价值趋势、银行利率、外汇汇率等因素给企业带来的经营性风险

66%

信用性风险，指外部信用评级机构对企业的低信用评价给公司带来的金融风险、以及客户信用变化、经营风险给企业带来的支付风险等

43%

政策风险，是指国家政策的变化对行业、产品的影响（宏观经济调控及产业政策导向）

42%

信息系统管理风险，主要是指电脑病毒、信息系统安全漏洞等对企业信息资料、信息系统带来安全风险；

25%

内部风险

90%

资金流动性风险，是指企业在负债管理、偿债能力管理、资产变现管理、紧急流动需求应对管理方面不足而给公司带来的经营风险

45%

生产运作类风险，包括生产运作过程中存在生产安全、环保、产品品质方面风险控制不足而导致的管理性风险

40%

战略管理风险，是指企业在战略方向、市场定位、产品定位、商业模式选择等方面所犯的失误给企业带来的经营风险

35%

法律性风险，包括企业在对内用工、对外合同所涉及的法律风险

23%

会计处理风险，包括会计账务处理合规合法性不足、财税处理合规合法性不足导致的管理性风险

20%

人员团队风险，是指核心团队问题及员工冲突、流失和知识管理等

20%

其他风险

49%

代际传承风险，是指家族企业中两代人之间的企业传递与继承

29%

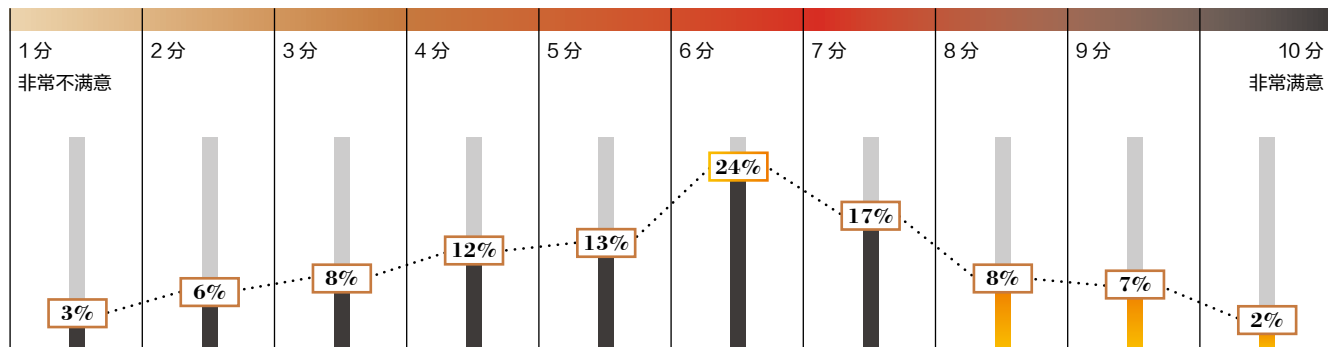
不可预测风险，包括天气、汇率、国际形势等不可预测的潜在风险

24%

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

对企业过去三年中的经营情况的满意度

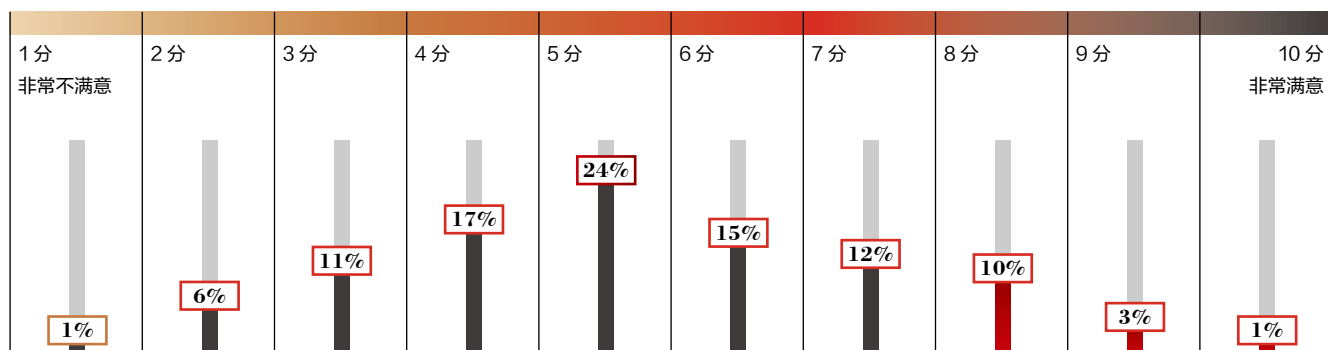
平均分：5.67



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

对企业过去三年中的盈利情况的满意度

平均分：5.27



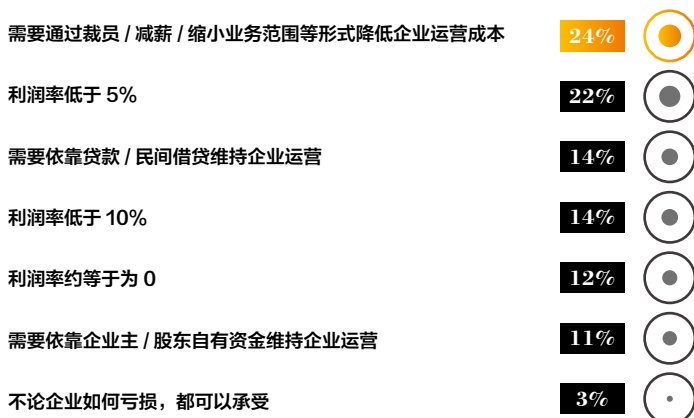
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

2020 年新冠疫情对很多企业，尤其是中小企业造成了冲击。数据调研显示，17%（8-10 分）的企业家对企业过去三年的经营状况表示满意，仅 14%（8-10 分）企业家满意过去三年的企业盈利情况。当经营压力逐渐增加，需要通过裁员 / 减薪 / 缩小业务范围等形式降低企业运营成本（24%），或者企业年利润率低于 5% 时（22%），企业家认为已经无法承受，可能将采取进一步措施。

2.1 政策、市场和信用风险：不断变化的挑战

现代企业的市场竞争已趋向白热化，在很

无法承受的企业年经营亏损程度



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

多行业里，控制市场风险自然是企业活动的重中之重。市场风险是基础资产市场价格的不利变动或者急剧波动而导致衍生工具价格或者价值变动的风险。企业风险一般分为外部市场风险、信用风险和内部风险。

最让企业主担忧的市场外部风险是来自市场变化的风险（66%），包括行业动态带来的市场供需变化、价值趋势、银行利率、外汇汇率等因素给企业带来的经营性风险；其次需要面临的关于信用性风险（43%，外部信用评级机构对企业的低信用评价给公司带来的金融风险、以及客户信用变化、经营风险给企业带来的支付风险等），以及政策风险（42%，国家政策的变化对行业、产品的影响，宏观经济调控及产业政策导向）。

面对市场变化，很多企业选择了开辟另一方天地——走出去。随着“一带一路”的建设推进，制造业实体经济迎来了巨大的发展机遇。定性研究显示，国家对出海企业提供了多样化的政策支持，在贷款、海外保险、承包工程等方面有不同程度的补贴补助，帮助企业在海外业务拓展中缓解资金压力，降低经营风险，更健康快速地成长起来。如浙江省的一位企业家所说“我为在非洲的工厂购买了企业保险，可以保障发生战乱等事件时，企业可以得到相应的补偿，这部分保费的费用原是很高的，但各项国家政策补贴之下，我自身的出资仅占企业年收入的3%左右，这极大的缓解了我的资金压力”。

政策风险是在市场经济条件下，由于受价值规律和竞争机制的影响，各企业争夺市场资源，都希望获得更大的活动自由，因而可能偏离国家的有关政策，而国家政策又对企业的行为具有强制约束力。另外，国家在不同时期可以根据宏观环境的变化而调整政策，这同样会影响到相关行业中企业的经营活动和市场规模。因此，提高对政策预见性的认识和行动上顺应政策发展，是降低企业政策风险的有效方式。

定性研究显示，企业主们普遍对政策变化对企业的经营影响十分关注，如上海的一位企业家所讲：“我每天早上起来至少有一个小时的时间是看新闻的，每个主流网站都会花十几、二十分钟去浏览，了解国家政策的风向标。”另有企业家们参加、组织研讨会、商业课程等，和同行们积极分享商业动态和行业发展变化，力求在信息更新的浪潮中不断学习进取。

由于国家宏观调整的原因，不同行业受政策影响的情况也有所不同。在近年来去杠杆、去产能的要求下，部分行业出现整合的趋势，尤其是基础制造业中，一些资质、规模、



业务经验相对缺少优势的中小企业的市场竞争力被减弱，纷纷寻求转型途径。碳中和、碳达峰的国家目标下沉到实际生产活动中，也帮助调整和明确了企业战略发展的方向。升级产品、整合资源、发展线上商业、拓宽业务面等，都是企业在适应政策的过程中做出的积极变化。比如，在文化、基建、科技、金融等受到政策利好的领域中，更多企业有机会展示出强劲的活力。艺术领域的企业家明显感到“近几年各地的美术馆都起来了”，西南地区的一位家族式企业接班人也表示：“建筑领域迎来了中国大基建的未来10年的一个大红利时期，我们企业的建筑业务板块在今年6月份已经完成了全年的计划，是比较好的一个增势。”

2.2 财务和流动性风险：家企风险隔离的两难处境

在企业内部风险方面，资金流动性风险（45%，企业在负债管理、偿债能力管理、资产变现管理、紧急流动需求应对管理方面不足而给公司带来的经营风险）和生产运作风险（40%，包括了生产运作过程中存在生产安全、环保、产品品质方面风险控制不足导致的管理性风险）是给企业主带来困扰的主要风险。

近几年中美经济摩擦，加之“双碳”加速产业转型升级，企业经营风险增大，93%的企业存在资金压力，企业运营成本高（44%）、应收账款未能及时收回（41%）及垫付资金过多（41%）是企业面临的主要资金问题。尤其疫情以来，国际海运运力极度紧张、运费暴涨，给许多企业的物流带来了很大压力，进而影响到货款的回收周期和现金流。如沈阳的一位企业家所说：“国际海运对我们企业影响非常大。我们的原材料之前一直从巴西进口，后来疫情原因，巴西发过来在海上漂了两个月，都靠不了岸又返回去了，现在只好选择其他国家的替代，尽管品种不是很符合我们的需求。”

作为企业主，“家企一体”是常见的心态。资金在家庭和企业之间互相流动，当企业面对资金压力，家庭资金也产生了影响。73%（8-10分）的企业家表示企业资金压力将非常影响家庭资产。

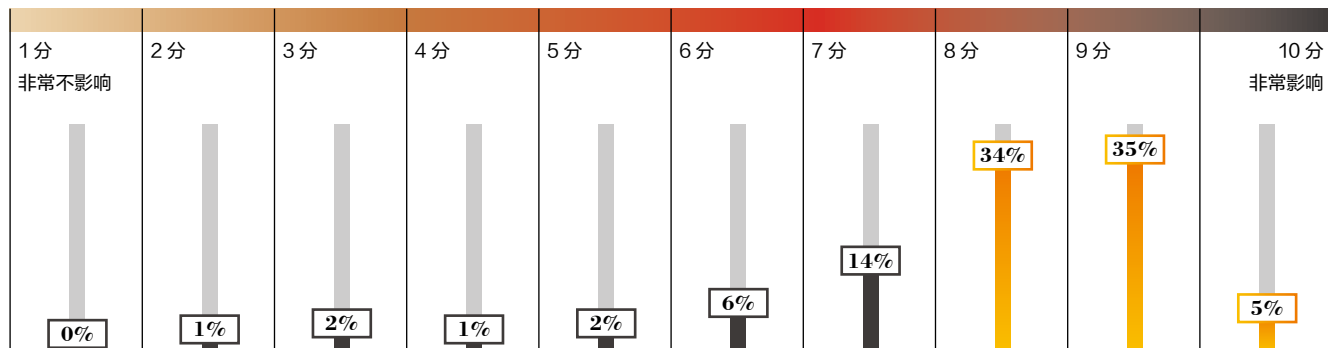
企业资金压力来源



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

企业资金压力对家庭资产的影响程度

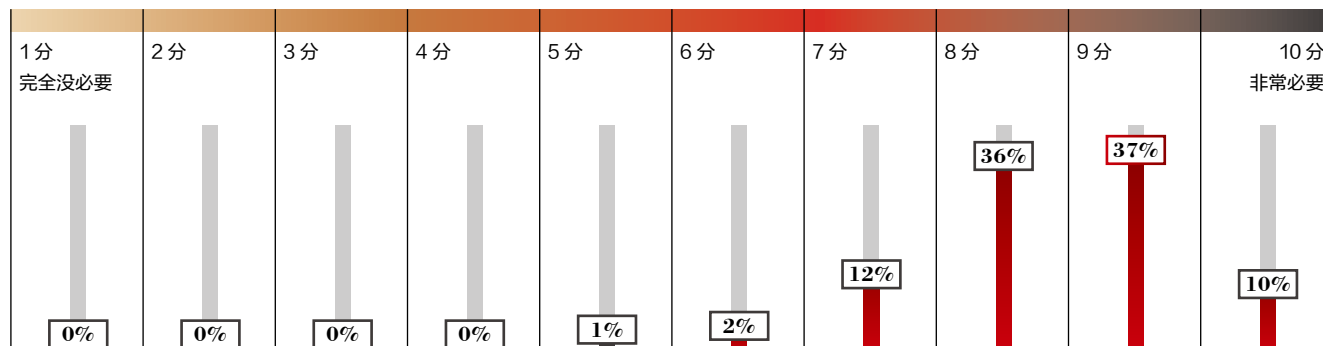
平均分：7.90



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

建立“家企隔离”的必要性

平均分：8.34



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

几乎所有的企业家认为有必要进行“家企隔离”安排，在企业面临资金风险时，避免家庭遭受“牵连”，让家人获得生活的保障。

因此，几乎所有的企业家认为有必要进行“家企隔离”安排，在企业面临资金风险时，避免家庭遭受“牵连”，让家人获得生活的保障。但是对于一些企业来说，想要完善地做到这点又面临着诸多困难，比如初创企业正值资金缺口，为了保障企业平稳渡过成长期，企业家们愿意投入自己的个人资产；家族企业经营多年，家企之间的关系、企业管理者们之间的关系错综复杂；或者是对于运营状况十分良好、利润稳定的企业，管理者处于对自身企业的信赖和对未来企业运营的乐观态度，更愿意将资产投入到企业中获得企业发展和个人财富增长的双赢。但是定性研究发现，拥有以上想法的企业家们也同时提到，希望在合适的时机把资产重心向家庭转移，优先保障家庭的稳定。

成都市某企业家：“有了解过家企隔离，我们现在往这个方向上走，比如给家里购买一些保险产品，或者做些投资把风险转移出去。但目前做的还不全面、不系统。”



已经采取的“家企隔离”方式

梳理企业资产，将高风险资产和低风险资产分离

61%

购买大额的寿险，保障财富传承

56%

将部分企业财富转移到家庭成员名下

44%

购买大额的年金险，保障自身养老和子女教育等

42%

设立家族信托

28%

投资海外市场，购买海外资产

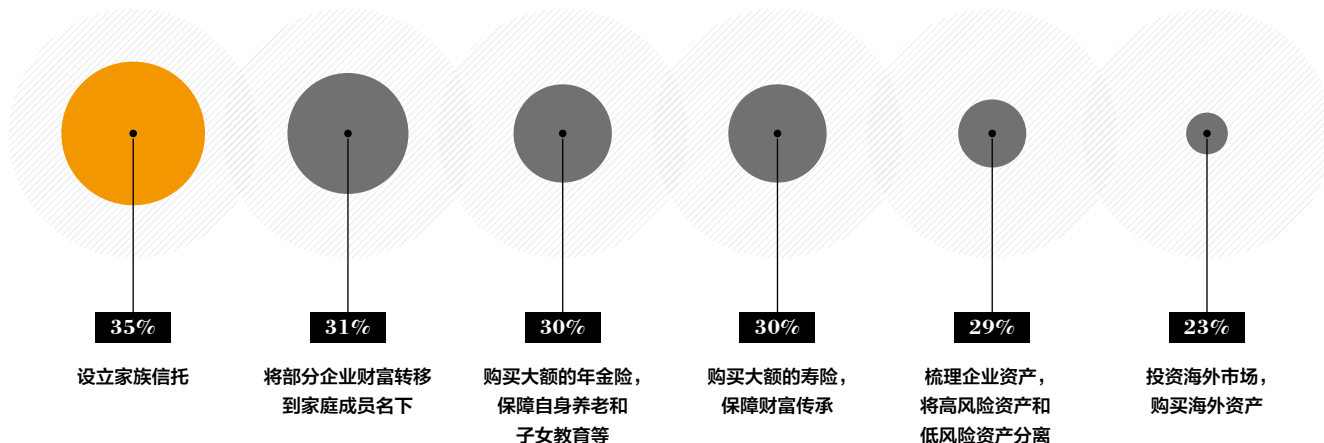
10%

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

目前，企业家除了梳理企业资产分离高低风险资产（61%）以外，购买大额寿险（56%）、年金险（42%）已成为保障家庭资产和家人生活品质的主要方式。大额寿险有保障财富传承、优化资产的作用，在企业发生资金风险时，规避债权，使资金更安全，保障自己和家人生活资金来源。储蓄型保险则更为灵活，按照约定年限缴费后，在需要时即可用于子女教育的持续资金支持，也可以在年老后作为养老金的补充。

调研显示，28% 企业家已经设立家族信托，且有 35% 企业家计划设立家族信托。家族信托是一种信托机构受个人或家族的委托，代为管理、处置家庭财产的资产管理方式，以实现为富裕人群的财富规划及传承目标。家族信托可以实现资产的所有权与收益权相分离，客户一旦把资产委托给信托公司打理，客户成为该资产的托管人，该资产的所有权就不再归于托管人，但相应的收益依然根据托管人的意愿收取和分配，因而保证了信托资产与托管人其他资产和债务的隔离，同时客户还享有信托资产收益的收取和分配权。即使企业家发生企业经营问题、婚姻关系问题、人身意外或债务问题，信托中的资金都将独立存在，不受影响。家族信托在帮助规划“财富传承”中的重要作用也逐渐被中国高净值人群认可。

未来计划新增的“家企隔离”方式



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

2.3 管理风险及企业传承：掌权人交接的担忧

管理风险是在企业管理运作过程中因信息不对称、管理不善、判断失误等影响管理的水平。随着企业发展和成长，企业正面临掌权人交接的问题，将成熟的企业管理模式进行代际传递。对于新一代管理层，企业家更看中其创新能力（60%）、学习能力（54%）和社交能力（53%）。

定性研究发现，不同年龄阶段的企业家们对企业传承的看法存在不同的态度。60 后的“创一代”更倾向于培养子女的接班能力，希望能将企业完整地传递给子女，在下一代手上继续做大、做强。他们为此也颇费心力，比如从孩子很小的时候就带他们参观企业、会见客户，培养孩子的见识与眼界；鼓励子女选择与企业业务相关的大学专业，以储备夯实的基础；或者让子女先到其他公司从基层做起，在社会中历练后再回来；对于“叛逆期”的孩子，也会耐心地引导他们多接触企业的运营细节，一步步的去承担更多的“主人翁”的责任。

湖北省某创业主：“因为我们这些生产设备零件都是铁，女孩子不喜欢那个环境，开始不能接受，后来慢慢的让她从采购做起，让她明白幸福生活是如何创造的，她后来就感触很深，主动对公司有了牵挂和责任。”

而更年轻的 80 后企业家们在这方面往往不再有强烈的坚持，更多的希望孩子可以按自己的喜好发展。这也与两代人从事的业态有关，青年企业家中很多人的企业在电商、金融、艺术等领域，传承方面与传统制造业形式不同。虽然他们也欣喜见到孩子有主动接任的意愿，但相比于让子女做下一任“掌权人”，他们更希望能做孩子坚强的后盾，向孩子提供支持而非提出要求。

几乎所有的企业家们都表示，“朋友圈”是必须向下一代传递的重要资源，其意义远大于物质的传承。

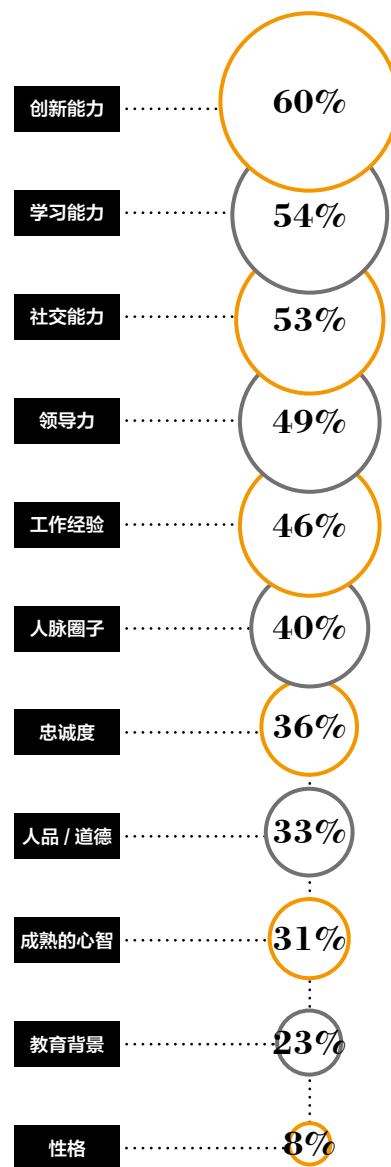
广东某企业家：“我觉得小孩子现在主要就是让他们培养一些艺术的东西，他们的职业选择我都无所谓，因为我们这一代的人从小都是被强制地学这个学那个，所以我不太想强制他们。”

深圳某企业高管：“我们家小孩也就一个，整体的经济压力不大。对于小孩子这种传承来看，我自己和我老婆还是希望他自己能够有创造财

富的能力，我们能保证他（经济）不出问题，给他最好的教育是希望他自己有这样的能力。”

辽宁某企业家：“因为我们互联网企业也属于这几年的新兴，这个东西变化性特别强，而不是传统的实体经营企业和传承，需要根据市场的发展。”

企业接任者被关注的能力和素质



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

2.4 法律风险、意外风险：不可控亦不容忽视

企业家日常经营管理中除了需要面对市场风险、管理风险和财务风险之外，来自国家的政策、专业领域的法律、不可控的意外事件也是需要关注、预防的风险。

法律风险是指基于法律规定或合同约定，由于企业外部法律环境发生变化或法律主体的作为及不作为，而对企业产生负面法律责任或后果的可能性。

目前，82% 企业主认为其所在企业存在法律风险，主要来自于外部的合同纠纷（43%），其次是关于企业改制、兼并、融投资等过程中的纠纷（37%），企业内部股东纠纷（30%）和用工纠纷（30%）也是企业面临的主要法律风险。

企业意外风险是指企业在日常经营中遇到不可预估、预判的不可抗力事件，例如 2020 年初爆发新冠疫情，全球流通停摆半年后虽逐步开放，在两年后的今天，影响仍在扩展，对航运业和物流业、外贸行业产生影响。

2.5 企业家风险管理行动

企业在经营过程中，面对多重风险，包括来自市场、管理、财务的风险，与此同时在政策、法律方面也存在风险。在过去三年的企业经营中，98% 企业主为了防止企业面对风险而采取了行动。最主要的行动是购买法律咨询、财务咨询、审计等专项服务（45%），41% 企业主则是成立专门部门、委员会等对风险进行监察、防范和处理，34% 企业家采取的行动是与客户、供应商、竞争对手等外部资源结为联盟，或者建立企业内部风险管理体系（34%）。

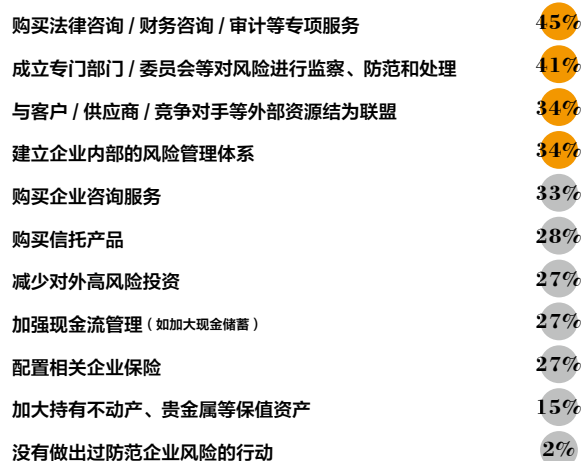
对于企业风险管理服务，78%（8-10 分）企业主较为了解。其中 72% 的企业家是主动向相关公司进行了解，52% 的企业家通过相关机构推荐，朋友介绍帮助 51% 的企

过去三年中企业所经历过的法律风险



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

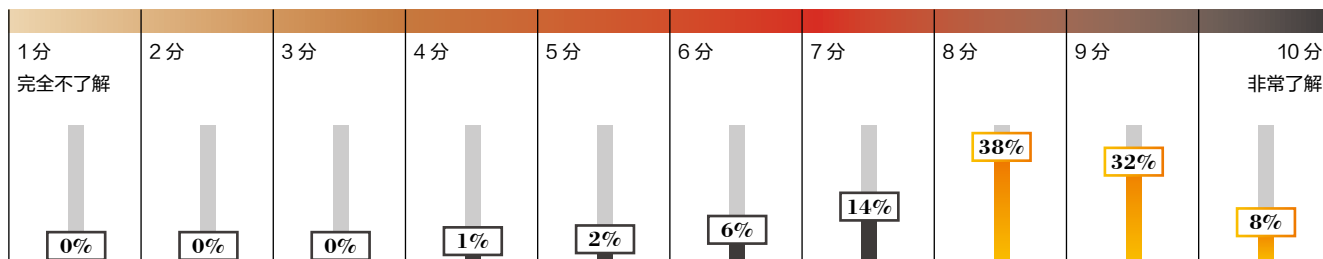
过去三年中企业家为防范企业风险所做出的行动



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

企业家对“企业风险管理服务”的了解程度

平均分：8.13



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

企业家了解“企业风险管理服务”的渠道



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

企业家知道该服务，38% 企业家通过讲座、会议、论坛等活动了解。

目前市场所提供的企业风险管理各项服务中，法律服务和企业财产保险被超过一半的企业家认为对企业的帮助最为有效；其次是企业合作伙伴评估（47%）、信息技术管理（47%）和合规审查（45%）。

企业家在企业风险管理过程中也遇到诸多困难，企业咨询机构水平良莠不齐而难以选择（49%）、企业内部风险监管执行难度大且人力成本高（43%）、不动产及贵金属等资产流动性差、变现难（42%）是最主要的三大挑战。

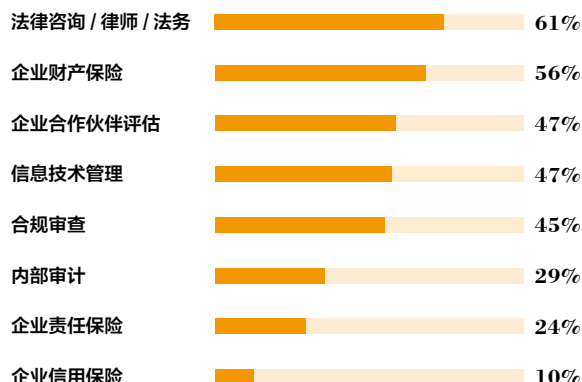
定性研究发现，企业家们对企业的风险控制意识普遍较强，尤其在财务、法律等对企业经营起到关键作用的方面中，在相关人力的管理上慎之又慎，但是缺少全面风险评估、风险预警的行为。一些规模较大的企业中，会成立风控部来承担相关责任，规模较小的企业则更多依赖于管理者自

身的风险意识。同时，企业家们对于第三方机构提供的企业风险管理相关的产品介绍，存在一些偏差性的理解，比如认为风险管理仅服务于规模宏大的企业，或者是已经出现相关问题的企业。

上海某企业家：“我们有自己的律师，律师咨询单位会定期给我们做一些培训，财税这边这一块我们也会专门聘请财务总监，他们也会定期去关注一些最新的政策，包括公司的财税方面的一些规划。风控部门目前没有设，但是我们公司本身在经营的时候就注重经营安全这一块，唯一风险可能比如有应收账款。”

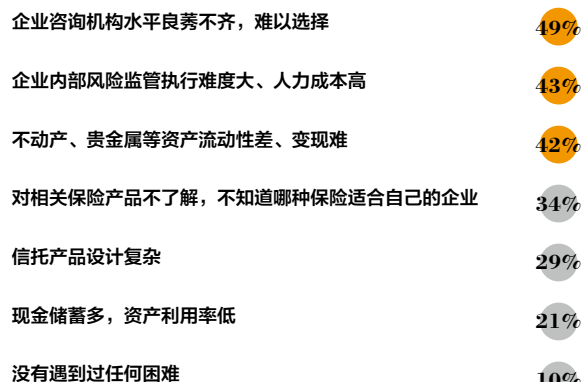
山东某企业家：“我知道现在有这样的公司在做。他们可以提供一些资讯，或者帮助你规避在管理过程当中的一些风险。我倒听说过，没有过多的了解。不是不感兴趣，而是目前的状况（很稳定），暂时是用不到。将来如果有专业的人，有机会去跟他交流的话，我还是很愿意去沟通这方面的一些事情。”

企业家认为对企业的风险管理有帮助的服务



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

企业家在进行企业风险防范过程中遇到的困难



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

第三章

高净值人群

资产配置风险及应对

3.1 中国高净值客群对家庭投资风险的认识

本次调研中，高净值人群的平均可投资资产总额为1,613万元，31%高净值人群家庭可投资资产为600-800万，26%的家庭可投资资产在800-1,000万之间。

近些年，随着投资市场的变化，以及新冠疫情此类突发“黑天鹅”事件，高净值人群对个人和家庭财富风险更为关注。

最主要的风险担忧是家庭资产增速太慢（47%）；其次是缺少对财富的传承规划，担心传承过程中产生的风险（39%），36%的高净值人群则担心自己缺少对财富的专业规划。

定性研究发现，高净值人群对财富的增值保值普遍有较高要求，“不进则退”是他们积极进行财富创造和财富管理的持久动力，但是缺乏满意的投资渠道也是很多人手持财富却仍然感到迷茫的原因。

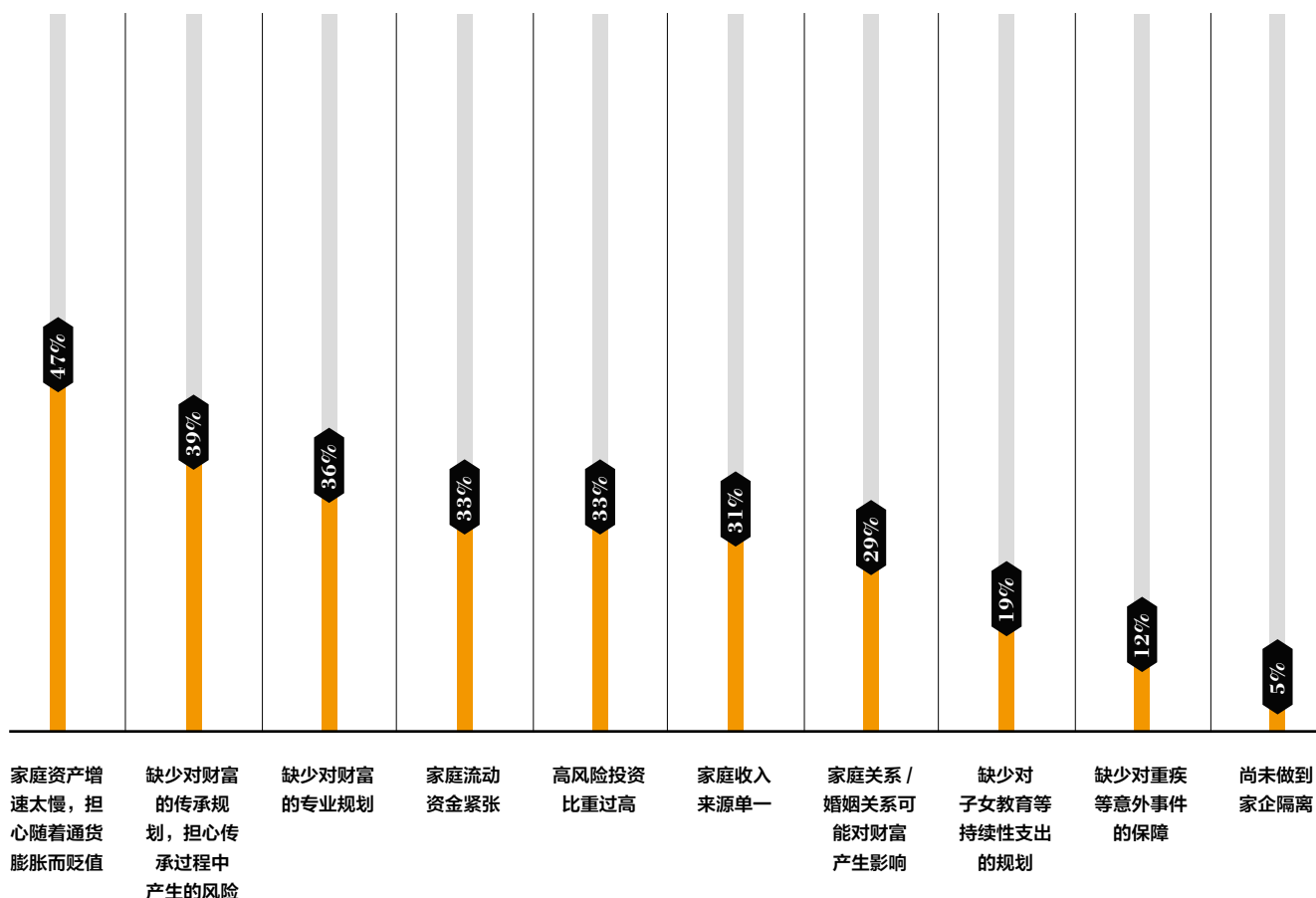
高净值人群家庭可投资资产数额



平均家庭可投资资产：1,613 万人民币

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群个人和家庭财富面临的风险



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

如北京的某位企业高管所说：“自己在很多领域专业度也不够，房产现在也不是很好的选择了，最简单的只能换些美元。和私人银行也聊过，但感觉很多产品投资门槛比较高，比如 100 万，还有锁定期，我更偏向灵活、保守型的。”另有辽宁某企业家讲：“我没买过任何股票、基金，一是不认可这种（风险），二是不了解。目前主要以房产和银行理财为主，一方面是出于对银行的信任，另一方面现金流没有太多的需要投资的地方，闲着也闲着。虽然对保守型的投资收益率肯定是不满意的，但现在的环境也不敢投资其他。”

新冠疫情发生后，高净值人群在个人财富管理方面产生了变化，37% 人群变得更为保守，对风险更敏感，愿意承担的风险程度降低，更在意财富的保值；27% 高净值人群则变得更为积极，他们认为危中有机，变革中风险与机遇并存，投资好机会、新机会不断涌现。

定性研究发现，针对疫情这一单项事件，高净值人群普遍心态较为乐观。尽管在财富的管理上会向稳健、保守型上有所转变，没有因为疫情而较大地做出资产调整。但是在疫情发生以来，与疫情同时伴随的国内整体经济下行压力以及一些监管措施、行业调整政策的出台，这些因素

也同样作用于高净值人群的投资行为。尤其在个人和家庭资产的投资上，相比几年前会更加谨慎。

尤其对于有过投资失败经验的企业家们来讲，“求稳”成为首要追求。婚姻和家庭也是影响高净值人群投资心态的重要因素之一，家庭责任感，尤其是对下一代养育的责任感，加强了其对投资的谨慎态度。与此同时，保守的投资项目所带来的收益被认为没有发挥好财富的真正价值，因此缺乏优质、可信赖的投资渠道是企业家们普遍面临的问题。

深圳某企业家：“疫情之后把股票清了仓，也没有再做其他投资，加大自己的现金储备。因为现在受到大环境的影响，只想去做确定性强的事情。我们见过了太多大起大落，对于自己的家庭资产还是看重安全性。”

成都某企业家：“很早之前买过股票，被“割”得很惨，从那以后对金融板块会特别谨慎，自己确实不懂就不再操作了，现在把资金放到朋友的私募公司打理。”

多重因素的影响下，高净值人群对资金投资风险更为谨慎，人群平均可承受 11% 的年亏损，90% 的高净值人群仅接受 20% 以内的年亏损。

高净值人群在疫情后投资理念和投资心态变化

更保守：对风险更敏感，愿意承担的风险程度降低，更在意财富的保值

37%

更积极：危中有机，投资好机会、新机会不断涌现

27%

更迷茫：市场波动震荡，疫情的影响不知道何时结束，投资需要观望

16%

更淡然：一切终将过去，坚持自己的投资理念，看好市场长期发展

14%

更急切：长线投资夜长梦多，收益落袋为安更踏实

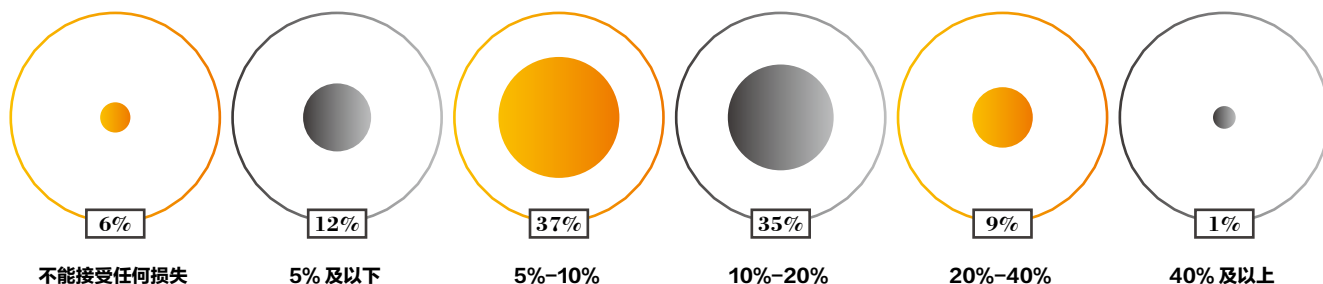
7%

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

保守的投资项目所带来的收益被认为没有发挥好财富的真正价值，因此缺乏优质、可信赖的投资渠道是企业家们普遍面临的问题。

高净值人群可承受年投资损失比例

平均值：11%



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

3.2 全球视角下的高净值人群财富管理——更关注金融资产配置和高流动性资产配置

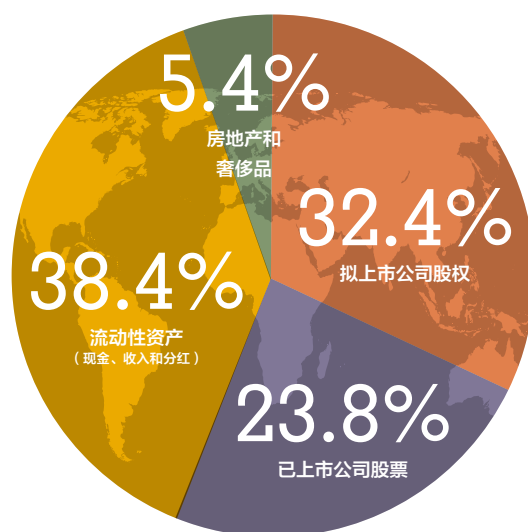
疫情在世界范围内的蔓延毫无疑问地影响了高净值人群的财富管理方式。得益于世界各国央行近年来持续推行的宽松货币政策，全球资本市场的投资在 2020 年增长了 11.5%，低利率就促使投资者将固定资产，如房地产等，转移到金融资本，希望在股权投资、风险投资以及另类投资中获得更高收益。同时，如新冠疫情等黑天鹅事件同样也增大了投资者的防御心理，世界范围内的隔离政策强制减少了消费，使得全世界的存款数额也创纪录地增长了 10.6%。

在以亚洲为代表的成长型市场中，房地产等实体资产往往占据财富的主要地位。但在以北美为代表的成熟市场中，由于金融市场更加完善，稳定的货币和易进入的门槛鼓励高净值人群更多地持有现金、证券和其他流动性资产。根据波士顿咨询（BCG）《Global Wealth》的报告显示，截止 2020 年，全球范围内的财富中，金融资产以 250 万亿美元的规模已经达到 52% 的占比，其中北美以 111 万亿美元的金融资产占总财富的 72%，而在亚洲这一比例仅为 36%。随着资本市场在亚洲的日益成熟和金融普惠性的深化，两者将结合改变成长型市场的财富构成。越来越多的高净值人群将接受用金融资产替代传统的房地产投资，特别是投资基金。

根据 Wealth-X 的分析，全球超高净值人群广泛投资于上市公司作为财富规划和保护战略的一部分。尤其在北美地区，科技公司的股票强势支撑了超高净值人群的财富总额，这些企业家受益于全球经济的快速数字化和可扩展性发展。在全球范围内，与中产阶级不同，超高净值人群的房地产和奢侈品资产仅占其总财富的 5.4%，而其持有的包括上市和未上市企业的公司股份占比超过一半（56.2%），其余的 38.4% 的财富均来自于流动性资产，如现金、收入和分红等。根据公开数据显示，2008 年金融危机以后，另类投资广泛受到高净值人群的青睐，占比从 7% 提升到 12%，现金存款和权益投资的比重也有相对上涨。与之对应的，固定收益占高净值人群总财富的比例大幅降低，从 29% 下降至 16%。以上资产配置结构的变化显示出全球高净值人群对流动性资产的重视和避险意识的提升，同时权益投资占比的提升和固收类占比的下降也体现了在各国央行的货币宽松政策下，高净值人群对资产增长的需求和对长期经济形势的看好。“不把所有的鸡蛋放在同一个篮子里”依然是全球高净值人群资产配置的底层逻辑，这也帮助他们在长期的市场波动中抵御风险、实现财富的安全与增长。

根据 Wealth-X 的分析，全球超高净值人群广泛投资于上市公司作为财富规划和保护战略的一部分。

全球高净值人群资产分布



数据来源：Wealth-X 2021 WORLD ULTRA WEALTH REPORT

3.3 中国高净值人群资产分布与投资现状： 流动型 > 投资型 > 安全型

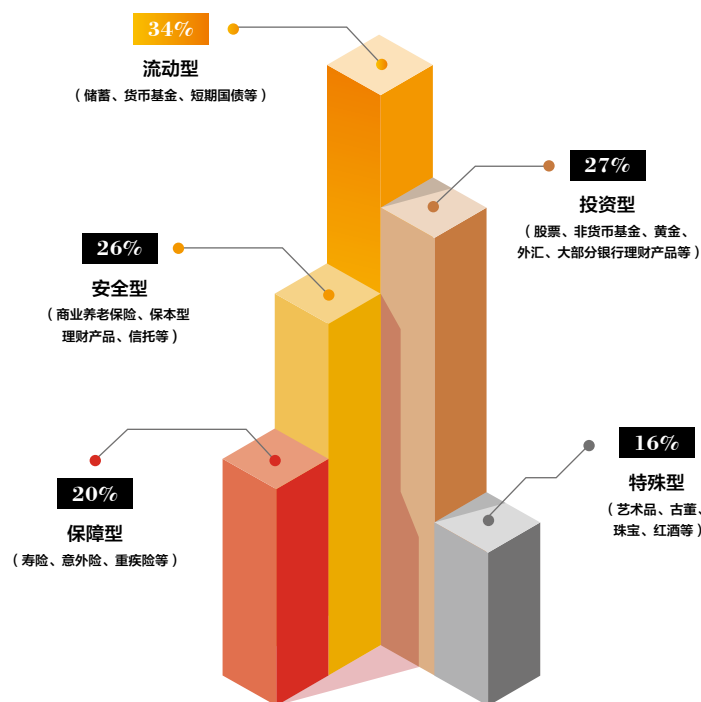
从金融工具资金配置比例看，高净值家庭的三分之一投资资金用于流动型（34%）金融工具配置，其次是投资型（27%）和安全型（26%）金融产品配置，保障型金融工具占到家庭投资资金的 20%，特殊型金融资金占家庭投资资金比例相对较少，仅为 16%。

在以上高净值人群中，41% 的受访者认为自己是稳健型投资者，他们愿意为了收益而承担一定风险，但不会在高收益的吸引下尝试高风险投资；平衡型是第二集群，占投资者的 29%，人群特点是他们会综合考虑风险和收益，风险承受能力适中。定性研究显示，高净值人群尽管在意财富的增长，但不会贸然去将资金投向自己认识范围之外的领域。保险、银行理财、房产、朋友介绍的机会是最多被提及的投资渠道。

山东某企业家：“私募的回报相对比公募肯定要高一些，但是我们选择私募的时候，也是选择一些相对稳健的，不会选择那些会冒进的私募去投资。因为跟搞证券和金融的朋友接触得比较多一些，信息知道得多一些。在这方面投入的时候，还是以稳健为主。”

浙江某企业家：“如果现在有一笔闲置资金可以投资的话，我肯定先买一套房，然后就是买保险。”

高净值人群投资金额分布



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群投资者类型

稳健型： 可以承担较小风险，但希望保本的基础上有一定的收益

41%

平衡型： 综合考虑风险和收益，风险承受能力适中

29%

积极型： 倾向于有风险高收益的理财投资，对风险并不惧怕

16%

保守型： 不想承担任何风险，投资理财的目的在于保值

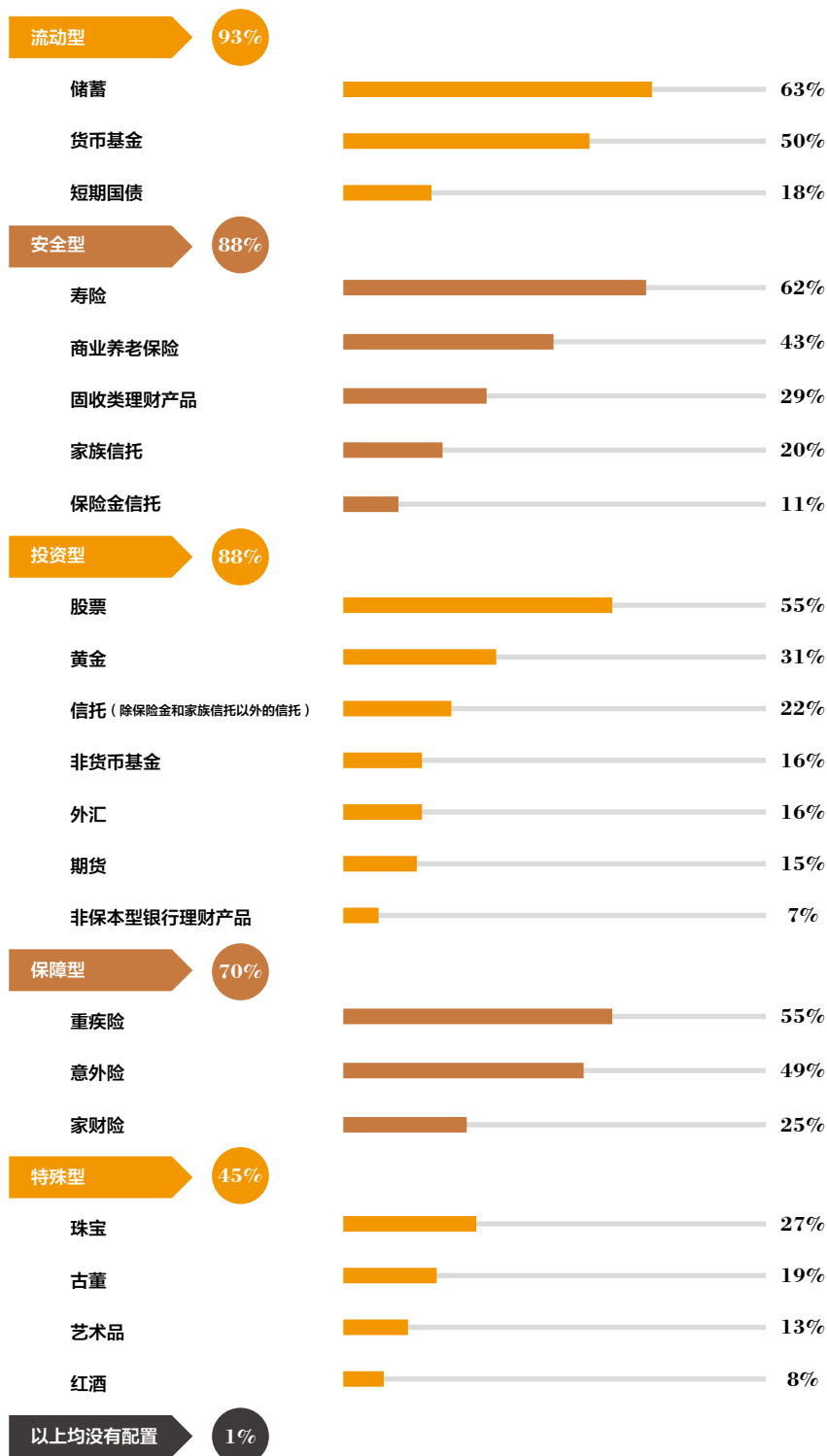
13%

激进型： 热衷在高风险中博取高收益，不怕本金损失

2%

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群所配置的资产类型



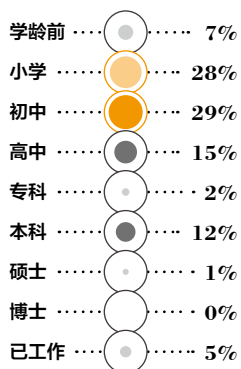
在流动型产品中重点关注储蓄和货币基金，在安全型产品中重点关注寿险和商业养老保险，在投资型产品中重点关注股票。

考虑到企业与家庭资金的高联通性，目前，流动型理财产品最受高净值家庭青睐，93% 高净值人群进行了包括储蓄、货币基金、短期国债在内的流动型金融资产投资配置；起长期保障作用的安全型投资（88%，包括：寿险、商业养老保险、固收类理财产品、家族信托、保险金信托）和高回报的投资型（88%，包括：股票、黄金、信托、非货币基金、外汇、期货）也是高净值人群家庭广泛使用的金融配置手段；70% 高净值人群家庭配置保障型金融工具（包括：重疾险、意外险、家财险）；同时还有 45% 的高净值人群家庭在特殊型投资产品（如：珠宝、古董、艺术品、红酒）有资金投入。在流动型产品中重点关注储蓄和货币基金，在安全型产品中重点关注寿险和商业养老保险，在投资型产品中重点关注股票。

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

第四章 子女教育风险及应对

高净值家庭 子女学业阶段



数据来源：2021 中国高净值
人群财富风险管理白皮书

4.1 中国高净值家庭子女教育概况

本次调研中，70% 的高净值家庭目前有 1 位子女，有 2 位子女的高净值家庭占比 26%。其子女目前主要处于小学（28%）和初中（29%）学习阶段。

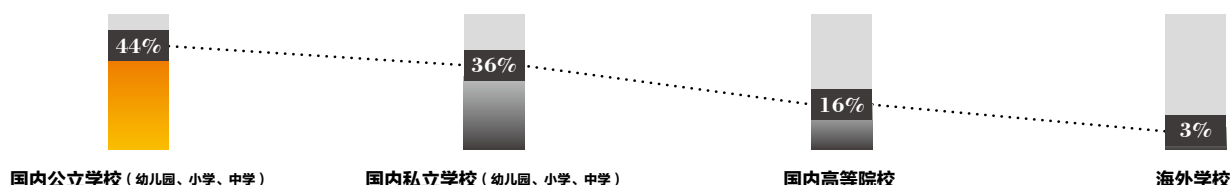
44% 高净值人群子女就读于国内公立学校，36% 的子女就读国内私立学校。

定性研究发现，对于小学和初中阶段的子女，高净值人群更加认可国内的优质公立学校，并会提前多年在房产上进行规划。相比于学科成绩，他们更重视孩子全方位的素质发展。

辽宁某企业家：“现在的小孩要多学点知识，他们喜欢哪个爱好，比如说书法、运动、篮球、英语这些都去尝试学习，希望他能多条腿走路，这方面投资比较多一点。”

北京某投资者：“对于文化课我是没有任何支出的，比如说提前教他一些识字、算术，这些从来没有过。我只对他的户外运动报过一些班，比如轮滑。其他的是在画画、跳舞、钢琴课有过一些支出。快乐童年，我是这么考虑的。”

高净值家庭子女学校类型



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

定性研究发现，对于小学和初中阶段的子女，高净值人群更加认可国内的优质公立学校，并会提前多年在房产上进行规划。



近八成高净值人群（77%）倾向于将子女送往海外接受教育，主要考虑在高中（18%）和本科（26%）教育阶段作为开始海外学习的起点。定性研究同样发现，由于义务教育阶段的重点公立学校在很大程度上可以通过“学区房”的方式为子女提供教育机会，加之疫情影响和国内经济发展、教育水平提高，许多高净值父母对子女出国留学的规划放宽到高中和本科以后。

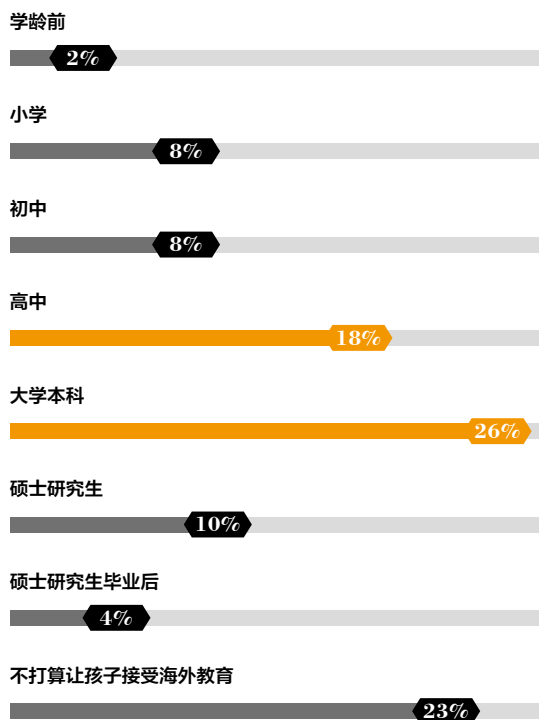
北京某企业家：“我在孩子出生之前已经在北京最好的学区有了学籍，所以我一心就想走公立这条路了。”

上海某艺术家：“我们（孩子）大学毕业本来是今年要去欧洲读研的，但是疫情这个样子我们就暂时不考虑去了，现在就让她自己先工作一下。”

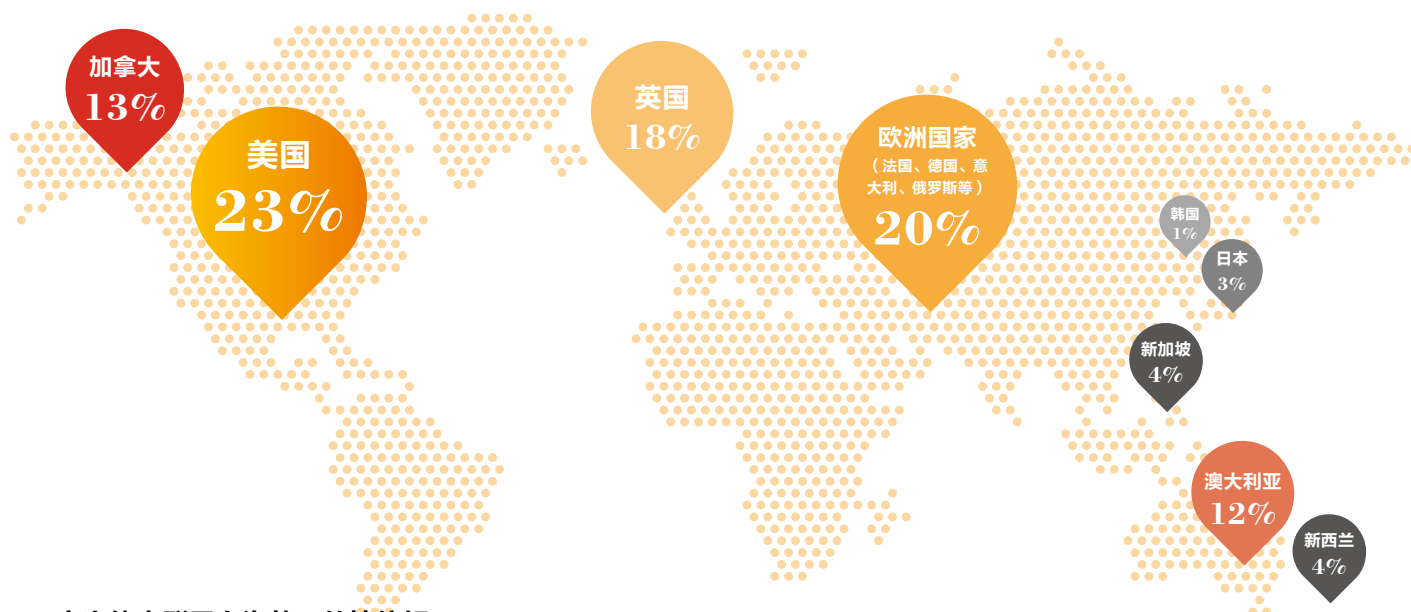
辽宁某企业家：“因为我和我爱人本身教育水平不是很高，所以对孩子的教育特别认真。暂时还是看他自己的学习情况，感觉在大学出去比较好，高中岁数还小，不太稳定，也不忍心。”

美国（23%）、英国（18%）和其他欧洲国家（20%）是高净值人群为子女选择的主要留学目的地。

高净值人群子女海外留学起始阶段



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书



高净值人群子女海外目的地偏好

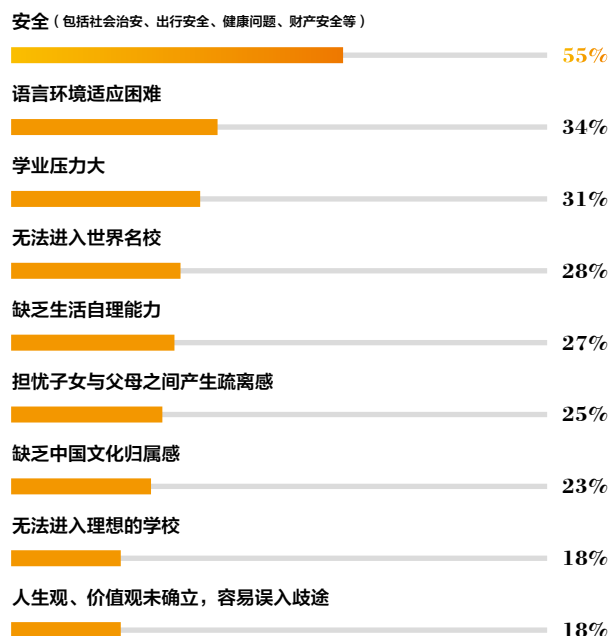
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

对于子女在海外求学生活，高净值人群家长最担忧的是海外安全问题（55%，包括：社会治安、出行安全、健康问题和财产安全等），语言环境适应困难（34%）和学业压力大（31%）也是中国家长担忧的主要问题。高净值人群对子女无法进入世界名校（28%）也尤为担心。

整体而言，82%的高净值人群关注子女就读学校的世界排名，有57%的家长希望子女进入世界排名前50的大学深造，同时有18%的家长认为子女尽力争取就好，不对学校排名进行要求。

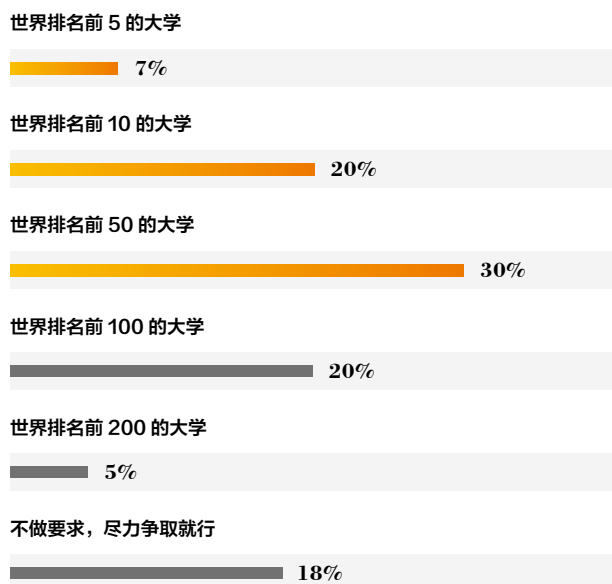
由于高净值人群普遍希望子女能够在世界名校深造，由此对于学校申请产生了诸多担忧。最主要的是担心孩子的简历不够丰富，缺少国外学校所看重的课外活动、奖项等（60%），43%的家长忧虑国外学校录取率低，感觉竞争非常激烈，由于经验不足和信息不对称的原因，39%的家长担心对出国留学的事情开始准备得晚了，时间紧张，而且孩子英语水平不够好而难以申请到好的学校。

高净值人群子女海外留学担忧的问题



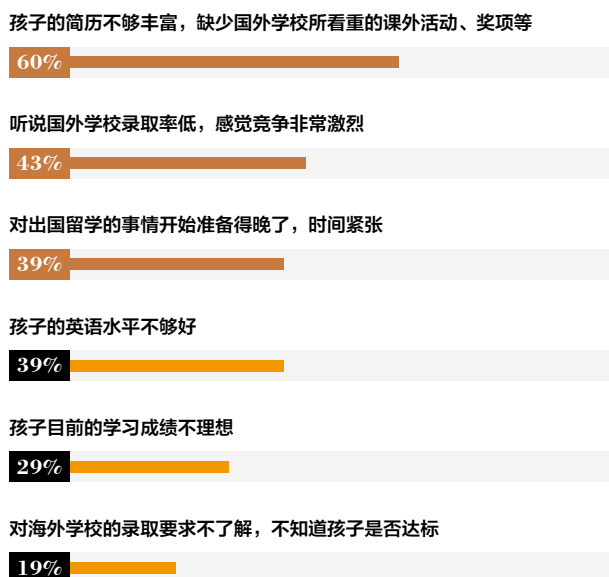
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对子女海外就读学校排名偏好



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对子女申请海外学校的担忧



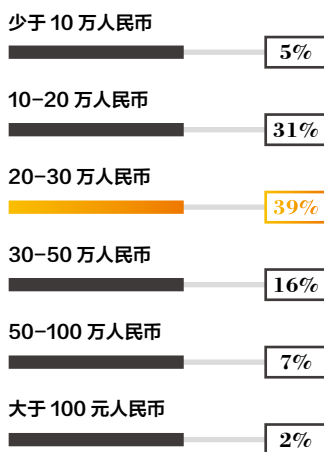
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

4.2 教育基金储备

在中国，子女教育是每个家庭最关注的长期事业。在此传统观念的影响下，高净值家庭在子女教育费用上支付巨大。目前，中国高净值人群每年在子女教育上花费平均为29.3万元，花费包括课业学习、兴趣培养、社交等。超过三分之一的家长教育支出在每年20万元以内，39%的家长年均花费在20-30万元，年均花费超过50万元的家长占比为9%。

在对子女的教育总投入方面，高净值人群平均愿意为每位子女的全程学业阶段花费392万元。家长们的预计花费区间集中在100到500万人民币之间，其中选择200-300万的家长占27%，选择300-500万的家长占28%。另有接近五分之一的家庭准备为子女的全程教育投入500万元以上。

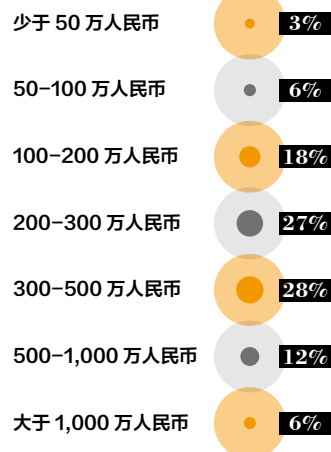
高净值人群子女教育年均费用



年平均费用：29.3 万人民币

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群子女教育全程总费用



全程总费用：392 万人民币

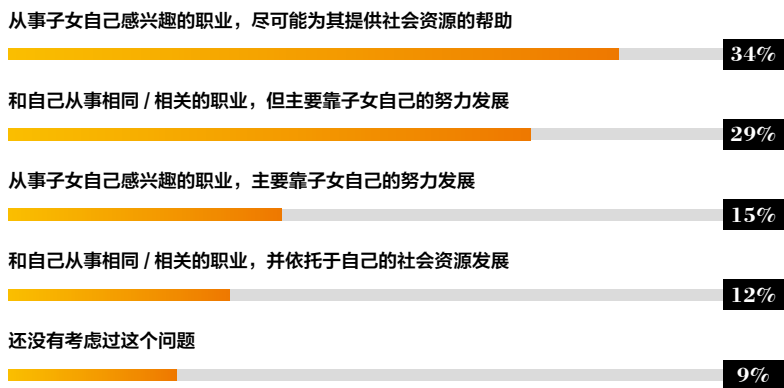
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

4.3 人力资本与社交关系传承

高净值人群除了对子女教育付出金钱和精力外，也着手为子女规划未来的发展和职业道路。34%的高净值人群希望子女从事自己感兴趣的行业，并尽可能为其提供社会资源帮助，29%家长则希望子女从事和自己相同或相关的行业，但主要靠子女自己努力发展。

定性研究发现，不论对子女未来的职业道路是否有期望和规划，高净值人群普遍希望可以将自身的“朋友圈”资源传递给下一代。

高净值人群对子女的职业发展期望



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

上海某艺术界企业家：“我有很多很重要的场合，还有 party 一类，都会带她一起出席的。孩子本身也很喜欢，因为她是学时尚营销的，这些（场合）她都需要的，不管用在哪个领域都可以，没有边界。”

成都某企业家：“古代就有孟母三迁，小孩子的成长环境还是很重要的。我的工作经验也比较丰富，人脉资源很多，以后希望小孩子也能往这个

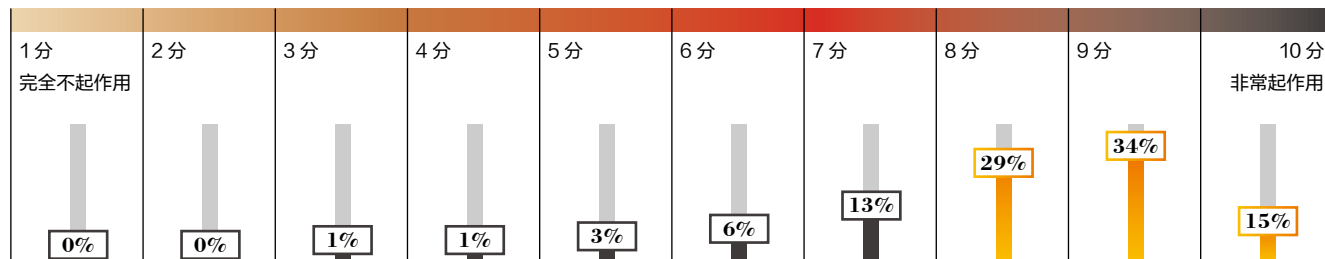
领域发展，圈子好他才能好。”

深圳某互联网企业高管：“因为我们在做的是高风险、高投入，挺刺激的这样一个行业，所以我们也希望女儿能够去寻找她自己的路。当然了，如果她愿意去从事互联网行业的话，我们这些人脉都是可以传承给她。”

定性研究发现，不论对子女未来的职业道路是否有期望和规划，高净值人群普遍希望可以将自身的“朋友圈”资源传递给下一代。

高净值人群自有社交资源对子女职业发展作用

平均分：8.24



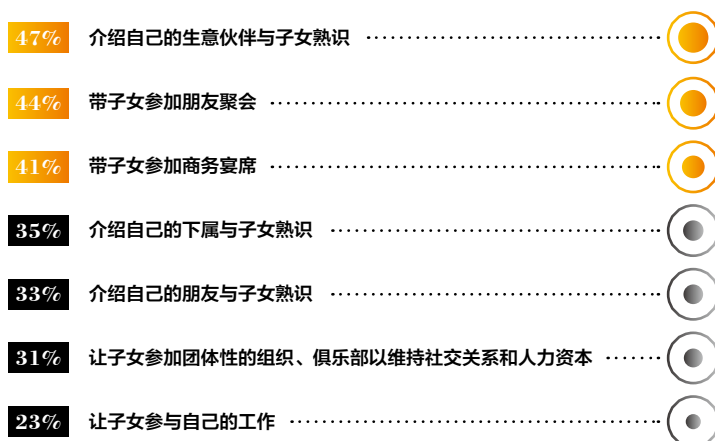
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

78%（8-10分）的高净值人群认为自己的社交资源可以为子女在职业发展上起到较大的作用，通过介绍自己的生意伙伴与子女熟悉（47%）、带子女参加朋友聚会（44%）和宴席（41%）以达到社会关系和人力资本的传递；此外，也会通过让子女参加团体性组织、俱乐部以维持社交关系和人力资本。

4.4 资产传承

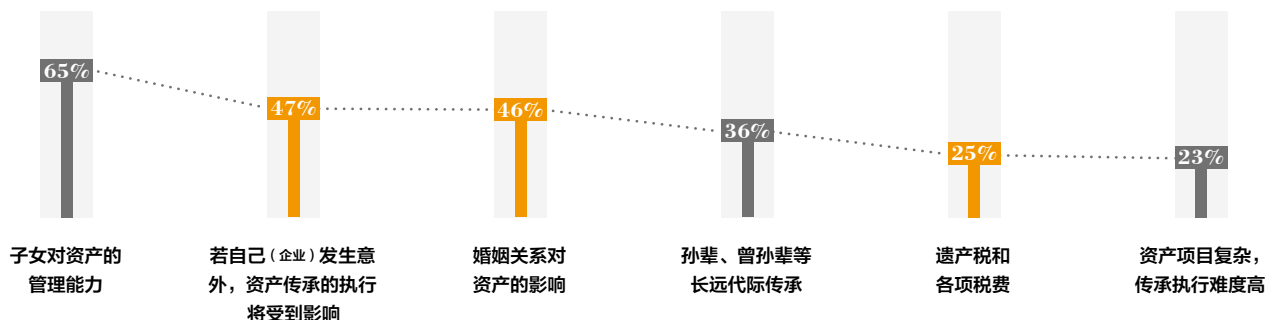
高净值人群在资产方面的传承过程中，子女对资产的管理能力（65%）、若自己（企业）发生意外资产传承的执行将受到影响（47%），以及婚姻关系对资产的影响（46%）是该人群担忧和顾虑的主要方面。

高净值人群向子女传递社交资源的方式



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对资产传承的担忧



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

为了降低资产传承中可能存在的风险，高净值人群已纷纷采取行动。

为了降低资产传承中可能存在的风险，高净值人群已纷纷采取行动，包括：培养子女的接任能力、理财能力（67%）、将股权、不动产、储蓄、理财产品等资产转移到子女名下（52%），以及配置相关保险（51%）。

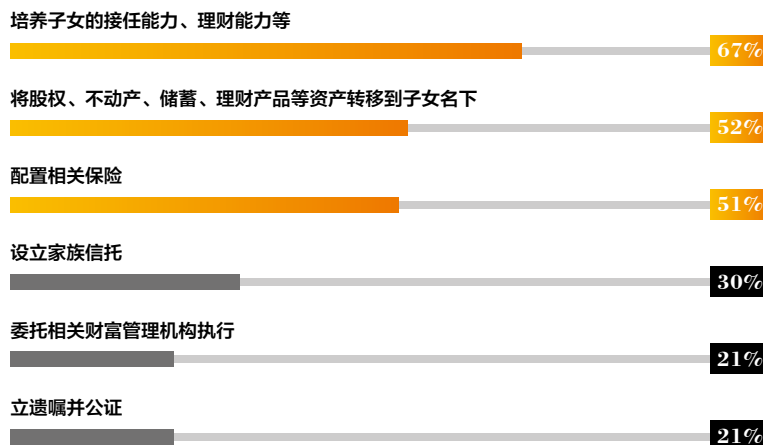
对于保险配置，高净值人群仍然存在不满意的地方，52%的人群对年金险、定额终身寿险，从购买到领取跨度长，担心通货膨胀货币贬值；四成人群担心保险机构或信托机构的长期盈利稳定性（41%），并且担忧保险理财产品收益率低（39%）。

定性研究发现，从2021年下半年开始试点的房地产税对高净值人群在财富传承方面的计划有所影响。受到传统观念和过去二十年间地产市场黄金时代爆发的影响，房产对于许多富裕家庭来说是权重很大的一部分资产。当前的形势也在加速观念的转变和家庭资产结构的调整。

上海某企业家：“按照货值来看的话，房产是（家庭财富）比较重的一块。但是最近的一些形势，比如说房产税，对于一些比较偏远地方的房子可能要考虑要不要处理。比较迷茫，感觉现在好像也没有什么其他更好的投资方向。”

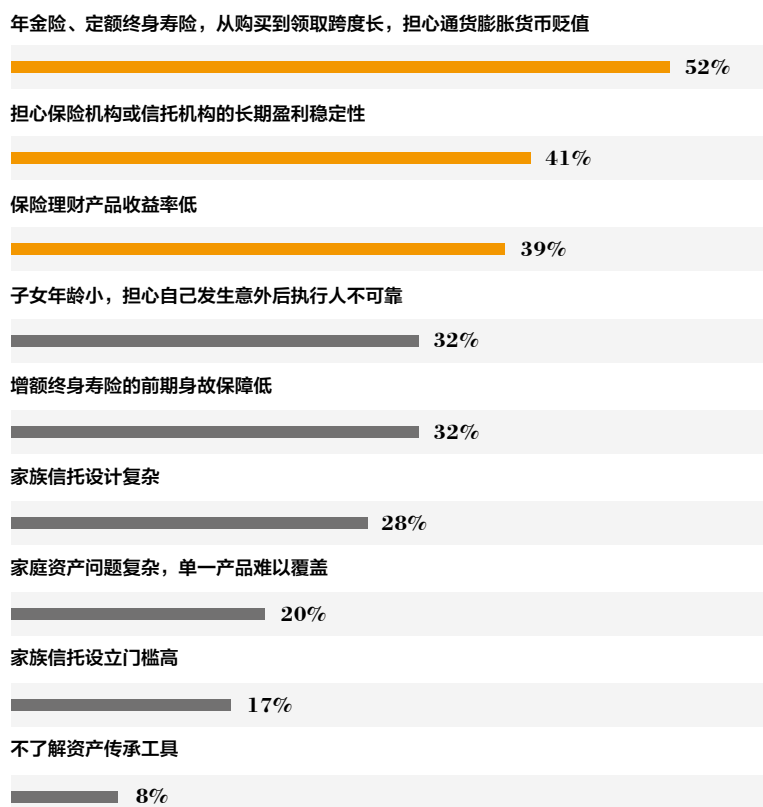
浙江某企业家：“对于房产税、遗产税这些，我没有多大的担忧，就是把多余的钱不要放在房产、现金上，可以放在其他渠道，比如保险。”

高净值人群为资产传承所作的准备



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对当前资产传承工具的担忧



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书



第五章

康养风险管理及应对

——“医有所保，老有所归”的期盼



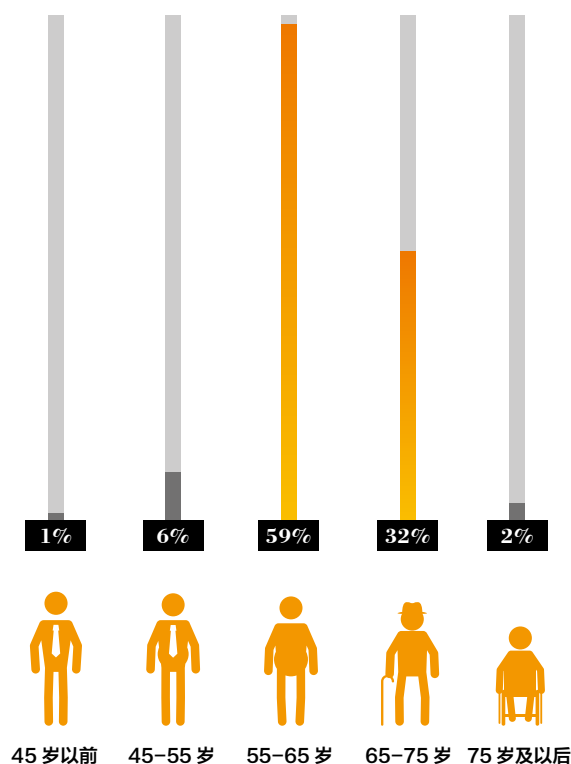
5.1 高净值人群退休计划与风险管理

在对未来的设想中，59%的高净值人群计划在55-65岁之间退休，32%希望在65-75岁退休。考虑在55岁之前退休的被访者占比不到十分之一。

对于许多企业家而言，退休和工作之间的界限可能并没有十分明显。随着企业的发展，当企业的“护城河”达到一定程度时，比如生态圈的完整建立、客户关系的长期稳定、业内规模遥遥领先等，作为领导者的企业家们在工作中的角色也开始慢慢转变，将工作的重心转移到企业战略大方向的把控上来，也因此有更多的灵活时间来关注自己和家人的生活。

与更早一辈的长者们不同，随着国内诸多高端养老社区的建立，高净值人群对这种新型的养老模式十分接纳与期待。他们中的很多人在中青年的年龄阶段就已经考察过多家养老社区，并对未来的养老情况表示乐观。虽然几十年后货币贬值、通货膨胀的可能性也是许多高净值人群所担心的养老风险之一，但他们普遍对自己当前的奋斗成果有信心，相信会有新的商业模式可以帮助自己合理地利用资源，保障晚年美好生活。在照料者方面，“养儿防老”的传统思想也不再是企业家人所执念的，他们在自己的养老计划中更多倾向于依靠专业的金融机构与服务机构。除此以外，“旅游”几乎是每一位企业家们必谈的退休计划，为企业打拼多年之后，有机会安心的享受自然与家人亲近的时光，是未来触手可及的畅想。

高净值人群理想退休年龄



数据来源：2021中国高净值人群财富风险管理白皮书

北京某投资者：“我给自己提前买好了养老社区，想以后要去这些地方过。手里可能会有一些现金流去满足我日常的这些花销，然后也有一些商业保险的当中一些钱。但我到时候，30年之后退休的时候，也不知道这些钱到底贬值到什么程度，大家谁也不知道，只是按目前消费水平来讲是可以的。”

山东某企业家：“退休以后想多出去走走，走到喜欢的地方就多待一段时间，全国各地都去转转。照料这一块的话，现在就一个孩子，将来孩子他也不可能（专职照顾我），我也从来没有想过将来我年龄大了要孩子都要到身边来照顾，这个肯定是会有一定担忧的，不管是进入养老机构也好，还是去雇一些护工也好，他工作的质量是我们现在不可预测也不可把控的。”

深圳某企业高管：“我和我太太都希望能在五六年以后，四十多岁的时候退休。如果在行业里能做一两个“爆款”，这个目标还是可以实现。到时候我也不会是纯粹的退休，那太无聊了。还是希望能够帮助一些年轻人，或者一些年轻的企业去做更好的成长。”

除此以外，“旅游”几乎是每一位企业家们必谈的退休计划，为企业打拼多年之后，有机会安心的享受自然与家人亲近的时光，是未来触手可及的畅想。

高净值人群对晚年生活的担忧

突发意外事件 / 重疾

58%

所投资金融产品 / 项目的长期盈利状况

49%

对子女的投入影响自己的养老金储备

43%

所拥有 / 所入股企业未来的长期盈利状况

42%

通货膨胀使资产贬值

31%

照料者不确定

24%

养老机构 / 照料者不负责任

18%

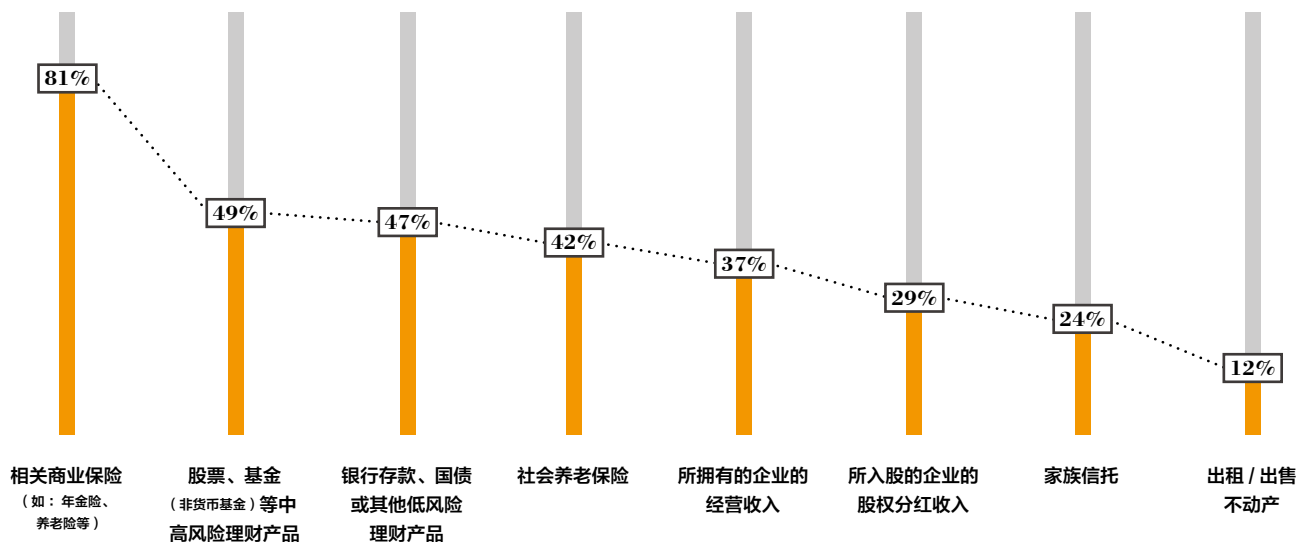
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

在对退休生活畅想的同时，高净值人群仍然存有较多担忧，首要担心突发意外事件和重疾（58%），其次是所投资金融产品项目的长期盈利状况（49%），以及对子女投入过多而影响自己的养老金储备（43%）和对所拥有 / 所入股企业未来的长期盈利状况担忧（42%）。

尽管房产目前仍然是高净值人群的重要财富构成，但对于退休后所需的开销，仅有 12% 的受访者选择依靠出租或出售不动产；家族信托（24%）因资金门槛和在国内发展时间较短等多种因素，还未成为高净值人群的普遍依靠；对于企业家们来说，所拥有企业的经营收入（37%）退休后依然在为其创造财富，这也从侧面体现了企业家们对企业未来持久保持活力的乐观态度；在理财投资方面，选择依靠股票、基金等中高风险产品（49%）和国债等低风险产品（47%）的高净值人群比例不分伯仲，同时还有 29% 的受访者选择股权分红。

但是在诸多资金来源中，与养老相关的商业保险（81%）占比遥遥领先，超八成高净值人群首选年金险、养老险等方式为自己和家人的晚年生活提供保障。保险产品的特性，如资产隔离、安全稳定、人寿类保险刚性兑付等也可以为以上高净值人群的担忧提供解决方案。

高净值人群养老资金来源



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

5.2 高净值人群医疗计划与风险管理

在医疗就诊方面，市级、省级的综合型三甲医院（59%）是高净值人群的首选。定性研究发现，高净值人群对私立医院的优质服务、硬件条件等表示很有吸引力，但真正的医疗体验多集中于体检，而在疾病的诊疗方面更信赖省市级三甲医院。这种信赖主要来自于三部分：第一是熟悉的诊疗流程，虽然可能存在排队、条件不好等局限，但传统医院是大家多年熟知的环境，在信任的前提下对其不足的宽容

度也有所提升。尤其是对于年长些的企业家们，依托于本地丰富的人脉资源，在公立医院就诊更加“得心应手”；第二是高净值人群认为三甲医院的权威专家集中度更高，获得的诊断更有说服力；第三，对于一些不在一线、二线城市生活的高净值人群来说，当地缺乏专业、高端的私立医疗资源，对于日常普通的疾病，本地三甲医院几乎是唯一的选择。

数据调研显示，83% 的高净值人群对当前整体就医环境感到满意。

高净值人群医疗就诊渠道

市级、省级的综合型三甲医院

59%

市级、省级的中医院

39%

私营专科医院（如私立眼科医院、私立齿科诊所等）

35%

私营高端综合型医院（如和睦家、瑞新等）

33%

公立医院的国际部、特需门诊、高端病房等

27%

离家近的社区诊所、中小型医院（非三甲医院）、药店问诊处、中医馆等

24%

家庭医生

11%

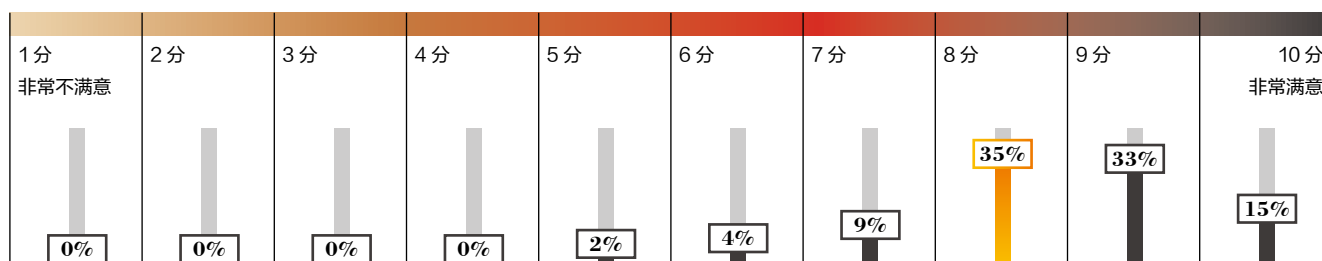
海外医疗

2%

数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对当前就医满意度

平均分：8.35



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

但同时也有 47% 的高净值人群受困于顶级专家资源稀少、就诊难（47%），42% 担心部分治疗方案和药物国内还未批准、无法应用。

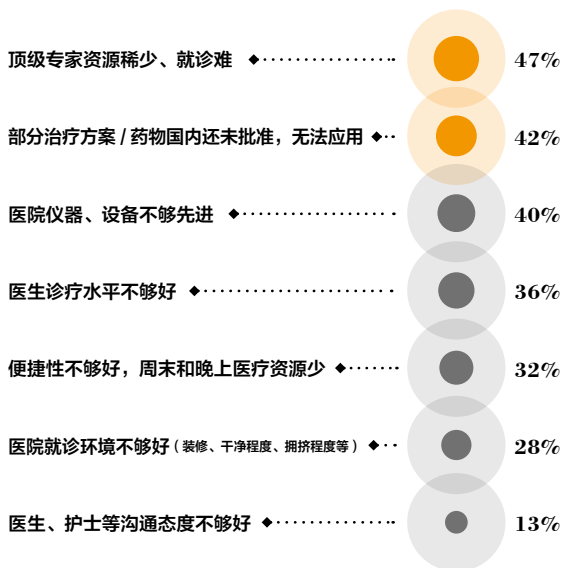
然而，以上这些印象也在随着国内各地私立医院、国际医院的发展而有所改变，突破口之一便是儿童高端商业医疗保险。如深圳的一位高净值人群所言：“对于商业医疗保险，其实我们现在买的一个主要目的是我小孩去医院不排队。去私人医院就没有太多纠结的事情，就是为了去省时间，为了能得到一个更好的服务。举个近期的例子，我女儿做了一个特别小的手术，我们就用保险去了深圳大学的国际医疗部，是一个呼吸道方面的专家去帮我们女儿做的手术，我觉得这种体验是非常好。”由于高净值人群对定期体检和身体健康的重视程度普遍较高，尤其是中青年人群，自身对就诊的需求目前还比较有限。但是儿童患病往往有“发病急、来势汹”的特征，加之各地医院儿科均面临医生人数严重短缺的问题，针对孩子生病的有效解决方案是富裕家庭的迫切需求。除了各类医院以外，**疫情之后，家庭医生的就诊模式也受到了高净值家庭的更多关注。**但是作为在国内还未得到广泛普及的医疗模式，消费者也表达了对此的担心。如上海的一位企业家所言：“我的小朋友现在属于很容易生病的这个年龄段，看病排队真的很烦，特别大半夜的时候。以前看 TVB 里面那种家庭医生觉得特别好，但是对目前市面上的情况不了解，不知道家庭医生、全科医生的医术水平是不是精湛。”

沈阳某企业家：“体检是正常体检的，一年一次到两次，等有状况的时候发现问题就比较晚了。体检一般去私立医院，VIP 服务好，不排队也省心。对老了以后的事情还是主要担心健康，以后儿女大了、有了自己的企业和家庭，我们老两口对照料者的选择可能还是家庭保健医生。”

伴随年龄增长而出现的医疗需求，私营高端综合型医院（45%）、高端体检服务（44%）、公立医院的国际部、特需门诊、高端病房等（43%）是高净值人群希望可以在未来可以作用于家人健康的资源。

在海外医疗方面，疫情前已有很多海外体检项目和保健项目得到了高净值人群的青睐，如成都的一位企业家所说：“平常感冒之类的去华西没什么必要，但是我们疫情前

高净值人群医疗就诊痛点



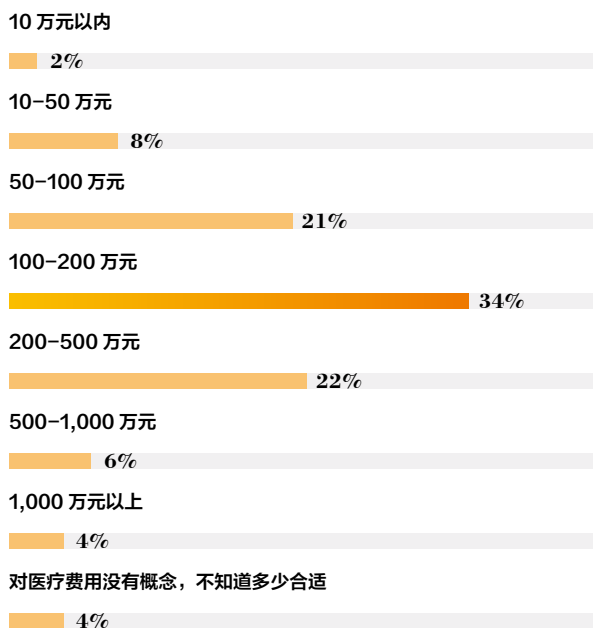
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群对未来的高端医疗需求



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

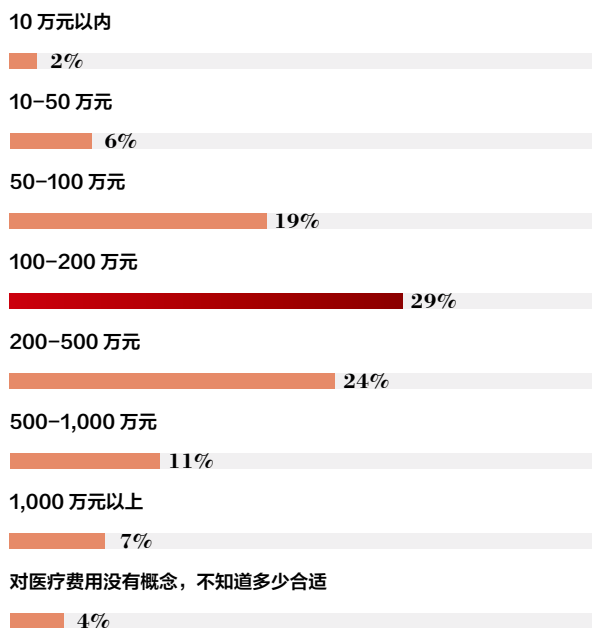
高净值人群个人医疗准备金



平均金额: 247 万人民币

数据来源: 2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群家庭医疗准备金



平均金额: 317 万人民币

数据来源: 2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

每年都有组织体检, 日本的干细胞注入之类的都有体验过了。”对重大疾病未雨绸缪的计划中, 海外医疗也同样有着难以取代的吸引力, 如一位华南地区的企业家所说: “优质的医疗资源还是稀缺的, 尤其是重疾、癌症这类, 会更看好美国、欧洲的医疗环境, 港大医院国际部的环境也会舒适一些、医疗水平好一点。”

在医疗资金方面, 34% 的高净值人群为自己未来有可能发生的医疗需求准备了 100-200 万元医疗资金, 22% 准备了 200-500 万元, 平均个人预备额为 247 万元。对于家庭, 平均医疗准备金为 317 万。

尽管高净值人群在现金方面已经做了充足的准备, 或者将房产视为可利用的医疗储备的一种, 但保险对优质医疗资源的体验提升依然是十分重要的。如北京的一位企业高

管所说: “保险能帮我覆盖到哪些地方、哪些层面的医院, 我去哪些医院看病, 不管是国际的, 还是国内专科比较好的, 因为成本问题不可能回避的。”在服务的便利度上, 另有一位同样在北京的高净值人士说: “北京比较难挂的儿童口腔医院的儿童口腔科, 号是非常紧张的, 我通过保险公司的一个 VIP 服务, 把我的需求告诉工作人员, 然后他去帮我安排好, 就通知我什么时间直接去取号就可以了, 当时就能看, 是一个公司服务我。我觉得这个方法好。”因此, 商业医疗保险对于高净值人群来讲, 不仅仅是患病后的金额赔偿, 更能在一定程度上帮助客户直接获得最直接的医疗资源和服务, 覆盖范围也可以延伸到全国甚至全世界, 这种全方位的保障是相比于家庭、个人的能力更为专业且高效的。

尽管高净值人群在现金方面已经做了充足的准备, 或者将房产视为可利用的医疗储备的一种, 但保险对优质医疗资源的体验提升依然是十分重要的。

第六章

管理财富风险， 享受美好生活



**财富管理是为保障个人及家庭的生活
甚至追求高品质的生活目标
而对一生创造的财富进行全面管理的过程，
财富管理贯穿了个人和家庭的整个生命周期，
且在不同的周期体现出不同的管理目标。
从投资者角度看，不同阶段的财富管理目标可
划分为创富、守富、享富和传富。**

财富管理是为保障个人及家庭的生活甚至追求高品质的生活目标而对一生创造的财富进行全面管理的过程，财富管理贯穿了个人和家庭的整个生命周期，且在不同的周期体现出不同的管理目标。从投资者角度看，不同阶段的财富管理目标可划分为创富、守富、享富和传富。

保险功能与财富管理目标高度契合，财富管理的基础目标是实现保障和保护财富，并在此基础上追求更高品质的生活。保险产品的独特优势能够实现所有的财富管理目标，保险的保障功能能够补偿经济损失和隔离风险；保险资产管理功能能够实现财富稳健增值；保险产品的长周期性能够实现财富传承。

实现财富管理目标，要通过投资管理和风险管理两大手段。

首先，实现创富目标，可以通过投资管理来实现。

保险功能与财富管理目标高度契合，财富管理的基础目标是实现保障和保护财富，并在此基础上追求更高品质的生活。

6.1 从“创富”到“传富”： 保险在高净值客群中的功用

◆ 创富

保险的负债属性，决定了保险公司在投资理念和经营上更倾向于长期投资和价值投资，从而能够穿越经济周期、抵御通货膨胀，实现财富的保值增值，实现创富。

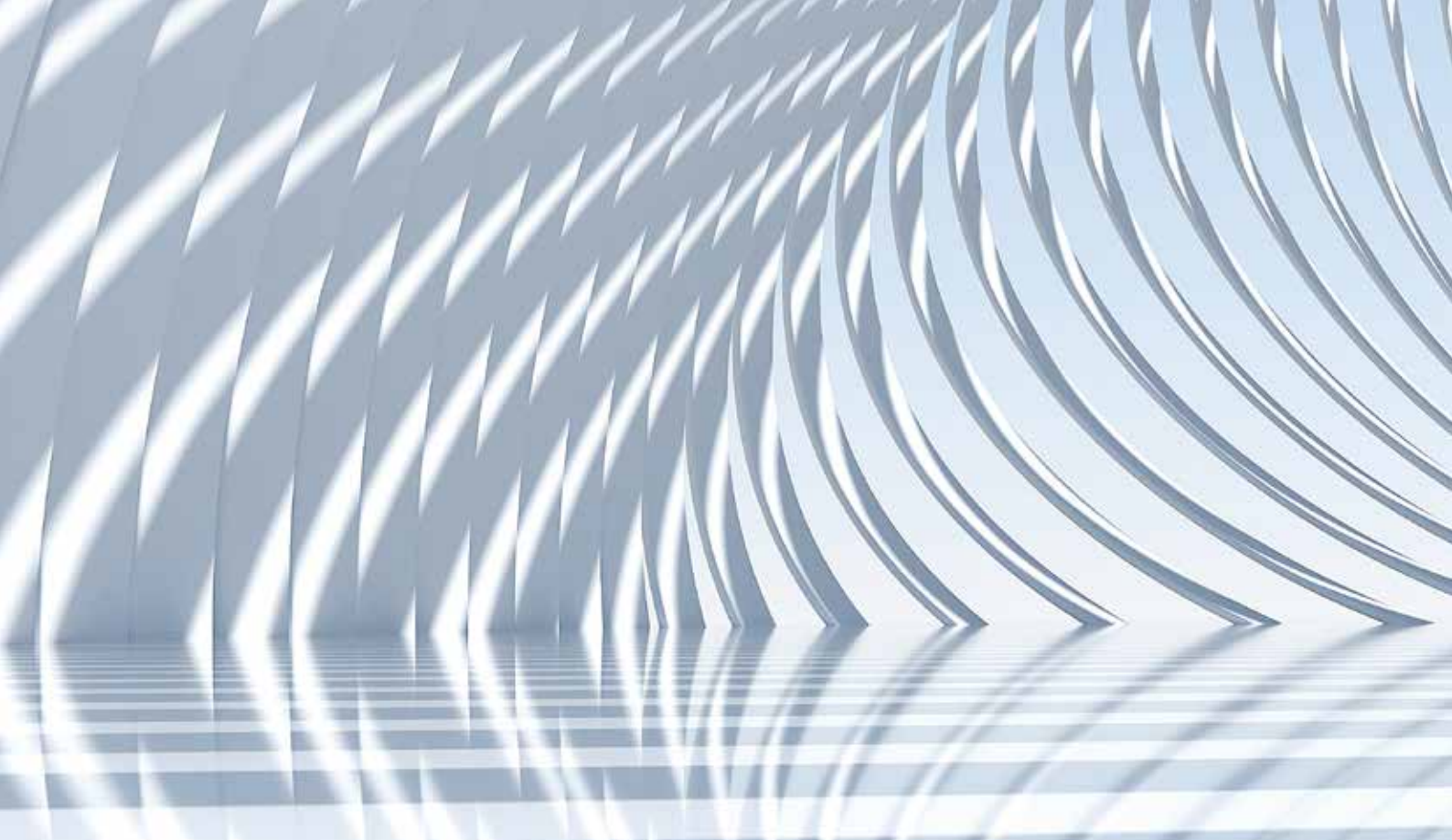
从产品维度上看，近年来，我国保险业坚持稳健审慎和安全为先的投资理念，资产管理能力逐步提升，有效抵御了经济周期波动的不利影响。不同于金融同业单利计算模式，部分保险公司的复利模式，为客户提供了良好的投资回报。同时高现金价值的保险产品还为高净值客户解决了流动性困境，客户可以通过产品的现金价值来解决紧急情况出现时的财务困难，实现财富增值和流动性管理的双赢。

从产品加服务的维度上看，保险行业聚焦细分市场客户群体，可为广大企业主客群提供良好的创富保护。以保险金信托业务为例，保险和信托作为两大财富管理工具，二者结合后，保险的风险转移、杠杆属性和信托的风险隔离以及定向分配功能完美结合，能够为高净值客户提供更加全面的风险管理功能，隔离和转移企业主客群企业财富与家业财富间的连带风险，为高净值客户构筑起良好的家庭财富护城河，解除其事业拼搏和财富创造时的后顾之忧。从财富管理趋势和经营管理模式上看，实力较为雄厚和理念领先的保险公司，借助保险集团平台优势，以及各子公司联动，为客户提供公募基金、私募股权、资管产品等投资管理服务，致力于实现保险业财富管理服务的综合化、定制化和差异化。

其次，为实现在财富管理中守富、享富、传富的目标，要通过风险管理的手段来实现。

◆ 守富

在守富过程中，保险优势更加明显，产品特性专注于财富的保障和安全，并通过产品加服务的形式来进一步服务客户家庭的健康守护和财富守护。一方面，保险的风险管理功能是其区别于其他金融产品的本质特征：保险的保障功能能够补偿经济损失，保险的风险隔离功能能避免财富的巨大损失和异常波动，从而成为一种行之有效的



那么如何实现享富的目标呢？享富指的是在较为丰裕的物质条件下，享受品质生活和更加幸福的晚年。

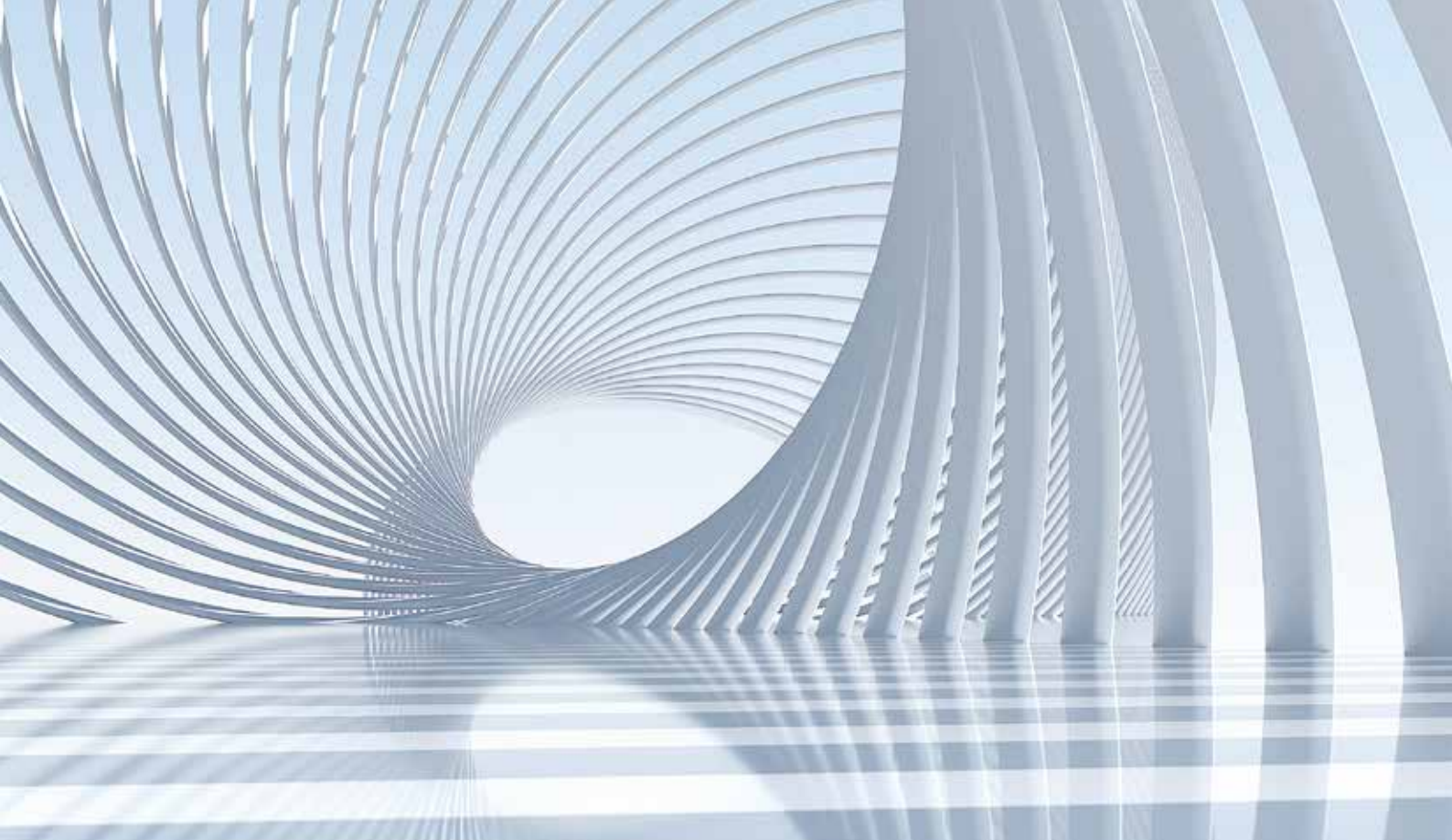
财富管理工具。在产品维度上，终身寿险的所有保险利益都是写进合同中，具备安全、保值、增值的功能，同时，人寿保单能够实现刚性兑付，能够保障资金的安全。另一方面，行业领先的保险公司在开发产品功能的同时，逐步加大增值服务体系建设，以高净值客户享受的增值服务为例，阳光人寿的高净值客户能够享受到生命银行和直通梅奥等医疗健康专属服务，生命银行项目属于干细胞疗法，能够起到防治疾病、延缓衰老的目的，从而实现更好的财富守护与传承。直通梅奥项目能够为高净值客户提供国际最领先癌症筛查检测、海外二诊服务，该项目服务提供商为排名世界第一的梅奥诊所和国内生物医药龙头企业药明康德联合设立，将为高净值客户链接最顶级医疗资源，助力财富长久的守护。

◆ 享富

那么如何实现享富的目标呢？享富指的是在较为丰裕的物质条件下，享受品质生活和更加幸福的晚年。保险在财富管理中是对

家庭财富进行的超长期管理，一方面保险产品通过现金流的规划，能够规划和储备未来的养老金。另外，大额保单符合门槛标准可以对接优质的养老资源，例如保险产品对接养老社区和居家养老的服务。2020年，阳光养老致力于打造复合型粤港澳全龄康养国际社区—阳光人家。该社区在CCRC基础上，锁定为55岁及以上全龄段长者目标客户，为长者提供三大类综合服务：全龄健康管理、旅居康养、高端养老“一站式”服务。未来，阳光养老会逐步布局上下游产业，打通养老产业链，实现保险金融、医康护养、医健药械、文娱旅教等多环节价值链发展。

同时，阳光人寿将邀请臻钻以上高端客户体验三亚壹酒店，阳光保险集团投资的三亚海棠湾阳光壹酒店1Hotel是SH集团品牌首次进入亚洲的旗舰店，它浓缩了中国海南岛的自然之美，并将环保理念与当地生态完美融合。阳光18度农场是三亚海棠湾阳光壹酒店的专属农场，面积达18万平方米，距离酒店十分钟车程，酒店内所有餐饮场所



均使用本地农场生产的天然健康食材，让宾客体验到“从农场到餐桌”的新鲜美味，为高端客户提供一次身心愉悦之旅。

◆ 传富

关于传富，也就是财富传承，一方面是物质财富传承，包括保障风险隔离、企业传承、家财稳固和个性化传承。另一方面是精神财富传承，包括子女后代的教育以及良好家风的凝聚，家族精神的传承。

从产品角度看，物质财富传承的主要工具包括遗嘱、信托和保险，在世界其他国家已达成共识，人寿保险是重中之重的基础性制度安排，基本逻辑正是对现金流进行跨期管理与配置。人寿保险可以约定不同受益人顺序和保险金分配比例，指定受益人的法律权属，同时可以对财产进行生前传承，且不丧失控制权，是财富传承规划中的重要工具，保险具备法律性、制度性、结构性等诸多优势，在资产配置和财富管理中独树一帜。

从服务角度上看，高净值客户可享受附加增值服务，如保险加信托的服务，信

托具备风险隔离和定向传承的功能，保险金信托实现财富多代传承、家族成员的激励，形成良好家风和家族凝聚等高维度的财富传承目标，阳光人寿现与多家头部信托公司建立了战略合作关系。阳光人寿近年来专注于高端客户财富传承，在2021年初组建了高客经营中心，整合了内外部资源，为高净值客户提供法律、税务在内的全方位的综合传承方案。

阳光人寿与集团战投企业——美世教育，形成战略合作，开发了“保险+子女国际教育”项目，“美世教育”为阳光高端客户专属定制了教育类服务项目，该项目包含“菁英计划、OSSD计划、SIP藤苗计划”三项计划，阳光人寿高端客户可享受比市场上更专业的子女国际教育规划。与此同时，美式教育开发了家业长青—后代教育规划，可为阳光人寿高端客户提供家族财富传承过程中的后代教育规划问题，例如顶级名校的升学计划、海外身份规划和顶级名校的录取、家族文化的塑造与传承等，助力家族财富基业长青。

关于传富，也就是财富传承，一方面是物质财富传承，包括保障风险隔离、企业传承、家财稳固和个性化传承。

6.2 中国高净值家庭商业保险配置洞察

6.2.1 商业保险深度覆盖高净值家庭

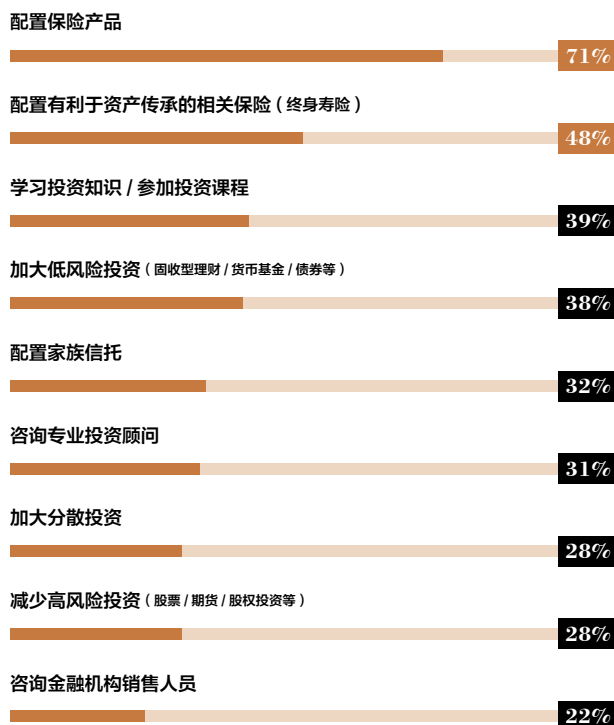
高净值人群普遍有明晰的财富分散投资意识，并将分散投资视为规避财富风险的基础手段。如成都的某位金融界企业家所言：“我对财富安全性是很有信心的，因为除了激进的金融投资以外，还有很多实体和固收，我的投资已经极度分散了。家人也有买保险的习惯。”“将专业的事交给专业的人”也是许多企业家们对待自身财富的管理态度。

高净值人群正在积极地采取各种方式规避或降低个人财富的风险，保险类产品成为了高净值人群的首选。目前，普遍认为通过长期性持续地购买保险，可以保障财富安全，在将来应对各种突发情况，如：医疗、养老、子女教育、财富代际传承等资金需求。

71% 的高净值人群选择配置保险产品，48% 配置有利于资产传承的相关保险，如终身寿险等。保险作为最直接与“保障”紧密相连的金融工具，普遍受到高净值人群的偏爱。如北京的一位投资者所说，“商业保险是一个家庭必备的保障”。

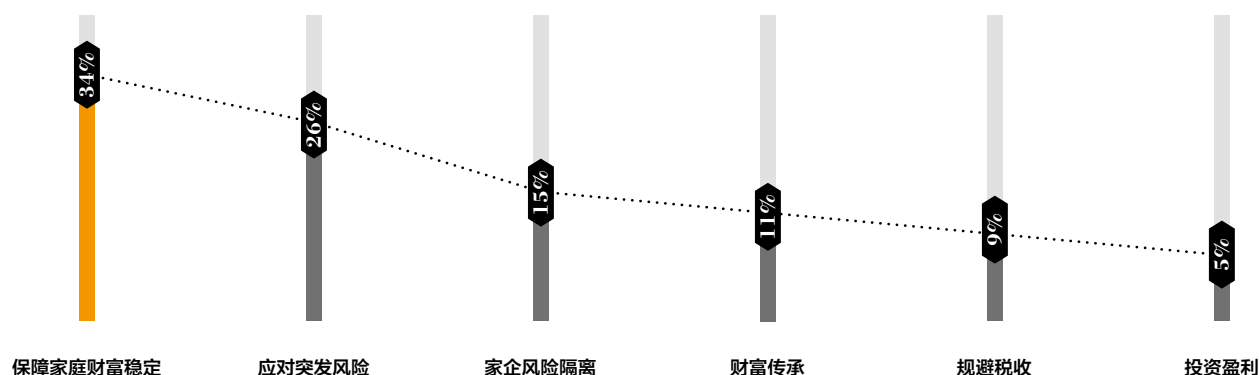
保障家庭财富稳定（34%）、可应对突发风险（26%）和家企风险隔离（15%）是高净值人群购买商业保险的最主要目的。

高净值人群已采用的财富风险管理方式



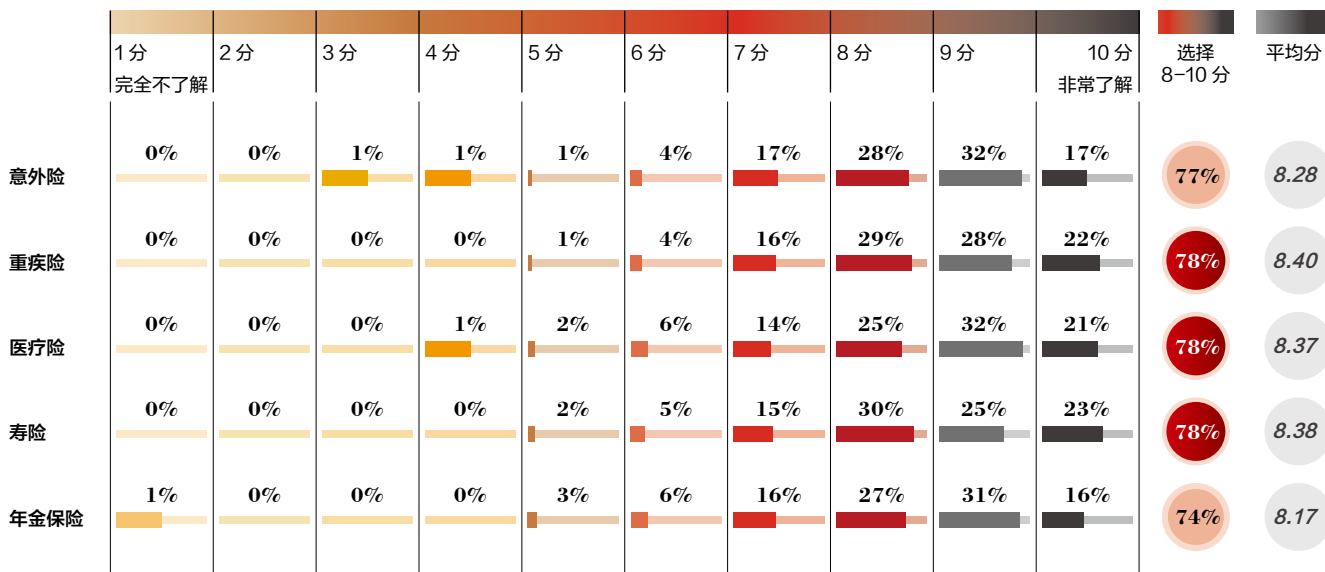
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群投资保险主要目的



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群保险产品认知程度



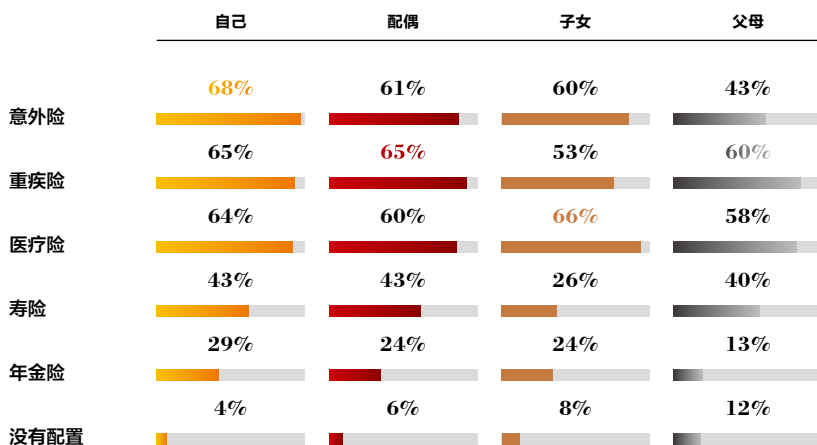
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

惠及个人和家庭的商业保险中，重疾险（78%）、医疗险（78%）和寿险（78%）在高净值人群市场中认知度相对较高；意外险（77%）和年金保险（74%）目前还相对较弱。

目前，高净值人群家庭为自己和家庭投资配置的主要的

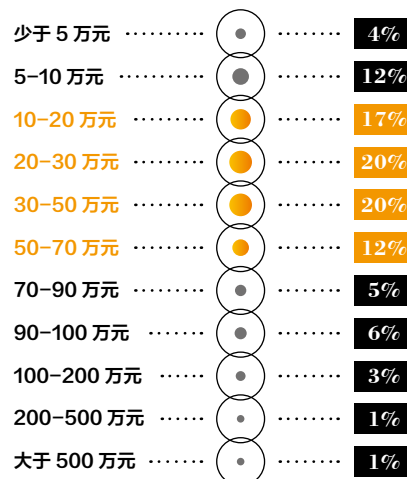
商业险种是意外险、重疾险、医疗险。每年商业保险平均支付费用为 48 万元。其中，每年商业保险投资少于 10 万元的高净值家庭占比为 16%，有接近六成的高净值家庭年均保费投资在 10-50 万元之间，还有 5% 的家庭年均保费投资 100 万元以上。

高净值人群家庭成员保险配置



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群家庭年均保费投资



年均保费：48.3 万人民币

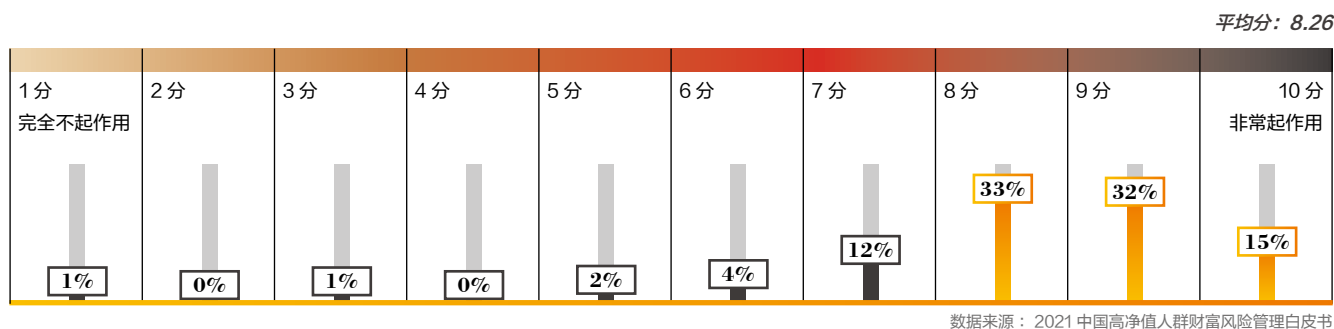
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

在对下一代的关爱中，
 为了保障子女教育，
 高净值人群积极通过
 专项理财产品以稳固
 资金。

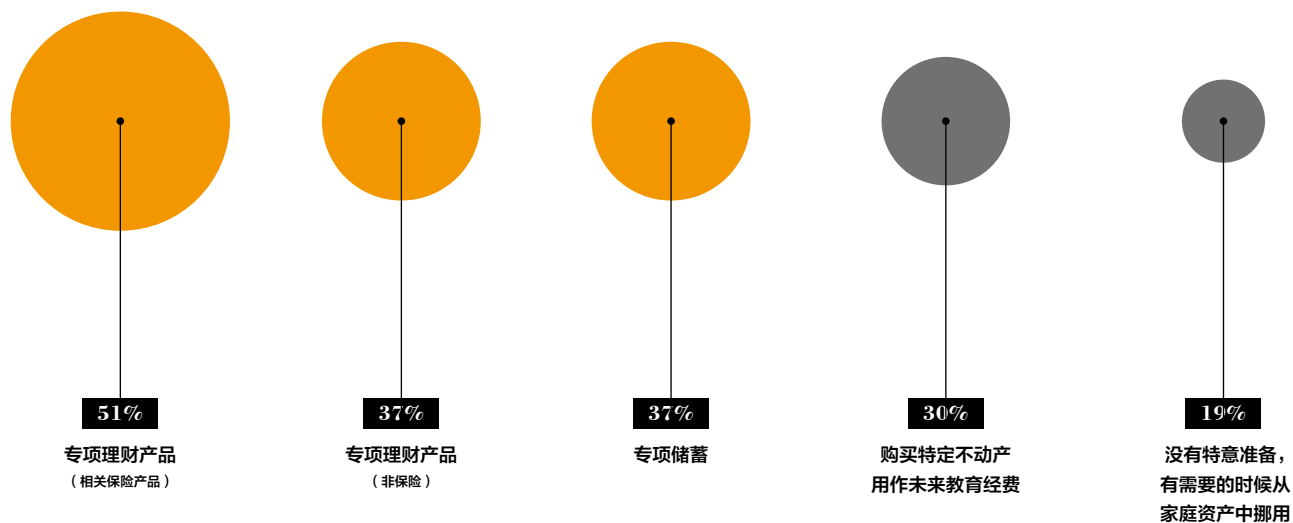
财富风险规避是商业保险对财富保
 全的重要作用，80% 的高净值人群认
 为其所配置投资的商业保险在其日常规
 避财产风险中起到了较为积极的作用。
 在对下一代的关爱中，为了保障子

女教育，高净值人群积极通过专项理财
 产品以稳固资金，51% 的家长已经投
 资保险相关的专项理财产品，购买非保
 险相关理财产品的家长为 37%，或者
 设立专项储蓄（37%）。

保险产品对管理财富风险的作用



高净值人群子女教育资金来源



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书



我们有最完整的产业链，并经受住了中美贸易摩擦的考验，体制的优势和民众的拥护使我们在疫情攻坚战中表现优异，这也极大的增加了我国企业家们的信心。

6.2.2 高净值家庭保险配置未来将继续加大

对风险的敏感程度提升促使高净值人群在未来调整投资资金的侧重方向，更为倾向增加保险类产品的投资配置，在市面上的多种投资产品中，保险类中的商业养老保险、重疾险、家财险、寿险、意外险都是高净值人群首要考虑在未来一年计划增加投资配置的产品。在缩减投资配置方面，有40%的高净值投资者计划在未来减少外汇的持有，这一选

择与当前国际形势复杂多变、人民币汇率波动不无相关；随着资管新规打破刚性兑付后，银行理财产品大多已转为净值浮动收入，这也对投资者心态产生一定影响，数据显示有近三分之一的高净值投资者计划缩减非保本的银行理财产品。

对于未来的投资打算，定性研究同样发现高净值人群大多有考虑为自己的家庭继续加大保险产品的配置，这与年龄的变化、家庭人口结构的变化息息相关。但是在这一过程

高净值投资者未来一年投资计划



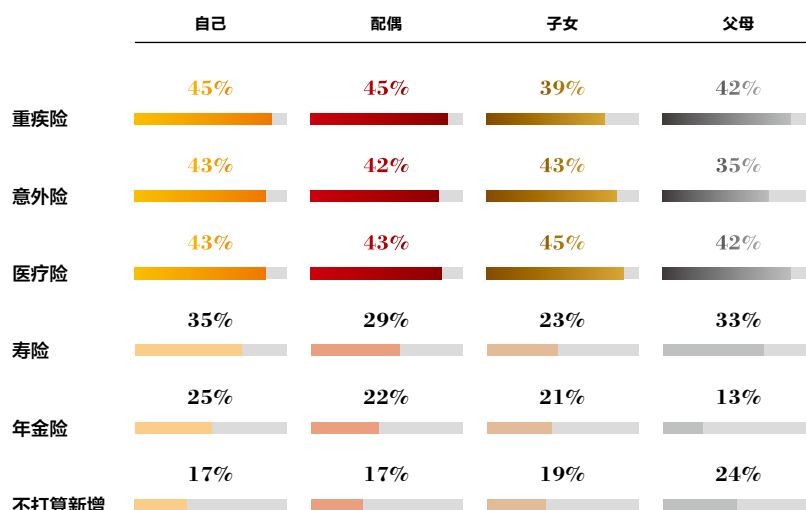
数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

中，他们也遇到了一些困惑，比如父母已经有慢性病，再买保险往往遇到限制；或者已经将保额买到上限，但仍希望再多添些保障等。

对于具体的家庭成员，在现有商业保险的基础上，未来三年重疾险、意外险、医疗险是高净值人群计划为自己、配偶、子女和父母加大配置的最主要的三类商业险种。

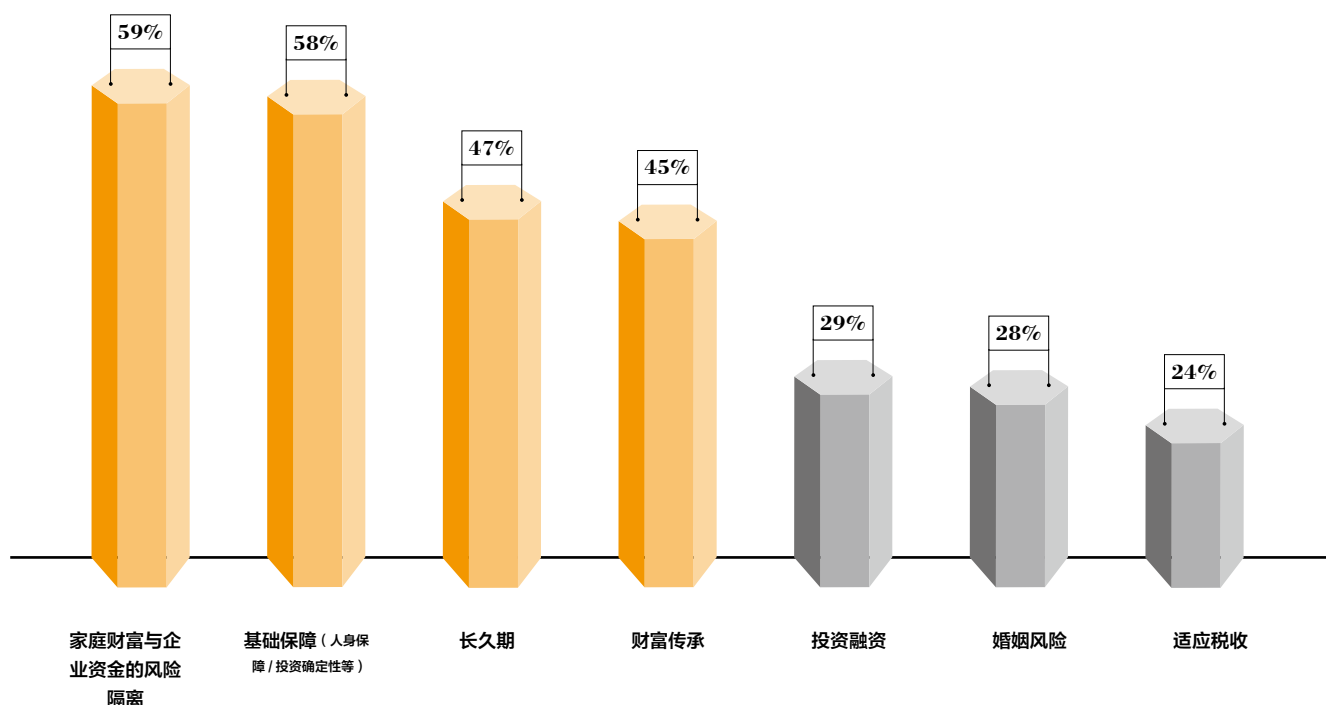
保险产品以其特有属性，给予高净值人群更多保障和安全感。59%的高净值人群认为商业保险可以做到家庭财富与企业资金的风险隔离，提供基础保障（58%，人身保障及投资确定性等），并且实现长长期持有（47%）和财富传承（45%）。

高净值家庭未来三年内保险新增计划



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

高净值人群最看重的保险功能



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

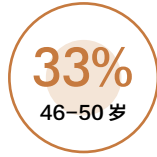


附录一

本次调研高净值人群 基本信息

在本次调研的高净值人群中，男性占比 63%，女性 37%；他们平均年龄 43 岁，有 60% 的人是企业家或企业的初创合伙人、主要股东，企业中的高管和中层管理者各占到了 12%；

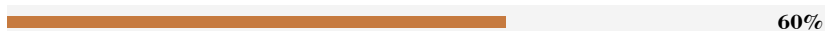
高净值人群年龄分布



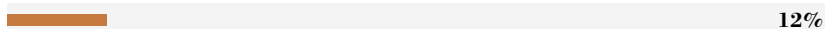
平均年龄：43 岁

本次调研高净值人群职业身份

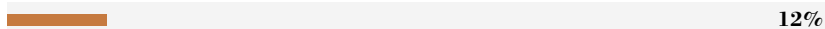
企业所有人 / 初创合伙人 / 主要股东



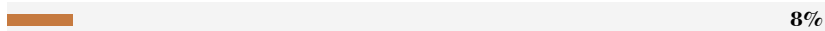
企业 / 机构高级管理者（职业经理人 / 董监高等）



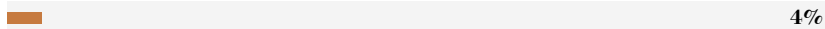
企业 / 机构中级管理者（部门经理 / 高级经理 / 主任等）



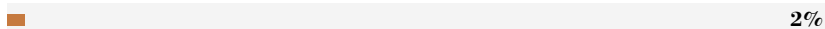
个体工商户业主



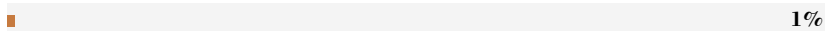
专业人士（如律师 / 医生 / 注册会计师 / 艺术家等）



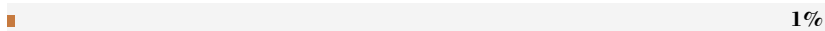
企业 / 机构资深技术专家（IT 工程师 / 科学家 / 技术顾问等）



自由职业 / 全职太太



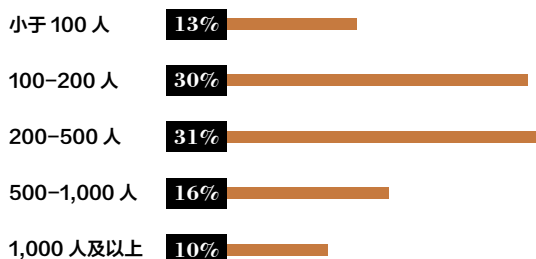
全职投资者（如职业股民 / 炒房者等）



数据来源：2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书

在参与本次调研的企业家中，61%的企业家所拥有企业的员工规模在100-500人之间，26%的企业家拥有500人以上的企业。

高净值企业家员工规模

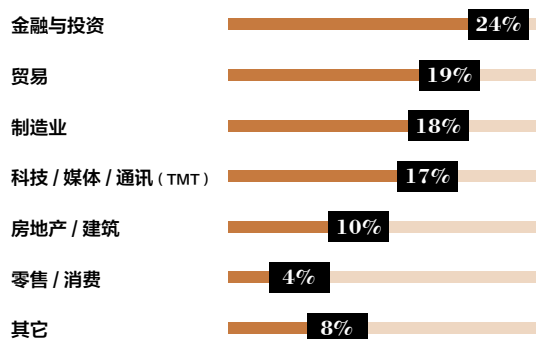


平均值：486人

数据来源：2021中国高净值人群财富风险管理白皮书

从行业角度看，高净值人群从事金融与投资业的比例最高，达24%，其次是贸易（19%）、制造业（18%）和TMT（科技、媒体、通讯）（17%）。

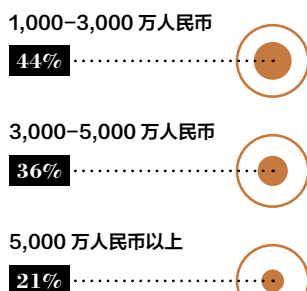
高净值人群行业分布



数据来源：2021中国高净值人群财富风险管理白皮书

本次调研的高净值人群平均家庭净资产为4,300万人民币，其中拥有5,000万人民币以上的家庭占21%。

高净值家庭净资产

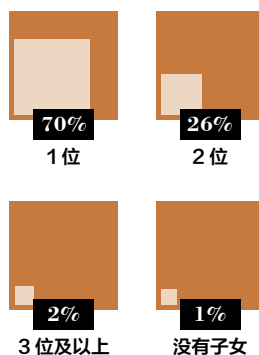


平均值：4,289万人民币

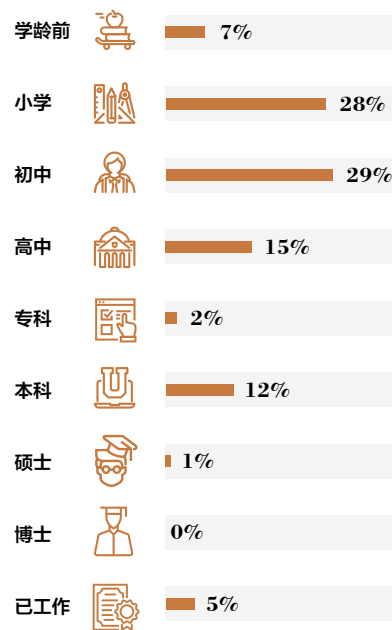
数据来源：2021中国高净值人群财富风险管理白皮书

他们中的70%拥有一位子女，28%拥有两位及以上的子女。子女的学习阶段集中于小学和中学。

高净值家庭子女数量



高净值家庭子女学业阶段



数据来源：2021中国高净值人群财富风险管理白皮书

附录二

中国高净值人群画像

中国高净值人群消费观

胡润百富董事长兼首席调研官胡润表示：“中国高端消费者对全球奢侈品行业的推动力是毋庸置疑的，最近一年表现尤为明显。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，以LV为主，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%。中国内地高端消费市场目前占全球市场份额的三分之一，预计五年后有

望达到50%。”

2020年，中国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。他们现在平均每个家庭拥有2辆车，有超过一半的高净值人群考虑在未来三年内购买电动车，另有6%的高净值人群考虑购买公务机。超八成高净值人群有饮茶习惯，超七成有饮酒习惯，红茶和红酒是其最青睐的茶类和酒类。



平均拥有 **2** 辆车
52% 未来三年考虑购买 **电动车**



平均拥有 **2** 块手表



公务机：
17% 选择包机，年平均包机时长 **50** 小时
6% 选择购买

高净值人群消费偏好概览



75% 饮酒，最青睐 **红酒**

820 元 红酒平均消费价格

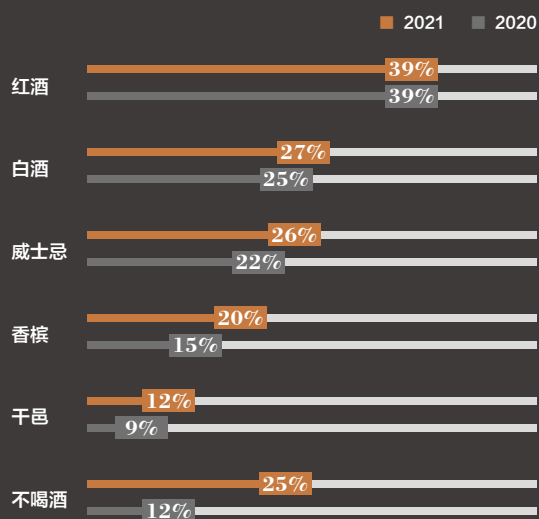
1,950 元 白酒平均消费价格

83% 喝茶，最青睐 **红茶**

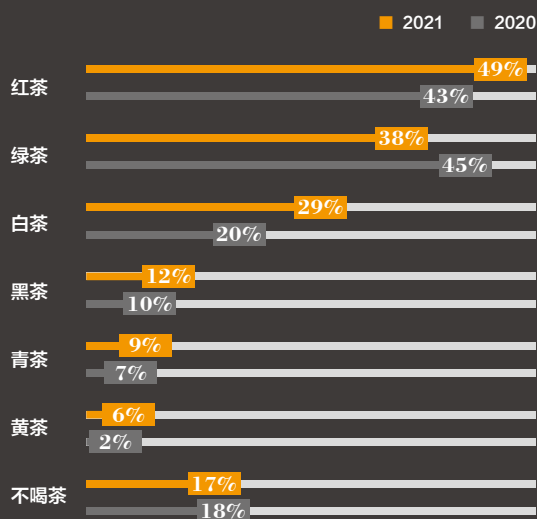
46% 抽烟

数据来源：《2021 胡润至尚优品》

酒类偏好



茶类偏好

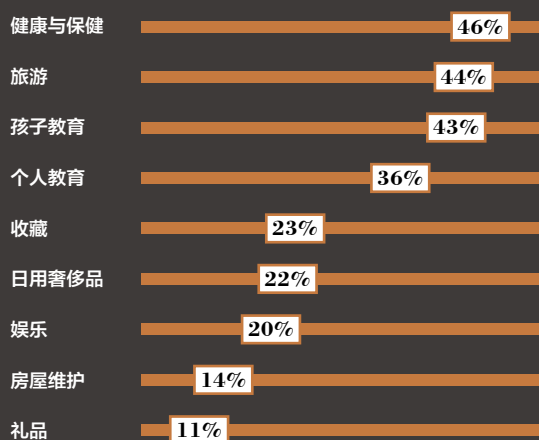


数据来源：《2021 胡润至尚优品》

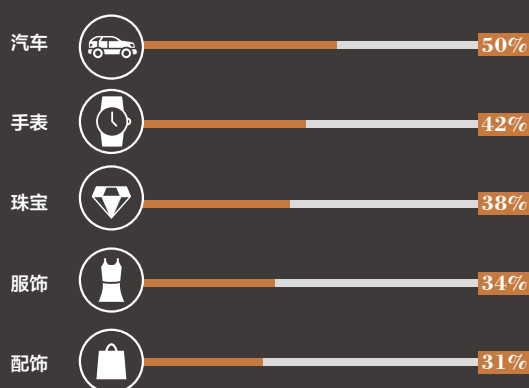
在未来三年，健康与保健（46%）、旅游（44%）和孩子教育（43%）是中国高净值人群计划增加的前三大消费类型。个人教育排在第四，45岁以下为主要需

求群体，且女性的比例高于男性。收藏（23%）排在第五，日用奢侈品（22%）排在第六。从年龄差异来看，30岁以下在珠宝、服装和配饰方面的消费需求更强。

未来三年计划增加的消费类型



未来三年计划增加的奢侈品

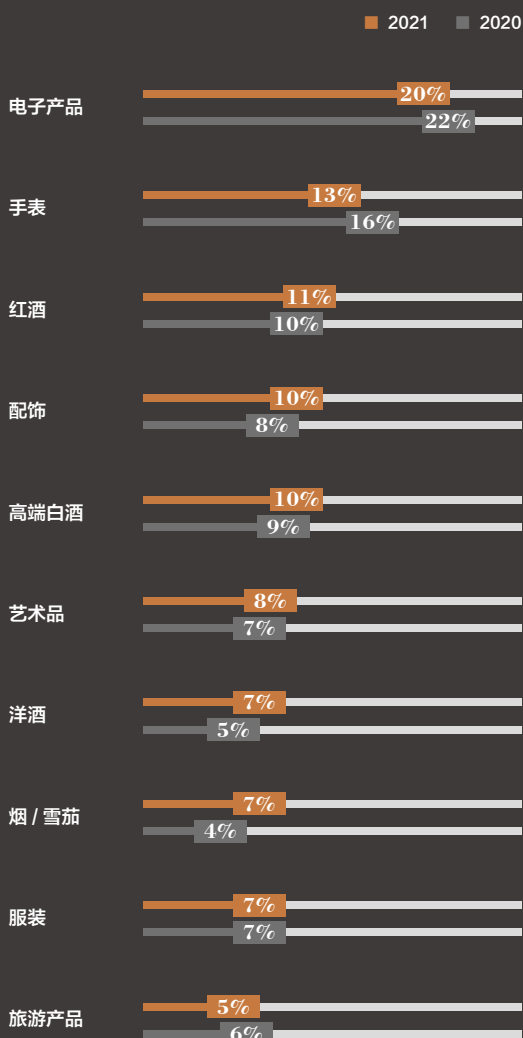


数据来源：《2021 胡润至尚优品》

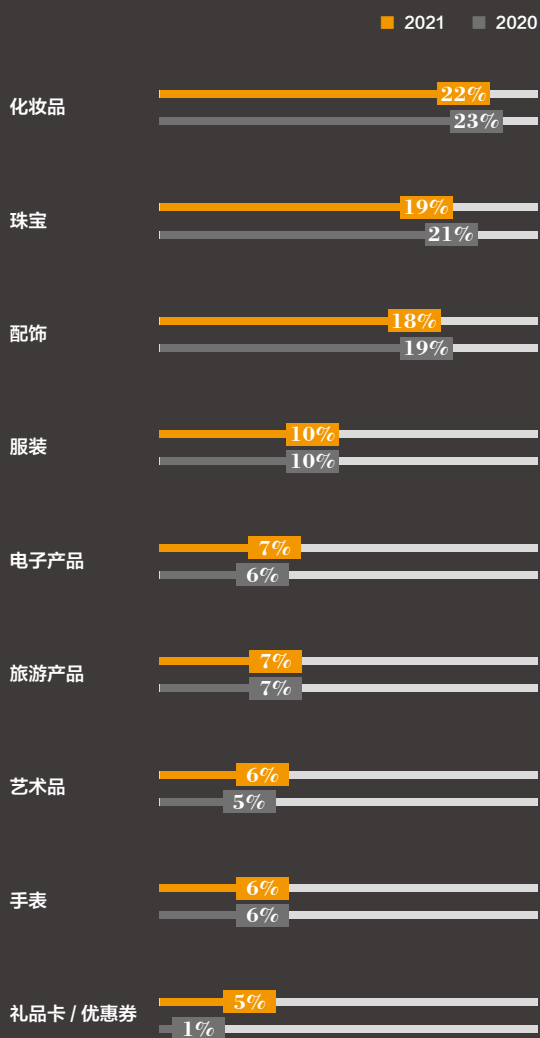
在送礼类型中，电子产品依然是中国高净值人群赠送男士礼物的首选，但比例略有下降。手表、红酒保持第二、第三。配饰比例持续上升，和高端白酒并列第四。烟与雪茄选择比例回升。从年龄差异

来看，30岁以下更青睐以配饰和服装作为男士礼物。对于女性而言，最受青睐的女士礼物前三名仍然是化妆品、珠宝和配饰。此外，选择赠送礼品券的比例明显增加。

男士礼物（2万元以下）



女士礼物（2万元以下）



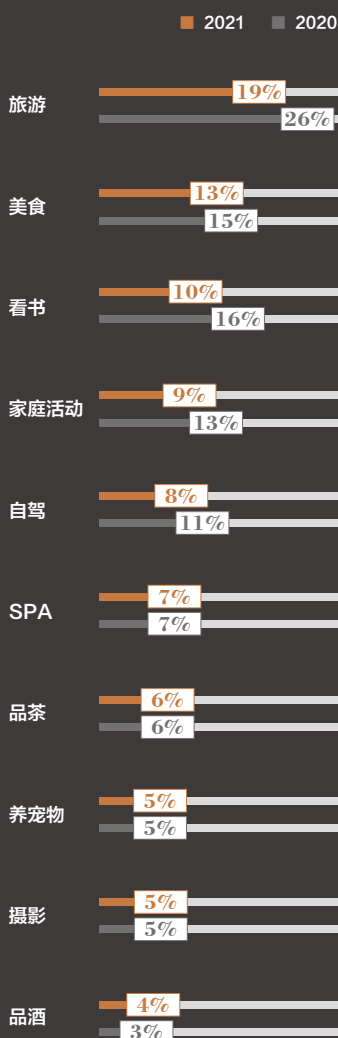
数据来源：《2021 胡润至尚优品》

中国高净值人群生活方式

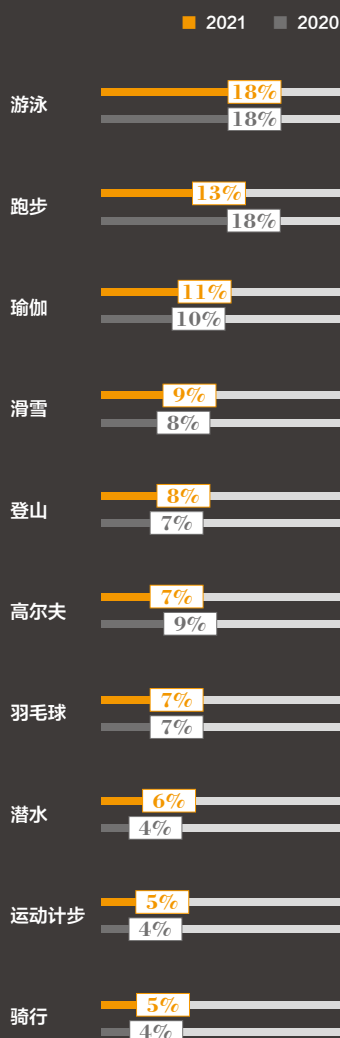
“过去一年，中国高净值人群对中国未来经济的信心有所增强，雇佣投资理财顾问的比例上升，而且不考虑移民的比例升至历史新高。疫情过后，他们将

健康与保健列为未来计划增加的第一消费类型。旅游仍然是他们最青睐的娱乐方式。跑步热情有所下降，滑雪热情继续上升。未来三年最想尝试的活动是房车旅游和骑马。”

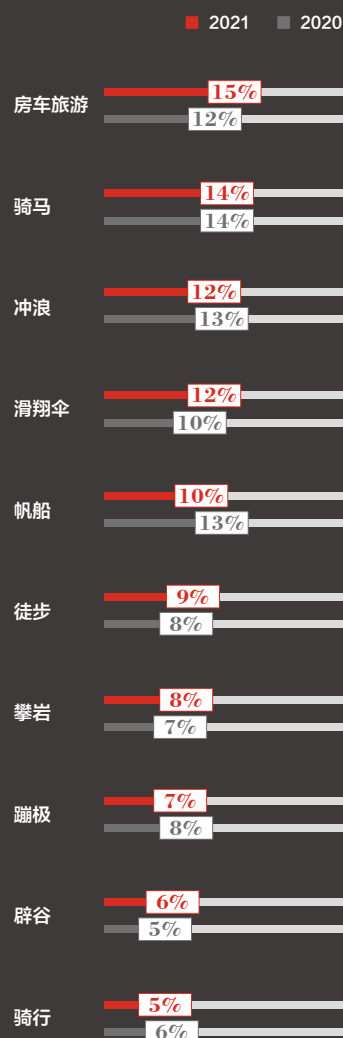
娱乐方式 TOP10



运动方式 TOP10



未来三年想尝试 的活动 TOP10

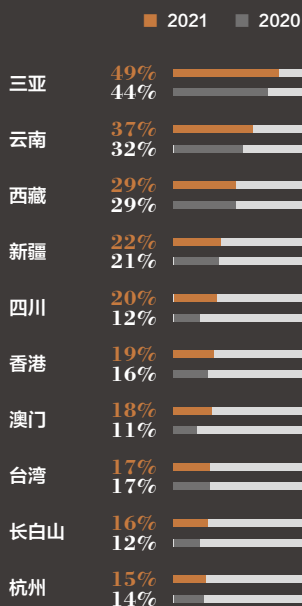


数据来源：《2021 胡润至尚优品》

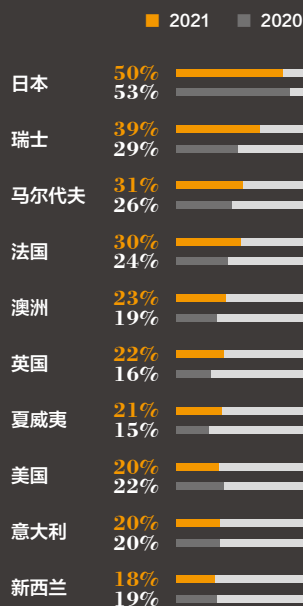


受疫情影响，国内旅游热情提高31%。三亚、云南、西藏和新疆为最青睐国内旅游目的地前四名。其中，三亚连续九年领跑最青睐国内旅游目的地。四川快速上升，从第十升至第五。虽然疫情导致出境受到限制，但高净值人群对国际旅行的热情仍然旺盛。国际旅游热情提高37%。日本、瑞士、马尔代夫和法国为最受青睐国际旅游目的地前四名。日本连续三年成为最青睐国际旅游目的地。

国内旅行目的地 TOP10

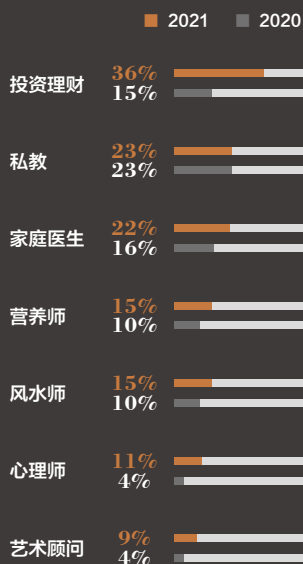


国际旅行目的地 TOP10

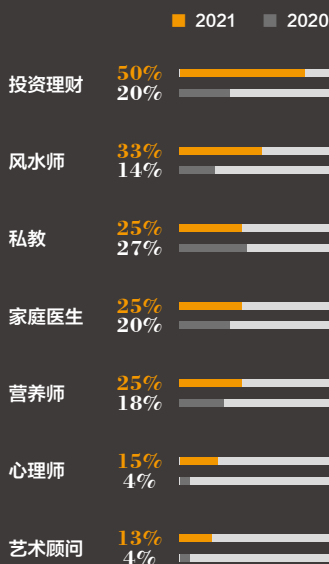


数据来源：《2021 胡润至尚优品》

高净值人群常用私人顾问



超高净值人群常用私人顾问

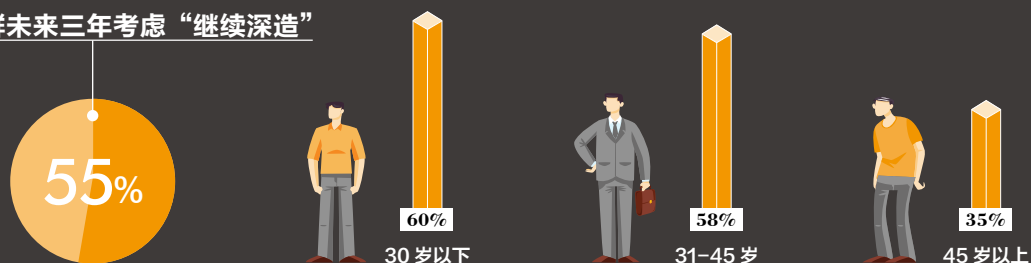


数据来源：《2021 胡润至尚优品》

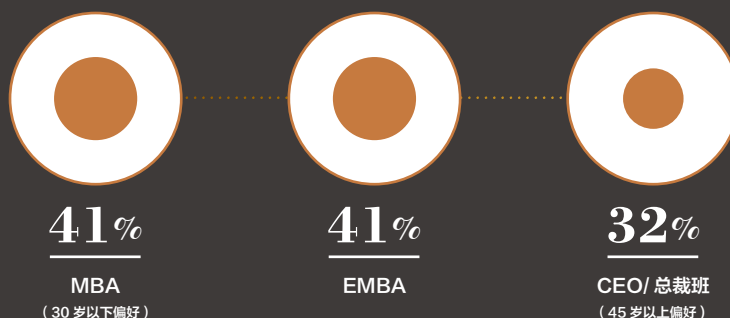
在私人顾问方面，投资理财顾问（36%）比例翻倍，超越私教（23%），成为高净值人群最常用的私人顾问。其中，超高净值人群拥有投资理财顾问的比例达到50%，去年仅20%。风水师在超高净值人群的私人顾问中排第二，比去年上涨19个百分点。此外，30岁以下拥有心理师的比率为15%，高于其他年龄层。胡润表示：“高净值人群拥有私人顾问的比例今年明显上升。”

在个人教育方面，超过一半的高净值人群未来三年考虑“继续深造”，以进修 MBA(41%)、EMBA(41%) 和 CEO/ 总裁班(32%) 为主。30 岁以下更偏好 MBA，而 45 岁以上更偏好 CEO/ 总裁班。

高净值人群未来三年考虑“继续深造”



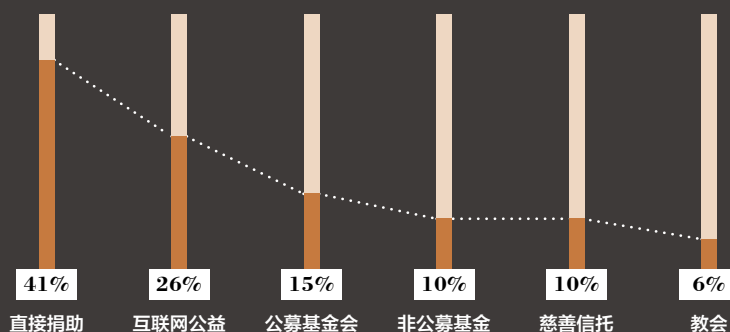
考虑的教育类别



数据来源：《2021 胡润至尚优品》

七成高净值人群热衷公益慈善，四成选择直接捐助，选择基金捐助与互联网公益的比例均占四分之一。平均未来三年的捐赠目标达 50 万元，为总资产的 1%。除公益以外，高净值人群会主要以应急支援的方式为亲友提供支持，其次为提供工作机会、子女教育和资助购房。

公益慈善的方式



数据来源：《2021 胡润至尚优品》

岁月悠长 许你一世阳光



臻选·家业兴

胡润百富调研白皮书 总裁班 投资者大会

臻选·益寿延

私人医生 高端体检 齿科服务 生命银行2.0

臻选·阖家欢

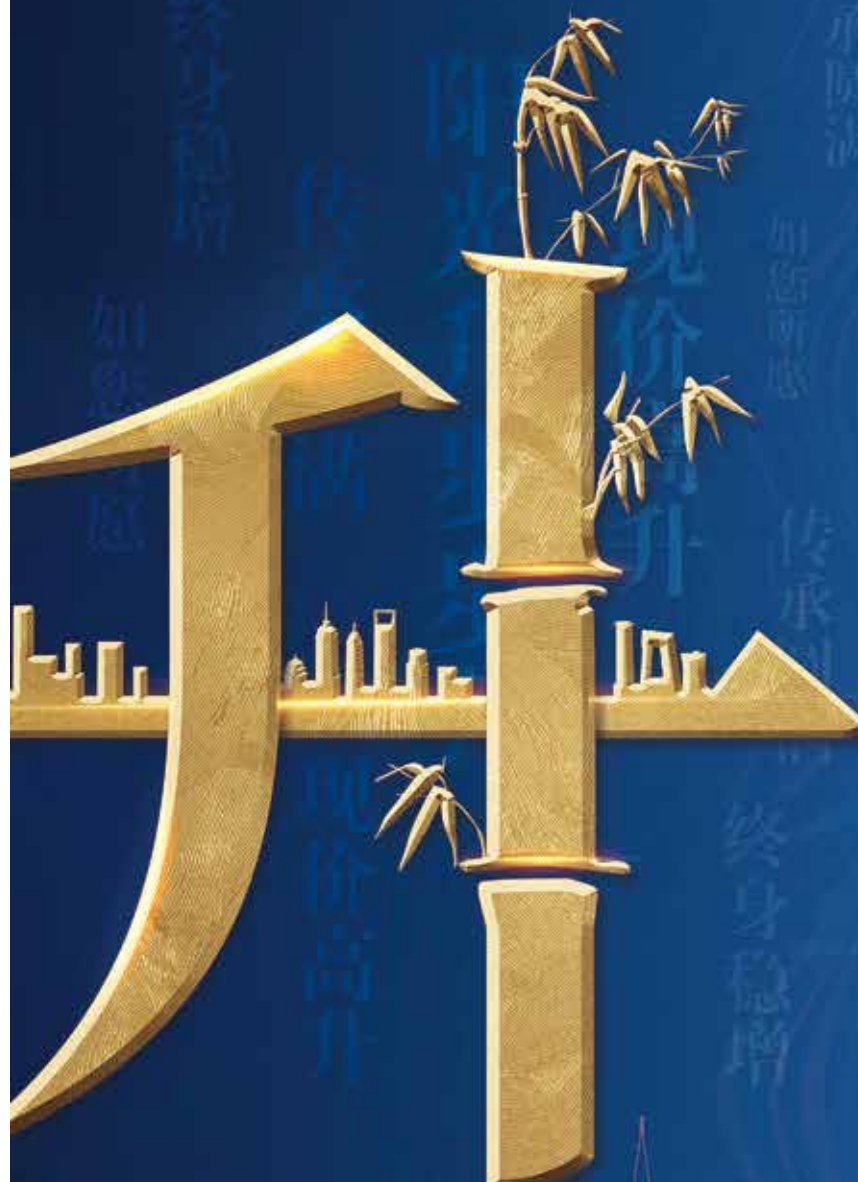
三亚康养 新锐总裁班 藤校研学营 网球邀请赛
冰雪研学馆 宠物医疗 SOS



广告

阳光升步步升

阳光人寿阳光升B款终身寿险



终身稳增

现价高升

传承圆满

如您所愿

 阳光保险集团 人寿保险
Sunshine Insurance Group Life Insurance



全国统一客服热线: 95510
网址: www.sincorp.com
公司地址可登陆官网查询

附录三 专访摘选

男，38岁，北京市

王磊

专业投资者

胡润百富：请简单介绍一下您的投资配置和风险偏好。

王磊：投资主要涉及金融产品，比如说证券、基金，还有一些相对比较稳定的银行的存款和理财产品，大部分是在住宅房产。固定资产和金融资产的比例大概是 8:2。现金基本上是不存的，只有大概一两万块钱放在家里，就算是应急。其他有银行的 7 天或者一个月的短期理财产品或者结构性存款，然后长期的可能会有几笔不同金额、不同时间到期的这种大额的结构性存款或者理财产品，然后剩下的钱都在股票跟基金里。风险偏好方面，股票、基金这类就是最高能承受的风险了。以前买过一些私募，后来收益不太好，就没有再尝试过。

胡润百富：请问您以房产作为财富的主要构成是出于怎样的考虑？

王磊：选择房产主要是因为我接触房产投资的时候是奥运会前几年，正值中国和北京地产的黄金时期，那时的投资一直都有高额回报。但是从这一两年开始，国家的调控政

策对我还是产生了一些影响。我逐渐的把一些流动性不高、不在热点地区、房龄较老的房子去做变现。

胡润百富：对于房产变现之后的资金，您打算怎么投资？

王磊：一部分置换成新的房子，因为也有一定的自住需求。剩下的现金暂时也没有什么更好的投资渠道，也会担心贬值的问题。可能会投到偏稳定的产品上，比如 R2（稳健型）、R3（平衡型）的银行理财上，或者其他稳定保本的理财产品。在基金上，由于我年初入市比较高，目前还是亏损状态，股票也没有很好的收益，这种高风险的投资我暂时不考虑追加投入了。

胡润百富：请问疫情对您的投资有何影响吗？

王磊：跟部分传统行业相比，我这边的影响还是比较有限的。对于房产来说，虽然市值上没有明显的降低，但高增长已经没有了。目前收益方面是今年北京市场上房租有些上涨。

胡润百富：您的家庭资产目前面临着哪些风险因素？

王磊：主要风险就是现在资产严重的偏向在房子上。如果国家对于房产进行严格的调控，或者说国家以后经济转型，不再以房地产为重要的投资领域和重要发展方向的话，我会比较担心。所以现在打算把杠杆率降下来，以及清掉一些我认为不太好的资产。

胡润百富：您为自己和家人配置了哪些商业保险？

王磊：首先商业保险我认为是很重要的，它是一个家庭必要的保障，也是必要的配比。我跟我爱人都买了重疾险。对于父母来说，因为他们年龄也都比较大了，所以他们配置的是消费型的，比如百万医疗和意外险。孩子从一出生就相继买了四五个保险产品，也包括重疾险。另外还给孩子存了一笔教育金，虽说利息不是很高，但每年在固定的存下去。

对于孩子的磕碰伤这类情况，目前的保险可以去私立门诊，不用排队。或者稍微大一点的病可以去协和国际部，也是人少一些，环境好一点。这种保险只要有预算我会一直给孩子上着。

胡润百富：您是如何看待目前国内医疗资源紧张的问题？

王磊：首先我们还没有面临那种疑难杂症，需要找最权威、最知名的大夫的情况。但是我举个例子，比如孩子的口腔问

题，一般医院没有儿科的口腔，北京比较难挂的儿童口腔医院的儿童口腔科，号是非常紧张的，我通过保险公司的一个VIP服务，把我的需求告诉工作人员，然后他去帮我安排好，就通知我什么时间直接去取号就可以了，当时就能看，是一个公司服务我。我觉得这个方法好。

胡润百富：您的小孩现在多大了？您对他的教育是怎么安排的？

王磊：孩子今年5岁，目前在公立幼儿园。因为这个园区也是当地非常好的一个公立，我们的第一需求又是离家近，所以就选了这家。对于文化课我是没有任何支出的，比如说提前教他一些识字、算术，这些从来没有过。我只对他的户外运动报过一些班，比如轮滑。其他的是在画画、跳舞、钢琴课有过一些支出。快乐童年，我是这么考虑的。

因为在孩子出生之前已经在北京最好的学区有了学籍，所以小学和初中是准备走公立这条路了。义务教育之后再看看他的学习情况该怎么走。

胡润百富：您是怎么考虑物质方面的资产传承问题呢？

王磊：在我现在有能力的时候，我就帮他逐渐的去迭代，比如将房子通过置换维持在一个比较新的房龄上，在我所了解的领域让家庭资产更合理一点。

女，30岁，上海市

张景程

第二代企业家

胡润百富：请简单介绍一下您的企业版图。

张景程：我父母是从1993年开始在上海创业的，做的是门窗幕墙行业。现在公司业务一共分成四个板块：第一是30年前就开始的贸易板块，我们会在行业当中优选一些品牌来进行输送；第二是制造业板块，我们在四川有工厂做材料的生产，供应给大型房地产公司和经销商；第三是行业平台，也是上海比较大的、专业细分的建材市场，几百家商户在里面形成了产业集群的效应。现在在互联网新消费时代我们会做一个线上线下的融合，除了专业市场以外还会做产业园、研究院等，给同行业做咨询、输送产品；第四是未来我们将打造专业的C端品牌，设想中类似于尚品宅配，目前在筹划当中。

我以前是在外面的公司做风控，现在回到自己父母公司里面工作。我现在先这里学习，未来也会进行公司内部二次创业，所以还是会持续的在创业进行当中。

胡润百富：请您谈谈企业近几年的发展变化。

张景程：首先员工年龄结构的变化。父母那一代管理时主要以70后和60后的员工为主，但是近三年我们在上海总部的很多部门，90后员工占比达到80%。这样的变化有两方面的原因，第一是我们的客户群体也在年轻化，相比于上一代的关系型销售，现在已经到了方案型销售的时代，我们需要更有创新意识、更具专业性的人才。第二是上海本身很好的人才优势，我们要抓住契机提升企业的创新能力。

第二个变化是品牌。以前我们四个板块的业务都是单独生长，通过梳理发现，这三年是企业强化战略、深耕业务的时期，我们要把所有业务全部打通，找到核心客户群重点发力。

在平台板块中，我们已经将原先的建材市场转型为行业平台，做建筑空间产业生态一站式解决方案，包括智能制造平台服务和



图片来源：Getty Images

科技投资，除了办公室租赁、仓储物流等，还会组织大家一起学习、帮助招募经销商、包装品牌等。同时在 B2C 业务中，我们会从几百家品牌中优选几家集中推向市场，提供平台嫁接的服务，帮助他们和高端的设计师、物业公司合作。

在取得的成就方面，我们已经被评为中国房地产供应商新材类十强单位，在工程业务方面可以说做到了一个不错的阶段。

胡润百富：您对公司未来的发展有什么设想？

张景程：我们对未来五年的发展战略已经确定了，要根据每一条业务，把原来没有做到的市场，或者说没有做到的增量去做发力。尽管父母把我当成接班人在培养，但我希望未来公司可以形成公有化，每个业务板块都有自己的负责人，大家是共同创业，共同享受成果。

在政策方面，上海宝山的十四五规划定位是科创中心，我们也在积极思考传统行业如何去进行科创的转型，从业务的开拓转为对技术层面上的思考，未来可能会多去跟高校进行产学研方面的合作。对于“双碳”政策，我们的铝型材板块可能即将被纳入碳交易的范围，所以我们将从现在开始高度关注原材料价格，也会积极的向建筑节能相关的产品靠拢。作为民营企业，我们要清楚的认识到自己的角色，根据 2030、2060 这两个已经明确的时间点来部署未来企业战略。

胡润百富：您的企业目前在风险管理方面都做了哪些行动？

张景程：首先我们所有员工是按国家规定缴纳了保险，目前也在和中国房地产协会的同行们一起探讨未来我们这个行业应该如何去设置商业保险，比如产品险等。

在法律方面我们有自己的律师咨询单位，会定期来做培训和审查法务合同；财务方面我们聘请了财务总监，会定期关注最新的政策来推进公司的财税规划。现在经营方面主要的挑战是来自于应收账款。如果说有一个产品可以帮我统筹这些所有跟风险管理有关的事情，我会有兴趣去了解。

胡润百富：请谈谈您的个人投资理财经历。

张景程：早些年刚工作的时候会买些股票和理财，结婚后投资了一些房产，现在因为房产税的落地，对房子这块未来可能会做调整，但是我是保守型的投资者，对房产以外的投资渠道还比较迷茫。企业经营方面因为目前原材料涨价很厉害，也会去做一些期货。如果遇到好的机会，会做一些股权投资。我觉得最重要的还是对自己的教育投资，这部分支出

会占到我每年总投资的百分之 10 到 20，对于企业经营者来讲，未来还是要不断学习。

胡润百富：您家庭的保险配置情况是怎样的？

张景程：我的保险是父母给我买的，我现在也给我的小孩买了齐全的保险。身边有很多从事保险的朋友，也会经常参加保险公司的活动，因此对相关信息的更新速度比较快，年金险、医疗险、教育金等都配置了。疫情的发生也提醒我未来多增加对健康的管理，比如可能会给自己和家人补充上重疾险。我退休以后是打算去养老院的，现在也了解到一些高端养老院费用还是很高的，会考虑能不能通过养老保险的方式来提前做好自己在养老上的费用。

胡润百富：您和您的家人目前是如何解决医疗方面的问题的？

张景程：我父母因为自己有高端医疗保险，他们会去看保险范围之内的、比较高端的医院。我自己小病就是在三甲医院，日常保养会每隔几个月到私人的中医工作室看中医，体检方面会去保险公司合作的体检机构，速度快，服务也细致。

目前感觉不足的地方是，我的小朋友现在属于很容易生病的这个年龄阶段，看病排队真的很烦，特别大半夜的时候。以前看 TVB 里面那种家庭医生觉得特别好，但是对目前市面上的情况不了解，不知道家庭医生、全科医生的医术水平是不是精湛，也不是很清楚有没有什么相关的服务。

胡润百富：您对孩子的未来发展有哪些规划吗？

张景程：对人脉资本的传承是肯定要考虑到，从小就会带他去接触更多的人。因为我自己本身就是我父母这样子带出来的，我从小也会进入他们的圈子，和上一辈的人进行很深的沟通。财富是可以集成的，资源和人脉是无法集成的，所以会多为孩子去建立这些关系，鼓励他多多参与。未来等他长大一些，可以参与进公司的管理，也会让他去旁听会议，做一些辅助工作，参与到公司的治理，决策也会听听他的意见。

在物质的传承方面，房产是打算都留给他，但是不知道随着政策发展，以后会面临哪些税、或者其他的问题，所以我会去了解一下相关的金融机构，看看有没有合适的方式。我觉得更重要的是对他个人的培养，未来财富还是要靠他自己去创造的，自己创造才会更加珍惜。

关于 阳光保险



阳光保险于2005年7月成立，始终坚守主业，以实业心态做金融，扎扎实实地积累企业的发展能力，实实在在地履行社会责任。正是如此，公司成立5年便跻身中国500强企业、中国服务业100强企业，历经十余年的发展，已成为中国金融业的新锐力量。集团目前拥有财产保险、人寿保险、信用保证保险、资产管理、医疗健康等多家专业子公司。

阳光保险自成立以来，解决就业28万人，为超4.2亿客户提供保险保障，累计承担社会风险1,680万亿元，支付各类赔款超2,100亿元，上缴税收超550亿元，在各项公益慈善事业中累计投入超4.8亿元。

“十四五”期间，阳光保险启动了“一聚三强”的发

展新战略，即以阳光文化为引领，以价值发展为主线，聚焦保险主业核心能力及核心优势提升，持续强化大健康产业布局，强化大资管战略落地，强化科技引领和创新驱动，有效推动集团的高质量可持续发展，着力打造强大的产品研发能力、卓越的客户服务能力、杰出的风险管控能力和专业的资产管理能力，为广大客户的美好生活保驾护航。

公司将紧紧围绕国家战略与国计民生、提供有效的保险保障与金融支持，在服务实体经济、参与“一带一路”、实施乡村振兴等方面做出自己的努力。

阳光保险秉承“打造符合人性与最具活力的保险服务集团”的企业愿景，致力于“国家更富强、社会更美好”和“让人们拥有更多的阳光”。

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》，携手泰康发布《中国高净值人群医养白皮书》，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。



▲ 立即扫描

媒体查询联络

潘小英 (Porsha Pan)
胡润百富 传讯副总监
电话：021-50105808
手机：139 1838 7446
邮箱：porsha.pan@hurun.net

常婷 (Larina Chang)
胡润百富 公关主任
电话：021-50105808
手机：134 7255 0554
邮箱：larina.chang@hurun.net



研究方法

《2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书》的研究成果来源于阳光保险集团与胡润百富的共同合作项目，聚焦当下中国高净值人群在财富风险管理上的现状、心态、行动与计划，覆盖企业经营风险、个人投资风险、子女成长与康养管理多个方面。

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，以保证研究的深度与广度。项目组依托胡润百富高净值人群样本库和阳光保险高客群体，在 2021 年 9 月到 11 月期间按照性别、年龄、地域、家庭净资产等维度进行分层随机抽样，对 599 位典型高净值人群代表开展了问卷访问形式的定量研究，样本主要集中在一线城市，同时也覆盖到了新一线和二线城市。在此基础上，项目组对 14 位来自不同行业、不同地域的高净值人群进行了一对一的深度定性访问，更加广泛、深入地探索其对财富管理的需求与思考。

在运用大量案头研究与数据统计分析方法的基础上，有效保证并提高了此次调研报告结论的准确度，从而创造巨大的品牌价值和媒体价值。

版权声明

《2021 中国高净值人群财富风险管理白皮书》所有文字内容、图表及表格的版权归阳光保险集团与胡润百富共同所有，受中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经阳光保险集团与胡润百富联合书面许可，任何组织和个人不得将本报告的部分或全部内容用于商业目的。如需转载请注明出处。本报告所有使用的数据来源于专项调研及公开资料。本报告的观点及结论基于以上数据的客观洞察与分析，对读者基于本报告信息做出投资行为，阳光保险集团与胡润百富公司不承担任何法律责任。如有涉及版权纠纷问题，请及时联络胡润百富公司，谢谢！

