

中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

*CITIC-Prudential Life Family Inheritance·Hurun Report
China High Net Worth Family Cash Management 2023*



序言二

构建稳固框架， 浇筑坚实基座



李海

中信保诚人寿保险有限公司
副总经理

2023 年是不平凡的一年，疫情的阴霾已经消散，但其对经济生活的影响尚未完全消除。同时，全球地缘政治冲突不断，贸易战迁延未止，加上美元加息、中国地产行业震荡以及 AI 技术的兴起等事件，社会经济的走向以及民众财富的状况正在经历各类变量的考验。积极应对风险并维护家族发展的安全性和可持续性，成为了高净值人群当前亟需面对的时代课题。

2023 年是中信保诚人寿「传家」连续第四年携手胡润百富发布中国高净值人群家族系列报告。在过去的三年里，我们深入了解了他们在品质生活、家族安全和家族传承方面的认知现状、规划筹措和生活痛点。2020 年，尽管疫情冲击严重，但中国高净值家庭仍关心“品质生活”，尤其对健康管理的需求迅速增长。针对客户这一需求，我们在当年全面升级了增值服务体系，从而更好地满足健康需求。2021 年，中国高净值人群数量快速增长至全球第二，“安全”再次超越“增长”成为高净值人群最为看重的投资理财目标。我们针对“安全”需求，广泛深入地应对家庭财富配置的变化，并提升专业法律税务队伍建设，为高客实现更安全的风险隔离功能。2022 年，财富传承迎来井喷式发展，有 97% 的高净值人群已经考虑或正在考虑家族传承

事宜，预计未来 10 年中国高净值家庭将有 18 万亿元的财富传承给下一代。中信保诚人寿「传家」，这个定位于“更懂东方传承之道”的保险高端子品牌，因此设立了传承主题年，并独创提出“家族传承四步法”，为客户提供一站式传承综合解决方案。

本年度，我们携手胡润百富，对中国高净值家庭现金流管理的认知现状、未来规划、危机应对进行深入挖掘和洞察，以更好地把握高净值人群的需求变化，进而提供周到的响应服务。我们发现，正向、稳定、持续的现金流是家庭幸福生活的必要条件，它能够有效保障高净值家庭的品质生活、家族安全和家族传承。当前，现金为王、稳健为重、保障先行是高净值人群现金流管理的主要思路。未来，提高风险意识、调整资产配置结构、配置年金险产品是高净值人群降低潜在现金流风险的三大举措。希望这些发现，能够为全社会的家庭现金流管理提供有益的启发。

现金流是企业的生命线，也是家庭幸福生活的必要保障。“家有万金，不如日进一文”。让我们共同探讨健康的家庭现金流构建，为美好的当下浇筑坚实基座，为绵延的未来打造强劲引擎。

序言三

「传家」九年， “守正笃实，久久为功”



自 2014 年设立高端子品牌「传家」以来，中信保诚人寿一路守正创新。尤其是在总公司层面设立了高净值业务部，作为“保险行业里的私人银行中心”，高净值业务部聚焦服务中国高净值家庭的安全与传承，与众多合作伙伴一起提供个性化的综合定制服务。

传家九年，作为“更懂东方传承之道”的高端子品牌，中信保诚人寿「传家」经历了不平凡的“昨天”。2014 年，中信保诚人寿携手中信信托在业内率先推出保险金信托增值服务。经过持续创新升级，已建立包括受益人信托、信托投保、家庭保单等多种服务模式，全面实现了服务标准化、人员专业化、流程系统化，中信保诚人寿「传家」持续引领行业发展。目前，公司与近 20 家优秀信托公司开展合作，累计为数千高净值家庭提供了个性化财富传承方案。在满足高净值家庭财富传承需求的道路上，我们不断创新、不断前行。

传家九年，作为“更懂东方传承之道”的高端子品牌，中信保诚人寿「传家」历经九年的打磨，终于创造了自豪的“今天”。「传家」在提供专业金融服务的同时与国内外头部知名企业合作，打造了中信保诚尊贵服务体系，提供包括健康管理、出行护航、尊贵礼遇、法税服务、子女菁英教育、个性增值等特色权益的保险增值服务，为数万高净值家庭提供高端、优质

的服务体验，不断满足高净值家庭全方位品质生活需求。同时公司致力于真正为高客家庭解决代际传承的难题。「传家」不仅与国内外一流会计师事务所、律师事务所、养老机构等深度合作，更是设立了自有的法律、税务、资产配置等专家队伍，延展了文化、艺术、教育等版块的建设，通过综合且专业的服务切实解决复杂的家族传承规划问题。

传家九年，作为“更懂东方传承之道”的高端子品牌，中信保诚人寿「传家」必将拥有更美好的“明天”。「传家」在保险行业开创了传承主题年。官方合作同名电视剧《传家》，讲述中国人的传承选择和家国情怀。联合胡润百富发布家族传承调研报告，深入探讨中国高净值家庭对于家族传承安排的昨天、今天和明天。「传家」更是独创“家族传承规划四步法”，为中国高净值家庭客户提供综合定制化的传承一站式服务。中央电视台多家频道播出了中信保诚人寿「传家」的广告片，将“传家风、传家训、传家业”的中华民族传统文化与红色经典精神有机结合，悠远传播。

曾国藩家书中说“盛时常作衰时想，上场当念下场时”。富贵人家宜牢记此二语。希望这份报告能帮助阅读者提前建构“现金流”规划的思维，提前布局家族的发展与传承。中信保诚人寿「传家」与您共创美好“明天”。

目录

01

序言

05

开篇

06

报告亮点

08

第一章

解码中国高净值人群

16

第二章

高净值家庭的现金流管理

48

第三章

高净值家庭的品质生活

62

第四章

高净值客户专访摘录

72

关于

中信保诚人寿「传家」

73

关于

胡润百富集团

74

研究方法及

版权声明

开篇

最近，全球各国语言对各国文化的影响，让我很感兴趣。我听到一个有趣的结论，那就是语言会影响人们对时间的感知。比如，在中文里，过去一个礼拜会说“上个礼拜”，未来一个礼拜会说“下个礼拜”。而在我们英语国家里，是说“前一个礼拜”（previous week）和“后一个礼拜”（next week）。有学者认为，在古代，中文的书写是从上到下，于是对中国人来说，“上”代表着先发生，“下”代表着后发生。而英语的读写方向是从左往右，所以对英语国家的人来说，“前”代表着先发生，“后”代表着后发生。

还有一个令我印象更加深刻，说的是，语言有没有时态会影响一个人对未来的重视程度。斯坦福大学的研究者发现，使用没有未来时态语言的人，比使用有未来时态语言的人，退休时积累的财富多了 39%。也许是因为，有未来时态的语言，比如英语，引导人们把未来和现在区分来看，所以未来的事，未来再考虑。而没有未来时态的语言，比如中文，会引导人们把未来和现在看成相同的对象，既然当前和未来连为一体，人们自然会对未来更加重视。因此，我相信，中国人更加重视未来规划。

对于高净值家庭来说，现金流管理是一项未来工程，是家庭生存和长远发展的基石。正向、稳定、持续的现金流是家庭幸福生活的必要条件，它能够有效保障高净值家庭的品质生活、家族安全和家族传承。为此，中信保诚人寿「传家」携手胡润百富，发布了《2023 中国高净值家庭现金流管理报告》，希望借此，启发全社会对现金流管理的重视和思考。我认为报告中有几点值得您关注：

首先，中国地区拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量达到 211 万户，比上年增加 5 万户。财富规模持续增长的同时，他们也面对着未来计划内的人生目标和计划外的风险事件。我们发现，现金为王、稳健为重、保障先行是高净值人群现金流规划的主要思路，并且未来三年不会有明显变化。保障类金融工具更多地用于高净值人群在人生弱势阶段的现金流入，如慢病护理、养老和重疾，商业人身保险已经成为高净值家庭标配。



胡润 Rupert Hoogewerf
胡润百富董事长 / 首席调研官

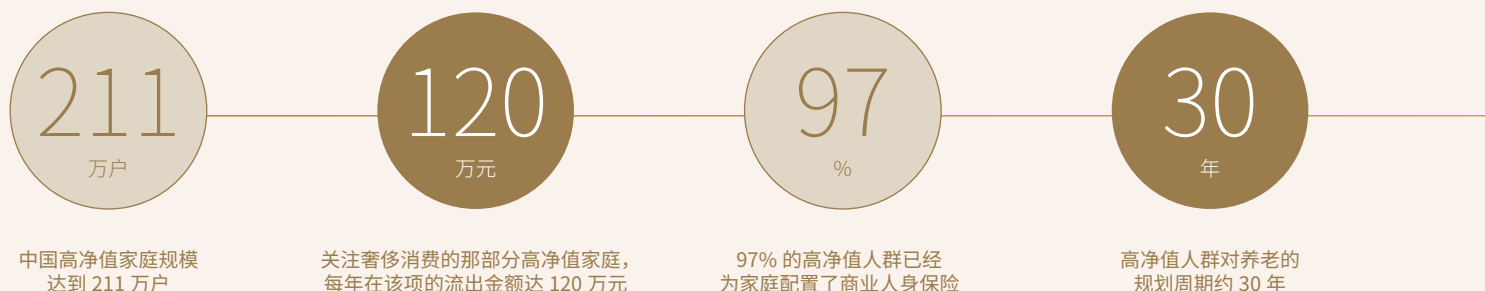
其次，高净值人群为自己规划的养老周期为 29.8 年，如果他们的平均退休年龄约为 57.5 岁（男性 60 岁，女性 55 岁），那么可间接推算，他们为自己设定的预期寿命约 87.3 岁，也就是说，高净值人群自我设定的预期寿命比当前中国平均水平高出 9.1 岁。在他们 30 年的退休生活中，退休前的储蓄和自行配置的商业年金保险是最受高净值人群倚仗的养老收入来源，尤其 25-45 岁群体，相比年长群体，他们更加认可年金险对于现金流管理的意义。

最后，2023 年是中信保诚人寿「传家」连续第四年携手胡润百富发布反映高净值人群品质生活的消费价格指数（LCPI），这也是胡润百富对该指数进行观察的第十七年。与去年相比，2023 年中国高净值人群消费价格的总水平同上涨了 5.4%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2023 年 7 月 CPI 同比下降 0.3%）。这说明，高净值人群依然保持着较高的消费能力和热情，这无疑会正向推动消费内循环，为中国经济提供不竭的前进动力。

近来，有句话给我印象深刻，“悲观是远见，乐观是智慧”。我想，它与我们这份报告非常契合。面对未来的风险事件，适度悲观，提前预备，一旦风险出现，从容去应对。面对未来的人生目标，乐观筹划，积极布局，届时事件来临，平稳去落实。

祝各位做好家庭现金流规划，祝各位成为时间的朋友，祝各位阅读愉快。

报告亮点



亮点① 中国高净值家庭规模达到 211 万户。广东依然是拥有最多高净值家庭的省级行政单位。高净值家庭 TOP5 城市中，上海的户数增幅最快。过去一年，高净值人群中的企业主占比上升，不动产投资者占比下降。

中国拥有 600 万人民币家庭净资产的“富裕家庭”数量达到 518 万户，拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量达到 211 万户，拥有亿元人民币家庭净资产的“超高净值家庭”数量达到 13.8 万户。拥有高净值家庭最多的五个城市是北京（30.6 万户）、上海（27.1 万户）、香港（21.5 万户）、深圳（8.0 万户）、广州（7.3 万户）。TOP5 城市中，上海的高净值家庭规模增幅最快（同比增长 3.4%）。高净值人群构成中，企业主占比 52%，比上年增长 2 个百分点；金领占比 30%，职业股民占比 10%，与去年保持一致；不动产投资者占比 8%，较去年减少 2 个百分点。

亮点② 高净值家庭的现金流，流入与流出的比例约进三出二。高净值家庭大多勤劳致富，劳动性收入是主要的现金流入来源。关注奢侈消费的那部分高净值家庭，每年在该项的流出金额达 120 万元。

过去一年，高净值家庭的现金流入：流出约为 143:100。现金流入主要来源于经营收入（44%）、投资收益（22%）和工资收入（21%），劳动性收入（经营收入 + 工资收入）占到 65%。企业主以经营收入（71%）为主，金领的大部

分收入来自于工资收入（53%），职业投资者的主要收入来源是投资收益（51%）。高净值家庭现金流出的主要去向有日常生活消费（71%）、金融投资（51%）、子女教育与婚姻（41%）、实物投资（35%）、企业股权投资（30%）和奢侈消费支出（25%）。关注奢侈消费（如私人飞机、游艇、赛马）的高净值家庭，在该项的每年支出达到 120 万元。

亮点③ 现金为王、稳健为重、保障先行是高净值人群现金流管理的主要思路。保障类金融工具更多用于人生弱势阶段的现金流入，如慢病护理、养老和重疾。商业人身保险已经成为高净值家庭标配。

家庭现金流管理，本质上是为提高人生确定性，管理家庭成员的未来人生重大事件，提早作出应对规划。为应对各类事件，高净值人群采用最多的规划工具是现金类（应对 7.26 类人生事件，调研选项共 12 类）、固收类（应对 5.19 类）、保障类（应对 4.08 类），并且未来三年不会有明显变化。保障类产品更多用在慢病护理（53%）、个人养老（43%）和重疾医疗（43%）；现金类更多用在日常消费（73%）和高品质生活（72%）；固收类主要用在奢侈消费（57%）、孙辈培养（49%）；权益类主要用于自己购房（36%）、子女结婚（32%）。97% 的高净值人群已经为家庭配置了商业人身保险，家庭每年的保费支出占总收入的比例约 14%。

亮点④ 高净值人群对养老的规划周期约 30

中信保诚人寿「传家」对家庭现金流管理的定义：

家庭现金流管理，是家庭成员通过对不同人生重大节点上可能发生的资金流动事项（家庭生活、经营投资、教育传承等），进行系统化思考、规划、实施，从而达到更高人生确定性的活动。



55% 的高净值家庭专门设立了应急准备金



提高风险意识、调整资金配置结构、配置年金保险产品
是高净值人群降低未来现金流风险的三大举措



胡润研究院连续第 17 年发布中国
高净值人群消费价格指数（LCPI）

年。中国高净值家庭的预计养老收入替代率显著高于普通家庭。养老收入的最主要来源是储蓄及商业年金保险。

高净值人群的平均退休年龄约为 57.5 岁，为自己规划的养老周期为 29.8 年。92% 高净值人群的预计养老收入可以达到当前收入的 50% 或更多，74% 预计养老收入可以达到当前收入的 70% 或更多，22% 预计养老收入与当前持平或更多。中国高净值人群预计自己退休后的每年收入约为当前的 76.7%，比普通人群（养老金替代率 37.4%）高出整整一倍。退休前的储蓄（58%）和自行配置的商业年金保险（56%）是最受高净值人群倚仗的养老收入来源。

亮点⑤ 为应对现金流危机，超一半高净值家庭设立了应急准备金。高净值人群将自己及家人的健康隐患视为最大威胁，其次是失业和家族企业破产，他们对于 AI 的冲击谨慎乐观。

切实发生过现金流危机的高净值家庭约 5%，但 55% 的高净值家庭专门设立了应急准备金，应急准备金平均是 13.7 个月的家庭日常开支。高净值人群最为担忧的现金流危机事件是自己 / 家人疾病（39%）、自己 / 家人失业（36%）、家族企业破产（32%）。企业主最为担忧的潜在经营威胁是行业竞争加剧（38%）、经营成本高企（38%）、应收账款无法收回（30%）。金领最为担忧的职业危机是企业业绩下滑（40%）、精力下降（35%）、能力瓶颈（33%），但认为 AI 的冲击，短期内对他们影响有限。

亮点⑥ 提高风险意识、调整资金配置结构、配置年金保险产品是高净值人群降低未来现金流风险的三大举措。越来越多的年轻高净值人群，已经认识到年金险对于现金流管理的重要作用。

为降低未来现金流风险，高净值人群最认可的举措是提高风险意识（35%），主要包括“资产配置多元化”（7.59 分，10 分制）、“合理使用负债工具”（7.56 分）、“不仅关心流入，更要防范风险、避免暴雷（7.55 分）”、“先保证劳动性收入，再去探讨资本性收入”（7.52 分）、“养老要早做准备”（7.48 分），等等。除此之外，调整资金配置结构（34%）、配置年金险（33%）也是受关注的降低未来现金流风险的措施。相比年长群体，年轻一代的高净值人群更加认可年金险在现金流管理中的重要意义（38%:29%）。年轻时的一切准备，终将与未来的自己，再相遇。

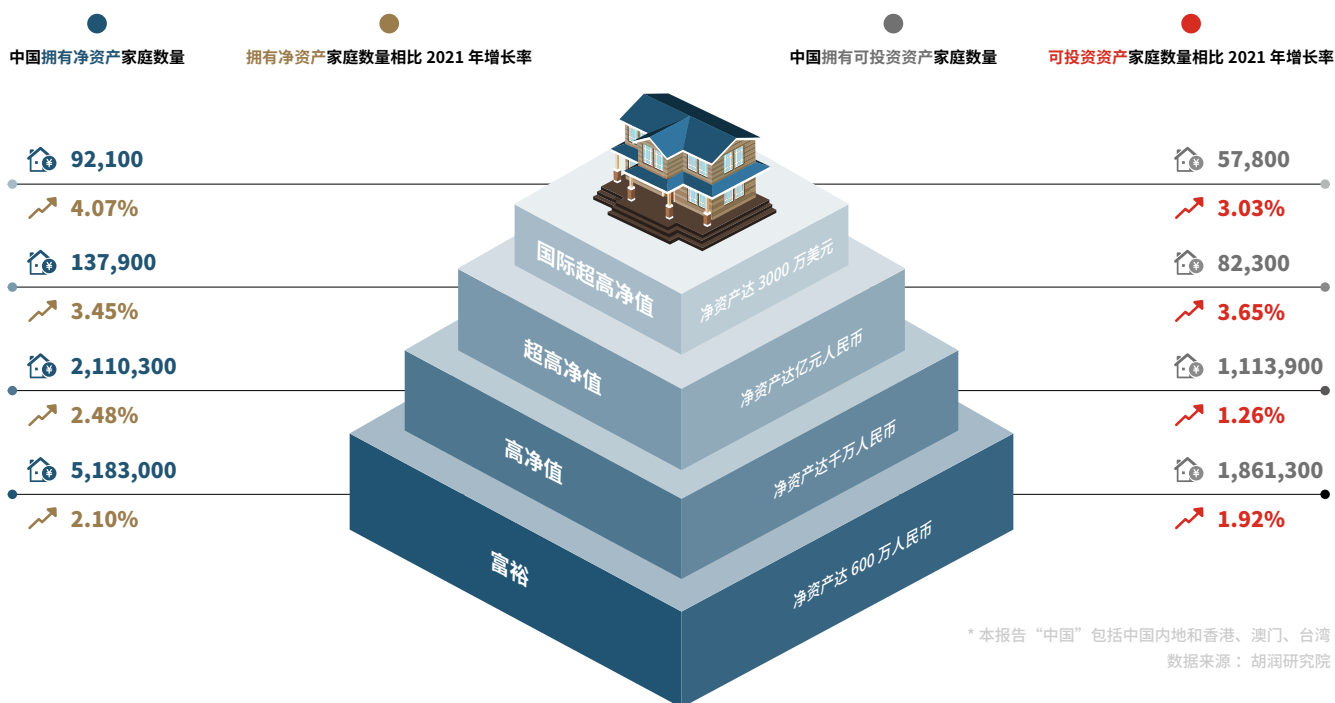
亮点⑦ 中国高净值人群消费价格指数总水平稳定上涨，近六成的商品价格相比去年上涨。

胡润研究院连续第 17 年发布中国高净值人群消费价格指数（LCPI），也是第四年与中信保诚人寿「传家」联合调研。今年，中国高净值人群消费价格的总水平同比上涨 5.4%，高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2023 年 7 月 CPI，-0.3%）。在今年的 135 个与高品质生活方式相关的商品中，近六成（80 个）的商品价格相比去年上涨；有 17 个商品价格比去年下降；有 38 个与去年持平。今年比去年新增了 13 个商品，包括自行车、运动服饰、户外帐篷等。

第一章

解码中国高净值人群

◆ 中国财富家庭规模 (单位：户)



1.1 规模与特征

中国高净值家庭的数量继续上升。胡润研究院的研究结果显示，中国拥有 600 万人民币家庭净资产^①的“富裕家庭”数量达到 518 万户，比上年增加 10 万户，增幅 2.1%，其中拥有 600 万人民币可投资资产^②的“富裕家庭”数量达到 186 万户；拥有千万人民币家庭净资产的“高净值家庭”数量达到 211 万户，比上年增加 5 万户，增幅 2.5%，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净

值家庭”数量达到 111 万户；拥有亿元人民币家庭净资产的“超高净值家庭”数量达到 13.8 万户，比上年增加 4,600 户，增幅 3.5%，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 8.2 万户；拥有 3000 万美金的“国际超高净值家庭”数量达到 9.2 万户，比上年增加 3,600 户，增幅 4.1%，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 5.8 万户，增长率为 3%。

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

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

◆ 千万人民币净资产“高净值家庭” 省级行政单位分布 TOP 20 (单位：户)

	省、自治区、直辖市 和特别行政区	千万人民币净资产 “高净值家庭”数量	比上年增加
①	广东	307,000	2.3% ↑
②	北京	306,000	2.7% ↑
③	上海	271,000	3.4% ↑
④	浙江	216,000	2.9% ↑
⑤	香港	215,000	1.9% ↑
⑥	台湾	184,000	1.7% ↑
⑦	江苏	127,000	2.4% ↑
⑧	福建	62,500	2.5% ↑
⑨	山东	59,300	2.6% ↑
⑩	四川	40,500	1.3% ↑
⑪	辽宁	32,700	1.9% ↑
⑫	河南	28,500	1.8% ↑
⑬	天津	27,600	2.2% ↑
⑭	湖南	22,800	2.2% ↑
⑮	湖北	21,200	3.9% ↑
⑯	河北	21,100	1.9% ↑
⑰	陕西	20,100	2.0% ↑
⑱	重庆	20,000	2.6% ↑
⑲	山西	17,700	2.9% ↑
⑳	安徽	15,100	2.7% ↑
	其他	95,200	2.4% ↑
	总数	2,110,300	2.5% ↑

◆ 千万人民币净资产“高净值家庭” 城市分布 TOP 20 (单位：户)

	城市	千万人民币净资产 “高净值家庭”数量	比上年增加
①	北京	306,000	2.7% ↑
②	上海	271,000	3.4% ↑
③	香港	215,000	1.9% ↑
④	深圳	80,100	1.4% ↑
⑤	广州	73,000	2.2% ↑
⑥	杭州	53,100	2.9% ↑
⑦	宁波	41,300	6.7% ↑
⑧	台北	32,800	1.6% ↑
⑨	佛山	31,900	2.9% ↑
⑩	天津	27,600	2.2% ↑
⑪	东莞	26,700	2.7% ↑
⑫	苏州	25,400	0.4% ↑
⑬	温州	22,700	0.9% ↑
⑭	绍兴	20,600	0.0% —
⑮	重庆	20,000	2.6% ↑
⑯	无锡	19,400	2.1% ↑
⑰	南京	19,100	0.0% —
⑱	嘉兴	18,700	2.8% ↑
⑲	台州	18,000	0.0% —
⑳	成都	16,900	0.6% ↑
	其他	771,000	2.6% ↑
	总数	2,110,300	2.5% ↑

中国高净值家庭的财富总额继续扩大。中国高净值家庭的财富总资产从 2021 年的 160 万亿上升到 2022 年的 164 万亿，比上年增长 2.5%，是全年 GDP 总量的 1.4 倍。其中，可投资资产达 67 万亿元，占总财富四成。

中国高净值家庭的财富总额增长速度远远慢于上一年度，主要原因是金字塔顶端部分的财富缩水。根据 2023 年 3 月 23 日发布的《胡润全球富豪榜》，全球十亿美金企业家人数为 3112 位，比去年减少 269 位，是历年来减少最多的一次。其中，中国的十亿美金企业家减少了 164 位。中国十亿美金企业家的总财富一共减少了 7000 多亿美元，缩水约 5 万亿人民币。

广东依然是拥有千万人民币净资产“高净值家庭”最多的地区^③，比上年增加 7,000 户，达到 30.7 万户，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有 17.3 万户；北京位居第二，千万人民币净资产“高净值家庭”比上年增加 8,000 户，达到 30.6 万户，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有 15.6 万户；上海第三，千万人民币净资产“高净值家庭”比上年增加 9,000 户，达到 27.1 万户，其中拥有千万人民币可投资资产的“高净值家庭”数量有 15 万户。

北京、上海、香港、深圳、广州依然是拥有高净值家庭最多的城市。TOP5 城市中，上海的高净值家庭规模增幅最快（同比增长 3.4%），深圳的高净值家庭规模增长最慢（同比增长 1.4%）。



图片来源：Getty Images

③ 章节 1.1 的数据均来源于《2022 年胡润财富报告》，数据的计算方法结合了宏观（GDP，GNP，洛伦茨曲线模型等）与微观（个税申报，企业注册资本，高档住宅、汽车及其他高端消费等相关数据）数据综合得出

◆ “高净值家庭”的职业构成

52%
企业主

千万人民币资产“高净值家庭”中，企业主占比 52%，比上年增长 2 个百分点。企业资产占其总财富的 54%，他们平均拥有 320 万元的现金及有价证券，以及价值 560 万元以上的房产。

30%
金领

金领主要包括大型企业集团、跨国公司的高层人士，他们拥有公司股份、高额年薪、分红等来保证稳定的高收入。这部分人群占 30%，与上年比例持平。他们财富中现金及有价证券部分占据六成以上，平均拥有价值 780 万元以上的房产。

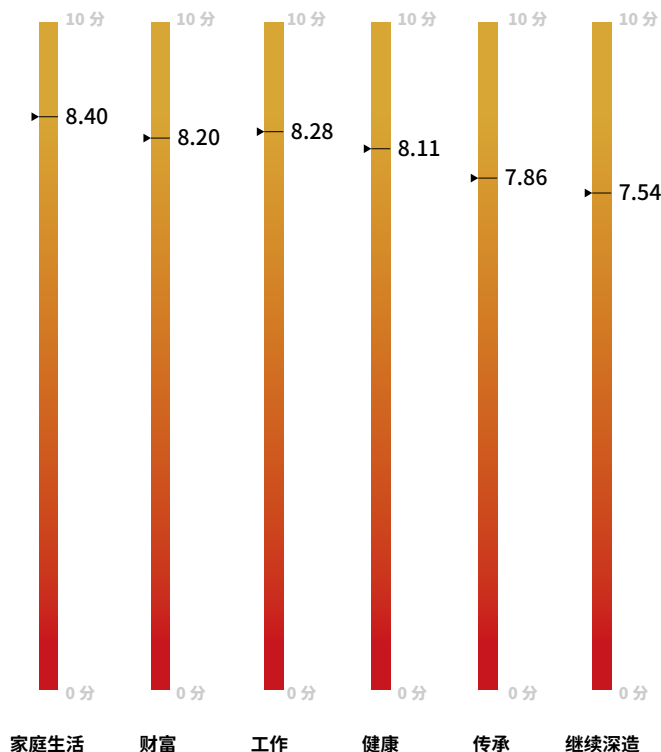
8%
不动产投资者

不动产投资者主要指投资房地产、拥有数套房产的财富人士。这部分人群占比 8%，较去年减少 2 个百分点。投资性房产占据他们总财富 50% 以上，平均价值超过 1,100 万元，现金及有价证券占比则低于 10%。

10%
职业股民

职业股民是从事股票、期货等金融投资的专业人士。这部分人群占比 10%。现金及有价证券占其总财富七成以上，平均拥有价值 670 万元以上的房产。

◆ 高净值人群各方面幸福程度（10分制）



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

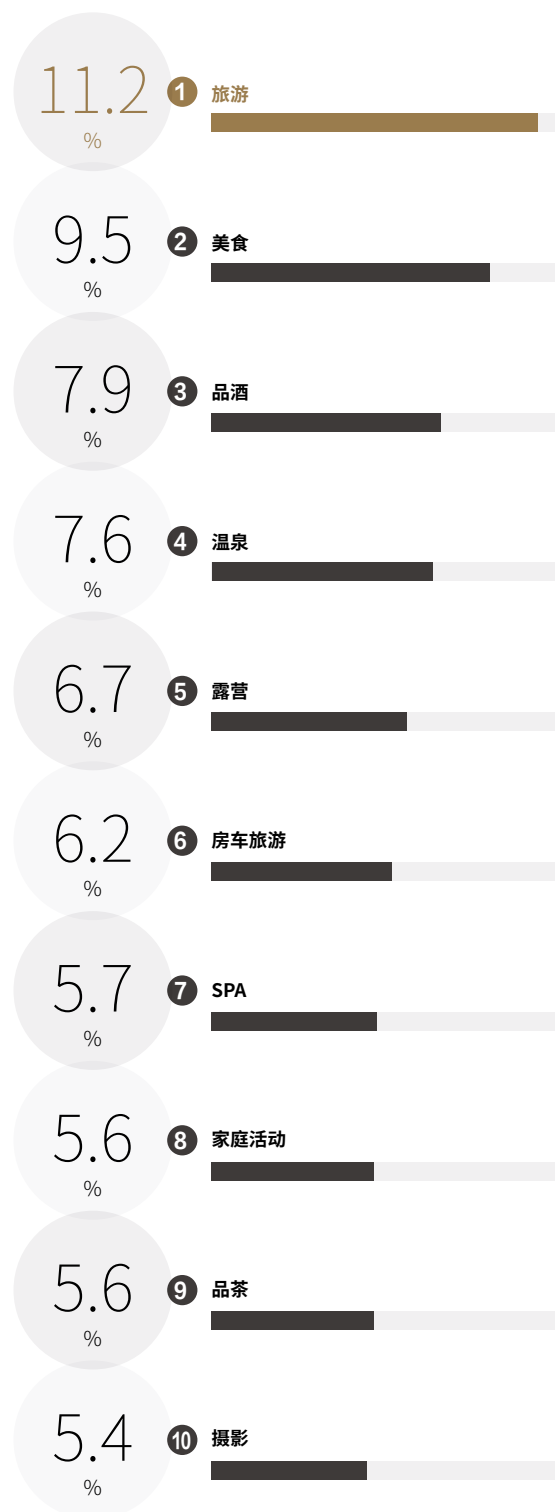
1.2 生活状态和娱乐方式

高净值人群的幸福感较高，2023 年综合幸福指数 8.5 分（10 分制）。其中，家庭生活的幸福程度最高（8.4 分，10 分制）。家庭在提高个人幸福感方面具有不可替代的作用，高净值人群普遍拥有积极的家庭环境、界限分明的家庭结构和协调有序的家庭功能，这有助于提升家庭成员的幸福感。

高净值人群的娱乐生活丰富。2023 年，高净值人群假期数量由疫情前的平均 18 天增加到 23 天。在日常休闲中，旅游（11.2%）和美食（9.5%）是高净值人群最青睐的娱乐方式，温泉（7.6%）、露营（6.7%）和房车旅游（6.2%）进入前十，娱乐方式新趋势显现。

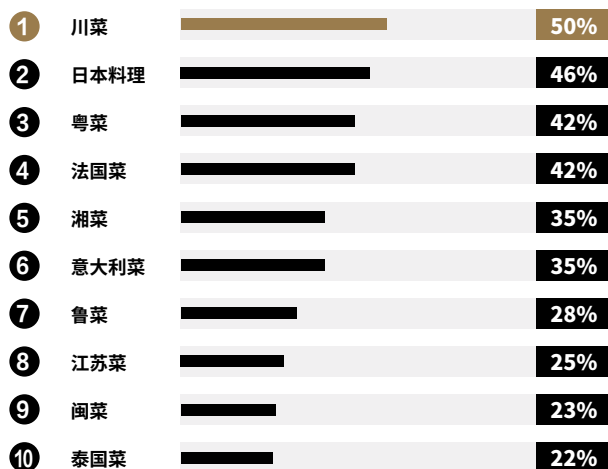
近九成受访高净值人群未来三年计划增加国内游。最青睐的国内旅行目的地方面，三亚继续排名第一，选择上海、北京、厦门的比例上升最多。总体国际旅游热情上升 20%，马尔代夫、新加坡、加拿大、迪拜的关注度上升明显。

◆ 高净值人群最青睐的娱乐方式 TOP10



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群最青睐的餐厅菜系 TOP10



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群日常饮食习惯



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群食品选购标准

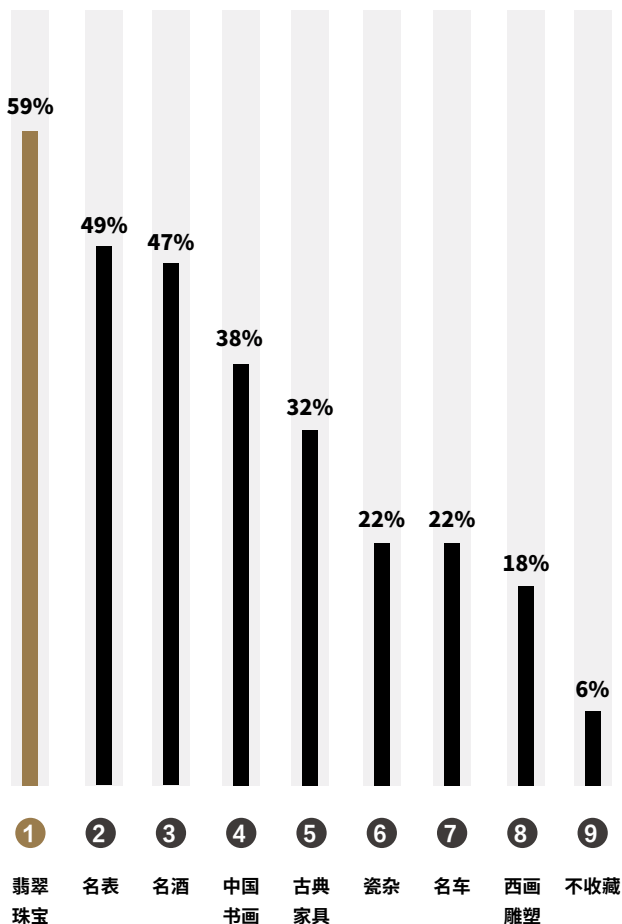


数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

本土菜更受高净值人群的青睐。本土菜系中，最受欢迎的菜系是川菜（50%），其次是粤菜（42%）、湘菜（35%）和鲁菜（28%）。国外菜系中，日料以 46% 的受选率位列第一，其他著名的菜系如法国菜（42%）、意大利菜（35%）都进入了前十。七成受访高净值人群具备特定饮食习惯，近半数（49%）偏爱轻食。对于食品选购标准，绿色（70%）、有机（62%）是关注焦点。

94% 的高净值人群有收藏习惯，较上一年提高了 2%。翡翠珠宝（59%）仍然是高净值人群最青睐的收藏品，名表（49%）第二，名酒（47%）收藏热度上升至第三名，上升 6%。中国书画（38%）跌至第四。此外，收藏名车（22%）的比例有所提升，较上年的 15% 上升了 7 个百分点。

◆ 高净值人群最青睐的收藏品类



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

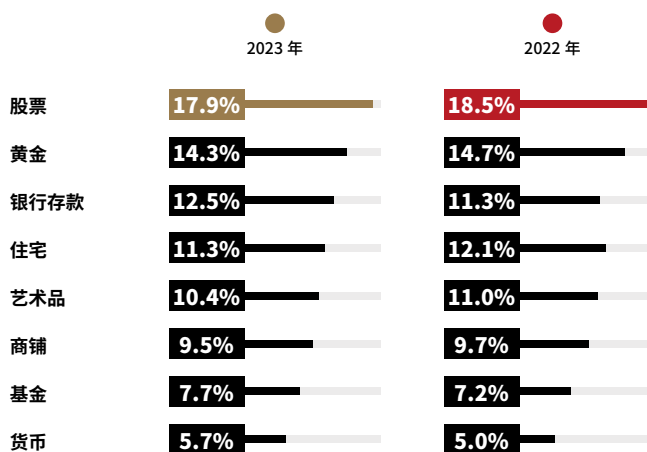
1.3 理财规划和个人投资

财富投资领域，高净值人群对于整体经济的信心指数为 7 分（10 分制），比去年的 7.2 分略微下降。

从未来三年将增加的投资看，第一是股票，占比 17.9%，其次是黄金，占比 14.3%，银行存款（12.5%）首次进入前三。不动产（住宅、商铺）的增投意愿继续减少。

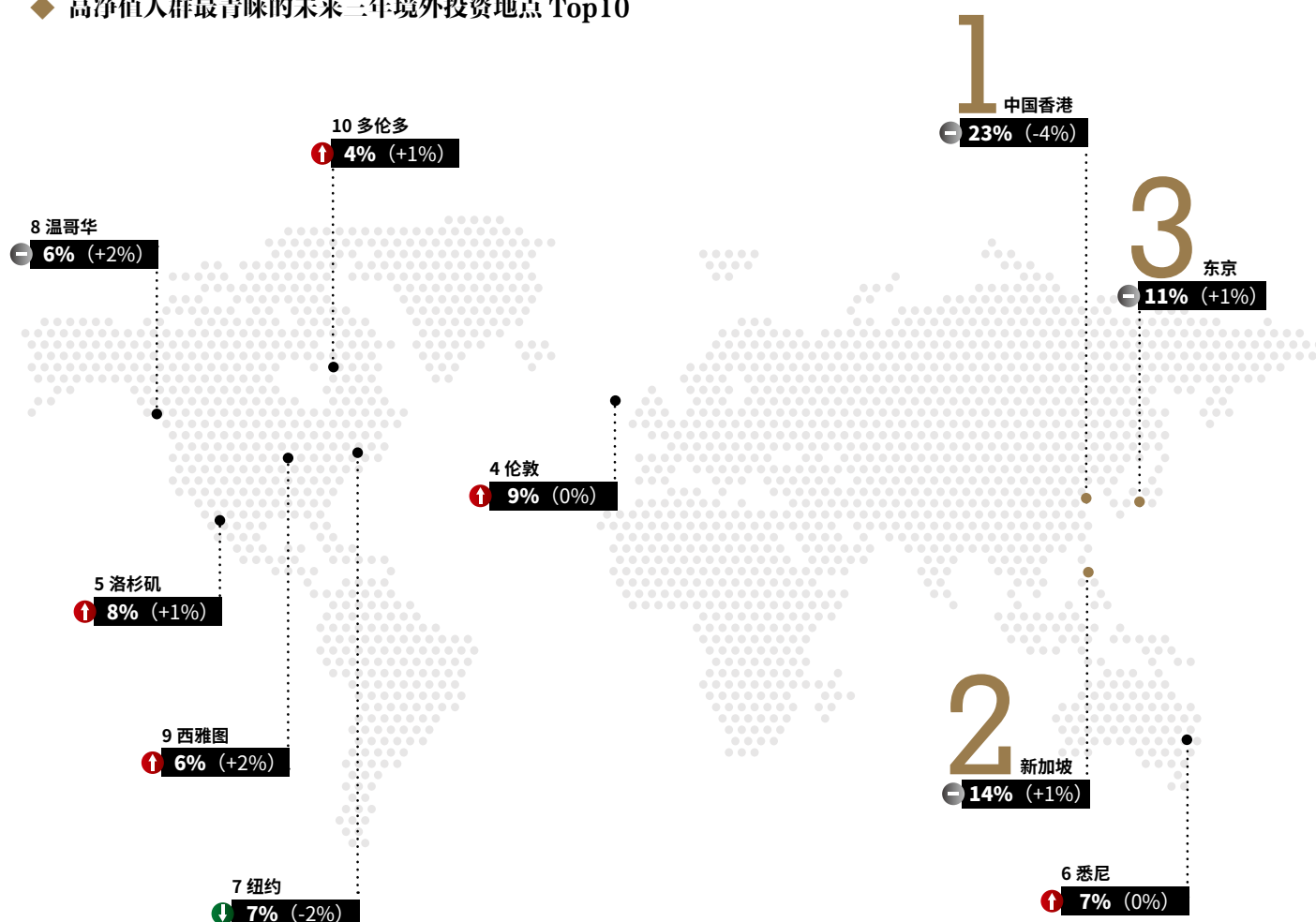
70% 的高净值人群未来三年计划增加境内投资。境外投资目的地方面，香港排名第一，其次是新加坡、东京、伦敦、洛杉矶等。最青睐的境外投资地点从疫情前的伦敦转向中国香港和新加坡。

◆ 高净值人群未来三年将增加的投资



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群最青睐的未来三年境外投资地点 Top10



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

子女教育投资领域，超八成（85%）受访高净值人群有子女留学规划。“大学”是最集中的计划子女留学阶段，占比43%，“初中”比例较上年上升3个百分点至8%。出国

留学平均年龄17岁，比三年前高两岁。

英国（42%）仍是最受青睐的留学目的地，美国（34%）比例较上年下降6%，加拿大增长9个百分点至

◆ 可招收中国籍学生的中国国际化学校 100 强 (TOP20)

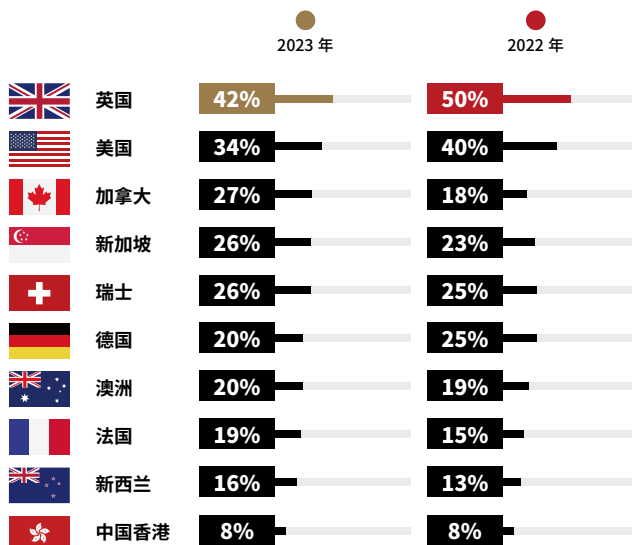
排名	学校	指数
1	上海民办包玉刚实验学校	100
2	深圳国际交流学院	98
3	北京市鼎石学校	95
4	上海市世界外国语中学国际高中	93
5	上海市民办平和学校	91
6	北京师范大学附属实验中学国际部	90
7	华南师范大学附属中学国际部	89
8	人大附中中外合作办学项目（ICC）	87
9	广东碧桂园学校	85
10	中国常熟世界联合学院	84
11	北京十一学校国际部	83
12	深圳中学实验课程	80
13	WLSA 上海学校	78
14	南京外国语学校国际部	77
15	领科教育上海校区	76
16	万科梅沙书院	74
17	北京第四中学国际部	72
18	北京二十一世纪国际学校	70
19	常州威雅学校	70
20	武汉英中高级中学	69

数据来源：《2022 胡润百学·可招收中国籍学生的中国国际化学校 100 强》，
不包含港澳台地区学校



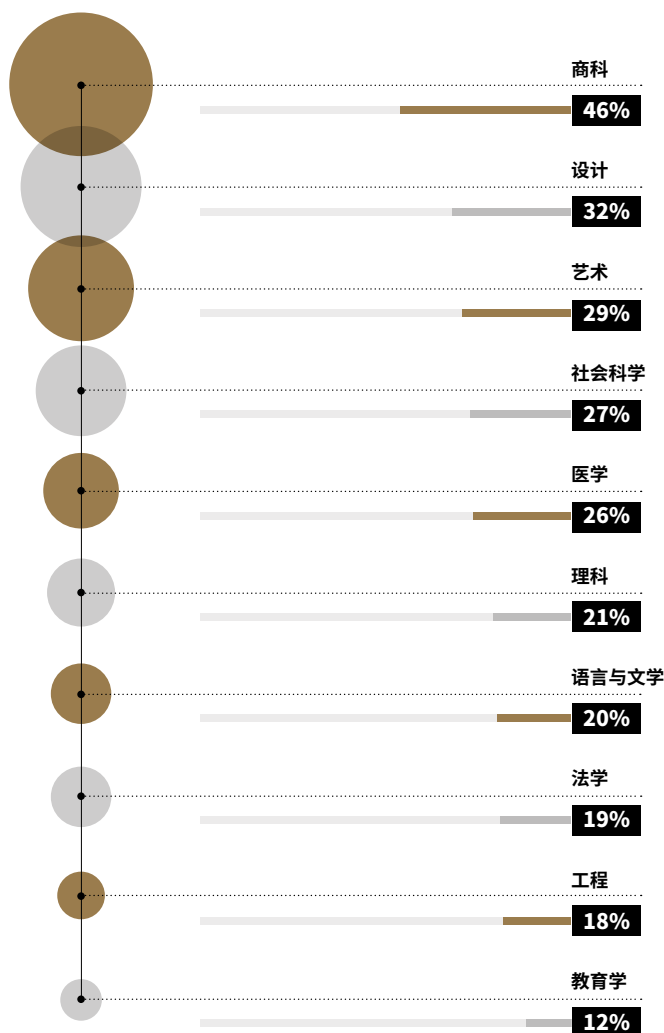
图片来源：Getty Images

◆ 高净值人群最青睐的子女留学目的地 Top 10



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群最期待的子女就读专业



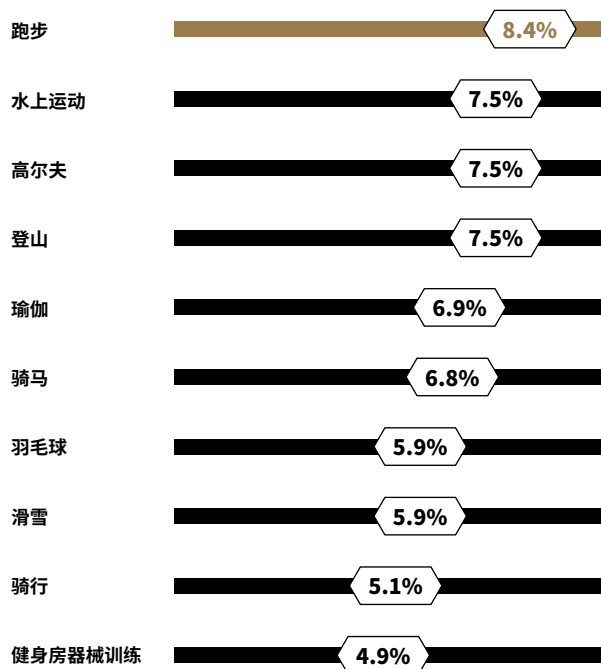
数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

27%。从期望子女就读专业看，商科（46%）居榜首，其次是设计（32%）。

自身教育投资领域，超六成（65%）受访高净值人群未来三年考虑继续深造，30岁以下受访者这一比例更高，达到七成以上（71%），MBA与CEO/总裁班是他们青睐的教育类别。

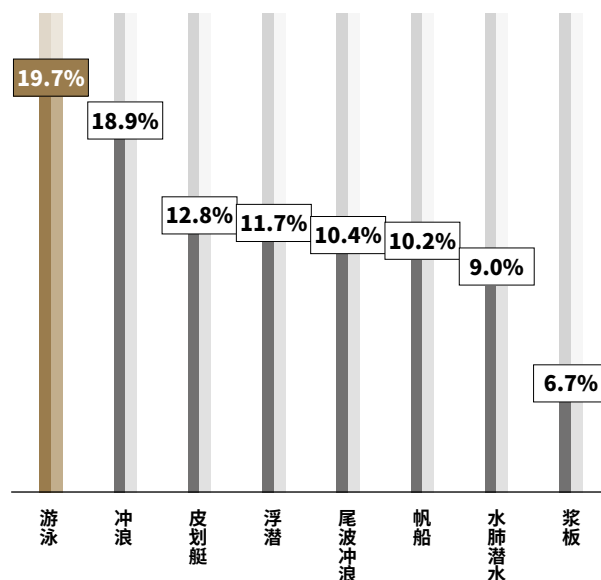
健康投资领域，俱乐部超过健身房成为最受青睐的运动场所，以其兼具高端环境和社交属性等综合特色成为亮点。跑步是高净值人群最青睐的运动方式，其次是水上运动、登山和高尔夫。新兴水上运动热度显著上升，例如：冲浪、皮划艇、浮潜等。

◆ 高净值人群运动方式 Top 10



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

◆ 高净值人群最青睐的水上运动方式



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

第二章

高净值家庭的现金流管理



图片来源：Getty Images

2.1 高净值家庭的现金流现状与认识

家庭现金流管理的定义

家庭现金流，是一定时期内家庭生活的现金流入、现金流出以及现金流入与现金流出之间形成的差额。它记录的是家庭日常活动、筹资活动和投资活动中的现金流动情况，贯穿于家庭生活的各个环节。

家庭现金流具有共存性、阶段性、复杂性三大特征。共存性，是指现金流贯穿于家庭生活的始终，任何家庭都需要一定数量的现金和现金等价物用于支付、储蓄等生活方面。阶段性，是指在家庭成员的不同生命周期，现金流所呈现的特点不同，例如晚年时的现金流入一般少于壮年时期。复杂性，是指影响家庭现金流的因素很多，不同的情况变化对现金流都有一定的影响，比如家庭外部的政治环境稳定性、经济发展速度，家庭内部的财务规划、金融工具应用能力、消费习惯等方面。

管理，是通过实施计划、组织、领导、控制等职能来协

调对象，并实现既定目标的活动过程。根据罗伯特·卡茨提出的“卡茨模型”，管理能力主要分为三类：技术能力、人际能力和概念能力。现金流管理，首先要使得自己拥有赚取现金的能力（技术能力），其次要和各个家庭成员有效地沟通、配合、执行（人际能力），最重要的是，能够看到各个家庭成员在不同人生阶段的不同需求，具备一定的预测能力，来防范未来可能发生的意外风险，统合综效地进行系统规划（概念能力）。

家庭现金流管理，本质上是为提高人生确定性，管理家庭成员的未来人生重大事件，提早作出应对规划。中信保诚传家对家庭现金流管理的定义是：为了保障家庭生活的安全性、确定性和长期可持续性，家庭成员通过计划、组织、协调、控制等手段，对不同人生重大节点的家庭生活、经营投资、教育传承相关现金流，进行系统化思考、规划、实施的活动。

家庭现金流管理的本质

家庭现金流管理，目的不在于怎么管理好钱，而是怎么管理好人生。家庭现金流管理，不是简单地积累一笔财富，而是针对未来可能发生的资金流出，做好长期的、持续性的规划安排，从而达到更高的人生确定性，其本质上是家庭成员的人生规划管理。这种管理分为两大类。

其一，规划之内的管理。通过事先的预测和规划，当预料之内的人生事件（例如海外旅行、子女教育、个人养老）发生进而需要资金支持时，家庭能够有足够的现金流入或现金储备，进而应对必要的现金支出，使得家庭成员的人生目标都能有效落实。

其二，意料之外的应对。通过事先的预测和防范，当不确定的损害事件（例如重疾、身故、车祸）发生进而产生了现金的大量流出时，家庭能够有足够的现金流入或现金储备，进而填补因损害事件导致的现金流出，使得家庭的现金流不会产生明显的波动。

现金流管理对高净值家庭的意义

对于高净值家庭来说，现金流管理是一项系统工程，是家庭生存和发展的基石。家庭现金流管理的能力直接影响家庭

的购买能力、投资能力、偿付能力、抗风险能力、传承能力。

家庭资产水平高并不等于现金流管理水平高。比如，一位企业家，拥有较高的家庭净资产，但是，由于没有充分进行现金流规划，造成企业周转资金危机对家庭现金流的重创，因此陷入资金链断裂、负债累累的境地。

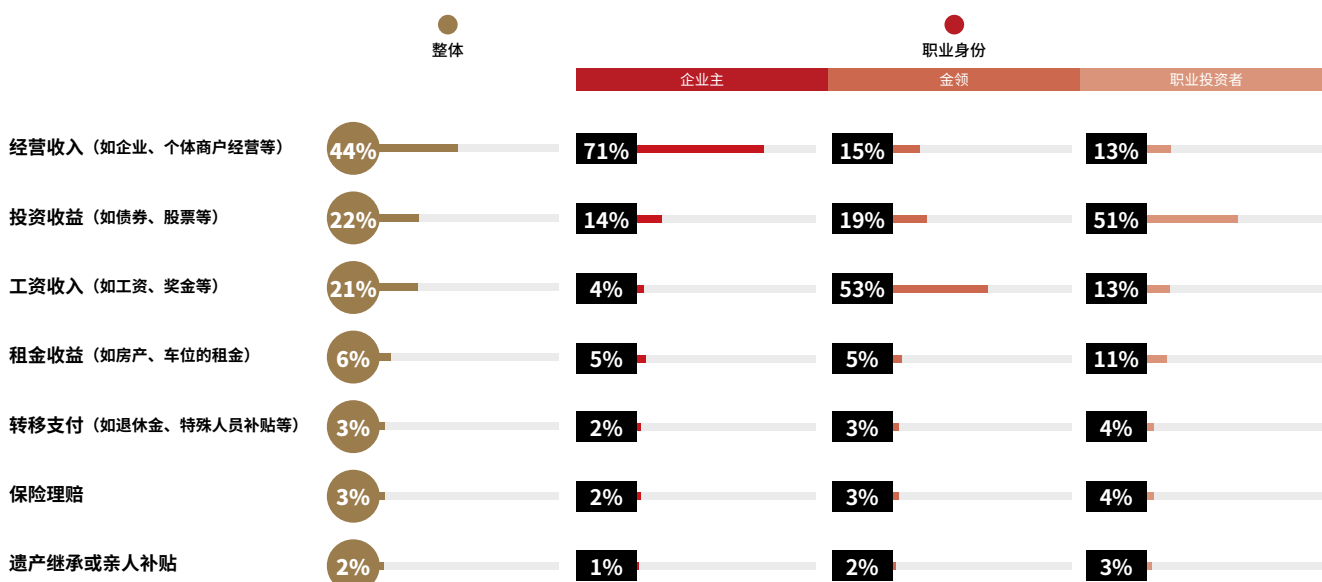
因此，正向、稳定、持续的现金流是家庭幸福生活的非充分但必要条件，它能够让家庭的财富细水长流，有效保障高净值家庭的品质生活、家族安全和家族传承。

高净值人群的现金流入来源与流出去向

本次调研中，高净值人群的现金流入主要来源于经营收入（44%）、投资收益（22%）和工资收入（21%）。总体而言，劳动性收入（经营收入 + 工资收入）占到 65%，反映出高净值人群高产出、高回报的收入状态。稳定的劳动性收入，会带来预期收入的乐观估计，从而增加消费信心，增强生活品质。

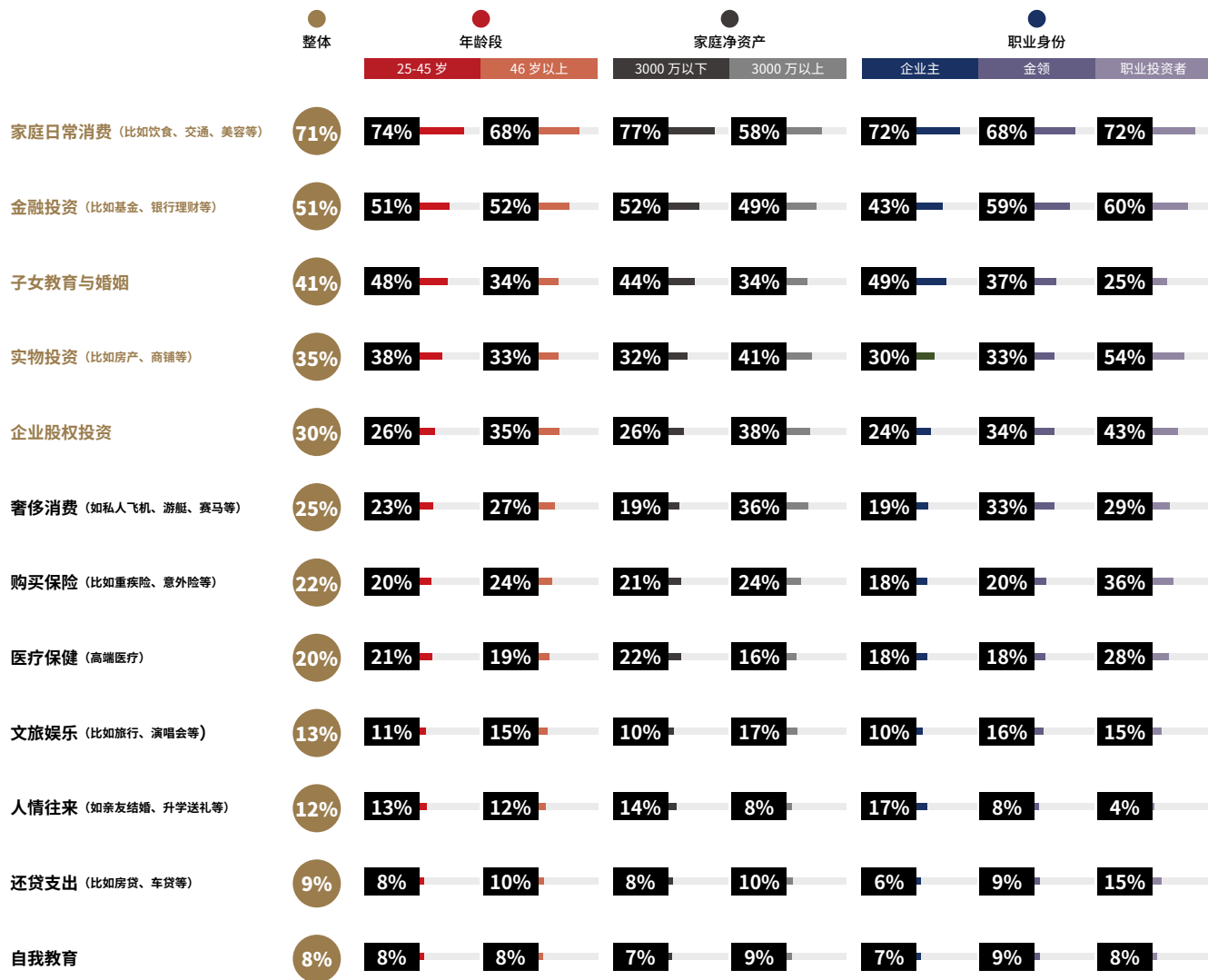
职业特性决定了收入来源。企业主以经营收入（71%）为主，金领的大部分收入来自于工资收入（53%），职业投资者则在投资收益（51%）和租金收益（11%）方面拥有相对优势。

过去一年，各类收入的大致占比



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 过去一年，家庭支出占比最大的五项



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

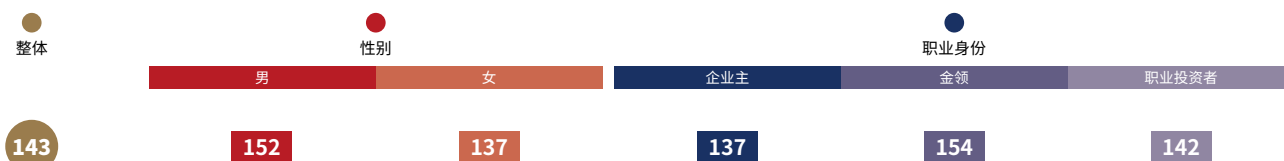
奢侈消费（如私人飞机、游艇、赛马等）值得关注。高净值人群现金流出的最主要去向有家庭日常消费（71%）、金融投资（51%）、子女教育与婚姻（41%）、实物投资（35%）、企业股权投资（30%）和奢侈消费（25%）。奢侈消费支出的比例甚至多于医疗保健、文旅娱乐等常规支出，反映出高净值人群的品质生活特征。

分人群看，受人生阶段决定，相较于年长群体，25-45 岁的年轻群体在子女教育方面支出较多（48%:34%）。相比家庭净资产 3000 万元以下的人群，净资产超 3000 万元的家庭在企业股权投资（38%:26%）和奢侈消费（36%:19%）

方面的特征更加显著，体现出他们更雄厚的投资本金和更高的生活品质。另外，企业主的支出，具备更强的“人的属性”，他们在子女教育与婚姻、人情往来方面特征较明显，可能是因为在子女接班、人脉社交方面的需求更强烈。职业投资者的支出，具备更强的“财富属性”，他们在金融投资、实物投资、企业股权投资、购买保险、还贷支出方面的特征更为明显。

过去一年，高净值人群的现金流入：流出比约为 143:100。其中男性流入流出比更高，超过 152:100。金领在过去一年的流入流出比较高，为 154:100，而企业主和职

◆ 过去一年，家庭资金流入与流出的比例（X:100）



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

业投资者相对较低，这与全球经济复苏面临挑战密切相关。2022 年，全国规模以上工业企业实现利润总额 84038.5 亿元，比上年下降 4.0%，企业业绩的下降必然影响企业家的家庭现金流入。2022 全年，沪指累跌 15.13%，深证成指累跌 25.85%，创业板指累跌 29.37%，这无疑会影响职业投资者的现金流入水平。

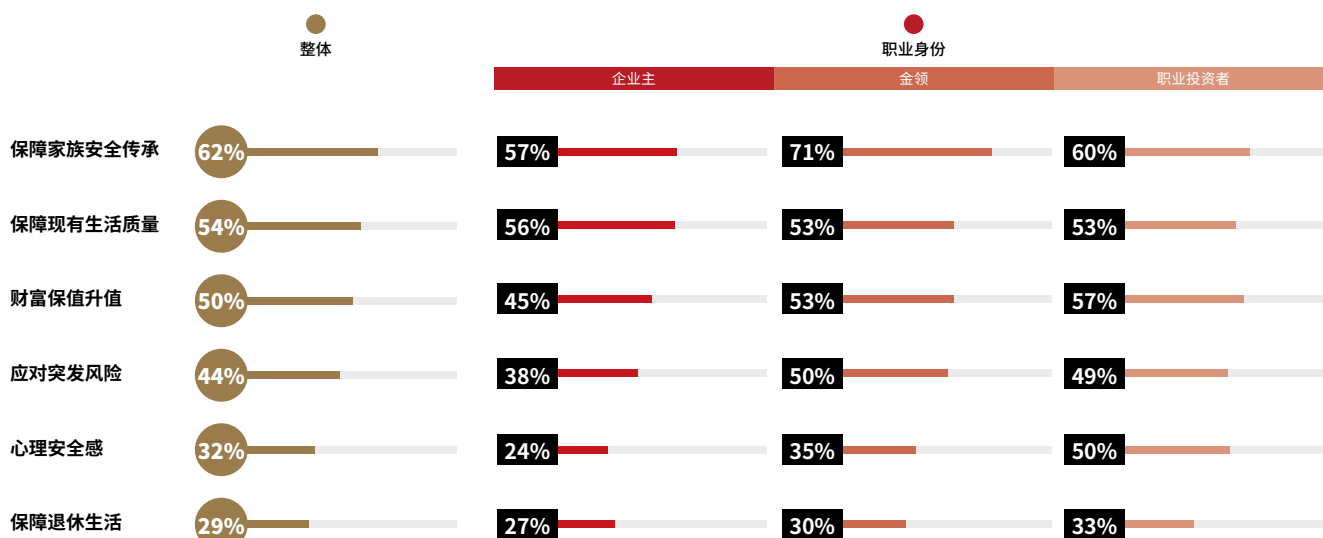
现金流管理的认识

保障家族安全传承（62%）是高净值人群现金流管理

的最重要目的。保障现有生活质量（54%）、财富保值升值（50%）分列二、三。保障现有生活质量的重点在当下，财富保值升值的重点在中短期未来，保障家族安全传承的重点在远期未来，可见高净值人群非常关注未来规划。

金领一族的收入及生活状态具备更高的确定性，因而他们极其关注家族的安全传承（71%），守住财富的稳定。职业投资者由于缺少相对稳定的工资收入和经营收入，家庭现金流的风险系数较高，因此相比金领和企业家，他们较为关注通过现金流管理来获得心理安全感（50%）。

◆ 家庭现金流管理的目的



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

家庭现金流管理的最重要目的是家族传承

① 黑天鹅事件，是指难以预测，但突然发生时会引起连锁反应、带来巨大负面影响的小概率事件。它存在于自然、经济、政治等各个领域，虽然属于偶然事件，但如果处理不好就会导致系统性风险。

② “美林时钟”理论是一种将“资产”、“行业轮动”、“债券收益率曲线”以及“经济周期四个阶段”联系起来的方法，是一个实用的指导投资周期的工具。此理论按照经济增长与通胀的不同搭配，将经济周期划分为四个阶段：1. 衰退期；2. 复苏期；3. 过热期；4. 滞胀期。

作为家庭现金流管理最重要目的的家族传承，是以维护家族发展的安全性和可持续性为目标，对家族的物质财富、精神财富、社会财富进行三位一体地传授和继承、发扬与发展。“保障家族安全传承”的具体目的中，保障子女教育（29%）和保障家族永续（28%）最受关注。古语有云：“遗财为下，遗业为中，遗人为上”。培养好下一代的能力和品格，“授之以渔”才是家族财富永远不会消失的护城河。

女性比男性更关注“防范子女交友 / 婚姻风险”（18%:11%）。根据波伏娃《第二性》中的观点，女性比男性更加关注下一代的生存与生活，从生物学角度而言是源于她的生育功能，而从历史角度而言源于历史的劳动分工，即抚养幼儿。结合宜家效应，人对于一个对象付出的劳动或情感越多，就越容易高估其价值。因此，女性对孩子的付出，会使得她们比男性更加厌恶孩子出现交友 / 婚姻风险。

25-45岁及家庭净资产3000万以下的家庭，更关注子女成长阶段的现金流管理，因此保障子女教育对他们而言更为重要。46岁以上及家庭净资产3000万以上的家庭，更关注子女成熟阶段的现金流管理，因此“防范子女交友 / 婚姻风险”、“防范子孙挥霍”对他们而言

更为重要。

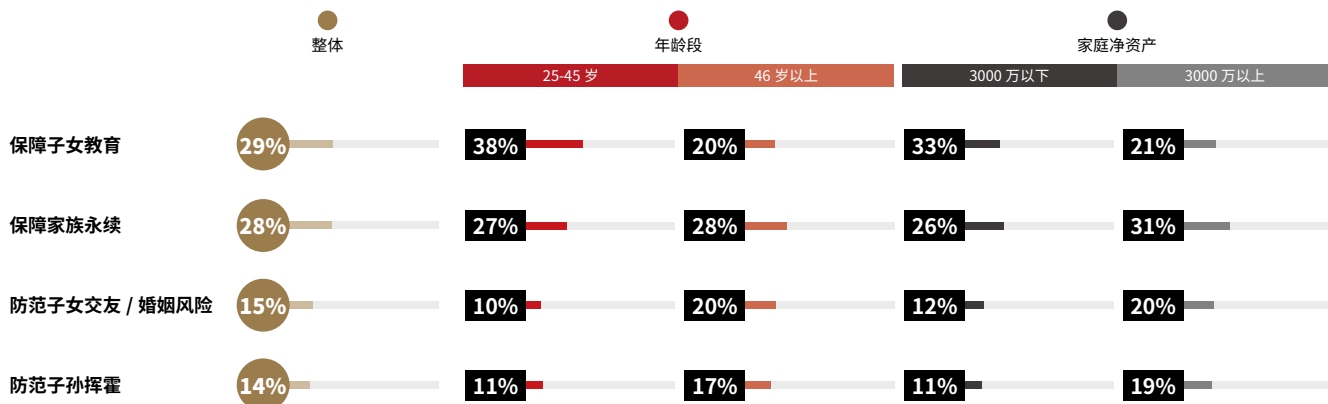
关于现金流管理的观念，高净值人群最认同的是“资产配置要多元化”（7.59分，10分制）、“合理使用负债工具是现金流管理的重要手段”（7.56分，10分制）、“不仅要关心流入，更要防范风险、避免暴雷（7.55分，10分制）”、“先保证劳动性收入，再去探讨资本性收入”（7.52分，10分制）、“养老要早做准备”（7.48分，10分制）。

高净值人群普遍能做到资产配置多元化。采用多种资产配置方式，能帮助他们规避单一资产中偶发的黑天鹅事件^①与系统性风险引起的损失。除此以外，根据著名的“美林时钟”理论^②，依照所处经济周期，对资产配置动态调整，也有利于提升投资组合的收益水平。

合理使用负债工具是现金流管理的重要手段。负债是一种财务杠杆，把一笔未来才会出现的钱撬到现在，使之眼下就能使用，进而提供当前的流动性。对于高净值人群来说，真正的智慧，是在正确的事情上负债，在合理的范围里负债，增加自己调动资金的能力。

高净值人群的风险意识较强。格雷厄姆曾教导巴菲特两条投资的定律：第一条，永远不要亏损；第二条，永远不要忘记第一条。简短

家庭现金流管理的目的——保障家族安全传承的细分



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富2023中国高净值家庭现金流管理报告》

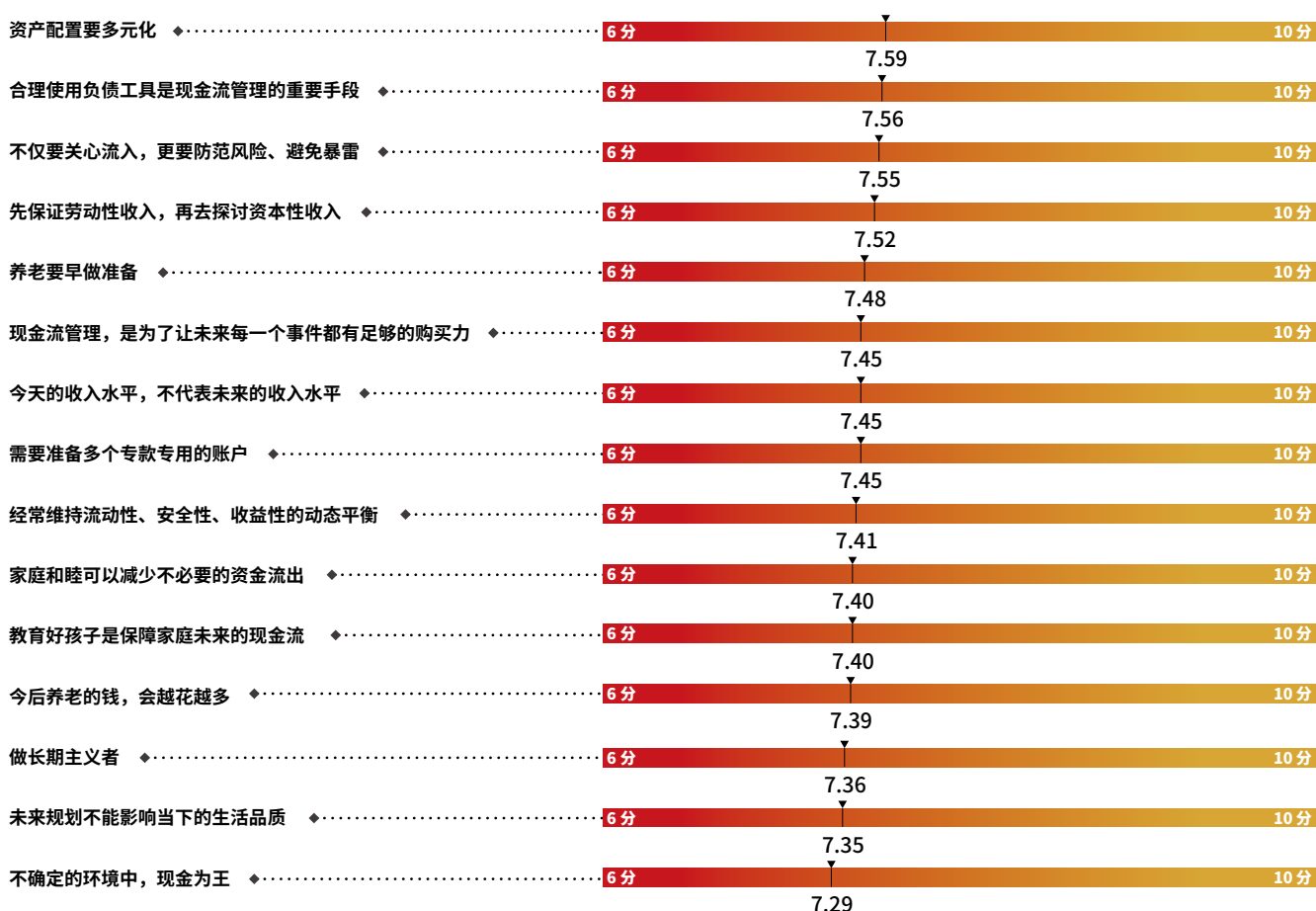
的两句话，被巴菲特视为最重要的投资准则。防范风险，保证本金安全，良好的风险控制是确保投资收益的重要前提。

高净值人群比较认可先保证劳动性收入，再去探讨资本性收入。资本性收入的回报率不稳定，并且很难在事前知道哪个投资会有高回报，潜在风险无法规避。而劳动性收入的确定性很强、风险较小。因此，为了维持稳定的现金流，许多高净值人群优先保证持续稳定的劳动性收入，再考虑风险

性更高的资本性收入。

养老要早做准备，也是高净值人群比较认可的观点。经济、科技的发展在延长了人均寿命的同时，也为中国社会带来了人口老龄化的问题，冲击着中国的养老金制度。提高社保养老金缴费年限、延迟退休、开放三胎政策、鼓励个人养老金制度等一系列政策的提出也说明了养老问题的严峻。因此，高净值人群普遍提前为养老做出规划，以保证未来生活品质。

◆ 各类现金流管理观念的认同度（10分制）



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

根据胡润百富多年来对高净值人群的调研经验，高净值人群并不是先有了足够的财富再产生财富管理的意识，而通常是，先有了财富管理的意识，然后才有基础去获得更多的财富。



图片来源：Getty Images

2.2 高净值家庭的未来现金流规划

理论上，中国人比西方人具有更强的现金流规划意识，主要因为以下几点。

经济特征方面：西方以商业文明为主要特征，更注重效率和即时满足，鼓励冒险和创新，因此人们可能更愿意接受风险和挑战。而中国长期以来是农耕文明，注重稳定和安全，人们更倾向于防范风险。同时，农耕文明的生活方式强调循环和季节性变化，因此更注重长期规划和长远考虑。进入社会主义时代，中国依然延续着提前做规划、眼光放长远的行事习惯。

社会结构方面：费孝通在《乡土中国》中谈到，在西方，“政治、经济、宗教等功能由其他团体来担负，不在家庭的分内”，而在中国，“不论政治、经济、宗教等功能都可以利用家族来担负”。因此，对于中国人来说，一个人的买房、婚姻、教育、养老等大事，是全家的职责，这使得中国人需要考虑更多事项的提前筹划。

保障制度方面：数百年的现代社会发展，帮助西方国家建立了相对完备的社会保障体系，以北欧国家瑞典为例，实行了从“出生到坟墓”的社会福利制度。而中国的社会保障制度建立时间较晚，保障范围正在拓宽。中国的企业年金、职业年金制度已初步建立，但截至 2021 年底，仅覆盖 7000 多万人，而作为第三支柱的个人养老金制度也才刚刚开始试点运行。这使得中国人更需要靠自己，来筹划未来的现金流事宜。

语言习惯方面：语言的时态也会对思维方式产生重要影响，尤其会影响对未来的重视程度。斯坦福大学行为决策实验室发现，使用没有未来时态语言的人，比使用有未来时态语言的人，退休时积累的财富提高了 39%。也许是因为，有未来时态的语言，引导人们把未来和现在区分来看，未来的事，未来再考虑。而没有未来时态的语言，比如中文，会引导人们把未来和现在看成相似的对象，既然未来和现在这么接近，人们自然会对未来更加重视。

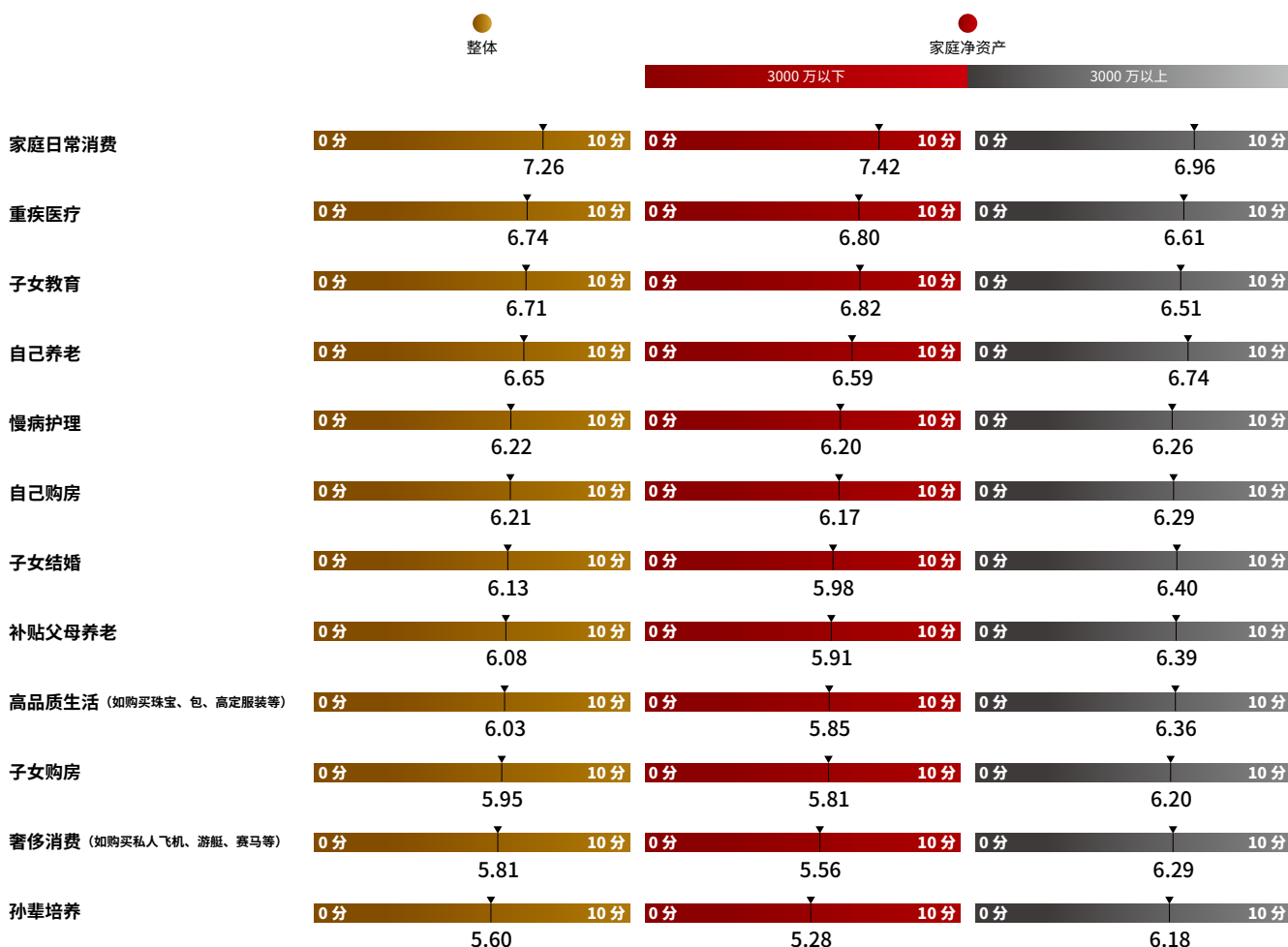
现金流规划的对象事件与金额

高净值家庭认为最有必要提前进行现金流规划的项目是家庭日常消费（平均 7.26 分，10 分制）、重疾医疗（平均 6.74 分，10 分制）、子女教育（平均 6.71 分，10 分制）、自己养老（平均 6.65 分，10 分制）。家庭日常消费是生活的基础，重疾医疗是重大且不可预测的风险隐患，子女教育是为了保障家庭未来的现金流，自己养老是管理退休后持续的现金流收入，以保障理想的晚年生活。平均 6.5 分以上（10 分制）的这四条事项，包含了现在与未来，本人与后辈，必然与偶然。

家庭净资产 3000 万以下的家庭，更接近普通人群的思

维习惯，在家庭日常消费（平均 7.42 分，10 分制）和子女教育（平均 6.82 分，10 分制）等常规事项方面，认为有更强的必要规划现金流。家庭净资产 3000 万以上者则拥有更明显的富裕阶层特征。对许多普通人来说，高品质生活（如购买珠宝、包、高定服装等）和奢侈消费（如购买私人飞机、游艇、赛马等）属于柔性支出，并不需要刻意提前规划，而孙辈培养，是子女的主要责任，自己无需过度介入。但是，家庭净资产 3000 万以上者却较为认可在高品质生活（平均 6.36 分，10 分制）、奢侈消费（平均 6.29 分，10 分制）、孙辈培养（平均 6.18 分，10 分制）方面进行规划，反映出他们足够高端的消费需求和足够长远的传承眼光。

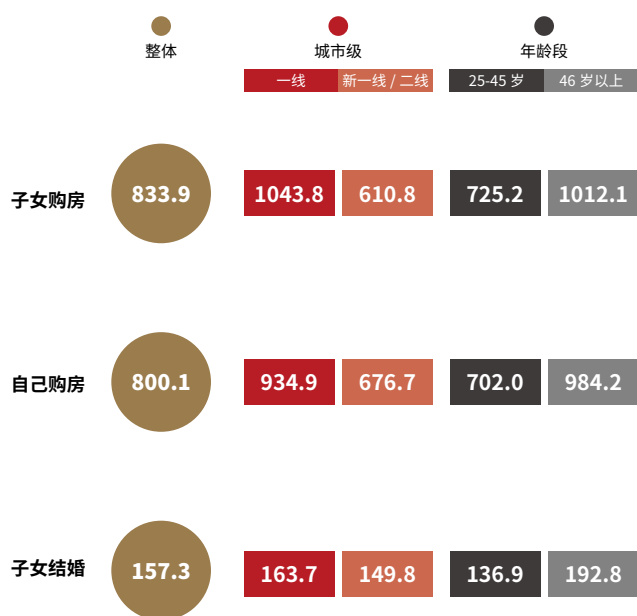
提前规划以下事件的必要性



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》



◆ 以下重大事件发生时，预计**每次**会花多少钱（万元人民币）



（金额的调研结果仅基于认为该事项有必要提前规划的人群，而非所有受访人群）

数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

关于单次现金流出事件，高净值人群在买房方面的预计花费为 800 万元以上，在子女结婚方面的预计花费为 150 万元以上。

分人群看，受不同城市房价水平影响，一线城市高净值人群的购房规划预算较高，在 1000 万元上下。类似的情况也发生在 46 岁以上高净值人群身上，该结果大概率与财富积累的程度有关。

关于高净值人群的持续性现金流出事项，关注奢侈消费（如购买私人飞机、游艇、赛马等）的人，每年在该项的支出约 120 万元。另外，个人养老、孙辈培养、高品质生活、子女教育的每年预计支出均超过 70 万元。

根据凯恩斯的边际消费倾向理论，当消费复苏时，习惯享受性消费的人会特别敏感，其中大部分是高净值人群。只要经济稍有向好的迹象，他们就会马上开始消费。而这部分人偏好的消费品，往往是享受型商品。这时，消费市场就会呈现出一个享受性消费增长快，必需品增长慢的情况。

分人群看，46 岁以上年长人群在大部分事项的预计支出更多，其中奢侈消费、自己养老、孙辈培养、

◆ 以下持续性事件发生时，预计每年会花多少钱（万元人民币）



（金额的调研结果仅基于认为该事项有必要提前规划的人群，而非所有受访人群）
数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 愿意提前准备多少钱（万元人民币）



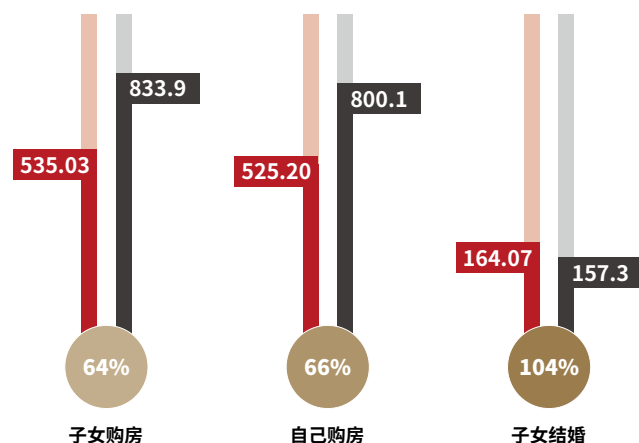
（金额的调研结果仅基于认为该事项有必要提前规划的人群，而非所有受访人群）
数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

高品质享受的预计支出均超过每年 100 万元。

关于各类人生事件的提前准备金额，对高净值人群而言，单次事件的提前准备金额多于持续性事件，子女购房（535 万）、自己购房（525 万）、子女结婚（164 万）位列前三。在持续性事件中，为自己养老准备的金额最多（144 万），接下来是奢侈消费（133 万）和高品质生活（113 万）。

如果将“愿意提前准备的金额”与“预计每次会花的金额”做比对，我们发现，在子女结婚方面，“愿意提前准备的金额”与“预计会花的金额”几乎持平，但在房产方面，“愿意准备的金额”大约是“预计会花金额”的 2/3，这与全国重点城市二套房首付比例有较高的吻合性，这说明高净值人群能够充分利用房贷利率政策，在本金与贷款之间做好平衡与筹划。

◆ 愿意提前准备的金额 / 预计会花的金额



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

现金流规划的时间周期

借用经济学家张奥平的一句话，唯有以后天的视角思考明天的格局，以明天的格局做出今天的决策，才能不悲观、不迷茫，才能抓住长期的确定性。

对于计划内的人生事件，高净值人群平均提前 13 年规划孙辈培养，提前 11 年规划个人养老，提前 10 年左右规划子女的购房和结婚。对于日常消费及品质生活，提前规划的意愿较低，不超过 4 年。

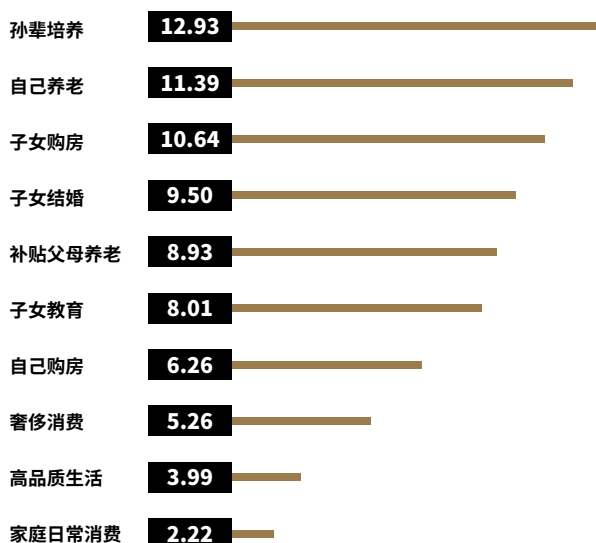
总体来说，不确定性越高的人生事件，高净值人群越倾向于提前规划。孙辈何时出生，性格禀赋如何，兴趣爱好如何，学习动力如何，自己退休后的身体状况如何，长寿概率如何，会不会发生意外，家庭关系是否能持续和谐，子女是否愿意结婚，结婚对象的性格如何，结婚对象的三观如何，结婚对象对婚礼、婚房的需求如何，是否愿意与长辈一起生活等等，这些因素都不可预测，因此高净值人群更倾向于提前规划、早做准备，预防各类意外事件和风险的发生。相对而言，未来若干年的家庭日常消费、高品质生活的形态和方式，很可能与当前生活较为接近，发生变数的概率较低，也能够及时承受和应对，导致了高净值人群在这些方面，提前规划的周期较短。

对于持续性事件，高净值人群对“自己养老”的规划周期接近 30 年，其次是孙辈培养，接近 20 年。

本次调研中，补贴父母养老的规划周期短于自己养老，大概是因为相当一部分高净值人群的父母早已步入老年退休生活，因此父母养老生活的前半段主要由父母自己完成，子女只补贴后半段。同时，子女教育的规划周期短于孙辈培养，也大概是因为相当一部分高净值人群已经开始实施子女教育，而孙辈培养尚未开始。

高净值人群自我设定的预期寿命更高。根据《劳动和社会保障部办公厅关于企业职工“法定退休年龄”涵义的复函》（劳社厅函〔2001〕125 号）：国家法定的企业职工退休年龄：“男年满 60 周岁，女工人年满 50 周岁，女干部年满 55 周岁”。可以推定，中国高净值人群的平均退休年龄约为 57.5 岁。高净值人群为自己规划的养老周期为 29.8 年。根据国家卫健委 2022 年 7 月 12 日发布的《2021 年我国卫生健康事业发展统计公报》，2021 年的全国居民人均预期寿命为 78.2 岁（上海地区最高，为 84.1 岁），由此可以推算，高净值人群自我设定的预期寿命比当前全国平均水平高出 9.1 岁（该数据为间接推算，并非源于直接调研）。

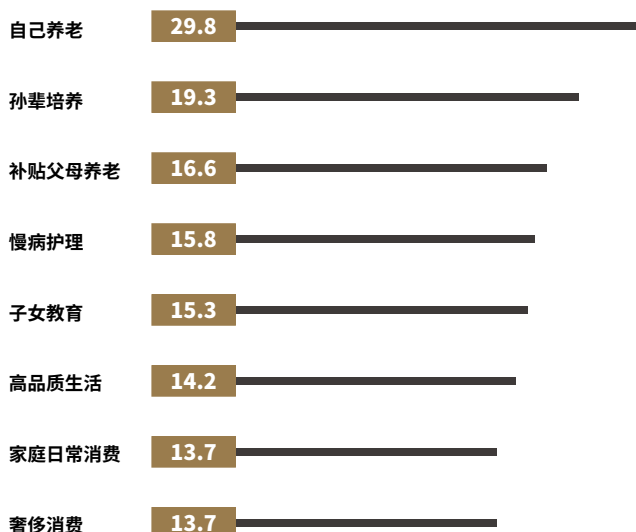
◆ 对于规划性事件，提前多久规划（年）



（调研结果仅基于认为该事项有必要提前规划的人群，而非所有受访人群）

数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

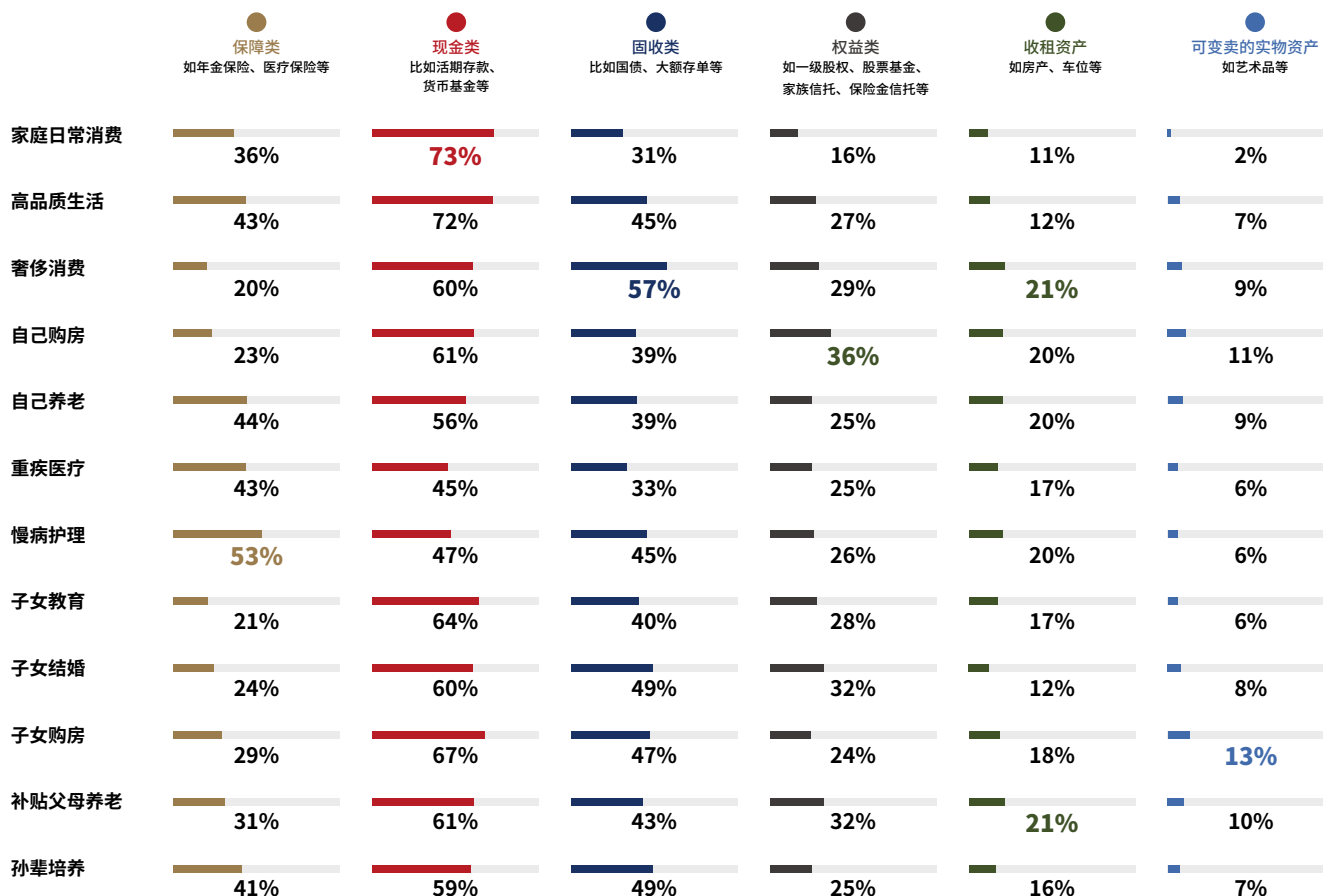
◆ 对于持续性事件，规划的周期（年）



（调研结果仅基于认为该事项有必要提前规划的人群，而非所有受访人群）

数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 对于以下事件的提前规划，已经采取的规划工具



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

现金流规划的金融工具

各类金融工具都有助于现金流管理。现金流管理，本质上是一个闭环管理，是一个将现金转化为资本或资产，通过资本的升值，最终返还为现金的过程。

在应对各类支出的金融工具中，现金类（比如活期存款、货币基金等）是高净值人群最倚仗的工具，在本次调研列出的 12 类人生事件中，7.26 类会用上现金类产品。另外，5.19 类会用上固收类产品（比如国债、大额存单等），4.08 类会用上保障类产品（如年金保险、医疗保险等），而权益类（如一级股权、股票基金、家族信托、保险金信托等）、收租资产（如房产、车位等）、可变卖的实物资产（如艺术品等）在应对人生重大事件时的重要性较低。

保障类产品更多用在慢病护理（53%）、自己养老（43%）和重疾医疗（43%）。对高净值人群来说，在自己相

对弱势、无助的时候，保障类产品可以很好地对自己的家庭现金流进行有效补充。

现金类产品更多用在家庭日常消费（73%）和高品质生活（72%）。可见，在日常支出方面，流动性是高净值人群最看重的因素。

固收类产品主要用在奢侈消费（57%）、孙辈培养（49%）。在这些领域，紧迫程度可以有所缓冲，但对高净值人群总体而言，依然不愿冒太大的风险。

权益类产品主要用在自己购房（36%）、子女结婚（32%）和补贴父母养老（32%）。对高净值人群来说，这些方面可以冒一定的风险。如果投资的收益较大，则增加购房及子女结婚的预算，并增加补贴父母养老的额度，反之则适当削减。

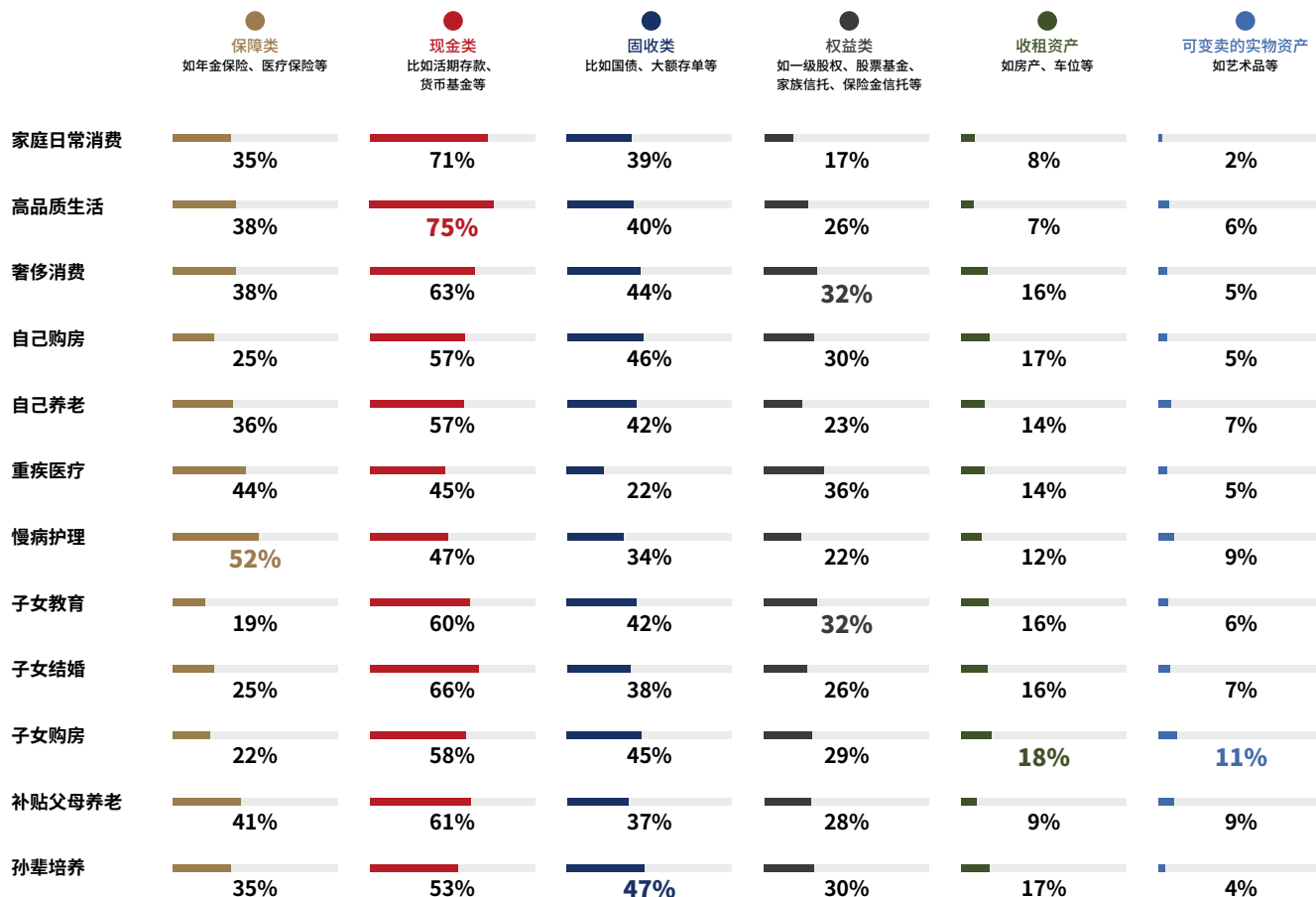
对高净值人群来说，现金为王、稳健为重、保障先行的配置思路在未来三年可能不会有太大的变化。对于未来三年愿意为各类事件增加的配置，总体情况与现状接近，依然是现金类第一（7.12 类），固收类第二（4.74 类），保障类第三（4.10 类），权益类第四（3.31 类）。

高净值人群的风险意识进一步提升。关于保障类产品，除了慢病护理、个人养老和重疾医疗之外，未来也会有更多高净值人群用它来防止各类意外，保障高品质生活（38%）。除了奢侈消费、孙辈培养外，高净值人群在自己购房（46%）方面未来也会更多依赖固收类产品，而减少对权益类的应用。



图片来源：Getty Images

◆ 未来三年会增加的规划工具配置



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

商业人身保险是现金流管理的重要工具，97% 的高净值人群已经为家庭配置了商业人身保险。医疗险、意外险、重疾险均获得了 70% 以上高净值人群的配置。超过一半的高净值人群配置了寿险（57%）、年金险（52%）。

高净值家庭每年的保费支出占总收入的比例约 14%。其中，金领一族的保费支出占比（15.4%）高于企业主和职业投资者（均不到 13%），可能是由于企业主在发生重大意外后，仍可以委托他人或后代经营企业，而职业投资者的收益主要依靠资本性收益，但金领主要依赖自身的劳动性收入，意外人身损失对其家庭现金流的打击更大。

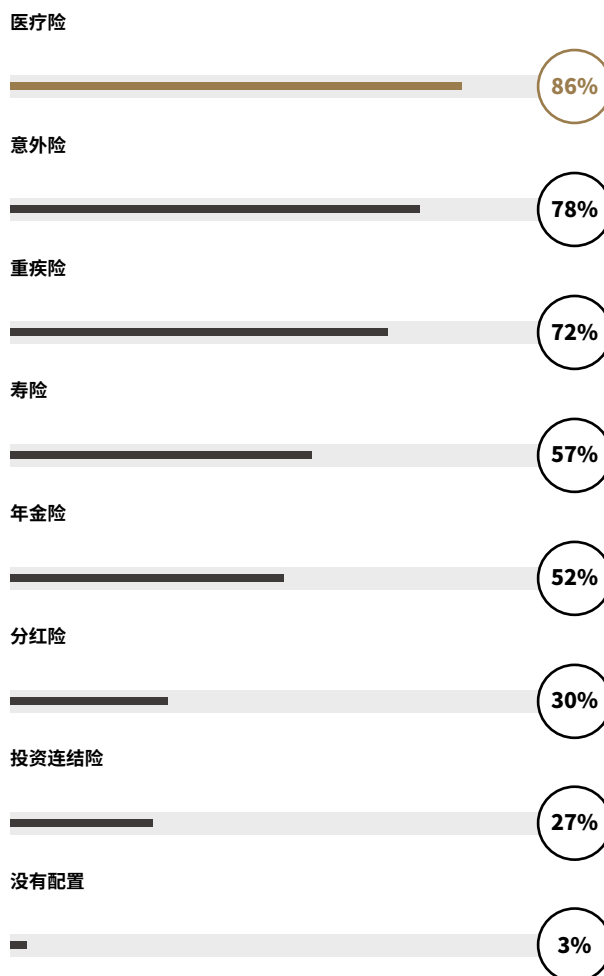
养老阶段的现金流规划

2023 年年初，日本的三十位医生联合写了一本书，《未来医疗：医疗 4.0 引领第四次医疗产业变革》，其中提到，过去的医疗，通过治愈疾病来促进人类寿命的延长，未来的医疗，还要再进一步，帮助人们实现“有质量的长寿”。而有质量的长寿，离不开家庭经济要素的支持。

许多老人到了晚年，有一定的积蓄，但还是很俭省，因为他们所有的钱都从一个账户中支出，于是会担忧账户里的钱可能不够。因此，储蓄以外的现金流入就显得尤为重要。诺贝尔经济学家罗伯特·莫顿强调：一个人退休后的生活水准并不是由财富总额决定，而是由收入现金流来决定的。

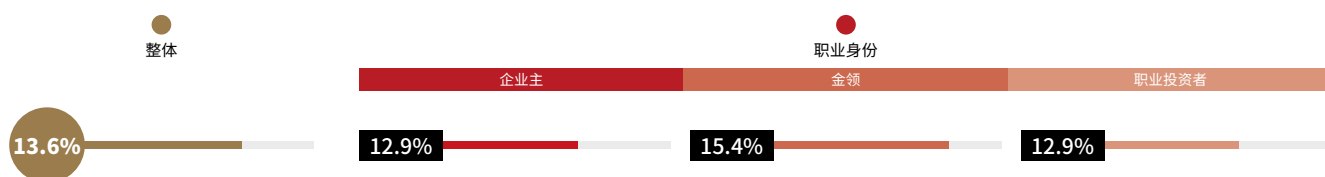
总体来看，退休前的储蓄（58%）是高净值人群最为倚仗的存量资源。但高净值人群不会等待存量资源坐吃山空，也追求退休之后持续、稳定、正向的现金流入。流量资源方面，自行配置的商业年金保险（56%）最受重视，企业年金（43%）、金融投资收益（42%）紧随其后。

自行配置的商业人身保险



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

每年的保费支出占总收入的比例



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

① 时间贴现效应是指个人对事件的价值量估计随着时间的流逝而下降的心理现象，它是行为选择理论的一个重要组成部分。人们根据行为结果的价值抉择行为，对行为结果价值的认知会受到时间的影响。

分人群看，46 岁以上人群，当前更加重视自行配置的商业年金保险，而 25-45 岁人群，当前更加关注资产性收益，比如金融投资收益和资产变现。总体而言，由于时间贴现效应^①的存在，年轻人群更喜欢短、平、快的收入模式。46 岁以上人群离退休年龄更近，对于养老收入来源的确定性更为看重。

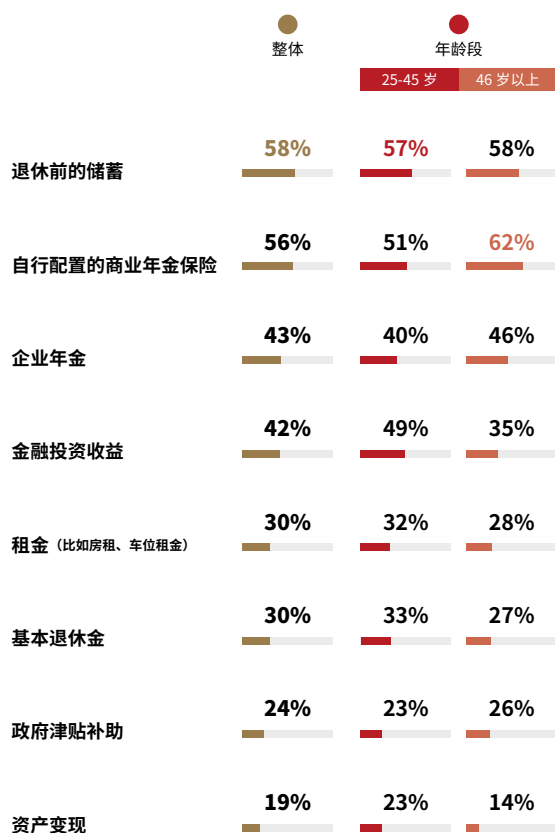
对于养老保险的类型，高净值人群最为了解的是基本养老社保（58%）、传统型养老险（58%）、分红型养老险（57%）、万能型养老险（55%）。

3000 万以下净资产的家庭对基本养老社保更为了解，3000 万以上净资产的家庭更了解万能型养老险，投资连结保险。受现金流来源可控性弱、稳定性低的影响，职业投资者对各

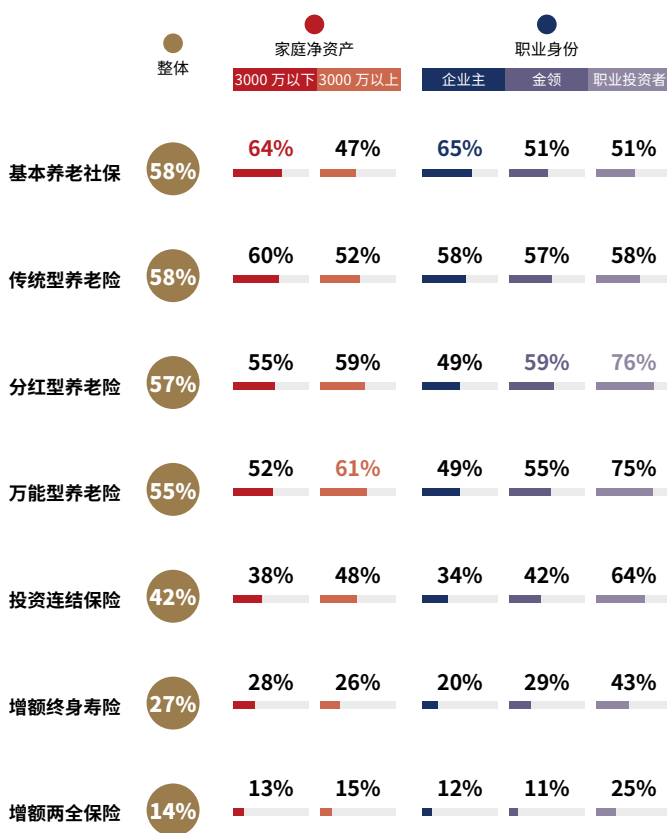
类金融产品认识全面，除了基本养老社保和传统型养老险以外，他们对各类养老保险，比如金领和企业家人群，都有更加充分的了解。

养老收入替代率 = 退休收入 / 退休前收入。根据中央财经大学绿色金融国际研究院的研究，2021 年中国离休人员基本养老保险收入和城镇在岗职工平均收入分别为约 4 万元和 10.7 万元，测算基本养老金替代率仅为 37.4%。本次调研中，92% 的高净值人群预计养老收入可以达到当前收入的 50% 或更多，74% 预计养老收入可以达到当前收入的 70% 或更多，22% 预计养老收入与当前持平或更多。高净值人群的预计养老收入替代率为 76.7%（预计养老收入替代率 = 预计退休收入 / 预计退休前收入），比普通人群高出整整一

◆ 对退休后收入来源的依赖程度



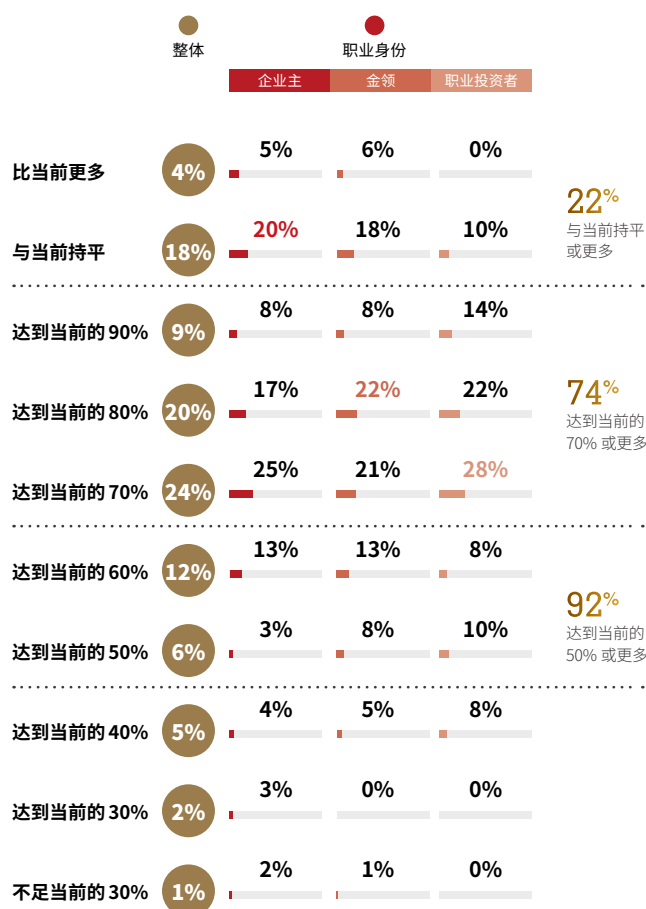
◆ 了解的养老保险类型



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富
2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

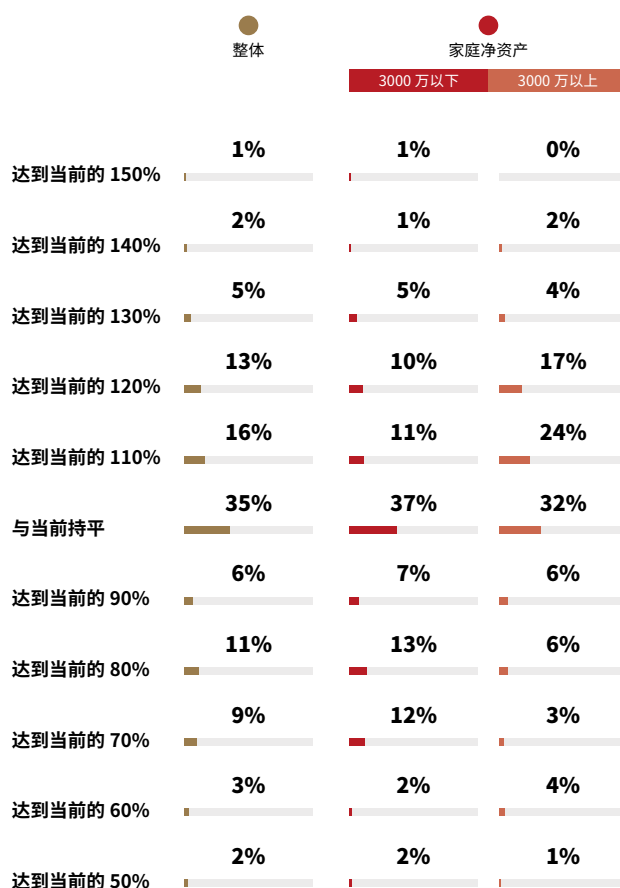
数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富
2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 预计退休后的收入



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 期待退休后的收入



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

倍，由此可知，高净值人群的养老生活品质显著高于一般家庭。

分人群看，企业主和金领对养老收入更为乐观，认为养老收入可以与当前持平或更多的比例约 1/4，而职业投资者仅为 1/10，这也印证了前文的论述，即稳定的劳动性收入，会带来预期收入的乐观估计。

高净值人群并不会因为拥有高于普通人群的养老替代率而满足，而是期待进一步提高养老收入。七成的高净值人群希望至少不低于当前的收入状态，37% 期待比当前更高，29% 期待比当前略高（高出当前水平的 10% 或 20%）。

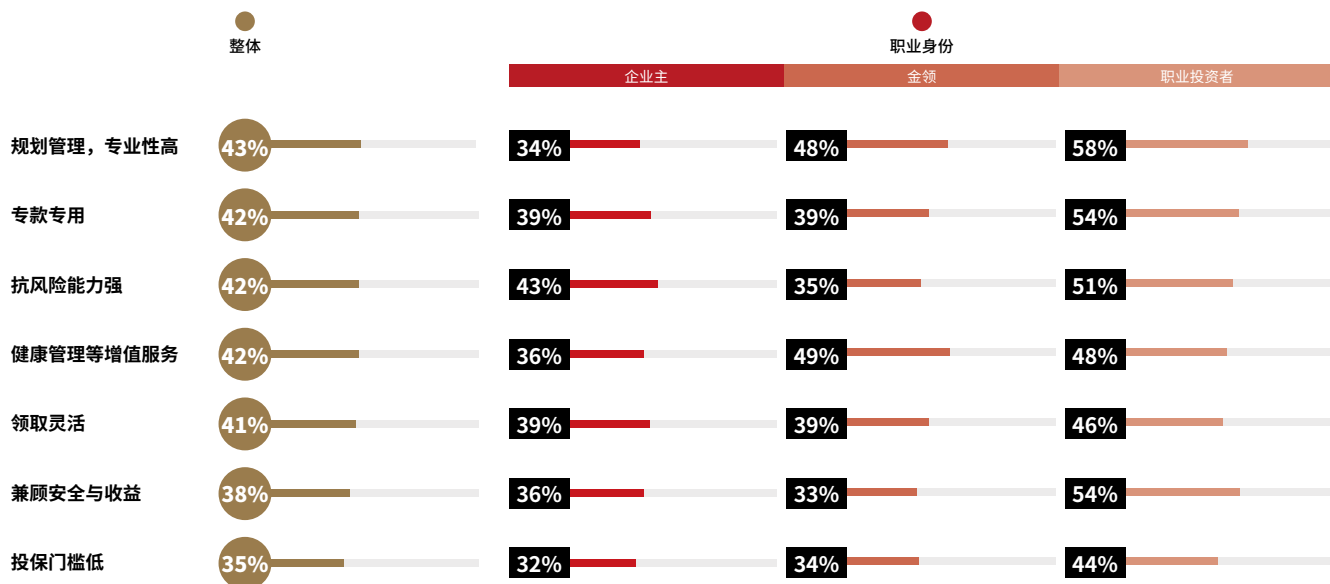
根据尤瓦尔·赫拉利在《未来简史》中

的判断，社会 / 家庭的进步不会带来更大的满足。他举例说，1950 年到 2020 年，美国的 GDP 从 2 万亿美元增长到 12 万亿美元，但是 20 世纪 90 年代的主观幸福感与 20 世纪 50 年代相比，结果上大致相同；日本从 1950 年到 1995 年，GDP 增长了 500 多倍，但民众的幸福感也没有太大的提升。事实上，人不会因为拥有大量财富而感到满足，而是渴望继续获取更多财富。

分人群看，相比 3000 万以下净资产家庭，3000 万以上净资产人群更期待退休后收入比当前高，因为在行为经济学里，更高的锚点^②会带动与之相关的一切数字预判。

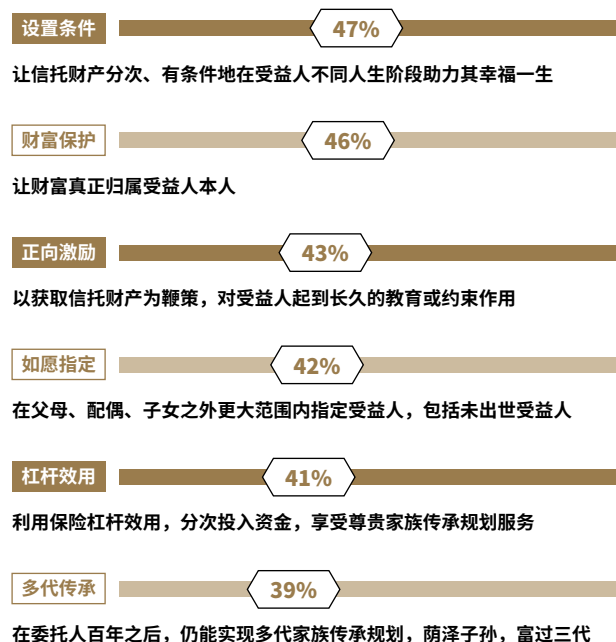
② 锚点是锚定效应的相关概念，锚定效应是指当人们需要对某个事件做定量估测时，会将某些特定数值作为起始值，起始值像锚一样制约着估测值。

◆ 认为商业养老金有哪些优势



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

◆ 最看重保险金信托的优势



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

关于商业养老保险的优势，本次调研列出的选项，包括“规划管理，专业性高”、“专款专用”、“抗风险能力强”、“健康管理等增值服务”、“领取灵活”、“兼顾安全与收益”、“投保门槛低”，获选率较为平均，均在 35%-43% 之间。

相较而言，金领较为关注健康管理等增值服务（49%），职业投资者更关注商业养老保险的资产性价值比如专款专用（54%）、抗风险能力（51%）、收益性（54%）等方面。

过去一年，高净值人群对于保险金信托的认识有所提升，从平均 7.58 分上升至平均 7.72 分（10 分制）。对于有一定了解的高净值人群，他们最期待的效果依然是“让信托财产分次、有条件地在受益人不同人生阶段助力其幸福一生”。“让财富真正归属受益人本人”的重要性上升至第二；“以获取信托财产为鞭策，对受益人起到长久的教育或约束作用”维持第三。因此，保险金信托的条件设置功能（47%）、财富保护功能（46%）、正向激励功能（43%）是当前中国高净值人群最关注的保险金信托的优势。

心理学中有一个“拥有效应”的概念，说的是人一旦拥有了某种工具，就觉得自己的能力变强了。麦克卢汉说，媒介即人的延伸。现金流规划工具，归根结底也是人的延伸，它延伸了人的资金调动能力，帮助人们更自信地面向未来。

2.3 高净值家庭的现金流危机应对

2023 年，网络上出现“中产作死三件套”的总结，即“房贷近千万、配偶不上班、二娃上国际”。归根结底，刚性支出太高的情况下，一旦收入降低（流入减少）或出现意外事件（流出增加），现金流危机便会到来。本次调研中，高净值人群切实发生过现金流危机的比例较低，约 5%。

家庭应急准备金

家庭应急准备金，是应对现金流危机的重要手段，指不能轻易挪动、保障一段时间内基本生活的资金。本次调研中，55% 的高净值家庭专门设立了应急准备金。

应急准备金比例 = 流动性资产 / 每月家庭支出。如果这个比例太高，意味着家庭的闲置资金较多，不利于资产的保值增值，因为一般流动性资产变现快但收益率低。而如果低于这个下限，则意味着家庭可能存在财务危机，一旦家庭遇到突发事情，可能无法及时应对，为了支撑资金使用，就要变现原有的长期投资或者特定投资，遭遇手续费和收益损失等等。

本次调研中，设立了应急准备金的高净值家庭，应急准备金平均是 13.7 个月的家庭日常开支，高于一般财富规划建议（财富专家普遍建议，把应急准备金设定为 6 个月的每月家庭支出）。尤其是企业家人群，他们平均准备了 16.5 个月的应急准备金，这大概率与企业家人群较高的风险意识相关。

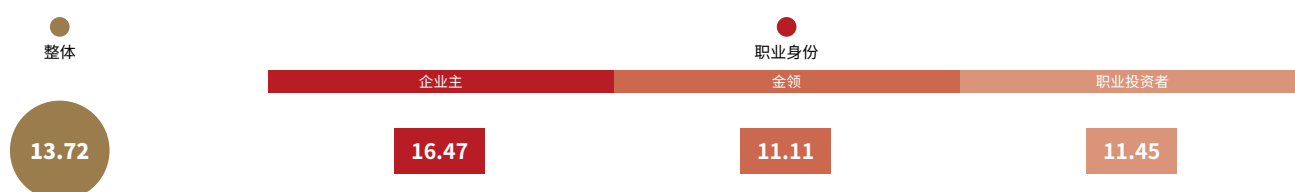
引发现金流危机的潜在威胁

关于引发现金流危机的家庭内部危险事件，高净值人



群最为担忧的是自己 / 家人疾病（39%）、自己 / 家人失业（36%）、家族企业破产（32%）。总而言之，自己及家人的健康是高净值人群最为关注的方面，正如巴菲特所说，钱在某种程度上，有时会使你的处境有利，但它无法改变你的健康状况或让别人爱你。

◆ 应急准备金是几个月的家庭日常开支



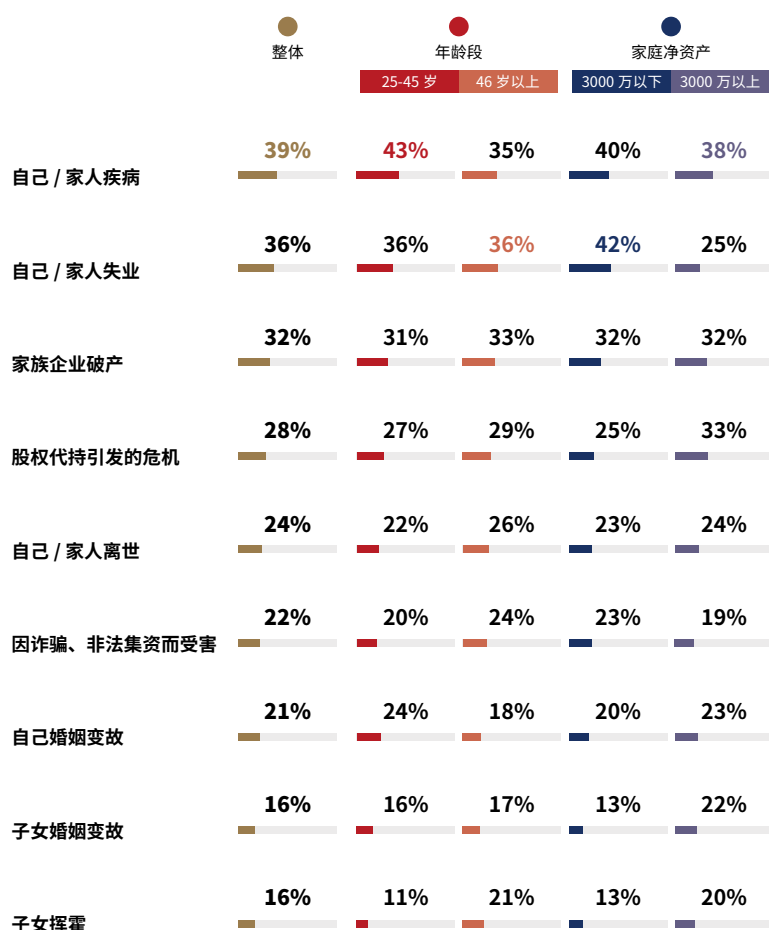
分人群看，46 岁以上的高净值人群，伴随子女的逐渐成熟、脱离控制，比 45 岁以下人群更为担心子女挥霍（21%:11%）。3000 万家庭净资产以下人群由于可投资资产还不足够充裕，更为倚仗劳动性收入，因而对自己 / 家人失业较为担忧（42%:25%）。3000 万家庭净资产以上人群则比较担忧子女婚姻变故（22%:13%）。

婚姻变故，对许多互联网“大佬”的家庭财富和公司发展影响巨大。土 * 网本是最有可能第一个赴美上市的中国视频网站。但 2010 年 11 月，在土 * 网刚刚向美国证券委员会递交申请的第二天，CEO 王 * 被其前妻杨 * 提起诉讼，要求分割 38%

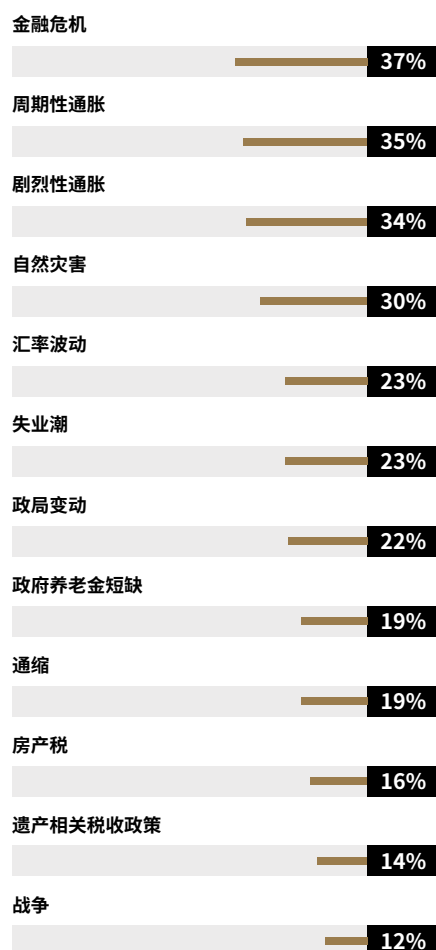
的股权，法院直接冻结了王 * 三家公司的股权，也直接影响了土 * 网的上市申请。2009 年，赶 * 网准备上市时，创始人杨 ** 的妻子突然向美国法院递交诉状，要求离婚并分割在美国的财产。这个离婚案总共持续了 3 年，严重打乱了赶 * 网的上市计划。

对于宏观事件，高净值人群最担心的是金融危机（37%）、周期性通胀（35%）、剧烈性通胀（34%）。金融危机将带来企业的大量倒闭，使得企业主们陷入危机。同时，金融危机也会使得金融资产的价格暴跌，让职业投资者的资产严重缩水。最后，金融危机会影响各行各业的企业业绩，对金领的收入甚至岗位产生重大负面冲击。

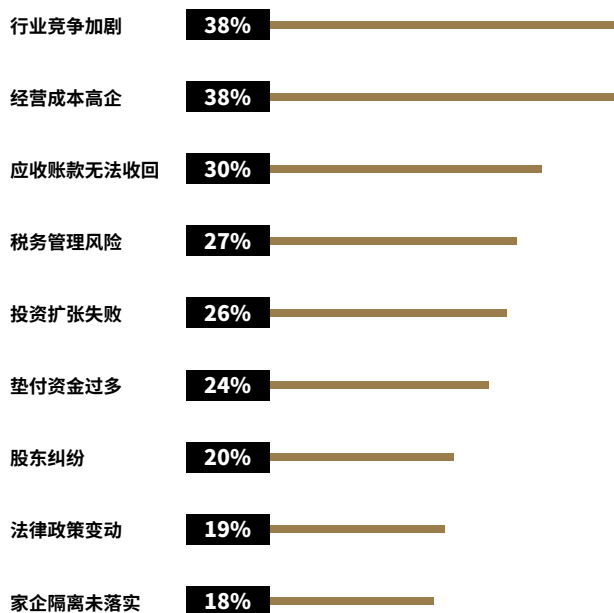
◆ 对哪些潜在家庭事件有担忧



◆ 对哪些潜在宏观事件有担忧



◆ 对于企业经营的担忧



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

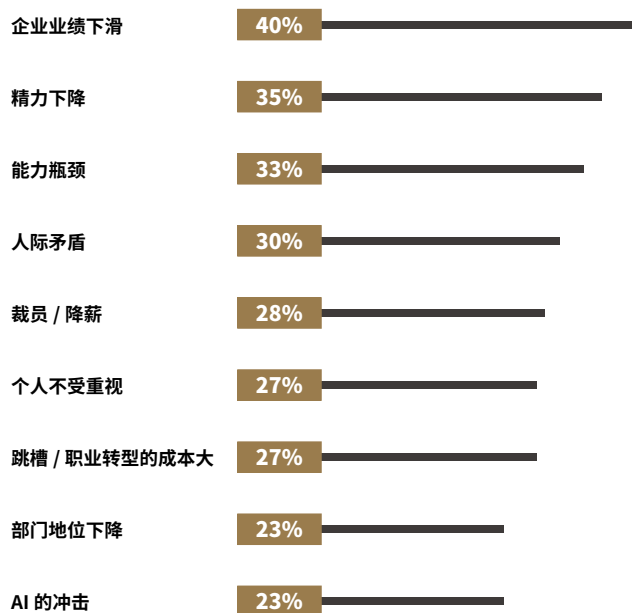
对企业家来说，在企业经营方面，他们最为担忧的是行业竞争加剧（38%）、经营成本高企（38%）、应收账款无法收回（30%）。

行业竞争加剧，今年非常明显地体现在汽车行业。2023 年 3 月份，多家轿车品牌集体降价，引发了社会各界的广泛关注。一开始是特斯拉率先降价，然后掀起了一场汽车厂商间的价格战，牵扯到了三十余家汽车厂商。2023 年 7 月份，特斯拉又宣布了 Model S 和 X 两款新车的降价在三万五千到四万五千之间。其他轿车品牌也纷纷跟进，宝马、奔驰、奥迪等豪华车品牌相继宣布降价。同时，一些国内自主品牌也开始加入降价行列。

经营成本高企，最明显反映在人力成本上。中智咨询研究院 2022 年对 4,596 家上市公司的年报信息进行分析，结果表明 2017-2021 五年间 A 股上市公司人均人工成本呈增长趋势，平均值由 2017 年的 13.2 万元提升至 2021 年的 18.1 万元，复合增长率为 8.2%。

应收账款无法收回的问题也值得关注。2022 年年末，A 股 5040 家上市公司应收账款总计约 7.5 万亿元，其中 167 家上市公司应收账款占营业收入的比重超 100%。企业的应收账

◆ 对于职业发展的担忧



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

款占营收比重较高，经营性现金流就会承压。

对金领来说，在职业发展的道路上，他们最为担忧的是企业业绩下滑（40%）、精力下降（35%）、能力瓶颈（33%）。

关于精力下降，在 2022 年的《自然》杂志上，斯坦福大学的团队发表过研究：人的衰老不是突然之间发生的，而是集中在三个时间点，分别是 34 岁、60 岁和 78 岁。这就是所谓的，断崖式衰老。

关于能力瓶颈，巴菲特最近对此进行了强调。2023 年 5 月 6 日，伯克希尔哈撒韦公司年度股东大会上，92 岁的沃伦·巴菲特和 99 岁的查理·芒格分享了他们对经济和投资的观点。对不经营投资公司的人们，巴菲特强调了三件事。首先，手头一定要有点现金，借用巴菲特的原话就是，现金绝非垃圾。其次，永远保证赚的比花的多一点，原话是，花费要略低于你的收入，并避免债务，努力比你的信用卡利息赚取更多的收入。最后，最重要的一点是，要确保并加强你赚钱的能力。说白了，最重要的投资，不是外部的股票，而是你自己的能力。

值得注意的是，AI 的冲击并未引起高净值人群过分的担忧。ChatGPT 是美国公司 OpenAI 于 2022 年 11 月推出的一个自然语言处理工具，它由新一代人工智能技术驱动，会

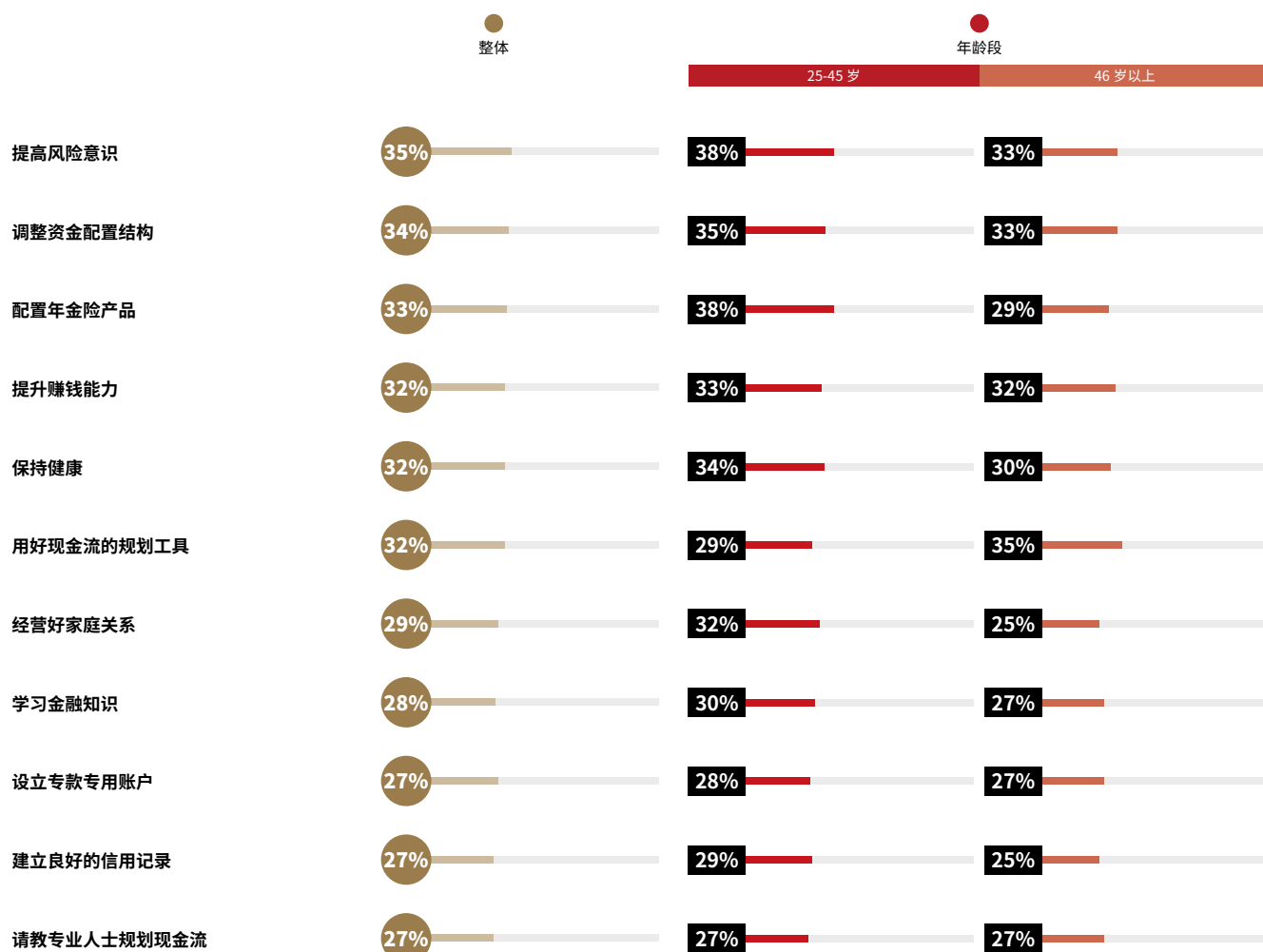
进行类似人类之间的对话。这款 AI 工具让马斯克直呼，“好到令人生畏”。推出之后，AI 的快速进化一定程度加剧了全球失业潮，比如美国知名的新闻巨头 BuzzFeed 就宣布裁员 12%，引入 ChatGPT，用其完成稿件的创作。根据麻省理工学院（MIT）技术评估中心（Technology Review）的一项研究，重复性任务如数据输入、文件整理和生产线操作等工作更容易受到自动化和 AI 的替代。对于中国的高净值人群而言，他们更多处于管理、经营岗位，而非执行、技能类的工作，受 AI 影响略小。

降低未来现金流风险的举措

意识先于行为，行为导致结果。为降低未来现金流风险，高净值人群认为最重要的举措是提高风险意识（35%）。这些意识包括但不限于章节 2.1 所提到的“资产配置要多元化”、“合理使用负债工具是现金流管理的重要手段”、“不仅要关心流入，更要防范风险、避免暴雷”、“先保证劳动性收入，再去探讨资本性收入”、“养老要早做准备”等等。

重要性位于第二的举措，是调整资金配置结构（34%）。

◆ 为降低未来现金流风险，最重要的举措



数据来源：《中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》

根据《中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2022 中国高净值人群家族传承报告》，高净值人群中投资风格占比最多的是稳健型投资者（46%）。受国际时政、经济环境和疫情波动的负面影响，对于短期的投资理财目标，高净值人群最为关注的是财富安全。因此，可以预计，资金配置的结构将更多倾向于稳健型资产。

重要性位列第三的举措，是配置能带来长期确定性现金流的年金保险产品（33%）。年金保险产品可以通过专业的规划管理、防止挥霍、高灵活性的方式，为将来提供长期、稳

定、正向现金流。

相比年长群体，25-45 岁的年轻一族，更加认可年金险产品在现金流管理中的意义（38%:29%），这说明，越来越多的年轻一族已经认识到年金险对于降低未来现金流风险的重要作用。

技术思想家布莱恩·阿瑟说，技术有它自己的进化方向，人类社会终将会与它相遇。同样的道理，人生有它自己的前进方向，我们今天所做的一切准备，终将会与未来的我们，再相遇。



2.4 专家视点

明明： 我国长期经济 发展具备韧性 和潜力



明明

中信证券首席经济学家

今年以来，国民经济持续恢复、总体回升向好，前三季度 GDP 增速达到 5.2%，夯实了实现全年经济增长目标的基础。尽管当前经济运行面临一些困难和挑战，比如房地产市场的波动和全球经济下行压力，市场信心受到一定影响。但是，我们应当清醒地认识到，这些问题都是结构性和周期性的。深入探究中国经济，可以看到其长期发展趋势仍然具备较强的韧性和潜力。

第一，国内市场需求空间广阔。从消费需求的角度看，中国拥有 14 亿人口，中等收入群体超过 4 亿人，规模不断扩大，人均收入具备较大的提升空间，有能力购买更多的商品和服务。政府一直以来积极推进消费升级和扩大内需政策，通过提高社会保障、增加居民收入和鼓励消费来激发国内市场活力。这一系列政策措施有望进一步拉动国内消费需求，为经济长期发展提供有力支撑。从投资需求角度看，数字化转型和绿色低碳转型将为中国带来大量的新型基础设施投资，包括新能源基础设施建设、传统行业的绿色低碳改造、高技术制造业和服务业投资、科技研发投入等等，利在当下，功在长远。

第二，产业体系完善，科技创新实力跃升。近年来，中国产业体系日趋完善，各种产业环节相互衔接，构建了庞大完整的产业链。这种完整性和规模经济提高了生产效率，增强了中国在全球供应链中的竞争力。政府一直鼓励科技创新，企业用于研发和技术升级的投资持续增长，根据国家统计局数据，过去十多年全社会研发投入年均增长率 10% 以上，超过绝大多数 OECD 经济体。中国已经从低成本制造国家逐渐转变为技术和创新驱动的国家，5G、人工智能、生物技术等高科技产业快速崭露头角，在国际市场上也展现出较强的竞争力，为长期经济增长提供了坚实基础。

第三，人才红利逐步显现。政府一直重视教育体系的改革和提高教育质量，我国拥有世界上最大规模的高等教育体系，人才储备为中国提供了强大的竞争优势。根据教育部数据，2012-2022 年，我国毕业大学生数量累



计超过 8700 万，受教育程度逐渐提高，新增劳动力平均受教育年限升至 14 年，涵盖了各种领域的专业知识和技能。近年来，政府注重引入更多国际化的教育元素，鼓励学生创新和创业，人才红利不断积累，将为中国经济提供坚实支持，推动各个领域的创新和发展。

广阔的国内市场空间、完整的产业链、技术进步、丰富的人才储备，是中国长期经济持续健康发展的重要禀赋。经济发展也离不开党和政府的坚强领导和全国各族人民的共同努力，发挥好中国特色社会主义的制度优势，完整、准确、全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，扎实推进高质量发展，中国经济长期发展之路才能走得更快更稳。

“

**广阔的国内市场空间、
完整的产业链、
技术进步、
丰富的人才储备，
是中国的长期经济
持续健康发展的重要禀赋**

”

路锦非： 学会管理 未来的资产



路锦非

华东师范大学公共管理学院教授、博导，中国社会保障学会养老金分会副会长

如果以整个家庭或者家族的生命周期为目标的话，不妨把“现金流管理”的内涵进行扩展。“现金流”是流量，把它存下来就变成存量，存量变成了家庭财富，而家庭财富可以以各种形态的资产而存在。如今，我们进入“风险社会”，面对的是从前农业社会所没有的风险，不仅需要管理当下的现金流，还必须学会去管理未来的资产。

追求财富稳健增值是中国高净值家庭在经济新常态下的理性选择。第一层原因是，拥有富足美好的生活几乎是每个人的梦想，这是正常的社会价值导向。第二层，从中国改革开放到2011年的高经济回报周期已经随着潜在增长率回归而进入了经济新常态，正在努力寻求经济动能转换和新的经济增长引擎。目前中国经济进入中速增长，保持着相对稳健的经济增长率，相对于高速增长周期，产出增速回落，投资回报率降低，同时经历了疫情冲击和面临未来发展的不确定性，此时如何保持资产购买力、如何让家庭财富获得更好的增值，是大家非常关注的话题。第三层，中国处于全球经济浪潮中，不可能独立运行，特别是在受到外部国际环境对中国经济、科技等进行挤压的情况下，资本市场表现不够乐观，进一步降低了中国高净值家庭对未来投资回报率的乐观预期。第四层，人口老龄化，从长远来看，中国人口红利的消失会影响中国经济增长动力，也必将影响居民的资产投资回报率。

中国高净值人群可以获得大量的财富积累，源于他们的能力、努力和时代机遇。作为成功者，在面向未来的财富管理上，需要具备一定的金融素养，或者寻求专业服务。一类是他本身就从事金融行业，精通资产配置和财富管理，可以根据家庭需要自主完成规划和管理。另一类也是多数情况，即不是金融行业人士，通过自己的主营业务赚到了财富，但如果不进行积极有效的财富管理，财富就可能像风中的糠秕，会随风散去。所以高净值家庭，因其积累财富较多，更加需要积极有效的专业管理，来满足对事业、家庭长远发展与关爱的要求。不同的高净值家庭对财富的管理需求是不同的，现代财富管理，应当根据家庭的实际情况，给出定制化的管理

策略，应用多元化、多品类金融工具来构建家庭财富管理的组合方案。

1986年，德国社会学家乌尔里希·贝克提出“风险社会”（后工业时代人类生存面临的困境及有可能潜藏生存威胁的状况）的概念，强调随着工业化、全球化的推动，社会公众切身地感受到生活在因市场经济等现代性因素带来的风险之下，以及由此对人类社会产生的巨大挑战。如今，对于中国高净值家庭，首要考虑的就是风险问题，没有解决这个问题之前，就去追求高收益，那可能就是无本之木。具体来说，第一类风险包括子女教育、自身养老储备、医疗健康投资等是否考虑周全，这是所有人处在家庭财务生命周期当中，都可能会碰到的风险。第二类风险，对于创业型和经营型家庭，尤其需要关注，很多企业家有这种现象，公司财务与家庭财务没有区分界限，财务风险没有有效隔离。此类家庭应当首先对家庭财务安全与企业经营风险进行科学隔离，保证家庭财务安全。之后再根据实际需要构建基于家庭财务生命周期的财富管理规划。

回顾中国改革开放以来的经济成就，中国高净值家庭在这一波澜壮阔的历史阶段，取得了事业上和财务上的成功，也必将随着经济大势的趋缓而同时回归稳健与理性。在经济新常态下的投资和财富管理理念，也将逐渐从追求高增长高收益回归到关注风险和收益的匹配，追求稳健的财富保值增值。党中央提出构建国内大循环为主，国际国内双循环相互促进的新发展格局下，启动国内的经济大循环，需要积极稳妥。这就更需要大家理性且务实地进行家庭财富管理——顺势而动，静待花开。

采访花絮 对话路锦非

胡润百富：如何做好现金流管理？可以制定出哪些对策或者方法？

路锦非：比如养老，每个家庭的养老财务规划是不一样的。制定的对策取决于家庭的支出水平、希望维持的生活质量等，同时还需要考虑未来可能的通货膨胀、自己和家人的预期寿命。假设个人60岁退休，90岁死亡，那预存的一千万是60岁的一千万，还是90岁的一千万？我们必须引入具体的参数来进行科学系统的测算。如果部分高净值家庭已经非常理性地意识到他们需要一些未来现金流储备的话，那么他们可能需要进行专业的财富管理规划来构建一个长久稳健的养老生活。

“

如今，我们进入“风险社会”，面对的是从前农业社会所没有的风险，不仅需要管理当下的现金流，还必须学会去管理未来的资产

”

李璞： 家庭才是 最重要的事业



现在全球财富管理市场正在从增量转为存量，我国高净值家庭开始审视其现金流的健康程度。在增量市场下，仅他们的工作收入就能带来稳定的现金流。例如，企业主的公司经营良好，将会带来稳定现金流，加之增长的市场环境会让他持续获得财务增值，在某个时间，其资产可能达到千万级甚至上亿，但这只是一个静态的数字，在保全财富和传承财富超过创造财富成为第一优先级目标的时候，他们需要充分认识到，动态地管理现金流才是财富管理的核心。

高净值人群的现金流相对一般家庭更为复杂。举例，有些企业主的企业资产和家庭资产是混同的，这为财富管理增加了很大的难度。理想状态下，健康的现金流一定是企业正向现金流稳定，流入家庭现金流，家庭现金流也可以持续为正，于是生生不息。但现实情况下，企业现金流并非一直稳定，比如大量中小企业还在靠“抽血”家庭金融存活，等到企业现金流枯竭的那一天，家庭生活随之破碎。

这就是财富管理的意义，我们如何通过架构的设计、产品的配置，让这两条现金流能持续健康？例如，如何通过资产配置，在企业现金流中断的情况下，家庭现金流仍有备用的现金流补充方案？

这其中，最关键的是改变观念。企业有可能是有限责任公司，但家庭却可能成为无限责任公司，家庭才是最重要的事业。企业可以破产，可以重启，但家庭破镜难圆。

家庭比企业重要，因为企业是很难度过一个又一个的经济周期的，高净值家庭应当以家庭的存续发展为第一要务。我曾拜访过一些海外家族基金会，他们通过运营慈善基金会的方式，覆盖了家庭几代人生活所需的现金流。而在国内，有些企业主通过家族信托，类似为自己设立了一个现金企业。第一步，设定信托的目标，高净值人群的目标各不相同，结合目标需求梳理家庭的现金流，无非就是人、事和钱，家庭或家族中的“谁”，未来发生什么“事”，需要花多少“钱”；第二步，制定策略，目标不同，策略也不同，有的是触发某个事件支付一笔

现金，有的是到某个时间创造一条现金流，当设定好目标，策略清晰，应该使用什么金融工具自然也就确定了。比如，有的超高净值家庭，通过家族信托，设定从孩子满18岁起，每年支付50万元生活费，并按照一定比例，如5%逐年递增，为子女的生活品质提供保障。并且如果碰到特定触发事件，生病、创业等，家族信托会给他安排好全球医疗保险、风险投资等。

资产构成越复杂的家庭规划得越细致，目的就是利用稳定的现金流加上针对特定事件的触发条件进行现金补偿。高净值人群在做财富管理的时候，可能会把第三代加进去，也可能把婚姻加进去。我参与过一个客户案例，父母在信托条款中写定如果儿子与外国人发生事实婚姻关系，则视为放弃信托受益人权益，缘于他们认为中西方文化差异太大，西方人的亲情观念淡薄，不如中国传统文化中的“百善孝为先”，于是用信托条款来约束下一代的婚姻规划。所以，现金流管理的难度在于客户的个性化需求。而专业方面，短期匹配流动性管理，中长期的兼顾安全性收益性的资产配置，以及高保额的保险保障，这些属于产品端的标准规划，只要客户个性化需求明确，配置产品并非难事。

对于国内的财富管理机构来说，满足客户的个性化需求的过程，也是经营信任的过程。如何让客户相信，你不是为了卖产品而把他们的家庭财务计划打乱、创造营销概念。这就是家庭财富管理的专业价值、CRM客户关系管理、KYC客户画像及需求定位、FNA财务需求分析和PSD个性化方案设计，通过有别于传统金融机构以产品销售为驱动的业务流程，财富管理的专业机构和专业人士，将贯彻“利他”和“专业”精神，做好FA（financial adviser），陪伴客户全生命周期的财务规划和落地执行。

采访花絮 对话李璞

胡润百富：如何做好现金流管理？可以制定出哪些对策或者方法？

李璞：具体来说，如果你的子女准备十年后去美国留学。根据相关统计，一年至少6万美金学费，6万美金生活费。孩子去读几年？是不是上名校？如果不住宿，是不是还要在当地购房？有些家长还会全程陪读。另外，十年通胀你要考虑吧？不同的目标引发不同的策略。比如，如果打算海外置业，还要请置业顾问帮你选房子，保证你的资金会跟着当地的房价一起涨。确定目标，匹配工具，那你的现金流规划算是做好了。

“

**企业有可能是
 有限责任公司，
 但家庭却可能成为
 无限责任公司**

”

王文星： 通过财富和健 康管理获得人 生的终极幸福

采访花絮 对话王文星

胡润百富：如何做好现金流管理？
可以制定出哪些对策或者方法？

王文星：首先我们要实现自己的目标，需要根据最终目标来制定规划，规划做好之后，再去做资产配置。资产配置包括基金，保险，信托，甚至家族办公室，境内外统筹一体化非常重要。比如：我们变成了境外的身份，它会影响我们对财富持有的关系。



王文星

海邦国际顾问集团公司高级副
总裁、海邦国际（美国）注册
会计师事务所首席税务会计师

当下，人们越来越关注现金流的主要原因有二：一是由于国家宏观政策、法律环境、税务政策的变化，比如：《中华人民共和国民法典》出台后，第六编“继承”第四章“遗产的处理”第一千一百五十九条规定了分割遗产被继承人应当清偿的税款和债务、保留必要的遗产有关内容。其中的税收优先权启发和加速了人们对现金流储备的概念。二是基于我接触到的大量跨境客户，他们在资产配置过程中，聚焦于孩子留学教育、海外不动产、个人养老等这三方面的比例很高。比如，为了避免对境外税制不熟悉而产生遗产税或者继承税，势必需要单独的账户去做好现金流的储备。

不同人群管理家庭现金流的方式也不同。对于超高净值人群，他们的家族大部分都是制造业，尤其是“一带一



“

**人们对健康管理和财富管理的需求，
终极目标都是幸福价值的所在**

”

路”进入全球化 2.0 时代，国家支持大家走出去，也欢迎外资进来，来去之间，这些企业完成了全球化战略的布局，亦通过家族办公室完成现金流的规划。对于高净值人群，现金流的规划主要通过保险来实现，其中商业保险年金规划是比较多的，还有很多人通过人寿保险去规划下一代的现金流。

我们主要有三个挑战：第一，严格的监管要求，不论是家族办公室，还是私行的精英团队，都要兼顾金融服务客户体验和风险防控两方面工作，在符合监管要求的前提下，为客户提供优质服务。第二，产品过于同质化，比如大家曾一窝蜂地去买某个热销产品，但这个热度过去就过去了。第三，从业人员的金融素养还没有达到真正

意义上的理财规划师。

而我们的优势也很明显：第一，我们的高净值客户的成长速度很快。第二，目前我们的客户对于现金流规划，甚至是家族财富的传承、保全和增值，以及境内外一体化的财税法，这种综合解决方案的需求很高，这就形成了一个非常广阔的蓝海市场，它并没有被深层次地挖掘和开发，很多客户其实还停留在被启蒙的状态。所以无论客户的数量，还是质量都非常好。

从我接触的客户群体来说，现在他们比较焦虑的主要有两件事：一、健康能不能得到有效的管理。二、财富何去何从。人们对健康管理和财富管理的需求，终极目标都是幸福价值的所在。

李南： 管理现金流是 家庭成员都需要 拥有的技能

采访花絮 对话李南

胡润百富：如何做好现金流管理？可以制定出哪些对策或者方法？

李南：会赚钱和会理财是两回事儿。会赚钱不等于会理财，会理财也不等于会投资。怎么理财要看你想过什么样的生活，怎么投资要看市场给你什么样的机会。这个过程，有许多需要学习的东西。最朴素的理财，可能是在银行买点产品，再买点重疾险、意外险来解决小概率发生的大钱，如果我们的钱还要覆盖个人养老、孩子教育，传承安排，可能需要基于目标的大类资产配置。比如：设立信托，我们总要了解基本原理，能分辨谁能真正地帮到我们。



李南

京华世家副总裁、合伙人、首席家族传承规划师

从家庭角度来看，无论是通过信托、保险，还是基金，最终的目的都指向了现金流的管理。在一个家庭的生命周期里，每个阶段的现金流需求是不同的。如何保持现金不断流？这是家庭中每一个成员都需要思考和拥有的能力和技能，因为生活是自己的，最终的指挥棒在自己手中。

财富管理的实质就是现金流管理——可分为日常现金流、应急现金流、保障现金流和长期现金流。而疾病、债务、婚姻、税务、意外、继承等因素都会阻挡人们的现金流。

这时，人们需要提高家庭财富的免疫力，提早做预案。通过长期和分散的配置理念，找到合适的金融产品和工具，去抵御人生的各种风险。具体来说，第一，要

让每一分钱都有使命，可通过设置不同的账户，比如个人养老的账户、孩子教育的账户、日常消费的账户等，明确每笔支出的目的；第二，要让每一分钱都有效能，比如计划为孩子留学准备一大笔支出，而你的钱分散在基金、保险中，如何让它们组合起来，产生最好的效能？就像一支足球队，有前锋、后卫、守门员还不够，还需要排兵布局，才能赢得比赛；第三，要让每一分钱都有名字，即权属确定的问题，比如：你赚了钱以后，你的钱未来是谁的？如果你在世，钱可以是孩子的；如果你不在世了，这个钱就不一定归属孩子。用一套工具的组合，才能保证你未来现金流的稳定和安全。

不同的财富管理机构拥有不同的配置风格，也有不同的产品、业务和经营逻辑。作为客户，

应该对这些有清晰的认识，知道如何为我所用。作为财富管理行业的从业人员，需要站到更高的视角，帮助客户看到他们可能看不到的问题，进而建立长远的信任关系。从客户立场出发，而非产品的立场，更不是机构的立场。我认为这是财富管理行业从业人员的基本操守。

“

**无论是通过信托、保险，还是基金，
最终的目的都指向了现金流的管理**

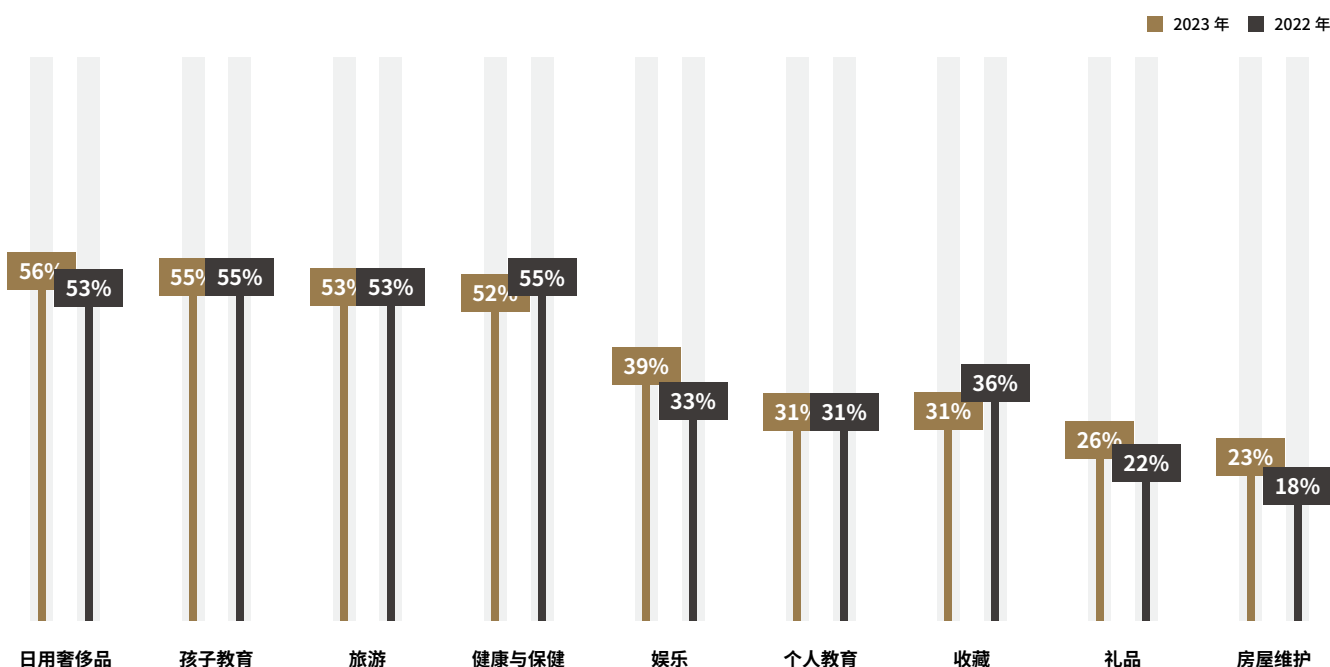
”



第三章

高净值家庭的品质生活

◆ 高净值人群未来三年计划增加的消费类型



数据来源：《2023 胡润至尚优品—中国高净值人群品牌倾向报告》

3.1 整体品质生活趋势

高净值人群家庭年均开销占总资产的6%。日用奢侈品较上年增长3%至56%，房屋维护提升5个百分点至23%，孩子教育（55%）和旅游（53%）同上年持平。

奢侈品行业过去一年发展态势良好。根据《2023 胡润全球富豪榜》，世界三大富豪，有两位从事奢侈品行业。“奢侈品之王”、LVMH 74 岁的伯纳德·阿诺特财富增加 3,300 亿元，以 1.35 万亿元人民币首次成为世界首富。爱马仕 87 岁的贝特朗·皮埃奇及其家族上升 7 位，排名第三，财富增长了 31%，达到 9,000 亿元人民币，爱马仕去年利润达到创纪录的 36 亿美元。

胡润表示，“在 ChatGPT 和电动汽车革命的时代，世界首富是卖奢侈品的，这似乎有点矛盾。尽管生活成本危机带来种种不确定性，LV、爱马仕、古驰、香奈儿、卡地亚、百达翡丽和普拉达的掌门人们还是经历了创纪录的一年，欧美和日本的销售额飙升，大批美国消费者利用美元汇率优势前往英国和欧洲购物。”

中国高端消费者对全球奢侈品行业的推动力毋庸置疑，2023 年延续了过去若干年的强势表现。《2023 胡润至尚优品》显示，宝格丽连续五年成为高净值人群最青睐的珠宝品牌。劳力士蝉联高净值人群最青睐的手表品牌。最受青睐的男士服饰品牌中，爱马仕蝉联第一名。爱马仕取代香奈儿

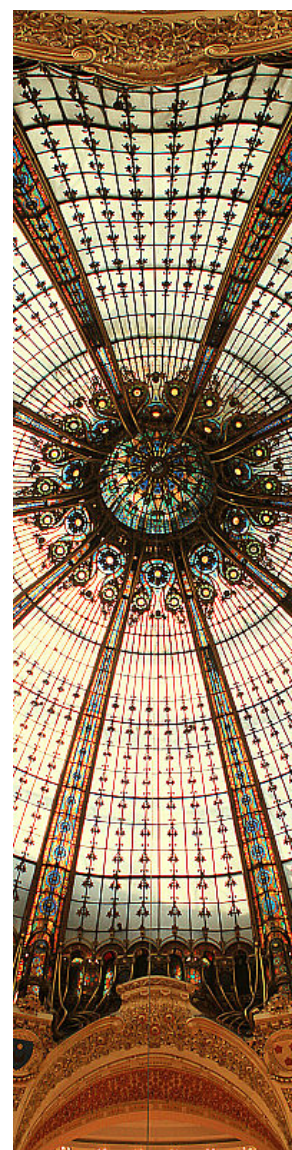
成为最受青睐的高端女士服饰品牌第一名。雅诗兰黛取代海蓝之谜，荣登最受青睐的护肤品牌第一名。迪奥蝉联最受青睐的美妆品牌第一名。保时捷蝉联最受青睐的汽车品牌第一名。法拉利取代保时捷成为最受青睐的跑车品牌第一名。特

斯拉仍然是最受青睐的电动汽车品牌。路易十三继续蝉联最受青睐的洋酒品牌第一名。湾流连续十二年当选最受青睐公务机品牌。香格里拉连续五年成为最受青睐的高端商务酒店品牌。

◆ 2023 胡润全球富豪榜 Top20

排名	姓名	财富 (亿元人民币)	主要行业
1	伯纳德·阿诺特	13,500	奢侈品
2	埃隆·马斯克	10,500	新能源汽车
3	贝特朗·皮埃奇家族	9,000	奢侈品
4	杰夫·贝佐斯	7,900	电子商务
5	沃伦·巴菲特	7,800	投资
6	比尔·盖茨	7,400	软件与服务
7	史蒂夫·鲍尔默	6,800	软件与服务
8	拉里·埃里森	6,700	软件与服务
9	穆克什·安巴尼	5,500	电信
10	弗朗索瓦丝·贝当古·梅耶尔	5,400	化妆品
11	阿曼西奥·奥特加	5,200	服装与配饰
12	卡洛斯·斯利姆·埃卢家族	5,200	电信
13	拉里·佩奇	5,000	媒体
14	谢尔盖·布林	4,800	媒体
15	钟睺睺	4,650	饮料、医疗保健
16	马克·扎克伯格	4,550	媒体
17	吉姆·沃尔顿	4,400	多品牌零售
18	罗伯森·沃尔顿	4,400	多品牌零售
19	迈克尔·布隆伯格	4,300	金融服务
20	爱丽丝·沃尔顿	4,200	多品牌零售

HURUN GLOBAL RICH LIST 胡润全球富豪榜



数据来源：《2023 胡润全球富豪榜》

3.2 消费板块分析

2023 年，胡润研究院连续第十七年发布中国高净值人群消费价格指数（LCPI）。今年中国高净值人群消费价格指数涵盖高净值人群生活消费的房产、大健康、教育、旅游、手表和珠宝、配饰和护肤品、汽车、游艇和飞机、烟酒茶、休闲生活这 10 大类、138 个与高品质生活方式相关的商品价格，对比它们在今年与去年的市场价格。中国高净值人群消费价格指数是度量中国高净值人群生活消费品价格水平随着时间变动的相对数，综合反映超高净值人群购买的生活消费品价格水平的变

动情况。与去年相比，2023 年中国高净值人群消费价格的总水平上涨了 5.4 %，且高于国家统计局公布的全国居民消费价格指数（2023 年 7 月 CPI，同比下降 0.3%）的水平。

大部分的商品价格来源于今年第三季度的市场调研。今年的商品总数（各大品类的消费品数量之和）高达 138 个。其中，近六成的商品价格相比去年上涨，有 90 个；有 27 个商品价格比去年下降；有 21 个与去年一样。今年比去年新增了 27 个商品，其中包括：1 个养老社区、1 种补剂代餐、



1 个健康监测仪器、1 张滑雪年卡、1 顶户外帐篷、1 款山地自行车、1 件防水冲锋衣、1 套马术初级课程、1 种狗狗寄养服务等。今年比去年减少了 13 个商品，包括 1 款手包、1 种葡萄酒等，主要原因是商品停产。

今年涨幅最大的三件商品是：杭州四季酒店套房 (118.9%)、马爹利 (Martell) XXO (44.8%)、思琳 (Celine) Triomphe 经典亮泽牛皮革手袋 (34.0%)。

138 个商品中，43% 是进口商品。与去年相比，今年外

币汇率呈现不同程度的上升，截止今年 7 月 5 日，瑞士法郎兑人民币汇率以 17.3% 的涨幅高居第一，欧元、英镑、新加坡元、港币、美元、澳元、加元、日元分别上涨至 16.7%、14.9%、12%、7.9%、7.6%、6.1%、6.0%、2.0%。全球经济下行风险增加，主要发达经济体货币政策紧缩幅度放缓，国际金融市场形势仍存在不确定性因素。面对复杂的外部环境，我国外汇市场表现稳健，人民币汇率小幅升值，跨境资金流动更趋均衡。



3.2.1 奢侈品

手表和珠宝 涨价潮，愈演愈烈

今年，手表和珠宝板块的平均涨幅为 6.5%，经调研发现，“涨价”仍然是奢华珠宝和腕表市场的主旋律。

其中，卡地亚 Love 项链和手镯涨幅最大，高达 11.8%，售价 101.6 万元。其次是蒂芙尼 T 系列铺镶钻石方形手镯，涨幅 11.4%，售价 13.7 万元。位列第三的是卡地亚 Panthère de Cartier 戒指，涨幅 11.3%，售价 32.6 万元。

7 月 17 日，卡地亚母公司历峰集团发布 2023 年第一季业绩报告。在截至 6 月 30 日的三个月内，历峰集团

销售额同比上涨 14% 至 53.2 亿欧元，按固定汇率计算上涨 19%。报告期内，该集团在涵盖中国的亚太市场实现强劲反弹，抵消了美洲地区的疲软销售。按地区划分，亚太地区营收同比增长 40%，美洲地区则下降 2%。按业务分，卡地亚所在的珠宝部门收入上涨 19% 至 35.9 亿欧元，手表业务增长 6% 至 10.6 亿欧元。历峰集团董事长 Johann Rupert 指出，“由于去年底中国大陆取消了旅行和健康限制后，亚太地区的销售额恢复增长”。

手表和珠宝
平均涨幅

6.5
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——手表和珠宝

类别	手表和珠宝	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
高档手表	百达翡丽 超级复杂功能时计 5370P	2,305,000	5.9% ↑
高档手表	百达翡丽 Nautilus 5712/1A	396,500	4.4% ↑
高档手表	劳力士 蚝式恒动型手表 (型号 124300)	50,000	5.0% ↑
高档首饰	宝格丽 Serpenti Vipre 手镯 (白金, 型号 BR855231)	668,000	0.0% =
高档首饰	宝格丽 B.ZERO1 项链 (玫瑰金、陶瓷, 型号 346082)	25,900	0.0% =
高档首饰	卡地亚 Panthère de Cartier 戒指 (18K 黄金, 编号: N4767752)	326,000	11.3% ↑
高档首饰	卡地亚 Love 项链和手镯 (白金, 项链编号: B7013700, 手镯编号: B6035417)	101,600	11.8% ↑
高档首饰	蒂芙尼 T 系列 铺镶钻石方形手镯 (18K 黄金, 中号, 编号: 60153366)	137,000	11.4% ↑
黄金	黄金 Au99.95 (1 千克)	416,084	8.1% ↑
钻石	圆形钻石 1.00ct F vvs1	99,042	7.5% ↑

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

配饰和护肤品 频繁涨价逐渐成为常态化操作

配饰和护肤品板块的平均涨幅为 9.4%。

其中，思琳 Triomphe 经典亮泽牛皮革手袋的涨幅最大 (34.0%)，售价 3.0 万元。其次，普拉达羊毛大衣和连衣裙、Bose 700 无线降噪耳机的涨幅并列第二 (20.0%)，售价分别为 12.9 万元、2,999 元。位列第三的是香奈儿菱格纹皮穿链经典款女包，涨幅为 19.5%，售价 7.5 万元。频繁涨价，如今逐渐成为奢侈品牌的常态化操作。以香奈儿为例，疫情以来其提价速度之频繁、涨幅之大，引发了市场和消费群体的强

烈关注。回到 2020 年初，因为疫情影响，香奈儿关闭了欧洲多处工厂。而后为了对抗生产成本上升、全球通货膨胀等因素，香奈儿开始押注涨价策略，不断制造“稀缺性”，并筛选购买力强大的高净值客户。去年，香奈儿首席执行官 Philippe Blondiaux 接受外媒采访时透露，为加大对现有客户的保护和服务，品牌计划为高消费客户开设专属精品店，从而解决门店高峰期的客流量问题。据悉，香奈儿已经在北京 SKP 内部开设独立于常规精品店的私人沙龙。

配饰和护肤品
平均涨幅

9.4
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——配饰和护肤品

类别	配饰和护肤品	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
高档皮包	香奈儿菱格纹皮穿链经典款女包	74,900	19.5% ↑
高档皮包	路易威登 Mini Pochette Accessories 小手袋	5,550	3.0% ↑
高档皮包	迪奥 Lady Dior 小号手袋	47,000	11.9% ↑
高档皮包	思琳 Triomphe 经典亮泽牛皮革手袋 (黑色, 中号)	29,500	34.0% ↑
高档皮包	葆蝶家 Mini Jodie 迷你手提包	19,900	2.1% ↑
高档服饰	普拉达 羊毛大衣和连衣裙	129,000	20.0% ↑
高档服饰	杰尼亚 套装经典款 (黑色, 藏青色)	38,900	18.2% ↑
高档配饰	Berluti Alessandro Demesure 牛津鞋	20,200	6.3% ↑
高档配饰	菲拉格慕 VARA 女鞋	7,500	15.4% ↑
高档配饰	巴黎世家 Triple S 男士运动鞋	9,700	11.0% ↑
高档配饰	路易威登 TIME OUT 运动鞋	9,300	1.1% ↑
高档配饰	爱马仕 方巾 (90 厘米)	4,100	0.0% =
运动服饰	始祖鸟 Beta LT Gore-Tex 防水冲锋衣	5,400	7.1% ↑
高档护肤品	La Mer 海蓝之谜面霜 (60 毫升)	3,080	5.5% ↑
高档护肤品	SK-II 男士神仙水 面部精华 (230 毫升)	1,690	9.7% ↑
高端家电	三星 Neo QLED 8K 光量子点电视 (98 英寸级, QN90A)	110,999	11.0% ↑
高端数码	华为 最新款 (Mate X3, 羽砂黑, 超轻薄四曲折叠, 512GB)	15,999	-15.8% ↓
高端数码	苹果 最新款 (iPhone 14 Pro Max, 1TB)	13,499	3.8% ↑
高端数码	Bose 700 无线降噪耳机	2,999	20.0% ↑
高端数码	徕卡 M11 Monochrom 黑白摄影旁轴数码相机	71,000	4.4% ↑

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

高档烟酒茶 除了部分白酒，酒类全线上涨

高档烟酒茶板块平均上涨 8.1%，包括干邑、威士忌、葡萄酒在内的酒类在 2023 年呈现价格上涨的趋势。

据业内人士分析，今年 3 月起，酩悦轩尼诗帝亚吉欧洋酒公司（旗下拥有尊尼获加等等）率先涨价，掀起涨价潮。而后，人头马君度集团（旗下拥有布赫拉迪等）跟进，保乐力加集团（旗下拥有马爹利、芝华士、皇家礼炮等等）最后发招。酒业巨头的涨价关系到品牌定位和形象，更彰显了品

牌价值和市场地位。

白酒方面，今年“6·18”期间，不少酒企为缓解库存压力纷纷在各大电商平台大幅降价抛售，甚至电商平台零售价格低于线下经销售的批发价，导致白酒市场单价大幅下滑。白酒价格倒挂是供需关系失衡导致的，也是上半年中国酒行业调整新周期的阶段性问题。中国白酒市场目前已进入存量博弈阶段，价格波动也受到市场环境、品牌价值等因素影响。

高档烟酒茶
平均涨幅

8.1
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——高档烟酒茶

类别	高档烟酒茶	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅	
高档干邑	路易十三 LE MATHUSALEM 限量版 (6 公升)	840,000	9.3% ↑	
高档干邑	路易十三 经典装 (700 毫升)	25,399	4.2% ↑	
高档干邑	马爹利 XXO (700 毫升)	8,457	44.8% ↑	
高档威士忌	大摩 35 年苏格兰单一麦芽威士忌 (700 毫升)	116,349	16.4% ↑	
高档威士忌	芝华士 25 年苏格兰威士忌 (皮盒装, 700 毫升)	1,999	5.0% ↑	
高档威士忌	皇家礼炮 21 年苏格兰威士忌 (700 毫升)	1,170	12.1% ↑	
高档威士忌	尊尼获加 蓝牌调配苏格兰威士忌 (750 毫升)	2,100	5.1% ↑	
高档白酒	飞天茅台 53 度 (500 毫升)	3,394	-8.2% ↓	
高档白酒	洋河 蓝色经典梦之蓝 M9 52 度 (500 毫升)	2,335	-22.1% ↓	
高档白酒	五粮液 52 度十年 (500 毫升)	1,359	-11.2% ↓	
高档葡萄酒	拉菲古堡 红葡萄酒 (2019 年, 单支 1.5 升, 1 箱 12 支)	22,6656	20.0% ↑	
高档葡萄酒	奔富 BIN707 赤霞珠干红葡萄酒 (单支 750 毫升, 1 箱 6 支)	41,328	20.0% ↑	
高档香槟	美丽时光 定制款桃红香槟 (750 毫升)	2,999	0.0% =	
雪茄	高希霸 雪茄 bhk56 (10 支)	25,000	25.0% ↑	
雪茄	大卫杜夫 雪茄 2 号铝管装 (1 盒 20 支)	5,600	6.7% ↑	
茶叶	华祥苑 六星国缤茶 (100 克)	6,688	0.0% =	
茶叶	小罐茶 鉴赏款 特级普洱茶 (112 克)	6,600	10.0% ↑	

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

3.2.2 名校教育

名校教育 连续 13 年上涨

名校教育板块的平均涨幅为 6.4%，已连续 13 年上涨。

精英教育部分，清华大学经济管理学院 EMBA 学费为 82.8 万元，涨幅高达 21.8%。其次为长江商学院中国企业家 CEO 课程，学费为 170 万元，涨幅 7.6%。中欧商学院 EMBA 国际版学费为 75.8 万元，涨幅 4.4%，位列第三。据业内人士分析，商学院连续数年学费上涨，源于学校的运营成本、口碑影响力和品牌定位。学费是彰显品牌价值的要素之一，部分学校为了显示自身的品牌价值更高，往往

学费的涨幅更大。

子女国外教育部分，英国伊顿公学、英国威雅公学的学费分别比去年上涨 20.7%、16.5%。英国私立学校学费上涨的主要原因是：支付教师养老金、雇主国民保险缴费等。英国教育行业人士称：“从长远来看，私立学校的学费涨幅历来都会超过通货膨胀率，家长们需要为此做好准备。家长们还必须为学费征收增值税的威胁做好准备。这还不包括校服、体育活动和旅行等额外开支”。

名校教育
平均涨幅

6.4
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——名校教育

类别	名校教育	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅	
精英教育	长江商学院 中国企业家 CEO 课程	1,700,000	7.6% ↑	
精英教育	长江商学院 EMBA	900,000	0.2% ↑	
精英教育	中欧商学院 EMBA 国际班	758,000	4.4% ↑	
精英教育	清华大学经济管理学院 EMBA	828,000	21.8% ↑	
精英教育	浙江大学 新生代企业家研修班	58,000	2.1% ↑	
精英教育	北京大学光华管理学院 EMBA	728,000	0.0% =	
子女国内教育	北京顺义国际学校 (11-12 年级)	333,300	16.0% ↑	
子女国内教育	上海包玉刚实验学校 (1-3 年级)	168,000	0.0% =	
子女国内教育	香港哈罗公学 (1-5 年级)	217,145	8.3% ↑	
子女国内教育	深圳国际交流学院 (G1/A1)	258,000	4.0% ↑	
子女国内教育	广东碧桂园学校 (小中大班)	60,000	0.0% =	
子女国外教育	美国安多佛菲利普斯中学	503,285	13.0% ↑	
子女国外教育	英国伊顿公学	425,358	20.7% ↑	
子女国外教育	英国威雅公学	410,695	16.5% ↑	
子女兴趣培养	北京万国体育青少年击剑运动课 (10 小时)	6,048	0.8% ↑	
子女兴趣培养	上海维京旱地冰球俱乐部 (20 小时)	3,015	0.5% ↑	
子女兴趣培养	沈阳雪乐山畅滑年卡 (单板 / 双板, 6-17 岁, 132 课时)	29,800	0.0% =	
子女兴趣培养	上海太阳岛马术俱乐部英式马术初级课程 (60 点次卡)	17,800	0.0% =	

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

3.2.3 生活方式

房产 豪宅市场冷热不均

房产板块平均下跌 0.2%。

国内，跌幅最大的是上海世茂滨江（-21.2%），其次是上海浦东星河湾（-19.8%），跌幅第三的是杭州武林壹号（-19.5%）。相关数据显示，上海二手豪宅成交量在今年3月之后不断下降，7月成交量探底，仅成交不到100套。究其原因，收入预期下降影响购房需求，经济问题解决是根本。另外，8月下半月以来，局部地区新一轮疫情反复、极端天气等外部环境为市场带来更多不确定性。这种背景下后

期市场修复面临较大压力，市场信心的修复需要政策的进一步支持。

国外，旧金山（-3.3%）、悉尼（-1.4%）、墨尔本（-0.8%）的房价均有不同程度的下跌。新加坡（23.4%）、伦敦（16.4%）、纽约（11.4%）的房价则逆势大涨。据业内人士分析：越来越多的跨国企业和海外富豪移民新加坡，他们在当地大量购置房产，推动了房地产买卖与租赁市场的价格上涨。

房产
平均涨幅

-0.2
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——房产

类别	房产	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
国内房产	上海汤臣一品 (433 平米)	110,285,100	-15.1% ↓
国内房产	上海浦东星河湾二期 - 公寓 (500 平米)	60,150,000	-19.8% ↓
国内房产	上海世茂滨江 (278 平米)	34,166,200	-21.2% ↓
国内房产	北京紫玉山庄 (506 平米)	85,362,200	12.5% ↑
国内房产	北京缙合 (450 平方米)	75,150,000	-4.6% ↓
国内房产	杭州武林壹号 (640 平米)	76,736,000	-19.5% ↓
国内房产	深圳东海花园君豪阁 (316 平米)	40,384,800	11.1% ↑
国内房产	广州尚东柏悦府 (432 平米)	100,526,400	1.2% ↑
国内房产	香港太平山顶怡园 (270 平米)	95,503,569	-8.6% ↓
国外房产	伦敦公寓 (150 平米)	43,351,868	16.4% ↑
国外房产	纽约公寓 (150 平米)	46,270,277	11.4% ↑
国外房产	洛杉矶公寓 (150 平米)	36,121,580	5.0% ↑
国外房产	旧金山公寓 (150 平米)	14,990,890	-3.3% ↓
国外房产	波士顿公寓 (150 平米)	13,916,882	8.8% ↑
国外房产	新加坡公寓 (150 平米)	38,420,420	23.4% ↑
国外房产	温哥华公寓 (150 平米)	12,964,143	1.0% ↑
国外房产	墨尔本公寓 (150 平米)	11,142,561	-0.8% ↓
国外房产	悉尼公寓 (150 平米)	10,434,408	-1.4% ↓

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

休闲生活 户外运动风潮再起

休闲生活板块的涨幅为 1.6%。涨幅前三位：雪峰 LandLock 别墅帐 (29.6%)、浙江富春山居高尔夫俱乐部入会费 (23.2%)、红龙鱼 (14.2%)。

从去年开始流行的“露营”风潮火爆到今年，根据调研发现，中国高净值人群对户外设备的齐全度要求更高，更讲究仪式感和社交属性。

2021-2023 年，淘宝天猫“户外”搜索量同比增长

659%。2022 年，露营市场在天猫率先突破百亿大关。2023 年，在露营保持较高增速的同时，大户外整体成交规模达到千亿，是露营的 8.5 倍。而在《京东户外露营消费趋势报告》中，同比去年，京东线上户外露营新商家数量增长 17%。其中，露营装备、烧烤用具品类商家数量为最多。统计得出，帐篷占据露营装备过半份额，天幕增速超 600%。

休闲生活
平均涨幅

1.6
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——休闲生活

类别	休闲生活	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
高尔夫入会费	北京华彬高尔夫俱乐部 (家庭卡, 终身制)	1,280,000	0.0%
高尔夫入会费	上海佘山国际高尔夫俱乐部 (终身制)	3,250,000	3.2%
高尔夫入会费	深圳观澜湖高尔夫俱乐部 (特许钻石会员卡)	2,600,000	0.0%
高尔夫入会费	浙江富春山居高尔夫俱乐部 (单记名卡)	1,700,000	23.2%
俱乐部入会费	北京香港马会会所	500,000	0.0%
婚宴酒店	北京柏悦酒店婚宴 (30 桌)	326,640	0.0%
婚宴酒店	杭州香格里拉酒店婚宴 (30 桌)	209,640	1.0%
健身	嘉里健身 (个人, 年卡)	25,500	0.0%
健身	Pure Fitness 健身 (个人, 年卡)	15,000	7.1%
户外用品	雪峰 LandLock 别墅帐 (6 人, 货号 TP-671R)	13,999	29.6%
宠物	狗狗寄养服务 (经典客房, 10 晚)	2,880	3.6%
宠物	布偶猫	14,000	-12.5%
观赏鱼	红龙鱼	9,000	14.2%
玩具	乐高星球大战系列 AT-AT (货号 75313, 颗粒数 6785)	7,599	0.0%
艺术品	2022 胡润中国艺术榜平均成交额	23,200,000	-46.0%

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

奢华旅游 酒店价格短期波动明显，旅游经济复苏

奢华旅游板块的平均涨幅为 2.3%。涨幅前三位：杭州四季酒店套房（118.9%）、上海半岛酒店行政套房（10.7%）、上海香格里拉酒店总统套房（9.6%）。

通过电询杭州四季酒店了解到，今年中秋国庆前夕，由于人流量处于高峰期，且酒店地理位置极佳，前往旅游景区和交通枢纽站都很便捷，所以导致了价格火爆上涨。

经文化和旅游部数据中心测算，2023 年中秋节、国庆节假期 8 天，国内旅游出游人数达到 8.26 亿人次，按可比口径同比增长 71.3%，按可比口径较 2019 年增长 4.1%；实现国内旅游收入 7,534.3 亿元，按可比口径同比增长 129.5%，按可比口径较 2019 年增长 1.5%。中秋遇上国庆，“前半程团圆、后半程旅游”特征较为明显，群众假日出游意愿得到集中释放，中远程旅游实现较高增长，主要旅游目的地及热门景区消费活跃度持续高位运行。

根据 2023 年一季度半岛酒店所在的万豪国际酒店集团财报数据显示，2023 年一季度，营业收入为 56.15 亿美元，同比增长 33.72%；净利润 7.57 亿美元，同比实现翻倍增长。旗下全球酒店 RevPAR^①同比增长 30%，其中美国和加拿大增长 25.6%，国际市场增长高达 63.1%；OCC^②同比增长 11.2%；ADR 同比增长 11.3%。可见，万豪国际一季度的市场入住率和客房收入是较为可观的，而这也受益于中国国内市场的复苏。

① RevPAR: Revenue Per Available Room 的缩写，指每间可供租出客房产生的平均实际营业收入。这是国际酒店业普遍采用的衡量手段，反映的是以每间客房为基础所产生的客房收入，因此能够衡量酒店客房库存管理的成功与否。

② OCC: Occupancy Rate 的缩写，指入住率。这是酒店行业中常用的指标，用以衡量酒店客房的使用率。

奢华旅游
平均涨幅

2.3
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——奢华旅游

类别	奢华旅游	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
酒店	海南土福湾嘉佩乐度假酒店 海景套房 (6 晚, 2 个家庭)	446,172	-18.0% ↓
酒店	长白山柏悦酒店 套房 (6 晚, 6 人)	112,392	-7.9% ↓
酒店	上海安缦酒店 总统套房 (2 晚, 1 人)	126,500	0.0% =
酒店	上海宝格丽酒店 景观套房 (2 晚, 4 人)	93,280	-8.3% ↓
酒店	上海香格里拉酒店 总统套房 (1 晚, 1 人)	57,000	9.6% ↑
酒店	上海半岛酒店 行政套房 (2 晚, 1 人)	12,018	10.7% ↑
酒店	北京柏悦酒店 行政套房 (2 晚, 1 人)	20,480	-10.4% ↓
酒店	杭州四季酒店 套房 (2 晚, 1 人)	45,590	118.9% ↑
旅游	云南 松赞全程管家团 (9 天, 2 个家庭 6 人)	120,150	-27.0% ↓
包机	北京往返三亚 (达索猎鹰 7x, 8 人, 7 天 6 晚)	700,000	-24.7% ↓
包机	上海往返大理 (湾流 G450, 8 人, 4 天 3 晚)	550,000	-15.4% ↓
包艇	上海外滩游览 (12 人包艇, 96 尺, 3 小时)	48,000	0.0% =

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告



游艇和飞机 市场复苏态势明显

游艇和飞机板块平均上涨 14.8%。游艇部分，阿兹慕飞桥 78 售价 5,112 万元，对比去年价格，上涨 13.6%。法拉帝 670 售价 1,705 万元，上涨 7.8%。意大利阿兹慕 - 贝尼蒂集团副总裁 Giovanna Vitelli 在媒体上透露：公司 2022 年的营业额为 12 亿欧元，并承诺在未来四年内投资 1.3 亿欧元。她指出，低融资和全球分销是集团上升轨迹的关键组成部分。“恢复力的秘诀”是拥有 12 至 110 米的船队，这使得阿兹慕 - 贝尼蒂能够根据市场情况在大型和小型游艇之间转移。

公务机部分，达索猎鹰 10x 售价 5.4 亿元，涨幅高达 26.5%。庞巴迪环球快车 8000 和湾流 650 分别售价 5.6 亿元、4.5 亿元，上涨 15.0%、11.1%。今年，庞巴迪中国董事长张剑炜对媒体透露：“目前，庞巴迪‘环球’和‘挑战者’两大家族系列公务机在全球供不应求，中国市场随着后疫情阶段的到来正在恢复，目前庞巴迪公务机占据三分之一的市场份额。同时，更多的中国用户对大型、更快和超远程的公务机情有独钟。”

◆ 中国高净值人群消费价格指数——游艇和飞机

类别	游艇和飞机	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
公务机	湾流 650	451,943,750	11.1% ↑
公务机	庞巴迪环球快车 8000	564,025,800	15.0% ↑
公务机	达索猎鹰 10x	542,332,500	26.5% ↑
游艇	阿兹慕 飞桥 78 (24 米)	51,116,650	13.6% ↑
游艇	法拉帝 670 (20 米)	17,052,888	7.8% ↑

游艇和飞机
平均涨幅

14.8
%

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

高档汽车 市场平稳，价格微涨

高档汽车板块的平均涨幅为 1.0%。

今年汽车板块中，涨幅最大的是宾利添越 SUV，售价 310 万元，涨幅 14.9%。其次是劳斯莱斯幻影加长版，售价 1,200 万元，涨幅 7.0%。第三位是法拉利 Monza SP3，售价 1,605 万元，涨幅 6.1%。

2023 年成都车展期间，宾利汽车中国内地及香港、澳门执行总经理、大众汽车（中国）销售有限公司集团总经理 Kim Airey 在接受媒体采访时，表示：“在一些西方国家，大部分车主倾向于选择比较暗和深的颜色，包括漆面、内饰、皮质等。在技术选配方面，更加注重操控感和澎湃的驾驶性能，并同时反映在车型选择上——人们更倾向于欧陆

GT 和标准版轴距的添越。添越长轴距版是基于中国客户的需求，专为中国市场打造的车型，推出后很受欢迎。当然，这款车型后来在全球各个市场也都受到好评。此外，中国客户对于漆面和其它颜色的选择更加多元，更喜欢比较亮、比较华丽的颜色。”

今年新增一款高端自行车：捷安特 XTC 29 1 山地自行车，售价 6,998 元，涨幅 1.4%。近些年，自行车骑行正成为人们解锁户外运动的新方式。根据《2022 年中国自行车行业调查报告》数据显示，近两年，一二线城市消费者成为中高端自行车的消费主力军，其中，万元级别自行车最受欢迎，8,001-30,000 元区间占比将近 50%。

高档汽车
平均涨幅

1.0
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——高档汽车

类别	高档汽车	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅	
商务汽车	奔驰 S500 加长版	1,845,300	0.4% ↑	
商务汽车	奥迪 A6L Quattro 运动款	584,800	0.5% ↑	
行政商务轿车	劳斯莱斯 幻影加长版	12,000,000	7.0% ↑	
行政商务轿车	宝马 X5 xDrive 40Li 尊享型 M 运动款	789,000	2.2% ↑	
跑车	法拉利 Monza SP3	16,045,341	6.1% ↑	
跑车	保时捷 911 Turbo	2,363,000	0.9% ↑	
电动车	特斯拉 Model S Plaid (三电机全轮驱动版)	828,900	-6.9% ↓	
电动车	蔚来 ES6 性能版	338,000	-17.2% ↓	
电动车	小鹏汽车 G3 520i	176,900	-2.7% ↓	
电动车	比亚迪 元 PLUS 冠军版 (510KM 卓越型)	163,800	2.5% ↑	
SUV	宾利 添越 SUV	3,100,000	14.9% ↑	
SUV	路虎 发现 360PS R-Dynamic SE	818,800	3.8% ↑	
自行车	捷安特 XTC 29 1 山地自行车	6,998	1.4% ↑	

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

3.2.4 大健康

大健康 疫情推动下，健康消费更积极

大健康板块平均上涨 3.7%。

其中，涨幅最大的是美中宜和 自然分娩标准间 (31.5%)，第二是汤臣倍健 胶原蛋白液态饮口服液 (13.0%)，第三是宝格丽水疗 Lulur 双人护理 (11.6%)。

字节跳动旗下的小荷健康完成对高端私立妇儿医院美中宜和的全资收购，交易价格大约 100 亿人民币。借由本次收购，美中宜和超过了 2019 年以 12.3 亿美元估价出售的和睦家，成就私立高端医疗服务领域内的百亿身价。业内人士指出，随着新冠疫情的发生，线下医疗压力增大，C 端用户对线上医疗的需求激增，在线问诊和医药电商平台成为互联网医疗企业扩大收入的手段之一。

胶原蛋白液态饮口服液、益生菌、复合维生素片等营养补充剂正逐渐走进中国高净值家庭的生活中，在后疫情时代，人们越来越注重高品质的养生生活。



大健康
平均涨幅

3.7
%

◆ 中国高净值人群消费价格指数——大健康

类别	大健康	2023 年价格 (人民币)	平均涨幅
养老	杭州 海月随园嘉树养老社区 (50 平米，一室一厅，长租 15 年，不含服务费)	690,000	7.8% ↑
补剂代餐	汤臣倍健 胶原蛋白液态饮口服液 (365 瓶，每瓶 6 克)	7,695	13.0% ↑
健康监测	鱼跃呼吸机 (YH-725)	11,000	1.9% ↑
体检	慈铭体检 (焕新甄享套餐)	5,999	-3.0% ↓
生育	美中宜和 自然分娩 (标准间，3 晚)	60,512	31.5% ↑
生育	萌诺月子护理 (总统套房，28 天)	268,000	3.5% ↑
水疗	宝格丽水疗 Lulur 双人护理 (180 分钟)	9,680	11.3% ↑
医美	碧莲盛 种植发际线 (毛囊数量：800 单位)	20,000	-28.6% ↓
抗衰	免疫细胞疗程 (1 个疗程 3 次)	298,000	0.0% =
心理	安肯心理咨询 (1 对 1，50 分钟)	2,500	0.0% =

数据来源：中信保诚人寿「传家」·胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告

第四章 高净值客户专访摘录

锁定长期的现金流， 我对未来生活就有了掌控感



胡润百富：先介绍一下您的职业和家庭概况吧。

都女士：我有自己的品牌和公司，从事女性创业和大健康行业，公司在北京和杭州。祖籍山东烟台，家庭结构有爱人、孩子和父母。

胡润百富：日常家庭消费中占比最大的三项内容是？

都女士：第一是健康管理类支出。我从事于健康行业，所以对身体健康特别重视。如果健康是1，那么其他应该都是0，一切的基础都要有健康的保障。每年都会带家人进行干细胞的回输和血液净化理疗等项目，除了医学方面的康养，个人平时还喜欢健身运动，医养和运动相结合，我认为是对健康的负责。

第二是学习成长类支出。由于家人都比较爱学习，所以潜移默化中明白学习是不能止步的，站在巨人的肩膀上看风景才能提升全局思维。我经常参加国内外知名老师的课程以确保自己能够掌握更多的商业资讯和商业动态。

第三是旅游休闲类支出。人生除了

工作，更应该注重生活，工作应该是为生活服务的，而不应该成为工作的奴隶。所以每年会拿出一些时间带着家人一起旅行，适时的放空才能更好出发。

胡润百富：最近您关注到哪些宏观经济形势 / 政策话题？

都女士：相信这些关注点应该是很多企业家经常考虑的共性问题而非我个人的个性需求。近期和很多企业家朋友们交流中涉及的很多关键词总结一下为：金税四期、税务改革、通货膨胀、经济趋势等。

胡润百富：您目前家庭的资产配置情况如何？

都女士：流动资金会配置基金和股票，还会配置一些随时可以赎回的活期理财，以便做生意资金周转。也有封闭期比较长的基金。但受疫情的影响，市场经济下行，就适当减少了股权类基金投资。

胡润百富：您目前的投资风险偏好是怎样的？与过去几年相比，有什么改变？

都女士：比起投资，我个人现在更喜欢

“财富管理”这个词。经过几轮金融周期后，我认为现在的财富管理行业比过去 10 年、20 年更为成熟，它正朝着一个更加丰富全面的趋势发展。资产配置时代我认为相比于过去单一产品需求到现在会更注重安全性、稳健性、长期性。

胡润百富：您打算几岁开始做传承安排？

都女士：二三十岁的时候，更多考虑的是创造财富的问题，现在随着年纪增长和原始财富的累积，以及当下的市场环境，让我越发意识到财富传承的重要性。近年来，宏观环境受不确定性笼罩，黑天鹅事件层出不穷，各类资产波动加剧，相信很多企业家投资心态也发生了微妙的变化，我当然也不例外。资金安全问题会让我的投资变得更加谨慎。现在采取更稳健的策略不失为一个比较理性的选择，所以我在去年年初就按照“先保护，再增长”的资产配置策略。同时银保监会下发《关于调整信托业务分类有关事项的通知》，明确未来信托业务分为资产管理信托、资产服务信托、公益/慈善信托三大类，尤其强调资产服务信托项下的财富管理信托，给了我非常有效的工具，家庭的资产隔离与保护，针对未来场景化需求的规划和安排等等，都促使我更好的考虑并解决财富传承的问题。

胡润百富：您觉得“现金流”包含哪些方面？

都女士：对现金流的理解，我自认为相对深刻。第一，经营性现金流。第二，融资性现金流。第三，投资性现金流。在企业的经营过程中，有这三种现金流，才是稳定且健康的。

胡润百富：您认为未来现金流需要提前安排吗？

都女士：当然，现金流是需要提前规划的。人无远虑，必有近忧，要提前想到未来可预见性现金流的刚性需求场景，提前做好确定性财富的规划与配置，否则就像我之前一样总感觉挣了再多的钱都不够，要预留的资金太多了。

胡润百富：您是否已经提早规划养老、孩子教育？

都女士：第一，随着国家人口老龄化的趋势，未来自己的品质养老是我最关注的，所以首先给自己配置了充足的养老金，保证未来的高端医疗和品质康养。第二，我从孩子出生到 30 岁规划了充足的资金，用来支持孩子的学业和创业资金的需求。第三，未来我给后代传承的财富已经做了一个明确的规划，用信托的方式把爱和责任延续下去。第四，会预留一些可以相对灵活支配的储蓄金，并且配置终身锁定利率

的复利计息的产品。“做好创富，能收获一时富裕；做好守富，能安享一世富裕；做好传富，能成就世代富裕。”这是我的家族责任和使命。

胡润百富：您是否体验过家族信托，或者保险金信托？

都女士：已经做了信托的相关配置。由于现阶段的市场环境变得更加复杂，我相信财富规划与传承、风险隔离以及资产配置将成为多数中产家庭的刚需。而家族信托和保险金信托可以很好的解决这些风险。信托能够为我做好三件事：一是财富规划与安排；二是财富资产的科学配置；三是委托方全生命周期的财富管理和增值服务。

胡润百富：谁可能会影响您的购买决策？

都女士：我认为人生这场戏是要自己去演绎的。当然这份底气也得来源于过程的努力。在家庭当中，我觉得经济基础决定上层建筑，因此自身首先要有创造财富的能力，我在家里管理财务的主动权还是有的，所以我可以按照个人意愿进行选择。我的认知将会成为我购买的主要因素。以前我跟很多金融机构合作过，但是以往金融机构都是以产品销售为主要目标，没有涉及到专业的理财服务和长期规划功能。但是通过中信保诚人寿，我发现一个好的理财规划师，不是简单的产品销售，更多的是能够给予客户综合性的理财规划服务。

胡润百富：您对目前财富状态作何评价？

都女士：在没有遇到中信保诚人寿之前，我是没有做财富规划的。即使很多人认为我已经积累了很可观的财富收入，但是只有我自己知道内心的焦灼。第一，做企业的都明白创业存在很多的不确定性因素，当下的良好势态并不能代表长久的未来。有多少风靡一时的大型企业在顷刻间轰然倒塌，曾呼风唤雨的企业老板也会在一夜间回到解放前，甚至过得还不如平民百姓，这种案例屡见不鲜，正是因为这些前车之鉴让我会一直存在不安全感的困扰。第二，在未做家庭资产配置之前，手里的很多现金花费的随意性很强，看似生活惬意但却没有明确规划，很多现实问题并没有得到确定性的解决，比如父母和自己的养老问题、子女未来精英教育的费用支出等。为了应对未来的各种不确定性和维持高品质的生活，现在的我不得不创造更多的财富以应对接下来的需求。但是在做完财富规划之后，我瞬间释然了，未来的很多不确定因素现在已经通过财富规划变成了确定性的未来，现在真正可以做到没有负担的去经营一份自己热爱的事业。

把保险作为保障和资产管理的有效工具去配置



上海 | 苏先生

行业 环保行业
本人年龄区间 50-59 岁
孩子年龄区间 10-19 岁

胡润百富：先介绍一下您的职业和家庭概况吧。

苏先生：我是上海人，从小到现在都是在上海。工作上，我现在从事的是服务行业，有害生物防治行业，这是个比较小众的行业，也是发展比较快的一个行业。家里只有一个小孩，她现在在国内读高中，还没有出国。

胡润百富：日常家庭消费中占比最大的三项内容是？未来将提升/收缩哪一部分的消费？

苏先生：主要是小孩的教育、然后日常的衣食住行，剩下的我可能就是假期消费，以及买点理财产品。在近期的未来，严格意义上来说，我整体的消费都要压缩一下。因为确实疫情以后，我公司的状况都不太理想。当然，孩子的教育，不会压缩得很多，可能在这方面会压缩一部分。

胡润百富：最近您关注到哪些宏观经济形势/政策话题？

苏先生：跟行业有关的会关注多一点，因为我现在的公司有来自欧洲的投资方，所以跟投资方有关的信息，平常的财经新闻，特别是跟我这个行业投资相关的新闻，都会有一些关注。

胡润百富：请问您对目前财富状态作何评价？

苏先生：我觉得衣食住行可能没有太多的担忧的地方。但是，在事业这

个层级上，我可能有一些自己想做的事情，但现在可能还没做到。至少到目前为止，还没有办法脱开现在这个工作，或者是现有的这个环境去做自己想做的事情。不知道是不是自己想“高”了。到了一定的经济状况的时候，会去想小时候一直在想，但是没有尝试去做的那些事情。那么这个可能还是需要等待一段时间。

胡润百富：请问您目前家庭的资产配置情况如何？主要配置了哪些金融投资产品？

苏先生：主要是公司的经营收入和一些保险。理财有一部分，但是比重并不大，可能 20% 都不到。平常也会有一些其他的收入，比如和一些朋友去做投资，或做一些类似咨询的服务，每年会有一部分收入。

胡润百富：长远来看，您配置的资产主要有哪些用途？

苏先生：可能到了一定的阶段，比如说小孩读了大学，或者开始工作了。那么这个时候我不确定是否在小孩的教育方面还会持续投入。如果有变化的话，那可能更多地会倾向把那部分资产全留下。至于家庭的其他成员，相对来说，他们的资产比较充裕，所以应该也不会需要我特别的资产配置。

胡润百富：请问您打算几岁开始做传承安排？

苏先生：这个话题真的是比较微妙。严格来说，现在还没有仔细去考虑过这件事情，毕竟小孩现在还小。那么我自己的理解应该是当小孩开始工作了，到了较为稳定的一个阶段，我可能才会仔细去想，应该以什么样的一个方式去传承给他。现在有一部分考虑就是，部分的资产通过保险的方式，已经开始做一些准备，把更多的一些资产打包怎么传承，感觉上可能还是要在未来十年再安排，比如说等小孩再大点，稳定地有自己的生活的时候，再做这方面的一些考虑。

胡润百富：您觉得“现金流”可以包含哪些方面？

苏先生：就我们这代人，当然最主要的肯定是本职的薪酬及激励奖金。其次，比如说自己搞了一些活动的时候，可能会产生一些额外的收入，这些活动不一定是这个专业直接相关的，也不是稳定的。还有第三部分就是理财的部分。但是我平常并不特别关注。因为我自己的感觉，理财得到真正的收益，它其实是一个长期性的，差不多每四到五年，我会去清理自己的一些理财产品，发现它们还是赚钱的。

胡润百富：您认为未来现金流需要提前安排吗？还是倾向于储备一大笔钱以后随需随用？

苏先生：应该是前一种，就是会去做一些安排，但并不会留过多的现金。相对来说行情比较好的时候，可能就会去多投几轮。包括保险、理财产品。

胡润百富：您预计未来自己和自己的家庭在哪些时间节点会有大笔开支？大笔开支主要用于？

苏先生：如果小孩真的未来必须出国的话，可能至少要留个 300 到 500 万之间，让她能够正常地在海外发展。至于个人养老这个层面，我之前买的保险其实也不少。可能真正自己到老的时候，需要的现金非常有限。主要是需要医疗方面的一些保障，可能未来还会考虑，比如说到比较好的养老院去生活。未来在养老方面，可能更多地会考虑到到底是投资，还是准备一笔钱给自己养老，这个我到目前还没有完全想清楚。

胡润百富：如果您有自己的企业，您认为您在哪一阶段？当前您有哪些忧虑？

苏先生：应该是平稳的发展阶段，还没有考虑过要上市。

因为自己的年龄其实也已经到了职业生涯的后半阶段。在疫情前，我是有考虑过快速发展。特别在 18、19 年的时候。但是五年前的那种比较乐观的想法，因为受疫情的影响，现在已经没有了，现阶段还是以平稳为主，至少在两年之内要确保正常的营收、及盈利。

胡润百富：您为什么选择了中信保诚人寿产品？

苏先生：我很早就购买了，如果缺点过多，那我可能之前就暂停在保险上的投入了。其实以前我是比较抵触的，凡是保险顾问推荐，我基本上不会买。到后来才有机会慢慢接触到比较好的顾问，我才去做了这方面的尝试。整体上对现在保险产品和服务都是比较认可的，顾问可能不是单纯地卖保险，而是帮助他的客户做好的配置，包括给到一些更好的配置资产的建议，我现在主要是把保险作为保障和资产管理的有效工具去配置。



规划传承与未来现金流 帮助我防范很多风险



青岛 | 李女士

行业 健康行业
本人年龄区间 30-39 岁
孩子年龄区间 10-19 岁

胡润百富：先介绍一下您的职业和家庭概况吧。

李女士：我是济南人，2003 年来青岛上学，目前在经营一家头疗会所。家里三口人，有一个闺女，11 岁。

胡润百富：您目前的投资偏好是怎样的？

李女士：最看重的是稳定，太高的收益伴随太高的风险。前两年资产缩水很严重，而且国家政策方面我没有太多研究过，所以不会去做一些风险高的配置。

胡润百富：您投资最主要的目的是什么（本金安全、稳定增长、快速增长、财产保护、如预期传承等）？

李女士：我不奢求快速增长，风险高快速获得收益的这种方式，不是我的特长。能保住现在的钱，稳定增长，然后才可以传承下去，是我最看重的。

胡润百富：您目前家庭的资产配置情况如何？

李女士：大部分是保险，然后设立的保险金信托，还有就是房产和基金。对于如何分配未来孩子的教育和结婚金、母亲的养老金，我都写好条款放到信托里了。

胡润百富：您如何定义“现金流”和“现金流管理”的概念？

李女士：现金流，肯定很重要。你不管干什么，随时需要的时候，都能拿出钱来。至于现金流管理，我最在意孩子的

教育问题、母亲的养老问题，目的就是就算我不在了，有一个稳定的现金流能够支持她们，让她们依旧能够长久地生活得很好。

胡润百富：如果您拥有多套房产，您有哪些忧虑？

李女士：我当时买这些房子的时候，年纪比较小，其实我的初心也没有想到它们能给我挣多少钱，只是在我能力范围以内，买了我认知内的房子。目前都出租出去了，除了一些物业费，还会涉及一些税费的支出，但还没有做过具体规划。

胡润百富：未来哪些人生事件对您而言非常重要？

李女士：我母亲和我闺女是最重要的。可能更重要的是母亲的养老，因为孩子毕竟是年轻的，她有能力去赚钱。我也相信她以后有她自己的未来，不用我管的情况下，她依然可以生存，是独立的人。但是母亲年龄越来越大，我希望她有一个特别健康的身体，一个特别好的晚年。至于我自己的养老，我从来没有想过这个问题，因为我觉得人生就是不要想太多，只要活好当下这几十年，在你有限的时间里过得开心。

胡润百富：您一般通过哪些渠道了解现金流管理方面的知识？

李女士：我很重视现金流的管理，但是确实缺乏了解的途径，专业性也没有那



么强，还是需要专业人员去处理。以前我买过一些高风险的理财，都是大起大落。

胡润百富：当您在选择购买保险时，看重保险公司哪些方面的表现？

李女士：我考虑的是既然我在大陆生活，就要选择一个在大陆地区最可信的保险公司。曾经有人推荐过一些香港或者国外的保险公司，但都不是最适合我的。为什么会选择中信保诚呢？主要是考虑到它在国际上非常知名，又有中资背景，幸运的是，在选择中信保诚的时候，碰到他们的顾问的水平也很高。真正影响我选择的是，当我碰到问题了，他能帮我解决，给我很踏实的保障。

胡润百富：您了解中信保诚人寿的年金险吗？您认可哪项年金险的服务功能？

李女士：都挺好的，尤其是规划传承与未来现金流的功能，可以让我省心，它能在一定程度上帮助我防范很多的风险。

胡润百富：您了解中信保诚人寿的保险金信托增值服务吗？您认为哪项保险金信托的增值服务功能是对您最重要的？

李女士：都挺重要的。最重要的是安全性高。不像买期货等等，风险太高，让很多中产的资产缩水。我觉得自己头脑还挺清晰的，年纪很小就下手配置了保险，比起那些年龄比我大的朋友，他们在很晚的时候买保险，其中的保费差了很多。人是很矛盾的，在他年轻的时候，资产又少，根本没有买保险的意识，等到年龄大了，有意识了，身体又没有年轻时那么好了。所以，这个思想的转变很重要。

选择年金险是因为 它能锁定一部分稳定的收益



武汉 | 舒女士

行业 电子外贸行业
本人年龄区间 30-39 岁
孩子年龄区间 10-19 岁

胡润百富：先介绍一下您的职业和家庭概况吧。

舒女士：我来自湖北武汉，家里情况是一家三口，我是做外贸行业的。基本情况就这些。

胡润百富：日常家庭消费中占比最大的三项内容是？

舒女士：占比最大的就是孩子的教育。

胡润百富：过去半年到一年，您的收入来源的主要组成部分有哪些？

舒女士：我的主要收入来源就是我经营企业的收入。

胡润百富：您目前家庭的资产配置情况如何？主要配置了哪些金融投资产品？

舒女士：股票、基金我都不怎么去投，可能就是给孩子买了一些保险产品，分红类型的，这些比较多。

胡润百富：金融投资产品、保险、存款、不动产的配置资金比例如何？

舒女士：房产占比不到 20%。保险占比可能 15% 左右。剩下的都是现金。

胡润百富：长远来看，您配置的资产主要有哪些用途？

舒女士：自己的养老，然后大部分的还是为孩子考虑得多一些。

胡润百富：您计划将以总资产的多少比例用于传承？

舒女士：想过，但是目前全球经济发展的不确定因素比较多，所以产品也好，保险也好，怎么去传承，还不是很好说。

胡润百富：您如何定义“现金流”？

舒女士：我觉得基本上就像自己的收入就属于现金流。其他的东西变现也不是那么方便。我认为只有实实在在握在你手头上的钱，这个才能算现金流。保险一定程度上也可以算现金流，在应急需要现金的情况下，我觉得保单贷款流程挺快捷的。

胡润百富：您认为未来现金流需要提前安排吗？还是倾向于储备一大笔钱以后随需随用？

舒女士：我会存一些，但是我也不会储存特别大的一笔钱。反正就是让我在各种方面能灵活支配就行了。

胡润百富：您预计未来自己和自己的家庭在哪些时间节点会有大笔开支？大笔开支主要用于？

舒女士：大笔的开支可能就是我的孩子出国留学的时候需要一些钱，比如保证金等等。目前我觉得没有其他可能会需要大笔现金支出的。

胡润百富：需要多少现金流才足够？

舒女士：孩子明年一月份就要出国上高中了。从他去到他回来为止，我觉得至少应该是五、六百万吧。

胡润百富：如果您有自己的企业，您认为您在哪一阶段？当前您有哪些忧虑？

舒女士：目前属于守业阶段。肯定是要不断地去创新和改变，担心做得不够好，企业能不能长久地发展下去，这个肯定会有有一定的忧虑的，我觉得每个做企业的人应该都会有这些想法吧。

胡润百富：如果您拥有多套房产，您有哪些忧虑？

舒女士：我现在的办公室已经在缴房产税了。我现在是有多套房，但是我也可能在这个时候一下子去把它们都卖了，所以对于这些事，我倒没有太多地去忧虑或者担心什么。

胡润百富：如果您有大量现金，会考虑投资哪些金融产品？请按照重要性排序（基金、债券、股票、期货、信托、保险）。

舒女士：我可能首先考虑信托、保险、基金。我还是比较求稳的。其它我是应该不会考虑的。

胡润百富：过去三年，您是否尝试过用金融工具管理现金流？

舒女士：有。年金险还买得挺多的。

胡润百富：如果您将当下流动资产的大部分转化为年金险，去保障长期现金流，您愿意吗？您有什么顾虑和担忧？

舒女士：我个人是觉得如果我有一部分多余的资金的话，那我肯定会选择这个年金险，它能锁定一部分稳定的收益，这是主要的一部分原因。更多的一部分呢，是考虑到想把钱定向传承给我的孩子。基本上都是给小孩子买得多，就是可以指定到他本人的现金流，这个东西就是给他的，所以选择这个年金险。因为每个人自己赚的钱，他最大的想法应该是给到自己的孩子嘛。

胡润百富：您通过哪种渠道购买了中信保诚人寿产品？

舒女士：最早应该是我们公司的很多员工都购买了中信保诚的产品，而后介绍我认识了保险顾问。再通过认识保险顾问，才了解中信保诚的。

胡润百富：您认为家庭现金流管理的目的是什么？

舒女士：说实话，我觉得现在可能第一个是经营企业需要现金流，再就是未来孩子的一些买房需求，和他现在的学习，这肯定都是需要现金的，主要是这两方面，其他的都还好。



增值服务 带来增信价值



上海 | 胡女士

行业 设计行业
本人年龄区间 50-59 岁
孩子年龄区间 10-19 岁

胡润百富：先介绍一下您的职业和家庭概况吧。

胡女士：我是上海人，90年代初去了日本留学，并获得了早稻田大学建筑学学士及硕士学位。毕业后在日本矶崎新工作室就职，2005年回国任“矶崎新+胡倩工作室”联合创始人，是日本一级注册建筑师、英国皇家特许注册建筑师。我和团队主要设计了深圳文化中心、北京中央美术学院美术馆、上海喜玛拉雅中心、上海交响乐团音乐厅、朱家角谭盾“水乐堂”等等。

胡润百富：您理想的财富状态是怎样的？达到该状态的标准是什么？

胡女士：我不是那么激进的人，财富管理比较保守。在经营公司上，我根据自己的价值观挑选项目。这几年建筑业是存量时代，我自己还是有信心的，至少在做文化事业时现金流还能平衡，当然我也希望国家能早日有新政策来刺激行业，同时我们也还得要开辟其它的一些生存路径。关于家庭的考虑呢，以前也是以存款为主，最多买些基金等，现在就是先把孩子教育和自己养老规划提上日程。

胡润百富：您目前家庭的资产配置情况如何？主要配置了哪些金融投资产品？

胡女士：早期我在日本挣的工资和家族遗产，都花在上海买房子了。不过2006年以后，我就停止了买房开始买基金，基本是固收，因为我是稳健型的。未来

我打算有机会的话建造一个小型私人美术馆，用来放置我多年收藏的日本新达达派的艺术及建筑家作品，还有我收藏的三宅一生的服装，大概1000多件吧，我穿了他的衣服30多年了。之前一直买房子，也是因为东西实在太多了，放不下，算是误打误撞。关于这些投资，一方面是家族传统培养的眼光，另一方面，是我对钱不是特别在乎，当时买房子，上午看对眼，下午就买了。考虑到未来可能有遗产相关税收政策，我再不敏感的人，也得规划起来，于是我就想把有些房子置换出来，留给孩子做教育金，这个是初衷。

胡润百富：您打算几岁开始做传承安排？什么原因促使您考虑“传承”这件事情？

胡女士：从小爸妈给我的，就是精神上富养的状态，在当时国家尚不富裕的历史背景下，他们都没让我觉得环境如何艰难，而是从小教会我去欣赏美，教育我去贡献社会。所以我现在所拥有的那些财富的支配，对我孩子也这样教育的。我在中信保诚配置了年金产品和教育基金，取得的资金将来都可以作为教育基金留给孩子，除此之外，则都要靠孩子自己了，我认为如果她不能自己赚钱，不能对社会有贡献，我留钱给你，也无意义。而剩下的钱我会去做私人艺术馆，具体我还没有想好，也可能是一个图书馆兼顾的艺术馆，因为我前面也说到手上有一些收藏品，除了投资以



外，更多的是喜好。如果孩子感兴趣，就交给她打理，如果她不感兴趣，我就交给专业人士或国家。

胡润百富：经营企业过程中，您有哪些忧虑？

胡女士：经营很难，但我也没有动摇过，碰到接连而来的困难时，我也会长期失眠，但我个性还算坚强，能扛。建筑行业现在已经饱和，现阶段先稳定公司，未来希望另辟一些跨界的路径。

胡润百富：您通过哪种渠道购买了中信保诚人寿产品？

胡女士：我是先接触了某银行，然后接触了中信保诚。然后的确也发现他们每个人还是非常关注客户的，可能也是

人跟人之间的这种缘分，不管你存钱还是不存钱，服务的质量还在，还是会欣赏各自的理念。我觉得这是市面上蛮少的一类人了，我经常有杂七杂八的小事情会麻烦她们，也占用了她们的休息时间，对我来讲，就是这种服务是非常重要的。金融机构和金融机构之间，你说最终哪里能拉开差距，关键还在服务。中信保诚给我提供的这些保险产品，以及相关的增值服务等等，我都很满意。第一，我觉得中信保诚的产品本身非常不错，第二，我买了他们的产品，享受了他们的增值服务，我也会念念不忘，可能是某种层面能够感受到的一种特别对待。就增值服务而言，会让你对这个机构也好，对个人也好，带来更多的信任，觉得是被保护，或被关注着的。

关于中信保诚人寿「传家」

千禧之年，中信保诚人寿诞生

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

保险姓保，用心守护客户一生

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

以客户需求为核心，打造全方位产品体系

公司通过持续推动保险保障型业务发展、稳健经营长期理财型保险业务，为客户提供全生命周期综合保险解决方案，全力打造“以客户需求为核心”的全方位产品体系。成立23年以来，中信保诚人寿始终坚持“保险姓保”。目前销售的近150款产品中，保障型产品占比达到80%以上。近年来，公司进一步加大保障型产品开发力度，围绕人民群众关心的大病保障、商业补充医疗、子女教育、养老保障、意外伤害保障等需求，不断推陈出新，近两年以来共开发和升级70余款新产品。在银保渠道，公司深化和银行的产品合作，以多产品策略支持银保业务的价值提升和结构优化，开发升级多款寿险、年金产品，

充分发挥公司投资优势，保费规模大幅提升，渠道价值稳健增长。

中信保诚人寿「传家」开创行业先河

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

以客为尊，打造行业标杆服务

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

聆听关怀，肩负社会责任使命

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

更多信息请关注中信保诚人寿
官方微信。
期待您的关注！



扫描二维码关注
“中信保诚传家”公众号，
后台回复“2023 胡润”，
获取电子版胡润报告。



关于胡润百富集团

——向上向善，引领由富及贵的格调

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感，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。



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

研究方法

《2023 中国高净值家庭现金流管理报告》的研究成果来源于中信保诚人寿「传家」与胡润百富共同合作项目。该项目由胡润百富对中国大陆地区 25 岁以上的高净值人群开展专项研究，探索后疫情时代下，中国高净值人群的组成结构、生活方式、财富状况、消费状况，以及他们对现金流管理的认识、现金流规划的举措和现金流危机应对的方式，进而为高净值家庭制定现金流规划提供策略参考。

项目组首先充分挖掘胡润百富二十多年的研究成果，依托胡润全球富豪榜 3,000+ 榜单级企业家数据库，追踪观察疫情对财富金字塔顶端的影响，并结合《2022 胡润财富报告》、《2023 胡润至尚优品——中国千万富豪品牌倾向报告》等既有成果，探索疫情后高端需求的趋势变化。

现金流管理的调研方式上，项目组采用了案头研究、定量与定性相结合的研究方法。定量方面，项目组依托胡润百富高净值人群样本库，在 2023 年 7 月-8 月期间按照性别（男性 40%，女性 60%）、年龄（25-35 岁 15%，36-45 岁 35%，46-55 岁 30%，56 岁以上 20%）、区域（一线城市 60%，新一线/二线城市 40%）、家庭净资产（600-1,000 万 25%，1,001-3,000 万 40%，3,001-5,000 万 20%，5,000 万以上 15%）、职业（企业主 52%，企业高管 30%，全职投资者 18%）等维度进行分层随机抽样，对 400 位典型高净值人士代表开展一对一专项问卷访问形式的定量研究。定性方面，项目组邀请超过 5 位来自不同行业的高净值人群和 4 位金融、法律等领域专家进行定性访问，探索他们对于家庭现金流管理的认识、现金流规划的举措和现金流危机应对的方式，以期更广泛、深入地对后疫情时代下中国高净值家庭现金流管理的需求变化进行挖掘和研究。

版权声明

《中信保诚人寿「传家」· 胡润百富 2023 中国高净值家庭现金流管理报告》所有文字内容、图表及表格的版权归中信保诚人寿「传家」与胡润百富公司共同所有，受中国法律知识产权相关条例的版权保护。未经中信保诚人寿「传家」和胡润百富公司联合书面许可，任何组织和个人不得将本报告的部分和全部内容用于商业目的。如需转载或引用，请注明出处。

本报告所有使用的数据来源于胡润百富过往研究成果、此次家庭现金流管理专项调研及公开资料。

本报告的观念及结论基于对以上数据的洞察与分析，对读者基于本报告信息做出投资行为，中信保诚人寿「传家」与胡润百富公司不承担任何法律责任。如有涉及版权纠纷问题，请及时联系中信保诚人寿「传家」和胡润百富公司，谢谢。

