

中国式财富管理与个人金融产品配置

魏嵬

2023年11月2日

东方红 资产管理[®]

价值投资始于2005

■ 对于中国财富管理：一些个人的阶段性、结论性的思考

1. 财富管理不等于资产管理，理财不是发财
2. 前15年供给拉动，后15年需求拉动
3. 资产配置的起点是资产价值，“股债房人”各有逻辑
4. 财富的积累决定的财富的认知和马太效应
5. 努力决定下限，运气决定上限，修为决定上下之间的位置

目录

●
中国式财富管理概述：过去、现在与将来

●
守护家庭财富：资产配置和负债管理

●
财富积累与传承：成功的逻辑

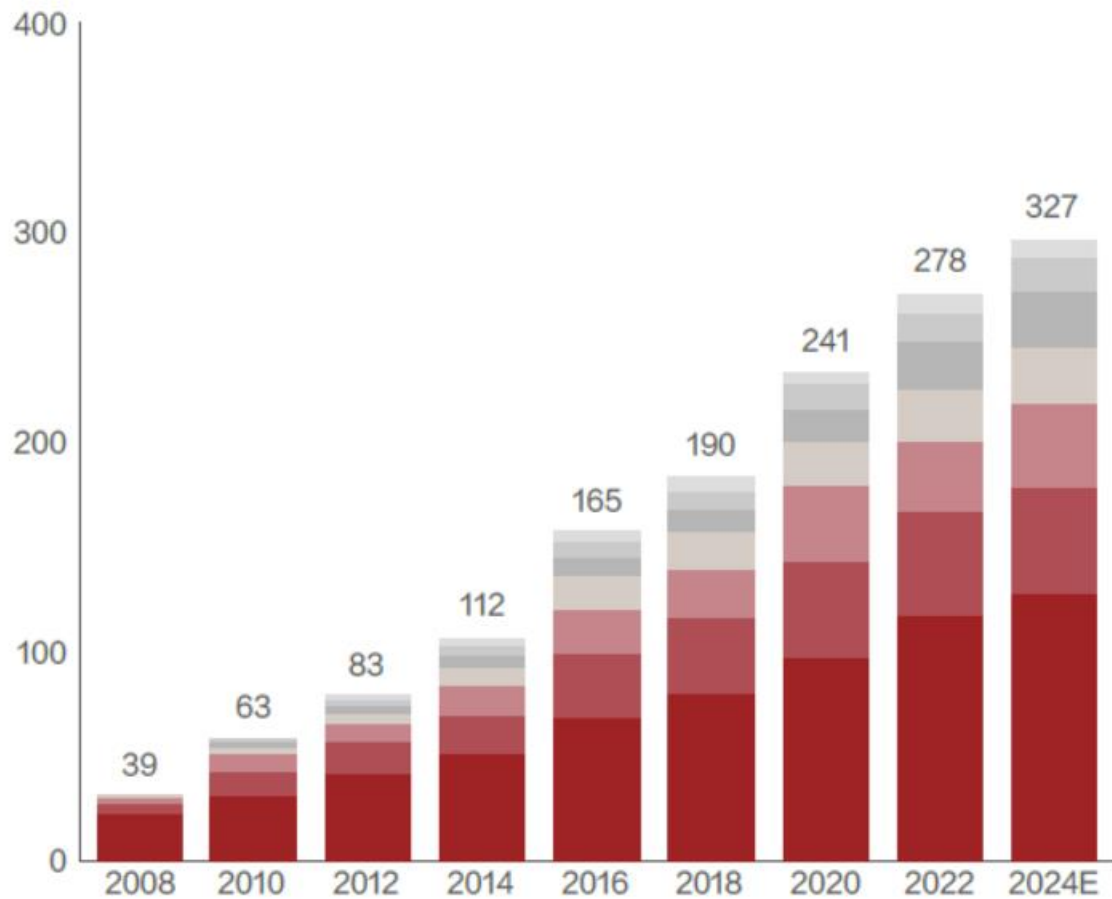
- 广义的财富管理是指金融机构或专业财富管理机构为高净值客户提供的一系列综合性财务服务。
- 2021年12月29日，中国人民银行发布了《金融从业规范财富管理》，将财富管理定义为：贯穿于人的整个生命周期，在财富的创造、保有和传承过程中，通过一系列金融与非金融的规划与服务，构建个人、家庭、家族与企业的系统性安排，实现财富创造、保护、传承、再创造的良性循环。
- 产品层面可划分为投资类和保险类：投资类包括股票、债券、基金、房地产、私募股权等多种投资标的；保险产品则包括人寿保险、医疗保险、意外险、财产保险等多种保险产品。
- 同时，财富管理也涵盖税务筹划、退休规划和遗产规划等其他服务。

- a) **社会公众**：在财富管理从业人员所属金融机构的金融资产规模在60万元人民币以下的自然人。
- b) **富裕人士**：在财富管理从业人员所属金融机构的金融资产规模达60万元(含)至600万元人民币的自然人。
- c) **高净值人士**：在财富管理从业人员所属金融机构的金融资产规模达600万元(含)至3000万元人民币的自然人。
- d) **超高净值人士**：在财富管理从业人员所在金融机构的金融资产规模达3000万元(含)人民币以上或个人名下金融资产规模达2亿元(含)人民币以上的自然人。

注：超高净值人士多以家族为单位进行财富管理，成为金融机构的家族客户。

中国财富管理行业空间巨大

2008-2023个人可投资资产规模（人民币万亿）



	CAGR (08-22)	CAGR (12-14)	CAGR (14-16)	CAGR (16-18)	CAGR (18-20)	CAGR (20-22)	CAGR (22-24E)
	15%	16%	21%	7%	13%	7%	8-9%
其他境内投资**	30%	48%	35%	0%	-5%	17%	8%
保险（寿险）	15%	18%	23%	15%	11%	6%	10%
境外投资	28%	20%	26%	10%	21%	18%	16%
银行理财产品	20%	40%	29%	6%	9%	9%	4%
资本市场产品*	16%	27%	22%	1%	27%	-4%	12%
投资性不动产	17%	8%	30%	8%	14%	3%	3%
现金及存款	12%	11%	15%	8%	9%	11%	10%

来源：招商银行&贝恩公司——《中国私人财富报告2023》，其中2024年数据为预测值

金融：资金的融通

经济发展

基础资产

融资需求

股权债权

投资银行

资产创设

金融工具

资产管理机构

投资管理

金融产品

财富管理机构

产品配置

方案建议

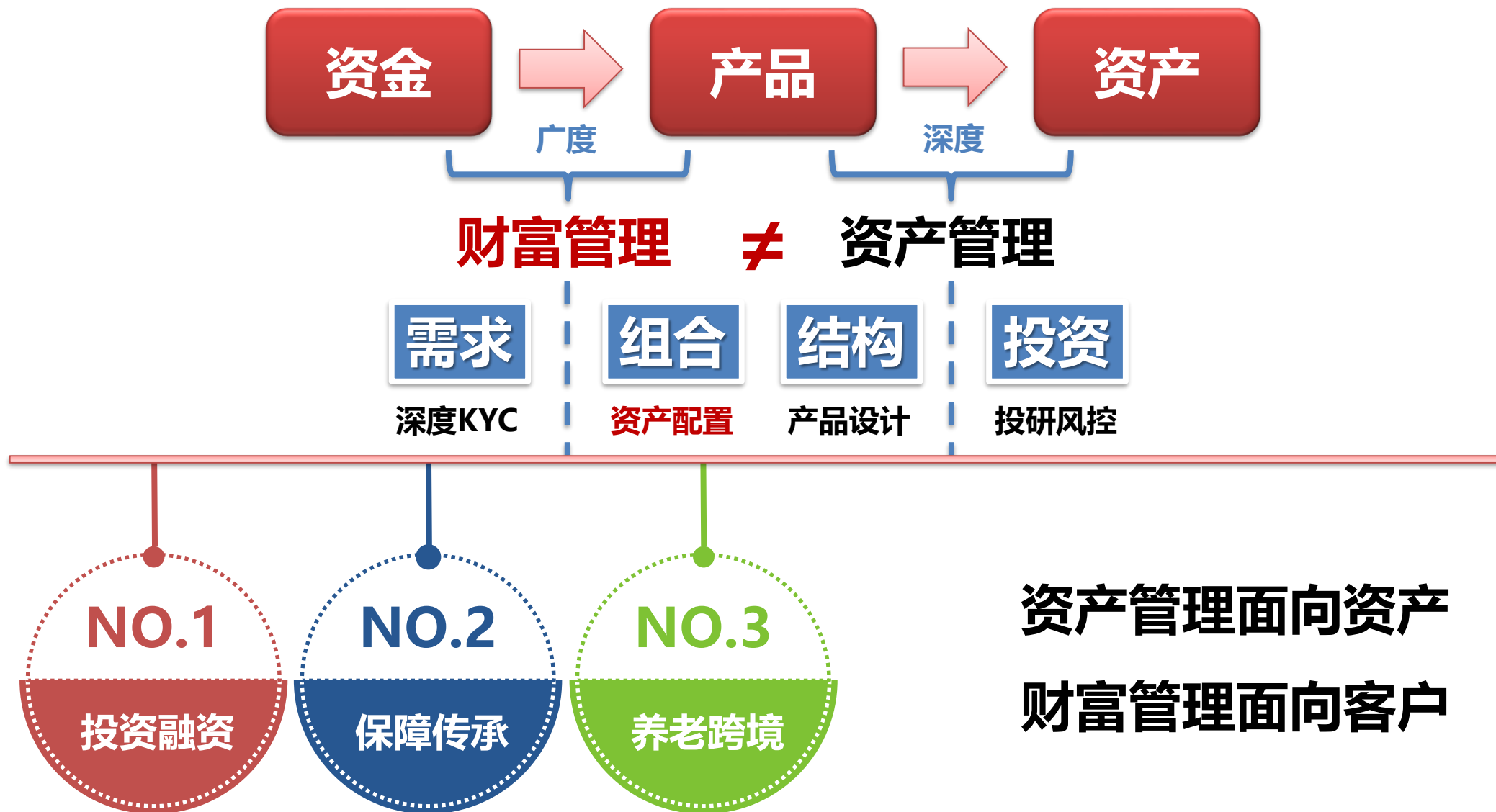
家庭个人

理财需求

保值增值

保险
税优
传承

财富管理不等于资产管理



财富管理的专业：见多识广，化繁为简

a)个人专业形象塑造能力：运用顾问式营销获得客户的尊敬与信赖，凭借客户的反馈与口碑，塑造个人专业形象。

b)高质量沟通能力：通过经济数据及实际案例等，分析目标客户当前面临的问题及潜在风险，使客户感同身受并愿意进一步沟通。

c)客户需求分析与挖掘能力：挖掘客户的核心痛点，分析客户在生命周期的不同阶段对资产保值与增值的需求。

d)客户人格特质与决策风格的分析及应用能力：在与客户的互动过程中，通过逻辑推理或科学实证判断客户的人格特质与决策风格，确定客户财富管理目标，实现高效营销。

e)宏观趋势分析与经济数据解读能力：梳理影响全球市场的宏观趋势，分析国内外重要经济数据的意义及对资产走向的影响，解读相关政策，洞察投资机遇。

f)产品的选择与应用能力：熟悉各种金融产品的优劣势及适用场景，根据不同的客户需求，选择最能满足客户目标的产品或产品组合。

g)资产评价与资产配置能力：评价股票、债券、汇率、天然资源、房地产的基本面、资金面、法人面，根据不同资产的收益和风险特性，配置短期、中期、长期投资策略。

h)法务与税务筹划能力：熟悉国内外重要法务与税务规定及政策动向，为客户提供合理的法务建议或最佳的税务筹划方案。

i)家族传承分析与规划能力：应用家族传承分析工具，了解家族客户面对的传承挑战并提出满足客户对家族财富永续、基业长青、人才辈出及家族和谐的方案。

j)专业简报能力：通过撰写专业简报，高效地向客户传达沟通的重点与目标。

1)财富管理的核心竞争力是客户满意度财富管理从业人员应根据客户关系、信息提供、专业服务、客户激励四个营销组合要素进行自身定位，结合自身竞争优势，提供高质量服务，提升客户满意度。

2)财富管理与资产管理的区别：财富管理贯穿人的整个生命周期，不限于金融服务，目的还包括财富创造、保护、传承等；资产管理业务(产品)属性是金融服务，目的是资产保值增值。

3)财富管理在银行中的实践：以客户为中心，根据客户金融资产规模，满足客户投资理财、资产配置、退休、传承、税务与风险管理等需求，协助客户实现理财目标与财富自由。

我国财富管理发端于对公表外融资需求

- ✓ 我国财富管理约兴起于十年前，实质由旺盛的对公融资需求催生。2008年“四万亿”政策出台后，“铁公基”新增大量融资需求。由于监管严格限制银行表内资产投放规模、存贷比等指标，作为影子银行之一的表外理财业务成为客户融资主要承接方。因此当时的财富管理模式，主要是把对公融资需求打包成理财产品，对零售客户进行销售，本质是供给端驱动的一种财富管理模式。

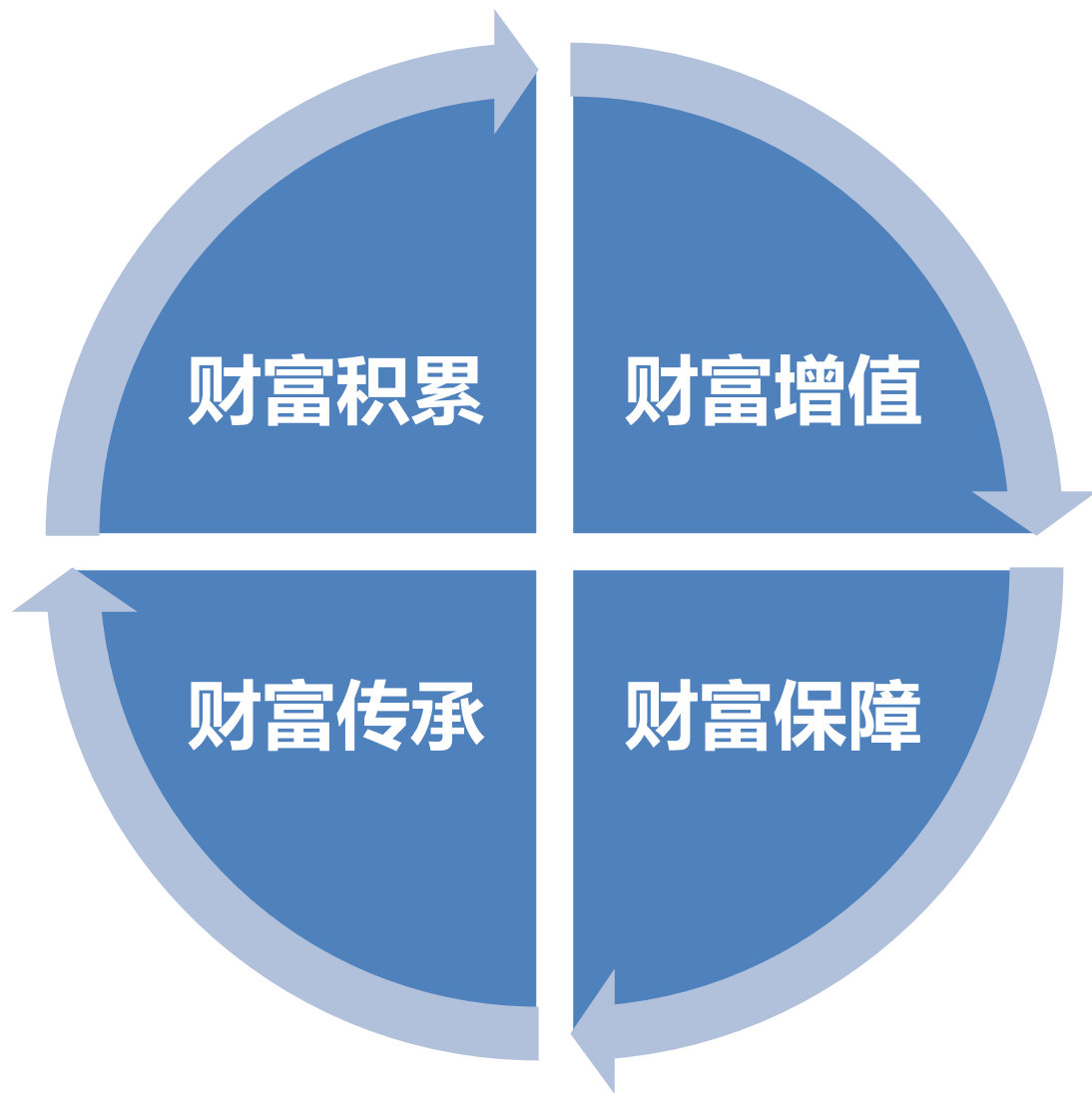


从供给拉动到需求拉动

- ✓ 起于对公表外融资，决定了我国银行财富管理模式多以产品而非客户为中心。由于我国财富管理发端于对公融资“狂飙突进”的年代，商业银行的服务重心主要是帮助对公企业完成融资，决定了其财富管理模式是以产品而非客户为中心。
- ✓ 息差缩窄，财富管理的核心从供给端切换为需求端。我国财富管理行业本质上还是依赖于产品供给，企业融资的景气度为底层支撑。近年对公融资需求疲弱，加之资管新规等政策的相继出台，市场普遍出现“资产荒”现象。再加上银行息差空间缩窄，当下亟需将“以产品为中心”转变为“以客户为中心”，才能更多挖掘客户需求，从而拓宽收入来源。



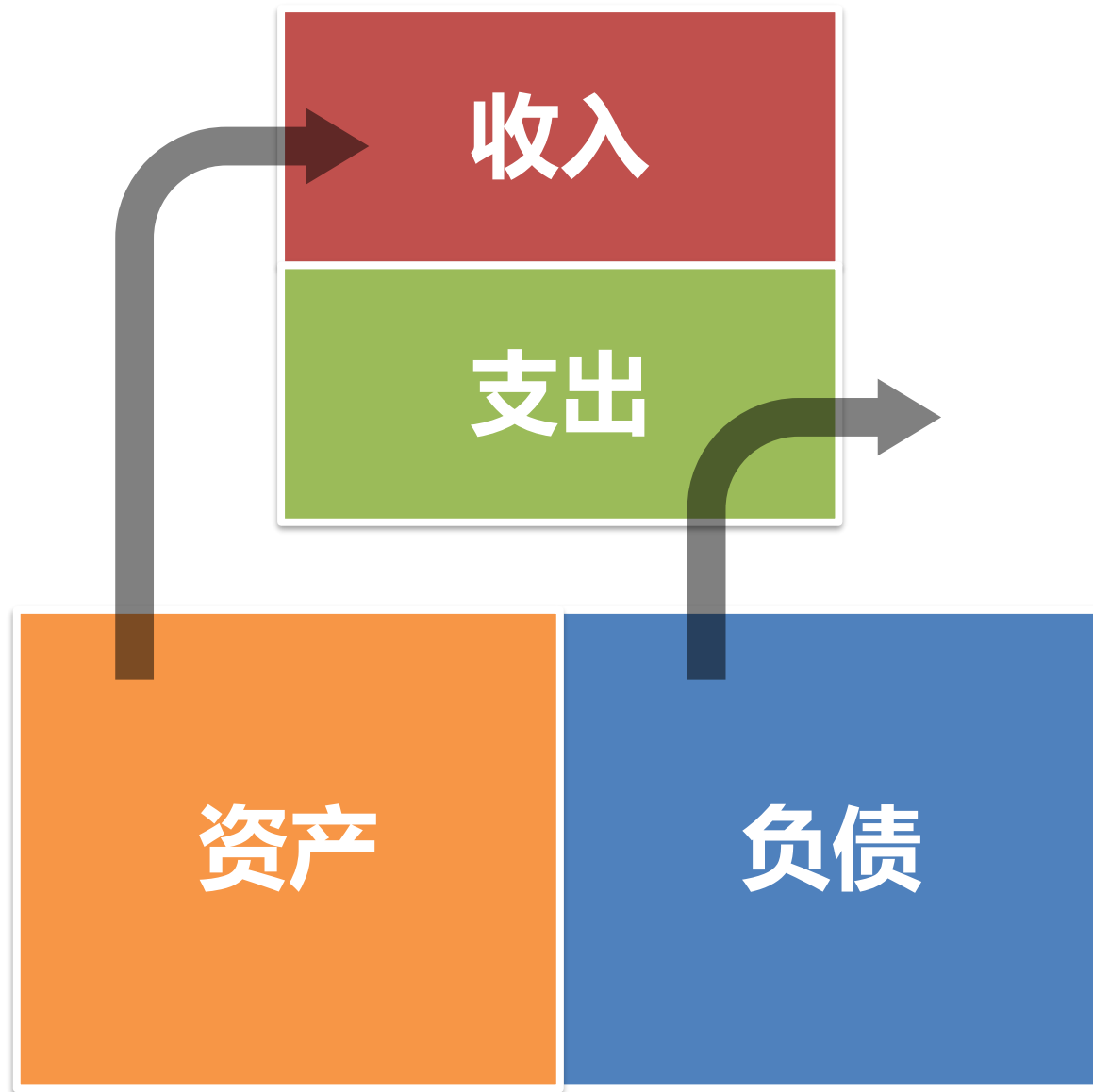
■ 财富管理的四个维度：从理财到财富管理



财富管理的目的是尽可能的规避财富之路上可能遇到的各种现实的、意识不到的风险，最终让我们可以更好的享受财富，而不是波峰波谷或为其所累。

家庭资产负债表

- 资产收益
- 负债管理
- 消费主义



资产类别

```
graph TD; A[资产类别] --> B[股票]; A --> C[债券]; A --> D[房产]; A --> E[人力];
```

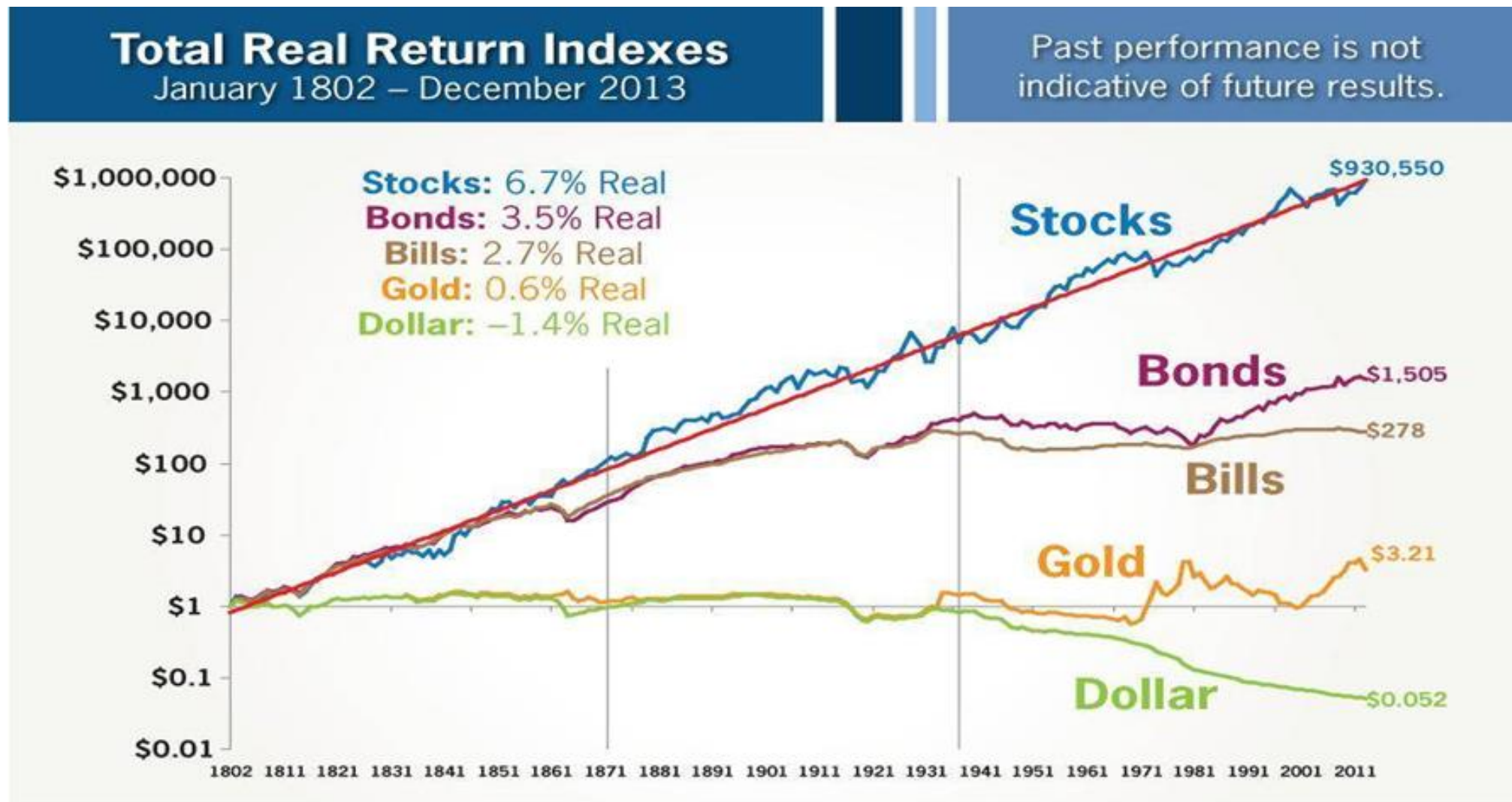
股票

债券

房产

人力

资产收益情况（美国）



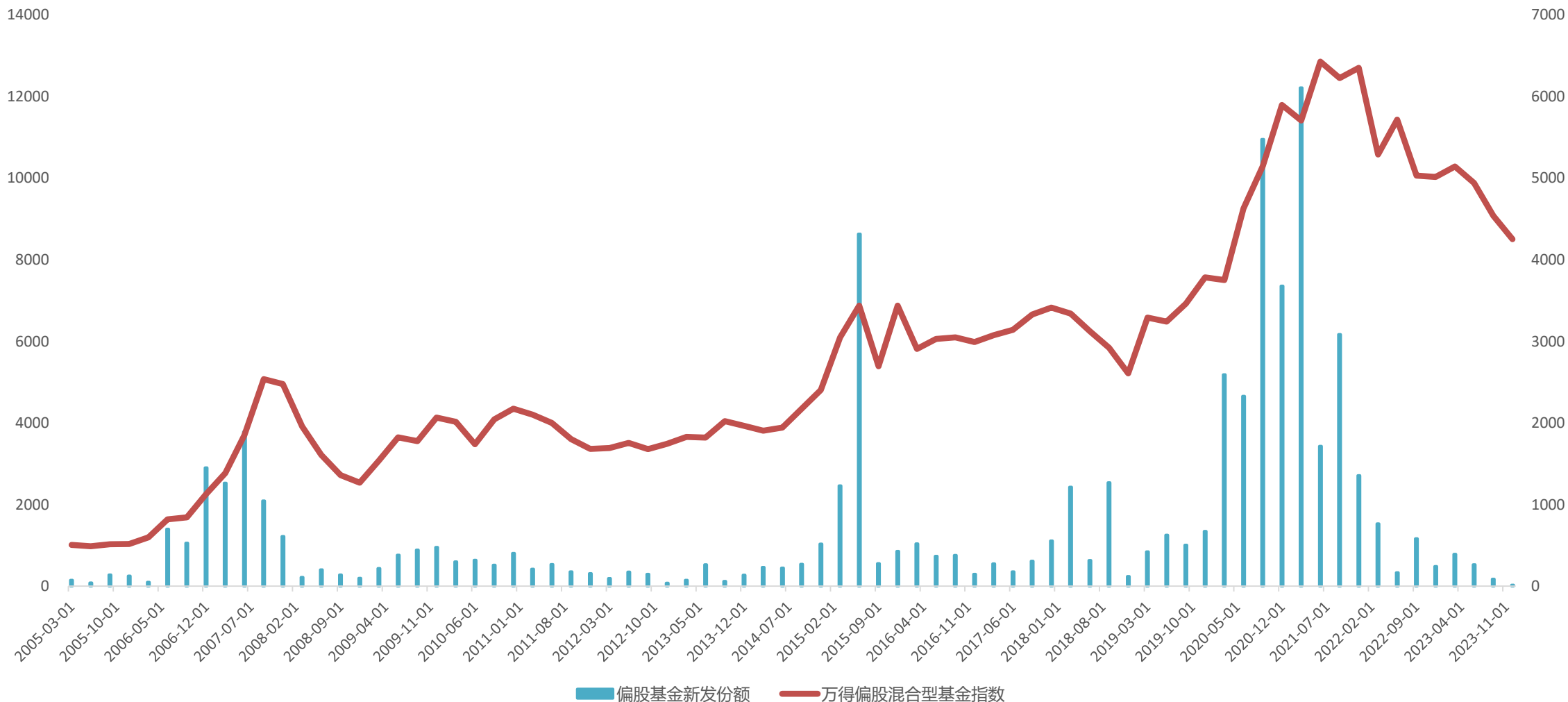
一图省千言：本质与逻辑，上线与在线



基金指数代码	基金指数	成立以来年化收益率
885001.WI	偏股混合型基金指数	11.85%
885003.WI	偏债混合型基金指数	8.08%
885005.WI	债券型基金指数	5.68%

数据来源：Wind，东方红资产管理，数据截至2023.10.20，我国基金运作时间较短，不能反映股市发展的所有阶段。数据仅供展示，不代表未来表现

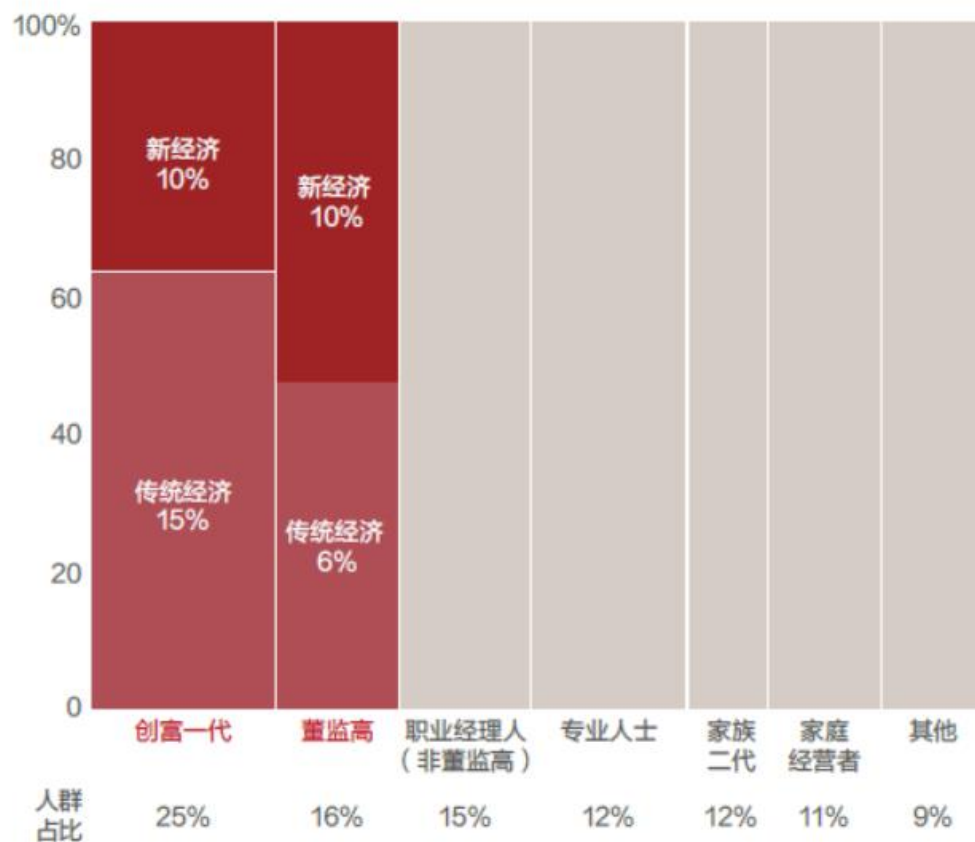
此时此刻，恰如彼时彼刻



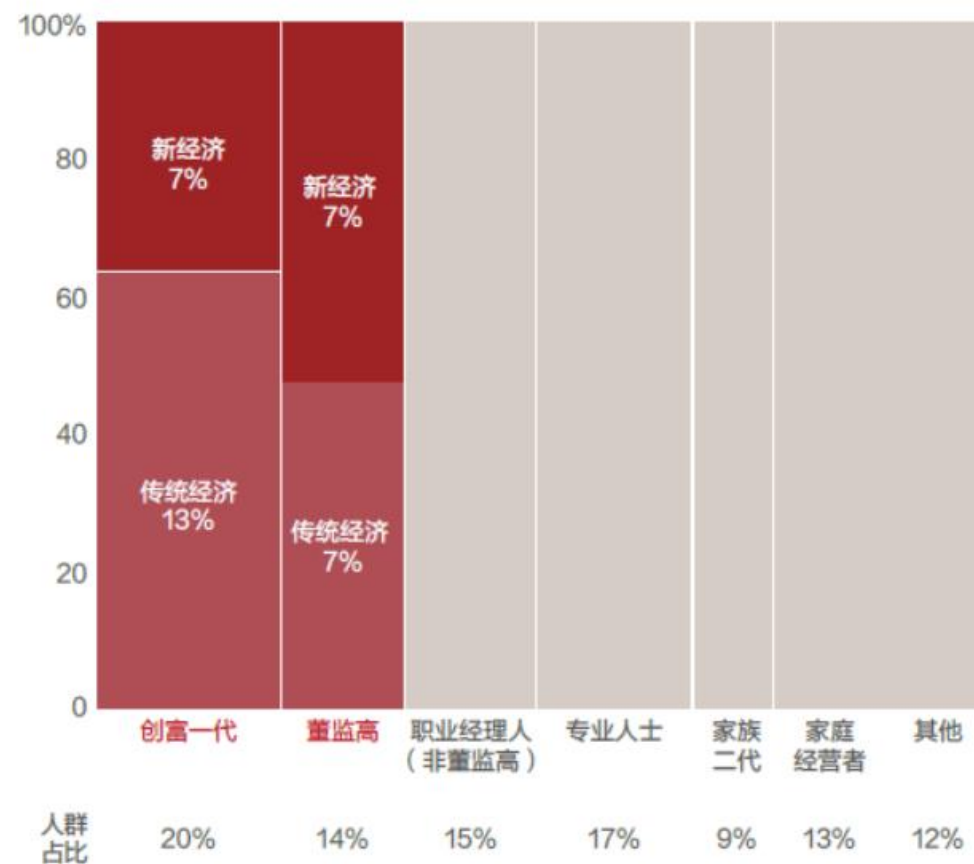
数据来源：Wind，东方红资产管理，单位亿元，数据截至2023.10.20，指数数据仅供展示，不代表未来表现。

中国高净值人群调研群体职业分布

高净值人群规模按人群和职业划分（2021年）



高净值人群规模按人群和职业划分（2023年）



来源：招商银行－贝恩公司高净值人群调研分析

备注：新经济行业主要包括：

- (1) 信息技术及先进制造业（如光伏、专精特新小巨人、新能源汽车、生物医药等）；
- (2) 互联网及软件业；
- (3) 文娱和体育业；
- (4) 科研、医疗及专业技术服务业（金融、法律、会计、咨询等）；
- (5) 新零售、新媒体（直播、网红、游戏）。

代际的传承已经开始

传承物质财富、传承精神财富

60后

70后

80后

90后

00后

1. 中国富裕阶层大部分是第一次做富人，尚无完整的周期和传承的经历
2. 传承已经开始，包括但不限于物质财富，更宝贵的是认知和资源的传承
3. 新世代与原生家庭的和解非常重要，不论是超越还是借助
4. 阶层跨越的最佳途径依然是教育
5. 资本市场、风口、杠杆、传承



风险提示

本材料中所述内容仅供一般参考，不代表东方红资产管理的任何意见或建议，东方红资产管理不对任何依赖于本材料任何内容而采取的行为所导致的任何后果承担责任。本材料所载信息截止至2023年11月10日有效，前瞻性陈述具有不确定性风险。本材料知识产权归东方红资产管理所有，未经允许请勿转发、转载、截取或完整使用本材料所载内容。

感谢聆听

东方红 资产管理[®]

价值投资始于2005