

A photograph of two men sitting at a table in a restaurant. The man on the left is wearing a dark hat and a dark jacket. The man on the right is wearing glasses and a dark jacket. They are both looking down at the table. There are glasses and plates on the table. The background is slightly blurred, showing other parts of the restaurant.

Furen de Qian Zuihaozhuan

现代生意人的必读书

富人的钱 最好赚

■ 陈玉辉◎主编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE



Furen de Qian Zuihaozhuan
现代生意人的必读书

富人的钱 最好赚

■ 陈玉辉◎主编

 中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

富人的钱最好赚/陈玉辉主编. - 北京: 中国经济出版社, 2009. 6
ISBN 978 - 7 - 5017 - 9062 - 3

I. 富… II. 陈… III. 消费心理学—市场营销 IV. F713. 55 - 49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 016920 号

出版发行: 中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区自力庄北街 3 号)

网 址: www.economyph.com

责任编辑: 聂无逸 (出版咨询电话: 13701326619, 电邮: niewuyi88@vip.sina.com)

责任印制: 常 毅

封面设计: 清水工作室

经 销: 各地新华书店

承 印: 北京金华印刷有限公司

开 本: B5

印张: 14 字数: 220 千字

版 次: 2009 年 6 月第 1 版

印次: 2009 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 5017 - 9062 - 3/F · 8041

定价: 32.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题, 由我社发行部门负责调换, 电话: 68330607

版权所有 盗版必究

举报电话: 68359418 68319282

国家版权局反盗版举报电话: 12390

服务热线: 68344225 68341878

前 言

中国已经有了一个庞大的百万富翁群,并且规模在逐年扩大。根据全球知名咨询公司贝恩公司 2009 年 3 月 30 日发布的最新资料显示,我国千万富翁已经达到 32 万人,持有的可投资资产规模达到 39 万亿人民币。

而根据美国运通公司的最新调查,到 2011 年,流动资产超过 30 万美元的中国富裕群体将从 2006 年的 224 万人增至 420 万人,年增长率为 13.4%。一个庞大的市场,一个前所未有的金矿正展现在我们面前。

从讳言财富走过来的中国人,跨进了一个创造财富、追求财富、以富为荣的时代。而已经成为“富人”的人,成为社会财富和税收的最大创造者,而富人阶层所追求的生活方式和消费方式,更为中外商家们提供了充满诱惑的无限商机。

摸透富人的心理,握住富人的手,赚富人的钱,正渐渐成为时尚,也是投资创业的一个极好的机会。

本书从中国的富人群体的特征、心理、消费习惯、消费倾向和富人营销等方面进行了详细的叙述,既可以满足一般企业的客户营销需求,也可以成为高级管理人员制定企业战略的参考。通过此书,您还可以管窥当代中国富人们生活习惯。他们的喜好,或许正代表了当下许多人的物质追求。

不可否认,书中疏漏和不足之处总是难以完全避免,恳请读者指正。

001

第一章

庞大的中国富人群

中国拥有世界上最快速增长的富人群 / 3

富人的钱最好赚 / 4

中国富人的特点 / 7

中国现阶段富人的发家史 / 10

“知本家”，经济时代的英雄 / 15

暴发户，财富积累的先行者 / 17

019

第二章

摸透富人的消费心态

中国富人的生活状态 / 21

中国富人的消费心态 / 22

主流富人：追求美国梦式的消费 / 23

高端富人，炫耀式的消费心态 / 26

新富人群：千差万别的消费心态 / 29

中国新富人群的 8 大消费趋势 / 31

富姐，富人群中的靓丽风景线 / 35

039

第三章

奢侈品行业的蓬勃商机

中国已经成为奢侈品最大买家 / 41

中国奢侈品牌的消费主力：成功人士 / 43

消费目的：显示身份获取认同 / 44

消费态度：逐渐理性和宽容 / 45

渴望奢侈是人性的一种本能 / 46

奢侈品牌的内在涵义 / 49

未来的奢侈品，将追求必需品 / 51

精心打造优越奢侈的形象 / 53

设计奢华包装和精美外观 / 55

强烈追求个性化和品牌创意 / 57

渲染富贵的文化价值 / 58

打造超一流的品质 / 60

采用撑竿跳跃定价法 / 61

只为有钱人服务 / 64

信奉知名度高于一切的法则 / 65

067

第四章

高级定制:另一种生活品质

高级定制:另一种生活品质 / 69

只属于我的服装 / 72

高级定制由来已久 / 74

怎样才算是高级女装? / 75

揭开高级服装的秘密 / 76

中国,顶级品牌的必争之地 / 79

081

第五章

方兴未艾的顶级私人服务

私人服务商机无限 / 83

私人理发师 / 84

私人健身教练 / 85

私人保镖 / 87

私人医生 / 88

私人律师 / 90

私人心理顾问 / 92

宠物的私人服务 / 93

其他私人服务 / 95

97

第六章

富人们的豪宅名车

富豪最喜欢到哪买房 / 99

私人度假豪宅,看得见风景的房间 / 100

城市高端住宅,投资的新风尚 / 102

豪华酒店在中国的“野蛮生长” / 105
抓住城市高端住宅的三个趋势 / 109
营销豪宅,赚富人的钱 / 110
高端家居产市场潜力巨大 / 113
抢占高端家居的空白点 / 116
顶级豪车在华销售逆市增长 / 118
有多少人愿意把钱“扔向大海” / 120
私人游艇,真正的富人消费 / 123
中国特色的游艇营销 / 125
私人飞机的爆炸式增长 / 127
私人飞机,24 小时候命的空中奢华套房 / 128

131

第七章

富人们的美酒佳肴

像贵族那样吃 / 133
雪茄的神秘奢侈力量 / 138
雪茄的定制与收藏 / 140
新概念型私家酒窖的革新 / 142

145

第八章

富人用钱买生活

高级会所 / 147
富人在会所里做什么 / 149
富人的高端玩具 / 152
中国富人的海外旅行高消费 / 154
为富人的旅游服务 / 157
私人博物馆 / 159
富人的户外运动 / 161
富人的培训班 / 163
高尔夫 = 富人俱乐部 / 164
奢华的社交——马球 / 166
中国富人的慈善事业 / 169
富人休闲产品的开发 / 171

175

第九章

生财有道,私人财富管理

富人的五种理财观 / 177

顶级的私人银行服务 / 178

富豪渴望私密理财 / 179

保险箱藏宝在富人中流行 / 180

富人的投资心态 / 181

葡萄酒的另类投资之路 / 183

葡萄酒的投资收益稳定 / 185

葡萄酒投资的四大方式 / 187

钻石投资成新宠 / 191

中国富人急需遗产继承服务 / 193

新兴的继承人教育服务 / 194

197

第十章

做好富人的营销

富人如何花钱 / 199

高收入并不代表乱消费 / 202

学会观察富人 / 203

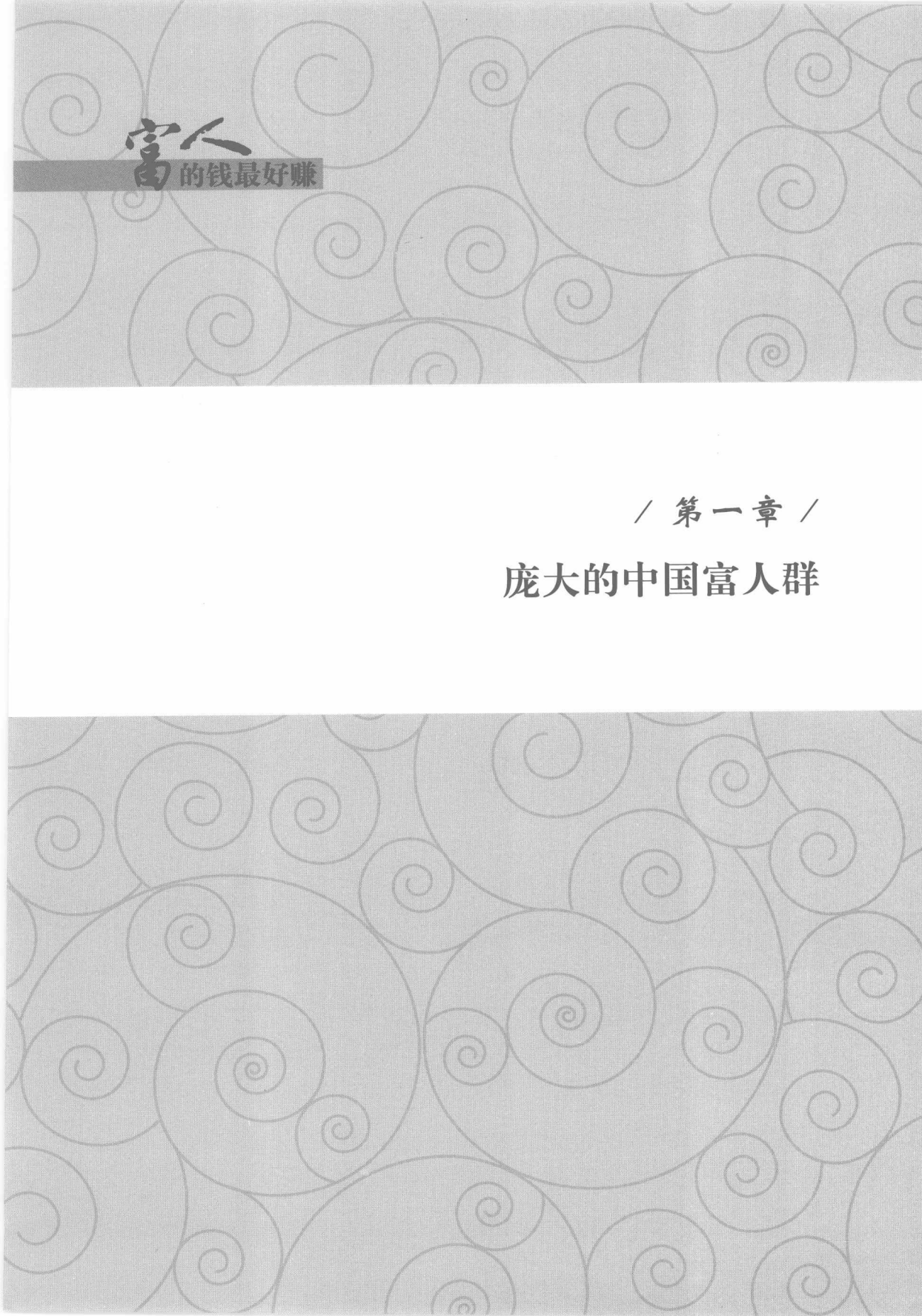
抓住富人的心态来营销 / 205

富人的“全面体验消费” / 207

采用会员营销,设置会员访问激励 / 210

配套经营产品的差异化定位 / 210

准确定位品牌 / 211



富人

的钱最好赚

／ 第一章 ／

庞大的中国富人群

中国拥有世界上最快速增长的富人群

随着经济的发展,中国已经成为世界上富人数量增长最快的国家之一。2008年9月25日,美林和凯捷在北京联合发布的《2008 亚太财富报告》指出,截至2007年底,中国共有41.5万位个人资产超过100万美元的富裕人士,同比增加20.3%。这一数字使中国成为亚太地区第二大富裕人口集中地,占区内富裕人士人口的14.8%。日本以151万百万富翁的总数位居第一位。该研究了亚太地区九个主要市场:澳大利亚、印度、日本、新加坡、韩国以及中国内地、香港、台湾地区。从财富数额来看,2007年中国富人拥有的财富总值达2.12兆美元,财富总值较2006年增加22.5%,坐拥亚太地区22.3%的财富。从财富平均拥有量来看,中国百万富翁人均掌握资产达510万美元,高于340万美元的亚太地区平均值。

一般认为,一个成年人拥有6.1万美元净资产,才能名列世界最富的10%行列。在2000年,中国人只占该富人群体的1%。但以目前这样的速度发展,中国人在该群体中所占比例将超过日本。日本人现在占世界最富群体的1/5。

有经济学家乐观预期,不用多久,中国就可取代日本,富人数量跃居第二,因为中国富人的资产目前只是略微低于全球10%富人的标准。凭想像,这是一个多么庞大的商机!他们的财富在迅速增长,他们的储蓄率也很高,而且中国人的财富分配也不太均衡,这推动了一个庞大的富人群体朝向全球最富有的行列迈进。

你是穷人还是富人？

下面是刚颁布的《中国贫富标准线》，看看我们生活在哪个层次？

超级大富豪：年收入在 5000 万以上

大富豪：年收入在 1000—5000 万

富豪：年收入在 300—1000 万之间

富人：年收入在 100—300 万之间

高产者：年收入在 30—100 万之间

中产者：年收入在 15—30 万之间

低产者：年收入在 8—15 万之间

穷人：年收入在 3—8 万之间

很穷的人：年收入在 1—3 万之间

非常穷的穷人：年收入在 5 千—1 万之间

穷得没衣服穿的人：年收入在 1 千—5 千之间

穷得求生不得求死不能的穷人：年收入在 100—1000 元之间

穷得几乎要死的穷人：年收入在 30—100 元之间

死路一条的穷人：年收入在 30 元以下

富人的钱最好赚

如果有人问现在做什么生意最赚钱？得到的回答可能会是五花八门，最后弄得人一头雾水。而事实上又有谁能够说清楚这个问题呢？搞外贸的做的是跨国生意，赚的是外汇，当然赚钱，但也有亏得要跳楼的；擦

皮鞋的一元钱一元钱的攒,也有做成连锁店,成就百万梦想的,你能说哪样更赚钱?虽说天下没有绝对赚钱的行业,对上述问题无法做出一个准确的回答,但是若在创业之初,将目光聚焦在富人这类目标人群身上,就会增加几分赚钱的胜算。

以经商智慧闻名于世的犹太人有一句谚语:“要想发财,则需要紧紧握住富人的手”。在20世纪80年代,中国富人的代名词是“万元户”。对于当时许多月收入不足百元的人来说,一万元的确是个不折不扣的“天文数字”。90年代,富人改名换姓叫“大款”:“一万不算富,十万刚起步,百万才是真正富”,生动体现着当时人们对富人标准的理解。而今,富人的官方称谓是“高收入人群”。它的标准又是什么呢?政府并没有明确的规定,即使在国际上也没有“高收入标准”的先例。不同的群体对这个问题有不同的答案。改革开放在中国已经走过二十多个年头,这一过程其实就是社会经济资源重新分配的过程,个人之间的分配格局发生了巨大的变化。这种变化既是政策导向的主观结果,也是社会经济体制转型的客观要求。一个新兴的富人群体已渐成形,成为社会关注的对象。而他们之所以受到关注,无疑是他们那令人瞠目结舌的千万甚至亿万身价,和令平头百姓们望尘莫及的一掷千金。在普通人看来,这些人非常有钱,他们过着西方社会中产阶级的生活:他们有轿车,住在豪华的别墅或公寓里,出手阔绰,讲究衣着和品牌,经常出入于高尔夫球馆或隶属于某一俱乐部。

年薪百万,在中国已经不是天方夜谭。有钱人凭借他们的经济优势,必然以追求高品质、高价位商品来凸显他们的卓尔不群,身价显赫。由此,我们不难看出,那些平日动辄就腰缠万贯出门购物的人,他们所到之处大都是宾馆、饭店或高级商厦,因为只有这类地方的商品价位才能满足他们的消费欲望。你若是有意到这类地方开店创业,你在组织货源时就不能不想富人之所想,思富人之所思,做富人之所需。事实证明,在高档

商铺和富人做一笔交易所得利润要比在小店铺磨破嘴皮做好几天生意所得要可观得多。富人的社交圈自然也在常人之上,交际应酬的消费频率和消费种类也就比常人都多,花钱买痛快也就成了他们的消费观。因此,针对他们就万不能经营低档货。尽管从理论上来说钱不是万能的,但现实中,钱对人所能产生的魔力确是不可低估的。商家如能在了解有钱人的消费心理的同时摆正自己的赚钱心理,他们就能赚尽有钱人兜里的钱。

豪华车迅速成为国人抢购的目标

国人的奢侈品购买力再次在第十届北京车展上得到印证。在车展刚开始的头两天,已有 13 辆豪车名车有主,包括本次车展最贵的天价跑车布加迪—威龙和劳斯莱斯加长幻影,两款车的售价分别为 2450 万元和 800 万元。

圈内神秘买家订购 2500 万布加迪

本次车展上,最抢风头的当数英国顶级豪车品牌宾利的展台,有“终极跑车”之称的布加迪。威龙 16.4 在中国首次亮相,而且刚露面就被抢购。宾利带来的其他三款跑车也都已全部订出,三款经典名车分别为首次正式亮相中国的宾利 GT 极速版、雅致 ArnageRL(隔

屏版)以及欧陆飞驰。据透露,三款车中最低的售价也在 300 万元以上,最高售价则达到 600 万元。

幻影

而另一款英国系的贵族豪车品牌劳斯莱斯同样收获不菲。早在车展开展前,就已有慕名而来的神秘人物买走了加长版幻影,价格在



Continental GT

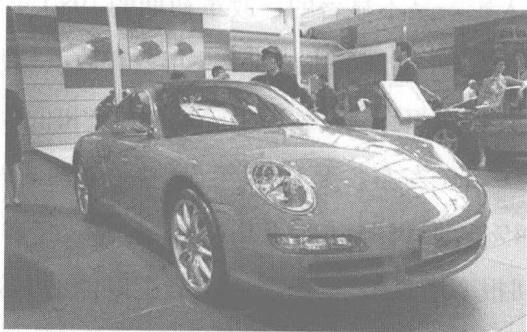
800 万元左右。劳斯莱斯相关人士表示,根据往届的经验,车展期间肯定会收不少订单。



幻影

保时捷

相比之下,保时捷卖车的速度更快,在保时捷参展的 11 辆展车中,除了三款暂时不能卖的展车外,其余 8 款豪车都在车展首日就已名车有主,这些车最高售价达到 200 多万元。



保时捷

中国富人的特点

随着经济体制改革的深入和市场化的推进,高收入群体的人员构成

和特征与十年前相比有了很大的变化。最初的高收入人群,即通称的“暴发户”,主要以个体户、私营企业主、一些小企业的承包者以及炒股票获利的人为主,他们原先大多是普通的工人、农民、企事业单位的基层管理人员或某些遭受社会歧视的人(如劳教人员),他们原来的社会地位较低,文化素质也较低。最近的十年里有几类人群加入高收入群体,使这个群体的社会构成发生了根本的改观。

从文化程度来看,比例最高的高收入群体是大学专科。占高收入群体人数比重仅3.1%的硕士及以上学历的人收入最高。而比重更小的,只占1.7%的小学文化程度的人人均月收入排在第二位。似乎还有脑体倒挂的现象,但小学文化程度的人取得高收入的主要原因是这些人在80年代和90年代初期已经完成了原始资本积累,靠资金而非劳动取得高收益,现在靠这些是不可能取得高收入的。长期以来,在中国,教育对人们收入的影响力远远小于世界上大多数国家。经济改革以前,教育水平对中国人的收入影响是不显著的。改革初期的1980年代,教育的经济回报率在2%~3%之间,也就是说,多受一年教育收入增加2%~3%,而同期英美国家的教育回报率为7%左右,亚洲国家和低收入国家的教育回报率则为10%~11%左右。至1990年代中期,中国的教育回报率虽略有增长(大约在4%),但仍明显低于其它国家。然而,1990年代后期以来,中国的教育回报率增长很快,已彻底改变了以前的“脑体倒挂”现象。2000年的一些调查结果显示,中国的教育回报率已接近英美国家。

从产业来看,房地产最创造富翁。2008年《福布斯》榜单上50%以上的企业涉足了房地产业,或者以房地产为主业。中国很多首富以及他们的企业集团的经营是多元化的,可能跨多个行业,而美国首富们以单一行业为多,从事娱乐业的企业家最多,从事零售、金融业的也较多。

而从职业角度看,企事业单位负责人和专业技术人员在城市高收入群体中所占的比例超过一半。企事业单位负责人在城市高收入群体中的

比例最大,占 31%。尽管企事业单位负责人在总人口中占有较小的比重,但在城市高收入群体中的比重却排名第一。专业技术人员位居第二,占城市高收入群体的 25.2%。几年前人们还谈论过“脑体倒挂”现象,而今专业技术人员占城市高收入群体的比重迅速扩大,这是知识经济飞速发展、技术市场化的结果。高新技术的发展,特别是信息技术的发展,促进了我国产业结构的不断调整,第二产业比重持续下降,第三产业尤其是 IT 产业的比重不断上升,出现了高素质人才供不应求的局面,其收入也大幅度提高。

从具体职业来看,私营企业经营者的平均收入最高。收入前 10 名中的另外 8 种职业是:销售人才、金融从业人员、股份制企业负责人、三资企业中高级管理人员、IT 行业从业人员、个体经营者、工艺美术人员、国有企业负责人等。

从性别角度看,男性在收入分配中的优势地位依然未被动摇,占城市高收入群体的 73%,而女性占 27%。

从年龄角度看,高收入群体中比例最高的是 30-40 岁的人,占城市高收入群体的 37%。该年龄段的人大多受过良好的教育,精力充沛,是伴随着市场经济的发展和完善而成长起来的。其次为 40-50 岁的人,占城市高收入群体的 31.3%。该年龄段的人经验丰富,经济基础较好,事业有成,收入较高而且稳定。排在第三的是 20-30 岁的人。该年龄段的人所具有的知识与技能较新,年轻而且富有开拓精神,相当一部分人是 IT 业的从业人员。

从地区分部来看,高收入人群主要集中在粤鲁江浙等沿海发达地区,北京、上海、广州、深圳等地也是高收入人群的集中地。另一方面,东北、山西等资源丰富的省市也有相当数量的高收入人群。