

Energy  
能量财经

零点新能量7

财富这张馅饼，是从天上掉下来的吗？

# 平民这边 富人那边

理财与投资的48点对比

Commonalities Here, Riches There:  
48 Points of Contrast Regarding  
Wealth Management

零点集团及招商银行合作贡献

袁岳 张朋 黄钢 著

机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



# 平民这边 富人那边

理财与投资的48点对比

Commonalities Here, Riches There:  
48 Points of Contrast Regarding  
Wealth Management

袁岳 张朋 黄钢 著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

本书是中国著名的市场调查研究公司零点集团通过对中国社会公民的第一手调查，以对比视角审视了投资理财的48个方面带来的财富的差别，包括什么人富人、平民，富人、平民的生活方式、性格区别、家庭关系、朋友圈、理财方式、投资心理等。本书有助于对理财有兴趣的普通读者增加理财知识和思考财富积累方式，亦有助于专业理财人士深入了解富人、平民投资理财的观点。

### 图书在版编目 (CIP) 数据

平民这边，富人那边：理财与投资的48点对比/袁岳等著. —北京：机械工业出版社，2005.9

ISBN 7-111-17467-4

I. 平... II. 袁... III. 私人投资—基本知识 IV. F830.59

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 111543 号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑：任淑杰 责任校对：肖新民

责任印制：陶 湛

北京铭成印刷有限公司印刷

2005年9月第1版·第1次印刷

890mm×1240mm A5 · 7.375印张 · 1插页 · 108千字

00001—10000册

定价：22.80元

凡购本书，如有缺页、倒页、脱页，由本社发行部调换

本社购书热线电话 (010) 68326294

封面无防伪标均为盗版



# 序 1

## 一双浏览平民和富人的眼睛

我4岁记事，现在看来那是一个贫而乐的家：爸爸月薪32元，妈妈带一大帮兄弟姐妹在家务农。平时吃饭不算饱，而且大多是玉米这样的粗粮，但总是干的，不像我们小学班上的一些同学家总是吃稀的，晚上老尿炕，用祖宗留下的铜钱换麦芽糖吃。我家过年过节有发给中学工作的爸爸的慰问红糖，糖水真的很甜；后来可找在公社帮忙的三哥，买人家用票才能买到的五花猪肉；再接下来有了当车间主任的二哥，就有了一点人家送的年礼点心；更后来我开始工作的二姐就开始每月给我几块零花钱；过年时，我和大我两岁的七哥总是一人一身新衣服，他从占不到便宜。我小时候最大的梦想是挣到2万块钱，然后分给我的父母和兄弟姐妹。等到1981年上了大学，我拿着学校的助学金，开始挣自己的“豆腐块”文章稿费，到上研究生和刚工作就能挣月月都有的论文稿费，真正可以周周喝上小酒，觉得富人也最多大致如我。那是个目中无富的时代。

今天，我勉强能进新富的行列，但我的兄弟姐妹是实在的平民。而我作为顾问工作所搜集的民意资料来自于包括社会各个阶层的心态与行为资料，最多的恰是平民信息。



同时我们也研究富人，服务的企业家基本上可以说是清一色的富人，不少人可以归为巨富之列。在很大程度上，我把自己和“零点”公司所从事的工作看作是社会沟通工作，包括富人与平民之间，以及他们与其他社会人士间的沟通。

虽然从1992年成立以来，“零点”公司曾对富有人群和平民群体进行过各种角度的研究，但2003年由招商银行编制发布，委托“零点”公司远景投资进行全程研究管理的“金葵花指数——中国都市高收入群体理财投资指数”才促使我和我的同事下决心找一个机会，把富人与平民之间的财务心理与行为做一个尽量系统的比较描述，这对许多关注这两个群体变化的生产厂家与服务机构、对富人和平民本身也许都是一个值得关注的资料。毕竟，反思，包括反思我们自己和我们最为关注的社会群体的生活状况，可以为我们自己的行为方向提供一些有意义的参考路标与信息。

我们知道平民自觉不自觉地有富人梦，但我们可能不太意识到富人也自觉不自觉地有平民梦。今天中国快速成富的人很多还没有从养成自己人格和气质的文化中超脱出来；而很多渴望财富的人也没有真正明白富有到底可以带给自己什么。与事业本身相比较，人们对于富有的追逐似乎要盲目得多、热烈得多，也要不计代价得多。因此，在富人与平民的对比方面，多一些信息是对我们这个社会很多人在认识上的一个极有意义的帮助。

我认为，对于一个人的富裕生活来说，年收入一百万元是个绝对上限；而平常的消



费，年收入十万也相当足够。因此，与和我同样经营水平与规模的企业的老板比较，我对个人占有财富资源的兴趣较低，而对让员工同事分享和投放到一些不为人知的社会公益领域有更多的兴趣。我几乎不为我所服务的巨富们的财富、声望、权势所特别打动。从另一个方面来说，这只能说明我并不具备做巨富的心理动力、勃勃雄心、旺盛斗志和坚强神经。作为一个职业咨询顾问，这种心态将使我聚精会神地追求做一个杰出的顾问，但在财富上只会成为一个典型的中产阶级。其实，不是所有的人都适合、需要、能够和胜任作为大量财富的世间管理人与临时占据者，而且不是所有的富人都受益于财富的占有、使用与处分，更重要的正如零点公司的《中国人民幸福指数报告》所揭示的那样，较少财富的普通民众虽面对生活艰辛，但自感享有更多的生活幸福感。

王侯将相，宁有种乎？我们生时不知自己为何人？适合学什么专业？适合做什么工作？成为富贵之人或做权威之人？是做甘于寂寞的书虫还是做一介蓝领工人？人生是一个验证，是一个寻找、体验和选择的过程，财富是我们生活中的一个重要价值。在中国改革开放过程中，经济商业领域的大力度改革与倡扬，直接导致财富价值在人民群众众多人生价值观念中的一枝独秀，这既使人们有可能借力于这专注锐利的价值偏锋得以突破陈规，但在一定程度上也导致与某些价值领域比较的认识与行为失衡。今天，毕竟是个自由度很大的社会，号令的权威正在淡化，提供多一点让人们自我认识的信息并因此而



形成的内化反思，是作为一些社会人可以对另一些社会人做的最合适的沟通工作。这本书也许是这种工作的构成部分之一。同时，作为想对这些财富数量不等的人群从事一些针对性工作的机构和人士来说，对他们的信息多一些了解不仅应当而且必要。

社会在快速发展，富人与平民都在快速进步，甚至快速易位。任何一个社会群体的民意及其需求也需要有不间断的收集与探索。我们正在习惯一个有富人的时代，我们也要习惯平民与富人并存的时代，而且更重要的是也许正因为有了富人的辉映，“平民本色”、“平民情结”与“平民风范”也才有了更具价值的新含义。

零点研究咨询集团董事长



袁岳

victor@sinoprogress.com

client@sinoprogress.com

2005年1月1日于北京



# 序 2

## 银行服务需要“因您而变”

过去的25年，中国经济发展取得了举世瞩目的成就，人民生活水平获得前所未有的提升，社会生活方式更加丰富多彩。如果将25年前的中国看作差异性并不大的整体，今天则由于工作职业、教育程度、收入水平、心理和行为模式的不同，事实上细分成了各种社会群体。从媒体报道和专业机构的研究报告中可以看到，很多人开始试图界定中产、白领、蓝领、金领的标准与规模，在同一个社会群体，比如白领中，也可以区分出SOHO一族、雅皮一族、BOBO一族之间的差异。现实情况表明，如今的中国社会，各有特色的群体正在形成与发育，消费和投资需求也日益多样和复杂。

从国际银行业的发展历史来看，银行与客户的关系经历了三个阶段。20世纪70年代，银行与客户的关系以银行为主，客户的融资选择一般就是银行贷款，客户对银行的依赖多于银行对客户的依赖，一般客户不轻易更换银行。到20世纪80年代，客户融资选择增加，银行间竞争明显加大，客户不再依赖某一家银行，而是转向选择能满足其特定需要的银行。银行这时主要是推广可以吸引客户并为银行带来盈利的产品和服务，以产品为主



导，银行和客户之间的关系变成互相选择的、不固定的、松散的交易关系。进入20世纪90年代，特别是90年代中后期，客户的金融服务需求日益多样化，选择性也明显增强，银行间的竞争进一步加剧，银行开始转向以客户关系为主导，以客户为中心。

国内银行业在客户服务与管理上，也经历了巨大变革。在社会财富相对集中，银行服务不断细分的背景下，作为银行管理者需要记住两点：首先，不论哪一个客户群体，都有值得为他们提供服务的社会价值和市场价值，因此，银行对客户的服务意识和服务态度不能因为客户财富的多寡而有所区别。无论平民，还是富人，只要成为银行的客户，银行就应该提供令客户满意的服务。其次，随着社会群体的区分，客户对银行服务的需求也出现了分化，因而，“一招走天下”（One fits all）的工作方式在银行服务中也是难以适应的。银行需要在产品设计、服务方式、品牌个性方面，细分客户群体，分别打造、专项设计出适合不同客户群体需要的金融服务产品。正是基于这样的认识与理解，我们将客户比作太阳，将银行比作向日葵。葵花离不开太阳，对银行来说，所有的客户都是太阳，银行都应努力提供优质服务。

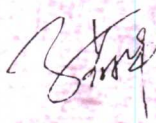
商业银行要做好服务这篇大文章，除了加强向国际同业学习、规范管理流程、提升人员素质外，最重要的工作之一就是不断地、深入地了解与分析客户的金融需求，对变化趋势了然于胸，并化为自己的行动指南。正因为如此，招商银行与零点公司合作，从2003年以来，连续对高端客户的状况与需



求进行跟踪研究，并发布了“金葵花理财”指数，量化反映其财务心理与行为。

在这些研究的基础上，零点公司采用比较视角写就了《平民这边，富人那边——关于投资与理财的48点对比》一书。该书既体现了招商银行的部分工作成果，也包含了来源更为广阔的信息与知识，不仅值得招商银行的工作人员学习，相信也会对我们的顾客、同行和普通的有理财投资需要的公众有相当的启发作用。山无常势，水无常形，只有因势而变，顺势而为，才能不落伍于这个迅速变革的时代。

招商银行行长



马蔚华

2005年4月1日于深圳

富  
人  
理  
财



# 目录

## Contents

序1 一双浏览平民和富人的眼睛 / V

序2 银行服务需要“因您而变” / IX

### 第1章 背景差异：谁是富人，谁是平民

- 对比1 富人、平民知多少 / 3
- 对比2 财富这个“馅饼”，是从天上掉下来的吗 / 8
- 对比3 富人和平民，最怕的就是入错行 / 12
- 对比4 富人在哪里 / 18
- 对比5 低学历者能带来多财富的日子已成为过去 / 22
- 对比6 富人中的年轻面孔越来越多 / 26
- 对比7 似幻似真看血型与致富能力 / 31
- 对比8 是周密计划还是谨慎冒险——个性决定财富级别 / 35

### 第2章 生活方式：收入不同所带来的差异

- 对比9 拥有财富，就拥有了什么 / 43
- 对比10 富人与平民的住房 / 48
- 对比11 财富与成功——并不对等但密切相关 / 53
- 对比12 平民群体更重视家庭 / 59
- 对比13 你不理财，财不理你——平民如果得到100万 / 63



### 第3章 富人和平民的理财观念差异

- 对比 14 有钱人之所以有钱：目标和追求 /69
- 对比 15 有钱人之所以有钱：收入富人 Vs 时间富人 /74
- 对比 16 有钱人之所以有钱：性格决定命运 /78
- 对比 17 健康生活：学习富人好榜样 /82
- 对比 18 二元结构的消费理念 /87
- 对比 19 使用的品牌：内涵展个性，外观现自我 /90
- 对比 20 在时尚链中的位置 /94
- 对比 21 财产安全与社会保障 /99
- 对比 22 穷爸爸与富爸爸的孩子，谁先当家 /103
- 对比 23 为友之道 /107
- 对比 24 信息来源 /112
- 对比 25 时间观 /116

### 第4章 理财观念、能力及宏观预期

- 对比 26 理财模式 /121
- 对比 27 理财知识 /125
- 对比 28 理财状况 /129
- 对比 29 理财中的马太效应 /133
- 对比 30 宏观看板 /137
- 对比 31 专家理财 /140

### 第5章 针对具体投资产品的理财方式

- 对比 32 储蓄、存钱、投资还是消费 /145
- 对比 33 股票：平民投资的最爱 /149



- 对比 34** 债券：想说爱你不容易 /154
- 对比 35** 商业保险：富人的保护伞 /159
- 对比 36** “基金”：不再是平民投资的“鸡精” /164
- 对比 37** 房地产：痛并快乐着 /169
- 对比 38** 外汇 /173
- 对比 39** 期货 /177
- 对比 40** 黄金珠宝：历史最悠久的投资工具 /181
- 对比 41** 收藏：投资品种中的贵族 /185
- 对比 42** 子女教育基金 /189

## 第6章 金融机构如何应对理财服务需求

- 对比 43** 富人投资，平民理财 /195
- 对比 44** “基金”的行业评分与投资人选择 /199
- 对比 45** 富人对理财服务的专业性和个性化要求更高 /203
- 对比 46** 大行与小行的选择 /208
- 对比 47** “理财规划”与“收益保障” /211
- 对比 48** 网上理财服务前景 /215

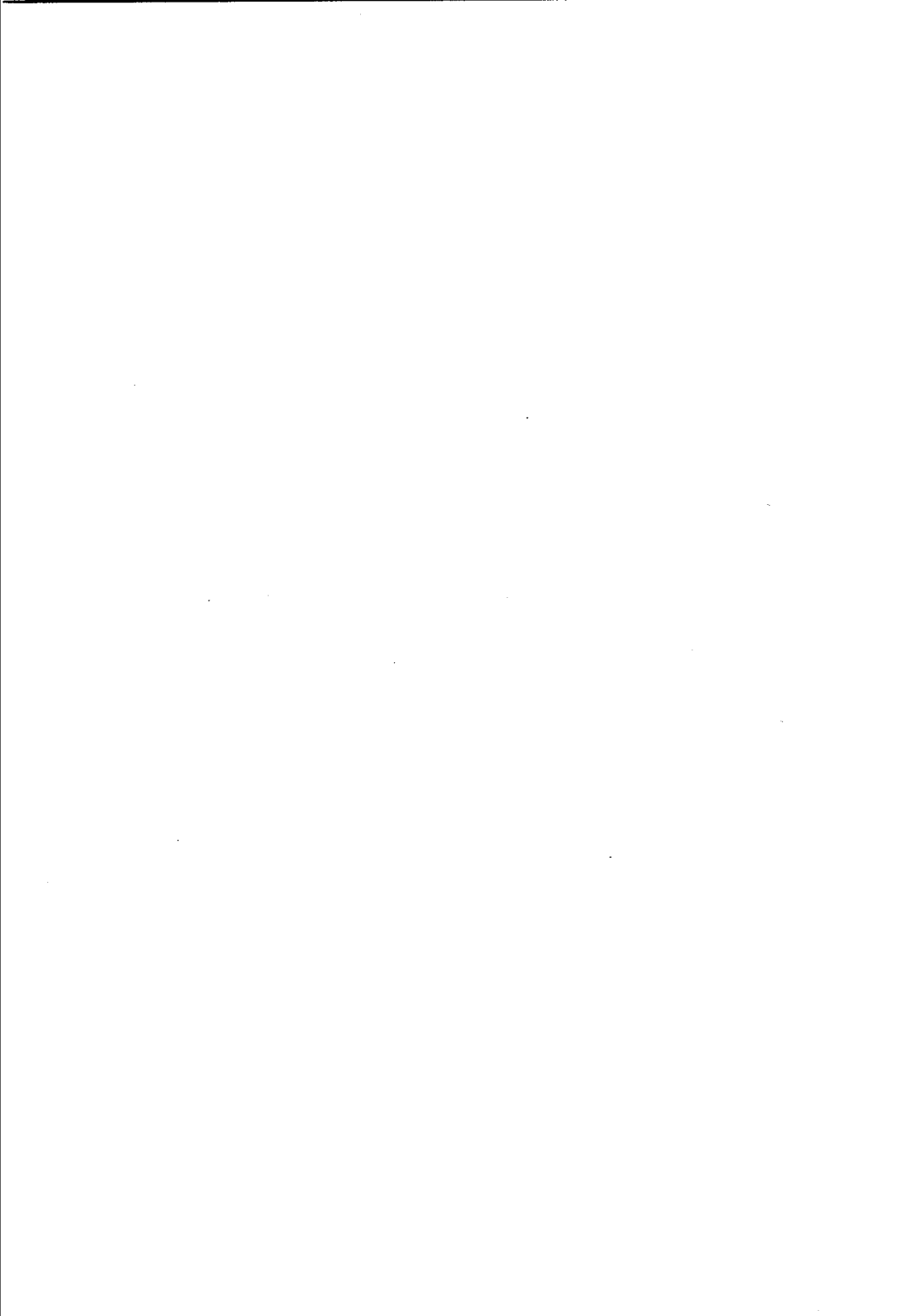
# 平民这边 富人那边

## 第1章

背景差异：谁是富人，谁是平民

Commonalities Here, Riches There:  
48 Points of Contrast Regarding  
Wealth Management





# 对比 1

富人、平民知多少

平民的规模是个没有太多争议的数字，历次的人口普查能够准确地给出所有中国人口的数字，如果把平民界定为城镇普通居民，也有详尽的人口数字及抽样调查的数据。根据国家统计局编著的《2004年中国统计年鉴》中第五次人口普查的数据，全国城镇总居民户为45844万人。根据户均年收入分为7级，最高收入级约占总户数的7%，每户人均年收入约为23484元，其中就业人口的平均个人年收入约为38850元。

从收入看，即使是这些不足一成的全国居民中的富裕户，每户的年收入也不过在6万多元，这当然不是我们通常意义上的富人。国家统计数据

富人群体从比例上说是微乎其微的，但总量仍然是规模很大的群体。



对平民有较好的体现，但很难真实地反映塔尖富人的财富值。与平民的数量相比，富人的数量并不是一个容易估计的数量，因为富有的来源并不都是正当的，而且富有表现出来也并不安全。正因如此，估计中国的富人规模有多大，这本身就是一件很引起争议和关注的事情，其中一个年轻的排富榜人士胡润在中国进行的为富人排榜的努力累有争议，但是即使质疑他的数据准确性的专家，也并不能提出更准确的数据来替代。实际上，中国富人的规模本身就是一个值得探索的灰色数字，见表 1-1。

表 1-1 胡润 2004 年财富榜排名 (前 10 位)

2004 排名	姓名	财富 亿元	公司	总部	行业
1	黄光裕	105	鹏润投资	北京	家电零售、北京 房地产
2	陈天桥	88	盛大网路	上海	在线游戏
3	荣智健	85	中信泰富 集团	香港	航空、基础建设、 房地产和电信
4	许荣茂	70	世茂集团	上海 & 香港	上海、北京和福 州的房地产、饭店
5	鲁冠球	61	万向集团	浙江杭州	汽车配件、金融
6	李金元	60	天狮集团	北京	保健品直销
7	陈丽华	50	香港富华国 际集团	北京	北京房地产、紫 檀博物馆