



Julius Bär

瑞士宝盛银行

2020年全球财富 和高端生活报告

2020年3月

Julius Bär

瑞士宝盛银行

引言

欢迎阅读瑞士宝盛银行首次发布的《全球财富和高端生活报告》。在这次广泛的调查中，我们探讨价格和消费者行为，以深入了解奢侈品世界。

“奢侈品”以往主要指手袋或跑车等高端商品，现在的涵义更为广泛，从精致餐饮到养生等新生活趋势的服务及体验也涵括在内。

上述发展趋势归因于富裕人口增加，这类人士具备国际视野，无论身处何地都希望能享受同样的生活标准。

本报告比较各类商品和服务的价格，包括混合动力汽车到激光视力矫正手术等，并按全球、地区和项目类型细分。

有关分析以我们在《亚洲财富报告》中首倡的瑞士宝盛高端生活指数为基础，调查范围现已扩大至全球28个城市。

我们深入钻研消费者行为模式，并得出一项重要发现。更年轻一代正在继承婴儿潮一代的财产，这一代人的影响力与日俱增，他们对地球和环境更为关心并了解自身的消费力。

因此，我们强调“良知型消费”这个主题——现今的消费者逐渐希望在决定消费的同时，理解自身的消费力，同时也考虑到对社会、环境及政治影响之间作出平衡。这种理念始于千禧一代，现在由往后的世代承传。就我的个人经验而言，Alpha世代也开始参与其中。

拥有物质财富不再是最终目标，现今的消费者倾向于更慎重、可持续及负责任的消费方式。为对这方面作更深入了解，我们访问了从厨师到养生专家等不同界别的思维领袖，他们的见解均表明责任与盈利可以两者兼顾。

我要感谢为本报告作出贡献的众多人士，希望本报告能够提供有用的信息及愉快的阅读体验。



Nicolas de Skowronski
财富管理方案部主管
执行委员会成员

地区重点

亚洲

过去10年,亚洲涌现庞大富裕人口,对全球消费产生深远影响,尤其是中国消费者已成为汽车、名表等各类奢侈品的主要消费力。



李光荣

亚太区首席执行官
执行委员会成员

这个趋势带来明显的影响,西方企业必须围绕中国制定策略。对于奢侈品公司而言,这可能意味着在开设新门店时引入专门的时尚系列。

西方也已感受到亚洲需求的力量。这些年来,超级富豪抢购各类资产展示财力,包括艺术品、足球球会等。目前,较富裕阶层争相把子女送入名校,并渴望在高端住宅区置业。

鉴于国内经济快速增长,导致过度拥挤、优质住宅供应受压,大部分人都在寻求比国内更佳或不同的生活方式。此外,他们必须为进口奢侈品支付高额税款。

我们的数据显示亚洲是全球最昂贵的地区,尤其就住宅物业而言,十大最昂贵城市中,亚洲已占6个;就豪华汽车而言,在我们的指数中,十大最昂贵城市中,亚洲独占8个。



另一方面,亚洲便携式物品及服务的性价比不俗。低劳动力成本是酒店和养生等服务业的优势,吸引全球客户。

但行业前景并非一片坦途。在撰写本报告时,中美贸易战导致行业增长放缓。市场情绪变得疲弱,而随着民粹主义蔓延,突然出现或增加的外资使部分地方市场变得紧张。

国际关系出现调整也许无可避免:中国不能再无限期维持高增长,美国也

无法一直维持战后的影响力。我们并不担心贸易战会旷日持久,因为这对双方都没好处。企业本质上将一直遵循实用主义,尽量避免卷入贸易战火。

我们希望《全球财富和高端生活报告》能够提供关于国际生活方式趋势、性价比最高的项目及来年前景的独特视角。

美洲

2019年是休整的一年，强势美元及经济放缓影响拉丁美洲，而北美的消费则保持稳定。



Beatriz Sanchez
美洲首席执行官
执行委员会成员

奢侈品消费的主要趋势包括墨西哥持续取代巴西成为美国以外的主要市场，该地区的中产阶层增长，外国品牌却预期该分类市场放缓，对业务扩张犹豫不决。

整体而言，拉丁美洲仍是奢侈品经销商的下一个庞大目标市场，占全球奢侈品市场相当部分。然而，不平均的增长率及该区域广阔的地域，可能不利该市场的前景。

该地区较富裕的阶层常赴国外购物，高关税是国内消费的阻碍。美国境内，迈阿密及纽约一直是备受欢迎的目的地。

除此之外，拉丁美洲对地区内和国际游客的吸引力正在增加。本土酒店品牌崛起，而且和其他地方一样，年轻一代的品味有所变化，更追求体验而非身份地位。



便携式奢侈品主要包括品牌服装、配饰及美容产品，皮革制品更是热销货品。在众多细分类别（尤其是珠宝）当中，地区市场分散方便外国品牌进驻，可凭借强大的经销实力，以及在打响知名度后通过网上销售获取市场份额。

考虑到发展水平，美国（及加拿大）显然是须个别看待的市场。高劳动力成本使外出吃饭及娱乐非常昂贵，婚宴更是全球最昂贵。相反，汽车几乎是全球最便宜，房地产市场则种类丰富。

希望您享受阅读本报告。

欧洲、中东和非洲 (欧非中东)

从高级女装到豪华酒店，欧洲是大多数知名品牌及奢侈品牌的发源地。这里的人熟悉奢侈品牌所代表的工艺、传统及高雅品位。



Yves Robert-Charrue
瑞士和欧洲、中东
及非洲首席执行官
执行委员会成员

过去20年，随着奢侈品企业更为全球化，并以利润主导业务，众多品牌已整合为综合集团。推动这一转变的正适合亚洲新兴富裕国家的偏好。

与此同时，奢侈品的概念也已伸延。房地产方面，品牌住宅打进奢侈品市场；另一端，品牌配饰也转向以可负担得起的价格销售，不再是遥远的梦想。

对相关公司来说，找到合适的平衡点讲究微妙技巧。新晋品牌正在涌现，挑战无处不在的成熟品牌。年轻消费者同时追求原创性与奢华感俱备的品牌。

全球奢侈品消费有一套既定印象：在法国享受全方位的美好生活、在米兰追逐时尚、在英国求学并购置高端地产物业。伦敦或巴黎某些地方更一向是奢侈享受的独家保证。

另一边厢，在中东，新健康及生活模式兴起，提高迪拜作为豪华度假及养生目的地的吸引力。然而，东南亚继续吸引欧洲旅客，泰国在养生方面的地位难以撼动。

按价格加权基准，相对于亚洲及美洲，欧洲最为便宜，大多情况也归因于税项。在亚洲，高端汽车需要缴纳重税，地产亦然。



另一方面，欧洲的配饰、时装及体验等较低价项目往往比美洲便宜，但比亚洲昂贵，亚洲却是很多品牌产品的实际产地。

我们的《全球财富和高端生活报告》以独特视角，综合观察主要国际市场高端项目的相对价值，并概述国际高端生活消费模式的背景。希望能为您提供有用信息。



目录

12	概要
17	良知型消费的宏观背景
20	良知型消费者
26	报告分析
44	居家
59	体验
68	时尚
78	家庭
84	养生
91	城市
120	研究方法:高端生活指数
122	重要法律信息

概要

瑞士宝盛银行首次发布的《全球财富和高端生活报告》发现，全球高端生活最昂贵的城市当中，部分位于亚洲。不过，即使这些昂贵城市中，对消费的不同追求也会导致价格存在巨大差异。

我们对全球28个城市进行调查：亚洲10个；欧洲、中东和非洲（欧非中东）12个；美洲6个。亚洲区内4个最昂贵的城市分别是香港、上海、东京及新加坡，最便宜的城市则是孟买，排名第28位。

尽管纽约的服务及消费品特别昂贵，但鉴于当地汽车等高价商品相对便宜，按价格加权基准计算，排名第4位。

另一边厢，欧洲城市的消费性价比往往较为合理。欧洲性价比最高的城市是巴塞罗那（第24位）和法兰克福（第26位），而欧非中东最昂贵的城市是伦敦（第7位）。

分类

本报告将高端生活项目分为5类：

“居家” 住宅、汽车及钢琴	  
“体验” 商务舱机票、酒店套房、 高端餐饮、高端葡萄酒、威士忌	    
“时尚” 女鞋、男士西装、 珠宝、名表、女士手袋	    
“家庭” 寄宿学校、大学、律师、 婚宴	   
“养生” 美容服务、激光视力矫正 手术及私人培训	  

所有城市的平均排名

● 最昂贵的城市 ● 最便宜的城市

- | | | | |
|-------|--------|----------|----------|
| 1 香港 | 8 台北 | 15 悉尼 | 22 雅加达 |
| 2 上海 | 9 苏黎世 | 16 里约热内卢 | 23 莫斯科 |
| 3 东京 | 10 摩纳哥 | 17 迪拜 | 24 巴塞罗那 |
| 4 纽约 | 11 曼谷 | 18 墨西哥城 | 25 伊斯坦布尔 |
| 5 新加坡 | 12 巴黎 | 19 米兰 | 26 法兰克福 |
| 6 洛杉矶 | 13 迈阿密 | 20 马尼拉 | 27 约翰内斯堡 |
| 7 伦敦 | 14 维也纳 | 21 温哥华 | 28 孟买 |



居家

自金融危机以来，低利率及对物业质量的追求导致伦敦、纽约和香港三大全球门户城市的楼价暴涨。过去一年左右，需求蔓延至性价比更高的二线城市，如慕尼黑、马尼拉及迈阿密，以及主要城市的新城区。

受惠的“二线”城市包括法兰克福及巴黎，因为金融投资者对冲英国脱欧及伦敦在欧洲的领导地位受削风险的可能持续扩大。巴塞罗那的排名有所上升，全因其商业、休闲及求学方面的广泛吸引力。在美国，迈阿密继续开拓高消费市场，该城市一直以来深受拉丁美洲消费者青睐。在亚洲的首都城市，供应紧缺及高税额已推高价格。

中国买家是全球豪华汽车销售的主要动力，当中年轻消费者及女性消费者占一大部分。尽管近期整体增长停滞，但该产业把希望寄托于富裕阶层对订制或限量版型号的需求。

另一方面，电子技术的进步有望彻底改变个人出行方式。不过，在电池效率提高及铺设完善的充电设施之前，电动汽车预计仍属高端产品。汽车制造商承诺在未来数年，高端车型将推出电动版本。欧洲汽车制造商也认为，未来家用汽车将是混燃或纯电动汽车的天下，这显然会威胁到电动汽车先驱特斯拉。

定价方面，美洲的豪华汽车因税率低而性价比最高，其次是欧非中东。亚洲因较高税率而位列第三。

体验

年轻消费者越趋青睐奢侈体验，是旅游、出行及餐饮行业的福音。

相比之下，环境问题日益受到关注，正改变对人类需求的假设。在未来，本地出产及来源符合道德的食品价格可能会更高。关注污染及自身碳足迹的人可能不再接受长途飞行这种出行方式。

对喜欢品鉴佳肴美酒的人而言，巴黎仍然是最昂贵的城市之一，而雅加达及香港的红酒性价比最高。



时尚

发展中国家的高端商品税额高昂。例如在珠宝方面，因当地税项，同一款商品在里约热内卢的价格会比北美或欧洲贵一倍。

对于欧洲大陆的消费者而言，苏黎世和法兰克福是购买精品服饰及珠宝性价比最高的地方。在瑞士，腕表无须征税，而在法兰克福，由于少数富裕阶层可轻松在其他地方购物，帮助维持当地奢侈品价格低企。

亚洲是名表的主要消费地，中国约占其中三分之一¹。

不过，凡事并无一帆风顺。随善变的消费者需求变幻莫测，加上未售出的服装送往堆填会造成浪费，时尚界需重新思考行业。

部分奢侈品牌推出各种实验性的“升级再造系列”，重新利用旧衣服、废弃服装或其他物料创作新商品。同时，品牌通过类似俱乐部“会籍”，向会员提供高级销售及内部独家商品，吸引最忠实的客户。



家庭

教育已成为一门大生意，尤其是在英语国家。目前超过10万中国内地学生在英国大学修读研究生课程²。澳大利亚是另一个热门升学地点。

最值得注意的是，亚洲人十分重视教育，即使不太富裕的夫妇也定会会为送子女出国读书而预备储蓄。很多机构，包括传统英国寄宿学校等，都在亚洲设立分校，满足相关需求，并承诺提供同等水平的教育。

最顶尖学府的入学竞争非常激烈，假设你有足够金钱，还需要优秀的学术表现才获取录。多年以来，名校的寄宿费大幅上涨，如英国伊顿公学、牛津大学和美国哈佛商学院。

相比之下，人生的下一阶段可能便宜得多。婚宴的整体费用仅小幅上涨。据观察，富裕阶层向往奢靡，吸引更多情侣对婚礼斥以巨资。

养生

如今，养生行业完全出于个人幸福而存在，专注健康、饮食、运动及精神充实。

养生业务每年增长约6%³。多个亚洲城市以高端养生休闲目的地为定位，而美国及欧非中东的主流休闲和旅游供货商也紧随其后。

最好的设施通常是专门场所，一般是水疗中心，部分更提供复杂的医疗服务，另一些则针对特定项目，提供排毒到瑜伽或“全人”心理辅导综合项目。

另一方面，医疗旅游成为新兴现象。巴西吸引来自拉丁美洲各地的业务，而泰国及南韩的名声则吸引全球的病人。

1 Statista消费者市场展望—2019年奢侈品报告—名表及珠宝

2 申请赴英留学的中国及香港学生再创新高，《卫报》，2019年2月7日

3 Global Wellness Institute，全球养生经济监测报告—2018年10月

按地区排名

昂贵的地产及汽车让亚洲成为最昂贵地区。

在十大住宅地产最昂贵的地点中，亚洲占6个；在十大豪华汽车最昂贵的地点中则占8个，原因是区内进口税极高。

欧非中东的奢侈品整体性价比最高。

商品和服务

亚洲是非必需消费品最昂贵的地区，通常是因为高价产品须缴纳更高税款。

在另一端，美洲的服务最昂贵，反映北美劳动力成本高企。

各地区整体成本

价格加权平均 | 2019年
(1代表最昂贵, 3代表最便宜)



商品成本

价格加权平均 | 2019年
(1代表最昂贵, 3代表最便宜)



服务成本

价格加权平均 | 2019年
(1代表最昂贵, 3代表最便宜)



良知型消费 的宏观背景



处于临界点

“地球超载日”指每年人类对资源的需求超过地球可再生资源的日子。值得关注的是，这个日子每年都在提前。2019年的地球超载日是7月29日，较20年前提早了两个月。由此可见，我们正加速走向临界点，届时即使我们完全遏制有害活动，自然世界也已丧失自我修复能力，可能带来灾难性后果。

我们目前的生活方式正伤害地球

科学研究表明，全球暖化是人类造成的问题，是由于污染气体排放导致具有保护作用的臭氧层变薄所致。全球平均气温持续上升，气候变得更加极端。飓风、海啸和台风频繁出现，增加水灾、食物短缺及人道主义危机的风险，还有高昂的善后费用。全球暖化还导致冰川融化。随着北极浮冰不再冻结，本受阻塞的西北航道现已通行；而在2019年8月，冰岛因全球暖化而失去第一条冰川。



响起警号

无论是欧洲城市呼吁采取气候行动的游行，还是清理海洋的热门倡议，有一点毋庸置疑：抗议活动已成主流，并使政治运作复杂化。在美国或欧盟国家等大国中，有影响力的游说者传统通过规制俘虏运作，也就是说，利用自身深厚的行业知识获得立法优势。不过，如今的选民不再信任领导人，他们迫切要求对气候变化采取紧急行动，要求各国为共同利益达成合作，因气候问题并无分国界。

备受关注的公司

1962年，经济学家佛利民（Milton Friedman）提出：“公司的目的是什么？”他的结论是，公司无须承担社会责任，只需要对股东负责。惟世事往往变迁。

2008年金融危机后，自由市场可以解决所有问题的信念瓦解，市场对企业 and 政治精英的不满情绪高涨。很多公司遭受打击，并开始改变对自身社会责任的想法。最近，超过180位美国行政总裁发表一份联合声明，表示放弃长期坚持的股东至上原则，并转而表示“对所有利益相关人士作出基本承诺”。

同时，员工更为积极主动地影响公司，从而为这些组织的成功和可持续发展作出贡献。

可持续发展的未来

随着企业改变，社会推动更加可持续发展的未来，政府、监管机构和中央银行都开始探讨可持续发展的议题。

推动转变的重要行动始于2015年12月12日的巴黎。《联合国气候变化框架公约》各缔约方达成一项标志性协议，共同对抗气候变化，并加强行动迈向可持续低碳未来。《巴黎协议》有史以来首次联合所有国家，为应对气候变化作出努力，并为发展中国家提供更多支持。

在其他地方，新监管规定（如欧盟可持续金融行动计划）及新指引（如负责任银行原则）正在改变金融业界。

负责任投资

负责任投资理论指公司不应只关注盈亏，更要坚持各种环境、社会及管治因素的最佳实践。

良知型消费

根据联合国，上世纪的经济和社会进步对环境造成巨大伤害。如果我们的生产及消费模式维持不变，这种伤害将不可逆转。

随着消费者的意识提高，他们不仅会考虑，而且会要求更多可持续发展的消费选择，这是必然的趋势。明智的企业应事先预计消费者的需求。

良知型消费者



你希望如何生活?这个问题听起来可能有点“新时代”，但世界各地正意识到，地球无法承受目前持续的消耗速度。

如果我们无动于衷，必将付出代价。气温上升、栖息地和物种流失、海洋污染、饮用水污染……各种环境问题不胜枚举。我们所购买的商品与整个社会可能承受的伤害是互相关联的。

这种意识让消费者更加关注公司的行为。年轻一代对企业领导层的不诚实行为更为敏感，并希望企业增加商品原产地的透明度。

他们还意识到集体行动的力量。社交媒体是一项有力工具，让消费者“指摘”道德标准不符合承诺或预期的公司。

良知型消费是指消费者在明确的情况下作出选择，强调避免不必要的浪费或不实用的物品，并尊重购买真正有价值物品的需求。

尽管西方先有这种意识觉醒，但良知型消费者并不局限于西方国家，只是西方率先进行工业化，所以有更多时间立法规范企业及教育消费者。

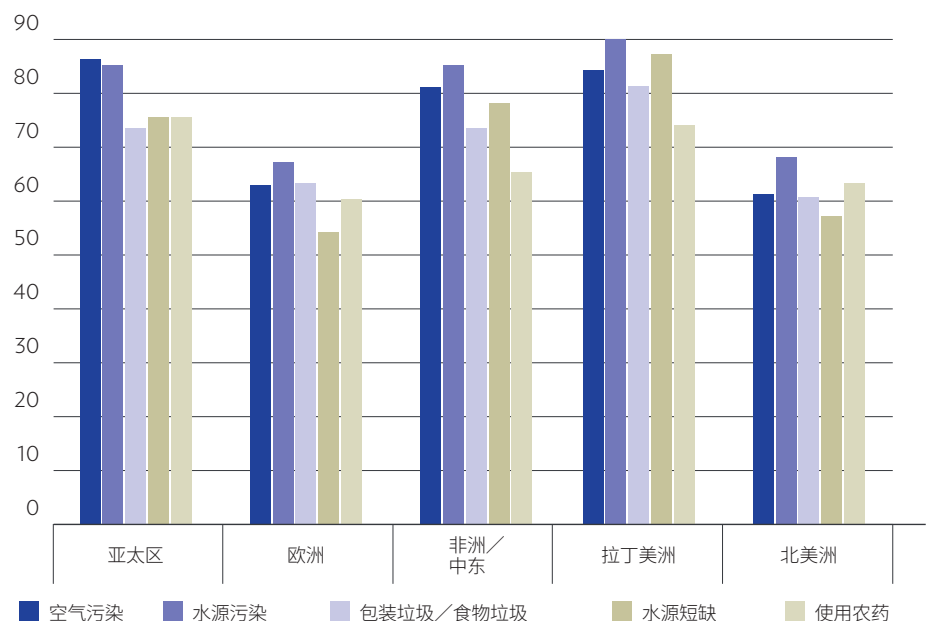
现今社会良知型消费与炫耀型消费并存。这并不是说后者不好或不负责任——资本主义本身并不是敌人，但我们确实需要付出更多。

就奢侈品而言，工艺起源、高质量的材料及小规模生产是这个行业的特征，有助于审计追踪，让我们辨识在制造或分销流程中负责生产的单位和方法，以及可能造成的负面影响。

更具前瞻性的公司意识到，他们必须更负责任，在被指出问题前积极解决任何不足。

全球消费者关注环境问题

强烈关注下列议题的受访者比例(%)



来源:世界大型企业联合会 (ConferenceBoard®) 2017年第二季度与尼尔森 (Nielsen) 合作进行的《全球消费者信心调查》

世代趋势

在英国等富裕国家，千禧一代是道德运动的支持者。然而，听起来可奇怪，但他们并不总是言行一致。

以快时尚为例，正是其中一个聚焦范畴。高街品牌及实时制造培养出“只穿一次”的文化，商店每隔几周就换上新产品，却在生产及处理积压存货方面造成大量浪费。

不过，Z世代的年轻人，即1995年后出生的人，也表现出谨慎的消费行为。在高端市场，Stella McCartney推出第一款无皮革的Adidas Stan Smith运动鞋，一经推出即获抢购，不得不先预订⁴。这款运动鞋在Stella McCartney官网及专卖店的售价约为300美元。

但消费者为了做正确之事，又愿意付出多少代价？东京一位作家佐佐木典士（Fumio Sasaki）丢掉所有个人物品，只留下一张可卷起的床垫、三件衬衫、四双袜子及少量零散物品。他的动机非常简单：这让他感到快乐。佐佐木典士写道，“我认为丢掉物品不仅是整理，更可以从中了解到真正的快乐。”

同样来自日本的近藤麻理惠（Marie Kondo）提出类似理念。这位言辞温婉的整理达人说服消费者丢弃“任何不会带来快乐的事物”，她的书作热销数百万册。

年轻消费者对体验及物品同样重视。他们追求能提升自己健康、技能及快乐的一切。ZenithOptimedia对10个国家6,000名千禧一代进行调查，发现他们想要成为“解难者”或“决策者”⁵。他们投放较少时间在传统优先事项上，例如结婚、生子或置业。这也无不合理：众所周知，国家越富裕，女性劳动参与率越高，人们往往越迟成家立室。

文化偏见也是因素之一。五分之一中国千禧一代（平均为9%⁶）认为“见多识广”是成年人的主要特征。

所以，结论似乎是年轻消费者不像之前的世代般看重物质，他们能够接受共享汽车车会、二手时尚及共享办公空间。

养生方面又如何？基于成本考虑，养生对年轻消费者来说仍然是梦想的消费项目；奢侈养生消费市场却在40、50多岁或更年长的客户群中快速增长，规模扩至全球。

根据Global Wellness Institute，养生市场每年增长6%，增速是全球平均本地生产总值的两倍。这一产业的价值庞大，已达4.2万亿美元，但目前尚未有地区主导该产业。

至今为止，东南亚一直利用在酒店业和气候方面的优势，吸引西方旅客在冬季前来旅游，而海湾国家正奋力赶上。

养生趋势也有庞大的发展空间，并向充满异国风情的新目的地扩张，比如摩洛哥。但是，竞争者想要脱颖而出，还需具备本土文化、宁静氛围及森林绿植之外的特色，因旧式酒店已经具备这些元素。

“我认为丢掉物品不仅是整理，更可以从中了解到真正的快乐。”

佐佐木典士，作家

4 Livekindly, 2018年9月17日

5, 6 ZenithOptimedia, 《追求幸福：为千禧一代创造更有意义的品牌体验2015》



饮食

部分国家具有饮食文化，另一些则没有。在欧洲，法国和意大利享誉为美食国度，全因富饶的土壤出产及坚守高质量标准。亚洲人对美食的热爱更是根深蒂固，打招呼时问“吃饭了吗？”如同西方问“你好吗？”一样普遍。

在美国和英国等部分西方工业国家，饮食习惯掌握在超市和大企业手中，人民对吃下肚的食物提出最多质疑。年轻人掀起浪潮，反对工厂化农业、农药和食物掺杂。

越来越多千禧一代拒绝食用肉类及所有动物副产品，这一运动逐渐成为主流。《经济学人》宣布2019年是素食之年，即使非纯素主义者，也更谨慎使用动物产品。2019年，英女王伊丽莎白二世成为首位停止使用真皮草的君主。从现在起，她只会重复穿着已有的皮草服装，新买的衣饰则只用人造皮草制造⁷。

物尽其用……

本报告提及到服装制造业的浪费及不健全的环境保护措施。从过度密集的土地使用到水资源管理不善，合法但不可持续的做法多不胜数。

包装垃圾是公认的最迫切问题之一，也是对陆地和海洋食物链的一大祸害。

西方每个成年人都曾受呼吁，减少使用塑料袋，改用可循环或可生物降解袋。超过一半英国消费者表示愿意支付更高价格，使用塑料包装较少的产品，五分之四消费者正努力减少自身产生的塑料垃圾⁸。

2019年，瑞典女学生及气候活动家通贝里 (Greta Thunberg) 敦促各国领导人采取更多行动保护环境，备受全世界媒体关注。与坐飞机到世界各地传播理念的活动家不同，这位勇敢的少女乘坐零碳排放的游艇横跨北大西洋，参加在纽约的联合国峰会。

通贝里将言论付诸行动，因而赢得掌声。与利用破坏方式来传达信息的倡议团体相比，她坚定的决心无疑更能引起公众共鸣。

一种称为“飞行羞耻” (Flygskam) 的新排挤风气冒起，经常飞行的公众人物是受针对的对象。这一行动起源自主张平等主义的瑞典，当地人快速察觉到双重标准的存在，而其他国家能否同样做到还有待观望。自2010年起，航空出行增长61%⁹。根据英国《卫报》，飞行是碳排放的主要来源之一¹⁰。飞机通常会承载额外燃料，避免在转机地点补充燃料，从而产生高额成本，但不必要的额外重量却增加污染。

7 白金汉宫

8 《大部分英国人支持禁用塑料包装》，YouGov，2019年4月

9 世界银行

10 《航班排出的二氧化碳分量，与人类一年排出的分量相等》，《卫报》，2019年7月19日

公众压力

到底应从哪里开始作出转变?我们每位都可以以身作则,而全球绝大多数人(81%)强烈认为,公司应采取更多措施来保护环境¹¹。

新兴经济体尤为如此。尼尔森一项研究显示,94%南美民众认为,公司政策对于改善环境而言至关重要;相比之下,北美仅为69%¹²。

拉丁美洲的比例较高,部分可归因于人为的灾害。在巴西,雨林被烧毁、近期发生矿坝倒塌,以及仍在调查中的国有能源公司涉嫌政治行贿,均反映出管理松懈的问题。邻国的表现并未好到哪里。

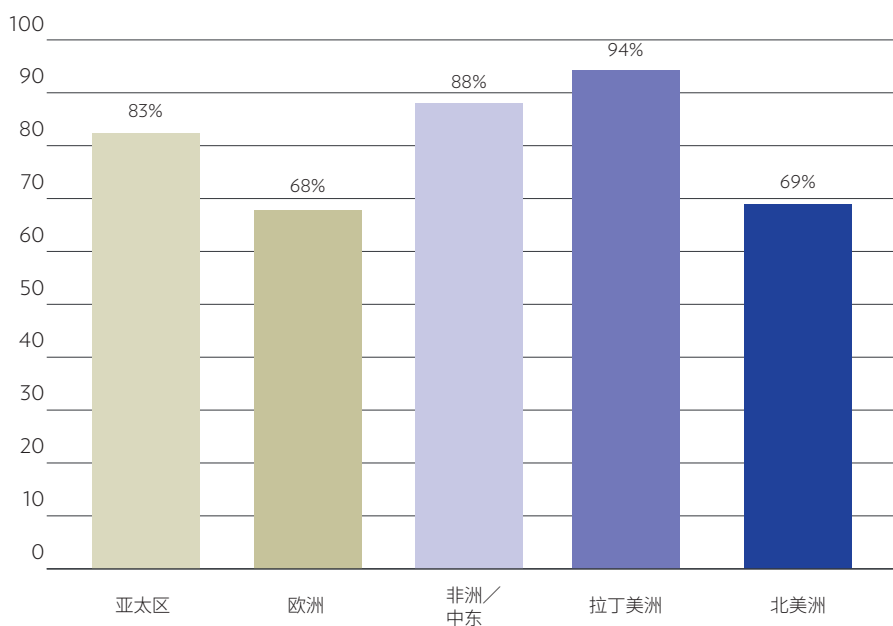
公司纷纷表示正就公众的抗议采取对策。贝恩公司(Bain & Company)对297间国际公司进行调查,当中81%表示,与5年前相比,可持续发展对公司业务的重要性增加;85%则认为,未来5年,可持续发展将变得更为重要¹³。

上述观点大概人尽皆知。但投资者及资本市场对董事会的要求不断提高。管理约70万亿美元金融资产的金融机构,同为联合国负责任投资原则的签署方;公共退休金受托人也要求增加透明度。

即使如此,能作出具体、可衡量承诺的公司仍为数不多。在少数公司当中,联合利华承诺于2025年前,把原生塑料使用量减少一半。因此,作为一间国际消费品公司,联合利华再次成为公众的焦点。

消费者期望公司关注环境

表示公司很可能实施环境改善计划或此举十分重要的受访者比例(%)



来源:世界大型企业联合会(ConferenceBoard®)2017年第二季度与尼尔森(Nielsen)合作进行的《全球消费者信心调查》

2014年,亿万富豪创业家Richard Branson于维珍集团(Virgin Group)的网站上提到,能够在未来几年繁荣发展的,将是那些目标不仅仅局限于盈利的品牌。这是崇高且具先见之明的想法。

2019年1月,David Attenborough爵士庄严现身达沃斯VIP峰会,严正提醒企业与环境之间即将出现的冲突。

8个月后,在美国召开的商业圆桌会议上,一个代表近200位行政总裁的

团体承认,最大化股东价值并非他们唯一关心的议题。他们也承诺向雇员投放资源、保护环境,并以公平及符合道德的方式与供货商进行交易。

这改变可谓重要的里程碑,彰显出这场自下而上的运动已推进至顶端阶层。

11, 12 世界大型企业联合会(ConferenceBoard®)2017年第二季度与尼尔森(Nielsen)合作进行的《全球消费者信心调查》

13 贝恩公司(Bain & Company)的“Transforming Business for a Sustainable Economy”,2018年8月

地区消费者习惯

长期以来，以可持续方式生产的产品都被视为拥有更高溢价，因这些产品并非大规模生产。然而，令人意外的是，根据尼尔森2017年第二季度的《全球消费者购物习惯调查》显示，相比较富裕国家，较不发达国家的消费者反而更倾向支付较高价格，购买负责任公司的产品。更多调查结果如下：

亚洲

印度尼西亚、印度、马来西亚、泰国及菲律宾消费者最愿意基于公平贸易标签或环保标准选择产品。相反，新西兰及澳大利亚消费者的相关倾向最低。

某程度上，这一差异可能源于新兴市场中，许多人切身体会到经济迅速增长所带来的负面影响，包括城市化、污染及不平等情况加剧，让他们开始质疑生产及消费对社会的影响。

另一个原因则是民众对本地品牌的信任并不高，尤其是食品。污染恐慌是这些国家的新闻重点。因此，负责任公司恰逢其会，对质量及一致性作出承诺。

欧洲

整体而言，欧洲受访者最不愿意为负责任产品支付产品溢价，因为普通商品已受严格环境监管，因此标有“负责任来源”的产品并不会引起过多关注。这些产品必须具有价格竞争力才能卖出去。

不愿为有关产品支付溢价的另一原因可能是对企业的怀疑。消费者可能认为自己很老练，不会轻易被说服，广告可能会使他们质疑公司的动机。

但这未必意味着欧洲消费者完全无视相关问题。相反，自备购物袋已成为欧洲消费者根深蒂固的习惯。产品回收也是强制要求，尤其是在德国、奥地利、韦尔斯及瑞士，上述国家回收率当属全球之最¹⁴。

美洲

与欧洲一样，北美消费者不大愿意为来源更符合道德的产品支付溢价。

然而，大部分拉丁美洲人表示，他们会检查产品制造商是否专注采取可持续发展措施。



报告分析



高端商品及服务需求似乎是反映消费者情绪的良好指标，从而反映全球经济。当经济繁荣时，人们愿意增加开支，使价格上涨；经济衰退时，则会减少开支。

但周期不可预测，消费者的喜好不断变化，而且时常出现冲动消费。这就是各个品牌必须不断包装形象的原因。从高端商品及服务需求来看全球经济，我们最多能推断出经济前景似乎十分参差。

贸易战及减税

在西方国家，政治磨擦日益增多，民众运动对既得利益者发起挑战。美国总统特朗普向选民承诺“让美国再次壮大”。

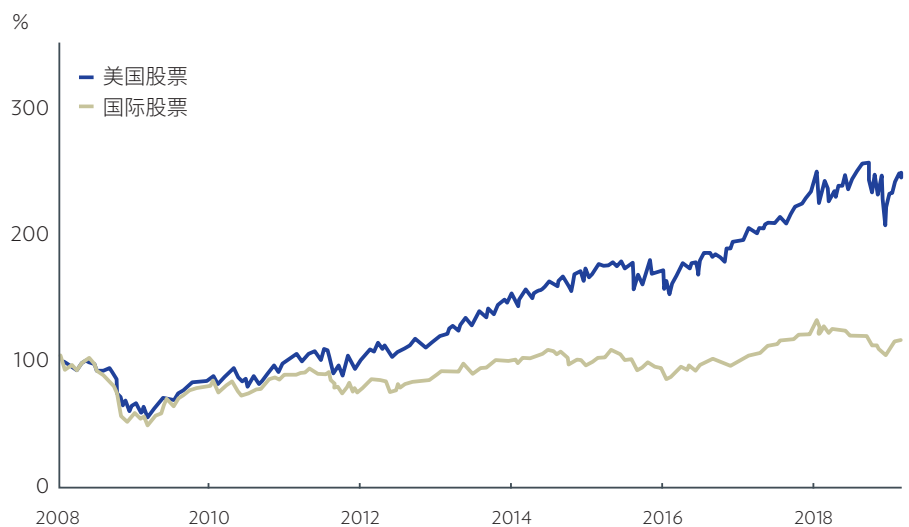
特朗普更加大赌注，向中国发起贸易战，这可能会影响地缘政治，例如使亚洲国家面临选边的压力。

短期而言，美国政策确能刺激国内经济增长，信息技术及服务等行业蓬勃发展。受失业率低企及可支配收入增长（4%至5%）¹⁵支持，美国消费者开支维持强劲。

但这一切都可能改变。股市通常（但未必一定）是领先指标。

尽管标普500指数创历史新高，但市场似乎越趋集中。价格波动加剧可能表明股票，甚至经济前景不甚乐观。

美国股票与国际股票总回报之比较(2008年至2018年)



来源：MSCI、彭博社

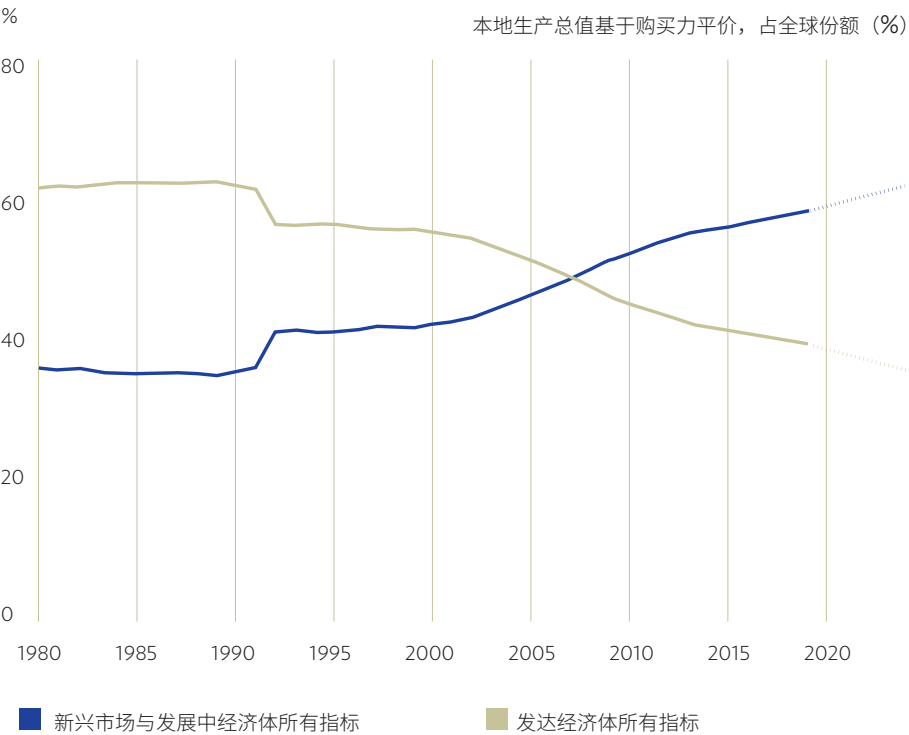
一旦贸易制裁影响开始浮现，经济就会反映出来。由于制造商对贸易战深感恐慌、美元走强及美国以外地区增长疲弱，商业投资似乎正加速放缓。企业盈利将较以往受到更多审查。

目前为止，对华商品加征关税据报道已导致美国本地生产总值¹⁶增长减少0.5%。中国方面，政府官方数据显示，2019年下半年，对美出口（占本地生产总值3.5%）录得两位数跌幅¹⁷。

出于多种原因，包括结构性产能过剩及债务问题，目前内地经济增长已跌至26年低位。整个亚洲地区供应链也感受到阵阵寒意。

即使印度拥有巨大的国内市场，而且相对独立，经济也显著走弱。美元持续走强，使进口商品更为昂贵，贸易余额下滑，使印度更添压力。

新兴市场占世界经济的比重不断增加



来源：国际货币基金组织《世界经济展望》（2019年10月）



欧洲方面，经过数年紧缩政策后，部分外围国家已开始复苏，例如葡萄牙、爱尔兰及希腊。但欧洲最大经济体德国仍问题重重，欧洲大陆也深陷困境。

收入及生产增长停滞，加上福利开支增加，导致法国及意大利政府毫无增加财政开支的空间。英国脱欧进一步分散欧盟决策者的注意力，并削弱市场信心。

通胀

通胀显然是存在已久的问题。2019年,美国联储局(美联储)接连数次意外减息,突显过去数年的价格增长预期实为错误。减息利好政府债券,而当时政府债券涨势似将结束。

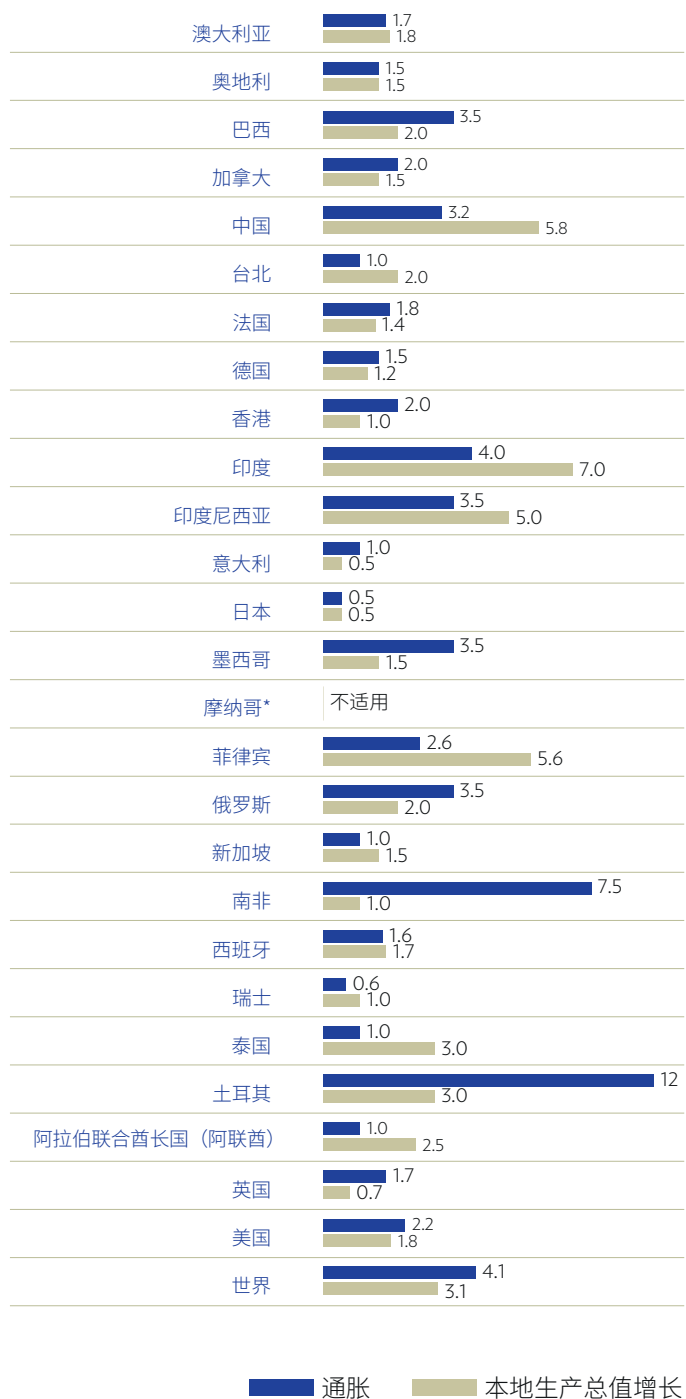
美国失业率低企并未推动工资上涨,部分原因是由于婴儿潮一代退休,部分则因经济全球化所致的通缩影响持续。收益率曲线显示,未来10年,美联储无法达到2%的通胀目标。

在美联储牵头下,各国央行可能于2020年跟随美国进一步降息。至于备受关注的中国,中央政府正致力控制不良贷款。欧洲方面,利率已跌破零,几乎已没有额外空间实施货币刺激政策。

然而,借贷成本下降,使焦点重新回到财政刺激上。相比美国,欧洲大陆的公共开支有较大增长空间,但德国不愿采取此方法,担心日后可能要为其他欧盟国家的债务买单。

通胀及本地生产总值增长

2020年估计(%)



来源:瑞士宝盛

*未提供摩纳哥的估计数据

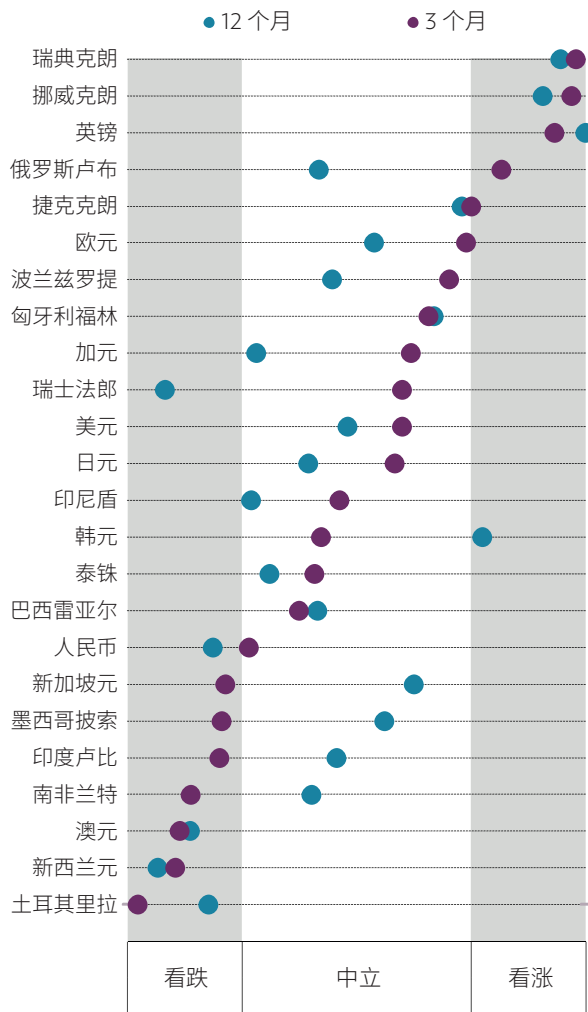
货币及商品

2020年，美元走强的势头可能有所减弱，尽管同样的预测已持续一段时间。美元走势需与适当货币对比，考虑到政策放宽及市场流动性过剩，人民币明显并非合适的比较对象。

由于经济尚未完全开放，中国政府仍可在一定程度上控制货币走势。不过，尽管人民币汇率处于5年低位，经济对人民币的支持似乎微乎其微。其影响范围内的其他货币已受到拖累，尤其是澳元及新加坡元。受惠于避险情绪的货币包括瑞士法郎及日元。

全球经济增长匮乏已使商品市场严重受压，中国需求减弱对该市场的影响已持续一段时间。不过，考虑到伊拉克的供应风险及石油市场的乐观情绪，我们对石油持中性看法。

瑞士宝盛货币策略



瑞士宝盛经济研究覆盖的24种货币的3个月及12个月排名。根据未来预期回报而计算。

来源：彭博社、瑞士宝盛

奢侈品市场

西方部分上市的高端商品制造商整体表现理想。金融危机发生10年后，这些公司已大幅跑赢主要指数。

奢侈品依赖中国市场。对于高端时尚及服装生产商而言，中国市场仍蕴藏机遇。然而，并非所有公司均可取得成功。部分公司扩张太快，另一些则吃了文化失误的亏。赢家是能够吸引年轻新一代消费者的公司。数码化互动将变得重要。

对于耐用消费品制造商而言，前景更不明朗。汽车行业处境十分艰难，中国需求下降削减企业利润，这固然是激烈竞争的结果。要在如此巨大的新市场中建立品牌，需要投入大量资金和时间。



所有公司都必须知道，尽管奢侈品需求对价格的敏感度不高，但消费者并非完全不受影响。他们会心甘情愿地为广告及推广营造出来的幻想买单，但也仅限于此。倘若他们在互联网发现价格更低的商品，就有可能在网上购买。另外，若必须亲自到指定商店才能购买真正独特的商品，他们可能会组织购物团，甚至远赴法国或意大利。

累计指数表现 - 净回报(美元) (2004年11月至2019年11月)



来源:MSCI、彭博社

全球:按成本划分各城市奢侈品相对排名(共28名)(以美元计)

(1 = 最昂贵, 28 = 最便宜)

	香港	新加坡	上海	孟买	台北	雅加达	马尼拉	曼谷	东京	苏黎世	伦敦	巴黎
 住宅	2	6	7	20	9	24	26	17	4	13	3	11
 名表	20	21	3	27	8	11	12	2	25	23	24	16
 女士手袋	15	11	9	16	19	7	2	8	5	21	22	23
 珠宝	28	22	17	25	26	5	2	16	12	24	15	13
 汽车	3	1	2	8	5	10	7	9	11	12	24	18
 威士忌	22	11	4	23	12	2	8	16	3	17	25	7
 高端葡萄酒	27	22	26	12	11	28	4	6	20	24	18	8
 女鞋	10	9	18	16	12	17	15	1	2	19	21	22
 男士西装	8	6	10	28	14	2	3	1	9	17	18	23
 钢琴	6	8	5	7	1	14	3	4	10	13	17	20
 商务舱机票	3	5	12	11	13	17	21	16	4	14	6	19
 酒店套房	4	24	21	22	10	12	23	28	1	6	14	20
 高端餐饮	2	3	5	23	10	22	26	6	13	7	4	1
 婚宴	3	15	7	28	24	23	22	26	5	10	12	9
 美容服务	3	11	10	26	12	20	25	19	7	4	9	2
 激光视力矫正手术	12	10	8	27	22	21	20	4	17	7	1	15
 律师	1	7	2	27	23	24	28	9	13	11	4	16
 私人培训	6	8	5	28	20	23	24	21	15	4	10	16

来源:瑞士宝盛

米兰	巴塞罗那	莫斯科	法兰克福	维也纳	摩纳哥	迪拜	伊斯坦布尔	约翰内斯堡	纽约	温哥华	里约热内卢	洛杉矶	迈阿密	墨西哥城	悉尼
18	22	15	16	14	1	23	21	28	5	12	25	10	19	27	8
14	15	19	4	16	16	9	13	26	6	22	1	5	10	7	28
23	23	17	23	23	23	4	20	6	13	10	1	12	14	3	18
7	9	3	18	18	13	23	6	10	11	20	1	8	21	4	27
14	16	21	20	17	18	13	4	15	25	28	6	25	25	22	23
5	18	21	14	6	26	10	28	9	24	27	1	19	20	15	13
8	8	3	25	5	19	7	13	17	23	14	1	21	16	2	15
22	22	11	22	22	22	14	6	28	5	8	20	4	7	3	13
23	23	20	23	23	22	11	21	7	13	19	4	12	15	16	5
16	23	28	22	19	20	11	18	15	24	24	2	24	24	12	9
25	24	27	20	18	22	26	28	23	9	8	10	15	2	7	1
19	9	18	26	15	11	8	13	5	2	16	25	3	7	17	27
12	14	21	17	18	9	15	25	27	11	28	24	8	19	20	16
17	13	11	19	8	16	27	21	20	1	14	25	4	2	6	18
1	14	27	15	15	6	8	28	18	5	22	13	21	17	24	23
18	24	28	15	6	14	9	25	26	2	13	23	11	5	19	3
26	18	12	17	20	19	8	10	15	3	14	22	6	5	25	21
13	18	25	17	14	7	9	26	22	1	19	27	3	2	12	11

来源:瑞士宝盛



亚洲城市

2019年，根据瑞士宝盛高端生活指数，全球最昂贵及最便宜的城市均在亚洲，分别是香港及孟买。

然而，即使在最昂贵的城市，也能找到实惠商品。在香港，高税率的地产及汽车价格已相当昂贵，服务及消耗品亦然，但奢侈品并无特别征税。

除了地产及酒店以外，上海较香港更为昂贵，尤其是服务方面。与此同时，第三大昂贵城市东京的名表及高端葡萄酒性价比较高。

孟买是该区的例外。对于国际游客而言，孟买的性价比被低估，因只有当地消费者才会在当地购买较昂贵的商品，即汽车、机票及钢琴。

亚洲:按成本划分各城市奢侈品相对排名(共10名)(以美元计)

(1 = 最昂贵, 10 = 最便宜)

	香港	新加坡	上海	孟买	台北	雅加达	马尼拉	曼谷	东京	悉尼
 住宅	1	3	4	8	6	9	10	7	2	5
 名表	6	7	2	9	3	4	5	1	8	10
 女士手袋	7	6	5	8	10	3	1	4	2	9
 珠宝	10	6	5	7	8	2	1	4	3	9
 汽车	3	1	2	6	4	8	5	7	9	10
 威士忌	9	5	3	10	6	1	4	8	2	7
 高端葡萄酒	9	7	8	4	3	10	1	2	6	5
 女鞋	4	3	10	8	5	9	7	1	2	6
 男士西装	6	5	8	10	9	2	3	1	7	4
 钢琴	5	7	4	6	1	10	2	3	9	8
 商务舱机票	2	4	6	5	7	9	10	8	3	1
 酒店套房	2	8	5	6	3	4	7	10	1	9
 高端餐饮	1	2	3	9	5	8	10	4	6	7
 婚宴	1	4	3	10	8	7	6	9	2	5
 美容服务	1	4	3	10	5	7	9	6	2	8
 激光视力矫正手术	5	4	3	10	9	8	7	2	6	1
 律师	1	3	2	9	7	8	10	4	5	6
 私人培训	2	3	1	10	6	8	9	7	5	4

来源:瑞士宝盛



美洲城市

整体而言，美洲比亚洲更为便宜。北美的高楼价受南美的低楼价抵消。

在我们的指数中，里约热内卢及墨西哥城的住宅价格分别为最昂贵城市的7%及5%，两地的豪华汽车价格较低。

不过，酒店套房及婚宴等大量商品价格均为北美最高。本地税收及服务费用导致婚宴起价居高不下，尤其是纽约（第1位）、迈阿密（第2位）、洛杉矶（第4位）及墨西哥城（第6位）。

在南美，除住宅以外，里约热内卢及墨西哥城相对昂贵。实际上，美洲最具性价比的城市为数千公里以北的温哥华。

美洲:按成本划分各城市奢侈品相对排名(共6名)(以美元计)

(1 = 最昂贵, 6 = 最便宜)

	纽约	温哥华	里约热内卢	洛杉矶	迈阿密	墨西哥城
 住宅	1	3	5	2	4	6
 名表	3	6	1	2	5	4
 女士手袋	5	3	1	4	6	2
 珠宝	4	5	1	3	6	2
 汽车	3	6	1	3	3	2
 威士忌	5	6	1	3	4	2
 高端葡萄酒	6	3	1	5	4	2
 女鞋	3	5	6	2	4	1
 男士西装	3	6	1	2	4	5
 钢琴	3	3	1	3	3	2
 商务舱机票	4	3	5	6	1	2
 酒店套房	1	4	6	2	3	5
 高端餐饮	2	6	5	1	3	4
 婚宴	1	5	6	3	2	4
 美容服务	1	5	2	4	3	6
 激光视力矫正手术	1	4	6	3	2	5
 律师	1	4	5	3	2	6
 私人培训	1	5	6	3	2	4

来源:瑞士宝盛



欧洲、中东和非洲（欧非中东）城市

整体而言，欧非中东城市既不算便宜，也不算昂贵。

使用欧元加上欧盟开放边境有助保持价格均一。

就地区及价格而言，约翰内斯堡也是例外；在我们的指数中，该地为全球第二便宜城市。

全球第三便宜的城市法兰克福也属例外。该城市排名第26，远低于同处欧洲的伦敦（第7位）、苏黎世（第9位）、摩纳哥（第10位）、巴黎（第12位）及维也纳（第14位）。法兰克福的酒店套房、男士西装、女士手袋及汽车性价比较高，住宅价格也较为便宜。

尽管伦敦近期价格有所下降，但楼价高企仍使该地位列欧非中东最昂贵城市之首；苏黎世则因服务费用、酒店及餐饮价格高昂，紧随其后。

与此同时，摩纳哥的土地稀缺、新建筑匮乏，当地住宅价格为指数内最高。

欧非中东:按成本划分各城市奢侈品相对排名(共12名)(以美元计)

(1 = 最昂贵, 12 = 最便宜)

	苏黎世	伦敦	巴黎	米兰	巴塞罗那	莫斯科	法兰克福	维也纳	摩纳哥	迪拜	伊斯坦布尔	约翰内斯堡
住宅	4	2	3	8	10	6	7	5	1	11	9	12
名表	10	11	6	4	5	9	1	6	6	2	3	12
女士手袋	5	6	7	7	7	3	7	7	7	1	4	2
珠宝	12	8	6	3	4	1	9	9	6	11	2	5
汽车	2	12	8	4	6	11	10	7	8	3	1	5
威士忌	7	10	3	1	8	9	6	2	11	5	12	4
高端葡萄酒	11	9	4	4	4	1	12	2	10	3	7	8
女鞋	4	5	6	6	6	2	6	6	6	3	1	12
男士西装	3	4	8	8	8	5	8	8	7	2	6	1
钢琴	2	5	8	4	11	12	10	7	8	1	6	3
商务舱机票	2	1	4	9	8	11	5	3	6	10	12	7
酒店套房	2	7	11	10	4	9	12	8	5	3	6	1
高端餐饮	3	2	1	5	6	10	8	9	4	7	11	12
婚宴	3	5	2	8	6	4	9	1	7	12	11	10
美容服务	3	6	2	1	7	11	8	8	4	5	12	10
激光视力矫正手术	3	1	6	8	9	12	6	2	5	4	10	11
律师	4	1	7	12	9	5	8	11	10	2	3	6
私人培训	1	4	7	5	9	11	8	6	2	3	12	10

来源:瑞士宝盛



全球奢侈品购物

如果3位来自苏黎世、新加坡及纽约的旅客想以最优惠的价格, 选购我们的篮子里8款便携式商品, 他们应去哪些城市, 相关消费又需要多少?

规限及条件

- 旅程须为往返行程
- 整个旅程必须遵循同一个方向(向东或向西)
- 至少包含两个城市
- 须横跨一次大西洋及太平洋
- 至少为期10天

对于3位旅客而言，最便宜的城市分别为

悉尼、温哥华及法兰克福。

3位旅客均可在悉尼、温哥华及法兰克福这3个城市，以最优惠价格购得8款商品。

相比于在本地购物，来自纽约的旅客于海外购买同样的商品须额外支付1300美元（包括往返机票及住宿费用）。

这远低于来自苏黎世及新加坡的旅客，他们分别要额外支付9500美元及7000美元。

尽管孟买整体上是便宜的城市，但就所述的8样商品而言，性价比相对不高。

纽约旅客



苏黎世旅客



新加坡旅客





瑞士宝盛经济学及新世纪思维研究部主管
Norbert Rücker

FLYGSKAM: 大气中承受的压力

Flygskam或“飞行羞耻”一词由瑞典歌手Staffan Lindberg提出，他因飞机产生的污染而深感愧疚，因此在2017年发誓不再乘坐飞机。很快地，瑞典其他名人纷纷仿效。

Lindberg的抗议在国际间引起共鸣。大众质疑，一些经常乘坐飞机的人认为飞行是必要的，但其实只是习惯，他们却忽略或遗忘了飞行对环境的影响，因此这是一种“羞耻”。

瑞士宝盛董事总经理兼新世纪思维研究部主管Norbert Rücker先生表示：“我们愈发意识到自己的影响及足迹，这种认知影响我们每天作出的众多消费决定。”

航空出行占全球碳排放约2.5%¹⁸，却占一个人的气候足迹达三分之一或以上。

Rücker先生指出：“长途飞行两次或以上，航空出行就会成为构成个人气候足迹的最大单一因素。我们很容易忘记，航空出行仍是全球首选的出行方式。”

尽管“飞行羞耻”引发热议，但是否产生任何实质影响，仍言之过早。国际航空运输协会的最新数据显示，航空出行的需求增长已逐步放缓，但这主要是由于经济放缓所致。

“气候变化及个人影响是十分复杂的议题，人们总是习惯寻求简单和不会造成痛苦的解决方案。”

瑞士宝盛经济学及新世纪思维研究部主管Norbert Rücker

数家上市机场营运商的报告显示，从绝对数值上来看，乘客数量未有下降。这与国际航空运输协会的数据截然相反。但Rücker先生认为这并不意外。“气候变化及个人影响是十分复杂的议题，人们总是习惯寻求简单和不会造成痛苦的解决方案，我们称之为‘塑料饮管综合症’。减少在日常生活中使用塑料是有意义的事，但这只是一种姿态。我们于房屋、食物及出行方面的决定所造成的影响要大得多。”

部分航空公司已参与环保计划，让乘客补偿航空出行所造成的碳排放。计划计算出行的碳排放量，并按每公吨二氧化碳支付相应的价格。相关款项会捐赠予发展中国家的项目，例如植树或清洁能源，这些国家的碳减排成本一般低于发达国家。

这一机制约于15年前在《京都议定书》中提出，但并没有产生太大效果，一方面是因计算碳排放的影响并不简单，一些项目可能不需要特别注资

也能实践；另一方面，这些项目未必能持续下去。

人们可能已依赖航空出行度假或与朋友及家人团聚，故他们究竟有多愿意放弃这种出行方式，尚有待商榷。征税又能否有效减少航空出行？

Rücker先生表示：“汽车及道路燃料通常须就基建或污染成本缴税，但航空出行与煤油燃料如今基本上无须缴纳该等税项，因此反而具有优势。”

但随着越来越多国家开始考虑、引入或上调机票附加费，这种情况逐渐发生变化。对于短途休闲航线而言，税项的影响可能最为明显，因乘客对价格较为敏感。直接收取燃油税是惩罚性措施，因为燃油是航空公司最大的成本所在，因此税项可作明显诱因，鼓励航空公司购买更高效能的飞机。

一直以来，虽然创新科技的发展有助减少商旅出行，然而，视频会议等方式从未能真正取代商旅出行。商旅出

行市场仍是发展成熟且服务全面的航空公司的业务基石。

头等舱的价格弹性也相当低，因为不论税项或整体费用是多少，商旅乘客都会照常乘搭。从头等舱乘客享有的座位空间来看，他们造成的碳排放并不成比例。

未来，由燃料电池或电池驱动的飞机对于短途飞行而言或许是可行之选。凭借科技缩短飞机在飞行时相隔的距离，从而改变交通管制运作，也可减少碳排放。在较繁忙的机场，飞机降落前必须在空中“盘旋等待”，造成高额成本。

对于长途飞行而言，目前碳中性燃料似乎是抑制碳排放的唯一选择。Rücker先生补充道：“我们预期石油需求将于2035年触顶，随后下滑。最有可能导致需求下滑的原因是公路交通电动化，而不是航空出行习惯或飞机技术改变。”

居家



住宅

国际买家主导高端住宅市场，而且全球价格走势趋于一致。2019年，楼市受压，门户城市楼价下滑最为显著，其中包括伦敦、纽约及迪拜。10年以来资产迅速增值，资金充裕的买家现在越来越注重性价比，未来几年，该趋势有望惠及二线城市。

房地产是固定资产，因此地方因素对人们选择居住地及所购买的房屋类型仍有着重要影响。

在美国，海外买家占高端住宅市场总销量一半，其中大多数买家来自5个国家：加拿大、英国、墨西哥、印度及中国。在迈阿密购买房屋的海外投资者占比甚至高达80%¹⁹。

近期美国削减州税及地方税抵免，对高端市场造成冲击。此外，美元走强抑制部分境内投资，尤其是来自拉丁美洲的投资。

2013年至2019年期间，巴西雷亚尔兑美元贬值一半。不过，随着巴西于2019年启动结构性改革，局势有望好转。

曾为世界最热门住宅市场之一的温哥华，楼价也于2017年开始下跌，主要由于政府于2016年出台的一系列政策，以及当地楼市估值过高所致。现在，随着中国投资需求减退、限制性发展条例造成供应短缺，市场仍在寻求新的价格平衡。

为了应对公众压力，英国已收紧针对洗黑钱的尽职调查，这对伦敦高端住宅市场造成冲击，因该市场一直由海外投资者主导。



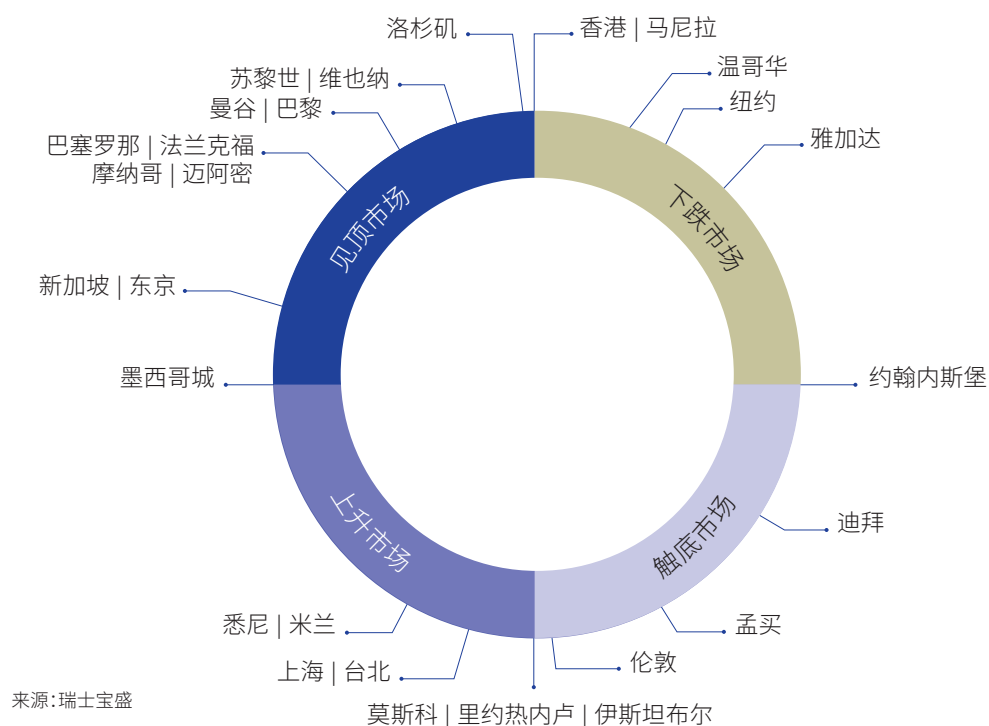
英国脱欧引起的不明朗因素持续已久，削弱伦敦房地产价格，以当地货币计，楼价目前已较逾5年前的市场高位下跌约20%。

不过，由于英镑贬值，去年伦敦楼市以美元计便宜约25%，重燃美洲投资意欲，抵消前述部分跌势。

英国完善的法律和教育体系持续吸引海外买家，假设英国脱欧不确定性很快消退，住宅活动可能复苏。

在英伦海峡对岸，巴黎出现金融危机以来最高的海外投资意欲，但英国脱欧导致法国资本从英国撤走。

住宅市场周期概览



在迪拜，高端住宅价格自2014年起持续下滑，跌幅已达到20%，主要原因是新增住宅库存过多²⁰。考虑到世博会将于2020年10月开幕，当地房地产中介预期价格将靠稳。政府也修订签证法例，吸引富裕的短期居住人士及退休人士，并向物业投资者提供优惠，而且外国人现在也可持有阿联酋公司。

在南非，由于海外权益相对匮乏，国内因素的作用较大，价格超过收入增长。根据莱坊，具备保安设施的豪华公寓及品牌住宅较主流市场大幅溢价。

新加坡的情况则相反，中国内地买家与当地买家争相买盘。新加坡有避险天堂之美誉，目前全世界11个“超豪华顶层住宅”当中，有6个都在新加坡²¹，单位售价达到1000万美元或以上，创11年高位²²。

香港市场尚未出现任何实质恶化，虽然可能会在未来几个月备受考验，但开发商对中长期市场增长仍充满信心²³。

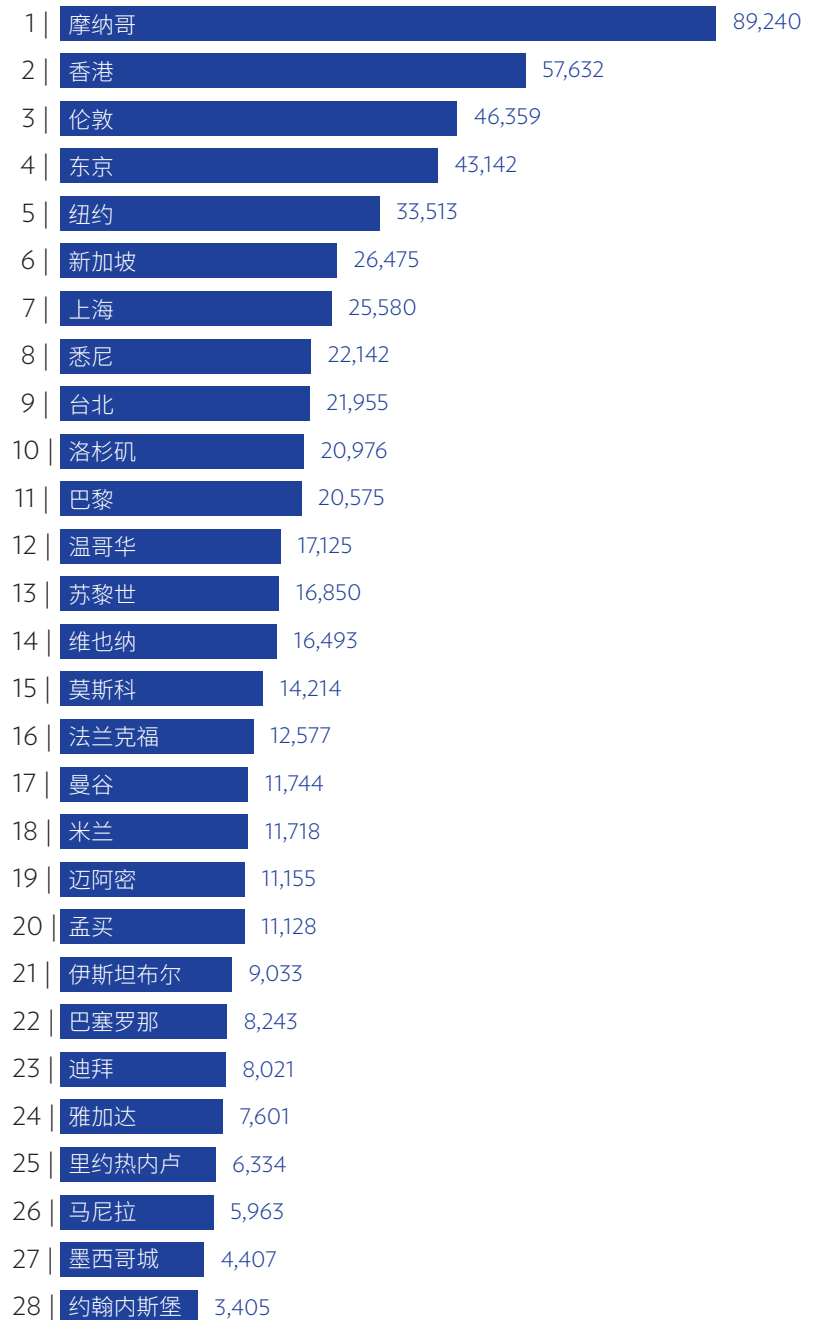
在瑞士宝盛高端生活指数中，摩纳哥楼价位居首位，主因当地限制新建项目及大量需求所致。香港和伦敦分别是第二和第三昂贵的地点。另一方面，约翰内斯堡、墨西哥城及马尼拉的高端房地产在新兴市场中性价比最高。墨西哥城限制外资拥有权，压抑了楼价。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

20 莱坊

21 利苏富比国际房地产

22 Orange Tee & Tie

23 莱坊



良知型洞察：绿色建筑

根据估计，建筑业约占总碳排放量40%²⁴。因此，“绿色建筑”成为一门大生意。美国作为地区市场的领导者建筑业中，约三分之一将围绕绿色建筑发展²⁵。

市场预期越来越多公共建筑将满足“能源和环境设计领导力”（LEED）²⁶及其他认证标准，但“良知型消费”的影响在高端住宅市场尚不明显。高端住宅楼宇建成后可能会采用节能管理方式，却鲜有以环保建筑方式为卖点。

未来可能有正式监管措施出台。在新加坡，绿色建筑委员会在过去10年发起重大变革，包括使用环保建筑物料及建造更健康的室内空间，以改善能源及水资源使用效益。

该委员会的目标是在2030年前“绿化”80%建筑，达到建设局的Green Mark标准²⁷。

此外，新加坡对环保等级高的建筑提供奖励，包括补贴对旧式建筑进行的环保改造方案。

另一边厢，在南非，自2007年确立绿色建筑星级认证后，已有400栋建筑获得认证。这项计划报告称，过去3年，平均绿色建筑成本溢价从5%降至不到3%²⁸。

24, 25 世界绿色建筑委员会

26 能源和环境设计领导力（LEED）是全球最广泛使用的绿色建筑评级系统。LEED几乎为所有楼宇、社区及住宅项目类型提供创建健康、高效及节省成本的绿色建筑框架。

27 仲量联行

28 南非绿色建筑委员会、南非工料测量师协会、比勒陀利亚大学工程、建筑环境与信息技术学院



莱坊研究部主管Liam Bailey

奢侈品洞察：住宅

住宅可以说是大多数消费者的终极目标。有别于被视为满足虚荣心或身份地位象征的“韦伯伦商品”，即需求越高，价格反而越贵的炫耀性产品，楼价符合传统供求规律。

诚然，高端房地产市场对宏观经济指标（如失业率及按揭利率）的敏感度不及大众住宅市场，不过多年来，奢侈住宅买家的偏好形成明显趋势：他们寻求相对价值并愈发自信。

莱坊研究部主管Liam Bailey表示，“全球性的高端房地产市场确实存在。过去20年巨大财富产生，大部分来自东南亚，但遍布全球。”

Bailey先生表示，这群富裕的投资者渴望分散投资组合，不仅在资产类型方面，还包括地域方面，从而创造全球主要门户城市的顶级全球市场。潜在买家会同时考虑伦敦、洛杉矶或香港的房地产。

在全球金融危机期间，所有市场同时下跌。其后伦敦、纽约、香港及新加坡等国际金融中心率先复苏，引领高端豪宅市场。而在其他城市，这类市场复苏较为缓慢，欧洲尤甚。



Bailey先生说：“豪宅总是供不应求，但过去10年，投资者专注于真正流动及确定的市场。例如，在全球金融危机后，伦敦被视为安全的避风港。然而，2019年以来，大多数高端城市的价格增长普遍放缓。”

市场普遍认为，高净值买家不太在意价格，然而，至少在住宅方面，这种情况可能有所转变。“我们经历了全线资产价格激增10年，包括豪宅，但这趋势并不会一直持续。当价格升至某个水平，即使是富裕买家也不会出手。这种增长降低的预期属全球性。”

实际上，即使在伦敦、纽约甚至迪拜等市场，过去两年价格也在下跌。全球楼市面对更大挑战，原因是本地因素影响。当所有市场都在上涨时，这些因素虽然有影响，但似乎不太重要。

“每个楼市都受全球因素和本地因素影响。以纽约为例，2014年至2016年间大量新建楼房进入市场，使价格受压；迪拜也出现类似的供应过量情况。而在伦敦，印花税及英国脱欧对价格造成压力。不过，整体而言，由于对未来出现强劲增长的预期不高，故价格开始显得过高。虽然这似乎无碍新买家进场，但他们会更为关注性价比。”

并非每个市场都符合预测。例如，新加坡楼价打破分析师的算盘：2018年中实施降温措施后，需求预计受抑制，楼价却在2019年末重新开始上涨。

追求性价比

由于全球主要城市的资产价格上涨，东南亚的富裕买家开始在一般避险地点以外寻找机会。譬如在欧洲，这些买家从伦敦转向柏林、马德里或巴塞罗那。Bailey表示，这些市场在过去几年变得越来越受欢迎，因为性价比较高，更多海外投资者可能会接踵而来。

此外，投资者寻求分散投资组合。在亚洲，中国买家对澳大利亚、新加坡、马来西亚及亚洲区内主要全球门户城市的兴趣浓厚。全球而言，伦敦、温哥华、洛杉矶及纽约等城市也受到青睐。

Bailey建议：“寻找价值的另一途径是不局限于各个城市，而是着眼于城市内的特定城区。我们投放大量时间帮助客户了解特定城市中，哪些区域较有可能在中长线跑赢。”

奢侈品买家的跨代格局一直转变，伦敦便是一个好例子。“来自中东、亚洲或欧洲的老一代投资者往往专注于所谓的‘黄金邮区’，即梅费尔区、贝尔格莱维亚区、肯辛顿区及切尔西区。年轻的富裕买家较愿意投资非传统奢侈地点，包括城市边缘或泰晤士河南岸。邻近工作地点、周边有美味的餐厅及方便访友等特征更符合年轻买家的生活方式，使这些地点具有吸引力。”

其他城市也是如此。不过，这种对楼价的影响并非毫无争议，现有居民可能会因成本上升而被迫搬走。反过来看，这种重心转移也带来正面的乘数效应。高端住宅的投资与发展能够创造就业及支持经济增长。

年轻消费者中有一股逆向趋势，相比起位置，他们更重视空间。Bailey先生说：“我们发现，开发商在美国城市和伦敦的中心地点建造的住宅单位变得更小。”

在过去约5年的时间里，欧洲城市的二手房屋需求暴涨，买家想要购买既可自住、又方便出租的物业。“我们发现，买家更趋向明确分辨置业自住及纯投资目的，导致地产投资组合减少。”

同样，Bailey先生表示，买家对在偏远地方置业更加审慎，在这些地方置业“似乎是个好主意，但如果你想要见见没有私人飞机的朋友就会很不方便。所以，焦点从偏远目的地转移至较城市化的目的地，而远距离置业也不被视为可持续的方式。”

生态和环保绿色建筑市场还处于萌芽期。对于大多数消费者，若产品或住宅节能环保，则是意外之喜，但没有证据表明人们愿意为此付出更高代价。Bailey先生总结道：“我认为绿色建筑的需求增长会相对快速，这会在商业地产行业中有所体现。至于绿色建筑如何渗入大众住宅和豪宅市场则尚未明确，要由供货商来展示好处。”

“在全球金融危机后，伦敦被视为安全的避风港。然而，2019年以来，大多数高端城市的价格增长普遍放缓。”

莱坊研究部主管Liam Bailey

全球住宅

美洲

纽约
纽约拥有大量高端新楼盘供应，开发商不得不降价抢客。目前还有大量高端新楼盘正在兴建中，可能会为定价带来进一步下行压力。

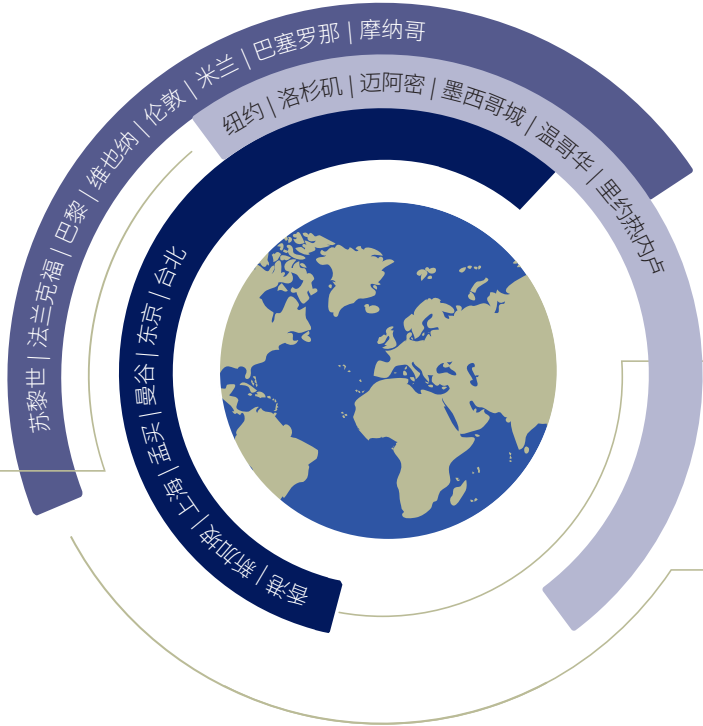
洛杉矶
在截至2019年第一季度的一年内，洛杉矶高端公寓的价格持续上涨。虽然增长速度已经放缓，但由于买家继续受洛杉矶的高端生活方式吸引，需求依然强劲。从历史上看，洛杉矶的富裕物业买家倾向选择封闭型开发项目中的独立式家庭住宅。然而，新豪华公寓开发项目正在改变市场。

迈阿密
在截至2019年第一季度的一年内，迈阿密的高端物业录得强劲增长。需求客群非常广泛，本地、国内和国际买家均非常活跃。然而，迈阿密有大量新豪华开发项目正在兴建中，供应增加可能会抑制来年的价格增长。

墨西哥城
在截至2019年第一季度的一年内，墨西哥城的价格强劲增长7.9%，当地的高端市场主要由国内需求带动。在现行信托体系下，外国人仅可通过信托间接拥有房地产物业，这措施让很多外国买家望而却步。

温哥华
在温哥华，300万加元以上的高端住宅土地转让税及物业税增加，使该市场持续承压。虽然这分类市场出现高达35%至40%的价格调整，但与低端市场相比，买家对是否入场仍较犹豫不决。

里约热内卢
在截至2019年第一季度的一年内，里约热内卢高端市场的价格下降2.8%。里约热内卢最昂贵的街区是莱伯伦、伊帕玛和加维亚，区内的豪华公寓需求由国内外买家共同推动。



来源：莱坊

亚洲／澳大拉西亚

香港

由于担心中美贸易战持续会影响2019年本地经济，众多买家纷纷离场，整体楼市陷入停滞。

新加坡

整体交易量仍较低，但在最新一轮降温措施出台后，买家审慎考虑重新进场。降温措施实行多年，积压需求依然存在。

上海

限购政策继续抑制市场增长。由于政府已重申限制住房市场增长的立场，预计政策短期内不会有变化。

孟买

在第二季度选举前，市场在2019年第一季度保持稳定；随着供求环境更趋平衡、流动性环境改善，价格有望上涨。

曼谷

2018年供应创纪录新高，市场现时仍在消化并面对挑战。2019年第一季度，物业买家赶在该季度末贷款政策收紧前的最后期限完成交易，导致高端房地的价格上涨。

东京

有限的供应及低借贷成本推高价格。然而，全球前景持续不明朗，买家可能将推迟购买决定，阻碍价格进一步增长。

台北

豪华住宅的按揭上限令高端市场维持冷淡，但低利率和有限的供应抵消这一影响。

雅加达

供应不平衡和需求审慎导致市场持续疲弱。不过，当地最近放宽豪华房地产物业税，预计将在短期内带起提振作用。

马尼拉

来自国内外投资者的需求依然强劲，部分买家更大手买入物业。很多业主计划出租房屋用作员工住宿，供予菲律宾境外博彩营运 (POGO) 和信息技术-业务流程管理 (IT-BPM) 行业的外籍员工租住。

悉尼

贷款紧缩是市场表现疲弱的根本原因。不过，部分积极的刺激措施，如澳大利亚审慎监管局 (APRA) 鼓励放宽贷款偿还能力评估，实际能鼓励物业买家借贷。此外，最近执政联盟在选举中获胜，减低负利率政策和资本利得制度改变的风险，随后两次下调现金利率。

欧洲／中东／非洲

苏黎世

柯勒法 (Lex Koller law) 规定，非居民不得在市内购买物业，限制了高端市场的增长。然而，公寓持续短缺，继续推高物业买家支付高价的意愿。

法兰克福

尽管开发活动有所增加，但依然供不应求，尤其是在最受欢迎的街区。强劲的经济增长和外来移民增加市场对 Westend-Nord 及 Westend-Süd 街区的房屋需求，尤其是位于市中心的公寓需求。

巴黎

过去12个月，由于新开发项目供应紧张，高端市场的价格大幅上涨。严格的规划规则限制了开发活动，除拉德芳斯区 (La Défense) 外，大部分地区的楼层高度限制于6层以内。

伦敦

尽管整体价格下跌，但新开发的高端项目仍具弹性，使单位价保持不变，波幅将不到10%。

维也纳

高端住宅市场位于内城区，该区的新建物业价格远高于市内其他地方。在国内外需求推动下，在截至2019年第一季度的第一年，维也纳高端市场录得强劲的价格增长。奥地利市场被视为避险市场，而且维也纳连续第10年在美世的全球城市生活质量排名中位居榜首。

米兰

米兰楼价经历数年后下跌后，现已企稳并开始出现回升的迹象。在截至2019年第一季度的第一年，米兰在国际间的吸引力提振市场对高端房地的需求，楼价也保持稳定。罗马门、Castello、帕加诺、Magenta、圣盎博罗及布雷拉等街区的豪宅市场需求正在上升。

巴塞罗那

尽管过去一年价格快速上升，但与其他欧洲城市相比，巴塞罗那的价格依然实惠，吸引买家的注意，其中高端市场主要由国际需求推动。Diagonal Mar、埃斯普卢加斯及扩展区等高端街区的价格一直录得强劲增长。

摩纳哥

过去一年，摩纳哥的高端房地价格小幅上涨，而整体市场的平均价格涨幅更大。大型公寓非常受欢迎，以每平方米计算，价格最高。拉沃托价格最高，其次为蒙地卡罗和康达明。

迪拜

由于迪拜拥有大量新建房屋，加上全球经济前景不明朗，当地楼价在过去5年下跌约20%。在截至2019年第一季度的12个月内，楼价下跌3.8%。

伊斯坦布尔

伊斯坦布尔的豪华住宅买家相对较少，经济不明朗及不稳定因素导致买家暂停购买，豪宅价格同比下降。对外国买家而言，土耳其里拉贬值扩大价格跌幅。

莫斯科

在截至2019年第一季度的第一年，高端新建住宅市场的每平方米加权平均价格显著上升。自2017年底以来，价格一直上涨。英国的措施刺激莫斯科高端市场表现，很多俄罗斯买家选择在国内买楼，而非投资伦敦市场。

约翰内斯堡

在截至2019年第一季度的第一年，高端公寓价格略有上涨。约翰内斯堡的豪华公寓和品牌住宅相对主流市场有显著溢价，买家倾向并愿意为配备保安和豪华设施的物业支付溢价。兰特长期下行趋势持续，以美元计算，楼价同比下降。

来源：莱坊

汽车

未来5年，高端汽车市场预计每年增长约6%²⁹，电动汽车的销量比例将越来越高。



个性化势头日益增长，从座位缝合到煞车卡钳的颜色，消费者能量身订制一切。举例，麦拿仑甚至自设涂料部门，生产不同独特的色调及饰面。

可持续发展是汽车行业未来的一大问题。宾利概念双门跑车EXP 100 GT为纯电动跑车，并采用再生木材及有机皮革替代品等环保物料制造。虽然这款车几年内都不太可能实现量产，但这些卖点无疑将渗入公司其他系列产品当中。

近年来，由于消费者愈发关注环境、排放监管接连加强，加上近期的柴油引擎排放测试丑闻，人们对电动汽车的兴趣日渐浓厚。

为反映这一趋势，今年的高端生活指数在适当范畴中纳入宝马7系混动汽车为评估项目。

宝马所占的豪华汽车市场份额不断增加，并期望将豪华汽车销量从2018年的每年65,000辆增加至2020年的每年超过135,000辆。

根据劳斯莱斯，过去10年，买家的平均年龄从57岁降低至43岁。在欧洲，新增超跑车主仍是50多岁，但在加州及中国，新车主可能分别年仅35岁及20多岁。

尽管整体汽车市场的销量下滑，但中国的豪华汽车销售强劲，这要归功于北京、上海等富裕城市的消费者。

女性在其中所占比例日益上涨，虽然人数仍然较少，法拉利的女性消费者只占5%。阿斯顿马丁的DB11 Grand Tourer属于例外，中国女性消费者比例已达到50%³⁰。中国拥有最多白手起家的女亿万富豪³¹，豪华汽车成为她们成功及权力的象征。

29 Mordor Intelligence

30 《金融时报》—2019年9月1日

31 2019胡润全球白手起家女富豪榜

2019年，全球豪华汽车价格存在显著差异，美洲性价比最高，其次是欧非中东，亚洲远居第三。

亚洲城市中，新加坡、上海及香港是世界上豪华汽车价格最昂贵的地方，这因税率高企所致。举例，中国根据汽车引擎大小征收进口关税、增值税和消费税。实际上，11个最昂贵的城市当中，亚洲独占9个。其余两个是排名第4的伊斯坦布尔及排名第6的里约热内卢，也因这两地的豪华汽车税率相对较高。

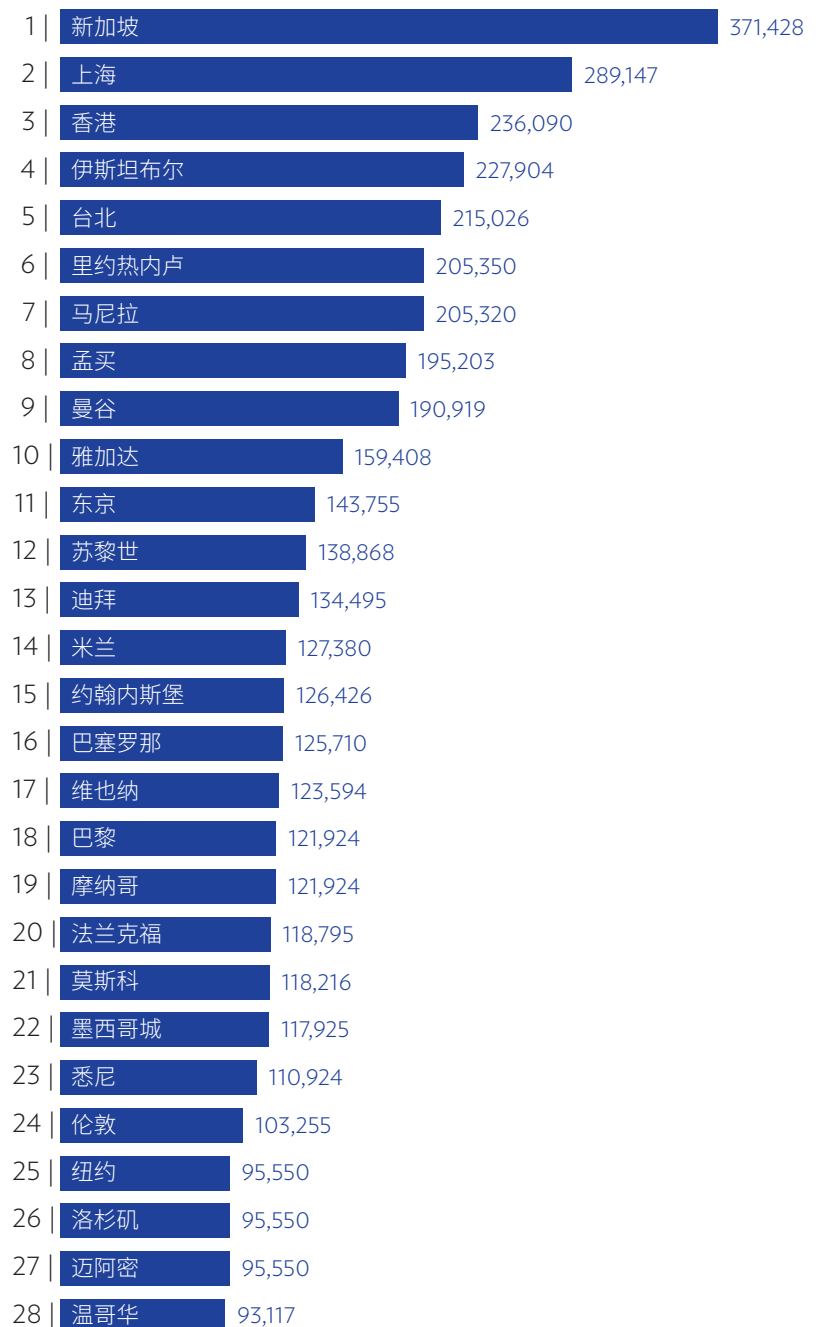
最具性价比的城市是温哥华，其次是纽约、洛杉矶和迈阿密。美国消费者受惠当地庞大汽车市场带来的议价能力及规模经济。欧洲最具性价比的高端汽车市场是伦敦。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格



宝马赛车运动部总监 Jens Marquardt

良知型洞察：汽车

高端纯电动汽车市场竞争非常激烈。丹拿等高端汽车制造商计划于2022年前推出10款电动汽车车型³²。在技术（尤其是电池组）发展成熟及更容易负担前，第一代纯电动豪华汽车可能定价昂贵，这是新市场常见的情况。

因此，不管是从象征意义还是实际上，竞赛都已经开始。宝马等品牌通过赛车运动展示汽车的性能及测试新技术。BMW i Motorsport在2018年参加电动方程式锦标赛（FE），是一项纯电动单座赛车系列比赛。宝马选择在FE第五赛季加入，因这次赛事首次实行一辆赛车充一次电跑全程的规则，而宝马认同这规则所传达的正确技术讯息。

宝马集团总监 Jens Marquardt 先生表示，赛车是“推动公司进步及保持发展活力的良好环境。”他认为赛车提供真正突破界限的完美机会，这在正常产品开发周期的规范内是做不到的。

在参加FE前，宝马已近10年未参加过任何单座类赛车比赛。自2009年起，一级方程式锦标赛（F1）不再符合宝马的可持续发展理念。与“超级高科技”的F1相比，Marquardt先生认为，FE更能体现技术实力。

接下来的挑战是把从受控赛道环境获得的知识转移应用至公共道路上。“这次比赛为集团策略提供性能层面的效率、重量、功率密度等方面的数据。举例说，执行所有电动汽车控制的高压软件与i3所用的基本软件相同。我们从赛道环境中所获得的任何知识都能回馈应用于道路汽车。”

成本及基建

电动汽车的行驶成本远低于内燃机汽车，保养及维修也便宜得多，而且频率更低。多达一半的汽车维修是因内燃机出现问题，内燃机含有数百个活动部件，而固态系统及电动机通常只有不到10个活动部件。

电动汽车不会造成污染，对环境的影响实际取决于其他方面，包括生产成本（尤其是电池）及充电的电力来源。虽然政府通常提供补贴，但由于产量仍较低，电动汽车依然昂贵。

提高产量的主要障碍是电池技术，这限制电动汽车充满电后可以行驶的里程，称为“里程焦虑”。根据汽车的行驶情况，目前最远可行驶里程是200-300公里。

此外，大城市以外的充电设施仍不充足。对此，政府必须进行投资，甚至与私营资本合作。

目前在大多数国家，路上的电动汽车比例极低，通常不到0.5%。中国则较高，有1%；加州受惠阳光普照的天气，可能还有“特斯拉效应”的影响，有2%；而石油储量丰富的挪威绝对是例外，路上的插电式电动汽车达10%，这是由于政府长期提供吸引诱因和补贴。宝马很快将为世界各地的每一辆宝马车提供任何动力系统选择。Marquardt先生认为这一点非常重要，因为消费者的选择某程度上取决于当地充电基础设施。“在美国爱达荷州，充电可能会比欧洲阿姆斯特丹或中国上海较困难，所以各地的需求将有所不同。”宝马这些计划都进展顺利：2023年前，品牌将拥有13款纯电池车型³³。

整体汽车行业的未来如何？制造商仍在尽量提高内燃机效率，包括提高燃料使用效率及减少排放。混合动力车是两全其美的中间技术。不过，制造商的真正威胁可能在于城市化。在拥堵的城市，想要买车的人较少；在欧洲城市，步行区繁多及泊车位不足，使买车变得不太实用。

Marquardt先生预计生活的地方不同，出行方法也会不同。“我在黑森林地区的一个小村庄长大，那里的人总是需要或希望拥有个人交通工具。而大型城市肯定有非常完善的公共交通系统，包括无人驾驶交通工具。”

“【赛车是】推动公司进步及保持发展活力的良好环境。”

宝马赛车运动部总监 Jens Marquardt

钢琴



2019年，在莫斯科购买钢琴的性价比最高，其次是北美的迈阿密、洛杉矶、温哥华及纽约。

亚洲及新兴市场城市的性价比低得多，最昂贵的地点分别是台北、里约热内卢及马尼拉。

价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



体验



机票



2019年，悉尼、迈阿密及香港是商务舱机票最昂贵的城市。

从伊斯坦布尔、莫斯科及迪拜出发的旅客可买到性价比最高的机票。从地区来看，2019年，欧洲的旅客可买到性价比最高的商务舱机票。

伊斯坦布尔对东西航线的竞争雄心勃勃，目前正在建设的机场预计将成为世界上最大的机场。伊斯坦布尔新机场将于2025年落成，每年能处理2亿乘客³⁴。

除税项外，国内航空市场的监管架构也会影响竞争，进而影响价格。例如，美国航空公司整合可能导致价格较高，而西班牙市场竞争激烈，所以巴塞罗那的价格较低。

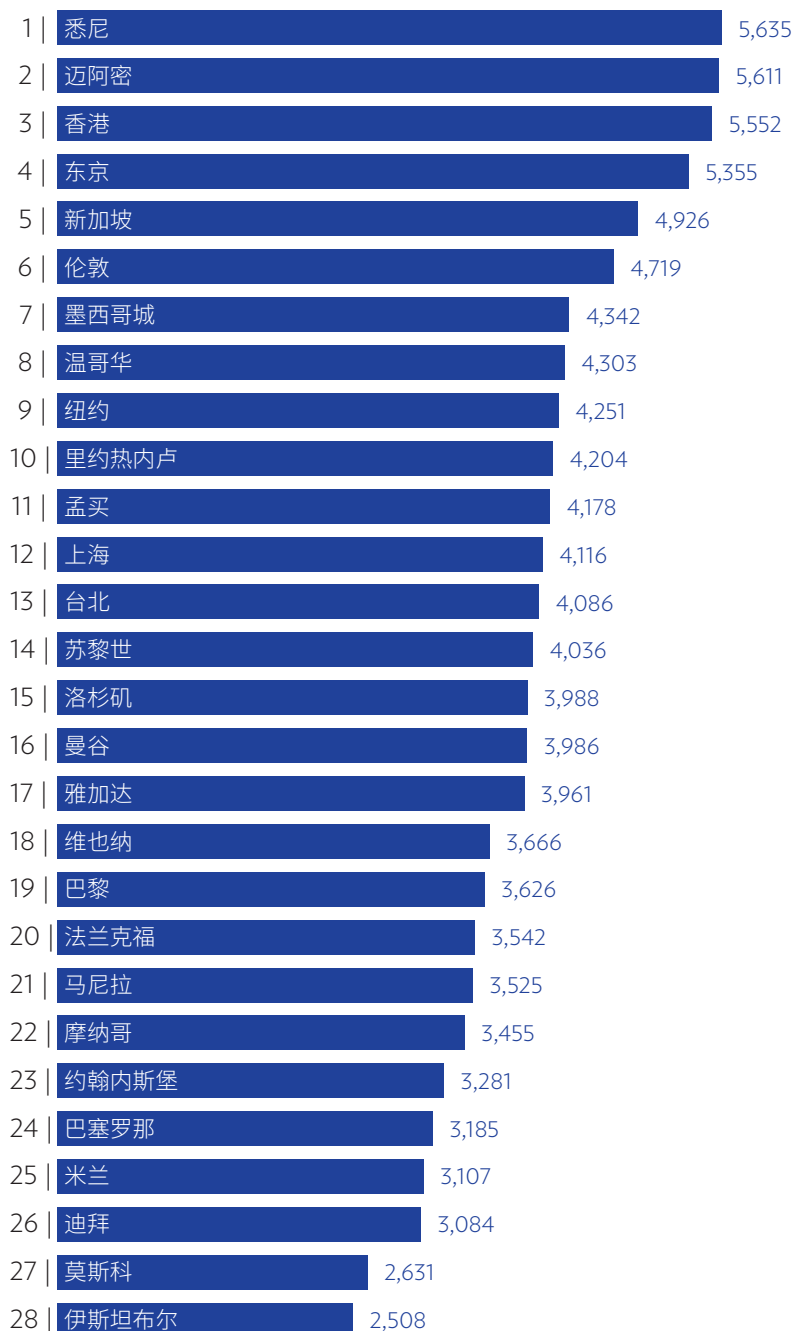
价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年

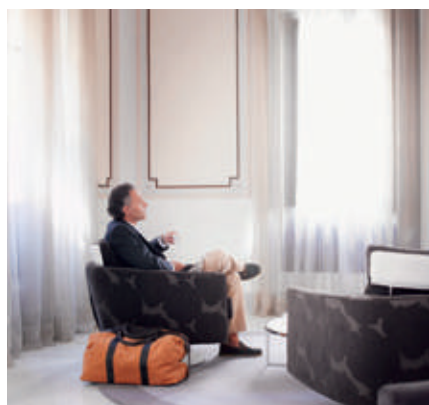


美元 | 2019年



³⁴ <https://www.cnbc.com/2019/04/08/photos-inside-12-billion-istanbul-new-airport-biggest-in-the-world.html>

酒店



2019年,按地区计算,美洲的酒店套房价格远超欧非中东或亚洲。

然而,全球最昂贵的城市是东京,其次是纽约、洛杉矶及香港。

性价比最高的是曼谷、悉尼及法兰克福,随后是里约热内卢和新加坡。

全球十大最昂贵城市中,欧洲仅占两个:苏黎世(第6)和巴塞罗那(第9)。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

高端餐饮



高端餐饮离不开精湛厨艺、创意及精美卖相。如今，顶尖厨师都是家喻户晓的人物，但高昂的价格和漫长的订座轮候期突显高级餐厅的尊贵地位。

整个饮食体验结合艺术、科学与哲学，打造体验式奢侈享受。

经营餐厅会遇到不稳定情况，可以理解。先进的厨房、大量员工、城市中心的高昂租金均推高经营成本，原料更有可能来自世界各地。然而，为了维持品质，一家餐厅每天能服务的客人有限。

虽然这会提升对部分顾客的吸引力（成功订座也是一大挑战），但从经营者的角度来看，劣评或新竞争对手总有可能抢走顾客。尽管如此，享受美食是“体验式”经济的一大特征。

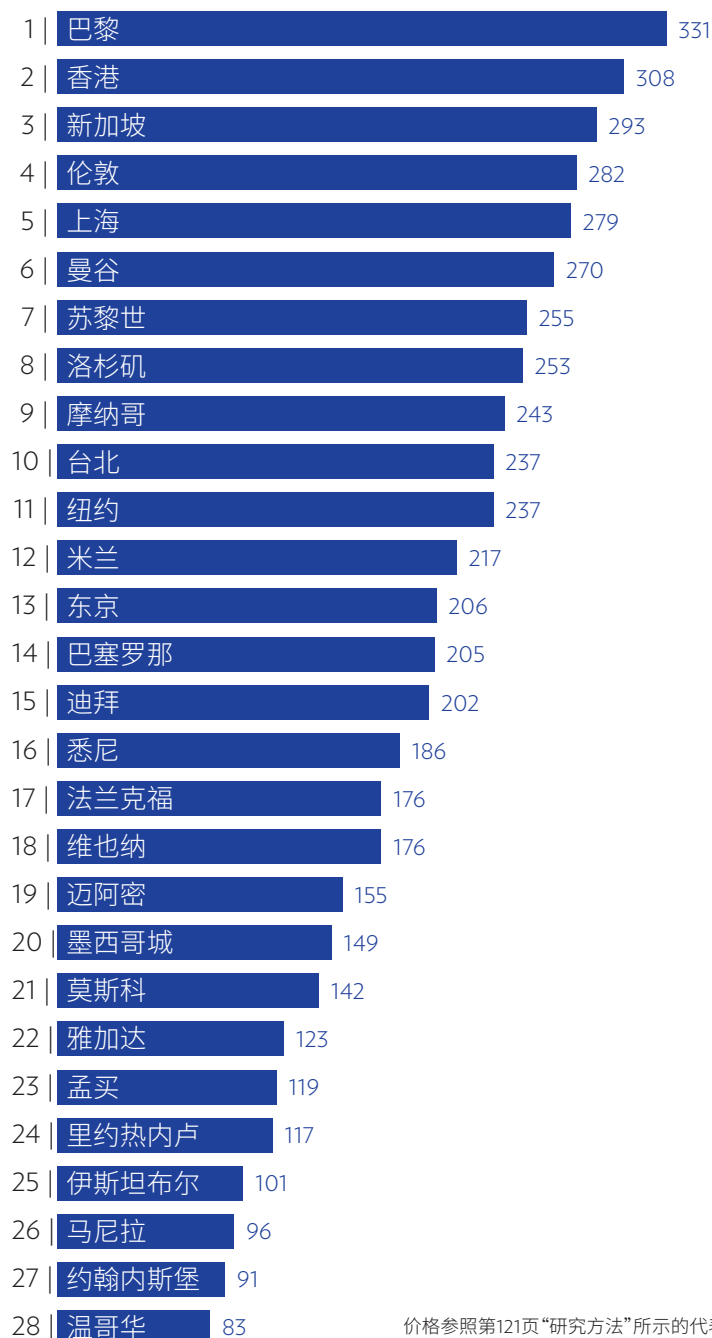
2019年，巴黎、香港和新加坡的高端餐饮最为昂贵。地区方面，亚洲是享受高端餐饮最昂贵的地方，其次是欧洲，两地均远较美洲昂贵。城市方面，温哥华、约翰内斯堡及马尼拉是全球性价比最高的地方。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

高端葡萄酒



法国是最大的高端葡萄酒市场。

金融危机后，价格大幅波动，波尔多葡萄酒的价格较2010年和2011年的纪录高位大幅下跌，直到2015年丰收后才回升。根据苏富比，波尔多葡萄酒约占全球葡萄酒销量46%³⁵。然而，过去5年，顶级勃艮第葡萄酒的价格涨幅几乎是相邻西南地区的三倍³⁶。

虽然奢侈消费者对新世界葡萄酒的口味逐渐变得更为大胆，但我们的指数专注于波尔多地区的“特级葡萄园”。

最近，美国宣布将对欧盟葡萄酒征收25%进口关税后，整体高端葡萄酒市场的价格下跌。

购买高端葡萄酒最便宜的地方是雅加达及香港。除了这些例外，一如所料，欧洲城市性价比最高。

品尝经典法国葡萄酒最昂贵的城市是里约热内卢、墨西哥及莫斯科。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

35 苏富比洋酒报告，2018年

36 Liv-ex

威士忌

到2025年，全球威士忌销售额预期将达到840亿美元³⁷。
苏格兰作为威士忌的精神家园，占该市场约四分之一份额。



欧盟国家占苏格兰威士忌出口约三分之一，而美国则是最大单一进口国。鉴于城市化急速发展、中产阶级崛起均可能刺激需求，到2025年，亚太区销售额预计将超过370亿美元³⁸。按销量计，该地区已占前20大苏格兰威士忌出口市场中的6个³⁹。

日渐风靡的威士忌旅游对支持几个国家的经济增长发挥着重要

的作用。根据苏格兰威士忌协会(SWA)，2017年威士忌蒸馏厂的游客达到170万人次，创下新高。

这个旅游市场是最近才兴起的。威士忌品牌可能将自身定位为体验式奢侈品，表明未来游客中心及威士忌旅游相关企业会在吸引顾客方面起关键作用。

前景

短期内，苏格兰谷物短缺推高威士忌价格。同时，产量难以跟上不断上涨的需求，尤其是发展中国家的需求。新生代投资者抢购和囤积威士忌进一步扭曲市场环境，现在陈年威士忌稀缺。长期而言，稳健的需求将成为扩大威士忌吸引力的重要支柱。新品牌的推出、产品上的变化、加上精酿威士忌日渐风靡为市场提供进一步支持。

威士忌投资

越来越多消费者把威士忌视作传统投资的替代品。由于投资级别威士忌稀缺，而且只有独家合作伙伴才能获得，专门的投资“会所”纷纷涌现。帝亚吉欧旗下品牌占苏格兰威士忌市场相当大份额，由帝亚吉欧营运的Johnnie Walker尊邸正是实行邀请制。该会所为客户提供帝亚吉欧旗下最稀有的调和式威士忌和具有收藏价值的苏格兰威士忌。一桶威士忌的价值可能高达20万至30万英镑，客户购买后可决定进一步陈酿还是装瓶出售，所有利润归客户所有⁴⁰。

37 Global Markets Insights, 威士忌市场区域分析, 2019至2025年

38 路透社

39 苏格兰威士忌协会

40 《海峡时报》, “威士忌短缺?别慌,库存来了”

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年

顾问公司Rare Whisky 101公布各种追踪整体稀有威士忌市场的市场指数。2008年底至2018年1月1日, Whisky Icon 100 Index录得接近21%的年回报率。

日本麦芽威士忌市场的表现更为强劲, 2014年底至2017年底, Japanese Icon 100 Index同比上升近28%。

2018年8月, 一瓶稀有的50年日本山崎(著名的利基生产商)单一麦芽威士忌在拍卖会上以343,000美元的纪录高价卖出, 是有史以来售出的最贵单瓶日本威士忌。

全球价格比较

一瓶上架销售的苏格兰威士忌价格不仅反映生产商和经销商的成本, 包括营销费用, 通常还反映大量政府消费税和其他关税。

与其他酒类一样, 威士忌也需缴付消费税和销售税, 有时更会出现海外价格比原产地还要便宜的奇怪现象。虽然英国即将退出欧盟可能打击当地的威士忌销售, 但日本与欧盟在2018年签署一项协议, 取消包括苏格兰威士忌和日本威士忌在内的贸易商品关税。

威士忌价格最昂贵的城市是里约热内卢, 因巴西对酒类征收高额进口关税及官僚主义作风; 其次是雅加达。价格最实惠的城市是伊斯坦布尔。



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格



“我们必须重新思考
昂贵或便宜的概念。”

Mirazur主厨兼老板Mauro Colagreco

良知型洞察：高端餐饮

无麸质、无乳制品、无糖、无塑料、无肉类……现今，随着人们越来越注重健康饮食，美食爱好者可在世界各地的咖啡厅、餐厅和商店享受名副其实的“更健康”菜式大全。

强调对人类和环境都更为健康的议题无处不在，很多人已无法再忽视餐桌上食品来源背后的丑陋真相，以及包装（通常是塑料）对地球造成的伤害。

对于高端餐饮厨师而言，烹饪过程从头到尾不浪费动物身上任何部分已不再是什么新奇概念。难处在于如何平衡顾客对食物的预期与良知型消费主义。为了弥补这一差距，餐厅日益关注本地出产及来源符合道德的时令食品。

法国蔚蓝海岸米其林三星级餐厅Mirazur的主厨兼老板Mauro Colagreco表示：“我们必须重新思考

昂贵或便宜的概念。廉价餐饮的食物在端上餐桌前，已消耗地球大量资源。产品的来源及可追溯性越来越重要。除了品质方面的要求，对产品及用户还要给予尊重。我们的地球已经危如累卵。我发现，人们积极渴望寻找其他能减低破坏的严重性，并与地球和谐共存的方式。”

在秉持这种想法的情况下，全球很多人正减少肉食和奶制品消耗，或许并不令人惊讶。以红肉为主的饮食习惯容易导致癌症、心脏病及糖尿病。根据世界卫生组织，“食用红肉是导致结肠直肠癌最大的成因。”

另外，畜牧业是温室气体排放的一大来源。牛津大学研究表明，为生产肉食、蛋类、奶类而饲养牲畜所产生的全球温室气体排放高达15%，是温室气体第二大来源，超过所有交通运输合共产生的排放量。

尽管有反对肉食的强烈抗议，但由于城市化及人口增长，全球肉类消耗量在不断上升，1990至2018年的复合年增长率为4%。

一众厨师很快指出，肉食未必是最大的罪魁祸首。别忘记种植牛油果所需的水份（每公斤牛油果需要约230公升水）⁴¹。Colagreco主厨认为，“最主要需了解生产商与他们的工作方式、他对工作环境给予的尊重及产品的质量。倘若我们购买的蔬菜采用密集机械化种植、大量使用杀虫剂及消耗大量汽油，对地球和我们的健康会造成巨大影响。”

对于厨师及用餐者而言，食品的来源，以及从生产到送抵餐桌前的过程变得更加重要。不过，“素肉”这项潜在的颠覆发明可能彻底改变我们的饮食方式，无论是在豪华餐厅、街角咖啡厅还是在家里用餐。“素肉”的口感、气味及外观都与真肉相似，或许可大幅减少我们的碳足迹。

而且，消费者愈趋注重健康及关注可持续发展，公众对肉类替代品的需求大幅上升，形成良性循环。该技术刚刚起步，但发展迅速。

科学家已能够仿造“血红素”（一种活于植物及动物体内的分子，铁含量丰富，使肉吃起来像肉），从而让植物吃起来像肉。另一方面，科学家已通过动物干细胞制造出实验室培育的“培养肉”（即“清洁肉”）。这种所谓的“无母肉”还无法向公众出售，许多国家



正在探索中，真正能出现在餐盘上，相信还要等许多年。比尔及梅琳达·盖茨基金会（Bill and Melinda Gates Foundation）已投资研究“细胞农业”，视作一项可以为发展中国家带来真正改变的食品技术。

肉类替代品能否在高端餐厅中盛行？高端餐饮的美食菜式生产过程常叫人感到不快，例如鹅肝酱及鱼子酱。不过，此潮流可能有所转变。Impossible Foods与亚洲名厨May Chow合作，率先推出植物肉汉堡。也许在不远的将来，餐前小菜将全是红菜头而没有牛肉，主菜将为素食，并佐以有机红酒。

意大利裔阿根廷人Mauro Colagreco认为，大肆使用不可持续原材料的时代已经结束。他相信，全世界的厨师正加强了解所在地区的产物及生产商，以扩展他们的厨房。

“我们可以运用本地的食材及手工产品。我们的菜单会不断更新，不会一直一成不变。我们用送来餐厅的食材进行烹调，在与本地及手工生产者合作时，我们必须保持充分灵活性，才能够适应环境变化和节奏来完成创作。”

对于现今不断进步的高端餐饮体验而言，可持续发展及透明度似乎已成为主要元素。受良知型消费推动，厨师也尝试同时从食物及包装两方面减少废料。种种因素导致菜单更加灵活，且无肉选择更多。传统会否被完全摒弃，无肉菜单又能否赢得米其林星级美誉，有待商榷，不过目前，菲力牛扒的地位仍未受撼动。

时尚



男士西装



在曼谷、雅加达及马尼拉，高级订制西装价格不菲。

上述城市为我们2019年指数中最昂贵的几个城市。孟买属于例外，该市场的高质量男士西装价格最实惠。

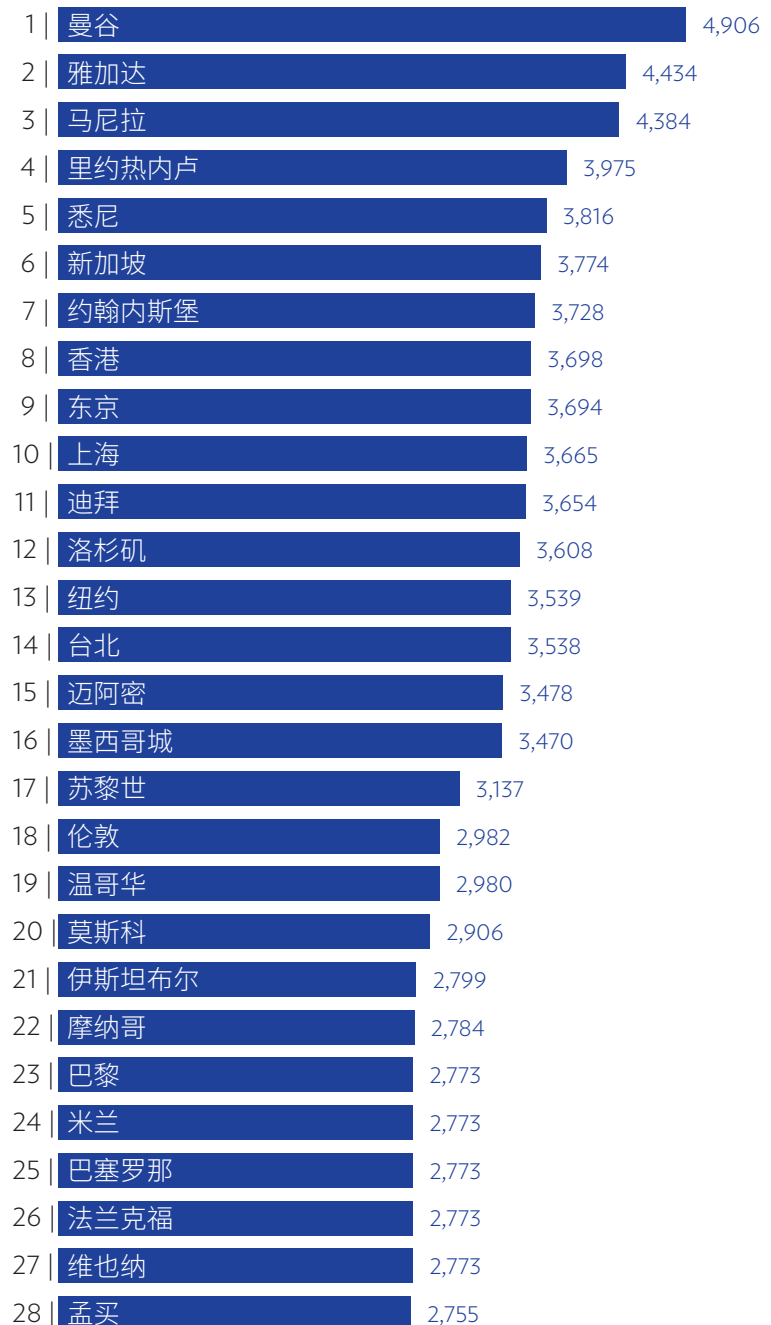
不过，相比亚洲及美洲整体水平，欧盟城市的性价比最高，尤其是巴黎、米兰、巴塞罗那、法兰克福及维也纳。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

女鞋



与男士西装一样，欧洲的精品女鞋性价比最高。

然而，全球性价比最高的城市为约翰内斯堡。

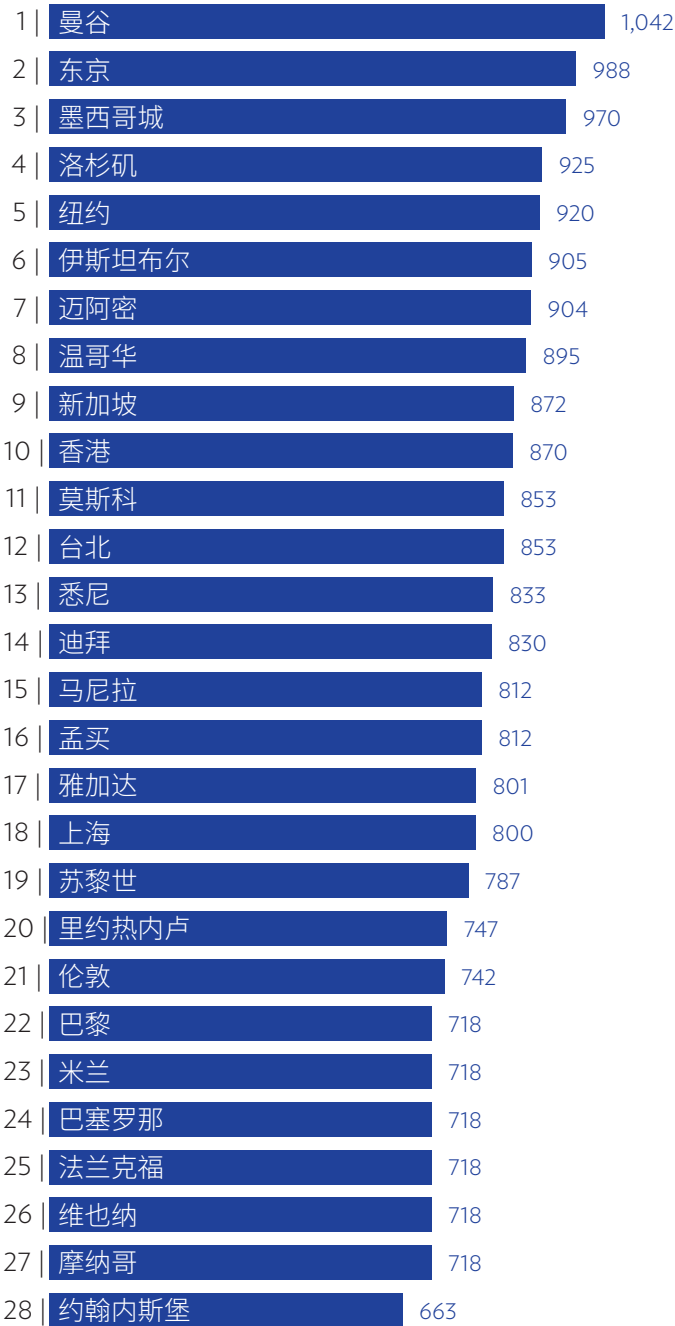
只有极为富有的人会考虑曼谷、东京或墨西哥城，因为这些城市的精品鞋类价格最昂贵。

价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度 美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



珠宝

新兴市场城市的珠宝价格往往最高，里约热内卢、马尼拉及莫斯科为最昂贵的城市。

价格差异很大程度是由于本地税项所致。在里约热内卢，珠宝税高达北美或欧洲同类城市的两倍之多。而由于税额较低，全球排名第27的悉尼性价比更优。

香港、台北及孟买等其他东方国家，以及迪拜的相对性价比也不错。对于欧洲购物者而言，苏黎世及法兰克福是性价比最高的购物地点。

全球奢侈品珠宝市场价值约130亿美元，2019年至2023年的复合年增长率预期将达到3.5%⁴²。当前，中国、日本及印度市场的价值合计为101亿美元，亚太区预期将成为规模最大且增长最迅速的区域市场⁴³。

美国为目前第二大市场，2019年市场规模为39亿美元，德国以17亿美元位列其后⁴⁴。消费者越来越青睐品牌珠宝，也可能推动产品需求。他们愿意为品牌及奢侈品珠宝支付更高价格，打造自己的独特风格。

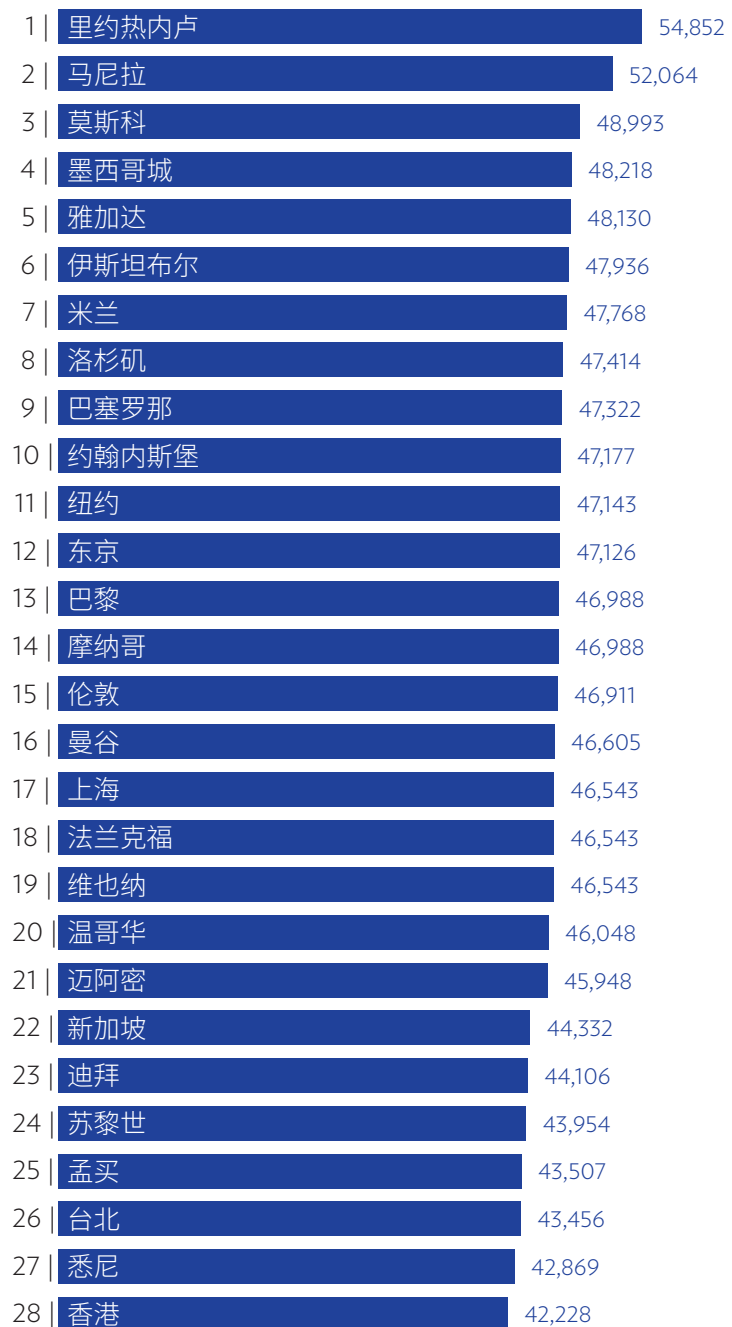
价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



女士手袋



欧洲是奢侈品手袋价格最便宜的地区。

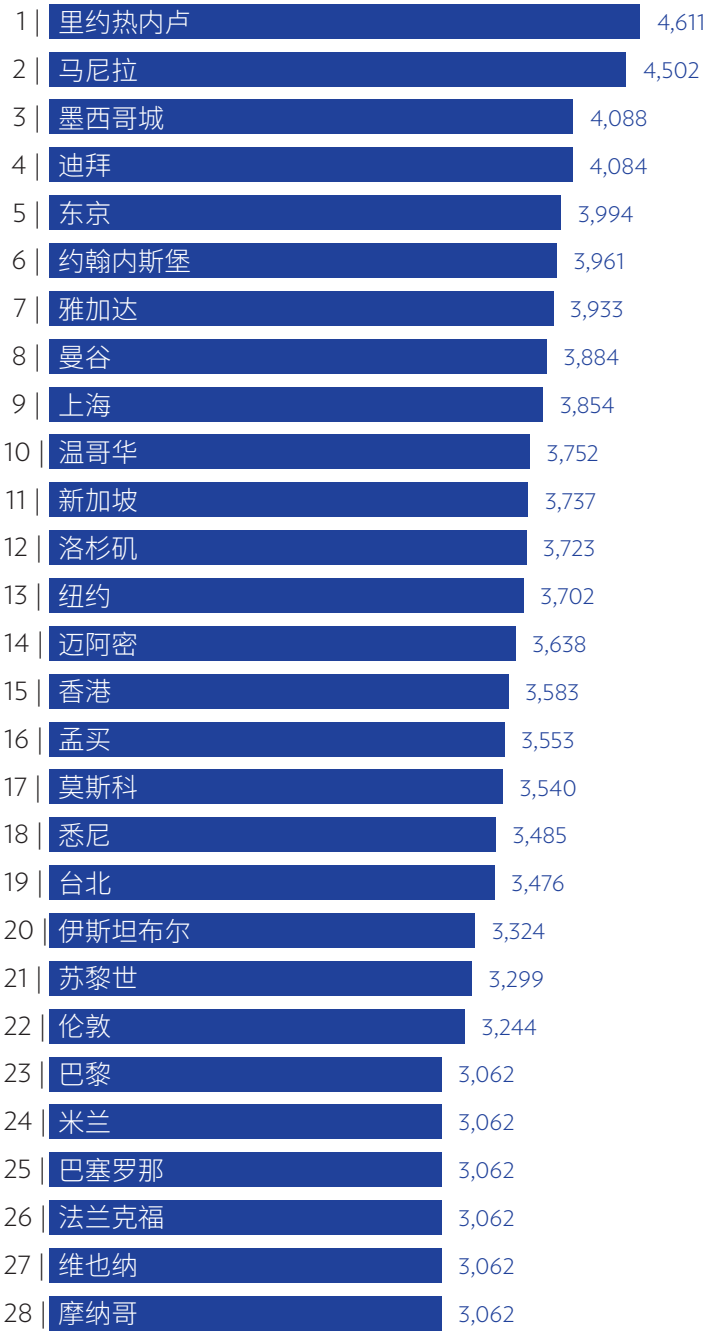
欧洲区内，巴黎、米兰、巴塞罗那、法兰克福、维也纳及摩纳哥等地的性价比极具吸引力，伦敦及苏黎世价格也实惠。亚洲较为昂贵，其中马尼拉价格最高。与此同时，美洲多个城市对当地奢侈品征税，成为较昂贵的地区，其中里约热内卢价格最高。

价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度 美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



名表



名表方面，里约热内卢、曼谷及上海性价比较低，整体而言，美洲最为昂贵。

2019年亚洲及欧洲名表市场差距不大；悉尼、孟买及约翰内斯堡性价比最优。

2019年，全球高端腕表市场价值达3,030万美元，年增长率预计约1.9%，中国占全球总需求约三分之一⁴⁵。腕表行业基本上仍然通过独立零售商及百货商店进行实体销售。

奢侈体验趋势已扩展至该行业，部分品牌计划开设私人会员俱乐部，与客户建立长远关系。

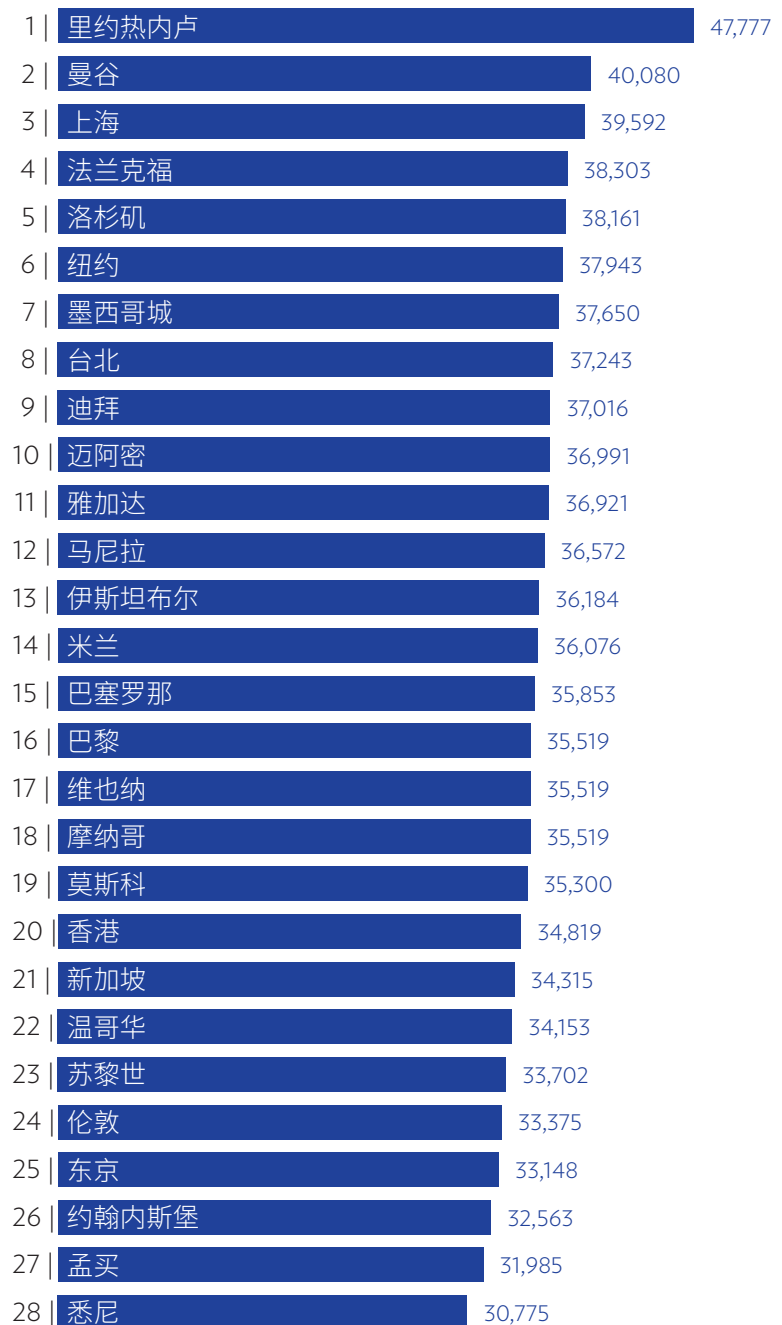
价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年





“.....2019年9月，鉴于全球面临气候危机，我们已转型为完全碳中和公司。”

Gucci主席兼行政总裁Marco Bizzarri

良知型洞察：时尚

时尚业一直因产生大量废料而饱受批评。根据《纽约时报》报导，近五分之三的衣服会在生产后一年内被焚化或送往堆填。

除此之外，美国国家环境保护局发现，纺织废料达1,510万吨，其中1,280万吨遭完全废弃，美国人平均每年丢弃的服装及其他纺织品重量达32公斤。不过，四分之三消费者均认为可持续发展很重要。

随着大众对时尚业负面影响意识不断提升，将促使更多品牌寻找新的解决方案。比如升级再造，这一概念

指利用现有的衣物、配饰或其他物品制造新服装。通过这个方式，滞销存货（即未售出商品）或部分已使用的布料可获再次利用，而不是成为废料，进而形成良性循环。制造一件纯棉T恤需要超过700加仑的水，而利用已有的T恤生产新衣物则几乎不需用水。此外，升级再造可减少约85%纺织废料最终送往堆填⁴⁶。

更加便宜和个性化的服饰

升级再造的成本似乎并不高，因为二手或现有物料的成本通常只是新制成物料及纺织品的冰山一角。不过，过程中最讲求的是创意，要发掘现有物料的潜力，打造出客户理想中的新颖及漂亮衣服，想象力不可或缺。

想要以废弃的消防喉、船帆或旧咖啡袋制成的手袋吗？英国的Elvis & Kresse就是一个不错的选择，该公司的盈利大部分都捐赠予慈善机构。此外，洛杉矶的Reformation专注把回收所得的“滞销布料”制作成精美的布料，甚至婚纱。

通过解决目前做法造成的环境及社会影响，时尚业每年可为全球经济节省1,600亿美元⁴⁷，这一数字已超过世界上绝大多数国家的本地生产总值。

然而，良知型时尚发展仍处于起步阶段。波士顿咨询公司（BCG）调查显示，可持续发展尚未成为最重要的购买标准。7%消费者认为可持续发展是重要的购买标准，但23%消费者更注重高质量；17%倾向炫耀成功的商品，16%更看重性价比。

不过，消费者期望品牌关心环境、社会及道德问题，并采取相应行动。可持续发展考虑被视作先决条件，而不是影响购物决定的因素。

把可持续发展目标定为大多数决策的“指引准则”的时尚公司比例，从2017年的34%升至2018年的52%⁴⁸。尽管比例有所上升，但时尚业距离实现可持续发展仍长路漫漫。实际上，波士顿咨询公司对时尚业的调查表明，时尚公司实施可持续解决方案的速度，并不足以弥补该行业迅速发展对环境及社会造成的负面影响⁴⁹。

由上而下

然而，部分奢侈品牌正将道德实践深深地融入到企业文化中。Gucci行政总裁Marco Bizzarri表示：“Gucci真正与众不同之处在于富有创意、创新精神、共融及责任感的价值观，我们通过独特的企业文化实践这些价值观，启发全球19,000位员工。”

2017年10月，这个价值100亿欧元的奢侈品牌启动为期10年的“Culture of Purpose”可持续发展计划，旨在承担对环境及社区的责任。Bizzarri先生表示：“我们立即宣布停止使用动物皮草，寻找替代品。鉴于全球面临气候危机，我们已在上个月转型为完全碳中和公司。”

47 波士顿咨询公司，全球时尚议程（Global Fashion Agenda）

48 <https://www.ozy.com/fast-forward/landfill-to-luxury-will-fashion-cash-in-on-160-billion-yearly-upcycle/92450>

49 波士顿咨询公司—《2019年时尚业脉搏》—<http://media-publications.bcg.com/france/Pulse-of-the-Fashion-Industry2019.pdf>

性别平等一直是公司的首要原则，这从公司已实行多年的“Chime for Change希望响钟”运动中可见一斑，此活动致力为女童及妇女赋权发声。此外，公司也推出一项长期计划，旨在进一步把多元文化融入组织及业务过程中，其中包含一系列活动，将由新上任的多元化、公平及共融总监Renée E. Tirado负责监督。“Gucci Artlab”产品创新中心也在探索更多方法，以更符合可持续发展的方式生产商品，从而满足良知型奢侈品消费者需求。

Bizzarri先生补充：“我们致力向实现循环经济目标迈进，据此管理我们的生产、分销及库存，同时设计所有季节合用的商品。”

“共融、高低掺杂、使命感及可持续发展是目前人们关心的三大议题，尤其是千禧一代及Z世代。”

Gucci主席兼行政总裁Marco Bizzarri

时尚议程

“全球时尚议程 – 2019年行政总裁议程”⁵⁰列明多个可持续发展关键议题，其中包括：



追踪一级及二级制造商，加强供应链可追溯性



实施温室气体减排措施，对抗气候变化



通过在加工阶段实施效率计划提高水、能源及化学品的使用效率



加大力度营造互相尊重及安全的工作环境，对整体价值链内所有员工履行普世人权标准



可持续物料组合



时尚循环系统



推广更好的薪酬制度



第四次工业革命



良知型时尚主题

除了加强自身的可持续发展能力外，奢侈品牌也采用现代观念为产品系列及生产方法寻找灵感。Bizzarri先生表示：“共融、高低掺杂、使命感及可持续发展是目前人们关心的三大议题，尤其是千禧一代及Z世代。”

共融包括多元及跨代时尚。使命感指品牌独特的价值观。Bizzarri先生说：“Gucci所做的每一件事都是出于一个原因：我们的品牌和员工是造成社会及环境变化无可推卸的推动者。我们认为这些价值观，正如平等一样，是不可妥协的。千禧一代了解承诺，能识别缺乏原创性、无兑现承诺的品牌。”谈及可持续发展，Bizzarri先生说：“在‘为我们的生命游行’及‘反抗灭绝’的时代，人们期望品牌能够在负责任及问责方面担当积极的角色。”

与其他奢侈品市场一样，个性化及订制化也是时尚业的主题。例如，Gucci发起两项计划：“DIY”及“Made To Order”，以及针对“品牌最佳客户”推出的一系列特别品牌体验，旨在让客户深入了解品牌故事。

Gucci近期宣布成为完全碳中和公司，9月份于米兰举办的最新Gucci时装周为品牌首个碳中和时装展。

Bizzarri先生补充，“Gucci已将可持续发展内化为企业的一部分。我们正建立一条通往碳中和的全新道路，引导企业为供应链中所有产生的碳排放负责。”实际上，该公司正为所产生的所有温室气体排放承担责任，通过4个至关重要的“REDD+1”项目支持全球护林活动，抵消自身营运及整体供应链每年产生的所有温室气体。

不仅如此，Gucci也于2019年11月发起行政总裁碳中和挑战（CEO Carbon Neutral Challenge），邀请各行各业的行政总裁参与采用更环保的营运方式：“如果我们要创建一个欣欣向荣的社会，企业蓬勃发展的美好未来，同时修复和保护自然环境，就必须携手合作。我真诚希望各行各业的同仁能够与我们共同并肩前行。”

奢侈品时尚行业可能会出现结构性整合，赢家和输家可能持续分化。Gucci的前景仍保持乐观，公司连续三年实现指数式增长，收入增长两倍，这或许让其走向赢家之路更加顺利。

中国无疑是增长引擎，北美则将继续是赢家的关键市场。此外，从长期来看，赢家也将关注拉丁美洲、印度及非洲的未来奢侈品消费者。这些地区也是全球时尚产业的主要供货商，在整个供应链推行可持续发展实践的需求应有助推动工作环境改善。这也会推动棉花、羊毛及橡胶等原材料的生产过程变得更环保。

家庭



寄宿学校

在我们的指数当中，有几个项目并无相应的全球替代品，英国伊顿公学的寄宿学费就是其中之一。

过去25年，英国私立学校学费已上涨约550%，超过每年普遍涨幅⁵¹。学费上涨部分是由于国际（尤其是亚洲）留学生大量涌入。

目前，留学生占英国私立学校学生总数约十分之一⁵²。

这一趋势也证明私立学校收取更高学费，用于建立完善设施，营造精英教学环境，是明智之举。几家英国私立学校也在国际生源所在地附近开办国际分校，满足国际需求。

2019年，伊顿公学的寄宿总费用为42,500英镑。该校由亨利六世于1440年创立，当时不仅招收贵族学生。2018/2019年，255名学生获得经入息资产审查助学金，费用平均减少67%。此外，90名学生费用全免⁵³。

大学

还有一个项目并无方便的国际替代品，就是于精英大学攻读高级工商管理硕士学位。

我们的指数计算哈佛大学及牛津大学课程费用的平均值。

近年，总学费稳步上升，在今年的高端生活指数中达到108,789美元。

如果你觉得这个数字很高，可以想想哈佛毕业生的年薪中位数已超过200,000美元，第一年的工资中位数为160,000美元。

寻求脱颖而出的求职者需求不断上升，是学费上升的部分原因。根据全美大学与雇主协会显示，硕士生较本科生的工资大约高出20,000美元。

51 《私立学校协会年度普查》

52 《私立学校协会2019年年度报告》

53 伊顿公学

律师



香港、上海、纽约及伦敦等国际金融城市的律师费用较高。

马尼拉、孟买及米兰的法律咨询性价比最高。从地区来看，欧非中东性价比最优。

价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度 美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



婚宴

2019年，美国城市毫无疑问是婚宴最昂贵的城市。婚宴起价居高不下，高税额及服务费也在其中添砖加瓦。

欧非中东及亚洲的价格相近，孟买、迪拜及曼谷尤其便宜。

就酒店及豪华婚庆而言，香港及东京价格昂贵，是亚洲地区的例外。

近年，婚礼的平均开支呈指数式上涨，这未必是由于各个环节的价格上涨，而是由于人们倾向更加奢华及个性化的婚礼。例如，在美国，自2017年以来，婚礼开支从27,000美元升至44,000美元，其中鲜花费用增加一倍⁵⁴。

在英国，对个性化、可持续发展及有机生产的关注度不断上升，推动总开支迅速增加。

与此同时，在新加坡，实质工资上涨推动豪华宴会需求增加。食品成本和酒店及饮食服务业的工资增长也推动豪华婚礼价格上涨。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格



为后代作好规划

二十一世纪的财富较以往复杂得多。要制定有效的财富规划，就要全面了解个人及家庭状况、优先事项及生活方式，参考全球环境建构规划，并运用当地专业知识加以执行。

瑞士宝盛财富规划部主管Roger Stutz先生表示：“出于种种原因，财富规划的复杂程度日益增加。如果你的财富及家人遍布世界各地，就必须确保遵守所有司法辖区的法律、税务及报告规定。要在这些环境中部署财务及继承规划，较20年前复杂得多。”

除了环境更为复杂外，高净值人士的流动性更大，也愿意改变户籍及居住地，以最迅速的方式进行规划及整理，因而，要确保财富状况适当反映生活目标，变得更为复杂。

有关居住地的决定可能因以下因素而变动：上学和教育、气候等生活方式考虑因素、业务需要（性质更加全

球化），以及不同司法辖区的投资及地产拥有权。除此之外，还有税务及相关生活成本等冗闷问题。

出于以上原因，人们的生活中心及财富于全球的分散程度远远高于以往。那么，在如此复杂及分散的情况下，顾问能否提供最佳的潜在解决方案及建议？

Stutz先生解释说，“首先，我们的研究范围必须覆盖全球——我们要了解是什么推动客户世界的‘运转’。然后，我们要依据客户的具体情况提出专属见解，最后要在当地司法辖区内落实执行。规划是一回事，我们还必须帮助客户让规划切实地发挥作用。”



“建立信任需要时间。家庭要切实看到我们重视他们的利益。”

瑞士宝盛财富规划部主管 Roger Stutz

他补充道，“我们需要了解许多客户的数据，所以密切的合作关系十分重要。建立信任需要时间，家庭要切实看到我们重视他们的利益。”一般而言，最佳解决方案不仅能在短期取得成功，也能在长期取得成功。

在实践当中，要横跨多个范畴及领域制定度身建议，讲求团队携手合作，脚踏实地。

Stutz先生表示：“即使瑞士宝盛规模庞大，但任何一个组织都不可能在靠近客户的每一个地区派驻内部专家，但重要的是客户能够接触文化及地理位置均相近的专家。我们通过内部专家了解一个国家的具体情况，然后与成千上百名经过精挑细选、值得信赖的外部伙伴，或客户信赖的顾问携手合作。”

Stutz先生补充道，“这样的虚拟团队是确保满足客户特定需求及有效落实解决方案的最佳途径。”实际上，随着数码化规划的发展，这种结合个人关系管理与当地专家知识的方式，是取代成本高昂的传统家族办公室的吸引替代选择。

世代发展

每一代人的财务规划重点自然各不相同。老一代更专注于财富保值、增长及心灵平静。年轻一代可能希望先了解自己的财富状况，因有时他们对此并不完全清楚。Stutz先生发现，在一般情况下，千禧一代往往准备充足，拥有远大的规划及想法，并且积极尝试不同的项目。

他表示：“年轻一代更倾向利用数码工具完成大量基础工作，了解财富规划及比较供货商。他们也习惯使用网上应用程序及计算器。”此外，年轻客户通常较喜欢运用通讯技术，而非传统的面对面会议。

不过，Stutz先生提到，年轻一代的另一趋势，也是每一代人都明显具备的特点，就是专注慈善及负责任投资。慈善捐赠一直是财富规划的特征。近期出现一种趋势：客户希望他们的金钱用在投资的同时也在行善，而且以负责任的方式进行投资。

因此，于财富规划中引入慈善或道德因素的方法迅速增加。“一些客户是出于个人喜好，并且希望贡献自己的时间；另一些则倾向通过以研究类似ESG（环境、社会及管治）等标签项目，作出负责任的投资选择。”

Stutz先生揣摩道，既要适应瞬息万变的环境，又要跟上每一代之间资产转移的需求，“这就是不断激励我们的挑战”。入行数十年，这位财富规划主管深信，尽管生活复杂，但成功规划的秘诀很简单，即“家庭成员与顾问之间开放及频繁沟通”。

养生



美容服务

欧非中东的美容服务尤为昂贵，其中米兰及巴黎为2019年全球最昂贵的城市。这有助推动全球医疗旅游的浪潮。

欧洲人较倾向前往伊斯坦布尔，该城市为全球美容服务性价比第二高的城市。每年，约70万名医疗旅客⁵⁵涌向土耳其，于这个与中欧仅一步之遥的国家中寻求质优价廉的医疗服务。

亚洲性价比出色，其中孟买、马尼拉、雅加达及曼谷性价比最高。实际上，泰国在国际医疗旅游市场表现强势，不仅品质卓越，而且价格低廉。

整体而言，美洲性价比最高，其中墨西哥城、温哥华以至洛杉矶的价格相对较低。

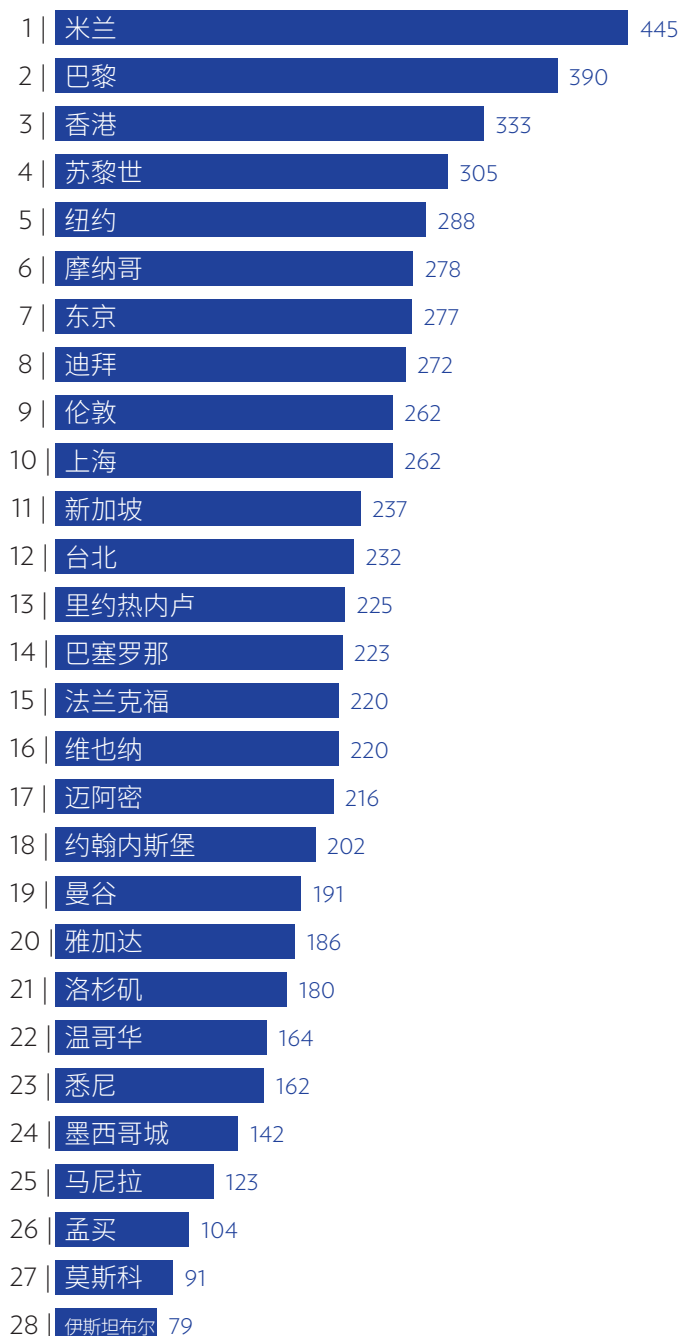
在美洲，巴西整形外科医生的人均手术量高于其他所有地区⁵⁶。与可称为全球奢侈医疗旅游中心的亚洲国家不同，巴西大部分游客来自邻国。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

55 伊斯坦布尔国际健康旅游协会

56 《巴西整形手术现状》，Bernado N. Batista

激光视力矫正手术



在伦敦、纽约及悉尼等西方繁荣都市，激光视力矫正手术最为昂贵，或许这并不意外。

莫斯科、孟买及约翰内斯堡的性价比最高。

发展较为成熟的养生中心也有望受惠于需求增长。例如，过去一年，曼谷的激光视力矫正手术价格上涨10%⁵⁷。价格上涨可能是由于泰国人口老化及亚洲医疗游客涌入所致。

价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格

各地区可负担程度 美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



私人培训



2019年,在纽约、洛杉矶及注重身材管理的迈阿密,私人培训价格较高。

孟买再度成为性价比最高的城市,其次是里约热内卢及伊斯坦布尔。

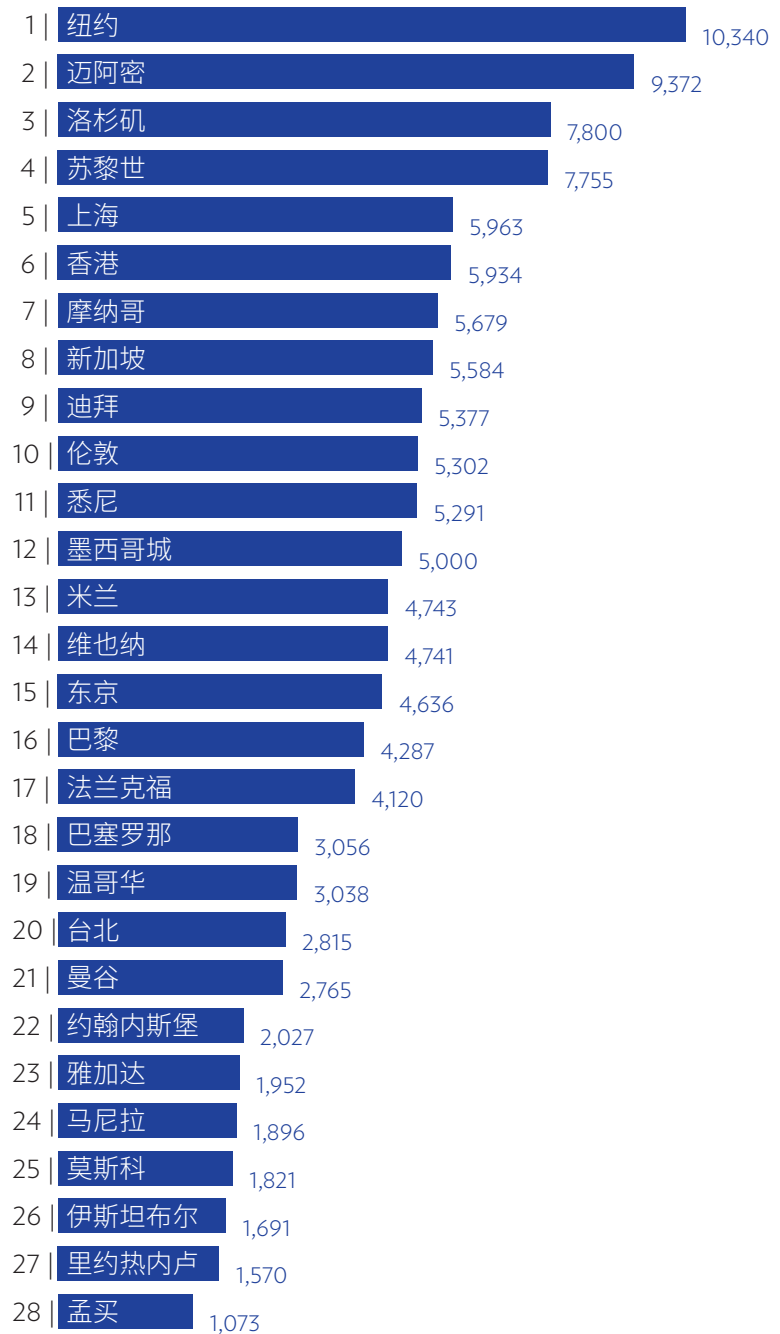
地区方面,健康养生的价格差异巨大,美洲最为昂贵,欧洲价格合理,亚洲具成本竞争力。

各地区可负担程度

美元平均 | 2019年



美元 | 2019年



价格参照第121页“研究方法”所示的代表商品或服务价格



养生

据估计，养生业占全球经济产量约5%⁵⁸，覆盖私人护理、美容、抗衰老、健康饮食、养生旅游、健身、水疗及职场健康等服务。

每年的养生旅游数量估计为8亿次。一般情况下，这些高端养生旅游的价格高出普通旅游53%⁵⁹。

因此，为应对这一潮流，世界各地的传统旅游业正迅速调整。中东在为游客提供附加养生服务方面历史悠久，目前更推出专门养生服务，包括迪拜棕榈岛度假村海湾地区首个全面养生度假村／水疗胜地，以及正在卡塔尔地区兴建的奇瓦颂 (Chiva-Som) Zula养生度假村。

在北美，养生业为居住于城市的市民提供服务。大部分奢侈养生品牌从度假村扩展至都市地区，奢华酒店品牌推出养生项目，与专门的水疗度假村形成竞争。

与此同时，在撒哈拉以南非洲地区提供水疗服务的高端野生酒店“水疗野生酒店” (spafari)，已日渐成为养生游客的热门之选。尽管概念不新，但许多目的地已从单纯的护理服务转变为新型全方位养生服务，融合非洲传统护理／疗法。



“与亲人、挚爱和密友分享养生知识是我父亲的一大爱好。在游历欧洲后，父亲萌生出建立一个全方位养生圣地的想法。”

奇瓦颂 (Chiva-Som) 养生度假村董事长 Krip Rojanastien

在亚洲，中国及印度是全球发展最为迅速的两个养生旅游市场。随着全球游客对阿育吠陀 (Ayurveda) 及中医等古老疗法的兴趣日益浓厚，以及政府的大力支持及推广，未来几年这一市场将继续保持繁荣增长。

养生专访：奇瓦颂

泰国最著名的健康及养生度假村就是奇瓦颂 (Chiva-Som)，度假村位于距离曼谷西南约200公里的度假胜地华欣。大约25年前，Boonchu Rojanastien决定将他的海滨别墅改建为养生胜地，由此成立奇瓦颂。他的儿子Krip为奇瓦颂现任董事长，他向我们讲述度假村背后的灵感来源。

Krip Rojanastien先生表示：“与亲人、挚爱和密友分享养生知识是我父亲的一大爱好。在游历欧洲后，父亲萌生出建立一个全方位养生圣地的想法。他意识到，我们可以将西方的诊断技能与东方的疗法结合。”

奇瓦颂是养生行业的先行者，当时仍只称为“健康生活”，它的出现推动许多新服务面世。Rojanastien先生解释：“世界许多地方都有养生传统，但我们的理念是将养生服务带给大众，并且让人们意识到养生并不能临急抱佛脚。和药物不一样，吃下去症状就会消失，却不知会何时再出现。养生是一种生活方式。”

奇瓦颂的客人来自世界各地，包括欧洲、中东、澳大利亚、亚洲及非洲，超过半数为客户。客户平均年龄一般为45岁左右，但正在发生改变。20多岁的客人越来越多，他们通常独自前来，而且目的明确。Rojanastien先生表示，他们“完全投入于活动和项目当中，追求自己的目标”。另一方面，度假村也出现更多年龄较大的顾客，大概70、80岁。养生并非隐居避世，而是呼朋伴友，与志趣相投的人共同分享的美好体验。

我们提供传统疗法及创新科技。Rojanastien先生说：“这些服务的

效果可以量化。你的肌肉、肌腱及姿态的灵活度增强多少，体重减轻多少，血压降低多少。我们将传统疗法与最新科技互相结合。”

Rojanastien先生将奇瓦颂的成功，以至泰国的成功归功于他们热情、真诚及关怀。“对于养生行业而言，关怀与真诚的态度是十分重要的。如果有人向你寻求建议，必须让他们相信你所做的一切是为他们的最佳利益着想，而不仅为赚快钱。”

虽然奇瓦颂提供优质的体验，但养生并不需动辄花费巨资。他补充说：“人们可以通过适当饮食、保持营养均衡、坚持运动、充分休息及恢复，以合理的方式养成良好的养生生活方式。”

奇瓦颂非常清楚自身对社会、生态及环境的广泛影响，而可持续发展已成为公司的基因。



奇瓦颂洗浴会馆

Rojanastien先生说：“我们连想都没想就采取了行动。因为，如果我们需要先作考虑，这不过是一个项目，但实际上这应该是一种生活方式。”

可持续发展对于全方位养生体验不可或缺。他又补充：“如果没有良好的环境，或者身处有害环境中，你就无法助人实现个人健康。”

奇瓦颂配有废水处理、回收、替代能源与效率系统，以及厨房专用的有机种植园。

这种责任心延伸到度假村之外。“我们希望为环境、生活质量作出贡献，并积极参与社区活动。我们派出团队向本地学生传授有关营养、卫生及健身的知识，目前正在距离度假村约2.5公里处种植红树林。”

另一个例子为位于华欣镇中心，一块由当地寺庙拥有的荒地。奇瓦颂与寺庙接洽沟通，计划为该镇打造一个绿化区。其后，奇瓦颂获得当地政府批准，并由当地民众进行公投。各方全力支持，并授权奇瓦颂管理

这片7英亩的土地。该片土地目前种有5,000棵树，不同品种的植物及鸟类构成一个完整生态系统。当地居民可以与家人免费进入这个绿化区，一同享受美好的环境。Rojanastien先生说：“孩子可体验及了解生态系统，理解生态系统的脆弱，并与同学朋友分享这些知识。”

奇瓦颂在国际间推广服务时，行事谨慎、心思细密。Rojanastien先生解释：“我们认为每个企业都有一个最理想的规模。资源如此珍贵，我们必须加以培育及保护。如果我们要砍伐树木来建造渡假村，又能如何实现可持续发展？如果要在质量与规模之间选择，我们会毫不迟疑选择质量。”

Rojanastien先生说，对于他所取得的一切成就，最自豪的是将“全方位养生带到普罗大众身边”。

“养生是一种生活方式，而非暂时的解决方案，你必须不假思索地实践，坚持是关键。正如我们的创办人所言，‘享受生活高于一切’。”

“养生是一种生活方式，而非暂时的解决方案，你必须不假思索地实践，坚持是关键。正如我们的创办人所言，‘享受生活高于一切’。”

奇瓦颂 (Chiva-Som) 养生度假村董事长 Krip Rojanastien

城市



亚洲 曼谷

曼谷仍是个具吸引力的奢侈品购物目的地。

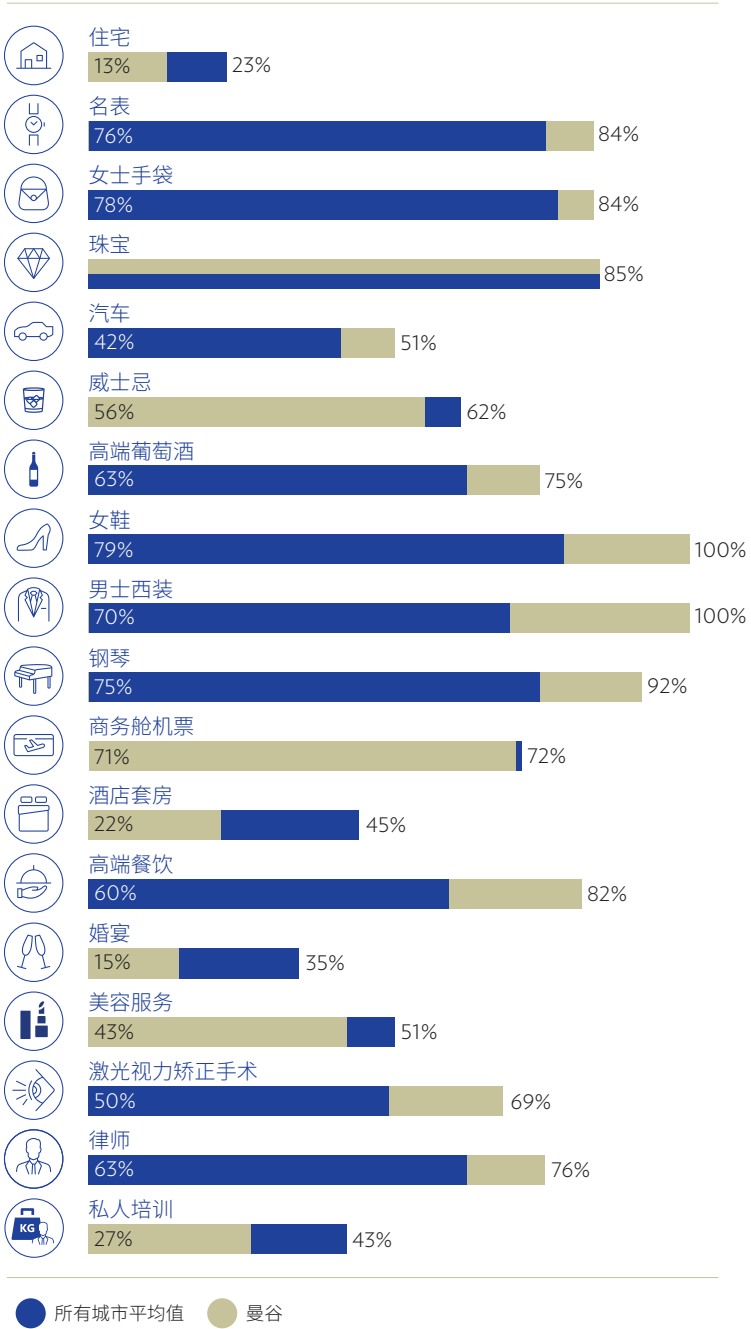
当地也是全球服装最昂贵的城市，高端餐饮及高端葡萄酒价格较贵。名表、珠宝、手袋及威士忌等其他便携式货品接近或低于平均水平。曼谷的酒店套房价格水平为指数中最低，游客可藉此抵消前述奢侈品的成本。

曼谷的豪宅价格适中，2019年仅为全球平均水平的一半。2018年新楼盘供应创纪录，加上贷款政策收紧，可能会继续压低楼价。

由于消费疲弱、投资增长减慢及旅游业放缓，2020年泰国经济可能放缓；而由于旅游业及出口减缓，泰铢的强势预计将减弱。



曼谷对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

香港

高端市场的地位未受影响。

香港的生活成本高昂，居民需求高于游客需求的项目（包括房地产、美容服务、高端餐饮、商务舱机票及律师费）的排名均居于第90百分位以上。

2019年，香港奢侈品市场规模达60亿美元，复合年增长率约1.2%⁶⁰，名表及珠宝占最大部分，约三分之一。

品牌时装的平均价格合理，而名表、威士忌及高端葡萄酒等便携式货品因在香港免征关税，相对其他目的地更具吸引力。事实上，香港珠宝在整个指数中最便宜，因此购物对游客极具吸引力。

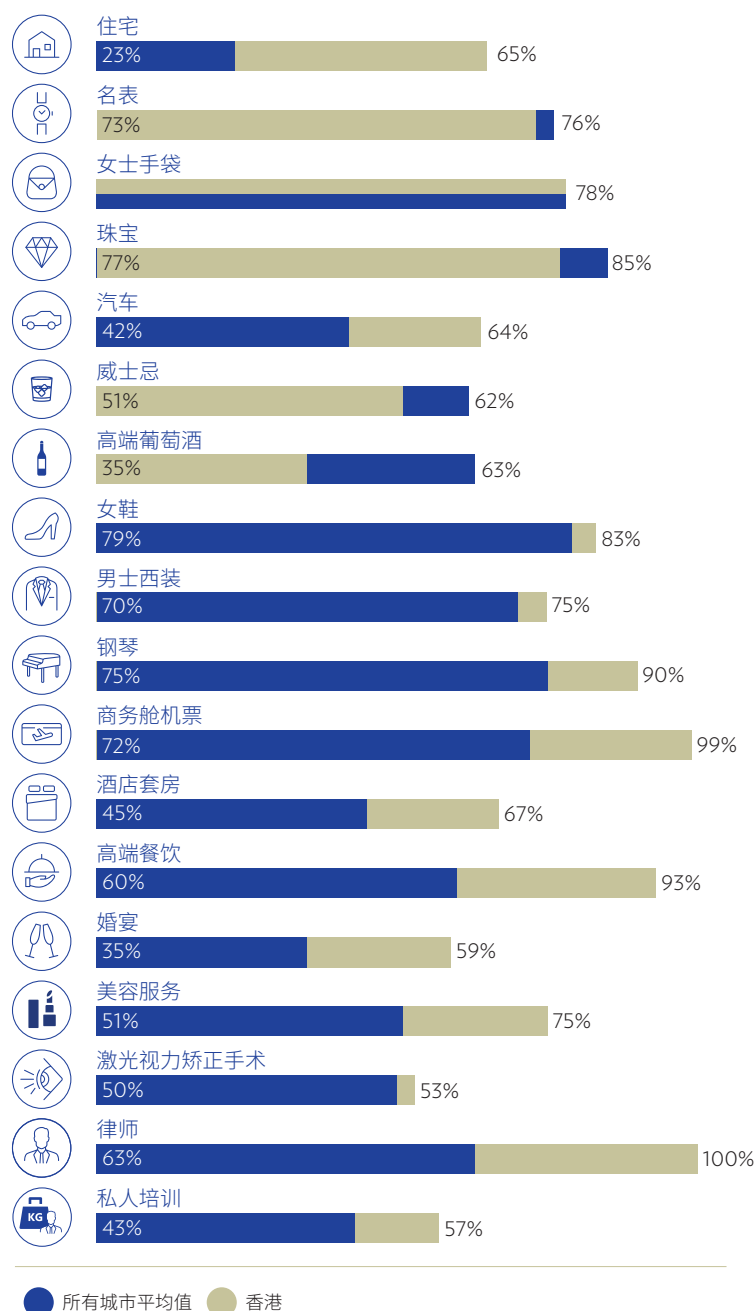
即使如此，2019年的民众活动影响到零售商。这会否对香港的奢侈旅游目的地声誉产生长期影响，仍有待观察。目前，国际投资者正在观望。

由于贸易战持续，促使买家持观望态度，许多人担心香港经济受到影响，整体楼市处于停滞状态。

由于商业投资减弱及周期性衰退，我们预期2020年经济增长活动将放缓。



香港对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

雅加达

吸引寻求奢侈体验的人士的目的地。

对于当地最富有的居民而言，雅加达的性价比相当高。虽然最近的减税政策可能使楼价从较低基数上涨，但高端住宅价格仍非常实惠⁶¹。此外，私人培训及美容服务等日常服务的价格适中，而在我们的指数中，高端葡萄酒最便宜。

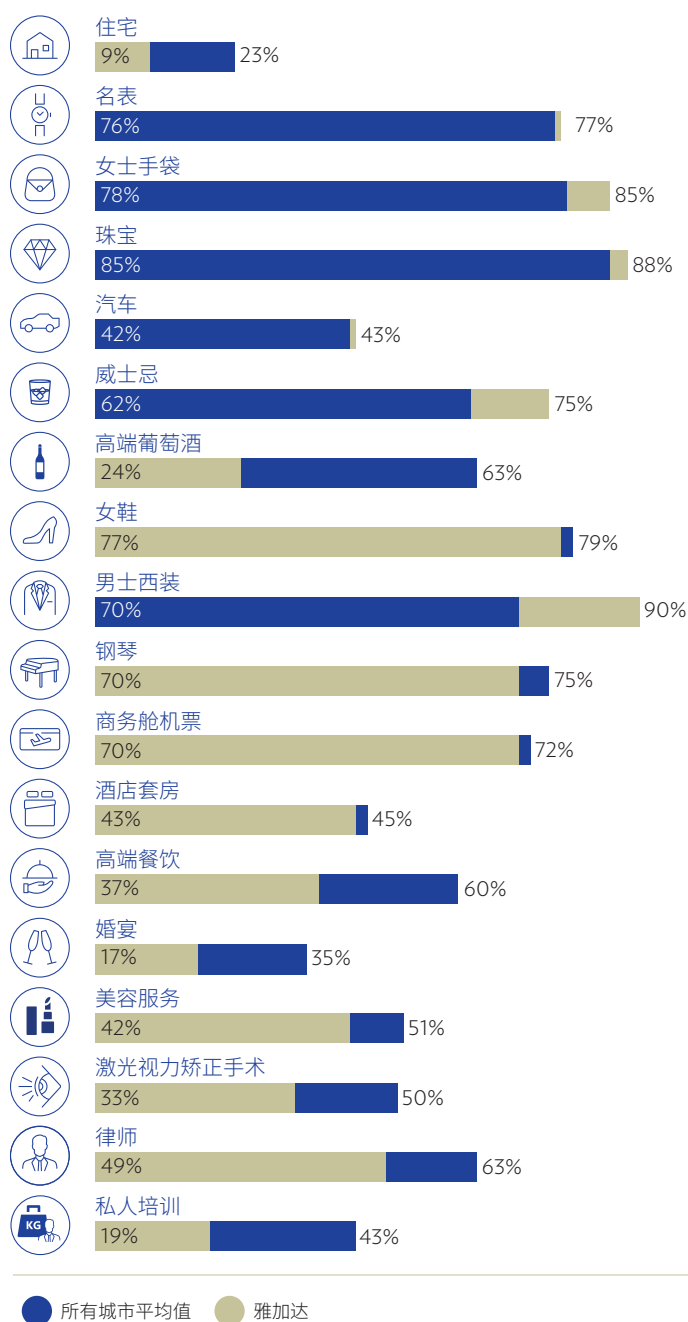
奢侈品游客会发现，购买一次性商品的性价比较低，例如女士手袋、珠宝、威士忌及男士西装的价格均高于国际平均水平。

在私人消费稳健的支撑下，以内需为主的经济预期于2020年保持稳定增长，而物价通胀预期料保持温和。印度尼西亚两个最大贸易伙伴美国与中国之间的贸易关系持续紧张，使印尼盾维持于低位，削弱印度尼西亚居民的购买力，但可能增加印度尼西亚对游客的吸引力。

印度尼西亚奢侈品市场价值约23亿美元，复合年增长率近5%，当中最大的分类市场为化妆品，每年约占7亿美元⁶²。

22  全球排名 9  区内排名

雅加达对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

61 莱坊

62 Statista消费者市场展望—市场报告，2019年奢侈品报告

马尼拉

管制放宽及减税进一步推动高端消费。

相较其他国际购物中心，马尼拉大多数高端产品（尤其是便携式商品）的价格较高。女士手袋、男士西装及珠宝均处于最昂贵的城市的第一四分位。

相比之下，在我们的指数中，服务及无形商品最便宜，这主要是由于劳动力成本及营商成本具竞争力。养生服务，如私人培训、美容服务、激光视力矫正手术、婚宴及酒店套房均处于或接近最后四分位。在我们的样本中，马尼拉的高端餐饮价格是最昂贵城市的三分之一，同时当地的律师费最便宜。

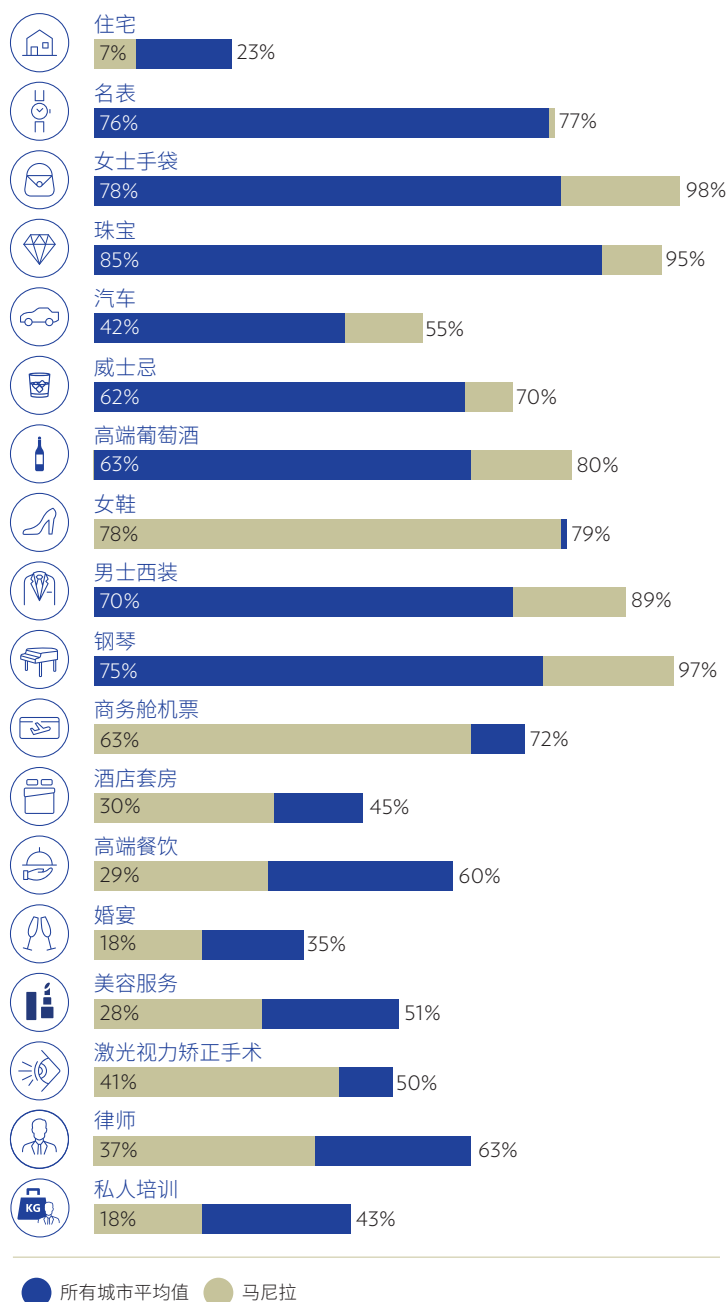
在强劲经济增长的支持下，住宅的性价比从非常低的基数上迅速增长。

菲律宾一直是区内经济表现较为稳定的国家之一。2013年至2018年期间，减税及管制放宽使奢侈品消费增加40%⁶³。本地需求及不断增长的富裕中产阶级为需求的主要来源。

由于外部不利因素及国内录得经常帐赤字，如果菲律宾披索于2020年兑美元继续贬值，菲律宾购物的吸引力可能会下降。

20 全球排名 8 区内排名

马尼拉对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

孟买

我们的指数中最便宜的城市。

孟买为印度人口最多的城市之一，几乎所有商品都具有卓越的性价比。富裕居民可以相当于最昂贵城市十分之一左右的价格购买房地产物业，而养生服务最便宜，包括性价比最高的私人培训。

事实上，数项服务的价格处于或接近最后四分位，仅汽车、钢琴、葡萄酒及商务舱机票价格超过全球平均水平。

对于奢侈品游客而言，该城市的奢侈品也很便宜。在我们的样本中，名表及珠宝价格水平相对全球较为适中，男士西装的性价比最高。

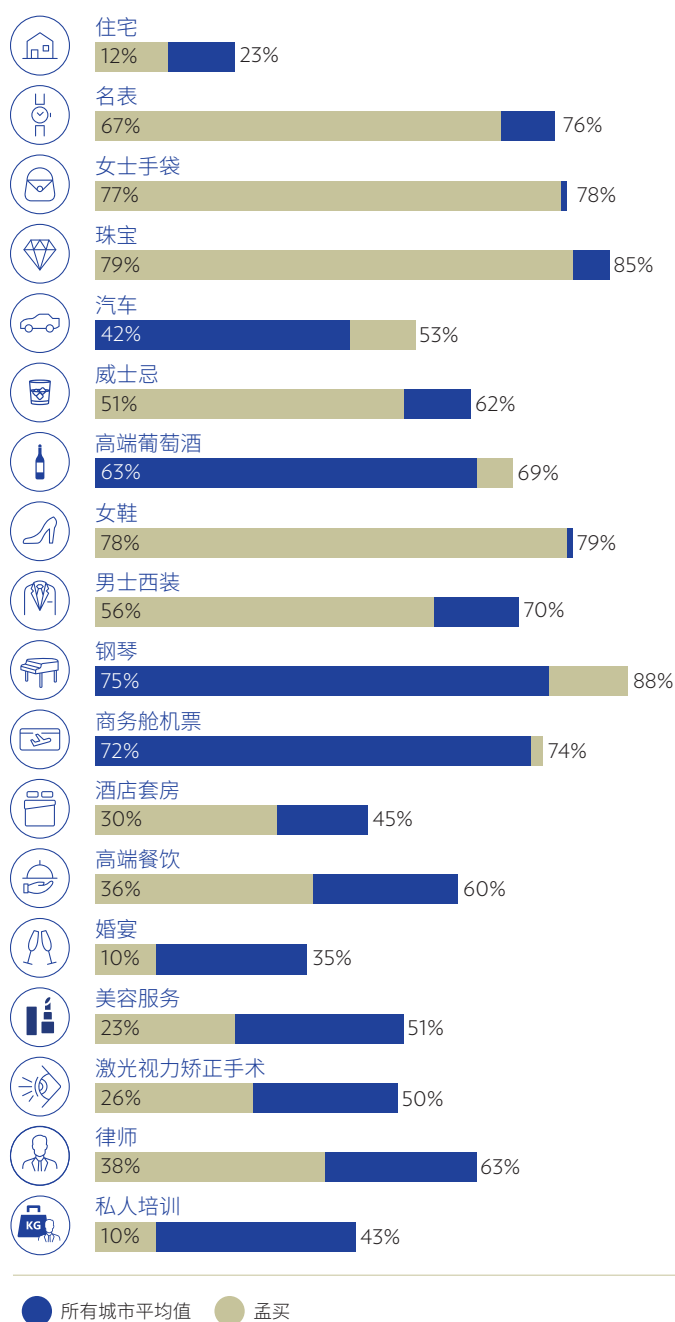
印度的奢侈品市场价值每年约83亿美元，每年增幅逾6%⁶⁴。化妆品及香水为当地最大的奢侈品分类市场。

作为印度主要证券交易所的所在地，孟买历来是印度的商业中心。孟买的专业人士阶层来自全国各地的印度人，反映当地开放取态。当然，当地庞大的电影产业“宝莱坞”也具很高知名度。

28  10 

全球排名 区内排名

孟买对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

上海

世界上奢侈品最昂贵的城市之一。

在我们的全球指数中,上海为第二昂贵的城市。在我们的指数中,酒店套房的价格约为最昂贵城市的三分之一,政府的干预抑制高端住宅市场的价格。至于所有其他商品,由于当地对商品征收高额税项及进口税,奢侈品消费者需支付高价。

作为世界上人口最多的城市之一,高端餐饮的价格位居第一四分位。其他价格高昂的商品包括汽车及律师费。

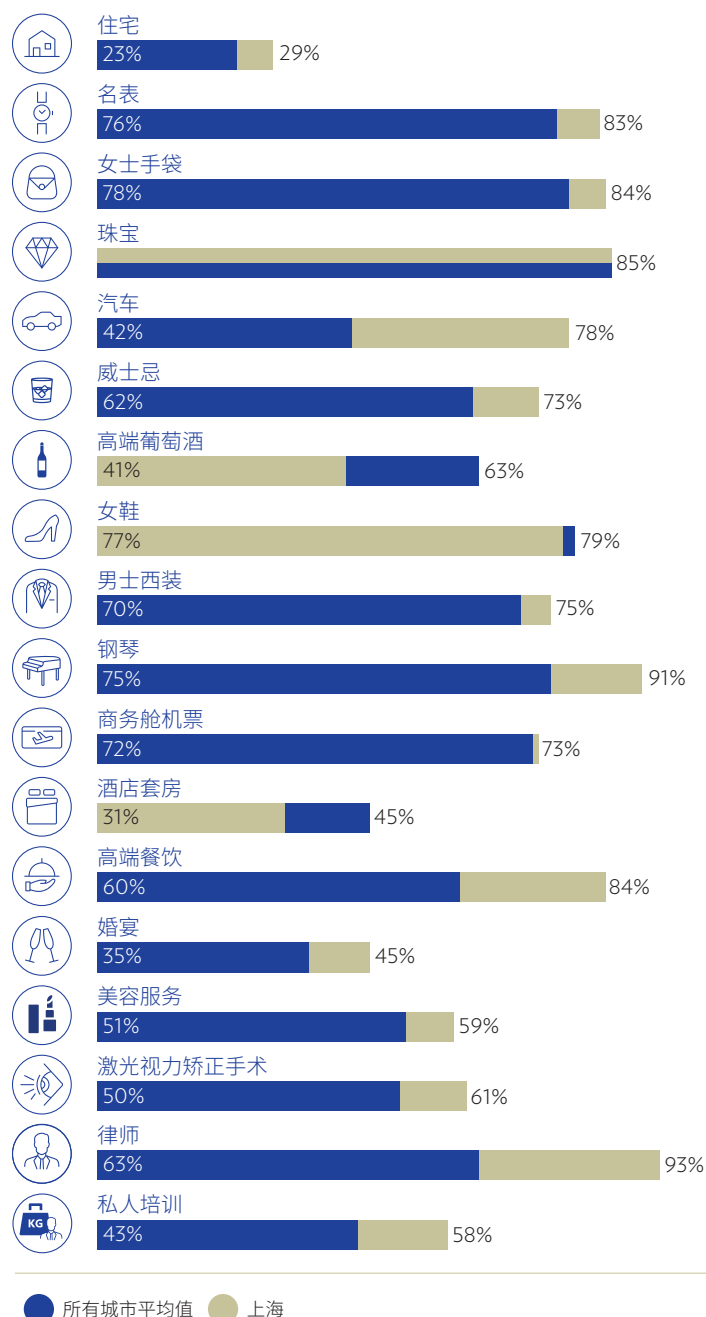
正如我们所述,中国与美国的贸易不确定性及普遍经济隐忧使人民币进一步受压。上海为中国实际的金融之都,并致力成为主要的艺术文化目的地,外滩沿岸大量新项目证明了这一点。

我们预期当地经济增长将持续疲弱,2020年人民币继续面临贬值压力。

不过,中国对奢侈品的需求保持稳健,按价值计算,中国内地消费者占全球奢侈品消费者约三分之一,而且预期比例还会继续增长⁶⁵。然而,如果情况允许,大多数人都倾向在国外购物。为刺激国内销售,政府实施一系列措施,如降低进口商品的增值税。



上海对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

新加坡

主要的国际奢侈品目的地,对追求时尚的人士尤其吸引。

在我们的指数中,新加坡为第5昂贵的城市,亦为世界上豪华汽车最昂贵的地方,原因是新加坡为缓解道路堵塞而征收各种税项。高端餐饮及商务舱机票的价格高昂,包括养生及律师费在内的各项服务也价格不菲。政府一直采取降温措施以控制住宅价格,虽然影响交投量,但对价格的影响微乎其微。

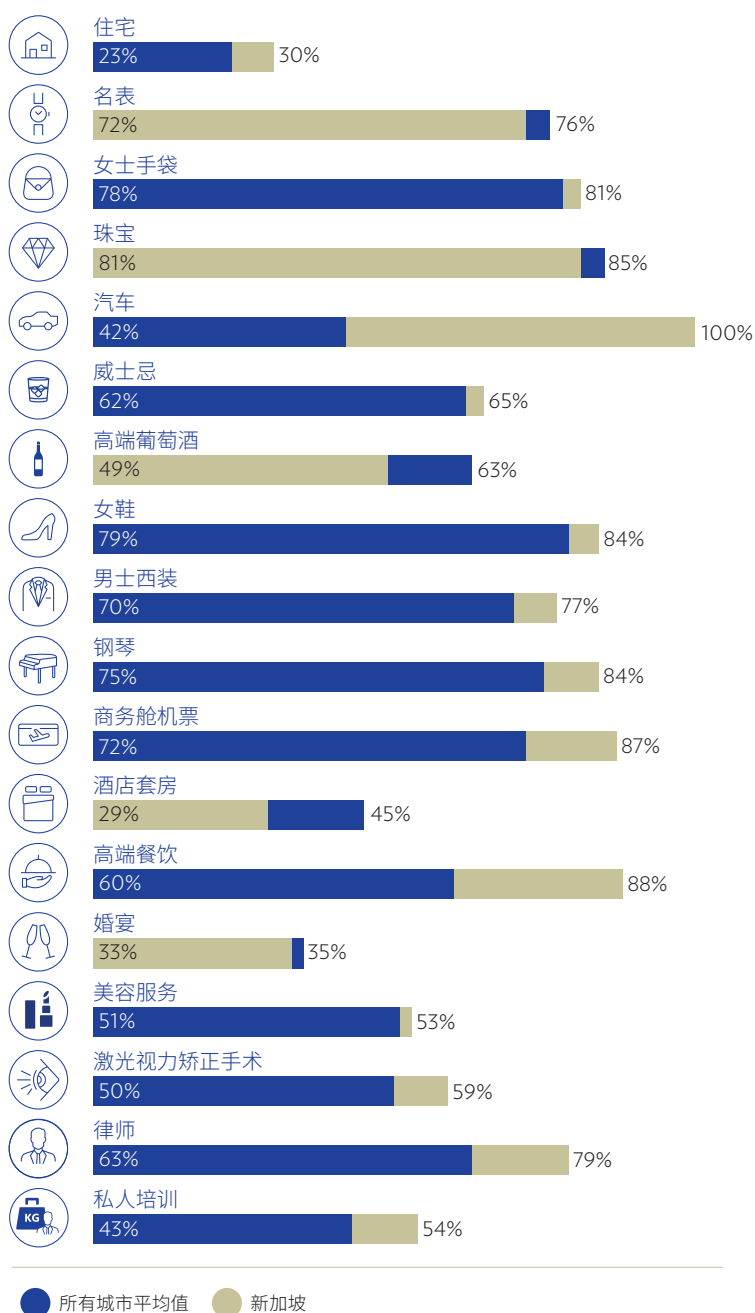
新加坡将自身打造成购物胜地。对于一个在其他方面价格不菲的城市而言,酒店套房的价格较低,而名表、珠宝及高端葡萄酒等便携式消费品的价格均低于国际平均水平。

新加坡国内市场较小,依赖全球贸易。受中美贸易战影响,市场情绪脆弱。即使如此,来年经济增长预计将回升,而稳健的基本因素为新加坡元的长期前景提供支持。

新加坡的奢侈品市场价值约24亿美元,并以每年约4%的速度增长。当地最大的奢侈品分类市场为时装,价值约8.9亿美元⁶⁶。



新加坡对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

悉尼

与亚太区邻国相比,奢侈品价格较为适中,但仍不便宜。

悉尼为全球第15昂贵的城市,亦为商务舱出行最昂贵的城市。

大量项目的价格处于全球平均水平附近。然而,奢侈品游客可在此购买最便宜的名表、物美价廉的珠宝及价格实惠的酒店套房(价格仅为最昂贵城市的五分之一)。

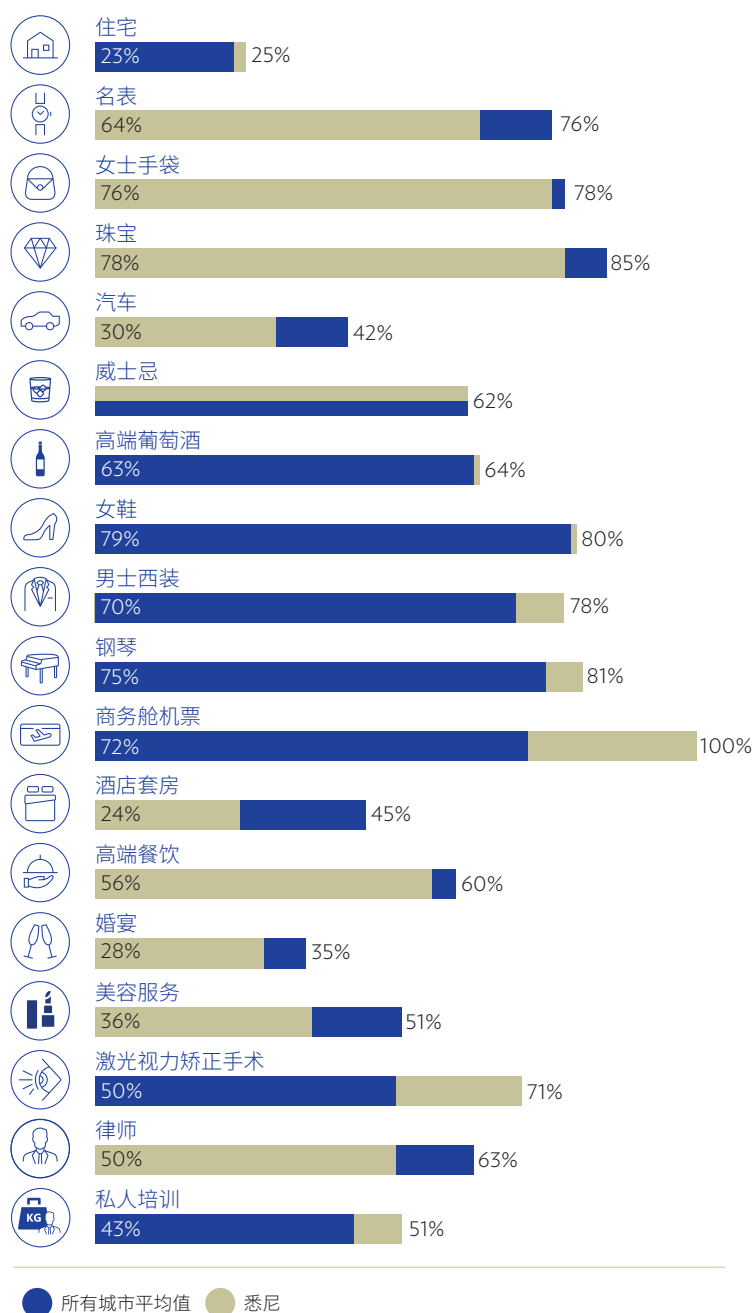
悉尼居民的住宅价格略高于国际平均水平。借贷条件收紧使市场降温,但较宽松的政策可能使2020年楼市出现好转。

澳大利亚经济的长期增长主要受惠中国的开放政策及资源需求。不过,由于产能过剩及贸易疲软,澳大利亚经济放缓,市场担心澳大利亚持续数十年的经济扩张可能很快结束。澳大利亚经济预期将受到楼市及劳动力市场疲弱拖累,澳元也可能因商品价格走低而维持疲软。

该国的奢侈品市场规模每年约达50亿美元,并以每年约3%的速度增长⁶⁷。



悉尼对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

台北

对于计划开展浪漫旅程的奢侈品买家而言是最实惠的城市。

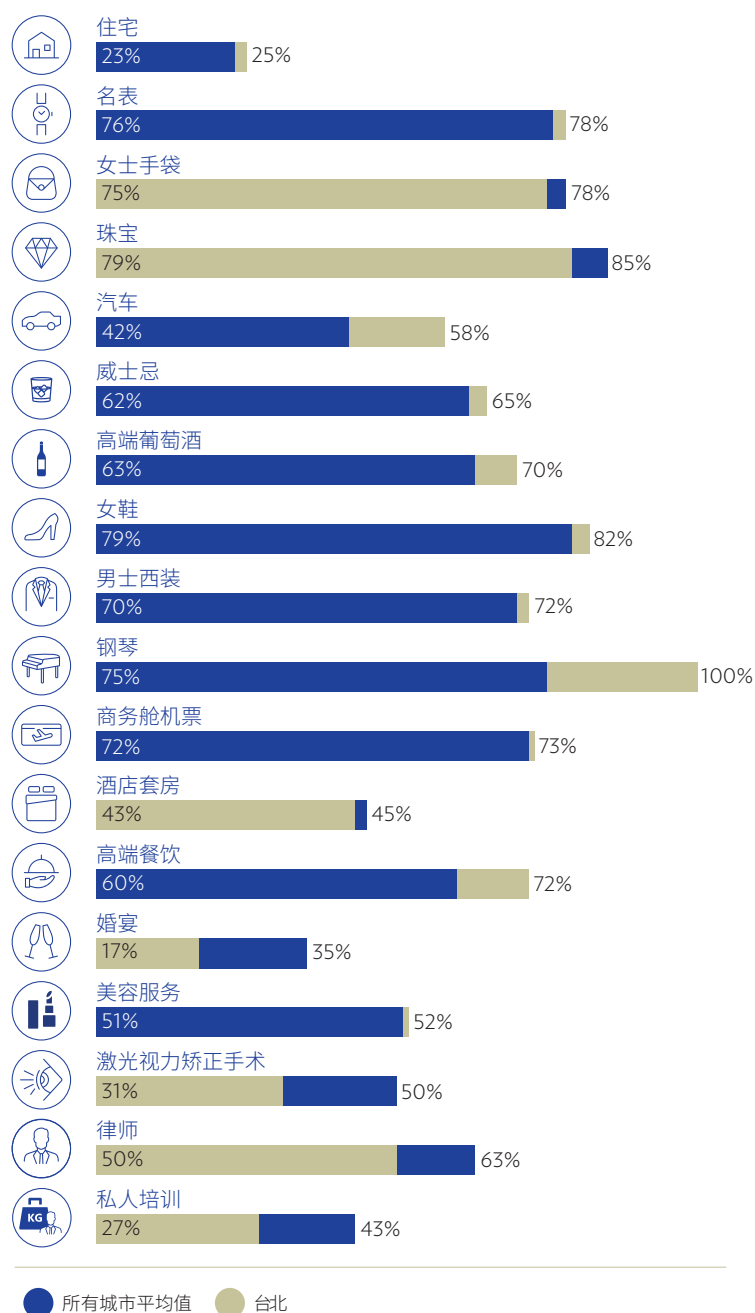
台北市的高端住宅性价比合理。由于豪华住宅的按揭上限，价格仍不温不火，但被低利率及有限的供应所抵消。

服务性价比良好，大部分低于国际平均水平，而奢侈品及其他商品普遍略高于平均价格。

对于情侣而言，台北为举办婚宴及购买珠宝的好地方，两者的价格在国际间均处于最低十分位。养生类别的性价比也较高，激光视力矫正手术及私人培训的费用为最昂贵城市的三分之一。



台北对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

东京

大多数奢侈品价格昂贵，但相对于价格更高的邻国而言可以承受。

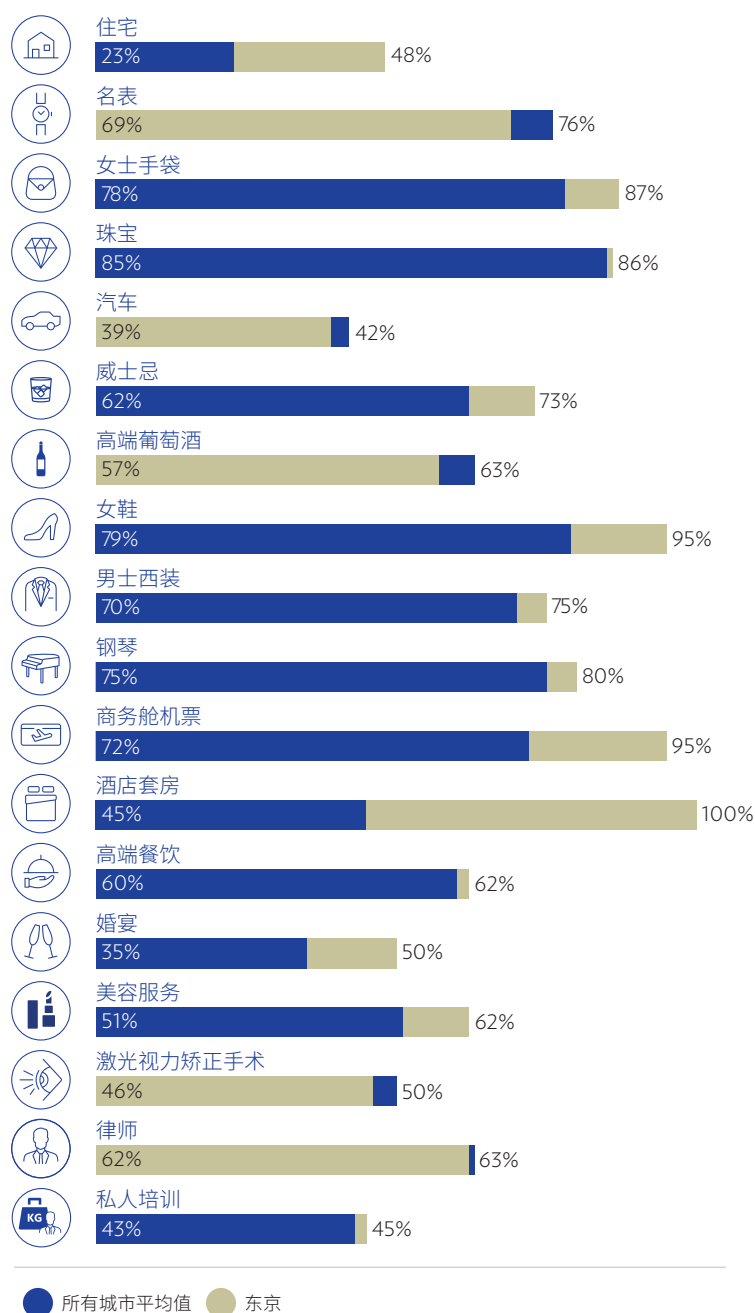
作为日本首都，东京大多数指标项目的价格高昂。酒店套房最为昂贵，商务舱机票也属于价格最高的城市之一。便携式商品的价格大部分均高于平均水平（名表除外），但对于大多数小型商品及日常奢侈服务而言，该城市的价格与其他城市的水平相若。

房地产价格为全球平均水平的两倍多，尽管仍不及我们样本中最昂贵城市的一半。房地产开发商一直为东京人数越来越多的高净值人士，以及受特殊税务优惠吸引的国际高净值人士建造更多高端房地产。

日本仍为仅次于美国的第二大奢侈品市场，价值约290亿美元，并以每年3%的速度增长⁶⁸。此外，由于日本的旅游景点众多，以及购买力有所提高，游客（尤其中国游客）数量也持续增长。2020年东京奥运会可能提供进一步推动力。



东京对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

欧非中东

巴塞罗那

对于全球奢侈品游客而言是一个性价比较高的目的地。

巴塞罗那为西班牙加泰罗尼亚省的首府，成功将商业与休闲互相结合。作为指数内10个欧洲城市中排名第9位消费最低的城市，巴塞罗那的性价比极具吸引力。

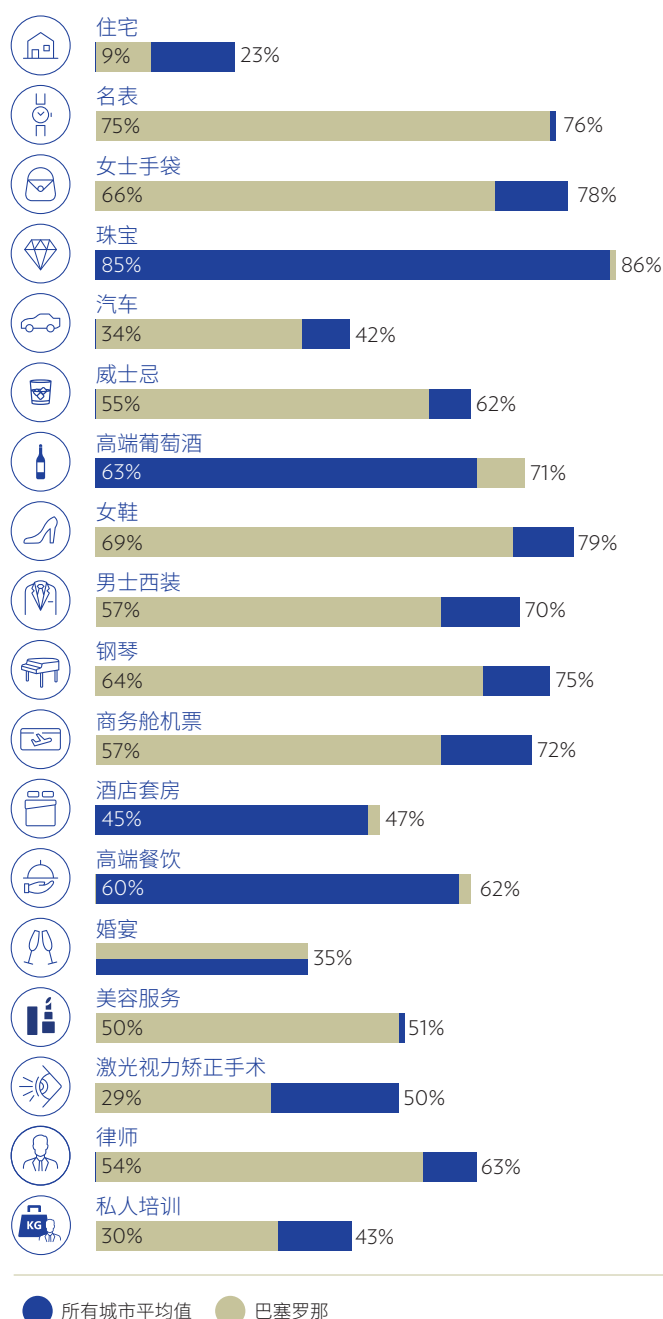
巴塞罗那几乎所有奢侈品的价格均处于或低于平均水平，对奢侈品消费者而言经济实惠。精品服饰，尤其是女士手袋（实际上均为皮革制品，西班牙在此方面享有良好声誉）及男士西装，具有卓越的性价比。该城市是具吸引力的旅游胜地，加上有限的供应，是导致酒店套房相对昂贵的因素。

相较其他欧洲城市，高端房地产市场仍非常便宜，使该城市在过去一年吸引国际需求，因为高端住宅买家将目光投向主要国际大都市以外的地方，寻求更高性价比。

西班牙的奢侈品市场正以每年约3%的速度增长，目前价值76亿美元⁶⁹。



巴塞罗那对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

迪拜

在这一最国际化的奢侈品市场中, 楼价具有吸引力。

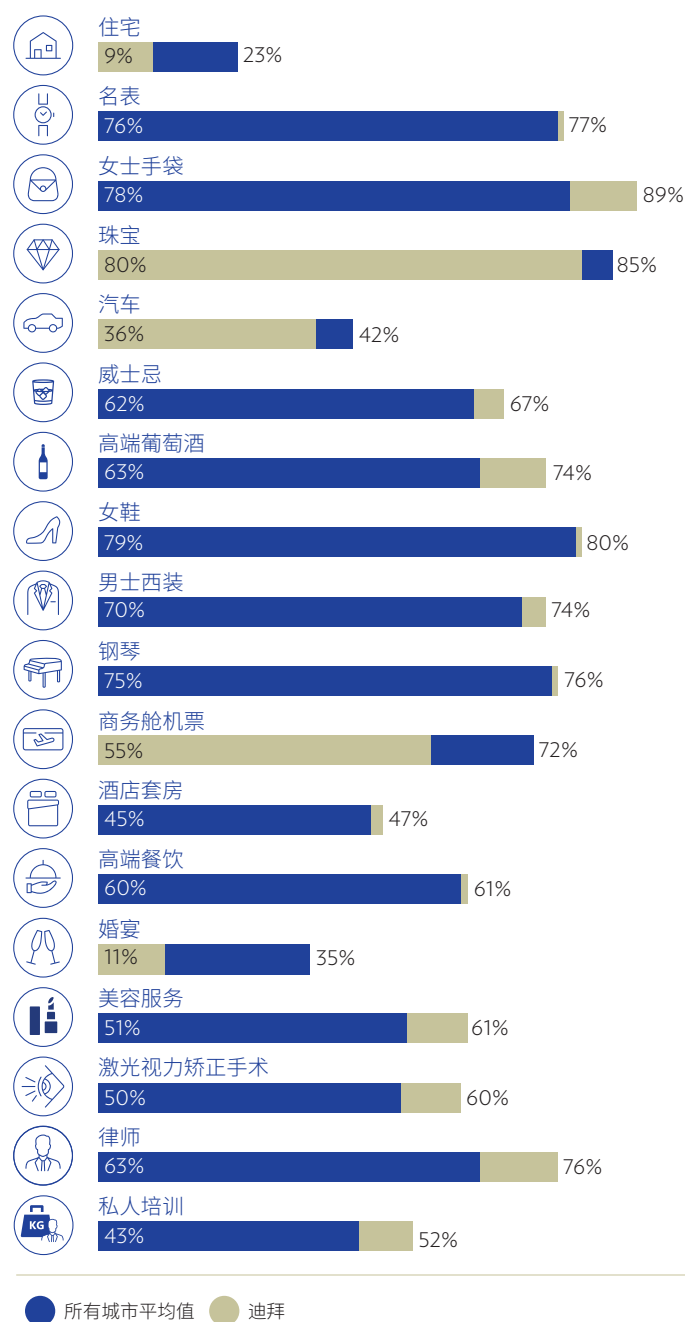
这个阿拉伯联合酋长国最大的城市, 性价比取决于商品类型。珠宝、汽车及婚宴的性价比较高。另一方面, 迪拜的养生服务相当昂贵, 可能是由于当地享有奢华度假胜地的美誉。

迪拜有意扩展养生服务及奢华体验方面的服务, 并计划在未来几年开设新的养生主题度假村, 届时上述情况可能会有所改变。

由于大量供应导致楼价持续下跌, 过去5年楼价下跌逾五分之一, 以前价位适当的豪宅现在更是具有极高的性价比。阿联酋经济受油价波动, 以及房地产及建筑行业不利因素打击。与此同时, 2020年世博会(四年一届的国际贸易博览会)带来财政刺激预期, 将促进旅游相关消费及经济增长(目前仅略高于2%)。

17  全球排名 6  区内排名

迪拜对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

法兰克福

许多奢侈品最实惠及价格偏低的西欧城市。

作为欧洲最实惠的城市及全球指数中第三便宜的城市，法兰克福具备出色的性价比，特别是便携式奢侈品及酒店套房。事实上，法兰克福仅有两项货品高于全球平均水平：名表及威士忌。

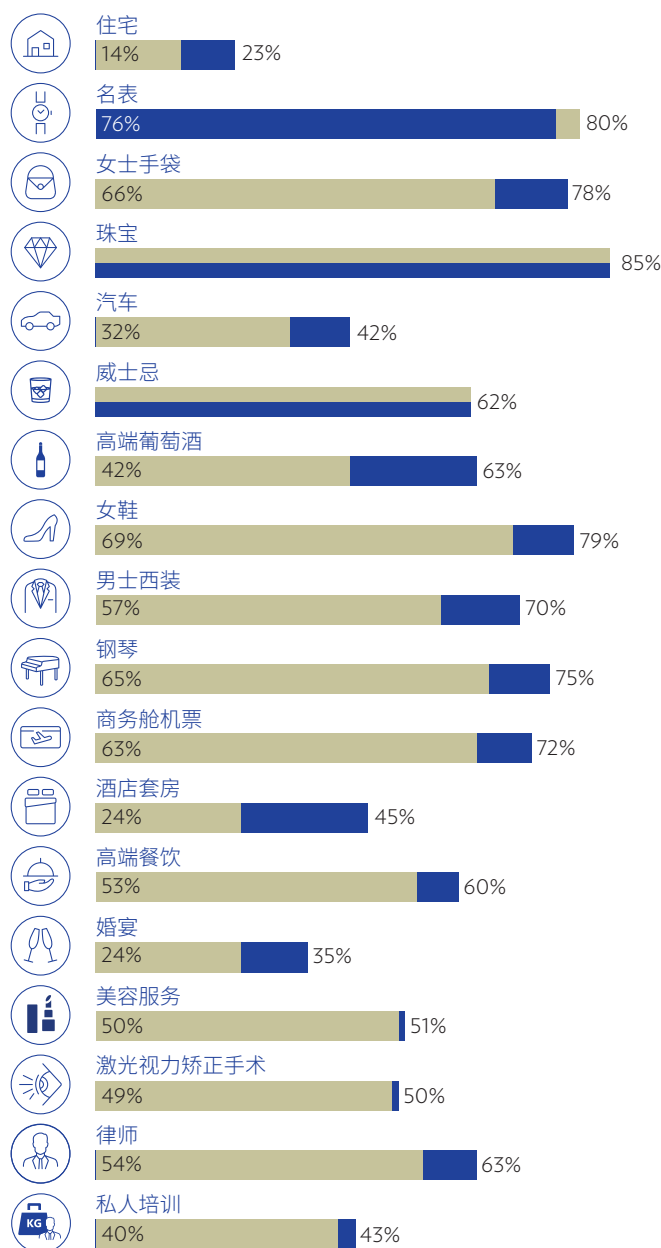
受惠银行业、贸易及航空枢纽地位，法兰克福成为省区中心，而且规模不断扩大。法兰克福富人较多，但专业人士的流动性相当高，加上位处欧洲中心，或许正是当地成本具吸引力的原因所在。奢侈品商店如果想做成生意，就必须具备国际竞争力，较低的物业管理费有所帮助。不过，服务成本相对较高，即使低于全球平均水平。

经济增长强劲，加上银行预计在英国脱欧后整合欧洲业务，最近价格因而上涨，但房地产整体在欧洲以至全球仍具备较高的性价比。这反过来又促使奢侈品买家寻求机会。

由于向中国及英国等主要贸易伙伴的出口下降，德国经济可能会于2020年维持低迷，影响房地产及汽车等大型非必需消费品的需求。

26 全球排名 11 区内排名

法兰克福对比所有城市平均*



● 所有城市平均值 ● 法兰克福

*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

伊斯坦布尔

对于能够应对政治动荡的奢侈品买家而言具备良好的性价比。

土耳其最大的城市及商业中心，在大多数服务领域、酒店套房、婚宴及养生方面的性价比较高。

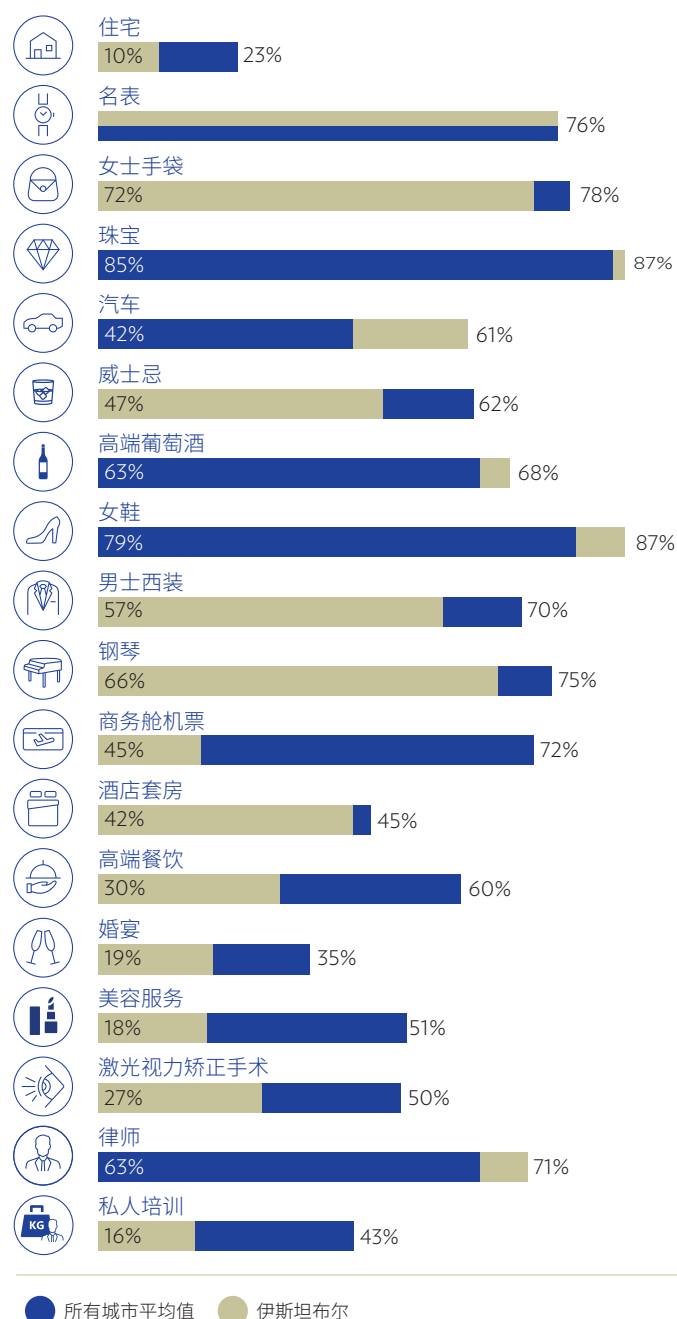
对于休闲买家而言，伊斯坦布尔为全球高端威士忌及美容服务最便宜的城市，亦是购买商务舱机票的好地方。

伊斯坦布尔有意竞争成为东西航线的航空枢纽，最近开放新机场一期，该机场号称全球最大的机场。该城市历史悠久，加上伊斯坦堡海峡绝佳的地理位置，也许是吸引游客的卖点。

然而，近年政治环境及货币贬值抑制高端住宅市场的发展。由于政治局势紧张、外汇储备下降，经济复苏迟缓，可能会对里拉的价值产生负面影响。

25  10 
全球排名 区内排名

伊斯坦布尔对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

约翰内斯堡

我们的奢侈品指数中排名第二实惠的城市。

作为南非首都，高端房地产性价比高于我们的全球指数中所有城市。这主要由于经济萧条及失业率上升所致。

然而，约翰内斯堡在国际间获公认为非洲大陆最工业化及金融水平最高的城市。房地产市场的潜在刺激因素包括不太严格的银行贷款条件，以及非洲大陆自由贸易区协议 (AfCFTA) 刺激下的投资需求。虽然楼价温和上涨，但疲软的兰特意味着以美元计算的价格下降。兰特对国内政治事件极为敏感，2020年进一步贬值将影响该城市奢侈生活的成本。

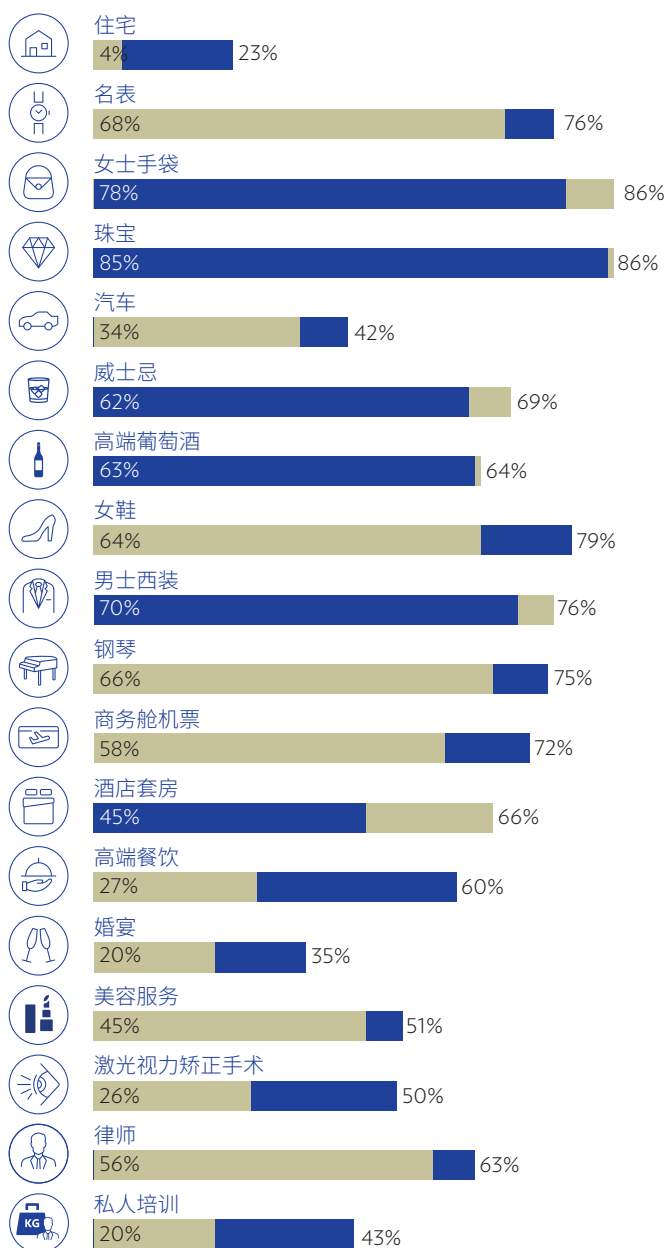
国内其他大型商品价格亦具竞争力，如汽车及钢琴；同时，高端餐饮及养生服务均远低于全球平均价格。该城市亦为旅行结婚的实惠选择。

相比之下，便携式商品的价格普遍高于全球平均水平，仅价格合宜的名表及极为实惠的女鞋例外。

27  12 

全球排名 区内排名

约翰内斯堡对比所有城市平均*



● 所有城市平均值 ● 约翰内斯堡

*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

伦敦

欧洲最昂贵的城市,对于奢侈品消费者而言仍具备一定性价比。

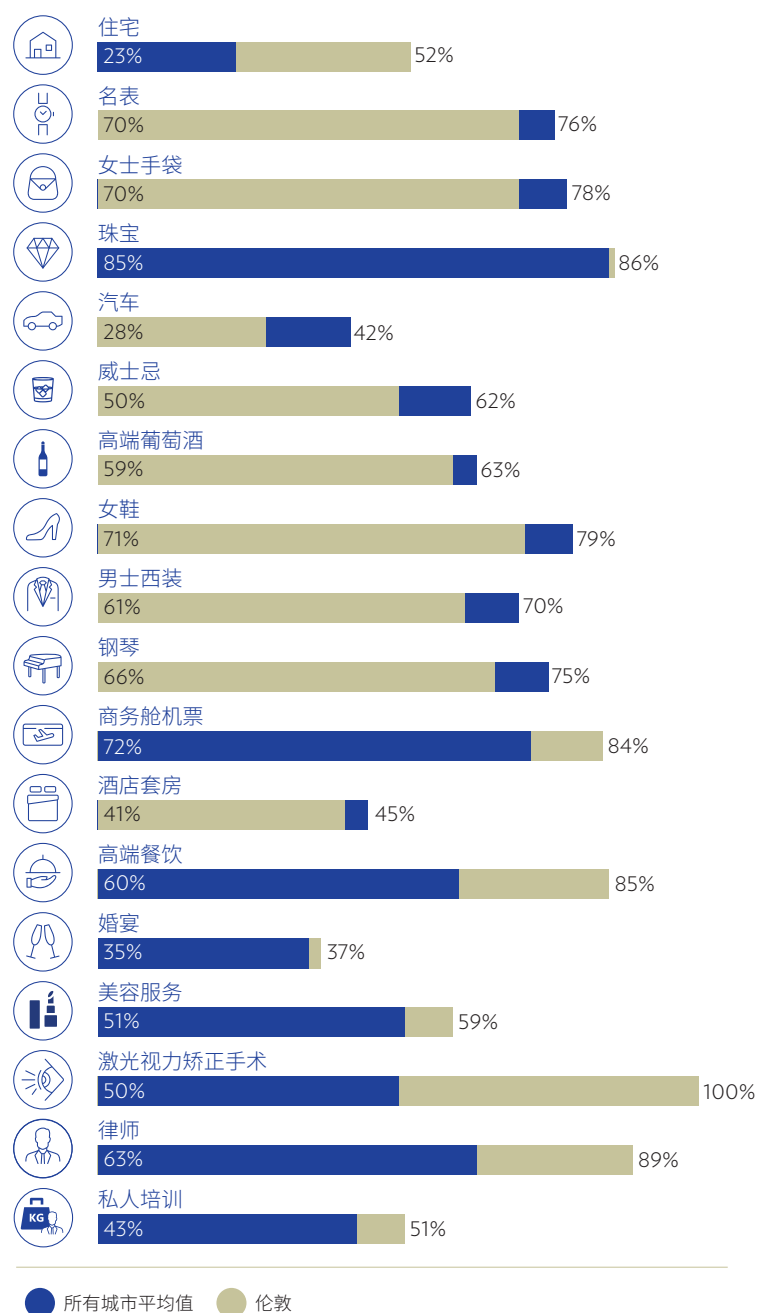
伦敦是欧洲最昂贵的城市,仍为游客提供相对实惠的性价比。伦敦庞大的游客规模及吞吐量,确保总会有物美价廉的商品,多数便携式奢侈品及服装的价格远低于全球指数平均水平。高档餐厅的消费虽较巴黎便宜,但仍然很高。

作为全球第三位最昂贵的房地产市场,伦敦楼价为全球平均水平的两倍有余,尽管仍只属全球最昂贵房地产市场摩纳哥的一半。随着富豪买家将注意力转向欧洲大陆各地二线市场,投资或购买第二套物业,伦敦楼价最近出现下跌。

造成该趋势的另一重大因素为英国脱欧。拖延长达3年的政治局势考验市场耐性,但英镑贬值使伦敦对外国人而言更具性价比。鉴于保守党以压倒性的胜利获得连任,观察者认为市场将恢复信心。



伦敦对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

米兰

相较其他欧洲城市，这个时尚之都拥有较高的性价比。

意大利高级时尚行业每年价值约70亿美元，复合年增长率约3%⁷⁰。时尚方面最大的分类市场为奢华服饰，市场规模达50亿美元，使米兰成为名副其实的时尚之都。

米兰充满拥有创意天赋与技能精湛的供货商，在时尚界的领导地位无懈可击。同时，该城市亦为涵盖家具、照明及室内装饰的全球设计中心。

米兰的酒店套房及汽车非常便宜，也是购买男士服饰的最佳地点之一。

事实上，几乎所有商品的价格均接近或低于全球指数平均水平，唯一的例外是美容服务，为全球最昂贵的城市。

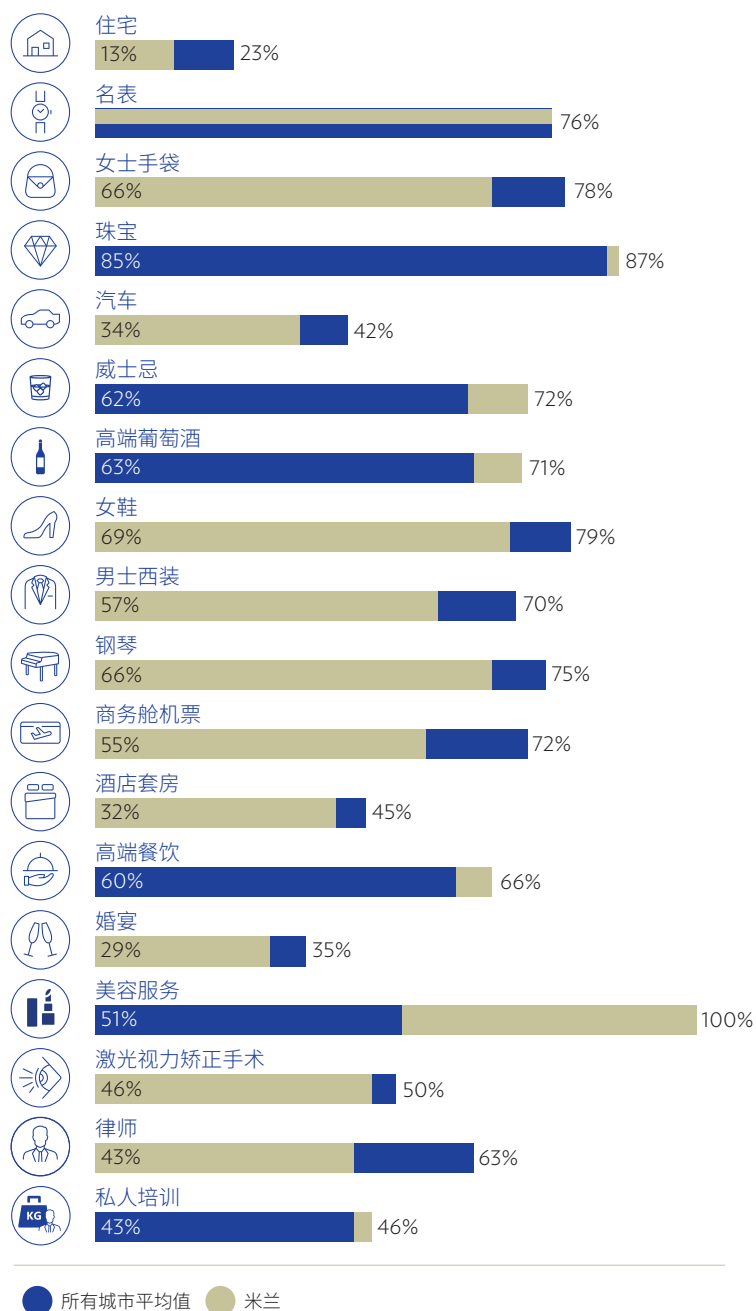
过去一年，米兰的房地产价格稳定，罗马门、Castello、帕加诺、Magenta、圣盎博罗及布雷拉等街区的豪宅市场需求持续上升。

受当地政治及经济不稳定因素影响，意大利的经济势头维持疲软，我们预期来年年经济增长仅小幅回升。

19  7 

全球排名 区内排名

米兰对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

摩纳哥

高楼价不影响高端消费的游客于当地购买奢侈品的意欲。

摩纳哥国土面积狭小，限制新建筑建设。长期以来，摩纳哥一直是世界上高端住宅地产最昂贵的地方。

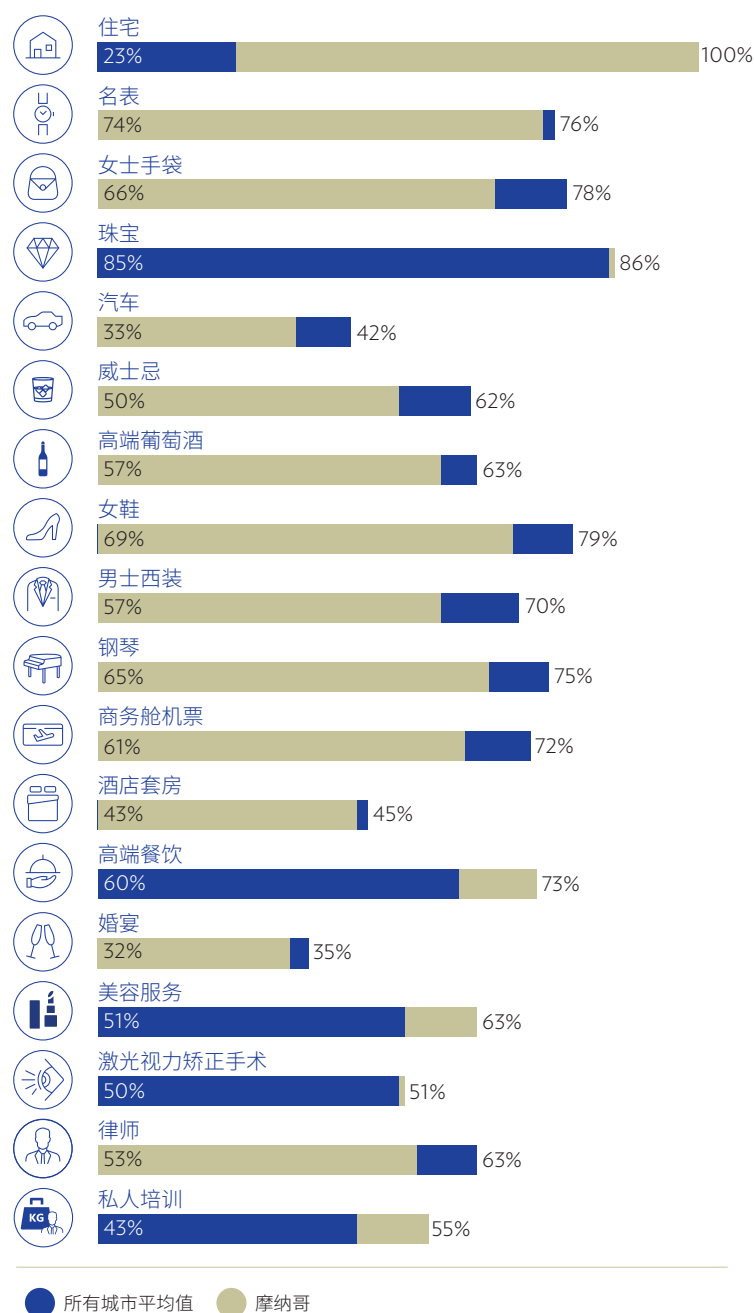
拉沃托的价格最高，其次为蒙特卡洛及康达明。在这个土地极为紧张的国家，供需之间存在巨大不平衡，继续为楼价带来上行压力。

然而从其他各方面看，可从高楼俯瞰美丽海港，给游客（及居民）带来超值享受。豪华汽车价格远低于全球平均水平，而女士手袋及男士西装的性价比实惠，难以超越。

事实上，大多数奢侈品的价格低于全球平均水平，而服务的价格提供合理的性价比。

10  全球排名 3  区内排名

摩纳哥对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

莫斯科

对于奢侈品买家而言，指数中的大多数商品性价比比较高。

作为俄罗斯首都，莫斯科为偶尔来观光的游客提供较高的性价比，便携式商品及酒店套房的价格非常实惠，后者是因为2018年世界杯赛事后供应大量增加。莫斯科的旅游市场很大程度上由国内需求驱动，首都仍为该国最受欢迎的旅游目的地之一。

在莫斯科，养生服务性价比较高，汽车及商务舱机票亦是如此。

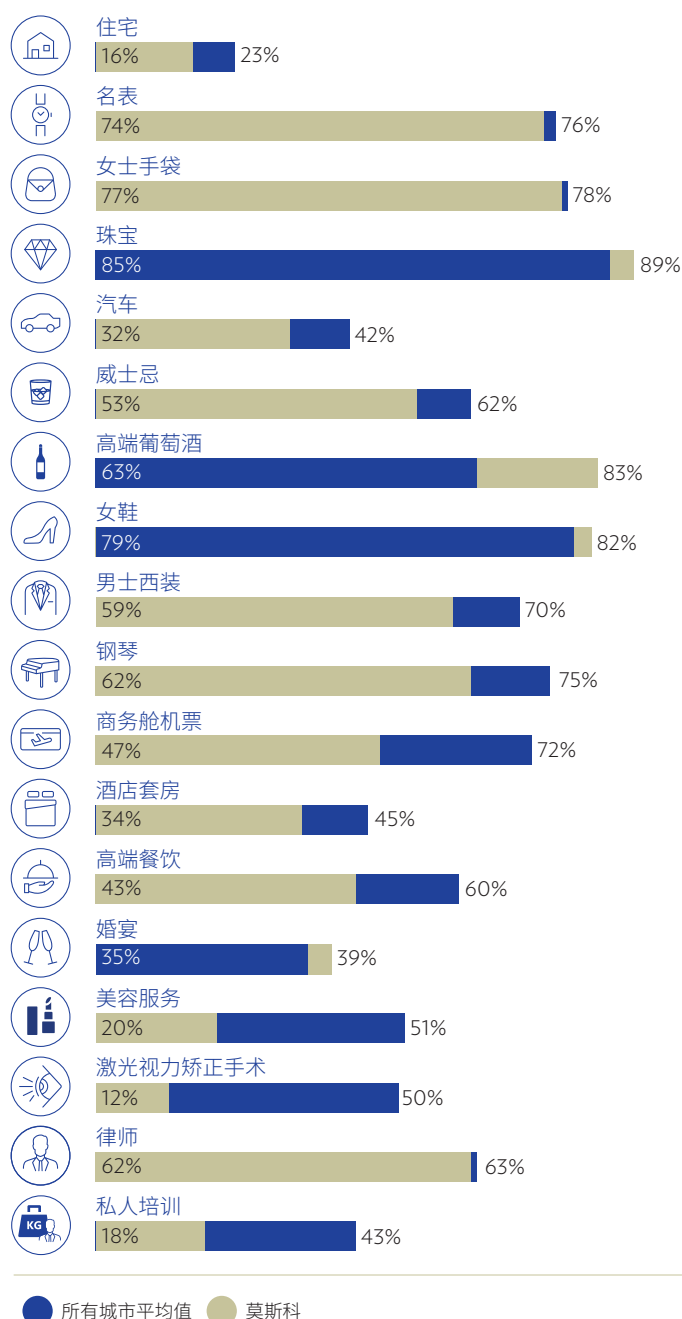
尽管2019年高端住宅市场出现明显上扬，但住宅仍维持较高的性价比，部分原因为财富从伦敦房地产市场回流。

俄罗斯奢侈品市场价值约54亿美元⁷¹，复合年增长率预期约3%。

由于减息、卢布下跌，该货币波动仍较大，且易受事件影响。这将继续影响当地居民的购买力。

23  全球排名 8  区内排名

莫斯科对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

巴黎

高端餐饮最昂贵的城市。

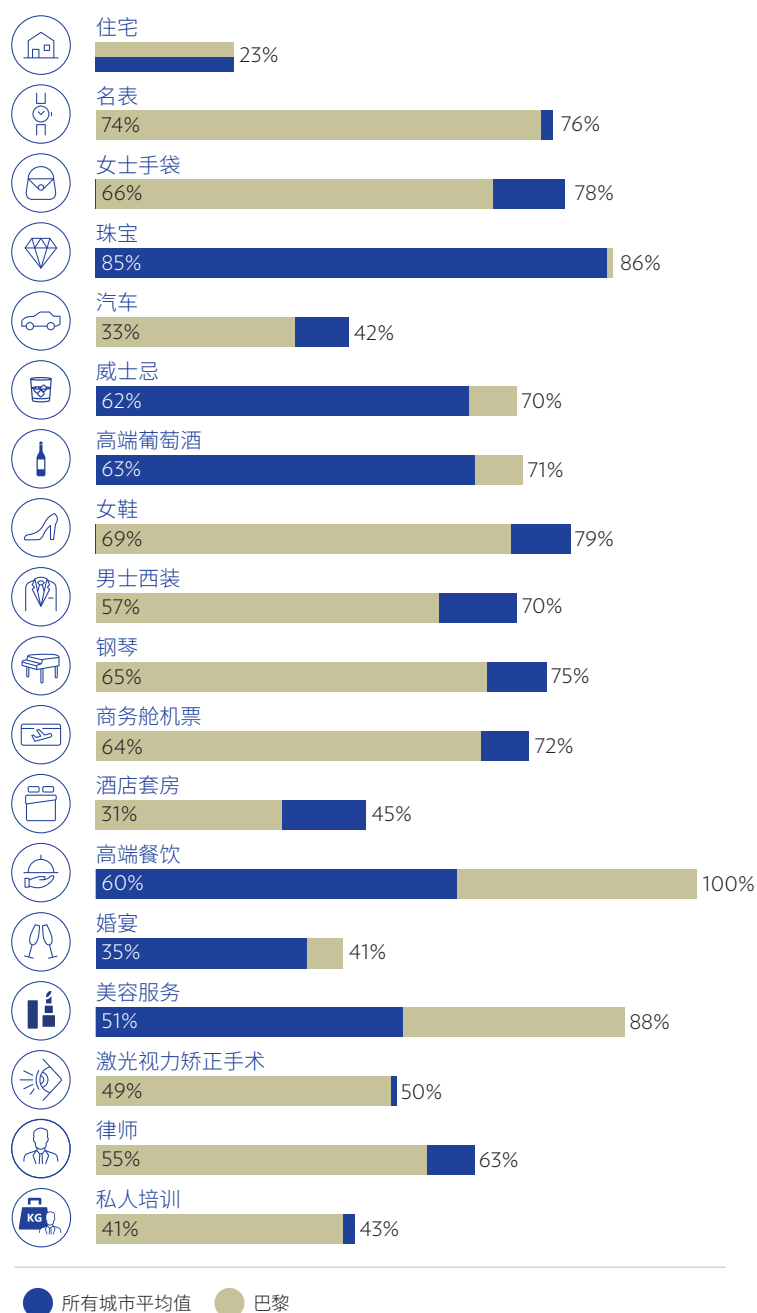
法国以美食闻名于世,首都的美食价格也水涨船高。在我们的指数中,巴黎的高端餐饮最昂贵,而在原产国购买的法国高端葡萄酒也很昂贵。

相比之下,许多奢侈品极为实惠,例如女士手袋在我们的全球指数中具有最高的性价比。酒店套房具备合理的性价比,为最昂贵城市的31%。

事实上,对于享受奢华生活方式的居民而言,巴黎相对便宜,楼价及豪华汽车价格均低于平均指数价格。即使如此,由于住宅供应短缺及英国脱欧因素,导致富裕人士寻求伦敦以外的基地,巴黎的房地产价格一直上涨,今年的交投量更创下纪录新高。



巴黎对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

维也纳

房地产市场异常活跃。

维也纳经常被评为生活质量指数最高的城市，反映出当地紧凑的规模、高效的交通及深厚的文化底蕴。维也纳人极注重享乐。幸运的是，对于想要在此安家的人而言，成本并不高。

在欧洲，维也纳为最昂贵高端住宅排名第五的城市，但房地产价格仍低于全球平均水平。由于供应稀缺及大部份为机构投资者所拥有，当地高端住宅市场的价值一直稳步上升。

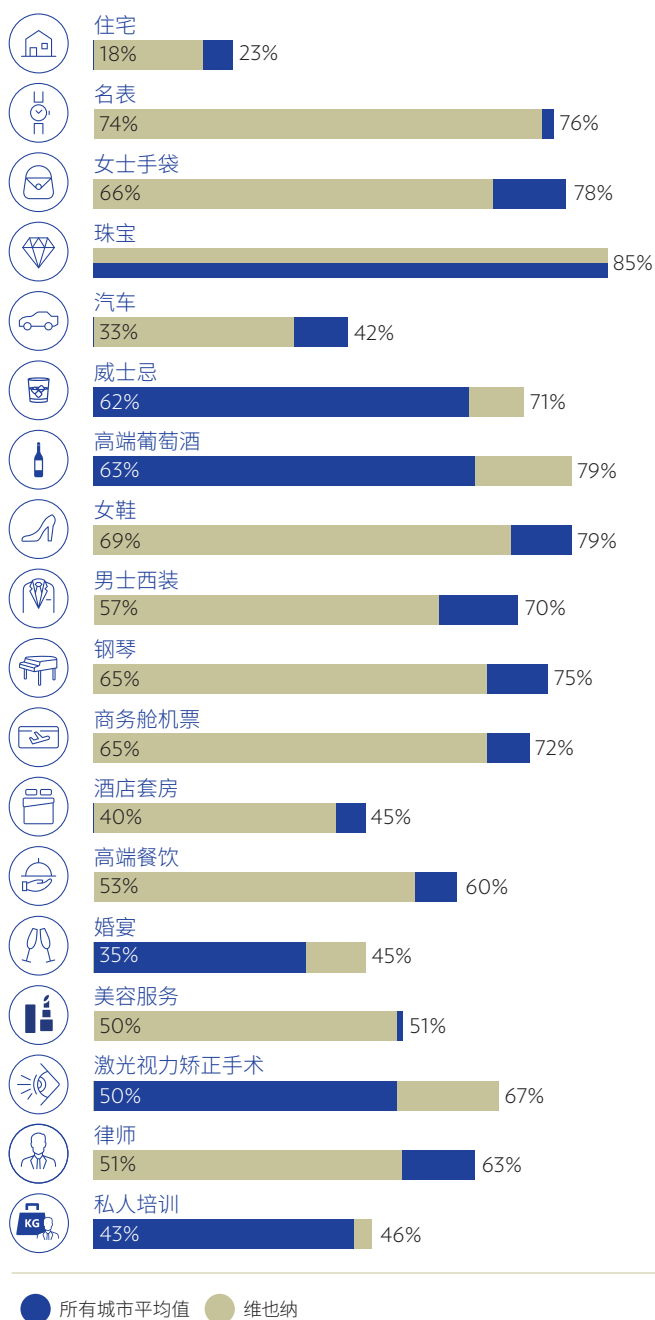
该市场的豪华住宅主要集中于“内城”区，区内的新建房地产价格大幅上涨。强劲的增长乃由国内及国际需求共同推动。

在购物方面，维也纳人通常较注重品质，而非前卫的风格。男士西装及女士手袋在我们的全球指数中具有最高的性价比，其他大多数商品的价格也不高。

整体而言，奥地利的奢侈品市场价值约20亿美元，并以每年约3%的速度增长⁷²。



维也纳对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

苏黎世

只要通晓门路,即使在欧洲大陆最昂贵的城市中,也能找到性价比较高的奢侈品。

整体而言,苏黎世为欧洲大陆最昂贵的城市,体现在两个方面:苏黎世为服务及养生方面最昂贵的城市之一,且餐饮价格也格外昂贵。不过,无论是便携式或耐用型奢侈品,价格均远低于国际指数平均水平,主要是由于增值税较低且并无奢侈品税。

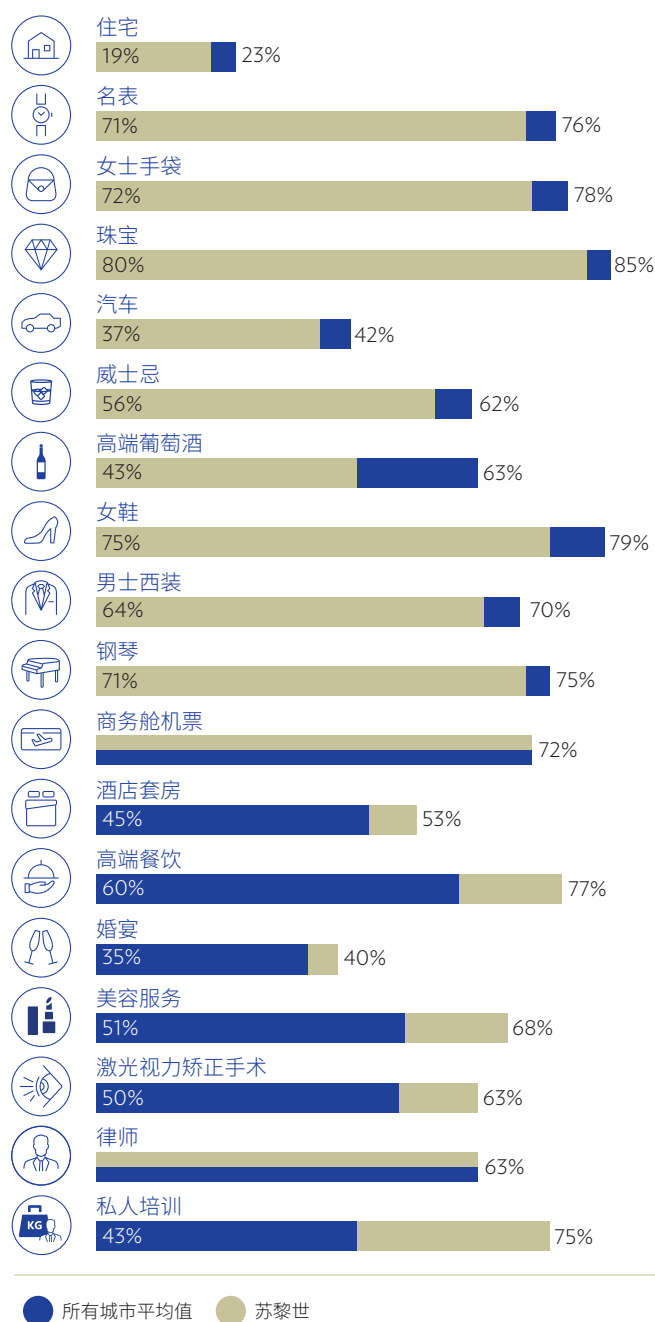
瑞士豪宅价格强劲上涨,推动需求的主要因素之一为高收入阶层增长。在苏黎世市内,非居民于当地置业受管控,从而压低楼价。然而,公寓持续短缺,继续促使置业人士愿意支付高价。

过去几年,瑞士法郎作为避险货币的地位吸引资金流入。由于央行坚持超宽松政策,使瑞士法郎贬值措施的成效甚微。由于瑞士主要贸易伙伴德国经济疲软,负利率可能会持续,瑞士的旅游成本预期维持于高水平。

该国奢侈品市场每年价值约30亿美元,复合年增长率约2.5%⁷³。



苏黎世对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

美洲

洛杉矶

具流动性的奢侈品买家越来越倾向选择洛杉矶,但当地价格并不便宜。

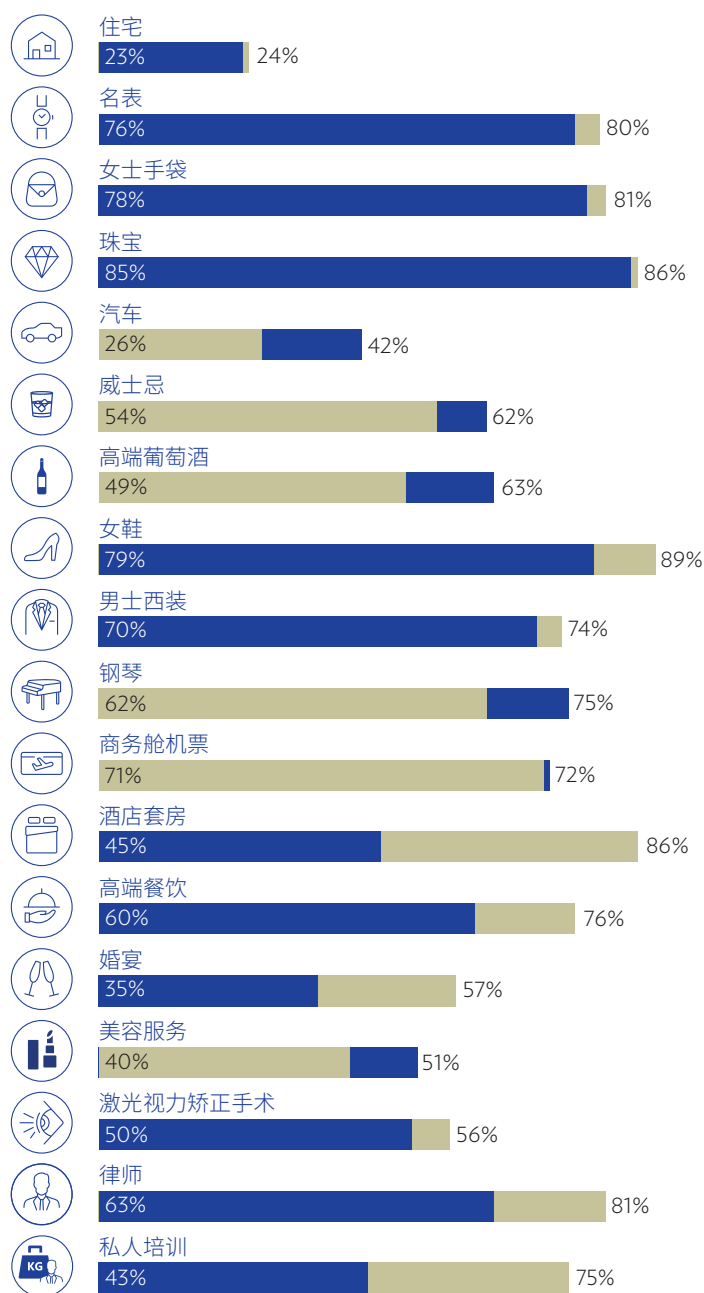
在我们的美洲指数中,洛杉矶仅次于纽约,为物价第二高的城市,大多数物品都昂贵,处于或高于平均水平。偶尔来观光的游客可购买价格相对合宜的便携式商品,但酒店及高端餐饮的价格尤其昂贵,养生服务亦然。

在天使之城(或美国任何地方)购买高档轿车属经济实惠,当地的价格约是国际平均价格的一半。鉴于美国庞大的市场规模及批量购买所享的折扣,美国的汽车更便宜。

新的豪华公寓开发项目已开始改变洛杉矶的高端住宅市场,市内价格继续保持上升趋势。这反映政府在提高文化吸引力方面的努力,可体现于博物馆及美术馆中;当局也促进创意产业发展,此前只局限于电影制作,目前已扩大至设计、建筑及艺术。来自信息技术产业的资金南下,也帮助该城市调整定位。



洛杉矶对比所有城市平均*



● 所有城市平均值 ● 洛杉矶

*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

墨西哥城

对外国买家而言物有所值，本土奢侈品市场势必不断增长。

对旅客而言，墨西哥城的养生及相关服务，以及高端餐饮及酒店套房的性价比较高，但便携式奢侈品相对较贵。

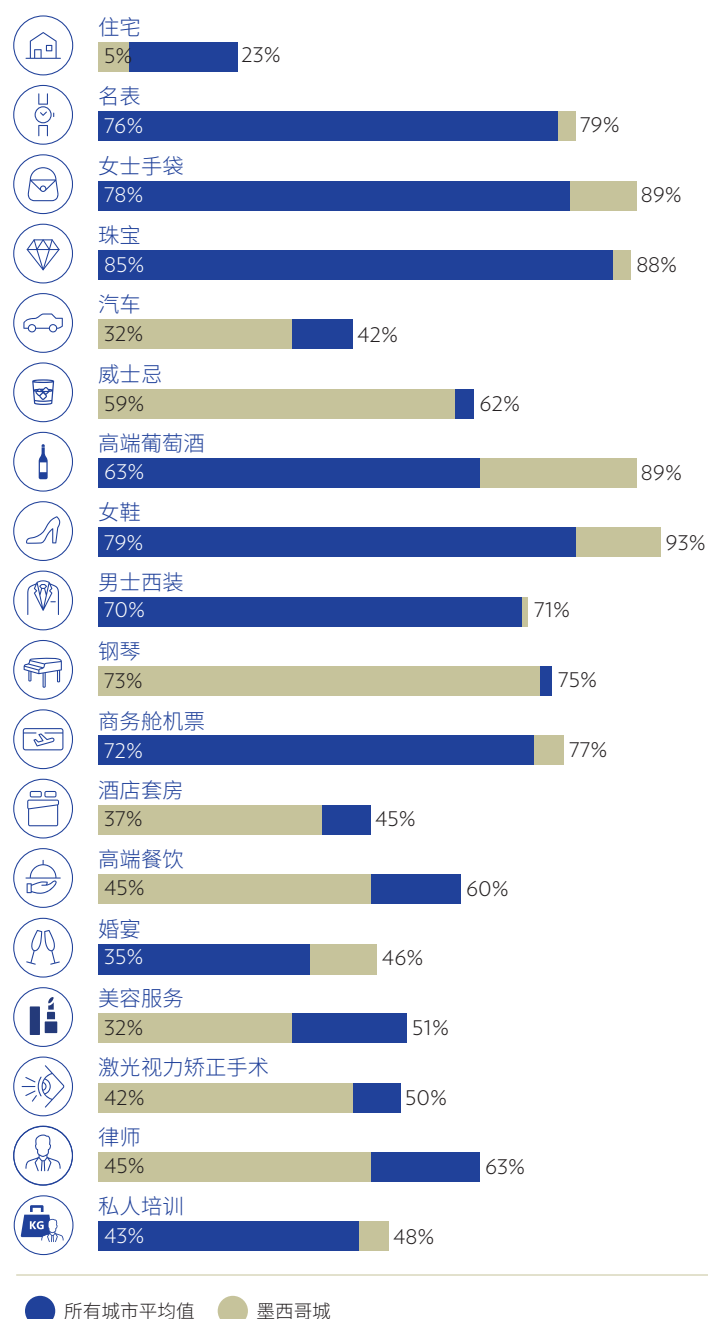
当地限制外国房地产所有权，抑制住宅价格；高端汽车则非常实惠。

拉丁美洲的奢侈品行业增长乏力，但许多评论员认为，目前价值约30亿美元⁷⁴的墨西哥市场是该地区最有前途的市场。

虽然墨西哥城是受欢迎的旅游胜地，但消费将由不断壮大的国内中产阶级及越来越多的百万富翁带动。

18  全球排名 5  区内排名

墨西哥城对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

迈阿密

在奢侈品方面，迈阿密相较于其他美国城市更具性价比。

迈阿密在指数中最高价项目——住宅及汽车均得分很高，房地产价格便宜，汽车价格是最昂贵城市的四分之一。较小型高价值奢侈品的价格较合理，尤其是名表、珠宝、手袋及威士忌。

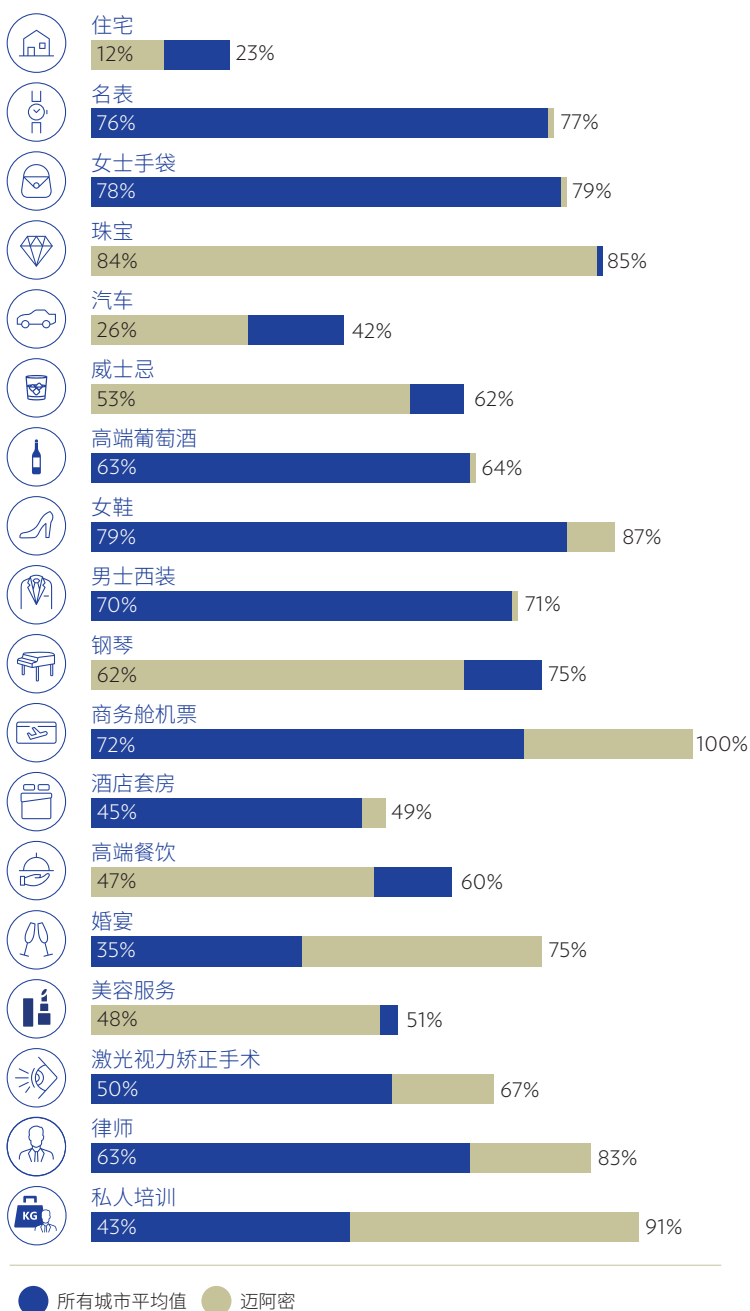
尽管如此，迈阿密是购买商务舱机票第二贵的地方（仅次于悉尼），并且与大多数美国城市一样，迈阿密的服务价格也相对较高。

与全国其他地区一样，迈阿密的房地产价格在过去10年大部分时间一直稳步上升，其中高端房地产的涨幅尤其大。不过，性价比仍相对较高，成本仅为全球平均水平的一半。

自联邦税改革以来，今年其他州份对迈阿密市场的热情激增，都想从佛罗里达州较低的税务政策⁷⁵中获益。该市场不仅仍然吸引美国国内潜在买家，还吸引国外买家。然而，2019年出现大量供应，可能会影响2020年的奢侈品市场。

13  全球排名 3  区内排名

迈阿密对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

75 于2018年颁布的经修改税法，将按揭贷款利息纳税人的可抵扣金额上限从100万美元下调至75万美元，让买家在高税率州份购买高端住宅的意欲下降。

纽约

服务类别及房地产价格使纽约成为亚洲以外最昂贵的城市。

纽约市几乎没有便宜的东西,经常被评为美国最昂贵的城市。值得注意的例外是豪华汽车(排在最后四分位)、钢琴、葡萄酒及威士忌(因为美国的酒税通常跟不上通胀)。在我们的指数中,大多数其他便携式奢侈品均略高于全球平均水平。

酒店套房位居世界最昂贵之列,证明该城市作为全球金融、传媒、娱乐和文化中心的实力。

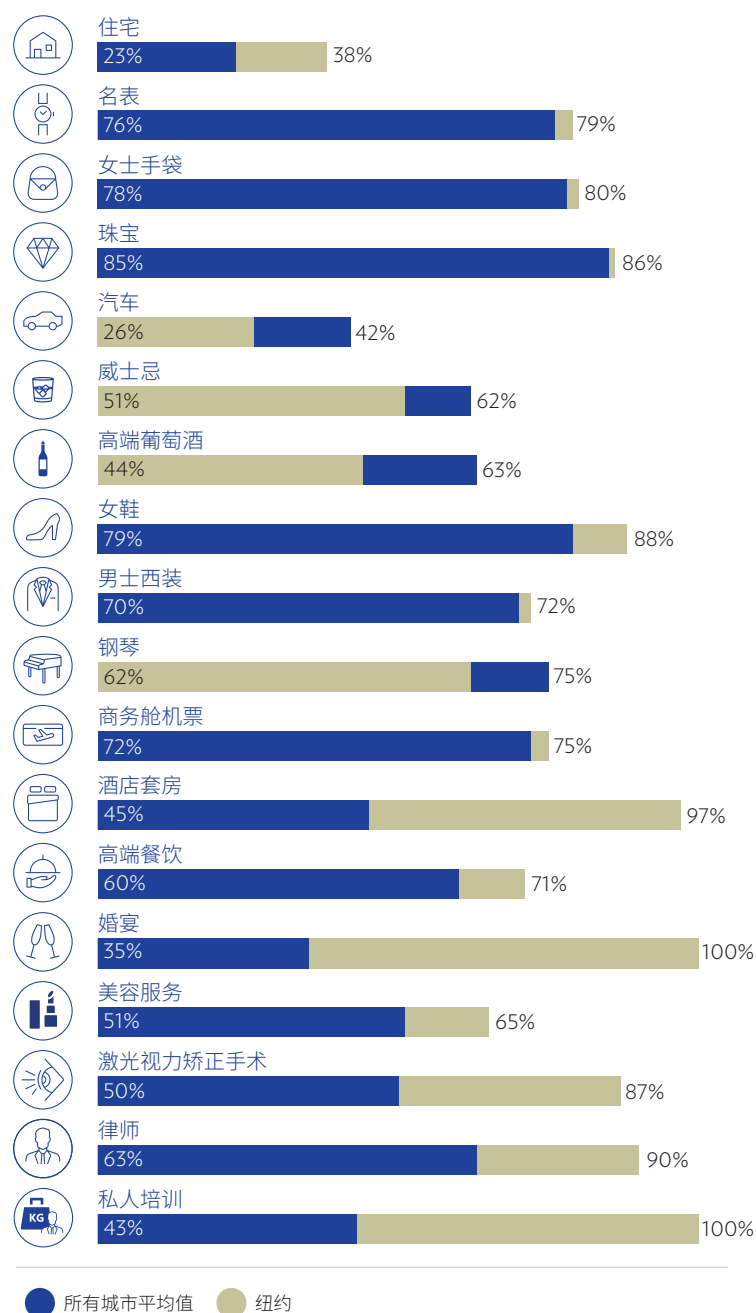
纽约人注重健康,聘请私人培训的费用为全球最高,其他服务同样昂贵。

尽管高端住宅市场远高于全球指数平均水平,但与伦敦和香港等其他全球首都/省会相比,定价并不太高。新豪华住宅预计快将推出,包括外形“超纤细”的摩天大楼及建筑界大腕打造的品牌住宅。在此之前,全新的大型哈德逊广场(Hudson Yard)已于2019年开业。

美元仍然是结构性避险货币。相比欧洲经济,美国经济增长令人惊喜,降低联储局进一步减息的预期,并延长美元牛市。



纽约对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

里约热内卢

房地产及服务价格经济实惠，但高额税项使国际买家望而却步。

里约热内卢有“巴西曼哈顿”之称，是休闲奢侈品购物者眼中最昂贵的城市，名表、手袋、珠宝、威士忌和葡萄酒在我们的全球指数中均排名第一，因高价值货品的税率高达300%。

相比之下，消费者可以在豪华酒店套房及婚宴（两者均位于最便宜的四分位范围内），以及相对实惠的养生服务上节省一笔开支。

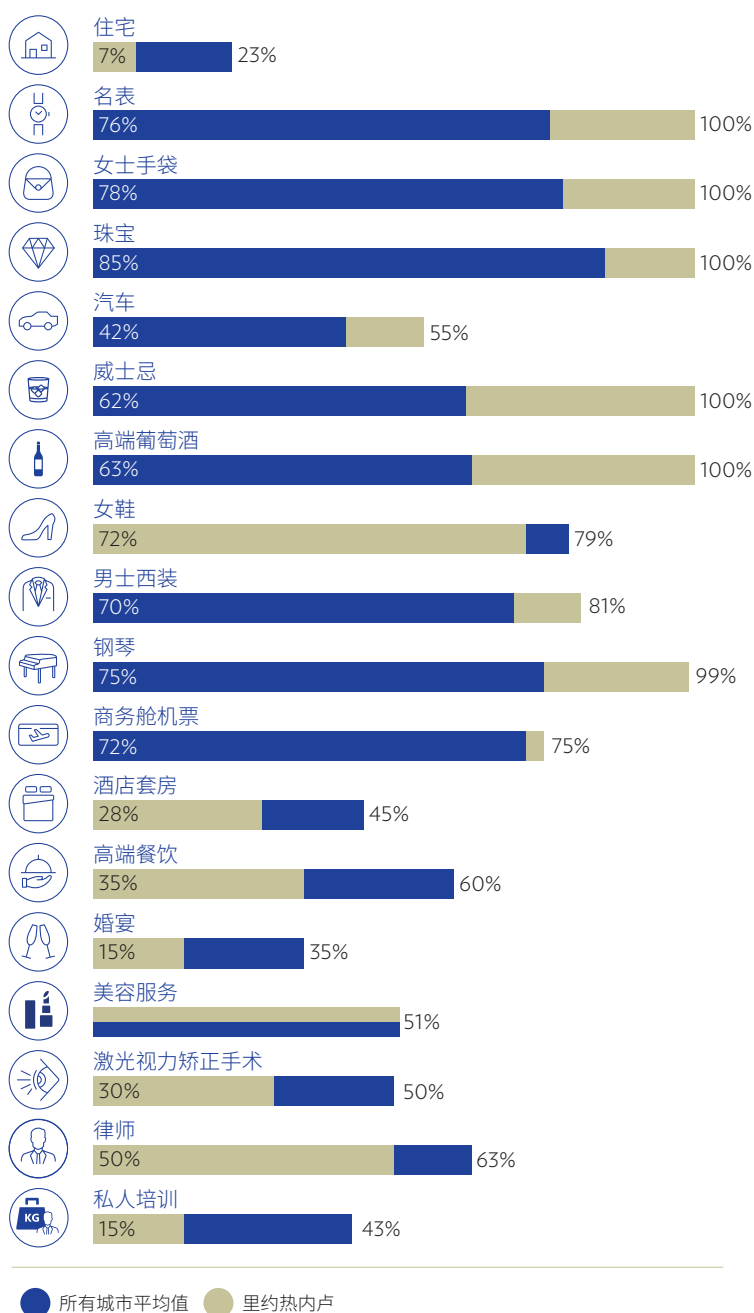
该城市的高端住宅市场价格异常便宜，短期内没有涨价的迹象。里约热内卢最昂贵的街区是莱伯伦、伊帕内玛和加维亚。

在经济不景气、政治不明朗及高利率的背景下，以雷亚尔计，过去几年住宅需求和楼价增长一直不温不火。

尽管在2019年推行对企业有利的退休金改革，但市场对于2020年巴西的增长前景仍然非常谨慎。在缺乏增长、工资持平及投资低迷的环境下，恶劣的财政状况限制政府的行动。至于巴西雷亚尔与其他新兴市场货币一样，依然对美国利率变化高度敏感。



里约热内卢对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

温哥华

尽管房地产行业受到限制，但对国际奢侈品买家而言仍具有巨大价值。

温哥华是北美最便宜的城市，在我们指数的20种奢侈品中，有半数以上价格低于全球平均水平。

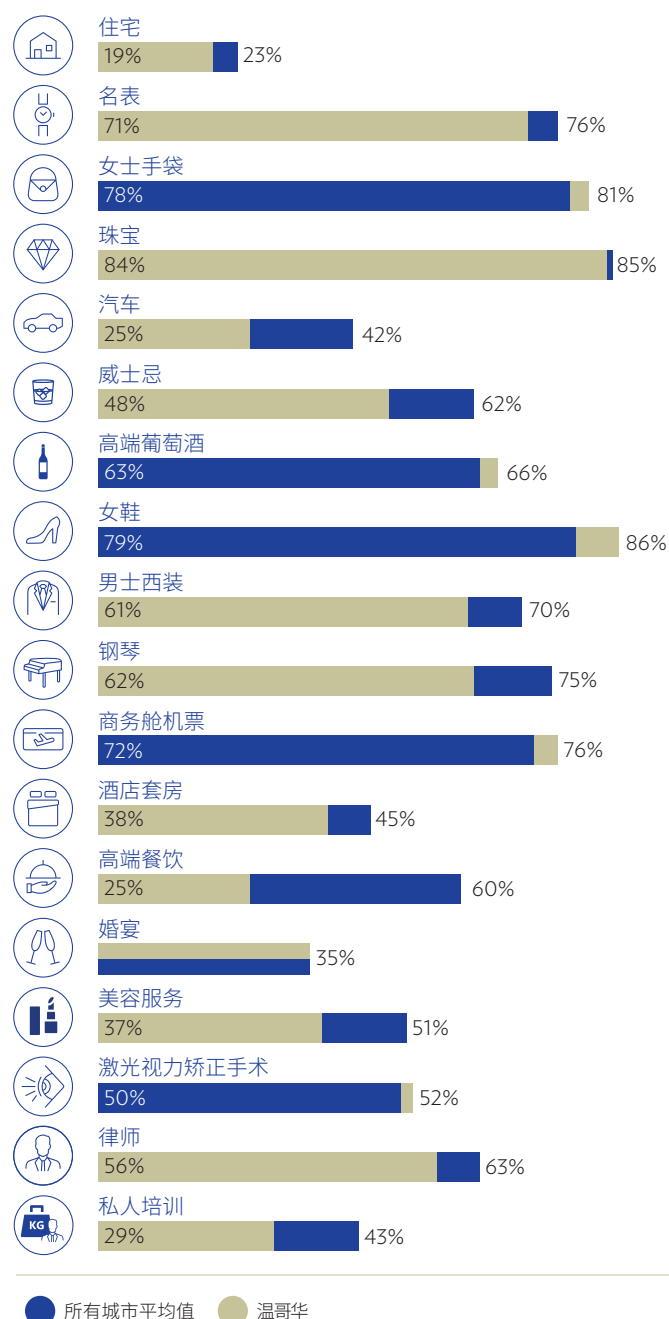
在所有城市中，温哥华是购买豪华汽车最便宜的地方，价格仅为最昂贵城市新加坡的四分之一。

同时，由于政府的反投机措施导致豪华住宅价格持续下跌，高端住宅继续保持较为合理的价格。然而，住宅市场显示企稳的迹象。建筑业繁荣发展，预计将使卑诗省的国际及加拿大其他地区移民激增，从而有可能推动该区内人口最稠密城市的经济增长。

尽管油价下跌、增长放缓及适度的宽松货币政策可能在2020年继续为加拿大经济和货币带来压力，但温哥华的友好形象及亲商态度使其成为国内移民和外国人居住的热门地点。



温哥华对比所有城市平均*



*数据显示相关城市的项目价格比较最昂贵城市价格的百分比

研究方法： 高端生活指数

瑞士宝盛高端生活指数基于一篮子代表全球高净值人士非必需消费的20种奢侈品和服务。

目前价格来自28个主要城市的本地高端供货商。住宅权重占比最高，占20%；汽车及婚宴权重次之，各为10%。

这份清单并不代表地区高净值人士的全面消费模式，而是反映各种商品在世界各地的价格。住宅、汽车及婚宴的总权重为40%，其他17个项目的权重相同，总权重为60%。

瑞士宝盛高端生活指数

项目	描述	权重 ⁷⁶
住宅	每个城市3个最顶尖豪宅的每平方米均价	20.0%
名表	劳力士Day-Date	3.5%
女士手袋	Diorama小羊皮包	3.5%
珠宝	卡地亚Love手镯	3.5%
汽车	宝马7系混合动力汽车(如有)	10.0%
威士忌	The Macallan 25年陈酿雪利桶	3.5%
高端葡萄酒	拉菲葡萄酒(750毫升)或Robert Parker评分高于95的葡萄酒	3.5%
女鞋	Christian Louboutin新款简约高跟鞋	3.5%
男士西装	Ermenegildo Zegna	3.5%
钢琴	Steinway & Sons三角钢琴	3.5%
服务	描述	
商务舱机票	飞往伦敦、纽约或新加坡的往返机票均价	3.5%
酒店套房	万豪集团5星级酒店	3.5%
高端餐饮	米其林两星级餐厅或圣沛黎洛(San Pellegrino)50大最佳餐厅	3.5%
大学	欧美顶级EMBA课程的平均值	3.5%
寄宿学校	伊顿公学一六年级	3.5%
婚宴	在顶级酒店宴请400人	10.0%
美容服务	祛除鱼尾纹的肉毒杆菌毒素	3.5%
激光视力矫正手术	双眼激光视力矫正手术	3.5%
律师	简单的遗嘱咨询	3.5%
私人培训	会员费加50次私人培训课程	3.5%

76 由于四舍五入,数字总和可能不等于100

重要法律信息

本刊物属市场营销资料,并非独立金融/投资研究的结果。因此,并未根据适用于独立金融/投资研究相关法律编制,以及任何在公布金融/投资研究分析前禁止交易的法律规定均不适用。

本刊物中的信息与观点由受新加坡金融管理局 (Monetary Authority of Singapore) 监管的瑞士宝盛银行有限公司新加坡分行在撰写当日所编制。如有任何更改,恕不另行通知。本刊物仅供参考之用,并不构成经由或代表苏黎世瑞士宝盛银行有限公司、其附属或联营公司 (瑞士宝盛) 所作出之任何投资的要约或建议或邀请。作者的观点和评论仅代表其目前的观点,并不必然代表瑞士宝盛的相关机构或任何其他第三方的意见。

本刊物中提及的服务及/或产品不一定适合所有人士,也未必在所有国家均有提供。瑞士宝盛的客户请联系本地的瑞士宝盛机构,了解当地的瑞士宝盛机构提供的相关服务及/或产品。

本刊物并非针对任何特定投资者之投资目标、财务状况或特定需要而撰写。

在进行任何交易之前,投资者应该考虑该项交易是否符合其个人情况和目标。客户在作出任何投资或交易或其他决定之前,应仔细阅读相关的产品说明书、认购协议、信息备忘录、招股书或与证券或其他金融工具发行相关的其他发行文件。本刊物内容并不构成任何投资、法律、会计或税务相关的建议,亦不构成适合个别人士状况的任何投资及策略的陈述;更不构成对个别投资者提供任何特定的个人建议。瑞士宝盛建议投资者在

专业顾问的辅助下,独立评估其具体的财务风险,以及法律、规管、信贷、税务及会计情况。投资价值可升亦可跌,以及投资回报可能受汇率波动影响。投资者可能无法取回投资的金额。过往表现并非未来业绩的可靠指标。业绩预期并不是未来业绩的可靠指标。

虽然本刊物所载信息和数据取自可信可靠的来源,但我们不对其准确性或完整性作出任何声明。对使用本刊物而导致的任何损失,瑞士宝盛银行有限公司香港分行及其联营公司概不承担任何责任。本刊物以及本刊物内的任何市场数据仅供指定人士个人之用,除非已获得瑞士宝盛或相关市场数据来源的批准,不然不得再分发给任何第三方。在本刊物受到法律限制 (根据读者的国籍、户籍或其它因素) 的司法管辖区,不得向该地区的任何人士派发本刊物。

外部资产经理/部财务顾问:如任何外部资产经理或外部财务顾问获提供本营销刊物,瑞士宝盛银行明确禁止该外部资产经理或外部财务顾问再分发本刊物,或向其客户及/或第三方提供本刊物。通过接收任何营销刊物,外部资产经理或外部财务顾问确认其将自行作出独立分析和投资决策,如适用。

奥地利: Julius Baer Investment Advisory GesmbH由Austrian Financial Market Authority (FMA) 监管及授权,向其客户分派本研究刊物。本刊物由瑞士苏黎世的瑞士宝盛银行有限公司编制,该公司受瑞士金融市场管理局 (Swiss Financial Market Supervisory Authority, 简称 FINMA) 监管及授权。有关投资研究独立性以及发布金融分析之前交易限制的法律规定皆不适用。

智利: 本刊物仅供拟定的收件人。

中华人民共和国: 瑞士宝盛银行有限公司香港分行并无在中华人民共和国 (就此而言,不包括香港特别行政区、澳门特别行政区及台湾) 经营业务。本文件仍由瑞士宝盛银行有限公司香港分行刊发。该分行是一家受香港金融管理局监管的持牌银行,并已向香港证券及期货事务监察委员会注册进行第1、4及9类受规管活动。瑞士宝盛银行有限公司香港分行并未获中国证券监督管理委员会或中国银行业监督管理委员会发牌亦不受其规管。本文件所载资料并不构成任何有关中华人民共和国资本市场或证券要约的特定投资建议,也非投资、税务、法律或其他建议或推荐,或有关出售要约或申购瑞士宝盛银行有限公司或其任何联系公司的任何产品或服务的邀请。本刊物仅供参考,不可为任何投资决定而使用或加以依赖,且仅供指定的收件人使用,不得被复制或进一步分发。

迪拜国际金融中心: 本刊物由 Julius Baer (Middle East) Ltd. 所提供分派,不得向零售客户派发本刊物或成为其行事依据。请注意 Julius Baer (Middle East) Ltd. 仅可向专业客户提供金融产品或服务,此等客户须具备足够的财务经验,以及对金融市场、产品或交易和任何相关风险具备足够的认识。所提及的产品或服务仅可提供予符合迪拜金融服务局 (DFSA) 之《业务单元守则》(Conduct of Business Module) 定义的专业客户。Julius Baer (Middle East) Ltd. 获得迪拜金融服务局正式授权,并由其监管。

德国: Bank Julius Bär Deutschland AG 由 German Federal Financial Supervisory Authority (BaFin) 监管及授权,向其客户分派本研究刊物。有关投资研究独立性以及发布金融分析之前交易限制的法律规定皆不适用。如对本刊物有任何疑问,请联络阁下的客户经理。

根西岛: 本刊物由瑞士宝盛银行有限公司根西岛分行分发, 该行获发执照, 可在根西岛提供银行及投资服务, 并受根西岛金融服务委员会监管。

中华人民共和国香港特别行政区: 本刊物由瑞士宝盛银行有限公司香港分行在香港代为派发, 并归属于该公司。该公司持有香港金融管理局在《银行条例》[香港特别行政区法律第155章 (Chapter 155 of the Laws of Hong Kong SAR)] 下发出的银行牌照。瑞士宝盛银行有限公司香港分行亦在《证券及期货条例 (Securities and Futures Ordinance)》第571章下注册为注册机构, 并持有牌照从事第一类 (证券交易)、第四类 (就证券提供意见) 和第九类 (提供资产管理) 规管活动 (中央编号: AUR 302)。在香港, 不得向《证券及期货条例》定义为“专业投资者”以外的人士刊发、传阅或派发本刊物。本刊物内容未经任何监管机构审核。本文件中所有提及香港之处均指中华人民共和国香港特别行政区。如对本刊物有任何疑问, 请联络阁下的香港客户经理。瑞士宝盛银行有限公司是于瑞士成立的有限法律责任公司。

印度: 本文件并非Julius Baer Wealth Advisors (India) Private Limited (JBWA) 或任何其印度子公司根据2014年印度证券交易委员会 (SEBI) 研究分析师条例刊发的刊物。本刊物由瑞士宝盛银行有限公司编制, 该公司是在瑞士注册成立的有限责任公司, 并未在印度持有银行执照。本刊物不得以任何方式被诠释为JBWA或Julius Baer全球任何实体的要约、招揽或建议。

以色列: 本刊物由Julius Baer Financial Services (Israel) Ltd. (JBFS) 分发, 该公司获以色列证券管理局授予执照, 可提供投资市场推广及投资组织者服务。根据以色列法律, “投资营销”指向客户提供有关投资、持有、购买或出售证券或金融工具优点的建议, 前提是此类建议的

提供者与证券或金融工具存在隶属关系。JBFS与瑞士宝盛银行有限公司存在隶属关系, 因此被视为隶属于部分可能与JBFS所提供服务的证券及金融工具, 因此, 本刊物对“投资营销”一词的任何使用或其任何变体应理解为上文所解释的投资营销。

日本: 本刊物由获授权的瑞士宝盛实体于日本派发, 并应附有适当的免责声明和格式。

巴林王国: 本刊物由巴林中央银行 (CBB) 授予执照及监管的投资业务公司Julius Baer (Bahrain) B.S.C.(c) 分发予其专家及认可投资者客户。本刊物不得被零售客户所依赖或分发予零售客户。CBB对本刊物所载陈述及数据的准确性概不承担任何责任, 也不对于依赖本刊物所载任何陈述或数据而造成的任何损害或损失承担任何责任。

黎巴嫩: 本刊物由Julius Baer (Lebanon) S.A.L. 分发, 该公司是受黎巴嫩资本市场管理局 (CMA) 监管的实体。本刊物未经CMA或黎巴嫩的任何其他相关部门批准或许可。本刊物为私人机密文件, 应要求向少数个人及机构投资者刊发, 不得提供予任何其他人士或被任何其他人士所依赖。本刊物所载数据以截至本文件所载日期为准, Julius Baer (Lebanon) S.A.L. 对定期更新所载数据概不承担责任。本刊物所提供的报价和价值仅供指示用途, 绝非代表可交易的水平。

卢森堡: 本刊物由Bank Julius Baer Europe S.A. 分发, 该公司是根据卢森堡大公国法律注册成立及存续的股份有限公司, 其注册办事处位于25, rue Edward Steichen, L-2540 Luxembourg, 在卢森堡商业登记局 (RCSL) 的注册编号为B 8495, 且获金融监督委员会 (CSSF, 地址为283, route d' Arlon, L-1150 Luxembourg) 授权及监管。本刊物未经CSSF授权或审阅, 且不拟提交CSSF备案。

摩纳哥: 本刊物由Bank Julius Baer (Monaco) S.A.M. (摩纳哥国务大臣及法兰西银行批准的机构) 及Julius Baer Wealth Management (Monaco) S.A.M. (摩纳哥一家获授权的资产管理公司) 向其客户分发。

荷兰: Julius Baer (Netherlands) B.V. 由荷兰金融市场管理局 (Netherlands Authority for the Financial Markets, AFM) 监管及授权向其客户 (i) 接收和转移来自客户的订单; 及 (ii) 提供投资建议, 分派本刊物。Bank Julius Baer Europe S.A. 由卢森堡金融监管局 (the Commission de Surveillance du Secteur Financier, 地址: 283, route d' Arlon L-1150 Luxembourg) 授权及监管, 获准根据其通行牌照 (passported) 在荷兰提供银行服务及若干投资服务。

巴拿马: 本刊物所提及的相关服务和/或产品只可由获授权在巴拿马提供此类服务/产品的Julius Baer实体在巴拿马推广。本刊物所提及的金融工具并未在证券市场监督管理局 (前称为国家证券委员会) 注册, 也不受其监管。豁免注册是基于1999年7月8日第1号法令第129条作出的, 该法令经2011年第67号法令第二章 (证券法) 修订及统一为单一文本。因此, 《证券法》第334至336条规定的税务待遇并不适用。本刊物仅供拟定的收件人。

爱尔兰共和国: Bank Julius Baer Europe S.A. 爱尔兰分行获金融监督委员会 (CSSF, 地址为283, route d' Arlon, L-1150 Luxembourg) 授权及监管, 并受爱尔兰中央银行 (CBI) 的商业行为规则所监管。Bank Julius Baer Europe S.A. 是根据卢森堡大公国法律注册成立及存续的股份有限公司, 其注册办事处位于25, rue Edward Steichen, L-2540 Luxembourg, 在卢森堡商业登记局 (RCSL) 的注册编号为B 8495。Bank Julius Baer Europe S.A. 爱尔兰分行向其客户分发本刊物。本刊物所提及的部分服务可能由卢森堡大公国或

爱尔兰共和国以外的Julius Baer集团成员提供,而爱尔兰分行客户可获提供有关服务。在有关情况下,CSSF及CBI所制定的零售客户保障规则并不适用于此类服务,CSSF及爱尔兰金融服务及退休金申诉专员不能解决有关此类服务的投诉。

俄罗斯:本文件并非Julius Baer CIS Ltd的刊物,该公司由俄罗斯中央银行授权和监管。本刊物由瑞士宝盛银行有限公司编制,不得以任何方式被诠释为要约、招揽或建议,包括Julius Baer CIS Ltd或Julius Baer全球任何机构在俄罗斯刊登的外国金融服务广告。

新加坡:本刊物由瑞士宝盛银行有限公司新加坡分行分派,仅供认可投资者或机构投资者阅览。本刊物并不构成分别在《新加坡证券及期货法》(第289章)第275或305条下定义的“广告”。根据《新加坡财务顾问法》(第110章)第100(2)条,瑞士宝盛银行有限公司新加坡分行享有“单位”豁免权,该分行获豁免多项财务顾问法规定,其中包括披露于本刊物可能提及的任何证券或金融工具中的任何权益,或于任何证券或金融工具买卖中的任何权益之规定。投资者可索要有关豁免的详情。本刊物未经新加坡金融管理局审核批准。如果对本刊物有任何疑问,请联络瑞士宝盛银行有限公司新加坡分行的代表。瑞士宝盛银行有限公司(UEN - T07FC7005G)是于瑞士成立的有限法律责任公司。

西班牙:Julius Baer Agencia de Valores, S.A.U. 和 Julius Baer Gestión S.G.I.I.C, S.A.,均获Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) 认可及监管,向其客户分派本研究刊物。

南非:本刊物由Julius Baer (South Africa) (Pty) Ltd派发,该公司为南非金融服务委员会核准的合法金融服务提供商。(金融服务商牌照号码:49273)

瑞士:本刊物由瑞士苏黎世的瑞士宝盛银行有限公司所分派,并由瑞士金融市场管理局(Swiss Financial Market Supervisory Authority FINMA) 监管及授权。

巴哈马:本刊物由Julius Baer Bank (Bahamas) Ltd. 派发;该实体公司获巴哈马中央银行发牌,并由巴哈马证券监察委员会监管。本刊物并不构成《2011年证券业法案》或《2012年证券业规则》中的认购章程或通讯资料。此外,本刊物仅供巴哈马《交易管制规则》及规则中指定为或被认为属“非居民”人士参考之用。

阿拉伯联合酋长国:本刊物未经阿拉伯联合酋长国中央银行、阿联酋证券及商品管理局或在阿联酋的任何其他有关当局的核准或许可。本刊物是私人及保密的文件,仅应要求向有限数量的专业个人和机构投资者提供,而不得向任何其他人士提供或作为其行事依据。

英国:本刊物是根据《2000年金融服务及市场法》(Financial Services and Markets Act 2000)第21条所定义而派发的金融宣传刊物,并由Julius Baer International Limited所核准在英国派发;该公司由金融市场行为监管局(Financial Conduct Authority) 监管及授权。本刊物中提到的某些服务可由位于英国境外的瑞士宝盛集团成员公司所提供。金融市场行为监管局为保护零售客户而依照《金融服务及市场法》制定的规则并不适用于由位于

英国境外的瑞士宝盛集团成员公司所提供的服务,而且《金融服务补偿计划》(Financial Services Compensation Scheme) 也不适用于该类服务。Julius Baer International Limited并不提供法律或税务相关的建议。就特定税务处理方式所提供的信息,并不代表该信息适合客户的具体情况,而且信息在未来可能有所更改。在决定是否进行投资之前,客户应向税务顾问咨询与自身情况相关的独立税务建议。Julius Baer International Limited 所提供的建议仅限于一系列选定的投资产品(“受限制的推荐”)。

乌拉圭:若本刊物被诠释为要约、建议或招揽销售或购买任何证券或其他金融工具,该等要约、建议或招揽须根据No.18,627法律第2章透过私人配售豁免(“oferta privada”)进行,而本刊物并无亦将不会向乌拉圭央行金融服务监管局(Financial Services Superintendence) 注册,以向乌拉圭公众人士发售。就任何封闭式或私募基金而言,相关证券并非受日期为1996年9月27日的乌拉圭法律No. 16,774 (经修订) 监管的投资基金。若阁下身处乌拉圭,阁下确认能明白本刊物及本文所述述所有文件使用的语言,及阁下无需索取以西班牙语或任何其他语言撰写的任何文件。

美国:本刊物或任何副本均不可发送或带进至美国境内或在当地派发,以及派发予任何美籍人士。

本刊物可能包含由第三方提供之信息,包括如标准普尔、穆迪、惠誉或类似评级公司提供之评级。除事前获得相关第三方的书面批准外,不得以任何形式复制或派发第三方内容。第三方内容供货商概不保证任何数据(包

括评级或研究)之准确性、完整性、及时性或有效性,亦不会为有关内容的任何错误或遗漏(疏忽或其他原因导致)(无论原因)或因使用有关内容而得到之任何结果承担任何责任。第三方内容供货商不会作出明示或暗示的保证,包括但不限于对特定目的或用途的适销性或适合性作出保证。第三方内容供货商将不会就使用其内容(包括评级或研究)所导致之任何直接、间接、偶然性、示范性、补偿性、惩罚性、特别或随之引发的损害、成本、支出、法律费用或损失(包括收入或利润损失及机会成本)承担任何责任。信贷及/或研究评级乃意见说明,而非对事实之陈述或购买、持有或出售证券之推荐。信贷及/或研究评级不代表证券市场价值或证券是否适合投资目的,亦不应以此作为投资建议。本刊物中文译本仅供参考之用。如有任何争议,应以英文原文为准。

© 瑞士宝盛集团2020年

附注

Julius Bär

瑞士宝盛银行

瑞士宝盛集团

总部
Bahnhofstrasse 36
P.O. Box
8010 Zurich
Switzerland
电话 +41 (0) 58 888 1111
传真 +41 (0) 58 888 1122

瑞士宝盛银行有限公司
香港分行
香港中环港景街一号
国际金融中心一期三十九楼
电话 +852 2899 4788
传真 +852 2899 4789

瑞士宝盛银行有限公司
新加坡分行
海峡景七号, #28-01
滨海盛景东座
新加坡邮区 018936
电话 +65 6827 1999
传真 +65 6827 1995
www.juliusbaer.com

瑞士宝盛集团
业务遍布全球
约60多个地点,
包括苏黎世(集团总部)、
迪拜、法兰克福、日内瓦、
香港、伦敦、卢加诺、卢森堡、
摩纳哥、蒙得维的亚、莫斯科、
孟买、新加坡及东京。

01.2020 Publ. No. PU01022CT
© 瑞士宝盛集团, 2020



www.juliusbaer.com/wealth-report

