本报记者 郑馨悦

5月5日，中国高端生活方式研究和顾问机构要客研究院发布了《2022中国高净值消费者洞察报告》。报告首次将中国470万高净值消费者定位为高端消费市场的“核心消费者”，并对疫情后中国高端消费市场的发展做出预测。

报告中，要客研究院再次界定了中国高净值消费者的门槛为1000万元人民币净资产（即扣除负债后的个人净资产）。数据显示，目前中国高净值消费者总数为470万人，其中有大约15万人净资产超过1亿元人民币，进一步称为“超高净值消费者”。核心消费者在诸多消费领域都贡献了超过一半的市场消费力。特别在奢侈品消费上，核心消费者虽然只占人口的千分之三，却贡献了80%的奢侈品消费额。

且由于新媒体平台和电商平台的生活方式教育，要客研究院认为，中国高净值消费者消费观念正趋于成熟。要客集团联合创始人兼CEO周婷表示：“疫情对中国大众消费者的消费力产生巨大影响，更多中国大众消费者在疫情之后将进一步增加存钱意愿，同时降低高端消费意愿。但是高净值消费者的消费能力并没有受到任何影响。”

2019年，中国高净值消费者奢侈品消费占比为73%，但是疫情后的2020和2021年，分别为77%和80%。

要客研究院预测，2022年高净值核心消费者奢侈品消费占比将继续提高，达到82%左右。中国高净值消费者未来将在更多消费领域发挥主导作用，以服务高净值消费者以及其家庭为主要目的的商业业态，将创造不低于1亿个直接和间接工作岗位，高端消费，尤其是高端服务业，将成为中国消费增长的中坚力量。

（编辑 张明富）