近年来，私人银行凭借轻资本、抗周期性、盈利性强等特点，成为商业银行竞相角逐的新增长点。但受成立时间、经营模式等因素影响，各家私行业务渐呈分化走势，其中，跻身AUM万亿俱乐部的头部私行占据较大市场份额。

在此背景下，股份制商业银行的私行业务如何寻求突破？浦发银行私人银行的打法——在满足高净值群体以资产配置为核心的金融需求的同时，不断精耕细作，用丰富、优质的非金融增值服务升级客户体验，与之“共结同心”。如近期，该行推出私人银行客户“4S”（Superiority、Selection、Specialty、Society）服务体系，分别对应优越服务、臻选权益、尊享活动、慈善公益四大板块，用有温度的人文关怀满足客户的个性化需求，探索高净值客户服务新模式。

01

新的“刚需”带来新的课题

国内高净值群体正在持续扩军！

贝恩公司发布《2021中国私人财富报告》称，2020年可投资资产在1000万元以上的中国高净值人群数量达262万人，2021年底接近300万人，可投资资产总规模达到约96万亿元人民币。而今年3月，合资银行卡清算机构连通公司发布《中国内地高净值人群高端生活方式白皮书》显示，内地高净值人群总量将以约10%的年均复合增长率持续增长至2025年。

与数字同步“递增”的，是高净值人群加速形成的“新财富观”。随着生命周期变化和市场不确定性增加，在资产保值增值、传承之外，围绕其家族的可持续发展，企业投融资、家业传承、家族成员健康、子女教育，乃至

慈善公益等，都成为该群体的新“刚需”。

根据白皮书，2021年按消费总量排序，内地高净值人群前五大消费场景依次为高端购物、旅行、高端餐饮、大健康以及亲子/教育。无独有偶，胡润研究院发布的《2021中国高净值人群家族安全报告》亦显示，健康、旅游、美食、家庭活动、子女教育等，均系高净值群体重点关注领域。

无疑，针对高净值人群愈加个性化、综合化的新“刚需”，如何加以把握，更灵活地为之提供针对性服务，成为私行发展亟待思考的新课题。

02

优越服务升级客户体验

2011年12月，浦发银行正式推出私行业务，依托在零售金融、公司银行、投资银行和金融市场服务领域的综合优势，为可管理资产超过800万元人民币的高净值客户及其家族提供专属服务。

匠心凝
聚，不负耕耘
。十余年来，浦发私人银行
孜孜以求，现已建立以资产管理和顾问咨询服务
为特色的私行专属产品和服务体系。

面对高净值群体的多元化新“刚需”，浦发私人银行秉承“传承的不止是财富”的品牌主张，以集团化资源网络与丰富的服务经验为载体，以努力极致的客户体验和特色活动为依托，致力于用“4S”模式，打造“高品质、强品牌”的私行高端服务体系。

具体看，“4S”服务体系中的优越服务（Superiority）体现在以下两个方面：

一是个性化、私密性的高端服务渠道，为客户提供高端专属的氛围感与服务体验。
这一点，位于上海外滩12号的浦发银行私行中心旗舰店可谓“标准样本”。在这栋充满文艺气息的建筑里，书店与咖啡馆合二为一，来此办理业务的私行客户既可点一杯咖啡，临窗而坐，眺望江景，体会小资风情，也可捧一本书窝进

沙发，静静爬梳思绪，收获心灵滋养。

不仅如此，浦发私人银行还利用外滩12号大楼作为“城市会客厅”的独特优势，将服务场所转化为艺术空间，相继举办“百年金融·千载丝路——敦煌文化创意体验展”、“纪念上海解放70周年——印象上海·名家水墨画展”、“辉煌70年——上海摄影图片展”、“海派名人油画展”、“红树白云楼藏中国古代铜胎掐丝珐琅”等艺文展览，满足高净值人群日益增长的艺术鉴赏需求。

二是高端优越的数字化服务体验。当下，随着各行各业开始使用数字化工具，线上线下全渠道一体化运营成为必须。同样，作为数字化先行者，浦发私人银行也进入科技驱动的精细化运营阶段。为打造最佳线上体验，此前浦发银行已对私行模块在浦发APP上的产品和服务架构进行升级，并推出私人管家平台，有效提升产品和服务的便捷性及信息直达率。如今在“4S”服务体系下，客户登录浦发银行APP，即可进入全新的私行专享服务界面获取专属资讯，并可随时联系“财富管家”获得无缝对接的“一对一”服务。

于客户而言，优越的数字化服务满足其“与时俱进”的便捷需求；同时，数字化线上服务方式也让私行客户理财经理的工作更快速精准。

03

“双轮”驱动：臻选权益联袂尊享活动

众所周知，权益作为私人银行服务的延伸，能更好地拉近与客户间距离，增强客户的认可度，是展示私行客户服务“软实力”的重要部分。

深谙此道的浦发私人银行在“4S”服务体系内设置“臻选权益”（Selection），通过整合境内外优质服务与稀缺资源，打造包含出行、健康、生活美学、礼宾秘书、教育咨询、法税咨询等六大板块在内的“品质生活圈”，满足客户在不同生活领域的深层需求。

出行方面，除了常规的机场、高铁贵宾休息室、接送机等服务外，浦发私人银

行推出了“留学生专享”海外接送机服务，以及海外机票预订、海外生活管家、海外代购寄送等多项内容的全球定制礼宾服务，协助私行客户安排子女的海外读书生活。

健康方面，整合高端医疗资源，为私行客户提供名医门诊预约协助及陪诊、住院及手术预约协助、三甲医院
体检、家族医生等服务，满足客户及家庭成员多元化的综合健康管理需求。

生活美学方面，除了精选酒店、艺术展等契合客户对个性化度假需求的服务，浦发私人银行于疫情期间推出囊括多项视频、音乐、运动APP的线上会员年卡，着力打造艺文类权益特色。

礼宾秘书方面，包括国际机票定制、稀缺赛事票务、酒店餐馆预定等生活需求，浦发私人银行的礼宾服务热线专员7*24为客户提供服务。如疫情期间，国际航班机票变动频繁，各国转机政策相异，礼宾秘书通过航空公司服务网络购买平价机票，为客户安排海外转机回国航班，受到客户高度认可。

教育咨询和法律咨询方面，浦发私人银行精选拥有丰富经验的专业机构作为合作伙伴，依照客户需求提供“一对一”服务。以法律咨询为例，对于私行客户近期关心的话题
，诸如婚姻和继承、房产投资、
家庭治理，到家族信托
、慈善信托、家族企业财富管理、跨境资产管理等，都可以安排资深律师提供咨询。

在提供“臻选权益”的同时，打造“行知会”活动品牌，开展丰富的尊享活动体验（Specialty）。如邀请客户走进外滩12号，以“海上书房”、沙龙讲座等形式与文化名人、学者大咖、经济学家面对面交流；开办非遗文化体验，以及美食、营养、艺术品收藏等主题活动；开设摄影家俱乐部，邀请知名摄影家为客户现场教学等。特别值得一提的是，通过参访知名企业与现场体验、专家讲座与高管访谈、二代成长营、为客户子女提供实习机会等形式，为客户解析“家业传承”的密码，启迪
未来发展方向，使之切身体验智慧与财富同步传承。

藉由臻选权益和尊享活动“双轮”驱动，浦发私人银行进一步延伸“4S”服务边界，从而更精准匹配并有效满足了高净值客户的新“刚需”。

04

慈善公益引领义利兼顾

穷则独善其身，达则兼
济天下。被喻为“中国首善”的福耀玻璃集团
董事长曹德旺曾说，有智慧的企业家在追求财富的同时，会主动参与帮助弱势群体的慈善活动。慷慨解囊带来的善果，是日后他人对子孙的帮助，使通过打拼积累的财富有可能得以延续。

事实上，包
括企业家在内，国内高
净值群体的慈善意愿持续攀升。波士顿咨询公司
发布的相关报告显示，九成以上中国高净值人士愿意考虑包含公益慈善在内的社会责任。但报告称，缺乏指导和活动资源是其践行社会责任的主要挑战。

为此，
浦发私人银行在“4S”服务体系内特设“慈善公益”（Society），经与专业机构合作，实现从客户慈善需求到受助需求的链接，从而引领义利兼顾，财富向善。
此前，该行在私行客户的慈善公益方面进行了很多有意义的尝试，如开创公益理财模式，引导客户将部分理财收益捐赠给指定慈善项目或投向公益项目，如“放眼看世界”慈善公益信托
、“爱与光明”大连导盲犬基地导盲犬
培训计划、资助先天性听力障碍儿童完成人工耳蜗手术、建立藏区孤儿学校医务室等。邀请客户用权益积点兑换成爱心善举，支持公益项目，包括2021年持续半年的“爱心包”活动，向山区儿童捐赠冬衣、食品；2022年建立乡村学校爱心图书角，为云南、甘肃、贵州3省的8所乡村学校的孩子送去精神食粮，陪伴孩子们一起读书。

不难发现，针对中国高净值群体做慈善缺乏指导和活动资源的需求现状，浦发私人银行从更专业化、更系统化角度切入公益价值链条，助力高净值人群实现财富向善、回馈社会、同行向前。

05

厚积者进，专注者远

“私人银行需要一种大胆的新愿景，但也要继续提升基本技能、竞争力，以及更好和更
有效服务客户的必
要能力。”身为迄今已有120多年历
史的瑞士全球性专业私人银行——瑞士宝盛集团
的首席执行官，鲍里斯·F·J·科勒迪曾这样表示。

以此观浦发银行私人银行，自成立以来始终将“客户”放在中心，通过多措并举，不断在服务领域取得突破
性进展，并转化为持续发展
动能，获得业内高度肯定。就在今年4月26日，浦发私人银行在《亚洲私人银行家》发布的第四届“中国财富奖”获奖名单中，被授予2021年度“中国最佳私人银行高净值客户”奖项，而此前的1月13日，该私行在第6届亚太财富论坛暨2021年度国际私人财富管理“金臻奖”评选中，斩获“最佳中国私人银行品牌奖”，实现“双料加身”。

厚积者进，专注者远。成立十一年来，浦发私人银行已如初长成之少年，既朝气蓬勃，又有使命担当。客户的信任、市场的认可，是其奋楫前行、踔厉进取的不竭动力。有理由相信，未来其将继续不负初心，向阳而生，携手客户与时代奋进同行。