

## C

消费底气足足的！  
宁波“土豪”家庭数量排名靠前

宁波高端消费强劲增长的底气从何而来？

根据《品牌倾向报告》，受访高净值人群平均家庭年开销占总资产的比例为4.4%，比去年提升0.6个百分点；亿元资产超高净值人群平均家庭年开销占总资产的比例为3.2%，同样比去年提升0.6个百分点。

而宁波的高净值家庭数量长期位列全国TOP10榜单。

虽然传闻中的“宁波土豪”爱数钱，但宁波确实是一个名副其实的富裕城市。根据《2019胡润财富报告》，宁波拥有600万元人民币资产的“富裕家庭”达9.59万户；宁波拥有千万元以上资产的“高净值家庭”达34800户；宁波拥有亿元资产的“超高净值家庭”数量达2390户。

该报告主要对高收入家庭的从业、分布、生活状况等信息进行了统计，并对高收入家庭作了以下分类：“富裕家庭”为600万元资产家庭，“高净值家庭”为千万元资产家庭，“超高净值家庭”为亿元资产家庭，“国际超高净值家庭”为3000万美元资产家庭。

细看榜单可以发现，宁波的“富裕家庭”“高净值家庭”“超高净值家庭”“国际超高净值家庭”的数量均位列全国第七。

与此同时，据《2020世茂深港国际中心·胡润全球富豪榜》显示，宁波最富有的5个巨富，最低的身家都高达220亿元人民币，榜首更是高达1540亿元人民币。

城市	600万资产“富裕家庭”数量 (比上年增加)
1 北京	704000(+8000)
2 上海	60200(+8000)
3 香港	551000(+5000)
4 深圳	170000(+4000)
5 广州	162000(+2000)
6 杭州	124100(+2100)
7 宁波	95900(+2500)
8 佛山	73000(+1600)
9 台北	69600(+660)
10 天津	64100(+600)
其他	2324300
总数	4940000

来源：胡润研究院



和义大道的灯光艺术装置巡展。

## D

## 奢侈品牌看好宁波“优质消费力”

实际上，近年来宁波消费者展现出来的“优质消费力”，吸引了全球高端品牌的关注。宁波市场正在迅速成为品牌们的重点布局城市。

城市承载商业力量，品牌塑造城市价值。在过去的一年，多场奢侈品品牌的商业大秀为宁波这座时尚城市站台。

2020年8月，宝格丽将SEPRENTI 灯光艺术装置巡展带到宁波和义大道，这也是浙江首展。并邀请知名演员王丽坤参加亮灯形式，给和义带来巨大的客流及市场影响力，当月销售额冲至全国第10位，“七夕”当天销售额创和义大道开业以来的历史新高。

迪奥更是连续举办多场大展，如4月的春装腕表鉴赏会、5月的高级珠宝到店巡展等等。其中，7月底举办的上海高级珠宝展，和义店铺首次成交突破1000万元，大幅带动商圈各品牌高级珠宝活动氛围，并引起各品牌对和义大道优质客户群体的重视。

路易威登围绕高级珠宝及硬箱为主题，每月推出不同重点活动以此激发消费欲望，特别是8月份宁波柏悦举办的高级珠宝硬箱展活动，业绩完成2000万元左右，远超品牌预期。

与此同时，每一次新店进驻，也是全球各大奢侈品牌在宁波的一次次角力。

2020年和义大道新进品牌有12家，包括Piaget、Double B、Gomezia、Maje、Theory、Sandro、Polo Ralph Lauren、Home Bijoux、Longchamp、POP Mart。其中，宁波独有品牌11个，宁波首店4家。此外，还有Sandro、Maje、Theory等重量级轻奢品牌落户。截至2020年末，和义大道商铺出租率首次实现100%。

奢侈品发展至今，早已不是简单的高消费购物，对于城市而言，奢侈品是一个城市消费力、时尚度与影响力的重要体现。对于个人而言，也不只是单纯的物质满足，更是通过消费去选择一种生活方式。

根据麦肯锡数据显示：“从2016年到2025年，现有富裕人群的消费增量将占中国奢侈品消费预期增长的一半以上。至2025年，全球奢侈品市值将增加1万亿元人民币，达到2.7万亿元人民币。估计至2025年将买下44%的全球市场。”

中国奢侈品消费人群和消费市场依旧前景可观。