

下一代想要什么

Dr Alexander Ressos, TEP
Attorney-at-Law (Switzerland), Solicitor (Hong Kong),
Solicitor (England & Wales)

继承人的期望在四个方面不同于其父母。第一是透明度。在银行保密制度终结之后成长起来的客户，期望获得完整的报告、数字化访问和清晰的收费，并不认为保密本身有什么价值。第二是国际多元化。居住在不同国家的继承人需要能够处理多个税制、并能将资产记账于适合整个家族的司法管辖区的顾问。第三涉及新的资产类别。年轻客户对可持续投资、私募市场、加密资产和数字资产以及对科技公司的直接投资表现出更大的兴趣。第四是关系本身。继承人可能希望拥有一位与自己同代、可通过数字渠道联系、既能讨论投资也能讨论企业经营的顾问。

在满足这些期望方面，卢加诺既有优势也有劣势。优势在于意大利语、毗邻米兰、其顾问在意大利家族结构方面的经验，以及一个允许瑞士银行在受监管环境中提供加密资产和数字资产及代币化产品的监管框架。劣势在于：根据第 E.IV 章所述的规则，进入意大利市场的渠道有限，瑞士顾问不得在意大利主动招揽客户；此外还有米兰的竞争——自 2017 年为新居民引入定额税以来（对 2026 年起迁入者已提高至每年 30 万欧元），米兰吸引了一批过去可能会选择卢加诺的财富管理人和家族办公室。¹第 K.I 章将详细分析这一竞争。

下一代想要什么

常见误解。人们常常认为，银行保密制度的终结使意大利客户失去了在卢加诺开展银行业务的理由。然而，在 2015 年至 2017 年合规化之后留下来的资产，是出于稳定性、货币多元化、服务质量以及防范意大利银行体系风险等原因而留下的。未来十年真正的威胁在于代际更替，因为居住在国外并使用数字服务的继承人，维持父母客户关系的理由更少。

1 新客户群体

意大利客户群仍将处于核心地位，但各情景也取决于新的客户群体。第一类是迁居提契诺州的富裕人士。第 E.V 章已介绍瑞士的定额税（按支出征税）以及提契诺州的州级规则，第 H.II 章则介绍了意大利企业家的迁移。每一位拥有可观财富的新居民，都会为当地银行、资产管理人、律师和受托服务机构带来潜在业务。第二类是来自拉丁美洲、东欧和中东的客户，他们由在卢加诺设有针对这些地区的成熟业务部门的银行提供服务，第 E.I 章已就 PKB 等机构说明了这一点。第三类是被第 I.I 章所述卢加诺 Plan B 吸引而来的加密资产和数字资产领域的企业家和投资者。第四类是提契诺州已退休的瑞士和外国居民，他们的储蓄和养老资产需要咨询服务，构成一个庞大且不断增长的本地市场。

本地市场值得获得比其在金融中心讨论中通常得到的更多关注，因为这类讨论往往聚焦于面向外国客户的私人银行业务。根据提契诺州统计局（USTAT）的数据，2024 年提契诺州的储蓄存款为 159.93 亿瑞士法郎，抵押贷款为 569.61 亿瑞士法郎，即人均储蓄约 44600 瑞士法郎、人均抵押贷款约 158700 瑞士法郎。³ 此外还有第二支柱和第三支柱的养老资产。一个老龄化的州会积累起需要管理、在退休期间逐步提取并在身故时转移的资产。这项业务的单客户盈利能力低于国际私人银行业务，但它稳定，并随人口结构而增长。

2 注释

1. 《意大利所得税统一法》（TUIR）第 24-bis 条，
<https://www.brocardi.it/testo-unico-imposte-redditi/titolo-i/capo-i/art24bis.html>（替代税“nella misura di euro 300.000 per ciascun periodo d'imposta”，每名家庭成员 5 万欧元，可选择适用十五年）；deQuo，“Flat tax neo-residenti”，2026 年 5 月 21 日，
<https://www.dequo.it/articoli/flat-tax-neo-residenti>（由 2017 年预算法即第 232/2016 号法律引入；2024 年 8 月 9 日之前为 10 万欧元，2024 年 8 月 10 日起为 20 万欧元，2026 年 1 月 1 日起迁入居所者为 30 万欧元）。参见第 E.V、H.I 和 K.I 章。
2. USTAT，12 Denaro e banche（见上文），表 12.5：2024 年人均储蓄存款 44561 瑞士法郎、人均抵押贷款 158710 瑞士法郎，2023 年分别为 39664 瑞士法郎和 155560 瑞士法郎。

仅供一般参考。本文不构成法律或税务意见，不能替代针对个案的专业意见，亦不建立律师与客户关系。本文反映截至 2026 年 9 月的法律状况。

在线版本：cn.helveticaregister.com/lugano-what-the-next-generation-wants