

# 四类个人养老金产品争相上架难改投资者观望情绪 机构业务优势互补形成良性互动或成破局关键

■本报记者 昌校宇 杨洁

“个人养老金业务开展，我对这一‘国家队’产品充满期待。”年满42岁的金融行业中层管理人员侯毓博告诉《证券日报》记者，其所在单位已为他缴纳社保和企业年金，人保寿险福寿年年（个人养老金保险产品）刚好匹配他对具有储蓄与保险双重性质的长期性人身保险的需求，于是果断下单。

从顶层设计出台到一系列配套细则落地，再到资金账户开设、各类相应产品上市，2022年以超预期的速度推进个人养老金制度的启动实施。这既是自上而下的战略推动，也有自下而上市场需求推动的结果。

个人养老金业务“实战”打响，直接利好各类金融机构，一场“同台竞赛”就此拉开。不过，需求层面并不如预期火爆仍是当前难题，面对万亿元体量的个人养老金蓝海，金融机构业务竞争与补位缺一不可，未来通过优势互补形成良性互动或是破局关键。

## 个人养老金业务开展 四类产品同台竞技

4月20日，我国个人养老金制度正式确立。11月4日，个人养老金制度的具体参加流程及相关管理的明确规定出台；同日，业务相关细则则在公募基金公司及商业银行、理财公司等进一步明晰。随后在半个多月的时间里，首批可开展个人养老金业务的商业银行和理财公司机构名单、首批个人养老金基金名录和个人养老金基金销售机构名录，以及首批个人养老金保险产品名单等一系列“人榜名单”相继出炉，个人养老金制度进入实操阶段。

个人养老金业务实战打响，悄无声息地“蓄谋已久”的金融机构积极布局，力求在这一新蓝海一展所长——40家基金公司旗下129只养老基金产品、6家保险公司的7款保险产品率先进入赛道，并已成功出单。

截至目前，符合规定的公募基金是各类个人养老金产品中数量最多的，提前谋划早布局的基金公司，在旗下产品于11月18日入选首批基金名录的基础上新增Y份额，随后陆续开放申购及定期定额投资业务。汇添富基金旗下8只入围产品在展业不足两周时间内，已实现千万元级销量，服务客户数千人；易方达基金旗下7只产品已在直销平台及32家销售机构上线。

养老保险产品期限较长，可达终身，同时具有独一无二的保障功能，竞争力较强。据中国银行保险信息技术管理有限公司官网公布的信息，目前6家险企均已出单。其中，人保寿险在36个先行城市（地区）机构全部实现个人养老金首单落地，多家险企个人养老金保险产品广受各类职业与各个年龄段客户青睐。

和上述两类产品相比，养老储蓄和个人养老金理财产品结构简单，加之银行和理财公司作为发行机构，这类产品具有最广泛的受众基础。

国有四大行已于11月份，在合肥、广州、成都、西安和青岛等5个城市发行特定养老储蓄产品，涵盖5年、10年、15年、20年4个期限，产品利率略高于大型银行五年期定期存款的挂牌利率。根据监管要求，单家银行试点规模不超过100亿元，试点期限为一年。

个人养老金理财产品具体名录虽目前暂未公布，但记者从多家首批开办个人养老金业务的理财公司获悉，他们已做好各项准备工作，将在履行监管报备等手续后第一时间推出首批个人养老金理财产品。

目前，23家银行和11家理财公司获批开办个人养老金业务；16家商业银行、14家证券公司、7家独立基金销售机构获得个人养老金基金的销售资格。

建设银行在线上全渠道正式对外开办个人养老金业务，打通个人养老金资金账户开立、资金缴存、投资交易等功能。建设银行相关负责人介绍，建设银行在业务落地、从业务实践看，政策咨询、开立账户、办理业务的客户量较大。截至目前，我行个人养老金系统运行平稳，客户体验较好。“此外，民生银行、广发银行、宁波银行等多家银行也搭建了“专属养老产品系列货架”，涵盖四大类金融产品。

在银行开启“抢人大战”之际，券商、独立基金销售机构同样反应迅速，在政策开闸后第一时间实现业务落地。广发证券积极与符合要求的基金管理人建立代销合作关系，目前已上线代销216只个人养老金基金产品，计划后续全量上线。雪球基金自12月15日支持用户个人养老金账户的开户和交易以来，已上线超120只个人养老目标基金Y份额。

目前，无论是券商还是独立基金销售机构，均仅与少量银行合作绑定个人养老金资金账户，他们透露，“更多银行正在积极接



入中。”

## 居民观望情绪浓厚 销售难度较大

个人养老金业务步入实操阶段至今尚未“满月”，多家首批展业机构人士坦言，需求层面并不如预期火爆，居民观望情绪浓厚、销售难度较大仍是当前难题。

天弘基金相关业务负责人坦言，“个人养老金业务正处于试点初期阶段，不少居民仍持观望状态，从业务落地至今的调研情况来看，多数居民表示对政策了解较少、操作流程太复杂。”

有银行客服透露，“作为一项新制度，个人养老金制度对居民而言还相对陌生，加之个人养老金产品种类尚在持续丰富中，部分客户对个人养老金账户内资金的投资选择、配置方案等内容仍需专业人员讲解并给出建议。”

也有金融机构反馈，销售难度较大是当前客观难题。博时基金多元资产管理部总经理兼基金经理麦静举例道，养老目标基金均设有持有期，且部分规模较小的产品持有期都为3年甚至5年，长持有期的产品销售难度本就较大；同时，今年权益市场表现不佳，受此影响养老目标基金尤其其在权益中配置的品种业绩承压，而投资者在现阶段也抗拒波动，进一步加大了养老目标基金的销售难度。

对此，各类金融机构均已加大

投教力度和客户服务，引导投资者认知和办理个人养老金相关业务。

易方达基金首席市场官王骏表示，一方面，从个人养老必要性、个人养老规划、个人养老金政策及参与流程等多角度提供知识和服务，力求投资者在全面了解的基础上参与，合理规划养老投资。另一方面，引导养老投资者合理、有效配置资产，鼓励长期定投，定投可以进一步在时间维度上平滑波动，让投资者有更好的投资体验并享受到复利效应，进而增强对个人养老的信心。

建设银行相关部门负责人表示，接下来，将强化科技赋能，开发税务计算器、养老规划、养老计算器等养老工具，帮助客户测算养老资金缺口，个性化测算个人养老金账户节税力度等，让客户更直观地明晰养老需求。

## 各类业务需良好协同 机构期待更多政策支持

东吴证券结合未来个人所得税纳税人数、试点地区放开节奏、个人参与度、缴费抵扣上限后，经测算预计年度新增个人养老金缴费2023年为731亿元、2025年为2767亿元、2030年为4970亿元；对应至2025年累计个人养老金缴费规模为4883亿元，至2030年为22837亿元，具有较大增长空间和潜力。

除竞速外，如何各司其职并在业务上形成良好协同作用，是

摆在各金融机构面前的一道思考题。

在产品端，华夏基金总经理李一梅表示，公募基金要持续夯实投资能力。这背后涉及资产的定义、创设和管理。要善于在资本市场中挖掘出各类优秀的底层资产，通过产品设计将其包装成风格清晰的养老配置底层产品或投资组合，同时也需要深刻理解不同年龄、不同收入水平、不同风险偏好的养老金投资者，针对他们的需求研发出相应的资产配置策略，做好组合管理。还要将产品创设和投资者养老投资需求满足进行有效结合。其次，不断提升金融科技能力。此外，也要注重构建养老金融生态，促进跨机构合作。

理财公司相关人士认为，可运用好广泛多元的客户资源和社会资源，强化与同业机构的交流合作，共同打造服务多层次养老体系的良好生态圈。

就个人养老金保险产品方面，中国养老金融50人论坛秘书长董克用表示，未来保险机构可在简化产品、降低费用、提高收益、增加服务等方面发力。

在销售端，相关机构则对政策面有更多期待。从代销品类看，银行能代销个人养老金全品类产品，而多数券商都只能代销公募基金这一类产品，银河证券相关负责人希望能打破“监管隔离墙”，并在此基础上放开对券商销售养老理财的限制。

# 以差异化谋求个人养老金新蓝海立足之本

■昌校宇

从4月20日正式确立，到2022年临近“收官”前的一个月各类业务顺利开展，个人养老金制度在期待中稳步前行，也注定在多层次、多支柱养老保险体系发展进程中留下鲜明的印记。

与普通存款、理财产品不同，投资者参加个人养老金可享受递延纳税优惠，这为市场稳步拓展客群从

而扩大养老财富储备提供支撑；同时，个人养老金市场具有长期可行的商业逻辑，且有机构测算2030年或将迎超万亿元增量资金，预示其潜力不可估量。

体量并非唯一惊艳之处，个人养老金在投资运作上也呈现“多点开花”势头。与上述需求相对应的是，各类金融机构所提供的储蓄存款、理财产品、公募基金、商业养老保险等四类个人养老金产品在供

给面持续呈现。不过，或因尚处初始阶段，个人养老金市场仍存优质的金融产品供给不足、产品同质化有待改善等问题，因此，如何基于自身禀赋，细分客群精准产品、差异竞争蓝海市场成为各类金融机构答好时代新命题的关键。

个人养老金管理是一个系统化工程，非常考验各类金融机构产品创设、财富管理综合实力。鉴于四类个人养老金产品结构各有不

同，笔者建议，银行可考虑将传统定期存款及特定养老储蓄产品放入个人养老金账户产品列表；理财产品可考虑丰富个人养老金理财产品“货架”，发行投资策略成熟、适合个人养老金长期投资或流动性管理需要的理财产品；基金可充分发挥投研优势和核心资产的挖掘能力，坚持丰富个人养老金基金的策略布局，坚持培育长期绩优产品；保险公司在产品设计上可充分发挥精算优

势及养老产业的布局优势，探索“浮动收益+终身领取”“投资型产品+重疾保障”等个人养老金保险产品形态。

市场规模扩容需要各层面机制的完善，以及包括金融机构在内的市场各方的全力以赴。未来，金融机构既要做好参与者，更要做好护航者，以服务为经、产品为纬织密保障网，才能更好守护广大投资者对美好生活的向往。

# 试点城市“扩圈” 数字人民币优势和价值持续凸显

■本报记者 李冰

12月19日，京东、美团接连发布消息，将联合银行机构面向新一批数字人民币试点地区居民发放消费礼包。据数字人民币（试点版）APP显示，数字人民币试点城市已扩大范围。

零壹研究院院长于百程对《证券日报》记者表示，“数字人民币试点城市扩容，对推动经济、金融的影响将是深远的，后续试点城市仍将进一步扩容，最终实现全覆盖。”

## 试点城市扩容

目前，数字人民币试点地区再次扩大范围，包括北京、天津、河北省、大连、上海、江苏省等17个省市的26个试点地区。

“市场对数字人民币试点扩围消息期盼已久，此次试点城市扩围意味着数字人民

币试点城市向全国扩围再进一步。”博通咨询金融资深分析师王蓬博对《证券日报》记者表示，“目前在应用场景上数字人民币正从C端拓展至B端和G端，并在智能合约的支持下，发挥其透明可信可追溯的特性。”

综合来看，目前使用数字人民币，转账、提现均无需手续费，商家日常结算也无需手续费。且数字人民币还具有无网支付、可匿名等优势。同时，数字人民币双层运营架构等顶层设计已通过全方位测试，其可行性和可靠性得到有效验证。

“现阶段，数字人民币试点发展态势稳步向前，并以数字人民币红包发放或者数字人民币消费贷等方式提振消费已显现出一定成效。”易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮对《证券日报》记者表示，目前数字人民币发展趋势是发挥其在小额零售消费领域的作用，为用户提供更加丰富的支付选择，使得数字人民

币加速融入百姓生活。

## 银行机构正联合互联网平台促消费

在扩围背景下，已有多家银行联合互联网平台送出新试点地区礼包。12月19日，面向全国试点城市，京东科技将联合中国银行、建设银行分别开展“数字人民币中好礼”“建面有礼”的数字人民币体验活动，为试点地区用户提供最高333元数字人民币大礼包。仅2022年，用户在京东使用数字人民币消费金额超15亿元，同比增长超10倍。

记者从零售平台美团获悉，在数字人民币试点扩围后，美团联合中国银行，面向新一批试点地区居民发放数字人民币消费礼包。自今年1月份美团在平台各类场景开通数字人民币支付以来，截至目前，近1000万用户在美团领取消费红包，全国试点地区超过120万家中小商户因此受益。

多位受访者认为，随着试点不断扩围，数字人民币提振消费、服务实体的价值受到各地政府广泛认可，普惠性持续凸显，也成为各地促消费、稳增长的一种新趋势。据央行数据显示，2022年，各试点地区政府围绕“促进消费”“抗击疫情”“低碳出行”等主题累计开展了近30次数字人民币消费红包活动，有力促进社会消费回补与潜力释放。

目前，数字人民币的试点场景已涵盖批发零售、餐饮、文旅、政务缴费等多个领域，用户可得性和便利性已得到极大提升。

王蓬博表示，“数字人民币在促进消费，提升金融普惠方面的价值逐渐显露。数字人民币在定向支付等场景，均能发挥其优势，尤其适合消费补贴资金的精准发放。未来仍需增加B端企业对数字人民币的使用频率，促进数字人民币应用场景与产业更好的结合，充分发挥出数字人民币的优势和价值。”

# 期货品种集中“上新” 机构把握国际化机遇

■本报记者 王宁

岁末年初之际，期货市场新品种供给提速，工业硅期货和期权、螺纹钢期权、白银期权，以及8个豆类期货和期权品种引入境外交易者，一篮子期货和期权品种推出在即。

多位业内人士向《证券日报》记者表示，期货品种集中“上新”更多体现行业在服务实体经济时所发挥的重要功能，同时，新品种的推出和国际化品种的扩容也将为行业带来新机遇。

## 新品种将填补更多空白

12月22日，作为广州期货交易所首个品种，同时也是期货市场首个绿色品种的工业硅期货即将推出；12月23日，工业硅期权也将挂牌交易；12月26日，螺纹钢和白银期权将于上期所挂牌交易，同日黄大豆1号、黄大豆2号、豆粕和豆油8个期货和期权正式引入境外交易者。

在业内人士看来，新品种的推出填补了期货市场多个领域的空白，未来的期货市场是充满诸多机遇的，尤其是在行业对外开放背景下，国际化业务更具吸引力。

自2018年铁矿石期货成为国内首个引入境外交易者的已上市品种以来，5年间，期货市场高水平制度型开放举措渐次落地，对外开放品种日益丰富，规则体系日益完善，境外交易者通过特定品种方式参与路径，在不断实践中已日益成熟。

同时，今年新颁布施行的《期货和衍生品法》，填补了涉外期货交易法律制度的空白，规定了更适应国际化要求的期货交易、结算、交割等制度，并设专章规定了跨境交易和监管协作，从“引进来”和“走出去”两个方面规定境内外交易者跨境交易应当遵守的行为规范，构建了境内外市场互联互通的制度体系。

方正中期期货研究员王亮亮向《证券日报》记者表示，期货期权品种集中“上新”，一方面反映出我国期货市场运行非常平稳，特别是《期货和衍生品法》实施使行业法律法规更加健全，另一方面，也反映出实体经济对风险管理工具的强烈需求，期货价格发现和套期保值两大功能在企业发展过程中起着非常重要作用。

南华期货董事长罗旭峰对记者表示，近年来，中国期货市场国际化进程加快，越来越多的品种允许境外交易者参与，尤其是在豆类期货和期权将正式引入境外交易者背景下，国际化品种的产品线进一步丰富，这不仅提高中国期货市场在国际大宗商品市场中的参与度，满足境外产业客户风险管理需求，降低境内企业由于使用外汇结算而带来的外汇波动风险，更会提高我国相关品种在全球市场的辐射力，进而提高我国大宗商品的话语权。

## 市场期盼豆类期货期权国际化

随着境外交易者可正式参与黄大豆1号、黄大豆2号、豆粕、豆油期货和期权交易，豆类期货和期权的对外开放工作又向前迈出了重要一步。

本次对外开放的8个豆类品种，均有十几年的上市历程，特别是黄大豆1号和黄大豆2号品种，最早可溯源到大商所成立时的大豆期货，庞大的国际市场和贸易背景也使得相关品种形成了一定的国际关注度和影响力，不少大型境外产业企业早已通过中国境内设立的子公司参与，对于国内期货市场规则较为熟悉，拥有较好的国际化基础。

中银国际环球商品(英国)有限公司首席执行官姚磊表示，此次大商所引入境外交易者必将吸引境外产业客户、贸易商、机构投资者陆续参与进来。境内外市场的联动性将更强，跨市场交易将更为便利，境内外客户可以开展套期保值等业务，降低市场不确定因素的影响，进而实现全球范围内的产业链风险管理。

马来西亚大华继进证券私人有限公司衍生品部资深经理Issabelle Cheah告诉记者：“境内外交易者对大商所豆类国际化的呼声一直很高，2020年棕榈油期货国际化后就有许多客户对交易豆类品种表达了意愿，对境外机构来说是非常好的机遇，尤其是考虑到我司客户主要涉及食用油领域。”

东证衍生品研究院农产品资深分析师黄玉萍告诉记者，当前芝加哥期货交易所(CBOT)大豆期货是全球大豆定价基准，中国需求对国际大豆供需和价格有重要影响。此次国内豆类期货和期权引入境外交易者，有助于进一步扩大中国市场影响力。从产业机构参与角度来讲，国际粮商早就有参与我国大豆压榨行业交易的需求，同时，众多外资金融机构也有不同程度参与我国期货市场交易的渴望；国内豆类期货期权国际化，有利于进一步扩大境外投资者数量，优化期货投资者结构，让期货市场更好地发挥价格发现功能。