



# 服务万亿“银发经济” 养老金融加速升级

中经记者 张漫游 北京报道

面对中国60岁以上老人人口超过3.1亿、银发经济规模预

计在2025年达15.8万亿元的巨大市场,从单一储蓄需求到“财富管理+健康服务+生活保障”的综合诉求,老年群体需求结构

的深刻变革正在重塑养老金融市场格局。

在10月底重阳节期间,农业银行(601288.SH)、建设银行

(601939.SH)、中国银行(601988.SH)接连发布专属养老金融产品,一场以“综合生态转型”为核心的银发赛道争夺战全面打响。

业内人士分析指出,这场变革既是金融机构从产品供给向生态服务的跨越,更是对“老有所养、老有所依、老有

所乐”民生诉求的精准回应,万亿级养老金融市场正迎来前所未有的发展机遇与深度变革期。

## 从单一产品到生态闭环的转型突破

商业银行不断完善存款、理财、保险、基金等养老财富管理产品体系,开展养老信托,并创新养老服务金融产品。

我国老龄化进程持续加速,给经济社会发展带来深远影响。政策层面,中国人民银行、国家金融监督管理总局等九部门联合印发《关于金融支持中国式养老服务银发经济高质量发展的指导意见》提出下一步金融支持养老事业的目标,即到2028年,养老金融体系基本建立,养老金融产品和业态逐步丰富,养老金融意识普遍形成,养老金融供给水平有效提升,人民福祉得到有效增进。到2035年,各类养老金融政策效果充分显现,养老金融产品和服务更加精准高效、养老资金投资管理更加成熟稳健,基本实现中国特色金融和养老事业高质量发展的良性循环。

在监管指引下,商业银行尤其是国有大行率先发力,通过打造专属品牌、构建服务体系,推动养老金从单一产品向生态闭环转型。

日前,建设银行推出“健养安”养老金融品牌,构建“1314”养老金融服务体系——打造“养老金融专业银行”一个目标,发挥“客户、资产、科技”三大优势,突出“专业稳健一站式”特色,搭建包含“养老金融、养老服务金融、养老服务金融、养老金融生态”四位一体的养老金融服务体系。农业银行推出“农银养老”服务品牌,构建“3+2”养老金融服务体系——覆盖养老金金融、养老服务金融、养老产业金融三大领域,夯实养老金融科技支撑、强化养老金融消费者权益保护。中国银行推出“中银银发”养老金融品牌,围绕养老个人需求与养老产业发展构建养老金融服务体系——以“岁悦长情”三大系列(长情、温情、温情)满足多样化养老个人需求,以“颐养同鑫”三大系列(恒鑫、惠鑫、

受访者参与个人养老金相关政策情况(按个人税前年收入细分)

年收入	不了解该政策	了解该政策,未参与	了解该政策,已参与
6万元及以下	40.90%	35.90%	23.20%
6万~10万元	25.40%	43.40%	31.20%
11万~15万元	18.30%	45.60%	36.00%
16万~20万元	12.70%	43.20%	44.10%
21万~30万元	11.30%	44.50%	44.20%
31万~40万元	9.40%	38.40%	52.20%
41万~60万元	10.30%	32.80%	56.90%
60万元以上	9.90%	22.10%	68.00%
总体	23.70%	40.80%	35.40%

数据来源:《中国养老财富储备调查报告2024》(中国保险资产管理业协会)

同鑫)赋能养老产业发展。

中国银行研究院主管级高级研究员杨娟向《中国经营报》记者分析称,本轮商业银行养老金融品牌服务升级重在围绕养老金金融、养老服务金融与养老产业金融三个维度全面树立养老金融品牌形象,构建养老金融服务体系,又重视建设具有自身特色的养老金融生态体系。通过创新完善养老金金融与养老服务金融产品服务,能够更有力地吸引老年客群;通过研发养老产业专属信贷产品与服务、加大养老产业信贷投放,能够更有力地支持养老产业与银发经济。

需求端的结构性变化,成为生态转型的根本驱动力。杨娟向记者分析称,近两年,随着我国居民对人口老龄化的认识日益深刻,备老群体普遍存在养老焦虑,而且随着年龄增长,备老群体对未来养老焦虑的程度有所加大。

中国保险资产管理业协会发布的《中国养老财富储备调查报告(2024)》显示,从未想过养老规划的受访者比例连续下降,由2021年的21.5%下降至2022年的19.6%,并进

一步下降至2023年的14.2%,三年间下降了7.3个百分点。60.3%的受访者期待的着手养老储备规划“理想年龄”集中在31~45岁区间。其中,重视养老规划并计划尽早着手的青年受访者有所增加,29岁以下受访者中有51.5%认为在35岁之前着手养老储备规划更好,该比例较2022年上升了6.7个百分点。

“随着第三支柱个人养老金制度的推出,备老群体的养老储备意识不断增强,对具备‘稳健增值+长期保障’特征的养老财富管理产品的接受程度不断提高。商业银行不断完善存款、理财、保险、基金等养老财富管理产品体系,积极开展养老理财与特定养老储蓄试点。同时,突出自身特色,开展养老信托,并创新养老服务金融产品。当前,养老信托除满足高端净值客户需求外,正随着不动产信托财产登记制度的完善,向普惠型财富管理转型。银行与信托结合,能够充分利用信托账户的优势,构建品类丰富的居民养老综合金融服务体系。日益丰富的养老财富管理产品体系更容易吸引留住备老群体。”杨娟说。

## 从卖方思维到买方思维

商业银行的养老金融服务升级,是由“以产品为中心”向“以客户为中心”经营思维的重大转变。

值得一提的是,近期《关于促进养老理财业务持续健康发展的通知》(以下简称《通知》)的落地,标志着养老金融进入精细化发展新阶段。

某理财公司人士认为,银行下一步养老金融升级的方向是养老理财“金融产品+服务”解决方案的逐层全面升级。商业银行的养老金融服务,将由“单一养老理财产品推介”,向“养老理财产品叠加增值养老服务”模式逐步迈进,最终提供给客户“一站式的养老金融规划综合解决方案”,是由“以产品为中心”向“以客户为中心”经营思维的重大转变。

上述理财公司人士介绍称,养老理财产品的升级体现在两方面:其一是市场供给方增加,准入更加严格,商业银行的养老理财产品更加优质。《通知》在产品信息披露层面和代销准入层面提出了非常高的要求,使得养老理财产品更加优质。信息披露上,要求“养老理财产品业绩展示与基础资产表现相挂钩,客观反映基础资产风险收益特征”;产品代销准入上,要求“应当综合考虑产品业绩比较基准过往达成情况、产品风险收益匹配情况、产品业绩展示和信息披露合规情况等因素,不得简单依据产品业绩比较基准或者过往业绩高低进行准入审查”。此外,养老理财产品发行机构供给方由11家增加至29家。这就使得未来真正具备“大类资产配置能力、长期限资产获取能力、全面风险管理能力及优秀投资运作能力”的养老理财产品设计者才能得以胜出,提供给老百姓的是真正优质的养老理财产品。

其二是养老理财产品本身的结构设计更加灵活、多元,能更好匹配投资者个性化需求。《通知》支持养老理财产品本身嵌入“赎回机制、分红机制、流动性方案”,更好匹配投资者个性化需求。

上述理财公司人士指出,境外商业银行为老龄客户提供的养老服务在金融模式上更加成熟多样。一是与第三方机构合作,向客户提供补充养老服务。如美国银行通过旗下信托公司“美国信托与美林”,引导客户到第三方养老机构享受特定折扣。二是以分档养老服务费的方式,为客户提供健康养老服务。

养老理财“金融产品+服务”的升级也体现在两方面,上述理财公司人士介绍称,一方面是“养老理财产品+场景化增值服务”的探索更加深入和成熟。《通知》提到,“支持试点理财公司将养老理财产品收益领取与健康、养老服务相结合,为投资者提供养老金融综合解决方案”。另一方面是“以养老投资咨询服务作为前端,养老资产管理与增值服务作为服务后端”的养老规划综合性解决方案未来可期。

养老金融下一步的转变不只在养老金融产品方面。杨娟建议,商业银行养老金融升级可以从三方面发力,一是扎实服务三支柱养老保险体系,支持基本养老保险基金与社保基金保值增值,支持企业年金提质扩面,支持第三支柱养老金全面发展。二是不断完善养老产业金融支持机制,打造支持养老服务发展的综合金融机制,做好老年用品制造业的多元融资支持。三是加强养老金融生态建设,围绕老年群体、政府部门和银发企业等各方面需求,通过搭建居家养老服务平

台,建立银发企业供需对接渠道、提供养老服务机构资金监管服务、协助民政部门发放养老补贴、拓展社会保障卡应用场景等措施,建设企业—客户—政府价值共生型养老金融生态。

上述理财公司人士指出,境外商业银行为老龄客户提供的养老服务在金融模式上更加成熟多样。一是与第三方机构合作,向客户提供补充养老服务。如美国银行通过旗下信托公司“美国信托与美林”,引导客户到第三方养老机构享受特定折扣。二是以分档养老服务费的方式,为客户提供健康养老服务。如摩根士丹利财富管理公司协同巴尔的摩健康顾问公司 Pinnacle Care 合作,制定由简单到多元的三个层级会员制,为客户提供基本的居家生活评估和医疗咨询服务;中间档为客户提供专业个人健康顾问、旅行助理和全天候应急服务;最高档为客户提供医疗费用和保险索赔等关乎客户健康与医疗需求的服务。三是综合性养老服务。美国银行的“Merrill Lynch Clear”方案,为客户提供住房、理财、健康评估、休闲服务等一站式服务,全方位涵盖老年客户生活。

“国外经验显示,投顾业务与养老金计划相辅相成,美国401K及IRA计划推出后,客户‘一站式’理财规划需求较大,催生投顾业务。且随着Deepseek之类智能科技大发展,运用大数据结合客户的投资偏好为客户做资产配置,让每位客户享受到个性化的专业服务变得咫尺可得。”上述理财公司人士表示。

## 上市公司理财“攻防战”:加仓+风险上移

中经记者 秦玉芳 广州报道

近期,上市公司闲置资金理财方面的“加仓”行为引人注目。

公开资料显示,自10月以来,已有十余家上市公司发布委托理财计划调整公告,上调委托

### 理财预算频“加仓”

自10月份以来,多家上市公司相继发布公告,宣布上调理财额度或风险等级。

例如,千年舟(873924.NQ)发布公告称,公司拟利用自有闲置资金购买理财产品的额度从2亿元增加至3亿元。久易股份(831006.NQ)公告也显示,拟将自有闲置资金购买理财产品的额度从8000万元调整增加至1.5亿元。视声智能委托理财资金从1亿元提升至2亿元;三美股份从20亿元提升至30亿元;天华新能(300390.SZ)投资额度增加了10亿元;荣信文化(301231.SZ)可投资产品从低风险调升至“中低风险”。

Wind数据显示,仅10月份以来就有十余家上市公司宣布提升计划委托理财的额度或可投产品风险等级。

从认购情况来看,根据Wind数据,11月1日至6日,上市公司新增理财产品认购金额52.66亿元,其中多为结构性存款、银行理财和证券公司理财产品。

易观千帆证券业咨询专家夏雨认为,上市公司上调理财资金规模与风险等级,主要是出于收益压力与资金效率考量。夏雨指出,近半年来,制造业是发布闲置资金理财公告的核心行业,公告数量占比

理财额度或提升可投资产品风险等级。

业内人士分析指出,宏观经济增速放缓、市场利率持续下行及监管规范要求等多重因素影响下,上市企业短期内对理财配置的需求迫切,且风险偏好也在从

“保本型”向“中低风险”的多元化策略迁移。不过整体来看,这是战术性调整而非战略性转向,当前上市企业在理财配置上更关注风险与收益的平衡,“固收+”策略成为承接上市公司理财需求的主力。

与此同时,监管政策也为上市公司理财行为拓宽了空间。邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏指出,根据金融监管部门的制度要求,企业在年内完成对理财产品中不合理估值账户的整改,以全面落实《创业板股票上市规则》等相关规定。

苏商银行特约研究员武泽伟强调,提升理财资金规模和风险等级背后,反映了企业积极寻求资产收益最大化的财务目标。这一现象并非短暂的应激反应,而是标志着部分企业资金管理理念发生了根本性的战略转变,从过去极端保守的现金管理,转向在风险可控范围内主动进行资产配置,以实现资金长期保值增值的系统性战略。

“这一现象既有宏观流动性宽松下的短期应激因素,也反映出企业资金管理理念正经历深远的战略转变。在存款利率持续下行的背景下,传统存款产品收益显著走低,企业为提高资金

使用效率,逐步将目光转向收益更具吸引力的理财产品。

盘古智库高级研究员余丰慧

也强调,从宏观环境看,市场利率

持续下行,传统存款收益较低,企

业希望通过增加投资于中低风

险理财产品来寻求更高的收益。这

背后反映出企业在闲置资金管

理上更加注重效率与回报的平衡。

与此同时,监管政策也为上市公

司理财行为拓宽了空间。邮储银

行(601658.SH)研究员娄飞鹏指

出,根据金融监管部门的制度要

求,企业在年内完成对理财产品

中不合理估值账户的整改,以全

面落实《创业板股票上市规则》

等相关规定。

## 更关注风险与收益平衡

尽管短期“加仓”行为引人注目,但从长期数据来看,当前上市公司理财规模整体仍呈下降趋势,配置结构也在持续优化。

Wind数据显示,2025年7月至11月6日,570余家上市公司合计认购理财规模约2508亿元,较去年同期下降45.3%,较2023年同期降幅达37.8%。从资金来源看,自筹资金用于理财的规模同比下降超过54%,降幅更为明显。

在配置结构方面,上市公司对传统存款类、银行理财类低风险产品的积极性持续下降,而对基金专户之类产品的配置意愿逆势回升。根据Wind数据,2025年7月至11月6日,上市公司基金专户认购基金9.5亿元,同比增幅达41.6%。相比之下,存款、结构性存款、投资公司理财产品认购金额同比降幅均超过50%,银行理财产品认购金额同比下降也超过20%。

此外,上市公司对证券投资的积极性也在明显升温。下半年以来,和顺石油(603353.SH)、永吉股份(603058.SH)等多家上市公司相继发布使用闲置自有资金进行证券投资的公告,进行股票市场、债券市场、公募基金、新股配售和申购等资产投资。

在林先平看来,上市公司的理财偏好确实在发生变化,从以往偏向保本型产品,逐步转向中低风险的净值型产品。

余丰慧也指出,整体趋势显示,企业偏好于具有流动性的中低风险产品,并且愿意承担一定的市场波动以换取更高的收益。

不过,泰山基金发展研究院分析指出,尽管风险偏好有所抬升,但整体仍以中低风险、高流

动性产品为主,理财收益率中位数维持在1.2%~2.1%区间。

在林先平看来,当前企业理财的主要趋势是追求收益与风险的平衡。多数企业将风险容忍度控制在较低水平,通常要求本金安全,仅能接受小幅波动。风险偏好的“天花板”在于不能影响企业主营业务所需的流动资金,且不能出现重大本金亏损。

娄飞鹏进一步强调,尽管部分企业将理财额度上调,但资金用途严格限定于不影响正常经营的闲置资金,主业核心地位未动摇。国有企业和大型上市公司普遍维持保守策略,而部分民营资本开始尝试含权类产品。这种分化说明行业特性、企业规模等因素仍深刻影响资金管理理念,尚未形成全市场的统一转变。

在这种追求风险与收益平衡的需求驱动下,针对上市公司理财配置的产品策略调整趋势也愈加凸显。

余丰慧表示,随着风险偏好的调整,上市企业在理财产品选择上开始青睐那些既能提供稳定收益又能带来一定增值潜力的产品。比如,“固收+”策略下的产品受到了广泛欢迎。

与此同时,资管机构也在积极推进产品策略调整,以满足上市企业配置需求,尤其在“固收+”策略方面。

夏雨分析认为,“固收+”策略无疑是当前承接上市公司理财需求的主力,各类资管机构的“固收+”策略也正加速分化。银行理财子公司多以利率债、信用债为底仓,在“+”部分增配量化增强、非标资产、分红机制等,兼顾稳健与流动性;券商资

管则更注重权益弹性与策略灵活度,常通过可转债、量化中性、事件驱动等策略提升收益;信托机构则依托项目资源优势,布局“固收+另类资产”,如基础设施债权、消费金融ABS、准REITs、不动产债权计划等,以差异化补充收益来源。

“当前,新的备选池正扩展至黄金之类商品资产、基础设施公募REITs、海外中短债、私募固收基金等方向,体现出机构在‘稳中求进’下的资产创新与客户精细化经营趋势。”夏雨补充道。

此外,不少市场业务分析人士强调,随着利率市场化深化,预计企业将延续“核心业务+稳健理财”的双轨策略,但也要关注“脱实向虚”的风险。

武泽伟指出,监管机构在鼓励企业提升资金效益的同时,也强调募集资金应聚焦主业、服务实体经济,严禁将理财资金用于永久性流动资金补充或偿还借款。投资者应关注企业主业盈利能力与理财收益的合理性,避免过度依赖理财粉饰业绩。

展望未来,泰山基金发展研究院方面认为,上市公司理财市场预计朝着更加规范化、专业化与多元化的方向发展。在存款利率持续走低的背景下,数千亿元规模的公司存款有望逐步转向理财市场,并可能通过QDII、南向通等渠道拓展至境外资产。从根本上说,上市公司需在提升资金使用效率与坚守主业发展之间取得平衡,避免过度依赖理财收益。只有做到风险可控、主业突出、信息披露透明,理财行为才能真正服务于公司高质量成长与实体经济需要。