

# 个人养老金制度全国落地周年记:提升“存量”黏性成新焦点

中经记者 张漫游 北京报道

自2024年12月15日个人养老金制度从36个先行试点城市推广至全国,至今将满一年。这项关乎亿万民众的养老保障制度,在拓宽覆盖面面上进展迅速;截至2025年三季度末,开户人数已突

破1.5亿大关,明显超过2024年11月末试点城市的7279万人。

与此同时,一度备受关注的“开户热、缴存冷”现象,在税收优惠宣传加强、产品供给日益丰富以及银行场景化营销推动下,已出现积极变化。然而,结构性挑战依然突出:年度顶格缴存率

仍处低位,大量账户处于“沉睡”或“试水”状态。

在业内人士看来,个人养老金制度正经历从“量变”到“质变”的关键转型期,如何提升投资体验、增强长期陪伴服务、缓解流动性焦虑、提高存量客户的黏性,成为其持续健康发展的关键。

## 破解“缴存冷”:多维驱动下的参与度提升

多家银行将养老金缴存嵌入工资代发、年终奖发放等场景。同时,税收优惠认知提升,产品供给丰富。

全国推广近一年来,个人养老金制度在提升资金缴存意愿方面已初显成效,早期“只开户、不存钱”的局面正在逐步改变。

在上海金融与发展实验室特聘研究员王润石看来,银行主动营销与场景嵌入是“开户热、缴存冷”境况转变的原因之一,多家银行将养老金缴存嵌入工资代发、年终奖发放、信用卡积分兑换等场景,并通过“一键缴存”功能降低操作门槛。

王润石补充道,“开户热、缴存冷”改变的原因还有两方面,一是税收优惠认知提升。随着个税汇算清缴宣传加强,越来越多的中高收入群体意识到每年12000元额度可抵扣应纳税所得额,节税效应有一定价值。二是产品供给丰富。指数基金、储蓄国债等低波动、高信用等级产品覆盖了更广泛风险偏好人群,提升了缴存后的投资获得感。国家社会保险公共服务平台数据显示,目前市场在售的个人养老金产品已达951只。

不过,“开户热、缴存冷”问题尚未根本扭转。邮储银行(601658.SH)研究员娄飞鹏告诉《中国经营报》记者,公众对个人养老金的认知仍不足,部分投资者对基金类产品波动敏感,而储蓄类、保险类产品虽稳健但收益吸引力有限,难以激发持续缴存意愿。

王润石亦赞同上述观点,他分析称,到2025年三季度,虽然总开户数激增至1.5亿户,但真正完成年度顶格缴存的比例仅提升至25%—35%,说明“开户热、缴存冷”

的结构性问题依然存在,并未根本逆转。值得注意的是,有任意金额缴存的账户比例已升至50%以上,表明用户参与意愿正在从“完全躺平”向“小额试水”过渡。银行应强化“缴存即享权益”机制,如缴存后赠送专属理财额度、保险保障、消费优惠等,提升即时激励。同时,推动企业端参与,鼓励企业将个人养老金纳入员工福利体系,例如匹配缴存或提供信息辅导。此外,优化税收激励结构,探索对低收入群体给予财政补贴式激励。

当一部分客户完成了从“开户”到“缴存”的第一步跨越后,制度面临的下一重考验随即浮现:如何让他们愿意年复一年地持续投入,而不是成为“一次性客户”或“沉睡账户”?

一位曾开通账户并缴存个人养老金的客户向记者坦言:“最初缴存主要是为了年度抵税。但今年单位薪资结构调整后,通过其他专项扣除已经足够实现年度抵税,个人养老金要锁定到退休才能支取,流动性太差,就不想继续缴存了。”

除了直接的税收优惠和流动性考量,金融机构服务的缺位是另一个突出痛点。王润石补充道,银行缺乏持续陪伴服务,开户后银行缺乏定期投教、资产检视和调仓建议,绝大部分客户感觉被遗忘,在漫长的积累期中感觉处于“自生自灭”的状态,自然难以形成持续的缴存习惯和信任感。

娄飞鹏亦认为,部分用户因

初期营销激励完成一次性缴存后,缺乏长效激励机制,导致“缴后即停”。对此,可以从三方面着手改变,一是强化“税收递延”政策宣传,提升优惠感知度;二是推动金融机构从开户奖励转向缴存阶梯激励;三是深化资产配置服务,帮助客户建立长期配置逻辑。

王润石建议,银行应分层运营与精准触达,基于客户收入、年龄、风险偏好进行标签化管理,推送个性化缴存提醒与产品建议。强化“养老规划”理念,并通过智能化手段开展一对N的养老规划服务,将缴存行为与人生目标绑定,而非仅看作“理财”。同时,提升账户活跃度,允许客户在账户内进行产品转换、定投设置、查看收益归因等,增强参与感。此外,政策上建立“轻退出”机制,虽不能提前支取本金,但可考虑允许部分收益用于特定大病支出,缓解流动性焦虑。

## 从“产品货架”转向“生态服务”

展望未来,要构建一个产品谱系完整、风险收益匹配、长期属性突出、服务生态多元的个人养老金投资生态。

在业内人士看来,吸引资金存入只是第一步,让资金长期留在账户内进行保值增值,才是个人养老金制度成功的关键。而个人养老金产品的整体业绩表现,为长期持有提供了一定的信心基础。

以个人养老金理财产品为例,普益标准研究员屈颖向记者分析称,个人养老金产品展现出了相对于普通理财产品的综合优势。在收益层面,截至2025年12月3日,个人养老金理财产品成立以来的平均年化收益率约为3.56%,显著高于同期理财市场整体2.66%的水平。此外,其独有的税收递延政策,也可实质性提升投资者的最终税后回报。

从产品结构看,目前四类产品数量分布不均。国家社会保险公共服务平台数据显示,目前市场在售的个人养老金产品涵盖储蓄类466只、基金类306只、保险类142只、理财类37只。屈颖认为,这种格局的形成源于多重因素:一是行业准备度差异导致起步节奏不同。基金公司和保险机构在个人养老金制度落地前,已长期积累养老型产品的设计、投研与销售经验,如养老目标基金、年金保险等,因此在政策启动后能迅速形成规模。而银行理财公司在养老理财领域起步相对较晚,产品审批、系

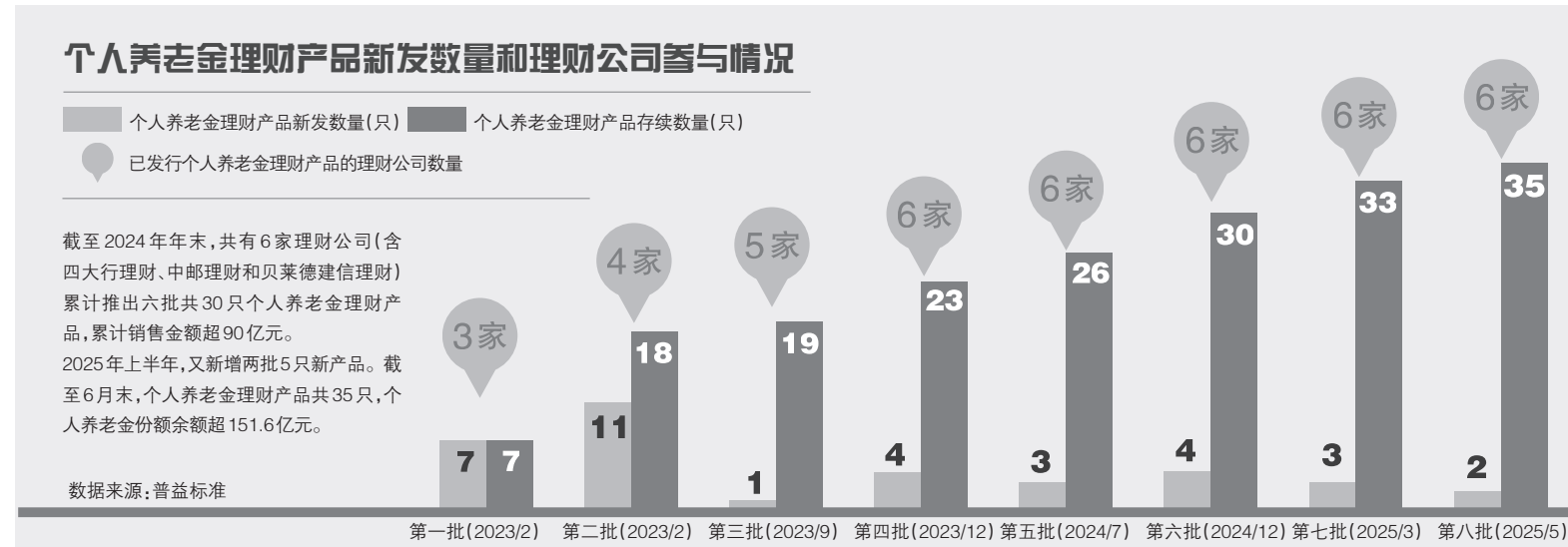
统建设、投研体系等仍处在完善过程中,整体推出速度自然偏慢。二是投资者认知与宣传教育不均衡。基金和保险过去多年持续开展养老投资教育,养老目标基金、商业养老保险等概念在公众心中相对熟悉。相比之下,养老理财作为新类别,客户认知基础较弱。同时,银行渠道虽然覆盖面广,但早期更倾向推广储蓄、保险等成熟品类,使得养老理财的市场接受度提升较慢。三是发行主体与销售渠道限制影响扩容。养老理财产品最初仅由少数大型银行的理财公司发行,参与机构数量有限,销售渠道也较为集中,代销机构较少,导致产品覆盖人群受限。四是产品定位与长期养老金需求的匹配度不同。养老目标基金的生命周期策略、保险产品的保底收益与保障属性,与养老金“长期积累”特征高度契合,而理财产品在长期性和专属功能上的特色则需要时间凸显。

展望未来,要构建一个产品谱系完整、风险收益匹配、长期属性突出、服务生态多元的个人养老金投资生态,是制度从“活起来”到“强起来”的必然路径。上海社会科学院城市与人口发展研究所助理研究员高鹏飞指出,未来的调整目标将是实现投资于物和投资于人相结合的价值

目标。具体来看,第一,持续完善产品谱系,筑牢多层次风险收益的产品基底。在稳健端,落实好储蓄国债(电子式)纳入个人养老金的相关工作,引导银行业金融机构开发更多适合养老需求的储蓄产品。在成长端,在现有养老目标基金基础上,稳步推动更多类型的公募基金纳入投资范围,满足不同生命周期和风险偏好投资者的长期投资需求。

第二,强化产品长期与养老属性,引导“长钱长投”。一是鼓励发行期限更长、分红机制更稳定的养老理财产品,以及提供终身领取选项的养老保险产品。二是建立有利于引导长期持有的产品评价、费率结构和投资业绩展示标准,从制度上抑制短期交易行为,培养参与者的长期投资习惯。

第三,推动服务内涵深化,提升综合养老保障获得感。养老金融包括养老金金融、养老服务金融和养老产业金融。因此,金融机构不仅可以为参与者提供基础金融产品,还可以探索整合健康管理、养老咨询、终身年金转换等附加服务,发展“产品+服务”的综合解决方案,将个人养老金账户从单纯的投资账户,逐步转变为服务于全生命周期养老规划的综合账户,让参与者“即时有优惠、长远有保障”。



# “证券版余额宝”让股票账户闲钱不“躺平”

中经实习记者 孙小琴 记者 夏欣 北京报道

当下,现金管理业务和国债逆回购凭借灵活性和安全性,成为股民账户里闲钱理财的首选。

“00后”新股民赵青宇(化名)

## 基础增值双选项

无论是大型综合券商还是互联网券商,现金管理业务和国债逆回购是股票账户闲钱的基础增值方式,且凭借其灵活性和安全性,成为投资者的首选。

某券商营业部客户经理告诉记者,现金管理业务本质上是证券账户闲置资金提供的一种自动理财服务,其收益相当于“证券版余额宝”。

其核心功能与优势主要体现在三个方面:首先,具备自动资金归集功能,投资者签约后,系统会在每日17点后自动将账户闲置资金投入现金管理产品,既避免了资金闲置,又保障了投资的灵活性;其次,实现交易无缝衔接,当投资者需要买入股票时,可随时从产品中划转资金,不影响正常交易;最后,收益稳定,其收益水平明显高于银行活期存款利率。

某券商营业部工作人员向记者详细介绍了股票账户闲钱理财的整个流程。投资者需先完成券商要求的风险测评,这是匹配合适理财产品的基础。若属于积极型或激进型以上,才能申请部分高风险等级的产品。

用自己股票账户里闲置的5万元购买1天期国债逆回购之后,周末两天获利5.48元。

某券商营业部客户经理告诉《中国经营报》记者:“在日常时段,国债逆回购利率相对平稳,近一年沪市1天期利率主要在年化1.8%左右波动,有时候升

至年化3%以上。一般来说,国债逆回购利率会随市场波动,每逢月末、季度末、节假日前夕,市场资金紧缺,年化利率突破5%是常有的事。”

招商证券(600999.SH)方面告诉记者,自去年“9·24行情”之后,在新开户客户中,35岁以下客群

占比超过55%,25岁及以下客群占比近27%。在国金证券新开户客户中,“90后”和“00后”占比超一半。同时,新股民对投顾服务的需求也呈现出新的特点,如场景化、个性化、社交化特征。为满足这些需求,各大券商纷纷推出定制化资产配置方案。

## 服务创新聚焦年轻新客

多家券商和交易所的数据显示,在新开股票账户的客户中,“90后”和“00后”占比超过一半。

招商证券提供的数据显示,自“9·24”行情之后,新开户客户中,35岁以下客户占比超55%,其中25岁及以下客户占比27%。25岁及以下新开户客户中,男性占比64.78%,女性占比35.22%。尽管该年龄段客户月人均交易笔数远小于其他年龄段,月人均交易不到一笔,但人均收益率却高于26—45岁客群,展现出“少年老成”的投资潜力。

国金证券也指出,新股民年轻化趋势明显。增量客群中,“90后”和“00后”合计占比超一半,而“00后”占比超30%。不过,资产仍集中在“70后”和“80后”客群,占比超50%。此外,换手率与学历呈现一定的正相关性,研究生及以上学历的高换手客户占比较高。

面对年轻化投资趋势,券商除推出前述基础增值工具外,还通过新客专享福利和定制化投顾服务以实现多样化的财富管理模式。据了解,中信建投为新开户客户提供的“新客专享”产品,佣金费率从常规的千分之二大幅降至万分之一,并搭配收益率可达6%的“固收宝”等R1级低风险产品,形成了“低费率+高收益”的组合。该产品期限28天,单账户最高可存5万元,且计息天数以参与时系统显示为准,每个新客仅限购买一次。从交易机制来看,“固收宝”由中信建投以自有资产(如基金专户份额、债券、现金等)折算确定融资金额,通过报价方式向客户融入资金,到期归还本金及收益,质押物由中国证券登记结算有限责任公司保管,进一步确保交易安全。

平安证券的“安心投顾”系列产品是专为新股民及追求稳健投

资的客户设计,通过“专业配置+有温度陪伴”的服务模式,提供一站式基金投顾服务,有效改善客户投资体验。其中,“安心月月盈”以R2中低风险等级定位,起投金额100元,优选短债绩优生,目标回撤控制在-1%以内,近一年上涨/平稳天数超90%,已服务8000多名客户,规模超60亿元,满足稳健理财、资金周转及蓄水池需求。“稳健目标盈系列”则以目标止盈功能为核心,通过自动止盈和续投功能,帮助客户在控制风险的同时实现收益落袋为安。

招商证券则凭借其多元化的现金管理产品、丰富的新客专享福利,对年轻投资者提供精准服务。招商证券为新客提供专享理财以及辅助客户炒股的增值服务工具神奇九转、MACD专家、智能画线、KDJ专家一年的免费体验权。还有Level 2十档行情及投资内参独家呈现各一个月的试用体验权。此外,大师课、股票训练营等投资课程和内容,帮助客户提升投资能力。

针对年轻投资者对投顾服务需求呈现出场景化、个性化、社交化特征,国金证券推出AI投顾服务,聚焦投资决策关键环节,从选股、选基到管账户,全方位提升决策效率。AI投顾深度融入投资全流程,如自选股场景、持仓管理场景、交易决策场景等,投资者输入个人风险承受能力、投资目标、偏好等信息,即可获得定制化资产配置方案。

中金财富方面表示,自“9·24”市场行情反弹以来,客户风险偏好抬升。从签约组合类型偏好来看,权益类组合签约占比明显提升,反映出投资者对权益市场的投资热情及信心显著回暖,行情的修复也改善了交易休眠账户情况。