

个人养老金制度实施三周年 多元产品体系支撑“老有所养”



新华社北京11月26日电《经济参考报》11月26日刊发记者陈涵阳、罗逸姝采写的文章《个人养老金制度实施三周年 多元产品体系支撑“老有所养”》。文章称，11月25日，个人养老金制度迎来正式实施三周年。作为我国养老保险体系“第三支柱”的重要组成部分，三年来，从试点城市扩围至全国，制度设计不断优化，产品种类持续扩容，进一步满足了人民群众多层次、多样化的养老保障需求，有助于促进养老保险制度可持续发展。

日前，财政部、中国人民银行发布的《关于储蓄国债(电子式)纳入个人养老金产品范围有关事宜的通知》明确，符合金融监管部门规定开办个人养老金业务的储蓄国债承销团成员，自2026年6月起，开办个人养老金储蓄国债(电子式)业务，为养老金投资者提供便捷的储蓄国债(电子式)购买等相关服务。

至此，个人养老金产品“货架”进一步为投资者提供了安全、稳健、收益有保障的产品体系。

记者在国家社会保险公共服务平台查询发现，截至2025年11月25日，共发行1245只个人养老金产品，包括37只理财类产品、466只储蓄类产品、437只保险产品类和305只基金类产品。

作为个人养老金产品的重要品类，个人养老金基金业务近年来尤其取得长足增长，产品线持续扩容：从最初的以养老目标FOF为核心，逐步扩展到被动指数基金、指数增强基金等多元化品类；业绩表现同样较为稳健，全市场九成以上Y份额(个人养老金基金的专属份额类别)基金实现了成立以来的正收益。

Wind数据显示，截至11月25日记者发稿，全市场

305只Y份额基金截至今年三季度末的最新规模约为151亿元，相比较2022年末的20亿元增长近655%。从单只产品来看，目前共有36只Y份额产品规模超1亿元，相比2022年末的5只产品也有显著增长。其中，兴安泰积极养老目标五年Y最新规模超12亿元，为当前规模最大的Y份额基金；华夏养老2040三年Y、中欧预见养老2050五年Y等4只产品的最新规模也达到了5亿元以上。基金公司层面，7家公募机构旗下养老基金Y份额管理规模均突破10亿元，相比2022年末同样显著增长。

三年来，个人养老金基金业绩表现稳健。Wind统计数据显示，截至11月25日，全市场305只Y份额基金中，共有293只成立以来的回报率为正，占比约为96%。被动指数类产品表现尤为突出，易方达、华夏、鹏扬、天弘等基金公司旗下科创创业50ETF联接Y份额成立以来的回报率均超过40%。

“个人养老金制度为金融机构在资产端开展长期资产配置提供了新机遇。例如，基金产品已覆盖被动指数型、增强指数型、混合型与债券型FOF，满足中低风险偏好投资者需求，但高收益、高波动型权益产品及另类资产供给仍显不足，难以覆盖追求长期增值的进取型群体。”中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏表示，从个人养老金是按照市场化方式引导个人积累长期养老资产的角度考虑，未来仍需要适当增加配置权益等资产的预期收益较高的金融产品，以更好地吸引年轻群体或者高风险偏好群体加入。

个人养老金产品“货架”“上新”，金融机构加码布局，供给持续升级，这一趋势的背后，是我国个人养老金

制度设计的优化。

2022年11月，个人养老金制度开始在36个先行城市(地区)实施；经过试点探索，2024年12月，人力资源社会保障部等五部门发布通知，自12月15日起，将个人养老金制度从36个先行城市(地区)推开至全国；2025年8月，人力资源社会保障部等五部门对外发布《关于领取个人养老金有关问题的通知》，进一步丰富个人养老金领取情形。

“个人养老金制度实施三年来，整体成效显著。特别是通过三年的落地实施，引导居民从储蓄养老逐步认识并转向投资养老，为居民积累个人养老资产、积极应对人口老龄化积累了经验。”娄飞鹏认为，个人养老金制度作为“第三支柱”的核心补充，政策效能将持续释放。

值得关注的是，个人养老金制度出台三年来开户规模持续增长。截至2024年11月底，我国个人养老金开户人数已突破7279万户。

但在业内专家看来，尽管开户人数不断增长，制度推行中出现的“开户热、缴存冷”等问题依然存在。

娄飞鹏指出，目前居民对个人养老金制度的认知仍然有待进一步提升。

“未来，仍需推动税优政策优化，比如，在领取时免税或者对缴费时收入水平较低的群体在领取时免税；扩大个人养老金金融产品投资范围，如增加权益类资产投资占比，纳入黄金等贵金属作为投资标的；探索默认投资机制，降低投资门槛并引导长期稳健积累，减少决策成本，优化养老资产配置；提高年度缴存上限，为有缴存意愿的群体提供更大的选择空间；加强精准投教，引导居民理解并践行长期投资长期收益的理念。”娄飞鹏说。

新华社北京11月26日电《经济参考报》11月26日刊发记者向家莹采写的文章《财政补贴+金融支持 政策“组合拳”催热年末消费》。文章称，财政贴息与分期免息、以旧换新叠加共振，信用卡消费返现、红包激励层出不穷……时值年末，一套以“国补”为核心的促消费“组合拳”正全面展开，为年末消费市场注入强劲动能。

财政贴息与市场机构资源创新结合，是本轮促消费的鲜明特色。淘宝天猫平台率先上线“国家贴息”专区，消费者购买带有此标识的商品并选择花呗分期，即可享受国家提供的利息补贴。

在手机数码、家电家具等核心品类，消费者还可叠加享受“财政贴息+以旧换新”双重红利。以一款原价4246元的冰箱为例，消费者先享受849.2元以旧换新补贴，剩余金额通过花呗12期免息支付，每月仅需283元。这种创新支付模式显著降低了高价值商品的消费门槛，有效激发了消费者的升级换代需求。

商业银行也积极跟进这一趋势。中国农业银行信用卡与京东商城联合推出国补赠券活动，购买指定商品满3000元即赠100元支付优惠券。平安银行信用卡创新推出“国补分期返红包”优惠，持卡人在淘宝、天猫购买国补商品并使用分期付款，即有机会获得立减红包。

值得一提的是，分期免息在此轮促消费中扮演了关键角色，成为撬动消费意愿的重要杠杆。各大银行纷纷提升分期优惠力度，光大银行信用卡与淘宝平台联动，推出至高“24期0息分期”叠加“单笔最高减200元”的组合优惠，覆盖数码、家电、美妆等多品类。招商银行信用卡在主流电商平台的分期满减优惠，最高立减额度达400元，且部分银行的分期优惠上限较去年进一步提升，显示出金融机构加大投入的决心。

对消费金融而言，“分期免息”更是服务长尾客群、弥补传统金融服务空白的重要抓手。海尔消费金融作为首家产融结合的持牌消费金融公司，近期在郑州、贵阳、西安等城市联动线下专卖店推出全场家电免息分期活动。数据显示，活动累计办

理分期额超千万元，显著缓解了消费者购买成套家电的压力。活动不仅惠及消费者，也为商家带来了实实在在的业绩提升——单场0息分期活动能为专卖店带来30%以上的零售额增长，家电套购用户占比也明显提升，实现了供需双赢。

北京市社会科学院副研究员王鹏分析指出，“财政补贴+金融支持”的创新模式既降低了消费者的信贷成本与大宗商品消费门槛，推动消费观念从“储蓄型”向“适度信贷型”转变，释放潜在需求，又助力商家提升销量、扩大市场份额，形成“销量—利润—再投资”的良性循环。

他特别强调，根据官方测算，在1%的贴息比例下，1元财政资金可撬动100元贷款投入消费领域，这种“四两拨千斤”的效应促使分期免息从“应急工具”转变为居民日常的“财务规划手段”，有效激活了消费市场基本盘。

在降低信贷成本的同时，将金融产品和服务精准嵌入消费场景，是此轮促消费的另一显著特征。邮储银行株洲市分行创新采用“总部对接+门店落地”联动模式，聚焦本地知名连锁品牌，打造特色消费场景，强化商圈与信用卡业务绑定。截至10月底，该行信用卡消费金额达15亿元，同比增长5.72%，发放消费补贴超300万元，有力推动当地消费市场升温。

马上消费金融则通过自有App上线“爱尚重庆·愉悦消费”主题活动，推出“贴息福利”抽奖和优惠券发放，同时与近400家互联网平台及金融机构合作，将金融服务嵌入家居、电子、旅游、医疗、养老等重点消费领域，构建起立体化的消费金融生态，有效促进商品和服务流通。

展望未来，如何让金融活水持续精准滋养消费市场，仍需深入探索。招联首席研究员董希淼建议，下一步应在“精准”与“嵌入”两个维度持续发力：信贷供给要精准直达，围绕文旅、康养、教育等服务消费新热点开发专项产品，同时扩大财政贴息覆盖面，更广泛降低居民信贷成本；服务模式要深度嵌入消费场景，通过支付环节智能推荐分期方案、与电商及短视频平台打造联名产品等创新方式，将金融服务无缝对接消费决策全流程，提升用户体验与黏性。

财政补贴+金融支持 政策“组合拳”催热年末消费