

互联网养老理财产品对养老金融的影响研究

吴贵鹏

贵州大学经济学院, 贵州 贵阳

收稿日期: 2025年3月29日; 录用日期: 2025年4月14日; 发布日期: 2025年5月19日

摘要

中国已正式进入中度老龄化社会,这一趋势对传统、单一的养老保障体系提出了严峻挑战,发展多层次、多支柱的养老金融体系成为必然。养老理财产品作为养老体系第三支柱的工具,因其灵活性和收益性而备受关注。本文以建信理财的养老理财试点产品为案例,深入分析“安享固收类封闭式养老理财产品2021年第一期”的设计特点与创新实践,展示了金融机构在养老金融领域的创新能力。案例采用PEST分析法,从政策、经济、社会和技术四个维度评估了建信理财养老理财业务的外部环境与内部发展动力。研究结果表明,建信理财的养老理财产品在市场上表现稳健,在长期资金管理、风险控制及客户服务方面具有显著优势,并对比分析其在互联网养老理财产品中的优势与不足,这一对比分析不仅为未来的业务优化提供了方向,同时也为整个行业的均衡发展提供了借鉴。本文的研究为养老金融的可持续发展提供了理论支持和实践参考,对推动中国养老金融行业的健康、均衡发展具有一定意义。

关键词

互联网养老理财产品, 养老金融, 人口老龄化, 建信理财

Research on the Impact of Internet Pension Financial Products on Pension Finance

Guijuan Wu

School of Economics, Guizhou University, Guiyang Guizhou

Received: Mar. 29th, 2025; accepted: Apr. 14th, 2025; published: May 19th, 2025

Abstract

China has officially entered a moderately aging society, a trend that poses a serious challenge to the traditional single-pillar pension security system, and the development of a multi-level, multi-pillar pension financial system has become inevitable. As a tool for the third pillar of the pension system, pension financial products have attracted much attention due to their flexibility and profitability. Taking the pilot pension financial product of Jianxin Wealth Management as a case study, this paper

analyzes the design features and innovative practices of “Anxiang Fixed Income Closed-end Pension Financial Product 2021 Phase I”, which demonstrates the innovation ability of financial institutions in the field of pension finance. The case uses PEST analysis to evaluate the external environment and internal development dynamics of CCB’s pension finance business from four dimensions: political, economic, social and technological. The results of the study show that CCB Wealth Management’s pension finance products have solid market performance and significant advantages in long-term fund management, risk control and customer service, as well as a comparative analysis of its advantages and disadvantages in Internet pension finance products. This comparative analysis not only provides a direction for future business optimization, but also provides a reference for the balanced development of the whole industry. The research in this paper provides theoretical support and practical reference for the sustainable development of pension finance, and is of some significance in promoting the healthy and balanced development of China’s pension finance industry.

Keywords

Internet Retirement Financial Products, Retirement Finance, Population Aging, Jianxin Wealth Management

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

国家统计局数据显示,截至 2023 年底,我国 60 岁以上人口占比已达 21.1%,表明中国已成为全球人口老龄化发展最快的国家之一。我国人口老龄化呈现出规模庞大、未富先老、增速加快等显著特征,这对养老金融体系提出了严峻挑战。然而,我国养老金融在理论与实践上仍处于初级阶段,难以满足国民多层次、多元化的养老需求。在养老金融第一、二支柱发展不平衡、不充分的背景下,养老理财产品作为第三支柱的重要组成部分,对应对老龄化挑战、完善养老金融体系具有重要作用。

互联网养老理财的发展经历了从“四地四机构”试点到“十地十机构”快速扩大的过程,产品规模上限也逐步提升。这一试点工作是完善我国多层次、多支柱养老保险体系的重要创新,也是金融监管部门深化金融供给侧改革、推动共同富裕的关键举措之一。在 2021 年养老理财产品试点实施之前,互联网市场上虽存在以“养老”为名的理财产品,但其本质与普通理财产品无异,缺乏养老金融应有的普惠性和稳健性。建信理财在设计新型养老理财产品方面展现了前瞻性和创新性。通过对其实践的深入研究,总结其优势与不足,不仅为其他商业银行发展养老理财业务提供了宝贵参考,也为我国养老金融第三支柱的完善提供了有益借鉴。未来,养老金融的发展需进一步探索创新模式,以更好地应对老龄化社会的挑战。

2. 文献综述

互联网养老理财在中国正式发展很晚,从试点到如今也不过四年光景。养老和银行理财是随着老龄化趋势结合起来的,在财富积累和个人养老计划的催化下,互联网养老理财产品应运而生,在发展中国养老金融第三支柱和中国经济方面有很大的作用。Tirimba, Ondabu (2013)主要阐述了养老理财业务在金融中介中的作用,除了基础的链接资金供求者之外,它还可以为老年群体提供长期的稳健投资,增加银行的中间业务的收入[1]。田存志、杨志刚(2006)等学者通过扩展戴蒙德的世代交叠模型,分析混合型养老金制度(现收现付制与基金积累制结合)对经济增长的影响,研究发现:养老金资产积累通过长期资本形成机制促进经济增长。该学者又基于中国宏观经济数据,运用内生增长模型和计量分析方法,验证了养老

金投资规模与 GDP 增长率呈显著正相关,具体为养老金资产每增加 1%,可带动 GDP 增长约 0.15%~0.3% (受地区经济水平和金融市场成熟度影响) [2]。

随着养老理财的发展,其产品特征逐渐显露。老龄化使未来家庭养老负担加重,崔启斌表示传统养老方式已经跟不上时代的脚步,借助理财进行养老成为一种趋势[3]。刘雁认为各大金融机构开始布局养老金融市场,陆续推出了一些养老理财产品,虽然有养老之名却无养老之实,金融机构对养老实质理解不足,设计产品大都只针对某一年龄之上的老人[4]。曾韵佼认为过去人们养老投资时保险是第一选择,现下各金融机构推出一系列养老理财产品使人们选择变得多样化,这些产品大部分投向债券和货币市场,侧重安全性[5]。

在试点之前,邹宏分析出目前我国综合性养老理财产品仍然处于萌芽阶段,产品主要服务于老年人,投资有金额门槛且期限较短,不能满足养老理财的普惠性和长期性,真正的养老理财产品几乎空白[6]。历经十几年互联网养老理财产品在 2021 年试点时迎来转折性发展,主要思路分两部分,一是抓业务标准,统一产品质量标准,二是发展出真正的养老理财产品。刘丽娜通过对比国际经验,提出在设计养老理财产品时应该注重长期性和收益性[7]。娄飞鹏认为年轻人也应该根据自身状况合理安排自己的养老理财计划,养老理财产品服务对象不应该局限于老年群体[8]。王柯瑾通过对比试点机构发布的产品,看出目前互联网养老理财产品开始展现出长期、普惠和稳健的特征。在扩大试点后该特征逐渐明显,并开始朝多样化、个性化发展[9]。

当然,在发展中也存在着某些问题。我国学者陈正丽认为,国内商业银行大力发展养老金融业务是社会价值和商业价值双重体现,因此研究养老金融业务意义非凡。指出银行存在养老金融产品单一、服务能力弱、市场竞争压力较大、居民养老金融意识有待提高等劣势和威胁[10]。田野表示银行销售养老理财产品种类不够丰富,养老金融行业组织架构不完善,对养老金融企业的融资支持力度不够大[11]。

3. 互联网养老理财产品现状分析

3.1. 银行业养老理财产品现状分析

2021 年 12 月首批养老理财试点发行之后,特别是 2022 年 2 月养老试点扩大以来,养老理财参与机构和产品发行数量持续提升。截至 2023 年 6 月底,根据普益标准数据,11 家试点机构中,已有 10 家理财公司发行的 54 只养老理财产品存续,就数量来看,工银理财、建信理财、光大理财所发行的产品相对较多。截至 2023 年 6 月末,已有约 47 万投资者参与其中。而参照普益标准所统计的数据,截至 2023 年 6 月底,养老理财存续规模达到了 1030.95 亿元,养老理财市场已初具规模,投资者对于养老理财的投资热情也在持续提升。截至 2023 年 4 月底,存续的 54 只养老理财实际收益率算数平均值为 3.0%,中位数为 2.97%,各理财公司养老产品发行概况见表 1。

Table 1. Overview of pension product offerings by wealth management companies
表 1. 各理财公司养老产品发行概况

发行机构	产品数量	产品性质	运作模式	风险等级
工银理财	11	固定收益类(11)	封闭式净值型(11)	二级(中低) (10)、 三级(中) (1)
建信理财	11	固定收益类(11)	封闭式净值型(10)、 开放式净值型(1)	二级(中低) (11)
光大理财	10	混合类(10)	封闭式净值型(9)、 开放式净值型(1)	二级(中低) (10)
中银理财	5	固定收益类(5)	封闭式净值型(5)	二级(中低) (5)

续表

招银理财	5	固定收益类(4)、 混合类(1)	封闭式净值型(4)、 开放式净值型(1)	二级(中低) (4)、 三级(中) (1)
兴银理财	4	固定收益类(4)	封闭式净值型(4)	二级(中低) (4)
交银理财	3	固定收益类(3)	封闭式净值型(3)	二级(中低) (3)
农银理财	2	固定收益类(2)	封闭式净值型(2)	二级(中低) (2)
中邮理财	2	固定收益类(2)	封闭式净值型(2)	二级(中低) (2)
贝莱德建信理财	1	混合类(1)	封闭式净值型(1)	二级(中低) (1)

数据来源：普益标准。

3.2. 建信理财养老理财产品现状分析

建信理财公司作为中国建设银行的全资子公司，凭借其国有银行背景和专业团队，在互联网养老理财产品领域具有显著优势。公司高度互联网化，提供智能投顾和便捷的线上服务，信息披露透明。其产品线丰富，涵盖多种养老基金类型，采用专业的投资策略和严格的风险控制，历史业绩稳健优异，在推动养老金融产品互联网化方面走在前列，故对其互联网养老理财产品进行介绍，方便后续进行同行业对比，并为养老金融提供有效的实践建议。

3.2.1. 安享固收类封闭式养老理财产品系列

2021 年中国银保监会发布《关于开展养老金资产管理试点产品的通知》，中国建设银行作为首批四家养老理财产品试点机构之一，推出安享固收类封闭式养老理财产品，其投资性质为固定收益类，主要投向于固收类资产，从表 2 看出，该银行使用了多资产、多策略优势进行投资组合运作。从该产品说明书中可知该产品面向大众，认购金融 1 元起投、1 元递增，无需认购费和销售费，仅收取 0.1%的管理费用，借此来实现养老理财产品“长期、稳健、普惠”的三个特性。

距 2021 年 12 月发布首批试点养老理财产品以来，养老理财产品已经运行了 19 个月，中国建设银行累计发布养老理财产品共计 13 只，其中建信理财发布安享系列 12 只，贝莱德发布安贝心系列 1 只，养老理财产品整体业绩表现良好。其 2021 年一季度持仓占比情况如下表 2 所示：

Table 2. Percentage of positions at the end of the period
表 2. 期末持仓比例

资产类别	占全部产品总资产的比例(%)
现金及银行存款	5.34%
同业存单	1.47%
拆放同业及买入返售	1.56%
债券	39.42%
非标准化债权类资产	39.40%
权益类投资	10.94%
公募基金	1.87%

数据来源：中国养老金融发展报告。

3.2.2. 建信理财养老理财产品业绩

从 2023 上半年养老理财收益情况来看，建信理财在养老理财领域独占鳌头，收益前五均为建信理财“安享固收”系列产品，且该系列产品在 2023 上半年养老理财收益前十中占据 7 个席位。其中，建信理财“安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 12 期”以 3.88% 的上半年净值增长率夺得养老理财上半年收益榜首，表 3 可以看出养老理财产品 2023 上半年业绩排行。

Table 3. Pension financial products 2023 ranking of performance in the first half of the year
表 3. 养老理财产品 2023 上半年业绩排行

序号	产品名称	管理人	投资性质	净值增长率
1	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 12 期	建信理财	固收类	3.88%
2	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 13 期	建信理财	固收类	3.81%
3	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 11 期	建信理财	固收类	3.68%
4	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 5 期	建信理财	固收类	3.42%
5	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 2 期	建信理财	固收类	3.24%
6	颐享阳光养老理财产品橙 2027 第六期	建设理财	混合类	3.13%
7	安享固收类封闭式养老理财产品 2022 年第 4 期	建信理财	固收类	3.07%
8	颐享阳光养老理财产品橙 2028	建设理财	混合类	3.03%
9	招睿颐养睿远稳健五年封闭 5 号固定收益类养老理财产品	招银理财	固收类	3.01%
10	安享固收类月定开式(最低持有 5 年)养老理财产品	建信理财	固收类	3.00%

数据来源：建信安享和招银理财投资管理报告归纳整理。

4. 建信养老理财产品的 PEST 分析

4.1. 政策支持

鉴于老龄化趋势在我国愈发显著，国家已确立积极的老龄化应对策略。2018 年 2 月，养老保险第三支柱建设工作正式启动。2021 年 9 月，银保监会正式出台了《关于开展养老理财产品试点的通知》，决定开展养老理财产品试点。不同于此前名称中带“养老”字样的理财产品，试点的养老理财产品均为符合监管部门最新要求、有相对统一特征的理财产品。此后，银保监会根据前期试点情况扩大了试点机构和地区的范围，并且调增了第一批试点机构的募集额度，规范和促进了商业养老金融业务发展。

2022 年以来，我国养老金融政策频发，随着个人养老金制度的落地，我国的养老金融业务迎来了新的发展契机，进入了新的历史阶段。其中最为重要的事件是 10 月份个人养老金第三支柱制度正式建立，规范推动居民形成多层次广覆盖的养老金储备，监管部门也出台了各类商业养老金投资产品及相关业务的规范。与此同时，适配于第三支柱及个人自主养老储备需求的金融投资产品设计和监管规则也进一步完善，其中也包括养老理财试点机构的扩大和试点产品的增加，中国建设银行作为首批养老理财产品试点之一，充分得到政府认可，紧跟市场潮流。以下表 4 是自行整理的重要政策文件。

Table 4. Pension finance related policies
表 4. 养老理财相关政策

时间	部门	文件
2021 年 9 月 10 日	银保监会	《关于开展养老理财产品试点的通知》(银保监办发[2021] 95 号)
2022 年 2 月 11 日	银保监会	《关于贝莱德建信理财有限责任公司开展养老理财产品试点的通知》(银保监办发[2022] 8 号)
2022 年 2 月 25 日	银保监会	《关于扩大养老理财产品试点范围的通知》(银保监办发[2022] 19 号)
2022 年 4 月 8 日	国务院办公厅	《关于推动个人养老金发展的意见》(国办发[2022] 7 号)
2022 年 5 月 11 日	银保监会	《关于规范和促进商业养老金融业务发展的通知》(银保监规[2022] 8 号)
2022 年 10 月 26 日	人力资源和社会保障部、财政部、国家税务总局、银保监会、证监会	《个人养老金实施办法》(人社部发[2022] 70 号)
2022 年 11 月 17 日	银保监会	《关于印发商业银行和理财公司个人养老金业务管理暂行办法的通知》(银保监规[2022] 16 号)

4.2. 经济增长

2023 年,全国居民人均可支配收入 39,218 元,比上年名义增长 6.3%,扣除价格因素,实际增长 6.1%。分城乡看,城镇居民人均可支配收入 51,821 元,增长 5.1%,扣除价格因素,实际增长 4.8%;农村居民人均可支配收入 21,691 元,增长 7.7%,扣除价格因素,实际增长 7.6%。中国经济持续增长,为建设银行养老业务的发展提供了有力支撑,提供了良好的经济环境,居民可支配收入如表 5 所示。老年人口比例不断上升,养老金融服务需求持续增长。这些业务提供了广阔的市场空间,为建信理财养老业务持续创新提供了机遇。

Table 5. Disposable income of the population
表 5. 居民可支配收入

年份	居民可支配收入(千元)
2014	28.8
2015	31.2
2016	33.6
2017	36.4
2018	39.3
2019	42.4
2020	43.8
2021	47.4
2022	49.3
2023	51.8

数据来源: 中国银行理财业市场报告。

4.3. 重视养老

习近平在党的二十大报告中提到：“实施积极应对人口老龄化国家战略，发展养老事业和养老产业”，从表 6 可以看到，近五年我国三项社会保险参保人数逐年上升，反映出我国养老需求日益增加，养老意识不断增强，越来越多的人开始意识到养老的重要性，他们认识到养老不仅仅是老年人的问题，而是每个人都需要面对的生活阶段。这种意识的提升使得人们更早地开始规划和准备养老，养老金第三支柱发展非常必要。

目前我国养老金第三支柱发展不完善，处于初级阶段。从参与人数看，当前个人养老金开户人数仅占城镇职工基本养老保险参与人总数(2023 年 6 月末 5.10 亿人)的 8%，个人养老金参与人数如表 6 所示。参与面仍有提升空间。从缴费情况看，截至 2023 年 3 月，在超 3000 万的开户人群中，仅有近三成超 900 万人完成了账户缴费。中国建设银行应该顺应时代洪流，因地制宜出台养老理财产品，助力我国养老理财业务发展。

Table 6. Number of participants in personal pensions
表 6. 个人养老金参与人数

时间	参与人数(万人)
2022 年 12 月	1954
2023 年 2 月	2817
2023 年 3 月	3324
2023 年 5 月	3744
2023 年 6 月	4030

数据来源：中国银行理财市场报告。

4.4. 技术发展

建信理财积极落地《数字中国建设整体布局规划》《数字建行建设规划(2022~2025 年)》，深度融入数字中国建设，落实数字建行建设规划阶段性目标任务。持续推动业务、数据、技术“三大中台”协同融合。该行持续完善数据治理体系，取得数据管理能力成熟度(DCMM)5 级认证，数据管理能力达到行业领先水平。建设银行坚持深耕集约化、平台化、生态化运营模式，依托手机银行、“建行生活”“建行惠懂你”“裕农通”“建行 e 链”等企业级平台，推动金融与非金融相互促进、融合发展。

通过推进金融科技战略的实施，全面加强业务中台、数据中台和技术中台建设及技术创新建设；同时，围绕“生态、场景、用户”开展探索，推进智慧金融建设。建行在金融科技领域发挥“建行全球撮合家”线上平台优势，实现全流程、数字化的线上展会运营与跨境对接，形成横向服务数字政府治理能力提升，纵向服务住房租赁、乡村振兴、教育医疗等多个领域的智慧生态服务体系。截至 2020 年末，累计注册用户数超 2.8 亿，全行 1.4 万多个网点开放政务服务超 1.4 万项。此外，建行还赋能中小金融机构，累计向 328 家中小银行提供风控工具，推动风险共治。

5. 互联网养老理财产品对养老金融市场的影响

本文从品牌优势、产品设计、业务布局、风险管理四个方面对比理财公司之间的互联网养老理财产品，总结出四方面互联网养老理财产品对养老金融市场的影响。

5.1. 品牌优势加速养老金融市场整合，优化资源配置

作为中国建设银行旗下的专业理财子公司，建信理财凭借母行的强大背景和自身在资产管理领域的深耕，赢得了众多优质客户及金融同业的信任与认可。因此建信理财可以依托建行集团的市场号召力及品牌影响力，在资产配置方面展现出卓越的能力，能够协助客户通过多元化的资产配置实现财富增值与长远发展目标。通过母行丰富的客户资源、依托其庞大的机构、公司及个人客户基础与众多大型企业集团及中国经济战略性行业的主导企业保持着长期良好的合作关系，同时，建信理财借助建行覆盖全国的营销服务网络及海外分支机构，具备强大的产品销售与客户服务能力。

随着具有同样品牌优势的理财公司在市场上的崛起，养老金融市场将迎来更加激烈的竞争与整合。这将促使市场参与者不断优化资源配置，提升服务品质，为客户提供更加全面、专业的资产配置解决方案。

5.2. 产品设计推动养老金融种类创新，满足多样化需求

养老理财产品试点启动后，建信理财首发的安享固收类封闭式养老理财产品 2021 年第 1 期在 2023 年底规模达 5147613788.13 元，与试点前市面上存在的养老理财产品的设计相比，该产品在购买、赎回、手续费等设计上进行了创新设置，体现出“长期、稳健、普惠”三个特性。

将其与进行试点前浦发银行在 2015 年发行的乐享盈之夕阳红理财计划(1 年期)产品对比，如表 7 所示，可以看到建信理财养老理财产品在理财产品期限、最低认购金额、最低追加金额以及相关销售管理费用方面，更能体现出长期性、普惠性的特点，有利于更多的人参与到养老金第二三支柱的发展中，它所发行的养老理财产品年限更长，有利于客户从中长期目标规划、储备养老所需资金，更加贴合老年群体所需要的理财长期性的需求；产品认购金额与追加金额都是 1 元起步，金额起点低，降低了养老理财业务的门槛，能让更多的群体参与到养老理财业务中来，助力人们养老资金的储备；在相关手续费方面，如托管费率、销售手续费率和银行管理费率的要求方面，中国建设银行产品所设计的费率更低，甚至不收取相关费用，这相当于为大众降低了手续费，让客户能够享受到更多的养老理财产品盈利，也极大地调动了人们参与认购养老理财业务的积极性，体现了养老理财业务所特有的普惠性，推动养老金融向更加多元化、精细化、专业化的方向发展。

Table 7. Comparison of Pudong development bank and construction bank’s pension wealth management products

表 7. 浦发银行与建设银行养老理财产品对比

产品名称	乐享盈之夕阳红理财计划(1 年期)	安享固收类封闭式养老理财产品 2021 年第 1 期
收益类型	保证收益类	固定收益类
产品期限	1 年	5 年
最低认购金额	5 万元	1 元
最低追加金额	1 万整数倍递增	1 元
产品托管费率(年)	0.05%	0.02%
产品销售手续费率(年)	0.3%	0
银行管理费率(年)	按理财计划实际收益为准	0.1%

数量来源：浦银理财和建信理财投资管理报告归纳整理。

5.3. 业务布局促进养老金融多元竞争，利于长久发展

经过监管部门批准或认可，中国建设银行现具有多个大类、品种的托管业务资格，托管业务紧紧抓住国内金融市场改革开放的有利时机，积极申请各类业务牌照，持续扩大业务服务范围，不断涉猎新兴业务品种，抢占市场先机，是托管业务品种最全的银行之一，国内牌照最多服务最全的托管银行之一。其理财范围逐步扩大，范围广泛，种类繁多，实力强大，旗下拥有建信养老、建信投资、建信理财等多家子公司，全面覆盖基金、租赁、信托、保险、投行等领域。

自养老理财产品试点以来，中国建设银行是推出养老产品最多的机构之一，凭借其丰富的理财业务经验和专业人才，因“客”制定了多个养老理财产品，发行安享固收类封闭式养老理财产品意味着中国建设银行开展了第三支柱养老金业务，丰富了养老金融产品种类。它将产品成两类，一种是封闭式产品系列，一种是开放式产品系列，其中封闭式养老理财支持按月进行分红，开放式养老理财支持小额定投，两个创新功能可以满足不同年龄段客户的流动性和投资需求，注重引导客户进行长期养老规划。通过和招商银行发布的养老理财产品对比可知，招银理财只有封闭式。建设银行后又成立一家理财公司，且后来也列入试点机构之一，两家机构都有发布养老理财产品，其数量远多于中国招商银行。虽然工商银行发布养老理财产品数量与建设银行旗鼓相当，但也只有封闭式，详细对比见表 8。

Table 8. Comparison of China construction bank and China merchants bank and industrial and commercial bank of China's pension wealth management products

表 8. 中国建设银行与中国招商银行、中国工商银行养老理财产品对比

	产品名称	运作方式
中国招商银行	颐养睿远稳健五年封闭 1、2、3、4、5 号固定收益类养老理财产品	封闭式
中国工商银行	颐享安泰固定收益类封闭净值型 21GS5688、22GS5100、22GS5188、22GS5600、22GS5655、22GS5656、22GS5666、22GS5677、22GS5678、22GS5699、22GS5988	封闭式
中国建设银行	安享固收类封闭式养老理财产品 2021 第 1 期、2022 第 1、2、4、5、6、7、9、10、11、13 期、贝安心 2032 养老理财产品 1 期理财产品	封闭式
贝莱德建信理财	安享固收类按月订开式(最低持有 5 年)养老理	开放式

数据来源：四家理财公司官网归纳整理。

如表 9 所示，通过统计和中国光大银行各自发行的开放型养老理财产品，中国建设银行旗下两间子公司共发行养老理财产品 13 只，建设银行共发行 11 只养老理财产品，就数量上来说建行多于光大银行。从产品规模来说，建设银行所发行产品的规模远大于光大银行，建行上限高达 20 亿元，比光大银行高了一倍；下限为 500 万，远低于光大理财 3000 万，这样广泛的规模范围比光大更容易持续进行该产品的管理，更能体现养老理财产品长期的特性。从产品期限来说，光大最低持有年限为 6 年，提前赎回收取 0.5% 的赎回费用；建行为 5 年，若因重大疾病或其它允许情况要提前赎回，按份额持有期限的增加而递减，且年满 60 周岁均不受此限制，更能“普惠性”。其开放式养老产品在业务布局、申赎机制等方面具有以下四点创新和特色：一是践行普惠精神，充分让利，不提超额报酬，运行一年后每月进行分红。二是产品按月定期开放申购，极大地满足投资者差异化的养老资金需求。三是产品支持智能定投，可实现自动扣款申购，帮助投资者养成持续定期投入的养老金积累习惯。四是 60 周岁以上客户可不受最低持有 5 年限制，可在产品开放时间段内申请赎回，提升养老产品持有体验。

这一差异将推动传统养老金融机构进行转型，并使新兴机构发展机遇，让该行业市场竞争更加激烈，有助于提供更好的互联网养老理财产品，利于养老金融的长久发展。

Table 9. Comparison of open-ended pension wealth management products of China construction bank and China Everbright bank
表 9. 中国建设银行与中国光大银行开放式养老理财产品对比

	中国光大银行	中国建设银行
产品名称	享阳光养老理财产品橙 2028	安享固收类按月订开式(最低持有 5 年)养老理财产品
产品类型	混合类	固定收益类
运作模式	开放型	开放型
产品规模	上限 10 亿，下限 3000 万	上限 20 亿，下限 500 万
期限	6 年	最低 5 年，60 (含)岁可不受此限制
起点金额	1 元	1 元
追加金额	1 元整数倍	1 元整数倍
提前赎回费	0.5%	随持有期限的增加而递减，满 60 岁优惠为 0.0%
管理费	0.1%	0.2% (2022 年 12 月 31 日(含)优惠至 0.1%
托管费	0.015%	0.02%
销售费	0.0%	0.1% (2022 年 12 月 31 日(含)不收取销售费

数据来源：光大理财和建信安享投资管理报告归纳整理。

5.4. 产品风险管理减少养老金融隐患，保障投资安全稳定

建信理财根据既定的风险偏好设定权益类资产、非权益类资产的基准配置比例，并采取有效的措施控制组合风险。在基于目标风险策略应用过程中，根据既定的风险目标对投资组合进行目标约束，并根据该风险目标来调整组合中各类资产的配置比例，将整个投资组合维持在相对稳定的市场风险暴露中。

以安享固收类封闭式养老理财 2021 第 1 期为例，其风险保障机制有三重。首先是设立平滑基金：若产品成立以来累计年化收益率超出业绩比较基准下限，则对超出业绩比较基准下限的部分按 50%提取平滑基金，平滑基金独立于理财产品进行管理，专项用于合理平滑产品收益。其次，计提风险准备金：产品管理人按固定管理费收入的 20%计提风险准备金，风险准备金余额达到养老理财产品余额的 5%时可不再提取。风险准备金用于弥补因产品管理人违法违规、违反理财产品合同约定、操作错误或者技术故障给理财产品财产或者投资者造成的损失。最后进行减值准备：结合预期信用损失方法充分计提减值准备，按照投资资产的 0.5%计算附加风险资本。

这些有效的风险管理措施有助于减少养老金融隐患，也有助于金融机构养老金融资金的安全，保障投资的稳定，必然会引导其他机构跟进，使行业风险抵抗风险能力大大提升。

6. 互联网养老理财产品存在问题和对策建议

6.1. 存在的问题

6.1.1. 产品同质化严重，权益资产配置不足

目前各试点机构所推出的养老理财产品权益类资产配置不足，在产品期限、投资类型等方面差异化

不显著,产品种类单一,从上文展示的期末持仓比例就可分析出,试点养老理财产品中权益类资产配置比例不足1%,穿透后平均占比也低于10%,远低于长期增值需求,这就导致大部分产品收益不高。建信理财共推出了“安享”系列12支,其中有11支产品的投资类型都为封闭型,只有“安享固收类按月订开式(最低持有5年)养老理财产品”这1只产品为开放式净值型,而光大理财和工银理财推出十余只理财产品均为封闭型。从上述分析看,市面上大部分互联网理财产品均为封闭式固收类,能够选择的种类比较单一[12],且只有三家理财公司发布产品数量超过十只,其他均在十只以下,虽然各理财公司为开拓养老理财产品市场作出了尝试与努力,在产品创新方面仍然能力不足。

6.1.2. 年轻群体参与度低, 年龄覆盖窄

当下互联网养老理财产品系列针对性较弱,未来应细分客户群体[13],覆盖年龄范围较窄。根据生命周期理论,人们在不同的年龄阶段会有不同的养老需求,因此对养老理财产品的需求也随之变化,所以各金融机构应该针对客户不同阶段需求设置不同的养老理财产品。现在随着社会经济的发展,人们的需求也逐渐增长,人们现在的养老需求开始不局限于有吃的、有喝的、有基本医疗住房条件等,很多人的养老储备已经是在为未来吃得好、住得舒服、可以旅游、可以放心购买衣物服饰等做准备。现下的互联网养老理财产品没有对客户群体进行细分,不应只考虑老年人的养老需求,还要考虑到现在中青年群体对于养老储备的意识是在不断提升的。相比较于老年群体,青年可能会更偏向于期限长的养老理财产品,中年人的投资能力相对较强,可能会更青睐于风险较高、收益较高的养老理财产品。面对不同群体实际需求,市面上养老理财产品研发设计的针对性不够。

6.1.3. 对养老金融业务的投入和重视有待加强, 居民养老理财素养不高

目前,有的商业银行对养老金融业务的重视程度有所欠缺[14]。在开发设计产品方面,出于对风险的控制在这方面的资金投入比较少,导致老年群体的选择主要集中在养老储蓄和养老保险。在市场开发方面,对未来养老思想宣传不到位,对养老理财产品的服务和认知认识不够,因而没有充分挖掘到年轻客户的潜在能力和潜在市场需求。相较于其他理财产品,理财公司在资金投入方面也没有其他理财产品多,同质化现象比较严重。

6.2. 对策建议

6.2.1. 完善产品种类, 提升权益配置与多样性

由于目前试点发行的养老理财产品还相对较少,且发售地区受限,但随着经济收入的提高以及养老需求的多样化,养老理财产品将供不应求。我国可以通过多种方式引入美国、日本、德国等在产品设计、基金管理有丰富经验的国家,参与我国养老理财业务体系的建设,引导国外金融机构进入,吸取产品设计、基金管理、风险控制等经验,推动我国养老理财建设快速发展,充分激发银行、保险、证券等市场主体的参与积极性,充分鼓励良性适度竞争。借鉴美国经验,鼓励养老理财产品通过FOF形式配置权益资产,发挥长期增值潜力,丰富产品形态,多种机构协同合作,加大产品创新力度,通过资产组合创新、降低养老理财产品购买门槛和手续费等方式吸纳更多的客户,丰富养老理财产品体系,发展养老理财业务。

6.2.2. 开发差异化产品, 适配年轻需求

但随着人均寿命的增长、养老储备意识的深入,购买养老理财产品的客户群体由以往的中老年人拓宽到青壮年人,需要考虑生命周期各阶段群体的需求从而对产品进行创新,开发出具有针对性的产品[15]。比如,购买养老理财产品的中青年群体逐渐壮大,中青年收入较为有保障,且风险承受能力较老年人强,能够承受短期净值的波动和撤回,为获得更高的收益更偏爱风险较高的养老理财产品。除了分年龄设计个性产品,还可以分收入。例如,面向高净值人群推出长期股权类投资产品,结合信托或家族办公室服

务；为中等收入群体提供稳健型混合基金，平衡收益与风险；对低收入人群开发低门槛、高流动性的货币基金或储蓄类产品，确保基本养老资金保值。同时，引入生命周期策略，根据用户年龄动态调整资产配置比例，如年轻用户可配置较高比例的权益类资产，临近退休则逐步转向固收类产品。因此各商业银行及理财子公司应考虑到未来养老理财产品更多的可能性，立足自身优势资源，从产品的创设、风控管理、细分客户群体等方面入手，分析各群体的实际需求，针对性的推出适合他们的养老理财产品[15]。

6.2.3. 加大养老金融投入，提升居民理财素养。

构建“政策引导 + 产品创新 + 教育普及”的协同机制。可以设立养老金融专项扶持基金，对研发长期稳健型产品的机构给予税收减免，并试点“养老理财账户积分制”，将缴存金额与公共服务(如医疗、康养)优先权挂钩，提升参与动力。鼓励机构开发“低门槛、高灵活、全周期”的养老理财工具，例如支持定投解锁、阶段性赎回的混合型产品，适配不同年龄层需求。可联合社区、学校、互联网平台构建多维度宣教网络：通过短视频、模拟投资工具等向中青年普及复利效应与风险分散理念；针对老年人开展“防诈 + 理财”线下讲座，强化保本型产品认知。

6.2.4. 完善风险管理与动态调整机制，强化政策协同与公众教育

构建“事前 - 事中 - 事后”全流程风控体系，事前通过压力测试评估产品抗风险能力并设置风险准备金，事中利用机器学习实时监测市场异常与用户行为以触发预警机制，事后提供灵活退出通道及应急兑付方案。例如，可借鉴陕西金融监管局对养老机构预收费的监管经验，要求互联网平台设立资金存管账户以隔离运营风险。该机制可有效降低市场波动与操作风险，保障资金安全，但需避免过度依赖模型导致系统性误判，需结合人工干预与多场景模拟测试提升风控精准性，同时需协调监管机构制定动态风控标准并督促平台增加合规投入。

推动政府部门、行业协会与金融机构联合开展养老金融知识普及活动，例如利用社区讲座、短视频平台推广养老理财规划案例，鼓励高校开设养老金融课程以培养专业人才。建议政府将养老金融纳入“十四五”老龄事业发展规划，明确行业标准与激励政策，此举可提升公众认知度并优化市场环境，但需防范教育覆盖面不足导致的信息不对称风险，需借助数字化工具扩大传播范围，并协调教育机构开发适应性教材、媒体承担公益宣传责任。

参考文献

- [1] Obonyo, T. (2022) Monetary Policy and Cross-Border Acquisitions. *Finance Research Letters*, **50**, Article ID: 103197. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.103197>
- [2] 陈晓, 张明. 养老金投资对经济金融稳定性影响研究综述[J]. 金融监管研究, 2023(8): 98-114.
- [3] 崔启斌, 刘伟. 解读理财养老三大要诀[N]. 北京商报, 2011-12-23(A01).
- [4] 刘雁. 金融机构发力养老金市场[N]. 证券时报, 2012-10-26(A06).
- [5] 曾韵佼. 银行理财产品可“养老”[J]. 中国信用卡, 2012(11): 72-73.
- [6] 邹宏. 个人养老金融产品探析[J]. 银行家, 2012(12): 72-75.
- [7] 刘丽娜. 我国养老理财产品的发展和设计思路——基于国际比较视角的研究[J]. 中国银业, 2021(4): 28-31.
- [8] 娄飞鹏. 丰富金融产品服务养老需求[J]. 中国金融, 2021(19): 78-79.
- [9] 王柯瑾. 银行养老理财首批试点探路主打稳健和普惠[N]. 中国经营报, 2021-11-29(B06).
- [10] 陈正丽. 基于 SWOT 分析的国内商业银行发展养老金融业务对策研究[J]. 北方金融, 2024(4): 22-26.
- [11] 田野. 商业银行发展养老金融的问题与对策[J]. 现代商贸工业, 2025(8): 143-145.
- [12] 许敏. 商业银行养老理财产品发展的国际经验与启示[J]. 金融发展评论, 2024, (11): 81-94.

- [13] 宋萍, 贡宇涛. 商业银行养老金融发展现状及策略[J]. 金融纵横, 2024(8): 47-53.
- [14] 陈宝树. 老龄化背景下商业银行养老金融业务研究[J]. 现代商业, 2021(33): 139-141.
- [15] 常菊, 杨怡璇. 养老理财如何发挥养老第三支柱的中坚力量[J]. 中国外汇, 2021(24): 66-69.