

个人养老金制度实施半年 业界建议向上提高额度向下扩大参与面

自2022年11月25日至今,个人养老金制度正式启动实施已满半年。整体来看,个人养老金制度开局良好。与此同时,业内人士也表示,当前个人养老金的参加人数和人均缴费额度仍较低,要做大做强个人养老金,还需从制度完善、投资者教育、提升投资收益等多方面着手。

储蓄产品先发优势明显

从个人养老金可投资产品来看,记者根据东方财富Choice、中国银保信等平台数据统计,目前个人养老金产品共有669只。其中,储蓄产品465只,占比近七成;基金产品149只,占比22.3%;保险产品32只,理财产品23只。

“目前个人养老金的产品结构合情合理。”普华永道中国金融行业管理咨询合伙人周瑾对《证券日报》记者分析称,参加个人养老金要先开立资金账户,银行具有先发优势,在账户开立和抢夺客户的竞争中也最积极,获客之后,通过储蓄产品留住客户资金也顺理成章,因此储蓄产品在个人养老金产品中也具有先发优势;而其他类型的个人养老金产品则需要经历产品设计、监管报备和渠道打通等环节,在跟进节奏上会稍慢。

不过,周瑾也表示,消费者对个人养老金产品的需求是多样化的,不同策略的投资组合才能满足不同风险偏好和收益水平预期。未来,基金、保险和理财等个人养老金产品会更加丰富,消费者的配置选择也会更多。

从个人养老金实施情况看,人力资源和社会保障部相关负责人表示,截至今年3月底,个人养老金参加人数为3324万人。尽管开局良好,但另一组数据显示,截至3月底,完成资金储存的不足1000万人,人均储存水平仅约2000元,距离抵扣上

限还有较大空间。

中国保险资管业协会执行副会长兼秘书长曹德云介绍,当前建立个人养老金账户人数占基本养老保险参保人数比例较低,已缴费人数占建立账户人数比例较低。

中国社会科学院社会发展战略研究院研究员、世界社保研究中心秘书长房连泉表示,从目前开立个人养老金账户的人数以及缴存金额来看,投资者的观望心态仍较明显。

适当提升免税额度

在我国养老保险体系三大支柱中,第三支柱的建设刚刚起步,个人养老金被寄予厚望。业内人士认为,要做大做强个人养老金,还需要持续完善制度,包括向上适当提升免税额度、向下激发非纳税人群的积极性、持续加强消费者教育等。

根据现行政策,个人养老金缴费者每年可按1.2万元的限额予以税前扣除,投资收益暂不征税,领取收入的实际税负为3%。

向上适当提升免税额度方面,清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究负责人朱俊生建议,适当提高税前扣除限额,增加节税效果,提升吸引力;同时,可以探索扣除额度与社会平均工资增长指数化挂钩的动态调整机制,动态提高税前抵扣额度。

向下激发非纳税人群积极性方面,房连泉建议,通过制度安排来调动非纳税人群的积极性,例如对中低收入人群全程免税。

南开大学金融学院养老与健康保障研究所所长朱铭来表示,可以探索从非税收角度调动非纳税人群的积极性,比如对低收入人群参加个人养老金按一定比例给予补贴,实现对不同群体的支持,激发更多人的积极性。

国寿寿险副总裁詹忠建议,可以适当采用财政补贴等方式,激励非税人群加入个人养老金,并逐步提高个人养老金缴费额度上限,多措并举鼓励做大第三支柱规模。

在消费者教育方面,周瑾表示,个人养老金制

度的推出和全方位宣传,不仅提升了人们对该制度本身的认知,而且对广义的养老金融市场教育也起到了积极作用。在个人养老金制度覆盖范围之外的人群也有养老金融的需求,这一市场可能比个人养老金市场更大,也应是各类金融机构发力的蓝海市场。

近期多家保险机构反映,在个人养老金四类产品中,仅保险产品投资需要“双录”(录音录像),提升了消费者投保难度,建议进一步实现同一业务统一管理。

对此,有专家认为,保险产品相对复杂,“双录”确实相当于在购买环节多了一道槛,这会让部分消费者觉得麻烦;但保险产品也有其独特的优势,应加强消费者教育。

朱铭来表示,在目前的个人养老金产品中,保险是唯一可以抗衡长寿风险,既能保证收益又可能享受超额收益的产品。偏好保险的人并不会因为“双录”而放弃购买。

业内人士还表示,个人养老金的积累是一个长期的过程,今后产品将更加丰富。从长远来看,不同类型的金融产品还是得拿“投资收益率”这一硬指标来说话,表现好的产品后期的吸金能力就会更强。此外,个人养老金是真正的长期投资,不应过度关注短期收益的波动。

来源:证券日报



剑指过往业绩展示 银行理财酝酿新规

5月24日,记者从多位业内人士处获悉,日前中国银行业协会理财业务专委会召集研讨会,探讨“理财产品过往业绩展示行为准则”的研究制定。这意味着,理财产品过往业绩展示,将迎来统一的自律规范。

据了解,目前正式文件出台并未设定明确时间表。但对于这份文件,银行理财业内人士和投资者均表示期待。

拟明确展示要求

具体来看,会上讨论的“理财产品过往业绩展示行为准则”对理财产品过往业绩展示拟设置三项基本要求、三项展示要求和三项禁止行为。

展示要求方面拟明确,在选择过往业绩展示区间时,应注明区间起始时间和截止时间,完整会计年度的过往业绩展示除外。同时,理财产品过往业绩展示需满足以下要求:理财产品运作1个月以上但不满1年的,应至少包括从产品成立之日起计算的过往业绩;理财产品运作1年以上但不满6年的,应至少包含自产品成立当年开始所有完整会计年度的业绩;理财产品运作6年以上的,应至少包含最近5个完整会计年度的业绩。

据一位理财公司人士透露,在本次会议上,各家理财公司针对业绩展示均提出了具体建议,后续可能会再对修改稿进行讨论,并出台正式文件,但发布时间并没有明确时间表。

某国有大行理财公司人士表示,对理财产品收益展示进行规范势在必行,一方面有利于规范市场,另一方面有利于保护投资者利益。

理财市场更加规范

自银行理财产品实行净值化以来,不少投资者都曾反映银行理财产品业绩展示存在“报喜不报忧”、业绩展示时间维度不一等情况,这也给投资者挑选理财产品带来不便。

“我打开银行APP发现,即使是同一类理财产品,有的展示七日年化收益率、有的是平均七日年化收益率,确实有点眼花缭乱,产品收益到底是多少?又该用什么指标来衡量各家的收益水平?”投资者陈女士说。

在股市、债市波动较大的情况下,银行理财产品的收益也曾出现较大波动。2022年12月,一张由投资者提供的截图显示,截至某日,西安银行“西银安心双周盈”产品七日年化收益率为-33.5%，“西银安心周周盈”产品七日年化收益率为-23.01%。

目前,银行理财市场逐渐走向规范。2022年12月,中国银行业协会发布《中国银行业理财业务自律规范》和《理财产品业绩比较基准展示行为准则》,并对后者设置了6个月过渡期。

不过,对理财产品过往业绩展示行为进行规范的问题,专家预计理财行业存在一定的整改难度。资深金融监管政策专家、冠荃咨询创始人周毅钦认为,一方面,相关整改需要理财公司和代销机构合力进行;另一方面,目前实操层面的过往业绩展示行为纷繁复杂,这些调整都需要花费大量的时间和精力。

上述国有大行理财公司人士也指出,银行理财产品确实存在产品数量多、期数多、净值披露时间标准不一等问题,规范起来有一定难度。周毅钦建议,新的规则落地后,亟须从金融科技层面对业绩展示版面或页面进行重新设计、整合。

来源:中国证券报

