

Monitor  
**Deloitte.**

 中国保险业转型发展峰会 

# 人口老龄化下的 养老保险发展之道

©中国银行保险报 组织编写



# 目录

前言	1
<b>一、中国养老金融市场发展概述</b>	<b>3</b>
1. 中国养老金融市场发展现状	4
2. 保险公司参与养老金融市场现状	8
<b>二、中国养老金融市场发展趋势展望</b>	<b>13</b>
1. 民众养老储备意识逐步提升，养老金融市场前景广阔	14
2. 第二支柱发展平稳，未来成长空间有限	15
3. 第三支柱政策东风已至，保险公司将凭借自身优势积极参与其中	16
4. 产业链下游支付端向上布局，“养老金融+服务”融合发展	18
<b>三、我国养老保险发展的思考与建议</b>	<b>19</b>
1. 在国家顶层设计层面，加快推进个人养老金制度体系建设	20
2. 在保险行业监管层面，建立符合养老保险商业特征的监管制度体系	20
3. 在保险行业组织层面，积极推动养老保险业务的互联互通	21
4. 在消费者层面，引导提高养老金管理意识与养老保险认知	21
5. 在保险机构层面，强化养老保险业务经营能力	21
<b>四、保险公司如何抢滩养老市场，捕捉机遇</b>	<b>22</b>
1. 运筹帷幄，全面提升养老业务战略高度	23
2. 以人为本，找准差异化客群定位	24
3. 顺势而为，打造“适老化”产品体系	24
4. 内外兼修，重构全渠道销售服务体系	25
5. 轻重并举，探索“保险+医养”产业生态	27
6. 攻守兼备，拓宽投资管理能力边界	29
7. 好风凭借，科技赋能养老业务提质增效	30
结语	31
关于作者	31



# 前言

## 长寿时代的“养老之困”迫在眉睫，对社会保障体系提出巨大挑战。

根据第七次人口普查数据，2020年我国65岁以上老年人口已达到了1.91亿，占总人口的比重为13.5%。预计到2025年，我国老龄人口将突破3亿，老龄化“斜率”快速上升，加速迈进中度老龄化社会。与老龄化加速形成鲜明对比的是日益降低的人口出生率，2020年中国育龄妇女总和生育率为1.3，已跌破警戒线，远远低于联合国人口标准出生率2.4的水平。“老龄化”和“少子化”双重趋势叠加下，我国抚养比失衡加剧。预计2030年前后，我国老年人口抚养比将达到25%左右的水平，预计2045年前后将超过发达国家水平，并长期处于高于世界平均水平的高位，全社会养老负担形势严峻。

## 养老金融改革任重而道远，驰而不息，久久为功。

经过20余年的探索与实践，我国已初步形成国家基本养老、单位补充养老和个人商业养老为核心内容的三支柱保障体系。然而，我国当前养老体系三支柱中，政府主导的第一支柱养老金占比过高且缺口连年扩大；第二支柱职业年金和企业年金覆盖人群有限、规模性提升较困难；第三支柱仍处于起步阶段，规模过小且发展缓慢。2020年10月，中国银行保险监督管理委员会作出大力发展第三支柱的政策指引，提出养老金融改革“两条腿”走路的总方针，既要“抓现有业务规范，统一养老金融产品标准”，又要“开展业务创新，大力发展真正具备养老功能的专业养老产品，包括养老储蓄存款、养老理财和基金，专属养老保险、商业养老金等”。在此指引下，保险、银行、基金等金融机构凭借各自优势，纷纷参与到养老金融供给侧结构性改革中。随着养老保障三支柱的不断完善，金融机构将迎来更广阔的发展机遇，未来有望成为养老事业的核心力量，发挥重要专业价值。

在此背景下，德勤摩立特联合《中国银行保险报》开展了《人口老龄化下的养老保险发展之道》课题研究，力求为养老保险发展寻求破局之道。在报告的第一章中国养老金融市场概览中，我们归纳总结了我国养老金融体系发展现状以及保险公司参与三支柱建设的主要方式、相应的产品与服务、存在的问题及面临的挑战。在第二章中，我们对养老金融市场进行展望，研判其未来发展趋势及保险公司的发展机遇。在第三章中，我们将从国家顶层设计层面、监管层面、行业组织层面、消费者层面与保险公司主体层面，提出未来对养老保险发展的思考与建议。在第四章中，我们将基于保险公司的能力与优势，从客户、产品、服务、投资等方面分析养老保险发展的相应路径，从而助力保险公司紧抓市场机遇，积极参与养老金融体系，实现自身经济效益与社会效益的双赢。

我们衷心希望借此课题研究之际，为社会各界相关人士提供人口老龄化挑战下养老保险发展的洞见，为行业各方参与者提供思路和决策参考，为中国养老保障事业发展贡献绵薄之力。

2021年3月，十三届全国人大四次会议表决通过《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，提出“实施积极应对人口老龄化国家战略”。如何妥善应对滚滚而来的“银发浪潮”关乎国家长远发展与人民世代福祉，是我国社会保障体系建设的难解之题，亦是必解之题。

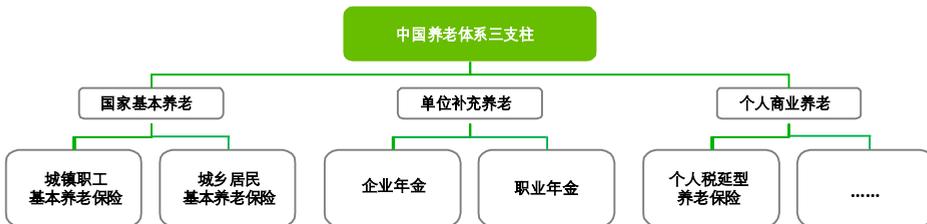
## 相关定义



## 养老金融定义

养老金融是指围绕社会成员各种养老需求所进行的金融活动的总和，根据中国养老金融50人论坛发布的《中国养老金融发展报告（2020）》对“养老金融”的定义，养老金融是指围绕社会成员各种养老需求所进行的金融活动的总和，包括三方面内容：一是养老金融，指为储备制度化的养老金进行的一系列金融活动，包括养老金制度安排和养老金资产管理；二是养老服务金融，指除制度化的养老金以外，社会成员为了满足自身养老需求所采取的财富积累、消费及其他衍生的一系列金融活动；三是养老产业金融，指为养老相关产业提供投融资支持的金融活动。本文将重点聚焦于广义的养老保障三支柱体系，覆盖了养老金融中的养老金融与养老服务金融市场。

## 养老保障体系三支柱



## 养老保障三支柱体系定义

当前，我国已初步形成国家基本养老、单位补充养老和个人商业养老相结合的养老保障三支柱体系。第一支柱指国家基本养老，第二支柱为单位补充养老，包含企业年金及职业年金，第三支柱为个人商业养老，目前就其内涵和外延尚无统一、明确的定义，本文所指第三支柱既包含了狭义上制度内的个人税延型养老保险，亦包含广义上非制度性的养老金融产品，即保险发行的商业养老保险、养老保障管理产品及其他个人养老保险业务，银行发行的“养老”理财、储蓄类产品，公募基金发行的养老目标基金，信托发行的养老金融信托等养老金融产品等。

# 一、中国养老金融市场发展概述





## 1. 中国养老金融市场发展现状

### 1.1 第一支柱：制度基本健全，然而供需矛盾日益突出

第一支柱是我国养老保障三支柱体系的基石，是设立最早、覆盖率最高、资金储备量最大的养老保障支柱，2020年在养老保障三支柱体系中占比约62.1%<sup>1</sup>。截至2020年，全国参加基本养老保险的人数已达9.99亿人<sup>2</sup>，基金总收入4.92万亿元，总支出5.47万亿元，累计结存5.81万亿元。

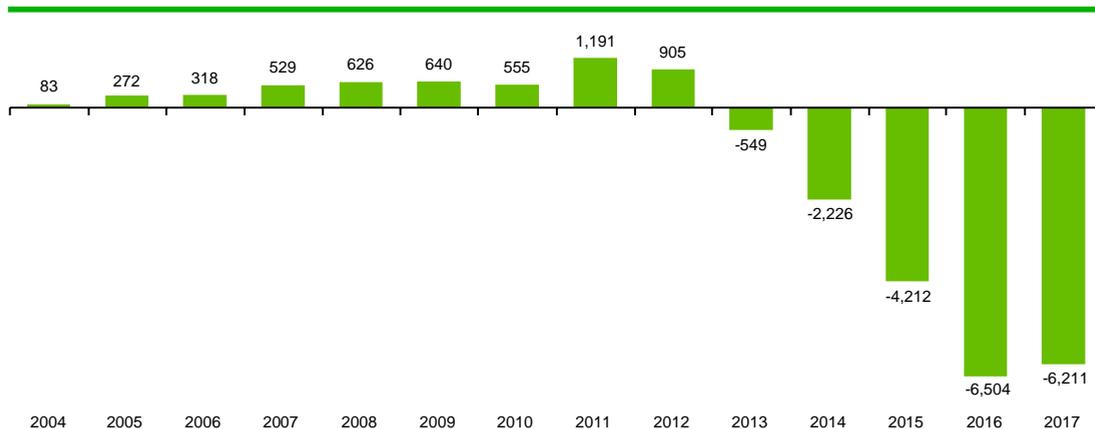
在现收现付制背景下，第一支柱的供需矛盾仍然突出。一方面，2014年起，我国16-59岁劳动年龄人口数量及占比连续5年均呈下降趋势，

加之我国政府近年出台的一系列企业减税降费举措，养老金缴费人数及规模不断减少；另一方面，人口老龄化叠加人均预期寿命延长使得养老金领取人数及领取周期不断提高。供需不平衡导致2013年后我国基本养老金缺口持续扩大。在此背景下，人社部等相关部委接连采取各类举措，包括启动省级养老基金统收统支方式、加大基金中央调剂制度并建立定期调度机制、研究实施渐进式延迟退休方案等以积极应对人口老龄化下基本养老保险的收支压力。在第一支柱的可持续性挑战逐步加大的趋势下，亟待二、三支柱补充。

图1：基本养老金“征缴收入-支出”

单位：人民币亿元

第一支柱收支压力逐年加大



1. 第一支柱规模=2020年基本养老金累计结存，第二支柱规模=2020年企业年金年末基金累计结存+职业年金年末投资规模，第三支柱规模=2020年税延养老险累计保费收入

2. 人力资源和社会保障部《2020年度人力资源和社会保障事业发展统计公报》

## 1.2 第二支柱：企业年金与职业年金发展迅速，但覆盖范围仍较窄

近几年，第二支柱整体规模持续增长，2020年在养老保障三支柱体系中占比约37.9%。截至2020年底，全国企业年金年末基金累计结存2.25万亿元，建立企业数达10.5万户，覆盖职工2,718万人。职业年金于2019年2月正式开始市场化投资运营，截至2020年末投资规模达1.29万亿元，全年累计收益额1,010.47亿元。

目前，企业年金覆盖度仍然偏低，主要覆盖大型企业，性质上以央企、国企、盈利性相对良

好的大中型企业为主，民营中小企业建立企业年金的动力不足。后疫情时期，在经济发展双循环的新格局下，预期未来几年国家将继续保持对民营经济纾困减负的政策导向，在企业税收、基本养老保险等社保缴费方面予以政策优惠，中小企业的年金市场短期内难以破局。

另外，在政策推动下，职业年金规模虽快速增长，但相关制度建设、投资运营体系等仍需进一步完善和落实。此外，职业年金适用对象为机关事业单位人员，可触及人群存在明显天花板，当前覆盖程度已处高位。

图2：企业年金与职业年金发展规模

第二支柱发展迅速，但覆盖面较窄

我国企业年金规模



覆盖人数：2,718万

我国职业年金投资规模



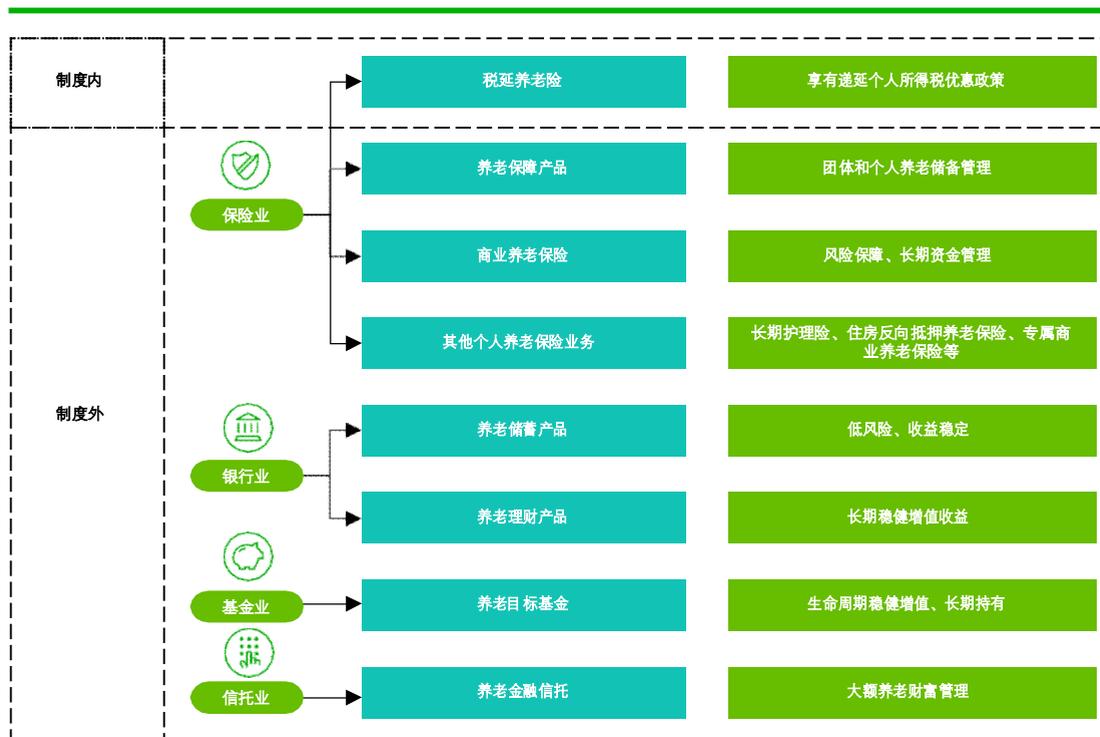
覆盖人数：3,800万

### 1.3 第三支柱：处于成长早期阶段，发展潜力巨大，制度体系建设正当时

我国养老保障第三支柱起步较晚，由于统一的顶层设计及相关制度仍在建设过程中，现阶段在对第三支柱具体定义、内容及统计范围等方面尚未达成共识，银行、基金、保险等各类金融机构主体多以“养老”产品的形式推进养老金融业务创新，既包含了狭义制度内的税延养老险，亦包含广义非制度性的养老金融产品，如保险公司发行的商业养老保险、养老保障管理产品及其他个人养老保险业务，银行发行的养老储蓄产品、养老理财产品，公募基金发行的养老目标基金，信托公司发行的养老金融信托产品等。

图3：第三支柱狭义（制度内）及广义（制度外）范畴

第三支柱发展情况



资料来源：《中国养老金融发展报告（2020）》

狭义视角下，第三支柱个人养老金产品仅包括税延养老险。自2018年5月1日财政部等五部委宣布于上海市、福建省（含厦门市）和苏州工业园区三地实施税延养老保险试点起<sup>3</sup>，截至2020年底，银保监会共分五批次批准了23家保险公司经营税延养老保险，共计66款产品投放市场。累计实现保费收入4.26亿元，参保人数4.88万人。但税延养老险试点实施3年，实际效果未及预期，仍需政策激活及长期培育。

3. 2018年4月，财政部等五部委联合发布《关于开展个人税收递延型商业养老保险试点的通知》，正式拉开了第三支柱的发展序幕

广义视角下，保险业目前提供主要产品类型包括养老保障管理产品、商业养老保险、长期护理保险、住房反向抵押养老保险、专属商业养老保险等五类参与到个人养老金市场中。其中，以养老保障管理产品、商业养老保险表现最为亮眼。养老保障市场方面，除未披露数据的3家养老保险公司，其余6家养老保险公司2019年养老保障资产余额达1.04万亿元<sup>4</sup>；商业养老保险方面，2020年商业养老年金保险保费收入为712亿元<sup>5</sup>，并积累了超过5800亿元的保险责任准备金，预计到2025年，为参保人积累的养老保险责任准备金将达6万亿元<sup>6</sup>，未来市场增量可期。

银行业方面，2020年“养老”主题金融产品密集推出，截至2021年1季度，约21家银行及6家理财子公司发行“养老”主题理财产品，总规模达到千亿级别，产品数量近400款。“养老”主题理财产品设计上已逐步开始区别于普通理财产品，在考虑投资期限的基础上进行了“分红”“定开”等流动性安排，并多数采用“固收+”的投资策略以实现稳健基础上收益性的提升。但由于当前产品尚缺乏统一的标准，2021年3月监管部门进行了相关指导，明确当前发行的产品不得含有“养老”字样，其规则、监管等仍需要统一，从而规范养老金融的发展。

基金业方面，养老目标基金近年规模实现稳步提升，2021年一季度末已增长至643亿元。然而，对比海外市场发展情况，我国养老目标基金发展仍较为初期。以美国为例，截至2020年，DC计划与IRA下的养老目标日期基金规模已达1.4万亿美元，占养老金中共同基金的比重达到15%<sup>7</sup>。我国养老目标基金发展目前仍面临投资者认知不足、产品与目标投资群体匹配度较差、政策扶持力度较低等问题，规模有待进一步培育。

目前第三支柱以产品为主要创新形态，经过近几年探索，仍面临诸多问题掣肘：一是各金融主体推出的养老金融产品存在同质化问题，第三支柱多元而灵活的生态位优势未被充分发挥；二是除税延养老保险外，其他金融机构的养老金融产品仍缺乏定向税收优惠激励，产品竞争力不足；三是税收优惠待遇的充足性有限，税延养老保险试点效果未及预期。在个人养老金制度逐步建设完善的大背景下，我国养老保障第三支柱在顶层制度设计、财税优惠范围拓展等方面仍存在较大提升空间。

4. 光大证券《养老金融改革加速，第三支柱养老金蓄势待发》

5. 国新办及保险业协会数据

6. 2020年1月23日，银保监会等13个部门联合发布保险业纲领性文件——《关于促进社会服务领域商业保险发展的意见》（银保监发

[2020] 4号），提出加快发展商业养老保险，并明确了“力争到2025年，商业保险为参保人积累不低于6万亿元养老保险责任准备金”的发展目标。

7. 数据来源：美国投资公司协会



## 2. 保险公司参与养老金融市场现状

### 2.1 第一支柱：保险公司是第一支柱的重要参与方

保险公司通过开展基本养老保险业务经办及基本养老保险基金的投资运营参与到第一支柱的建设中。商业保险机构凭借其广泛的机构网络、专业的服务队伍、长期资金的运营管理经验等诸多优势，成为基本养老保险市场化经办的重要管理者之一，缓解了经办机构经办业务的超负荷压力。

与此同时，保险系机构<sup>7</sup>成为基本养老保险基金投资管理的主要参与者。2016年，在全国社会保障基金理事会评审出的21家基本养老保险基金投资管理机构中，保险机构占据了6席，占比接近30%。

伴随着养老保障市场商业化改革进程加快，保险机构凭借其扎实的长期资金投管经验、出色的客户服务能力以及长寿类产品供给优势等，深度参与养老保障三支柱体系建设，服务国家养老保障事业。

表1：保险公司基本养老金投资管理资格

公司	基本养老保险基金
华泰资管	√
泰康资管	√
人保资管	√
平安养老	√
国寿养老	√
长江养老	√

### 2.2 第二支柱：保险公司是第二支柱的中坚力量

#### (1) 企业年金管理参与现状

企业年金受托业务主要由保险系主导。通过受托业务带动企业年金业务规模提升，是保险公司企业年金业务发展的关键。目前市场上共有13家企业年金基金管理机构，其中6家为养老保险机构。截至2019年底，养老保险机构的企业年金业务受托资产规模达9,100亿元，占据了73%的市场份额；管理企业个数超7.3万个，占全行业96.3%；覆盖职工人数1594.9万，管理人数占全行业83.7%。同时，保险系机构的“受托+投管”资质联动也为其投管业务的开展带来了先发机遇。截至2019年底，23家投管人中，养老保险公司和保险资管机构占据8席。企业年金基金管理机构组合数2718个，占比65%；组合资产金额超9529亿元，占比55%。

7. 保险系机构包括养老保险公司和保险资产管理公司

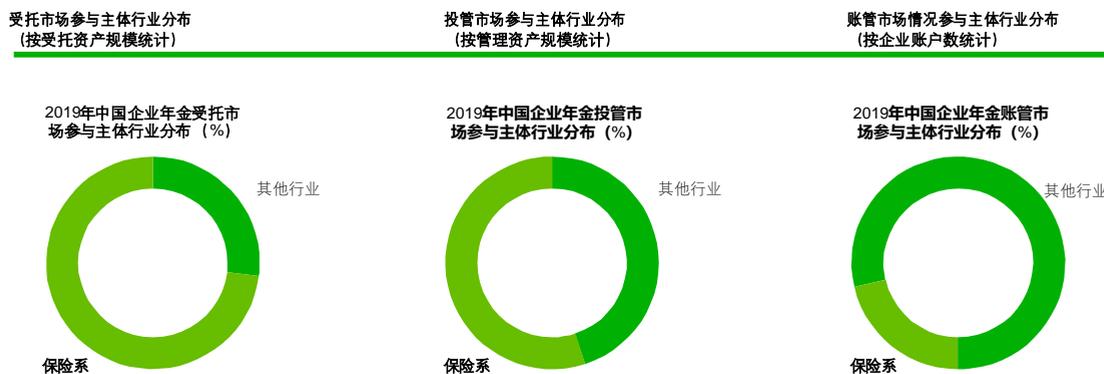
企业年金账管市场目前主要由银行主导，保险系公司中，仅有国寿养老和长江养老在企业年金账管市场中占据较高市场份额。

**表2：保险系公司持有企业年金业务三类管理资格牌照情况**

行业	公司名称	受托人	投管人	账管人	托管人
保险系	中国人寿养老保险股份有限公司	✓	✓	✓	
	平安养老保险股份有限公司	✓	✓	✓	
	长江养老保险股份有限公司	✓	✓	✓	
	太平养老保险股份有限公司	✓	✓	✓	
	泰康养老保险股份有限公司	✓		✓	
	新华养老保险股份有限公司		✓	✓	
	中国人民养老保险有限责任公司	✓	✓	✓	
	恒安标准养老保险有限责任公司				
	华泰资产管理有限公司		✓		
	泰康资产管理有限责任公司		✓		

资料来源：人社部《2019年度全国企业年金基金业务数据摘要》

**图4：2019年中国企业年金受托、投管、账管市场参与主体行业分布**



资料来源：人社部《2019年度全国企业年金基金业务数据摘要》

## (2) 职业年金管理参与现状

职业年金管理方面，保险机构主要以受托人和投管人角色参与。受托方面，截至2019年底完成的30个省、自治区和直辖市的职业年金受托人评选中，保险系养老金管理机构中标数量占绝对优势，头部险企基本获得全部地区职业年金受托人资格，占据56%的中标项目数量。

投管方面，从2019年底的中标情况来看，实现33%的组合数占比，无论是面对投资能力突出的公募基金、券商，还是金融客户源丰富的银行系的竞争，保险机构仍具有相当的竞争优势。

### 2.3 第三支柱：保险公司是第三支柱的先行者

保险业服务第三支柱的主要产品形态有税延养老金、养老保障管理产品、商业养老保险、长期护理保险、住房反向抵押养老保险、专属商业养老保险等六类。

**表3：保险公司主要养老金融产品类型**

产品类型	主要参与机构	发展规模	发展现状
1. 养老保障管理产品	养老险公司	~1.04万亿资产余额	<ul style="list-style-type: none"> <li>市场规模攀升极快，但目前市场上个人养老保障管理产品对于长期养老规划、补充养老保障体系的作用较为有限，部分产品与银行理财同质化</li> </ul>
2. 商业养老保险	寿险公司	712亿年金保险保费收入	<ul style="list-style-type: none"> <li>养老年金作为多数客户的第一款“养老”产品，发展迅速；然而产品养老属性模糊，多数产品仍然为多功能普通年金</li> </ul>
3. 长期护理保险	寿险公司、健康险公司	~64亿保费收入	<ul style="list-style-type: none"> <li>受制于失能/失智人员评估分级、服务质量监管等相关政策细则支撑的匮乏及我国照护服务的发展尚不成熟，商业长期护理险仍处于探索阶段</li> </ul>
4. 住房反向抵押养老保险	寿险公司	138户承保	<ul style="list-style-type: none"> <li>从功能可满足“房产富裕、货币贫困”的老年人增加养老收入，然而其发展仍然受到传统观念、配套政策、经营能力等因素制约，将在较长时间内处于摸索期</li> </ul>
5. 专属商业养老保险	寿险公司	不适用	<ul style="list-style-type: none"> <li>作为三支柱实行账户制的先行产品，为未来个人账户的建立奠定基础，但本次试点内尚未涉及税收优惠政策，具体推行情况有待观察</li> </ul>

#### (1) 税延养老保险：试点效果未及预期，亟待税延政策的进一步刺激

税延养老金试点已实施3年，保费收入及参保人数仍增长缓慢，实施效果未及预期。其主要原因来自三个方面：一是由于中国间接税为主的税制使税延养老金发展存在明显天花板，2019年个税占比仅为6.6%，导致税延优惠空间小；二是实际适用对象为仅占中国总人口约4.6%的中高收入者，中低收入者无法参与，与实际需求有所偏离；三是实际税优力度较小，每月少缴纳个税金额对中高收入者吸引力较低。

**(2) 养老保障管理产品：市场规模攀升速度极快**

近年来，养老保障管理业务步入发展快车道，2019年末，市场上养老保障产品共112款，投资组合数达200多个，资产余额已突破1.04万亿元<sup>8</sup>。该市场高度集中于头部企业，个人养老保障管理产品市场前三大参与主体规模占比接近75%，团体养老保障管理产品市场则已超过75%。目前市场上的个人养老保障管理产品对于长期养老规划、补充养老保障体系的作用较为有限，与银行理财产品在收益率、产品费率情况、续存期限、投资组合及比例等方面存在同质性较高的问题。

**(3) 商业养老保险：蓬勃发展并已初具规模**

目前，商业养老保险已初具规模，产品供给不断丰富。2019年，保险业累计开发养老年金保险产品830余款。2020年商业养老年金保险保费收入为712亿元，积累了超过5,800亿元的保险责任准备金，较年初增长22%。目前，险企推出的商业养老保险尚未基于一致规范，出于拓展受众面的考虑，产品的养老保障属性往往趋向模糊，多数产品实质仍为普通年金，以养老保障为目的、支持终身领取、领取期一定年期后保单现金价值为零的“真年金”产品仍然较少。

**(4) 长期护理保险：仍处于探索的初期阶段**

商业保险公司积极参与社会长护险承办，截至2021年一季度，社会长护险试点范围已达49个城市，覆盖近1.2亿参保人，整体报销水平约为70%。然而，我国商业长期护理保险仍处于起步阶段，一方面囿于失能/失智人员评估分级、服务质量监管、筹资方式等相关政策支撑的匮乏；另一方面则受制于我国长期照护服务业发展尚不成熟，因此整体发展受阻。

**(5) 住房反向抵押养老保险：在较长时间内处于摸索阶段**

2014年7月，住房反向抵押保险试点在北京、上海等城市正式启动，并于2018年扩大到全国范围。然而，其发展进度极其缓慢，截至2019年9月，在北京、上海等8个城市累计承保仅138户（203人）。总体来看，住房反向抵押养老保险从功能上可满足“房产富裕、货币贫困”老年人增加养老收入、终身领取养老金的核心需求<sup>9</sup>，但其作为老年人房产融资养老的探索性尝试，发展仍受到传统观念、配套政策、经营能力等因素制约，预计在较长时间内难以取得突破。

8. 中国养老金融发展报告（2020）

9. 十三届全国人民代表大会四次会议，全国人大代表周燕芳关于“加快发展住房反向抵押养老保险”讲话

### **(6) 专属商业养老保险：为建立个人账户奠定基础，后续进展有待观察**

2021年5月15日，银保监会发布《关于展开专属商业养老保险试点的通知》，决定于2021年6月1日起在浙江省（含宁波市）和重庆市开展专属商业养老保险试点，期限暂定一年，6家保险公司参与此次试点。

专属商业养老保险是当下个人养老金市场的有效补充。针对现行商业养老保险普遍存在的领取期短、退保相对自由等问题，专属商业养老保险规定消费者达到60周岁及以上方可领取养老金，领取期不短于10年，且领取期内退保账户现金价值为零，从本质上与目前市场在售的养老险产品形成区隔。专属商业养老保险为中国养老金第三支柱发展的关键一步，从产品形态上看，其采用“账户+年金”模式，强调账户制管理，但尚未涉及税收优惠政策，具体推行情况有待观察。

总结来看，经过20余年改革探索和实践，我国养老保障三支柱体系建设已初具规模并处于不断完善的过程中。但当前三大支柱发展并不均衡，第一支柱基本养老保险制度对财政补贴的依赖程度日益加深；第二支柱企业、职业年金虽取得了较好的成效，但整体天花板较低；在第一、二支柱发展陷入瓶颈的背景下，发展第三支柱的重要性逐步凸显。

从海外市场发展经验来看，第三支柱的作用举足轻重，其中美国的第三支柱发展较为成熟，2019年美国第三支柱比重已达31.3%。相较而言，现阶段我国第三支柱规模较小，发展尚处于初期阶段，顶层设计、账户建设、产品细则、税收优惠激励等相关议题均有待进一步突破。

在养老金第三支柱发展初期，以商业养老险类产品为产品主体，更有利于充分发挥其长期性、安全性和收益性的特点，提升第三支柱保障水平。在保险公司积极参与养老保障第三支柱的建设过程中，税延养老险、养老保障管理产品、商业养老保险、长期护理保险等养老主题金融产品先后投入市场，但部分产品类型市场需求仍未被激活。保险公司的养老业务在客户触达、产品设计、金融工具投资等方面仍面临挑战。

## 二、中国养老金融市场 发展趋势展望





## 1. 民众养老储备意识逐步提升，养老金融市场前景广阔

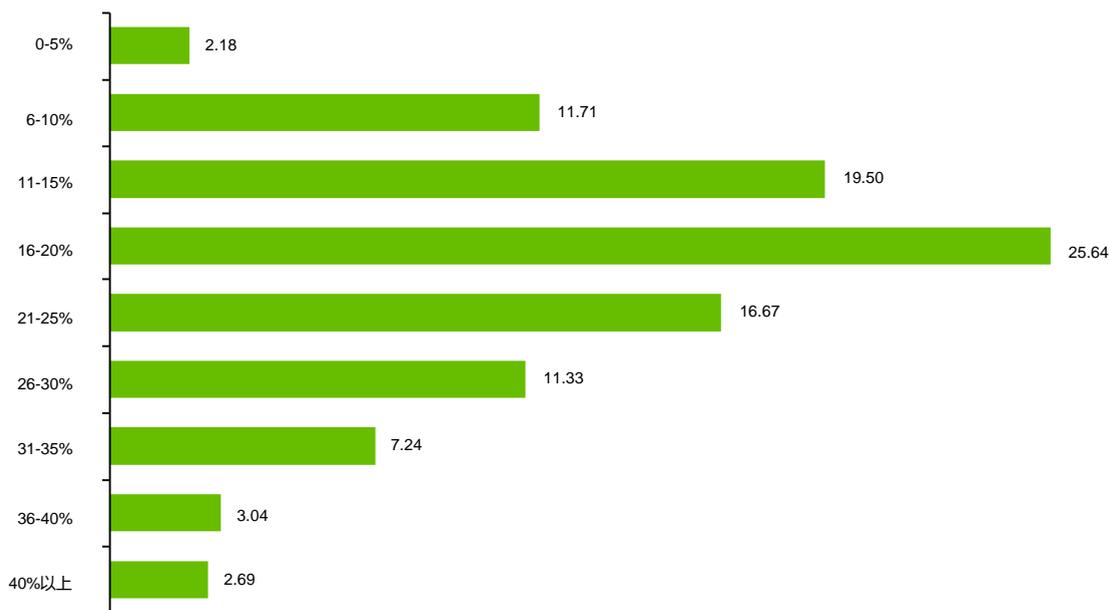
### 1.1 老龄化趋势下，人们对百岁人生“美好生活”向往迫切，养老金融需求日趋多元

伴随民众对“美好生活”的向往及居民财富水平的不断提升，居民对于银发时代的消费需求显著升级，逐步从“老有所养”向“老有善养、颐养天年”转变，养老财富储备意识逐步

提升。中国养老金融调查（2020）项目报告中表明，超过七成（73.14%）的调查对象愿意将占工资收入比重约11%-30%的额度用于养老理财储备，12.97%的调查对象愿意将30%以上的工资收入用于养老理财储备。

图5：受访居民养老财富储备（占收入比重）意愿

单位：%



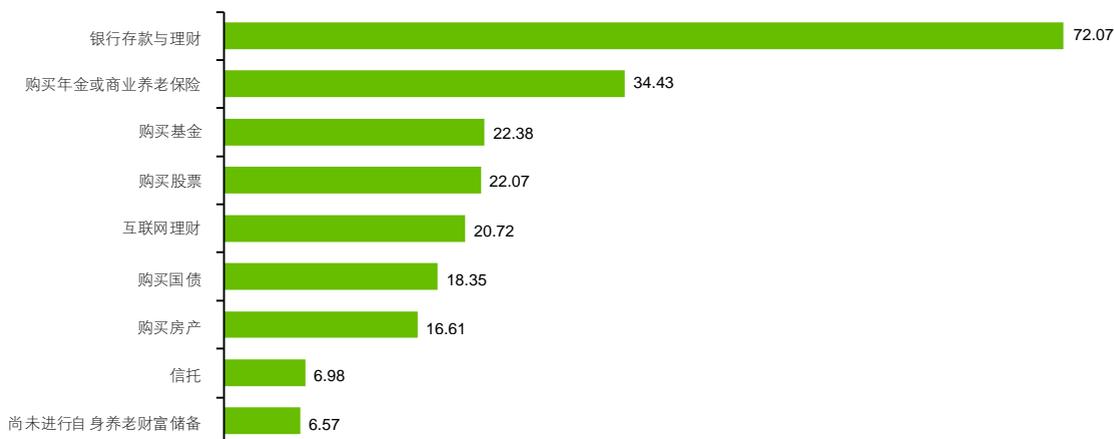
资料来源：中国养老金融调查（2020）<sup>10</sup>

10. 本次调查采用随机抽样方法，面向全国31个省定向、定量投放问卷，调查共回收有效样本1,2210份

同时，养老金融需求日趋多元，除银行存款、银行理财、年金及商业养老保险等传统投资理财方式外，居民养老金融的产品大类选择正朝着风险保障和财富增值并存的方向发展，基金、股票、互联网理财等多元化的金融产品亦成为养老投资理财的重要选择，为养老金融市场发展与业务创新带来更多机遇。

**图6：受访居民养老金融参与情况（多选）**

单位：%



### 1.2 应对客户需求演变，养老金融产品将呈现多元化供给趋势

老龄化人口结构下，养老客户群体成为各金融机构的兵家必争之地，各类金融主体先后组建专门的养老金融部门，面向银发人群打造专业经营平台以提供多元化、个性化养老金融产品

与服务。银行、保险、基金等金融机构在养老业务范围、客户获取、产品创设等方面优势各异，未来可发挥各自特色与优势积极跨界竞争，从单一的产品提供方向围绕客户生命周期的养老综合化解决方案角色进行转变，更好地满足客户需求。



## 2. 第二支柱发展依然可期，长期持续性增长有待政策培育

### 2.1 职业年金将是推动第二支柱规模增长的主要动力，企业年金仍需制度突破

尽管职业年金受众范围有限，其强制的单位缴费比例8%及个人缴费比例4%的缴费水平高于企业年金且实账积累，职业年金积累的资金规模将有望超过企业年金，带动第二支柱的发展。反观企业年金，2015-2020年企业年金参保人员年均增速为3.3%，进入低速增长区间，有能力承担年金的大型企业多已设立了企业年金，在自愿参加原则下参与企业数量短期内难以进一步突破。参照国际经验来看，澳大利亚、智利等国家强制要求雇主必须为员工提供养老金计划并匹配相应缴费；美国、英国则通过自动参保和自动提升缴费额等方式来提升企业年金计划的参与度。整体来看，第二支柱覆盖面的提升与长远发展仍需要制度“解锁”。

### 2.2 年金管理市场格局稳定，先行者将通过二支柱市场优势加速渗透三支柱市场

保险业是第二支柱专业管理的主力军，在企业年金受托和投资管理领域，2019年保险业分别占据80%以上的受托资产规模和55%以上的投资组合资产金额。从竞争格局来看，2016-2019年头部机构市场分额稳定，企业年金管理市场前三大主体市场份额稳居60%以上，投资管理市场份额在40%以上。头部机构凭借多年的第二支柱养老金管理业务经验，已积累大量企业客户资源，有望通过年金业务与C端员工个人客户建立长期持续的服务触点，促进个人养老金产品的销售，带动第三支柱个人养老金业务发展的同时，进一步改善养老金融业务组合的盈利性。



## 3. 第三支柱政策东风已至，保险公司将凭借自身优势积极参与其中

### 3.1 在我国第一支柱负担过重、第二支柱扩面受阻的背景下，急需第三支柱补位

第一支柱的缺口填充加重财政负担，且替代率较低，较难覆盖民众的基本养老需求。第二支柱企业年金与职业年金适用人群范围有限，可触达范围仅占不到5%。整体养老储蓄缺口较大，亟待第三支柱补充。

### 3.2 政策频出，改革进程加快，第三支柱迎来新发展红利

2020年以来，国家高度重视第三支柱的发展，国务院、银保监会、人社部等有关部门多次对第三支柱的发展作出工作部署，从第三支柱的顶层设计、产品创新、参与主体等方面进行规范，为发展完善我国个人养老保障体系提供指引。

表4：近期第三支柱相关政策梳理

时间	文件	具体内容
2020年10月	中国人民银行党委书记、中国银保监会主席郭树清在2020年金融街论坛主题演讲	发挥金融优势，大力发展第三支柱养老保障，可以有效缓解我国养老保险支出压力，满足人民群众多样化养老需求。总的方针是“两条腿”走路，一方面抓现有业务规范，就是要正本清源，统一养老金融产品标准，清理名不符实产品；另一方面是开展业务创新试点，大力发展真正具备养老功能的专业养老产品，包括养老储蓄存款、养老理财和基金、专属养老保险、商业养老金等
2020年11月	中保协《中国养老金第三支柱研究报告》	截至2030年第三支柱养老金发展到10万亿资产规模。改革第一阶段（2021-2022年）聚焦账户体系建设、养老金企业专项政策，第二阶段（2025-2027年）以税收制度作为杠杆撬动规模，第三阶段（2028-2030年）使养老金成为民众标配和默认习惯
2020年12月	国务院政策例行吹风会	将主要从以下几个方面来加快推进商业养老保险的发展：一是加快发展专业化经营主体；二是扩大商业养老保险领域对外开放；三是加大养老保险产品创新；四是强化养老保险基础设施建设；五是加强人才队伍建设，提升专业能力
2021年2月	国务院新闻发布会	人社部提出建立账户制、国家财政税收支持、资金市场化投资运营的个人养老金制度
2021年2月	《关于开展专属商业养老保险试点的通知（征求意见稿）》	拟于6月1日起，在北京、浙江两地开展专属商业养老保险试点，试点公司包括中国人寿、人保寿险、太平人寿、太保寿险、泰康人寿、新华人寿
2021年3月	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	提出发展多层次、多支柱养老保险体系，规范发展第三支柱商业养老保险

两项政策红利预计将持续释放，推动第三支柱快速发展。

#### 一是推动个人养老金账户建设与制度间的连通：

从美国市场发展经验来看，美国三支柱个人退休账户（IRA）的快速发展主要得益于以账户制度为基础的“转账”功能，作为不同计划之间的“中转站”，通过允许个人在一定条件下将第二支柱养老金资产转入个人退休账户，IRA计划中约90%的资金来自于转账，从而进一步提升个人养老金的可得性。中保协《中国养老金第三支柱研究报告》明确指出第三支柱建设中第一阶段将聚焦于账户体系建设，账户制的推行预计将助力解决产品制体系下的“产品转换难、监管成本高、资金无法互通”等问题，为第三支柱发展奠定基础。

**二是税收优惠支持力度将进一步加强：**从全球范围来看，“减税养老”将有效推动“老有所养”，也是第二支柱与第三支柱发展的根本动力。然而2018年以来，我国个人税收递延型商业养老保险试点以来，制度推行遇冷，试点政策尚未能如期转常。税优政策仍存在覆盖人群范围有限，操作流程复杂且激励程度较小等问题。在我国以间接税为主的税制结构下，符合个人所得税的缴纳标准的人群覆盖范围有限，税收优惠较难覆盖到低收入人群与自由职业者的养老保障需求。从日本发展经验来看，其iDeCo账户根据参与人的分类与已参与的养老金计划类型设立不同的缴费上限，同时NISA账户计划针对19岁以下未成年进一步推出Junior NISA，并分别设置EET模式与TEE模式的税收优惠，从而进一步提升人群覆盖范围。未来，我国在税收优惠方面，可以探索针对各类人群的多种税收优惠模式并行、灵活的税前扣除上限等方式，从而进一步激发税收优惠红利。

### 3.3 商业保险独具先发优势，作为第三支柱主力军，持续发挥专业作用

作为参与养老金市场建设的主力军，保险业可充分挖掘与发挥自身在产品供给、投资运营、风险管理、客户服务等方面的优势，在服务养老保障第三支柱体系建设中持续发挥专业作用。

产品供给方面，伴随着居民财富快速积累及养老金融认知的日益提升、新经济灵活就业人群养老保障缺口的持续扩大，养老资产配置需求将逐步呈现多元化、分层化的特征。新形势下，养老金融产品供给方需兼顾各类客户不同的流动性需求、风险偏好及其对于金融产品的认知程度，保险业在此方面具有先天优势。保险业可以发挥产品长期性、安全性、收益性、领取约束性等优势，突出风险保障功能，发展与人民群众养老需求契合度高、符合生命周期特点的养老保险产品，丰富养老金融产品供给的同时兼顾“高端化”与“普惠化”客群。

投资运营方面，保险资金与养老金具有天然联系，二者均为长期资金属性，注重穿越经济周期、

抵御通货膨胀的长期收益，因此需要更为审慎稳健的资产配置方式。保险业可立足长期资金专业管理经验、资产配置优势及价值投资理念，挖掘与长期资金相匹配的优质资产，做好养老金大类资产配置及投资运营，为民众的养老“保命钱”提供安全保障和长期保值增值服务。

风险管理方面，保险业在精算技术及长寿风险管理方面具备专业优势。保险公司能够利用生命表及精算技术对财务风险进行估价和管理，同时保险业可通过养老保险产品的稳健增值和终身领取，帮助参保人合理安排养老金收入，有效化解投资风险和长寿风险。

客户服务方面，保险业以其广泛的营业网点、庞大的销售服务队伍、标准化的客户服务能力，可及时响应客户需求，帮助客户有效识别养老风险保障缺口，合理规划个人和家庭财务安排。此外，保险业可凭借其主业与养老健康产业的高度关联性，发挥其平台作用，链接产业链上下游的养老服务供给方，推进“保险+医养”的一体化布局，通过强化养老服务供给，满足客户在医疗、养老、护理等方面的个性化、差异化需求。



## 4. 产业链下游支付端向上布局，“养老金融+服务”融合发展

### 4.1 金融机构将逐步构建“银发+”金融生态场景助力养老一站式服务

银发经济下，为锁定未来的增量客群，金融机构除向老年人提供专属养老金融服务外，将加速打造医养服务、退休品质生活服务、智能养老服务等一体化、一站式且端到端的服务组合，从而满足客户“享老”需求，助推社会养老体系的完善。同时，通过养老场景构建，增加养老服务供给，拓展养老产业链，打造新业务增长点。

### 4.2 保险公司借助资负联动优势，加速布局养老产业，深化“保险+医养”协同

负债端方面，保险产品作为支付方，养老产业作为服务方与保险对接，通过“保险+养老社区/养老服务”实现由财务补偿向服务补偿的转型，从而打造产品差异化优势。在资产端，险企资金的长周期属性与养老社区投资的“资金规模大、投资周期长”的特性要求较为匹配，有助于险企进行资产与负债之间久期、现金流与成本收益的匹配，从而实现资负联动。通过布局养老产业，险企可纵向延伸保险产业链，并通过养老资产的持有助力产品设计创新、增强服务供给，并实现场景化营销赋能，从而进一步提升保险主业的竞争力。

### 三、我国养老保险发展的思考与建议



此次机构调研访谈发现，尽管近年来保险公司对养老保险业务的重视程度显著增强，纷纷开展养老保险业务的探索与尝试；然而，无论是行业从业者还是学者专家均一致认为，养老保险的发展仍面临种种挑战，无论是顶层设计的支持，还是行业内多方伙伴的合作创新，仅依靠保险公司的一己之力难以取得突破，必须汇集全行业的力量，联合养老产业内的多方伙伴，共寻解决之道。



## 1. 在国家顶层设计层面，加快推进个人养老金制度体系建设

目前，我国对第三支柱合格金融产品的定义与标准，以及具体的配套实施细则仍待出台。国家需要进一步完善养老第三支柱制度体系顶层设计，系统化推进我国个人养老保障的健康发展，提升第三支柱个人养老金的参与度与覆盖面。一方面，加速构建以个人账户制为基础的养老保障制度体

系，建议相关部门制定行业标准与规范，并推动相应标准的试点与实施；另一方面，加强完善配套政策支持，如财税政策方面进一步扩大税延产品范围、简便抵扣手续等，行业急需相关部门联合出台相关的政策与实施细则。



## 2. 在保险行业监管层面，建立符合养老保险商业特征的监管制度体系

伴随顶层个人养老金制度的出台与完善，为适应养老保险经营的新形势，监管部门需进一步从养老保险产品定义分类、产品监管、销售经营等方面进行修订，突出“养老”的长期保障属性，规范养老保险产品设计与销售经营行为，明确各类养老保险产品的产品特点和要求，同时明确经营各类养老保险产品的开发与销售应当具备的条件，推进提升保险机构经营

专业化水平。参照最新修订的《健康保险管理办法》对于健康管理服务与健康保险的关系定位、费用列支等方面的规定细则，或可对养老年金、长期护理险等产品在服务端的衔接的服务标准、服务范围等进一步明确。完善的养老保险业务与相关产品的相关配套细则将有助于指导保险业更好地参与到积极应对人口老龄化的国家战略实施中。



### 3. 在保险行业组织层面，积极推动养老保险业务的互联互通

发挥保险业协会平台的作用，促进行业内的交流合作，助力养老险业务健康快速发展。养老事业作为包含多金融主体、多方专业机构的多元生态，需要银行、保险、基金、证券、养老服务机构、养老地产等机构的共同参与，分工协作。行业的发

展有赖于借助协会组织的力量，进一步推动同业与异业间的交流合作，打造行业智库，分享行业洞察与趋势，促进行业交流互通，引导多方资源优势互补，共同推动行业商业模式升级、金融与养老服务融合、产品创新等。



### 4. 在消费者层面，引导提高养老金管理意识与养老保险认知

人口老龄化将持续带动居民的养老需求，然而养老需求向养老金融需求转化这一过程仍需要时间。对比发达国家家庭财富净值构成中私人养老金近20%-40%的占比来看，中国家庭财富净值中养老金的占比微乎其微，个人的金融资产尚未有效的转化为养老财富储备<sup>11</sup>。民众对于主动进行养老金储备和管理的意识、对未来养老保障缺口的分析判断仍然不足，对商业养老保险在提供养老保障方面的作用了解较少等诸多认知因素

对养老保险的发展形成掣肘。借鉴美国富达基金的经验，其借助电视媒体、移动终端、数字化平台等多渠道进行投资者教育，从人生阶段、退休规划、基金知识等多方面培育民众养老金投资的有效需求。政府、监管机构、保险机构、企事业单位等需加强普及养老保障知识，加强民众对于养老保险的宣传与教育，培养居民养老保障意识，引导居民主动为养老生活进行“尽早”与“长期”的规划安排。



### 5. 在保险机构层面，强化养老保险业务经营能力

应对老龄人口的养老保障需求，保险公司应进一步加强对养老保险业务的重视度，发挥长寿风险保障的功能优势，把握这一重要机遇。养老保险业务的改革发展，不仅是单一产品部门的产品策略，而是贯穿公司各个部门的整体战略升级。保

险公司需要从管理层统一认知，制定顶层战略规划，并围绕发展目标，以客户为中心，从产品、渠道、投资、运营等各个方面构建完善养老保险业务经营能力，抢滩养老市场。

11. 2020年6月，长江养老党委书记、董事长苏罡在养老金发展指数（2020）报告发布会讲话

## 四、保险公司如何抢滩养老市场， 捕捉机遇



银发时代来临，“大养老”风口已至。保险公司需找准自身差异化定位，聚焦养老保险业务专业化能力培育，设计相应的发展战略并落实推进，从而把握这一重要机遇。

- 
**01 运筹帷幄  
全面提升养老业务战略高度**
  - 健康养老势在必行，养老金市场持续升温，将成为继健康险后的第二增长极，助力险企培育业务新增长点。保险公司需做好养老保险业务的顶层规划，在公司内形成共识并打造自身差异化竞争优势。
- 
**02 以人为本  
寻找差异化客群定位**
  - 养老客群并不等同于老年客群，随着老龄化程度加剧，居民养老储备意识逐步增强，养老客群逐渐分层。保险公司需进一步找准客群定位，明确自身的价值主张，进一步差异化产品与服务供给。
- 
**03 顺势而为  
打造适老化产品体系**
  - 围绕客户养老保障需求，精准识别当前养老产品供给缺口，打造“适老化”产品体系，是保险公司发展养老保险业务的首要抓手。保险公司需顺势而为，丰富养老产品供给，抢占市场先机。
- 
**04 内外兼修  
重构全渠道销售服务体系**
  - 保险公司具有多元渠道的优势基础，在开展养老客户服务时，应充分发挥各渠道优势并通过差异化产品投放，实现以客户为导向的全渠道销售服务体系重构。
- 
**05 轻重并举  
探索“保险+医养”产业生态**
  - 养老服务行业作为朝阳产业之一，吸引众多玩家入局，生态环境日趋成熟。保险公司可利用投资经验、产品设计等方面优势，多元探索养老服务模式，打造“保险+医养”服务闭环，撬动万亿养老市场。
- 
**06 攻守兼备  
拓宽投资管理能力边界**
  - 伴随养老保障体系的完善，养老金加速入市，保险公司需进一步发挥长线资金的专业管理能力与大类资产配置经验，提升投资能力，应对利率下行环境挑战的同时充分参与养老金市场竞争。
- 
**07 好风凭借  
科技赋能养老业务提质增效**
  - 大数据、人工智能、云计算等技术加速发展，并逐步渗透至保险业务流程及各类场景中，促进行业经营效率的提升。面向保险科技的蓬勃态势，养老业务也应积极拥抱这一趋势，加速科技赋能。



## 1. 运筹帷幄，全面提升养老业务战略高度

参考我国健康险市场发展经验，2014年后，伴随健康中国2030等国家顶层战略设计、百万医疗险对民众健康保障教育的推动下，健康险需求爆发，保险公司加速健康险业务布局。一方面，加速打造以重疾险为价值增长点，以医疗险为促获客的产品体系，多元化健康险产品供给。另一方面，通过TPA采购、战略合作、股权投资等方式积极拓展医疗健康服务体系，强化生态服务，打造差

异化竞争优势。伴随经济增长、养老政策的推动、居民养老储备意识的增强，养老金市场将持续升温，成为保险公司继健康险后的第二增长级，助力险企培育业务新增长点。面对滚滚而来的“银发浪潮”，保险公司需未雨绸缪，做好中长期养老保险业务的顶层设计，明确养老业务的发展目标、发展策略与具体实施路径，从而在公司内形成共识并打造自身差异化竞争优势。



## 2. 以人为本，找准差异化客群定位

养老客群并不等同于老年客群，随着老龄化程度的加剧，居民养老储备意识的增强，养老客群逐渐分层，保险公司需进一步明确细分客群，通过不同类型客群的家庭收入、持有资产情况、风险承受能力、所处的生命周期阶段等情况进一步进行差异化养老产品与服务的供给。

**提前锁定年轻客群：**《2019年中国养老前景调查报告》显示，18-34岁的人群中有48%的青年人群已开始进行养老规划和储蓄，年轻人群养老储备意识逐步提升。保险公司需针对年轻人资金有限、风险承受能力较强、养老服务“弱”敏感性等特点进行养老保险产品的设计，缓解年轻人群的“月光”焦虑，培养养老准备意识，尽早进行养老准备。

**精耕中高端客群：**改革开放后的首批中产及富裕群体主要集中在50-65岁年龄段，已逐步进入退休养老阶段，健康、养老已成为这类人群日

常最关注的两大风险因素。同时，中高端客群表现出对养老保险产品附带优质养老服务供给的需求偏好，以及对养老解决方案综合化与一站式的诉求。针对中高端客群，保险公司需着重打造“品质养老、尊贵医疗”的产品和服务系列，充分满足该类人群对于品质生活的保障需求。

**覆盖新经济与灵活就业人群：**从健康险市场发展来看，“惠民保”的诞生在基本医保与商保之间起到了纽带性作用，在保险的普惠性与普适性上进行了实质性探索，进一步助力完善我国多层次的医疗保障制度。蓬勃发展的新经济带来灵活就业人数的快速增长，目前全国有近2亿的灵活就业人员，包括网约车司机、快递小哥、外卖送餐员、家政阿姨等，该类客群较低的基础养老保障水平将带来巨大的商业养老保险需求空间。未来，商业保险公司可持续发挥自身的产品创设能力，填补这类人群的养老金融供给空白。



## 3. 顺势而为，打造“适老化”产品体系

围绕客户养老保障需求，精准识别当前养老产品供给缺口，打造“适老化”产品体系是保险机构发展养老保险业务的首要抓手。伴随专属商业养老险试点及相关政策的推进，保险机构应顺势而为，不断丰富养老产品品类，叠加服务强化养老保障属性，并开展老年专属产品创新，抢占市场先机。

**打造养老产品全链条：**从长期年金、终身年金、养老保障管理产品、税延养老险、专属商业养老险、长期护理险等方向全方位丰富养老金融产品供给。同时，具有基金代销资质的保险公司可进一步布局目标日期型基金与目标风险型基金，以更好满足符合各类风险偏好及资金情况的客户需求。

**强化产品“养老”属性设计：**与普通年金产品相比，养老产品的设计需进一步考虑民众对于退休后现金流管理、财富继承、医养照护服务等需求，从领取期、领取方式、收益性、安全性与流动性等方面对产品进行“适老化”改造，保证养老金收入能够满足客户退休生活支出要求的同时，实现养老资产的保值增值。与此同时，鉴于我国当前养老服务供给严重不足的现状，将财务补偿与服务补偿相结合已成为众多保险机构当前重点关注的方向，一方面可充分体现业务的养老保障属性，另一方面也为产品同质化提供破局之法。

**打造老年人专属产品，积极进行产品创新：**由于老年人较难达到标准体要求、同时保费与保障水平之间杠杆作用难以发挥等因素，我国老年人保险产品有效供给不足。然而，伴随居民财富积累，老年人群购买力不断提升，医养消费诉求逐步增强。2020年，银保监会下发《关

于促进社会服务领域商业保险发展的意见》中，明确提出加快发展长期护理保险、60岁及以上老年人专属保险等，保险公司应顺应此方向指引，在投保要求、产品年限、产品收益等方面进行积极探索，填补老年专属产品缺口。



## 4. 内外兼修，重构全渠道销售服务体系

保险公司具有多元渠道的优势基础，在开展养老客户服务时，可充分发挥各个渠道的服务优势并通过差异化产品投放，实现以客户为导向的全渠道销售服务体系重构。

**提升代理人渠道的专业能力：**代理人渠道当前正处于由“量”向“质”的转型阵痛期，养老产品的销售将有助于代理人多元化产品销售收入并提升代理人的专业素养，真正转型成为伴随客户生命成长周期的风险保障规划专家。保险公司需加速代理人队伍对养老金融知识、养老保险与养老规划服务的相关培训，提升渠道养老需求的专业服务能力。同时，通过发挥代理人对客户长期经营的优势与复杂性产品的销售能力，提供养老、健康、财富管理等多元化产品组合，覆盖客户及家庭的全生命周期与全方位风险保障管理，促进客户价值成长。

**发挥团险业务资源优势，加强业务联动：**保险公司在过往多年中已通过企业团险与年金业务积累了数量众多的机构客户与企业客户资源，并建立了紧密的业务联系。企业与机构客户中蕴含大量优质的员工资源，为个人商业养老保险业务的发展提供了良好的土壤。保险公司可通过职域与线上化的员工弹性福利平台，快速触达企业中的个人客户，有望帮助险企扩大养老业务规模。

**携手银行，共享养老红利：**2019年8月，银保监会发布《商业银行代理保险业务管理》，进一

步在银保渠道的佣金支付、保障型险种占比<sup>12</sup>等方面提出更明确要求，渠道价值转型进入改革深水区。一方面，随着客户行为变化，银行苦于“网点之殇”，亟待寻求客群与场景突破；另一方面，保险公司苦于“转型之痛”，亟待探索银保渠道价值化成长。德勤认为，养老是二者之间的有效链接，尽管双方在养老金融产品供给上存在一定替代性，然而保险公司在长期/终身年金，长期护理险等长期保障型产品，以及强劲的综合医疗养老服务方面，可对银行的产品与服务供给形成有益补充，有助于双方达成向高质量业务转型的共同诉求。

**拥抱互联网，深化平台合作：**此次疫情推动客户行为线上化迁徙，也加速了保险业务与养老保险业务的线上化进程，为养老险的线上销售打开空间。一方面，通过数字化手段赋能传统线下渠道，从而提升线下队伍的经营展业效率。另一方面，互联网渠道的建设，与三方互联网流量平台、垂直平台等线上平台的合作将会成为未来养老险业务互联网化的突破口。

本次专属商业养老险试点中明确提出提升新经济、新业态群体养老保障的可得性，互联网金融平台在新经济群体、年轻客群的渗透方面具有先天优势，将有助于提升该类群体的养老保障触达。基于线上客户“便捷、快速”的服务需求，保险公司需进一步进行养老产品的“标准化、小额化、场景化、碎片化”设计，从而实现客户“无感”转化。

12. 银保监会《商业银行代理保险业务管理》第三十八条，商业银行代理销售意外伤害保险、健康保险、定期寿险、终身寿险、保险期间不短于10年的年金保险、保险期间不短于10年的两全保险、财产保险（不包括财产保险公司投资型保险）的保费收入之和不得低于保险代理业务总保费收入的20%

### 案例：大家保险养多多养老年金险



保险公司与互联网平台开展养老保险产品服务创新实践，是保险公司积极拓展互联网销售渠道、加强科技赋能的重要尝试。以大家养老为例，大家养老与领先互联网保险特卖平台小雨伞合作，推出大家保险养多多养老年金险，该产品具备如下特征：

- “真”养老年金**：大家保险养多多养老年金险规定消费者年满55/60/65周岁进入养老金领取期，实现终身保障；同时，其“高领取版”规定消费者在开始领取年金后保单现金价值降为0，是当前市场少有的“真”养老年金产品
- 互联网“场景化、碎片化”**：大家保险养多多养老年金险具有低投保门槛、灵活投保（缴费方式趸交/年交/月交/追加，缴费期间趸交/3/5/10/15/20年）、灵活领取（月领/年领）等产品特色，是突破传统产品形态、与互联网因素积极融合的一次产品创新与突破，实现了养老产品的互联网消费“场景化、碎片化”设计。通过转变产品形态为可追加、低门槛的形式，满足年轻人群的购买需求
- 互联网化运营**：小雨伞及大家养老线上平台及公众号可为消费者提供在线客服、在线回访、保单变更、在线理赔、健康增值服务等互联网化服务，加速了其养老保险业务的线上化进程

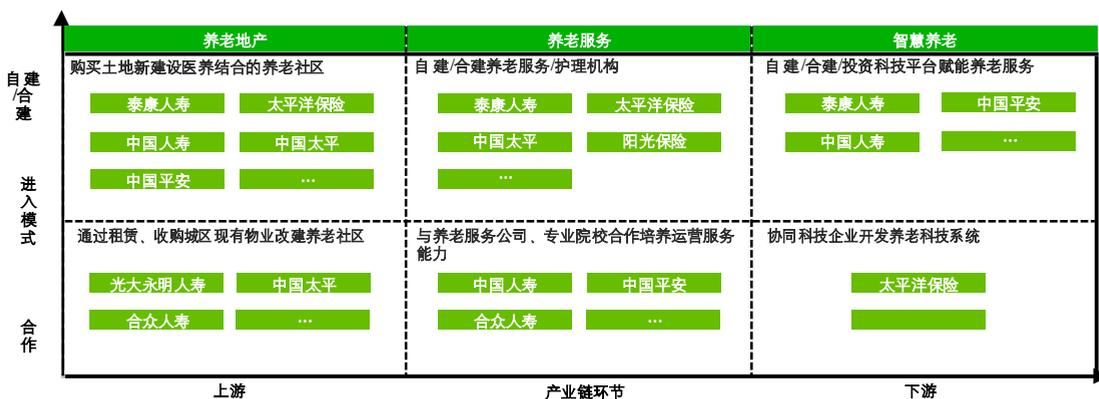


## 5. 轻重并举，探索“保险+医养”产业生态

政策叠加资本的双重利好之下，养老服务行业作为朝阳行业之一，吸引了众多产业玩家入局。除较早入场的保险机构、房地产商、医疗健康企业等之外，近年来还涌现出众多养老服务行业的创业公司，且细分商业模式层出不穷，如专业化的机构照护服务商、上门照护服

务商、社区照护服务商、高端养老康复机构及养老护理人才培训机构等。伴随养老产业环境成熟，养老服务行业将快速崛起，为保险公司进行“产品+服务”创新提供生态基础。在此趋势下，保险公司可从以下方面探索“保险+医养”产业布局：

图7：国内保险公司布局养老产业模式（非穷举）



保险公司以销售养老保险产品起步，利用其资金实力较强、负债周期较长的优势，逐步向养老产业链上下游延伸。大型险企凭借其资金、地产开发、品牌、获客等方面的能力，于养老地产、养老服务、智慧养老等领域开展自建及合建，在实现保单增值及商业模式优化升级的同时，塑造险企长期价值护城河。有别于医疗健康生态，养老产业资产属性天然较重，对企

的资金投入及抗风险能力要求较高，中小型险企较难通过类“医疗服务TPA采购”的轻资产布局模式实现突破。但市场中亦不乏中小型险企的率先探索的身影，如光大永明人寿、合众人寿、爱心人寿等中小型险企，其往往通过保单绑定居家养老服务、养老社区入住资格等形式，将“养老+”作为保险产品增值权益，提升保单价值，进而有效促进保险销售。

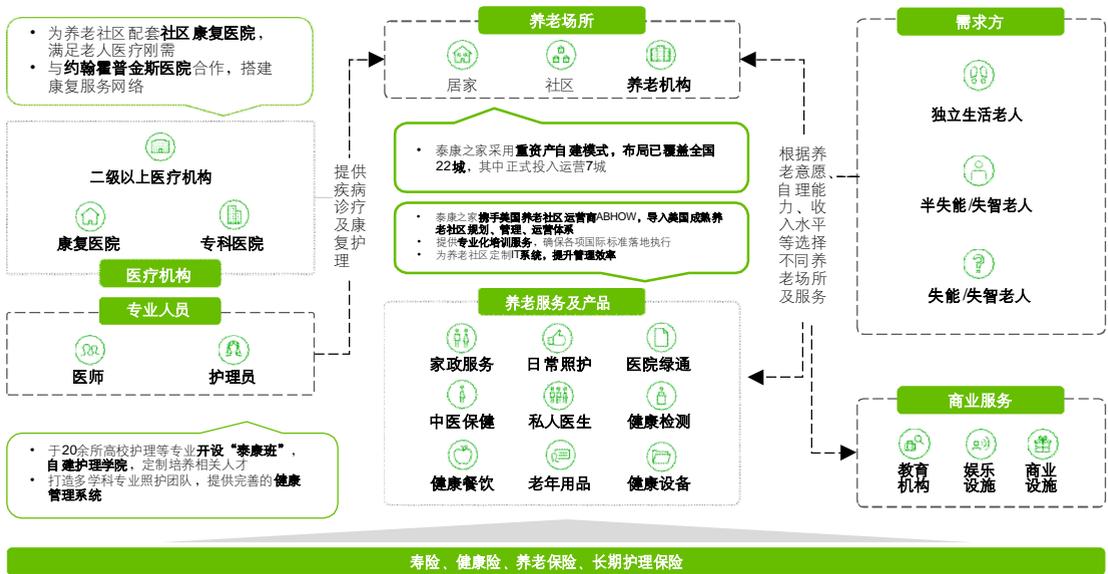
**加强与其他养老业态开展深度合作，利用轻资产模式切入养老服务生态：**伴随养老业态的逐渐丰富，产业环境的日趋成熟，商业保险公司可探索与其他养老服务业态的积极合作，利用各自的优势提升医养服务的整体运营效率。例如，与地产开发商或养老服务社区合作，将入住权、月费与养老保险产品相衔接。通过借助照护服务、医疗健康、养老运营服务等专业机构，探索与医疗、养老服务相结合的保险产品，从而实现“产品+服务”联动，打造差异化养老解决方案。

**采用自建、控股或参股等多种投资方式参与养老服务机构：**保险公司可发挥自身长久期的资金属性，运用产业基金、股权投资等多种方式

投资符合条件的养老服务机构，通过一定股权关系纽带，保障养老服务供给质量，利用差异化服务打造竞争优势，提升客户黏性与产品创新能力。

**重资产模式自建养老社区：**近几年，险企不断发力养老社区赛道，截至目前共10家保险机构投资了47个养老社区项目<sup>13</sup>，基于保险资金规模与期限优势，通过自建体系或利用资本运作谋求与养老产业的深度整合。在此种模式下，险企对养老服务资源具有较强的可控性，更有利于促进保险主业的发展，深化服务内涵，并可延伸投资链条，获取生态化发展溢价，形成多元盈利。构建“大养老”生态，已成为众多大中型保险公司建立和巩固竞争优势的重要战略选择。

### 案例：泰康养老产业布局



在养老产业布局方面，保险公司仍需考虑自身资产特征、资金情况、资源禀赋等，寻找最佳路径，探索适合自身的养老服务之路。

13. 中国养老金融50人论坛北京峰会



## 6. 攻守兼备，拓宽投资管理能力边界

伴随养老保障体系的完善，养老金加速入市，保险公司需发挥其长线资金的专业管理能力及大类资产配置经验，提升投资能力，应对利率下行环境的挑战并充分参与养老金市场竞争。

**拓宽投资能力边界，结合客户需求特点匹配动态投资策略：**险企在固收资产投资能力优势基础上，需着重权益类资产、外汇资产、商品类资产和另类投资领域能力建设，提升主动管理能力，从而进一步平衡养老产品的安全性与收益性。在能力完善基础上，针对不同类型的投资者及投资者不同生命时期的风险偏好、资产水平等特征，进一步差异化投资策略，匹配不同性质及不同比例的底层资产，从而满足客户各个时期的养老保障需求。

**强化投研能力建设，建立系统化的投研体系：**基于自身的投资理念，一方面，打造以市场策略研究员、行业分析师、政策研究员、大类资产配置分析师与投资经理在内的，具备多元化投资能力的投资团队；另一方面，构建覆盖全市场、跨资产类别、内外部多渠道研究成果组合的全方位投研体系，进而培养多策略的投资管理能力。

**建立市场化人才机制，加强投资团队建设：**人才是资产管理行业的高度稀缺资源，保险公司在优化自身人才治理模式的基础上，应加速构建市场化的人才体系，打造良好的职业晋升通道，并提供具备市场竞争力的薪酬激励方案，如与投资表现相挂钩的激励机制、与超额投资收益挂钩的Carry机制等，从而集聚优质人才。

**借力保险资管子公司或专业养老金管理公司，发挥专业投资管理作用：**通过保险资管子公司或专业养老险公司，保险公司可进一步提升养老保障服务能力。一是在业务范围方面，通过设立保险资管子公司或专业养老险公司，险企可参与到企业年金与职业年金的受托与投管业务、个人养老保障管理产品等业务中，取得相应业务资质，拓展业务单元；二是在投资范围方面，专业化资管子公司或养老金管理公司的设立有助于险企充分参与到三方养老资金的市场竞争，提升利润贡献；三是通过子公司实现专业化管理，有助于缩短养老金投资决策链条、提升市场响应速度，并有效进行风险隔离。



## 7. 好风凭借，科技赋能养老业务提质增效

大数据、人工智能、云计算等技术正加速发展，并逐步渗透至保险业务流程与各类场景中，在客户触达、营销销售、运营服务、投资管理等各环节提供技术支持，从而促进行业经营效率的提升。面向金融科技的蓬勃发展，养老业务也应积极拥抱这一趋势，加速科技赋能。

**客户触达精准化：**保险公司内部大量的年金与健康险存量客户可转化为养老险客户，通过客户年龄、风险偏好、过往保险购买行为等信息开展客户分析，形成客户画像与养老险销售线索，从而有效提升客户的养老需求转化。同时，5G等技术推动客户交互方式的转变，多渠道、多场景触达客户，并量化客户触达与转化效果，使险企得以最优化渠道投放。

**运营服务智慧化：**新技术应用是持续提升运营效率和客户体验的核心手段，通过对年金、养老保障管理产品、专属养老险产品的客户服务流程全面梳理，研究影响经营效率及客户体验的关键节点，优化相关系统功能，提升流程的便捷性与时效性。如针对个人养老保障、专属商业养老险等业务，打造线上服务平台实现客户在咨询、购买、缴费、查询、赎回全流程的自助操作便利性。

**投资管理决策智能化：**一方面，打造智能投资管理平台，实现投前、投中、投后全流程线上化管理。另一方面，通过大数据、人工智能等技术的运用，加强智能策略布局，进行用户风险偏好、投资目标、资产情况等全方位评估，结合投资经验为客户提供专业化、定制化、快捷高效的养老资产规划，用于辅助投资决策。

### 案例：长江养老“必盈”职业年金一体化运作平台



# 结语

在“积极应对人口老龄化”战略背景下，养老金融的供给侧结构性改革势在必行，发挥资金融通作用撬动充足、优质的养老生活成为解决“养老之困”的重要手段。作为多层次养老保障体系不可或缺的重要力量，我国保险行业正处于战略发展机遇期。在顶层制度逐渐完善、生态环境逐步成熟、自身专业能力日趋提升的趋势下，保险公司将作为风险保障管理者，进一步发挥自身的变革力量，为民众的长寿风险管理保驾护航。

本报告的编写同样离不开行业各方的鼎力相助。来自中国社科院的专家提供了行业发展洞见；平安人寿保险股份有限公司、友邦人寿保险股份有限公司、长江养老保险股份有限公司参与了深度访谈，从行业视角提供了专业洞察，在此对以上参与调研访谈的机构表示衷心的感谢。

最后，感谢每一位关心、支持和帮助中国养老保险发展的领导、专家和业界同仁，对每一位为本报告编写和发布作出贡献的人士表示敬意。

特别感谢《中国银行保险报》发起本次课题研究、筹办课题研讨会及在课题研究过程中给予的大力支持与帮助。

# 关于作者

## 段蕾

德勤·摩立特金融行业战略咨询合伙人

电子邮件：[lduan@deloitte.com.cn](mailto:lduan@deloitte.com.cn)

## 李佳明

德勤管理咨询中国区首席战略官

德勤·摩立特战略与业务设计服务主管合伙人

电子邮件：[jiamli@deloitte.com.cn](mailto:jiamli@deloitte.com.cn)

## 赵畅

德勤·摩立特经理

电子邮件：[ambzhao@deloitte.com.cn](mailto:ambzhao@deloitte.com.cn)

## 陈天琦

德勤·摩立特高级咨询顾问

电子邮件：[tracchen@deloitte.com.cn](mailto:tracchen@deloitte.com.cn)

此外，还要感谢德勤·摩立特的陈子奇，罗冰清，李迎玉和李言对本报告的贡献。





# Monitor Deloitte.

本通讯中所含内容乃一般性信息，任何德勤有限公司、其全球成员所网络或它们的关联机构（统称为“德勤组织”）并不因此构成提供任何专业建议或服务。在作出任何可能影响您的财务或业务的决策或采取任何相关行动前，您应咨询合资格的专业顾问。

我们并未对本通讯所含信息的准确性或完整性作出任何（明示或暗示）陈述、保证或承诺。任何德勤有限公司、其成员所、关联机构、员工或代理方均不对任何方因使用本通讯而直接或间接导致的任何损失或损害承担责任。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体。

## 关于德勤摩立特

欲以坚定的信念拥抱未来，企业需作出正确选择并落实行动：目标明确、决策及时、锐意进取，实现稳健的业务增长，以顺应瞬息万变的世界格局。依托深刻的行业洞察和领先的解决方案，德勤摩立特战略与业务设计团队致力助领导者作出重大决策，推动价值增长，造就卓越佳绩。

## 关于德勤

Deloitte（“德勤”）泛指一家或多家德勤有限公司，以及其全球成员所网络和它们的关联机构（统称为“德勤组织”）。德勤有限公司（又称“德勤全球”）及其每一家成员所和它们的关联机构均为具有独立法律地位的法律实体，相互之间不因第三方而承担任何责任或约束对方。德勤有限公司及其每一家成员所和它们的关联机构仅对自身行为及遗漏承担责任，而对相互的行为及遗漏不承担任何法律责任。德勤有限公司并不向客户提供服务。请参阅 [www.deloitte.com/cn/about](http://www.deloitte.com/cn/about) 了解更多信息。

德勤于1917年在上海设立办事处，德勤品牌由此进入中国。如今，德勤中国为中国本地和在华的跨国及高增长企业客户提供全面的审计及鉴证、管理咨询、财务咨询、风险咨询和税务服务。德勤中国持续致力为中国会计准则、税务制度及专业人才培养作出重要贡献。德勤中国是一家中国本土成立的专业服务机构，由德勤中国的合伙人所拥有。敬请访问 [www2.deloitte.com/cn/zh/social-media](http://www2.deloitte.com/cn/zh/social-media)，通过我们的社交媒体平台，了解德勤在中国市场成就不凡的更多信息。

© 2021。欲了解更多信息，请联系德勤中国。

Designed by CoRe Creative Services.

RITM0787823



这是环保纸印刷品