

距离首批养老理财产品问世已满半年。据统计，截至目前，市场上养老理财产品已达24只，除2只在售产品外，目前存续的22只养老理财产品合计募资规模超400亿元。

纵观24只养老理财产品，除后期加入的贝莱德建信理财，均为首批获试点的理财子公司发行。距离第二批理财子获批试点资质已有一段时间，养老理财产品筹备情况如何？多家理财子公司对财联社记者表示，养老理财产品正在积极筹备中，亦有理财子内部人士透露或将在6月底7月初发行首只养老理财产品。

业内人士表示，预计越来越多的试点机构将加入到发行养老理财产品的大军中。养老理财产品相比其他银行理财产品期限更长、收益更平滑；相较于养老保险产品，期限较短且收益率较高；相对于养老基金更加稳健，投资标的更丰富。各类机构的养老产品侧重点和特点不尽相同，投资者需先确定是否有养老需求及对养老规划，再根据不同的情况选择不同的产品。

### 公布净值产品均高于1 运作模式愈加灵活

从2021年12月6日首批4只产品问世，养老理财产品不断上新。截至目前，市场存续养老理财产品已达22只，另有2只产品处于在售状态，这些产品多为今年以来发行。从时间来看，19只产品开始募集时间为2022年。相较于首批养老理财产品，今年以来，新发产品运作模式更为灵活，在封闭式产品基础上，增设了开放式产品，投资期限更加多样。

财联社记者发现，目前发行的养老理财产品主要为固收和混合类产品。其中，16只产品投资性质为固定收益类，8只为混合类。就发行机构而言，建信理财较为“积极”，发行养老理财产品只数最多，为9只。光大理财、工银理财、招银理财分别发行7只、4只、3只养老理财产品；另外，贝莱德建信理财在4月25日发行了1只产品。

截至6月15日，有21只产品披露净值数据，均高于1。拉长时间线看，养老理财整体净值较为平稳。普益标准研究员苟海川表示，长期性是养老理财产品的特征之一，投资期限较长意味着养老理财试点产品有更多的跨周期投资空间，整体净值会较为平稳；同时，养老理财产品通常采用的是“固收+”的资产配置策略，通过固定收益类资产打底，以保证其产品净值变动更小、更平稳。此外，养老理财产品引入的平滑基金机制也发挥了一定功能，使得产品净值更加平稳。

业绩比较基准是理财产品管理人根据过往同类型理财产品的历史业绩计算得出的预期目标收益。就业绩比较基准而言，24只产品有所差异，随着养老理财产品不断扩容，业绩比较基准区间扩宽。整体来看，24只产品业绩比较基准上限最高为10%，

下限最低为4.8%。22只存续产品业绩比较基准集中在5.8%-8%之间，目前在售两只产品业绩比较基准相对要低，均为5.5%-7.5%。

苟海川称，业绩比较基准为管理人依据市场状况、风险等级等因素综合作出的决策，并不代表产品实际收益率。预计养老理财产品表现受业绩比较基准下调因素影响不大，仍将保持长期稳健特征。

## 第二批试点理财子“入局”在即

从目前市场上的养老理财产品发行机构来看，截至目前，3月获得试点资质的第二批6家理财子公司尚未发行养老理财产品。对于目前养老理财产品的进展情况，财联社记者从多家试点机构处了解到，养老理财产品筹备工作正在积极推进中。

一家理财子公司内部人士则向财联社记者透露，若无意外，该公司的养老理财产品预计将在6月底7月初左右发行。

交银理财相关负责人表示，在获得扩容资质后，该公司推进客户需求、产品设计、投资策略、资产储备、信息披露、风险保障机制等方面的准备工作。后续将根据监管要求，在完成各项准备工作之后，在合适的时点开展产品发行。此外，该负责人透露，正在储备优质长周期资产，并针对养老理财的特殊性研究适配的产品策略库，在资产投向上，将围绕国家战略和产业政策领域，从而更好地支持经济社会长期投融资需求。

农银理财方面不久前对财联社记者表示，银保监会关于扩大养老理财产品试点范围的通知正式发布后，农银理财加快推进养老理财产品的研发准备工作。已将相关试点方案报送银保监会，待监管反馈意见后将尽快推出养老理财产品。据介绍，在试点地区选择上，农银理财首发养老理财产品将覆盖所有试点地区，计划在银保监会允许的十个试点地区同步进行发售。

## 养老理财认购火爆 业内看好后期发展空间

从数据来看，养老理财产品获得市场“抢筹”，募集金额远超预期，首批产品中有多只产品多次上调计划募集规模。4月15日银保监会相关负责人曾表示，截至当时已经有16只养老理财产品顺利发售，16.5万投资者累计认购420亿元。

展望后期，普益标准研究员崔盛悦表示，随着养老理财从“四地四机构”扩大到“十地10+1”机构，养老理财产品步入常态化发行阶段。养老理财的发展将进一步完善我国第三支柱养老金融产品体系，此外，养老理财是银行理财市场中的一片蓝海，发展前景广阔，随着养老产业资金需求的不断旺盛以及居民养老需求的不断增

加，以稳健、长期和普惠为特点的养老型理财产品有望成为稳健投资的热点产品，无论是发行规模还是发行频率均可能进一步提升。

“养老理财产品具有匹配客户养老需求的天然优势，未来潜在发展空间巨大。”光大证券金融业首席分析师王一峰表示，但养老理财发展过程也会有“成长的烦恼”，如如何利用期限优势提供更稳健而具吸引力的收益，对长端资产配置能力提出更高要求；如何有效控制回撤，做好养老客群投教；如何持续提升客户购买意愿、做大 AUM。

目前已经有11家理财公司可参与发行养老理财，中信证券首席经济学家明明预计未来将持续增加。面对日益激烈的市场竞争，明明建议各理财公司要明确目标客户定位、加强投资者教育；创新产品建设，使得产品更加契合用户需求，同时通过封闭期、回购机制等设置完善养老理财流动性安排；此外，为应对公募基金、保险等养老产品的竞争，银行理财子需要继续完善投研人员架构、丰富产品渠道，增强自身竞争力。

本文源自财联社