

# 试点一年多,存在开户热、缴存冷现象—— 个人养老金,你存不存

本报记者 沈晶晶 实习生 王浩然

今年全国两会上,政府工作报告提出,在全国实施个人养老金制度,积极发展第三支柱养老保险。此前1月底,人力资源社会保障部宣布,将在北京、上海、广州等36个城市和地区先行实施的基础上,推动该制度“扩面”。

作为应对老龄化挑战的方案之一,个人养老金制度于2022年正式启动。至2023年底,全国开立账户人数突破5000万,缴存金额约280亿元。同时,“开户热、缴存冷”等现象依然存在。个人养老金缴存划不划算?制度吸引力如何提升?我们在首批试点的杭州和宁波,问了问首批“吃螃蟹”的人。

## 谁在开户

前年底,银行的个人养老金业务刚上线,在杭州从事互联网工作的大恩哥(化名)就开了户。目前,按每年1.2万元的限额标准,他已累计向账户缴存2.4万元。

在他看来,这笔钱最有用的地方,就是享受税收抵扣优惠。以年收入30万元、全年缴纳社保和公积金5万元测算,扣除房贷利息等其余费用后,未缴纳个人养老金前,年度应纳税约13880元,缴存之后,应纳个税约11480元,共计节约2400元。

“最高可抵税5400元。即使这笔钱完全不增值,收益率也跑赢了绝大部分理财产品。”大恩哥告诉记者,对80后、90后中等收入人群来说,个人养老金制度还是挺香的。

据介绍,目前,在宁波银行开设个

人养老金账户的客群,平均年龄为36岁。

“分职业看,开户数量最多的,是从事行政办公、经营管理类行业的客户;开户比例最高的,是从事计算机技术、金融和医护行业的客户。这些客群大多收入较高,关注抵税政策,并且愿意尝试金融产品。”宁波银行相关业务负责人介绍。

浙商银行杭州分行的数据也显示,一年多来,该行共开立资金账户约3万户,其中,30岁至40岁客群占总开户数的41.5%。

另一大开户主力,则是距离退休时间较近的人。在杭州一设计院工作的大恩哥,就是其中一例。

按照规定,个人养老金账户需封闭运行,但达到领取基本养老金的年龄后,个人就能将缴存资金和收益全部取出来。

秦女士算了算,自己今年47周岁,再过几年就能退休,资金“冻结”不长,还能节税2万多元,便赶在春节前开了户,“就当强制储蓄了,现在银行定存利率低,个人养老金还划算些。”

记者注意到,岁末年初是到银行储蓄、购买理财的高峰。以宁波银行为例,2023年12月的个人养老金缴存额约为11月平均额的3倍以上。

个人养老金制度“扩面”在即,银行纷纷加大推广力度。招商银行推出“首次开户赢288元还款金”活动,交通银行推出“开户缴存享8元至161元好礼”活动等。

但除了节税、强制储蓄等刚需客群

外,年轻人对个人养老金兴趣并不大。

全国两会上,全国人大代表、中国太保战略研究中心主任周燕芳提供的一组数据表明,目前个人养老金缴存人数仅占开户人数的22%,人均缴存金额仅约2000元,远低于个人养老金账户1.2万元的缴存上限。此外,实际投资人数仅为682万,仅占缴存人数的62%。

## 有何顾虑

保险经纪人李建兴,就是早早开了户,但至今未缴存的人。

他告诉记者,没有把钱放进去,原因一是不灵活,照他的年纪,这笔钱要近30年后才能领取,中间有急用也无法退出,相当于变成了“死钱”;原因二则是没钱赚,目前账户内可供选择的保险产品,相比商业保险收益要差一些。

依据实施办法,个人养老金账户与美国的IRA个人退休账户类似,账户对外封闭,对内可以由持有人自行选择想要投资的产品。

记者查询人力资源社会保障部官网,截至目前,个人养老金专项产品已超750只,其中,固定收益类占比60%以上,权益类产品占比30%以上,其余还有部分货币型理财产品。但 these 产品收益普遍不理想。以2023年第三季度数据为例,当时已在实际运作的586只产品中,权益类产品的本期投资收益率基本为负,固定收益类约有1/3亏损,剩余产品虽未亏损,但盈利微薄。

“资金锁定长期、灵活性较差、各金

融机构提供的养老金产品种类和数量有限、收益不高等问题,确实影响了开户、缴存、投资意愿。”浙商银行杭州分行相关业务负责人介绍,与全国数据类似,目前该行累计开设近3万账户,缴纳税金近4000万元,户均不足2000元。

他也关注到,试点一年多来,广大居民对个人养老金制度和养老财富规划的认识有所提升,已有养老财富规划的人群占比比较上年也上升了5个百分点,“未来,在家庭结构小型化趋势下,会有越来越多居民愿意将部分财富投向个人养老保险,给予未来一定的生活保障。”

“随着个人养老金制度在全国实施,相信会有更多人开立账户。而缴存和投资规模的扩大,也将有助于激励资管公司推出更多更优质的养老金融产品,形成良性循环。”宁波银行相关业务负责人表示。

针对个人养老金制度试点期间存在的痛点,他们建议相关部门不断优化顶层制度设计,比如提高缴存限额,满足中高净值人群需求;加大税收激励,激发目前缴税额相对不高的年轻群体兴趣;优化退出机制,保障参与人在突发情况下的应急资金需求等。

浙江大学教授、中国社会保障学会副会长兼养老金分会会长何文炯表示,每个社会成员都有养老风险,需要提前做好准备。无论从理论出发,还是国内外经验,养老金是一种传统而有效的机制,面世不久的个人养老金本质上正是这种金融产品,感兴趣、有购买能力的人,不妨货比三家、按需参与。

# 智能工厂育灵芝 单位产量增8倍 龙泉相关生产技术入选浙江农业“双强”十大成果

本报讯(见习记者 王啸 通讯员 叶晓菊 叶晓龙)近日,位于龙泉市的浙江双益菇业有限公司智能化厂房里一派繁忙,工人正为生产灵芝做最后的准备。今年是该公司工厂化生产灵芝的第6个年头。据了解,采用工厂化方式生产灵芝,在全国并不多见。龙泉的高品质灵芝工厂化生产技术近日成功入选浙江省农业“双强”十大成果。

据悉,该技术通过融合机械制菌包、液体菌种技术,应用自主研发的可旋转立体床架以及环控设备,有效地模拟灵芝适宜的生长条件,实现了免覆土、控温控湿和均一性出芝产粉,颠覆了传统覆土的生产方式。

多年来,灵芝连作和种植所需的林木资源和土地资源是影响灵芝种植规模的主要因素。“通过工厂化生产技术方式,灵芝种植的土地利用率提高了8倍以上,折算每亩可产孢子粉4吨,是大棚栽培模式的6倍。收粉周期从原来的70天缩短至现在的25天,单位面积产出提高了8倍。”浙江双益菇业有限公司技术负责人叶

圣益说。智能化技术让生产灵芝更加可控。在生产过程中,智能化厂房设备可以根据灵芝的生物学特性,智能化控制内部的温度、湿度、光线等因素,使灵芝在完全可控的环境中生长,灵芝的年复种次数达到1年2次。

龙泉市农业农村局相关负责人告诉记者,传统灵芝往往以大段木作为菌棒,在生产过程中会消耗较多林木资源,而工厂化生产则通过利用树木的枝丫、边角料等粉碎的木屑作为培养基,加工成“还原型菌棒”,有效地破解了林木资源紧缺问题。与此同时,生产后的废菌渣可以充当能源燃料,全程实现了废弃物、废水、废气零排放。

该模式下生产的灵芝解决了传统种植过程中可能会出现农药残留、重金属污染等问题,三菇、多糖等有效成分也优于常规。随着高品质灵芝工厂化生产技术不断完善,灵芝菌包的成活率从以前的85%左右提高到如今的99.9%。

# 百里文廊穿村过 村村亮招奔共富 定海31个村社乡村振兴打擂台

本报讯(见习记者 周杭琪 通讯员 康明军 应姿)“野生板青刚冒雨割来,好吃!”连日来,定海区盐仓街道又河村党委书记冯东海在个人短视频平台卖力吆喝青团,粉丝大涨。见又河村火了,白泉镇的河东村也行动起来。“种浙贝母的开荒地最近种了芍药,我们尝试两条腿走路,一能卖钱,二能搞旅游。”这场有关乡村振兴的擂台赛,河东村党总支书记阮定定的目标是“C位”。

全长100.5公里,串联起8个镇街的定海百里文廊去年贯通后,已成为舟山市内外游客争相打卡的好去处。这是机遇,也是挑战。文廊经过的31个村(社区)都挤破脑袋,挖掘当地的独特资源引流。31个村社当家人互相竞争、学习,一心为村求发展。

又河、河东,一西一东,一个三面环山,一个落在平地,资源都不出挑。在这场擂台赛中,当属这“二河”的当家人竞争最为激烈。地处虹桥水库上游,又河村1200多户村民家家开门见水,碧波荡漾虽美,但作为饮用水源保护区,发展工业不用想,养鸡养鸭也不行。眼看村集体收入全区倒数,村民有委屈,干群关系更别提。年近50岁,当了10年村党委书记的冯东海干劲比后生还足。赶上定海举全力唤醒文廊沿线村庄,他心

一横,变身博主,对着镜头吃黄桃、腌冬瓜、酿米酒,兼具土味和生猛,多条视频浏览量近10万。“一开始拍视频,我话说不溜,发了几条后也有人说我爱出风头,但阿拉村确实受到更多人关注了。”如今站在镜头前,他神情从容,底气十足,“卖农产品大半年,村里进账就超50万元。”

河东村党总支书记阮定定当过兵、跑过船,学过摄影、做过生意,做了村里当家人后,村民们很是服气。无奈村里底子薄,接棒时,一年经营性收入65万元,还不够半年的常规性支出。“穷家难当,搞钱!”公开招商出租闲置土地、打通中药材种植加工全产业链、修复古宅做乡村旅游……去年,河东村集体收入超160万元。“今年打算组织老年人去苏州玩两天,上一次旅游已是9年前喽。”阮定定说,“这些旅游钿,阿拉负担得起!”他笑得颇为“豪横”。

见“二河”干得欢实,其他村也不甘示弱。马岙村党总支书记林嵩打造“智慧村社”平台,探索乡村治理新模式;庙桥村党委书记乐科龙带头挖掘三毛IP,变流量为“留量”;皋泄村党委书记苏明英引入电商、直播等网络销售平台,农产品年销售额超1000万元……如今,行走在定海百里文廊,看到的是生机,感到的是志气。

# 衢州柑橘产销两旺

本报讯(见习记者 高心同 记者 于山 共享联盟·衢州 林敏 通讯员 郑雪良)日前,记者从衢州市农业特色产业发展中心了解到,2023年产季(2023年9月至今年3月)衢州柑橘总产量约37.25万吨,比2022年产季增加10%。截至3月上旬,衢州柑橘销售比例已达八成,尤其是春节后,全市柑橘销售进度明显加快。

衢州市农业农村局特产中心负责人介绍,去年气候适宜,衢州柑橘不仅增产,品质也更好。其中,中大果占比

高达70%,口感普遍优于前年。在衢江区周家乡宋家村,近日,一辆13.5米长半挂车装满7吨柑橘后,发往贵州。该村宋财妹柑橘合作社负责人宋财妹介绍,从正月初三开始,省外的柑橘订单络绎不绝,至今已销售400余吨。

衢州柑橘的出口主要销往东南亚。在衢江区聚诚柑橘专业合作社,包装好的柑橘从这里销往泰国、印度尼西亚等国家,累计已销售6500多吨。

# 小笼包有了“大蒸笼”

(上接第一版)  
“今年要继续提高团队的战斗力,再出几款新产品、新口味。”裘娜说,虽然企业的经营数据涨上去了,但探索、奋进之路仍“如履薄冰”,不敢有一丝松懈。在裘娜看来,电商就像一把“火”,点燃了嵊州小吃工作者的热情,但这也意味着更多的竞争。接下来,她要按照当地刚出台的《嵊州小吃小笼包传统制作规范》等团体标准,继续用心“卷”品质、提口碑,带着团队一起追梦。

距离吉昌菜公司10分钟车程的地方,也有一位勤勤恳恳的追梦人,张钢和朋友合伙办起小吃企业越鲜食品有限公司,打出了“御小笼”品牌。“现在每天能生产30多万个‘小笼包’。”张钢说,近年来,企业搭上电商直播的“顺风车”,产业规模快速壮大,已有4条大型流水线,去年销售额近1亿元。目前,每天的网络订单超过1000件,小笼包坐上冷运车,“飞”往全国各地,品牌收获了一批“铁粉”。

其实“触网”之前,嵊州小吃已经闯出一片天:3万多家小吃门店遍布全国,从业者8万余人,年产值超过110

亿元。但面对流量加持下蹭蹭上涨的市场需求,“夫妻店”、小作坊的产能明显跟不上,随之而来的是如雨后春笋般的小吃企业。

目前,嵊州市已有小笼包企业48家、作坊小吃企业121家,多数是近两年注册的新面孔,其中3家已经上规,带动数百人就业增收。

为了鼓励“抱团作战”,嵊州成立了小吃行业协会,在广东、云南等地建起36个联络站,为外地小吃经营户提供服务保障。嵊州还通过“大归来”全国统标工程,把更多小吃工作者拉进了“战队”,不仅给嵊州小吃门店装上统一的招牌,还规范制作工艺和服装器具等,推广“标准语系”。目前,已有5100余家嵊州小吃门店完成“升级”。

火热的“大蒸笼”,让当地政府信心倍增,除了免费开设小吃培训班、推广技能培训,嵊州正规划建设多个小吃产业园,还推出小吃行业普惠金融服务等系列举措,帮助小吃产业发展壮大,并提出新的“小目标”:在现有的110多亿基础上,到2025年底,在嵊州再创建一个100亿元产值。



## 零工市场 学技能

3月18日,在衢州市柯城区上街零工市场技能实训室里,就业人员在学习板式家具组装。该零工市场专门开辟一间技能实训室,免费为就业人员提供开放式训练,帮助他们提升技能。  
本报记者 林云龙 钱洁媛 共享联盟·柯城 毛昌盛 摄

## 盲盒式产品暗藏消费风险——

# “随心飞”竟成闹心飞

本报记者 肖淙文

说得这么容易。根据产品页面的套餐信息,小怡可预约的旅行日期为3月2日至3月30日,以杭州为出发地,可适用航线的到达地为“绵阳、海口、西双版纳、贵阳、兰州、丽江”。

已经在脑海中计划,到达西双版纳一定要拍一组云南“公主照”的小怡,被预约界面的“亲,抱歉,查询不到满足条件的航班”打破了美梦。搜索杭州至西双版纳的航线,从3月6日至30日,每日都没有可约航班,且6个目的地中,只有绵阳、海口、贵阳3地可约。

客服解释,页面宣传信息只是参考航线,可约航班以实际预约为准。“‘可适用的航线’是参考航线的意思?”“是的”,客服的回应再次加深了小怡的不解。

无独有偶,网友吾米也在社交平台上分享了“闹心飞”经历。今年1月,她购买了某航空公司“春节机票随心飞全国多地机票盲盒”的400元套餐,想要兑换珠海至重庆的航班。1月15日,开放预约的首日,她定好闹钟,踩点进入预约页面,但在整个预约期内,都没有刷出自己想要的航班。失望的吾米直接选择了退款。

记者检索发现,早在2021年,中国民航局就已关注到“随心飞”的相关问题。民航局运输司副司长商可佳曾在新闻发布会上表示:“要求相关航空公司在以下方面作出改进:包括要明确优

化产品使用规则,加强信息告知,完善后续消费者服务保障措施。”

在新浪旗下消费者服务平台黑猫投诉网,与“随心飞”相关的投诉多达上千条,集中于机票不易兑换;兑票后遭遇航班被取消、被调整,但“随心飞”无法退卡退款等。而部分用户的投诉被受理,会得到平台退款。

按照平台规则,小怡和吾米这样未核销的套餐可无损退款。

## “机会型产品”购买须谨慎

对于小怡和吾米的遭遇,浙江丰国律师事务所律师高级合伙人陈松涛律师认为,平台宣传页面与实际可飞航线不符,涉嫌虚假宣传,除非因客观原因无法执行,比如说空中管制或者恶劣天气等原因,“如果宣传页面跟实际可飞航线差距太大,就涉嫌欺诈,可以要求退一赔三。”

尽管国家市场监督管理总局制定的《侵害消费者权益行为处罚办法》规定了欺诈行为的认定标准,但在司法实际操作中,对于“欺诈”的认定较为复杂,需满足多种法律要件。

记者发现,在平台人工客服与投诉者的沟通中,不少客服会反复指出产品是“机会型产品”的属性,以此强调航线以“机可实际执飞”为准。

浙江京衡律师事务所专职律师马

立群解释,目前国内并未出台针对“随心飞”相关产品的规范性文件,而所谓“机会型产品”并非规范的法律概念。这种在宣传中告知目的地范围,而不事先告知确定航班的模式,与目前流行的盲盒式经营类似。

2023年,国家市场监督管理总局曾制定《盲盒经营行为规范指引(试行)》,对盲盒经营进行了规范。其中第九条明确规定,盲盒经营者应当将商品名称、商品种类、商品样式、抽取规则、商品分布、限量商品投放数量、抽取概率、商品价值范围等关键信息以显著方式对外公示,保证消费者在购买前知晓。此条款正对应了消费者对“随心飞”产品加强透明度的呼声。

马立群建议,购买“随心飞”的消费者如有疑问,可向售卖产品的旅游平台协商投诉,如果在旅途中遇到问题,可与实际承运的航司沟通。类似事件可以通过与经营者协商退款、向市场监督管理部门投诉举报、向法院提起诉讼等多种方式维权。如果确实遇到“消费欺诈”的,可以根据《消费者权益保护法》第55条规定,要求经营者退一赔三。

针对“机会型产品”,马立群也特别提醒消费者要谨慎购买。在消费前,着重注意产品规则、退款条件等内容,如有疑问,及时联系经营者明确答案。同时提高证据意识,对产品价格、内容、质量等要素进行截图等形式的证据留存。

## 一线调查

3月,春暖花开,不少旅游平台开启了龙年首轮旅游商品大促,其中,以“随心飞”为代表的先囤后约式消费备受用户青睐。但看似核销日期长、自由实惠的“随心飞”,却也暗藏消费风险。

“商品宣传页面展示的6个可飞行目的地,实际只有3个有可约航班,这不是虚假宣传吗?”“自己想飞的那一班,每天都有”……近日,社交平台上,针对“随心飞”的吐槽频现。

2020年6月起,国内多家航空公司先后推出不限次数的“随心飞”套餐,产品销售火爆的同时,投诉也随之增多。

“随心飞”为何总变“闹心飞”?踩了坑的消费者,该如何维权?

## 说走就走难实现

杭州姑娘小怡的踏春之旅,还未出发就被泼了冷水。3月1日,某线上平台宣布启动“春日赏花季”专题促销,多种“春季旅游囤货”商品正式上线。3月6日,小怡刷到了“超级飞行卡赏花地图机票盲盒随心飞”产品,“来一场说走就走的春游,超多心动赏花航线,不约可退,提前锁定超值低价。”视频广告中的介绍看得人心痒,盘算了手中的年假,她下单了其中的“300元套餐”。

但“说走就走”显然没有宣传语中