

最新！个人养老金制度15日起全国施行

□新华社记者 姜琳 李延霞

养老金,关乎老有所养,牵动每个人的切身利益。

12月12日,人力资源社会保障部等五部门发布《关于全面实施个人养老金制度的通知》,自12月15日起,将个人养老金制度从36个先行城市(地区)推开至全国。通知进一步明确了相关支持政策,并就公众最为关注的投资产品、提前支取、风险管理等问题,作出了一系列调整。

产品货架“上新”,增加更多稳定收益品种

所谓个人养老金,就是个人自愿参加、市场化运营、国家政策支持的补充养老保险制度。个人自愿在特定账户存一笔钱,每年不超过12000元,在享受税收优惠的同时,还可通过购买相关金融产品获取收益。

那么,个人养老金货架上的品类是否丰富、能否有较多收益稳健的产品,直接关系到制度的吸引力。

通知要求优化产品供给,在现有理财产品、储蓄存款、商业养老保险、公募基金等金融产品基础上,将国债纳入个人养老金产品范围,将特定养老储蓄、指数基金纳入个人养老金产品目录。

“新增的3类均为低风险、收益稳的产品,也比较简单透明,将有利于个人养老金保值增值,为广大参加人特别是风险偏好较弱群体提供了更多选择。”中国社科院世界社保研究中心副秘书长齐传钧说。

通知还提出,鼓励金融机构研究开发符合长期养老需求的个人养老储蓄、中低波动型或绝对收益策略基金等产品。在齐传钧看来,这将为下一步提供更多有“利”产品打开空间。

购买程序简化,强化投资服务和风险提示

有了丰富的产品,还需简化流程。通知要求商业银行



■全国施行。新华社发 徐骏 作

提高服务的便利化水平,取消了线上购买商业养老保险产品的“录音录像”要求。

“这将便于参加人‘一站式’购买个人养老金产品,有助于提高老百姓投资的积极性。”中国人民大学教授董克用说,经过两年先行实施,个人养老金制度已吸引了7000多万人参加。如何留住客户、吸引资金,需要金融机构更多发挥专业水平,想办法帮助大家降低投资难度、稳定产品收益。

通知提出,金融机构根据个人投资风险偏好和年龄等特点,推荐适当的个人养老金产品。鼓励金融机构在与参加人协商一致的情况下,探索开展默认投资服务。

“对一些不知如何选择产品、希望获得专业服务的参加人,就可以通过投资咨询或默认投资的方式解决选择难的问题。这将考验金融机构的专业能力和风险管理水平。”董克用表示,“探索”二字意味着不会一下放开,将根据实际情况一步步走,守好百姓养老钱。

通知明确,金融机构要按照规定做好个人养老金产品资产配置公示和风险等级确定工作。个人养老金信息管理服务平台和金融行业平台根据风险等级,分类展示个人养老金产品,强化风险提示。

提前领取“扩围”,领取方式可变更

通知还增加了提前领取情形,除达到领取基本养老金年龄、完全丧失劳动能力、出国(境)定居等领取条件外,参加人患重大疾病、领取失业保险金达到一定条件或者正在领取最低生活保障金的,可以申请提前领取个人养老金。

领取方式也将更加灵活。参加人可以选择按月、分次或者一次性领取个人养老金,并可进行变更。

“适度提高制度在领取阶段的灵活性和包容度,将有助于减少参加人的后顾之忧。同时,在积累阶段也能让参与者更有积极性参与,有信心长期投资。”信安金融集团中国区首席养老金融专家孙博说,个人养老金属于养老保障体系一部分,主要目标是帮助参与者积累更多养老资产,因此要求个人养老金账户的资金除特殊情况外,需封闭到退休后才能领取。

“实际上经过个人养老金两年探索实施,许多人已经接受了为自己增加养老储蓄的理念。济南不属于先行城市,但不断有客户来咨询什么时候能扩围。”中国农业银行济南银河支行营业部主任孟吉告诉记者,“目前我们这个网点就有近2000户进行了开户预约。等15日全面实施后,我们将按要求做好服务,给客户带来实实在在的利好。”

(新华社北京12月12日电)

“耳朵经济”升温,播客能否持续破圈前行?

□新华社记者

记者12日从上海喜马拉雅科技有限公司获悉,今年以来喜马拉雅平台播客收听量持续保持30%的增速,是其增长最快的赛道之一。

一段时间以来,随着互联网媒介的多元发展,播客受到越来越多人的喜爱。中国网络视听协会音频工委数据显示,今年以来中文播客节目数量比2021年增长6倍。随着“耳朵经济”升温,原本小众的播客正逐步走向大众。

播客产业有什么特点?行业面临哪些机遇挑战?未来能否持续破圈前行?

用户数量增加 播客从小众走向大众

播客,指的是一种通过互联网传播的分集数字音频作品。打开喜马拉雅、荔枝等音频平台,人们可以看到人文科技、商业财经、奇闻轶事等多种类型的播客内容,任何愿意分享知识和经验的人都可以在网上发布播客内容,成为主播。

“播客就像是‘耳朵里的朋友’,陪伴性很强。”26岁的孙先生是北京的一名上班族,几乎每天都会在上上班的地铁上花三四十分钟听播客,“自我成长”“行业信息分享”是他主要收听的内容。

《菠萝油子》是一档专注于动漫领域的知识陪伴型播客节目,已更新超200期,全网粉丝累计达30万。该节目主播黄先生说,播客的核心优势在于能够深入探讨话题,听众黏性强,往往会与节目产生共鸣,并愿意与主播建立更紧密的联系。

中国网络视听协会数据显示,播客听众以一线城市及新一线城市人群为主,在职员工和学生是主力。

今年1月喜马拉雅发布的《2023喜马拉雅中文播客生态报告》数据显示,喜马拉雅平台中文播客听众数超过

2.2亿。

荔枝App业务负责人贺景说,2024年,荔枝App播客品类主播入驻人数提升30%,用户对单个主播的内容复购率达到80%,用户的互动率提高20%以上。

“我们在调查中发现,播客的完播率很高,有超过四成听众把播客作为背景音,主打陪伴功能。”中国网络视听协会音频工委秘书长许金波说。

播客内容多元,创作者类型丰富,正在加速商业化。“付费播客、播客广告、品牌播客等成为主要的商业化路径。根据我们的调查,2024年有近百个品牌与播客平台进行商务合作,投放近千档播客节目,品牌对播客内容的投放增长达74%。”许金波说。

行业多元发展 机遇与挑战并存

“耳朵经济”的发展,不仅改变了人们的消费习惯,也为内容创作者和相关企业提供了新的机会。

许金波说,音频平台加大对播客的扶持力度,举办活动、提供流量扶持和现金激励等,吸引了更多创作者加入播客生态,同时一些非音频平台也开放音频功能,扩大了播客的影响力和覆盖面。

近几年,随着行业的多元化发展,播客行业的盈利模式也变得更加多样化。贺景表示,讲故事类播客主要通过故事内容来获得收入,访谈类播客则可以加入口播广告和定制广告节目,知识类播客主要通过建立知识付费社群创收。

人工智能技术的应用成为播客行业新的发展方向。中国传媒大学人工智能系副教授陶竹林介绍,人工智能技术可以帮助创作者更精准地进行个性化内容生成,一些音频平台也引入了AI模型,能够通过优化算法让播客内容更精准触达播客用户。

记者在采访中了解到,目前仍存在一些制约播客行业发展的因素。

业内人士表示,播客的内容付费模式还不够成熟,一方面是品牌投放的积极性可进一步挖掘,另一方面是用户的付费习惯仍需培育。上海喜马拉雅科技有限公司副总裁屠净说,提高用户的付费意愿,根本在于洞悉用户的真正需求,为用户提供真正有价值的优质内容。

同时,人工智能技术的发展也给播客领域的版权保护带来挑战。“播客平台、创作者和技术提供商之间,可以基于相关法律法规和行业标准,通过紧密合作实现版权的合理使用。”陶竹林说。

持续破圈前行 呼唤内容创新和商业拓展

受访者建议探索更多元的商业化路径,让播客创作者通过优质内容获得收入。许金波认为,要鼓励创作者不断创新和优化内容,推出更多具有个性化、差异化的播客节目,进一步完善和推广播客的内容付费模式,探索更多的商业化路径。

“未来,荔枝的主要发展方向是扶持通俗内容,并推出更多适合广泛用户群体的内容。”贺景表示,荔枝将持续拓展用户圈层,推广大众化内容,以吸引更多用户。

清华大学新闻与传播学院教授史安斌表示,播客覆盖群体和市场规模应进一步扩大。抓住播客的上升趋势,打造“爆款”出圈,通过多种叙事形态播客的创新尝试,推动多主体入局,巩固听众群体,打造听众社区。

一些从业者认为,推动跨平台合作是播客的未来发展方向之一。加强与其他平台的合作,如社交媒体、视频平台等,实现资源共享和优势互补,有助于扩大播客的影响力和覆盖面。

中国人民大学新闻学院视听传播系主任高贵武说,播客为听众带来的不只是陪伴,也构筑着一种新的生活方式。未来,在声音景观、声音疗愈等各个应用场景方面应该还有很大的空间。

(新华社北京12月12日电)