

## 上海发布个人养老金 IP 形象

## “沪小满”助力个人养老金政策普及

□记者 石佳盈 实习生 蒋怡

5月30日,由上海金融监管局、上海市人社局联合主办的上海第三支柱养老保险推进会暨个人养老金品牌发布会举行,活动聚焦第三支柱养老保险宣教和个人养老金制度的深化推广,包括个人养老金上海特色宣传品牌发布与授权,专业宣讲团队成立揭牌,数字化服务平台与社区场景深度融合启动等系列举措,为构建多层次养老保障体系注入新动能。

## 上海个人养老金累计缴存全国第一

自2022年11月成为全国首批个人养老金先行实施城市以来,上海通过大力开展政策宣传,有效激发市民参与热情。截至2025年4月末,上海地区个人养老金累计缴存金额超180亿元,位居全国前列,人均缴存额约1万元,居全国第一。2024年12月,人社部等五部门宣布个人养老金制度全面实施后,上海致力于推动个人养老金制度持续规范发展。

个人养老金每年缴费上限12000元,个人应纳税所得额在36~144万元的市民,当年节税可达1200元;个人应纳税所得额在96万元以上的市民,当年节税可达5400元。上海市人社局指出,个人养老金制度是完善多层次养老保险体系的关键举措,通过政策引导与市场机制结合,为市民提供了补充养老储备的灵活选择。

2024年11月,上海金融监管局印发《关于推动上海地区商业养老保险高质量发展的行动方案》,以建设与国际金融中心地位相匹配的商业养老保险体系为目标,全面践行金融工作的政治性、人民性,提出要不断强化商业养老保险理念宣导,通过持续深化养老保险全生命周期管理理念,为商业养老



保险宣讲和推广注入新活力,以点带面促进商业养老业务的全面发展。本次活动正是对这一重点任务的积极落实。

活动仪式上,上海市人社局正式发布个人养老金宣传品牌及IP形象“沪小满”。该品牌以“麦穗、手掌、人、书法字‘沪’”为核心设计元素,传递了多层次政策内涵:麦穗象征个人养老金长期积累属性,呼应“税收优惠”政策(“穗”与“税”谐音),体现通过长期储蓄实现财富增值的理念;温暖的手托举奋进的人,寓意国家以增强民生保障为初心,为参保人提供稳定的养老支持,彰显政策抵御市场波动的可靠性;以写意书法呈现上海城市精神“海纳百川”,既代表政策落地的首发优势,也寓意通过个人养老金制度助力市民开启养老新篇章。

配合卡通形象“沪小满”——一只手持松果、背负储蓄罐的松鼠,以年轻化设计拉近与市民的距离。该IP既是“税管家”“理财家”“储蓄家”,也是市民养老规划的“生活家”,进一步强化政策亲和力。品牌LOGO融合松果、储蓄罐等元素,象征财富积累与稳健增值,旨在提升市民对政策的认知度和亲近感。首批获颁授权证书的11家金融机构,未来可免费使用个人养老金宣传品牌并通过网点、线上平台等渠道推广该品牌,助力政策触达社区与职场。

## 宣讲团队打通政策落地“最后一公里”

为打通政策落地“最后一公里”,上海组建了第三支柱养老保险宣讲团,并在活动现场揭牌。首批宣讲团成员60名,来自多家金融机构,经政策解读、实务案例等系统培训后持证上岗,证书编号可在“随申办”平台查验。揭牌仪式上,上海市人社局强调,宣讲团需以市民需求为导向,通过案例解析、互动答疑等方式,破解青年群体“低意愿”参与难题,加速个人养老金从“政策知晓”向“行动转化”。

作为全国首个省级个人养老金数字化平台,“随申办”专区自2023年10月上线以来,已有13家商业银行入驻上海“随申办”个人养老金专区并于活动期间完成正式签约,为参加市民提供政策解读、开户、查询、缴存、申领等一站式服务。目前,专区累计访问量已超1000万人次。今后,专区功能将进一步拓展:智能投顾,基于用户风险偏好推荐产品组合;权益查询,实时显示缴存、收益及领取进度;线上开户,支持“一键授权”简化流程。主管部门还将研究在专区内接入更多金融机构产品,打造全生命周期服务生态,让“数据多跑路,群众少跑腿”。

中国社会科学院郑秉文教授在“个人养老金制度的多元化配置与生态重构”演讲中提出,第三支柱个人养老金是发展养老金融的新增长点,是推动养老保障体系提高金融化程度的直接驱动力。复旦大学许闲教授建议,优化税收政策,扩大抵扣覆盖面,简化政策流程并加强宣传,创新养老金融产品,强化金融教育,推动年轻群体从“被动观望”向“主动规划”转变。

## 主笔记

## AI:讨好型人格投喂由你

□记者 崔焯

最近采编培训,热点讨论之一是“AI幻觉”,AI们看起来“肯定嚼了很多文献”“作为资料收集整理挺好”“知识水平上跟博士生差不多”,殊不知,编造细节和瞎用名人名言也是它们最擅长的,而这种一本正经胡说八道对新闻工作者来说是非常致命的。比如你让AI将两篇文章合二为一,如果不进行校对,很有可能会发现有些“细节”原文里压根没有出现过。如果AI也有MBTI人格,那一定是讨好型。

目前的新闻工作者,手机里少说得有四五个AI助手,而随着大数据和更聪明的AI介入,未来不是更可预测,而是变得更难预测了。大家开玩笑:采访人和被采访人背后都是一套AI,谁问得更精彩,谁答得更出彩,就看模型算力。

确实,一个成熟的AI能提供的实在太多了。你随便发布什么指令,它宁可胡说八道也不会来反驳你,天生讨好型人格。难怪有女性宁可和AI谈恋爱:它不会对你忽冷忽热,不会使用暴力,不会渣,更不会PUA你……志同道合是年轻时的幻想,如今的女性不需要应和,也不需要同频。她们有更重要的事情要做:挣钱、升迁、培养小孩。忙碌之中,另一半是否了解自己,是否愿意分担自己的压力,这些压根懒得计较。闲下来,和AI聊聊天,省心省力。

其实,人类历史上一直在与非人实体建立情感联系,养猫、养狗、养电子宠物,AI带来的,一半是科学归纳,一半是情绪价值。AI就像一位不知疲倦的图书管理员,让你在躺与卷之间肆意切换,想快就快——

比如一分钟看懂一部名著,只需要一台被数据投喂的人工智能,就能获得故事大纲和闲言碎语,但我们接收的知识是剔除了情感、艺术等重要元素的。从欣赏作品到消费内容,再到追求即时满足,我们离沉浸式的审美体验越来越远。在这个人均注意力只有8秒的时代,那些需要逻辑推演的论证,需要情感共鸣的叙述、需要思辨交锋的观点,正在从认知版图悄然消失。难怪有人调侃,当代人“颅内信息流”就像便利店24小时的关东煮,永远冒着热气,却营养匮乏。

现代人已经能理解品牌的用心良苦,也并不反感大数据的精准投喂。找捷径是动物本能之一,就像小时候很多人都梦想拥有哆啦A梦的记忆面包,通过炫饭就能获取知识。但哆啦A梦也说过,记忆面包的缺陷在于人的食量有限,所以每次吃进去的知识也是有限的。AI帮助我们“快”了很多,但生活中还是有不少AI代替不了的“琐事”:比如你早晚还是要坚持好好刷牙,脸上的痘痘还是得等它自己褪去……

数据库决定了AI的水平,高水平智能是规模化的结果,但选择、决策能力和高水平智能却没关系。写到这里,翻翻自己手机里的AI,用哪个软件查哪种资料,它习惯怎样回答你的问题,其实还是自己“养”出来的。那些默默站在你身后的AI机器人,或许就是你性情的一部分呢。

崔焯

eyjuc@163.com

渤海银行上海自贸试验区分行  
深入开展2025年普及金融知识万里行活动

渤海银行上海自贸试验区分行深入贯彻落实党的二十届三中全会、二十届二中全会以及中央金融工作会议精神,践行以人民为中心的价值取向,切实履行消费者权益保护主体责任,深入开展“保障客户权益,乐享安心生活”2025年普及金融知识万里行活动,有效提升消费者金融知识水平和金融风险防范意识,营造安全、健康的金融消费环境。

## 聚焦活动主题 高效推动落实

分行加强组织领导和统筹协调,成立以行长为组长、分管行领导为副组长、相关部门及分支机构负责人为成员的普及金融知识万里行活动领导小组,紧紧围绕“守护重点人群 筑牢金融防线;强化风险意识 保护财产安全;规范销售行为 恪守尽责底线;抵制不法中介 维护金融秩序;凝聚诚信力量 共建信用基石”主题,分人群、多渠道、多形式、有侧重地开展金融教育宣传,确保2025年普及金融知识万里行活动取得实效。

## 强化阵地宣传 保障客户权益

分行充分利用电子渠道和网点阵地开展教育宣传,在“公众宣传教育服务区”摆放抵制非法集资、防范电信网络诈骗、理财知识、征信知识、支付安全、个人信息保护、识别非法金融广告等宣传资料,便于等候客户取阅。在大厅显著位置和门窗灯箱分别摆放活动海报,自助机具、电视屏幕滚动显示防范电信网络诈骗、远离非法集资温馨提示、存款保险知识及普及金融知识万里行活动海报。在业务经营各环节融入金融知识教育宣传和风险提示,结合服务场景进行有针对性的线下宣传,增强客户金融安全意识和自我保护能力。



## 护航重点群体 提升风险意识

网点通过线上线下客户活动普及账户安全、支付安全、理性消费、反诈防骗等金融知识,教授大家防诈骗技巧。深入社区、学校、商圈、企业、乡村等场所,聚焦“老幼新”等重点群体,以案例解析、风险提示等方式开展防范电信网络诈骗、远离非法金融中介、个人信息保护、征信知识、投资理财、理性借贷、理性维权等教育宣传。营造“学金融、懂金融、信金融、用金融”良好氛围,让金融知识融入消费者生活,切实提升金融消费者风险保护意识。

## 创新宣传形式 增强教育质效

分行创新宣传形式与内容,制作原创消费风险提示,剖析典型案例、揭示诈骗手法、防范风险措施,充分利用短信平台、微信公众号、主流媒体、朋友圈、员工群等形式,采取微信长图、漫画、小视频、消保知识小课堂、“消保口签”等方式进行普及,提升公众触达率和社会影响力,帮助广大消费者从案例中得到警醒,增强风险识别和防范意识,切实维护消费者合法权益。

## 新金融

## 外滩:首个以中国特色金融文化为主题的CITY WALK发布

□记者 崔焯 实习生 廖之采

5月16日,中国第一个银行同业组织,具有百年历史的上海市银行同业公会成功举办“传承发扬中国特色金融文化 助力国际金融中心建设”座谈会。上海市银行同业公会在全国首次发布以中国特色金融文化为主题的“银端漫步”金融文化明信片与CITY WALK线路。

座谈会上,浦发银行、中国银行上海市分行、交通银行上海市分行的相关负责人从金融机构视角分享了金融文化实践成果与感受。

从外滩到陆家嘴,金融是上海这座国际化大都市最靓丽的底色,恢弘的金融建筑讲述着波澜壮阔的百年中国金融史。通过历史建筑与金融文化的深度融合,让建筑成为讲述中国金融故事的立体教科书,是上海市银行同业公会传承与发扬中国特色金融文化的创新之举。本次活动精选上海的金融文化地标,与市区文旅部门、会员单位充分沟通交流,通过金融与文旅的结合,使建筑变得活色生香,让全球来访者亲身感受上海国际金融中心的历史底蕴,将中国特色金融文化的传承与发扬落深落实。

座谈会后,与会各方共同开启“银端漫步”中国特色金融文化CITY WALK,探访了中山东一路12号上海浦东发展银行、江西中路200号交通银行上海市分行营业部、中山东一路23号外滩中国银行大楼、香港路59号上海银行公会旧址等4幢有代表性的百年历史建筑,感受上海国际金融中心的金融文化魅力。

上海市银行同业公会作为历史悠久的银行业自律组织,在传承中国特色金融文化中发挥重要作用。未来,期待行业推出更多创新举措,以“传承历史文脉、彰显时代价值、展示开放姿态、增进国际交流”为主线,通过资源整合、场景活化、交流互鉴,系统梳理上海银行业金融文化脉络,探索中国特色金融文化更多场景化实践。挖掘上海银行业金融文化内涵,以深厚的文化力量为新时代金融发展赋能,打造具有国际影响力的中国特色金融文化上海品牌。

欢迎扫码  
“上海金融发布”  
订阅权威、实用的理财信息

