证券代码：000001 证券简称：平安银行

**平安银行股份有限公司投资者关系活动记录表**

 编号：

|  |  |
| --- | --- |
| 投资者关系活动类别 | □特定对象调研 □分析师会议□媒体采访 □业绩说明会□新闻发布会 □路演活动□现场参观🗹其他 （投行会议） |
| 参与单位名称及人员姓名 | 高盛投行会议 |
| 时间 | 2020年1月9日 |
| 地点 | 新加坡 |
| 上市公司接待人员姓名 | 张慎、董事会办公室 |
| 投资者关系活动主要内容介绍 | 介绍公司发展战略、经营业绩，回答投资者提问贵行发行可转债后，资本充足率情况？我行于1月21日公开发行260亿可转债，并于9月18日成功转股，转股比例高达为99.9963%，刷新历史最高记录。截至9月末，资本充足率、一级、核心一级资本充足率将分别为13.36%、10.54%、9.75%。零售转型已经三年时间，效果显著，未来方向？2019年1-9月，本行持续贯彻“零售突破”的策略方针，深化综合金融优势，构建以AI为内驱的零售“3+2+1”经营策略，发力基础零售、私行财富与消费金融“3大业务模块”，提升风险控制与成本管理“2大核心能力”，推动以AI为核心的“1大平台”持续赋能，各项转型工作稳步推进。同时，本行零售业务以客户为中心，加快客户体验优化的步伐。通过持续优化NPS监控调研系统平台，完善客户NPS监测管理，在网点、网上银行、手机银行等各个渠道，实施每日客户体验触点NPS调研工作，倾听客户声音，改善体验痛点等举措，为客户打造更智能、更极致的服务。关于平台赋能的情况？2019年，本行零售推行全面AI化，打造AI Bank，通过科技手段将零售业务在经营、服务、管理方面所需的能力标准化、系统化、智能化，并赋能给客户、员工以及第三方合作伙伴。同时，通过整合AI中台涵盖的前沿科技可复用、可共享的通用能力，实现对前台场景的敏捷支持、快速上线，目前已覆盖业务场景上百个，同时仍在不断敏捷迭代。私行及财富业务发展情况？2019年9月末，本行财富客户74.84万户，较上年末增长26.5%；私行达标客户4.09万户，较上年末增长36.2%，私行达标客户AUM规模6,693.76亿元，较上年末增长46.2%。本行持续强化落实经营转型策略。同时，充分利用AI科技力量和平安集团综合金融模式的优势，打造了一支专业化、智能化的投顾团队，推出了智能投顾、智能投研服务。在经营机制方面，打造了“分支行”、“私行中心”、“综合金融”三大业务模式，以全面数据化经营为抓手，强化私行客户经营能力和资产配置能力。关于开放银行如何实现？开放银行作为本行深耕金融科技的重要方向在持续推进中。本行开放银行以“让银行服务无处不在”为愿景，围绕“能力开放”、“流量开放”、“经营开放”三个目标，分阶段实现。现阶段主要是聚焦“能力开放”，打造开放银行平台，目前已与多家互联网头部公司开展相关合作。零售业务风险控制情况？9月末，本行个人贷款不良率1.07%，较上年末持平。本行自2017年底开始提前进行风险政策调整，重点防范共债风险，同时针对共债、高负债及高风险地区客户采取额度管控、谨慎授信等措施，有效控制并降低了高风险客户占比，新发放业务的资产质量稳定向好。在零售风险管理体系建设方面，本行重点推进以全面AI和全面价值管理为基础的“风险3.0”新一代智能风险管理体系建设，搭建贷前、贷中、贷后AI风控机器人，打通个贷、汽融、信用卡等产品的风险管理系统，实现风险前、中、后业务全面AI化、统一化的客户管理。综合金融发展情况？前三季度，本行通过MGM模式获客（不含信用卡）净增190.51万户，占零售整体净增客户（不含信用卡）的比例为29.3%，其中财富客户净增6.21万户，占整体净增财富客户的比例为39.6%；管理零售客户资产（AUM）余额净增1,720亿元，占零售整体净增客户资产余额的比例为37.8%。MGM模式发放“新一贷”477.14亿元，占“新一贷”整体发放的比例为58.2%；发放汽融贷款394.97亿元，占汽融贷款整体发放的比例为36.6%。信用卡通过MGM模式发卡369.73万张，在新增发卡量中占比为34.1%。本行零售全渠道代销集团保险累计实现非利息净收入23.18亿元，同比增长24.5%。前三季度净息差保持平稳，未来趋势？本行净息差同比去年三季度，从2.29%上升到2.62%，增加33bp，在同业中处于较高水平，净息差保持稳定。主要原因是受市场利率下行因素及资产重定价影响，新发放贷款收益率走低，市场化程度较高的资产收益率下降明显，资产端收益率环比下降10bp。平安银行2019年ROA和ROE目标？具体提升举措是什么？ 2019年三季度末，受9月份可转债转股摊薄的影响，年化ROE12.64%，同比上年增长0.04个百分点，剔除此因素的影响ROE为12.88%，同比增长0.28个百分点。本行需要在利润增长和风险抵御能力上寻求合理平衡，未来ROE有望保持持续上升。信用卡业务发展情况？本行信用卡业务继续保持稳健增长，截至9月末：信用卡流通卡量5,839.38万张，贷款余额5,189.93亿元。本行信用卡继续依托金融科技深入打造“快、易、好”极致客户体验。2019年三季度，平安信用卡与Costco强强联手，开展全方位的独家战略合作，并推出“平安信用卡+会员卡”双卡合一Costco联名信用卡，实现了从前端购物消费到后台金融服务的无缝衔接，为持卡客户提供“一站式”智能综合金融服务。科技的投入和成果如何？本行将“科技引领”作为全行首要发展战略方针。科技投入方面：2019年上半年科技投入继续大幅增加，IT资本性支出及费用合计同比增长36.9%。科技赋能方面：一是聚焦平台能力建设，打造了AI中台、银行私有云平台、数据中台、分布式PaaS云平台、项目可视化平台等基础平台；二是实施了信用卡新核心系统、新一代金融市场核心业务系统、智慧托管、智慧风控、智慧财务等重点业务项目；三是积极布局开放银行，对外输出金融服务能力，拓展获客渠道。科技创新方面：持续利用新技术赋能业务，提升客户体验、丰富金融产品、创新业务模式、完善风控体系、优化运营效率、促进智慧管理。零售转型做的挺好，为什么现在又开始做对公了？过去三年，加大力度通过各种渠道做综合金融，快速迁徙集团客户。过去三年看到的更多的是零售方面的综合金融成效和业务增长，零售占比提升至六成。未来对公和零售需要协同发展，加大集团对公资源的撬动，更有利于未来零售2.0转型的目标。接下来，银行战略没有改变。未来愿景还是全球领先、中国卓越的智能零售银行。对公过去是压降，现在恢复正常状态，将在负债、代发等业务帮助零售，未来零售私行靠对公获取优质资产，有利于零售私行财务管理业务的长期发展和提升差异化竞争优势。零售转型做的挺好，为什么现在又开始做对公了？过去三年，加大力度通过各种渠道做综合金融，快速迁徙集团客户。过去三年看到的更多的是零售方面的综合金融成效和业务增长，零售占比提升至六成。未来对公和零售需要协同发展，加大集团对公资源的撬动，更有利于未来零售2.0转型的目标。接下来，银行战略没有改变。未来愿景还是全球领先、中国卓越的智能零售银行。对公过去是压降，现在恢复正常状态，将在负债、代发等业务帮助零售，未来零售私行靠对公获取优质资产，有利于零售私行财务管理业务的长期发展和提升差异化竞争优势。行业银行组织架构，和投行关系？作为本行重点经营特色业务，行业银行定位为“行业客户经营主导者、重大客户开拓先锋队和1+N解决方案责任人”。作为对公新战略的三大支柱之一，行业银行借鉴海内外先进投行经验，将投资银行和行业事业部进行整合，致力于打造有鲜明行业银行特色的大投行体系：（1）以服务客户为发端，深入理解客户需求和痛点，实现从产品思维到客户思维的转变；（2）将投资银行的承销发行和产品创新能力与行业事业部的行研和细分客群服务能力深度融合，整合集团内外部资源，为客户量身定制具有独特优势的综合金融解决方案；（3）以提升效率为目的，组建敏捷行动队，扁平化作业，实现“商行+投行+投资”的高效联动，以专业，独特和高效赢得客户的信赖和认可。如何做好小微？本行秉承“金融+科技”的理念，借助集团生态资源赋能战略客群，围绕产业链上下游批量为小微客群提供场景化、线上化服务；通过口袋财务、小企业数字金融等业务模式，提升民营企业和小微企业客群经营整体能力，持续加大对民营企业及中小微客户的支持力度。截至9月末，小企业服务客户数26,974户，较上年末增长84.3%；1-9月，本行小企业数字金融累计发放贷款153.10亿元。现在集团积极打造五大生态圈，那银行在集团金融+科技、及生态圈大战略下定位？与其他子宫公司协同关系？银行战略清晰的定位“平台+生态银行”，所有生态如果没有银行账户、支付结算、存款贷款，这个生态是建不起来的，银行作为集团的平台，是集团生态战略先行者、引领者。接待过程中，公司接待人员与投资者进行了充分的交流与沟通，严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。 |
| 附件清单（如有） | 2019年三季度业绩PPT（请参见bank.pingan.com投资者关系-公司推介栏目） |
| 日期 | 2020.1.9 |