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 | 穆迪评级公司 |
| 时间 | 2020年2月28日 |
| 地点 | 深圳 |
| 上市公司接待人员姓名 | 项有志、朱培卿、成建新、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，回答投资者提问平安银行的营收、利润增长情况？2019年本行继续坚定变革、转型，践行数据化经营理念，持续贯彻零售业务“3+2+1”经营策略，全力发展“基础零售、私行财富、消费金融”3大业务模块，提升“风险控制、成本控制”2大核心能力，构建“1大生态”驱动融合，各项转型工作稳步推进。2019年平安银行实现营业收入1,379.58亿元，同比增长18.2%，净利润281.95亿元，同比增长13.6%。2019年平安银行的ROE情况？2019年发行可转债并于9月成功转股，有效补充了银行资本，为未来业务发展提供了资本的保障，但对银行2019年ROE的作用是摊薄的，其收益将在2020年得以完全体现。同时银行过去为了消化历史包袱，加大了拨备计提力度（2017、2018年多提的拨备主要是消化历史包袱，2019年是抵御风险能力）。尤其是在2019年把所有逾期60天以上贷款全面纳入不良，贷款拨备计提同比增加22%，2019年净利润增速因此受到一定的影响。2019年平安银行的净息差情如何？2019年1-12月本行净息差为2.62%，同比2018年1-12月提升27个基点。自央行8月推出贷款市场报价利率（LPR）机制改革，并多次下调政策利率以来，宽松货币政策向实体经济传导效果显现，本行付息负债成本率有效改善，零售高收益资产收益率保持增长，全行净息差稳步提升。非息收入占比？主要是哪些业务带来的？2019年，本行实现非利息净收入479.97亿元，同比增长14.4%，占营业收入的34.8%。其中手续费及佣金净收入367.43亿元，同比增长17.4%，主要来自银行卡手续费收入的持续增加；其他非利息净收入包括投资收益、公允价值变动损益、汇兑损益、其他业务收入、资产处置损益及其他收益。2019年，本行其他非利息净收入112.54亿元，同比增长5.4%，主要是以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产投资收益增加及汇率波动导致的汇兑损益增加。平安银行对公、零售业务资源如何分配？2019年，本行业务结构不断优化，且更趋均衡。零售进一步巩固收入贡献的支柱地位，对公、资金同业也进一步理顺了思路，走上快车道。大零售、大对公六四占比的均衡格局逐步形成。零售战略有何变化？本行紧跟国家战略，持续推进零售业务变革转型，全面践行数据化经营理念，全力发展“基础零售、私行财富、消费金融”3大业务模块，提升“风险控制、成本控制”2大核心能力，构建“1大生态”驱动融合，全力打造“中国最卓越、全球领先的智能化零售银行”。私行财富业务的发展情况？2019年末，本行财富客户77.93万户，较上年末增长31.7%；私行达标客户（私行客户标准为客户近三月任意一月的日均资产超过600万元）4.38万户，较上年末增长45.7%，其中私行达标客户AUM规模7,339.41亿元，较上年增长60.3%。2019年汽融情况如何？有什么具体提振措施？2019年，汽车金融贷款新发放额1,566.74亿元；2019年末汽车金融贷款余额1,792.24亿元，较上年末增长4.2%。在汽车消费市场整体增速放缓的趋势下，本行持续依托科技赋能，通过产品创新、流程优化、AI智能化等多项举措，深耕车生态经营策略，不断提升客户体验和服务效率。本行积极推动转型，推进二手车业务发展，针对传统二手车业务继续扩大合作二手车经营商户数量，全年活跃合作商户数已超过3,400家。持续依托科技赋能，推出“车E通”APP实现金融服务线上化，并为车商解决车源与客源痛点，打造车生态体系，2019年末，本行已有注册车商超8,000家，进一步挖掘汽车消费金融市场潜力。零售尖兵产品的不良率情况？截至2019年12月末，信用卡应收账款不良率1.66%，较上年末上升0.34个百分点，其中因为口径调整导致不良率上升0.33个百分点；“新一贷”贷款不良率1.34%，较上年末上升0.34个百分点，其中因为口径调整导致不良率上升0.33个百分点；汽车金融业务不良率为0.74%，较上年末上升0.20个百分点，其中因为口径调整导致不良率上升0.14个百分点。综合金融和交叉销售的发展情况？2019年，银行代销的平安团体保险产品保费规模13.31亿元，同比增长326.6%；银行与集团内专业公司合作落地的新增投融资项目规模2,611.16亿元，同比增长137.5%。本行通过MGM（客户介绍客户）模式开展综合金融业务。2019年，本行通过MGM模式获客（不含信用卡）净增248.91万户，占比为27.8%，其中财富客户净增7.71万户，占比为41.1%；管理零售客户资产（AUM）余额净增2,183.68亿元，占比为38.6%。MGM模式发放“新一贷”686.82亿元，占比为61.3%；发放汽融贷款546.76亿元，占比为34.9%；信用卡通过MGM模式发卡487.65万张，占比为34.1%。逾期60+纳入不良情况？2019年末，逾期60天以上贷款偏离度96%，较上年末下降14个百分点；逾期90天以上贷款偏离度82%，较上年末下降15个百分点，降幅显著。拨备计提及拨备覆盖率情况？2019年，本行计提的信用及其他资产减值损失为595.27亿元，同比增长24.3%，其中计提的发放贷款和垫款信用减值损失为532.88亿元。2019年末，贷款减值准备余额为700.13亿元，较上年末增长29.2%；拨贷比为3.01%，较上年末增加0.30个百分点；拨备覆盖率为183.12%，较上年末增加27.88个百分点；逾期60天以上贷款拨备覆盖率为190.34%，较上年末增加49.10个百分点；逾期90天以上贷款拨备覆盖率为222.89%，较上年末增加63.44个百分点，风险抵补能力进一步增强。2019年的清收成果如何？通过设立特殊资产管理事业部，发挥问题资产专业化处置优势，通过对清收工作预判、项目过程督导、经营结果检视，形成事前有计划、事中有控制、事后有检视的精细化清收管理，加大问题资产整体处置力度，有效提升本行存量问题资产处置速度。2019年，本行收回不良资产总额213.66亿元，同比增长14.0%；其中特殊资产管理事业部收回不良资产总额152.39亿元，同比增长4.6%，占全部不良资产回收总额的71.3%。2019年，本行已核销贷款累计收回111亿元，同比增加17亿元、增长18%，清收成效显著。平安银行在疫情中承担哪些社会责任？2020年新型冠状病毒肺炎疫情爆发期间，本行通过多种途径积极承担社会责任，紧急开展一系列公益行为，积极支援以应对疫情发展。（1）首批捐赠3,000万驰援抗击疫情,用于湖北省采购防疫物资、志愿者保险、护具及社区公共卫生设施补充等，支持疫情防控工作；同时，向全国战斗在医疗一线的医护人员、感染新型冠状病毒肺炎的客户、因疫情管控耽误还款的湖北客户等特定客户提供关怀政策，适当延期还款、减免利息费用、提供征信保护等。（2）口袋财务助中小企业移动办公，企业可足不出户处理培训、考勤、发薪等工作；通过口袋财务空中柜台，为企业客户提供全天候线上运营服务；并对多项银行业务费用减免，为企业经营发展减负。（3）数据贷助力中小药店线上融资易，全面升级药店专属数据融资服务，通过“行业化数据+线上化操作+智能化风控”解决药店客户需求，加强医药行业企业的线上服务力度，提升便捷性服务水平，支持实体经济。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年年度业绩PPT（请参见bank.pingan.com投资者关系-公司推介栏目） |
| 日期 | 2020.02.28 |