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 | 中金公司 |
| 时间 | 2020年3月13日 |
| 地点 | 深圳 |
| 上市公司接待人员姓名 | 李明、贾敏、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 疫情对平安银行有哪些影响？ 新冠肺炎疫情对银行业的冲击以间接影响为主，我国银行业经营总体稳健，具备较强的抗风险能力，仅疫情严重地区的银行经营受影响可能偏大。若疫情能够得到快速控制，我们认为风险整体可控。本行将继续密切关注肺炎疫情发展情况，评估和积极应对其对本公司财务状况、经营成果等方面的影响。目前可预见的短期影响包括以下三个方面：  （1）信贷冲击。冲击一定是有的，根据2003年非典的经验，预计2020年新冠肺炎疫情在短期内将对中国银行业信贷需求产生暂时性冲击，对疫情相对较为严重的地区影响偏大。  （2）资产质量压力。疫情将加不同程度的对各家银行造成潜在的资产质量压力，从客户角度看，主要是集中在零售经营性贷款的小企业主、和对公的中小微企业贷款，而大中型企业受影响程度相对较小；从行业角度看，直接影响零售消费信贷、零售业、住宿餐饮业、客运服务业以及影视娱乐旅游业等，间接影响房地产业等；从区域影响看，主要影响武汉、温州等地区，其他地方也有不同程度的影响。  （3）息差承压。预计负债成本率下行速度将缓于资产收益率下行，预计2020年整个银行业净息差都将保持下行趋势。 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。 平安银行的零售战略有何变化？ 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%。 私行业务对标的竞争对手是谁？ 目前我们私行在股份行里排名第二。疫情对私行基本没有影响，由于我们所有产品都线上化了，现在销售还在创新高。关于竞争对手，首先，诺亚不是我们的竞争对手，他们管理资产才3000多亿，完全不在一个量级。其次，主要学习和目标对象还是招行，但我们和招行的客户重合度不高，我们主要的目标客户在五大行，他们负债成本低，提高服务客户的紧迫性不强。中国有200万私行家庭，资产还有80%可以开发，私行现在是一个蓝海市场。 AUM增长情况及未来趋势？ 2019年末，本行管理零售客户资产（AUM）19,827.21亿元，较上年末增长39.9%；其中，代发及批量业务客户带来AUM余额2,692.18亿元，较上年末增长33.2%，私行达标客户AUM规模7,339.41亿元，较上年增长60.3%。未来我行将稳步推进代发、私行业务发展，整合集团综合金融的产品和服务能力，并加大迁徙集团优质客户，预计AUM将持续保持良好快速增长。 按揭业务情况？ 2019年末，本行住房按揭贷款余额1,993.71亿元，较上年末增长9.3%。本行严格落实国家政策规定和监管要求，支持居民家庭首套自住购房需求，并将继续在合规和符合监管要求的前提下稳步开展住房信贷业务。 新一贷目前情况如何？ “新一贷”：2019年，本行“新一贷”贷款新发放额1,120.33亿元，2019年末“新一贷”余额1,573.64亿元，较上年末增长2.4%。  本行坚持以客户需求为中心，借助国家消费升级的机遇，围绕个人客户合理的消费融资需求，进一步丰富消费金融服务场景、完善消费贷款产品，通过多元化产品策略，不断增加适配的客户方案，提高本行服务普惠金融的能力，持续吸引优质客群。 零售尖兵产品的不良率情况？ 2019年末，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%。 平安银行科技成果具体有哪些？ 在产能及效率提升方面，通过实施AI战略，广泛应用自然语言处理（NLP）、生物识别等新技术，赋能业务提质增效。一是零售人力产能得到进一步提升，人均营收同比增长17.7%；二是在零售业务实现7×24小时闭环获客经营，人均获客提升50%；三是小企业数字金融业务实现全线上化进件，全流程耗时以秒计，抵押类产品的客户经理进件时效提升5倍以上。  在成本控制方面，广泛应用云计算、AI等新技术，不断降低成本。云计算方面，推动应用上云，对应的IT基础设施成本投入仅为之前的1/3；基于PaaS平台构建的信用卡新核心，成本仅为原系统的1/3。2019年度借记卡客服费用节省约50%，信用卡客服费用节省超30%。  在风控体系方面，充分利用人工智能、大数据技术赋能提升风控水平。打造零售阿波罗审批平台，贷款产品审批时长缩短至10秒以内；公司业务智能放款系统，将汽车供应链金融业务出账从4小时压缩到5分钟，大幅提升放款效率；打造SAFE智能反欺诈体系，统一欺诈风险侦测平台，2019年累计防堵欺诈损失超10亿元。 智能网点情况？ 2019年，本行在线下持续复制推广“轻型化、社区化、智能化、多元化”的零售新门店，2019年末，全国已开业298家新门店。  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 | 2020.03.13 |