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 | 个人、机构投资者 |
| 时间 | 2020年6月17-19日 |
| 地点 | 深圳 |
| 上市公司接待人员姓名 | 张小璐行长特别助理、蔡新发行长特别助理、朱培卿、张慎、黄玉强、董办 |
| 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 平安银行零售已转型三年，未来如何规划？ 2020年是本行新三年战略的起步之年，本行始终以打造“中国最卓越、全球领先的智能化零售银行”为战略目标，继续坚持“科技引领、零售突破、对公做精”十二字策略方针不动摇，并在此基础上，全面升级了新三年战略，推动发展迈向新台阶。  始终坚持“三不变”，即坚持零售转型方向不变，坚持“综合金融、科技赋能”两大核心优势不变，坚持均衡、协同发展思路不变；着力打造“数字银行、生态银行、平台银行”三张名片：全面构建零售业务、对公业务、资金同业业务“3+2+1”经营策略。 拨备覆盖率情况如何？ 一季度末，本行贷款减值准备余额为808.23亿元，较上年末增长15.4%；拨贷比为3.31%，较上年末增加0.30个百分点；拨备覆盖率为200.35%，较上年末增加17.23个百分点；逾期60天以上贷款拨备覆盖率为218.90%，较上年末增加28.56个百分点；逾期90天以上贷款拨备覆盖率为257.77%，较上年末增加34.88个百分点，风险抵补能力持续增强。 成本收入比有一定程度下降，主要原因是什么？ 一季度，本行成本收入比27.94%，同比下降1.68个百分点。主要原因是，一方面科技成果落地带来的产能及效率提升；另一方面，疫情期间费用投放进度有所放缓。 我行目前零售客户增长情况？ 一季度末，本行零售客户数9,864.05万户，较上年末增长1.6%；财富客户数81.98万户，较上年末增长5.2%；私行达标客户34.71万户，较上年末增长7.7%，其中私行达标客户AUM规模8,058.50亿元，较上年末增长9.8%。 私行财富业务目前表现？ 一季度末，本行财富客户81.98万户；私行达标客户 4.7万户，其中私行达标客户AUM规模8,059亿元，较上年末增长9.8%。 私行财富管理介绍及未来发展重点？ 一季度，本行私人银行及财富管理板块全面提升综合金融、专业化及科技平台三大能力，强化私行品牌建设。聚焦2大能力提升：  专业化能力：持续推动投研、投顾和家族办公室专业团队建设，聚焦资产配置工具运营，实现服务提升。  科技平台能力：私募投资、保险金信托、家族信托等业务均已实现线上化办理，并在业内率先推出AI私募直通平台。 疫情影响，风险政策是否有调整？ 本行积极应对外部风险，调整优化业务结构：对公方面，持续优化对公业务结构，聚焦重点行业、区域和客户，选择弱周期、成长性稳定、资产质量好的行业，持续退出高风险行业；零售方面，利用行业领先的科技实力和风控模型，提升客户资质及风险识别度，实施差异化的风险管理策略，同时不断优化客群结构。  一季度，本行逾期60天以上贷款占比、逾期90天以上贷款占比、关注贷款占比均较上年末下降，不良贷款率与上年末持平。 疫情期间，新一贷表现如何？ 一季度，本行“新一贷”累计发放226.60亿元；一季度，“新一贷”余额1,537.50亿元，较上年末下降2.3%。疫情发生后，本行迅速制定了“新一贷”延期还款方案，灵活调整此类客户的还款安排。随着催收复工率持续提升，3月新增逾期已经呈现下降趋势，预计未来不良率将保持可控水平。 信用卡业务受疫情影响，目前恢复情况？ 一季度，受疫情影响，本行信用卡流通卡量达6,048.10万张，较上年末增长0.3%；信用卡贷款余额5,158.63亿元，较上年末下降4.5%。  此外，信用卡消费金额有所下滑，本行快速反应，积极布局线上化场景，为用户提供全周期、多方位的线上化、综合化服务，因此，一季度末信用卡日消费金额已恢复至疫情前水平，商城交易量同比增长13.4%。 综合金融恢复情况？ 面对疫情影响，本行积极推动MGM线上化运营模式创新升级，SAT分享转发量较2019年四季度提升164.8%，同时，累计举办线上客户沙龙4.3万场，参加人次79万，总体业务产能快速恢复。  一季度，本行通过MGM模式获客（不含信用卡）净增38.47万户，占比为21.4%，其中财富客户净增1.79万户，占比为44.1%；管理零售客户资产（AUM）余额净增684.87亿元，占比为44.4%。MGM模式发放“新一贷”占比为63.8%；发放汽融贷款占比为36.5%；信用卡通过MGM模式发卡42.65万张，占比为28.5%。 对公战略方面有什么新进展？ 本行对公业务坚持践行“3+2+1”经营策略。从客户需求出发，构建“AUM+LUM+经营平台”的对公业务经营思路，聚焦重点行业、区域、客户，实现AUM与LUM高效联动，提升客户钱包份额，建立统一获客平台和经营门户，夯实客户基础，成为团体综合金融业务的发动机。 平安理财子公司的筹建进展如何？ 本行已于2019年12月31日获得中国银保监会关于本行筹建平安理财有限责任公司（以下简称“平安理财”）的批复，目前平安理财筹建工作正在全面推进，待监管批准后正式开业。 目前理财业务情况如何？ 疫情期间，理财各项业务正常运营、有序开展，并取得了一系列工作成果：一季度末，本行保本理财产品余额613.33亿元，较上年末减少8.8%；结构性存款余额6,155.61亿元，较上年末增长21.2%；非保本理财产品余额6,173.56亿元，较上年末增长4.5%，其中，本行符合资管新规净值管理要求的净值型产品规模3,250.77亿元，较上年末增长26.4%，占非保本理财产品余额的比例由43.6%提升至52.7%。 目前网点布局情况？ 本行持续实施网点智能化建设，合理配置网点布局，一季度末，本行有92家分行（含香港分行）、共1,066家营业机构。其中，全国已开业323家新门店。  会议过程中，公司管理层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） | 2020年一季度业绩PPT（请参见bank.pingan.com投资者关系-公司推介栏目） |
| 日期 | 2020.06.17-19 |