

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:

| | |
|----------------------|---|
| <p>投资者关系活动类别</p> | <p><input type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议 <input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会 <input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动 <input type="checkbox"/>现场参观 <input checked="" type="checkbox"/>其他（投行会议）</p> |
| <p>参与单位名称及人员姓名</p> | <p>浙商证券投行会议</p> |
| <p>时间</p> | <p>2020年12月24日</p> |
| <p>地点</p> | <p>深圳</p> |
| <p>上市公司接待人员姓名</p> | <p>蔡新发、张慎、董事会办公室</p> |
| <p>投资者关系活动主要内容介绍</p> | <p>介绍公司发展战略、经营业绩，回答投资者提问</p> <p>1. 平安银行的零售转型如何进行换挡升级？</p> <p>我行持续贯彻零售业务“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。同时，承接全行“三张名片”新定位，推出“数据化经营、线上化运营、综合化服务、生态化发展”的“四化”新策略，推动零售业务转型的换挡升级。疫情缓解之后各项业务已得到较快恢复，经营保持稳健增长，经营风险总体可控。</p> <p>2. 负债成本何时能恢复到行业平均水平？</p> <p>前三季度，负债平均成本率2.34%，较去年同期下降33个基点，其中，吸收存款平均成本率2.27%，较去年同期下降21个基点。未来持续优化业务资产负债结构，负债业务上积极拓展低成本存款，降低综合负债成本。</p> <p>3. 受疫情影响，贵行资产质量表现如何？</p> <p>我行全力支持疫情防控工作和金融市场稳定，提供差异化应急金融服务，帮助受疫情影响的企业和个人渡过难关。同时，持续强化管控措施，加大不良资产处置力度和拨备计提力度，进一步提升风险抵补能力，力争将疫情影响降到最低。</p> <p>前三季度，我行不良贷款率为1.32%，较年初下降33BP；关注率1.59%，逾期率1.77%，较年初分别下降0.42个百分点和0.32个百分点；逾期60天及逾期90天以上贷款偏离度均低于1；拨备覆盖率218.29%，较年初上升35.17个百分点。</p> <p>4. 前三季度资产处置情况如何？</p> <p>通过特殊资产管理事业部，发挥问题资产专业化处置优势，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，有效提升我行存量问题资产处置速度。截止到三季度末，收回不良资产总额172.82亿元，其中信贷资产（贷款本金）161.59亿元；不良资产收回额中97.1%为现金收回，其余</p> |

为以物抵债等方式收回。

5. 疫情对零售信贷需求、信贷结构造成哪些影响？

前三季度，我行本行个人贷款余额 14,992.61 亿元，较上年末增长 10.5%。为尽快恢复到疫情前业务水平，我行持续强化线上化运营能力，加强消费金融业务与私行财富业务的联动；同时，加大较低风险的个人房屋按揭及持证抵押贷款以及创新产品的投放。

截止三季度末，整体个人贷款业务增长良好：信用卡贷款余额 5,280.84 亿元；“新一贷”余额 1,424.41 亿元；汽融贷款余额 2,248.96 亿元；个人房屋按揭及持证抵押贷款余额 4,908.14 亿元，占个人贷款的比例提升至 32.7%，业务结构及客群结构持续优化。

6. 受疫情影响，零售三大尖刀产品表现如何？

受疫情影响，信用卡消费金额有所下滑，我行快速反应，积极布局线上化场景。信用卡日消费金额在一季度末已恢复至疫情前水平。

9 月末，本行信用卡流通卡量达到 6,306.71 万张，较上年末增长 4.5%信用卡总交易金额 25,212.19 亿元，同比增长 2.7%，其中三季度总交易金额较二季度提升 10.1%。

9 月末，“新一贷”余额 1,424.41 亿元，发放量呈稳步上升趋势。我行在坚持审慎稳健风险政策的基础上，通过大力推动业务流程线上化改造，加快数据直联步伐，进一步提升“新一贷”业务时效从而提升客户体验，挖掘新的业务增长点。

9 月末，汽融余额 2,248.96 亿元，较上年末增长 25.5%。我行持续深入贯彻“四化”及车生态经营策略，不断提升客户体验和服务效率。

7. 对信用卡业务的快速恢复及提升采取了哪些策略？

今年，我行依托金融科技优势持续深入打造“快、易、好”的极致客户体验，不断完善一站式综合金融服务 APP 平台；强化科技赋能，持续升级业务与服务体系。

此外，我行持续丰富产品体系：强化好车主卡“加油 88 折、8.8 元洗车、免费代驾”王牌权益；提升线上化能力：重磅打造了“全城寻找热巴，瓜分 8 亿好礼”营销活动；推动智能科技在客户服务方面的应用，优化 AI 智能语音技术并渗透到不同服务场景：智能语音月外呼规模已达 2,000 万通，相当于人工坐席约 5,100 人的工作量。

8. 贵行如何定位“新一贷”业务？

前三季度，“新一贷”新发放 717.79 亿元，其中三季度发放 255.62 亿元，环比二季度增长 8.5%，发放量呈稳步上升趋势。

按照互联网贷款新规有关文件精神，积极研发并上线全流程线上化产品“新一贷快贷”。在开展区域、目标客群、业务流程、贷款期限金额上进行全面优化升级，遵循小额、短期的原则，进一步提升“新一贷”的业务时效，提升客户体验，持续优化客群质量。

9. 零售 2.0 私行财富的目标，发展现状？

我行私人银行及财富管理板块全面提升综合化、专业化及科技化三大能力。首先，结合客户需求提供一站式综合化服务；其次，集合内外部专家观点，为客户提供专业、便捷、高品质的投资资讯服务，强化私行品牌及价值主张；最后，通过推出智能展业平台，

将传统的“产品销售模式”升级为“投顾服务模式”，助力业务队伍高效拓展和服务客户，进而为高净值客户提供智能高效的财富管理新服务新体验。

9月末，本行财富客户 92.25 万户，较上年末增长 18.4%；私行达标客户 1 5.53 万户，较上年末增长 26.3%，其中私行达标客户 AUM 规模 10,494.94 亿元，较上年末增长 43.0%。

10. 科技投入对零售成本控制的作用？

我行积极推动零售成本管理向“数字化驱动”进阶，全面深入分析成本支出结构，结合我行全面 AI 化、智能化的经营方针，制定了差异化的投入策略，在持续挖掘降本增效空间的同时培育创新产品，改善业务结构。

财富管理业务产能及效率得到大幅提升，本行零售网均 AUM 营收 1,110.85 万元，同比增长 44.0%。零售成本收入比相较 2019 年同期下降 2.15 个百分点。

11. 今年房屋按揭及持证抵押贷款情况是否受疫情影响？

疫情期间，我行充分应用互联网技术，进一步减少线下流程节点，提升业务办理时效和客户体验，优化运营成本。

前三季度，本行个人房屋按揭及持证抵押贷款新发放 1,844.36 亿元，同比增长 37.7%；9 月末，个人房屋按揭及持证抵押贷款余额 4,908.14 亿元，较上年末增长 19.4%，其中住房按揭贷款余额 2,318.69 亿元，较上年末增长 16.3%。

12. AI BANK建设进度及对业务赋能？

我行积极推进零售开放银行建设，现阶段主要聚焦“能力开放”目标，打造开放银行平台，助力生态化发展。我行零售开放银行 1.0 平台于 3 月底投产，已发布 264 个产品，913 个 API（应用程序编程接口）和 H5 接口，覆盖了账户、理财、支付、保证金、贷款等产品能力。

前三季度，开放银行累计实现互联网获客 217.48 万户，占零售总体获客量的 30.1%

在 AI Bank 建设上，我行零售业务持续推动全面 AI 化，通过加强 AI 中台能力建设，助力全行经营模式升级和全渠道一致化用户体验打造，在夯实数据化经营能力的同时提升管理效能。截至 9 月末，本行构建了完善的前中台撮合机制和潜在中台能力孵化机制，已搭建 11 大业务中台，共发布 195 项中台能力，赋能 245 个前台场景上线，不断升级完善数据化经营及线上化运营能力。

13. 零售AUM的表现不错，主要在什么方面？

9月末，我行管理零售客户资产（AUM）24,881.71 亿元，较上年末增长 25.5%；其中私行达标客户 AUM 规模 10,494.94 亿元，较上年末增长 43.0%。

同时，我通过持续做大 AUM 提升自然派生存款，续发力代发及收单等批量业务，做大活期存款规模，引导存款成本率下行，存款结构持续优化。

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。

¹ 私行客户标准为近三月任意一月的日均资产超过600万元。

| | |
|----------|---|
| | <p>14. 网点布局是否受到疫情影响，目前情况如何？</p> <p>我行持续实施网点智能化建设，合理配置网点布局，截至 9 月末，本行有 99 家分行（含香港分行）、共 1,078 家营业机构。</p> <p>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。</p> |
| 附件清单（如有） | 2020 年三季度业绩 PPT（请参见 bank.pingan.com 投资者关系-公司推荐栏目） |
| 日期 | 2020.12.24 |