

克服净息差收窄压力 银行三季度盈利稳步提升

本报记者 张漫游 北京报道

金融是实体经济的血脉,是经济发展的“晴雨表”。实体经济的

稳步复苏在银行的经营数据表现上可见一斑。

近日,上市银行陆续发布了三季度业绩报。梳理部分上市银行三

季度经营情况,《中国经营报》记者注意到,在息差持续收窄的背景下,降低负债成本已经成为银行的“必修课”。此外,包括投行、理财、托管

等诸多中间业务带来的非息收入,也成了银行业盈利的重要支撑。

另外,随着经济复苏,企业经营状况逐步改善,监管部门引导银

行业完善内部治理,加上银行拓宽不良处置渠道、持续加大不良资产处置力度,上市银行的资产质量得到了提升。

多家银行净利润增速超 25%

银行优化资产负债结构、压降成本、持续提升中间收入占比是拉动净利润增速的重要原因。

截至 10 月 27 日,完整公布了今年三季度业绩报的上市银行普遍实现了净利润增速的同比增长。

其中,杭州银行净利润增速超过了 30%。具体来看,前三季度,杭州银行实现归属于公司股东净利润 92.75 亿元,较 2021 年同期增长 31.82%。

同时,部分银行净利润增速在 25% 以上。如 1~9 月平安银行实现归属于本行股东的净利润 366.59 亿元,同比增长 25.8%;苏州银行 1~9 月实现归属于上市公司股东的净利润 31.00 亿元,同比增长 6.38 亿元,增幅 25.92%。

在中国人民银行连续降息的背景下,对银行息差有一定的影响。中国民生银行首席经济学家温彬表示,随着一系列稳增长政策加快落地实施,9 月金融数据明显改善,信贷有效需求回升,信贷结构优化;不过,二季度以来,贷款利率持续下行,银行净息差收窄压力进一步加大。

资产质量总体平稳

三季报银行资产质量总体平稳,不良率较年初持平,拨备覆盖率较年初微升,风险预期最悲观的时点已过。

在净利润稳步增长的同时,上市银行资产质量也逐步提升。

如杭州银行披露称,2022 年三季度末,该行不良贷款率为 0.77%,较 2021 年末下降 0.09 个百分点;逾期贷款与不良贷款比例为 84.08%,逾期 90 天以上贷款与不良贷款比例为 74.11%;2022 年三季度末,公司不良贷款拨备覆盖率 583.67%,较 2021 年末提高 15.96 个百分点。

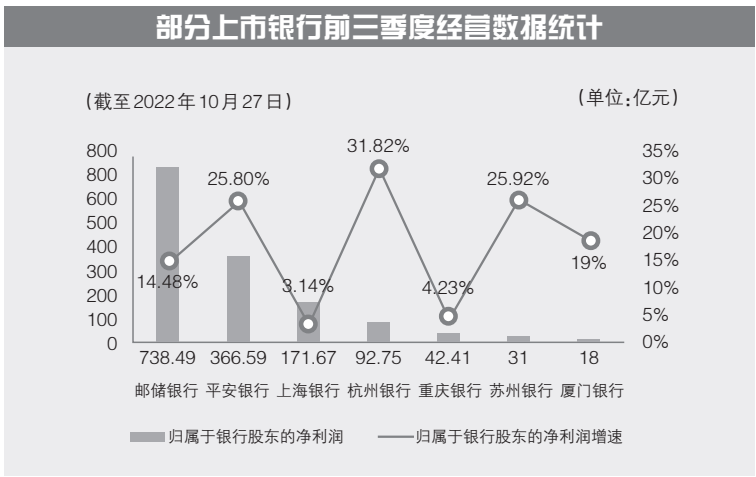
多家证券机构研究报告普遍认为,杭州银行的资产质量已经稳居上市银行第一梯队。从杭州银行的情况看,2022 年前三季度,该行累计核销不良贷款 4.74 亿元,计提各类

在此前提下,谈及银行净利润增速稳步提升的原因,业内人士认为,一方面与银行优化资产负债结构、压降成本相关。如邮储银行方面称,在负债管理上坚持“不唯规模、唯质量”的发展方向,持续优化以价值存款为核心的负债发展机制,实现了“增长适度、结构优化、成本下行”,前三季度,新增存款中主要是一年期及以下期限的较低成本的价值存款,一年期及以下存款同比多增超 3000 亿元,高成本的长期限存款继续压降,存款付息率继续下降。

再如天风证券在对苏州银行三季度经营情况的分析报告中指出,从负债端来看,三季度末苏州银行存款总额同比增长 14.89%,增速较今年一季度末下滑 1.53 个百分点,从苏州银行上半年存款增长结构分析,上半年高成本定期存款增速快于活期存款 5.42 个百分点,该行或有意放慢高成本存款增速以控制负债成本。

光大证券银行业首席分析师王一峰认为,在信贷供需矛盾加大,LPR 报价连续下调、存款定期化的背景下,银行体系净息差面临较大收窄压力。不过,9 月中旬以来银行存款挂牌利率调降,有助于有效管控银行负债成本,缓释银行净息差收窄压力;同时,推动存款利率水平与 10 年期国债收益率、1 年期 LPR 走势关联。“由于活期存款即期实现重定价,且包括按揭在内的多数中长期贷款在明年初集中重定价,在资产负债重定价周期错配下,预计四季度银行净息差有望走平。”

另一方面,业内人士认为,银行持续提升中间收入占比,亦是拉动净利润增速的原因之一。例如,邮储银行称,截至三季度末,手续费及佣金净收入达 236.39 亿元,同比增长 40.30%;手续费及佣金净收入占营业收入比率达 9.20%,同比提高 2.13 个百分点。平安银行也在其三季报中披露称,2022 年 1~9



月,该集团实现非利息净收入 409.16 亿元,同比增加 32.87 亿元,增幅为 8.7%,非利息净收入占比 29.59%,同比上升 0.01 个百分点。其中,平安银行积极布局新业务赛道,带来代理保险等收入增加;其他非利息净收入同比增加 63.30 亿元,主要是由于债券及货币市场基金投资、票据贴现、外汇等业务带

来的非利息净收入增加。

此外,王一峰表示,从已公布数据的银行来看,三季度延续了年初以来的优异表现,多数银行营收增速仅小幅下行,杭州银行和苏农银行不降反升;盈利增速整体维持高增,反映出深耕优质区域的中小银行,受益于区域经济活力较强,具有业绩释放诉求和能力。

上接 B5

某城商行信用卡中心人士告诉记者:“关于信用卡分期业务的调整,更重要的在使用额度和期限方面。这项调整目前还在路上。”

信用卡新规规定,“银行业金融机构应当审慎设置信用卡分期透支金额和期限,明确分期业务最低起始金额和最高金额上限”“分期业务期限不得超过 5 年”“客户确需对预借现金业务申请分期还款的,额度不得超过人民币 5 万元或者等值可自由兑换货币,期限不得超过 2 年”。

上述城商行信用卡中心人士坦言,此前为了跑马圈地,银行分期业务的额度和期限普遍超出信用卡新规的规定,过度授信的分期业务出现风险,就成为了如今银行催收困难的原因之一。

信用卡新规中提到的过渡期为信用卡新规实施之日起 2 年,存量业务不符合规定的,应当在过渡期内完成整改,不过要在 6 个月内按照信用卡新规要求完成业务流程及系统改造等工作,改造后新增业务应当符合信用卡新规规定。

上述城商行信用卡中心人士表示,关于分期等方面业务的调整还涉及系统的改造,需要有一个过程。

剑指过度授信

另外,银行关于持有同一银行信用卡数量的调整也在进行中。

如宁波银行发布《关于宁波银行调整信用卡客户本行持卡数量最高上限的公告》,拟自 2023 年 1 月 1 日起对客户持有宁波银行信用卡的数量做如下调整:同一客户在宁波银行持有的信用卡数量上限为 5 张(含在用卡片及未激活卡片,但不包括附属卡、公务卡、VISA 环球卡和万事达国际卡)。

再如上海银行信用卡中心发布《关于停用我行长期无交易信用卡的公告》称,上海银行将陆续对客户名下长期无交易信用卡停止用卡服务。将于 2022 年 11 月 15 日起(含)陆续实施上述调整,如客户需保留用卡服务,应在 2022 年 11 月 14 日前(含)主动用卡,并在后续持卡期间正常使用卡。

信用卡新规规定,“银行业金融机构不得直接或者间接以发卡数量、客户数量、市场占有率或者市场排名等作为单一或者主要考核指标”“银行业金融机构应当持续采取有效措施防范伪冒欺诈办卡、过度办卡等风险”“对单一客户设置本机构发卡数量上限”“强化睡眠信用卡动态监测管理,严格控制占比”。

中国银行研究院博士后李晔林指出,在信用卡业务缺乏长效监管机制的情况下,重复发卡、过度授信等行业乱象可能导致消费者权益受到侵害,甚至损害个人信用,急需监管纠偏。“从持卡人的角度看,持有同一银行的多张信用卡可能增加还款和息费负担,以部分信用卡套卡为例,即使客户在同一银行的多张信用卡额度共享,也可能为避免付出多笔年费而引发过度消费,进而引发信用风险;此外,随着卡片数量增加,由不法分子造成的潜在欺诈风险不仅对银行产生影响,也可能损害客户的信用,造成损失。”

李晔林认为,下一步,要扭转发卡过多、授信过度的发展模式,需从银行、客户、社会信用管理体系三者的角度出发,建立科学长效合规的发展战略和内部考核制度;提升信用卡息费透明度,在弥合信息不对称程度的基础上推动息费合理下降;与银行整体零售线条加强互动,提升消费场景丰富度和客户活跃度;适当设置业务冷静期,防止过度消费,提升交易健康和消费者满意度。

平安私行差异化突围:产品体系+投研能力

本报记者 秦玉芳 广州报道

今年以来,资本市场波动加剧,银行代销业务受到明显影响。在此背景下,部分银行在私

多层次优选货架产品

在中期业绩发布会上,平安银行披露,在资管老将王国斌管理的泉果基金募集中,平安银行销售 20.4 亿元,募集份额占比 15%,位列市场第一梯队;同时在基金经理周应波管理的“运舟成长精选基金”中,该行募集份额达 27%。

此外,在全球资管巨头路博迈最近结束募集的 QDLP(合格境内有限合伙人)产品中,平安银行募集份额高达 80%,位列国内市场第一,单日募集速度超越了海外私行巨头在全球的募集速度。

平安私人银行联席总裁蔡灿煌认为,上述几只私募产品之所以广受投资者认可,产品的引入是最

募代销产品上的战绩突出,其中平安私人银行三只“明星”私募

产品的突出表现备受市场关注。一直以来,代销业务是银行中间收入的主力板块之一。在投

资者风险偏好持续下行的趋势下,银行如何锻造差异化竞争优势,赢得投资者青睐?

平安私人银行总裁洪帅在接受《中国经营报》记者采访时表

重要的。

洪帅表示,在私募方面,该行有一套完整、严谨的筛选和评审机制,通过定量、定性、同类对比等多维度考察合作的机构来精选产品和管理人,积极引入市场上最优质的机构和产品。

洪帅透露,该行在全市场 2 万多家私募中层层筛选,精选出了市场上大概 1% 左右的私募产品。“我们的私募货架产品覆盖了债券、股票多投、股票对冲、股债混合等全量策略,可以满足不同的风险偏好、资产层级,还有不同的收益预期的客户的投资需求。”

蔡灿煌指出,在优质私募产品

选择上,私募团队也会主动出击,寻找一些适合的、好的机构和产品。“比如泉果基金和运舟、路博迈等,这些机构开放渠道很少,我们会主动出击。同时银行比较关注公募基金投资的‘奔私’(即公募转成私募产品),发现这类好的产品后,我们都会主动拜访机构,进行私募产品的定制。”

同时,洪帅认为,多年来在海外资产配置方面的持续布局,是平安私人银行私募代销产品赢得投资者认可的重要因素。

蔡灿煌分析指出,随着高净值客群越来越年轻化、国际化,其财富管理的全球资产配置需求也在

示,后疫情时代,私行财富客群在财富管理需求上差异化越来越明显,银行财富管理也正在加速向分层客群的精细化深耕转变;新阶段要满足高净值客户多元

明显增加。“从客户角度出发,资产配置不应该只局限于国内,应该是一个国际化的全球资产配置。多年来平安银行对海外产品的布局一直很重视。”

不仅私募产品建立了优选机制,平安私人银行还打造了一个多元化、多策略的产品货架,以支撑该行细分客群精细化深耕的分层服务策略。

据洪帅介绍,平安私人银行针对不同类型的财富客群,打造了个性化的优选产品货架。除私募的优选机制外,公募方面还依据独创的“Mastern”选基方法,通过基金经理战略战术与市场风格匹配

调整,动态地根据客户的生命周期去做不同的资产配置,确保把合适的产品推荐给客户。

“这就需要专业的团队力量支撑。今年我们重点打造团队的专业化资产配置能力。一方面通过培训提升理财经理的顾问式营销、资产配置等技能和水平;另一方面,我们投资顾问队伍的建设包括日常资讯辅导、投教服务等,与销售团队、理财经理等协同起来,为一线销售队伍赋能,帮客户做好复杂产品推荐和个性化的资产配置。”洪帅表示。

洪帅还指出,平安私人银行的投研结合了集团内的银行、证券、

化、个性化的财富管理需求,就需要更综合性、针对性的服务方案,尤其在产品体系建设和资产配置策略方面,打造差异化的核心竞争力。

统一性、资产配置统一性、定量定性分析的统一等构建产品优选组合;理财方面也建立了新的优选机制,通过大数据技术监控,滚动监测产品收益的表现,并多维度排序甄选业绩表现稳定的产品推送上货架。

“优选品牌覆盖了公募、私募和理财三大类,都有不同的优选机制。这就像不同类型的超市一样,有普通超市,也有高端货架超市。产品的差异化优选货架,能针对客户的具体风险和投资偏好为客户选择出最好的产品,能够满足不同客户的差异化需求。”洪帅如是表示。

理财子公司等投研力量,可以举行跨机构会议来回顾当月各类资产的情况和下个月各类资产市场的展望,形成专业的分析报告。

在洪帅看来,投研最重要的是落地。“为此,我们专门设置了‘产品策略配置委员会’,根据投研、投顾的观点,并结合自身情况和客户具体需求,由产品策略配置委员会每月确定下个月的重点产品,并确定当前市场情况下的具体配置策略,及时赋能到一线。通过挑选、培训、路演,再适度地引导考核系数,可以让总行的投研观点和产品落地到分行,实现投研能力的落地。”

警系统,强化产品的事前监测和各环节的管控及响应机制,全面提升产品的风控能力。“实现这一点的关键是产品中心与风控中心的协作。”

不过,蔡灿煌也指出,做好产品风险管控,准入是关键的第一关;第二步,在尽职调查上,银行会结合集团的证券、基金、信托等渠道进行联动,组成专业委员会对机构、产品进行投票决议,避免出现道德风险。

做好产品优选体系建设、把控产品准入风险的同时,银行也在强化资产配置能力的提升。

在蔡灿煌看来,近年来疫情影响

叠加“黑天鹅”事件频出,全球资本市场波动加剧,使得高净值客户在财富保值增值、风险隔离、家庭传承等方面的稳健需求日渐凸显。“今年资本市场波动大,我们整体 AUM 客户资产增长主要来自于存款、理财,还有部分保险产品,都是投资风险低的稳健类资产。整体来看,客户对降低风险的资产配置要求越来越高。”

除了打造差异化的、多层次、开放式的优选货架外,近年来平安私人银行在投研能力等资产配置能力建设方面也在持续投入。

蔡灿煌指出,平安私人银行会根据市场的变化进行配置策略的