证券代码:603323 证券简称:苏农银行 公告编号:2021-037

江苏苏州农村商业银行股份有限公司 第六届董事会第六次会议决议公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

江苏苏州农村商业银行股份有限公司(以下简称“公司”)第六届董事会第六次会议于 2021 年 8 月 18 日在公司总行 311 会议室以现场方式召开,会议通知已于 2021 年 8 月 6 日以电子邮件方式发出。本次会议应参加表决董事 13 人,实际参加表决董事 13 人,董事庄颖杰先生因公务原因委托董事王明华先生出席。会议由董事长徐晓军主持。会议的召开和表决符合《公司法》等法律、法规及《公司章程》的有关规定。

会议对如下议案进行了审议并表决:

一、2021 年半年度报告及摘要

同意 13 票,反对 0 票,弃权 0 票。

公司 2021 年半年度报告摘要在《上海证券报》等法定信息披露媒体上披露,2021 年半年度报告全文在上海证券交易所网站(http://www.sse.com.cn)上披露。

二、关于修订《江苏苏州农村商业银行股份有限公司内部审计章程》的议案

同意 13 票,反对 0 票,弃权 0 票。

会议还听取了《2021 年上半年经营情况报告》、《2021 年上半年全面风险管理报告》、《2021 年上半年合规报告》、《关于苏州农商银行汾湖支行创建苏州生态绿色发展示范区支行的可行性调研报告》等报告。

特此公告。

江苏苏州农村商业银行股份有限公司董事会

2021 年 8 月 20 日

公司代码:603323 公司简称:苏农银行

江苏苏州农村商业银行股份有限公司 2021 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文,为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划,投资者应当到 http://www.sse.com.cn 网站仔细阅读半年度报告全文。

1.2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

1.3 未出席董事情况

未出席董事职务	未出席董事姓名	未出席董事的原因说明	被委托人姓名
董事	庄颖杰	公务原因	王明华

1.4 本半年度报告未经审计。

1.5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

无

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
普通股 A 股	上海证券交易所	苏农银行	603323	吴江银行

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	陆颖栋	沈佳俊
电话	0512-63969966	0512-63969870
办公地址	江苏省苏州市吴江区中山南路 1777 号	江苏省苏州市吴江区中山南路 1777 号
电子信箱	office@szrcb.com	office@szrcb.com

2.2 主要财务数据

单位:千元 币种:人民币

主要会计数据	本报告期(1-6 月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
营业收入	1,959,809	1,924,484	1.84
利润总额	791,823	702,864	12.66
净利润	695,852	590,268	17.89
归属于上市公司股东的净利润	694,767	592,875	17.19
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	680,057	586,380	15.98
经营活动产生的现金流量净额	-3,606,794	5,989,009	-160.22

注:经营活动产生的现金流量净额变动原因:由于生息资产加速投放,导致经营活动现金流出增加

单位:千元 币种:人民币

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年	较年初增减(%)	2019 年
资产总额	150,731,353	139,440,364	8.10	125,955,321
负债总额	138,133,308	127,300,176	8.51	114,330,482
股东权益	12,598,045	12,140,188	3.77	11,624,839
归属于上市公司股东的净资产	12,477,000	12,020,228	3.80	11,512,247
存款总额	116,026,692	106,725,338	8.72	95,955,987
其中:				
企业活期存款	37,958,026	39,437,682	-3.75	33,912,200
企业定期存款	18,906,687	15,757,870	19.98	16,877,113
储蓄活期存款	11,401,774	10,766,801	5.90	9,857,134
储蓄定期存款	38,220,469	31,320,875	22.03	26,849,552
存入保证金	7,274,661	7,287,912	-0.18	6,669,358
其他存款	101,271	96,112	5.37	100,594
贷款总额	86,829,696	78,558,537	10.53	68,230,108
其中:				
企业贷款	55,653,355	49,632,723	12.13	46,920,087
零售贷款	21,447,290	18,739,013	14.45	14,376,204
票据贴现	9,729,051	10,186,801	-4.49	6,933,817
资本净额	14,453,042	13,320,221	8.50	13,122,775
其中:				
核心一级资本	11,699,203	11,203,563	4.42	10,891,067
其他一级资本	801	765	4.71	848
二级资本	2,753,037	2,115,893	30.11	2,230,860
加权风险资产净额	109,306,918	98,453,830	11.02	89,467,048
贷款损失准备	3,411,809	2,901,645	17.58	2,148,491

2.3 主要财务指标

主要财务指标	本报告期(1-6 月)	上年同期	本报告期比上年同期增减(%)
基本每股收益(元/股)	0.39	0.33	18.18
稀释每股收益(元/股)	0.35	0.3	16.67
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元/股)	0.38	0.33	15.15
加权平均净资产收益率(%)	5.66	5.03	增加 0.63 个百分点
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	5.54	4.97	增加 0.57 个百分点
主要财务指标	本报告期末	上年度末	本报告期末比上年度末增减(%)
归属于上市公司股东的每股净资产(元/股)	6.92	6.67	3.75

项目(%)	标准值	2021 年 6 月 30 日		2020 年		2019 年	
		期末	平均	期末	平均	期末	平均
资本充足率	≥10.5	13.22	13.38	13.53	14.10	14.67	14.78
一级资本充足率	≥8.5	10.70	11.04	11.38	11.78	12.17	11.58
核心一级资本充足率	≥7.5	10.70	11.04	11.38	11.78	12.17	11.58
不良贷款率	≤5	1.14	1.21	1.28	1.31	1.33	1.32
流动性比例	≥25	79.53	74.4	69.26	67.85	66.44	66.99
存贷比		74.84	74.22	73.61	73.00	72.38	71.52
单一最大客户贷款比率	≤10	4.94	5.15	5.36	4.97	4.57	5.19
最大十家客户贷款比率	≤50	34.05	35.75	37.44	33.72	29.99	31.29
拨备覆盖率	≥150	360.01	332.66	305.31	277.32	249.32	248.72
拨贷比	≥2.50	4.12	4.02	3.92	3.63	3.33	3.29
成本收入比	≤35	30.80	31.76	32.72	33.67	34.61	34.43
净息差		2.20	2.35	2.50	2.61	2.71	2.78
净利差		2.01	2.17	2.32	2.43	2.54	2.60

注:上述指标中,存贷比、不良贷款率、拨备覆盖率、成本收入比,按照监管口径根据经审计的数据重新计算,其余指标均为上报银保监会数据。

2.4 前 10 名股东持股情况表

单位: 股

截止报告期末股东总数(户)				44,019		
截止报告期末表决权恢复的优先股股东总数(户)						
前 10 名股东持股情况						
股东名称	股东性质	持股比例(%)	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押、标记或冻结的股份数量	
亨通集团有限公司	境内非国有法人	6.93	124,959,048	68,357,749	质押	99,900,000
江苏新恒通投资集团有限公司	境内非国有法人	6.85	123,533,116	85,911,502	无	0
苏州环亚实业有限公司	境内非国有法人	5.94	107,070,515	0	质押	85,600,000
吴江市恒达实业发展有限公司	境内非国有法人	2.42	43,636,772	30,545,742	质押	43,559,999
吴江市盛泽化纤织造厂有限公司	境内非国有法人	2.32	41,796,437	25,856,878	无	0
吴江市新吴纺织有限公司	境内非国有法人	1.32	23,724,509	16,607,157	无	0
立新集团有限公司	境内非国有法人	1.17	21,058,080	0	质押	20,245,000
江苏恒宇纺织集团有限公司	境内非国有法人	1.08	19,501,445	13,651,011	无	0
江苏鹰翔化纤股份有限公司	境内非国有法人	1.04	18,735,394	0	无	0
江苏东方盛虹股份有限公司	境内非国有法人	0.98	17,728,586	0	无	0
上述股东关联关系或一致行动的说明		公司未知上述股东间的关联关系,也未知其是否属于一致行动人				
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明		不适用				

第三节 经营情况讨论与分析

2021 年是“十四五”规划的开局之年,也是公司重整行装、再燃激情、干事创业的一年。上半年以来,公司以“五年再造一个苏农银行”的奋斗目标和争做“走在行业前列的标杆银行、社会信加认可的价值银行、员工更多获得的幸福银行”美好愿景为指引,坚守支农支小市场定位,扎实防控各类风险,持续深化改革转型,各项业务取得稳步发展,概括如下:

1.坚持稳中求进,全力提升高质量发展速度。总资产、存款、贷款三项规模指标实现快速增长,公司资产总额 1507.31 亿元,比年初增加 112.91 亿元,增长 8.10%;各项存款余额 1160.27 亿元,较年初增加 93.01 亿元,增长 8.72%;各项贷款余额 868.30 亿元,比年初增加 82.71 亿元,增长 10.53%,信贷资产占总资产的比重稳步上升,其中普惠小微贷款增速远超各项贷款增速,公司涉农及普惠小微贷款占比首次突破 80%,服务实体经济的定位更加明确。与此同时,不良贷款余额与不良贷款率较年初实现双降,拨备覆盖率稳步提升,资产质量进一步夯实。

2.坚守服务实体,全力打造金融服务管家。公司坚持服务实体经济,坚守支农支小定位,当好“中小企业金融服务管家”,持续推动实施中小企业培育回归计划,截至 2021 年 6 月末,共培育回归客户 1587 户,新增贷款有效户 945 户,对公贷款余额 556.53 亿元,较年初增长 12.13%。与此同时,持续围绕“管家”二字做好文章,进一步深化绿色金融、科创金融、供应链金融服务,成功发放全省首笔排污权抵押组合贷款,成功发行全国首单绿色科技创新债权融资计划,中标江苏省首单“碳中和”绿色债券,并积极参与全市绿色金融发展规划,承接长三角生态一体化示范区苏州绿色低碳创新金融实验室建设。

3.坚定零售转型,全力推动乡村振兴战略。一是强化金融服务下沉能力,推进“阳光信贷”工程,升级改造助农服务点,6 月末已建设完成普惠金融服务点 151 个,同时在庙港开弦弓村、汾湖汾湖湾村、八都龙降桥村开展“江村驿站”品牌服务点创新建设,巩固区域农村金融主力地位。二是以“苏农贷”等拳头产品为抓手,加快打造“线上为主、线下为辅”的特色发展模式,持续扩大产品服务覆盖范围、缔造具备“苏农特色”的小微贷经营体系。三是建立“总分支联动”私行运营新模式,建立融洽紧密的客户关系,加强客户财富管理能力建设。截至 6 月末,零售贷款余额 214.47 亿元,较上年末增长 14.45%;零售存款余额 496.22 亿元,较上年末增长 17.90%;零售 AUM(含村镇)达到 727.66 亿元,较年初增长 10.41%,其中中高端客户 AUM(含村镇)达到 674.51 亿元,较年初增长 11.62%;理财产品存续规模 227.89 亿元,净值型产品占理财产品存续余额的 87.73%,较年初提升 3.51 个百分点。

4.坚决回归本源,全力推进金融市场改革。一是服务实体力度更大,充分发挥农发行主力承销团成员优势,上半年累计承销农发债 136 亿元,位列第 19 位,有力支持乡村振兴建设。二是服务客户手段更多,发挥“炮火支援”优势,利用外汇代客衍生品服务外贸客户,增强一揽子金融服务能力,增加中间业务收入。发挥票据业务“敲门砖”作用,有效开展客户留存活动,转化更多公司信贷客户。三是业务结构调整更优,根据监管政策导向,稳步推动理财净值化转型,转型率已达 87.73%。

证券代码:603323 证券简称:苏农银行 公告编号:2021-038

江苏苏州农村商业银行股份有限公司 第六届监事会第六次会议决议公告

本公司监事会及全体监事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

江苏苏州农村商业银行股份有限公司(以下简称“公司”)第六届监事会第六次会议于 2021 年 8 月 18 日在公司总行(苏州市吴江区中山南路 1777 号)召开。本次会议应到监事 9 名,实际到会监事 9 名,会议由监事长吴大刚主持。会议符合《公司法》及《公司章程》的规定,会议所形成的决议合法、有效。

会议对如下议案进行了审议并表决:

一、2021 年半年度报告及摘要审核意见

同意 9 票;弃权 0 票;反对 0 票。

监事会对公司 2021 年半年度报告及摘要进行了审核,并出具如下审核意见:

1、《2021 年半年度报告及摘要》的编制和审议程序符合有关法律、法规、公司章程和公司相关内部管理制度的规定;

2、《2021 年半年度报告及摘要》的内容与格式符合中国证监会和证券交易所的各项规定,所包含的信息真实反映出公司报告期内的经营管理情况和账务状况等事项;

3、监事会提出本项意见前,没有发现参与《2021 年半年度报告及摘要》编制和审议的人员有违反保密规定的行为。

会议还听取了《2021 年上半年董事会合规职责履行评价报告》、《2021 年上半年经营层合规职责履行评价报告》、《2021 年上半年经营情况报告》、《2021 年上半年资产质量分类报告》等报告。

特此公告。

江苏苏州农村商业银行股份有限公司监事会

2021 年 8 月 20 日

(上接 D105 版)

围绕主动管理能力提升, 加快建设以大类资产配置为核心的投研体系, 完善投研联动机制,强化理财投资的研究支撑。深耕经营区域和特色业务领域,以标准化投资为主要方向,在满足实体企业融资需求的同时有效获取优质资产。报告期末,债券投资规模 3,398.47 亿元,在理财资产中的占比较上年末提高 1.72 个百分点;非标准化债权投资会规审慎展业,非标准化债权资产占理财产品的比例较上年末下降 5.47 个百分点;权益类资产投资方面,完善 FOF(基金投基金)管理机制,加强与优秀管理人合作,拓展权益投资策略,实现权益类资产灵活配置。报告期内,已到期理财产品均达到或超过业绩比较基准。

围绕助力业务转型,完善全流程风险管理机制,推进数字化能力建设。完善信用债投资内部评级体系,建立健全信用风险审批机制,加强投后预警管理,风险识别与管控能力得以提升;加快系统建设,强化数字化对客户洞察、业务分析、风险管理等领域的支撑,助推经营效率提升。

报告期末,理财产品存续规模 4,151.68 亿元,较上年末增长 329.49 亿元,增幅 8.62%,产品规模持续位列城商行首位;报告期内,为客户实现收益 65.14 亿元,同比增长 12.48%,实现理财中间业务收入 19.23 亿元,同比增长 144.35%。

资产托管业务

本公司持续深化业务转型,重点聚焦资本市场相关托管业务,积极拓展银行、保险、公募基金、券商四大重点领域,持续提升同业托管经营能力。报告期末,本公司资产托管业务规模 23,361.99 亿元,较上年末增长 9.54%,其中同业机构托管规模 14,655.53 亿元,较上年末增长 12.22%,市场排名较上年末提升 1 位。报告期内,实现资产托管业务收入 2.43 亿元,其中,公募基金托管收入同比增长 91.32%。

持续探索并积极推进托管产品创新,成功引进首单港股公募 QDII 基金;在全面上线新一代托管业务系统的基础上,启动托管业务综合服务平台建设,积极打造全方位端到端的托管客户服务能力,进一步提升客户体验。报告期末,保险和公募基金托管规模分别较上年末增长 32.90%和 25.84%。

5.2 零售金融业务

报告期内,本公司积极服务国家战略、对接区域经济,紧扣新一轮发展规划主线,加速数字化、智能化赋能零售金融服务能力,从养老金融、财富管理、消费金融和基础零售四个重点方向突破,不断满足居民对美好生活向往的新趋势和新需求,致力成为面向城市居民的财富管理和养老金融服务专家。养老金融品牌影响力提升,业务保持领先优势;财富管理升级线上主动经营策略,搭建全渠道、全方位的服务体系;消费金融主动调优业务结构,升级房贷产品,加强汽车金融合作,强化消费场景建设;基础零售围绕获客活客,加快构建数字化、智能化的基础客户获取和经营体系。

报告期内,零售金融业务营业收入 72.70 亿元,占本集团营业收入比例为 26.24%,其中,利息净收入 62.87 亿元,占本集团利息净收入比例为 32.85%;手续费及佣金净收入 9.80 亿元,同比增长 44.69%,占本集团手续费及佣金净收入比例为 22.85%;利润总额 32.77 亿元,同比增长 184.95%,占本集团利润总额比例为 24.21%,同比提高 14.83 个百分点。

报告期末,零售客户 1,882.40 万户,较上年末增长 3.67%;管理零售客户综合资产(AUM)8,427.45 亿元,较上年末增长 12.50%;人民币个人存款余额 3,504.46 亿元,较上年末增长 9.79%,其中,人民币个人活期存款余额 929.38 亿元,较上年末增长 11.68%;人民币个人贷款和垫款余额 3,644.83 亿元,较上年末增长 4.78%,占本公司贷款和垫款总额的 31.28%。

零售业务关键指标(部分)

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变化
零售客户数(万户)	1,882.40	1,815.79	3.67%
管理零售客户综合资产(AUM)(亿元)	8,427.45	7,491.17	12.50%
人民币个人存款余额(亿元)	3,504.46	3,191.90	9.79%
人民币个人活期存款余额(亿元)	929.38	832.20	11.68%
人民币个人贷款和垫款余额(亿元)	3,644.83	3,478.69	4.78%
个人贷款和垫款不良率	1.11%	1.12%	下降 0.01 个百分点
养老金客户综合资产(AUM)(亿元)	3,850.25	3,473.04	10.86%
养老金客户储蓄存款余额(亿元)	1,842.05	1,702.55	8.19%

养老金融

本公司始终致力于成为“面向城市居民的养老金融服务专家”,专注为老服务能力提升,加大数字化、线上化等金融科技手段运用,创新具有核心竞争力的专属产品和服务体系,践行“安心养老,精致生活”的养老金融服务理念,强化美好生活品牌市场影响力,客户满意度和忠诚度持续提升。报告期末,养老金客户 159.84 万户,始终保持上海地区养老金客户第一;养老金客户 AUM 3,850.25 亿元,较上年末增长 10.86%,占本公司零售客户 AUM 的比重为 45.69%;养老金客户人均 AUM 为 24.09 万元,较上年末增长 10.61%。

聚焦轻型获客流程与工具的创新升级,提升线上线下渠道的获客效率,上海地区市场份额不断巩固。打造流程便捷、功能集约的获客工具,支撑各渠道场景实现营销与落地全流程闭环操作,提升客户体验。报告期内,养老金新获取客户数同比增长 7,962 户,增幅 25.60%。

加快产品流程的便捷化和线上化,致力于打造养老金融客户可信赖的平台。各渠道端服务从产品销售视角调整为更加适应客户使用习惯与日常需要的用户视角,引入各类满足客户实际需求的金融与非金融功能,持续打造面向老年客户的智能服务平台。报告期末,养老金客户储蓄存款余额 1,842.05 亿元,较上年末增长 8.19%,占人民币个人存款余额的比重为 52.56%。

围绕养老客户“生活需求 + 社交需求”,升级面向 50 岁以上客户的“十全十美”增值服务体系,打造核心权益品类、顺畅服务流程、加强社交互动,持续为养老客户提供有吸引力的增值服务。

持续强化美好生活品牌市场影响力。强与为老机构合作,深入社区、走入群众,持续提升社会公众的金融知识水平和风险防范意识,帮助老年人更好地使用和融入智慧社会,跨越数字鸿沟、乐享美好生活。通过优质服务体验和口口相传的良好口碑,提升长期获客效能。报告期内,养老金代发 1,324.77 万笔。

财富管理

本公司始终秉持“我想给你更好的”的服务宗旨,牢牢把握金融领域数字化转型发展背景下线上化、智能化加速的趋势与机遇,不断打磨全市场、全品类的优质产品平台及全渠道、全方位的服务体系,持续推动财富管理业务的高质量发展。报告期内,实现财富管理中间业务收入 7.61 亿元,同比增长 36.30%。

聚焦中高端客户一体化经营,本公司通过完善基于客户洞察体系的分层分类经营框架,立足于客户多元资产配置需求,以持续的主动经营打通客户资产向上迁徙通道;重点推动财富客户经理专业队伍的扩容和优化,与线上人工智能构筑起营销互促、服务互补的中高端客群经营矩阵,持续扩大“上银财富”覆盖面和影响力。报告期末,白金、财富、私行客户(月日均 AUM 30 万元、100 万元、800 万元及以上)数分别为 67.78 万户、17.83 万户、5,411 户,较上年末增长 10.42%、17.79%、22.67%;前述客户月日均 AUM 分别为 6,995.20 亿元、4,335.46 亿元、892.38 亿元,较上年末分别增长 15.06%、18.99%、18.18%。报告期内,持续深耕以中高端借记卡为载体的客户分层经营,财富星钻卡累计发卡量突破 10 万张;私行黑金卡升级焕新“无忧行、享健康、悦生活”三大权益体系,打造更具吸引力的私人银行特色服务。

聚焦财富管理业务协同发展,整合集团内外产品平台资源,持续巩固强化理财和基金、保险的“一体两翼”策略,进一步拓宽优质非公募产品线,大力推动 TOF(信托投基金)、FOF(基金投基金)等配置品类,满足不同层级客户的多元化需求,迈入财富管理业务的“二次转型”。报告期末,个人非保本理财产品余额 4,022.57 亿元,较上年末增长 14.83%,实现资管新规产品转型下的平稳过渡和配置规模的稳步增长;代理非货币公募基金销售规模 187.18 亿元, 同比增长 103.57%;代理转型保险销售规模 9.62 亿元,同比增长 23.97%。其中,基金业务持续加强与头部核心伙伴的深入合作,连续推出固收 +、权益类定制公募基金;在市场震荡环境下,积极践行“金融为民”的服务理念,持续引导客户长期价值投资理念,旨在通过为客户提供专业有温度的服务,营造财富管理业务长效且可持续的发展生态。报告期末,非货币公募基金保有规模同比增长 154.32%, 交易客户规模同比增长 108.49%。保险业务方面, 积极响应上海市政府推出的“沪惠保”惠民产品政策,进一步优化医保账户保险业务,助力社会民生,满足健康保障需求,不断增强客户幸福感、安全感。报告期内,保险业务惠及客户 2.7 万户,同比增长 70.07%;保险结构进一步优化,转型保险占比提升至 48.46%。

加速推动财富管理业务领域数字化、智能化转型,着力构建端到端的用户交易旅程,不断完善客户服务体验。报告期内,本公司持续完善财富管理销售平台,推动标准信托计划实现线上化销售,覆盖全部投资品类;优化线上渠道用户界面,推出手机银行端基金定投服务专区。同时,本公司顺应智能化发展趋势,不断扩大财富管理普惠覆盖面,以基金为试点,遴选优质投顾合作机构,布局智能投顾组合策略,满足客户组合配置需求,持续优化资产配置服务体验。

财富管理业务关键指标(部分)

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变化
白金(月日均 AUM 30 万元及以上)客户数(万户)	67.78	61.39	10.42%
白金(月日均 AUM 30 万元及以上)客户月日均 AUM(亿元)	6,995.20	6,079.65	15.06%
财富(月日均 AUM 100 万元及以上)客户数(万户)	17.83	15.14	17.79%
财富(月日均 AUM 100 万元及以上)客户月日均 AUM(亿元)	4,335.46	3,643.43	18.99%
私行(月日均 AUM 800 万元及以上)客户数(户)	5,411	4,411	22.67%
私行(月日均 AUM 800 万元及以上)客户月日均 AUM(亿元)	892.38	755.13	18.18%
项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变化
财富管理中间业务收入(亿元)	7.61	5.58	36.30%

消费金融

本公司立足零售信贷高质量可持续发展,加快调优信贷业务结构,加大稳定、优质的零售中长期贷款配置,平衡规模、收益和质量。报告期末,个人消费贷款余额 1,496.33 亿元,占个人贷款和垫款比例为 41.05%,较上年末下降 4.40 个百分点。住房按揭贷款余额和汽车消费贷余额较上年末增长 282.86 亿元,占个人贷款和垫款的比重较上年末提高 5.61 个百分点。

稳健发展住房按揭业务,坚持“房住不炒”定位,积极贯彻落实国家关于房地产宏观调控最新政策,结合经营机构所在城市房地产市场变化及监管政策要求,形成差异化区域策略,把握重点市场机会,优先支持中小产权普通自住房的合理需求,推进按揭业务健康有序、可持续发展。持续提高专业化经营和精细化管理水平,推动住房按揭业务专业分工、集中运营和科技赋能,加快全流程系统建设与运营模式变革落地,业务线上化服务能力与客户深度经营能力快速提升。报告期内,个人住房贷款稳步增长,符合监管关于房地产贷款集中度管理的相关要求。

积极顺应国家促消费政策,根植细分消费行业,加大在明确用途场景下居民消费贷款需求的支持力度。持续深耕汽车金融服务领域,把握汽车市场销售旺季,加大与新能源汽车厂商白名单营销,依托产品升级提升金融渗透率。积极布局绿色信贷领域,加大与新能源造车厂商金融合作拓展,重点定位有厂商背景的汽车金融以及融资租赁公司、头部新能源造车新势力,加速线上化、无纸化等低碳作业模式创新。贷款投向涵盖新能源汽车、小型乘用车、MPV(多通途汽车)、新型商用及皮卡等各类购车领域。报告期内,汽车消费贷款投放金额 233.88 亿元,同比增长 83.05%。报告期末,汽车消费贷款余额 480.59 亿元,较上年末增长 19.86%。

强化场景对接,积极探索家装消费行业,不断优化在线信贷产品“信义贷”,拓展信义贷在 PAD 银行、手机银行、微信银行等移动渠道上线,提升线上线下信贷服务体验,强化客户生命周期内持续经营,促进居民合理消费。落实互联网贷款新规要求,有序推进互联网贷款业务转型,围绕支持发展消费金融、鼓励场景化消费金融、加快发展场景经营融资,尤其专注于具备完整场景数据的综合消费生态,聚焦自身核心能力建设,坚持自主风控,持续向大众客户提供“小额、短期、分散”的普惠产品服务。

受疫情风险等持续性影响,叠加行业外部风险的传导输入,消费信贷行业规模增速放缓,行业整体风险有所上升,零售信贷资产质量管控难度加大。本公司持续完善以数字风控和智能风控为核心的零售风控体系,加大数字化工具和手段运用,主动收紧高风险业务与高风险客户信贷投放,遏制存量客群共债风险增长。持续加强智能催收建设,提升催收效率,强化回收管理。报告期末,个人贷款和垫款不良率 1.11%,较上年末下降 0.01 个百分点;自 2020 年下半年以来,个人消费贷款不良新增量逐月下降趋势,不良上升趋势得到有效抑制。

信用卡

本公司积极应对市场与行业变化,持续强化获客能力建设。完善信用卡多元获客体系,细化目标客群画像,提升获客精准度;外拓营销阵地与行内优质客户交叉营销并举,提升分行区域获客能力。本公司扎根区域市场,加强产品创新,发行“长三角悠游联名信用卡”,助力长三角区域交通和文旅行业融合发展。报告期末,信用卡累计发卡 1,173.83 万张, 较上年末增长 7.67%。

本公司秉承“以市场为导向,以客户为中心”的经营理念,持续深化客户经营,坚持交易促活和消费信贷双轮驱动,加强客户全触点多渠道交互。结合节假日、“五五购物节”和“618 电商节”等消费旺季开展用卡促刷活动,拓展积分兑换场景,提升客户活跃度和忠诚度。丰富用卡场景,连接内外场景纵深推进“都市生活圈”建设,在茶饮、出行、商圈等领域深化与核心品牌商户合作,持续打造“周三美饮日”“周五美好生活日”活动子品牌。加快移动端经营生态圈建设,面向全零售客户群推出融合“生活 + 金融”线上生态圈的“美好生活 APP”,持续丰富线上消费高频生活场景,提升用户消费体验。围绕家装、汽车消费场景,加大分期业务拓展力度,践行绿色金融发展理念,积极布局新能源汽车分期业务。结合数字化经营工具应用,推动客户有效性的提升,报告期内,实现信用卡交易额 704.84 亿元,同比增长 10.98%。报告期末,信用卡贷款余额 355.61 亿元,较上年末增长 3.23%;信用卡贷款不良率 1.72%,较上年末下降 0.02 个百分点。

基础零售

本公司围绕“获客和活客”的发展理念,构建代发获客、养老金融获客、信用卡获客、双卡联动获客和产品获客等基于数字化、智能化的五大获客经营体系。丰富客户标签建设和智能营销模型,借助人工智能提升客户体验和服务效率,不断提升新户活跃度和存量客户价值贡献。

发力代发渠道获客,“薪福家”品牌和权益内涵持续丰富,聚焦优质行业,拓展优质代发客户规模。报告期内,新增代发工资客户 21.89 万户,同比增长 54.08%,带动零售 AUM 143.91 亿元,分别贡献零售 AUM 增量和零售活期存款增量的 15.37%和 26.02%。为客户提供优质社保卡服务,优化流程体验、创设老年客户专属服务、银行社区联动等便民服务,报告期末,累计受理 235.55 万户社保卡申领。开拓产品获客新增长点,联动重点头部券商开展营销,加大三方存管业务推广力度,报告期末,三方存管客户数 57.50 万户,新户签约同比增长 320.34%。

围绕“端到端”的客户服务理念,构建线下和线上渠道经营路径,梳理新客户和重点客群的触点,加速客户标签和客户画像建设,不断丰富客户分析维度,升级客户经营策略,强化基础功能及生态场景的丰富与升级,提升全渠道在金融及非金融场景下的用户体验。

5.3 网络金融业务

报告期内,网络金融线上获客和业务规模持续稳步增长。不断拓展开放银行合作新伙伴、新场景、新模式,以网络金融产品创新提升客户体验,以金融科技增强线上化服务能力和线上业务经营能力,为数字化获客和经营注入新动能。

报告期末,本公司个人线上客户 4,105.57 万户,较上年末增长 5.65%;累计为 9,771 家中小微企业提供便捷融资服务,较上年末增长 56.46%;网络金融业务带动的日均存款 329.72 亿元,同口径同比增长 18.55%;互联网中小微贷款余额 255.63 亿元,较上年末增长 81.27%;报告期内,互联网业务交易金额 3.98 万亿元,同比增长 56.39%。

深化开放银行建设,与外部平台共建生态圈。进一步将合作伙伴向新业态平台拓展,将合作场景向企业客户经营圈延伸,形成了针对 B2C/B2B 电商、供应链金融、货运物流、财富销售、购房交易、交通新业态、教育培训等行业在内的资金收、管、付解决方案。不断提升产品厚度,在资金管理核心能力基础上,向平台投融资、现金管理、员工服务等衍生服务纵深拓展,形成聚合平台客户商业模式和服务生态的综合金融服务体系。报告期内,服务平台客户 84 家,交易规模 2,447.56 亿元。

围绕新闻网络金融产品,提升客户支付体验。积极响应中国人民银行数字货币战略部署,建设数字人民币业务体系,作为首批合作银行接入中国人民银行指定运营机构。积极参与北京冬奥会支付场景服务建设,持续优化“旅行通卡”产品体验,在外籍人士境内移动支付服务上保持领先优势,报告期末,服务日韩籍境外人士 6.10 万名,较上年末增长 19.11%。持续推进移动支付便民工程,与中国银联协同国内头部手机厂商推出“卡码合一”产品,简化支付流程。报告期内,互联网支付交易笔数同比增长 41.99%,交易金额同比增长 48.27%。

5.4 信息技术及研发

报告期内,本公司围绕“全面融合、数据驱动、科技引领、安全高效”的信息科技战略目标,深化科技与经营管理深度融合,提升业务部门运用科技的能力;打造企业级数据中台,逐步实现数据驱动管理;完善创新体系,加快金融科技创新应用。

深化科技与经营管理融合。在前台业务部门融合团队建设基础上,健全运营、风险等中后台管理部门融合团队,客户调研、同业调研、需求编制等融合工作机制进一步完善。建立重点项目跨部门 PMO(项目管理办公室)组织和协调工作机制,成立含“信息 + 数据”人员的重点项目推进工作组织,高效解决项目实施过程中的科技、数据方面的问题和风险,加快重点项目的开发进度。

加强数据能力建设。本公司通过健全内外部数据资产管理能力, 加快企业级数据中台建设,围绕打破数据壁垒、推进数据一盘棋目标,构建基础公共数据集市,聚焦客户、贷款、存款、损益等 9 大业务主题,建立 281 个业务数据模型,为本公司“减负、增能”夯实数据应用基础。升级“魔镜”风控大脑,运用 OCR(光学字符识别)技术加速贷款资料核查效率。基于知识图谱技术,赋能授信客户集团关系甄别,结合外部数据不断提高贷款流向监测,强化过程监控。升级“掌上行”经营管理数据信息平台,围绕“随身、透明、高效”管理目标,建立监测和管理指标 2,000 余项,基于监测和管理指标建立高效、透明的经营管理视图,实现经营管理过程去中间化,不断提升经营管理量化水平。

深化金融科技创新应用。制定上海银行“十四五”创新规划,指导金融科技创新,加快大数据、人工智能等新技术与银行业务场景的融合应用与创新。升级知识图谱平台,建立零售个贷及信用卡客群关系网络模型, 构建近 100 个实体及关联关系, 运用 Louvain(一种社区发现算法)、孤立森林(一种异常检测算法)等算法,实现对客群社区的有效划分以及欺诈团伙的精准识别,应用于贷前审批及贷后管理等业务环节,提升智能风控及团伙反欺诈能力,欺诈发现效率较运用知识图谱前有明显提升。通过与第三方金融机构合作,基于区块链及安全计算技术构建联盟区块链,打造多方数据安全共享平台,促进跨机构数据共享,为进一步促进投信业务转型升级丰富风控手段。

5.5 渠道建设

本公司始终以客户体验为中心,秉持“客户、产品、渠道”线上线下一体化经营为理念,运用数字化工具和算法,打造“端到端”优质服务体验的线上渠道,优化物理网点布局及业态形象,提升各类渠道自动化和智能化的运营经营能力。

线上渠道

个人电子渠道方面,持续强化线上经营能力,发挥手机银行作为零售客户经营主平台的作用。深化