

# 24家上市银行去年净利合计1.87万亿元

## 七成不良贷款率下降,过半资本充足率下降

■本报记者 苏向泉

截至4月9日,已有24家A股上市银行披露2022年年报。尚未披露年报的18家上市银行将在4月25日至29日集中披露。目前,国有六大行及部分股份行已披露年报,2022年上市银行整体经营情况日渐清晰。

从核心指标看,24家上市银行2022年净利润合计1.87万亿元,同比增长7.1%。其中,22家净息差收窄,占比高达91%;17家不良贷款率下降,占比70.8%;13家资本充足率下降,占比54%。

### 净息差普遍 非息收入承压

如按净利润规模划分,24家上市银行呈现“三个梯队”:工商银行、建设银行、农业银行、中国银行、招商银行这5家净利润规模均超1000亿元,处于第一梯队;兴业银行、交通银行、邮储银行等11家银行介于100亿元至1000亿元,处于第二梯队;重庆银行、青岛银行等8家银行低于100亿元,处于第三梯队。

净利润同比增速方面,不同上市银行有所分化。如,张江银行、江阴银行、平安银行、常熟银行、无锡银行等5家银行去年增速均超过20%,呈现良好的成长性。瑞丰银行、宁波银行、招商银行、中信银行、邮储银行、北京银行、兴业银行等增速虽低于20%,但也超过10%,领跑已披露年报的上市银行均值。

整体看,24家银行去年净利合计同比增长7.1%,增速收窄。2021年,这24家银行净利合计同比增长12.9%。净息差收窄与商业银行业务净息差普遍收窄、非息收入承压有关。

目前,已经披露年报的上市银行中,净利息收入占营收的比例普遍超过七成,净息差收窄对上市银行净利润的影响较为明显。

“去年四季度,贷款利率持续下行,核心负债成本尤其是对公负债成本走升,多数银行息差继续承压下行,其中大型银行由于更多承担‘稳信贷’任务、核心负债占比高,息差收窄幅度相对更大;部分中小银行借



助客户下沉以及提升信用类贷款占比等举措,推动净息差稳定。”光大证券首席金融分析师王峰表示。

从数据层面来看,据记者统计,上述24家银行中,除江阴银行、中国银行去年净息差较前一年上升,其他22家均出现下降。

多位上市银行高管近期也在业绩发布会上提到了净息差下行的原因。建设银行首席财务官生柳荣表示,“去年,建行净息差下降了11个基点,基本上跟同业趋势一致,主要影响因素是贷款基准利率(LPR)的下行和市场利率的下行。”

农业银行行长付万军表示,农行净息差下降有多方面因素,主要影响因素有两方面:一是降融资成本、稳经济大盘,LPR连续下调,贷款收益率较上年下降14个基点;二是受存款定期化趋势影响,存款付息率上升9个基点。

多家银行在年报及业绩发布会上表示,净息差下行压力依然是2023年经营中需要重点关注的课题。

非息收入方面,据记者统计,上述24家银行2022年手续费及佣金收入合计同比下滑2.6%。王峰认为,部分银行非息收入承压与去年四季

度理财大幅赎回、代销基金等业务放缓、减费让利冲击手续费收入,疫情影响银行卡、投行等业务开展等因素有关。

### 5家银行 不良贷款率同比上升

不良贷款率与资本充足率是监管和市场关注的重点指标。

不良贷款率方面,据记者统计,2022年,上述24家银行均低于2%。其中,招商银行等7家银行不良贷款率低于1%。增幅方面,有5家不良贷款率出现同比增长,2家持平,其余均出现下滑。

上海金融与发展实验室主任曾刚对《证券日报》记者表示,部分上市银行不良贷款率抬升与对公房地产信贷不良率的提升有关。不过,今年房地产不良贷款率对资产质量的负面影响将大幅降低。

除房地产的负面影响之外,部分银行在年报中提到,2022年,受宏观经济下行等因素影响,社会服务、科技、文化、卫生、建筑等行业不良率较上年末略有上升。

就2023年资产质量走势,多家银行高管在业绩发布会上表示,有信心、有底气继续保持资产质量稳健。

工商银行副行长王景武表示,工行业务有信心、有底气继续做到资产质量的稳健,信心与底气主要来自两个方面:一方面是中国经济企稳向好的环境,另一方面是工行良好的风险管理能力。

农业银行副行长张旭光表示,预计2023年农业银行的资产质量将保持基本稳定。宏观经济持续恢复向好,经济发展的质量、平衡、安全和可持续性更强,为银行稳定资产质量提供了良好的外部环境。农业银行的信用风险管理能力也在不断提升。

从资本充足率来看,工商银行等5家上市银行2022年末该指标暂居前列,均超17%。从同比变化看,有14家银行该指标出现下滑,最高下滑3.27个百分点,10家提升。整体看,部分上市城商行资本充足率较低,且下滑幅度较大。

多位业内人士表示,2023年,部分城商行资本补充渠道相对有限,资本内生能力弱,资本补充压力或持续高于国有大行和股份制银行。

# 上市券商全资子公司业绩分化 两大券商国际业务展现强实力

■本报记者 周尚任

随着年报的披露,上市券商各类子公司的业绩也相继浮出水面。去年,在行业业绩普遍承压的态势下,有两成上市券商子公司实现净利润同比增长。其中,4家上市券商全资子公司实现净利润均超10亿元。华泰证券、中信证券旗下国际子公司实现净利润同比增长;中金公司、国元证券等4家券商旗下另类投资子公司实现净利润同比增长。

### 34家券商全资子公司 净利润均超1亿元

对于上市券商来说,母公司的稳健经营对整体业绩起到了稳定器的作用,而子公司的业绩则是业务实现突破的重要一环。据《证券日报》记者不完全统计(仅统计全资子公司,剔除资管、投行子公司),2022年,上市券商的全资子公司业绩两极分化,近20%的子公司实现净利润同比增长,34家子公司净利润均超1亿元,还有30家子公司净利润出现亏损。

具体来看,共有4家上市券商全资子公司2022年的净利润均超10亿元。其中,中金公司旗下中金国际以30.98亿港元(约27.6亿元人民币)的净利润位列第一;华泰证券旗下华泰国际实现净利润19.68亿港元(约17.5亿元人民币),位列第二;海通证券旗下的海通创新以16.6亿元的净利润位列第三。中信证券旗下中信证券投资位列第四,实现净利润11.83亿元。上述4家子公司中,前两位均为国际子公司,后两位均为另类投资子公司。

随着全面注册制的落地,上市券商有望在“投行+投资”联动模式下打开业务增收空间,另类投资子公司逐渐受到重视。2022年,除海通创新、中信证券投资净利润均超10亿元外,中金公司旗下中金浦成实现净利润7.97亿元,同比增长10.35%。国元证券旗下国元创新实现净利润3亿元,同比增长115.07%。此外,中国银河旗下银河汇实实现净利润2.61亿元,同比增长9.66%;华林证券旗下华林创新实现净利润1.26亿元,同比增长2.8%。不过,也有多家上市券商旗下另类投资子公司出现亏损,其中有两家子公司亏损超1.4亿元。

值得关注的是,国元创新从众多上市券商子公司中脱颖而出。2022年,面

对复杂多变的市场环境,国元创新采取有效应对措施,在守正稳健、积极转型的工作基调下,稳步开展各项工作。截至2022年12月底,国元创新合计新增投资8.28亿元,共计39个项目。其中,金融产品新增投资约4.65亿元,全部为主动性投资配置;新增股权投资项目19单,共计3.63亿元,存续投资总规模为32.2亿元。

### 国际业务表现分化 两家头部券商表现突出

在充满挑战的市场环境下,两家头部券商展现了较强的业务实力。2022年,华泰证券国际业务收入占总营收比例超过20%,创历史新高。其中,华泰证券中国香港子公司通过有效的跨境联动,凭借平台实力和风险管理能力实现了业务规模、收入和利润水平的全面增长;美国子公司Asset-Mark凭借技术、平台优势和先进的业务模式,在细分行业中持续领先。

在中信证券的营业收入的贡献中,中信证券国际占比比较大,约为10%。2022年,中信证券国际除了业绩保持增长,各项业务都取得了一定进展。从机构经纪业务来看,亚太地区的交易量市场份额同比增加6.5%。在投资交易方面,中信证券国际完成了主要产品和业务的全覆盖。在投行业务方面,2022年,中信证券国际港股承销份额为5.05%。境外中资离岸债券承销份额为3.92%,均排名在中资券商的第二位。

近年来,国际业务成为上市券商拓展发展空间、增加利润的新增长点。不过,2022年,受多方面因素冲击的影响,从事国际业务的上市券商子公司承受较大压力,各公司之间的业绩呈现两极分化。其中,华泰国际实现净利润同比增长48.8%拔得头筹;中信证券国际实现净利润1.2523亿美元(约8.7亿元人民币),同比增长20%。其余上市券商的国际子公司净利润均同比下滑,超半数子公司净利润出现亏损,1家公司亏损超45亿元。

粤开证券研究院首席策略分析师陈梦洁接受《证券日报》记者采访时表示,“过去中资券商的国际业务主要是协助内地企业在港股上市、并购、债券融资等,未来随着我国资本市场双向开放的不断推进,各类跨境工具和跨境业务快速发展,有助于中资券商业务结构不断丰富和优化。”

# 券商债券承销“马太效应”明显 多因素叠加竞争仍将加剧

■本报记者 吴珊 见习记者 方凌晨

Wind资讯数据显示,今年以来截至4月9日,券商累计承销债券数量7778只,承销规模超2.85万亿元,较去年同期增长1978.23亿元。

具体来看,“千亿元俱乐部”成员包括中信证券、中信建投、华泰证券、中金公司、国泰君安5家券商,这5家券商合计承销金额约为1.40万亿元,占据了48.96%的市场份额。而中信证券和中信建投分别以3799.72亿元和3008.29亿元的承销金额位列一、二位,市场份额分别达到13.29%和10.52%。

平安证券、中国银河等4家券商年内总承销金额达800亿元以上,前10家券商累计承销金额约为1.84万亿元,累计占据市场份额超60%。

银联并购公会信用管理委员会安光勇对《证券日报》记者表示,“头部券商通常拥有更强大的资金实力、更广泛的客户资源和更高的市场声誉,这使得它们在债券承销业务中具有竞争优势。头部券商往往能够获得更多的优质项目,从而进一步增加其市场份额,形成正循环。”

值得一提的是,券商在绿色债券、科创企业债券、民营企业债券承销方面发挥了重要作用。据中国证券业协会发布的数据显示,2022年,证券公司承销发行乡村振兴债券305.21亿元,同比增长42.77%;承销(管理)发行绿色公司债券(含ABS)152只,融资金额1716.58亿元,同比增长24.71%;承销科技创新公司债券83只,合计金额1028.41亿元;承销(管理)民营企业公司债券(或产品)364只,合计金额3491.42亿元。

目前券商在债券承销领域也存在一些问题。近日,部分券商及相关人员因债券承销业务不规范而被监管部门“开罚单”。随着债券承销领域竞争加大,多家券商争抢同一只债券,以及“地板”承销费问题也时有发生。

中央财经大学证券期货研究所研

究员、内蒙古银行研究发展部总经理杨海平对《证券日报》记者表示,债券承销是提升客户综合贡献度的重要业务领域,是券商必争之地。对于债券承销而言,券商的规模偏好明显。抢占市场份额做大规模,是承销价格战的原因,不过这也与券商业务激励机制和承销费定价管理机制不到位有关。

对于债券承销的价格竞争问题,安光勇表示,“一方面,优质项目数量相对较少;另一方面,债券承销业务在一定程度上存在同质化现象,不同券商在承销业务中提供的产品和服务类似,难以形成明显的差异化竞争优势,这使得券商在争夺项目时主要采取价格竞争方式,从而导致承销费率下降,甚至出现‘地板价’现象。此外,一些券商为了追求业务规模和市场份额,可能会在承销业务上采取过于激进的策略,导致竞争更加激烈。”

谈及未来券商债券承销业务的发展,杨海平表示,债券承销业务价格战的治理,需要证监会和证券业协会共同发力。证监会需要进一步强化债券承销业务的监督管理,督促券商发挥好中介机构职能;证券业协会需要在《公司债券承销业务规范》基础上,进一步细化承销费定价规范,优化定价机制。而券商则应该按照监管部门和行业协会的指引,优化债券承销业务的内部管理。

安光勇认为,未来券商债券承销业务有望继续保持活跃态势,但竞争可能会加剧。券商需要密切关注市场变化,灵活调整业务策略,提供具有竞争力的产品和服务,并加强客户关系管理,建立稳固的合作伙伴关系。同时,券商应加强内部合规管理,遵循相关法律法规,保护投资者利益。

“券商需要厘清自身在细分领域的优势所在,并集中资源予以强化和巩固,以此来获得市场生存权与长期发展的可能性。”IPG中国区首席经济学家柏文喜建议。

# 汽车促销潮蔓延 车险会降价吗?

■本报记者 冷翠华

近期,大面积的汽车降价促销潮引发社会关注。有消费者关心,汽车降价促销,车险价格是否也会下降呢?同时,车险行业保费又会发生怎样的变化?

受访的业内人士认为,根据车险价格计算方法,车辆购置价并不直接影响车险保费,短期的汽车促销也不会对车险价格产生直接影响,但汽车降价会对险企的车损险保额确定带来一定困扰。从车险行业来看,新增车险保费主要与汽车消费市场整体情况密切相关,目前汽车降价促销尚未对销售形成明显拉动,预计车险行业保费将保持平稳。

### 车价变化不直接影响 单车车险价格

自2月份以来,多个省市出台促进汽车消费政策,刺激需求释放。同时,汽车降价潮持续蔓延。在这样的情况下,车险价格将发生怎样的变化?

根据中国保险行业协会发布的机动车商业保险示范条款(2020版),商业车险分为主险和附加险,主险包括

机动车损失保险(以下简称“车损险”)、机动车第三者责任保险(以下简称“三责险”)、机动车车上人员责任保险(以下简称“车上人员责任险”)3个独立的险种。长安保险车险部副总经理白魁耀对记者表示,在这3个险种中,汽车价格变化不会影响三责险和车上人员责任险,并且通常情况下,也不会影响车损险价格,原因在于车险综合改革后,车损险是按车型定价的,每辆车都会有一个唯一的行业车型编码,每个车型编码对应一个车损险保费,无论该车型降价或涨价,都不会影响其车损险保费。

那么影响车险价格的因素是什么?白魁耀表示,在车辆已经确定的情况下,主要是保险公司自主定价系数的变化影响车险价格。

值得注意的是,虽然汽车价格变化不直接影响车险价格,但对车损险保额产生影响。车损险保额按投保时被保险机动车的实际价值确定,投保时被保险机动车的实际价值由投保人与保险人根据投保时的新车购置价减去折旧金额后的价格协商确定或其他市场公允价值协商确定。理论上,车价下降时,车损险保额也会下降。

但在现实中,汽车大幅下降或补贴对保险公司确定车损险保额带来一定困扰。某财险公司车险相关负责人邓利明(化名)告诉记者,险企一般依据第三方整车的车价或者发票价格确定保额;如果客户获得了补贴,那么其实际支付价和整车的车价或发票价不一样,就可能产生一些问题。例如,一辆汽车的指导价为22万元,发票价为17万元,1个月后退车主9万元,车主支付的实际车价为13万元。在投保时,无论以指导价还是发票价来确定保额,都高于实际车价,那么当汽车全损或推定全损时,按保额赔付就有可能产生不当得利的现象。

“这一风险需要防范,保险公司尽量以消费者实际支付价确定保额,但实操有一定难度;或者出合相关规定,如果汽车发生全损,但保额高于消费者实际支付车价,消费者应当退还补贴。”邓利明表示。

### 车险保费 预计保持平稳

汽车降价促销,对单车车险价格影响有限。从行业角度看,车险保费将发生怎样的变化呢?业内人

士认为,新增车险市场主要与汽车消费整体市场情况相关,预计将保持平稳。

北京牛顿数科创始人、方正研究院院长、中国保险学会特聘保险科技专家彭勇表示,从目前的数据看,汽车促销尚未带来整体销量的增加。同时,中国汽车流通协会近日进行的经销商调研显示,51%的经销商表示3月份成交率“下降”,36.5%的经销商表示成交率“基本持平”。“汽车降价潮影响更多的是客户购车的迫切性,消费者观望情绪浓厚,短期看会影响汽车销量,不过从中长期看,影响微乎其微。”彭勇分析道。

从另一个角度看,彭勇认为,如果汽车降价促销能带来销量的明显上涨,即使部分保险公司小幅降低车损险保费以应对市场激烈竞争,全行业新车车险整体保费也将继续保持平稳增长,因为这种下降幅度非常小,整体影响微乎其微。

另一家财险公司车险负责人熊文(化名)认为,汽车促销一般是短期现象,价格战并非长久之计;同时,目前促销也未在销售端产生明显的拉动作用。因此,从车险市场整体来看,预计保费不会出现大幅波动。

# 在美上市金融科技公司业务集体“瘦身”

■本报记者 李冰

截至4月9日,包括陆金所控股、金融壹账通、乐信、奇富科技(原360数科)等主要在美上市金融科技公司已陆续公布2022年末经审计财务数据。整体来看,已上市金融科技公司业务分化明显且呈现下滑态势。其中,科技赋能金融机构业务及服务小微企业成为已上市金融科技公司业务新引擎。

财报显示,2022年,陆金所控股实现营收581.16亿元,同比下降6%,实现

净利润87.75亿元,同比下降47.5%;奇富科技全年实现净收入165.54亿元,同比下降0.49%,净利润40亿元,同比下降30%;乐信实现营收98.66亿元,同比下降13.3%;金融壹账通实现营业收入44.6亿元,同比增长8.0%,净亏损8.72亿元,较2021年净亏损收窄;信也科技总营收111.3亿元,同比增长17.6%;净利润为22.81亿元,同比微降。

此外,嘉银金科2022年实现营业收入约32.71亿元,同比增长约83.7%,净利润11.802亿元,较2021年增长152.3%,成为营收、净利润同比增长

“黑马”。在博通咨询金融行业资深分析师王蓬博看来,已上市金融科技业务普遍下滑原因有三:第一,行业竞争日益激烈,已上市金融科技面临银行以及消费金融牌照机构的竞争;第二,行业发展红利收窄,借贷需求不及预期,但是资金成本和获客成本都在增加;第三,借款利率水平持续降低。

从各家财报可以看出,服务中小微企业企业是已上市金融科技业务发力的重点方向。

乐信2022年累计面向小微企业促

成贷款201亿元;嘉实金科去年共覆盖全国31个省份的47.8万小微企业主;信也科技2022年全年帮助小微用户获得434亿元信贷服务,同比增长60.7%;2022年,奇富科技的小微贷产品帮助金融机构服务了91万个个体工商户和108万小微企业主,支持了约600万人就业。

王蓬博表示,“金融科技未来要实现可持续发展,一方面需尽快完善和提升自身的风控水平和数字化能力,利用科技降本增效;另一方面可以尝试拓展海外新市场。”