

聚焦·金融科技

AI成银行业年报“热词”

国有六大行2024年金融科技投入超1254亿元

本报记者 李冰熊 悦

科技是银行发展的关键驱动力。工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、邮储银行、交通银行2024年年报已披露完毕。年报显示,国有六大行持续推动数字化转型,不断加大金融科技投入力度,2024年金融科技投入共计1254.59亿元,较2023年共计1228.22亿元

构筑金融科技护城河

从2024年年报数据看,工商银行、农业银行、中国银行、建设银行在金融科技方面投入金额均超200亿元,邮储银行和交通银行在100亿元以上。

其中,工商银行金融科技投入285.18亿元,排位第一;农业银行金融科技投入总额249.7亿元;中国银行金融科技投入238.09亿元,占营业收入的3.76%,同比上升0.27个百分点;建设银行金融科技投入244.33亿元,占营业收入的3.26%;邮储银行金融科技投入122.96亿元,同比增长9.03%,占营业收入的3.53%;交通银行金融科技投入114.33亿元,占营业收入的5.41%。

与此同时,国有六大行的科技人才队伍不断壮大,为银行科技创新和应用能力的提升构筑人才“护城河”。2024年末,工商银行金融科技人员3.6万人,占全行员工的8.6%;交通银行金融科技人员9041人,较上年末增长15.70%,占集团员工总人数的9.44%,较上年末上升1.15个百分点;中国银行金融科技条线员工14940人,占集团员工总人数的4.78%;建设银行金融科技类人员16365人,占集团员工总人数的4.34%。

2024年上市券商数智化“战报”

8家头部券商信息技术投入均超10亿元

本报记者 周尚仨 见习记者 于宏

当前,金融科技已成为证券行业发展的关键驱动力,行业正加速迈入数字化时代,竞争格局与服务模式迎来深刻变革。近年来,券商纷纷加大信息技术投入,以提升运营效率、助力高质量发展。

据《证券日报》记者梳理,目前已有19家上市券商披露2024年信息技术投入情况,合计投入金额超175亿元,其中,14家上市券商信息技术投入实现同比增长,光大证券股份有限公司(以下简称“光大证券”)增幅最大,为20.92%。

头部券商投入较高

截至3月31日记者发稿,已有21家上市券商发布2024年年报,其中有19家上市券商披露了2024年信息技术投入情况,合计投入金额达175.37亿元,单家公司投入均超1.7亿元。

整体来看,综合实力雄厚的头

部券商在信息技术投入上占据明显优势。数据显示,上述19家上市券商中,8家头部券商去年信息技术投入均超10亿元(中信证券股份有限公司未披露具体投入情况)。

其中,2024年信息技术投入最高的上市券商为华泰证券股份有限公司,投入金额为24.48亿元;其次是国泰君安证券股份有限公司(以下简称“国泰君安”),投入金额为22亿元,同比增长1.8%。

中国国际金融股份有限公司、招商证券股份有限公司2024年分别投入15.85亿元、15.83亿元。中信建投证券股份有限公司、广发证券股份有限公司、中国银河证券股份有限公司(以下简称“中国银河”)、申万宏源集团股份有限公司(以下简称“申万宏源”)2024年信息技术投入也均在10亿元以上。

从增速来看,2024年信息技术投入同比增幅位居前三的券商是光大证券、红塔证券股份有限公司、南京证券股份有限公司,分别同比增长20.92%、13.76%、11.39%。另

上海冠哲信息咨询中心创始人周毅钦对《证券日报》记者表示,多重因素导致商业银行信用卡业务呈现持续收缩态势。一是竞争非常激烈,信用卡面临互联网消费金融的分流挑战;二是信用卡自身业务模式较为单一,产品创新不足,缺乏差异化的竞争力;三是银行自身也有一定的业务收缩。传统信用卡风控依赖央行征信等静态数据,风险识别相对滞后。近年来贷后管理压力增大,资产质量下滑,因此也不得不收缩业务规模。

面对挑战,银行业加速业务结构优化。为实现降本增效,多家银行调整信用卡经营机构布局。今年以来,交通银行、民生银行、广发银行等银行的部分信用卡分支机构获批准终止营业。此外,信用卡回馈活动、权益也逐渐被取消或降低。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博表示,我国信用卡业务正经历从规模扩张向质量提升的战略转型阵痛期。面对市场饱和、收入增长乏力以及监管趋严的多重挑战,商业银行亟待重构运营模式。

谈及银行信用卡业务未来的发展,周毅钦建议从场景、体验和风控三方面着手:一是做好场景导入,商业银行可以结合消费新趋势,打造细分场景信用卡产品,加强与线下商户的深度合作,嵌入于各种大额、高频消费场景,提升用户活跃度;二是做好优化体验,进一步优化信用卡的申请、审批及额度管理流程,提高用户体验,特别是商业银行的手机App内信用卡功能;三是强化风控能力,引入大数据、人工智能、物联网、AI学习等金融新科技,动态监测用户信用风

险,优化授信策略。加强贷后管理,精准识别潜在不良贷款。

与信用卡业务下滑形成鲜明对比的是消费贷业务的快速增长。根据上市银行披露的年报数据,消费贷业务或已成为零售业务新的增长点。数据显示,2024年建行个人消费贷款余额5278.95亿元,增长25.21%。2024年交通银行个人消费贷款较上年末增加1568.37亿元,增长90.44%。招商银行个人消费贷款余额3961.61亿元,较上年末增长31.38%。

业内人士认为,与信用卡业务相比,消费贷业务运营成本和客群维护成本更低,在银行净息差承压背景下,消费贷的放贷对银行收入贡献更为直接。银行加大消费贷发展力度,既响应了政策号召,也可进一步挖掘零售业务新增长点。

民生证券研究院非银金融首席分析师张凯峰表示,头部险企普遍下调内含价值长期投资收益率假设和风险评估率,并进一步下调内含价值或阶段性承压,但新业务价值和内含价值率仍然维持同比稳健提升的趋势,反映出渠道人力素质提升和产品结构改善等改革效果。

此外,中国平安、中国人寿首次针对不同产品类型,采用了不同的风险贴现率。对于这一举措的影响,杨帆表示,一方面,不同的风险贴现率可以更加精准地反映各类产品的风险特性,有助于险企更有效地进行风险管理和资本配置;另一方面,也可能引发险企产品策略和营销策略的调整,优化产品结构和提升市场竞争力。

展望未来,险企如何应对利差损压力,维持稳健经营?徐昱琛表示,保险公司可以在三方面采取措施,一是在负债端优化负债结构,增加保障性产品的占比;二是在资产端强化投资能力,在利率较高的时点多进行长期资产配置,并增加对高股息股票的配置;三是要做好资产负债的联动和久期匹配,维持公司稳健经营和发展。

从2024年年报数据看

工商银行、农业银行、中国银行、建设银行在金融科技方面投入金额均超200亿元 邮储银行和交通银行在100亿元以上



慧银行建设方法、策略和路径,推进“AI+”全面建设与深度应用。

中国银行2024年积极探索人工智能大模型应用,2024年新增超900个业务场景。该行运用企业级机器人流程自动化(RPA)推进基层减负,覆盖超3000个场景应用,月均执行任务超20万次。同时,该行围绕算力、算法和数据,建立专职队伍并加快大模型技术创新应用,智能研发场景用户超3600人,使用量达170万次,月均生成代码超133万行。中国银行表示,正关注量子技术发展前景,实施量子密码验证、量子无线通信试点等前沿创新研究。

建设银行在大数据技术应用方面,推进云原生数据湖建设,分行数据上云工程圆满收官,数据基础底座进一步夯实。该行制定人工智能与银行业务深度融合的智

长9.58%。邮储银行积极引入人工智能、图数据库、隐私计算等技术,不断探索开源大模型应用试点,优化用户体验,开展信贷领域联合建模,多维度增强风险管控精准性。

交通银行加大人工智能等科技手段在展业、服务、管理领域的应用,提高全要素生产率,全面构建人工智能应用的算法、算力、数据基础设施。推进人工智能应用规模化、体系化,在反洗钱反诈、客户服务、集中运营等领域加速释放人力工作量。应用虚拟数字人技术,通过人机协同提升线上渠道服务水平。推进“人工智能+”规模化应用,全年替代超过千人工时,精准识别风险资产超百亿元,智能客服呼入业务语音识别率达99%。

“银行业人工智能技术应用正在步入全面赋能的新周期。”吴丹表示,一是垂类大模型逐步替代传统算法,实现从单一任务处理向营销推荐、投研分析等多场景的泛化应用;二是应用深度突破,AI应用场景正从外围服务向授信决策、量化交易等核心业务环节延伸;三是生态模式走向开放协同,多家银行与科技企业共建联合实验室,加快推动技术落地应用。

娄飞鹏表示,人工智能具有典型的通用技术特点,在金融领域有较大应用潜力,银行业需要持续加大投入,推进技术研究和业务应用。

吴丹认为,展望未来,随着多模态大模型技术的进一步成熟,银行业AI应用将向“全业务智能体”方向演进,但同时也面临着算法合规性、数据跨境流动、数据隐私保护等新挑战,需要加快建立适配的、更完善的AI治理体系。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,上市险企连续两年下调长期投资回报率假设和风险评估率,背后有多重因素驱动。一方面,市场环境的复杂化和利率走势的不确定性增加了投资风险;另一方面,险企基于对未来市场环境的预判,选择更为审慎的财务策略。此外,强化风险管理、确保长期稳健经营也是相关经济假设调整的重要考量。

提高核心指标可信度 受经济假设调整影响,虽然上市险企的多项核心经营指标如内含价值、新业务价值等有所下滑,但也增加了核心指标的可信度。

中国精算师协会创始人徐昱琛告诉《证券日报》记者,长期投资回报率假设和风险评估率主要是关于未来经验的,因此主要影响险企的新业务价值和内含价值,此外,保险公司股票估值等指标也会受到侧面影响。

相较于2023年末的经济假设和模型,在新假设下,多家上市险企2024年的新业务价值和内含价值均有不同程度的下降,营运利润等指标也受到一定程度影响。

中国平安副总经理兼拟任首席财务官付欣在近日举行的中国平安2024年度业绩发布会上表示,去年中国平安寿险及健康险业务的营运利润同比微降,主要是因为去年其将长期投资回报率假设从4.5%下调至4.0%,并按调整后的投资回报假设对2023年数据进行了追溯调整。如剔除投资收益率假设由4.5%调整至4.0%的影响,寿险板块的营运利润与2023年基本持平。

尽管经济假设指标的调整一定程度上对内含价值和内含价值等产生负面影响,但上述指标的可信度也得到了提升,挤出了险企账面上的“水分”。

民生证券研究院非银金融首席分析师张凯峰表示,头部险企普遍下调内含价值长期投资收益率假设和风险评估率,并进一步下调内含价值或阶段性承压,但新业务价值和内含价值率仍然维持同比稳健提升的趋势,反映出渠道人力素质提升和产品结构改善等改革效果。

此外,中国平安、中国人寿首次针对不同产品类型,采用了不同的风险贴现率。对于这一举措的影响,杨帆表示,一方面,不同的风险贴现率可以更加精准地反映各类产品的风险特性,有助于险企更有效地进行风险管理和资本配置;另一方面,也可能引发险企产品策略和营销策略的调整,优化产品结构和提升市场竞争力。

展望未来,险企如何应对利差损压力,维持稳健经营?徐昱琛表示,保险公司可以在三方面采取措施,一是在负债端优化负债结构,增加保障性产品的占比;二是在资产端强化投资能力,在利率较高的时点多进行长期资产配置,并增加对高股息股票的配置;三是要做好资产负债的联动和久期匹配,维持公司稳健经营和发展。

6家上市险企 连续两年下调经济假设

本报记者 冷翠华 见习记者 杨笑寒

继2023年下调长期投资回报率假设、风险贴现率等经济假设之后,2024年,多家上市险企再次下调相应假设。

受访专家认为,下调经济假设短期内将对险企的内含价值、新业务价值、营运利润等造成一定程度的负面影响,但提高了各项核心指标的可信度,有利于险企长期稳健经营。

近两年连续下调

保险资金是一种典型的中长期资金,许多长期保险产品一经销售,就会在未来多年持续为保险公司带来收入和利润。为准确评估保险公司经营价值,保险公司在法定会计准则的规定下,采取一系列关于未来经验的风险假设,将保单未来的长期现金流进行折现处理,获得当年保险公司所产生的经济价值,包括内含价值和内含价值等。其中,长期投资回报率和风险贴现率就包含在上述一系列关于未来经验的风险假设中。

近日,中国平安保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国平安”)、中国人寿保险股份有限公司(以下简称“中国人寿”)、新华人寿保险股份有限公司(以下简称“新华保险”)、中国太平洋保险(集团)股份有限公司(以下简称“中国太保”)、中国人民保险集团股份有限公司(以下简称“中国人保”)、阳光保险集团股份有限公司(以下简称“阳光保险”)6家上市险企在发布的2024年年报中,均将长期投资回报率假设从4.5%下调至4.0%,并对风险贴现率进行了不同程度的下调。

具体来看,风险贴现率方面,中国人保、中国太保、新华保险、阳光保险统一将风险贴现率下调至8.5%。中国平安按照产品类型设定,将传统险的风险贴现率设定为8.5%,分红与万能等非传统险的风险贴现率为7.5%。中国人寿考虑不同业务性质对应的风险后,普通型业务所采用的风险调整后的贴现率假设为8%,浮动收益型业务所采用的风险调整后的贴现率假设为7.2%。

2023年,上述6家上市险企均将长期投资回报率假设从5%下调至4.5%,风险贴现率从11%降至9.5%。这意味着上述险企已经连续两年下调经济假设。

拉长时间线来看,部分上市险企曾在2016年下调相关假设,此后的2017年至2022年并未再次下调,直到2023年。2024年,上市险企再次下调经济假设。

中国平安在2024年年报中表示,基于对宏观环境和长期利率趋势的综合考量,公司于2024年审慎下调寿险及健康险业务内含价值长期投资回报率假设和风险评估率。中国人寿总精算师侯晋在近日举行的中国人寿2024年度业绩发布会上表示,基于对市场利率中枢下降的客观实际情况,中国人寿相应地调整了经济假设。

北京排排网保险代理有限公司总经理杨帆对《证券日报》记者表示,上市险企连续两年下调长期投资回报率假设和风险评估率,背后有多重因素驱动。一方面,市场环境的复杂化和利率走势的不确定性增加了投资风险;另一方面,险企基于对未来市场环境的预判,选择更为审慎的财务策略。此外,强化风险管理、确保长期稳健经营也是相关经济假设调整的重要考量。

提高核心指标可信度

受经济假设调整影响,虽然上市险企的多项核心经营指标如内含价值、新业务价值等有所下滑,但也增加了核心指标的可信度。

中国精算师协会创始人徐昱琛告诉《证券日报》记者,长期投资回报率假设和风险评估率主要是关于未来经验的,因此主要影响险企的新业务价值和内含价值,此外,保险公司股票估值等指标也会受到侧面影响。

相较于2023年末的经济假设和模型,在新假设下,多家上市险企2024年的新业务价值和内含价值均有不同程度的下降,营运利润等指标也受到一定程度影响。

中国平安副总经理兼拟任首席财务官付欣在近日举行的中国平安2024年度业绩发布会上表示,去年中国平安寿险及健康险业务的营运利润同比微降,主要是因为去年其将长期投资回报率假设从4.5%下调至4.0%,并按调整后的投资回报假设对2023年数据进行了追溯调整。如剔除投资收益率假设由4.5%调整至4.0%的影响,寿险板块的营运利润与2023年基本持平。

尽管经济假设指标的调整一定程度上对内含价值和内含价值等产生负面影响,但上述指标的可信度也得到了提升,挤出了险企账面上的“水分”。

民生证券研究院非银金融首席分析师张凯峰表示,头部险企普遍下调内含价值长期投资收益率假设和风险评估率,并进一步下调内含价值或阶段性承压,但新业务价值和内含价值率仍然维持同比稳健提升的趋势,反映出渠道人力素质提升和产品结构改善等改革效果。

此外,中国平安、中国人寿首次针对不同产品类型,采用了不同的风险贴现率。对于这一举措的影响,杨帆表示,一方面,不同的风险贴现率可以更加精准地反映各类产品的风险特性,有助于险企更有效地进行风险管理和资本配置;另一方面,也可能引发险企产品策略和营销策略的调整,优化产品结构和提升市场竞争力。

展望未来,险企如何应对利差损压力,维持稳健经营?徐昱琛表示,保险公司可以在三方面采取措施,一是在负债端优化负债结构,增加保障性产品的占比;二是在资产端强化投资能力,在利率较高的时点多进行长期资产配置,并增加对高股息股票的配置;三是要做好资产负债的联动和久期匹配,维持公司稳健经营和发展。

信用卡业务收缩 消费贷或成银行收入新增长点

本报记者 彭妍

近日,上市银行陆续发布2024年年报。已披露的年报显示,信用卡业务呈现显著收缩态势,信用卡量、消费交易总额与业务收入同步缩减,资产质量承压明显。与之形成鲜明对比的是,银行消费贷业务增长强劲。年报显示,多家银行个人消费贷款余额较上年末有所增长。

根据已经公开披露的上市银行年报数据,商业银行信用卡业务普遍收缩,发卡量、交易额显著下降,不良贷款率同步攀升。

从两家国有大行情况来看,截至2024年末,建设银行信用卡累计发卡量较上年末减少300万张至1.29亿张,总消费交易额同比下降4.4%至2.8万亿元;工商银行信用卡累计发卡量同比减少1.96%至1.50亿张,消费交

易额同比减少4.9%至2.13万亿元。

股份制银行信用卡业务同样承压明显。招商银行信用卡流通卡量与流通户数分别为9685.9万张和6944.09万户,较2023年末分别减少25.91万张和29.95万户,全年信用卡消费交易额同比下降3.62%至4.42万亿元。平安银行信用卡流通户数同比减少12.92%至4692.61万户,全年消费金额同比下滑16.57%至2.32万亿元。

与此同时,资产质量压力进一步凸显。截至2024年末,建设银行信用卡不良贷款规模同比增加32.05亿元,信用卡不良贷款率同比上升0.42个百分点。招商银行信用卡新生成不良贷款393.75亿元,同比增加6.65亿元。

上海冠哲信息咨询中心创始人周毅钦对《证券日报》记者表示,多重因素导致商业银行信用卡业务呈现持续收缩态势。一是竞争非常激烈,信用卡面临互联网消费金融的分流挑战;二是信用卡自身业务模式较为单一,产品创新不足,缺乏差异化的竞争力;三是银行自身也有一定的业务收缩。传统信用卡风控依赖央行征信等静态数据,风险识别相对滞后。近年来贷后管理压力增大,资产质量下滑,因此也不得不收缩业务规模。

面对挑战,银行业加速业务结构优化。为实现降本增效,多家银行调整信用卡经营机构布局。今年以来,交通银行、民生银行、广发银行等银行的部分信用卡分支机构获批准终止营业。此外,信用卡回馈活动、权益也逐渐被取消或降低。

博通咨询金融行业首席分析师王蓬博表示,我国信用卡业务正经历从规模扩张向质量提升的战略转型阵痛期。面对市场饱和、收入增长乏力以及监管趋严的多重挑战,商业银行亟待重构运营模式。

谈及银行信用卡业务未来的发展,周毅钦建议从场景、体验和风控三方面着手:一是做好场景导入,商业银行可以结合消费新趋势,打造细分场景信用卡产品,加强与线下商户的深度合作,嵌入于各种大额、高频消费场景,提升用户活跃度;二是做好优化体验,进一步优化信用卡的申请、审批及额度管理流程,提高用户体验,特别是商业银行的手机App内信用卡功能;三是强化风控能力,引入大数据、人工智能、物联网、AI学习等金融新科技,动态监测用户信用风

险,优化授信策略。加强贷后管理,精准识别潜在不良贷款。