中国平安保险（集团）股份有限公司

（股票代码：601318）

【2020】半年度报告摘要

一、重要提示

1.1 本中期报告摘要来自本公司中期报告全文，投资者欲了解更多详细内容，应当仔细阅读刊载于上海证券交易所网站上的中期报告全文。

1.2 本公司第十一届董事会第十六次会议于2020年8月27日审议通过了本公司《2020年中期报告》正文及摘要。会议应出席董事13人，实到董事13人。

1.3 公司简介

股票简称	中国平安	
股票代码	A股：601318	H股：02318
股票上市交易所	A股：上海证券交易所	H股：香港联合交易所有限公司
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	盛瑞生	沈潇潇
电话	4008866338	
传真	0755-82431029	
电子信箱	IR@pingan.com.cn；PR@pingan.com.cn	
办公地址	深圳市福田区益田路5033号平安金融中心47、48、108、109、110、111、112层	

1.4 经董事会批准，本公司将向股东派发2020年中期股息每股现金人民币0.80元（含税）。根据上交所《上市公司回购股份实施细则》等有关规定，截至本次股息派发A股股东股权登记日收市后，本公司回购专用证券账户上的本公司A股股份不参与本次股息派发。根据截至2020年6月30日本公司的总股本18,280,241,410股扣除本公司回购专用证券账户上的本公司A股股份70,006,803股计算，2020年中期股息派发总额为人民币14,568,187,685.60元（含税）。本次股息派发的实际总额将以本次股息派发A股股东股权登记日时有权参与本次股息派发的总股数为准计算。

二、报告期主要业务

平安致力于成为国际领先的科技型个人金融生活服务集团。平安持续推进“金融+科技”核心主业，确保金融主业稳健增长的基础上，紧密围绕主业转型升级需求，持续加大科技投入，不断增强“金融+生态”赋能的水平与成效，在运用科技助力金融业务提升收入、提升服务效率、提升风控水平、降低运营成本的同时，将各类创新科技深度应用于构建“金融服务、医疗健康、汽车服务、房产服务、智慧城市”五大生态圈，优化综合金融获客渠道与质效。平安通过“一个客户、多种产品、一站式服务”的综合金融经营模式，依托本土化优势，践行国际化标准的公司治理与经营管理，持续推动“科技赋能金融、科技赋能生态、生态赋能金融”，为2.10亿个人客户和5.60亿互联网用户提供金融生活产品及服务。在继续专注个人业务发展的同时，平安也持续将“1+N”理念推广到团体业务中，通过各团体业务单位的合作协同，实施创新团体综合金融业务模式以提升团体客户价值和团体业务贡献。

三、主要财务数据和股东情况

3.1 集团合并主要会计数据

（人民币百万元）	2020年6月30日	2019年12月31日	变动(%)
总资产	8,848,631	8,222,929	7.6
总负债	7,926,460	7,370,559	7.5
股东权益	922,171	852,370	8.2
归属于母公司股东权益	701,972	673,161	4.3

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
营业收入	629,956	639,155	(1.4)
归属于母公司股东的净利润	68,683	97,676	(29.7)
归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	68,879	87,446	(21.2)
经营活动产生的现金流量净额	130,740	181,853	(28.1)
基本每股收益（人民币元）	3.88	5.48	(29.2)
稀释每股收益（人民币元）	3.86	5.47	(29.4)
加权平均净资产收益率（非年化，%）	9.9	16.3	下降6.4个百分点
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率（非年化，%）	10.0	14.6	下降4.6个百分点

非经常性损益项目(1)

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年
计入营业外收入的政府补助	8	47
捐赠支出	(231)	(29)
除上述各项之外的其他营业外收支净额	(42)	(174)
所得税影响数	46	(11)
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响(2)	-	10,453
少数股东应承担的部分	23	(56)
合计	(196)	10,230

注：(1) 本公司对非经常性损益项目的确认依照中国证监会公告[2008]43号《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号－非经常性损益》的规定执行。本公司作为综合性金融集团，投资业务是本公司的主营业务之一，持有或处置金融资产及股权投资而产生的投资收益均属于本公司的经常性损益。本公司非经常性损益项目反映列报在利润表的营业外收支项目，不包括列示为“其他收益”和“资产处置收益”的项目。

(2) 根据财政部、税务总局于2019年5月29日发布的2019年第72号《关于保险企业手续费及佣金支出税前扣除政策的公告》，保险企业的手续费及佣金支出在企业所得税税前扣除比例，提高至当年全部保费收入扣除退保金等后余额的18%（含本数），并允许超过部分结转以后年度扣除，保险企业2018年度汇算清缴按照本公告规定执行。本公司将2018年度企业所得税汇算清缴适用新税收政策对2019年上半年损益的一次性调整作为非经常性损益。

3.2 报告期末前十名股东持股情况表

报告期末股东总数（户）	股东总数 825,921（其中境内股东821,415）				
前十名股东持股情况					
股东名称	股东性质(1)	持股比例(%)	持股数量(2)（股）	持有有限售条件的股份数量（股）	质押或冻结的股份数量（股）
香港中央结算（代理人）有限公司(3)	境外法人	34.00	6,215,228,883(4)	–	未知
深圳市投资控股有限公司	国家	5.27	962,719,102	–	质押341,740,000
香港中央结算有限公司(5)	其他	4.04	737,653,762	–	–
New Orient Ventures Limited	境外法人	3.40	622,149,664	–	–
商发控股有限公司	境外法人	3.21	587,146,218	–	质押422,401,317
中国证券金融股份有限公司	其他	2.99	547,459,336	–	–
中央汇金资产管理有限责任公司	国有法人	2.65	483,801,600	–	–
深业集团有限公司	国有法人	1.41	257,728,008	–	–
大成基金－农业银行－大成中证金融资产管理计划	其他	1.10	201,948,582	–	–
华夏基金－农业银行－华夏中证金融资产管理计划	其他	1.09	199,511,462	–	–
上述股东关联关系或一致行动关系的说明：	New Orient Ventures Limited及商发控股有限公司均属于卜蜂集团有限公司间接全资持股子公司，二者因具有同一控制人（卜蜂集团有限公司）而被视为构成一致行动关系。截至2020年6月30日，卜蜂集团有限公司通过上述两家及其他下属子公司合计间接持有本公司H股1,609,766,901股，约占本公司总股本的8.81%。除上述情况外，本公司未知上述其他股东之间是否存在关联关系或一致行动关系。				

注：(1)A股股东性质为股东在中国证券登记结算有限公司上海分公司登记的账户性质。

(2)因本公司股票为融资融券标的证券，股东持股数量按照其通过普通证券账户、信用证券账户持有的股票及权益数量合并计算。

(3)香港中央结算（代理人）有限公司为本公司H股非登记股东所持股份的名义持有人。

(4)New Orient Ventures Limited及商发控股有限公司均属于卜蜂集团有限公司间接全资持股子公司，其持有的本公司股份均登记在香港中央结算（代理人）有限公司名下。为避免重复计算，香港中央结算（代理人）有限公司持股数量已经除去上述两家公司的持股数据。

(5)香港中央结算有限公司名下股票为沪股通的非登记股东所持股份。

3.3 控股股东及实际控制人情况

本公司股权结构较为分散，不存在控股股东，也不存在实际控制人。

四、经营情况讨论及分析

4.1 董事长致辞

以改革，应万变。守初心，得始终。

2020年是一个特殊的年份，宏观环境复杂多变叠加新冠肺炎疫情的剧烈冲击，全球市场跌宕起伏；2020年也是平安的改革年，历史上伟大的变革往往始于动荡的环境，危机中经常孕育生机，平安的寿险改革就在内外部的巨大挑战中破浪开局。借着中期业绩报告的契机，我们向关心平安的社会各界报告改革的最新进展，回应广大投资者的关切。

改革创新，贵在不忘初心。概因种瓜得瓜，种豆得豆。发初心立志，就是种因；守初心践行，方得善果，是为有始有终。作为中国最早的保险业拓荒者之一，平安打破市场垄断，将多样化的保险选择及综合化的金融服务带给客户，这是初心。以科技驱动，用专业的技术和领先的产品，服务国计民生、守护万家平安，专业让生活更简单，这是初心。抓住百年变局的战略机遇，矢志成为民族金融的典范和科技创新的标杆，为国家崛起、民族复兴贡献心力，这是初心。

挑战与机遇并存，改革正当时。平安的寿险业务从1994年发展至今，受益于时代发展、监管政策和早期打下的雄厚基础，经历了数十年持续高速增长，取得了长足的进步。近年来我们发现，在新时代的背景下，寿险传统模式的健康可持续发展面临巨大挑战，宏观环境、消费者需求、人口红利以及科技应用的飞跃都对保险行业的发展提出了更新、更高的要求。不破不立，破而后立，公司内部在经营管理、产品设计及渠道建设等方向上也亟待调整升级，平安必须进行全面的寿险改革。我们酝酿了两到三年的时间研究改革策略，寻找到一条新旧动能转换的寿险发展之路，现在抓住时机进行调整，为未来的持续增长打好基础、做好准备，确保形成高质量可持续发展的平台。

从初心出发，以始为终。改革首先要明确问题出在哪里。对照“从客户需求出发”和“专业让生活更简单”的初心，我们自省、自查出四大改革方向。一是队伍，销售队伍素质良莠不齐，基础管理和培训效果有待提升；二是产品，需要持续完善“产品+服务”体系，运用“产品+科技”充分赋能销售与运营；三是管理，需要提升长期规划的前瞻性和精耕细作的耐力；四是文化，务要铭记初心，永葆品质为上、勇攀高峰、危机意识及拥抱科技的文化。

目标清晰，改革的成果将具有重大里程碑意义。我是平安寿险改革领导小组的组长，我们的目标，不仅是要成为规模最大的人寿保险公司，更要成为市场的龙头、行业的标杆、客户的首选，打造全球领先的人寿保险公司。数百年历史的寿险传统模式正在经历全面升级和迭代，而平安在进行的改革，正是引领世界百年寿险销售和经营的革命。

改革不可能一蹴而就，平安寿险要建立真正长期可持续的健康增长平台，核心是贯彻“渠道+产品”的双轮驱动策略，打造数字寿险。寿险行业正在面临的一些问题，已为全行业所重视。传统保险企业和互联网保险玩家都在加大改革力度，或是逆势持续人海战术、拉动增长，或是坚持高产能路线、优化业绩，亦或是利用互联网和科技优势、创新模式。我们的思路是从产品、渠道、数据化经营三个方向，建立真正长期可持续的健康增长平台，为客户提供灵敏、便捷、可靠、贴心的金融服务。

从客户出发，改革产品。时代在变，我们面对的保险消费者已体现出巨大的差异，需求、喜好、特质及能力等都千差万别。为此，我们要以客户需求为导向，提升产品策略的前瞻性，打破“一款产品打天下”的传统寿险营销做法，发挥集团综合金融优势，构建“寿险+”产品体系，形成差异化竞争优势。我们正在围绕客户的生活场景营造生态概念，打造平安的产品“+医疗健康、养生养老、教育服务”等场景，更好地满足客户的全方位、多场景的生活需求。

科技赋能代理人，打造三“高”队伍，改革渠道。销售管理方面，优化基础管理工作，构建代理人多产品运作能力，丰富销售技能；队伍管理方面，优化代理人基本管理办法组织发展路径，实现队伍分群管理，严明公司纪律与文化；培训管理方面，加大培训投入，升级培训模式，帮助一线代理人第一时间得到千人千面的高品质培训、产品和数字化营销的客户资源支持，强大的后台支撑和展业工具。短期聚焦“增员+增产”，把控增员入口、提升增员质量，强化销售技能、提升队伍产能；长期打造一支高产能、高收入、高质量的代理人队伍。

构建“数字寿险”，实施全面数据化经营。数据化经营方面，我们通过对经营预测预警、有效追踪、及时干预，构建先知、先觉、先行的“总部大脑”，提升整体经营的驾驭能力、预判能力和科技应用能力。数据化管理方面，我们通过标准化、精细化、自动化、智能化经营管理流程，提升管理效率。数据化营销方面，我们通过内容营销、社交营销、活动营销、服务营销等方式提升客户触达率，促进销售目标达成。此外，平安寿险要继续坚持价值经营，重塑平安精神，牢记“先做强、再求大”、“先质量、再规模”的核心经营理念，实现可持续、高质量、健康的发展。

目前改革的各项工作稳步推进，成效逐渐显现。平安的这次寿险改革从2018年开始萌芽，产品及渠道调整逐步开展，2019年11月启动全面深入的改革。目前绝大部分项目已经完成顶层设计，近一半的项目推动机构试点，个别项目已经开始全面推广落地。尽管改革的难度前所未有，改革的深度行业罕见，我们依然充满信心。平安拥有超过25年经验、国际化思维、专业化知识、复合型能力的寿险管理团队；拥有高素质的代理人队伍，产能位于行业领先水平；拥有强大的综合金融产品体系支持代理人增加收入，也为其提供更广阔的职业发展空间；拥有全球领先的科技实力，全面武装代理人，充分赋能经营。我们有信心确保绝大部分改革项目在今年内落地执行。

改革向前走、业务向前行，2020年上半年公司经营表现稳健。尽管外部环境复杂严峻、经营面临诸多不利因素，公司坚持“金融+科技”、“金融+生态”的既定战略，通过采取线上化转型、强化风险管控等举措，依然保持稳健经营。2020年上半年公司实现归属于母公司股东的营运利润743.10亿元，同比增长1.2%；年化营运ROE为21.6%。在经济增速短期受到较大冲击的不利环境下，平安注重股东回报，向股东派发中期股息每股现金0.80元，同比增长6.7%。个人客户经营业绩持续增长，生态布局渐入佳境。截至2020年6月末，个人客户数达2.10亿，较年初增长4.6%；上半年新增客户1,809万，其中35.4%来自集团五大生态圈的互联网用户；客均合同数2.69个，较年初增长1.9%。深耕“一个客户、多种产品、一站式服务”的综合金融经营模式，团体综合金融业务价值贡献稳步增长；以“商行+投行+投资”的综合模式服务战略客户，以线上化方式服务小微客户，推动客户分层经营。2020年上半年，团体业务综合金融融资规模同比增长170.2%，对公渠道综合金融保费规模同比增长168.4%。

敏捷响应，核心金融业务全面线上化转型，经受住了严峻考验。疫情期间，平安寿险一手抓改革，一手稳经营，快速建立行业领先的线上化经营模式，代理人规模在第二季度末企稳回升至114.5万，较第一季度末增长1.2%。产险业务稳健增长，品质持续优于行业，原保险保费收入同比增长10.5%，综合成本率为98.1%。截至2020年6月末，“平安好车主”APP注册用户数突破1.09亿，较年初增长17.8%；6月当月活跃用户数突破2,700万。银行业务经营保持稳定，风险抵补能力进一步增强。疫情期间，平安银行全面推进数字化经营及线上化运营，业务得到快速恢复。上半年实现营业收入783.28亿元，同比增长15.5%；截至2020年6月末，拨备覆盖率较年初上升31.81个百分点。

科技能力持续深化，医疗科技战疫得力。截至2020年6月末，公司科技专利申请数累计达26,008项，较年初增加4,625项；在2020年全球金融科技专利排名榜中，平安以超1,500项专利申请，连续两年位居全球第一位。疫情高峰期间，平安好医生互联网平台的累计访问量超11.1亿人次；2020年上半年，平安好医生在线医疗业务收入同比强劲增长106.8%达到6.95亿元。

非常时期，就是企业履行社会责任的关键时刻。面对新冠肺炎疫情，公司快速从公益捐赠、保险保障、实体经济服务、医疗科技支持等领域全面出击，全集团上半年提供的物资及现金捐赠总额超过1.75亿元。深化可持续发展理念，截至2020年6月末，责任投资规模达1.18万亿元。紧扣“精准扶贫”，推进“三村扶贫工程”，累计提供产业扶贫资金达249.05亿元。社会声誉、品牌价值持续提升，2020年公司名列《财富》世界500强第21位，《福布斯》全球上市公司2000强第7位，BrandZTM全球品牌价值100强第38位，五度蝉联全球保险品牌第1位。

展望下半年，新冠肺炎疫情的整体影响还在持续，一些地区的形势依然严峻，对我国经济发展的冲击和影响仍在不断显现。短期，内外部风险因素有一定释放和缓解，社会秩序有序恢复，主要经济指标持续改善；中长期，国际环境、经济形势的不确定性仍未消除。

艰难困苦，玉汝于成。没有艰辛就不是真正的奋斗，越是困难越要坚定不移地推进改革。改革就是平安目前最大的历史任务和奋斗方向，我们要坚定改革信念与路径不动摇，以高度的使命感与责任感，迎难而上、直面挑战；既要保持日常经营、改革转型两不误，又要彻底解决根源性、深层次的问题，打造长期可持续高质量发展平台，为客户和社会提供更安心稳健的保险保障，为中国乃至全球寿险业贡献平安智慧，最终迎来改革转型的全面胜利。

4.2 客户经营分析

平安坚持以客户为中心的经营理念，深耕个人客户、培育团体客户，持续推进综合金融战略，夯实平安经营客群。平安个人业务基于“一个客户、多种产品、一站式服务”的客户经营理念，围绕“金融服务、医疗健康、汽车服务、房产服务、智慧城市”五大生态圈，在“金融+科技”、“金融+生态”的规划指引下，持续推动“科技赋能金融、科技赋能生态、生态赋能金融”，为客户提供更丰富的产品与更优质的服务。个人客户数的持续提升、客均合同数的稳定增加和稳健的产品盈利能力，已经成为平安个人业务强劲增长的内部驱动力。平安团体业务聚焦战略客户和小微客户，分层经营，打造一个客户、N个产品的“1+N”服务模式，满足客户综合金融需求；同时积极运用科技手段提升客户体验、降低服务成本，以综合金融模式服务实体经济、践行普惠金融。

2020年上半年，在新冠肺炎疫情的冲击下，集团个人业务营运利润同比下降2.3%至650.25亿元，占集团归属于母公司股东的营运利润的87.5%。截至2020年6月末，集团个人客户数达2.10亿，较年初增长4.6%；上半年新增客户1,809万，其中35.4%是来自集团五大生态圈的互联网用户；客均合同数2.69个，较年初增长1.9%。在客户规模持续增长的情况下，集团个人客户交叉渗透程度仍不断提升，有7,828万个人客户同时持有多家子公司的合同，较年初增长6.2%；在整体客户中占比37.3%，较年初上升0.5个百分点。集团用户经营能力持续提升，截至2020年6月末，集团互联网用户量达5.60亿，较年初增长8.7%。

平安团体业务价值贡献稳步提升。2020年上半年，对公渠道综合金融保费规模同比增长168.4%，团体业务综合金融融资规模同比增长170.2%。截至2020年6月末，团体业务为个人业务提供资产余额达1.34万亿元；为保险资金配置提供资产余额达4,985.04亿元，上半年新增590.49亿元。

未来，平安个人客户经营将始终坚持以个人客户为中心，不断深化科技创新能力，赋能产品创新优化和服务质量提升，完善客户体验，实现平安个人客户价值与公司价值的共同成长。团体客户经营将持续聚焦战略客户及小微客户，通过深化“1+N”服务模式，提高客户服务水平，提升风险管控能力，不断做深、做透团体客户经营，为客户创造更大价值。

4.3 科技引领业务变革

平安持续深化“金融+科技”、“金融+生态”战略。平安通过研发投入持续打造领先科技能力，广泛应用于金融主业，并加速推进“金融服务、医疗健康、汽车服务、房产服务、智慧城市”五大生态圈建设。平安对内深挖业务场景，强化科技赋能，助力实现降本增效、风险管控目标，打造优质产品，增加营业收入；对外输出领先的创新产品及服务，发挥科技驱动能力，促进行业生态的完善和科技水平的提升。

平安持续聚焦核心技术研究和自主知识产权掌控，持续加大科技研发投入。截至2020年6月末，平安拥有近11万名科技从业人员、超3,000名科学家的一流科技人才队伍。同时，平安的8大研究院、57个实验室与北京大学、清华大学、复旦大学等顶尖高校和研究机构开展深入合作，助力平安实现科技突破。截至2020年6月末，公司科技专利申请数较年初增加4,625项，累计达26,008项，位居国际金融机构前列；其中发明专利申请数占比近96%，PCT及境外专利申请数累计达6,307项。在2020年6月发布的《2020年全球金融科技专利排行榜TOP100》中，平安以超过1,500项专利申请连续两年位居全球第一位；在2019年公开的数字医疗科技专利申请数排名中位居全球第二位；PCT国际专利申请数位居全球第八位。

科技实力持续突破，上半年平安在人工智能、医疗科技等领域频频斩获国际荣誉。其中，金融壹账通Gamma Lab团队在2020年国际计算机视觉与模式识别会议（CVPR 2020）举办的扫描文档OCR问答与检索竞赛(DocVQA)中斩获两项子任务第一。

4.4 主要业务经营分析

4.4.1 业绩综述

本公司通过多渠道分销网络，以统一的品牌，借助旗下平安寿险、平安产险、平安养老险、平安健康险、平安银行、平安信托、平安证券、平安资产管理及平安融资租赁等子公司经营金融业务，借助陆金所控股、金融壹账通、平安好医生、平安医保科技、汽车之家等子公司、联营及合营公司经营科技业务，向客户提供多种金融产品和服务。

4.4.2 寿险及健康险业务

本公司通过平安寿险、平安养老险和平安健康险经营寿险及健康险业务。

公司积极应对挑战，升级线上化经营模式，同时坚持以客户为中心，主动加强合规管理、提升风险防范水平，持续深化“产品+”、“科技+”战略，巩固业务基础，实现长期可持续增长。2020年上半年，寿险及健康险业务的新业务价值达310.31亿元，同比下降24.4%，新业务价值率同比下降8.0个百分点，主要是受新冠肺炎疫情影响，公司传统代理人线下业务展业受阻，高价值高保障型业务受到一定冲击。公司坚持聚焦保障，推动产品策略顺应疫情环境作调整，加大易于销售但价值率相对较低的线上简单产品推广力度，以储备客户资源，为疫情过后客户转化做准备。虽然2020年上半年新业务出现短期波动，但核心利润依然稳健，寿险及健康险业务的税后营运利润同比增长6.4%至515.35亿元，年化营运ROE达39.2%。

新冠肺炎疫情强化了公众的健康保障意识，激发了公众的健康险需求，并加速了客户行为线上化进程。国家也已出台相关政策，鼓励商业健康险发展、健康管理服务与健康保险的融合创新。未来，公司将借助领先的科技优势，推动健康险等业务良好发展。

寿险及健康险业务关键指标

（人民币百万元）	截至2020年6月30日止6个月／2020年6月30日	截至2019年6月30日止6个月／2019年12月31日	变动(%)
新业务价值	31,031	41,052	(24.4)
新业务价值率(%)	36.7	44.7	下降8.0个百分点
用来计算新业务价值的首年保费	84,548	91,908	(8.0)
内含价值	805,374	757,490	6.3
内含价值营运回报率（年化，%）	18.7	28.4	下降9.7个百分点
营运利润	51,535	48,433	6.4
营运ROE（年化，%）	39.2	43.8	下降4.6个百分点
净利润	45,888	71,029	(35.4)

渠道经营情况

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
代理人产能及收入			
代理人渠道新业务价值	27,705	36,197	(23.5)
月均代理人数量（万）	110.8	123.5	(10.3)
代理人人均新业务价值（元／人均每半年）	25,003	29,314	(14.7)
代理人活动率(1)(%)	53.0	61.8	下降8.8个百分点
代理人收入（元／人均每月）	6,189	6,617	(6.5)
其中：寿险收入（元／人均每月）	5,127	5,901	(13.1)
保单继续率			
13个月保单继续率(%)	88.1	90.6	下降2.5个百分点
25个月保单继续率(%)	85.1	91.3	下降6.2个百分点
	2020年6月30日	2019年12月31日	变动(%)
个人寿险销售代理人数量（人）	1,145,142	1,166,914	(1.9)

注：(1) 代理人活动率=当年各月出单代理人数量之和／当年各月在职代理人数量之和。

(2) 因四舍五入，直接计算未必相等。

4.4.3财产保险业务

本公司主要通过平安产险经营财产保险业务，平安产险经营业务范围涵盖车险、企财险、工程险、货运险、责任险、保证险、信用险、家财险、意外及健康险等一切法定财产保险业务及国际再保险业务。平安产险连续十年荣获中国车险及财产险“第一品牌”。平安产险主要依靠遍布全国的43家分公司及2,740余家中心支公司、支公司、营销服务部及营业部销售保险产品，分销途径包括平安产险的内部销售代表、各级保险代理人、经纪人、电话和网络销售以及交叉销售等渠道。

2020年上半年，在新冠肺炎疫情冲击下，平安产险仍维持稳健发展态势，实现原保险保费收入1,441.18亿元，同比增长10.5%。以原保险保费收入来衡量，平安产险是中国第二大财产保险公司。受新冠肺炎疫情影响，保证保险业务赔付短期上涨，带动整体综合成本率同比上升1.5个百分点至98.1%，但仍优于行业。2020年上半年，平安产险实现营运利润82.74亿元，同比下降17.6%，主要受综合成本率上升及投资收益下降的影响。从中长期来看，基于中国经济强大的韧性和发展动力，国家出台的相关支持性政策发挥效力，以及平安产险积极主动的风险管控举措，预计综合成本率将逐步恢复正常。

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
营运利润	8,274	10,039	(17.6)
营运ROE（年化，%）	17.2	24.8	下降7.6个百分点
税前利润	10,237	12,703	(19.4)
净利润	8,274	11,895	(30.4)
综合成本率(%)	98.1	96.6	上升1.5个百分点
其中：费用率(1)(%)	38.1	37.4	上升0.7个百分点
赔付率(2)(%)	60.0	59.2	上升0.8个百分点
原保险保费收入	144,118	130,466	10.5
其中：车险	95,646	92,338	3.6
非机动车辆保险	40,363	31,928	26.4
意外及健康保险	8,109	6,200	30.8
市场占有率(3)(%)	20.0	19.5	上升0.5个百分点
其中：车险(%)	23.4	23.3	上升0.1个百分点

注：(1) 费用率=（保险业务手续费支出+业务及管理费支出－分保佣金收入）／已赚保费。

(2) 赔付率=赔款支出／已赚保费。

(3) 市场占有率依据中国银保监会公布的中国保险行业数据进行计算。

4.4.4 保险资金投资组合

本公司的保险资金投资组合由寿险及健康险业务、财产保险业务的可投资资金组成。

2020年上半年，受新冠肺炎疫情影响，全球主要经济体增速大幅下行，二季度中后期缓慢重启。国内经济增速一季度明显下行，中央适时适度实施对冲性宏观政策，积极推进复工复产，第二季度经济逐步恢复。受疫情冲击影响，海外资本市场一度剧烈调整，但得益于各国政府加大宏观政策对冲力度，市场逐步反弹修复。同时，得益于中国率先有效控制疫情，加上政府及时采取“六稳”、“六保”政策稳住市场预期，国内资本市场波动总体小于海外，上证指数今年以来略有下跌，但行业分化加剧；港股受海外市场波动影响较大，下跌超10%。同时，受海外普遍零利率政策和国内宽松货币政策影响，国内市场利率有所下行。公司保险资金投资组合投资收益率受股市波动、市场利率下行等因素影响，有所承压。尽管如此，公司通过有效措施防范投资风险，确保公司保险资金投资组合安全稳健。

投资收益

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
净投资收益(1)	74,690	73,734	1.3
已实现收益(2)	15,390	9,928	1,558.4
公允价值变动损益	(4,132)	27,531	不适用
投资资产减值损失	(49)	400	不适用
总投资收益	85,899	102,593	(16.3)
净投资收益率(3)(年化，%)	4.1	4.5	下降0.4个百分点
总投资收益率(3)(年化，%)	4.4	5.5	下降1.1个百分点

注：(1) 包含存款利息收入、债权型金融资产利息收入、股权型金融资产分红收入、投资性物业租金收入以及应占联营企业和合营企业损益等。

(2) 包含证券投资差价收入。

(3) 上述投资收益率计算未考虑以外币计价的投资资产产生的净汇兑损益。作为分母的平均投资资产，参照Modified Dietz方法的原则计算。在年化投资收益率计算中，仅对存款利息收入、债权型金融资产利息收入和投资性物业租金收入等进行年化处理，对买入返售金融资产利息收入、卖出回购金融资产款及拆入资金利息支出、分红收入、投资差价收入、公允价值变动损益等均不做年化处理。

投资组合（按投资品种）

	2020年6月30日		2019年12月31日	
（人民币百万元）	账面值	占总额比例(%)	账面值	占总额比例(%)
现金、现金等价物	111,162	3.2	95,680	3.0
定期存款	225,429	6.5	210,925	6.6
债权型金融资产	2,434,356	70.0	2,248,446	70.1
股权型金融资产	455,939	13.3	450,569	14.0
长期股权投资	129,094	3.8	120,345	3.8
投资性物业	60,011	1.7	61,005	1.9
其他投资(1)	26,044	0.9	21,866	0.6
投资资产合计	3,442,035	100.0	3,208,836	100.0

注：(1)其他投资主要含存出资本保证金、三个月以上的买入返售金融资产、衍生金融资产等。

4.4.5 银行业务

平安银行以打造“中国最卓越、全球领先的智能化零售银行”为战略目标，坚持“科技引领、零售突破、对公做精”十二字策略方针。2020年是平安银行新三年战略举措的起步之年，平安银行分别构建零售业务、对公业务、资金同业业务“3+2+1”经营策略，实现业务均衡发展，并着力打造“数字银行、生态银行、平台银行”三张名片，优化资产负债结构，夯实转型升级基础，推动发展迈向新台阶。2020年上半年，平安银行整体经营保持稳定，实现营业收入783.28亿元，同比增长15.5%；实现减值损失前营业利润561.50亿元，同比增长18.9%。同时，受新冠肺炎疫情带来的不确定性影响，平安银行根据经济走势及国内外环境预判，主动加大了拨备计提力度，以提升风险抵补能力，从而导致净利润同比下降11.2%。

关键指标

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
减值损失前营业利润	56,150	47,241	18.9
净利润	13,678	15,403	(11.2)
成本收入比(1)(%)	27.30	29.46	下降2.16个百分点
平均总资产收益率(年化，%)	0.67	0.88	下降0.21个百分点
加权平均净资产收益率(年化，%)	9.33	12.63	下降3.30个百分点
净息差(年化，%)	2.59	2.62	下降0.03个百分点

（人民币百万元）	2020年6月30日	2019年12月31日	变动(%)
存贷款业务(2)			
发放贷款和垫款总额	2,508,408	2,323,205	8.0
?其中：个人贷款	1,417,755	1,357,221	4.5
????企业贷款	1,090,653	965,984	12.9
吸收存款	2,486,121	2,436,935	2.0
?其中：个人存款	642,799	583,673	10.1
????企业存款	1,843,322	1,853,262	(0.5)
资产质量			
不良贷款率(%)	1.65	1.65	–
拨备覆盖率(%)	214.93	183.12	上升31.81个百分点
逾期60天以上贷款偏离度(3)(%)	94	96	下降2个百分点
资本充足率			
核心一级资本充足率(4)(%)	8.93	9.11	下降0.18个百分点

注：(1) 成本收入比=业务及管理费／营业收入。

(2) 发放贷款和垫款总额、吸收存款及其明细项目均为不含息金额。

(3) 逾期60天以上贷款偏离度=逾期60天以上贷款余额／不良贷款余额。

(4) 核心一级资本充足率的最低监管要求为7.5%。

平安银行零售转型换挡升级。尽管受到疫情影响，经营仍保持稳健发展。2020年上半年零售业务实现营业收入433.53亿元，同比增长12.3%；在营业收入中占比为55.3%，同比略有下降；同时，平安银行加大了零售资产的拨备计提力度，零售业务净利润74.80亿元，在净利润中占比为54.7%，同比有所下降，但仍在合理范围内。截至2020年6月末，平安银行管理零售客户资产(AUM)23,216.15亿元，较年初增长17.1%，零售客户数及“口袋银行”APP注册用户数均突破1亿户；个人存款余额6,427.99亿元，较年初增长10.1%。综合金融对零售业务的贡献不断增强，集团迁徙客群的不良率总体低于整体情况，资产质量优于其他客群。

截至6月30日止6个月（人民币百万元）	2020年	2019年	变动(%)
零售业务经营成果			
零售业务营业收入	43,353	38,596	12.3
零售业务营业收入占比(%)	55.3	56.9	下降1.6个百分点
零售业务净利润	7,480	10,810	(30.8)
零售业务净利润占比(%)	54.7	70.2	下降15.5个百分点
	2020年6月30日	2019年12月31日	变动(%)
零售客户数量(1)（万）	10,168	9,708	4.7
管理零售客户资产（AUM，人民币百万元）	2,321,615	1,982,721	17.1
信用卡流通卡量（万张）	6,148	6,033	1.9

注：(1) 零售客户数包含借记卡和信用卡客户数量，并去重。

4.4.6 资产管理业务

(1) 信托业务

平安信托持续聚焦“特殊资产投资、基建投资、服务信托、私募股权投资”四大核心业务，助力实体经济高质量发展。特殊资产投资方面，平安信托立足于服务实体经济，致力于探索创新模式与渠道，积极构建特殊资产生态大平台，整合优质资源，助力实体经济风险化解，为企业提供特殊资产投行服务。基建投资方面，平安信托紧跟国家战略方向，聚焦新基建、基础设施、能源等领域，为保险资金和机构投资者提供现金流稳定、风险回报合理的金融产品，支持国家基础设施建设升级。服务信托方面，平安信托加强主动管理，聚焦B端业务拓展，为机构投资者提供优质的信托服务。私募股权投资方面，平安信托通过积极输出长期积累的专业投资与管理经验，重点支持节能环保、高端制造、医疗健康等新兴产业领域内的优质企业，帮助企业提升经营能效和价值，助力国家产业结构升级。平安信托通过科技应用，在信托行业内首创资金资产在线撮合、产品创设全面自动化，以提升效率、赋能业务。同时，平安信托持续运用科技赋能风控，实现风险的全流程智能化管理，打造行业内审慎经营、风险控制最佳的全面风险管理体系。截至2020年6月30日，平安信托净资本规模202.23亿元，净资本与各项业务风险资本之和的比例为208.8%（监管要求≥100%），净资本与净资产比例为79.2%（监管要求≥40%），均符合监管要求。

(2) 证券业务

平安证券依托综合金融与科技优势，业绩稳健增长。2020年上半年，新冠肺炎疫情暴发对实体经济造成较大冲击，证券行业得益于扩大注册制范围等资本市场深化改革措施带来的市场活跃度提升，经营业绩有所改善。平安证券发挥科技优势，克服疫情带来的线下展业受阻、信用风险上扬等不利影响，上半年实现净利润15.65亿元，同比增长25.0%。经纪业务方面，在线下网点展业受限的情