## 信息披露

(上接B049版) 共建生态、共助实体"。2020年11月,本行重磅上线了平安银行数字账户(MAX卡),通过深化金融服务 与各类生产、生活场景充分融合,为用户及合作企业提供个性化、全线上、无缝衔接的金融解决方案。一方

面助力合作伙伴实现更充沛、更精准的流量和转化;另一方面可满足用户投资理财、普惠信贷、信用支付 余额理财支付等一系列的金融服务需求。2020年,开放银行实现互联网获客405.63万户,占零售总体获客 量的39.0% 在经营模式创新上,积极推动新模式落地,持续强化全场景经营。本行依托科技领先优势,通过强化 人机协同,积极推动 "AI+T+Offline"的全新模式,并打造统一的中台能力,升级客户分层经营模式,提 升客户体验及经营效率;同时聚焦八大重点客群的场景化经营,提升客户精细化经营能力。本行重点经营 的八类客群包括"董监高"、"超高净值"、"小企业主"、"理财金领"、"精明熟客"、"颐年一族","年轻 潮人"、"有车一族"。在老年客群经营方面,本行通过持续完善优惠权益、专属产品及定向服务,精准满足

老年客群需求,启动推广"深圳市智慧养老颐年卡",受到广泛好评,截至2020年末,累计发卡超61万张; 在年轻客群经营方面,通过积极融入年轻人社交场景,联合"Bilibili"推出了B站联名借记卡,并持续丰 富应用场景,创造潮流内容,不断提升年轻客群认同度。智能客户经营平台建设方面,本行聚焦平安口袋 银行APP "金融+生活" 线上流量平台布局,一方面,持续推进功能迭代,针对"颐年一族"、"年轻潮人" "小企业主"等客群推出了个性化定制体验,实现了口袋银行APP全站层级的个性化分群经营;另一方 面,积极推动全渠道、全流量线上生态运营,在发展自有渠道生态之外,通过小程序方式与微信等外部渠 道合作共建生态,引入外部高频生活场景服务,持续提升用户活跃度及粘度,APP月活跃用户数统计口径 因此也做了相应调整,纳入了外部合作小程序活跃用户数。2020年末,平安口袋银行APP月活跃用户数 (MAU)达4,033.14万户,还原同口径后较上年末增长15.6%,其中生活场景月活跃用户数超2,181.97万 户,较上年末增长79.1%,占总活跃用户数的54.1%。

在客户服务创新上,着力构建全渠道、一体化的客户服务体验体系,持续优化全流程服务。本行通过 打造"1+N"(1个综合化客服团队加N个专家团队)的厅堂服务和空中客服模式,以科技赋能持续驱动服 务标准化、线上化,为客户提供一站式、综合化的咨询服务。上半年面对疫情冲击,本行全面升级了线上化 运营能力. 在平安口袋银行APP推出新版"金融频道"及"生活频道"。通过快速上线"在家办"系列专 区,向客户提供线上化金融产品及便民惠民服务,快速响应客户需求,助力复工复产。2020年12月,本行 客服NPS(Net Promoter Score,客户净推荐值)超82%,网点NPS超90%。凭借金融科技实现最佳用户 体验等优势,本行获评由《欧洲货币》颁发的2020"全球最佳数字银行"等奖项

凭借在获客渠道、经营模式、客户服务等方面的深耕与创新,本行零售客户基础不断夯实,业务规模 不断壮大,重点业务业绩表现持续提升。主要表现在: 存款业务经营方面,本行持续深入推进零售存款"稳增长、调结构、降成本"。一是强化重点客群经

营,拓宽存款来源渠道,通过全面分析客户旅程,将存款业务嵌入客户触点,并加大中老年、少儿、留学等 客群经营,有效夯实存款客户基础;二是强化场景化经营,提升活期存款沉淀,通过持续做大AUM提升自 然派生存款;通过绑定信用卡或其他产品还款账户,提升客户存款留存比例;通过持续发力代发及收单等 批量业务, 带动结算性存款增长; 三是压降结构性存款规模, 通过强化定期储蓄存款经营等措施, 有序做 好压降资金承接。2020年末,个人存款余额6,846.69亿元,较上年末增长17.3%,其中个人活期存款余额 2,422.69亿元,较上年末增长21.2%。2020年,个人存款日均余额6,194.25亿元,同比2019年增长21.0%, 其中个人活期存款日均余额2,072.79亿元,同比2019年增长22.4%;2020年个人存款平均成本率同比 2019年下降20个基点至2.42%。 代发业务拓展方面,本行重点推广"平安薪"服务平台,该平台提供"代发工资"等基础服务,同步配

续进行功能迭代、优化。2020年末,本行代发及批量业务客户带来AUM余额3,864.49亿元,较上年末增长 13.5%,带来客户存款余额1,082.30亿元,较上年末增长22.1% 重占产品销售方面,本行积极把握资本市场改革机遇,高度重视基金产品销售能力的建设,重点打造 公募基金"平安优洗"品牌,强化线上化运营及科技赋能,基金销售业绩显著增长。2020年,"平安优洗"

套考勤管理服务、职业培训服务、差旅管理服务、福利集采服务、企业远程医务室服务等非金融服务,并持

基金表现优异,"平安优选"股票及混合类基金平均收益率52.5%,相对上证指数的超额收益达38.7%;代 理非货币公募基金销售额1,494.06亿元,同比增长155.8% (2)私行财富

2020年末,本行财富客户93.42万户,较上年末增长19.9%;私行达标客户5.73万户,较上年末增长 30.8%,其中私行达标客户AUM规模11,288.97亿元,较上年末增长53.8%。 私行财富关键指标(部分)

(货币单位:人民币百万元)

|   | 項目              | 2020年              | 2019年      | 本年变动       |     |
|---|-----------------|--------------------|------------|------------|-----|
|   | 财富客户数(万户)       | 93.42              | 77.93      | 19.9%      |     |
|   | 私行达标客户(万户)      | 5.73               | 4.38       | 30.8%      |     |
|   | 私行达标客户AUM余额     | 1,128,897          | 733,941    | 53.8%      |     |
| 2 | 020年,本行私人银行及财富的 | <b>管理板块全面提升综</b> 位 | 今化、专业化及科技化 | 能力,以满足私行客户 | コ多杉 |

化需求为中心, 持续搭建完善产品体系及差异化的权益体系, 聚焦超高净值客户经营, 不断提升私行品牌 影响力,致力于打造"中国最智能、国际领先的私人银行" 综合化能力提升方面,本行依托平安集团综合金融优势,通过多渠道触达私行客户,在产品售前、售

中、售后全生命周期中提升优质客户经营能力。一是持续加强全品类、开放式产品平台建设,积极推动业 条创新, 签约本行首单亿元以上家族办公室服务, 落地首批防疫专项兹姜信托及首单物业经营信托; 保险 金信托业务全面升级,在保障全面性、条款个性化、灵活度和降低客户成本等方面取得突破;二是进一步 打造面向私行客户的各项投融资服务,满足私行客户的财富管理需求;三是针对高净值客户及上市公司 董监高客户,按照家族办公室模式进行试点经营,结合客户需求提供一站式综合化服务 专业化能力提升方面,一是组建产品策略配置委员会,聚焦资产配置工具运营,通过"专业投研+专

业投顾"双核心输出专业化能力;二是以科技赋能为载体,持续加强投研、投顾和家族办公室专业团队建 设,提升总行专家团队对分行队伍及线上渠道的辐射能力,实现对私行客户服务半径的扩展与服务体验 的提升,同时,打造了超过3,000人的专业私人银行和财富管理前线队伍;三是持续升级智能投顾服务,围 绕客户全生命周期需求,通过财富诊断与组合推荐,向客户提供全面、个性化资产配置建议。

科技化能力提升方面,持续升级产品销售平台、智能运营平台及队伍展业平台。在产品销售平台升级 ·.推出了AI私募直通平台,在国内首次实现私募产品7×24小时全线上化自主交易,已支持本行超96% 的私募产品认购;推出AI银保系统,通过线上获客经营的投保规模占比已达80%;在业内率先实现保险金 信托业务100%线上化,设立时间由30个工作日缩减到2个工作日;在队伍展业平台升级上,通过推出智能 展业平台,将传统的"产品销售模式"升级为"投顾服务模式",助力业务队伍高效拓展和服务客户。

以综合化、专业化及科技化能力为基础,本行聚焦超高净值客户经营,构建新的顶级私行经营生态 <sup>2</sup>品策略上,通过自建及整合平安集团内子公司资源,建立"私行+投行","境内外一体化"的产品服务 能力;服务体系上,打造了涵盖全权委托投资、家族办公室、保险金信托、企业治理服务等在内的顶级私行 账户体系;私享权益上,为超高净值客户配置7×24小时专属私人管家,打造延展至客户家族企业、家庭成 员和个人的全方位私人定制服务;圈层经营上,推出了企业家服务专属品牌"企望会",通过企业家圈层 合作、家族办公室联盟、公私联动等方式,打造超高净值客户经营生态圈。

通过持续推进各项能力建设及创新,本行私人银行品牌影响力显著提升。2020年,本行携手福布斯中 国联合推出《2020中国家族办公室白皮书》,并发布家族办公室服务宣传片。基于高净值客户慈善需求, 搭建"平安乐善"平台,创新推出了可持续、可复制的"数字助农"扶贫模式,打造形成行业独具特色的公 益体系。凭借不断提升的综合实力,平安私人银行日益受到市场的广泛认可,2020年获评中国资产管理年 会金贝奖"2020卓越私人银行"、《环球金融》"最佳私人银行"等奖项。 (3)消费金融

2020年末,本行个人贷款余额16,049.40亿元,较上年末增长18.3%。本行持续强化信用卡、贷款产品 的数据化经营和线上化运营能力,加强消费金融业务与私行财富业务的联动,加大对较低风险的持证抵 押贷款投放,同时建立和发展基于客户分层分群经营的、差异化定价的信用类产品体系,提升优质客户信 用类贷款的市场占有率,整体个人贷款业务增长良好,2020年末,本行个人房屋按揭及持证抵押贷款占个 人贷款的比例由年初30.3%上升至32.9%、业务结构及客群结构持续优化。

消费金融关键指标(部分)

| 维顶:               | 項目                | 2020年     | 2019年     | 本年变动   |
|-------------------|-------------------|-----------|-----------|--------|
| 信用卡               | 信用卡应收账款           | 529,251   | 540,434   | (2.1%) |
|                   | 信用卡流通卡量(万张)       | 6,425     | 6,033     | 6.5%   |
|                   | 伯用卡总交易金额          | 3,454,021 | 3,336,677 | 3.5%   |
| 新一致·              | "新一贷"贷款余额         | 146,293   | 157,364   | (7.0%) |
| 个人房屋按揭及持证抵<br>甲贷款 | 个人房屋按揭及持证抵押贷款新发放额 | 261,698   | 193,045   | 35.6%  |
|                   | 个人房屋按揭及持证抵押贷款余额   | 528,384   | 411,066   | 28.5%  |
|                   | 其中:住房按揭贷款余额       | 239,467   | 199,371   | 20.1%  |
| 气车金融贷款            | 汽车金融贷款新发放额        | 221,098   | 156,674   | 41.1%  |
|                   | 汽车金融贷款余额          | 246,416   | 179,224   | 37.5%  |

2020年末,本行信用卡流通卡量达到6,424.51万张,较上年末增长6.5%;信用卡贷款余额5,292.51亿 元,已恢复至上年末水平的98%;年初受疫情冲击,信用卡消费金额有所下滑,本行快速反应,积极推进线 上化场景布局,为用户提供全周期、多方位的线上化、综合化服务,2020年3月以来,信用卡日消费金额已 恢复至疫情前水平、2020年信用卡总交易金麵34,540,21亿元。同比增长3.5%。

2020年,本行全面升级信用卡业务发展策略,依托金融科技优势加快精细化经营、场景化经营及智能 化服务布局,取得良好的阶段性成效。主要包括:

-是围绕重点客群进行精细化经营布局,持续为客户提供多样化的产品及服务。2020年,本行针对车 主客群推出"好车主信用卡"并不断升级优化产品服务,打造"加油88折"、"8.8元洗车"、"免费代驾" 等王牌权益,为车主客户打造一站式、全生命周期的车生态金融服务,2020年全年发卡近200万张;针对 年轻客群发行"平安悦享白金信用卡"及"平安萌宠主题信用卡",带来个性化的用卡体验;针对商旅客 群,发行平安银行美国运通"耀红卡"与"Safari卡",以及携程、去哪儿、春秋航空主题联名卡,并不断优 化航空延误险等特色权益,为中高端商旅客群打造优质的产品与服务。同时,本行持续深化跨界合作,推 进策略联盟模式,联合国美、途虎养车、肯德基、京东等合作方优质资源,开展深度合作、共建生态圈,为客 户提供多样化的产品与服务。

二是依托线上平台积极推动场景化经营布局,全方位满足客户用卡及消费需求。一是持续推动口袋 商城场景化经营,不断丰富线上消费场景。本年建设并优化了"口袋超市"、"大牌来了"、"24期免息专 区"等频道,全年共开展1,000余场不同主题特色的活动和100余场直播活动;二是积极推动全域整合营 销,下半年重磅打造了"全城天天88"系列营销活动,活动参与用户超1.190万人,超10万家商户共享营 销成果;三是在行业内率先革新积分体系,全面实行移动支付发分,并针对近20家线上头部商户推出5倍 积分加码权益,促动用户线上活跃度。 三是依托自主核心科技强化智能化服务布局,持续提升客户体验及经营效益。一是自主开发完成了

信用卡新核心系统革新。2020年10月末,信用卡A+新核心系统成功完成切换投产,成为业界第一个将金 融机构核心业务系统在服务不中断情况下无缝迁移到PC服务器分布式架构的成功案例。新系统更加宏 全高效,支持十亿级交易用户及日交易量,支持敏捷开发,灵活创新和稳定运行,可大幅降低业务运营风 险和运营成本;二是通过搭建智能语音中台,不断升级AI智能语音技术,目前已渗透到97个业务场景,年 卜呼规模达1.71亿通;三是打造了"灵犀"智能服务体系,为用户提供智能化、综合化精准服务推荐,变 "被动服务"为"主动服务",提升客户服务体验和满意度,并获得良好的经济及社会效益,入选2020年 "深圳银行业社会责任优秀案例"。凭借"快、易、好"的极致客户体验,本行信用卡中心荣获由中国银联 颁发的"客户服务突出贡献奖"及2020年度金音奖"中国最佳客户体验奖"等多项大奖。

2020年,本行"新一贷"新发放1,052.84亿元,其中四季度发放335.05亿元,环比三季度增长31.1%, 本年各季度发放量呈稳步上升趋势;2020年末"新一贷"余额1,462.93亿元,较上年末下降7.0%,四季度 余额规模全面扭转下降态势,较三季度末余额增长38.52亿元。本行在坚持审慎稳健风险政策的基础上。 通过大力推动业务流程线上化改造,加快数据直联步伐,研发并上线全流程线上化产品"新一贷快贷" 进一步提升"新一贷"业务时效从而提升客户体验,截至2020年末,"新一贷"业务中全线上化贷款占比 超70%。同时,本行进一步完善智能风险定价策略,优化风险管理,并积极探索与外部场景平台合作,持续 扩大经营及消费场景嵌入,强化存量优质客群经营、挖掘新的业务增长点。本行将继续坚持以客户需求为 中心,借助国家消费升级以及疫情后经济持续恢复的机遇,进一步丰富经营及消费金融服务场景,完善 "新一贷"产品谱系,持续拓展优质客群,提升服务实体经济及小微企业主客群的能力。 个人房屋按揭及持证抵押贷款

2020年,本行个人房屋按揭及持证抵押贷款新发放2.616.98亿元,同比增长35.6%;2020年末,个人 房屋按揭及持证抵押贷款余额5,283.84亿元,较上年末增长28.5%,其中住房按揭贷款余额2,394.67亿 元,较上年末增长20.1%。本行积极贯彻服务实体经济的工作要求,大力落实支持小微企业经营融资需求 的政策导向,推出"宅抵贷快贷",对持有优质房产的优质客户提供差异化的贷款服务,并进一步降低客 中融资成本;通过持续优化业务流程,进一步减少线下流程节点,房贷业务线上化流程最快可达T+0,大 幅提升业务办理时效和客户体验。

此外,本行积极发展优质客户信用类贷款"户领贷"。一方面,本行持续发挥综合金融优势,通过全线 上化的产品流程优化,以极致的客户体验满足平安集团优质客户的信贷需求;另一方面,将"白领贷"作 为获取优质客户的钩子产品,拓展优良企业受薪客户,实现批量获客。2020年,"白领贷"实现较快增长,

## 汽车金融贷款

2020年, 本行汽车会融贷款新发放2,210,98亿元, 同比增长41.1%; 2020年末, 汽车会融贷款余额2. 164.16亿元,较上年末增长37.5%。本行汽车金融业务深入贯彻"四化"及车生态经营策略,强化汽车金融 智慧经营平台建设,不断完善产品体系,强化科技赋能,提升客户体验和服务效率,业务保持较快增长,行

一是依托金融科技优势,着力打造车生态体系。本行持续加强二手车业务生态平台建设,升级"车E 通"平台,完善车商线上化服务体系,打造能够满足二手车经销商的进、销,存各环节经营管理和金融需求 的一站式综合服务平台。同时,本行围绕客户买车、用车、护车、换车等场景,不断丰富口袋银行APP车主 生活频道、微信公众号等线上运营平台,为车主客户构建一站式车生态服务圈,2020年末,汽车金融客群 月活跃用户数(MAU)239.10万户,较上年末增长36.1%

争日趋激烈的新车金融领域,汽车消费金融中心在巩固与主机厂深度合作的基础上,积极拓展与新能源 汽车品牌厂商的合作,目前已与各大新能源品牌建立深入的总对总合作,围绕获客模式、合作模式、客户 服务三大方向加快新能源领域汽车金融布局,2020年,个人新能源汽车贷款新发放65亿元,服务客户2.7 万户;在二手车金融方面,加快布局,持续引领行业发展,通过科技赋能,着力打造低成本、轻运营的经营 模式。2020年,二手车贷款新发放355.48亿元,同比增长96.6%,排名领先同业;在商用车金融领域,不断拓 展业务触达广度与深度,及时把握疫情期间商用车销量崛起的机遇,实现了商用车贷款发放金额的放量 突破,同比增幅达213.1%。

三是科技全面赋能汽车金融业务的线上化运营,为客户提供了便捷、高效的服务体验。本行通过加强 全线上自主服务相关基础能力建设,持续提升各业务环节自主作业渗透率,新车贷款、二手车贷款、车主 E个主要产品的全流程作业时长较上年末分別缩短16%、29%、52%;同时,本行依托平安口袋银行 APP. 微信公众号等平台持续提升线上化运营能力,广泛应用AIT具赋能队伍,通过SAT线上化营销模式 触达客户,并基于大数据驱动客户经营,为客户提供多样化的金融及产品服务,同时有效助推AUM及信 用卡等业务的协同增长。

2、"2"大核心能力 (1)风险控制

2020年末,本行个人贷款不良率1.13%,较上年末下降0.06个百分点,较9月末下降0.19个百分点。其 中,信用卡应收账款不良率2.16%,较上年末上升0.50个百分点;"新一贷"贷款不良率1.13%,较上年末下 降0.21个百分点;汽车金融贷款不良率为0.70%,较上年末下降0.04个百分点。受新冠疫情导致的外部经 济环境波动、消费需求收缩、居民收入下降等不利因素影响,年初零售资产质量出现了短期波动,个人贷 款新增逾期有所上升。为了缓解疫情影响,本行运用行业领先的科技实力和风控模型,优化客户准入门槛 和风险识别度 实施差异化的风险管理策略 持续优化多群结构 并加大不良资产处置力度 2018年以来,本行逐步提高了有抵押类贷款和优质白领客户的信用贷款占比,优化了零售信贷业务

结构,并适度收紧准人政策,有效提升了抵抗未来风险的能力。面对疫情的冲击,一方面,本行始终坚持以 户为先,积极响应国家号召,对符合要求的小微企业主、个体工商户提供延期还款、减免利息费用、无还 本续贷等关怀服务,全面降低疫情对于本行零售客户的影响;同时,基于精准的客户画像与风险数据分析 推出了全新的智能定价策略,为优质客户、小微客户提供更加实惠的贷款定价,更好地服务实体经济,降 低中小微企业主的融资成本;另一方面,本行国际化的零售风险管理团队基于以往应对危机的经验,在1 月下旬即制定了应急预案,并有条不紊地推进各项工作,逐步化解因疫情导致的暂时性的风险累积,并采 取有力措施进一步加强对外部动向的监控以及对内部风险策略的检视,自8月开始,零售月新增不良贷款 已呈现回落趋势,年末主要产品的不良率均已出现拐点,并趋近疫情前水平。

面对疫情冲击及外部环境的变化,本行严格控制新户准人,加强对客户还款能力和还款意愿的审查, 新户质量保持历史较优水平。其中,汽车金融贷款受产品结构调整和疫情的共同影响,新户质量出现一定 下滑,但本行收紧贷前准入策略,后续新户品质将逐步好转。 账龄6个月时的逾期30天以上贷款余额占比情况详见下表:

|   | 5840.8680.00100                                   | 信用下丝吹吹吹 | W-M MW | 77、牛豆豆酸豆豆菜 |  |  |
|---|---|---------|--------|------------|--|--|
|   | 2017年   | 0.35%   | 0.20%  | 0.18%      |  |  |
|   | 2018年   | 0.29%   | 0.17%  | 0.17%      |  |  |
|   | 2019年   | 0.36%   | 0.15%  | 0.28%      |  |  |
|   | 2020年   | 0.22%   | 0.16%  | 0.43%      |  |  |
| 泊 | 注:(1) "账龄分析"也称为Vintage分析或静态池累计违约率分析,是针对不同时期开户的信贷资 |         |        |            |  |  |

\*进行分别跟踪,按照账龄的长短进行同步对比从而了解不同时期开户用户的资产质量情况。账龄6个月 时的逾期30天以上贷款余额占比=当年新发放贷款或新发卡在账龄第6个月月末逾期30天以上贷款余额 /账龄满6个月的当年新发放贷款金额或账龄满6个月的当年新开户客户的信用卡透支余额

(2)2020年数据反映的是2020年1-7月发放的贷款的账龄分析情况,8-12月发放的贷款账龄不足6 个目 待账龄至6个日以上后再纳入分析。 (2)成本控制

2020年,本行积极推动零售成本管理向"数字化驱动"进阶。一方面建立数字化成本驱动体系,深入 剖析成本支出结构,持续挖掘降本增效有效举措;另一方面结合本行"四化"经营策略,制定差异化的资 源配置方案,引导成熟业务大幅优化,增长业务精准投放,潜力业务提前布局

针对成熟业务,聚焦提产能、降成本,提高投入产出效率。机构网点建设方面,持续优化网点布局,打 造轻型化、智能化网点,提升网均盈利水平;2020年继续优化网点运营及行政管理类支出、对低产能自助 设备进行关停、搬迁,通过精细化管理和流程再造缩短作业时长等。业务模式升级方面,持续推动各业务 板块提升全线上化流程业务占比,致力于节省外部获客和人工操作成本。 针对增长业务及潜力业务 通过内部创新基金持续支持创新产品或业务模式试占投入 熔育持续发

展动能,提升客户综合化经营效率。 2020年,本行财富管理业务产能及效率得到大幅提升,本行零售网均AUM营收1,465.44万元,同比

增长41.5%;在不断加大战略投入的情况下,零售成本收入比同比下降0.06个百分点。 3、"1" 大生态 本行持续深化开放银行布局,强化基础能力建设,将金融服务与互联网场景深度融合,推动能力开放

与流量开放,助力实现场景化经营、生态化发展。能力开放方面,本行零售开放银行1.0平台于2020年3月

底投产;2020年末,本行开放银行1.0平台已发布402个产品、1,309个API(应用程序编程接口)和H5接 ,覆盖了账户、理财、支付、保证金、贷款、信用卡等产品能力;流量开放方面,通过打造开放银行小程序 平台,标准化、自助化、场景化地引入第三方服务;本行小程序平台1.0于2020年6月上线,2020年末,小程 序平台已开放48项能力、254个API接口、覆盖会员能力、支付能力、营销能力、APP基础能力等。本行合作 场景包括商业消费、交通出行、生活服务、教育医疗等领域,将金融服务和用户生活场景深度融合,形成优 势互补、共赢发展的新生态。 在AI Bank建设上,本行零售业务持续推动全面AI化,加强数据中台基础建设和顶层应用,通过知识 治理持续提升本行AI智能化水平、推动打造 "AI+T+Offline" 客户经营闭环体系。2020年末、本行构建了

完善的前中台撮合机制和中台能力孵化机制,已搭建17大业务中台,共发布195项中台能力,赋能448个 前台场景上线,不断升级完善数据化经营及线上化运营能力。 AI营销方面,本行持续强化科技赋能,基于智能应用平台不断优化人机协同服务模式,通过AI外呼 AI在线方式主动触达、服务和经营客户,累计上线超300个场景。2020年AI客户经理月均服务客户数较

销工具持续升级,高效赋能队伍,理财经理线上分享量显著提升,人均理财销售产能同比提升22.3%。 AI客服方面,本行持续升级7×24小时的"AI+客服"体系,先后上线了贷款提醒、工单处理进度提醒 以及涵盖图片、视频等形式的多媒体场景。2020年末,本行客服非人工占比达90.1%,较上年末上升4.0个

2019年月均水平提升693.1%, AUM产品月成交额较2019年月均水平提升355.2%; AI名片及OMO等营

AI风控方面,本行持续强化智能风险中台建设,以科技引领业务全面革新。通过升级贷前、贷中、贷后 AI风险机器人,覆盖贷款全生命周期并全面渗透到贷款产品的风险管理动作中,赋能业务升级,开创零售 风控新模式。2020年,本行信用卡新发卡量1,014.97万张,近90%通过AI自动审批。零售统一SAFE智能 反欺诈系统作为业内领先的客户级反欺诈管理系统,自2018年全面投入使用以来,累计防堵欺诈攻击金 额超24亿元,成功入选人民网"2020科技创新前沿企业优秀案例",获评2020年《亚洲银行家》"最佳网 络安全产品"等奖项。

智慧运营建设方面,本行着力打造体验佳、效率高和投产优的智慧运营3.0体系。一方面发布零售新 门店2.0版,聚焦场景及客群,构建生态内容体系,打造零售银行新体验;另一方面升级"流花3.0"网点管 理模式,打造线下网点和线上云店的双店经营模式、"1+N"综合化服务模式和生态化发展模式。2020年8 月,本行首家2.0零售门店重庆解放碑支行正式开业,旗下原创生活品牌"橙了"首次亮相并同步上线口袋

4、综合金融贡献

2020年,本行依托平安集团个人综合金融平台,通过输出产品、渠道、账户等能力,在赋能集团个人业 务发展的同时,较好地促进了自身业务增长。一是通过与平安集团子公司协作,打通产品能力,为客户提 供综合解决方案:保险金信托业务迅速形成市场品牌,2020年新增规模超150亿元,为2019年的6.7倍,规 模和增速均列市场第一;二是积极融入平安集团生态圈,不断丰富场景建设,以车生态为例,2020年,好车 主卡发卡近200万张;三是积极发挥银行在账户和支付结算服务上的优势,向平安集团其他子公司输出账 中能力,促进客户在银行端资产提升和价值挖掘 同时 木行挂续淬化MCM(客户介绍客户)线上化运营模式创新升级 ——具通过挂续优化SAT(社

交+移动应用+远程服务)闭环经营智能工具,提升重客SAT积极性及效率,本年累计分享转发次数1.74 亿次,同比提升320.9%,通过SAT分享带来AUM交易额达MGM整体的45.3%;二是探索私域流量经营模 沙龙营销活动,挖掘推广典范案例,本年累计举办线上客户沙龙超13万场,参加人次近200万人,总体业务 产能快速恢复。2020年,本行通过MGM模式获客(不含信用卡)净增301.34万户,占零售整体净增客户 (不会信用卡)的比例为38.7%。其中财富客户净增7.49万户、占整体净增财富客户的比例为48.4%。管理 零售客户资产(AUM)余额净增2.468.36亿元,占零售整体净增客户资产余额的比例为38.4%;MGM模 式发放 "新一贷"650.83亿元,占 "新一贷"整体发放的比例为61.8%;MGM模式发放汽车金融贷款 648.50亿元,占汽车金融贷款整体发放的比例为29.3%;信用卡通过MGM模式发卡325.26万张,在新发卡 量中占比为32.0%。

## MGM模式综合金融关键指标(部分)

|                   | 2020    | (货币单   |         |        |           |  |
|-------------------|---------|--------|---------|--------|-----------|--|
| 项目                | 综合金融贡献  | 综合金融占比 | 综合金融贡献  | 综合金融占比 | 占比变动      |  |
| 获客(不含信用卡)净增户数(万户) | 301.34  | 38.7%  | 248.91  | 27.8%  | +10.9个百分点 |  |
| 财富客户净增户数(万户)      | 7.49    | 48.4%  | 7.71    | 41.1%  | +7.3个百分点  |  |
| AUM净增额            | 246,836 | 38.4%  | 218,368 | 38.6%  | -0.2个百分点  |  |
| "新一贷" 发放额         | 65,083  | 61.8%  | 68,682  | 61.3%  | +05个百分点   |  |
| 汽车金融贷款发放额         | 64,850  | 29.3%  | 54,676  | 34.9%  | -5.6个百分点  |  |
| 信用卡发卡量(万张)        | 325.26  | 32.0%  | 487.65  | 34.1%  | -21个百分点   |  |

MGM模式获得的客户客群不良率0.81%。较"新一贷"整体不良率低0.32个百分占,信用卡通过MGM模 式获得的客户客群不良率1.96%,较信用卡整体不良率低0.20个百分点;汽车金融贷款通过MGM模式获 得的客户客群不良率1.07%,高于汽车金融贷款整体不良率,主要因汽车金融贷款MGM模式下车主贷业 务占比较高,但MGM模式下车主贷业务客群不良率较其他渠道同类业务客群不良率低0.08个百分点。

MGM模式获得客群的资产质量

| 项目      | 2020年12月31日 |                |  |
|---------|-------------|----------------|--|
| 9KH     | 整体不良率       | 通过MGM模式获得客群不良率 |  |
| 信用卡应收帐款 | 2.16%       | 1.96%          |  |
| "新一贷"贷款 | 1.13%       | 0.81%          |  |
| 汽车金融贷款  | 0.70%       | 1.07%          |  |

对公持续做精做强

2020年,本行对公业务以客户为中心,全面构建对公业务"AUM+LUM+平台"经营模式,进一步做 精做强。坚持践行对公业务"3+2+1"经营策略,聚焦"行业银行、交易银行、综合金融"3大业务支柱,重 点发力"战略客群、小微客群"2大核心客群、坚守资产质量"1条生命线"不动摇、着力打造新型供应链金 融、票据一体化、客户经营平台、复杂投融及生态化综拓"五张牌";同时,深度借助人工智能、区块链、物 联网等科技手段驱动业务创新,全力支持全行业务均衡发展及零售转型战略落地实施。

对公业务资产负债结构持续优化。2020年末,企业贷款余额10,613.57亿元,较上年末增长9.9%;企 业存款余额19,884.49亿元,较上年末增长7.3%,其中企业活期存款余额6,942.40亿元,较上年末增长 16.6%; 2020年企业存款日均余额18,983,73亿元,同比2019年增长7.7%,其中企业活期存款日均余额5 863.83亿元,同比2019年增长8.9%;2020年企业存款平均成本率同比2019年下降25个基点至2.17%。

对公收入结构有效改善。2020年,对公(不含资金同业业务)非利息净收入112.45亿元,同比增长 12.2%,在对公营业收入中的占比同比上升2.0个百分点,其贡献主要来自于综合金融、离岸融资、福费廷、 银行承兑及电子商务等多板块的共同发力。 对公"五张牌"初见成效。新型供应链金融:2020年末,平安好链平台上线客户数达13.152户,平台

年内交易量达827.15亿元,全年融资金额319.33亿元。票据一体化:全年累计直贴业务发生额达4,491.59 亿元,同比增长61.6%。客户经营平台:2020年末,数字口袋APP累计注册企业客户突破百万户,达104.02 万户,较上年末增长189.1%。复杂投融:2020年末,银行复杂投融资规模达10,869.39亿元,首次突破万 亿,较上年末增长38.0%,其中投行融资规模6.817.32亿元,较上年末增长27.1%;2020年,银行推送平安 集团其他子公司的投融资规模达4.052,08亿元,同比增长61.2%。生态化综拓;综拓业务各项指标跨越增 长,全年银行推保险规模27.01亿元,同比增长102.9%;银行与平安集团内专业公司合作落地的新增投融 资项目规模4,312.15亿元,同比增长65.1%。 1、"3"大业务支柱

(1)行业银行 行业银行的愿景是"生态银行的尖兵、战略客户经营的先锋队、复杂投融资的先行者",致力于战略

客户的深度经营。 行业银行全力支持实体经济发展,持续推动重点行业资产投放。2020年末,医疗健康、车生态、清洁能 源、民生行业、基础设施及交通运输行业、电子信息、绿色环保等重点行业的客户授信余额占比为46.2%,

与上年末基本持平。在政府金融领域,本行聚焦财政、住房、司法三大生态,借助"金融+科技"优势,不断 提升服务客户综合能力,持续推进"智慧城市"平台创新,为客户提供综合解决方案。2020年,本行新上线 政府金融类平台145个,截至年末累计达715个。 行业银行和投行充分融合,围绕重点行业、重大项目,以客户需求为核心,依托平安集团平台优势,为

客户提供定制化的综合金融服务,打响对公复杂投融品牌。2020年,本行投行融资规模6,817.32亿元,同 比增长27.1%,其中,债券承销规模4 134.97亿元,同比增长67.2%,市场份额稳定增长;并购业条规模 484.14亿元,同比增长218.2%。在新冠肺炎疫情期间,本行通过债券融资、理财直融、债权融资计划等多种 产品,全力保障客户抗疫融资需求。

行业银行与交易银行充分协同,围绕行业重点客户的上下游客群、以及"场景+平台"客群需求,依托 金融科技优势,为客户提供定制化的供应链金融服务,以及各类场景化、平台化金融解决方案。2020年末,

行业银行共为2,979户重点行业客户提供供应链金融服务,较上年末增长78.8%。

客户经营平台

2020年末, "平安数字口袋APP" 正式上线, 该平台是基于"口袋财务APP"的全面升级, 目标成为平 安集团中小微客户的统一数字化经营主门户。该平台以客户和场景为出发点,通过数字证、数字分及 "1+N" 账户体系,一方面实现数据传输、连接场景生态,另一方面通过数字分打通客户权益,形成以数字 账户为核心的生态运营,以轻量级的用户体系,为中小微企业及企业员工提供一站式综合性服务。2020年 末,本行数字口袋APP累计注册企业客户达104.02万户,较上年末增长189.1%;全年交易笔数达691.57万 笔,同比增长15.5%,全年交易金额4.33万亿元,同比增长16.4%。 本行依照行业领先标准打造了全新的数字财资平台,实现了架构领先、开放输出、客户智能个性化配 成果。

置等一体化功能。在架构领先方面,本行全新打造的数字财资平台采取微服务架构、弹性可拓展,支持公 有云, 私有云等多种部署方式, 客户仅需要一台浏览器即可使用, 无需安装客户端, 支持云端升级, 实时更 新功能;在开放输出方面,数字财资平台所有功能支持接口输出到第三方系统,满足客户功能整合、系统 整合、数据同步等需求;在客户智能个性化配置方面,数字财资平台通过灵活配置的功能权限、数据权限、 审批流程,助力企业规范财资管理流程,提升资金管理水平。 本行数字财资平台上线仅3个月,已服务近百位客户,为客户提供账户管理、预算管理、收付款管理、

资金管理、资金预警、报表统计等服务,满足大中型企业集团及财务公司现金管理、资产负债管理、税务管 理、供应链管理等需求。 本行立足平台客户场景端需求,以API等方式对外输出服务,将现金管理、票据、新型供应链金融等服

务整合并嵌入企业生产经营全流程,打通企业产业链数字化的各个环节,通过"科技+生态+渠道"的赋 能,助力企业客户发展。目前,本行以Open API标准接口提供的服务已覆盖对公业务、个人业务及平安集 团优势产品,形成B2B2C的全覆盖对外输出模式。本行通过与SaaS(software as a service,软件即服 务)平台开发商建立合作伙伴关系,打造产业生态圈,形成"1+N"批量获客及经营的生态合作模式; 2020年末,本行开放平台服务客户11,900户,较上年末增长45.1%;全年累计交易笔数43.29亿笔,同比增 支付结算

本行围绕对公业务转型战略。为产业互联网、消费互联网及各类细分业务场景下的互联网平台客户 提供"互联网平台+平台B端(企业用户)/C端(个人用户)的一体化服务"。通过持续深挖场景化支付结 算需求,创新平台供应链金融模式,基于平台交易数据,打造平台商户的数字证、数字分,实现商户服务的 互联,权益体系的互通,构建本行服务互联网平台的闭环生态。2020年,本行互联网支付结算业务服务的 平台企业累计交易笔数达56.55亿笔,同比增长163.0%;累计交易金额达9.58万亿元,同比增长129.2%。 供应链金融

产业互联网发展和内循环战略为供应链金融发展蕴育了巨大商机,层出不穷的新科技推动供应链金 融新业态爆发式增长。本行深入行业产业链全景,不断创新场景业务模式,切入供应链场景生态,实现业 务线上化、模型化、自动化,以供应链金融为纽带,全面集成交易银行产品与服务,持续提升"供应链+"的 组合拳能力,为客户提供行业化、定制化解决方案,满足企业供应链金融愈发多元化、个性化、线上化的需 求。本行建立"供应链+普惠"的一体化经营模式,批量获取"1"、"N"和"n"客户(核心企业、核心企业 子公司、供应商/经销商),打破核心企业强依赖困境,业务条线与风险条线高度协同,建立新型供应链模 型,全面落实监管关于支持小微和实体经济要求,有效帮助中小企业解决融资难、融资贵问题 同时,本行运用互联网、云计算、区块链、人工智能等技术,搭建的供应链金融平台"平安好链"持续

升级优化。平台针对核心企业及其上游中小微企业,提供线上供应链金融平台业务,涵盖应收账款确认及 转让、融资、结算、风险管理等服务,实现供应链业务的智能化、数字化经营。2020年末,平台已上线客户数 13,152户,其中,核心企业1,550户,供应商11,602户;2020年平台年内交易量达827.15亿元,同比增长 143.0%,融资额319.33亿元,同比增长234.6%。平台上线以来,本行严格客户准人,把控业务和合规风险 保证系统安全运行 实现了业务规模的趋步增长 亚台与中登网直联 运用来学字符识别(OCR)及自然 语言处理(NLP)技术,基于直实贸易背景为众多中小微企业提供了供应链金融服务 票据业务

本行对票据业务实行一体化管理,重塑业务流程,通过线上化、模型化、自动化,全面升级服务,并推 出十余项创新服务方案,旨在将票据业务打造成"对公信用卡",坚持用好"金融+科技"优势,不断优化 客户体验,夯实客群基础,服务实体经济。2020年,本行累计为8,770家实体企业客户提供票据融资服务, 累计直贴业务发生额达4,491.59亿元,同比增长61.6%,线上化替代率超过90%;全年累计承兑业务发生 额达7,917.21亿元,同比增长18.0%。业务稳步发展的同时,本行持续加大对制造业企业的低成本融资支 持力度,助力制造业高质量发展,2020年末,制造业直贴余额较上年末增长约8.6倍 跨境金融 本行聚焦客户多币种、多场景的全球授信及全球财资管理需求、充分发挥在岸、离岸、自贸区、NRA

(境外机构境内外汇/人民币账户)、海外分行五大跨境金融服务体系优势,持续深耕"跨境投融资、跨境 资金管理、跨境贸易金融、跨境同业金融、跨境e金融"五大产品体系,聚焦中资企业海外经营、跨境并购、 以有化等投融资和再融资需求,为企业提供"境内外、本外币、投商行"一站式服务。同时,本行积极推进 数字化、智能化、线上化经营,持续提升全球交易银行(GTB)服务能力,以专业高效的跨境金融服务支持 企业全球化布局与发展。 2020年,本行紧跟实体经济融资需求,积极响应国家"复工复产"、"六稳六保"的号召,快速搭建疫

情相关外汇业务绿色通道,并围绕解决客户多元化跨境金融服务需求,持续开展业务模式及智慧服务创 新,其中包括牵头筹组跨境银团帮助中资企业解决境外项目融资需求、与外贸综合服务平台公司合作为 广大中小企业提供出口信用证服务、为境内实体企业直接提供低成本跨境融资等,满足企业防疫抗疫及 复丁复产期间的跨境融资及金融服务需求,全力支持实体经济发展。2020年末,本行对公外而存款余额折 人民币2,221.05亿元,较上年末增长6.8%;对公外币贷款余额折人民币1,755.66亿元,较上年末增长

本行作为平安集团团体综合金融业务"1+N"的发动机,目标是打造生态化综拓,挖掘银行对公渠道 价值,成为平安集团内外部资源的生态连接器。本行协同平安集团内各专业公司及外部渠道,借助科技力 量,促进AUM(本行管理对公客户资产)和LUM(本行管理对公资产)的双向联动,不断强化综合金融

本行深挖对公渠道优势,提升综合金融场景服务能力,将平安集团专业公司及外部渠道的产品服务, 与银行业务在流程、产品设计方面进行有机结合,形成组合拳为对公客户提供服务,着力提升保费规模、 投融资规模及合作存款规模。利用科技平台、AI助手赋能客户经营,以产品、功能、权益实现生态场景获

2020年,银行推保险规模27.01亿元,同比增长102.9%;银行与平安集团内专业公司合作落地的新增 投融资项目规模4.312.15亿元,同比增长65.1%;通过深化综合金融业务合作带来的企业客户存款日均余 额1,440.67亿元,较上年全年日均余额增长141.7%。其中活期存款日均余额占比50.9%;2020年末,通过 深化综合金融业务合作带来的企业客户存款余额1,487.96亿元,较上年末增长62.7%,其中活期存款余额 占比56.5%,

2、"2" 大核心客群 (1)聚焦战略客群

客,推动银行客户高质量增长。

(3)综合金融

针对战略客户,本行发挥"商行+投行+投资"产品策略优势,通过绘制客户图谱、关系图谱和业务图 谱,确定"一户一策"综合金融服务方案,以投行作为突破口,通过新型供应链金融和财资管理服务对战 略客户及其核心子公司和上下游进行全方位服务,做强公司客户AUM和LUM,做大生态圈。2020年末, 战略客群贷款余额较上年末增长40.5%,在企业贷款余额中的占比较上年末上升16.6个百分点

太行娶隹于战略客户的深度经营。以战略客户为核心、充分挖掘其核心子公司。 供应链客户和镜外实 体,通过做"1"个战略客户带动"N"个生态圈客户开发,做"1"个产品带动"N"个产品加载,深耕战略 客户生态圈,实现客群数量和客户价值的全面提升。2020年末,战略客户生态圈贷款余额较上年末增长

(2) 夯实小微客群 本行秉承"金融+科技"的理念、深化数字经营、数据引领、科技赋能、围绕产业链上下游批量为小微 客群提供场景化、线上化服务;通过数字口袋APP和小企业数字金融,提升民营企业及小微企业客群整体

经营能力,持续加大对民营企业及中小微企业客群的支持力度。

小企业数字金融通过"数据+模型"还原企业真实经营状况,以标准化产品,借助物联网、大数据等科 技手段,实现线上化、自动化、快速批量放款;以定制化产品深入场景和产业链客户生态,与税务、海关、政 府服务平台等场景数据方合作,构建风控模型,批量为小微企业提供融资服务,有效解决中小企业融资 难、融资贵的问题;同时进一步加强与政府类担保平台合作,推广"数保贷"等增信类产品,以非信贷、经 营管理类工具服务掌握客户经营情况,培育优质客户并提供融资服务。疫情期间,本行加快推进数字化经 营,随着客户逐步复工复产,对公业务整体稳中有升。本行迅速推出"小企业数字金融复工贷产品包",借 助温卡的卡粉提尔信能力和网络模型 全面空和7×24小时线上化办理

针对疫情,严格落实监管延期还数政策,为受疫情影响的小衡客户提供"延期还数"服务,并减免输 期罚息、处理逾期征信记录,助力企业复工复产,保障实体经济稳定运行。对受疫情影响较大的湖北及江 浙地区,给予当地小微企业客户专项小微信贷额度及优惠利率政策支持 2020年,本行单户授信1,000万元及以下的小微企业贷款(以下简称"普惠型小微企业贷款")的新

发放贷款加权平均利率较上年下降1.56个百分点。 2020年,本行普惠型小微企业贷款发放额为2.866.30亿元,同比增长19.9%;2020年末,普惠型小微 企业贷款余额户数达65.43万户,贷款余额2.828.30亿元,较上年末增长38.8%,在贷款余额中的占比为

3、"1"条生命线

资产质量始终是对公业务的第一生命线。本行坚持审慎的风险偏好,持续强化风险与业务的协同,加 强问题资产清收处置,确保疫情影响下对公资产质量整体可控。2020年末,企业贷款不良率为1.24%,较 上年末下降1.05个百分点。

资金同业稳健发展 本行资金同业业务以"推动新增长、打造新品牌"作为新三年的发展方向。全面推进资金同业业务 "3+2+1" 经营策略, 聚焦"新交易、新同业、新资管"3大业务方向, 提升"销售能力、交易能力"2大核心 能力,全面推进数字化经营,构建"1个智慧资金系统平台"赋能业务;并积极应对疫情挑战,稳经营、保发 展。2020年,作为银行间市场债券及利率衍生品业务核心做市商,本行充分发挥做市商的职能,积极开展 FICC(固定收益、外汇和大宗商品)做市交易业务,持续为市场提供流动性,有效巩固做市业务市场领先 地位。同时,本行持续深化同业客户服务,打造同业互利共富的生态圈,并平稳推进平安理财的业务开展。

推进科技与金融市场业务融合,交易能力稳步提升。2020年,本行资金条线固定收益业务实现交易净 收入43.03亿元,同比增长33.9%;投资交易收益率水平连续两年领先市场。本行利率互换交易量、黄金交 易量和债券交易量的市场价额分别为11.9%。9.4%和1.4%: 在外汇交易中心公布的2020年第四季度衍生 品做市排名中,本行继续保持市场领先地位。 深化落字"以客户为中心"理念,同业销售成效显著。本行"行e涌"在平台交互,功能服务,系统架构

等方面完成重构升级,为同业机构客户提供高效、便捷的一站式服务。2020年,同业机构销售业务量8. 058.12亿元,同比增长59.9% 全面推进理财子公司独立运作,理财规模稳健增长。2020年末,本集团非保本理财产品余额6,481.85

亿元,较上年末增长9.8%,其中符合资管新规要求的净值型产品规模4,635.28亿元,较上年末增长80.2%, 占非保本理财产品余额的比例由上年末43.6%提升至71.5%。 1、"3"大业务方向

(1)新交易 2020年,全球经济在经历新冠疫情的剧烈冲击后,我国政府快速控制疫情,经济活动全面进入复苏进

程中,央行政策由疫情期间的特殊政策逐步回归正常化,债券市场收益率全年波动较大,呈现先下后上的 走势。在复杂的市场环境与宽幅震荡的市场变动中,本行深入研究分析国内外宏观经济形势及政策,适时 调整资产组合久期、持仓结构与规模,并灵活运用多种对冲工具,积极捕捉相对价值的交易机会。本行积 极推进金融科技在金融市场业务中的深度运用,凭借自主研发、市场领先的智能量化交易系统,在市场波 动率飙升的情况下对风险敞口实施实时监控,保障业务稳健运营;并通过行业领先的电子化交易能力,持 续为市场提供流动性。2020年,本行资金条线固定收益业务实现交易净收入43.03亿元,同比增长33.9%; 本行利率互换交易量、黄金交易量和债券交易量的市场份额分别为11.9%、9.4%和1.4%。在全国银行间同 业拆借中心公布的2020年度银行间本币市场评优中,本行获得"核心交易商"、"优秀债券市场交易商"、 "优秀衍生品市场交易商"、"优秀货币市场交易商"、"优秀同业存单发行人"、"自动化交易创新奖"等 十二类机构奖项;在外汇交易中心公布的2020年第四季度衍生品做市排名中,本行继续保持市场领先地 客户业务方面,本行整合金融市场业务"国际化的专业团队、领先的交易系统、实时的风控能力、卓越

的定价能力"四大交易优势,对外发布"平安避险"品牌,持续支持实体经济降低市场风险和融资成本。本 行组建了专业的产品开发和服务团队,为企业定制汇率类、利率类交易避险服务方案,帮助企业客户敏捷 应对市场波动、降低负债成本,并积极推进线上化交易建设,实现极速业务办理,提升客户体验;同时,本 行以领先的交易能力和专业的产品开发能力,推进结构性存款产品回归本源,为企业及个人客户提供更 丰富的金融市场产品服务。2020年,本行利率互换及外汇衍生品代客交易量1,037.69亿元,同比提升

本行同业业务深化落实"以客户为中心"的经营理念,打造多主体互利共赢的生态圈,构建同业机构

销售新品牌,以"产品+服务"组合为客户提供综合解决方案,推动客群经营更深更广发展。一是全面推进 同业业务数字化转型,本行"行e通"平台于2020年8月全面重构升级,新"行e通"基于本行自主技术开发 框架,并结合客户需求及使用习惯,全面优化页面交互,完善平台功能与服务,该平台兼具极速线上交易、 高效快捷操作、可视产品评价、投研体系赋能等特点,全面助力金融机构客户快捷线上交易;二是发挥综 合金融服务优势,通过将服务内嵌入客户经营场景,从客户资金流动脉络出发,挖掘客户需求,着力提升 精准营销能力和综合化解决方案运用水平;三是打造机构销售铁军,落实客户维度综合经营;优化销售队 形,加强区域市场挖掘及风险识别,提升经营管理效率,实现客户专业化经营和综合化服务;四是本行托 管业务深挖客户业务需求,深耕重点产品领域,借助科技赋能,完善智慧托管系统功能,全面提升专业服

务能力与系统支持能力,客户体验和市场竞争力进一步提升,信托托管、保险资金托管等规模增长均保持

2020年末,本行"行e通"平台累计合作客户达2,282户;2020年,同业机构销售业务量8,058.12亿 元,同比增长59.9%。

本行的全资子公司平安理财已于2020年8月28日正式开业,注册资本为人民币50亿元,主要业务为 发行公募理财产品、发行私募理财产品、理财顾问和咨询服务等资产管理相关业务。2020年12月末,平安 理财总资产54.30亿元,净资产51.71亿元;2020年实现净利润1.65亿元。 开业以来,平安理财在平台、产品、销售、投研、科技等方面全力推动理财业务转型发展,取得一系列

一是全面推进理财子公司独立运作,本行在业务联动、营销协同、团队建设等方面给予平安理财全力

支持,促进战略协同。 二是积极应对市场转型的机遇和挑战,加大了固收+、混合类、结构化等符合资管新规要求的净值型

产品(简称"新产品")的发行力度、落地了FOF/MOM产品策略,形成了较为完整的产品体系,全年发行 产品161只,理财销售额达4.4万亿元;坚决落实监管转型要求,稳妥有序推进存量保本理财产品及老产

品压降工作,老产品规模较上年末减少44.6%,压降水平居全国性股份制商业银行前列 三是提升获客能力,通过多价值场景、低投资门槛实现本集团理财客户数快速增长,从年初的123万

四是投研能力建设初见成效,初步建立了以大类资产配置为核心的投研体系。"平安财富——985 成长2号(净值型)人民币理财产品"荣获2020年度《中国证券报》评选的"年度银行理财产品金牛奖" 平安理财荣获2020年度《上海证券报》评选的"年度资产管理卓越奖" 五县持续推讲科技赋能 多项业务系统投产上线 实现产品端流程线上化 交易对接自动化 风熔隔 离、线上估值,支持新品类交易,夯实了公司化运营基础;有序推进基础数据建设,初步建成大数据平台

有效支持经营管理和监管报送;启动数据治理机制,强化经营决策、风险管理、投研分析的数据赋能。 2020年末,本集团非保本理财产品余额6,481.85亿元,较上年末增长9.8%,其中符合资管新规要求的 净值型产品规模4,635.28亿元,较上年末增长80.2%,占非保本理财产品余额的比例由上年末43.6%提升

至71.5%。

户增至168万户,增速达36.6%。

是贯彻 "平台银行" 发展理念,以 "行e通" 为平台入口,集合产品设计、资产推荐及销售服务,以 "同e家" 构建客户服务闭环,深化客户画像,产品画像应用;同时,依托平安集团团体综合金融业务,助力与同业会 融机构开展更全面、更深入的合作;二是积极探索"生态银行"发展之路,持续优化投资效率,扩大投资品 类和完善风险管理体系,与本行零售、公司及同业业务有机结合,将交易能力深化应用到新型结构性存款 空品创新和避险产品开发中,进一步丰富交易能力对外赋能的内涵,并逐步将服务半径拓展到平安理财 及平安集团生态客户。

本行坚持销售能力和交易能力"双轮驱动",为本行及平安集团生态客户提供专业服务解决方案。

3、"1" 个智慧资金系统平台

本行智慧资金系统平台以"数字化、线上化、智能化"为方向,构建面向未来的金融科技基础设施,持 续推进人工智能、大数据、区块链等技术创新应用,搭建以算法策略及高性能系统为基础的程序化交易体 系,使得精准定价能力、高效执行能力和敏捷风控能力更显优势;同时,智慧资金系统平台以开放赋能、融 合服务模式,与避险业务"交易通"客户端、零售口袋银行APP、对公数字口袋APP及同业"行e通"系统 相连,打造跨条线、跨客群的融合价值链,集中内部力量服务干客户、作用干市场。 科技赋能数字化转型

本行将"科技引领"作为战略转型的驱动力,持续加大金融科技投入,优化开发流程,提升交付效率

强化数字化经营、线上化运营能力,推动本行向"数字银行、生态银行、平台银行"转型。2020年末,本行科 技人员(含外包)超8,500人,较上年末增长超12.5%。2020年,本行IT资本性支出及费用投入同比增长 33.9% 1、科技赋能业务发展

本行持续深化业务和科技融合,开发需求的交付质量和速度持续提升。2020年,本行在零售、对公邸

捷转型的基础上,在资金、风险、支付运营等开发团队全面推广敏捷模式,科技受理的业务开发需求数量 同比增长超36%。一批重要的业务系统相继投产上线。零售业务方面。信用卡新核心系统成功切换投产 是业界首个将关键核心业务系统由大型机集中式架构迁移到PC服务器分布式架构的成功案例;该系统扩 造了"交易级账户"、"立体化额度管理"、"多租户运营"三大核心业务能力,支持十亿级交易用户及日 交易量,多项技术指标位居业界第一。对公业务方面,智慧应用中台投产上线,实现客户管理、产品管理 营销管理、队伍管理、案例库的全面数字化,新场景开发上线时间平均缩短约40%、节省人力成本约25% 资金同业业务方面,"行e通"系统在平台交互、功能服务、系统架构等方面完成重构升级,持续为同业机 构客户提供高效、便捷的一站式服务;2020年,平台访问量同比增长214.0%,线上销量突破3,000亿元,同 比增长70.7%。风险管理方面,智慧风控平台持续迭代升级,完成新系统的全面切换,并开发上线移动端智 慧风控APP。此外,本行还完成了平安理财子公司独立机房建设及IT系统的开发部署,为其业务运营提供 了可靠的技术支持保障。 2 构建领先其础亚台

本行加快技术转型,构建领先的基础设施平台,不断完善技术产品和解决方案。一是持续推进分布式

架构转型,2020年末,本行自主研发的分布式金融PaaS平台已在500多个项目中推广使用,应用范围涵盖 信用卡新核心系统、云收单等多个银行关键业务系统,其中信用卡新核心系统拥有百分之百知识产权,相 对于原系统预计未来5年可至少节省IT成本14.5亿元,是金融业核心系统自主创新的新里程碑;二是加强 开发运维一体化工具平台"星链平台"(Starlink)的部署推广,2020年末,本行已有超过97%的应用通过 Starlink平台发布,研发和交付效率持续提升;该平台今年还通过了中国信通院开展的《研发运营一体化 (DevOps)能力成熟度模型》的首批评估,标志着本行DevOps系统和工具、安全及风险管理达到国内领 先水平;三是持续升级开放平台,提升开放银行能力,2020年累计发布超2,500个应用程序编程接口 (API)服务,截止到2020年末,日接口调用量已超3,000万次,实现更精准的流量转化;四是加快"星z 物联网平台"的推广,2020年12月22日,本行与具有独立通讯频道的商业卫星龙头企业合作发射了国内 金融业首颗物联网卫星"平安1号"(天启星座08星),"平安1号"卫星与"星云物联网平台"是"星云物 联网计划"的重要构成;截至2020年末,"星云物联网平台"已完成智慧制造、智慧车联、智慧能源、智慧 农业、智慧物流、智慧城建等场景的落地,接人物联网设备超33万台;"星云物联网计划"在供应链等领域 探索和推广金融创新应用场景,通过新型产融结合的模式助力中小微企业发展;五是通过持续自动化、智 能化转型,本行运维自动化水平达93.6%,测试自动化覆盖率达68.2%。

一是提升数字化经营能力。数据中台方面,2020年末,本行完成超2,000万黑名单数据的整合,黑名 单风控服务覆盖300多种业务场景,累计拦截交易达18万笔;AI平台方面,深化一站式AI中台的开发应 用,平台已整合AI算法训练平台。可视化机器学习平台、AI云服务平台、客户洞察平台的核心能力,全年

新增AI模型超1,000个,同比增长超300%,智能营销场景覆盖率达100%,AUM产能转化效能平均提升 了30.8%;数据治理方面,以数据资产化为核心,全面盘点银行数据,制定基础数据标准超2,000项、指标 数据标准超500项。2020年末,核心数据资产可查可用率达到96%,较年初大幅提升。 二是提升线上化运营能力。本行依靠科技赋能,加快全渠道布局,强化线上化服务能力。对外服务方 面,持续优化升级面向个人、公司、小微企业和金融同业客户的口袋银行APP、数字口袋APP、小企业数字 金融和"行e通"等线上化服务平台。内部运营方面,广泛运用各类移动APP、远程办公系统、远程作业系

统、视频会议等线上化运营工具。疫情期间,客户通过口袋银行的"在家办"和"看世界"服务门户,足 出户就能获得全线上化的综合金融服务;客户经理和经营分析人员通过"口袋银行家"、"赢家"等移动 APP及智慧经营平台进行客户服务、营销和经营分析,2020年末,"赢家"及智慧经营平台用户超8,000 人、月活率超90%;超3万员工使用云桌面、快乐平安APP等系统进行远程办公 4、深化科技创新应用

本行依托平安集团核心技术资源,加快人工智能、区块链等新技术与银行场景的融合应用。人工智能

3、加快数字化经营转型

方面,持续优化智能语音技术,扩展应用场景,2020年末,信用卡智能语音平台年外呼规模达1.71亿通,诉 别准确案超过96%,全年促成信用卡分期下单金额约189亿元,AUM销售额约489亿元;基于机器人流程 自动化技术(RPA)开发的"小PAI"智能问答机器人投产上线,其智能客服及知识库覆盖数字口袋APP 企业网银、"赢家" APP等多个渠道,问题解决率达95%、准确率达87%;利用光学字符识别技术(OCR) 赋能证件识别,识别成功率达98%以上,提升了业务审核效率。区块链方面,本行为银租设备贷业务超9 000台设备提供区块链数据存证、溯源、防篡改服务,并与地方税务局合作共建产业税务联盟链,有效降低 企业办税成本和贸易融资风险;此外,本行区块链BaaS平台通过第三方检测机构检测,成为首批央行金 融分布式账本相关标准认证的平台之一。

5、打造金融科技品牌

在科技品牌创优方面,本行被国际权威财经媒体《欧洲货币》授予"2020年全球最佳数字银行", 项科技成果荣获国内外权威大奖,科技实力认可度和科技品牌影响力大幅提升。其中,智慧风控平台项目 获得"Gartner2020金融服务创新奖",为国内银行首次获得该奖;全线上化智能贷款平台、平安好链、分 布式金融PaaS平台、智慧风控平台四项目获得"人民银行2019年银发奖二等奖",二等奖数量创本行历 史新高;Thoth安全风险动态管理平台获得《亚洲银行家》评选的亚太区 "2020年度最佳网络安全和IT风 险管理项目"。此外,本行成立了数字货币研究小组,举办了创新大赛、技术沙龙、知识产权培训等一系列

(三)报告期内主营业务是否存在重大变化

活动,积极营造良好的创新环境,探索新技术的应用。

(四)占公司主营业务收入或主营业务利润10%以上的产品情况 √适用□不适用

(货币单位:人民币百万元)

| 项目          | 202      | 2020年  |         | 2019年  |         |
|-------------|----------|--------|---------|--------|---------|
|             |          |        |         |        | 把被      |
| 利息净收入       | 99,650   | 64.9%  | 89,961  | 65.2%  | 10.8%   |
| 存放央行利息收入    | 3,379    | 1.8%   | 3,345   | 1.9%   | 1.0%    |
| 金融企业往来利息收入  | 7,850    | 4.2%   | 9,681   | 5.5%   | (18.9%) |
| 其中:存放同业利息收入 | 1,824    | 1.0%   | 2,962   | 1.7%   | (38.4%) |
| 拆放同业利息收入    | 941      | 0.5%   | 2,132   | 1.2%   | (55.9%  |
| 发放贷款和绝款利息收入 | 144,415  | 77.2%  | 133,610 | 75.2%  | 8.19    |
| 金融投资利息收入    | 31,543   | 16.8%  | 30,913  | 17.4%  | 2.0%    |
| 利息收入小计      | 187, 187 | 100.0% | 177,549 | 100.0% | 5.49    |
| 向中央银行借款利息支出 | 3,745    | 4.3%   | 4,290   | 4.9%   | (12.7%  |
| 金融企业往来利息支出  | 11,495   | 13.1%  | 12,615  | 14.4%  | (8.9%   |
| 吸收存款利息支出    | 56,170   | 64.2%  | 56,002  | 63.9%  | 0.39    |
| 已发行债务证券利息支出 | 15,909   | 18.2%  | 14,477  | 16.6%  | 9.99    |
| 其他利息支出      | 218      | 0.2%   | 204     | 0.2%   | 6.9%    |
| 利息支出小计      | 87,537   | 100.0% | 87,588  | 100.0% | (0.1%   |
| 于续费及佣金净收人   | 43,481   | 28.3%  | 36,743  | 26.6%  | 18.3%   |
| 其他非利息净收入    | 10,411   | 6.8%   | 11,254  | 8.2%   | (7.5%   |

(五)是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

□是√否 (六)报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告 期发生重大变化的说明 √适用□不适用

比较式会计报表中变化幅度超过30%以上的项目分析

七、涉及财务报告的相关事项

(七)面临暂停上市和终止上市情况

1、与上年度财务报告相比,会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明 □适用 √不适用

公司报告期无会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况。

2、报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明 □适用 √不适用

公司报告期无重大会计差错更正雲追溯重述的情况

3、与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明 √适用 □不适用 2020年8月28日,本行全资子公司平安理财正式开业,本行按照《企业会计准则》同时编制合并及公

司财务报表

平安银行股份有限公司 董事会

(货币单位:人民币百万元

2021年2月2日