

# B112 信息披露 | Disclosure

(上接B111版)

以保障理财业务合规稳健经营为目标,持续完善风控体系,强化风险管理能力。根据理财业务转型要求,不断健全与各类资产相适应的投前、投中及投后风险管理机制,深化理财业务风险管理体系建设。一是在明确理财资金投资偏好的基础上,加强理财投资风险标准的导向作用。二是提升风险识别与管控能力,探索优化信用风险审批机制,建设信用债投资内部评级体系,引进系统管理工具,提高管理效能。三是关注市场风险,开展理财产品压力测试,强化风险计量与监测能力。四是完善理财业务制度体系,梳理改善业务流程,有效防范业务操作风险。

积极推进发展转型,有序开展理财子公司筹建申报。继续落实过渡期转型计划,稳妥通过自然到期、缩量续接等方式压降老产品,统筹安排新旧债权资产与新产品发行计划的平稳衔接;通过协商退出、市场转让、发行符合新规要求的产品对接等方式,合理有序消化期限较长的债权投资。根据监管规定,按照理财子公司独立经营的要求,积极推动组织架构设计、人才储备、系统建设等前期准备,有序推进理财产品筹建申报工作,筹建事宜尚待监管部门批准。

5.2 零售银行业务

报告期内,本公司积极响应新冠肺炎疫情影响,保障人民群众日常金融服务需求,快速响应国家复工复产号召和服务民生促进消费的政策导向,发挥经营机构区位资源禀赋,主动把握疫情期间居民对美好生活向往的新趋势和新需求,加速消费金融、财富管理、养老金第三支柱战略特色业务的线上化进程,以科技赋能不断驱动零售业务持续高质量发展和价值创造。

报告期内,零售客户数1,705.45万户,同口径较上年末增长5.90%;管理零售客户综合资产(AUM)16.9493亿元,较上年末增长0.29%;个人存款余额3,182.97亿元,较上年末增长9.45%;个人贷款和垫款余额3,228.89亿元,较上年末增长0.64%;个人贷款和垫款收益率6.5%;个人贷款和垫款不良率1.24%。

报告期内,零售银行业务营业收入73.30亿元,同比增长8.58%,占本集团营业收入比例为28.84%,同比提高2个百分点。其中,利息净收入6.6021亿元,同比增长11.62%,占本集团利息净收入比例为36.32%;手续费及佣金净收入12.96亿元,占本集团手续费及佣金净收入比例为35.11%;税前利润11.50亿元,占本集团税前利润比例为9.38%。

## 5.2.1 消费金融

主动应对新冠肺炎疫情,立足零售信贷持续高质量发展,多措并举,推动消费金融回归本源,加快全流程风险管理能力建设,着重加强共债风险防控,加大智能催收等技术应用,强化贷后管理。零售信贷业务结构更加均衡稳健,实现规模、收益和质量的良好平衡。

全力支持抗击疫情,加大个人贷款助企纾困力度,做实疫情期间个人贷款金融便利服务,开通在线服务渠道,推出息费减免、征信维权、延期还款、降低贷款利率等多项信贷便利政策和服务。报告期内,累计向14万户客户提供金融便利服务。

发挥互联网金融业务先发优势,支持居民日常消费需求。围绕汽车、在线消费等领域,加强与头部场景合作机构合作,强化科技赋能和全流程管控,持续深化产品创新,加快存量互联网客户的对接和经营,针对居民不断增长的线上消费需求,不断丰富和优化在线信贷产品“信义贷”的产品流程、渠道和场景,拓展现金信贷在PAD、手机、微信银行等移动渠道的升级,提高审批时效和客户体验,持续完善客户和产品差异化定价模型。

贯彻落细国家房地产相关政策,稳步推进住房按揭贷款业务。支持居民自住和改善购房需求,因城施策,围绕客户体验,依托系统赋能和数字化应用,重塑住房按揭贷款业务全流程,打造支撑业务受理、影像处理、审查审批、签约担保、放款支付、贷后服务等全流程作业的系统模块及功能,实现影像流、大数据辅助决策、流程化管理,全面提升住房按揭贷款产品的升级,提高审批时效和客户体验,持续完善客户和产品差异化定价模型。

主动应对风险挑战,基于大数据应用和科技赋能持续推进智能风控建设。受宏观经济下行及新冠肺炎疫情影响,零售信贷资产质量管理制度加大。本公司加大智能风控及大数据技术的深度应用,持续加强准入管理,聚焦共债客群的风险识别和反欺诈管理,加快优化客户群体结构,主动收紧高风险客户与高风险客户授信比例,遏制存量客群共债风险增长;加强贷后催收管理,不断完善和加强自主催收,提升AI智能催收技术的应用,并持续完善风险监测、分析预警处置机制,加强闭环管理。

报告期内,消费贷款余额1,607.60亿元,占个人贷款和垫款比例为49.79%,较上年末下降4.66个百分点;住房按揭贷款余额1,065.94亿元,较上年末增长11.32%,占个人贷款和垫款余额比例为32.55%,较上年末提高3.13个百分点。

## 5.2.2 财富管理

本公司把握客户金融行为在疫情防控下加速线上化的趋势,主动提速财富管理经营模式转型,以分层分类经营为轴心,以线上经营和大类资产配置为导向,以数字化工具为驱动,构筑全渠道线上线下一体化的运营服务体系。

聚焦财富客户经营,迭代升级业务流程,实现代发业务线上一体化流程办理,不断丰富薪福产品和服务内涵,构建代发客户存款、理财、贷款、增值服务等全方位一体化的综合金融服务平台;发挥服务网点优势,积极推动上海市新版社保卡换发工作,报告期内累计受理17743万人申领;深化金融科技赋能业务,大数据助力构建数字化经营体系,面向信用卡、养老金、代发、代客等客群,推进客户标签画像建设,基于细分客户洞察分析,开展双卡联动、定期存款、理财等精准营销,客户价值贡献持续提升。

聚焦产品创新,积极融入长三角一体化战略,发行“长三角”主题借记卡;面向医护、警察等抗疫一线执行,推出“白衣天使”、“人民卫士”等主题借记卡;注重客户群体体验提升和结构优化,推动代销业务全面发展,建立优质头部机构的常态化合作机制,不断拓宽净值化产品线;加速重点产品、业务流程的线上化进程,整合“大销售”系统建设,丰富完善线上销售的产品线,打造更便捷、更流畅、更完善的客户体验动线。报告期内,各类投资产品线上化程度提升显著,其中,代理销售保险产品线上化程度同比提高39个百分点。

报告期内,管理月日均综合资产100万元及以上财富客户136,102户,较上年末增长13.22%;前述客户月日均综合资产3,275.25亿元,较上年末增长12.99%;管理月日均综合资产800万元及以上私行客户4,098户,较上年末增长8.84%;前述客户月日均综合资产95.76亿元,较上年末增长7.31%;个人非保本理财产品余额3,091.77亿元,较上年末增长11.41%。报告期内,代理销售非货币类公募基金产品规模增长明显,同比增长587.66%;代理销售转型产品规模同比增长62.82%。

## 5.2.3 养老金融

本公司积极做好疫情防控期间养老服务工作,以自动化、数字化创新业务流程,引导养老客户的服务行为向非接触式、线上化转移,升级产品服务内涵,增强养老服务综合实力,提升客户体验,深耕客户服务,实现养老金融市场地位稳步提升。

践行社会责任,始终坚持养老金融“服务民生、奉献社会”的宗旨,疫情期间围绕“一升一降”,即提升老年客户线上服务渠道使用率和降低前往网点的主观意愿,联合内外部媒体多方位、多角度开展防疫宣传,多举措保障老年客户安全分流,确保对老年客户的金融服务安全有序开展。

提升获客和经营效能,构建适应新形势下的获客模式,评估疫情影响,调整获客策略,围绕客户体验提升,通过关键点优化不断推出二维码、PAD等外拓获客新工具,开发和应用数据营销、智能营销,实时营销等新技术、新工具开展内部存量客户的深层营销;围绕养老服务生命周期,完善符合老年人需求的专属产品体系、线上渠道产品布局及智能化精准营销策略,依托20年深厚的养老金服务经验和丰富的养老服务数据,持续优化数据模型,助力养老服务综合资产稳步提升。

打造“全十美”养老金融增值服务品牌,结合线上化和老龄化趋势,致力于满足养老服务、健康及精神需求,完善养老服务生态链建设,加强养老服务线上消费行为分析,洞察养老服务偏好,改进服务模式,不断优化交互体验,进一步提升品牌服务能力。

报告期内,养老金客户158.23万户,较上年末增长0.54万户,上海地区养老金存量客户位列第一;养老金客户综合资产(AUM)3,175.69亿元,较上年末增长10.39%,占零售客户综合资产(AUM)45.69%,较上年末提高0.45个百分点。报告期内,养老金代发超过1,120万笔。

## 5.2.4 信用卡

立足区域优势,把握疫情后居民消费需求的不断反弹和释放,加快从获客驱动向交易驱动转变,推动重点地区的属地化、区域化经营,强化风险管理,优化业务结构,稳步向“成为首家迈入千万级发卡行”的战略目标迈进。

持续围绕获客,推出多种信用卡产品及家装分期金融服务;深化互联网平台合作,报告期内,线上渠道获客近53万户,同比增长26%。

稳步推进客户经营,深化交易驱动策略布局,契合后疫情时期消费复苏新动向,积极响应“五一购物节”、“夜生活节”等国家促销活动,聚焦美食、生活服务、汽车金融、家装金融等消费领域,推出系列营销活动;加大营销投入,集中上线微信、京东、苏宁、美团等移动支付平台优惠活动,加速都市消费生活圈建设,聚焦客户服务创新与便民服务,针对远程点单、自营外卖等新兴消费模式上线专项优惠活动,助力居民消费。

报告期内,信用卡累计发卡986.33万张,较上年末增长9.89%;信用卡贷款余额334.16亿元;信用卡贷款不良率1.84%。报告期内,信用卡交易额635.09亿元,同比增长4.42%。

## 5.3 互联网金融业务

报告期内,本公司深化金融科技创新应用,互联网金融业务保持快速发展。围绕“核心客户”和“核心产品”,持续创新与丰富线上特色产品与服务,推进与各类互联网流量平台在“存、贷、汇”等领域开放银行合作,着力完善数字化电子渠道与线上客户经营体系。报告期内,线上个人客户3,541.21万户,较上年末增长543.19万户,增幅18.10%;年度活跃客户数609.73万户,同比增长142.51%;互联网日均存款余额397.02亿元,较上年末增长26.25%;互联网中小微贷款余额123.87亿元,较上年末增长26.32%;报告期内,互联网业务交易额255亿元,同比增长56.44%;互联网中间业务收入7.57亿元,同比增长27.96%。

以科技赋能金融服务转变,本公司依托数字化互联网金融开放平台,打造“非接触的金融服务”,和金融科技力度持续加强。以科技拓展金融服务质量,将银行线上存、贷、汇服务集成至互联网高流入量,在新冠肺炎疫情期间,更安全、更便捷,触达广大客群。金融科技赋能产品与服务创新,在线理财方面,建成银行理财子公司代销平台,涵盖金融市场已有理财产品类别,固收类等产品种类,在线贷款方面,创新“在线融资平台”,保障借款人的人身贷款真实意愿,促进诚信信贷,践行普惠金融;新型支付方面,持续创新金融产品应用,围绕灵活就业、高速交通等场景及客群特征,推出面向“长尾客户”专属电子银行卡;结算与现金管理方面,形成B2C电商、B2B平台、保理、供应链金融平台、物流平台、交易所等六大类资金管理解决方案,在线跨境方面,为大型集团企业外派员工创新全线上、低成本、秒到账的薪资跨境汇入服务。报告期内,在核心客户成功落地多个项目合作,涵盖主要核心产品,加快生态融合。

## 5.4 信息技术及研发

报告期内,本公司围绕“运营智慧安全、开发友好高效、技术创新引领”信息科技战略目标,积极应对新冠肺炎疫情影响,运用科技手段,构建智能运营及居家办公相结合的科技支撑体系,快速打造智能化运营体系,为远程运营提供强力支撑,实现生产运营不间断、金融服务不掉线。

新冠肺炎疫情期间,本公司快速升级VPN(虚拟专用网络)远程办公网络,在风险可控的前提下,以最小化权限原则开通信息系统远程访问权限,满足本公司疫情期间远程办公需要,实现生产经营不间断。快速搭建一套专门用于支撑远程软件开发的VPN网络系统,支撑软件工作人员通过远程访问方式复工复产,开展信息系统建设和优化工作,不断提升生产运行连续性。

不断完善智能化运维建设,持续赋能科技运营管理,完成AIOps(基于算法的IT运维)

智能监控告警平台,运用机器学习算法模型,对海量运维数据进行实时分析,实现故障智能检测发现,提升监控告警的准确性及有效性。基于人脸识别技术健全统一生物识别能力,对办理业务的客户身份信息加强核查,识别异常,通过联防联控解决信息不对称问题,助力加强智能风控及防控水平。推出“上行e事通”移动应用,为客户提供移动化操作平台,支持客户经理随时随地为客户提供贴身服务,助力提升客户体验;为运营管理人员开通移动端运营助手,支持对网点客户排队情况、自助机具运行情况进行远程智能监控,实现精细化运营资源配置。

以“数据驱动”为宗旨,有序推进数据中心规划与建设,基于分布式架构,完成PB级企业级数据库基础设施建设,运用流计算、图计算、内存计算等引擎技术对实时数据进行加工,提升数据计算和应用能力,为实时反欺诈和实时营销奠定技术基础;持续推进数据治理工作,通过反洗钱专项治理,针对高风险存量账户进行数据分析、跟踪整改,中止高风险账户进行交易,有效防范反洗钱风险;建立数据质检核与修复的闭环管理机制,实现对169个重点数据项目的迭代治理。

5.5 渠道建设

报告期内,本公司围绕“线上移动优先、线下能级提升”发展思路,以客户为中心,推进数字化线上渠道建设,持续推进物理网点布局与业态形象,通过数字化精准营销及线上线下协同经营,提升线上线下渠道客户数字化经营能力与价值贡献。

## 5.5.1 线上渠道

手机银行渠道方面,个人手机银行主动经营转型继续深化,更好支撑获客及客户经营。报告期内,发布手机银行6.0版本,基于数据集市和智能策略运用,打造面向财务管理、信用卡、老年客户的专属平台,个性化、精细化服务能力进一步提升;运用“端到端”数字化思维重塑客户投融资旅程,全新上线投资和借款频道,为客户提供资金、账户、产品实时一览的全方位投融资体验;以科技手段促进线上线下协同经营,推出客户经理云工作台、柜面服务扫码预约办理等新功能,线上服务促进经营质效提升。企业手机银行聚焦服务创新与普惠金融,基于数字化平台及新技术应用,支持中小微企业在线办理供应链融资业务,支撑普惠金融发展。报告期内,个人手机银行客户624.45万户,较上年末增长9.09%。微信银行客户359.80万户,较上年末增长4.35%;企业手机银行客户数87.55万户,较上年末增长5.5%;企业微信银行关注客户数5.20万户,较上年末增长12.31%。报告期内,个人手机银行实现产品销售额128.80亿元,同比增长48.70%;个人手机银行产品销售占比由67.10%,较上年末提高3.48个百分点。

网银渠道方面,个人网银持续丰富理财、基金、保险、存款产品,并在理财、信用卡、贷款等场景中实现与手机银行的交易协同。企业网银持续推进企业业务线上化,推出资产池、企业信用报告查询、电子签章管理、万通汇款等新产品。报告期内,个人网银客户数453.62万户,较上年末增长1.47%;报告期内,企业网银客户月活8.90万户,企业网银月均结算交易量115.65万笔。

## 5.5.2 网点经营

围绕国家战略、地区经济发展、客户金融服务需求不断优化分支机构布局;持续推进网点业态重塑和形象提升,力求打造“智慧、专业、温馨、高品质”的网点渠道形象;持续深化网点转型,以客户为中心,优化网点经营管理目标体系,完善从总行到分行、支行、网点、销售队伍、专业团队以及线上渠道的策略协同。网点渠道智能化水平不断提升,报告期内,本公司在306家网点布放新型智能柜员机,提供大额现金存取、开卡激活、电子银行签约、账户查询、转账汇款、理财销售、定期存款、密码服务、公共服务缴费、信用卡签激活等综合金融服务,网点服务效率进一步提升。

报告期内,本公司共有318家分支机构,设有415家自助服务点。本公司分支机构情况如下:

地区	机构名称	地址	机构 数量 (家)	资产规模 (亿元)
上海地区	总行	中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴16号	10	2,822
	信用卡中心	上海市浦东新区来安路666号上海银行信用卡服务中心公司	1	477
	小企业金融服务中心	中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴16号	1	23
	市南分行	上海市浦东新区来安路28号	46	1,006
	浦西分行	上海市浦东新区陆家嘴环路100号12楼	54	1,289
	市北分行	上海市静安区南京西路1260号22楼	77	1,438
	浦东分行	上海市浦东新区陆家嘴环路1388号16楼	27	699
	上海银行自贸区分行	中国(上海)自由贸易试验区陆家嘴金融贸易区银城中路1500号19层	12	262
长三角地区	宁波分行	浙江省宁波市海曙区扬名广场74号、112号	10	468
(除上海地区)	南京分行	江苏省南京市建邺区江东中路222号	61	89,073,993
	杭州分行	浙江省杭州市下城区延安路200号	12	576
	苏州分行	江苏省苏州市工业园区苏州时代广场22号	9	410
珠三角地区	深圳分行	深圳市福田区福华路114号嘉里商务中心(二期)10楼	86	229,427,190
	北京分行	北京市朝阳区建国门外大街12号	10	714
	天津分行	天津市和平区赤峰道36-38号1-1至2层	37	30,500,283
中西部地区	成都分行	四川省成都市武侯区航空路1号附2号	9	303
	长沙分行	-	-	-50,397,441
	合计		318	12,471

注:1. 分支机构不含子公司;

2. 员工数含劳务派遣人员;

3. 2020年9月,本公司收到《深圳银保监局关于上海银行深圳前海分行开业的批复》(深银保监复〔2020〕318号),同意本公司深圳前海分行开业。2020年8月18日,深圳前海分行正式开业。

5.5.3 客服中心

本公司始终坚守“服务为本”初心,凝心聚力,克服疫情突发影响,形成线上线下联动服务,同时开设电话银行、远程理财服务专线,为客户提供7x24小时贴心服务,保障客户服务有序平稳。加快推进客户体验管理,建立综合体验指数,运用智能文本建模分析、挖掘客户问题,推进客户体验数字化闭环管理机制建设。设立客户视角重叠服务旅程,以数据驱动的细分客户策略再造电话银行IVR(互动式语音应答)菜单,为客户提供更高效、更专业的服务。大力推广服务线上化、智能化、实现能机器人服务覆盖所有线上入口,大幅提升机器人识别率和解决率,在线服务和智能机器人服务占比显著上升。

报告期内,全渠道路服务总量719.88万通,同比提高4.65%;其中在线服务量同比提高39.95%,在线智能机器人服务占比达92.76%。

6.2 财务报告的有关事项

6.1 公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

财政部于2017年修订《企业会计准则第14号—收入》,要求在境内同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业,自2018年1月1日起施行;其他境内上市企业,自2020年1月1日起施行。本公司董事会五届十二次会议审议通过了《关于上海银行股份有限公司会计政策变更的议案》,详见本公司在上海证券交易所网站(<http://www.sse.com.cn>)披露的《上海银行股份有限公司关于会计政策变更的公告》(编号:临2019-048)。本公司于2020年1月1日执行上述修订后的会计准则,该准则实施时本公司收入确认方式未发生重大变化,对财务报表影响不大。

6.2 公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

不适用

6.3 与上年度财务报告相比,对财务报告合并范围发生变化的,公司应当作出具体说明

不适用