

百年中行的价值重估：全球化基因重塑大行格局

作为全球化程度最高的中资银行，中国银行的财报始终是市场观察大国金融开放进程的重要窗口。在该行上市二十周年之际，其2026年半年报验证了这家百年老店穿越多轮周期后，仍能持续兑现市场预期。

资产总额突破40万亿元；归母净利润同比增长5.10%，至1236亿元；净息差同比回升1个基点，至1.27%——这组数字勾勒出的，是中国银行“量稳、价升、质优”的经营图景。而支撑这一图景的，是三方面协同发力：境外机构税前利润贡献保持在27%以上，全球化板块成为穿越周期的压舱石；非利息收入占比超33%，财富管理等轻资本业务贡献持续提升；不良率继续保持可比同业较低水平，风险抵补能力合理充足。

自1912年成立以来，中国银行已走过超越百年的历程。2026年恰逢该行“A+H”上市二十周年。二十年来，其资产规模增长约8倍，境外机构覆盖国家和地区由27个拓展至64个，累计现金分红超万亿元。

透过这份半年报，我们看到了一种确定性：在行业息差持续收窄、增长动力普遍减弱的背景下，一家真正具备全球化经营能力，并持续锤炼经营内功的银行，依然能够稳健生长，走出差异化发展道路。

这正是百年中国银行的價值所在。

● 本报记者 吴杨

上市二十周年的“中期答卷”

上半年，中国银行经营数据呈现“量稳、价升、质优”的鲜明特征，核心指标全面向好。

总量与结构同步改善。截至6月末，中国银行资产总额突破40万亿元，较上年末增长4.77%；境内机构人民币贷款较上年末增加1.20万亿元，增幅5.98%；贷款及债券等高收益资产占比提升1.32个百分点，资产结构持续优化。负债端成本管控成效显著，今年上半年境内人民币存款付息率较上年下降22个基点，境外机构活期存款占比同步提升，为息差企稳奠



公司供图

定了坚实基础。

盈利层面表现突出。上半年，中国银行实现营业收入3569亿元、归母净利润1236亿元，同比分别增长8.48%、5.10%，税后利润增速自2025年以来逐季提升，显示出强劲的增长韧性。利息净收入同比增长10.20%，非利息收入同比增长5.24%，非利息收入占营业收入比重达33.71%，持续领先同业。成本收入比23.43%，同比下降1.68个百分点，经营效率进一步提升。

资产质量继续保持可比同业领先。截至6月末，该行不良率1.22%，较上年末下降0.01个百分点。值得注意的是，境外机构不良贷款余额、不良率实现“双降”。拨备覆盖率200.85%，较上年末上升0.48个百分点。资本充足率18.31%，较一季度末提高8个基点，风险抵补能力持续增强。

从业务结构看，各板块协同发力。商业银行业务实现营业收入3251.80亿元，同比增长显著，其中公司金融业务收入1355.13亿元，增长13.50%；个人金融业务收入1396.19亿元，增长7.53%。综合经营板块同样表现稳健，中银香港上半年实现净利润243.56亿港元，中银航空租赁等子公司经营指标持续向好。

在“十五五”开局之年，中国银行向市场释放出积极信号。董事会建议，将中期派息比例提升至31%，每10股派发1.190元，同比增长8.8%。上市二十年来，中国银行已累计实现现金分红超万亿元，持续以真金白银回报股东。

息差企稳与非息崛起

净息差企稳是中国银行上半年最受市场关注的经营亮点之一。近年来，在贷款利率持续下行等背景下，银行业净息差整体承压。对此，该行充分发挥主动资产负债管理和全球多币种业务优势，上半年净息差结束下行态势，同比回升1个基点，至1.27%，释放出息差企稳的积极信号。

在2026年中期业绩发布会上，中国银行副行长刘承钢将息差企稳的逻辑，拆解为短期、中长期两方面因素共同作用。短期看，存量贷款LPR重定价的负面影响已基本释放，人民币长期限定期存款集中到期重定价，带动存款付息率较快下降。上半年，境内人民币存款付息率较上年下降22个基点，有效对冲了资产收益下行压力。中长期看，息差企稳，源自中国银行坚持量价险效综合平衡管理、主动优化资产负债结构、深化全球一体化经营。

最具中国银行特色的是境外业务对息差的关键支撑。上半年，该行境外机构净息差较上年上升5个基点，同比上升11个基点。在外部主要货币利率维持相对高位的背景下，境外机构贷款增长优于往年同期，同时境外机构活期存款占比提升，客户存款付息率明显下降，外币存贷利差边际持续改善。

展望下半年，刘承钢表示，息差的压力与支撑并存。压力来自信贷“降速提质”背景下境内资产收益率惯性下行，支撑则包括高成本

定期存款继续到期重定价、资产结构优化红利持续释放、外币业务继续提供增量贡献。

与此同时，非利息收入正成为中国银行盈利增长的第二引擎。上半年该行实现非利息收入1201.70亿元，同比增长5.24%，中国银行副行长黄学玲表示，这主要受益于结算清算、财富管理、金融市场及托管业务的较好表现。

结算清算方面，截至6月末，中国银行全量对公客户数、对公结算账户数较上年末增长均超7%，带动对公国内结算手续费增长6.83%；借记卡快捷支付交易额突破4万亿元，带动相关手续费增长6.5%；跨境品牌护城河持续凸显，国际结算量、跨境人民币结算量、跨境电商交易额增长均超20%。

财富管理方面，中国银行持续构建全球一体化的资产配置体系，不断提高产品遴选和管理能力。据黄学玲介绍，目前在售代销公募基金和理财产品超7800只，6月末，境内个人客户投资类金融资产较上年末增长7.16%，带动基金代销手续费增长31.58%、代销理财手续费增长17.39%。托管业务方面，中国银行率先建成首家中资全球托管银行，6月末，集团托管资产规模较上年末增长10.27%，带动托管业务收入同比增长10.29%。境外托管资产、跨境托管资产规模分别增长16.2%、19.38%，均保持中资同业领先。

如果说息差企稳是上半年的经营亮点，那么全球化则是中国银行贯穿周期、区别于其他

全球化：穿越周期的差异化护城河

大行最鲜明的战略标签。在中国银行的“十五五”发展规划中，该行将全球化作为集团发展战略的核心和首要任务，将百年经营的全球化优势转化为长期盈利增长的内在动能。

这种差异化优势在数据上清晰可见。截至6月末，该行境外机构布局已覆盖64个国家和地区。境外机构资产规模超1.34万亿美元，较上年末增长5.67%，其中贷款新增261亿美元，增长5.82%。上半年境外机构实现税前利润64.45亿美元，对集团贡献度达27.21%，保持市场领先。值得关注的是该行的经营质效——境外机构的成本收入比等效率指标明显优于境内，不良贷款余额、不良率实现“双降”。

今年以来，中国银行先后获任英国、斯里兰卡、印尼人民币清算行。至此，该行已在19个国家和地区担任人民币清算行。熊猫债承销380亿元，协助境外发行人开展人民币直接融资超1100亿元。上半年，境内分行国际结算量、跨境人民币结算量增长均超过20%。

这种全球化能力在当前的国际环境中具有特殊的战略价值。在全球产业链加速重构的背景下，中资企业出海从商品输出迈向技术、资本、品牌协同输出，中国银行历经百年打造的全球化网络与积淀形成的金融服务能力，正在被赋予前所未有的时代价值。

中国银行行长张辉在业绩发布会上透露，该行已累计服务境外中资企业超3万家。针对企业出海痛点，创新推出“出海开户易”，扎实推进全球资金池建设，配套7×24小时运营保障机制，在业内率先实现多币种境外资金调拨秒级到账。今年7月，中国银行联合10家机构发起组建“出海环球通合作联盟”，汇聚金融、物流、法律、会计、智库等行业力量，为企业提供“一站式”出海解决方案。

在人民币国际使用领域，中国银行持续发挥主渠道作用。跨境人民币业务全球布局稳步扩展，该行在58个国家和地区开办人民币业务，举办2026年人民币国际使用论坛，在亚太、欧非、大洋洲等地举办境外人民币业务路演，连续多年发布《人民币国际使用白皮书》，熊猫债、自贸离岸债、离岸人民币债券承销量市场排名保持领先。

与此同时，科技金融与数智转型正成为中国银行面向未来的战略增量。截至6月末，该行科技贷款占对公贷款比重超三分之一，累计服务20余万家科技型企业。服务人工智能产业链核心企业超5200家，综合金融支持超6600亿元。BOCAI大模型用户突破3.2万人，已构建起超过2200个智能化业务助手，落地应用场景超3800个，实现前中后台各业务条线全覆盖。

新的发展格局催生新的金融格局。中国银行的独特之处在于，它是一家真正具备全球化经营能力的中资银行——覆盖境外64个国家和地区的网络布局、在19个国家和地区担任人民币清算行、超3万家境外中资企业服务经验，这些都不是一朝一夕之功，而是百年深耕积淀的成果。

“十五五”时期，随着人民币国际使用进程加快、中资企业出海从“走出去”向“走进来”“走上去”升级，中国银行的全球化优势将释放出更大战略价值。这家百年大行，正在全球金融竞争的新格局中书写属于自己的新篇章。

私行“下沉”与“升维”：一场新竞赛 谁是赢家

2026年上市银行半年报披露已落下帷幕。中国证券报记者梳理半年报信息发现，私人银行业务迎来新一轮增长周期，同时，市场格局正在发生深刻变革：国有大行、头部股份行继续稳固基本盘，一批城农商行异军突起，成为赛道上不容忽视的新兴力量。

从行业发展脉络来看，私行业务正在上演双线变革：客群边界“下沉”和服务范式“升维”，私行客群纳入更多地方专精特新领域年轻企业家、县域高净值人群；私行服务则从理财销售转向搭建“财富管理+家族传承+税务规划+法务咨询”一体化服务生态。在这一过程中，AI投顾、智能资产配置系统等成为市场竞争中的新兴核心变量。

● 本报记者 薛瑾

“头部稳健、区域突围”

从2026年上市银行半年报数据来看，国内私人银行赛道呈现“头部稳健、区域突围”的格局，市场竞争由过去少数头部银行垄断，逐步转入多层次、差异化比拼的新阶段。

42家A股上市银行中，约有半数银行对私行业务进行了披露，部分银行披露了私行客户

数、管理资产规模（AUM）或增速等量化数据。六大国有银行均未有相关具体数据披露，仅建设银行提及私行客户数与AUM均保持两位数增长。综合数据和业内调研情况，国有大行长期坐拥庞大客户基础与全国网点优势，不管是客户数还是AUM，均稳居行业第一梯队，高净值客群经营保持稳健增长态势。

股份行继续扛起私行业务增长的大旗，这一趋势从相关披露数据得以印证。从披露私行客户数的银行来看，截至6月末，招商银行以21.6万户居首，平安银行达到11.09万户，中信银行达到10.49万户，兴业银行为9.41万户，浦发银行为6万户，浙商银行为1.93万户，上述银行客户数较上年末的增幅均在5%—10%之间。华夏银行为2.34万户，增幅超15%。对于私行客户数，各家银行认定门槛存在差异。招商银行认定门槛最高，需日均总资产在1000万元及以上，部分银行将认定门槛定在600万元，部分银行则未注明标准。

招商银行半年报披露了私行客户数，但未披露私行AUM。在有私行AUM披露的银行里，截至6月末，平安银行私行AUM为2.11万亿元，中信银行为1.49万亿元，兴业银行为1.18万亿元，浙商银行为2639亿元，上述银行私行AUM较上年末的增幅在5%—10%之间。

部分区域性银行私行业务跑出加速度，增速亮眼。例如，截至6月末，宁波银行私行客户数达3.45万户，私行AUM为4206亿元，增幅均超过20%；江苏银行私行客户数突破2万户，较上年末增长超20%，私行AUM较上年末增长超20%；南京银行私行客户数较上年末增长超10%。

为何都在发力私行业务

从全国性银行到区域性银行，纷纷加力发

展私行业务，原因何在？

多位业内人士表示，在净息差承压背景下，私行业务以其弱周期、低波动、高价值的特质凸显潜力，银行在这一业务板块进一步发力，将其作为穿越周期的重要业务增长点。

“在利率下行周期，银行对公和零售贷款利率差持续压缩，传统存贷业务的盈利空间收窄，私行业务是一类轻资本、高中间收入的业务，其收入主要来自管理费、服务费，占用资本金低但利润率较高。”一位股份行人士告诉记者，“同时，私行客户资产规模比较大，对业务的需求也比较多元，一旦建立信任，客户流失率低。不少私行客户是企业家客户，还会带动公司、投行等跨条线业务的发展，可以给银行带来业务增量和更多综合收益。”

私行是银行零售业务金字塔的“塔尖”。业内人士认为，谁留得住私行客户，谁就留得住零售业务最核心的利润来源。中国高净值人群财富积累已进入代际传承的关键窗口期。高净值客户的需求也在发生变化：已从单纯的“财富增值”转向“财富管理+家族传承+税务规划+法务咨询”。这些复杂多元的需求，需要专业机构提供综合解决方案。相较于普通零售理财，私行能够做出定制化的综合解决方案。私行客户的新需求，倒逼银行在投研能力、产品设计、科技系统、人才队伍等方面全面升级，这种能力溢出效应，也会带动整个零售条线的服务水平提升。

部分上市银行半年报披露的经营数据，印证了私行转型带来的业务实效。例如，北京银行称，私行代销业务表现强劲，上半年产品销售规模同比增长32%，存量规模、中间业务收入增势良好，产品保有量同比提升21%；持续优化客户资产配置结构，混合、权益等类型产品占比提升，带动中间业务收入同比增长27%。

与以往不同的是，银行的私行主战场，已从北京、上海、深圳等核心城市扩散至地级市、县域市场。在这一过程中，城农商行异军突起的趋势明显。由于城农商行长期扎根当地，深耕地方产业多年，与当地中小企业、科创企业联系紧密，具备天然的地缘信任优势，这些银行走出一条本地化获客路径，从企业客户当中孵化高净值个人客群，公私联动转化私行客户顺理成章。

多家上市区域性银行在半年报中明确，将科创企业家等列为私行重点客群，依托当地制造业、科创产业集群，打通企业信贷服务—企业家个人财富管理的转化通道，把对公客户资源转化为零售高净值客户。

除了上市银行，非上市城农商行也在加码私行业务。比如，咸阳农商银行近期成立私人银行部，瞄准当地优质企业家、县域高净值家庭开展服务。

提供怎样的新服务

很长一段时间，国内私人银行的核心工作是为高净值客户挑选理财、基金、保险等金融产品，本质属于产品销售渠道。

对于客户而言，首要需求早已不再是追逐高收益产品，而是多元综合诉求，这已经远远超出传统投资理财的边界。半年报披露的信息显示，头部银行正在加速搭建“财富管理+家族传承+税务规划+法务咨询”的一体化服务生态，满足客户多元化需求。

业内人士表示，打通系统内条线、资源，并整合信托、基金、保险机构和法律税务、教育规划、医疗服务等非金融机构，提供平台型服务，正成为私行升级打法的方向。

例如，农业银行持续升级“私人银行+”综合金融平台，打造财富管理、客群经营、多元生

态“三位一体”服务解决方案，构建“多策略专属产品+多资产综合配置+多功能保险保障”和“全集团协同服务+全市场开放合作”的私行财富平台。

建设银行聚焦客户“人—家—企—社”核心需求，全面拓维深耕“专业服务、品质服务、信任服务”；升级推出企业家综合服务，优化企业家工作室空间布局，提升服务效能，积极构建企业家公私一体化经营新格局。

招商银行强化专业引领与公私协同，通过提升投资研究与资产配置能力，加强数智化赋能，搭建高效的一体化服务体系，为客户提供私人银行专属综合服务。

在这一过程中，多家银行都在强化私行服务AI专业赋能。例如，工商银行在私行领域建设AI原生的综合金融服务智能体，整合集团综合金融服务资源，围绕私行客户个人、企业、家庭财富统筹的关联服务场景开展需求研判，洞察客户潜在金融服务需求，客户综合化、个性化服务方案生成时间由5天降低至3小时，有效拉动私行AUM增长，并带动关联企业开户数及存款规模显著提升。建设银行打造私行数智服务智能体，加速重构私行数智化经营体系。招商银行强化私人银行服务专业赋能，升级AI工具，为客户提供一站式、可视化的资产配置与保障传承规划服务方案。

银行获取资产的能力相对较强，资产池丰富，在非金融领域也能撬动诸多资源。一位资深业内人士表示：“私行的真正优势并不是专属产品收益率有多高，也不是权益、礼品有多贵重，而是形成了一套专业化产品服务体系，站在买方视角，能真正解决高净值客户的金融和非金融需求。”在此背景下，升维做生态、下沉找增量、AI提效能成为私行业务共同的发展方向。