

中国移动大举买入邮储银行 金融加数字信息技术想象空间大

在董事会通过定增议案5个月,3月29日晚间,中国邮政储蓄银行公告称,该行完成A股非公开发行募集资金约450亿元,由中国移动通信集团有限公司(下称“中国移动集团”)以现金方式全额包揽。

■新快报记者 范昊怡

邮储银行发布的公告显示,本次非公开发行的股票数量为67.77亿股,全部采取向特定投资者非公开发行股票的方式发行,募集资金总额为450亿元,由中国移动集团认购。

本次定增价格为6.64元/股,以3月29日邮储银行股票均价4.65元计,相当于本次定增价格溢价42.8%,而此次6.64元/股的发行底价系邮储银行2021年度利润分配后的每股净资产价格。

完成发行后,中国移动集团持有邮储银行总股本的6.83%,超过中国人寿的持股比例,正式成为邮储银行内资股第二大股东。

事实上,如此大额的定增并不是邮储银行近年来的第一次。2021年3月,邮储银行发布面向控股股东邮政集团定增募资300亿元,非公开发行54.05亿股A股股票,发行价格为5.55元/股,扣除相关发行费用后全部用于补充该行的核心一级资本。

根据公告,此次募集资金也将用于补充邮储银行核心一级资本。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华表示,定增可以补充核心资本,增强银行抵御风险的能力,另一方面,也增强了邮储银行的业务扩展能力,优化资产负债结构。同时,溢价发行有助于增强二级市场投资者公平性,有利于提升投资者信心。此外,双方在业务上可能也存在一定互补,除了有利于股东结构和资产结构的优化外,近年来,金融与数字信息技术融合发展较快,二者业务存在互补合作的潜在机会,这拓展了市场对二者未来业务合作方面的想象空间。

公开资料显示,作为最年轻的一家国有大型商业银行,邮储银行过去5年净利润复合增长率为12.54%,高于同业增速;年化加权平均净资产收益率(ROE)达13.90%,高于可比同业水平。近年来,邮储银行分红率一直维持在30%,也在行业内保持领先水平。

国有大行首份年报出炉

建设银行:最大个贷银行地位持续巩固

首份国有银行2022年年报出炉。3月29日晚间,建设银行(601939)发布2022年年报,该行去年实现营业收入8224.73亿元,同比下滑0.22%,实现净利润3231.66亿元,同比增长6.33%。从零售业务上看,该行个人金融业务实现营收利润双增长,但值得注意的是,其减值损失416.35亿元,增幅22.79%。建设银行在年报中表示,2023年,该行将在金融板块推动个人客户金融资产快速增长,推动大财富管理战略落地。

■新快报记者 杨依泓

不良“一增一降”

新快报记者梳理发现,2019年至2021年,建设银行均实现营业收入和净利润双增,对于今年营收方面下滑,根据年报,一方面,建设银行生息资产保持增长态势,带动利息净收入较上年增加376.44亿元,增幅6.22%;另一方面,非利息收入为1794.09亿元,较上年减少394.17亿元,同比下滑18.01%,其中手续费及佣金净收入下滑4.45%。年报称,其中,网络支付、国际结算等受消费及外需偏弱等因素影响,收入略有下降,银行卡手续费收入降幅19.15%,主要由于消费市场整体疲软,线下消费交易额及消费回佣收入有所下降。

资产质量方面,建设银行2022年年末的不良贷款余额和不良率出现了“一升一降”。其中,不良贷款余额2928.25亿元,较上年增加267.54亿元;不良贷款率1.38%,较上年下降0.04个百分点。建设银行表示,该行资产质量总体平稳。集团不良贷款率1.38%,稳中有降;拨备覆盖率241.53%,保持良好风险抵

补能力。

个人金融业务营收利润双增

根据年报,2022年,该行个人金融业务实现营业收入4272.29亿元,增幅5.31%,利润总额2164.04亿元,增幅0.98%,占比较上年上升0.02个百分点至56.65%,实现营收利润双增长。不过,值得注意的是,个人金融业务减值损失416.35亿元,增幅22.79%,为近几年最高,历年年报显示,2021年,该行个金业务减值损失为332.13亿元,增幅7.53%,2020年,减值损失308.87亿元,增幅9.78%。

个人存贷款方面,2022年末,建设银行境内个人存款13.07万亿元,较上年增加1.80万亿元,增幅15.92%,新增金额创近年最高。个人贷款方面,该行境内个人贷款8.24万亿元,较上年增加3448.40亿元,增幅4.37%,年报称“最大个人信贷银行地位持续巩固。”其中,个人住房贷款、信用卡贷款余额、个人经营贷款、个人消费贷款均较上年有所增加。

专题

广州银行: 多措并举促消费,暖心服务增福祉

●促消费:完善产品体系 展开主题活动

党的二十大报告指出,要坚持在发展中保障和改善民生,作出“增进民生福祉,提高人民生活品质”的战略部署。春江潮水连海平,伴随春风一同来到的,还有一系列惠民政策和利民举措。金融发力必须靠前,在时代的浪潮中,商业银行等金融机构拥有广泛的客群、充足的金融资源和可靠的金融科技手段,无疑是增进民生福祉、促进消费回暖的重要角色。

日前,广州银行多措并举,多管齐下,发挥其相应区域内领先优势,在提升其民生保障工作便利度的同时,还提供了多元消费服务和升级消费金融产品,同时在手机银行服务迭代等方面也积极响应客户需求,形成了优质金融产品叠加高效服务能力的“组合拳”,有效提振消费信心,增进民生福祉。

2022年,广州市印发实施的《“羊城欢乐购”政府消费券方案》共发放政府消费券1.3亿元,数据显示,全市消费金额环比活动前增长23%,消费笔数环比增长12%。在促消费浪潮中,正是广州银行率先响应广州市商务局号召,积极参与“羊城欢乐购”“Young城Yeah市”“中华美食荟”等促消费活动,有效提振社会消费热情,助力广州市加快建成具有全球影响力与美誉度的国际消费中心城市。

除了参与各类给力的促消费活动,

●保民生:提升服务便利 推进场景建设

民惟邦本,利民为本。金融为民是金融工作的基础,作为广州市首三家社保卡服务银行,广州银行发挥优势,不断提升民生保障工作的便利性,守住了市民朋友们“稳稳的幸福”。在推进社保卡的互联互通及场景应用方面,广州银行推进“爱心银行”系列网点建设,打造12家“健康E站·医保服务点”,将医保服务引入网点;在提高社保卡办卡便利度方面,广州银行加大投入配置社保卡自助发卡一体机,实现社保卡新发卡、补换卡现场制卡、立等可取的功能“一站式”;此外,广州银行也不忘特殊群体需求,在网点配套移动营销平台提供社保业务上门服务,解决民生政务高频业务和特殊客户

广州银行还积极促进旅游消费。该行与长隆集团、融创乐园等龙头品牌合作开展主题乐园优惠活动,与广东省博物馆、广东银联合作发行首张“非遗广绣文化无界信用卡”,扩大旅游消费需求,助力提升城市文化消费品质。

为支持广大市民的消费用款需求,广州银行不断完善产品和服务体系。在提升服务效率方面,“秒”速升级即享金业务,对审批、放款、支取等环节进行全方面升级,实现“最快5分钟审批”“最快2小时放款”,最大限度地减少客户时

上门服务需求。

在现代青年人的生活中,诸多软件、小程序、IC卡的交叉组合,往往使人应接不暇,给实际应用带来不便。在推动场景建设方面,依托金融+科技手段,搭建“智慧食堂、智慧校园、智慧油站”,联合广东省政务服务数据管理局开展政务服务合作,将政府民生服务事项引入至手机银行渠道及线下网点,线上通过手机银行、微信银行打造“指尖政务服务专区”,实现近千项民生政务服务,线下通过网点智能柜台打造“微政务服务中心”,实现100多项服务的查询办理与单据打印。

随着数智化金融的推进,广州银行

间成本;在线上信贷产品升级方面,优化广银E贷为全流程线上产品,升级后产品具备“全自动、全客群、全天候、全实时”的消费信贷作业能力,实现了“一次扫码、一分钟客户完成进件、一分钟系统自动审批”的“三个一”目标;快速响应国家关于提振楼市的系列政策,对按揭业务的全流程进行了优化设计,包括客户体验改善、进件资料简化、审批及出账流程节点压缩、贷后工作提效等,力争满足客户在个人消费贷款方面的各项需求。

也对其手机银行进行升级改造,更好为客户提供服务。在体验方面,新一代手机银行重点围绕转账、理财、基金、贷款、信用卡及生活服务,实现了统一入口、个性化定制以及开放式营销等功能,打造了私人银行高端客户服务版块和长辈专属版本;在服务功能方面,广州银行手机银行全新推出了“理财对账单、贵金属、预约和批量转账、指纹支付”等金融服务和“水电煤话费缴费、社保医保、粤省事、广银直播间”等生活服务,兼具智慧金融与温暖关怀,打造成为一个集在线办理业务、财富管理、生活缴费、营销优惠等一站式服务的全新移动金融综合门户。