

# 内控屡失控 浦发银行负重前行

原副行长离任三年后于近日被查，让浦发银行自身的内控管理和发展情况再次暴露在聚光灯下。今年以来，浦发银行频频“出错”，同时，该行风险抵御能力、盈利能力以及估值水平承压，在股份行业中大有被后来者赶超的趋势，如何加强自身竞争力也成为浦发银行当前面临的重要考题。

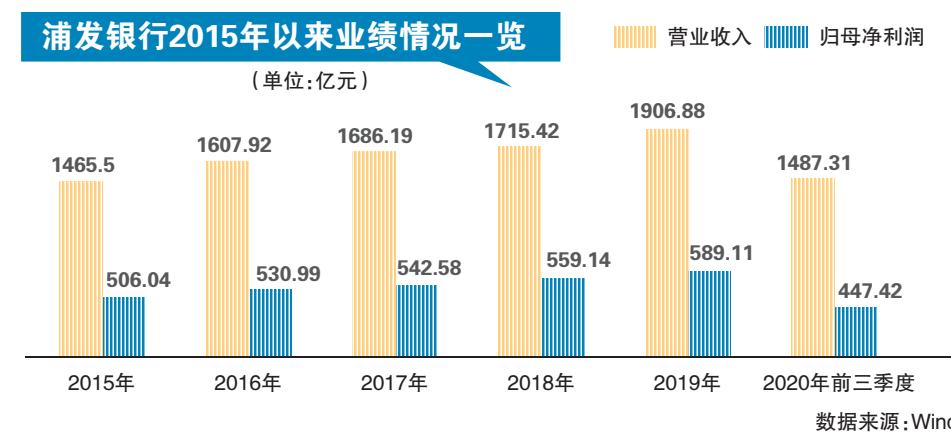
## 原副行长被查

据上海市纪委监委11月2日消息，浦发银行原副行长穆矢涉嫌严重违纪违法，目前正接受上海市纪委监委纪律审查和监察调查。这距离穆矢离开浦发银行已三年有余。

从公开简历来看，穆矢曾在浦发银行工作长达十七年。2000年，穆矢加入浦发银行担任天津分行筹备负责人，随后历任浦发银行天津分行副行长、天津分行行长、浦发银行总行风险管理总部总监。2009年6月起，穆矢任浦发银行副行长，2015年起兼任董事会秘书，2015年11月，穆矢辞职去浦发银行副行长，保留董事会秘书职务，2017年6月辞职离开浦发银行。而辞职后穆矢加入了万达金融担任副总裁。

此次穆矢被查引起了较大舆论关注，一个重要原因就是业内猜测其被查原因或与此前曝出的浦发银行成都分行违规放贷案件有关。

2018年1月，浦发银行因成都分行违规发放贷款案领罚4.62亿元，受到重挫。而后，相关责任人员被追责，其中，2019年监管机构公告称，穆矢作为浦发银行时任副行长，因对成都分行授信业务及整改情况严重失察，被处以警告并罚款30万元。



今年10月16日来自银保监会公布的消息显示，针对浦发银行成都分行发生的违规发放贷款案件，已有311名责任人员受到浦发银行内部问责，多名中高层管理人员受到党纪处分，地方人民法院已对浦发银行成都分行原行长等21名刑事被告人作出判决。

在“任内发生重大风险事件被查”的猜测声外，另有消息显示，穆矢落马或与其妻的私募生意有关。有媒体报道，知情人士称，穆矢“做私募生意”的妻子也一同被调查。

## 风险内控机制待强化

穆矢落马原因未明的背后，此次原副行长被查事件也让浦发银行自身的合规管理和发展情况再次暴露在聚光灯下。

今年以来，浦发银行及其分支机构频频因“吃罚单”见诸报端，北京商报记者根据银保监会公开行政处罚信息不完全统计发现，开年至今，浦发银行总行及分支机构因同业、理财、信贷等多项业务违规，合计被罚超过3000万元。

券商业资深人士王剑辉指出，浦发银行在合规管理上自我约束能力较弱，未来自控约束机制需要进一步强化，出现了风险事件后，更应在理念上对风控形成全面的足够认识。负责合规内控管理的部门需要有话语权，面临风险业务需要及时踩刹车。

资料显示，浦发银行是1992年8月28日经中国人民银行批准设立、1993年1月9日开业、1999年在上交所挂牌上市的全国性股份制商业银行，总行设在上海。至2020年9月末，公司总资产规模达7.67万亿元。今年前三季度，浦发银行实现营收

1487.31亿元，同比增长1.6%；实现归母净利润447.42亿元，同比下降7.46%。

Wind数据显示，今年前三季度浦发银行归母净利润排名行业第9位，在股份制银行中排名第3位，前2位分别是招商银行、兴业银行。

从估值指标来看，Wind数据显示，目前浦发银行市净率0.54倍，在37家上市银行市净率中排名倒数第5。

“银行股市净率面临宏观经济压力，资产质量下滑、第三方金融科技竞争激烈的背景下，整体承受着较强的系统性压力，收入预期受到影响，市净率普遍偏低。而从个体来看，浦发银行盈利能力有下滑趋势，净资产收益率在银行中整体偏低，对其估值也形成压制。”王剑辉如是说。

## 盈利能力待提升

从近年来的盈利表现来看，Wind数据显示，2015-2019年，浦发银行归母净利润同比增长率分别为7.61%、4.93%、2.18%、3.05%、5.36%。2020年前三季度，该行归母净利润未能保持个位数的增速，同比增长率为-7.46%。

在资产质量方面，截至2020年9月末，浦发银行不良贷款率1.85%，较去年末下降0.2个百分点；拨备覆盖率为149.38%，较上年末上升15.65个百分点。

根据银保监会公布的数据显示，截至二季度末商业银行的拨备覆盖率平均为182.4%，其中股份制银行的平均值为204.33%。这意味着该行拨备覆盖率处于同业机构中的下游水平，并且在当前经济压力及银行资产质量承压背景下，浦发银行仍面临一定的拨备计提压力。

浦发银行业务主要包括公司金融、零售金融和金融市场三大板块。从收入结构看，该行营业收入主要由利息净收入和手续费及佣金收入构成。2017-2019年，浦发银行利息净收入占比持续提升，手续费及佣金净收入占比则有所下降。2017-2019年利息净收入占收入结构比重分别为63.4%、65.46%、67.57%。手续费及佣金净收入占比分别为27.03%、22.83%、21.21%。2020年前三季度，情况有所变化，该行利息净收入和手续费及佣金净收入占营业收入比重分别为61.49%、26.58%。

廖鹤凯表示，浦发银行现在的收入主要是利差支撑，体现了该行对公业务的强势和优势，而同时浦发银行意识到手续费及佣金收入的重要性，战略加强零售方向明确，强化数字生态发展也在推进中，只是这两块目前都还显著弱于行业龙头，且浦发银行面临着其他股份制银行追赶者的挑战。浦发发展战略总体来说承接性比较好，但上层执行层面乏力，没有做出‘拳头’领域，且中途出错过，对问题反应迟缓且反馈纠错机制较弱。若该行不敢大刀阔斧地改革上层结构，加强平台建设执行力，浦发银行将面临人才流失，进一步降低竞争力。”廖鹤凯如是说。

王剑辉建议，该行还需要在深耕本地客户方面做更多的努力，毕竟浦发银行有上海、江浙地区强有力的优势背景，应该多做文章，适当考虑将盈利能力较弱的地区和业务线“做减法”，先增强企业的盈利能力再考虑更多的拓展。

就原副行长被查原因、年内罚单整改情况、如何提升盈利能力等问题，北京商报记者采访浦发银行，但银行方面未有所回应。

北京商报记者 孟凡霞 马嫡

## 做消费者的“真爱粉丝” 伊利前三季度营收737.7亿



突发的新冠疫情让“健康”成为全世界最关注的话题。近日，亚洲乳业龙头伊利股份发布了2020年三季报。数据显示，2020年前三季度，伊利实现营业总收入737.7亿元，增长7.42%；净利润60.44亿元，增长7%，依然保持着稳健增长的态势。

有分析人士指出，伊利业绩的逆势稳健增长，离不开企业积极应对挑战、全面激活企业活力的切实举措，更离不开其“以消费者为中心”的经营理念的长期坚持。

值得注意的是，就在不久前的领导力峰会上，伊利集团董事长潘刚再次强调了消费者对于企业发展的关键作用：“企业的发展之本在于消费者，我们开展所有工作都应该围绕一个核心，那就是以消费者为中心。”

在他看来，“以消费者为中心”不仅意味着理解消费者、重视消费者，更要转变角色，做消费者的“真爱粉丝”，将每一位消费者都视为VIP，并围绕消费者反馈不断提升产品和服务的品质。

正是在这一战略思想的指引下，伊利多年来坚持品质为基、创新为核，深层次洞察消费者需求，不断创新产品品类，满足消费者多样化的营养健康需求。

在品质方面，伊利已经成为当之无愧的行业标杆。在质量管理工作中，伊利在国标线的基础上，提升50%的标准制定企标线；在企标线的基础上，再提升20%的标准制定内控线，开创了行业知名的质量管控“三条线”，其严苛程度，让海内外供应商都为之惊叹。

而在疫情突袭之际，伊利第一时间筹集抗疫物资驰援上游牧场和奶农，同时开通绿色融资渠道，全力支持牧场渡难关，保障乳业产业链的稳定，全力守护消费者的“奶瓶子”。

在疫情期间，产品供应往往会遇到“最后一公里”难

题。面对这样的难题，伊利充分发挥自身的渠道优势，开展“会员营销”O2O到家”等新零售模式，通过送货上门、送货进小区等方式，真正成为“消费者身边的牛奶”。

此外，为了满足消费者个性化消费需求，伊利也拿出了“粉丝追星”的精神和毅力。

凭借先进的大数据、互联网技术，伊利搭建了覆盖430个数据源、有效数据量级达到全网90%以上的大数据雷达平台，精准把握消费趋势。

在大数据平台的助力下，伊利持续研发和创新，推出了一系列满足消费者多样化需求的产品。比如安慕希新品勺吃酸奶每杯含5g蛋白营养，比风味酸奶国家标准高1.7倍，其热量却只有100kcal/100g；再如伊然乳矿奶茶凭借着0蔗糖、低脂肪、0植脂末、0反式脂肪酸等特点，受到了众多消费者青睐；此外，2020年前三季度，伊利还推出了安慕希芝士波波球常温酸奶、“金典”低温牛奶、“畅轻”鲜酪乳低温酸奶、“QQ星”儿童成长配方奶粉、“伊然”乳矿气泡水、“植选”无糖豆乳、“妙芝”口袋芝士成人奶酪棒等营养健康新品。

对消费者的关爱，也让伊利成为“消费者心尖上”的品牌。在国际权威品牌价值评估机构Brand Finance发布的系列榜单中，伊利在2020年全球最具价值乳品品牌10强”强势登顶，成为世界上最具有价值的乳制品品牌，并在2020年全球最具价值食品品牌50强”榜单中跃升至全球第二。

如今，站在“全球乳业五强”新起点上，伊利又开启了迈向“全球乳业三强”中期目标和“全球乳业第一”长期战略目标的新征程。未来，伊利将继续坚持“以消费者为中心”的经营理念，以最优品质的产品和服务，满足消费者不断提升的营养健康追求。

## 中信银行打造“三公里”便捷生活圈 为老年幸福锦上添花

金秋十月，丹桂飘香，全国第11个“敬老月”如期而至。据统计，我国60岁及以上人口已达到2.54亿人，占总人口的18.1%。孝老、敬老、爱老，正成为全社会的风尚。中信银行积极践行“党建+金融服务”，与社区合作，充分调研了解老年人的生活需求，由此推出“幸福三公里”暖心优惠活动，以实实在在的方便实惠，把爱老、敬老的理念落实到行动当中。

距家三公里范围内的超市、药店、水果店、家政服务店等，是老年人使用率高、依赖性强的生活场景。然而，不少老年朋友为买到更物美价廉的商品，舍近求远，甚至倒几趟公交车去买菜。

如何让老年人在离家三公里内享受实惠与便捷？中信银行自2020年6月起推出“幸福三公里”满减优惠活动，为新开卡、达标的老年客户送上多重优惠。

中信银行有关负责人介绍，50岁以上的客户可在中信银行“信有惠”微信小程序平台上，进入“幸福+”专区报名参加活动。新客户开卡达标当日，就可立即获得“满30减25元”优惠券1张。而开卡后3个月内，首次管理资产月均管理资产达到1万元，次月第一个周六就能获得3张“满30减25元”优惠券。累计最高可减100元。

截至目前，“幸福三公里”活动已覆盖21城，

涵盖成都红旗超市、北京京客隆超市、物美超市、福州永辉超市、南京零食工坊、武汉中百仓储等超过10000家各地老年人最喜爱的当地热门商超门店。老年朋友在使用微信支付结账付款时，可直接抵扣优惠金额。

除了优惠券，“幸福三公里”活动还包括一份健康大礼。注册“幸福+”俱乐部会员，可以免费获得1个月的电话家庭医生服务。拥有十年以上三甲医院服务经验的家庭医生团队提供病诊咨询、用药指导、检验报告咨询等多项服务。

“幸福+”俱乐部，是中信银行为老年人打造的专属俱乐部，分为“幸福+财富”“幸福+健康”“幸福+优惠”“幸福+学院”“幸福+出游”和“幸福+舞台”六大板块。“幸福三公里”，正是“幸福+优惠”板块下，让老年人少跑路、多省钱，享实惠的重磅活动。

作为国内最早推出老年专属服务的商业银行之一，中信银行多年来始终致力于为老年群体提供有温度的暖心服务，让银发一族尊享优质理财、7×24小时家庭医生等全方位生活福利，为幸福老年生活锦上添花。



## 迁址公告

安华农业保险股份有限公司北京市大兴支公司（统一社会信用代码：91110115797573323X），原注册地址为：北京市大兴区兴华大街二段3号院2号楼10层1109，现变更为：北京市大兴区兴华大街二段3号院2号楼5层610，公司类型和经营范围及注册资本均不变。电话：010-69299878。

特此公告。