

利润相差百倍 9家民营银行业绩比拼

苏宁与网商银行净利差188倍

根据公开数据整体来看,9家民营银行在2018年均保持了超高速增长势头,无论是资产规模还是营业收入、净利润,都实现快速扩张。其中网商银行、新网银行、客商银行等多家银行披露了2018年完整年报,其他银行尽管尚未公布年报,但是相关经营数据也在股东的年报中被提及。

从9家民营银行业绩指标中可以看到,各家银行资产规模差距较大,其中,总资产规模最大的是网商银行,达958.64亿元,是2015年刚成立时300亿元的3倍多。排名二、三、四、五位的是富民银行、新网银行、苏宁银行以及金城银行,资产规模分别为370.2亿元、361.57亿元、323.71亿元以及213.68亿元。排名后四位的银行分别是蓝海银行、振兴银行、中关村银行、客商银行,资产规模分别为188.3亿元、175.09亿元、131.55亿元、126.77亿元。

对比来看,排名第一的网商银行与排名第九的客商银行资产规模相差近7倍,达831.87亿元。

除了资产规模,各家银行在营业收入、利润增速等方面还是有着明显差异。从业绩指标来看,网商银行营业收入和净利润最高,并且远超其他8家银行,2018年网商银行营业收入和净利润分别为62.84亿元和6.71亿元,同比增长分别为46.94%和65.92%。净利润过亿元的银行还有新网银行、金城银行,分别为3.68亿元、1.52亿元。其中,新网银行首次实现扭亏为盈,净利润相较2017年的1.69亿元增加1.99亿元。蓝海银行、中关村银行、富民银行、客商银行、苏宁银行、振兴银行6家银行净利润均在1亿元以下。苏宁银行

近两年来,民营银行业务逐渐走上正轨,在目前已获得批复的17家民营银行中,超半数银行已披露2018年业绩数据。根据公开数据整体来看,9家民营银行在2018年均保持了超高速增长势头,无论是资产规模还是营业收入、净利润,都实现快速扩张。但不同的业务模式也导致了各家银行业绩指标的差异。在分析人士看来,民营银行在借助互联网优势的同时,还要学习借鉴传统银行的长处,这样才能够其他基础上形成自己独具特性的竞争力。

2018年净利润增速虽高达1779%,但净利润规模在披露相关数据的银行中排名靠后,为355.1万元,与网商银行相差约188倍。

不过需要关注的是,虽然金城银行净利润过亿元,但该行却成为9家民营银行中唯一负增长的银行。2018年全年,该行净利润1.52亿元,相较2017年的1.523亿元有所减少;利润总额为2.04亿元,相较2017年的2.05亿元有所下滑。

不良率差异大背后的定位选择

从2014年12月首家民营银行正式开业算起,行业已经走过四个多年头。目前,基于股东背景、区域特色,我国民营银行可以分为三种发展模式:一类是纯互联网型(微众银行、网商银行、新网银行);一类是准互联网融合型(华瑞银行、蓝海银行、众邦银行、苏宁银行等);一类则是相对传统型(如天津金城银行、温州民商银行、湖南三湘银行等)。

由于开业时间不一、地域限制不同,各家民营银行盈利规模地方差距存在必然性,其中,网商银行是首批4家获批开业的民营银行之一,且吸纳了蚂蚁小贷业务,根基较深。而新网银行、蓝海银行、苏宁银行等银行是后来才获批开业的,这在规模效应明显的金融行

业,会造成利润规模的较大差距。

从经营模式来看,新网银行近八成用户来自三四线城市和农村地区,面向的是信用记录缺乏、从未享受过正规金融机构授信服务的群体。网商银行主要依赖自有渠道发放小微企业贷款,数据显示,截至2018年末,网商银行历史累计服务小微企业和小微经营者客户1227万户,户均余额2.6万元。苏宁银行则表示,继续坚持“科技驱动的O2O银行”的战略定位,聚焦核心业务,快速提升金融科技能力,大力提升客户运营能力,稳步实现年度发展目标。

不同的业务模式还导致了各家银行不良贷款率的差异。2017年末,新网银行和网商银行的不良贷款率分别为0.19%和1.23%。而2018年末新网银行不良贷款率上升到0.39%,网商银行不良率上升到1.3%。

促进民营银行发展是激发金融市场活力、优化金融机构体系的具体举措,但在经历了2016年的一路高歌猛进后,民营银行却迎来高管提前“离场”的烦恼。据北京商报记者不完全统计,目前17家民营银行中,已有10家出现过董事长或行长的变更,比例高达58.8%,仅2018年,就有7家民营银行董事长或行长离任。业内人士指出,高管频频变动的背后体现了民营银行发展艰辛的境

况,在银行业都在谋求转型的“十字路口”,民营银行亟待找准发展定位。

特色化差异化出路

目前已经成立的17家民营银行中,各家银行关于自己的业务定位,基本都是靠拢“普惠金融”、“小微金融”的重点,再辅以“科技+金融”、“互联网”等概念。

银保监会在3月1日发布的《关于做好2019年银行业保险业服务乡村振兴和助力脱贫攻坚工作的通知》中也提到,民营银行要下沉服务重心,提升服务便捷性和可获取性。

然而各家民营银行优势不同,受地域限制影响不一,在激烈的行业竞争下,该如何突围?

在麻袋研究院高级研究员郑佳看来,民营银行开设之初,原银监会多次表态,民营银行作为银行业新进入者,需结合自身优势,推出特色化金融产品与服务,形成核心竞争力,与传统银行差异化竞争。可见,如果民营银行在跨地域业务上没有自身优势,与传统银行无法形成错位互补,或面临相应地域限制。相对外部资源,利用股东资源展业,监管更认可,地域限制较少,更值得民营银行尝试。

北京科技大学经济管理学院金融工程系教授刘澄在接受北京商报记者采访时也指出,从目前民营银行批复的运营情况来看,以网络银行为主的民营银行业务发展都不错,民营银行未来一定要走特色化、差异化的发展道路。在借助互联网优势的同时,还要学习借鉴传统银行的长处,既要有特色,也要有借鉴,这样才能够形成有自己特色的差异化竞争优势。

北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

顺义区税务局奏响宣传“三部曲”

一是有效整合,谱就税收宣传“片头曲”。围绕税收宣传月“落实减税降费,促进经济高质量发展”主题做好全局动员,整体调配和有效利用现有资源,借助区局“深化增值税改革政策培训小教员团队”、“青年团员志愿服务队”、“巾帼服务岗”等团队力量,化身义务宣传员和政策辅导员,深扎根、广延伸服务触角,力促减税降费政策推进贴心暖心。

二是聚焦普法,唱响税收宣传“主题曲”。积极开展税收普法专题活动,组织税务干部走进顺义公园,携手市民互动详解减税降费惠民政策;联合市局第二直属分局共同走进首都机场T3航站楼,为来往旅客和周边商铺耐心解说减税降费政策要点;依托“家长进课堂”活动,化身普法员走入顺义区东风小学,为小学生普及税法和减免税知识;分批次走访民生银行、牛栏山酒厂等辖区重点税源企业,及时送去减税降费“大礼包”,不断扩大宣传影响力和辐射面。

三是多方发力,奏好税收宣传“交响曲”。联合工、青、妇群团组织,开展“减税降费,群团助力”系列活动,将政策宣传延伸至社区,确保接地气、有温度;各管理所主动出击,强化与各园区、镇党政部门之间的沟通协作,借助地方召开相关企业会议的机会,以发放宣传手册、设立咨询站点、现场专员讲解等方式,铺开减税降费宣传面,多方协力共促减税降费落地生根。

中信银行总行营业部将携手北文艺术银行推出线上艺术品租赁平台

近年来,古玩艺术品作为一种具有艺术鉴赏、投资保值双重属性的资产类型,逐步受到大众富裕阶层的青睐。由中信银行总行营业部、北京市文化产权交易中心联合主办的“流转的艺术·北文空间艺术展”日前举行。中信银行总行营业部与北文艺术银行将共同推出全新的线上艺术品租赁平台,这也是国内首家有国企背景、具有深厚公信力的线上艺术品租赁平台。

“流转的艺术——北文空间艺术展”以空间打造、艺术品租赁作为主题,以多种艺术品风格作为内容,重点展示新业态。

据了解,北文中心在市文资办、文投集团等相关单位的指导下,开展艺术银行业务近两载,为300余家企业及机构提供艺术相

关综合服务。中信银行总行营业部与北文艺术银行建立了良好的合作关系和深厚的信任基础,并将于近期推出基于中信银行信约宝保证金管理产品支持下针对个人客户的艺术品租赁服务。

活动现场,中信银行总行营业部与北文艺术银行宣布,将共同推出全新的线上艺术品租赁平台,这也是国内首家有国企背景、具有深厚公信力的线上艺术品租赁平台。该平台解决了以往长期存在、阻挡艺术品原作进入个人用户租赁市场的关键难点——个人信用问题。通过中信银行信约宝保证金管理产品,个人用户只要开设自己的家庭艺术品账户并冻结一定额度的资金在个人账户中,即可以非常实惠的价格享受到贴心的艺术品到家服务。

双方演示了这一新平台的虚拟租赁流程,并现场举办了北文艺术银行与中信银行总行营业部的线上艺术品租赁保证金管理产品——信约宝合作签约仪式。

中信银行总行营业部方面表示,希望通过此次艺术品租赁展览的视觉盛宴,社会各界能进一步加深对艺术品租赁这一新的服务模式的了解——企业机构可通过此项服务打造企业文化氛围、提高流量和社会关注度、提升品牌影响力,个人及家庭用户可通过艺术银行网上租赁平台提供的便捷服务,在指尖轻松实现家居艺术品的租赁或购买,得到专业的艺术设计服务!

