

赴港IPO 贵州银行业务“偏科”难题待解

今年以来,中小银行冲刺资本市场热情高涨。近日,贵州银行向港交所递交上市预披露文件,这距离该行正式成立还不到七年。近年来,贵州银行资产规模和盈利能力均保持快速增长,不过业务规模快速扩张对资本的消耗已经显现,该行今年3月末的核心一级资本充足率已经下滑至10.52%,低于同期银行业整体平均水平。同时,贷款集中度较高以及依赖政府所属企业也成为贵州银行上市路上的隐忧。

递交IPO招股书

中小银行上市“后备军”再添一员。6月6日,贵州银行向港交所递交了IPO招股书,如果进展顺利,该行将有望成为贵州省继贵阳银行之后第二家上市的城商行。

贵州银行是一家年轻的城商行,此次冲刺资本市场距离该行成立仅不到七年时间。招股书显示,贵州银行成立于2012年,由原遵义市商业银行、原六盘水市商业银行、原安顺市商业银行合并新设成立。截至2019年3月末,该行拥有1家总行、8家分行、207家支行,运营网络覆盖整个贵州省。

从招股书来看,贵州银行近年来发展迅猛,总资产由2016年末的2289.49亿元增至2018年末的3412.03亿元,年复合增长率为22.1%;截至2019年3月末进一步增至3620.45亿元。从盈利能力来看,贵州银行也表现不俗,营业收入和净利润增速均实现双位数增幅。该行今年一季度实现营业收入25.35亿元,同比增长21.95%;净利润9.57亿元,同比增长27.64%。

和很多地方银行一样,贵州银行的营业收入主要来源于利息收入。2016-2018年,贵州银行利息净收入分

别占营业收入总额的98.3%、100.99%、94.9%;2019年一季度,该比例为92.4%,呈下降趋势。同期手续费及佣金净收入的占比分别为2.35%、-0.11%、0.24%和0.26%。

在资产质量方面,贵州银行不良率逐年降低。数据显示,2016年末至2019年3月末,该行不良率分别为1.91%、1.6%、1.36%和1.2%;相应的拨备覆盖率分别为212.86%、192.77%、243.72%和283.12%。

定增不及预期

与今年一季度颇为亮丽的成绩单不同的是,贵州银行的资本充足率指标出现下滑的局面。

招股书显示,截至2019年3月末,贵州银行的核心一级资本充足率、一级资本充足率和资本充足率分别为10.52%、10.52%和12.78%,较年初分别下降0.1个、0.1个和0.05个百分点。而该行的核心一级资本充足率和一级资本充足率自2018年末就出现了下滑,均较2017年末下降了0.31个百分点。

同时,贵州银行的资本充足率也低于同期银行业整体平均水平。银保监会日前发布的数据显示,一季度末,商业银行核心一级资本充足率为10.95%,一

级资本充足率为11.52%,资本充足率为14.18%。由此可见,贵州银行上市“补血”的需求迫切。

实际上,贵州银行已经采取多种途径来补充资本金,包括实施定增、发行二级资本债券。按照贵州银行第三次增资扩股方案,该行拟募集资本金总额不超过30亿股,预计募集资金总额不超过63亿元。不过,贵州银行此次增资扩股不及预期。该行2018年年报显示,该行第三次增资扩股共募集到26.887亿股合计56.4627亿元。

针对资本承压、定增低于预期等问题,北京商报记者多次尝试联系贵州银行并发送采访提纲,但截至发稿并未收到回复。

首创证券研发部总经理王剑辉认为,由于市场低迷,市场对银行股整体的收益判断相对较低,某些金融机构选择在估值水平较低的情况下大举进行股权融资,意味着资本金需求达到一定的紧张程度,所以市场可能也会更多持谨慎态度。此外,包括贵州银行在内的中型银行的资本充足率、资产流动性在大中小型银行中是相对偏低的,这是中型银行普遍存在的问题。所以在目前整体市场环境相对较弱的情况下,对贵州银行而言,融资的需求非常迫切。

贷款集中度高

值得关注的是,贷款集中度较高与过于依赖政府企业都是贵州银行的软肋。招股书显示,截至2019年3月末,该行十大单一借款人的贷款总额为169.05亿元,占监管资本的51.9%;该行十大集团客户的授信总额为230.31亿元,占监管资本的比例为70.6%。同时,贵州银行向地方政府所属企业贷款比重较大,今年3月末这一数据为65.3亿

元,占该行贷款及垫款总额的42.7%。

从贷款行业分布来看,十大单一借款人中有两家公司属于房地产业、建筑业,占监管资本的比例合计11.4%,6家属于租赁和商务服务业,占比合计28.9%。

其实,贷款集中度较高、贷款结构集中是中小银行的一个通病。北京科技大学经济管理学院金融工程系教授刘澄表示,贵州银行贷款集中度较高,说明当地优质的客户资源比较少,贷款资源更多倾向于大客户。另外贵州银行的大客户主要是地方政府所属企业,占比比较高,说明地方政府对该行的支持力度较大,这一方面有利于银行未来的发展;另一方面也让贵州银行过分依赖于地方政府的发展,可能会导致风险较大,有些贷款就可能面临很多的资产质量压力,因此贵州银行还是要逐步改进。

为缓解贷款集中度高的问题,王剑辉分析称,一方面要靠科技手段,像贵州银行这种区域性银行,从物理方面的扩张能力不如大型银行,所以不能单独考虑物理上、硬件上的扩张,比如在异地设分行等,未来应该更多依靠科技手段,依靠互联网金融的资源来提升自己的竞争力。另一方面,要在客户结构上做出调整,更多要倾向于基层的个人客户。从各种层次的社区中选取自己的目标客户,形成一个社区的客户网络,来逐步缓解这种单位客户为主的资金来源状况。随着客户资源的改善,也会使得贷款投向方面的结构出现相应改善。

此外,除了自身因素,贵州银行还面临着许多竞争对手。晋商银行已于今年2月递交了H股招股书,同在贵州省内的贵阳银行已经上市。贵州银行未来应提升自己的拳头产品,进行差异化发展,提高自身竞争力。

北京商报记者 孟凡霞 吴限

(上接C3版)

后劲不足 消费金融急寻出路

“当前消费金融公司虽整体盈利,但仍处于业务的调整时期,一些消金公司在人员设置、业务重心调整等方面拥有较大动作。存量发展阶段,消金机构面对激烈的行业竞争,思路应当从‘求发展’转变到‘稳质量’,做好风险把控的同时,加强产品与科技创新。”麻袋研究院高级研究员苏筱芮指出,从2018年财报可以看出,去年消费金融公司的发展呈现出两极分化态势。可以说,一方面是目前整个消金行业的规模增速放缓;而另一方面,监管正鼓励和开放外部玩家入局。

简单粗暴的跑马圈地时代已经一去不复返,市场回归有序以后,消费金融公司应如何寻找差异化发展?苏筱芮强调,对于原有消费金融玩家而言,需要考虑业务模式和创新能力的共同发展,消费金融公司能做的业务较多,这就要求消费金融公司在发展过程中要有所侧重,对重点发展领域进行资源倾斜,打造自身的核心竞争力,而不是遍地开花,做到有所为与有所不为。此外,近年来,消费金融公司由于入局者众多,其同质化的趋势愈加明显。如何利用大数据、智能科技等领先技术来打造护城河、提升业务效率,将是消费金融公司在未来竞争中所要认真考虑的问题。

中信银行发布《2019出国留学蓝皮书》引爆“留学狂欢节”

教育部最新数据显示,2018年度我国出国留学人员为66.21万人,同比增长8.83%。为更好地助力留学家庭,提供有温度的出国金融服务,中信银行近日全面启动“中信红·出国季——留学狂欢节”暨《2019出国留学蓝皮书》线上发布活动。

自2015年首创国内第三方留学中介评价指数以来,中信银行联合国际知名调研机构,持续追踪行业数据、把握市场脉搏,连续四年以第三方中立的角度解读留学市场,出版《出国留学蓝皮书》,通过对留学趋势、需求进行客观公正的分析解读,为留学家庭做出正确的选择提供参考。

《2019出国留学蓝皮书》通过对5000余个国内外样本的调研分析,数十位留学行业专家的深度访

谈,进一步把握留学变化,解读留学新趋势。据悉,《2019出国留学蓝皮书》首次引入117位职业经理人的深度访谈,从用人单位的视角,评估留学归来人群在职业发展中的优劣势,并帮助留学家庭理性评估留学价值。

中信银行“留学狂欢节”活动除了发布最新留学趋势,解读《2019出国留学蓝皮书》调研结果外,还将图书精华内容浓缩为十篇专题文章,供留学家庭抢先阅读。想要了解更多详细内容的准留学生和家长,也可以通过申请中信银行“护航计划”联名借记卡,争取到免费赠书的机会。

中信银行“留学狂欢节”活动整合了多款留学家庭使用最频繁的留学金融产品及服务,全方位满足留学家庭跨境汇款、签证办理、

外币理财等多种出国金融需求。

中信银行联合中国儿童少年基金会推出的“护航卡”,在满足境外消费、境外取现、学费汇划等核心需求的同时,整合了跨境汇款手续费专属优惠、见证开户免费、便捷签证、航班延误险等权益,用心护航留学之路;中信银行个人跨境汇款服务品牌“信e汇”,费率低、到账快,为留学家庭提供跨境支付新体验;中信银行全球签服务覆盖70多个热门国家,并为用户提供专属贴心服务,让签证办理更简单。此外,中信银行“留学狂欢节”,还精选外币理财产品、外币存款产品,让留学家庭更灵活、合理安排资金。

