

六大行中报交卷：合赚6731亿元

净利“亮眼” 息差延续收窄态势

上市银行2022年“期中考”放榜，六大行向市场交出了满意“答卷”。从业绩数据来看，报告期内，六家国有大行营收、净利均如期实现正增长，合计共赚6731.71亿元，相当于日赚37.19亿元。

“宇宙行”工商银行仍稳坐头把交椅，成为“最赚钱”的国有银行。2022年上半年，该行实现归母净利润1715.06亿元，同比增长4.9%。建设银行紧随其后，报告期内，该行实现归母净利润同比增长5.44%至1616.42亿元。农业银行、中国银行归母净利润也均超过1000亿元，分别实现1289.45亿元、1199.24亿元，同比分别增长5.5%和6.3%。

值得一提的是，在资产总额、营业收入持续领先交通银行后，2022年上半年邮储银行归母净利润也延续一季度趋势超过交通银行，实现471.14亿元，同比增长14.88%；交通银行报告期内归母净利润为440.4亿元，同比增长4.81%。

在浙江大学国际联合商学院数字经济与金融创新研究中心联席主任、研究员盘和林看来，2022年上半年六家国有大行业绩整体表现稳健。邮储银行全面超过交通银行，可能是邮储银行业务较为下沉，其金融网点较多，而上半年居民储蓄等金融需求增加，尤其是下沉市场表现较好。

近年来监管引导银行降低实体经济融资成本，在此背景下银行净息差（即“净利息收益率”）也处于略微收窄状态。2022年上半年六家国有大行的净息差仍延续小幅收窄趋势。从净息差数据由高到低依次来看，邮储银行净利息收益率为2.27%，同比减少10个基点；建设银行净利息收益率同比减少4个基点至2.09%；工商银行净利息收益率为2.03%，同比减少9个基点；农业银行净利息收益率为2.02%，同比下降10个基点；中国银行净息差则与上年同期持平，为1.76%；交通银行净利息收益率下降2个基点至1.53%。

展望后续净息差的走势及采取的应对措施，银行高管也给出了答案。“我们预计净息差还将一定程度承压，但是边际将有所收窄。”农业银行副行长林立表示，从资产端来看，农业银行将继续有序让利实体经济，贷款收息率将会有一定程度的下降。从负债端来看，存款利率机制改革及存款市场化调整机制效果将持续显现，同时农业银行将更加主动优化成本管控措施，负债成本上行的压力



国有六大行2022年上半年业绩经营数据一览

银行	资产总额	较上年末	营业收入	同比
农业银行	32.43万亿元	增长11.5%	3871.96亿元	增长5.9%
交通银行	12.58万亿元	增长7.84%	1433.86亿元	增长7.09%
邮储银行	13.43万亿元	增长6.66%	1734.61亿元	增长10.03%
中国银行	28.05万亿元	增长9.5%	3132.54亿元	增长3.39%
工商银行	38.74万亿元	增长10.16%	4872.7亿元	增长4.2%
建设银行	33.69万亿元	增长11.35%	4359.7亿元	增长4.72%

有望缓解。

“低利率市场环境下，接下来可能商业银行的息差都将面临一定的下行压力。”交通银行副行长郭莽提到，交通银行接下来会加大活期存款的拓展力度，努力提升活期存款占比。同时，强化存款成本考核等精细化管理举措，有效地降低负债成本，并坚持高成本存款的限额管理和要求。具体措施包括，协议存款到期不再续作、大额存单设上限、压降定期结构性存款、定量指标等。

不良贷款率分化不一

资产质量是银行的“生命线”，在当前的市场环境下，风险管理更加重要，在过去的半年时间里，六家国有大行的不良贷款余额和不良率分化不一。

从整体数据来看，六家国有大行中，中国银行、邮储银行不良率出现上升。截至今年6月末，中国银行不良贷款率为1.34%，比上年末上升0.01个百分点；邮储银行不良率为0.83%，较上年末微升0.01个百分点，不过虽然不良率出现微升，但邮储银行不良率数值仍为六家国有大行中最低。

其余四家国有大行不良率均出现下降，截至今年6月末，农业银行、工商银行不良率均为1.41%，分别较上年末下降0.02个百分点、0.01个百分点；建设银行不良贷款率为

1.4%，较上年末下降0.02个百分点。

交通银行不良率在六家国有大行中最高，为1.46%，较上年末下降0.02个百分点。该行首席风险官林骅在业绩发布会上指出：“下半年零售信贷业务资产质量可能还会有所波动，但风险总体还是可控。我们也将密切关注零售信贷业务资产质量的变动情况，及时调整经营管理的策略，结合资产质量变动，制定差异化的管控措施”。

从行业整体来看，六家国有大行的不良率均低于整体银行业平均水平。根据银保监会发布的2022年二季度银行主要监管指标数据情况，截至2022年二季度末，银行不良贷款率为1.67%，较上季度末下降0.02个百分点。

不过值得关注的是，受当前房地产行业处于风险释放阶段的影响，六家国有大行房地产业不良率均出现走高。具体来看，中国银行截至今年6月末，房地产业不良率为5.67%，较上年末上升0.62个百分点。

工商银行、农业银行、建设银行、交通银行、邮储银行房地产业不良率分别为5.47%、3.97%、2.98%、1.9%、1.01%，分别较上年末上升0.68个百分点、0.58个百分点、1.13个百分点、0.65个百分点、0.99个百分点。

光大银行金融市场部宏观研究员周茂华在接受北京商报记者采访时分析称，从六家国有大行披露的不良率数据来看，六家国有大行不良率低位持稳，资产质量整体保持稳

定；从行业角度看，今年二季度多地散发疫情不仅对国内餐饮、旅游消费活动构成冲击，对房地产、制造业等也构成拖累，这些领域不良风险有所释放。

在业绩发布会上，亦有国有大行高管表示当前面临的压力，农业银行副行长张旭光坦言：“房地产行业的存量对公贷款资产质量确实受到一定压力。不过，截至目前，风险暴露已比较充分，而且总体而言农业银行房地产对公贷款余额在同业中不是很大，风险是可控的”。工商银行副行长王景武指出，近期，在国家政策支持和各方面共同努力下，“保交楼”工作在有序推进，相关风险正在逐步有序化解。

“六家国有大行不良率整体有望持稳。”周茂华进一步分析称，当前国内疫情防控形势整体向好，国内及时出台有针对性保供稳价、助企纾困、稳楼市、稳增长等政策措施，效果逐步释放，为银行经营与资产质量改善提供坚实基础，再加上国内监管和机构高度重视不良风险处置，近年来不良处置力度也在持续加大。

财富管理、科技转型提速

当前，新金融势能不断释放，稳抓“十四五”期间良好发展机遇，六家国有大行也正在“迎难而上”，加快寻找高质量发展的突破口，

包括推动财富管理变革，加快科技转型提速。

在今年上半年，邮储银行不断巩固零售金融的核心地位，以AUM（管理个人客户资产）为纲，加速推进财富管理转型升级。截至今年6月末，该行AUM规模达13.41万亿元，较上年末增加8812.24亿元，增长7.03%；财富客户突破400万户，达406.02万户，较上年末增长13.98%。

交通银行也构建了“大财富-大资管-大投行”一体化经营体系，做大AUM。截至报告期末，该行境内行管理的个人金融资产较上年末增长5.2%；通过代销财富管理类产品、基金与理财业务等，实现财富管理手续费及佣金收入85.43亿元。

8月30日，工商银行副行长郑国雨在中期业绩发布会上介绍了该行财富管理业务发展情况，他指出，上半年，工商银行通过“智慧大脑”服务客户超6300万户，带动重点产品成交超4800亿元，同比增长80%以上；财富级客户达到238.43万户，增长6.13%。

加快财富管理业务模式转型与创新不仅体现在经营数据上，还表现在从“量”到“质”的提升。中国银行构建“全集团+全市场”的财富金融平台，准入并代销创新型公募基金产品，扩大理财公司合作面。建设银行在上半年加快财富管理系统平台建设支持，深化“建行龙财富”品牌建设，稳步构建“建行特色”大财富管理服务体系。农业银行则积极推进专业化、多层次的“大财富管理”服务队伍建设，提升专业化服务水平。

除了做好财富管理，目前多家大行已将科技广泛应用到获客、风险管理等多个领域，助力一体化财富管理业务平台的建设。例如促进科技与业务深度融合，为客户提供优质数字化服务及体验；加大科技投入，持续推进客户线上财富体验与资产配置流程迭代优化，全方位、全流程赋能一线为客户做好资产配置服务。

博通分析金融行业资深分析师王蓬博指出，从财富管理客群方面来看，对高净值客户深度挖掘和基础客户黏性提升是两个重要的方向，从技术上来看，数字化服务是提升财富管理业务的一大关键点。但不可否认的是，虽然六家国有大行均积极实现财富管理转型，但成功实现转型的道路上，部分痛点、难点仍存。例如，当前科技投入占比、人才团队建设、应用场景适配拓展层面就有一定的提升空间。微观层面，智能风控识别、反洗钱预警、自动化流程等也都是六家国有大行未来要着重发力的方向。北京商报记者 宋亦桐 李海颜

五大上市险企净利下滑15% 产寿险“冰火两重天”

随着新华保险半年报出炉，A股五大上市险企2022年中期业绩尘埃落定。8月30日，北京商报记者统计发现，2022年上半年五大上市险企合计归母净利润1220.27亿元，同比降低15.09%，日均赚约6.74亿元。受资本市场波动影响，5家上市险企的总投资收益合计2524.35亿元，同比下滑15.72%。

上半年，财险三家持续加快发展非车险业务，非车险业务占比进一步提升，同时车险保费回暖，为财险板块带来增长动能。但是，受各种复杂环境的影响，整个寿险行业进入深度调整周期，代理人队伍处于下行通道，新业务价值下滑明显。

投资收益折戟

北京商报记者统计发现，2022年上半年中国平安、中国人保、中国太保、中国人寿及新华保险5家A股上市险企合计归母净利润为1220.27亿元，同比下滑15.09%，每日净赚6.74亿元。

从具体的盈利情况来看，5家上市险企净利润两升三降，上半年中国平安归母净利润为602.73亿元，位居5家公司榜首。中国人寿、中国人保、中国太保、新华保险分别实现净利润254.16亿元、178.5亿元、133.01亿元、51.87亿元。其中，中国平安、中国人保净利润增速分别为3.9%、5.7%。

受资本市场波动影响，多数险企投资收益承压。2022年上半年5家上市险企的总投资收益合计2524.35亿元，同比下滑15.72%。从投资

收益成效来看，5家险企总投资收益率位于3.1%-5.5%，净投资收益率则位于3.9%-4.9%。

对于市场波动对上述几家险企投资端带来的影响，首都经贸大学保险系副主任李文中分析，保险资金特别是寿险资金是金融市场长期资金的重要来源，从资产负债匹配管理的角度看应该多投资长期资产，减轻经济与金融市场波动所带来的冲击。

“中长期来看，对我国权益市场的发展充满信心。”中国人保执行董事、副总裁、董事会秘书李祝用表示，下半年，中国人保将进一步加强市场走势研判，积极做好策略应对，力争实现全年投资收益的预算目标。

谈及权益市场投资，太保资产总经理余荣权表示，下半年公司会积极关注后疫情时代，关注消费、科技、医药、公共事业、交通运输等领域，准备迎接经济、消费的复苏。总体

来看，公司对权益投资抱有积极态度。

非车险占比进一步提升

与2021年车险保费承压不同的是，今年上半年，财险景气度回升，车险综改压力逐渐减弱，市场竞争秩序好转。同时，人保财险、平安财险、太保财险三家也在不断优化业务结构，非车险业务“疆土”进一步扩张。

今年上半年财险老三家车险业务重回增长通道。其中，平安产险车险业务原保险保费收入955.02亿元，同比增长7.3%。人保财险实现原保险保费收入1288.08亿元，同比增长6.7%。太保产险实现车险保险业务收入481.69亿元，同比增长7.9%。

保费增长的同时，各家公司财险业务的综合成本率进一步优化，尤其是车险业务，上半年老三家的车险综合成本率不同程度减少，车险业务盈利能力进一步提升。对此，国信证券经济研究所非银团队分析，主要是受三方面因素影响，一是受益于监管引导，上半年未出现恶性的费用竞争现象；二是上半年受疫情影响，私家车、货运车行驶里程及货运量都有了明显下降，促使传统车险的盈利能力进一步提升，包括商用车业务；三是随着新能源车赔付数据的积累，定价更趋合理，综合成本率或从原来的110%改善至100%。

车险业务正增长的同时，财险老三家持续

为非车险业务注入增长动能，与此同时，非车险业务占比逐步提高。具体而言，上半年太保产险非车险业务收入434.02亿元，同比增长17.6%，占比提升2个百分点，达48.1%。人保财险非车险业务实现原保险保费收入1478.63亿元，同比增长12.8%；非车险业务占比53.4%，同比上升1.4个百分点。平安产险非车险业务中的责任险、保证保险、企业财产保险原保险保费收入也有着不同程度的正增长。

对于非车险业务占比提高这一趋势的成因，清华大学五道口金融学院中国保险与养老金研究中心研究总监朱俊生进一步分析表示，一是车险增量市场空间相对较小，从汽车的销量来看，已经告别了高速增长时期，再叠加车险综改的因素，所以车险增速相对较为平缓。二是从非车险业务的发展来看，包括目前第一大险种健康险、第二大险种责任险，特别是第三大险种农业险，这些年业务规模成长得相对较快。

寿险新单承压

人身险业务受行业深度调整、消费需求释放趋缓及销售人力规模下降等影响，新业务价值、保费收入增速进一步放缓。

从寿险经营表现来看，2022年上半年五大上市险企的寿险新业务价值出现不同程度下滑，其中，太保寿险新业务价值下滑45.3%至

55.96亿元。人保寿险新业务价值为1493亿元，同比下降38.1%。中国人寿、平安寿险及健康险、新华保险新业务价值也出现了不同程度下滑。

随着行业进入转型攻坚期，寿险代理人加速清虚，各家险企也正在持续推进代理人队伍向优质、专业、高效转型。2022年上半年末，太保寿险保险营销员为28.1万人，而据2021年上半年数据显示，该公司代理人队伍月均总人力64.1万人。代理人队伍规模锐减的还有人保寿险，截至今年6月30日，该公司“大个险”营销员为12.91万人，同比减少48%。

当前，各家险企也释放出了代理人队伍趋向稳定的信号。“从目前来看，行业代理人队伍规模还是处于下行通道，但是下滑的速度实际上在放缓，有逐渐企稳的迹象。”中国人寿副总裁詹忠表示，从去年下半年开始，公司采取稳中国量、稳中求效的策略，公司的代理人规模逐渐趋向稳定。

“2015年保险代理人资格考试取消，准入门槛降低后，行业的营销员队伍大幅度增长，当时增员其实很大程度上增的是客户。随着环境的改变，这两年营销员数量大幅下降已成为行业普遍现象。”朱俊生表示，随着各家寿险公司通过营销员体制改革，注重高素质代理人培养，行业目前的生态正在慢慢发生改变。不过，当下虽有挑战，但不等同于个险渠道地位发生明显撼动，个险营销员渠道仍然有着一定的优势。

北京商报记者 陈婷婷 胡永新 李秀梅