



中国邮政储蓄银行

POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA

大蓝海、新零售、再出发

2018年11月



免责声明

- 本演示所用的投影片/材料为机密信息并仅供阁下作参考用途。任何人均不得为任何目的取走、直接或间接复制、分发、传播或派送本演示所用的投影片/材料或其任何部分给任何人（不论其是否与阁下属同一机构）。特别是任何人都不得以任何形式将本演示中的任何内容以任何方式直接或间接复制、分发、传播或派送至英国、澳大利亚、中华人民共和国、美国、加拿大或日本，或向任何“美国人”（依照最新更新的美国1933年证券法（“1933年证券法”）S规则下的定义）复制、分发、传播或派送。
- 本演示所用的投影片/材料或其包含的任何信息均不构成发售或任何认购或购买证券的要约邀请。本演示所用的投影片/材料的任何部分亦不构成任何合同、承诺或投资的基础，任何合同、承诺或投资也不得依赖本演示所用的投影片/材料的任何部分。
- 本演示可能包含前瞻性陈述。该等前瞻性陈述，是根据一系列对本行的营运和一些本行无法控制的因素的假设作出的。该等假设具明显风险和受未知因素的影响，故该等因素可导致实际结果与本文件中的前瞻性陈述有重大出入。本行不承担就演示日期后发生的事件或情况，更新前瞻性陈述的责任。
- 本演示中所表述或包含的信息仅反映截至演示日期的情况，且未就及不会就演示日期后所发生的重大进展而进行更新。本演示及其中所包含的信息不应被视为或被依赖作为对本行的财务、营运或前景的完整和全面的分析。当中一些资料尚处于草拟阶段。
- 本文件中亦包括若干有关中国银行行业的资料及统计数据，该等资料及数据乃由本行从外部非官方来源获得，且未经独立审核。本行不能保证该等资料来源采用了与其他行业相同的标准或与其他行业的相关资料的准确性和完整性可比。阁下不应对本演示中的任何对中国银行业陈述产生过度依赖。本演示包含的信息并非尽职调查审查亦不应被视为尽职调查审查。本演示包含的信息未经过独立第三方验证。任何人都未对本演示中所包含的信息和观点的公正、准确、完整或正确性作出任何明确或隐含的陈述或保证，因此任何人不得对其公正、准确、完整或正确性产生任何依赖。本行、其顾问、或其各自的董事、高管、雇员、代理人或顾问均不对本文件或其内容负责，亦不承担（因疏忽或其他原因）任何由于对本文件或其内容的任何使用而造成的任何损失，或以其它方式产生的与本文件相关的损失。上述人士就本演示对阁下并不负有任何受信责任。



- **一、银行概览**

- **二、发展成绩**

- **三、工作展望**

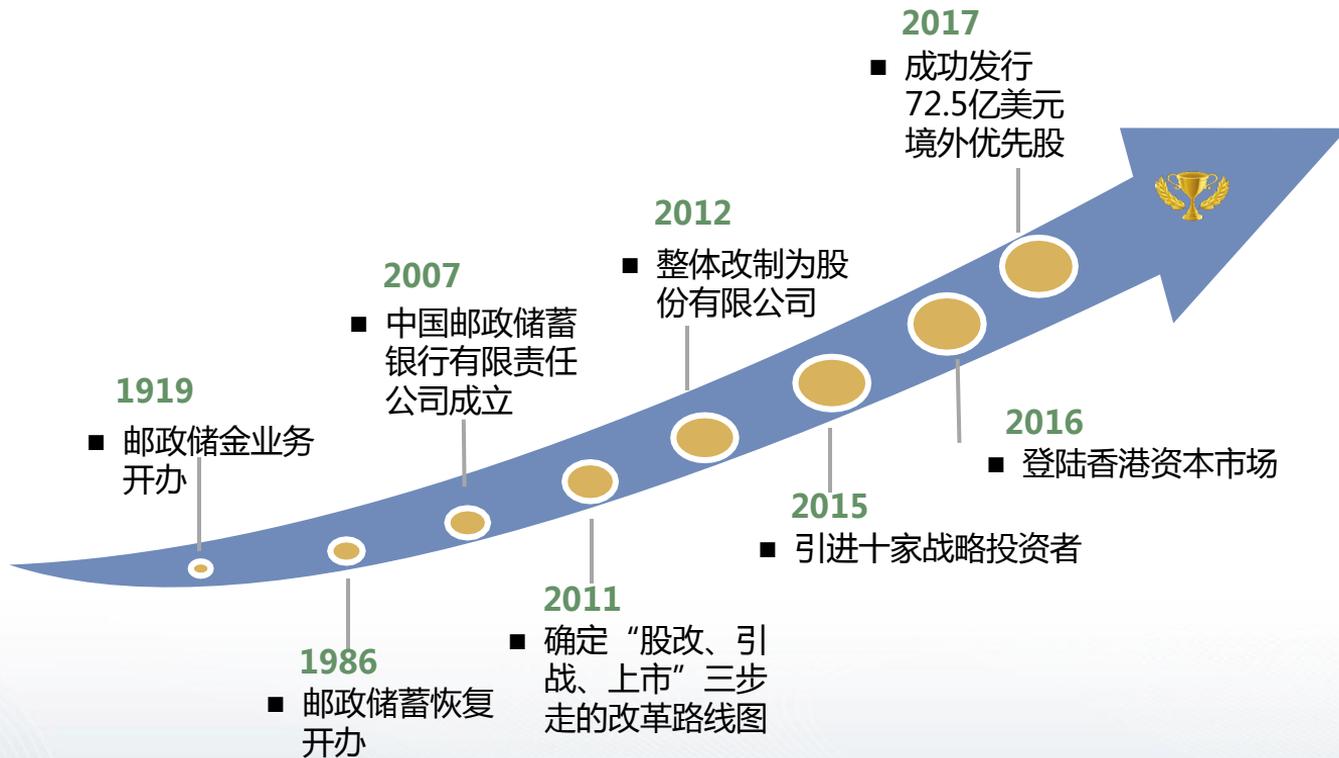




银行概览



发展历程：百年积淀，十年蜕变



战略：打造“最受信赖、最具价值的一流大型零售银行”

拥有中国金融业举足轻重的地位

基础金融的提供者

普惠金融的引领者

国家战略的支持者

金融市场的稳定器



网点数量行业第一

- **39,776** 个营业网点
- 数量最多、覆盖最广、布局均衡

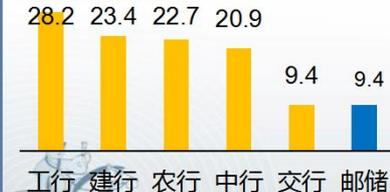


个人客户数量行业第二

- **5.65** 亿个人客户
- 超过中国人口的三分之一

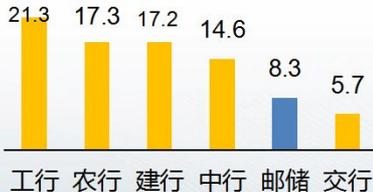
资产总额排名第六

2018年9月30日 (万亿元)



存款总额排名第五

2018年9月30日 (万亿元)



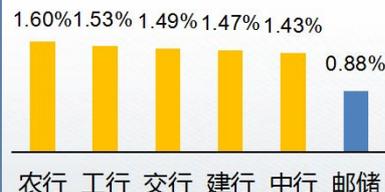
贷款总额排名第六

2018年9月30日 (万亿元)



不良贷款率最低

2018年9月30日



影响力：充分的社会认可

社会影响力不断提升

Forbes

《福布斯》

全球上市公司2000强
排名第55位
2017年

The Banker

英国《银行家》
(按照一级资本排序)

全球银行1000强排名
排名第23位
2018年

MSCI

MSCI中国指数成份股

首次被纳入
2018年5月

MOODY'S
INVESTORS SERVICE

穆迪评级

A1
2018年

Fitch Ratings
KNOW YOUR RISK

惠誉评级

A+
2018年

STANDARD & POOR'S
RATINGS SERVICES

标普评级

A
2018年



邮储银行稳健的经营策略和快速的发展势头不仅在《福布斯》和英国《银行家》排名中名列前茅，也得到资本市场认可，于今年5月首次被纳入MSCI中国指数成份股，三大国际评级机构给予邮储银行的综合评级处于国有大行中最优水平，社会影响力持续提升



二

发展成绩

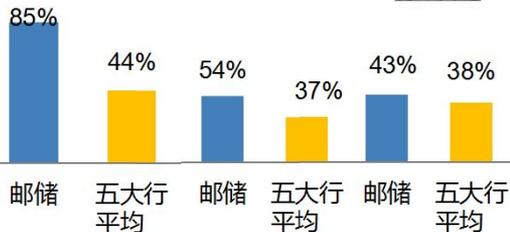


最广泛的网络服务庞大的客户群体

零售银行定位特色鲜明

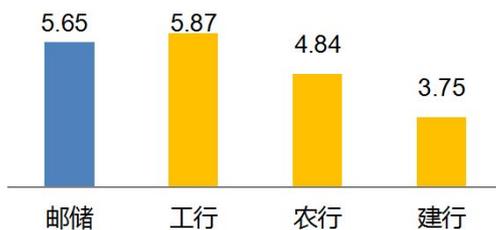
2018年6月30日

个人存款占比 个人贷款占比 个人银行税前利润占比



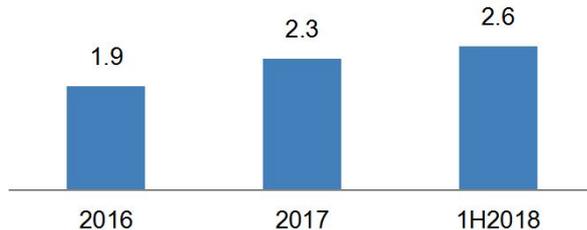
零售客户基础位居前列

(亿户)⁽²⁾



电子银行个人客户数快速增长

(亿户)



营业网点数量全球排名第一、为客户提供更便捷的普惠金融服务

网点数量 (个)⁽¹⁾



每十万人拥有网点数 (个)⁽¹⁾

(全国)



加强智能设备配备, 支撑网点转型

- 累计布放新型智能设备——智能柜员机 (ITM)达6000台
- 推出ATM刷脸取款功能, 探索交易“无介质化”
- 启动推广ITM电子签名功能, 推进交易无纸化

资料来源：公司信息、各银行年报及半年报、国家及各地方统计局

注：1、根据最新可得数据统计

2、根据最新可得数据统计，中行及交行未披露零售客户数



零售客户金融资产稳步增长，客户结构持续优化

零售客户数量



零售客户金融资产*



VIP客户*数量



VIP客户金融资产*



说明：客户金融资产包括存款、保险、理财、基金、国债等产品，不包括信贷；

VIP客户是指在本行的个人金融资产规模并兼顾个人贷款余额在人民币10万元及以上的客户。

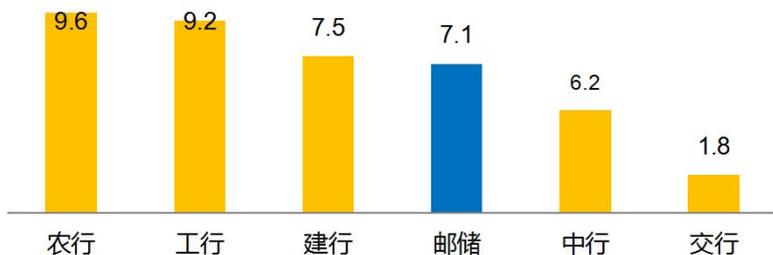


个人存款增速强劲，付息率保持较低水平

个人存款增速强劲

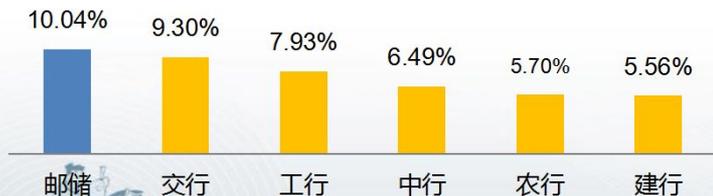
个人存款总额排名第四

2018年6月30日（人民币万亿元）



个人存款增速快于同业

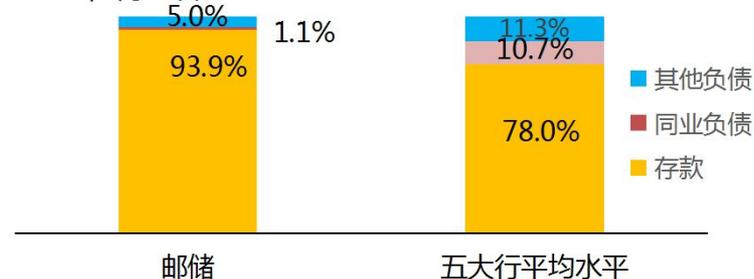
1H2016-1H2018复合增长率



低成本资金来源

客户存款占总负债比例高

2018年6月30日



个人存款付息率较低



普惠金融的引领者，“三农”金融的主力军

个人贷款规模

(人民币亿元)

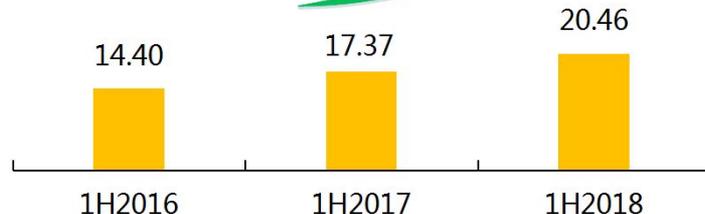
复合增长率
24.03%



五大行个人贷款规模

(人民币万亿元)

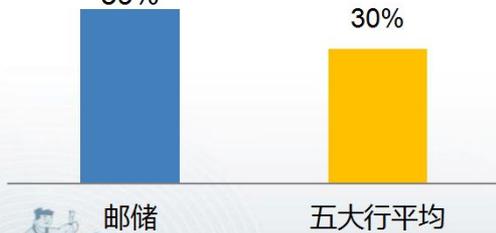
复合增长率
19.21%



服务大众的社区银行

个人消费及住房贷款余额占比⁽¹⁾

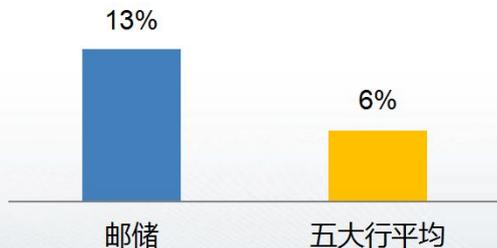
2018年6月30日
39%



小微企业金融服务的引领者

小微企业贷款⁽²⁾余额占比⁽¹⁾

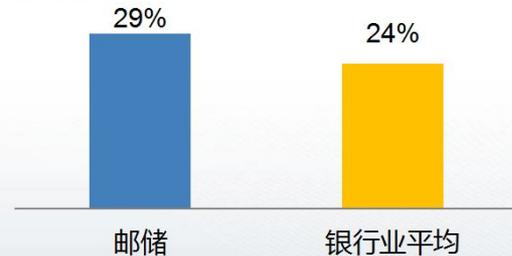
2018年6月30日



最重要的“三农”金融服务提供者之一

涉农贷款余额占比⁽¹⁾

2018年6月30日



资料来源：公司公告、各银行年报及半年报

注：1、余额占贷款总额之比

2、主要依据单户授信总额1,000万元及以下小微企业贷款，及银保监会两增两控考核口径

3、邮储银行根据披露数据，银行业平均根据银保监会普惠金融部统计数据



信用卡业务成为新的增长点

信用卡结存卡量



同业信用卡发卡量*



信用卡消费金额



同业信用卡消费额*



*注：因中国银行2018年披露的信用卡卡量口径有变更，同业统计范围为工行、农行、建行和交行，未包含中国银行。

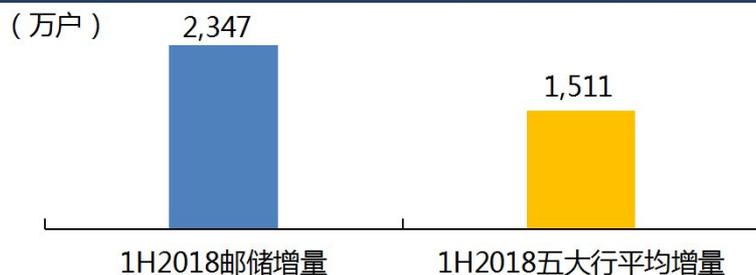


手机银行取得跨越发展

手机银行结存客户规模



手机银行客户增量与五大行对比情况



手机银行交易笔数



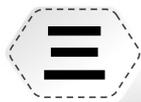
手机银行交易金额



手机银行、个人网银客户规模均突破2亿户大关：2018年7月19日，手机银行客户规模突破2亿户，成为全国少数几家突破2亿规模的商业银行

手机银行新增规模居行业首位：2018年上半年净增手机银行客户2347万户，高于五大行平均增量

说明：五大行是指为工、农、中、建、交；数据来源为2018年半年度报告。



工作展望



市场趋势：消费金融将成为零售发展新蓝海

大政方针

- 党的十九大明确从现在到2020年，是我国全面建成小康社会的决胜期，提出精准扶贫、乡村振兴、区域协调发展等战略，推动共同发展实现共同富裕，解决人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾

政策支持

- 中共中央 国务院发布《关于完善促进消费体制机制 进一步激发居民消费潜力的若干意见》，提出实行鼓励和引导居民消费的政策，培育重点领域消费细分市场，提升居民消费能力，切实增强消费对经济发展的基础性作用

消费升级

- **消费分级**是不同收入人群的消费升级，是消费者偏好更加个性化的体现，是消费升级不断深化的产物
- 消费分级的动因包括收入增长、中小城市崛起、生活成本上升、消费回归理性和质朴等

零售银行的新机遇：消费金融

- **挖掘消费潜力已成为当前经济“稳增长”的必然选择**
- 随着人民收入增长、消费水平的提高及互联网的蓬勃发展，传统的消费形式和消费观念已难以满足人民对于美好生活的追求，人们的消费需求日益多元化，迫切需要新的消费模式
- **消费金融**在顺应国家完善促进消费体制机制、鼓励消费金融服务模式创新政策的同时，可以更好更快地适应、满足人们对新的消费模式的需求

政策支持：改善民生，服务“三农”

倾力服务于国计民生

- 邮储银行最早提出普惠金融理念，2014年十八届三中全会首次将“普惠金融”纳入党的决议及国家战略
- 2016年，国务院印发《推进普惠金融发展规划（2016-2020年）》，明确指出**引导邮储银行稳步发展小额涉农贷款业务，逐步扩大涉农业务范围**的要求
- 2018年5月，邮储银行和农业农村部携手发布合作意见，力争2018年实现邮储银行涉农贷款净增1,000亿元以上，三年内实现100个农业产业化龙头企业与100个农村项目的开发，授信金额达到1,000亿元

深耕“三农”金融服务

- **农村及乡镇经济发展与建设是中国经济新的增长点**
- 从2004年至2018年，中央一号文件已连续15次聚焦“三农”，其中**12次明确要求邮政储蓄、邮储银行在服务“三农”领域发挥作用**；《中共中央 国务院关于实施乡村振兴战略的意见》指出，**加大中国邮政储蓄银行“三农”金融事业部对乡村振兴支持力度**



股东背景: 与邮政集团业务高度协同

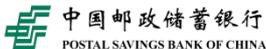
银行与集团高度协同，开创金融生态圈服务新模式，为拓展零售金融保驾护航

- 基于覆盖中国最广阔地区的邮政网络，邮储银行为超过三分之一中国人口提供基础金融服务
- 邮政集团拥有最大物流网络，具有资金流、物流、信息流、商流“四位一体”的先天优势



中国邮政

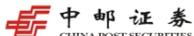
金融类子公司



中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA



中邮人寿
CHINA POST LIFE



中邮证券
CHINA POST SECURITIES

中邮资产管理

中邮资本管理



中邮信通实业投资有限公司
China Post Industry Investment Co., Ltd.

非金融类子公司



EMS



中国集邮
CHINA PHILATELY



中国邮政航空公司
China Postal Airlines

信息流

- 与速递物流、邮政合作，推出特色联名卡，拓展零售金融业务



实物流

- 通过与邮政速递联动合作，开办“E境贷”业务，服务跨境电商客户

资金流

- 与中邮保险、中邮证券等加强合作，提升为客户提供综合金融服务的能力
- 联合邮政集团已有的村邮站等资源，实现理财、结算、小额信贷、代缴费等服务功能叠加，深耕农村市场，实现储蓄市场占有率的巩固和提高

商流

- 依托“邮乐网”“邮掌柜”“掌柜贷”等产品在农村商超网点提供取款、开卡、小额经营性贷款业务

资料来源：公司信息

股东背景: 与战略投资者携手共进



TEMASEK



Tencent 腾讯



-
- 信用卡客户分析、交叉销售、流程优化（摩根大通）
 - 携手发展中邮消费金融（星展银行）
 - 互联网贷款服务（腾讯、蚂蚁金服）
 - 中高层风险管理培训（CPPIB）
 - 消费信贷、信用卡风险监测（摩根大通）
 - 小企业贷款风险管理报表（摩根大通）
 - 财富管理专业支持平台、定期培训（瑞银）
 - 产品研发、专题培训及跟岗学习（星展银行）
 - 农户贷款APP研发、农贷模型优化、农业产业链服务提升（IFC）
 - 小企业客户分层，流程优化（IFC）
 - 持续优化支付业务、提升客户体验（腾讯、蚂蚁金服）
 - 信息安全、大数据、精准营销（腾讯、蚂蚁金服）
 - 大数据、物联网（中国电信）



项目合作 专家派驻 业务共赢 培训交流 跟岗学习

后续重点工作

发挥集团协同优势，聚焦业务发展，多角度全方位服务客户

全力服务“乡村振兴”战略

- 发挥三农金融事业部体制优势，聚焦新型农业经营主体、农业全产业链、农村骨干支柱项目和金融精准扶贫四大服务重点
- 优化三农金融服务网络，推广手机银行在乡村的应用，完善丰富三农金融服务产品和模式，推进城乡协同发展



全面深化小微金融服务

- 提升服务效率和水平，把金融资源配置到重点领域和薄弱环节
- 加快大数据、信贷工厂技术在小微企业金融服务领域运用，加大小微企业融资支持力度

紧抓消费升级新机遇

- 发挥网络渠道优势，紧抓渠道下沉、县域消费升级的市场机遇
- 践行普惠金融，建设综合化网点，实施线上线下载体联动服务，加强消费金融产品创新，打造特色服务
- 强化场景化嵌入，构建广泛、深入、有特色的场景消费金融生态



让优势业务更优

1. 夯实存款基础，保持资金大行地位

存款发展目标：到2020年底，个人存款余额预计将从2018年中期的7.1万亿元增长至8万亿元

县域市场

把握政策红利，抓住存款区域梯度特点，筑牢农村和县域市场

- 以项目营销为抓手，强化夏秋粮收购、务工返乡等时节做好基础服务；加大与财政、社保等系统大户和重点企业的营销，抓住代发工资、代发养老金等项目
- 以重点产品为切入点，推出递增计息和靠档计息产品增加存款产品吸引力，理顺存款与理财类产品的关系，将产品销售与存款发展、与客户关系长久维护协调统一起来

重点客群

深耕重点客群，全流程全方位服务客户，提升客户资金留存率

- 深耕长尾客户，明确养老金客户、商贸客户、代发工资客户、务工客户、种养殖户、青年客户六大重点客群，深化差异化综合金融服务方案，提升重点客户价值贡献
- 针对客户行为变化，强化数据驱动，建设统一的客户管理数据集市，同步实现客户标签体系，做好客户画像与客户细分，提升基层精准营销能力

付息成本管控

推进精细化管理，加强付息成本管控，实现量质并举发展

- 存款价格上，推进客户精准定价，根据客户的综合贡献、风险承受能力、利率敏感度采取差异化定价
- 利率管理上，将利率精细化管理纳入到全行经营管理绩效考核指标当中

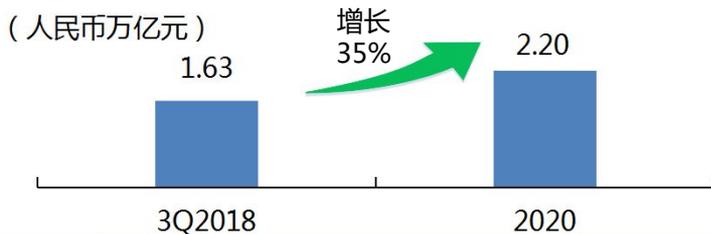


让优势业务更优

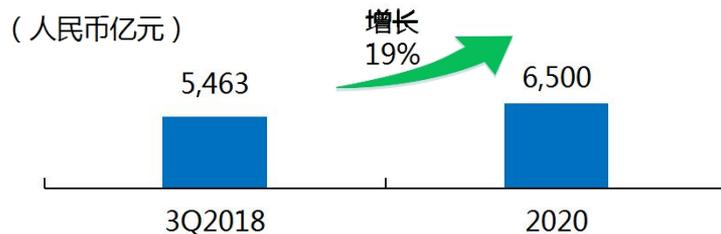
2.发挥技术优势，做强零售贷款

- 加快推进新技术运用，推动实现消费信贷产品和服务的数字化、场景化和智能化，预计到2020年，消费贷款结余突破2.2万亿元
- 小微企业金融业务保持商业银行小微金融“第一梯队”，实现规模、质量、效益的协调发展，对全行整体发展形成有效支撑；预计到2020年，普惠小微企业贷款余额突破**6500亿元**；小微企业贷款资产质量保持平稳

消费贷款余额



单户授信1000万以下小微企业贷款余额



- ✓ 以友好、智能、全渠道为目标，打造更加完善的产品体系
- ✓ 构建广泛、深入、有特色的场景，打造“数据驱动+渠道协同+流程管理”的综合营销体系
- ✓ 以信贷工厂建设为抓手，形成集约、高效、端到端管理的全渠道运营体系
- ✓ 运用大数据等新技术提高风控手段的精准度与效率，建立数据驱动的全流程风控体系

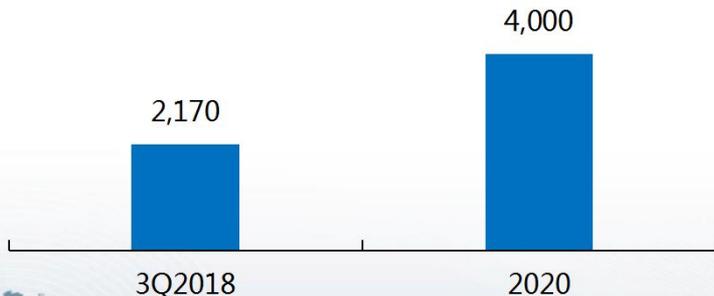
让弱势业务变强

1. 大力发展信用卡消费

发展目标

- 加大资源投入，保障信用卡业务快速发展，力争到2020年末，信用卡结存卡量达到4000万张

(万张)



主要举措

- 深挖行内零售客户资源，提升营销和获客能力；做大做强分期业务，提升收入贡献和盈利能力；强化科技支撑，推进大数据、智能化应用，提升精细化管理能力
 - 充分利用我行三四线城市网点优势，深耕行内客户资源，扩大发卡规模
 - 加快互联网布局，加强线上线下一体化建设，推广信用卡APP，提升线上渠道获客能力
 - 丰富产品种类，针对差旅、车主、旅游、青年等细分客群，进一步完善产品体系
 - 加强存量客户精细化管理，提高客户粘性，挖掘潜在收益
 - 完善风险管理体系建设，利用各类内外部征信数据，强化风险识别管控
 - 提升运营支撑能力和效率，持续推进流程优化，打造智能化运营和服务



让弱势业务变强

2.推动财富管理落地

✓ 加强客户挖潜，推进财富管理落地

- 目标：2019-2020年，财富管理客户数量年均复合增长率达到20%
- 完善涵盖银行理财、保险、基金、券商资管、信托在内的大资管产品平台，基于客户需求和目标提供资产配置顾问式服务
- 增配理财经理，组建财富顾问团队指导支持理财经理，密切和深化客户关系
- 与摩根、瑞银、星展等战投在财富管理系统、产品和投研方面开展全面合作，充分吸收、学习全球顶尖财富管理机构先进经验



让风险管控更有效

1. 筑牢风控强行根基，资产质量持续领先

持续优化资产结构

- ✓ 坚持“一大一小”发展战略，主要服务于广大零售、小微企业客户及行业龙头企业，零售客户风险分散，公司类客户资信较优
- ✓ 持续优化资产结构，合理摆布客户、行业、区域投向

优化制度流程

- ✓ 提高风险识别、计量、监测和控制等各个环节的管理要求
- ✓ 建立健全客户风险监测、预警、化解的全流程工作机制

优化管理方法与工具

- ✓ 持续推进零售内部评级体系建设，不断优化零售信贷业务数据驱动型模型及风险参数量化
- ✓ 积极利用大数据风控技术，为客户准入、信贷审批和监测预警提供更加科学全面的决策支持

强化重点领域风险化解

- ✓ 加强房地产行业风险管控，开展地方政府隐性债务清查，推进影子银行和交叉金融风险治理
- ✓ 深入摸排风险底数、挖掘管理不足、找准应对举措，解决专项领域风险问题

让风险管控更有效

2.完善风险防控机制，全面提升风控质量

消费贷款

运用大数据等新技术，提高风控精准度与效率，建立数据驱动的全流程风控体系，提升风控质量。

- 防范房地产风险。分类指导、因地施策，制定和实施差异化的区域信贷政策
- 优化客户结构。有效识别优质客户，落实合规要求、做好贷款用途管理
- 升级风险预警体系。应用风险管理报表，提升消费贷款质量的响应速度，提前发现问题，提早解决风险隐患
- 强化大数据应用。完善风控模型和规则策略常态化监控机制，推广BC卡应用，打造全流程智能化风控体系

三农贷款

“4+2”风险管控机制：针对“重点机构、重点行业、重点产品、重点客户”四个维度，采用现场和非现场两种监控方法加强风险管控。

- **重点机构**：分片区组织约谈，督导风险化解；建立风险管控能力强与弱的支行间定向结对帮扶机制
- **重点行业**：以敏感性行业为基础，建立重点监测行业名单，做好国家政策、市场运行、疫情灾情等情况的监测
- **重点产品**：高度关注家庭农场贷款、快捷贷、船舶抵押贷款、担保公司担保贷款、农业产业链贷款、保证保险贷款、扶贫小额信贷等业务发展质量
- **重点客户**：建立大额贷款客户名单制管理机制，定期监测全行大额客户经营情况、还款情况，强化大额客户贷后管理

小企业贷款

通过以非现场检测为主体的风险防控机制，实现精准预警、主动管理，确保资产质量逐步好转。

- 2项加强准入的措施——四项严禁、一个必须；贷后检查与贷款支用环节衔接
- 3大风险领域主动退出——担保风险、环境风险、产能过剩风险
- 4个限额管理要求——不良资产限额、不良率限额、行业限额、产品熔断
- 5个维度的非现场风险监测——客户、账户、机构、行业、产品

信用卡

优化风控体系，提高风控能力

- 构建全面风险管理体系：建立涵盖推广、营销、贷后、收单等业务的全链条风控体系。实现信用风险、欺诈风险、操作风险、合规风险全覆盖
- 上线风险模型，启动量化管理
- 引入外部数据，加强线上渠道风险识别
- 完善催收手段，加强欺诈防控：建立行内资产保全、委外催收结合的催收模式

让渠道优势更突出

打造线上线下一体化综合营销服务平台

线下：深化网点转型，进一步增强全网经营效益

线上：立足三农小微客户，全面覆盖广大城乡消费者及产业客户，提供便捷、安全、高效的金融服务

中后台支撑

加大科技投入，支持精细化管理和精准营销

推进综合化和专业化

打通条线间壁垒
加强交叉销售

发挥集团协同优势

打造全业务、全流程、全要素、端到端的一体化服务平台

一个平台

建立“开放、融合”的互联网金融云平台

两条主线

围绕产业金融和消费金融两大主线

三类产品

支付类
融资类
投资类

优势：网点优势、客户优势、资金优势、集团优势



让渠道优势更突出

1.实现线上线下一体化发展——深化网点转型

强化中后台支撑

- 加大科技投入，增强信息科技支撑保障能力
- 完善数据分析体系，支撑数字时代下的精细化管理与精准营销
- 盘活网点人力资源，完善培训体系，系统加强人才培养开发

推进综合化和专业化经营

- 打通条线间壁垒，加强交叉销售，提高实体网点的市场竞争力
- 打造综合型网点，提供多样化的产品和服务选择，满足客户多元化需求
- 加快经营月报推广运用，提升网点负责人经营管理能力



让渠道优势更突出

2.实现线上线下一体化发展——实施手机银行战略

- 以手机银行为重点，打造金融与非金融场景相结合，高使用频率、大用户流量、具有邮政金融特色的线上银行
- 到2020年，手机银行客户达到2.5亿户

敏捷开发加快创新

- ✓ 探索技术与业务深度融合的敏捷开发方式，提升创新迭代效率和质量
- ✓ 积极应用生物识别、语音识别技术，推出手机银行5.0

打造邮政金融特色生态

- ✓ 深度融合集团特色移动场景
- ✓ 拓展外部平台，实现金融服务对外输出
- ✓ 不断完善线上线下一体化生活服务场景

强化互联网营销

- ✓ 推进线上线下一体化营销、大数据精准营销和场景营销
- ✓ 打造手机银行、个人网银、微信公众号、门户网站、自助银行等多渠道协同的宣传营销机制

持续提升客户体验

- ✓ 基于外部体验测评及客户反馈，优化功能提升客户体验
- ✓ 打造互联网金融运营体系，提升线上客户服务体验
- ✓ 逐步将95580客服打造成服务与营销中心，持续提升价值



進步
與您同步
TOGETHER
WE MAKE IT
BETTER

THANKS!

* 中国邮政储蓄银行版权所有，未经中国邮政储蓄银行表示同意，
不得抄袭或剪辑本文资料。



 中国邮政储蓄银行
POSTAL SAVINGS BANK OF CHINA
进步 与您同步