

6家新三板挂牌银行2017年报披露：

齐鲁银行净赚20亿继续领跑 国民银行净利跌去九成

证券时报记者 胡飞军

随着4月30日年报披露最后期限临近,新三板7家挂牌银行中,除了汇通银行,其余6家银行已披露2017年报。

证券时报记者注意到,从已披露年报看,上述新三板银行业绩分化较为严重。其中,齐鲁银行以绝对规模优势领跑,净利润拔得头筹;客家银行净利润增速第一;国民银行以213万元净利润垫底,且同比暴跌超九成。

齐鲁银行净利规模领跑

作为新三板唯一一家城商行,齐鲁银行是新三板银行中佼佼者。2017年,齐鲁银行业绩继续保持快速增长,实现营业收入54.26亿元,增长5.27%,净利润20.15亿元,增长22.71%。

齐鲁银行介绍,2017年公司业务、普惠金融业务和零售业务多板块齐头并进。资产方面,截至2017年末,该行总资产2362.95亿元,同比增长14.06%,各项存款、个人存款规模居山东省内城商行首位。

值得一提的是,齐鲁银行去年完成了50亿元定增,并发行了10亿元二级资本债券。截至2017年末,该行资本充足率14.49%,同比提升2.4个百分点,一级资本充足率11.54%,同比提升2.12个百分点。

在业绩稳增长下,齐鲁银行发布利润分配方案,拟向全体股东每股分配现金股利0.155元(含税),分红总额为6.39亿元。

客家银行业绩增速最高

在新三板银行中,客家银行业绩增速最快。2017年客家银行实现营业

收入1.46亿元,同比增长58.03%;实现净利润3956.1万元,同比增长197.04%。

客家银行解释,净利大增主要是因为利息支出较上年同期降低45.82%,因为公司减少同业存放业务,相关利息支出较上年度减少1244.53万元;同时,根据市场行情,取消了高利率的定制化存款,并相应降低定期存款利率,导致吸收存款利息支出减少3270.06万元。

值得注意的是,客家银行的不良贷款率由2016年末1.46%上升到2017年末2.17%。客家银行表示,由于公司主要服务区域在梅州地区,面向“三农”贷款,受季节性、自然环境等因素影响较大。

鹿城银行(832792)是新三板首家挂牌的村镇银行,连续2年入选新三板创新层,2017年业绩保持微增,亮点不多。2017年鹿城银行实现营业收入1.93亿元,同比增长12.76%,净利润7202万元,同比微增7.12%。记者注意到,鹿城银行净利增速远远不及营收增速,与其资产减值损失同比大增有关。

国民银行 净利剧跌逾九成

2017年是新三板银行扩容之年。2017年相继有4家银行登陆新三板,分别为如皋银行、喀什银行、国民银行与汇通银行。

去年9月6日在新三板挂牌的如皋银行,是2017年新挂牌银行中成绩最亮眼的。2017年,如皋银行实现营业收入11.32亿元,同比增长16.51%,实现净利润3.72亿元,同比增长25.23%,净利仅次于齐鲁银行。如皋银行业绩稳健增长得益于存款的

6家新三板银行业绩概况				
银行名称	营业收入(亿元)	同比增幅	净利润	同比增幅
齐鲁银行	54.26	5.27%	20.15亿元	22.71%
如皋银行	11.32	16.51%	3.72亿元	25.23%
喀什银行	4.94	10.84%	1.47亿元	-19.08%
鹿城银行	1.93	12.76%	7201.9万元	7.12%
客家银行	1.46	58.03%	3956.1万元	197.04%
国民银行	1.16	2.08%	212.92万元	-94.28%

胡飞军/制表 彭春霞/本版制图

平稳增长和贷款的大力投放。

2017年新挂牌的喀什银行与国民银行净利均出现下滑,尤其国民银行净利呈现暴跌态势。国民银行去年实现营业收入1.16亿元,同比增长2.08%;实现净利润212.9万元,同比下降94.28%。

据了解,国民银行98%以上收入来自利息净收入,即通过吸收存款、发放贷款来获取利差收入,而2017年该行净利差为4.37%,同比下降了0.03个百分点。

此外,记者注意到,国民银行之所以净利润暴跌九成以上,与其资产减值损失大幅增加有关,2017年资产减值损失达到5555万元,2016年资产

减值损失为1198万元,同比增加363.62%。

国民银行表示,随着区域整体信用的下滑,该行所处宁波象山县中小微企业的经营状况也影响较大,部分客户出现了贷款逾期现象,甚至很多贷款客户直接“跑路”。截至2017年末,国民银行不良率2.01%,较年初增加0.73个百分点,不良贷款比率较年初上升加快。

去年5月挂牌的喀什银行,2017年营业收入4.94亿元,同比增长10.84%;净利润1.47亿元,同比下降19.08%。记者注意到,喀什银行增收不增利,与当地经济下行压力和利率市场化同业竞争有关。

建行一季度 盈利逾738亿增长5.43%

证券时报记者 孙璐璐

建设银行4月26日晚间公布的2018年第一季度经营业绩显示,按国际财务报告准则计算,一季度,建设银行实现归属于股东的净利润738.15亿元,较上年同期增长5.43%。年化平均资产回报率1.32%,年化平均股东权益回报率17.05%。

截至2018年3月31日,建行资产总额22.85万亿元,较上年末增长3.27%。利息净收入1226.82亿元,

较上年同期增长14.74%。净利差为2.22%,净利息收益率为2.35%,分别较上年同期上升0.21和0.22个百分点。

在资产质量方面,建行顺应国家产业政策调整,着力健全风险防控机制,全面风险管理体系不断完善,资产质量稳中向好势头进一步巩固。截至2018年3月31日,不良贷款余额为1963.50亿元,较上年末增加40.59亿元。不良贷款率1.49%,与上年末持平。

江阴银行一季度营收增近13%

证券时报记者 马传茂

江阴银行4月26日晚间发布2018年一季报显示,该行一季度实现营业收入6.24亿元,同比增长12.95%;实现归属于股东的净利润同比增长4.74%至1.83亿元;基本每股收益为0.1036元。这也是江阴银行连续第二个季度实现10%以上的季度营收增长。

延续去年以来的资产结构调整,江阴银行今年一季度继续压降同业资产,一季度末同业资产占比仅为1.23%。与此同时,该行加大信贷投放力度,并增加对国债及地方债等利息

收入免税资产的长期配置。

数据显示,一季度末江阴银行贷款总额达578.26亿元,较今年年初增近20亿元。其中,零售贷款增长快于公司贷款(含贴现),一季度增速接近9%。不过由于基数原因,一季度该行公司贷款增量还是较零售贷款高出10亿元。

江阴银行表示,该行一季度积极对接地方重点重大项目,深入推进“阳光信贷”,并加强年度授信指引,鼓励投向轻资本、低风险、高收益业务,小微、涉农、实体经济、普惠、民生领域,以及双创、绿色经济领域”。

平安曼联球迷见面会打造深度体验 平安信用卡创新金融+IP新玩法

近日,平安信用卡携手曼联足球俱乐部在北京、上海两地分别举办平安曼联球迷见面会,旨在围绕球迷体验,针对球迷真实需求,打造“红魔”球迷的专属“盛会”。

此次球迷见面会,是平安信用卡通过对球迷需求的深度挖掘,与曼联足球俱乐部这个世界级IP进行深度合作的项目之一。同时,该活动联动平安曼联红魔白金卡,打通线上线下形成体验闭环,以国际模式纵向探索金融+IP的新玩法。

围绕球迷核心需求 订制球迷专属体验

此次平安信用卡特别邀请了曼联足球俱乐部传奇球星德怀特·约克及罗尼·约翰逊一同出席了活动,并代表曼联足球俱乐部与球迷进行深度互动,为球迷带来了一次充满“红魔”符号的绿茵体验。比如球迷与球星进行遮眼点球大战、颠球比赛等极具绿茵特色的足球活动,同时还与球星一同参与“最懂红魔”的猜字游戏,极大提升了球迷的归属感,与球队实现更为紧密的情感连接。

平安信用卡认为,球队的传奇球星是球迷与球队连接最直接的纽带之一,而通过与球星的互动及一系列针对球迷需求进行的活动设计、场景设计能够引发球迷的共鸣。值得一提的是,此次到场的球星,曾亲自见证过曼联足球俱乐部夺得“三冠王”世界巅峰荣誉的历史时刻,他们的到来唤起了在场所有球迷对于那段辉煌历史的集体记忆。

一直以来,平安信用卡都注重聆听用户的心声,以精准的洞察深耕用户经营,提升用户体验。此次与曼联足球俱乐部的合作也不例外,平安信用卡洞察到球迷作为垂直用户群体,除了传统的各项金融服务之外,与球队和与球星互动、向球队表达自己的情感诉求才是这一客群的核心需求。因此,平安信用卡在此次球迷见面会的体验上可谓“费尽”心思。除了与球星零距离互动环节的设计,平安信用卡还为球迷提供亲临曼联足球俱乐部主

场观赛的机会,极大满足球迷的情感诉求。同时,此次活动也将曼联过往荣誉进行陈列展览,吸引了众多球迷合影留念,这些精心的设计不仅唤起球迷内心的荣誉感,同时也构成了球迷之间的“社交货币”。

除此之外,平安信用卡与曼联足球俱乐部深度合作,共同推出的平安曼联红魔白金卡也亮相活动现场。该卡集成了当下国际通行的纵向联动世界IP的模式,并针对中国“红魔”球迷进行体验创新,进一步通过金融服务覆盖并渗透到球迷需求的各个层次,以满足从球迷生活到球队连接的多维需求。

该卡创造性地设计了曼联球迷专属体验,为球迷提供曼联教练足球训练营、曼联英国VIP体验游、曼联球迷友谊赛等活动,同时也为球迷日常运动需求提供价值五万元的非职业运动意外险,北、上、广、深热门滑冰场所8折优惠预定等服务。为升级球迷办卡、用卡体验,平安信用卡打造了线上一站式办卡用卡服务,球迷通过平安口袋银行APP即可进行一键办卡、一键分期、一键还款等操作。

同时,曼联球迷还可以通过积分或消费累积的曼联印花,从线上兑换曼联足球俱乐部官方提供的“红魔”定制礼品。通过线上服务,极大满足球迷在移动互联网时代对金融服务的“极速”需求,让球迷从办卡到用卡的体验实现全面升级。

纵向联动世界级IP 创新金融+IP新玩法

回顾此次平安信用卡与曼联足球俱乐部的合作,通过线上完善的金融服务与线下高品质的权益相结合,打通了线上线下的体验壁垒,将贯穿信用卡生命周期的金融服务与线上线下权益相融合,最终实现多层次、多维度的体验闭环。

纵观当前国内信用卡市场与IP合作的案例,为扩大发卡量,信用卡大多采用横向联动的模式,即通过与各大IP合作,大面积获取IP带来的



曼联传奇球星德怀特·约克及罗尼·约翰逊

客群流量。但仔细观察不难发现,若想要真正赢得用户的青睐,更需要从体验层面为他们带来“有意义”的金融服务。而此次平安信用卡与曼联足球俱乐部的合作,一方面针对球迷从生活到情感的需求进行纵向探索,为球迷提供全面的金融服务的同时也搭建了球迷与IP之间的情感桥梁,让二者通过信用卡实现进一步的良性互动;另一方面,为曼联足球俱乐部深入了解中国球迷,提供了纵向贯穿的渠道,助力曼联足球俱乐部连接中国球迷生态。纵向联动的合作模式也是当前国际通行的商业赞助模式,让金融与IP的联动产生“聚变”效应。

平安信用卡与曼联足球俱乐部的深度合作,不仅体现在模式上的深度,

还体现在通过阶段性的递进,让合作模式更加深入。据悉,此次球迷见面会仅是双方针对球迷推出的第一场线下活动,平安信用卡未来还将针对球迷的反馈,不断推出更丰富的体验活动和金融服务,以满足球迷不断升级的需求。

平安信用卡与曼联足球俱乐部的深度合作,基于平安信用卡多年来对不同垂直客群深耕的经验积累,以球迷需求为核心,以纵向联动世界级IP为策略,既极大地发挥了IP的价值,又满足了客群更深层次、更多维度的需求,为业内提供了一种如何与世界级IP深度合作的实践案例,同时也带来了国际化通行合作模式的范本。

(CIS)



现场获奖嘉宾