

2009 中国平安开放日

— 平安银行业务介绍

2009年10月16日



议题

主题	发言人	职务
银行概述	理查德·杰克逊	平安银行 行长
信用卡业务情况介绍	陈伟	平安银行 常务副行长
网点战略拓展情况介绍	李南青	平安银行 董事会秘书
广州分行发展模式	叶望春	平安银行 副行长



平安银行
PINGAN BANK

银行概述

理查德·杰克逊 行长

2009年10月16日

平安银行发展里程碑

平安集团收购深商行约90%的股份

1

2006年12月

原平安银行并入深商行

2

2007年

- 打造管理团队
- 大幅改善资产质量
- 启动信用卡、安盈理财、“赢动力”（中小企业）三大战略业务

获准更名为平安银行，并荣获“最佳城市商行”称号

3

2008年

- 完善公司治理机制
- 强化五大风险管理
- 拓展战略业务
- 提升服务水准
- 推进文化融合与人才发展

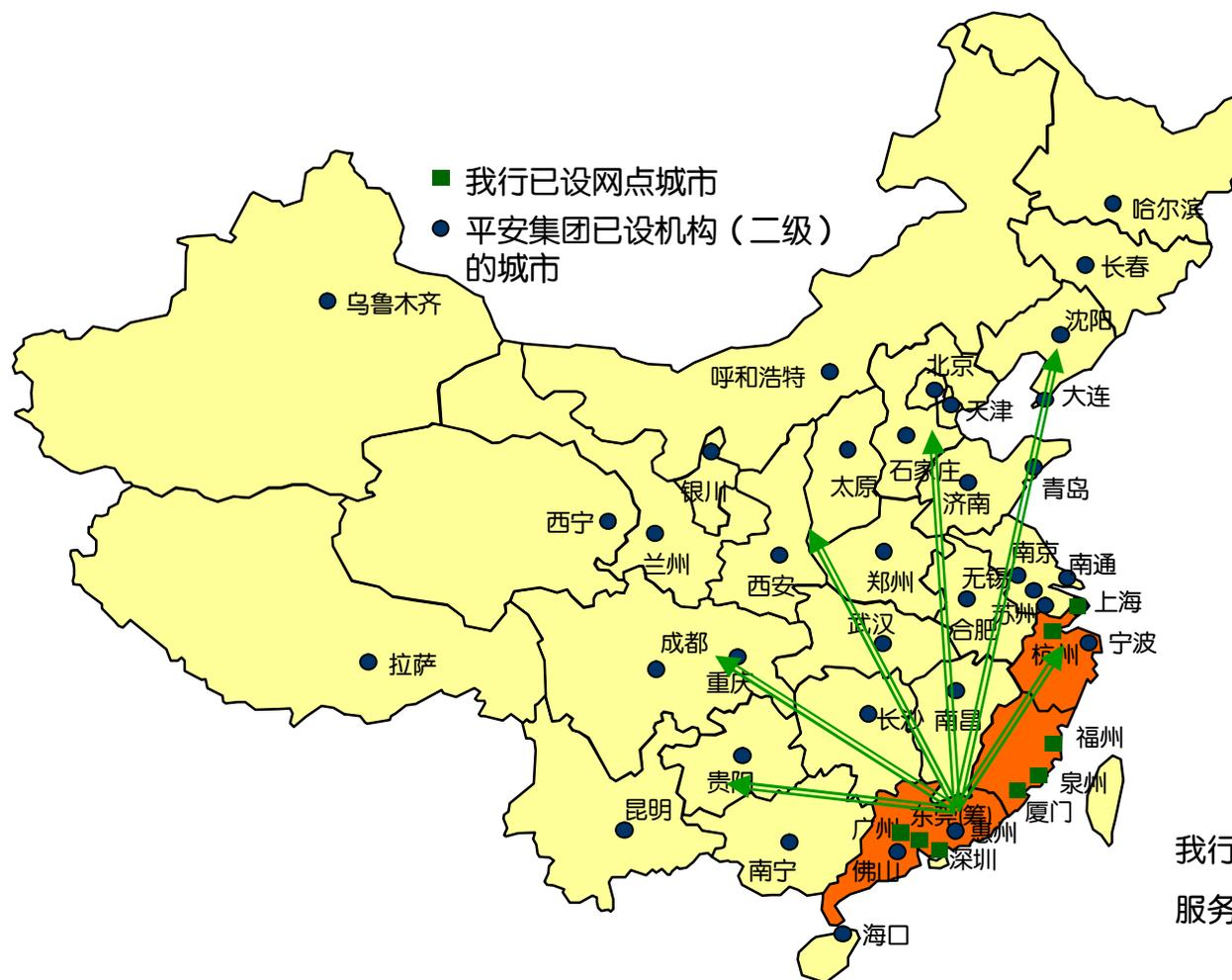
加快网点拓展步伐，目前拥有深圳、上海、福州、泉州、厦门、杭州、广州、东莞（筹）8家分行

4

目前

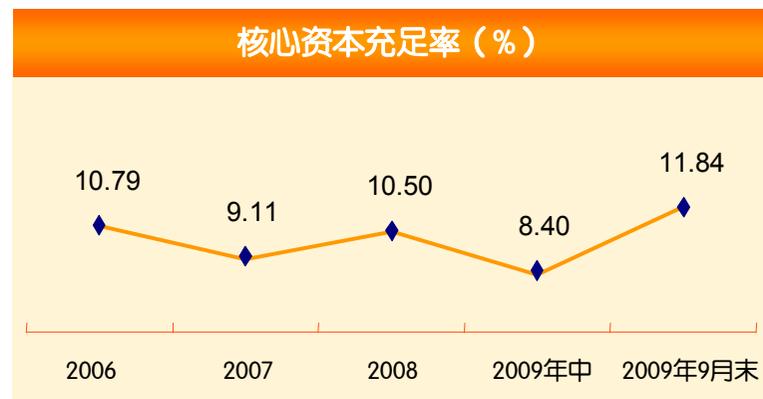
- 监管评级从“五级”上调至“二级”

全国性的机构战略布局初具雏形



我行现有8家分行（含1家筹建），
服务平安集团约16%的客户。

多渠道筹集资本，资本充足水平始终高于监管要求（1/2）



多渠道筹集资本，资本充足水平始终高于监管要求（2/2）



- 2009年6月，我行成功发行30亿元次级债券，补充附属资本
- 2009年8月，我行完成向原股东配股，增资50亿元，补充核心资本

创新销售模式，业务规模增长迅猛（1/2）



实现高于市场平均水平的增长

创新销售模式，业务规模增长迅猛（2/2）



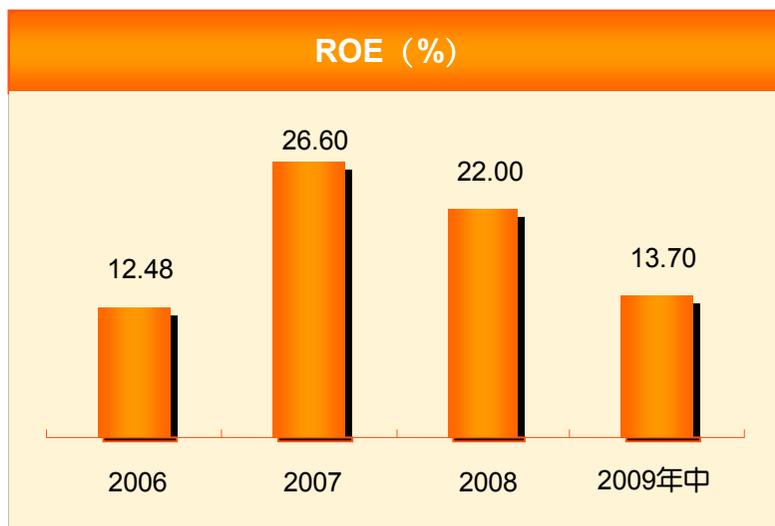
资产质量明显改善，抗风险能力明显增强



- 采取各种手段，妥善处置历史遗留的不良资产
- 完善各类风控政策，标准与流程，构建全面风险管理体系

与14家上市银行相比，
资产质量最佳

加快盈利模式战略转型，取得较好的股东回报（1/2）

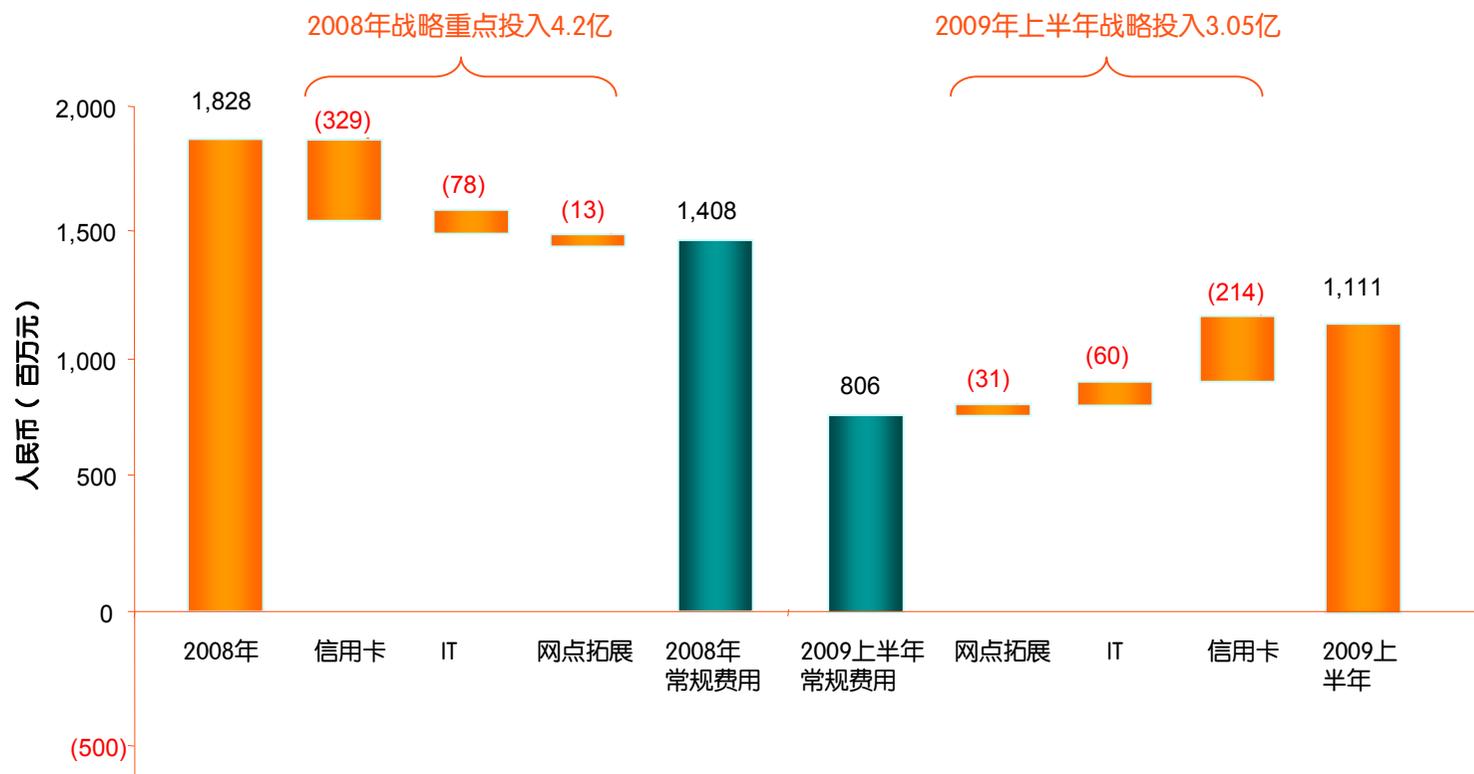


ROE逐步回到行业平均水平，并高于监管要求

加快盈利模式战略转型，取得较好的股东回报（2/2）



着眼未来，各项支出确保战略重点投入



- 信用卡: 2008年累计流通卡152万张, 2009年上半年累计流通卡211万张, 增长38.8%
- 新分行拓展: 2008年开业泉州、厦门分行, 2009年开业杭州、广州分行
- 新支行拓展: 2008年新设10家支行, 2009年上半年新设5家支行

利用集团资源，与集团充分融合



例：平安大学里用于培训的模拟支行



全面提升
操作水准



系统地强化一
线人员的业务和
服务技能

内设转账区、现金区、大堂经理服务区、客户等候区、填单区等

机具设备采用真实标准配置，全面再现实际工作情景

通过亲身模拟，切实加强对实际工作的系统性认识和具体操作能力经验

通过场景模拟、现场体验，提供实战经验

稳健改革重组，获得充分监管信任



监管评级由收购深商行前的五级上调至二级



充分的监管信任

更名“平安银行”，被确认为全国性股份制商业银行

率先在行业内获得无网点异地城市发卡与远程开户试点资格



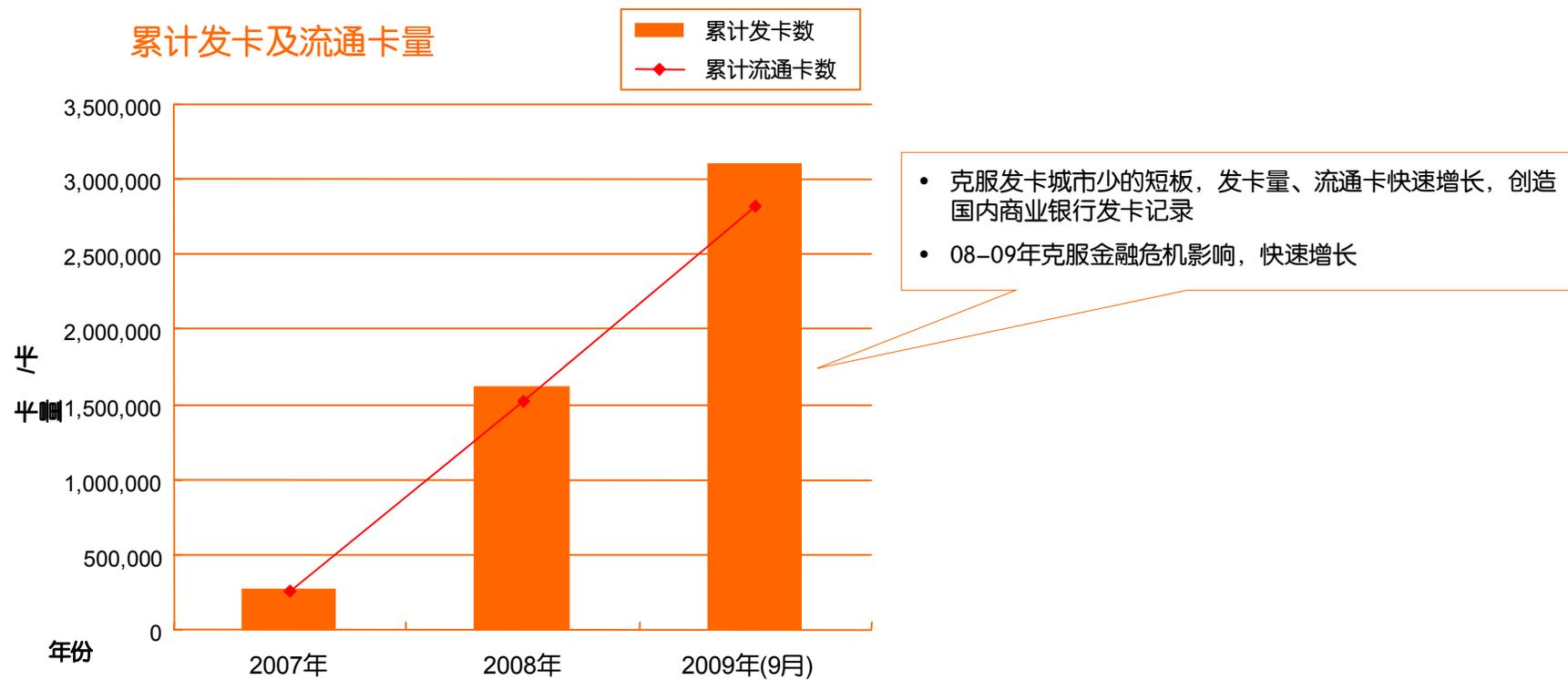
平安银行
PINGAN BANK

平安信用卡业务情况介绍

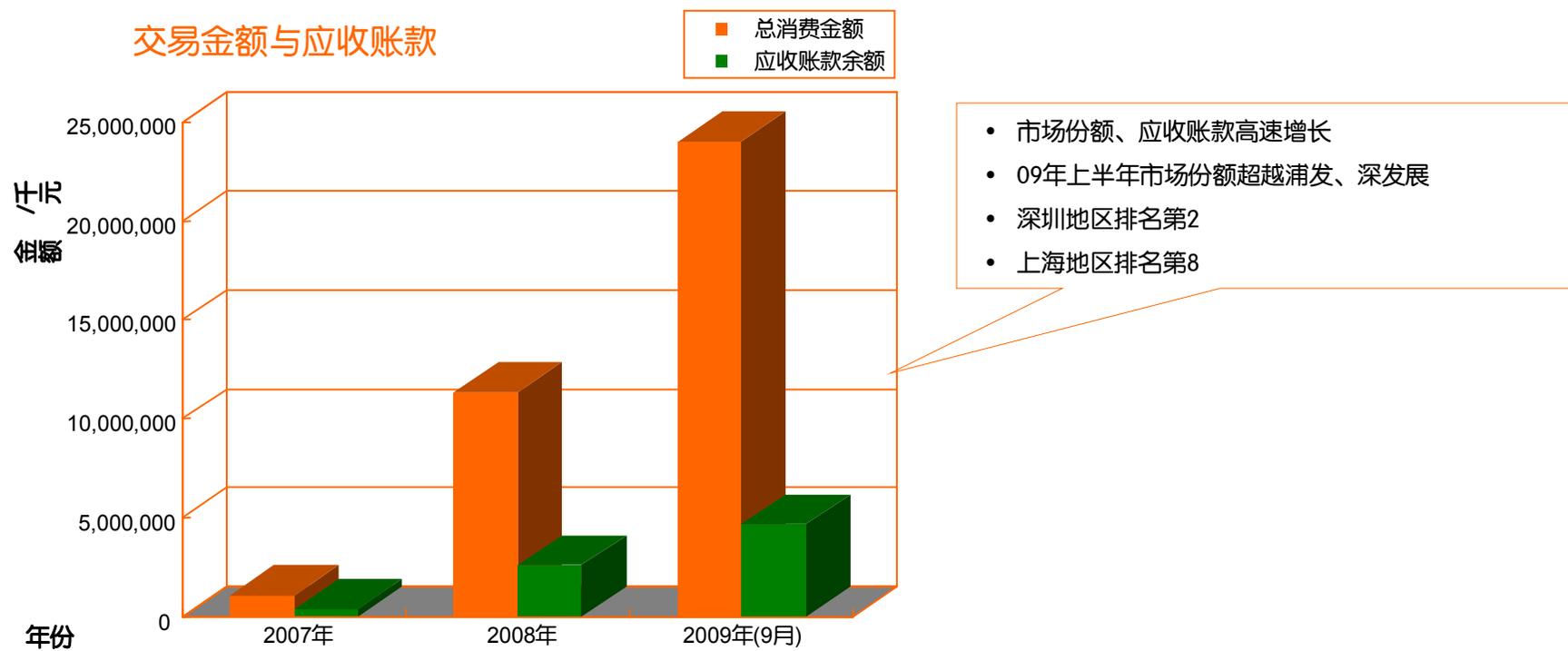
陈伟 常务副行长

2009年10月16日

业务迅猛增长



业务迅猛增长



初步建立覆盖不同客群的产品体系

平安银行信用卡



目标客群：爱家族

功能亮点：

- 挂失前72小时消费损失保障
- 附赠家庭财产盗抢险
- 附赠200万航空意外险

平安银行· 保险信用卡



目标人群：平安寿险客户

功能亮点：

- 挂失前72小时消费损失保障
- 附赠海陆空全方位意外保障
- 附赠燃气意外保障

平安车主信用卡



目标客群：私家车主

功能亮点：

- 挂失前72小时消费损失保障
- 附赠全车人员意外险
- 附赠全国范围道路救援保障

平安 BE@RBRICK 时尚信用卡



目标客群：潮流族群

功能亮点：

- 挂失前72小时消费损失保障
- 全球首张BE@RBRICK主题卡

平安携程 商旅信用卡



目标客群：商旅人群

功能亮点：

- 挂失前72小时消费损失保障
- 消费积分自动转化携程积分
- 附赠海陆空全方位意外保障

首开寿险推广信用卡新模式

2007.6.18

个销信用卡
在深圳寿险
启动，开创
信用卡推广
新模式

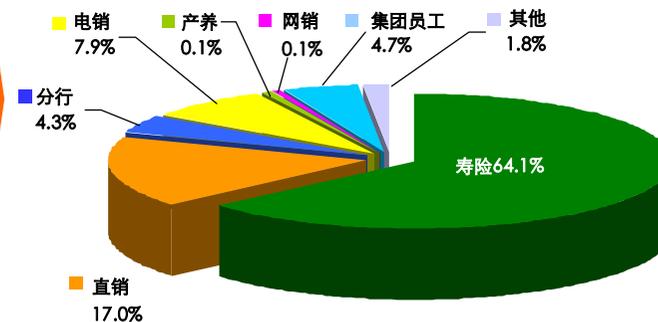
探索综合开拓模式

- 组建专员团队常年驻扎营业区，培训业务员、提供推广支持
- 针对寿险客户需求研发产品与功能：推出平安银行·保险信用卡、在产品中附赠高额保障等
- 针对寿险客户指定授信政策专案
- 针对业务员指定专门的激励方案
- 配备专人开展亲核亲访，确保推广品质

成效

- 信用卡成为业务员有效地主顾开拓方式
- 保险功能有助于业务员将信用卡与保险主业关联
- 信用卡后续服务及市场活动为业务员提供了不断接触客户的理由，提升客户满意度
- 增强业务员展业的信心与动力

寿险贡献6成卡量



促动寿险业务发展

有利寿险业务

- 有利于寿险客户积累
- 为客户加保创造接触点
- 辅导新人留存
- 进行增员活动



信用卡对 寿险业务的促动

获取额外展业资源

- 降低业务员展业成本
- 信用卡市场活动，提升客户拜访频次与客户满意度

提升综合金融技能

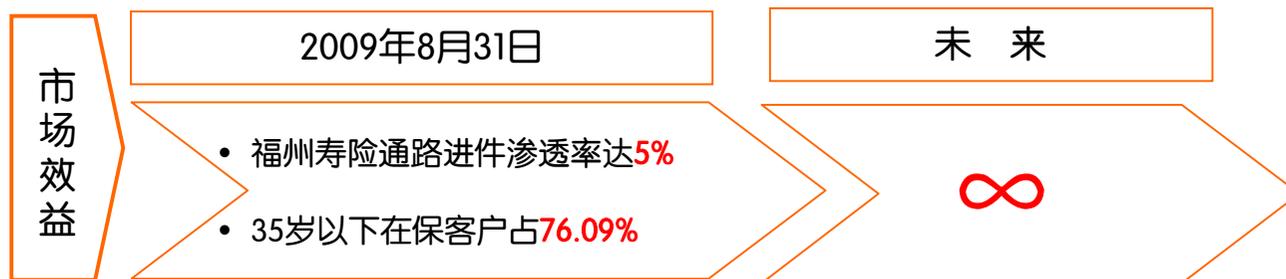
- 体现业务员综合金融理财师的技能和形象
- 提升平安产品的综合竞争力和客户满意度

接下来，请大家观看一个短片，由平安寿险业务员介绍推广平安信用卡的体会。



平安银行
PING AN BANK

首创“意外/疾病身故免还款”，代销保险产品



综合金融
强大优势

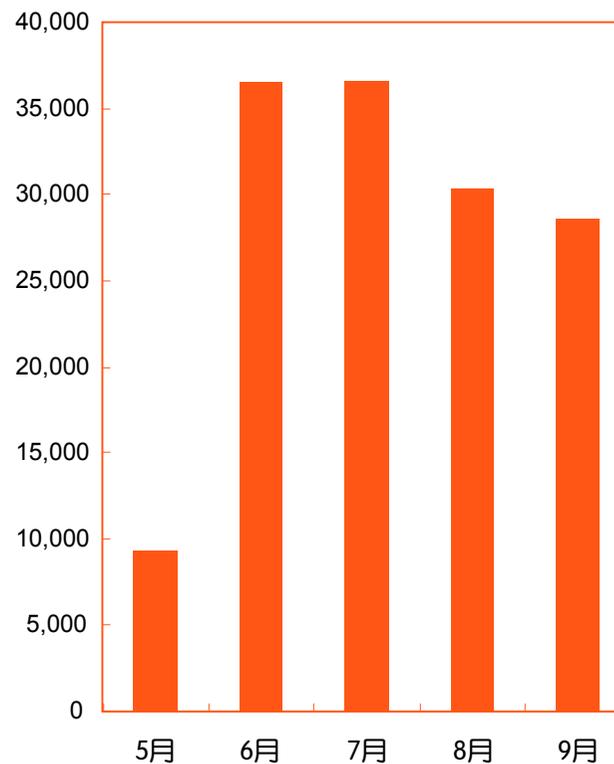


平安银行
PING AN BANK

率先试水无分行发卡

依托集团综合金融平台，以及出色的风险管控机制、市场营销策略、客户服务品质，2009年2月，平安成为首家获批在无分行地区试点发行信用卡的银行，试点区域为环渤海地区

北京自2009年5月试点发卡至今
累计发卡141,300卡



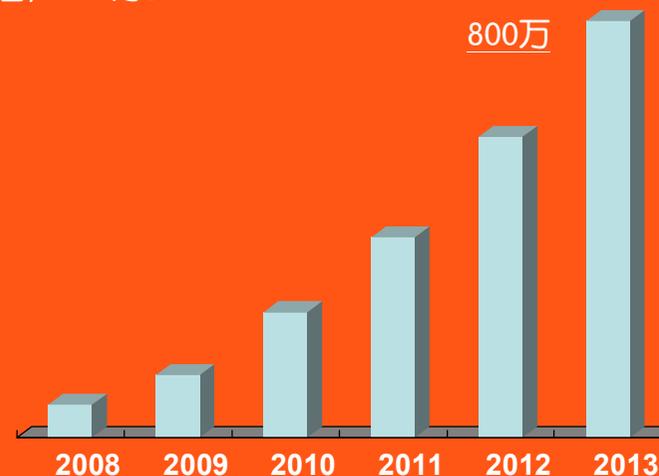
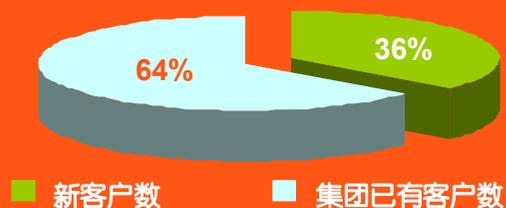
信用卡——平安综合金融名片

信用卡聚集客户的途径：

- p 多渠道发卡积累客户
- p 企业/行业联名卡共享客户资源
- p 信用卡紧急联络人扩展名单

根据平安信用卡五年规划，2013年将累计为集团贡献新客户800万：

截至2009年8月平安信用卡累计（办卡时）内、外部客户占比：



	客户数 (人)	成功约访率	名单转化率	人均保费 (元)	投保保费 (万元)
2009.2 (深寿)	30,000	27.2%	1.57%	6,582	309

信用卡深圳分部在2009年2月试点向未购买过平安寿险产品的信用卡客户推荐寿险产品，取得了良好的市场反应。

据此测算，到2013年，800万外部客户，仅向其推销寿险产品即可产生数亿首年保费。

张江后援中心对业务的支持

- 依托当今业界最先进的软硬件平台，为全国客户提供集中、统一、标准化的服务。
2009年8月，信用卡客户服务部荣获“2008-2009年度全球最佳呼叫中心”称号
- 集中扫描键档，持续提高作业产能和时效，降低作业成本，影像切割录入模式更有效保护客户信息
- 依托集团综合金融平台，在审核信用卡时充分了解客户各方面情况，有效防范风险
- 依托全球领先的催收业务支持系统，提升催收效能，确保信用卡资产品质
- 集中作业，有助于形成规模效益，最大限度降低经营成本



平安银行
PINGAN BANK

网点战略拓展情况介绍

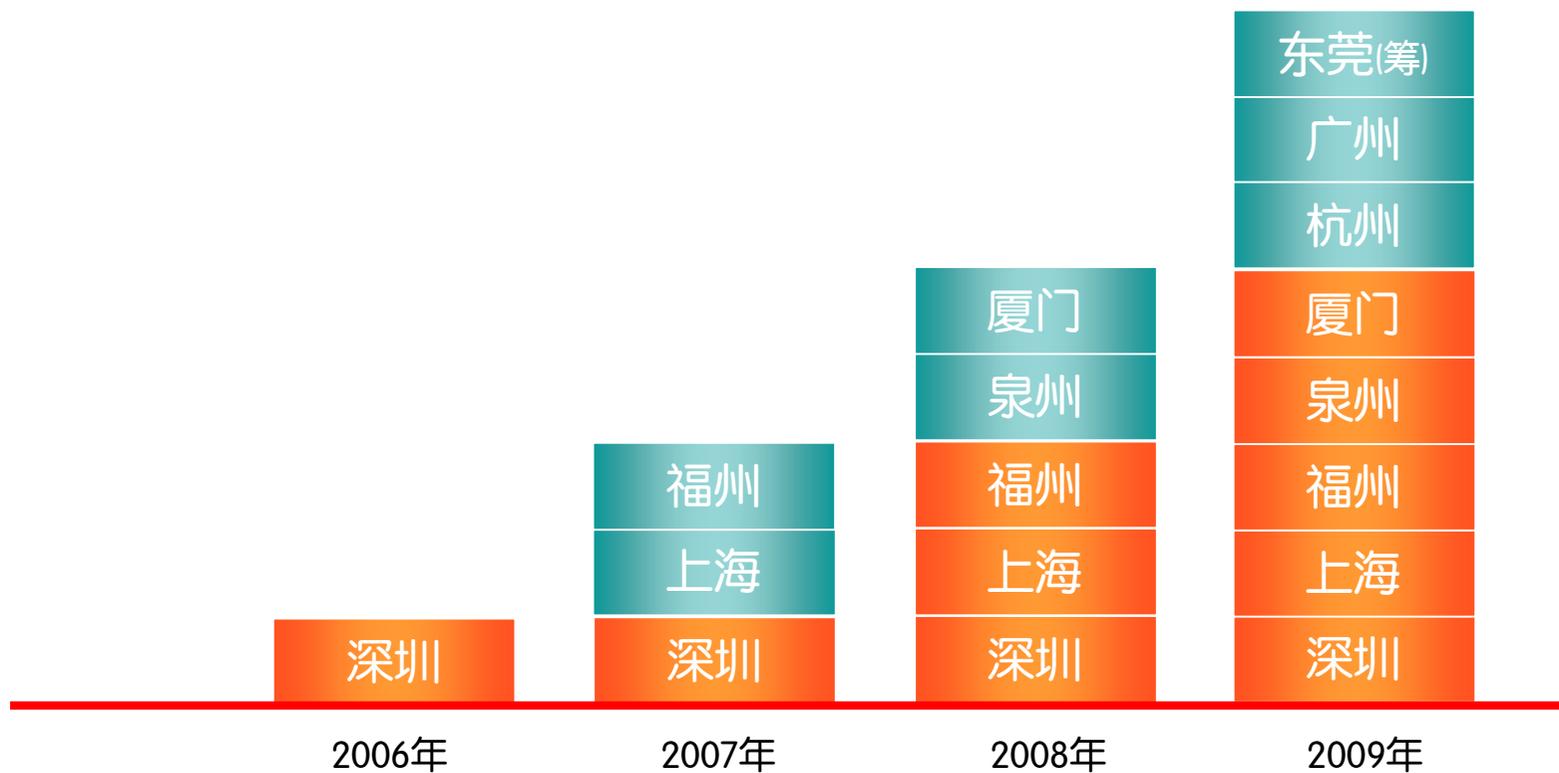
李南青 董事会秘书

2009年10月16日

概述



物理网点快速拓展



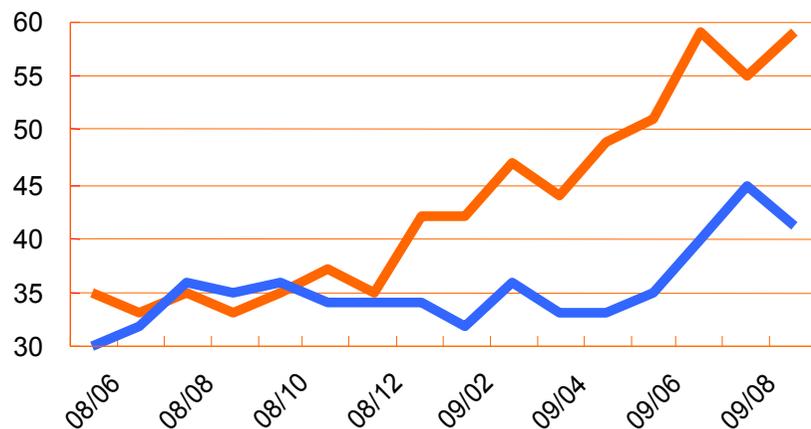
分行数	1	3	5	8
支行数	46	52	60	71

网点外观形象深受客户好评



网点客户满意度指标稳超同业

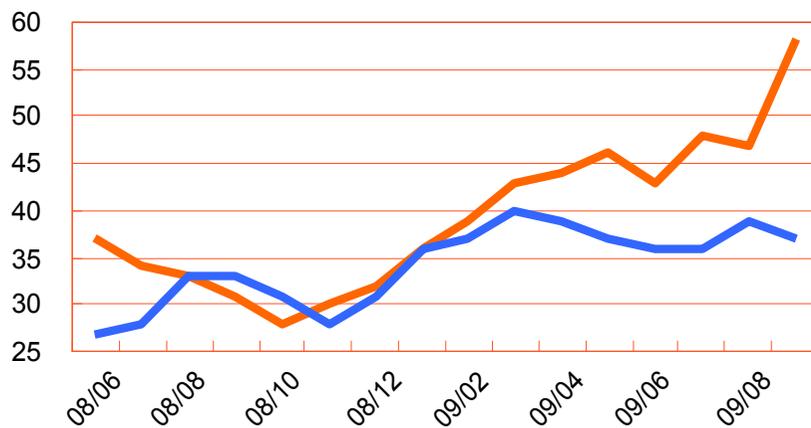
零售网点环境舒适客户满意度情况



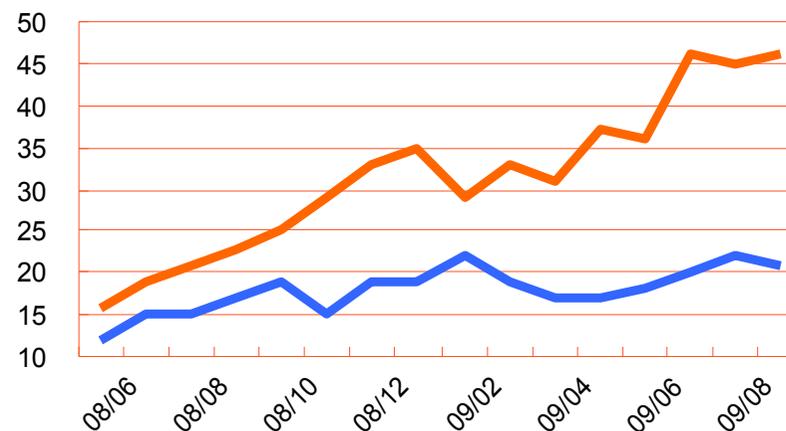
— 平安银行 — 同业平均水平



零售网点清晰指引客户满意度情况

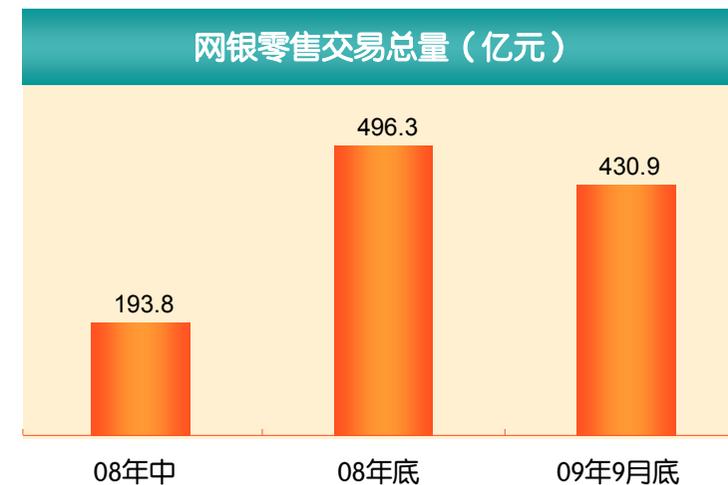
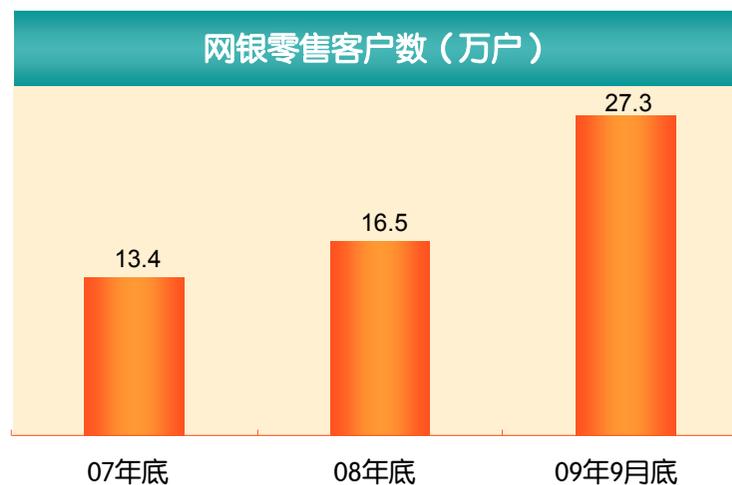
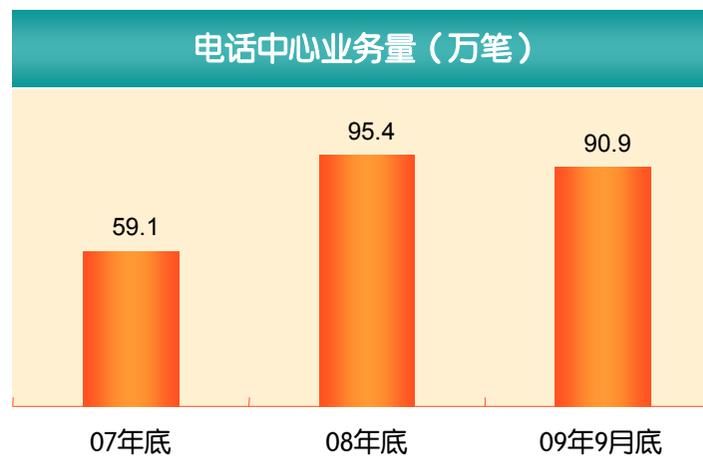
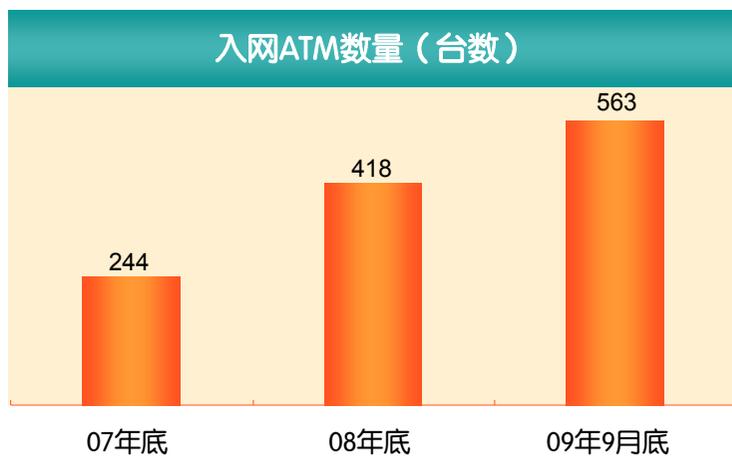


零售网点等候时间客户满意度情况



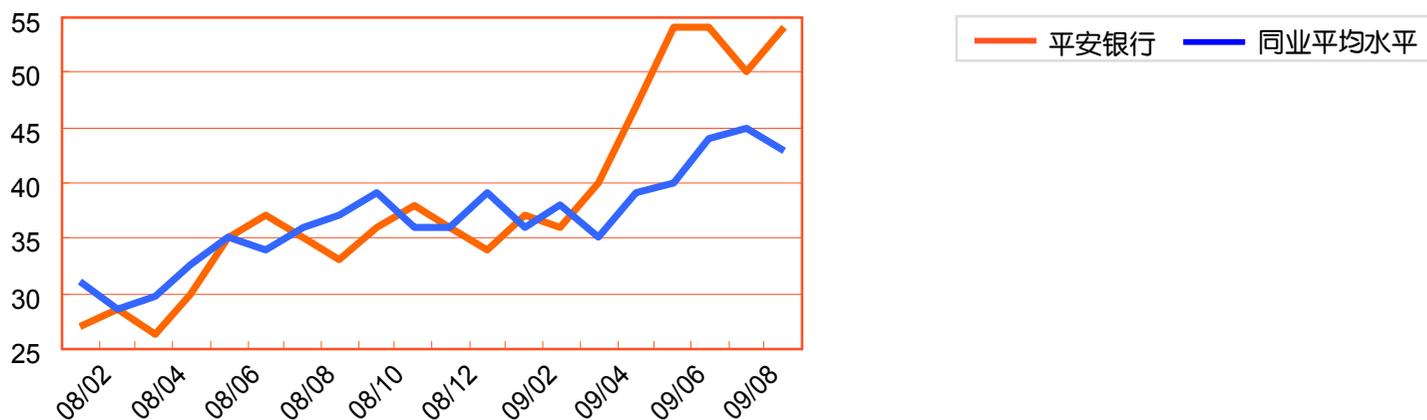
平安银行
PING AN BANK

虚拟销售渠道规模增长迅速

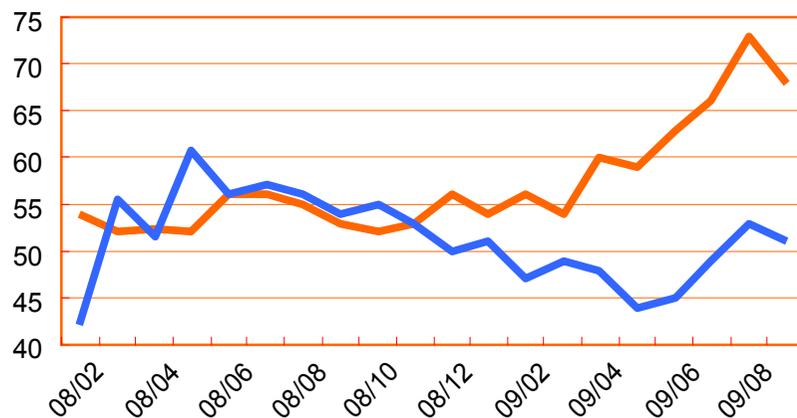


虚拟销售渠道满意度指标稳超同业

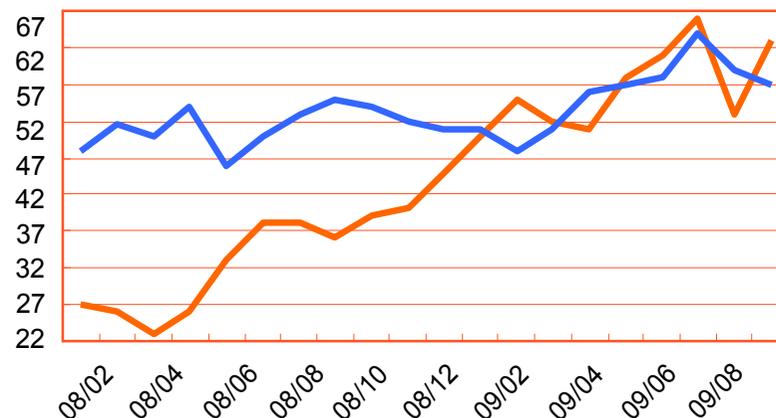
零售ATM客户满意度情况



零售客服热线客户满意度情况

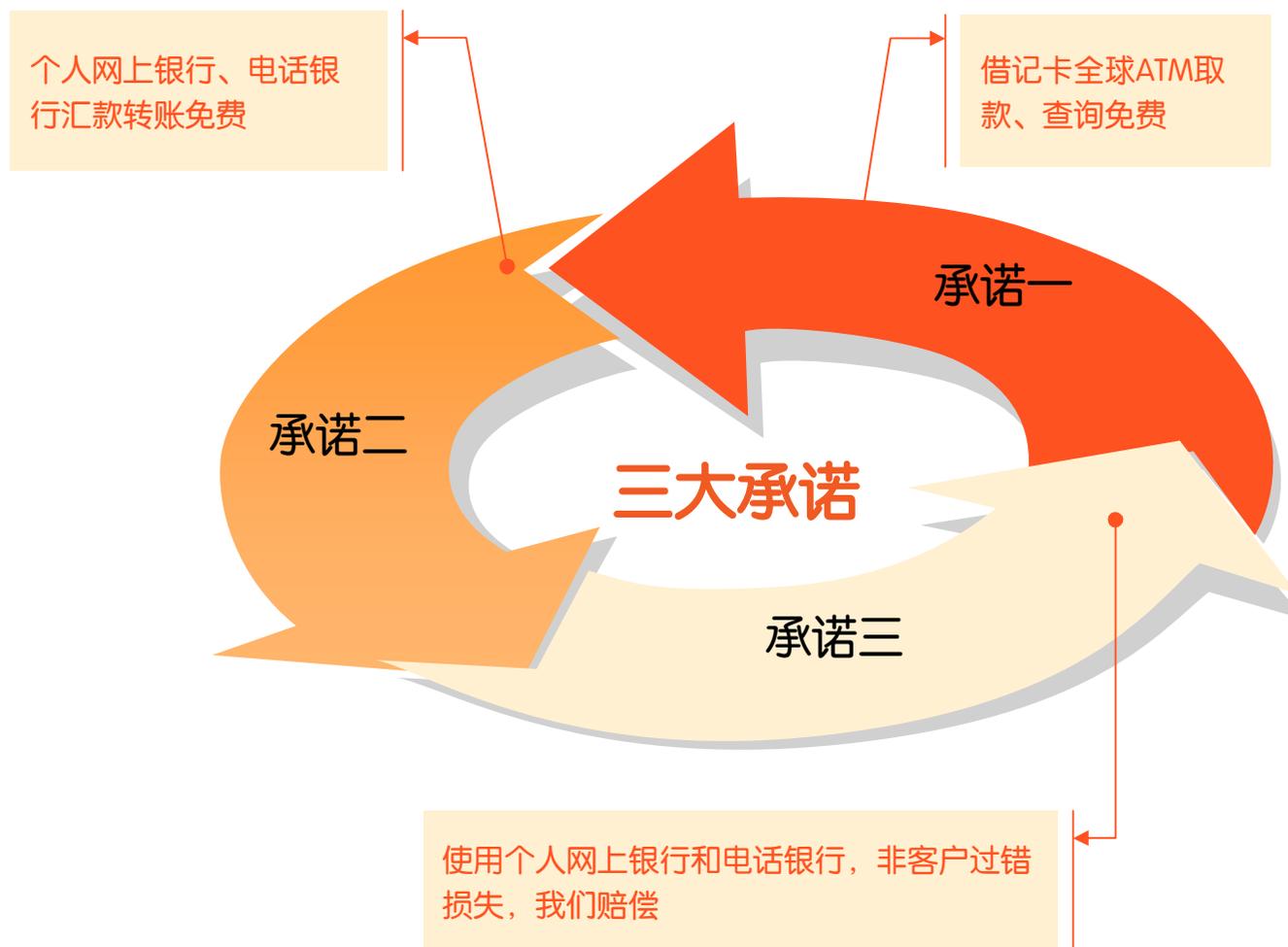


零售网上银行客户满意度情况



平安银行
PING AN BANK

“三大承诺”有力提升服务品质



大力创新，开拓非传统销售渠道——异地发卡

- 从2009年2月起，我行成为全国首家获批在无分行地区试点发行信用卡的银行
- 至2009年9月底，我行在北京地区累计发卡量超14万张



大力创新，开拓非传统销售渠道——远程开户

- 客户在直通银行网站填写申请表格
- 客户到自助开户网点进行身份验证
- 突破物理网点限制，方便客户开立账户

率先被中国银监会批准，成为全国首家试点银行，今年在深圳实施试点

图示：远程身份验证一体机



现在，我将通过一个短片，为大家演示远程开户的简便操作流程。平安银行是中国首家试点远程开户的银行，这充分凸现了平安的创新能力。



平安银行
PINGAN BANK

发挥综合金融优势，创新发展模式 ——以广州分行为例

叶望春 副行长

2009年10月16日



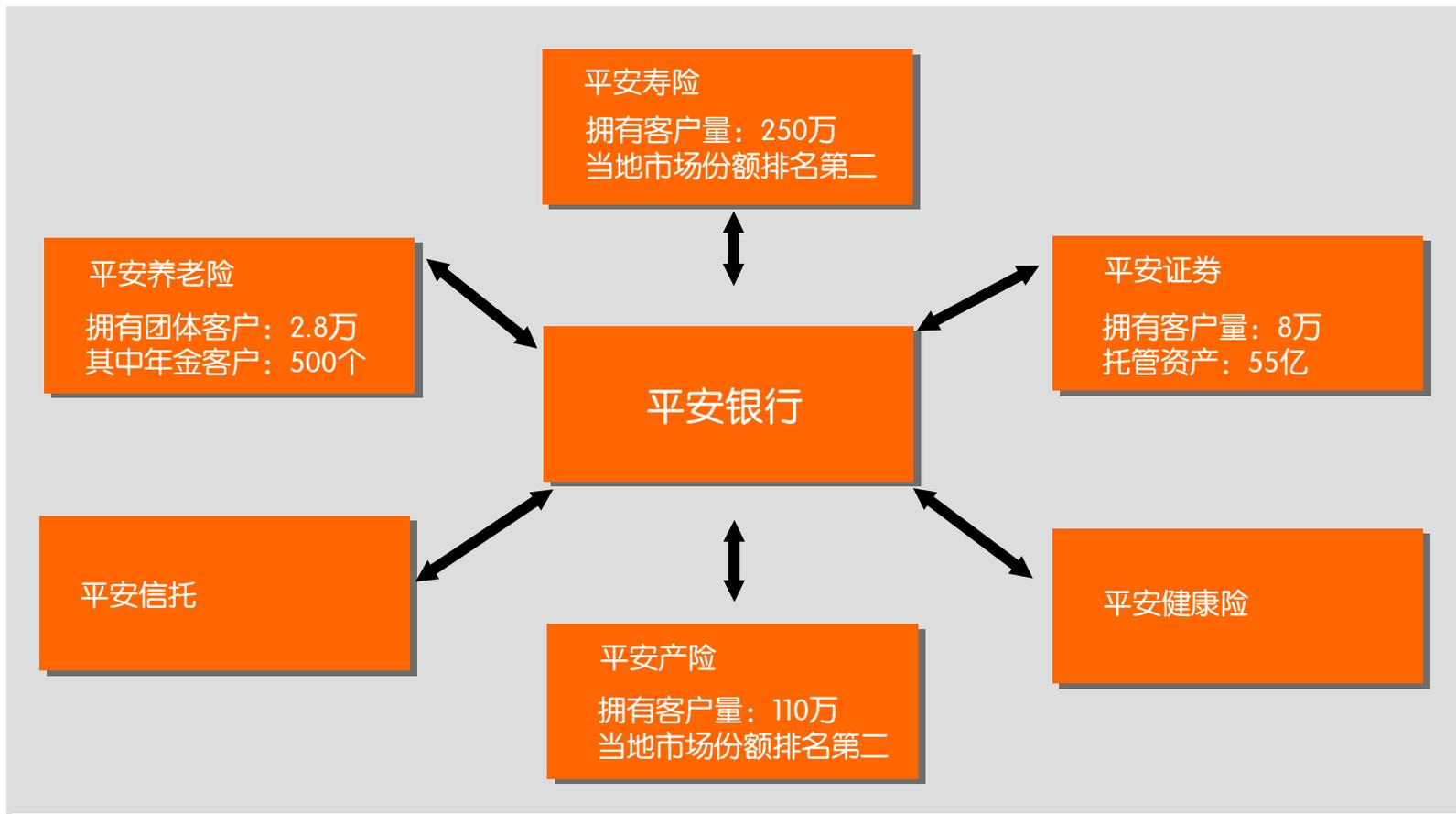
打造难以复制的核心竞争力

经过21年的发展，平安集团已在全国拥有3000多个业务网点。在各区位市场，平安各专业系列分公司都已建立并积累良好的品牌、庞大的客户资源、广阔的销售渠道、具备精专的服务能力，为平安银行新设立的分行业务发展提供有力的支撑



新分行通过交叉销售迅速扩展业务

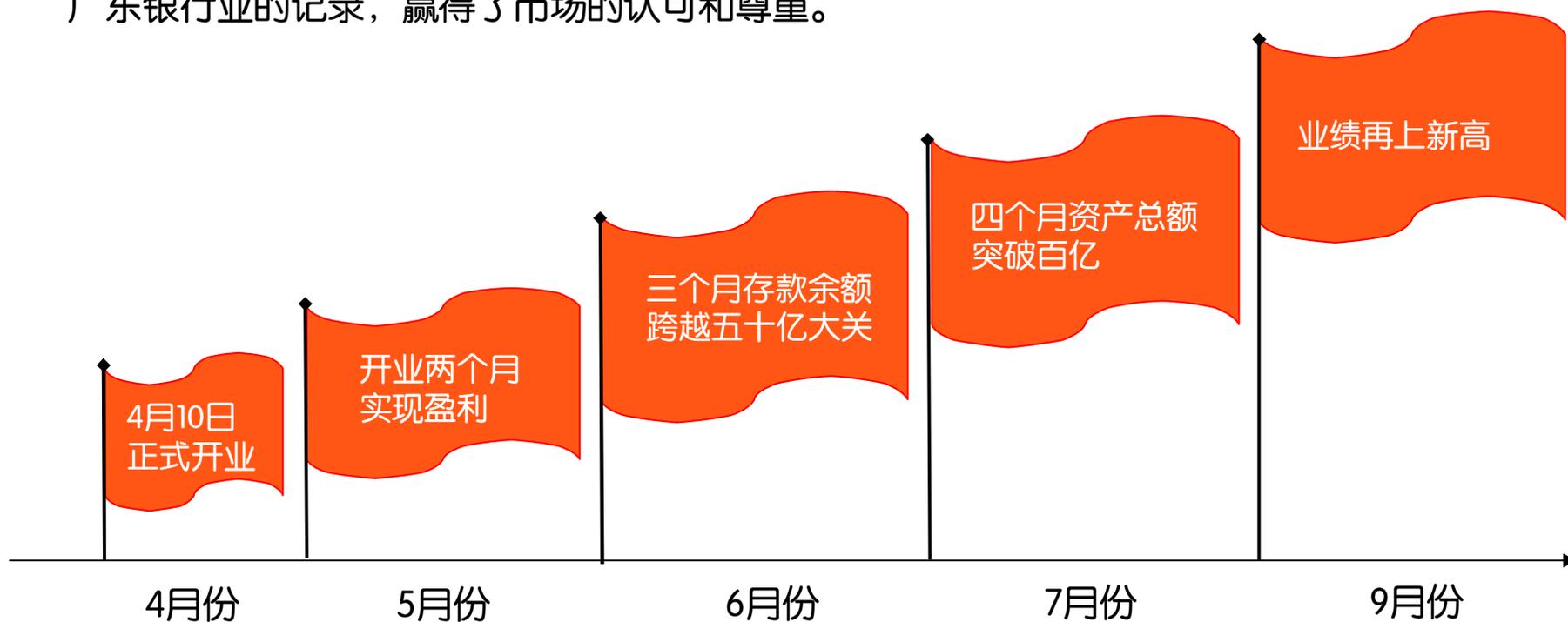
广州分行通过交叉销售，扩充客户资源，夯实业务基础，实现了业绩快速增长



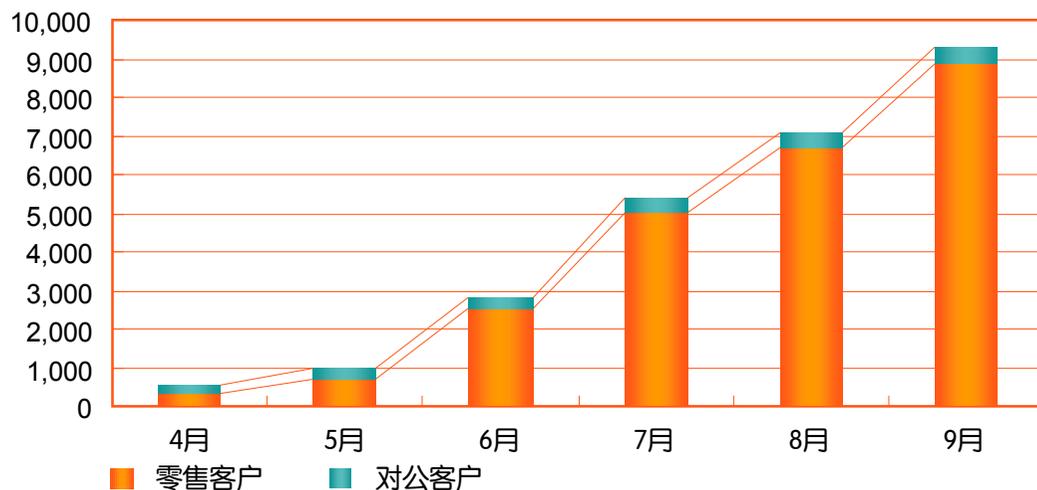
接下来，以平安集团各专业系列在广州的分
公司为例，向各位展示在平安综合金融架构
下，银行业务如何超常规、快速发展。

广州分行发展速度刷新广东银行业的记录

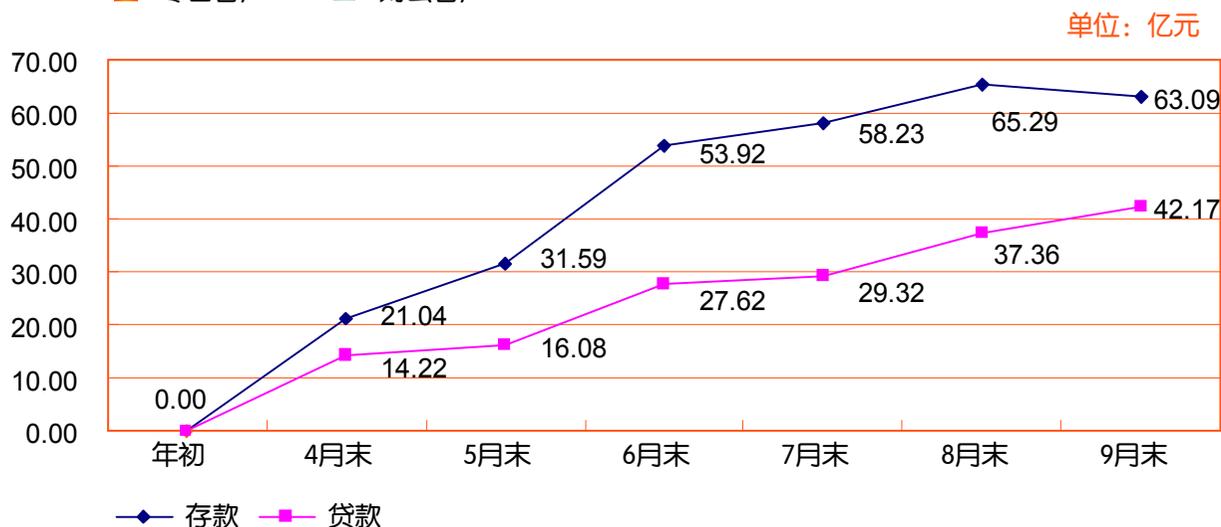
平安银行广州分行开业两个月实现盈利；三个月存款突破五十亿大关；四个月资产规模过百亿。超常的发展速度和突出的创利能力不仅树立了平安银行的新标杆，更是刷新了广东银行业的记录，赢得了市场的认可和尊重。



客户数量快速增加，业务规模迅猛增长



开业以来，客户数量由开业时的540户增加到9,316户

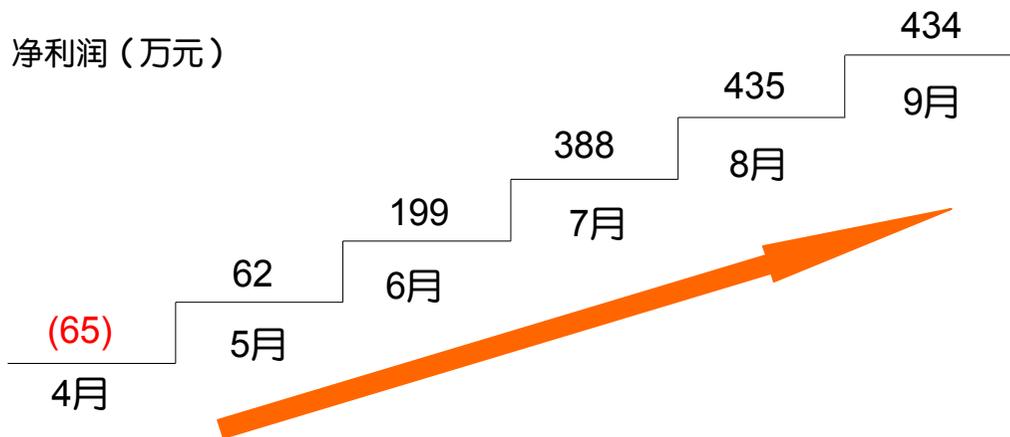
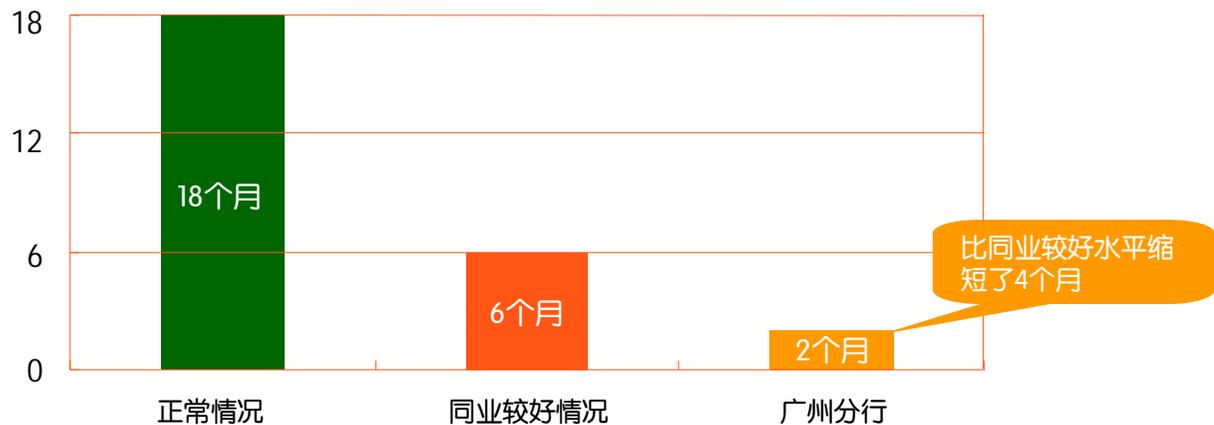


9月末自营存、贷款余额较开业当月增幅分别达200%、197%

盈利能力领先同业

开业两个月即实现盈利，净利润大幅增长

同业新开分行实现盈利最短周期

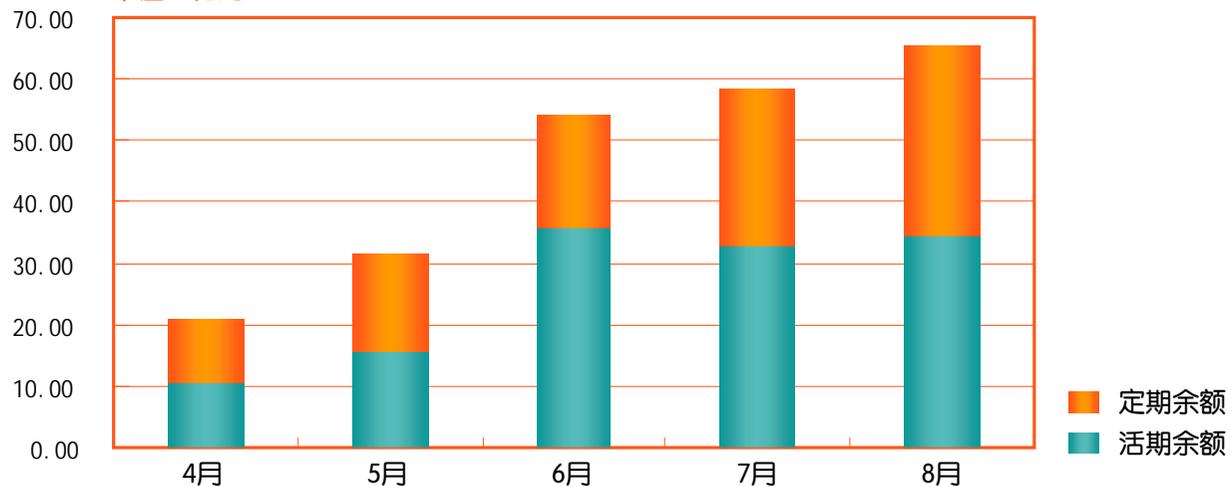


开业至9月末,已
累计实现净利润
1,435万元

负债业务期限结构趋向更优

存款结构期限分析

单位：亿元



	4月	5月	6月	7月	8月
活期余额	10.62	15.70	35.98	32.75	34.45
定期余额	10.43	15.88	17.94	25.49	30.84
合计	21.05	31.58	53.92	58.24	65.29
活期占比	50%	50%	67%	56%	53%
定期占比	50%	50%	33%	44%	47%

活期存款占比一直维持在50%以上，且3季度进一步提升，
存款平均成本率为1.19%，处于业内较好水平

业务展望：广州分行成功模式可全国复制

依托集团综合金融平台，通过交叉销售，强化综合开拓，广州分行成功的业务发展模式，完全可以向平安银行未来所有新分行复制



Q & A



平安银行
PING AN BANK