

中国平安 PINGAN

保险 · 银行 · 投资

2015年业绩报告

2016年3月



有关前瞻性陈述之提示声明

除历史事实陈述外，本演示材料中包括了某些“前瞻性陈述”。所有本公司预计或期待未来可能或即将发生的(包括但不限于)预测、目标、估计及经营计划都属于前瞻性陈述。前瞻性陈述涉及一些通常或特别的已知和未知的风险与不明朗因素。某些陈述，例如包含「潜在」、「估计」、「预期」、「预计」、「目的」、「有意」、「计划」、「相信」、「将」、「可能」、「应该」等词语或惯用词的陈述，以及类似用语，均可视为前瞻性陈述。

读者务请注意这些因素，其大部分不受本公司控制，影响着公司的表现、发展趋势及实际业绩。受上述因素的影响，本公司未来的实际结果可能会与这些前瞻性陈述出现重大差异。这些因素包括但不限于：汇率变动、市场份额、同业竞争、环境风险、法律、财政和监管变化、国际经济和金融市场条件及其他非本公司可控制的风险和因素。任何人需审慎考虑上述及其他因素，并不可完全依赖本公司的“前瞻性陈述”。本公司声明，本公司没有义务因新信息、未来事件或其他原因对本演示材料中的任何前瞻性陈述公开地进行更新或修改。本公司及其任何员工或联系人，并未就本公司的未来表现作出任何保证声明，及不为任何该等声明负上责任。



我们致力于成为
国际领先的个人金融生活服务提供商



议 题

主 题	发言人	职 务
综述	马明哲	董事长兼首席执行官
经营概况	任汇川	总经理
财务分析及内含价值	姚 波	首席财务官
保险业务	李源祥	首席保险业务执行官
银行业务	邵 平	平安银行行长
资产管理业务	陈德贤	首席投资执行官
互联网金融业务	陈心颖	首席运营官

综述

经营概况

财务分析及内
含价值

保险业务

银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

综 述

平安正在从过去的1.0自营模式和2.0开放市场，进入全新的3.0时代



综述

经营概况

财务分析及内
含价值

保险业务

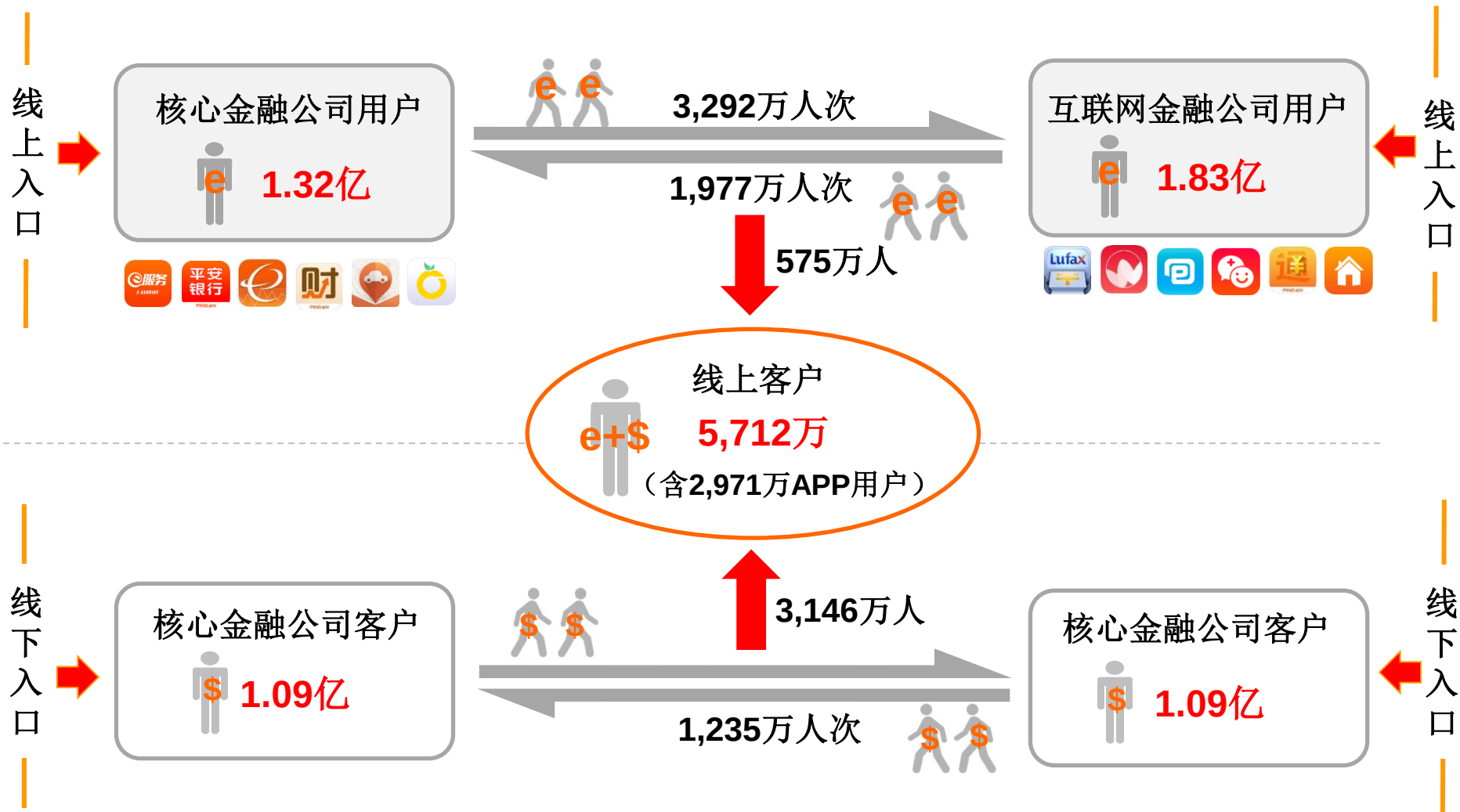
银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

经营概况

积极推动创新客户经营和迁徙模式



用户、客户的迁徙与转化规模同比增长显著

用户迁徙

(万人次)

互联网金融公司迁往
核心金融公司

2015年 1,977

2014年 1,143

↑ 73.0%

核心金融公司迁往
互联网金融公司

2015年 3,292

2014年 1,343

↑ 145.1%

客户迁徙

(万人次)

核心金融公司之间迁徙

2015年 1,235

2014年 702

↑ 75.9%

用户客户转化

(万人)

用户转化为客户

2015年 575

2014年 103

↑ 458.3%

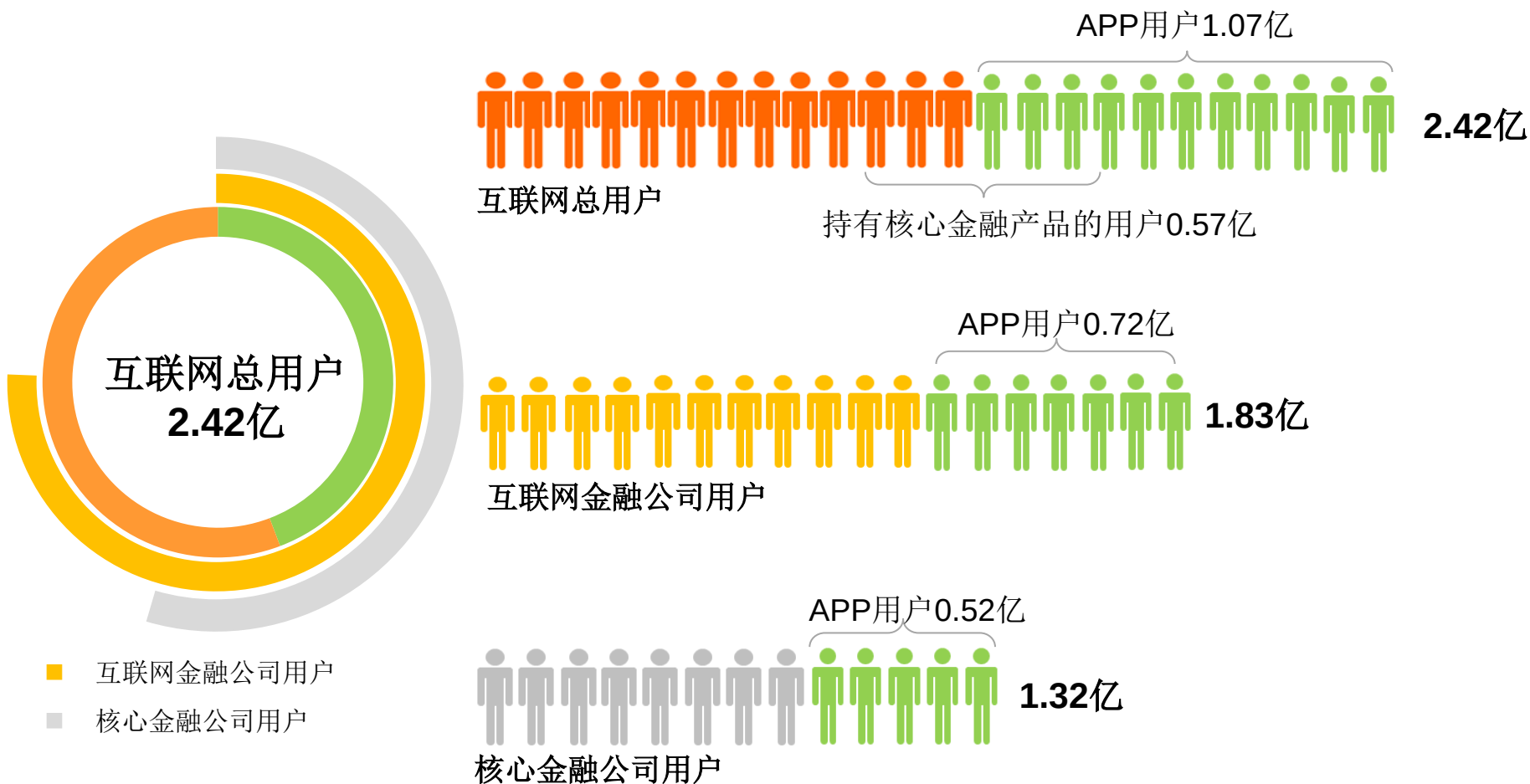
客户转化为用户

2015年 3,146

2014年 1,730

↑ 81.8%

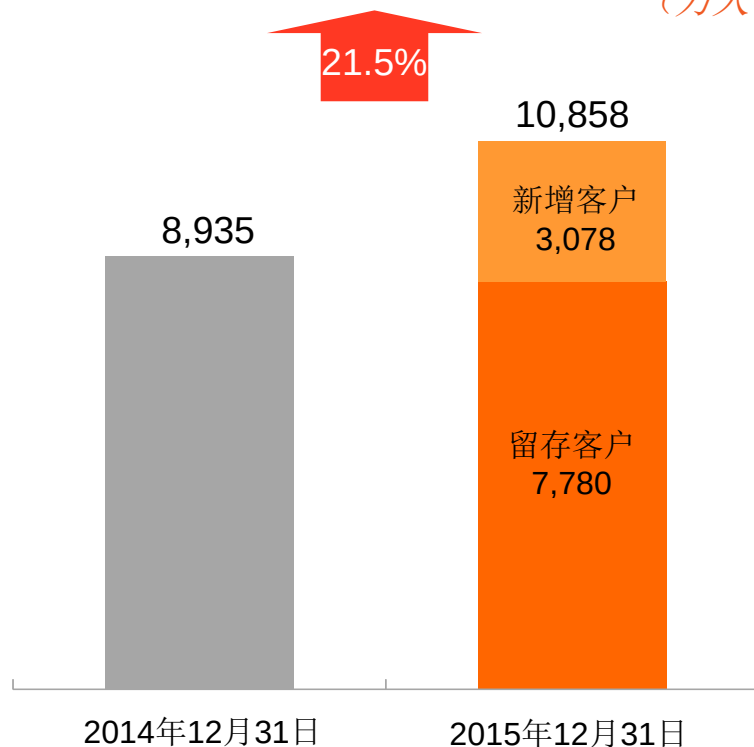
通过多年战略布局和创新经营，积累了广泛的用户基础



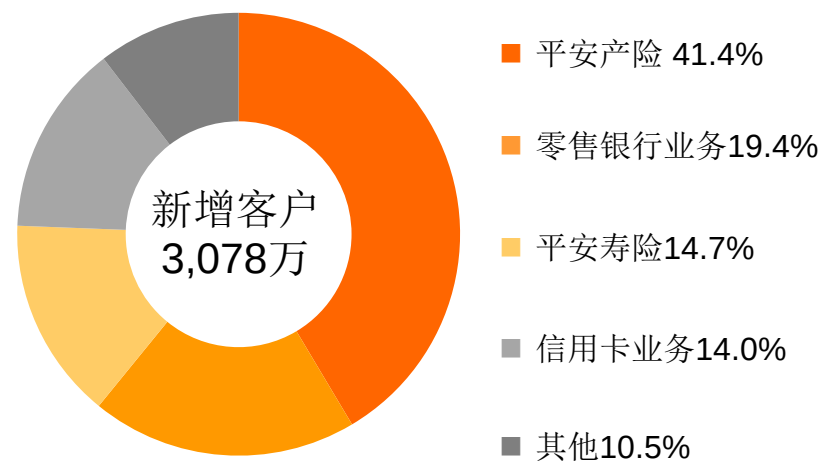
核心金融业务个人客户数突破1亿

个人客户数量

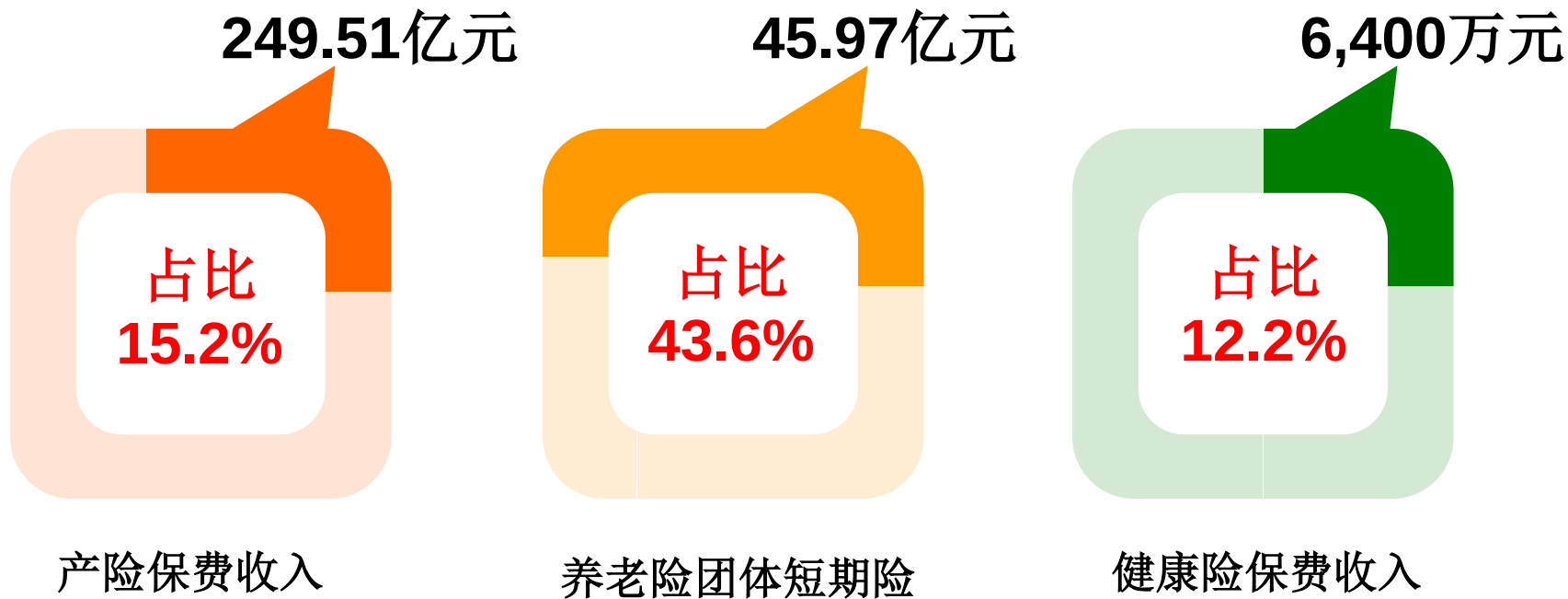
(万人)



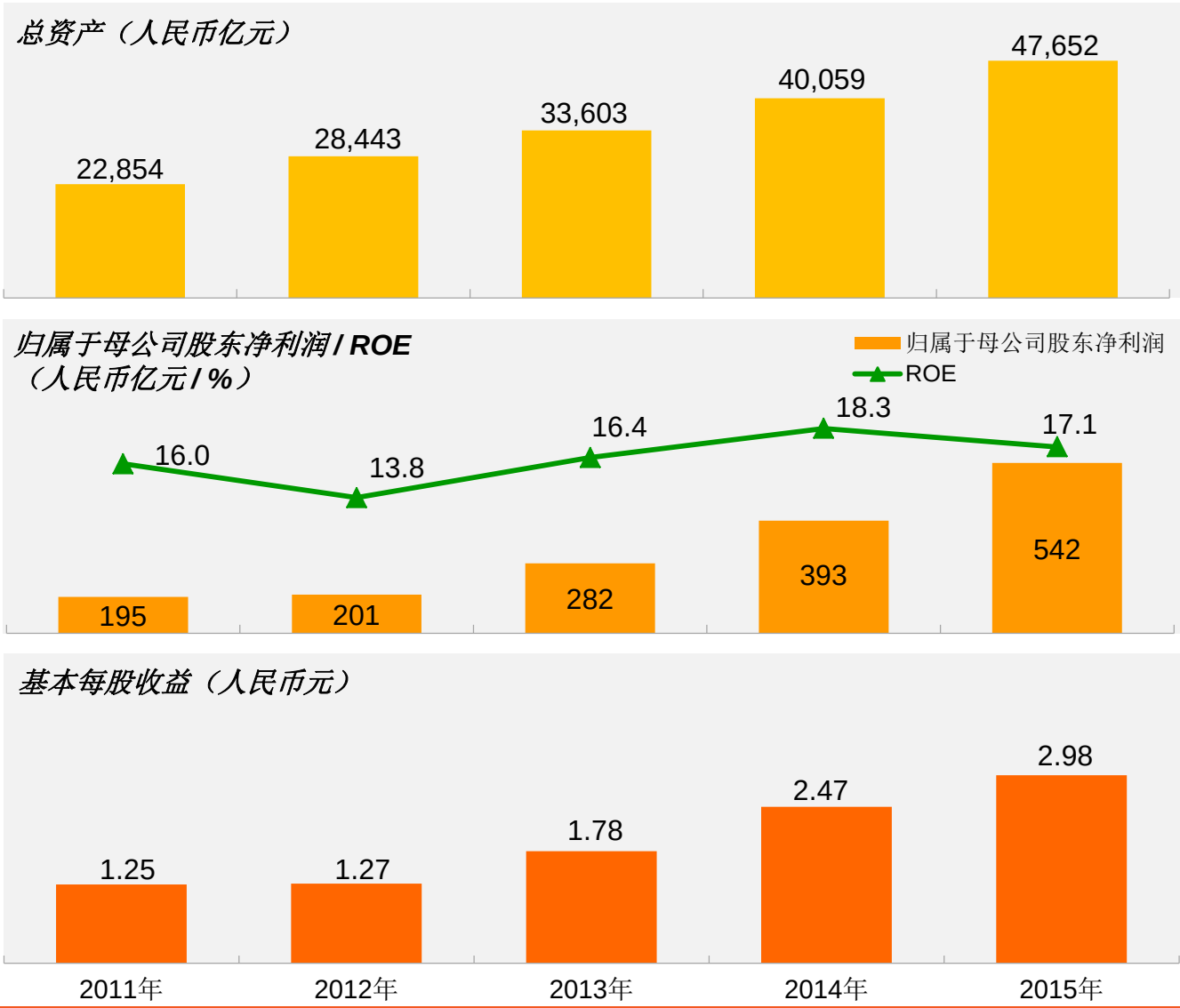
分系列个人客户新增数



多维度挖掘客户需求，交叉销售成果显著



近五年来不断深化战略，同时业绩快速健康增长



- 总资产增长 **1.1** 倍
- 年复合增长率 **20.2%**

- 归属于母公司股东净利润增长 **1.8** 倍
- 年复合增长率 **29.2%**
- 平均ROE **16.3%**

- 每股收益增长 **1.4** 倍
- 年复合增长率 **24.3%**

综述

经营概况

财务分析及
内含价值

保险业务

银行业务

资产管理
业务

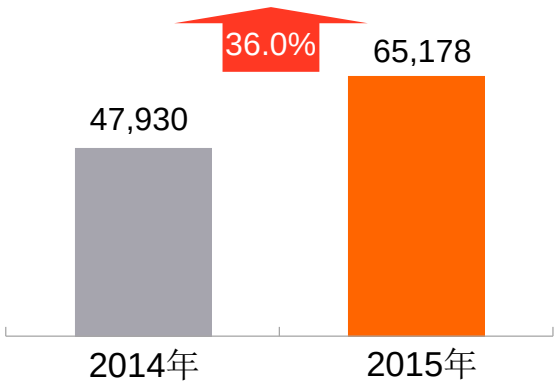
互联网金融
业务

财务分析及内含价值

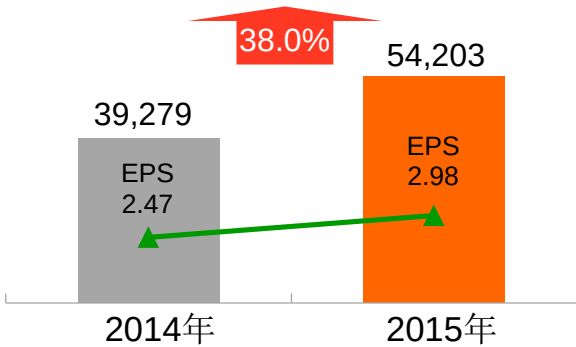
集团业绩持续增长

(人民币百万元/人民币元)

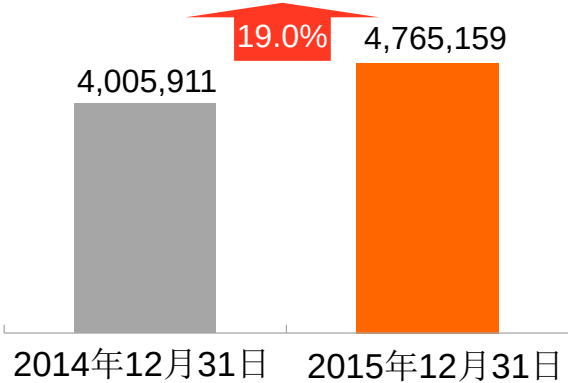
净利润



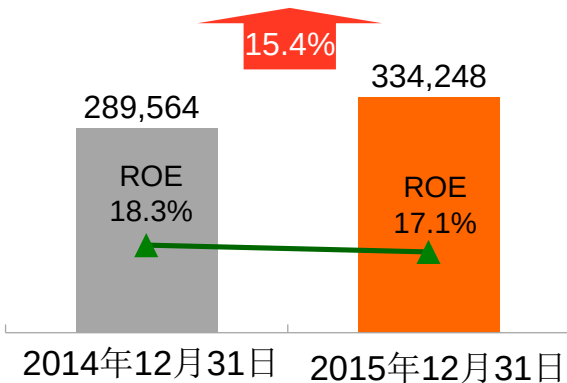
归属于母公司股东净利润/EPS



总资产



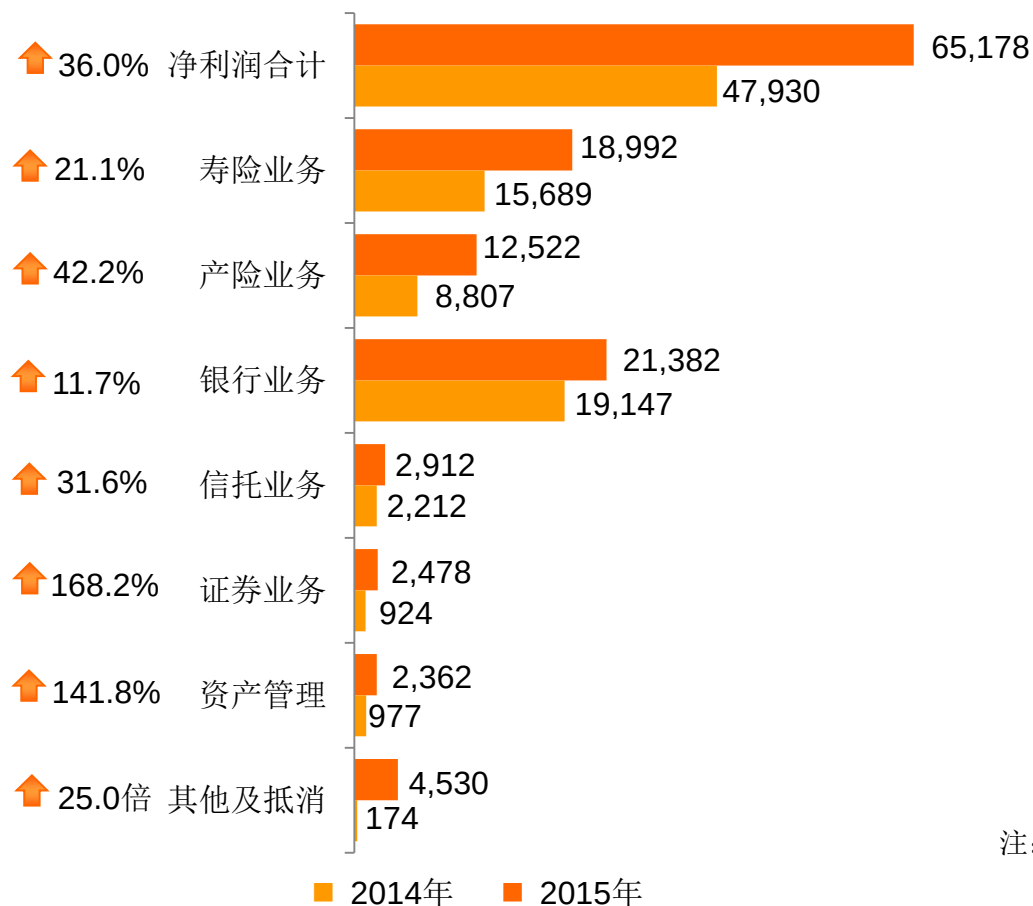
归属于母公司股东权益/ROE



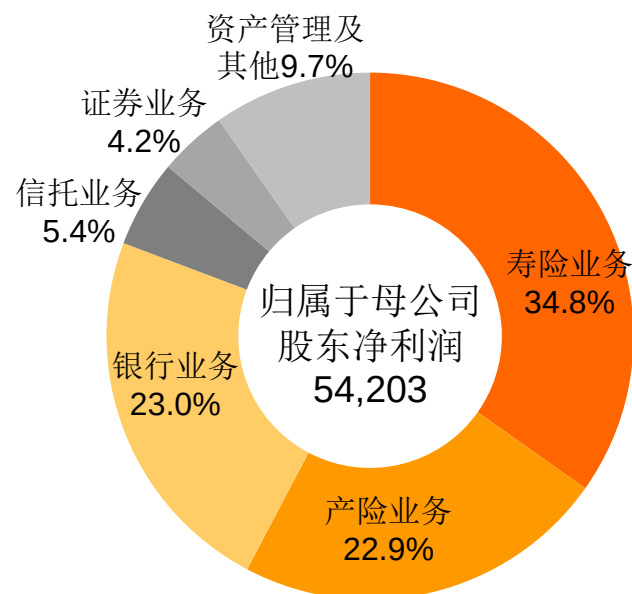
分部净利润

(人民币百万元)

分部净利润



各业务线利润贡献占比



注：(1) 资产管理为平安资产管理公司经营业绩。
 (2) 其他业务主要包含集团母公司、平安租赁及平台类子公司。

利润分配

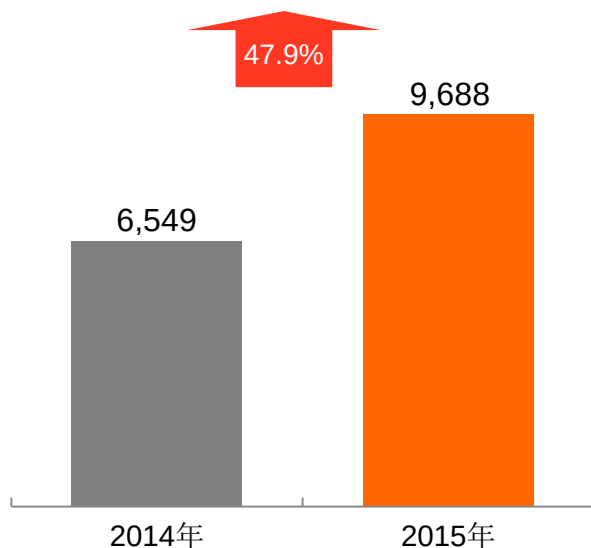
盈利规模

业务发展

资本要求

分配政策的
可持续性

(人民币百万元)



2015年末期股息分配方案:

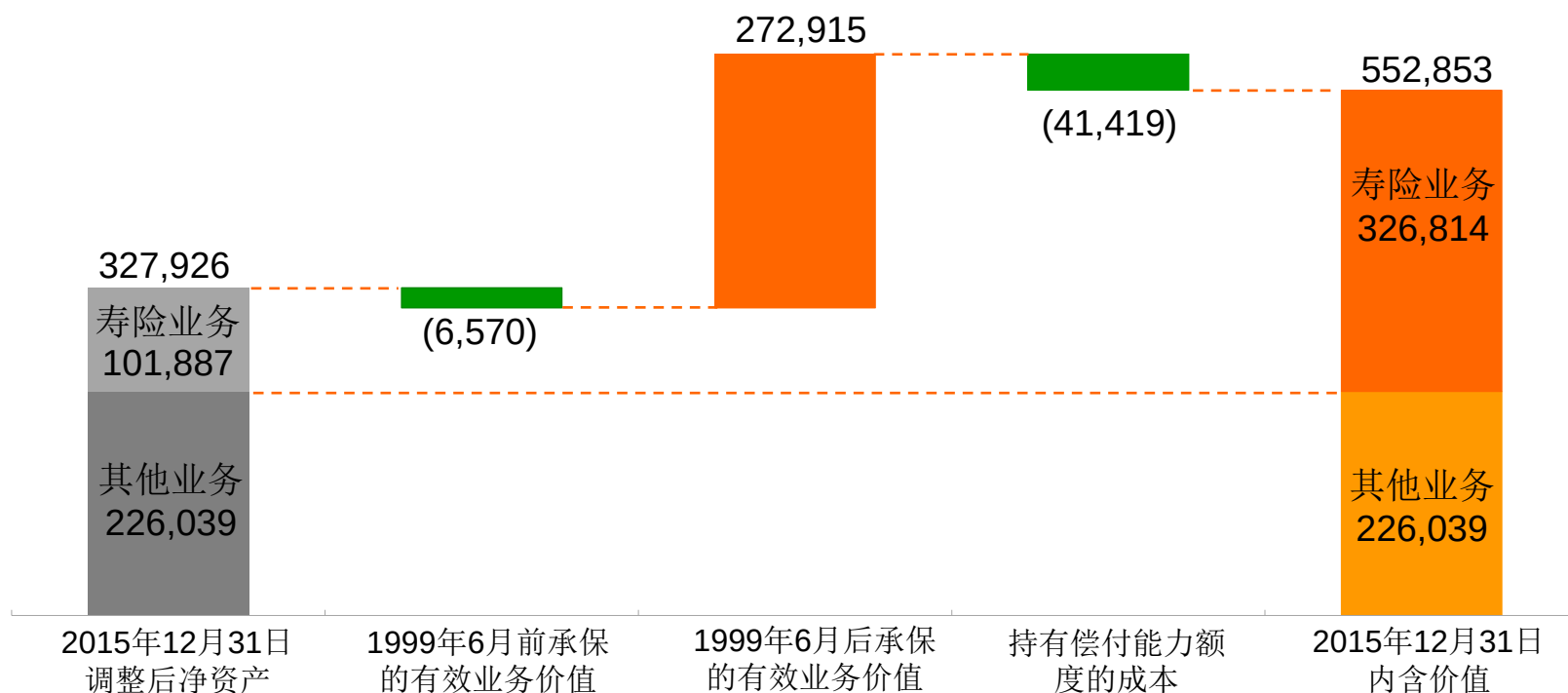
- **现金股利：**以总股本数182.80亿股为基础，派发末期股息每股现金0.35元，共计63.98亿元。加上已派发的中期现金股利32.9亿元，全年合计派发现金股利96.88亿元，较2014年增长47.9%。

偿付能力充足率/资本充足率

	2014年 12月31日 (偿一代)	2015年 12月31日 (偿一代)	2015年 12月31日 (偿二代)	资本补充情况
全集团	205.1%	195.4%	204.9%	
平安寿险	219.9%	203.2%	219.7%	12月发行资本补充债券50亿元
平安产险	164.5%	182.2%	269.5%	5月赎回次级债券25亿元 7月发行资本补充债券50亿元
平安银行	10.86%	10.94%	NA	5月定向增发募集资金100亿元，其中平安集团增资35亿元

内含价值构成情况

(人民币百万元)



注：(1) 寿险业务包括平安寿险、平安养老险和平安健康险经营的相关保险业务。

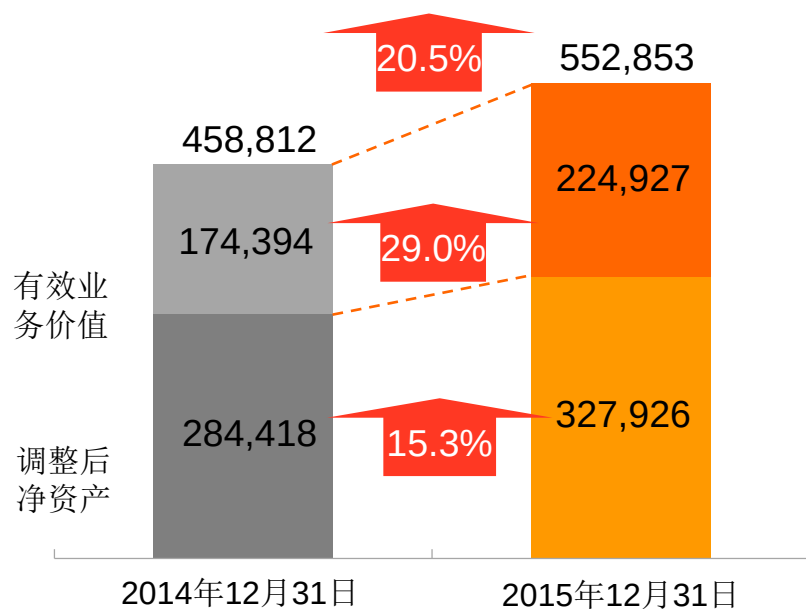
(2) 有效业务价值的风险贴现率均采用收益率/11.0%。

(3) 因四舍五入，直接相加未必等于总数。

内含价值稳步增长

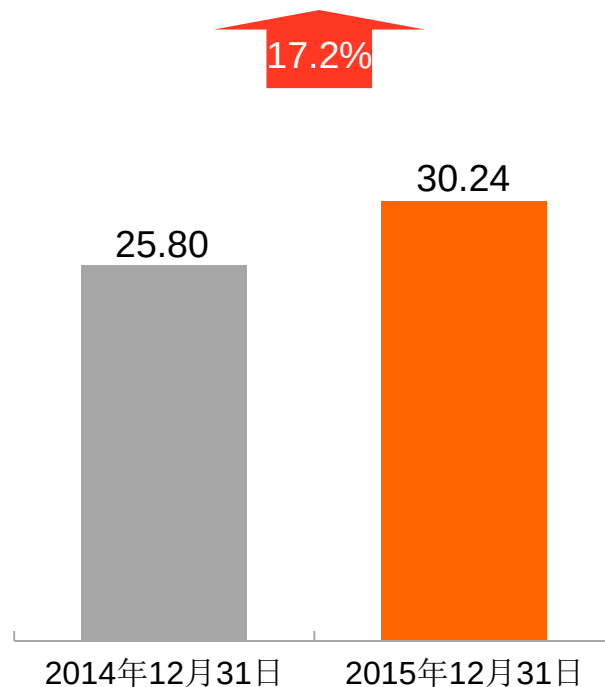
内含价值

(人民币百万元)



每股内含价值

(人民币元)

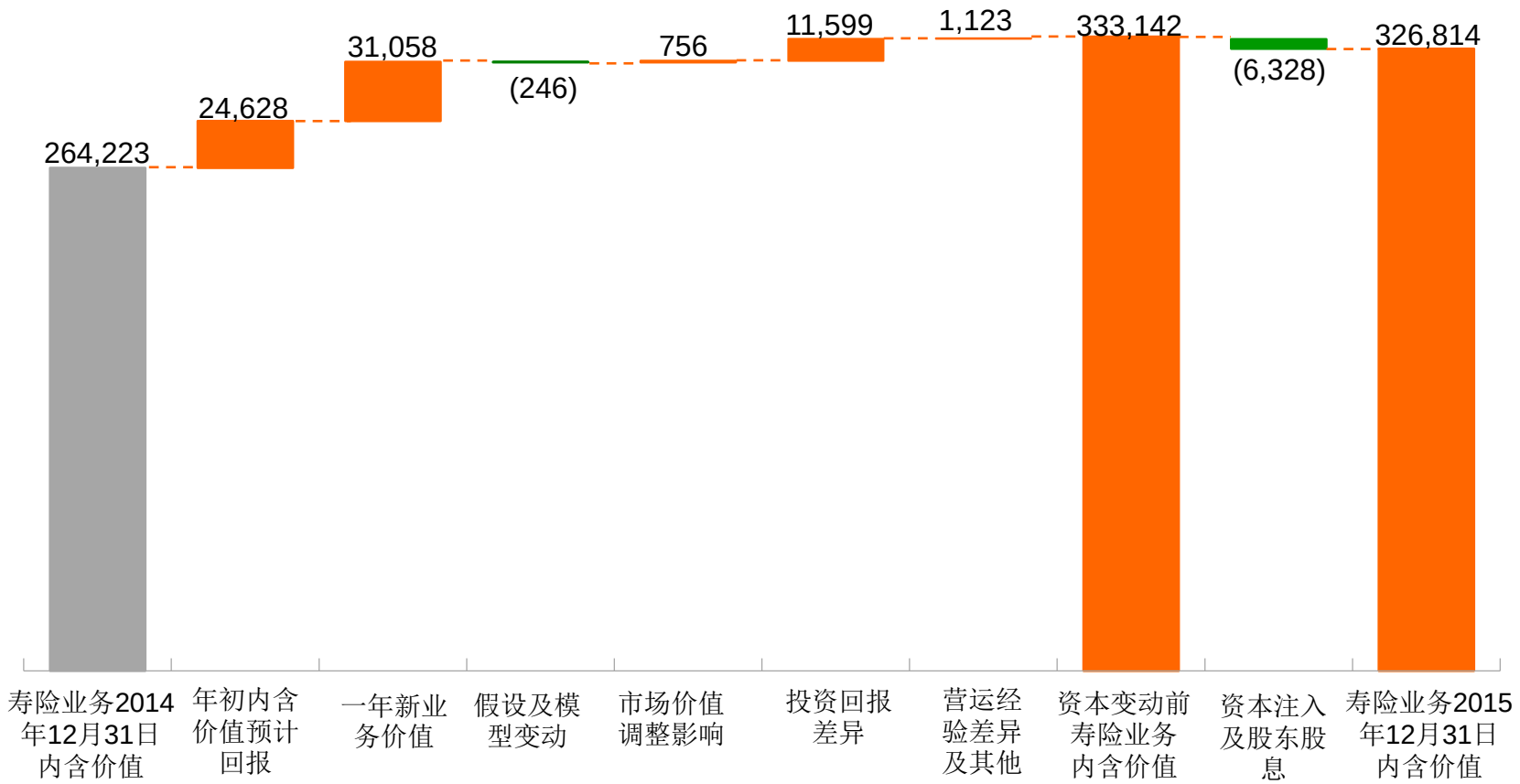


注: (1) 有效业务价值的风险贴现率均采用收益率/11.0%。

(2) 2014年12月31日的每股内含价值为考虑转股因素后重新计算的数据。

寿险业务内含价值变动分析

(人民币百万元)



注: (1)寿险业务包括平安寿险、平安养老险和平安健康险经营的相关保险业务。
 (2)因四舍五入, 直接相加未必等于总数。

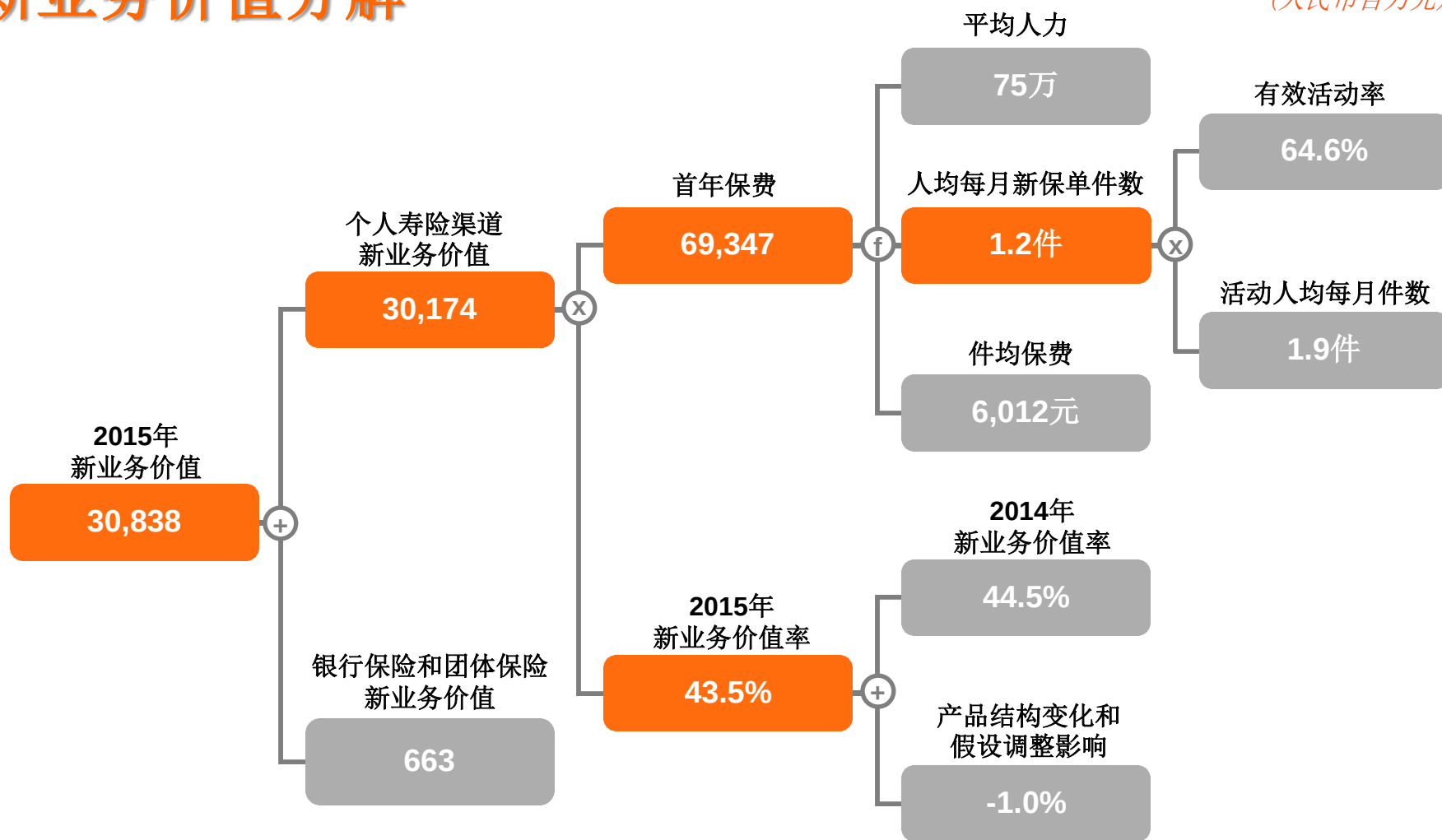
新业务价值及新业务价值率均稳步提升

(人民币百万元)	2014年	2015年	变动
新业务价值			
个人寿险	20,800	30,174	↑ 45.1%
银行保险	303	246	↓ 18.8%
团体保险	863	417	↓ 51.6%
新业务价值合计	21,966	30,838	↑ 40.4%
新业务价值率	30.4%	31.1%	↑ 0.7个百分点

注：因四舍五入，直接相加未必等于总数。

新业务价值分解

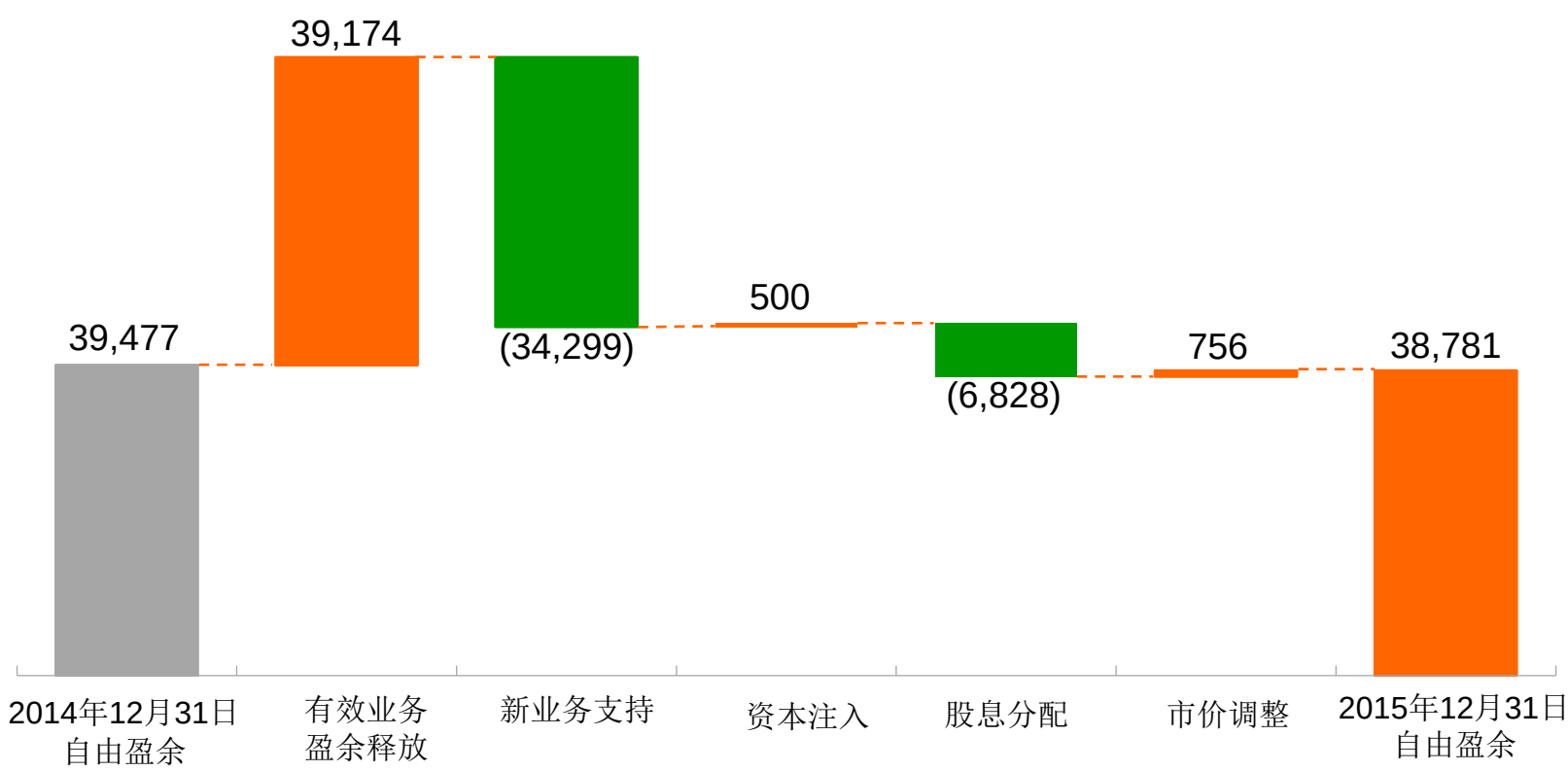
(人民币百万元)



注: (1) 个人寿险渠道首年保费包含电网销业务的保费。
(2) 因四舍五入, 直接计算未必等于总数。

寿险业务自由盈余

(人民币百万元)



注: (1) 寿险业务包括平安寿险、平安养老险和平安健康险经营的相关保险业务。
(2) 自由盈余指寿险业务调整后资产净值超出偿付能力额度的部分。
(3) 因四舍五入, 直接相加未必等于总数。

综述

经营概况

财务分析及
内含价值

保险业务

银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

保险业务

保险业务

业绩概览

寿险业务

- 个人寿险新业务规模保费804.56亿元，同比增长50.9%，代理人数量快速增长，产能大幅提升；电销市场份额稳居第一
- 寿险业务2015年新业务价值同比增长40.4%
- 平安养老险企业年金等管理资产突破3,000亿元，保持行业领先

产险业务

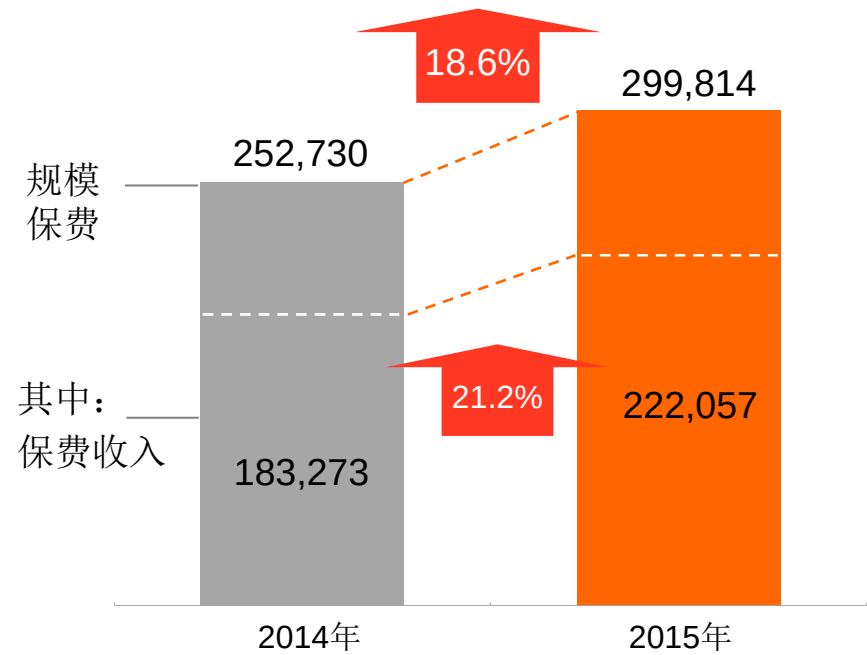
- 产险业务实现保费收入1,639.55亿元，同比增长14.5%，市场份额19.4%，同比上升0.5个百分点
- 坚持以客户为中心，应用新科技和大数据，强化行业领先的风险筛选与成本优化能力，业务品质和盈利能力均保持优良，综合成本率95.6%

寿险业务（1/5）

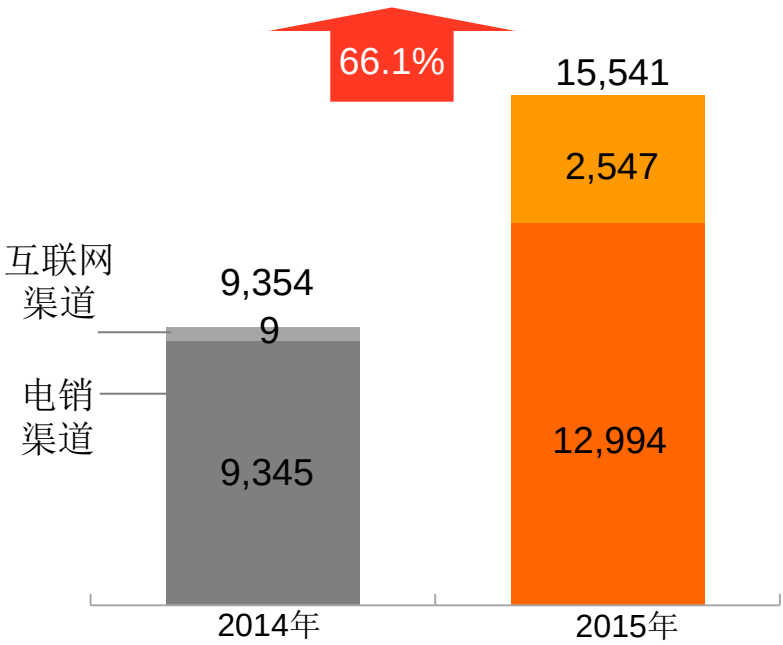
规模保费稳步增长，电销市场份额稳居第一，互联网渠道快速发展

(人民币百万元)

规模保费/保费收入



电销、互联网渠道规模保费



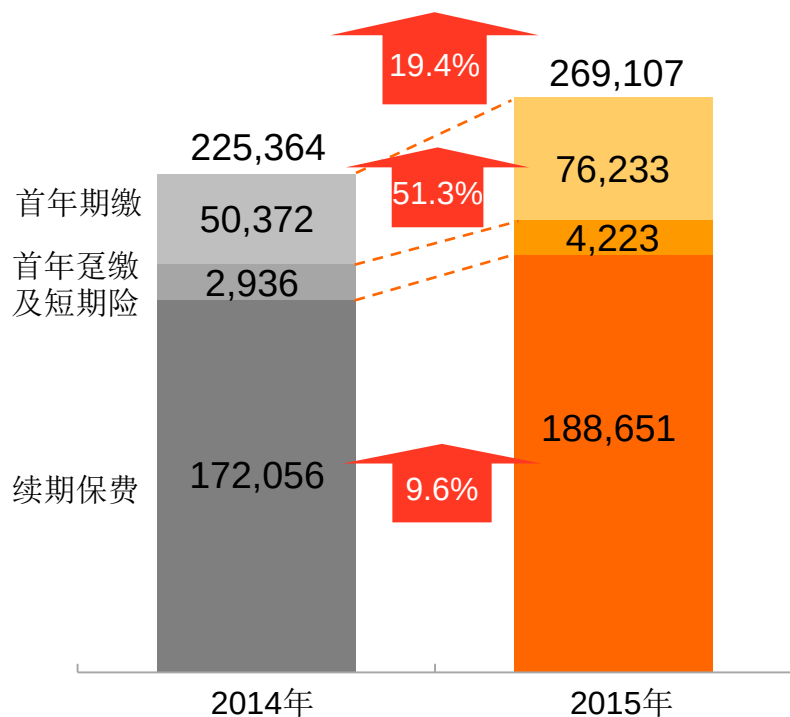
注：(1) 规模保费是指公司进行重大保险风险测试和保险混合合同分拆前的签单保费数据。
(2) 保费收入是指公司进行重大保险风险测试和保险混合合同分拆后的会计报表保费收入。
(3) 寿险业务包括平安寿险、平安养老险和平安健康险经营的相关保险业务。

寿险业务（2/5）

个人寿险业务稳健增长，银保深化价值转型，团险注重多渠道发展

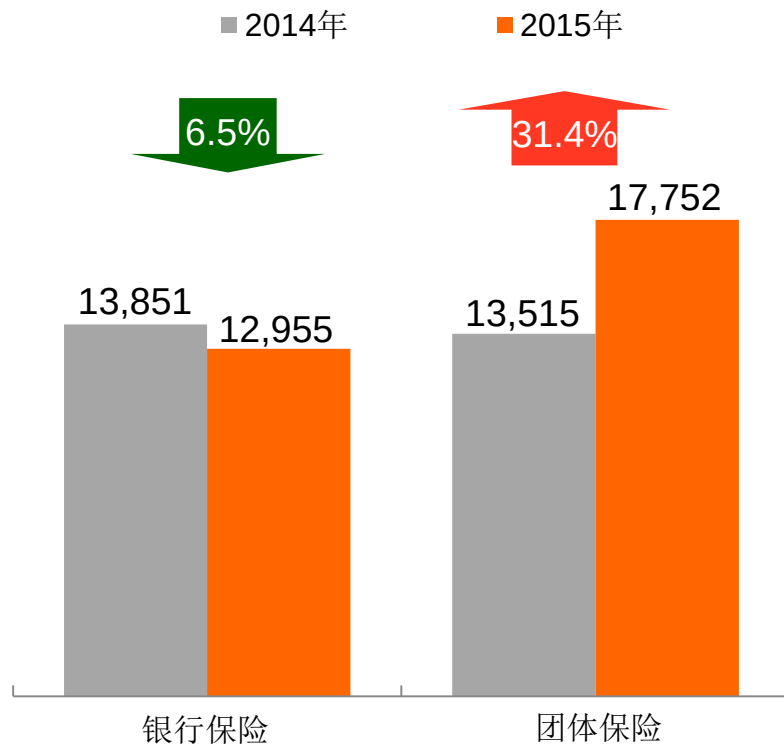
个人寿险规模保费

(人民币百万元)



银保、团险规模保费

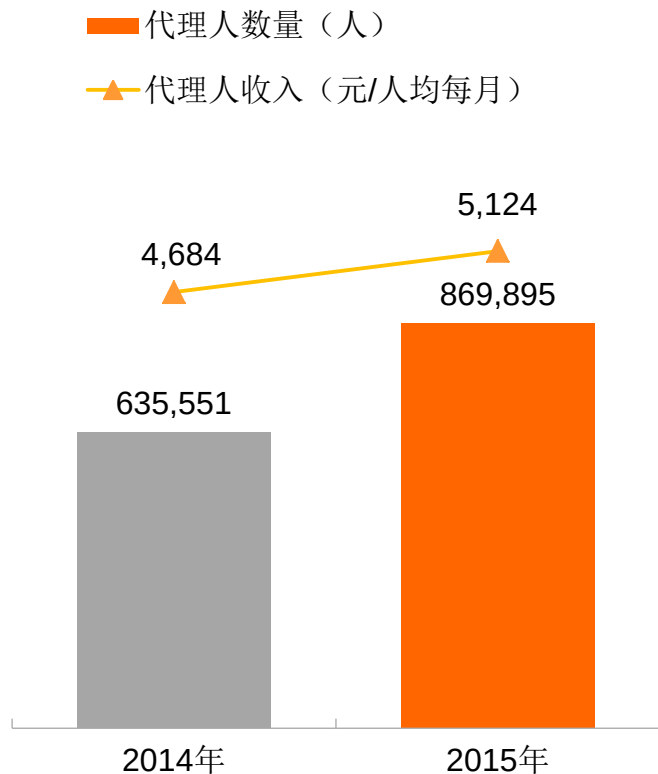
(人民币百万元)



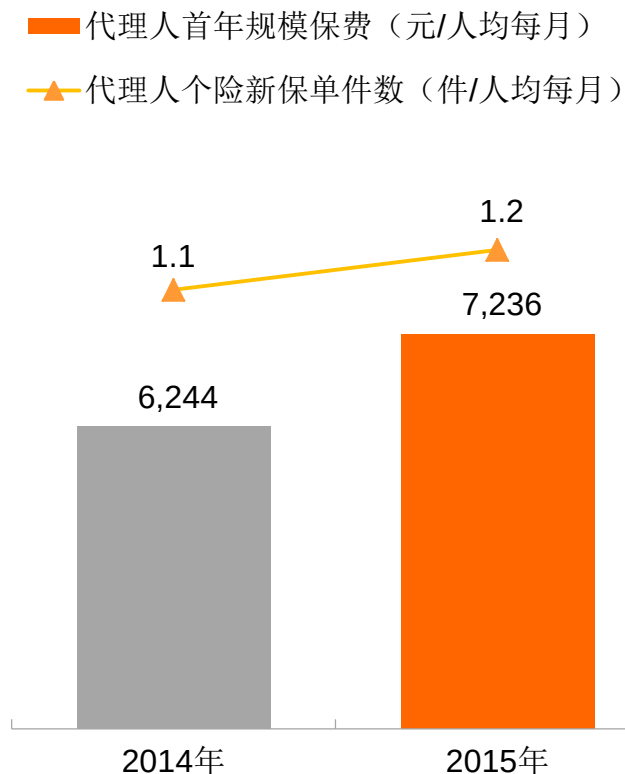
寿险业务（3/5）

代理人数量和产能稳步提升

代理人数量



代理人产能

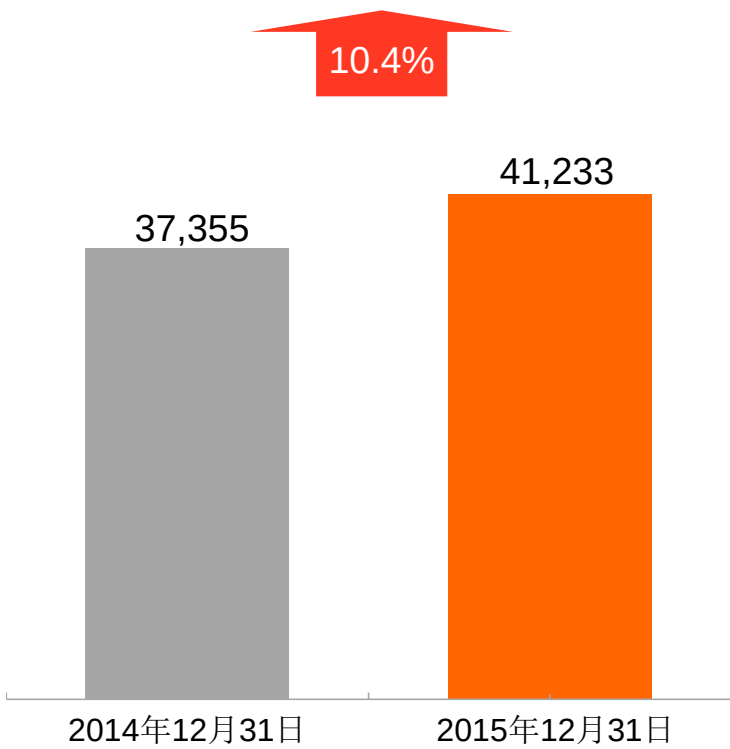


寿险业务（4/5）

个人客户数量持续增加，保单继续率保持良好

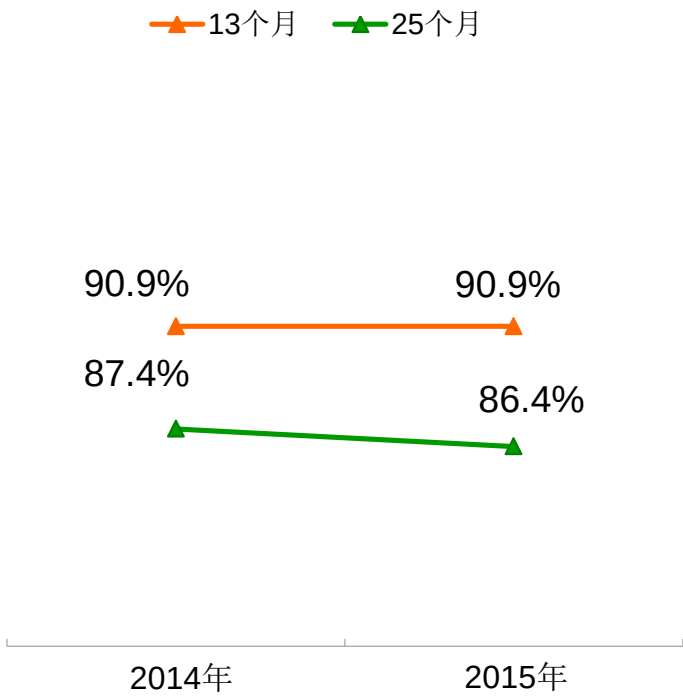
个人客户数量

(千人)



注：个人客户数量是投保人的数量。

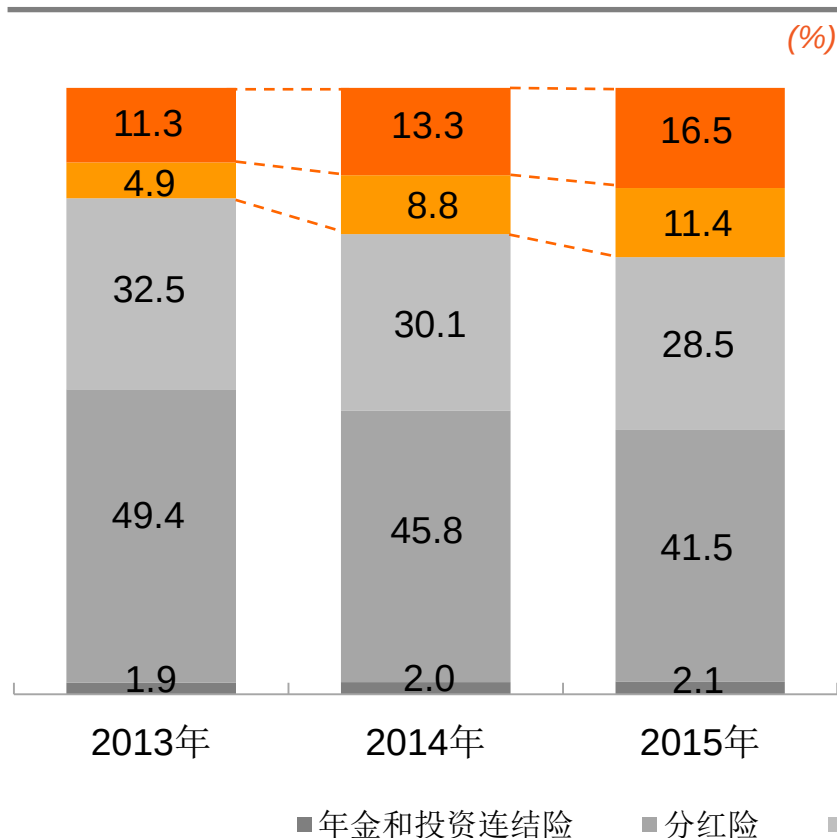
保单继续率



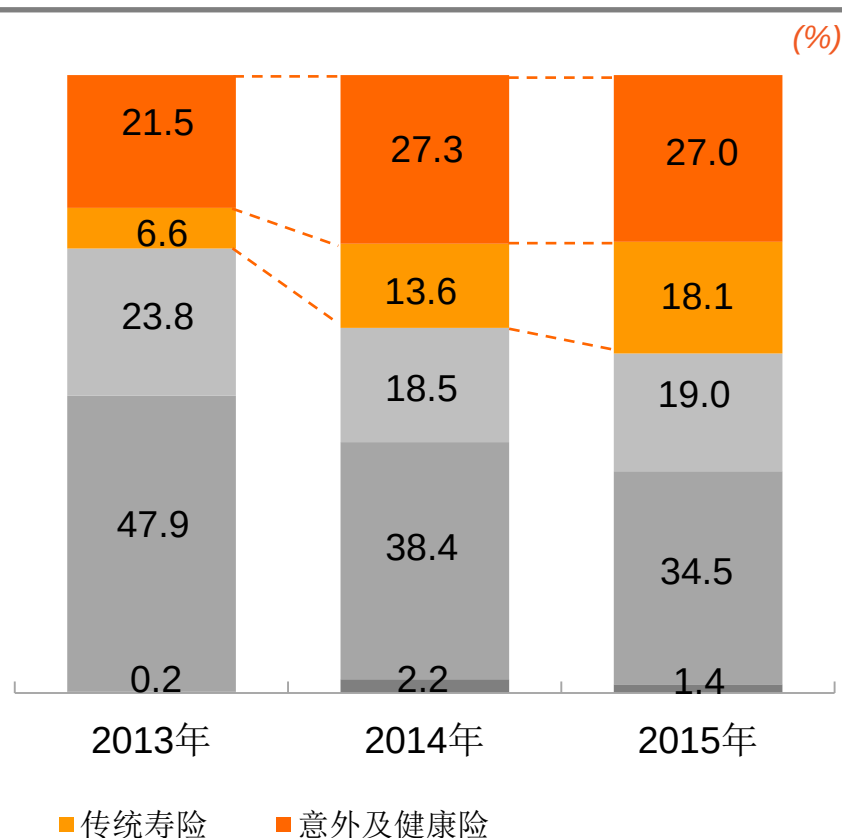
寿险业务（5/5）

大力推动保障型产品销售，业务结构持续优化

寿险业务险种结构



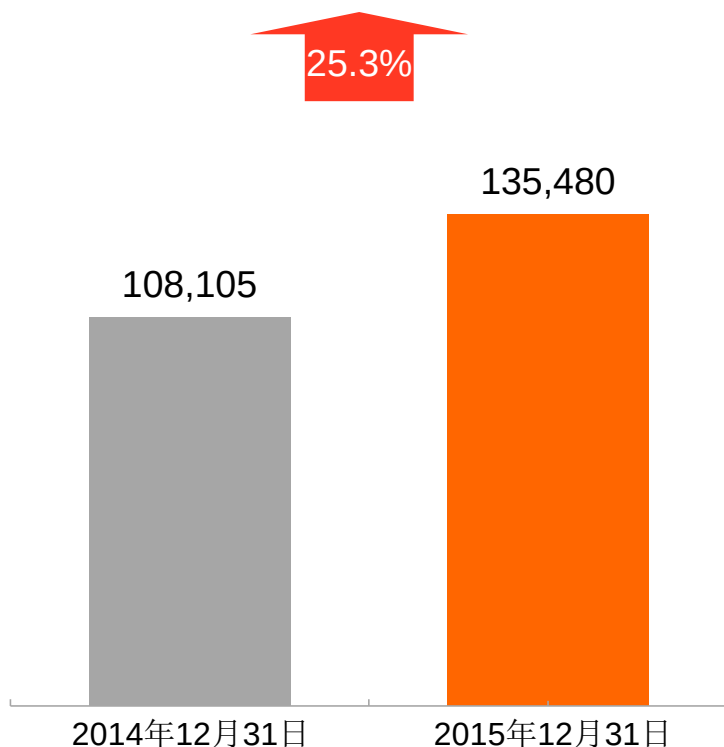
个险新业务险种结构



平安养老险年金业务保持行业领先

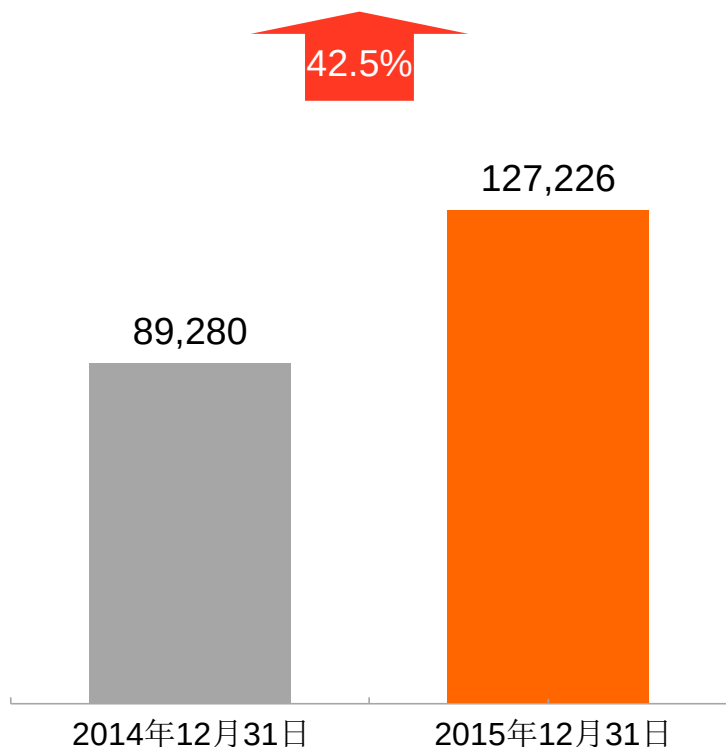
年金投资管理资产规模

(人民币百万元)



年金受托管理资产规模

(人民币百万元)

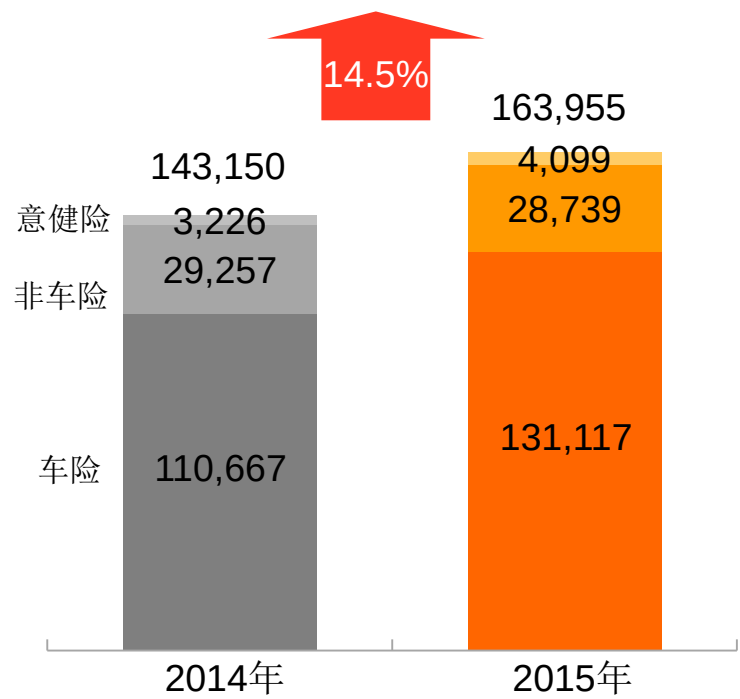


产险业务（1/2）

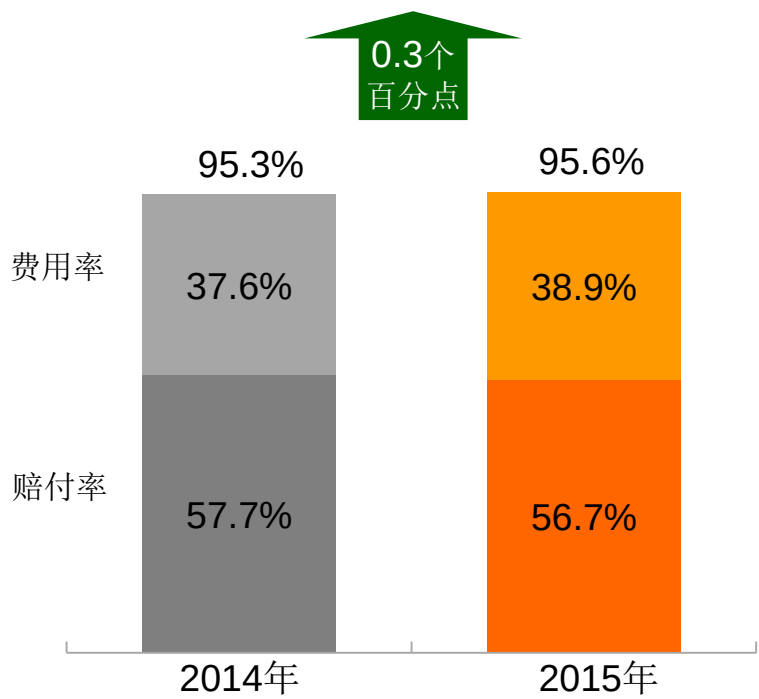
保费收入稳步增长，业务品质保持优良

保费收入

(人民币百万元)



综合成本率



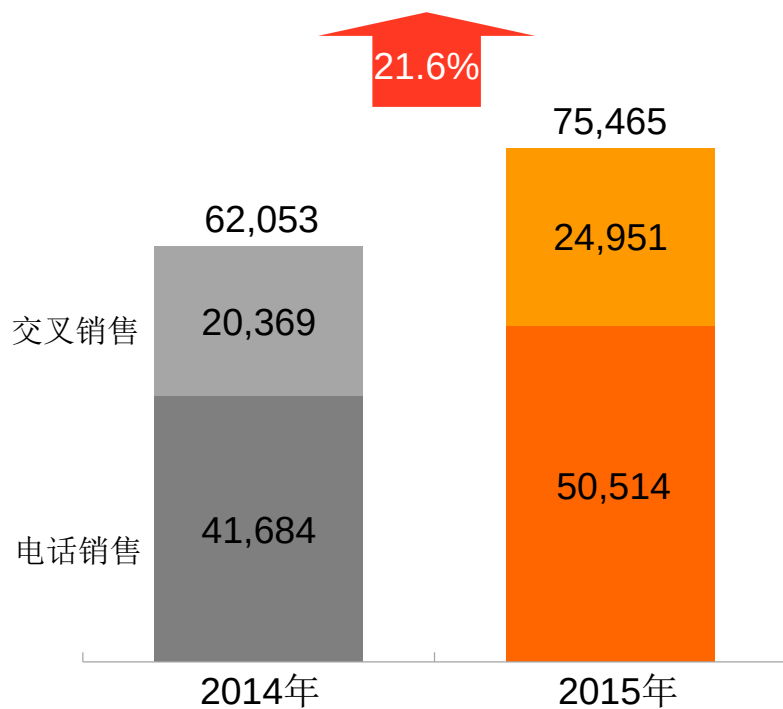
注：产险业务包括平安产险和平安香港经营的相关业务。

产险业务 (2/2)

交叉销售、电话销售等各渠道保费持续增长

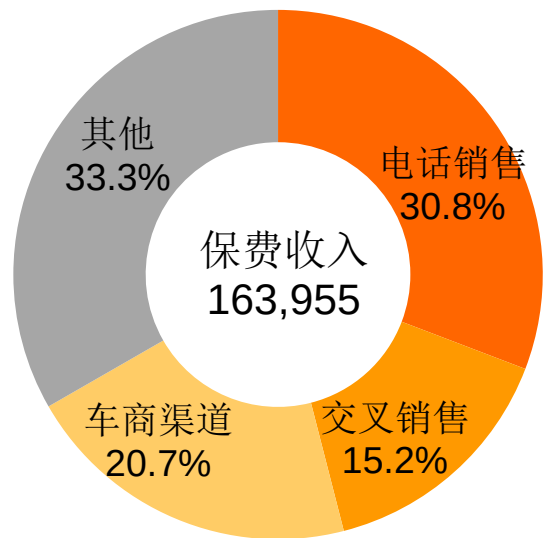
交叉销售和电话销售保费收入

(人民币百万元)



渠道贡献占比

(人民币百万元)



坚持科技引领金融，积极探索新技术运用

寿险业务

通过新科技手段不断提升业务发展的质量和效率

■ 平安寿险E服务APP



- 用户量突破3,000万
- 月活跃度达33%
- “平安有约健康行”累计参与人次达2,500万

■ 智享门店



- 打造全球领先的金融门店
- 将人脸识别技术应用于寿险行业，实现“刷脸”即可完成保单服务办理

产险业务

全面推行“线上+线下”的理赔服务模式，互联网发展战略持续深化

■ 平安好车主APP



- 聚合最广泛优质的车生态服务资源
- 涵盖“车保险、车服务、车生活”

■ 理赔服务



- 通过大数据挖掘客户需求
- 业内首推赔款即时到账、零查勘简易理赔、微信理赔、电话直赔等服务



综述

经营概况

财务分析及
内含价值

保险业务

银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

银行业务

银行业务

业绩概览

整体增长

- 业务规模稳健增长，盈利能力保持稳定
- 存贷款增速领先同业，资产负债结构持续优化，净利差、净息差同比上升

经营效率

- 经营效率持续提升，成本收入比同比大幅下降
- 业务结构不断优化，非利息净收入占比同比提升

创新发展

- 组建行业事业部，大力发展产业基金；加快产品创新，开辟大资管、大投行业务蓝海
- 业内首家推出物联网金融产品，赋予流通中的商品以金融的属性，推动传统供应链金融的变革

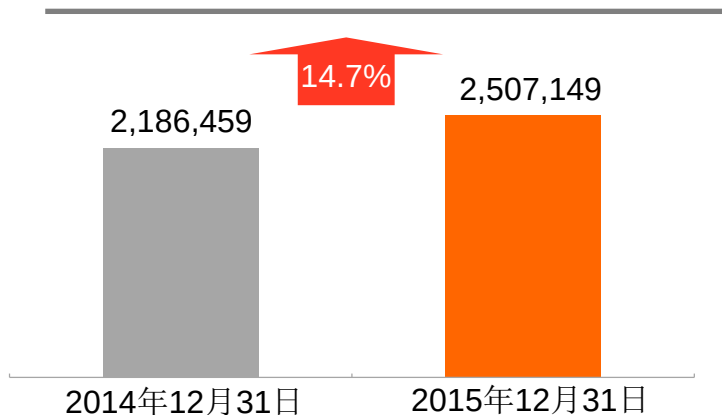
风险控制

- 积极应对挑战，实施全面风险管理，持续加大拨备和清收力度，资产质量相对稳定
- 资本充足率达**10.94%**，一级资本充足率达**9.03%**，核心一级资本充足率达**9.03%**，均符合监管要求

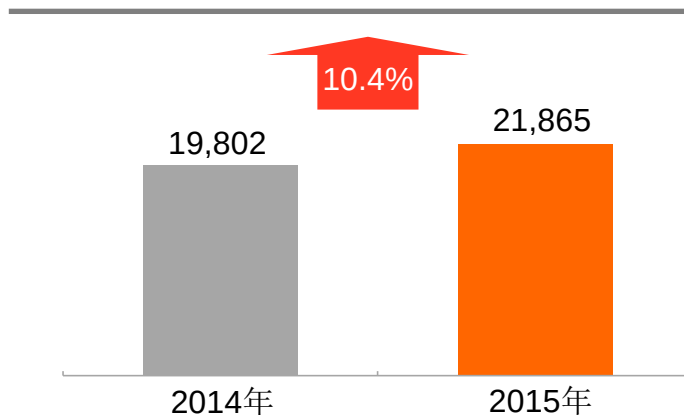
业务规模稳步提升，盈利能力保持稳定

(人民币百万元)

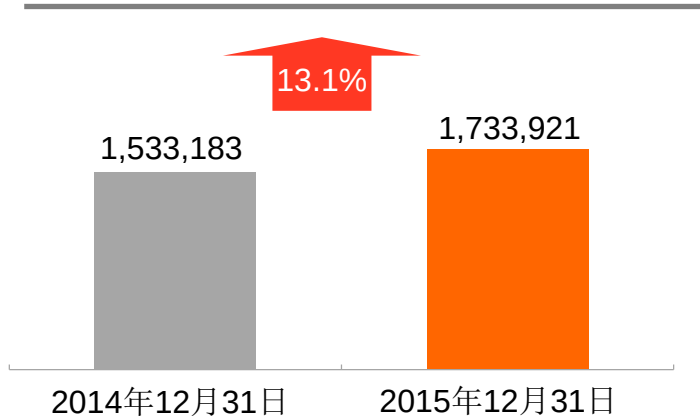
总资产



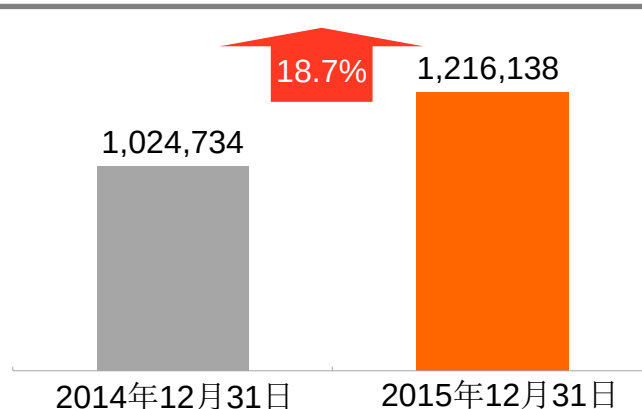
净利润



吸收存款



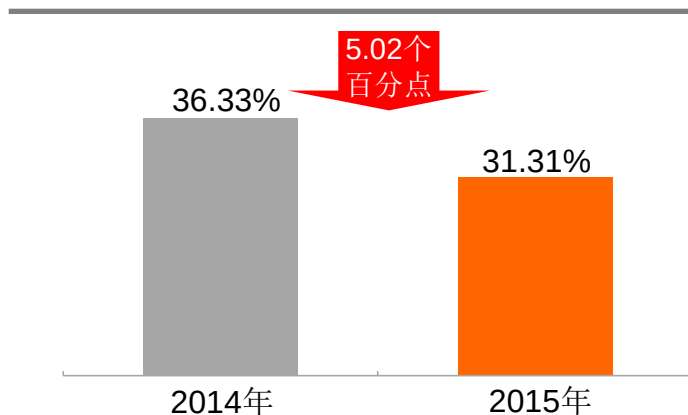
发放贷款和垫款



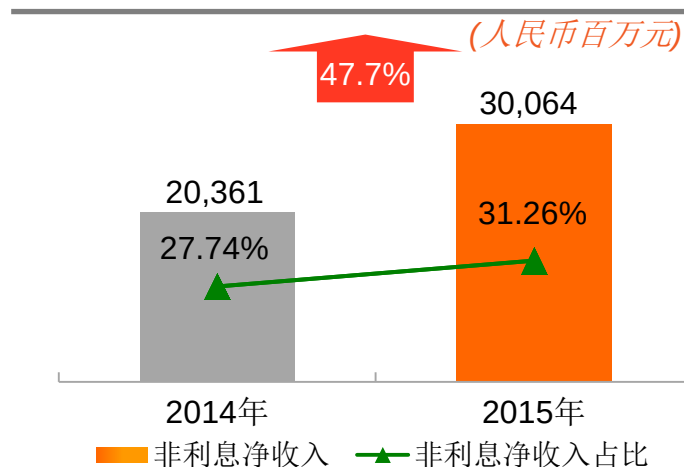
注：以上数据摘自平安银行年报。

业务结构持续改善，经营效率全面提升

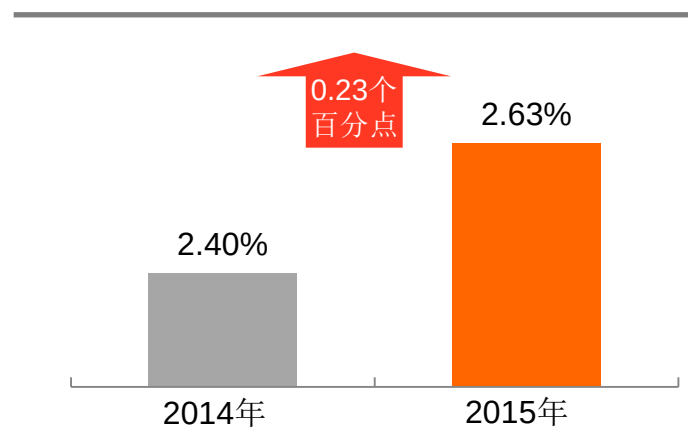
成本收入比



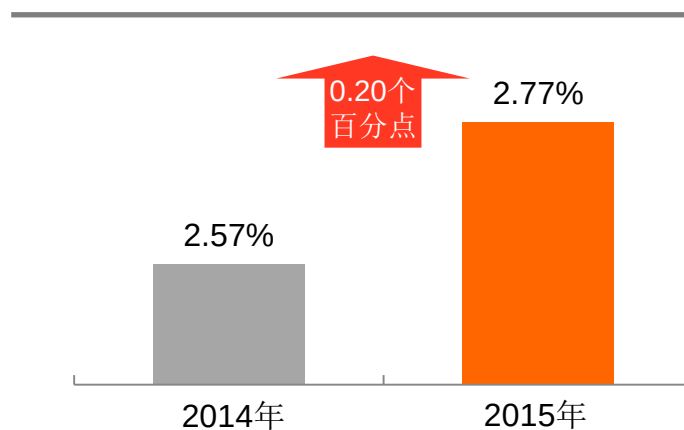
非利息净收入



净利差



净息差

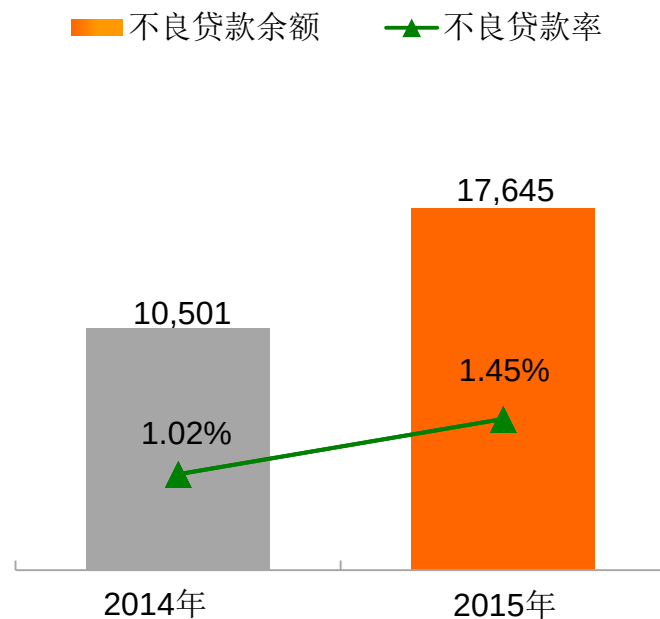


注：以上数据摘自平安银行年报。

持续加大拨备计提力度，资产质量相对稳定

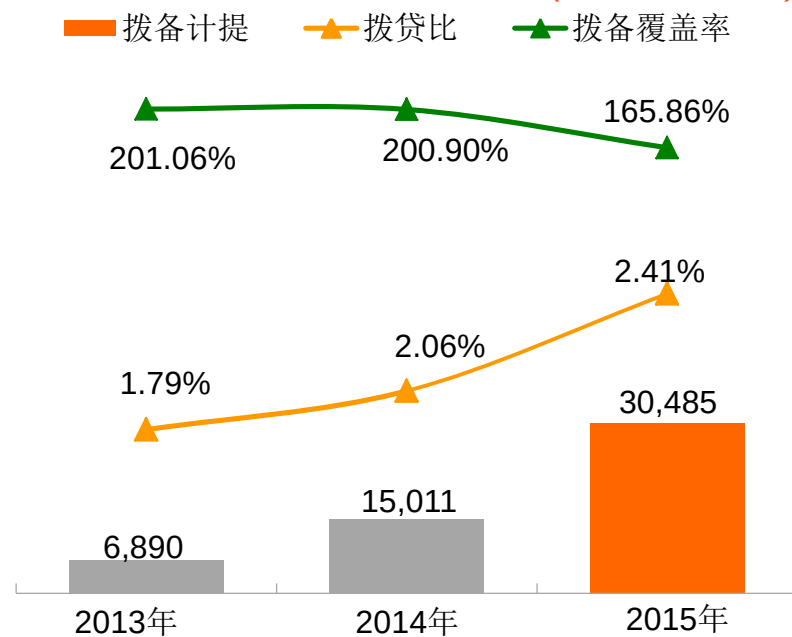
不良贷款

(人民币百万元)



拨备计提/拨贷比/拨备覆盖率

(人民币百万元)



- 平安银行积极应对各种挑战，加强资产负债管理，优化资产负债结构，完善风险容忍度和指标限额管控体系，构建全面流动性风险管理模式，严格控制各类市场风险，保持了整体经营的平稳。

综述

经营概况

财务分析及
内含价值

保险业务

银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

资产管理业务

保险资金组合

- 兼顾盈利性、安全性、流动性要求，选择风险收益配比最优的资产配置方案
- 稳步加大固定收益类资产投资，净投资收益率**5.8%**，同比提高**0.5**个百分点；积极抓住市场机会，动态配置权益资产，实现总投资收益率**7.8%**，创近年新高
- 完善量化风控体系，提升险资投资风险预警与监控；搭建风险管理系统，强化事前、事中、事后风控流程，保障保险资金安全性与收益性

证券业务

- 战略转型成效显著，净利润创历史新高
- 经纪业务互联网转型成绩突出，资管业务规模实现突破

信托业务

- 推进业务模式转型，收入和利润稳步增长
- 坚持优化业务结构，继续严控项目风险

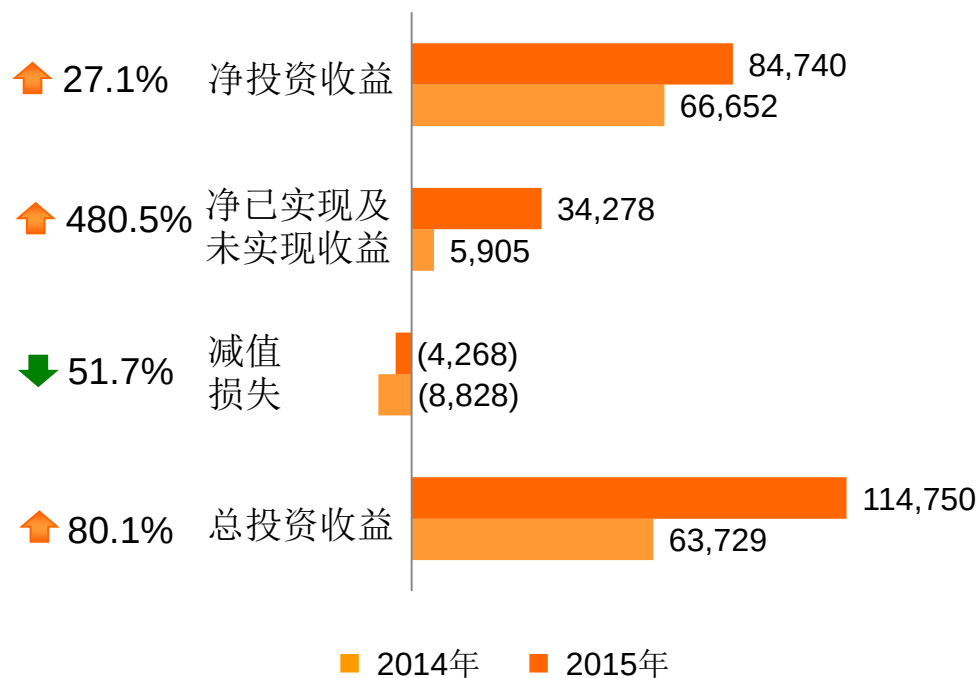
平安资产管理

- 积极发挥专业投资优势，把握市场机遇，努力提高保险资金投资收益
- 推进业务创新，提升风险管理水平，第三方业务表现优异

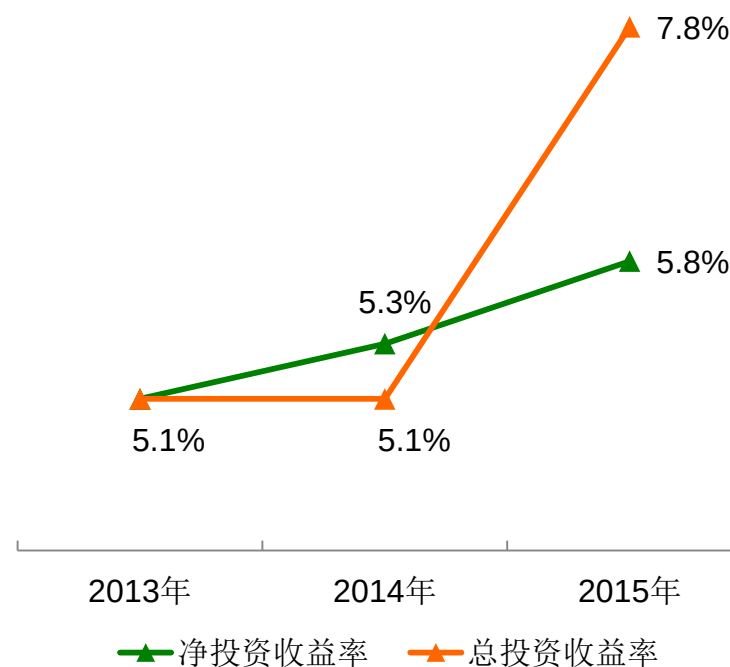
保险资金净投资收益率和总投资收益率创近年新高

投资收益

(人民币百万元)



投资收益率



保险资金投资组合

资产配置结构占比	2014年12月31日	2015年12月31日	变动百分点
固定收益类投资	79.7%	77.7%	 2.0
定期存款	16.0%	11.1%	 4.9
债券投资	46.9%	47.9%	 1.0
债权计划投资	8.0%	7.9%	 0.1
理财产品投资 ⁽¹⁾	5.5%	6.8%	 1.3
其他固定收益类投资 ⁽²⁾	3.3%	4.0%	 0.7
权益投资	14.1%	16.2%	 2.1
股票及权益基金	10.8%	10.0%	 0.8
优先股	0.8%	2.5%	 1.7
债券型基金	0.4%	1.2%	 0.8
理财产品投资及其他	2.1%	2.5%	 0.4
投资性物业	1.4%	1.5%	 0.1
现金、现金等价物及其他	4.8%	4.6%	 0.2
总投资资产（人民币百万元）	1,474,098	1,731,619	

注：(1) 理财产品投资包括信托公司信托计划、商业银行理财产品等。

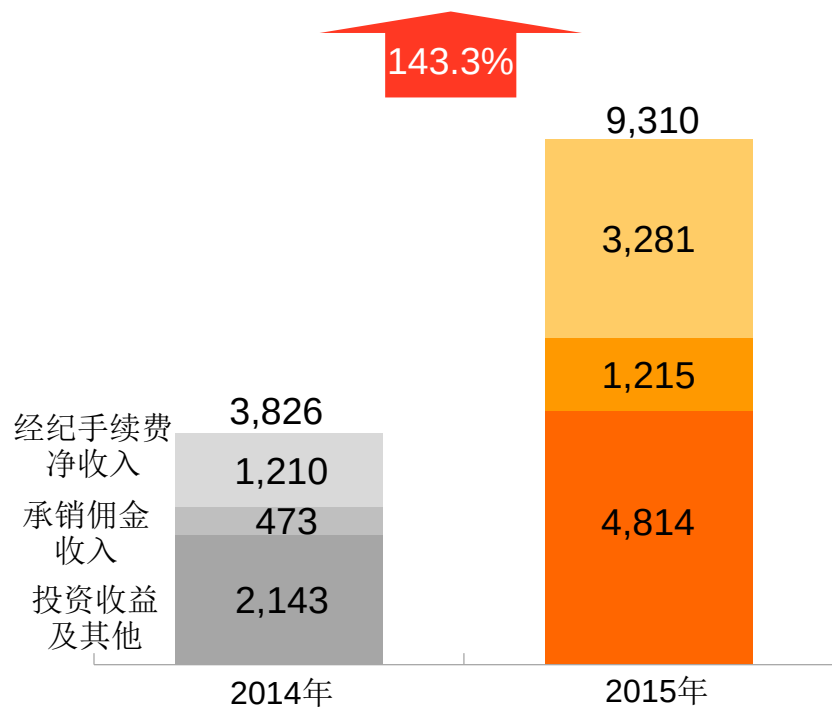
(2) 其他固定收益类投资包括买入返售金融资产、保单质押贷款、存出资本保证金等。

证券业务 (1/2)

战略转型成效显著，净利润创历史新高

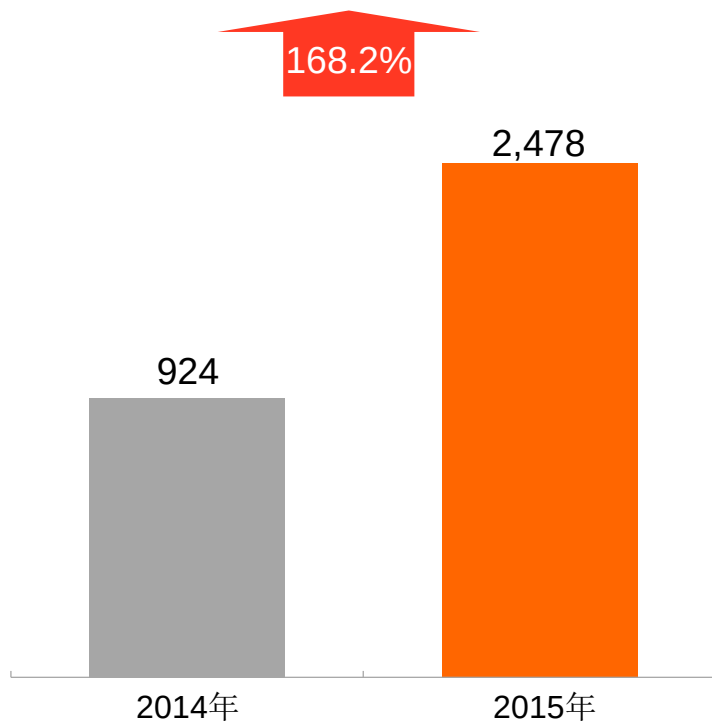
营业收入

(人民币百万元)



净利润

(人民币百万元)

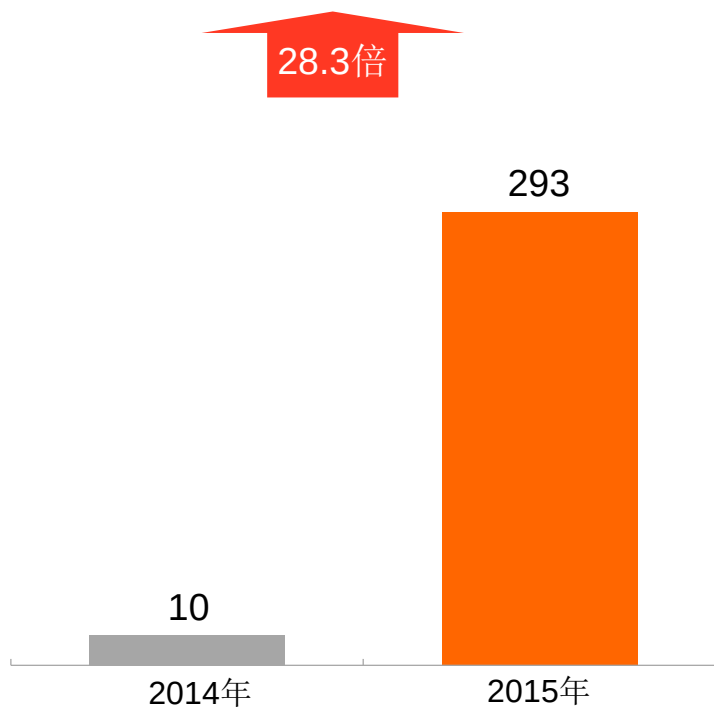


证券业务（2/2）

互联网助力客户增长，资管业务规模实现突破

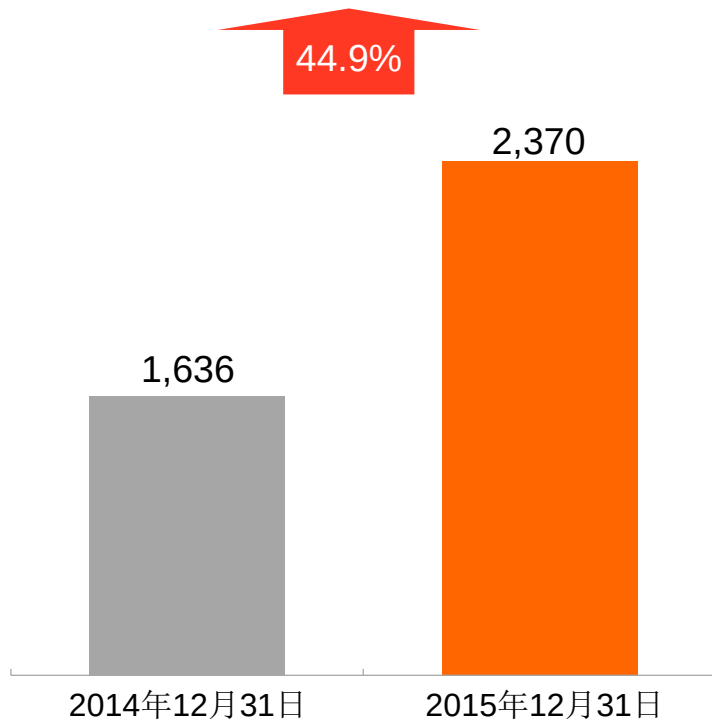
经纪业务新增客户

(万人)



资管业务规模

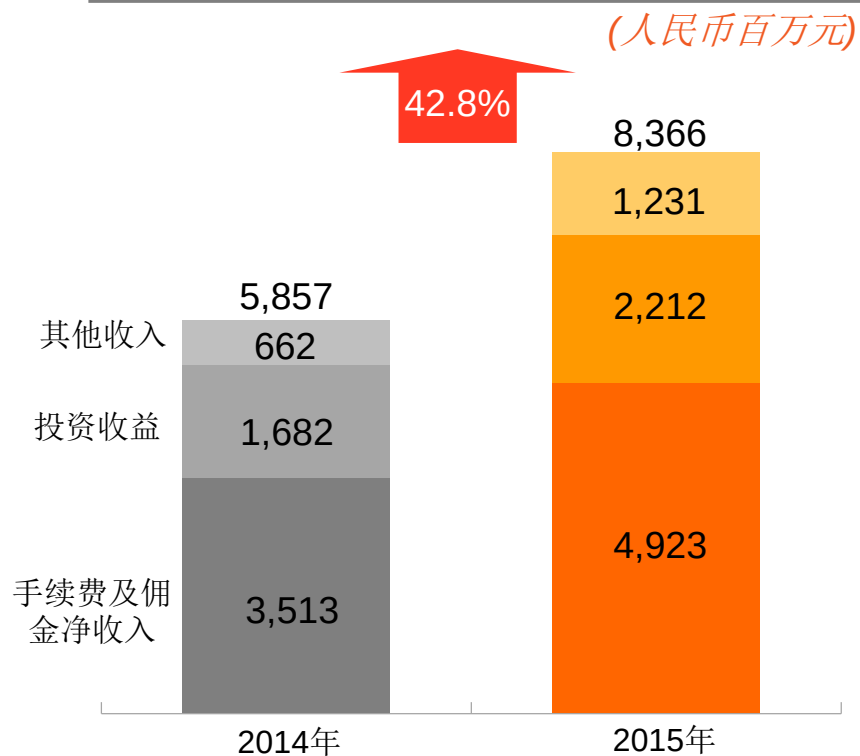
(人民币亿元)



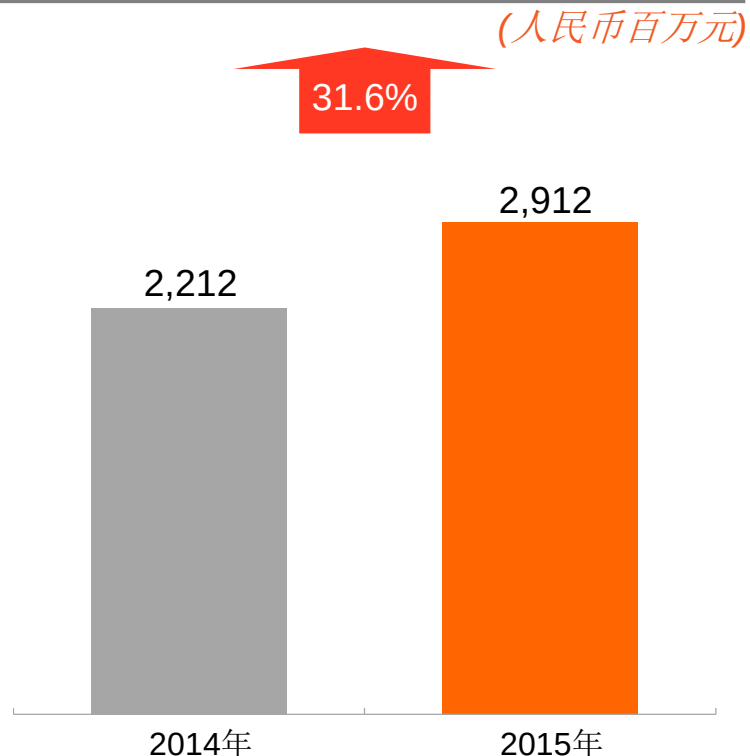
信托业务 (1/2)

持续推进业务转型，收入和利润稳步增长

营业收入



净利润

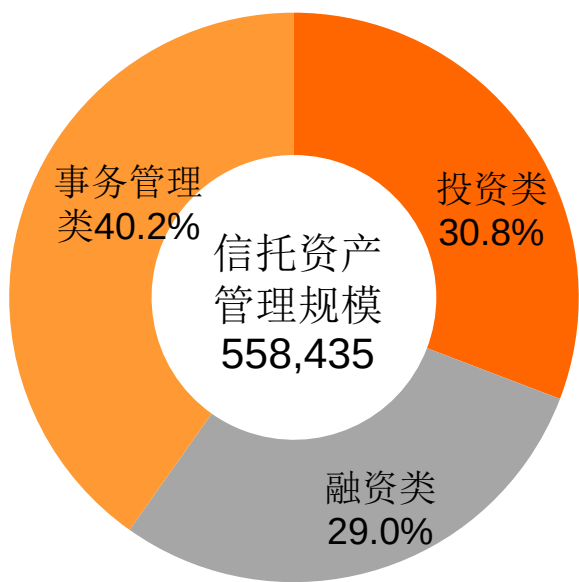


信托业务（2/2）

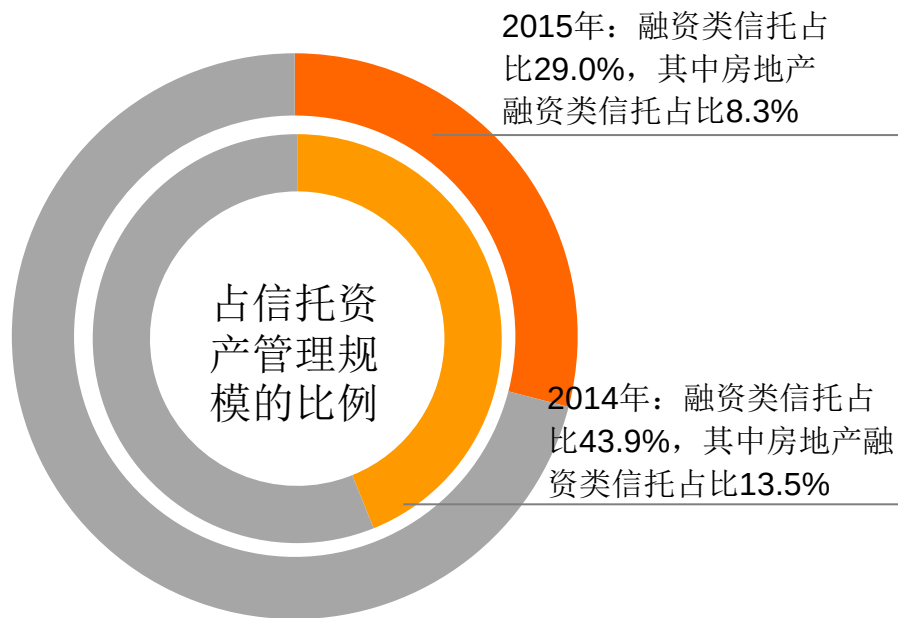
坚持优化业务结构，继续严控项目风险

信托业务结构

(人民币百万元)



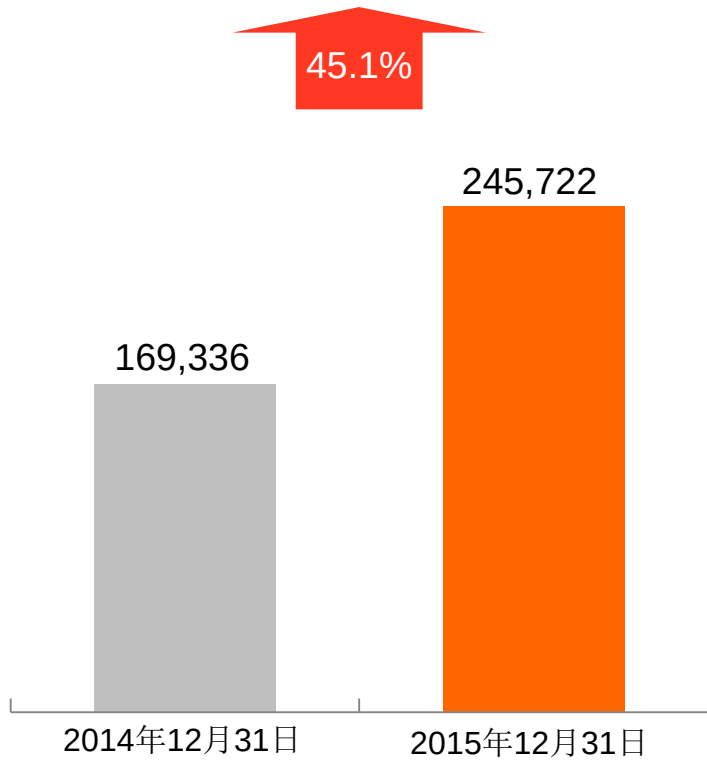
融资类信托占比



平安资产管理公司第三方资产管理业务快速发展

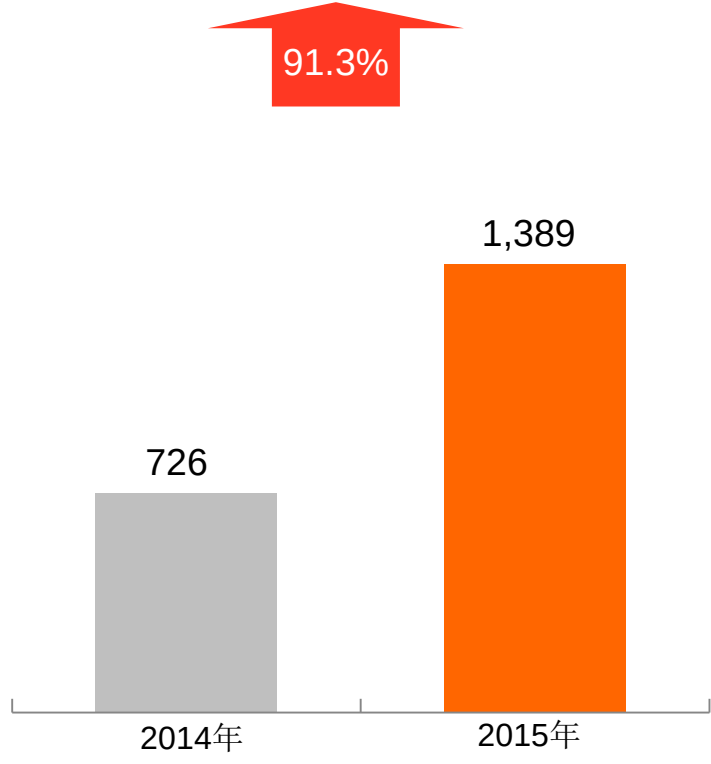
第三方资产管理规模

(人民币百万元)



第三方资产管理费收入

(人民币百万元)



综述

经营概况

财务分析及
内含价值

保险业务

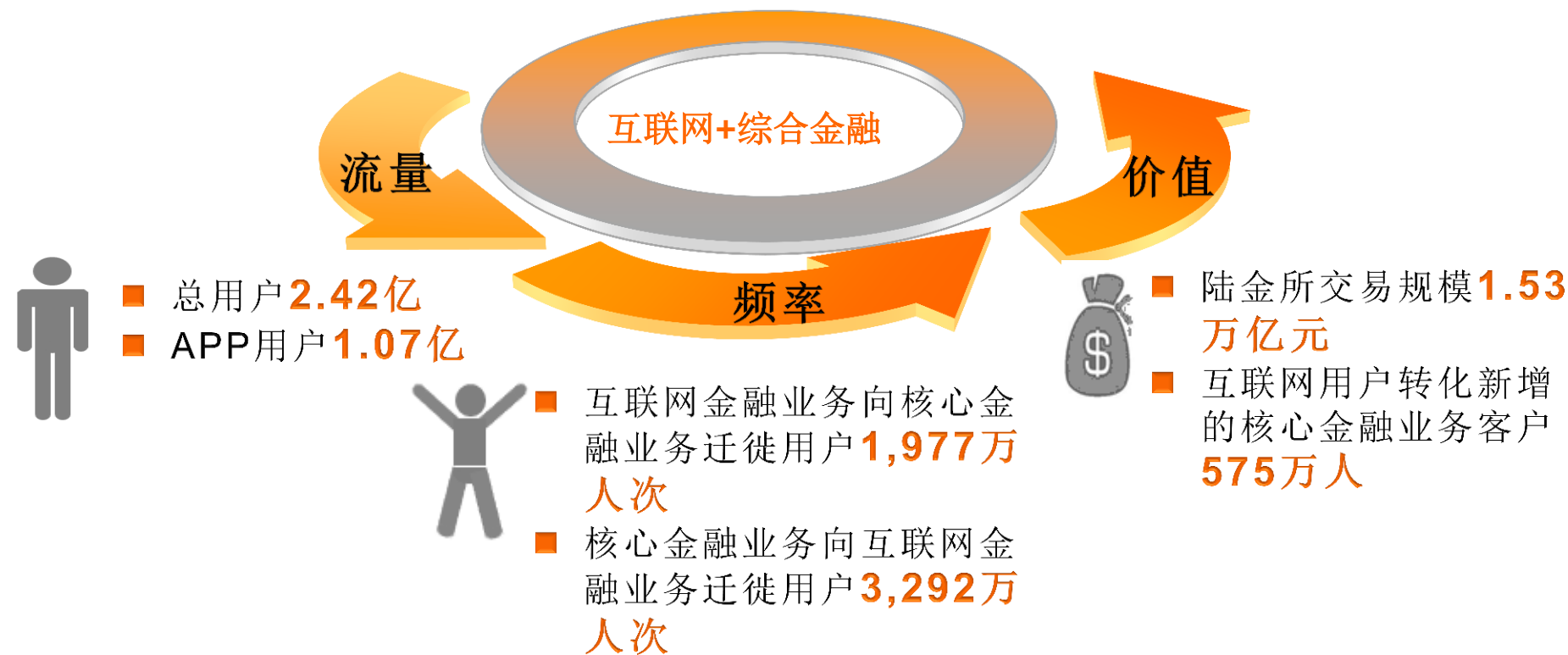
银行业务

资产管理
业务

互联网金融
业务

互联网金融业务

互联网金融业务模式渐趋成熟



陆金所：最大的互联网金融交易信息服务平台

注册用户



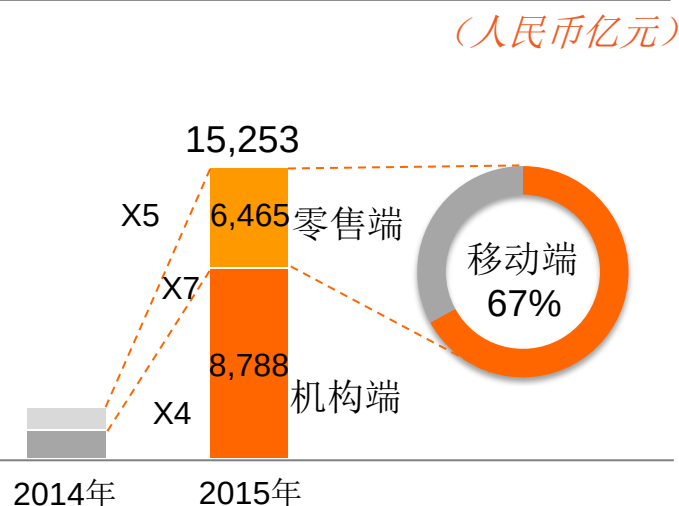
新增投资用户



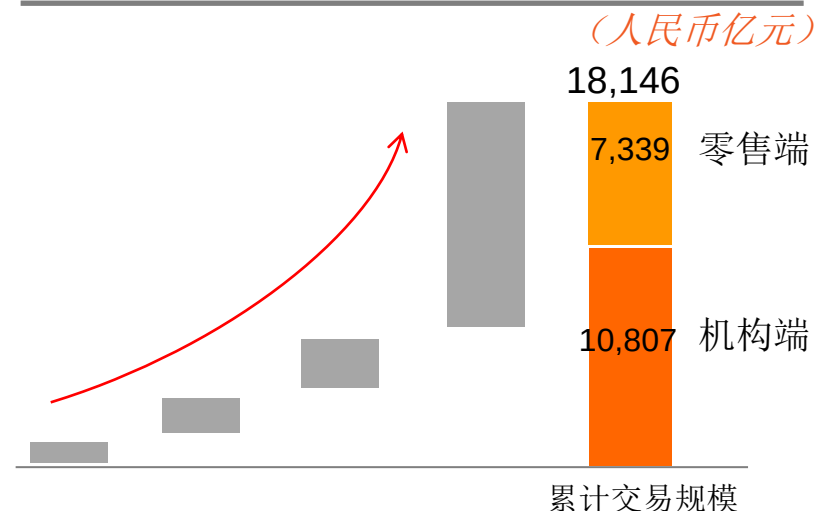
活跃投资用户



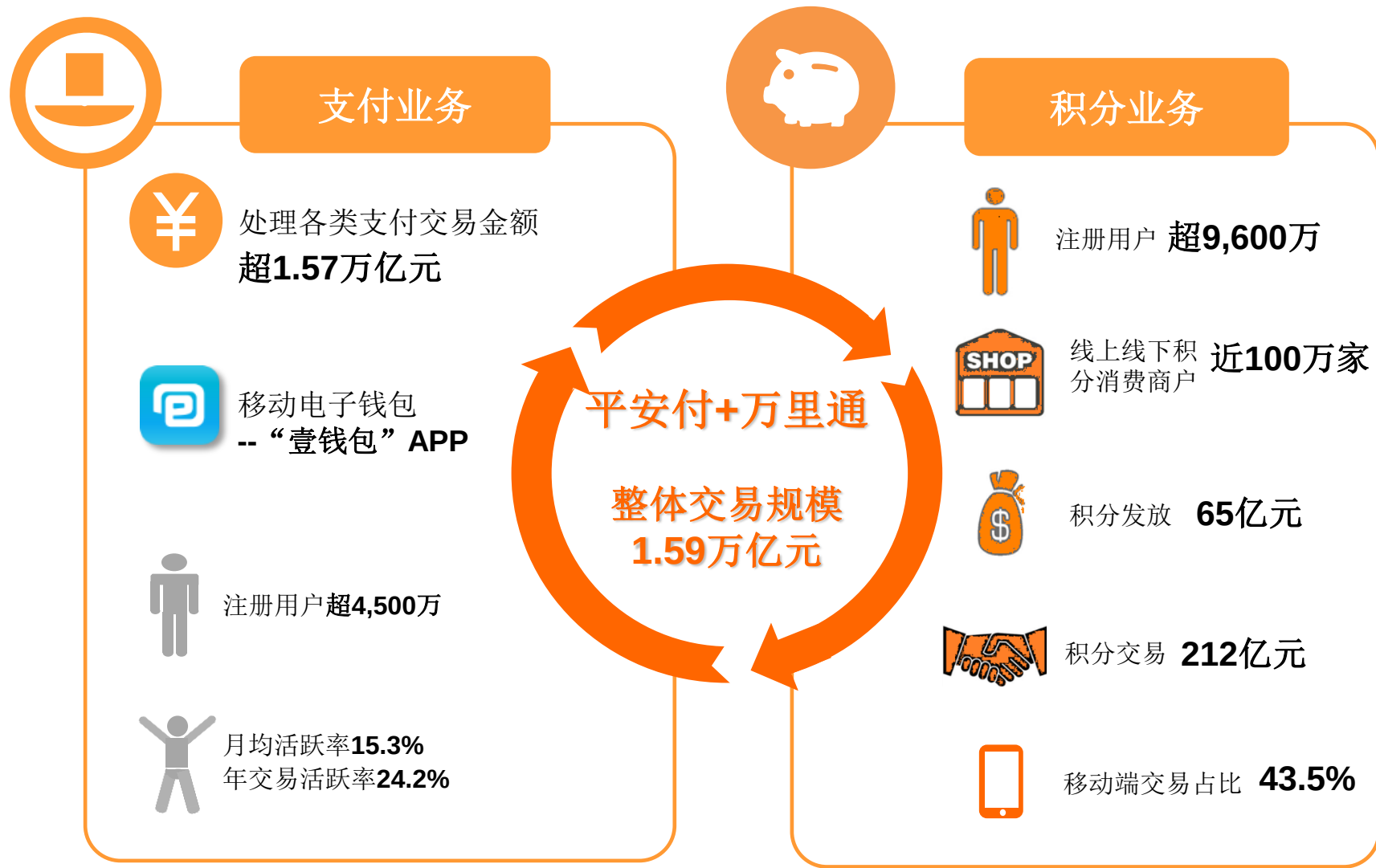
全年交易规模



累计交易规模



平安付与万里通启动整合，推动用户流量提升



平安普惠金融、平安好房

平安普惠

中国最大的个人消费金融及小微企业金融服务提供商之一

- 整合强大的线下销售及管理网络，连接资金供需两端
- 在个人消费金融及小微企业金融服务领域拥有丰富的经验及卓越的风险管理能力



新增贷款量
483亿元



累计借款人数
124万



累计贷款量
990亿元



线下门店数
552家



利用集团综合金融优势，全力打造房地产金融O2O平台

- 通过平安好房平台实现的新房房产成交规模突破1,500亿元
- “安安租”APP在11月顺利上线，搭建起C2C租房交易平台
- 全力打造二手房金融O2O平台



平安健康互联网、一账通



平安健康互联网致力于打造一站式、全流程、O2O的健康医疗服务平台



APP用户
超过3,000万



日活跃用户数峰值
130万



日咨询峰值
12万

- 多层次医生网络初具规模，自聘的内部医生团队近900人，外部签约医生4万人，签约三甲名医3,000余人
- B2C供药网络覆盖全国，O2O供药网络覆盖上海、北京、深圳等一线城市，并实现两小时送药



“一账通”致力于成为中国最大的开放式互联网金融服务平台



累计用户达
1亿



月活跃用户
超过1,800万



管理用户资产
逾万亿元

- 为用户提供账户管理、财富管理、信用管理、生活管理的一站式服务。已整合9大类金融和生活账户，覆盖80%以上金融用户，且60%用户人均添加1.9个账户
- 提供自助式、智能式和顾问式三种财富管理方式，理财平台月服务用户量超1,000万。信用管理已合作金融及生活应用机构数超400家，累计授权查询量超过4,000万次

专业创造价值



美国《财富》(Fortune)
全球领先企业500强
第96位



美国《福布斯》(Forbes)
全球上市公司2000强
第32位



英国《金融时报》(Financial Times)
全球500强第63位



英国华通明略品牌研究机构
Millward Brown, WPP
“BrandZ 100最具价值全球品牌”第68位
“BrandZ中国最具价值品牌100强”第11位



香港《亚洲企业管治》
(Corporate Governance Asia)
亚洲卓越大奖



《经济观察报》& 北京
大学管理案例中心
最受尊敬企业



英国《欧洲货币》(Euromoney)
亚洲最佳保险管理公司



全球领先品牌咨询机构
Interbrand
“2015最佳中国品牌排行榜”第6位

中国平安 PINGAN

保险 · 银行 · 投资

提问与解答

