

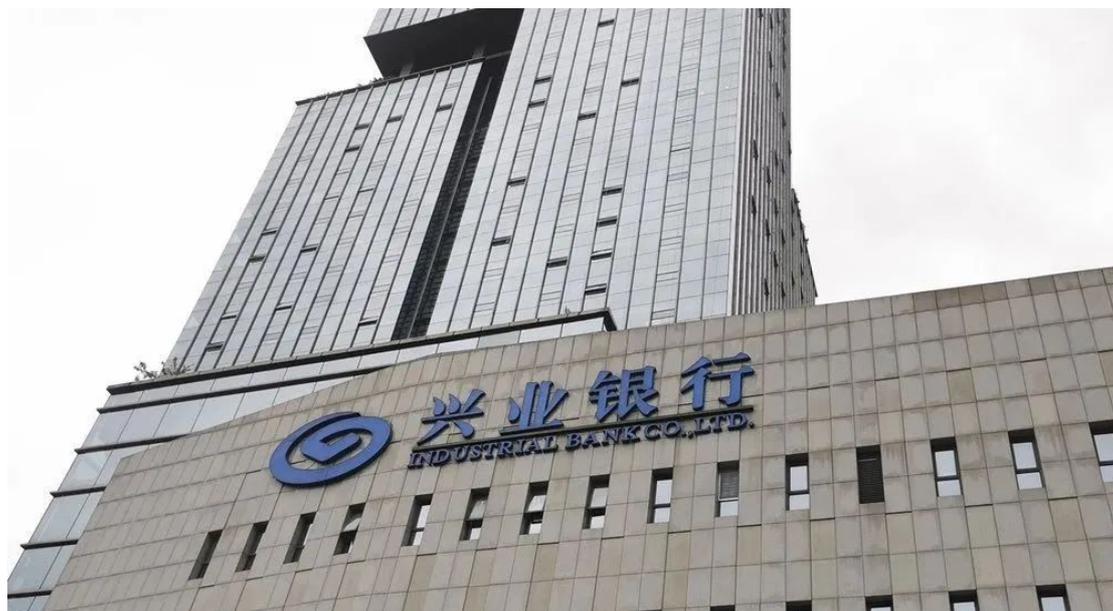
## 从规模主义到结构主义：兴业银行总资产首破 8 万亿背后的行业新象

过去 7 年，位列中国第一梯队的商业银行们经历了从规模主义到结构主义的完整转变。站在 2021 年的起点，“生态圈、交易、轻资产、财富”正在代替“产品线、持有、表内、信贷”成为引领行业的新主义。

01

—

规模首破八万亿，净利增速创七年来新高



继 Q1 交出近 7 年来增长新高（营业收入同比增长 10.8%，净利润同比增长 11.3%）的亮眼业绩之后，兴业银行 2021 年的高增长仍在继续。8 月 26 日，兴业银行发布半年报，总资产突破 8 万亿，较期初增长 2.73%；总负债较期初增长 2.65%至 7.46 万亿元；营业收入同比增长 8.94%至 1,089.55 亿元；归属于母公司股东的净利润同比增长 23.08%至 401.12

亿元。

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	本期较上年同期增减(%)
营业收入	108,955	100,017	8.94
利润总额	46,397	36,405	27.45
归属于母公司股东的净利润	40,112	32,590	23.08
归属于母公司股东扣除非经常性损益的净利润	40,001	32,475	23.17
基本每股收益(元)	1.79	1.45	23.45
稀释每股收益(元)	1.79	1.45	23.45
扣除非经常性损益后的基本每股收益(元)	1.79	1.44	24.31
总资产收益率(%)	0.51	0.45	提高0.06个百分点
加权平均净资产收益率(%)	6.79	6.01	提高0.78个百分点
扣除非经常性损益后的加权平均净资产收益率(%)	6.77	5.99	提高0.78个百分点
成本收入比(%)	21.72	21.32	提高0.40个百分点
经营活动产生的现金流量净额	(218,340)	(28,999)	上年同期为负
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	(10.51)	(1.40)	上年同期为负

从整体经营情况看，兴业银行在二季度较一季度盈利增速，二季度盈利较一季度提升 9.41 个百分点，客户规模进一步扩大，且客户结构不断优化。企金总客户数近百万户，其中有效及以上客户较年初增长 11.35%至 40.47 万户，占比提升至 40.49%；零售总客户数（含信用卡）继续增至 7761.34 万户，其中贵宾客户 356.35 万户，私行客户数较年初增长 10.13%至 5.32 万户；同业客户覆盖率保持 90%以上，其中非银金融机构资金管理云平台对主要行业非银金融机构覆盖率升至 92%，较年初提升 17 个百分点。

02

—

## 值得行业关注的趋势

兴业银行的亮眼数字背后表现出的业务结构调整趋势更加值得同业关注：良好的负债管理维持年初以来的净息差空间，财富管理转型带来同比 43.99%的中收增长，智能化运维推动生

态融合加速。

从业务结构来看，兴业银行为自己的半年业绩总结出四大特点：

“一是各项贷款增速大于总资产增速

二是绿色融资余额增速大于对公融资余额增速

三是非息净收入增长大于利息净收入增长

四是子公司营收增速大于母行营收增速”

但是，除此之外，我们还看到了这些行业新象：

第一，技术发展使长尾客户服务成为可能，小微客群含金量上升：“绿色金融、普惠小微企业增速均超过 16%以上，高于贷款整体增速”

第二，小微企业客群的接入拉动客户基数的快速成长：“企业金融客户 99.94 万户，较上年末增加 6.87 万户，逼近百万大关”

第三，服务能力向全线上迁移的最后一公里即将完成：推进线上线下相结合，加快网点智能化建设和客户服务智能化改造，网络金融柜面替代率 95.83%

第四，线上运营逐渐代替网点接待成为营销主战场：“创新线上营销工具，赋能业务运营，兴智汇 APP 为客户与客户经理之间搭建了线上沟通交流的桥梁，支持双向无界沟通，开展

更周到、更人性化的客户关怀”

第五，生态建设与开放银行带打通场景红利，拉动活期占比：“通过搭建金融场景生态圈、丰富金融产品线、完善系统平台建设、拓展延伸上下游资金链，公司活期存款规模 1.73 万亿元，较期初增加 1,132.79 亿元，在存款中占比较期初提高 1.59 个百分点”

第六，财富业务转型拉动代销收入进入向上突破期：“理财业务和零售财富代销类手续费收入 86.08 亿，同比增长 43.99%”