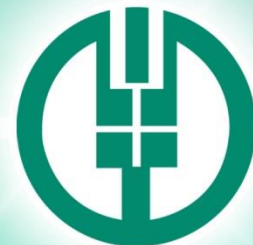




中国农业银行

AGRICULTURAL BANK OF CHINA



2018年度业绩发布

香港/北京

IFRS

2019年3月



本材料所载资料并不构成在香港，美国或其他地区对中国农业银行股份有限公司（“公司”）的证券做出要约或提出购买或认购的邀请。公司的证券并没有根据美国1933年证券法及其修订进行注册，不可在美国提出要约或出售，但是在根据适用的法律进行注册后或获豁免注册则除外。

本声明包含美国1933年证券法(经修订)第27A条及美国1934年证券交易法（经修订）第21E条所界定的“前瞻性声明”。该些前瞻性声明涉及已知或未知的风险，不确定性及其他因素，并且是在对公司所处行业的现有预期、假设、预计和预测的基础上作出的。除法律另有要求外，公司不承担任何对前瞻性陈述进行更新以反映日后发生的事件或情况的义务，也不承担对其预期作出相应变更的义务。尽管公司相信该些前瞻性声明中所述的预期是合理的，但其并不能向阁下保证其作出的预期在将来会被证明是正确的，且投资者应注意实际发生的结果可能与预测的结果有差别。



财务表现



业务发展



2019年工作举措

业绩概览



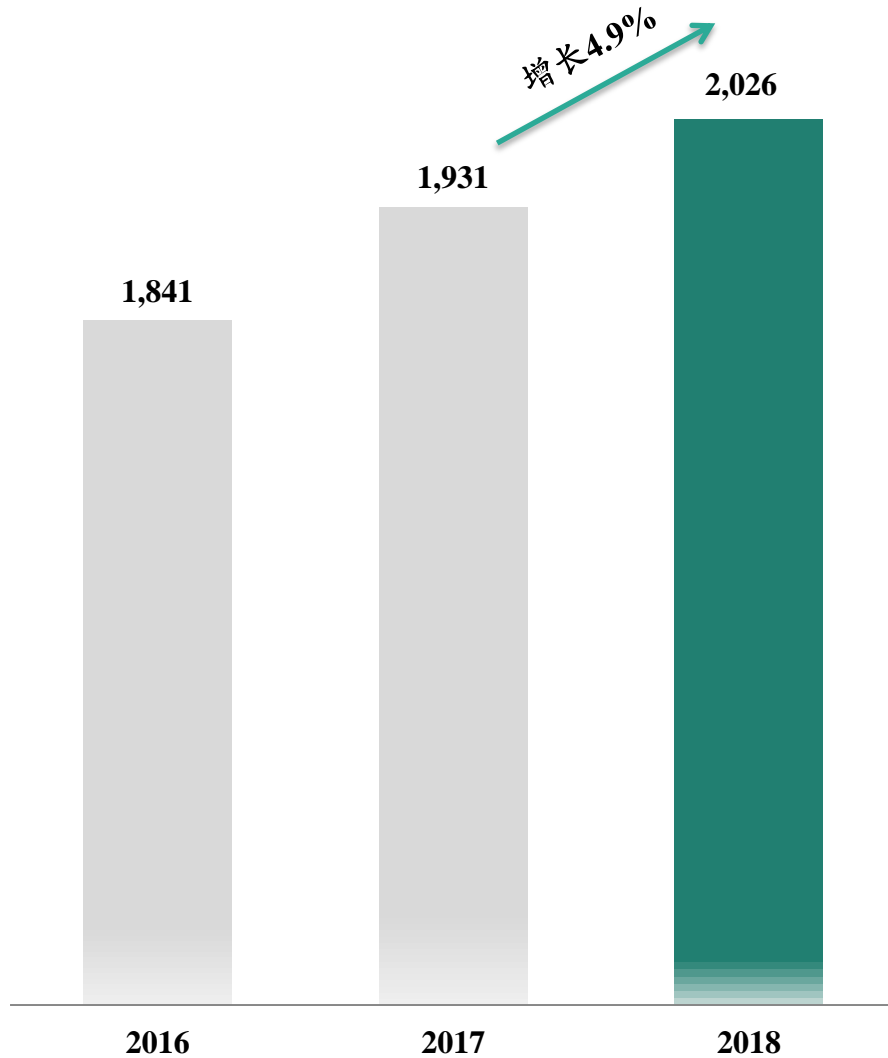
单位：人民币亿元	2018年12月31日	2017年12月31日		变动
总资产	226,095	210,534	↑	7.4%
发放贷款和垫款总额	119,407	107,206	↑	11.4%
总负债	209,347	196,240	↑	6.7%
存款总额	173,463	161,943	↑	7.1%
资本充足率	15.12%	13.74%	↑	1.38个百分点
核心一级资本充足率	11.55%	10.63%	↑	0.92个百分点
不良贷款率	1.59%	1.81%	↓	0.22个百分点
拨备覆盖率	252%	208%	↑	44个百分点
	2018年1-12月	2017年1-12月		变动
利息净收入	4,778	4,419	↑	8.1%
净利息收益率 (NIM)	2.33%	2.28%	↑	0.05个百分点
手续费及佣金净收入	781	729	↑	7.2%
成本收入比	31.3%	33.0%	↓	1.7个百分点
净利润	2,026	1,931	↑	4.9%
基本每股收益 (人民币)	0.59	0.58	↑	0.01元



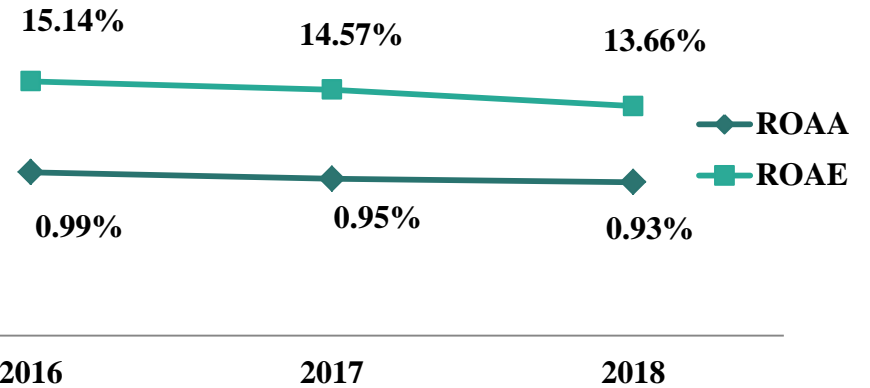
盈利能力：净利润平稳增长，股东回报保持较高水平

净利润

单位：人民币亿元

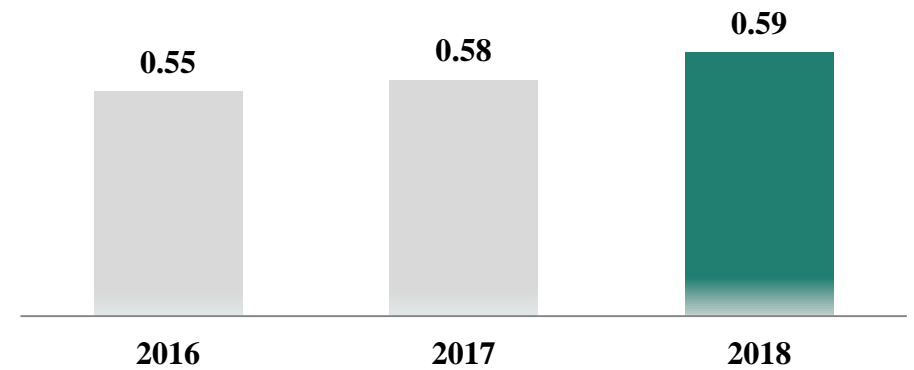


ROAA及ROAE



基本每股收益

单位：人民币元

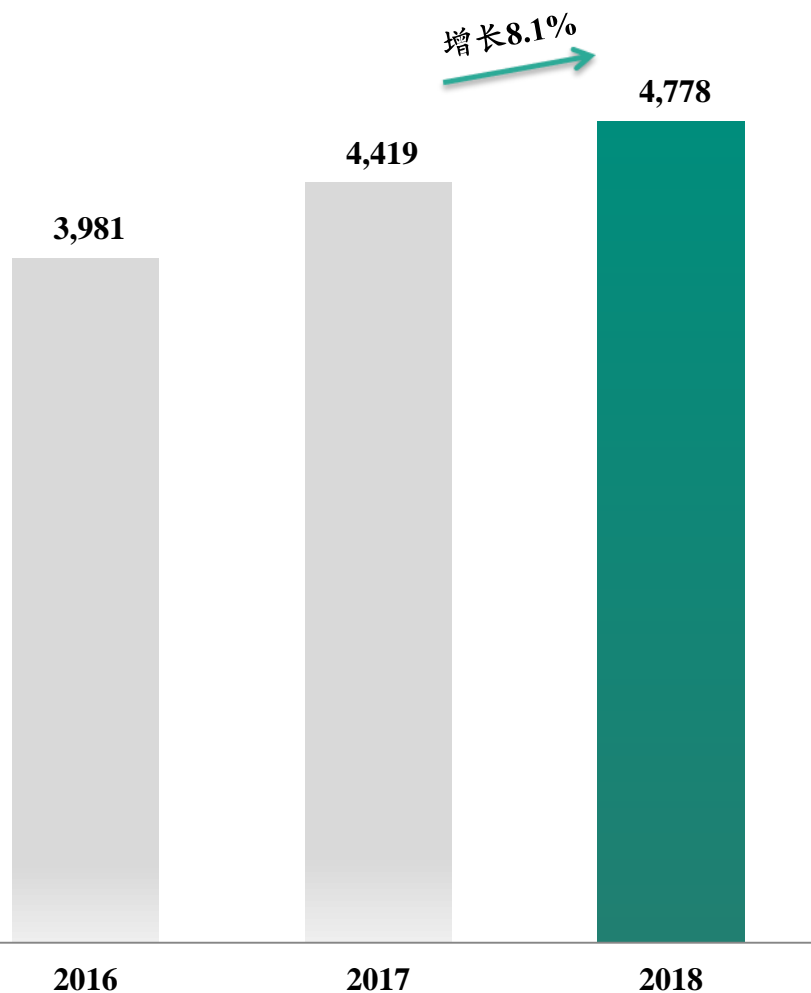




利息净收入：稳步增长，息差同比回升

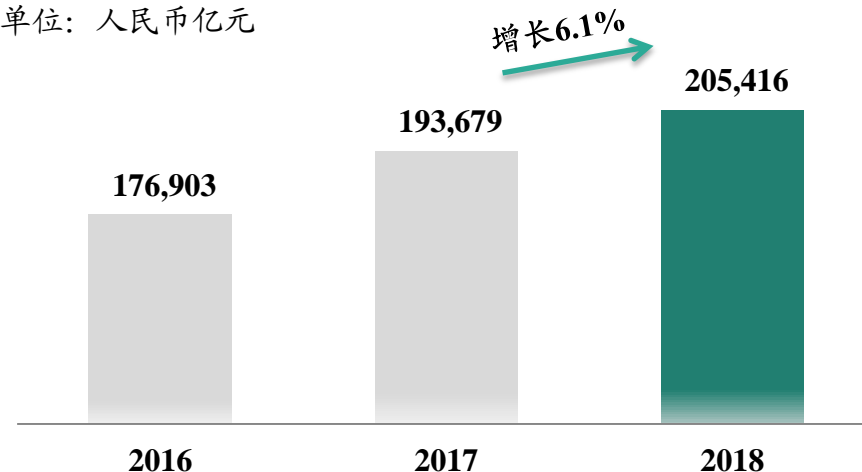
利息净收入稳步增长

单位：人民币亿元



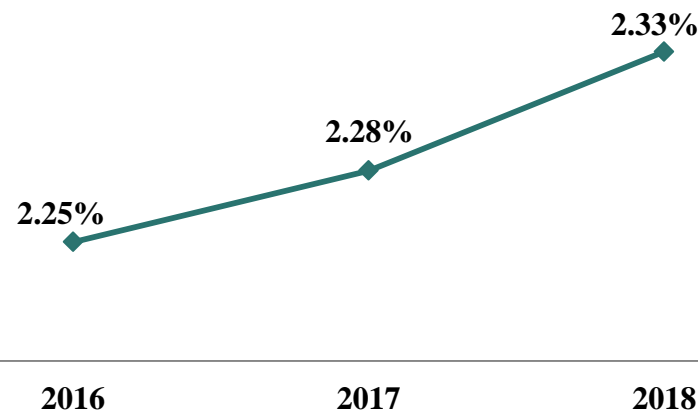
日均生息资产持续增长

单位：人民币亿元



息差同比回升，预计保持可比同业首位

净利息收益率 (NIM)

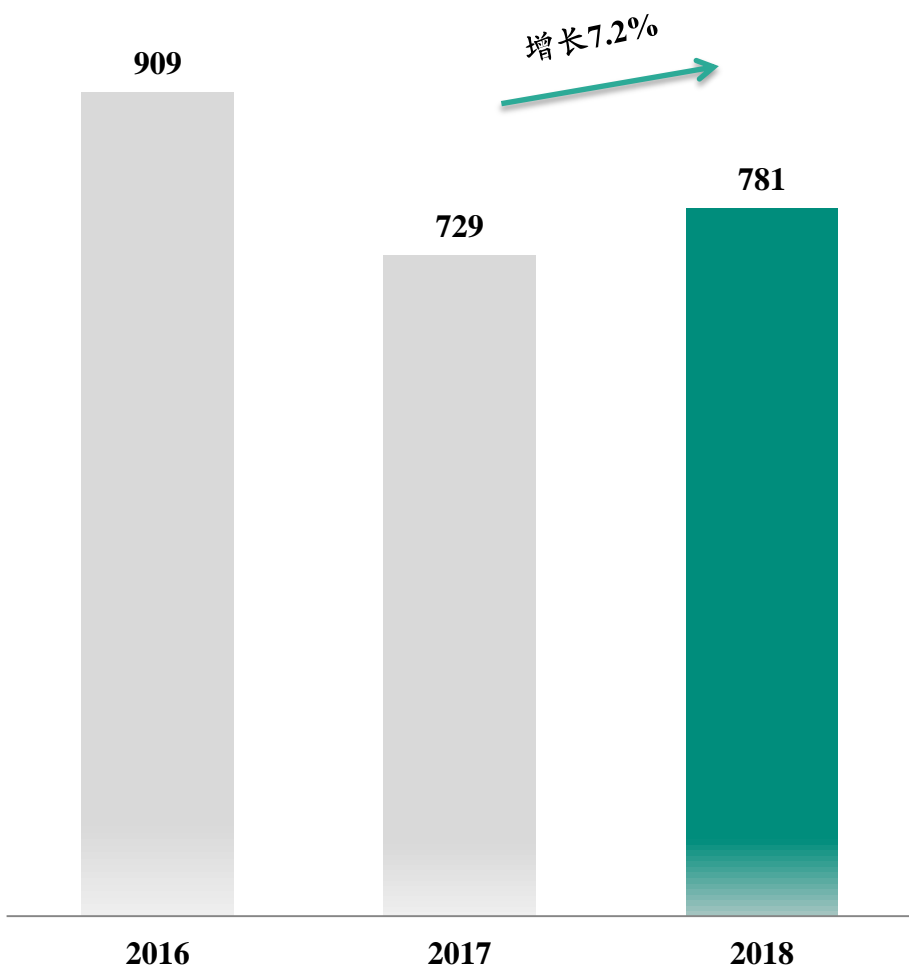




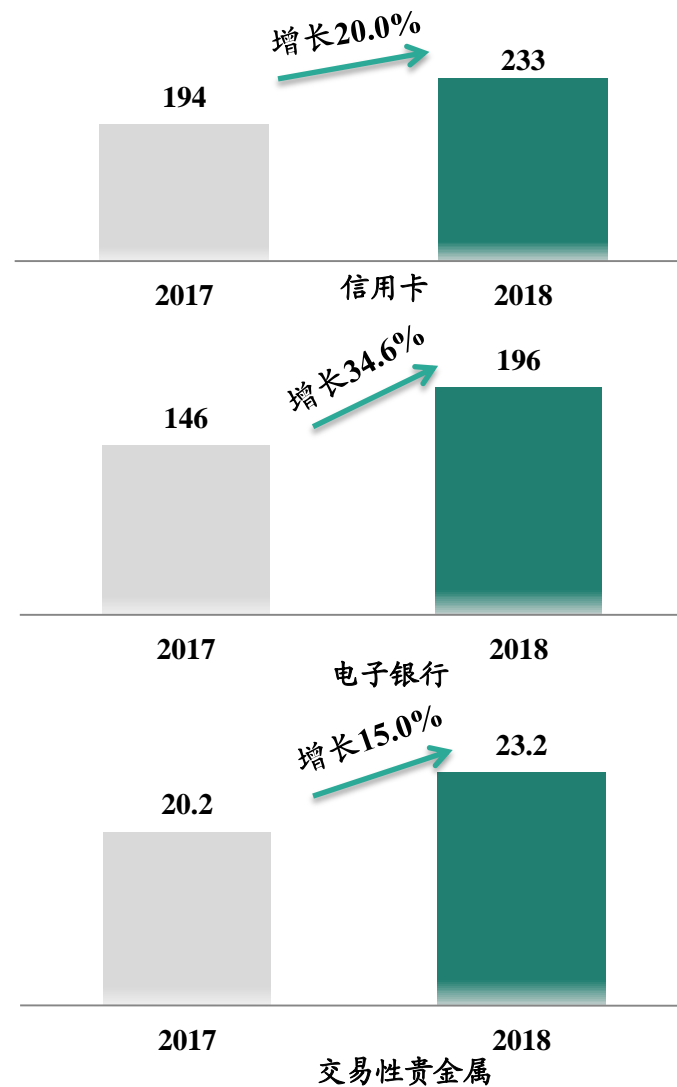
中间业务收入：同比上升，新兴业务增长较快

手续费及佣金净收入

单位：人民币亿元



新兴业务保持较快增长

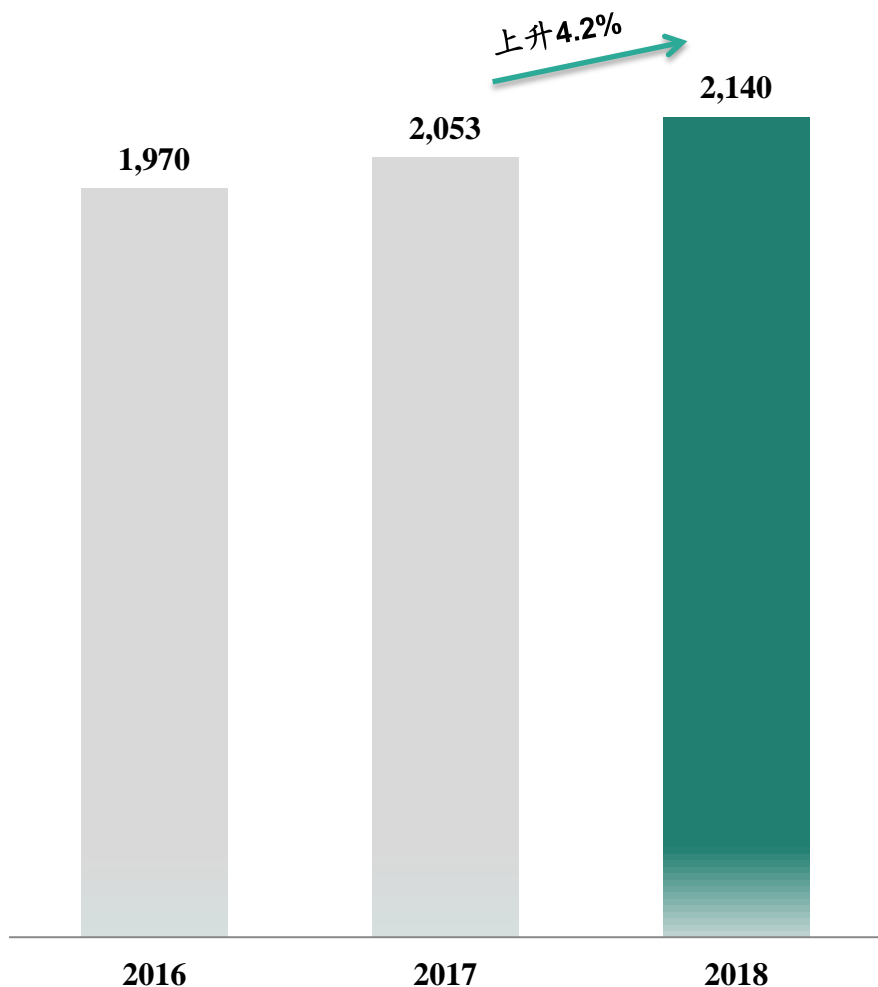




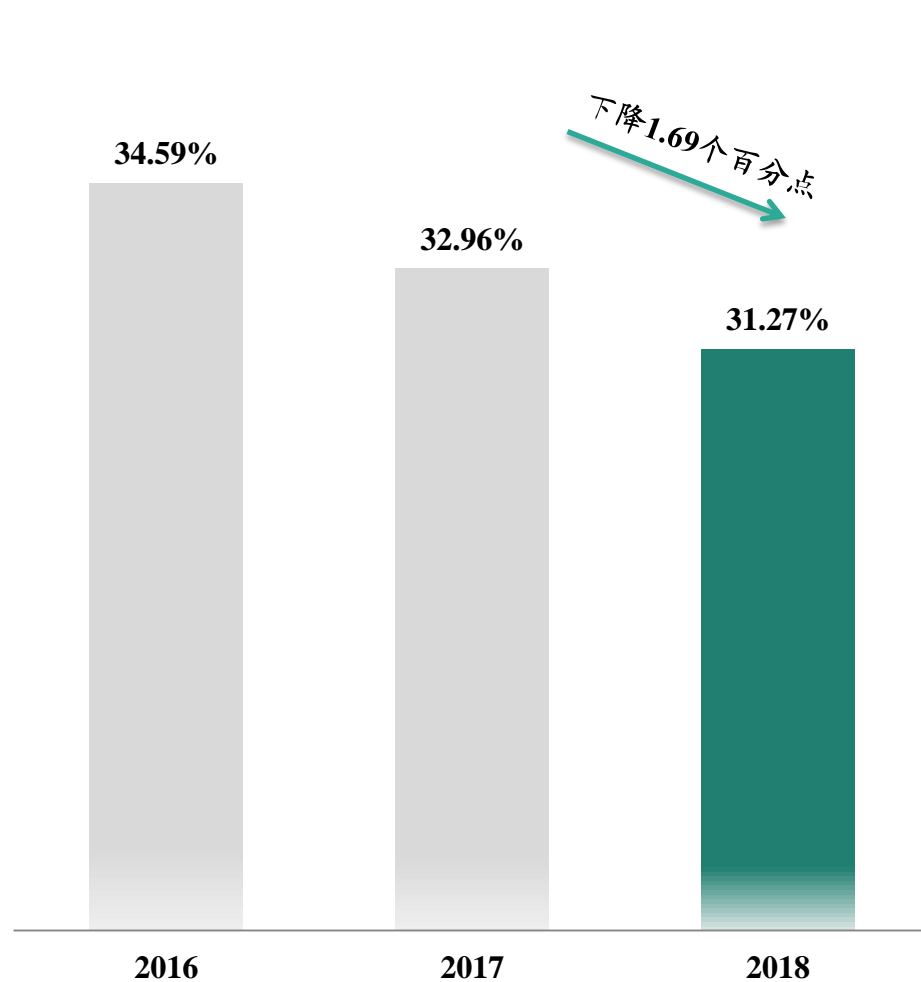
成本费用：“增效计划”进展顺利，成本收入比继续下行

营业支出基本稳定

单位：人民币亿元



成本收入比同比下降

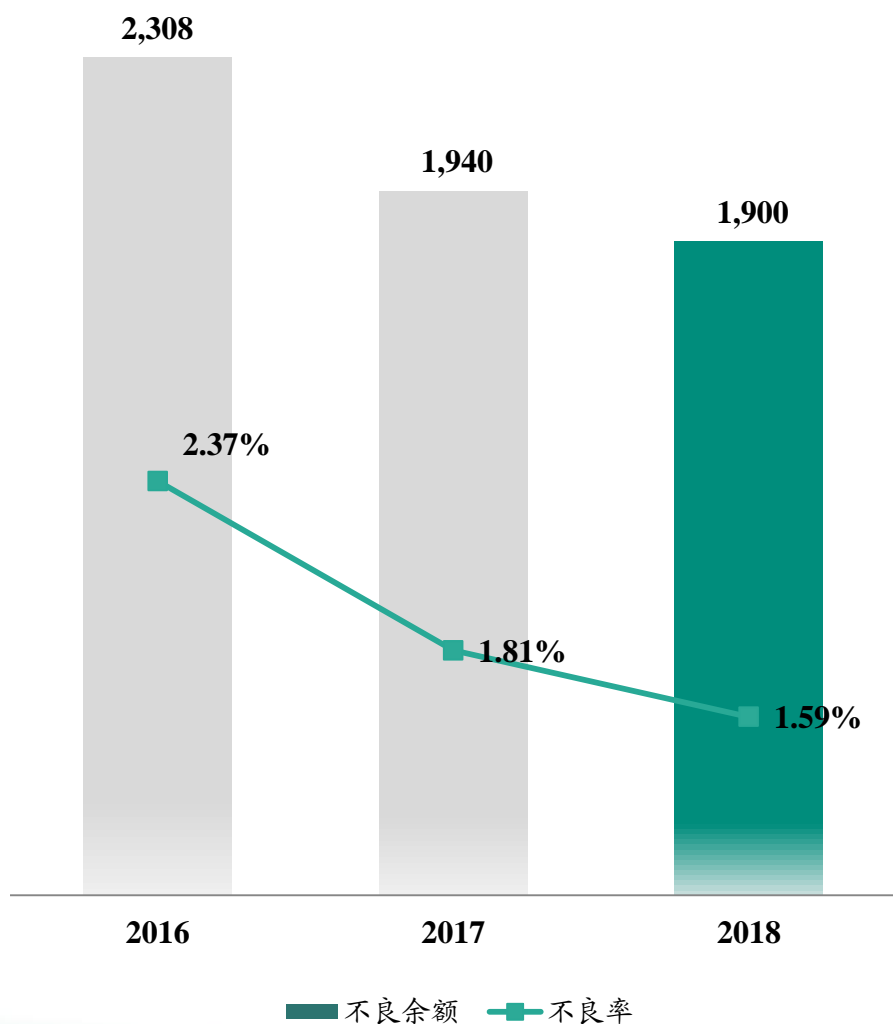




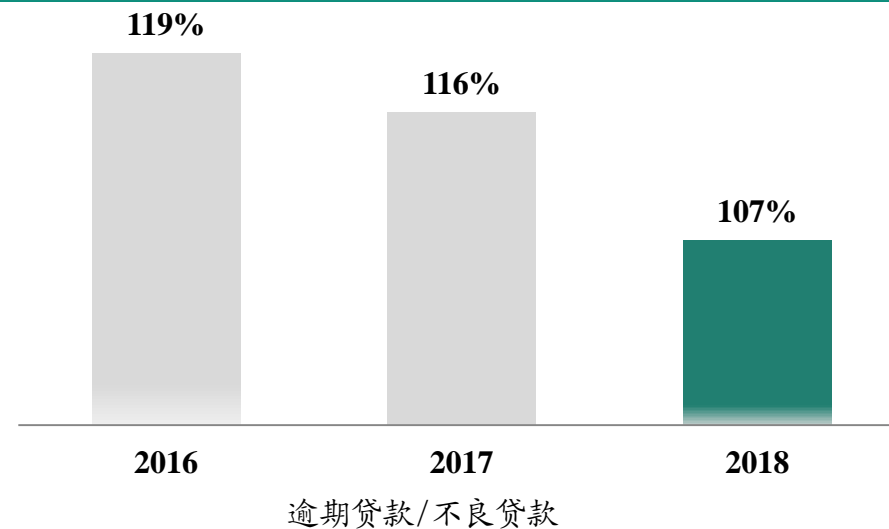
资产质量：“净表计划”成效显著，不良贷款持续“双降”

不良贷款实现“双降”

单位：人民币亿元

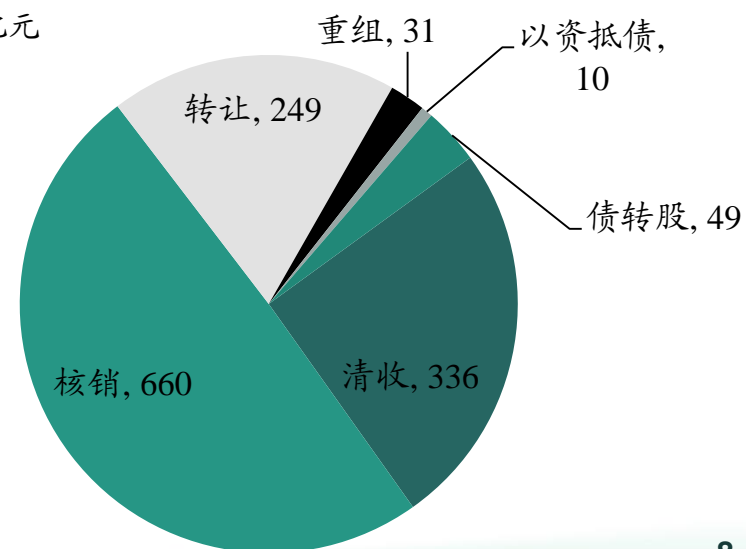


资产分类严格审慎



多措并举压降不良资产

单位：人民币亿元

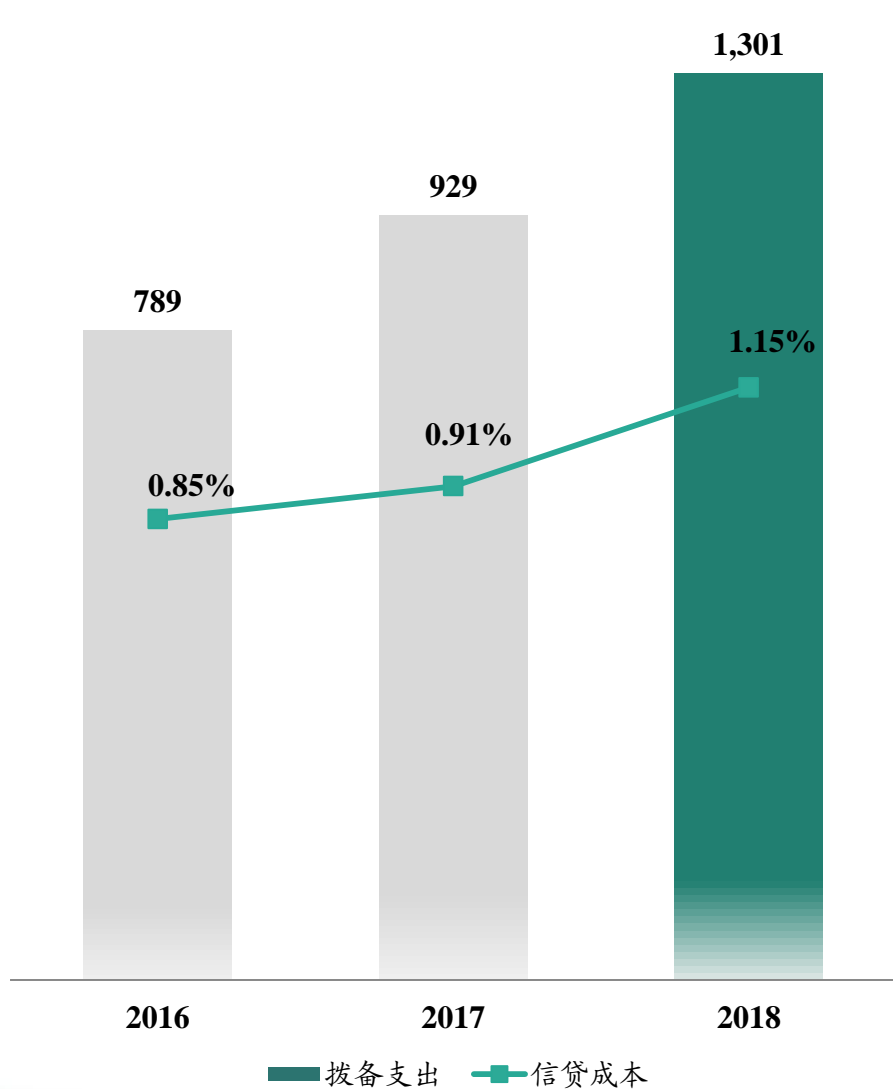


拨备水平：风险抵补能力持续增强

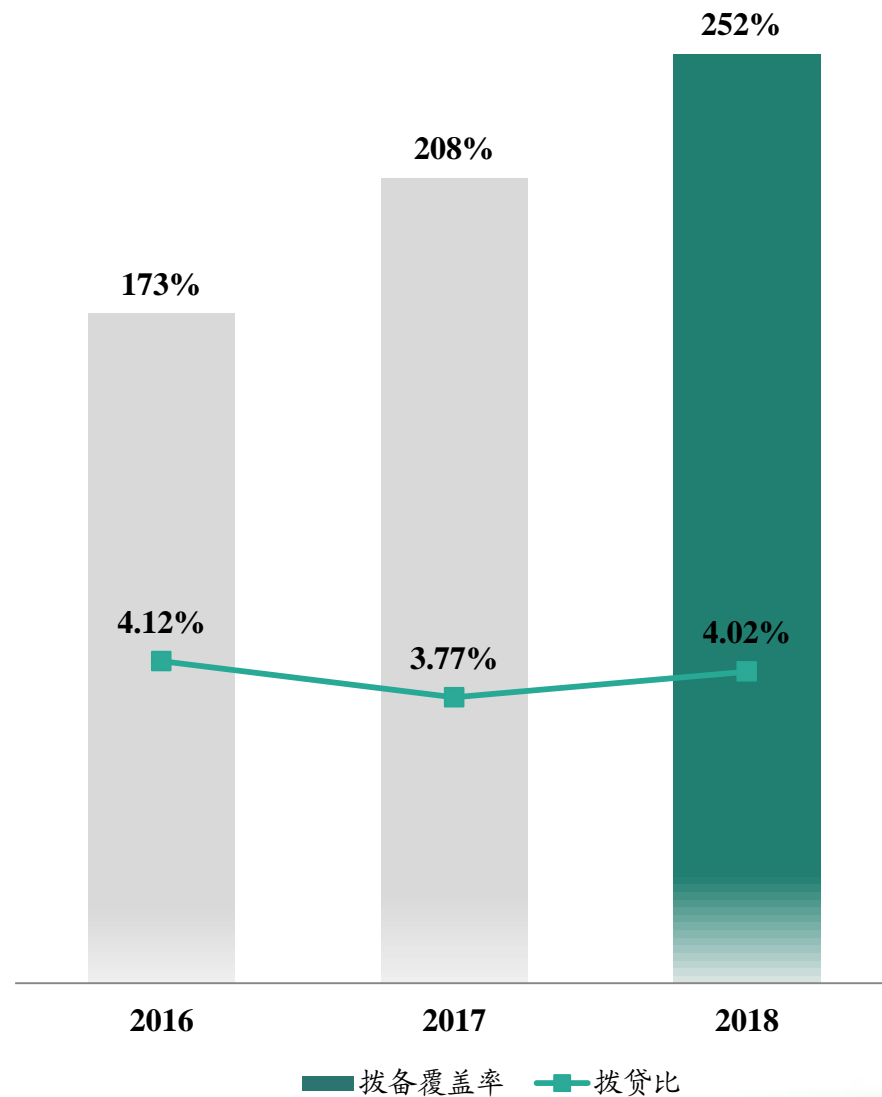


贷款拨备审慎计提

单位：人民币亿元



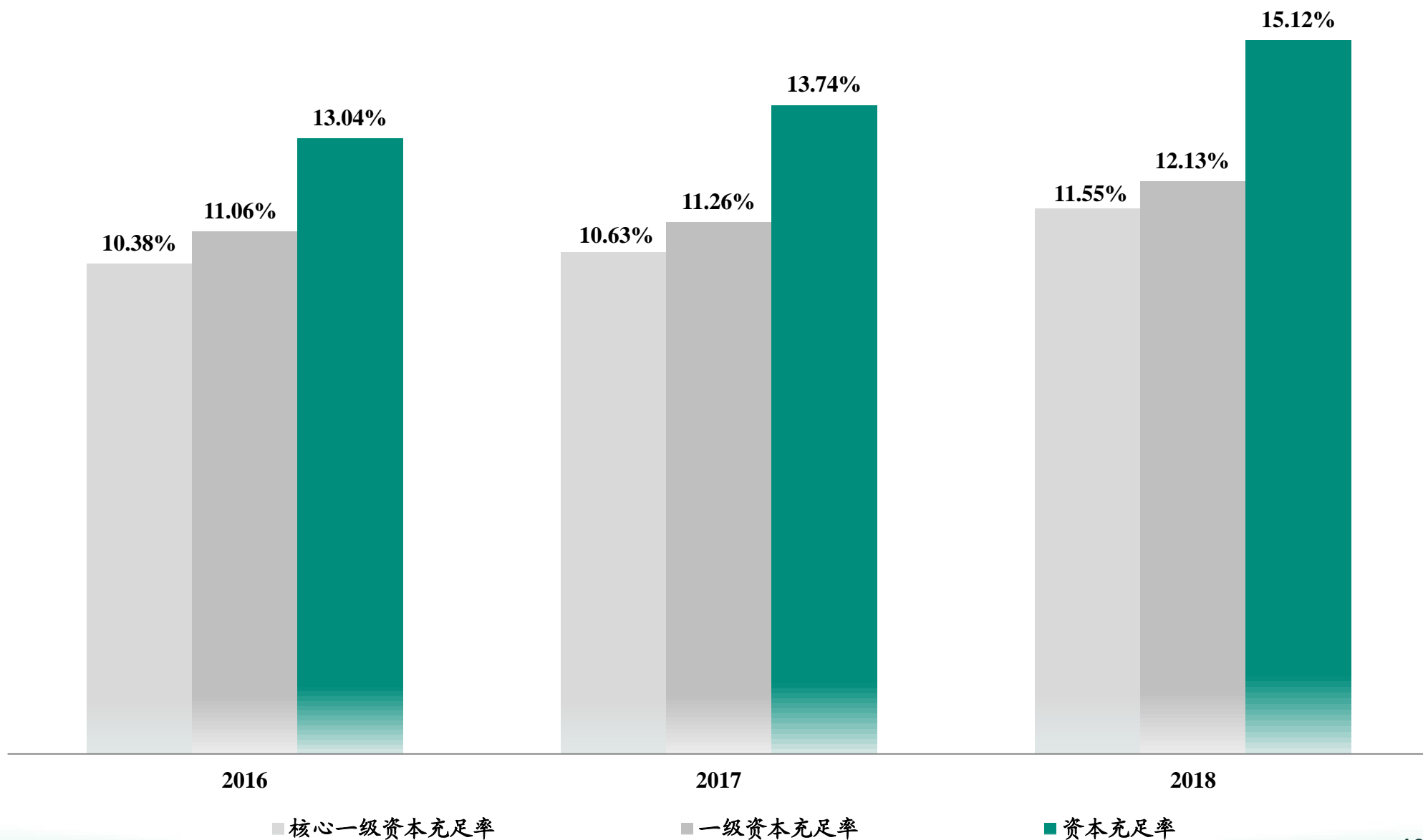
拨备水平领先可比同业



资本充足率：持续提升，“固本计划”取得阶段性成果



资本充足率





财务表现



业务发展



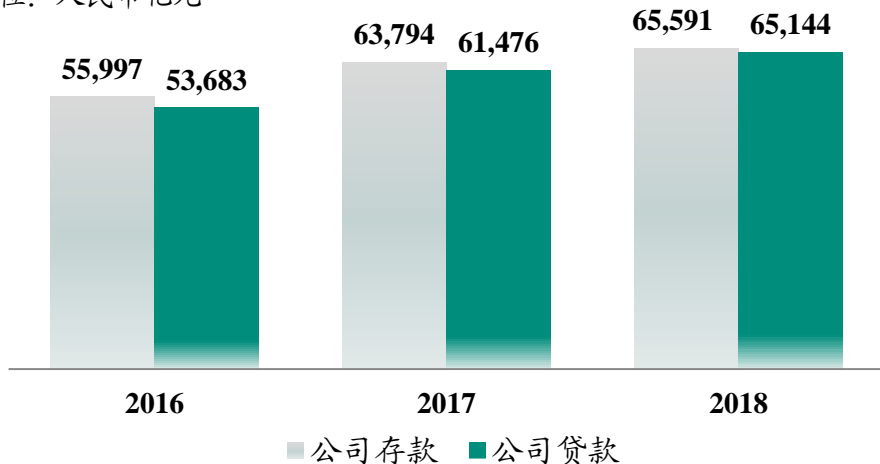
2019年工作举措

公司业务：支持实体经济成效显著

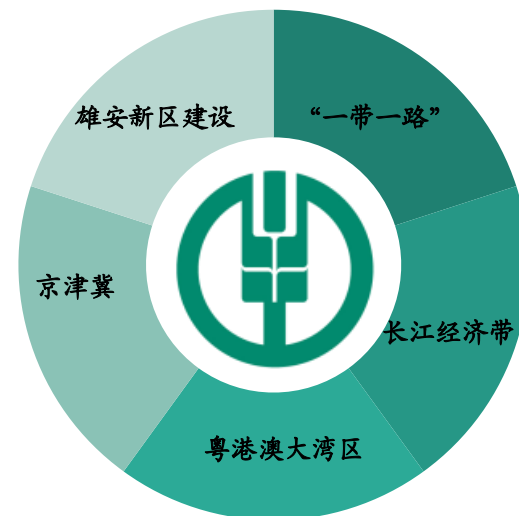


公司存款和贷款平稳增长

单位：人民币亿元

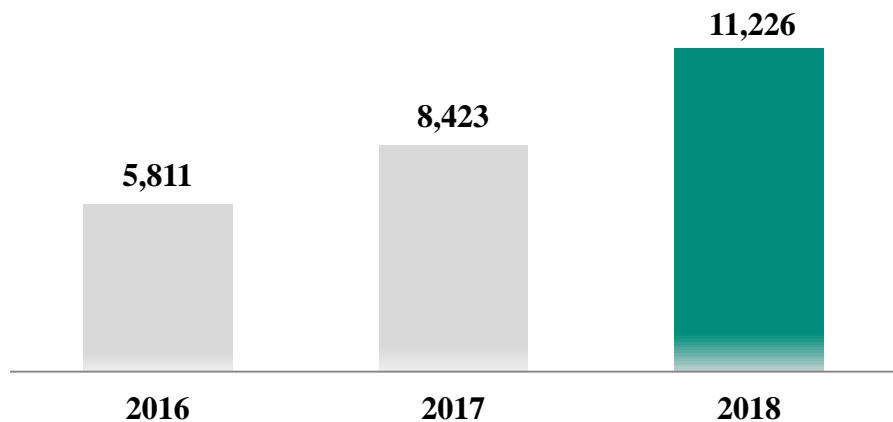


对接国家战略



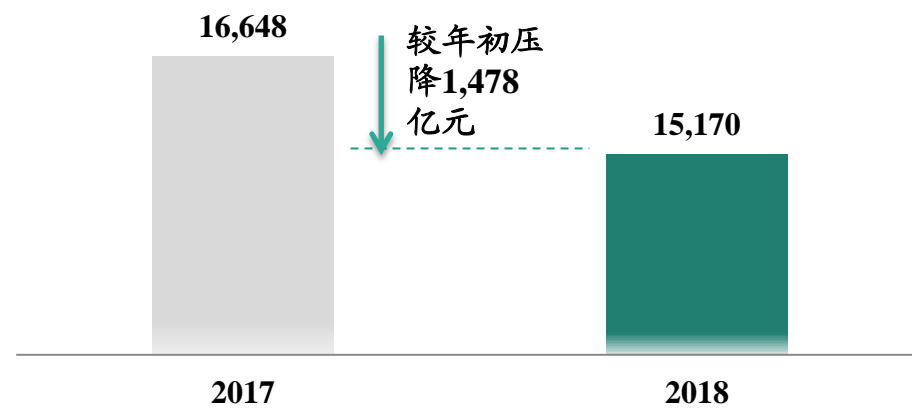
重大营销项目入库数

单位：个



压降产能过剩行业用信

单位：人民币亿元



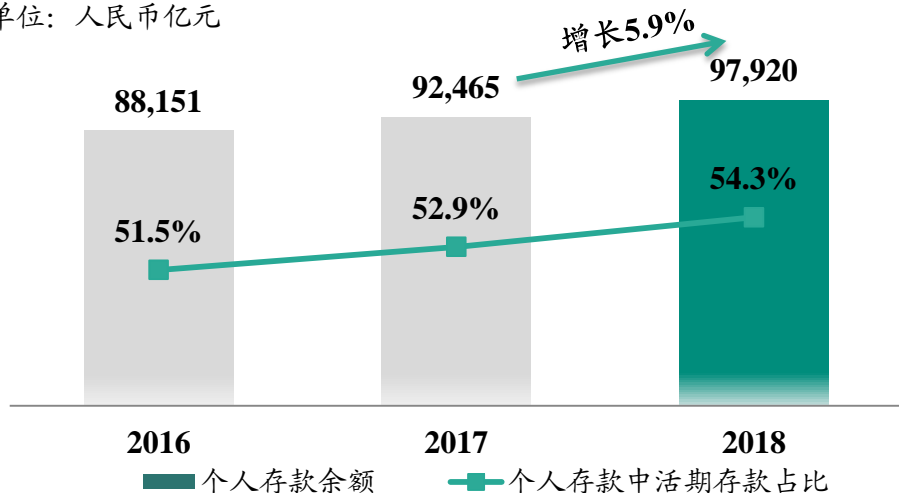
15个受限行业用信情况

零售业务：竞争力进一步增强



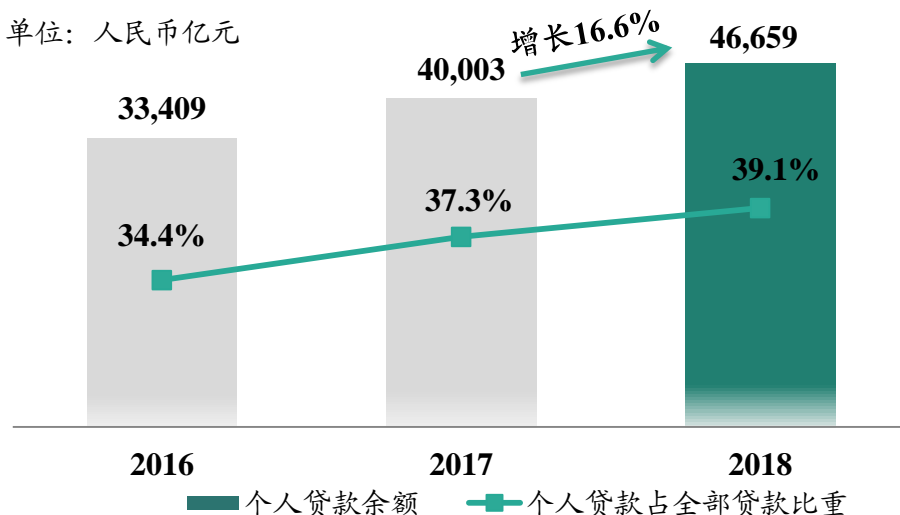
个人存款稳步增长，继续保持同业首位

单位：人民币亿元



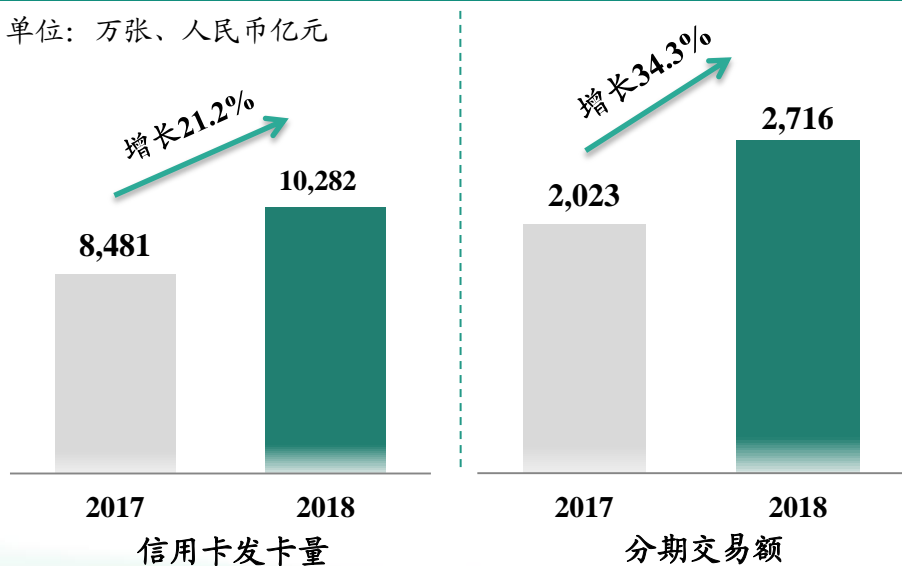
个人贷款较快增长，个贷占比稳步提升

单位：人民币亿元



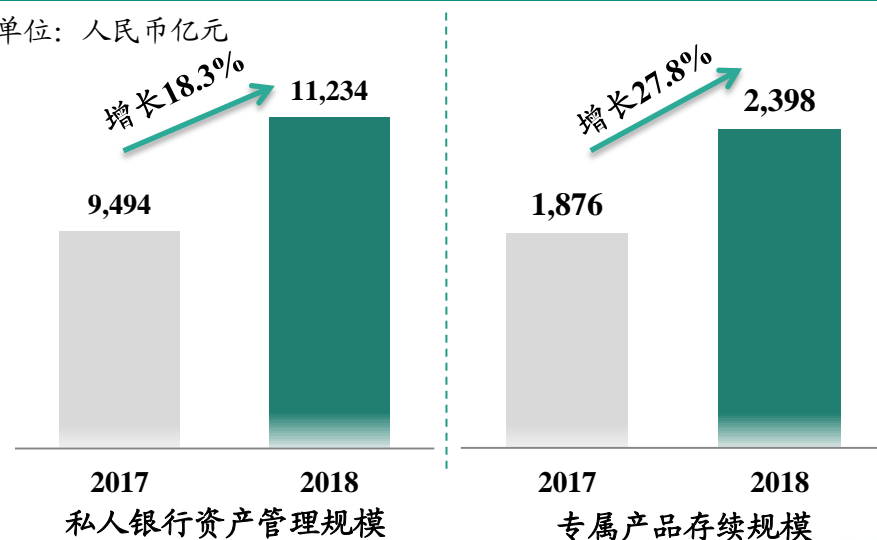
信用卡发卡量突破1亿张

单位：万张、人民币亿元



私人银行管理资产规模突破1万亿元

单位：人民币亿元



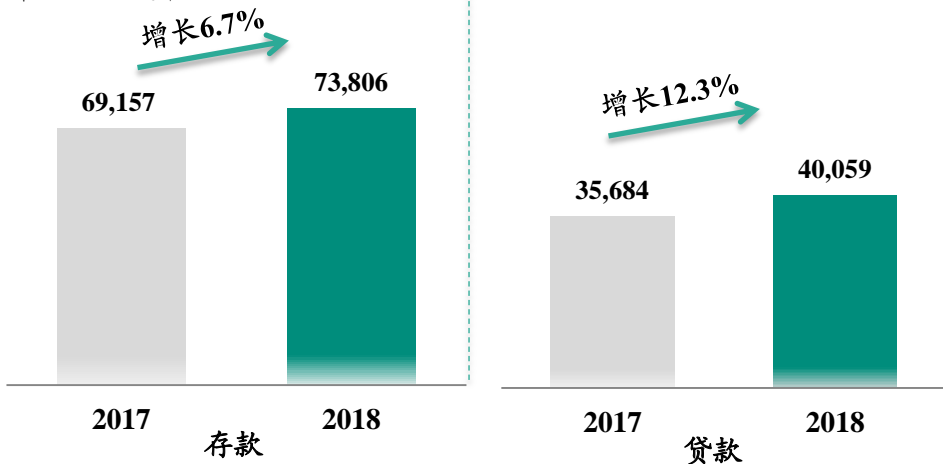
注：本行2018年调整了私人银行客户标准，2017年末私人银行管理资产规模易调整为可比口径。

县域金融：发展势头良好

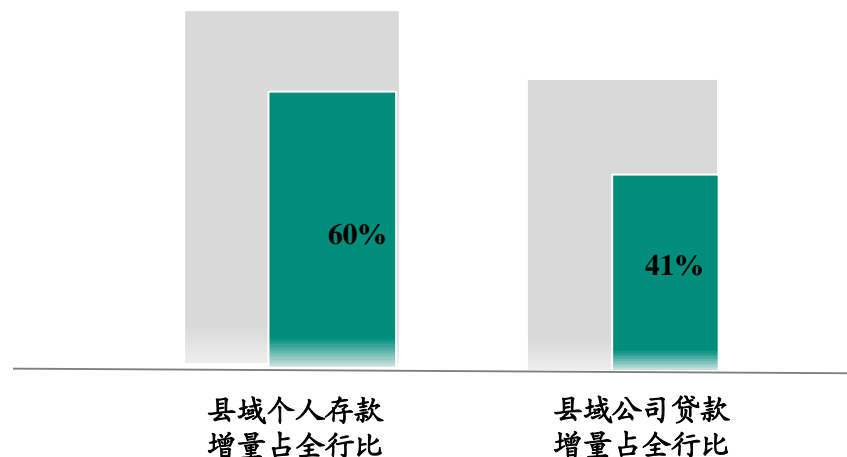


县域存、贷款增势良好

单位：人民币亿元

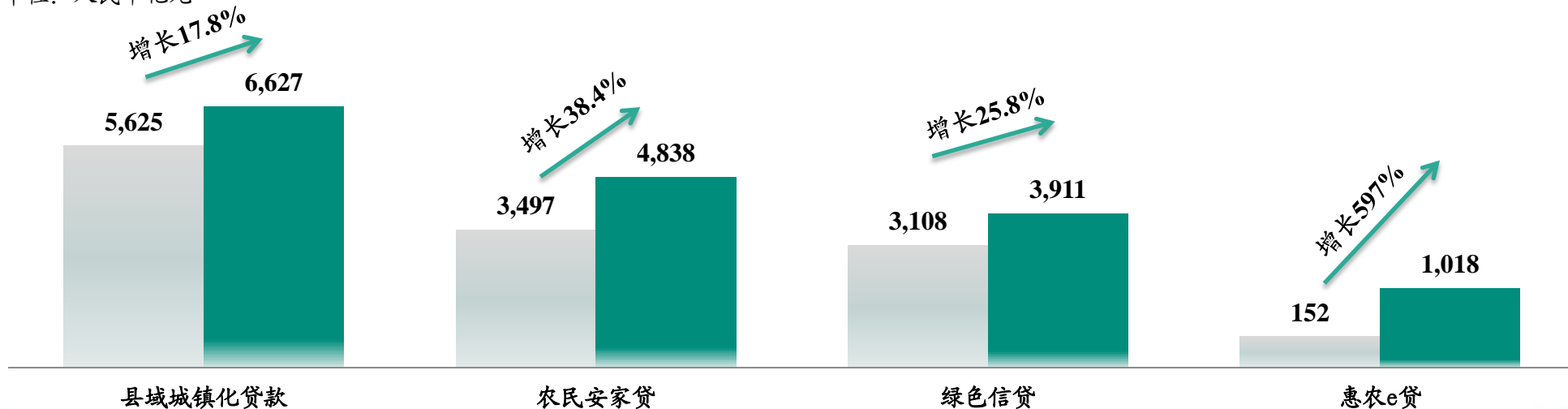


县域业务综合贡献度提升



重点领域金融服务成效显著

单位：人民币亿元



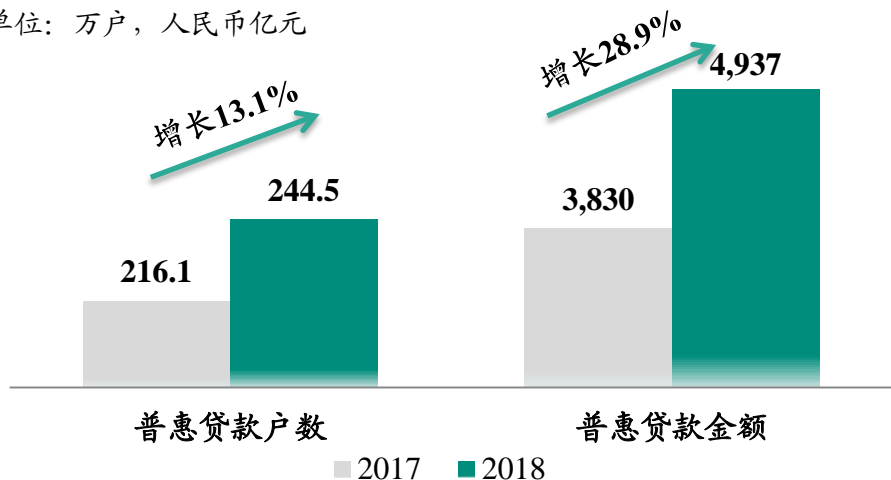
■ 2017 ■ 2018

普惠金融：切实履行社会责任

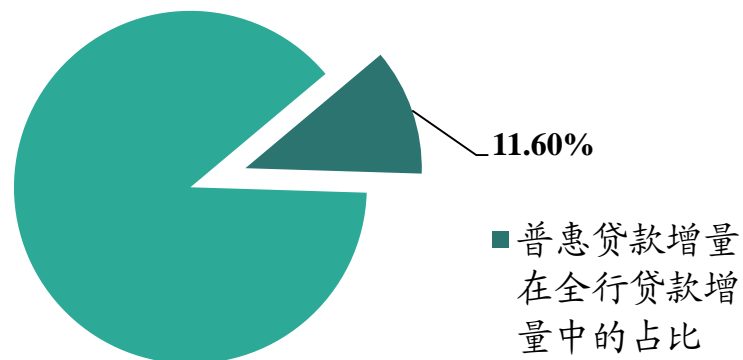


银保监会监管口径普惠金融贷款快速增长

单位：万户，人民币亿元

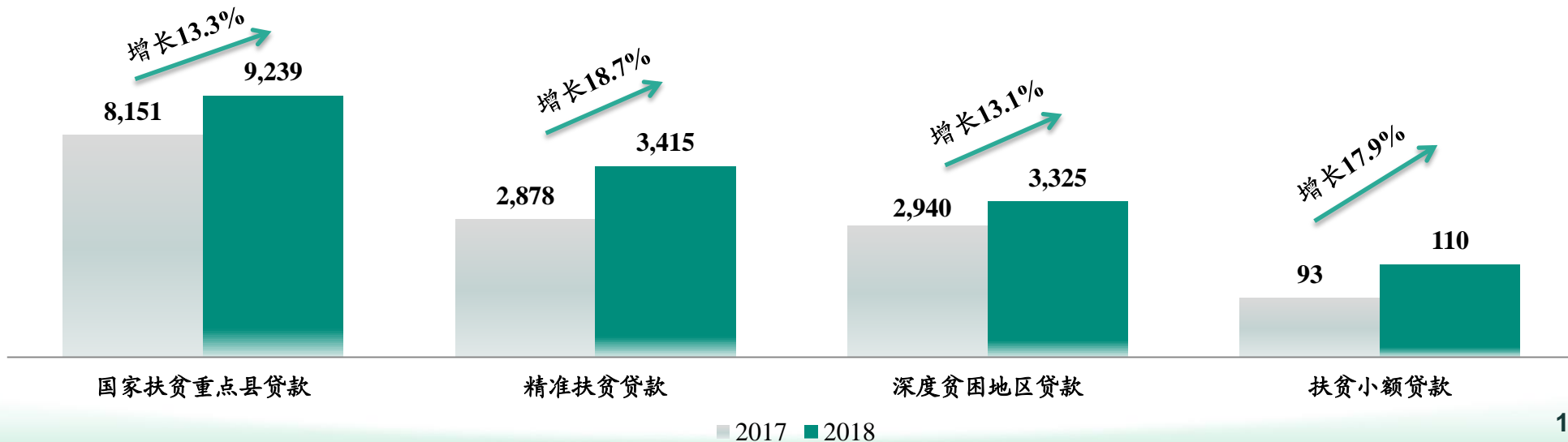


普惠金融贷款增长达到央行定向降准二档要求



金融扶贫扎实推进

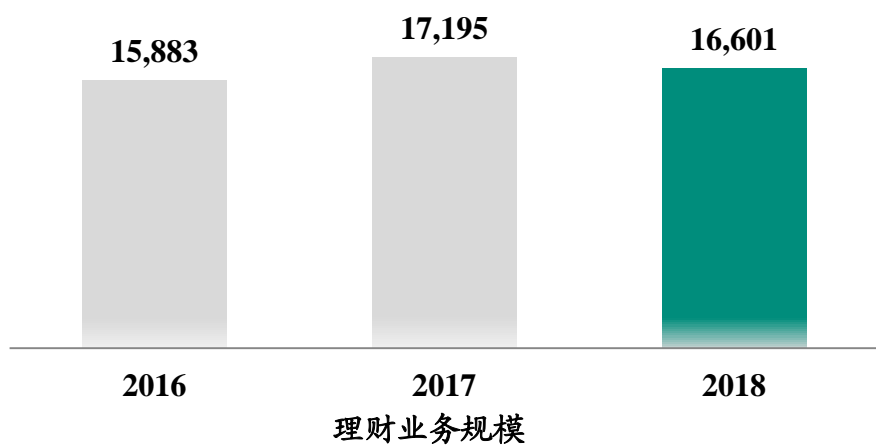
单位：人民币亿元





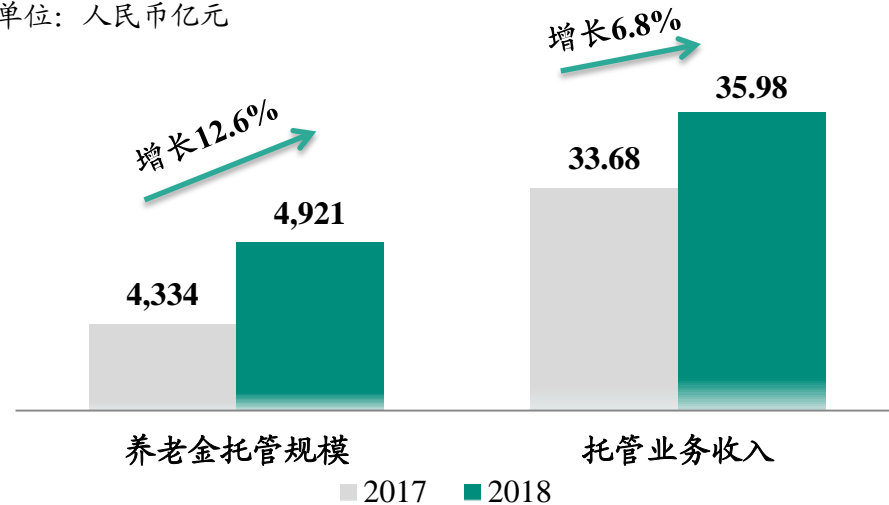
理财业务（不包括结构性存款）

单位：人民币亿元



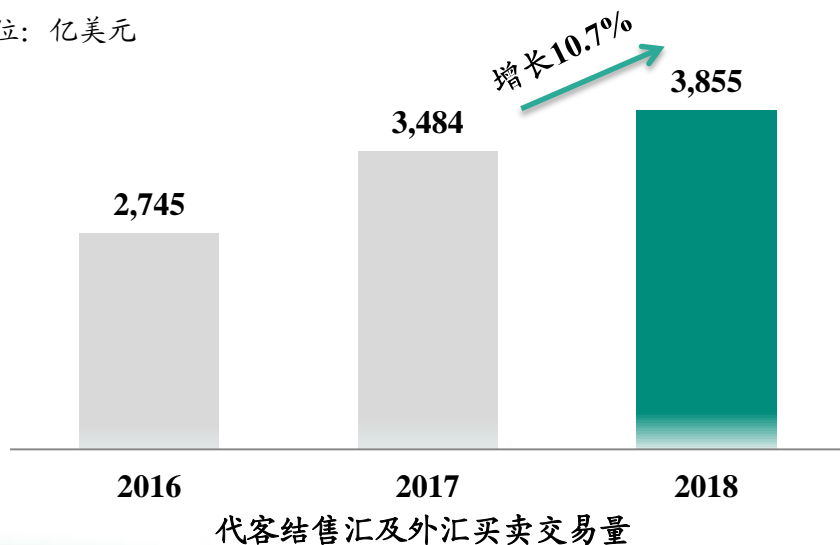
托管业务

单位：人民币亿元



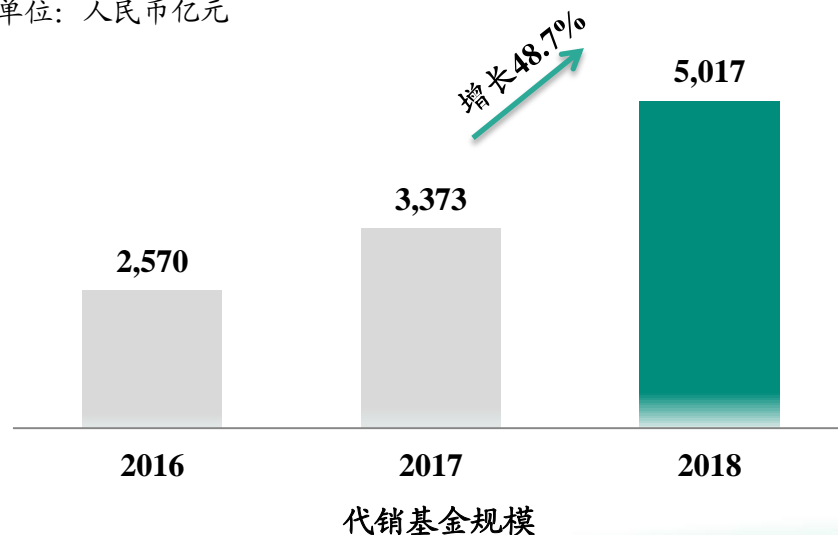
代客资金交易

单位：亿美元



代销基金

单位：人民币亿元



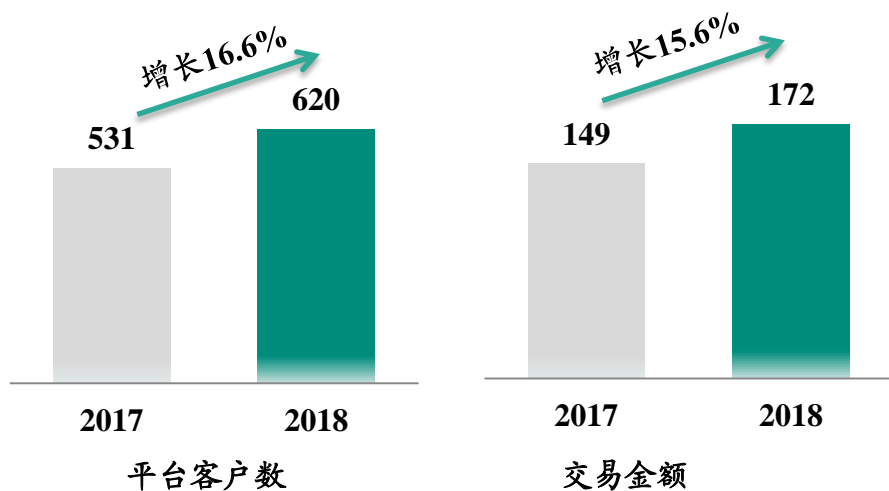
注：包括代客即期结售汇及外汇买卖交易量、远期和掉期结售汇及外汇买卖签约量



网络金融：价值创造能力不断增强

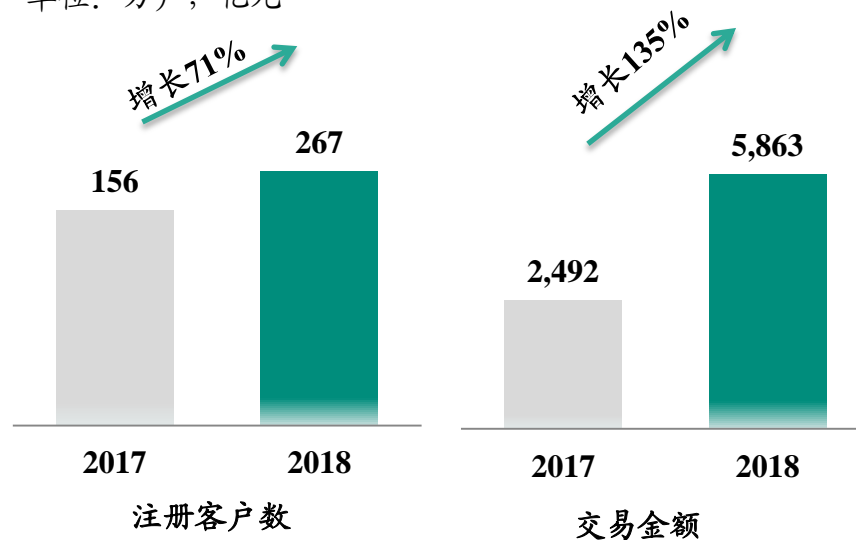
企业金融服务平台

单位：万户，万亿元



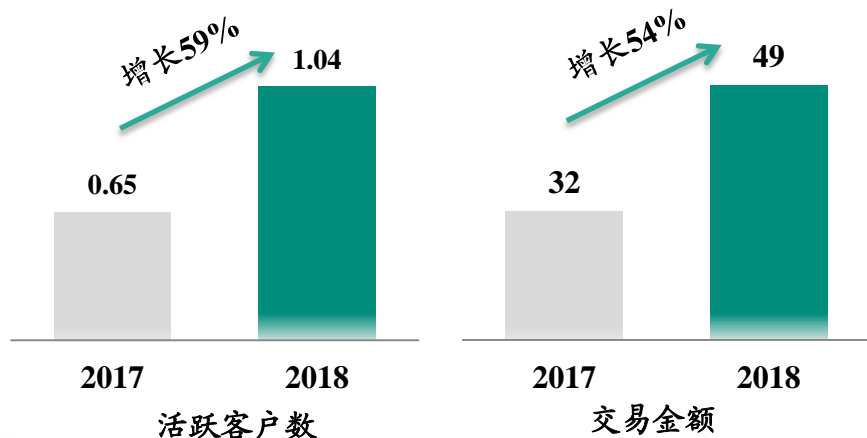
惠农e通平台

单位：万户，亿元



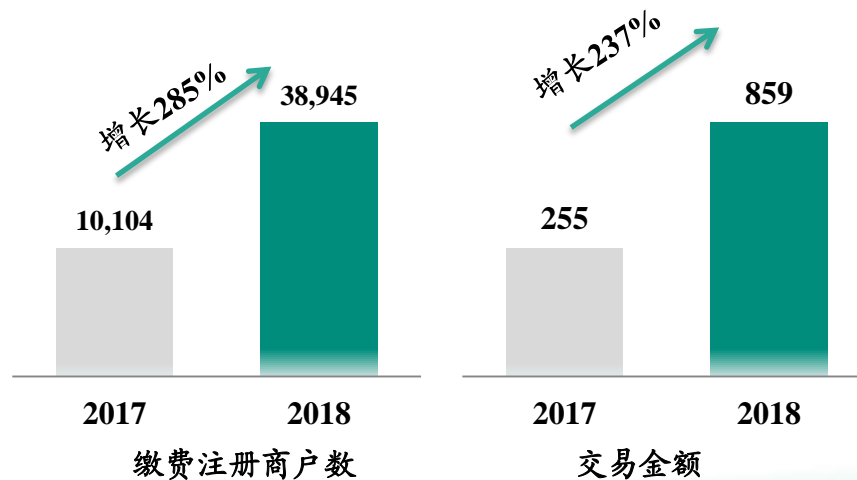
掌银活跃客户数突破1亿户

单位：亿户，万亿元



缴费业务发展迅速

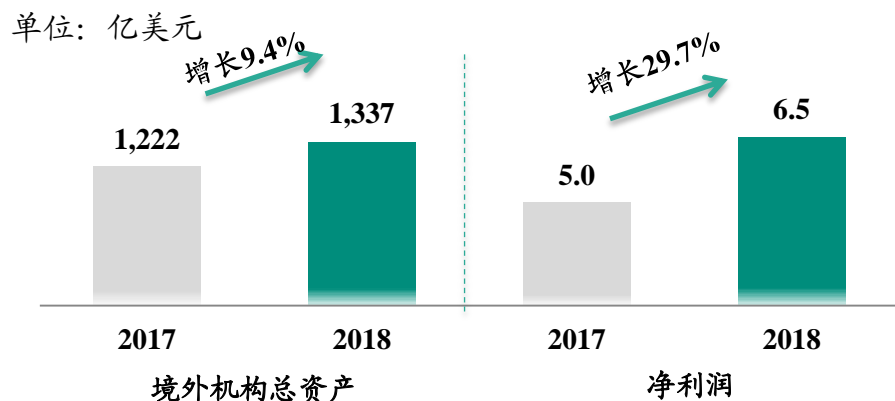
单位：户，亿元



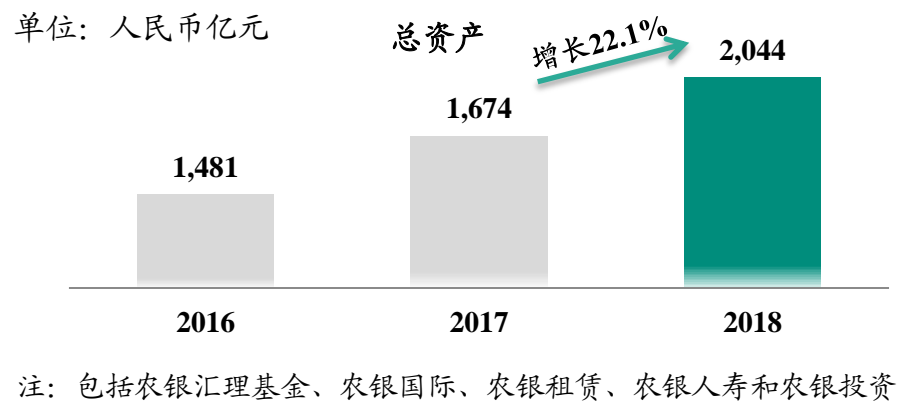


国际化及综合化经营：跨境跨业服务能力稳步提升

跨境金融服务能力增强



综合化经营子公司业务稳步发展



覆盖亚洲、欧洲、北美、大洋洲和非洲的网络体系基本形成

■ 欧洲地区

- 法兰克福分行 (2013)
- 英国子行 (2011) / 伦敦分行 (2017)
- 卢森堡子行 (2014) / 分行 (2015)
- 莫斯科子行 (2014)

■ 非洲地区

- 中刚非洲银行 (2015)

■ 美洲地区

- 纽约分行 (2012)
- 温哥华代表处 (2012, 升格分行中)
- 圣保罗代表处 (2017)

■ 亚太地区

- 香港分行 (1995)
- 农银国际控股有限公司 (2009)
- 农银财务有限公司 (1988)
- 新加坡分行 (1995)
- 首尔分行 (2012)
- 迪拜DIFC分行 (2013) / 迪拜分行 (2016)
- 东京分行 (2013)
- 悉尼分行 (2014)
- 河内分行 (2017) / 河内代表处 (2012)
- 台北代表处 (2015)
- 澳门分行 (2017)



财务表现



业务发展



2019年工作举措



- 1 优服务
- 2 防风险
- 3 抓改革

- 4 谋创新
- 5 补短板
- 6 促转型

服务实体经济

- ◆深化金融供给侧结构性改革：加大信贷投放和结构调整力度，服务好国家重大战略和制造业高质量发展。
- ◆落实农业农村优先发展要求：提升“三农”金融服务普惠性和专业化水平。
- ◆深入推进脱贫攻坚金融服务
- ◆做优做强民营、小微、消费及民生等领域的金融服务：加快产品和服务模式创新，开发个性化、差异化、定制化产品序列。

严控金融风险

- ◆稳定和提升信贷资产质量：坚持从严治贷，严格风险分类，做好地方政府隐性债务、集团客户、房地产等重点领域信用风险治理。
- ◆开展不良资产处置攻坚：聚焦重点、创新手段，加快存量不良贷款处置。
- ◆加强金融市场动态监控，严防风险衍生和共振。

持续深化改革

- ◆全面实施分层管理：在一级分行、省会城市行和县支行全面实行分类管理和考核，加大放管服力度，实施精准化授权和机制重塑，提升资源配置效率。
- ◆全面抓实科技与产品创新管理体制改革：推进新一代IT技术架构建设，探索敏捷研发模式，强化数据支撑能力。
- ◆做强直营机构的市场化经营能力。

强化创新驱动

- ◆加快推进零售业务与网点战略转型落地：不断提升零售业务的移动化、场景化、智能化水平，加快网点智能化、轻型化改造以及线上线下远程渠道创新融合。
- ◆深入推进流程创新：推进客户旅程再造。顺应金融服务线上化趋势，推出更多线上化投资、融资、支付结算产品。

全面推进数字化转型

- ◆按照“互联网化、数据化、智能化、开放化”的思路，推进产品、营销、渠道、运营、风控等全面数字化转型和线上线下一体化深度融合，着力打造客户体验一流的智慧银行、“三农”普惠领域最佳数字生态银行，努力“再造一个农业银行”。



谢谢!

Q&A