

8月17日晚间，平安银行公布了其2022年上半年业绩报告。2022年上半年，平安银行实现营业收入920.22亿元，同比增长8.7%；净利润220.88亿元，同比增长25.6%；截至2022年6月末，平安银行资产总额51,087.76亿元，较上年末增长3.8%，不良贷款率1.02%，与上年末持平。

根据报告显示，2022年上半年，平安银行零售业务实现营业收入514.02亿元，同比增长4.4%，在全行营业收入中占比为55.9%；零售业务净利润110.65亿元，同比下降5.6%，在全行净利润中占比为50.1%。同时，平安银行深化信用卡存量客户经营，上半年信用卡循环及分期日均余额较去年全年增长20.1%，带动信用卡收入实现较快增长。

截至2022年6月末，平安银行信用卡流通卡量达7,080.11万张，较上年末增长1.0%。通过MGM模式（客户介绍客户）发卡108万张，在新发卡量中占比为27.2%。



(图二)：平安银行信用卡应收账款余额

2022年上半年，平安银行信用卡总交易金额17,903.06亿元，主要受疫情影响，同比下降 1.2%。



(图四)：平安银行信用卡不良贷款率

2022 年上半年，平安信用卡深耕车主客群的生态化经营，聚合平安集团内车生态资源，进一步完善以加油权益为主，洗车、停车、充电、保养权益为辅的一站式全方位车生态经营体系；2022 年 6

月末，平安银行核心车主类信用卡流通卡量超 2,600 万张，占流通卡总量占比达 36.7%。针对年轻客群，平安信用卡创新升级“平安悦享”白金信用卡，基于“卡权分离”模式打造特色权益平台，让用户自由进行权益搭配，同时聚焦年轻客群消费场景，充分满足年轻人多样的消费及权益需求。针对财富客群，

平安信用卡推出了“平安私人银行信用卡”，为私行财富客户个性化定制额度及权益券；同时，推出高尔夫系列权益并打造高端客户经营平台，持续完善财富客群权益经营体系。

场景化经营方面，推进场景布局，促进生态化发展。口袋商城经营方面，加强积分场景搭建及联动，打造基于用户行为的“千人千面”商城内容。外部战略合作方面，通过与多家头部企业在消费场景、支付领域开放合作，推动共同经营、共建生态；例如平安信用卡深化与“京东京喜”品牌合作，推出“平安银行京喜白金信用卡”，2022年上半年发卡超50万张。

绿色金融方面，首发双卡碳账户平台，打造绿色金融品牌。2022年5月，在平安口袋银行APP上线全国首个借信双卡碳账户平台“低碳家园”，2022年6月末，该平台已纳入17种绿色行为。用户可通过科学的碳减排核算模型累计个人碳资产，通过绿色行为获得绿色能量，进而兑换真树等绿色权益。除了以资源投入来引导社会践行低碳理念和公益善念，平安信用卡还与监管机构合建个人碳账户的全国标准，助力个人碳账户的有序发展。此外，平安信用卡于2022年5月发行“小鹏”联名信用卡，服务由新能源车场景向生活场景和环保场景延伸，融合畅想优行、低碳环保、品质生活三大价值主张，并通过绿色行为实现与碳账户的联动。

智能化服务方面，强化数据驱动，提升客户体验及经营效益。一是依托信用卡A+新核心系统能力建设，助力智能化新模式突破，上半年快速研发了“惠花惠赚”“额度融合”“实时复额”等多个创新产品；二是优化智能语音中台，驱动智能化运营，2022年6月末，平安银行智能语音中台已渗透到944个业务场景，上半年外呼规模2.58亿通，同比增长141.1%；三是依托领先科技持续升级队伍展业模式，基于NFC（近距离无线通信）技术实现客户仅用手机设备即可完成办卡，开户时长大幅缩短，有效提升客户体验。

（备注：本文根据平安银行公开发布的2022年半年报整理而来，更多银行年报信用卡信息解析和上市银行信用卡数据盘点，稍后奉上。）