

18日晚南京银行披露半年报，拿出一份好于市场、好于预期的“中考”成绩单。19日，南京银行通过线上形式召开业绩说明会，重点战略、大零售、网点扩增……会上的几个关键词，透露出该行对未来的持续发展充满信心。

大零售战略布局成效显现

以客户为中心，2020年，南京银行启动大零售战略2.0改革。到今年6月末，大零售战略2.0转型成效显著，对全行的贡献度正在快速提升：零售客户规模超过2200万户，中高端客户数增长显著，客户结构不断优化。零售营业收入超过42亿元，同比增长34%多，占全行营业收入的1/5强。同时，零售贷款的不良率0.86%，比年初下降了0.04个百分点。采用敏捷开发模式打造的数字信用卡N Card，自3月初正式对外发布以来，目前累计发卡量已超40万张，这种发卡速度前所未有的，在信用卡领域初步实现了“换道超车”。

下一步的大零售战略如何发力？业绩说明会上提到了一个重点是推进私人银行业务改革。18日南京银行的第九届董事会第七次会议，审议通过了一个议案——正式设立私人银行部。南京银行所在的经营区域，是高净值客户最集中的地方，拥有广阔的市场空间。在该行看来，私行业务客户处在零售客户分层的最顶端，也是零售与对公、投行、资管业务协调发展的交叉点。因此全行将全面布局、深化改革，构筑私人银行业务发展新高地，努力打造“个人资产配置中心”“利润中心”“公私联动中心”三大中心，实现“私行创利”的战略目标。

未来两年计划网点大增

值得关注的是，还有一项议案也在九届董事会七次会议上获得审议通过，即《江苏省内分行机构发展规划（2022-2023）》。根据该规划，预计至2023年末，南京银行营业网点将比2020年末新增50%，即100家，总量达到300家！在大银行纷纷缩减物理网点的当下，南京银行此举有着深刻的战略意图。

从同业对比情况看，南京银行目前网点数量202家，在长三角万亿以上规模城商行中最少，而网均产能始终处于同业领先地位。此次的网点大增计划，将使该行网点数量的差距变成增长的空间。

南京银行行长林静然表示，这是更好践行大零售和交易银行两大战略的重大举措。铺设物理网点就是增加渠道，下沉服务，更好地支持实体经济，近距离地向所在区域和社会提供优质金融服务。这也是南京银行所在区域位置决定的，江苏是全国的经济大省、制造业大省、金融大省，多项国家战略叠加，资源禀赋得天独厚，为该行提供了难得的发展机遇和时代红利。

据南京银行介绍，该行有成熟的网点建设模式和运作机制，现在推广网点单点产能高、产出大、人均创利高的模式，如果未来在新增的100个网点复制成功，将成为该行2-3年的又一重要战略增长点、发力点和支撑点。

编辑：程阔