

党建引领聚合力 拔除杂草我先行

为增强基层党支部的凝聚力和战斗力,发挥党员先锋模范作用,日前,建行淮南市分行党支部及市文明单位支行党支部联合开展了“党建引领聚合力 拔除杂草我先行”主题党日活动,对团结巷内的杂草进行了彻底清理。

活动中,15名党员同志领取了手套、小铲子后就迅速分散到自己负责的区域麻利地干起来了。大家充分发扬不怕脏、不怕苦、不怕累的精神,撸起袖子、甩开膀子,谁也不甘落后,抢在前、干在前,动作干净利落,手起

手落间,大把大把的树枝杂草飞快地堆成了“小山”,尽管累弯了腰,蹲麻了腿,身上沾满泥土也毫不在意。经过一个多小时的埋头苦干,建行老办公区水泵房恢复了往日平整的模样。

党员们抹抹头上的汗珠,看着辛苦了一上午的劳动成果,感受着劳动的愉悦。大家纷纷表示,这样“沉浸式”的劳作体验,增强了党员身份意识,党员们用身体力行传递着奉献精神,让庄严的党旗在风中高高飘扬。

本报通讯员报道

5家银行信用卡发卡量过亿! 多家不良率有所上升



中国证券报记者根据上市银行2022年年报不完全统计,截至2022年末,已有工商银行、建设银行等5家银行信用卡累计发卡量超过1亿张,交通银行、平安银行等5家银行发卡量也超过5000万张。2022年,兴业银行、邮储银行新增发卡超600万张。

需要关注的是,在发卡量增加的同时,部分银行信用卡不良率有所上升。对此,上市银行表示,这与信用卡行业资产质量整体承压,信用卡违约金额出现超预期增长有关。预计短期内信用卡风险仍将承压,后续如经济逐渐企稳,信用卡风险将存在一定的回落空间。

10家银行发卡量超5000万张

上市银行年报数据显示,截至2022年末,共有10家银行信用卡累计发卡量(部分银行统计口径为流通卡量)超过5000万张,均为国有行和股份行。

具体来看,工商银行、建设银行、中国银行、中信银行、招商银行发卡量超1亿张,分别为1.65亿张、1.40亿张、1.38亿张、1.07亿张、1.03亿张;交通银行、平安银行、民生银行、兴业银行、浦发银行超5000万张,分别为7450.83万张、6899.72万张、6817.31万张、6630.42万张、5133.16万张。

从全行业来看,与2021年末数据相比,多家银行信用卡累计发卡量实现增长。其中,民生银行增长6.07%,兴业银行增长11.06%,浦发银行增长5.98%,中信银行增长5.21%,邮储银行增长3.04%。

年报显示,2022年兴业银行信

用卡新增发卡660.41万张;邮储银行新增发卡636.17万张,年末累计发卡量达4282.33万张;民生银行信用卡新增发卡390.43万张,同比增长50.32%。

部分银行不良率上升

信用卡交易额方面,股份行排名靠前。其中,招商银行2022年信用卡交易额达4.84万亿元,居于首位。平安银行、交通银行信用卡交易额均超过3万亿元,分别为3.39万亿元、3.06万亿元。此外,建设银行、中信银行、兴业银行、光大银行、民生银行、浦发银行、工商银行均超过2万亿元。

对比2021年数据来看,多家银行2022年信用卡交易额同比实现正增长,浦发银行增长9.11%、兴业银行增长5.19%、浙商银行增长4.79%、邮储银行增长3.21%。但也有部分银行出现下降,如中国银行信用卡消费额1.47万亿元,同比下降6.02%。

需要关注的是,部分银行出现信用卡贷款不良率上升的情况。截至2022年末,招商银行信用卡不良率1.77%,较2021年末上升0.12个百分点;平安银行不良率2.68%,较2021年末上升0.57个百分点;兴业银行不良率4.01%,较2021年末上升1.72个百分点;邮储银行不良率1.95%,较2021年末上升0.29个百分点。

“逾期贷款指标较上年末小幅上升,主要原因是信用卡逾期增加较多。”兴业银行分析,2022年,部分信用卡持卡人收入水平和还款能力下降,同时催收作业人力和方式严重受限,催收成效受影响较大,信用卡业务逾期和不良增加。

还有分析人士表示,这与部分逾期认定标准调整有关。据了解,2021年四季度起平安银行应监管要求调整信用卡逾期认定标准影响,新户逾期率有所上升。2022年1-7月发放的信用卡贷款逾期率高达0.53%,而2019年、2020年、2021年该数据分别为0.36%、0.19%、0.38%。

招商银行表示,预计短期内信用卡风险仍将承压,后续如经济逐渐企稳,信用卡风险将存在一定的回落空间。针对新户逾期率增长的情况,平安银行表示,已主动收紧贷前策略,增加优质额度投放,同时加大贷后催收力度,持续改善新户品质。

来源:中国证券报

学习二十大 精彩在路上

日前,建行淮南市分行举办“学习二十大 精彩在路上”员工健步走活动。市分行领导班子及职工代表共计200余人参加了活动。

当天早上,大家早早齐聚在美丽的银杏林外,青年员工的诗朗诵和大合唱将活动拉开序幕。本次活动从银杏林西侧进入环山路,沿环山路向西到达梅园。全程近5公里,行进时间约为一

个半小时。大家统一着装,高举活动旗帜,个个精神抖擞,活力四射,成为一道亮丽的风景线。徒步过程中还设置了跳绳、拔河比赛,比赛结束后,行领导对获奖的小组颁发精美奖品。

健步走活动历时虽短,却十分精彩,充分体现了建行淮南市分行“快乐工作、健康生活”的理念。

本报通讯员报道

新华保险连续9年入选 全球最具价值保险品牌前50强

日前,知名品牌价值评级机构Brand Finance发布了“2023全球最具价值保险品牌100强排行榜”,新华保险凭借稳健的经营发展和良好的品牌口碑,连续9年进入榜单前50强,位列第33位。

2022年,新华保险保持了稳健的市场地位,总资产超1.25万亿元,较上年末增长11.3%,实现保费收入1631亿元,归属于母公司股东的净利润为98亿元,偿付能力充足,品牌影响力不断提升。

弘扬新华精神 彰显家国情怀

以“为社会增添和谐安宁的力量”为公司使命之一,新华保险扛稳国企责任,在积极服务国家战略、服务实体经济的过程中,促进保险专业属性和社会价值的统一,使社会责任成为公司最有力的品牌名片之一。

截至2022年末,新华保险服务实体经济投资规模超7000亿元;服务绿色发展战略领域投资规模超147亿元;助力乡村振兴,向定点帮扶地区累计投入各类帮扶资金超1500万元;积极参与公益和慈善,2022年公益捐款捐物约1907万元,向环卫工人累计捐赠保额超4112亿元。

兑现保险责任 提升客户体验

金杯银杯不如客户的口碑。新华保险围绕客户全生命周期保障需求,持续丰富和完善产品及服务体系。截至2022年底,公司个人客户达到3300多万名。

秉持“快理赔、优服务”的品牌特色,2022年,公司赔付客户313万人次,赔付总金额135亿元。在各类重大灾难事故发生后,新华保险第一时

间通过媒体公布应对举措,当好社会稳定器,2022年累计启动重大突发事件应急响应80次。

公司还面向不同客户全新推出健康体检、看病就医、预防改善等种类丰富的专属健康管理增值服务,满足客户多元化需求,全方位守护客户健康。

促进产业协同 发挥品牌联动

新华保险坚持以寿险为主体、以财富管理和康养协同为两翼的“一体两翼”发展战略,深化寿险、康养、财富管理全产业联动,共塑新华品牌。

在康养产业方面,目前已经形成“康养综合社区+照护医养社区+休闲旅居社区+健康管理中心”的全功能康养服务体系,为客户提供康养、医养、旅居、健康管理一体化的全生命周期服务。

在财富管理方面,公司投资资产逐年快速提升,2022年末达到1.2万亿元,新华资产受托第三方资产管理规模达4796亿元,较2021年同比增长48%。

传递新华声音 讲好新华故事

近年来,新华保险积极构建全媒体传播体系,传播新华正能量,传递新华好声音,品牌传播日渐深入人心。目前,公司官方自媒体矩阵已覆盖微信、今日头条、抖音、视频号、微博等多个主流平台,年阅读量/播放量超千万。

公司在内容建设上坚持扎根基层,开展“连线一线”“理赔案例”等品牌栏目,挖掘出大批高质量的故事素材,并充分利用各平台优势资源,统一策划、多元发布,实现传统媒体与新媒体的内容融合、优势互补,为公司营造良好的舆论环境。

本报通讯员报道