

价值银行战略驱动高质量发展 中信银行服务实体经济有力有效

3月26日晚间,中信银行股份有限公司(以下简称“中信银行”)披露2024年度业绩报告。报告显示,2024年,中信银行认真贯彻党中央、国务院决策部署和监管各项要求,全面做好金融“五篇大文章”,深入实施新三年发展规划,推进“五个领先”银行建设,取得良好经营业绩,向上向好的发展态势进一步确立和巩固。

经营向上向好 服务实体经济提质增效

经营业绩向上向好,净利润稳健增长。报告期内,中信银行实现营业收入2136.46亿元,比上年增长3.76%;其中实现利息净收入1466.79亿元,比上年增长2.19%,实现非利息净收入669.67亿元,比上年增长7.39%;实现归属于本行股东的净利润685.76亿元,比上年增长2.33%。

数据显示,2024年,中信银行资产质量总体平稳,风险抵御能力不断增强;资产负债规模平稳增长,业务结构进一步优化。报告期内,中信银行将落实国家战略与信贷结构调整有机结合,持续加大对实体经济重点领域和薄弱环节信贷投放力度,不断深化客群经营,信贷结构持续优化。截至报告期末,绿色信贷、战略性新兴产业、制造业中长期、普惠小微和民营经济等实体经济重点领域:

贷款余额分别为	增幅分别为
6005.65亿元	30.84%
6439.54亿元	21.07%
3006.13亿元	16.26%
5998.25亿元	10.04%
13473.28亿元	8.13%

坚守初心使命 胸怀“国之大者”引领方向

2024年,中信银行坚持把做好金融“五篇大文章”作为首要任务,不断提升服务实体经济质效,为建设金融强国贡献重要力量。

科技金融积极融入国家科技创新战略链条和现代化产业体系建设,科技企业的覆盖广度和服务深度不断拓展。截至报告期末,该行科技企业贷款余额5643.72亿元,较上年末增长19.34%;服务前5批国家级“专精特新”企业8246户,较上年末增加1640户。绿色金融紧扣绿色行业、绿色客户、绿色产品和绿色服务“四绿”主线,构建多元化绿色投融资体系。截至报告期末,绿色信贷余额达到6005.65亿元,增速30.84%;其他绿色金融业务亦持续稳步推进,如发行境内绿色金融债券200亿元、承销绿色债务融资工具规模144.81亿元。普惠金融专业化体制机制持续完善,“中信易贷”产品货架不断丰富,截至报告期末,该行小微企业贷款余额16558.63亿元,较上年末增加1906.06亿元;有贷款余额客户数32.86万户,覆盖近80%国民经济行业。养老金融满足居民多样化养老需求,服务银发经济发展,不断优化“幸福+”养老金融服务体系,首创并迭代“幸福+养老账本3.0”累计用户达503.55万户;截至报告期末,养老金融托管规模突破5000亿元。数字金融锚定“普及大众,慧至于人”的发展理念,坚持走“AI+金融”的发展路径,聚焦零售业务数据化、生态化、个性化和智能化的能力升级,覆盖全量客户经营,用数字化方式,打造惠及人民的普惠性财富管理。

保持战略定力 聚焦“五个领先” 形成发展特色

2024年是中信银行新三年发展规划的开局之年。报告期内,该行纵深推进“五个领先”银行战略,打造有特色、差异化的中信金融服务模式。

“领先的财富管理银行”深入推进体系能力建设,强化营收驱动,零售管理资产余额及对公财富管理规模稳步增长。截至报告期末,理财产品规模近2万亿元,较上年增长超15%。“领先的综合融资银行”着力推进生态圈建设,深化债券“承销+投资+交易”全链条机制,债务融资工具承销创9600亿市场纪录;延伸拓展股贷联动价值链,资本市场业务保持同业领先。“领先的交易结算银行”全面实施“三大工程”,基建支撑力、产品驱动力和场景服务力进一步提升,交易结算金额、活跃客户数持续增加。“领先的外汇服务银行”推出“信外汇+”跨境综合金融服务体系,全国首批落地多功能自由贸易账户,跨境电商平台金融服务巩固行业领先地位。“领先的数字化银行”聚

焦管理数字化、经营数字化和运营数字化三大重点领域,一体化统筹推进企业级数字化体系和能力构建,加速推动数字化嵌入全行发展DNA。

值得一提的是,近日发布的《Brand Finance 2025年全球银行品牌价值榜》显示,中信银行以品牌价值169.5亿美元、一年之内增幅达27.2%的亮眼成绩,成为“中国内地银行品牌价值增幅第一的金融机构”,蝉联全球第19位,位列中国银行业品牌价值榜第7位、较去年上升1名。

中信银行相关负责人表示,2025年是国家“十四五”规划实施的收官之年,该行将始终心怀“国之大者”,坚定服务国家战略,深化做好金融“五篇大文章”实施成效,攻坚“五个领先”银行建设,持续落实稳息差、稳质量、拓中收、拓客户“四大经营主题”,加强成本管控,进一步锻造稳健、均衡、可持续的市场竞争力,为全面完成新三年规划目标和实现世界一流银行发展愿景奠定坚实基础。 春婷

邮储银行银川市分行多举措筑牢存款安全防线 守护群众“钱袋子”



通过互动交流宣传金融知识。

为深入贯彻落实《存款保险条例》,提升公众对存款保险制度的认知度,近期,邮储银行银川市分行紧扣“3·15”金融消费者权益保护教育宣传活动节点,创新构建宣传矩阵,通过立体化、精准化、常态化宣传模式,实现存款保险知识普及“广覆盖、深渗透、强互动”,切实筑牢金融安全防线。

构建长效机制 凝聚宣传合力

该分行成立专项领导小组,制定《存款保险宣传实施方案》,将宣传工作纳入网点绩效考核体系。通过“线上+线下”双轨培训机制,组织全员学习《存款保险知识应答手册》,开展情景模拟演练,建立“网点+社区”结对机制,形成网格化宣传格局。

深耕网点阵地 打造沉浸式体验

该分行全辖15个支行统一设置“存款保险知识角”,配置标准化宣传物料,包括宣传折页、互动问答手册等;创新推出“厅堂微沙龙”特色服务,利用业务办理间隙开展“存款保险知多少”互动活动;在ATM机、智能柜台等设备界面嵌入存款保险提示牌,实现服务流程全覆盖。

延伸宣传触角,深化重点场景覆盖

除网点主阵地宣传外,该分行积极拓展多元化宣传场景,深入公园、社区、商圈等人员聚集区域开展存款保险知识普及活动:在公园,向休闲散步的市民发放宣传资料,结合案例讲解存款保险制度如何守护“钱袋子”;在社区,工作人员走进活动长廊、休闲广场,为居民特别是老年群体细致介绍存款保险的保障范围、偿付限额等知识,耐心解答他们对存款安全的疑虑;在商圈,针对商户和过往行人,通过互动交流的方式讲解存

款保险对账户资金的保障作用,让大家了解“存款有保障”的安心承诺。通过这些延伸场景的宣传,将存款保险知识送到公众身边,进一步提升了社会公众对存款保险制度的认知,增强了金融消费信心,让更多人感受到金融服务的温度与保障。

下一步,该分行将持续创新“金融+文化”“线上+线下”宣传模式,打造“有温度、有深度、有广度”的存款保险宣传品牌,为维护区域金融稳定贡献力量。

春婷 文/图