

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-01

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会	<input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	美银美林、海通国际、M&G prudential、瑞银集团、高毅资产	
时间	2021年1月	
地点	重庆农商行总行会议室	
本行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.请问公司个人房贷和房地产房贷分别为多少？这次房贷新规对公司有什么影响？</p> <p>根据《关于建立银行业金融机构房地产贷款集中度管理制度的通知》（银发〔2020〕322号）要求测算，本行房地产贷款占比符合监管要求，个人住房贷款占比达标压力不大，该政策对本行整体影响相对较小。在推进“国内国际双循环”和“房住不炒”的背景下，本行将积极把握成渝双城经济圈建设机遇，不断优化贷款结构，加强行业组合管理和限额管理，加大基建、智能制造、小微、绿色、消费等行业及板块业务发展，促进全行贷款业务持续稳健发展。</p> <p>2.贷款投放的策略如何？包括对公和零售贷款的结构以及整体的增长规划？</p> <p>近年来，本行不断优化资产负债结构，加大贷款投放，贷款和零售贷款占比不断提升，2021年本行将依然保持战略转型定力，加大贷款投放，预计贷款增量不低于去年。从贷款结构看，按照“零售立行”战略导向，本行进一步加大个人贷款投放，加快推动“线上+线下”业务协同发展，在获客场景、网络化的服务渠道和整合化的运营服务方面进行突破；对公业务方面本行将聚焦大基建、先进</p>	

<p>制造业民生保障类业务。本行将继续围绕成渝地区双城经济圈、长江经济带、西部陆海新通道等战略机遇，重点发展轨道、高速、机场、港口等大基建板块，加大对新能源汽车及产业链、智能制造、生物医药、高端装备制造、新兴科技等领域投入，同时持续加大对医疗、教育、养老、水电气供应等民生领域的信贷支持。</p>
--

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-02

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会	<input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	高毅资产、易方达基金、汇添富基金、博时基金、招商基金、国泰君安、银华基金、阳光资管、人寿资管、天风证券、中信建投、建信养老、山石基金、中金公司、大成基金、复星集团、平安资管、招商证券、正圆投资	
时间	2021年5月	
地点	渝农商行总行会议室	
本行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干	
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.一季度对公贷款主要投向了哪些领域，后续项目储备是否充足？</p> <p>一季度，对公贷款主要投向了制造业、民生、基建、绿色信贷等领域，项目储备量较为充足，主要集中在基建领域。在一季度公司贷款投放进度较快的情况下，原储备客户的信贷需求体现出阶段性“满足”。</p> <p>2.公司财富管理业务未来的发展规划是怎样的？</p> <p>作为重庆本地最大的金融机构，我行在致力于在提供各类专业金融服务的同时，结合重庆地方经济特色，为客户提供丰富的权益服务体系，探索具有我行特色的财富管理体系。未来我行将对客户分层、分类、分群进行标签化管理，围绕客户全生命周期各个阶段的不同金融需求，从保险、理财、基金、信托等金融产品和法律、税收、医疗等权益产品为客户提供全方面服务。</p> <p>3. 2020年小微户均规模约61万（和大行小微户均接近），新发放贷款利率5.67%（高于大行），面对大行小微业务常态化发展，</p>	

贵行如何应对竞争？

一是守好阵地。目前我行客群与大行相近，客群存在一定交集，主要的压力来自大行“掐尖”。我行避免与大行正面开展价格战，通过提高服务效率、增强客户体验、捆绑更多产品等方式，在额度、办贷效率、增值服务等方面做的更加细致到位以应对大行竞争。

二是继续下沉。我行小微客户数量众多，在目前的客群之下还有着广阔的拓展空间，而且，针对这些客户银行无法通过大数据、互联网技术获取全信息进行数字画像，必须依靠人员现场调查才能有效营销和控制风险，这是大行触碰不到而我行所擅长的领域，我行在重庆本地的网点、人员深耕优势是其他银行无法比拟的。我行要充分发挥自身优势，通过金融科技赋能，继续下沉目标客户群体，与大行实行错位经营。

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-03

投资者关系 活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会	<input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	华泰证券、中金公司、嘉实基金、中信证券、花旗集团、平安资产、国寿安保	
时间	2021年6月	
地点	渝农商行总行会议室、成都、北京	
我行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干	
投资者关系 活动主要内容介绍	<p>1. 贵行对2021年息差展望？</p> <p>今年，受2020年新发放资产重定价影响，资产端收益仍面临下行挑战，但随着经济逐步好转，货币政策稳字当头，我行将持续推进业务结构调整和不断提升定价管理能力，力争净息差维持稳定。</p> <p>资产端，一是将继续加大贷款投放，把握长江经济带、成渝地区双城经济圈建设机遇，加大重大战略和重点项目支持力度；二是稳步提升零售小微贷款占比，贯彻落实“零售立行”战略导向，坚定做小做微定位，加强线上小微业务创新，持续深化银政担合作，做深做透本地小微市场；同时以场景化营销为依托，加大消费贷款投放。三是合理摆布资金业务结构，加强利率走势研判，注重提升资金效益。四是持续提升风险定价管理能力，不断强化各类成本及收益精细化计量水平，完善差异化定价策略。</p> <p>负债端，一是发挥传统优势，稳定存款增长。将持续发挥渠道、人员及产品优势，继续巩固重庆地区的份额领先优势。二是继续巩固存款付息成本优势。对存款结构采取更加精细化的管控措施，坚</p>	

持以客户为中心，构建功能产品、特色产品、场景产品的低中高“金字塔”产品定价体系，并匹配差异化存款产品开展精准营销，同时积极拓展财富管理业务提升活期存款沉淀，合理控制存款付息成本。三是择机优化负债结构。将结合业务发展需要，加强利率趋势预判，拓展多元负债，优化负债结构，稳定负债成本。

从目前业务发展情况看，整体是符合全年预期，逐季来看，一季度得益于贷款较快增长和存款量增价稳，净息差 2.26%，较年初上升 1BP。

2. 2021 年以来的信贷需求如何？

目前，我行各项贷款保持良好增长态势，信贷投放进度符合预期，且好于去年同期。从内部结构来看，公司贷款增长主要集中在基建类、制造业、绿色信贷等领域，零售贷款重点投向小微经营性、传统消费贷款和三方合作贷款，按揭贷款保持平稳增长。

3. 如何看待 2021 年存款市场竞争格局，将采取怎样的存款策略？如何应对存款定期率提升及存款成本上行的趋势？对于 2021 年存款增长及成本变化的预判？

近年来，“存款立行”理念进一步深化，银行间存款的竞争愈发激烈，但得益于我行客户群体特点和网点优势，我行各项存款保持稳健增长态势，存款市场份额及增量增长均保持重庆同业领先。为促进我行存款的持续稳健增长，我行围绕着“零售立行、科技兴行、人才强行”的发展战略，积极推进“BBC 生态圈”建设。一是持续丰富营销服务体系，立足重庆市当地实际，开展纳福迎春、纳凉消暑、纳秋丰收系列营销活动，不断丰富我行客户营销体系。二是持续完善产品体系，个人存款围绕着 BBC 生态圈创新打造“愉快车生活、愉快家生活、愉快美生活”等产品品牌，对公存款则充分发挥业务联动、重庆市最大金融机构优势，加强政府、居民的存款联动拓展。三是持续提升科技支撑能力，围绕着科技兴行的战略目标，不断加强科技投入，提升科技支撑能力，借助金融创新，通过不断完善我行个人 APP 和对公线上业务服务，进一步提升客户便捷性。

从存款期限结构来看，我行持续加强资产负债结构管理，主动加大存款结构调力度，通过综合运用加强存款配额管理、优化利率审批权限、强化监测预警分析、发挥 FTP 考核引导作用等措施，促进存款成本保持稳定，从目前看，管控效果良好，在促进了存款稳

健增长的同时，延缓了付息成本上升趋势，存款付息率保持上市同业较好水平。

预计 2021 年存款将继续保持稳健增长，保持重庆同业领先地位，存款付息率的上升趋势将有所放缓，继续保持上市同业较好水平。

4. 如何发挥贵行 BBC 金融生态圈的竞争优势并提升客户粘性？

在发展 BBC 金融生态圈过程中，我行充分发挥网点多的优势，首先做好网点周边商户的服务工作，向其提供支付、信贷、理财等各类金融服务，并通过“银行+商户”共同让利的模式，向到店客户、VIP 客户等发放商户权益券，为商户导流，商户利用自身流量优势为我行网点引流，形成双向引流、合作共赢的局面。

我行 BBC 金融生态圈是以“银行-商户-客户”为中心，本着共建、共享、共赢理念，结合我行优势，系统化、体系化推进的特色经营模式。我行在重庆市内拥有较强的核心竞争力，包括机构及网点数量、专业人员数量、商户资源等。面对银行、互联网等机构在商户支付和收单领域的大力布局，我行针对不同竞争对手，采取差异化的竞争策略。充分发挥我行“点多面广”的线下优势、在重庆地区的总部优势，以及客户资源、渠道资源等方面的优势，从产品竞争力、商户获客引流、金融产品支持等方面综合发力，发挥我行竞争优势，提高商户粘性。

举例：某支行结合自身特色以围绕网点周边做好“一个店、一条街、一个圈”的场景打造推出了系列特色商户服务场景，分理处以做好身边客户“菜篮子”服务为出发点，联合农贸市场管理办公室，携手打造“一元买菜”品牌满减活动，前后与多家商户达成合作，将支付结算场景与客户消费需求相结合，有力的推广了我行“渝快付”品牌，从而奠定了商户成为我行客户的基础。农贸市场服务场景的打造，既服务了存量优质客户又引流了社区新客户，既提高了客户使用我行支付产品的频率又为商户导流客源。随着活动的持续开展，和客流s的真实引流，前期观望的商户纷纷主动加入，提升了整个市场对我行“渝快付”产品的使用率。为进一步增加与商户的黏性，我行也积极为商户办理权益信用卡，让奖励机制带动商户更加积极地融入我行“渝快生活”。通过打造一个市场环境，一个服

务场景来满足消费者的需求，推动 BBC 金融生态圈的有序建立。

紧跟市场业态，了解商户需求，通过不同频率呈现不同服务内容，给客户带来定期权益分享，满足客户需求，如星期二美食节、星期四美妆节、星期五渝快换购节；建立“社区团购”线下模式，通过“直播”带货的方式，定期收集商户推荐爆款商品，私域流量精准定位，线上宣传紧跟网点、社区客户，给商户创造更多销售渠道。

5. 21Q1 净利润增速明显恢复，如何看待 2021 年全年利润增长的预期和驱动因素？

一季度，得益于我行各项业务的稳步发展，实现净利润 33.01 亿元，同比增长 4.98%。从全年看，预计经营业绩将稳步回升。主要得益于以下方面，从外部看，国内经济加快恢复，成渝双城经济圈建设逐步推进，重庆经济迎来较好的发展机遇。从内部看，围绕着“零售立行、科技兴行、人才强行”战略。一是持续推进资产负债结构调整，不断提升贷款和零售贷款占比、加强存款结构管控，稳定付息水平；二是不断提升定价管理能力，紧跟市场及时制定差异化定价策略，持续提高资产风险定价能力；三是持续挖掘非息收入增长潜力，紧跟客户综合化金融需求，通过中长期中间业务产品规划，细化制定拳头产品推出计划，配套过程考核，多措并举促进中间业务收入占比稳步提升；四是强化风险质量管控。优化统一授信额限额管控，实行差异化授信策略，加大智能监测手段运用，提升风险管控能力；五是不断夯实成本精细化管理能力，细化财务资源精准配置，持续加大科技投入，发挥财务资源杠杆作用。

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-04

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 其他
参与单位	华泰证券、中泰证券、华西证券、国盛证券、万家基金、银华基金、华创自营、南京证券、圆信永丰、太平养老、富国基金、光大保德信基金、高毅资产、中信资管、融通基金、国信证券、东方阿尔法基金、大成基金、太平基金、国寿安保，人保养老、Santa lucia、长江养老、星石投资、创金合信、华泰保兴、国君资管
时间	2021年7-8月
地点	渝农商行总行会议室、无锡
我行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.未来对公主要集中投放哪些方向？</p> <p>今年来，行业政策导向，重点支持大基建、绿色金融、乡村振兴和实体经济等领域。在房地产、城投平台信贷受限的情况下，未来我行将着重围绕双城经济圈，发展以交通为代表的基建领域，做深做实绿色金融，大力实施乡村振兴，支持制造业转型升级等。</p> <p>2.对于后续拨备计提力度的展望？</p> <p>我行对于拨备计提始终严格按照会计准则充足计提减值准备。在当前宏观经济稳定向好、我行资产质量下迁压力有所减弱的背景下，拨备计提的压力有所缓解，我行将继续坚持审慎原则，足额计提减值准备，保持良好的风险抵补能力。</p> <p>3.成渝双城经济圈升级战略对公司业务有哪些推动促进？</p> <p>为贯彻落国家重大战略部署，自2020年以来，我行积极对接市政府相关部门了解成渝地区双城经济圈建设规划，切实以实际金融</p>

服务支持成渝地区建设。截至目前，我行已向成渝地区交通互联、产业协同、科技创新、对外开放和民生保障等多个重要项目以及四川相关企业提供金融服务。同时，我行与四川地区金融机构积极开展交流合作，落实金融服务举措，巩固实体经济优势，提升金融辐射能力，为助推成渝地区双城经济圈建设提供更加强有力的金融支持，推动形成“成渝金融一体化”，共同打造西部金融中心。

4.零售信贷的摆布规划如何？零售信用卡的发展情况？后续发展规划如何？

近年来，我行坚定支农支小市场定位，践行“零售立行”战略，持续加大贷款尤其是零售贷款投放力度，零售贷款占比持续提升。截至2021年6月末，我行零售贷款占总贷款比重45.35%，较年初提升2.71个百分点，我行未来目标是缩小与零售标杆银行的差距（零售贷款占比突破50%），具体会综合考虑市场需求、项目储备、信贷资源等情况综合确定。

围绕全行“零售立行”战略，我行积极推进“BBC生态圈”建设，打造信用卡发展新模式，在生态建设、业务创新、品牌建设、系统建设等方面取得成效，各项业务稳步发展。我行持续推进生态圈建设，围绕“家、车、美”三大场景，构建十九大生态圈，打造以网点为中心，串联周边社区商户的多层级、多场景的开放金融服务生态圈。我行持续推进业务产品创新，推出“江渝信用卡·乡村振兴卡”“江渝信用卡·渝快车生活卡”等新卡种，上线信用卡“秒批秒用”功能，提高获客能力、提升发卡效率。我行持续推进品牌形象建设，以“区域化、特色化”发展为引领，丰富“江渝信用卡”及“渝快”系列金融产品，加大产品推广力度，提升我行信用卡品牌辨识度。我行持续提升金融科技水平，完成移动营销APP无纸化申卡，全面替代纸质申请模式；完成虚拟信用卡功能对接，虚实并存卡全面发卡；稳步提升自建核心系统服务能力，有序开展系统迭代，保障系统平稳运行。

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-05

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	华泰证券、中金公司、南方基金、博道基金、天风证券、星展证券、高毅资产、鹏华基金、华夏基金、华创证券、泓湖投资、美银美林、Santa Lucia、Ubs Asset Management、Segantii Capital Limited、Asset Management One Co.,Ltd、Sit Investment Associates Inc、California Public Employees Retirement System、Point 72
时间	2021年9月
地点	渝农商行总行会议室
我行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.上半年零售贷款增长较好，主要驱动因素有哪些？未来在消费金融、财富管理等重点方向的主要打法是如何规划的？</p> <p>面对个人住房按揭贷款的适度压降，我行年初适度调整战略规划，适当加大对消费信贷的支持与投放力度。一是在保持个贷中心、营业网点等固有优势渠道基础上，大力推进专业机构发展，实现机构专营化、人员专业化。二是持续推进全线上自主创新渝快贷产品，利用科技及互联网技术，拓宽获客渠道，增加客户触达点，满足客户高频、小额、便捷的金融需求；三是加快推进零售贷款线下业务线上化进程，如消费贷款、房屋按揭贷款、质押贷款等线上化工作，提升客户体验，扩大获客渠道；四是积极打造BBC场景金融，丰富“渝快生活”品牌场景，引入多元化权益服务，以场景化营销为依托，发挥专营机构和专业人员作用，适当加大消费贷款投放，稳步提升零售贷款占比。</p> <p>我行致力于在提供各类专业金融服务的同时，结合重庆地方</p>

经济特色，为客户提供丰富的权益服务体系，探索具有我行特色的财富管理体系。未来我行将对客户分层、分类、分群进行标签化管理，围绕客户全生命周期各个阶段的不同金融需求，从保险、理财、基金、信托等金融产品和法律、税收、医疗等方面为客户提供全方面服务。

2.贵行目前仍是唯一一家获得理财子牌照的农商行，请问一下目前理财产品的谱系？目前会与哪些代销银行机构合作？未来如何利用理财子牌照以增厚中收？

公司结合自身实际情况，推出了高频开放、封闭式、定期开放式等多种类型产品，资产端坚持“固收+”策略，主要投资于标准化资产，以固定收益类资产打底，辅之以风险可控的权益类资产，形成江渝财富天添金“恒、益、兴”三大产品系列。目前公司已与江苏银行、杭州银行等三十余家存款类银行机构开展了代销合作，未来公司将加快代销拓展速度，增加代销区域，借助西部银行唯一一家理财公司牌照，做大做强渝农商理财品牌，为客户提供更加专业化的理财服务。

3.我们看到 1H21 个人经营贷款较年初增速为 19%，在上市银行内取得较快增速。请问个人经营贷增长的核心动力是什么？如何依靠 BBC 金融生态圈向个体经营户有效输出金融服务？

问题 1，一是我行存量客户可挖掘的潜力巨大。我行对私结算客户超过 1800 万，对公结算账户超过 30 万，广大的客户群是我行可持续发展的坚实基础。二是具有网点覆盖广、人员数量多的优势。我行有近 1800 个营业网点，小微客户经理近 2000 名，客户经理在业务营销时可以充分发挥其“人熟、地熟”的优势。今年进一步整合分支行小微业务营销团队，全新打造 26 家“小微金融服务中心”，形成市场品牌，增强网点小微金融服务能力。三是强化金融科技赋能，释放“线上+线下”融合发展动力。我行在继续发挥线下贷款的传统优势前提下，强化金融科技赋能小微业务，不断创新线上产品和服务渠道，优化办贷流程，提升客户体验，通过线上线下深度融合，全面提升小微金融服务水平。线上的经营性贷款增长强劲，是今年个人经营性贷款增长较快的一个重要因素。四是我行继续下沉服务重心、下沉客群，今年以来，我们更加关注单户金额较小（100 万以下）的普惠客群，做小客户、做大客群。

问题 2，目前，我行正在打造 BBC 金融生态圈是一个系统性工

程。围绕银行、商户、客户（BBC）展开，在不断挖掘存量客户价值的同时、不断扩展市场，形成生态圈。对于个人经营户来说，既可能是商户、也可能是客户。商户也能发展为客户，同时，商户也能为我们引流，带来更多客户。因此，BBC金融生态圈的打造，既能为我们带来客户流量，促进小微业务增长，也能为我们的个人经营贷款客户带来多样性的金融服务，如结算、理财、信用卡等等，使得银行与客户的联系更加紧密。

4.贵行有着较大的零售客户基础，我们认为未来通过提高财富管理业务的渗透率，可以带来相当数量的中收贡献和低成本存款沉淀。想请问目前贵行有哪些措施激活存量客户的财富管理需求？

一是不断丰富财富管理产品体系，优化产品销售渠道，提升产品覆盖率和客户体验感。尤其是家族信托、资管计划、量化对冲等业务产品，满足不同客户的差异化需求；二是加强营销队伍建设，充实财富顾问、理财经理数量的同时提升专业性，提供让客户信赖的顾问管家式服务；三是强化科技赋能，通过大数据分析，进一步提高业务营销的精准性；四是加强综合营销，进一步丰富权益体系，通过金融产品、权益产品组合等方式，增强客户粘性。

证券代码：601077

证券简称：渝农商行

重庆农村商业银行股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2021-06

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 分析师会议 <input checked="" type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 其他
参与单位	光大证券、中国人寿、中国再保险、东吴基金、光大证券研究所、建信基金、平安资产、兆天投资、美银美林、花旗银行、Tokio Marine Asset Management、重庆辖区上市公司投资者集体接待日
时间	2021年11月
地点	重庆农商行总行会议室
本行接待人员	公司业务部、小微金融业务部、个人业务部、资产负债管理部、风险管理部、董事会办公室相关部门负责人及业务骨干
投资者关系活动主要内容介绍	<p>1.渝农商是农商行中首家获批理财子公司，请问相比同业在理财子公司运作方面有哪些比较优势，或者说独特之处？在各家行纷纷发力财富管理的背景下，作为成渝地区的农商行，且在市区有较为广泛的布点，我们有哪些战略规划或者发展愿景？</p> <p>本行设立的渝农商理财子公司（以下简称“公司”）作为全国农商系统、西部地区唯一一家理财公司，搭建了形神兼备的公司法人治理模式，理财业务运营模式从银行部门制顺利转型为公司法人制。自成立以来，公司一直围绕公司治理、人才储备、多元产品、投资创新、风险内控、科技赋能等方面不断探索优化。公司运用牌照优势，通过与基金、券商等头部金融机构合作，逐步涉足权益市场，增厚产品收益。另外，公司积极开展代销渠道建设，以较为完善的产品体系满足西南地区乃至全国范围的理财投资需求。展望未来，公司将在集团整体战略方针引领下，持续推动市场化改革和打造多元化投资体系，努力将自身打造为集团“三创中心”：创新中心，即集团创新工作的“动力源”；创利中心，即巩固提升集团中间业务收入的“驱动器”；创造中心，即集团改革创新的“试验田”。</p> <p>2.房地产和城投融资政策的收紧，是否对信贷投放及资产质量形成压力？</p>

2021年，本行对房地产信贷继续执行审慎经营政策。对房地产开发企业坚持名单制管理，严格执行房地产开发贷款客户准入和规模管控措施，持续强化贷后管理。目前，本行房地产开发贷款余额占比很低。土地储备贷款余额已结清。在房地产、城投平台信贷受限的情况下，本行未来将着重围绕双城经济圈，发展以交通为代表的基建领域，做深做实绿色金融，大力实施乡村振兴，支持制造业转型升级等。

3.当前投资者高度关注城、农商行所在经营区域环境因素，比如年初以来我们看到位于长三角等地区的银行显著受益，在成渝经济圈上升为国家战略高度的背景下，后续有望为贵行发展带来哪些业务机会或者增长点？

成渝双城经济圈的规划落地，意味着成渝间的联系与合作更加紧密。第一，交通运输方面。今年，中共中央、国务院印发《国家综合立体交通网规划纲要》，勾勒出未来我国交通网建设目标和总统布局。其中成渝双城经济圈首次与京津冀、长三角、粤港澳大湾区并列，成为重要“一极”，这也意味着，成渝地区作为我国首个也是唯一一个“内陆极”，未来拥有巨大的发展潜力。第二，能源领域。成渝地处中国西部，是我国“西气东输”的重要气源地。重庆市能源局官网显示，川渝两省市正在着力打造天然气千亿产能基地，今后将在全国的天然气保障中发挥出更加重要的“压舱石”作用。第三，产城融合发展方面。一是立足成渝地区双城经济圈发展整体规划，推动区域产业协同发展。结合成渝地区发展阶段和比较优势，以新型工业化、信息化带动新型城镇化，以新型城镇化和农业现代化助推产业和人口集聚，努力实现城乡互动、产业融合。加快出台电子信息产业集群、全国性5G枢纽、制造业枢纽、科技创新中心枢纽、金融产业枢纽建设规划，促进高科技产业极化效应形成，带动成渝地区汽车制造、电子装配等传统产业融合发展。二是优化产业布局，加快发展战略性新兴产业。统一规划成渝地区双城经济圈发展空间布局，增进成渝地区在基础设施、产业发展、协同创新、市场统一、制度安排等领域的互动，推进交通、能源、信息等主要基础设施的对接；构筑以轨道交通为主的现代综合交通网络，加快实现互联互通，促进要素流动，为产业发展赋能。三是着眼全球科技创新中心建设，全面提高产业融合发展质量。发挥成渝地区双城经济圈在西部产业发展中的优势，规划、实施一批重大项目，加快实现由“成渝制造”向“成渝创造”转型，共同打造具有全球影响力和竞争力的城市群。从上述三大板块来看，率先发力而且在信贷投放方面可以起到立竿见影效果的便是交通领域的基建投入，我们在双城经济圈的战略机遇下，已加紧开展项目储备。同时，基于“零售立行”的战略导向，本行未来目标是持续发展零售贷款，提升零售贷款在本行及市场的份额占比。在国家“扩大内需、

拉动消费”的政策号召下，加大对老百姓生活消费以及新消费领域的金融支持，主要围绕客户的生活消费需求，围绕“BBC”金融生态圈，积极打造场景金融模式；充分利用本行网点多、分布广、涉面宽的独特优势，选取周边优质商户，开展渠道场景化营销；持续做好信用卡“购汽车、购家电、购车位”等消费金融活动，打造居民“吃住行、游购娱、医学养”九大权益，捆绑居民生活消费需求及消费习惯；持续做好“渝快贷”产品迭代优化，下探客群，将客户扩大至所有公积金缴纳客户、存量客户、征信客户等，提升线上产品普惠客户覆盖面，为产品提质增效打下坚实基础；利用科技及互联网技术，拓宽获客渠道，增加客户触达点，提升客户体验，加大消费信贷投放力度。