

● 廣州

● 佛山

● 東莞

● 深圳

● 中山

● 昆明



● 北京

● 天津

● 南京

● 上海

● 杭州

● 寧波

● 福州

奮力向前

目標清晰



於2010年，本行致力於內地建立品牌及擴展理財服務與產品，以發展內地業務，並取得了重大進展。

本行透過內地附屬子銀行恒生銀行(中國)有限公司(「恒生中國」)，加強與策略夥伴之合作，提供更多元化的財富管理產品，以及更便捷之服務網絡。恒生中國經改良之業務轉介機制，有助吸納新客戶，並深化與現有客戶的關係。此外，亦推出多項活動，向主要客戶群，以及在具有良好經濟發展潛力的城市，提升恒生中國品牌的知名度。

以上措施，令客戶基礎增加15.3%，並有助存款增長，以支持長遠的業務發展。

恒生中國在上海購入總部物業，並於珠三角地區新增兩間異地支行。



恒生中國之除稅前溢利(不包括美元資本以人民幣匯價重估而出現之外匯虧損)，增加139.8%。由於淨利息收入及非利息收入均有增加，令總營業收入增長24.1%，足以抵銷營業支出上升以及貸款減值提撥增加之影響。

由於經濟增長強勁，政府為控制通脹而收緊規管，特別是物業相關之貸款，而存款市場的競爭仍然激烈。雖然如此，恒生中國之客戶貸款及存款，仍錄得令人鼓舞之增長，淨利息收入因此增加8.3%。

恒生中國繼續重視信貸風險管理，以重質而非重量為主要貸款原則，並以該等可透過交叉銷售及存款業務而帶來額外收入之優質客戶為貸款目標。於2010年底，貸款較去年上升28.4%。住宅按揭貸款下跌3%，反映政府冷卻房地產市場之措施所帶來之影響。

客戶存款上升76.1%，令恒生中國之貸款對存款比率進一步改善。

恒生中國擴展內地財富管理業務及人民幣貿易結算服務，成功令收入基礎進一步多元化。非利息收入因此上升106.3%。

內地優越理財戶口數目上升
17.2%。



恒生銀行(中國)有限公司
副董事長兼行長薛關燕萍女士
與恒生中國高層管理人員。

連同本行於內地策略夥伴興業銀行及烟台銀行之應佔溢利，內地業務佔本行總除稅前溢利14.9%，2009年則為13.3%。

服務

本行加強服務渠道並增加產品種類，目標是向主要客戶群爭取新業務。

本行透過推廣全面財富管理方案、建立促進交叉銷售之新架構，以及內地業務部門共用資源，深化與現有客戶之關係。

本行在香港之財富管理業務實力，有助於內地發展及推出新投資產品，並提升恒生中國在外資銀行中之領導地位。本行專注發展可吸引及保留存款的產品，尤其為該等以人民幣計值的產品。本行亦進一步加強與內地保險公司合作，為客戶提供更多元化的保險產品。

+76.1%

恒生中國的客戶存款

恒生中國提供優質服務，致力超越客戶期望之努力得到認同，並獲得多個獎項。其中包括《每日經濟新聞》頒發之「最佳外資銀行獎」及《首席財務官》雜誌頒發之「最佳中小企業服務獎」，而在《普益財富》雜誌之「銀行理財能力排名報告」中，恒生中國以投資回報計算排名首位。另外，恒生中國之股票掛鈎投資產品「連連盈」系列，獲《理財周報》選為「2010年中國十大最佳銀行理財產品」之一。

由於恒生中國於小富及富裕客戶群之形象提升，令內地優越理財戶口數目上升17.2%，帶動內地個人理財業務之存款增長89%。整體個人客戶基礎較2009年增加15.3%。

本行推出新保險方案，加強為內地商業客戶提供貿易相關理財服務。恒生中國與中國出口信用保險公司合作，將票據貼現業務由對外貿易擴展至本地貿易。恒生中國亦提供內地銀行間之福費廷服務。

恒生中國與銀聯商務合作，推出商戶收單服務，有助本行吸納更多零售業之營運戶口及存款。

憑藉恒生中國之策略性網絡，加上香港與內地商業銀行業務團隊之緊密合作，恒生中國繼續積極參與跨境人民幣貿易結算業務。隨著該計劃於2010年中，將試點由廣州及上海之4個指定城市伸延至20個省區市，透過恒生中國進行之人民幣貿易結算額，較2009年7月至2010年5月期間之金額增長12倍。於2010年，透過恒生中國進行之貿易金額，較去年增加超逾一倍。

內地企業及商業銀行客戶數目較去年增加14.4%。企業及商業銀行客戶之貸款及存款，分別增長33.1%及58.4%。

市場競爭激烈，以及監管機構收緊規管，令下半年與利息收入相關之業務受壓。恒生中國致力開拓非利息收入來源，透過提升交易能力及加強轉介機制，增加企業財資產品銷售，成功地拓展財資業務。



本行推出多項活動，提升恒生中國品牌的知名度。



網絡

按照《內地與香港關於建立更緊密經貿關係的安排補充協議六》(「CEPA VI」)之規定，於廣東省設有分行之香港銀行，可以申請在同一省份內開設異地支行。據此，恒生中國分別於佛山及中山，各開設一間異地支行。

恒生中國於珠三角地區設有 17 個網點，有助本行爭取更多的商業銀行業務，並把握跨境人民幣貿易結算計劃帶來之新商機。

連同兩間異地支行，恒生中國現有 38 個網點，分佈於 13 個內地城市。

恒生中國以人民幣 5.1 億元，於上海金融區陸家嘴購入總部物業，進一步體現長遠發展內地市場的承擔。

根據該項交易，恒生中國除購入超過 7,000 平方米之辦公室及商鋪外，亦擁有該物業的冠名權和標識權，對建立恒生中國的品牌知名度極有幫助。恒生中國亦同時取得佛山支行所在大樓的冠名權，有助進一步在當地提升品牌。

本行改善服務渠道之措施，包括提升及擴展網上服務平台，除可以為客戶提供更佳服務之外，亦可透過自動服務渠道增加銷售。

客戶除可使用恒生中國於內地之67部自動櫃員機外，亦可於滙豐中國之自動櫃員機使用其賬戶。至於恒生借記卡則可用於內地及海外之中國銀聯(「銀聯」)網絡。「銀聯」卡客戶亦可使用恒生中國的自動櫃員機，此乃提升恒生中國品牌知名度的另一重要渠道。

恒生中國透過興業銀行，擴展其櫃檯服務。客戶可於興業銀行在上海以至所有內地網點，進行人民幣存款。

為配合業務增長及加強與客戶之關係，恒生中國於2010年之全職員工人數增加12.5%至1,614人。客戶服務乃恒生的主要競爭優勢，恒生中國會繼續透過培訓及提供事業發展計劃，增加於人力資源方面的投資。

策略夥伴

本行透過恒生中國建立策略夥伴關係，以配合本行的內部增長。

本行與興業銀行之合作關係，無論在財務、服務渠道以及業務轉介方面，繼續帶來良好回報。本行於2010年上半年參與興業銀行的供股安排，並全數認購本行獲配之股份，令本行於該銀行的股本權益，由12.78%增加至12.80%，突顯本行對此項重要合作關係的承擔。

透過持有烟台銀行之股權，令本行得以將品牌擴展至具有重要策略價值之環渤海經濟區。本行繼續借助本身之優點，協助烟台銀行強化其內部架構，為其主要業務的未來發展，建立更鞏固的基礎。

未來增長

展望將來，恒生中國將利用其競爭優勢，吸引更多目標客戶群。爭取存款尤其是人民幣存款，仍然為恒生中國業務持續增長之重點，除有助加強資產負債表之實力外，亦能提供資金協助恒生中國審慎地擴展貸款業務。

本行會透過恒生中國及策略夥伴之廣泛網絡，為客戶提供服務。

在提供財富管理及商業銀行服務方面，恒生中國會致力爭取在外資銀行中之領導地位，並透過擴展以服務費為主的業務，進一步令收入基礎多元化。借助恒生在香港之業務優勢，恒生中國將會推出更多創新產品及服務，並會繼續把握由CEPA VI，以及跨境人民幣貿易結算計劃進一步開放，所帶來之機會。

恒生中國亦會與策略夥伴尋求新合作機會，以鞏固業務長遠增長之基礎。



本行專注發展可吸引及保留存款的產品。