

恒生採取以客戶為主導之業務策略，應對充滿挑戰之經營環境。本行憑藉獨有的營運優勢，並以創新與誠信兼備為原則提供優質服務，深化與現有客戶之關係，並吸納新客戶。除了鞏固本行於傳統銀行服務之領導地位之外，亦有助本行於具有長遠增長潛力之領域爭取更多業務。

香港最佳本地銀行
(連續13年)
《財資》

香港最佳本地現金
管理銀行
《Asian Banking and
Finance》

香港最佳本地貿易融資
銀行
《Asian Banking and
Finance》

中小企業最佳拍擋獎
香港中小企業總商會



本行以全面之貿易相關服務及嶄新之人民幣計價產品，成功吸引新客戶，尤其是富裕客戶以及有跨境理財需要的內地個人及商業客戶。客戶存款（包括已發行之存款證及其他債務證券）增加10.2%，為港幣8,188億元。

本行憑藉雄厚之資產負債表、深厚之行業知識，以及對客戶的了解，把握時機增加貸款，令客戶貸款上升8.4%，為港幣4,238億元。

於7月，本行出售其經營非人壽保險之全資附屬公司——恒生財險(香港)有限公司，令本行可以專注發展恒生品牌之人壽保險業務，同時亦透過一項獨家分銷協議，繼續為客戶提供各項非人壽保險產品。

零售銀行及財富管理業務

零售銀行及財富管理業務之除稅前溢利增加22.0%，為港幣79.39億元。如不包括出售非人壽保險業務所得收益，除稅前溢利則增加19.1%。扣除貸款減值提撥前之營業溢利增加16.2%，為港幣78.36億元。

受惠於存款、無抵押貸款及保險業務的增長，淨利息收入增加10.6%，為港幣87.61億元。財富管理收入錄得理想增長，令非利息收入上升8.8%，為港幣38.22億元。

擴展存款基礎仍是本行達致持續增長的策略重點。憑藉優越品牌、多元化財富管理產品組合，以及全面的服務網絡，本行致力吸引新客戶，並開拓新資金來源。本行多方面的努力取得成效，存款增長9.1%。存款基礎擴大，亦進一步帶動貸款增加，增幅為11.5%。

本行繼續致力吸納優質客戶，令優越及優進理財客戶數目分別較去年增加10.7%及8.3%。本行增設機制以提升客戶關係管理，包括以住宅按揭貸款客戶為目標之全新財富管理交叉銷售架構。本行為優越及優進理財中心引入全新設計概念，以提升客戶的服務體驗，並藉此吸納更多富裕客戶。若干新設計之優越及優進理財中心已於2012年投入服務。本行在未來數年，會於策略地區增設更多優越及優進理財中心。

本行利用科技以提升效率，同時亦提供更多選擇及更便捷之服務，讓客戶可以隨時隨地處理其財務需要。於2012年12月31日，個人網上銀行客戶數目較2011年底增加9.5%。

本行推出採用流動通訊裝置進行之新服務，成功吸引年輕客戶及熟悉科技之客戶。於11月，本行宣佈計劃推出一項創新之非接觸式支付服務，讓客戶可以快捷安全地透過手機作購物付款。



里程碑

提供更高回報 協助客戶置業安居

本行以多元化之高科技平台為客戶提供理財服務，獲得香港電腦學會頒發「2012香港資訊及通訊科技獎：最佳商業系統（應用）獎」金獎。

本行能夠於迅速發展之人民幣相關金融服務市場取得先機，有助本行吸納更多有跨境及離岸理財需要之內地富裕個人客戶。

本行在業內屢創先河，包括推出首創人民幣及港幣儲蓄戶口相連之按揭戶口及首隻以人民幣計價的黃金交易所買賣基金。於8月，本行成為率先向非香港居民提供個人人民幣服務的銀行之一。

本行繼續提供優質服務，致力超越客戶之期望。在《財資》雜誌舉辦之「Triple A Country Awards」中，本行連續13年獲評選為「香港最佳本地銀行」。

財富管理

經濟環境不明朗，本行之優越品牌及個人化服務，繼續贏得客戶信賴。本行透過擴展投資及保險產品，為客戶提供切合所需的財富管理方案，回饋客戶的忠實支持。

財富管理收入增加18.6%，為港幣53.28億元。

來自人壽保險業務的收入增加51.4%，為港幣28.33億元。本行憑藉龐大的分銷網絡，推出創新產品，加強吸納具有重要策略價值之客戶群。

新做人壽保險業務之年度保費總額較去年增加13.3%，為港幣27.65億元。由於有效保單總數增加8.7%，加上本行積極管理人壽保險資金投資組合，令有關回報上升。本行成功推出新產品，其中包括因應香港人口漸趨老化而推出之新退休方案，以及首隻以人民幣計價之保險產品，令本行保險產品及服務更趨多元化，得以配合客戶不斷轉變的需求。

2011年的投資表現未如理想，但2012年由於物業投資增加，加上證券投資回報理想，投資收入因而有所改善。

為協助更多人實現置業安居夢想，我們於3月推出全港首創與人民幣及港幣儲蓄戶口相連的按揭計劃——「恒生雙幣Mortgage-Link按揭戶口」。客戶除可享與按揭利率相同的人民幣及港幣特惠儲蓄年利率，以抵銷按揭利息支出外，客戶亦可隨時在儲蓄戶口提存資金，理財更具彈性。計劃進一步滿足了市場對人民幣理財產品日益殷切的需求，為住宅按揭服務帶來更多增值的方案。

投資服務收入減少4.0%，為港幣23.39億元。本行之證券戶口數目錄得增長，但股票市場交投減少，令來自證券經紀及有關服務之投資收入下降26.2%。投資氣氛欠佳，本行能緊貼市場之優勢，推出更多與黃金相關之投資選擇，令業務得以維持。創新產品亦帶動零售投資基金之收入及成交額分別增加35.7%及73.7%，成功提升本行在優越理財客戶之投資基金業務滲透率。

於2月，本行連續3年獲《Euromoney》評選為「香港最佳本地私人銀行」，並同時獲選為「最佳服務——特級富裕客戶組別(以資產淨值區分)」。

消費信貸

住宅按揭貸款市場活躍，本行維持良好之業務勢頭，提供予個人之住宅按揭貸款錄得16.4%之增長。本行透過增值服務方案，包括可透過人民幣儲蓄賺取較高回報機會之恒生雙幣

Mortgage-Link按揭戶口，藉此吸納目標客戶。雖然市場競爭激烈，但以新做樓宇按揭計算，本行之市場佔有率仍維持於去年之水平。

來自無抵押貸款之總營業收入增加7.2%，為港幣34.78億元。

透過有效之交叉銷售策略，加上客戶數目增加，令本行發出之信用卡總數增加5.1%。信用卡消費及應收賬項分別較去年增加10.7%及9.8%，令信用卡業務收入上升8.0%。

私人貸款結餘較去年增加11.2%。

企業及商業銀行業務

企業及商業銀行業務的資產組合及非利息收入來源均錄得良好增長，除稅前溢利增加27.3%，為港幣58.78億元。如不包括出售非人壽保險業務所得之收益，除稅前溢利增加23.7%。扣除貸款減值提撥前之營業溢利增加17.4%，為港幣56.6億元。

淨利息收入增加15.6%，為港幣52.89億元，主要原因為存款及貸款均有10.4%之增長。非利息收入增加6.2%，為港幣21.01億元。

本行善用於香港及內地業務團隊之緊密合作，以及內地策略夥伴網絡，以進一步吸納新客戶，尤其在華南地區一帶。本行加強業務轉介渠道，利用全面之貿易相關產品及服務，為有跨境業務之客戶，提供周全之財務方案。

本行增設兩間商務理財中心，並推出商業流動理財及免費內地直撥香港專線服務平台以方便中小企客戶。於2012年底，本行商業網上銀行服務之客戶較去年增加21.1%。

本行新推出之市場推廣活動，包括關於中小企商業貸款之電視廣告。於2月，在《新城財經台》舉辦之「2012香港企業領袖品牌選舉」中，本行獲頒「香港企業領袖品牌」之「卓越中小企融資服務品牌」獎項。於5月，本行連續7年獲香港中小型企業總商會頒發「中小企業最佳拍檔獎」。

客戶數目因此增加12.8%。本行吸納內地公司客戶的步伐加快，於2012年下半年之新增客戶中，內地公司客戶佔45.7%，而上半年則為34.2%。人民幣戶口數目較去年增加25.1%。

里程碑

扶持中小企業拓展業務



中小企業體現了香港的「拼搏精神」，對香港經濟貢獻十分重要。恒生致力支持本地企業拓展業務，於2012年新增設兩間商務理財中心，以及推出商業流動理財平台，提供更便利的銀行服務。

傳統的印鑑與現代的QR碼互相呼應。
我們以最新科技，提供與時並進的服務，恪守
以誠信為本的理念，深得客戶信賴。

以信而立

里程

投資新科技 開關理財服務渠道

我們重視投資新科技，致力開關更多服務渠道，讓客戶可以享受快捷、方便、及安全的理財服務。香港客戶平均每人擁有兩部手提電話，我們在11月亦宣佈推出嶄新計劃，開發非接觸式的手機支付平台。藉着近場通訊 (NFC) 技術，客戶只需將設有內置NFC功能的智能手機，輕拍在兼容相關功能的商戶讀卡器上，便可以透過信用卡戶口支付購物。



承傳成就

不同年代的客戶，均對恒生財富管理服務
投以信任。由個人客戶到大型企業，我們都能因應需要，
提供度身訂造的投資及保險方案，讓他們安寢無憂。



里程碑

結合傳統與創新 滿足財富管理需要

恒生在開拓財富管理產品組合時，結合誠信與創新之宗旨，以滿足客戶需要。有見近期人民幣投資需求上升，加上投資者一直鍾情黃金產品，我們於2月推出「恒生人民幣黃金ETF」，成為市場上首隻以人民幣計價的黃金交易所買賣基金。

憑藉我們具公信力的品牌優勢，我們於1月推出以金龍為主題的「恒生千足金條」，重量分別為10安士及100克，為客戶提供更多投資及收藏實體金的選擇。2013年初，我們再次推出以「財神」為主題的同等重量千足金條。

本行加強客戶關係管理策略，並提升資產負債表之實力，令本行對各行業之貸款均有增加。本行仍然維持優良之信貸質素。

本行致力將貸款種類作多元化發展，參與更多結構性融資及銀團貸款，取得了實質進展。於2012年以交易宗數計算，本行在香港及澳門銀團貸款牽頭行排名榜名列第二。

自香港政府於2012年6月為「中小企融資擔保計劃」推出擔保額達貸款額八成的特別優惠措施後，本行於7個月內根據有關計劃合共批出超過港幣37億元之貸款。

截至2012年12月31日，本行之人民幣貸款較去年增加213.9%。

本行拓展服務渠道，藉此加強與客戶之聯繫。淨服務費收入上升18.5%，為港幣15.66億元，反映本行成功增加來自非利息業務之服務費收入。本行強大的跨境業務能力，有助帶動貿易相關之服務費收入上升5.4%，而匯款服務費收入則增加29.9%。

於8月，本行獲《Asian Banking and Finance》評選為「香港最佳本地現金管理銀行」及「香港最佳本地貿易融資銀行」。

財資業務

財資業務之除稅前溢利減少5.9%，為港幣23.64億元。

淨利息收入減少11.3%，為港幣16.76億元。由於利率低企，加上收益率曲線持續平坦化，令可提高收益的機會減少，並限制了資產負債管理組合到期時重新定價之水平。

非利息收入增加12.1%，為港幣9.6億元。

交易收入增加12.5%，為港幣9.88億元。隨著客戶對人民幣計價產品需求日殷，本行透過發展及推出新產品——包括「恒生人民幣黃金ETF」——進一步鞏固市場領導地位，令來自結構性產品之期權交易收入錄得良好增長。來自外匯掉期活動之總利息收入有快速增長，抵銷了證券及其他交易收入減少之影響。

憑藉本行之優越品牌，本行推出金龍圖案設計之10安士及100克「恒生千足金條」，進一步擴展本行之實體黃金投資產品選擇。由於此項新產品廣受客戶歡迎，本行再於2013年2月推出相同重量並以財神為設計主題之千足金條。

香港最佳本地私人銀行
《Euromoney》

最佳服務 —
特級富裕客戶組別
(以資產淨值區分)
《Euromoney》

信譽品牌金獎 —
銀行(香港)
《讀者文摘》

信譽品牌金獎 —
信用卡發卡銀行(香港)
《讀者文摘》

亞洲最佳公司治理獎
《21世紀經濟報道》



恒生指數

本行之全資附屬公司 — 恒生指數有限公司 (「恒生指數公司」) 作為香港及內地主要指數公司，於2012年繼續透過推出新指數，以及授權推出與指數掛鉤的新基金及新衍生工具產品，以加強其市場地位。

於6月，恒生指數公司推出恒生等權重指數及恒生中國企業等權重指數，為市場提供更多投資策略選擇，其成份股分別與恒生指數及恒生中國企業指數相同。兩項等權重指數的每隻股份會於調整日的收市設為相等比重，有別於恒生指數及恒生中國企業指數採用流通市值加權法計算，透過不同的行業比重，為投資者提供另一個評估恒生指數及恒生中國企業指數成份股公司之整體表現及風險回報特色的選擇。

於12月，恒生指數公司推出恒生高股息率指數，追蹤有持續派息記錄的高息股份及房地產投資信託基金，可為追求低波幅投資組合的投資者提供一個指標。

恒生指數公司在內地達成重要發展新里程。於6月，兩隻分別與恒生指數及恒生中國企業指數掛鉤的交易所買賣基金獲授權在內地發行，此為內地首兩隻追蹤香港股份的交易所買賣基金。與恒生指數掛鉤的交易所買賣基金於深圳證券交易所上市，與恒生中國企業指數掛鉤的交易所買賣基金則於上海證券交易所上市。此外，首隻與恒生A股行業龍頭指數掛鉤的基金亦於一個月前在內地推出，此乃恒生指數公司首次在內地授權與A股指數掛鉤的基金。

2012年的其他發展包括以恒指波幅指數為基礎之期貨開始買賣，以及兩隻與恒生國企短倉指數及恒生國企槓桿指數掛鉤的交易所買賣基金在東京證券交易所上市。



恒生指數公司現時共編算323隻公開發佈的指數，包括51隻為實時指數，以及272隻於每日收市後發佈的指數，分佈於62項指數系列之下。其中6種為跨境指數系列，包括6隻為實時指數，以及40隻每日指數。除恒生指數系列外，恒生指數公司亦會配合不同客戶對指數服務的特定需求，而編算訂製指數。

於2012年，以恒生指數及恒生中國企業指數為基準進行買賣之期貨及期權合約總數超過5,400萬張。於2012年12月31日，追蹤所有恒生指數系列的交易所買賣基金總額，超過160億美元。

過去80年，我們與香港同步發展，在時代轉變
中堅守信念。一如國際認可、追蹤股市走勢
的恒生指數，我們密切關注市場發展，對客戶需求
能洞察先機，提供超越期望的服務。

洞悉先機

里程碑

支持內地金融市場發展

為支持中國內地金融產品發展，恒生指數公司銳意開創新局面，以滿足投資者需要。於6月，恒生指數公司於內地獲授權發行兩隻與其公司指數掛鈎的交易所買賣基金(ETF)，此為內地首兩隻追蹤香港股份的ETF，分別與恒生指數和恒生中國企業指數掛鈎。兩隻基金均於8月在內地正式發行。