

零售信贷狂飙落幕 28家银行个贷缩表

零售信贷业务红利消退,放下对信贷规模执念的银行,不再以做大余额论英雄,转而叩问资产质量、业务结构与真实效益。在中期业绩交流会上,招商银行行长王小青一句“强化对零售信贷质量和结构的要求,进一步淡化对规模增长的要求”释放出信号,“零售之王”放下了规模执念。这并非单家银行的战术调整,而是国内银行业零售赛道集体换挡的缩影。

复盘2026年上半年42家A股上市银行的经营数据,仅14家银行实现个人贷款余额规模正增长,超六成机构陷入缩量。而在资产质量端,可统计测算的银行中,有30家个人贷款不良率出现上行,风险效应正在持续显现。但规模增长退潮,并不代表零售业务本身的价值消解。各家机构正在重新校准零售定位,一场破旧立新的零售变革正在全面铺开。

上半年个贷余额规模
缩减排名居前银行



个贷规模普降

过去十余年,零售业务始终被银行业视为收入增长极、转型主战场。然而,时移世易,在经济周期转换、市场竞争加剧、客户红利见顶的背景下,行业正式挥别跑马圈地的扩张模式。

翻开42家A股上市银行的“中期”成绩单,个人贷款余额实现规模增长的仅有14家,28家银行出现不同程度的收缩。另需说明的是,在本次个人贷款业务相关数据统计中,部分银行采用本行口径,部分银行采用集团合并口径。尽管统计口径存在细微差异,但并不会改变行业整体表现。

国有大行内部,走出不同的两条发展路径,42家银行个人贷款余额扩表与缩表规模之首均出自于国有大行阵营。其中,农业银行、邮储银行、建设银行在收缩的浪潮之中,守住了零售信贷增长基本盘。截至上半年末,农业银行个人贷款余额达95721.27亿元,较2025年末增加3094.51亿元,增幅3.34%,增长规模及幅度位居42家上市银行之首;邮储银行个人贷款余额49073.54亿元,增量627.69亿元,增速1.3%。二者的增长底气,来自县域乡镇广泛覆盖的线下网点,依托网点触达下沉市场的客群,在全行业缩量的周期里实现规模扩容。

其余国有大行,零售端的压力肉眼可见。截至6月末,工商银行个人贷款余额90004.36亿元,较上年末小幅回落22亿元;中国银行境内个人贷款余额60193.75亿元,较去年末收缩37.01亿元。交通银行则是大行之中调整幅度最突出的一家,上半年末个人贷款余额

27550.25亿元,上半年缩表800.13亿元,是所有A股上市银行调整幅度最大的银行。

曾经把零售转型当作突围利器的股份制银行,同样迎来一场集体回撤,9家A股上市股份制银行个人贷款余额均较上年末出现下滑。“零售之王”招商银行个人贷款余额36800.28亿元,较2025年末减少401.63亿元,下滑1.08%。王小青坦言,“在当前信贷需求减弱,尤其是个人贷款风险阶段性处于高位的情况下,招商银行不简单追求规模扩张,而是更加注重质量、效益、规模与结构的均衡发展”。近几个月,招商银行在零售条线和零售信贷领域的内部沟通中,也着重强调要进一步强化对零售信贷质量和结构的要求,同时进一步淡化对规模增长的要求,使团队能够将更多精力和关注点聚焦于资产质量上。

华夏银行、浙商银行、民生银行、兴业银行、光大银行5家股份制银行的零售信贷下行压力进一步凸显,华夏银行跌幅领跑股份制银行,达6.85%;浙商银行跌幅也达到6.72%。而从规模方面来看,民生银行、兴业银行个人贷款余额规模下降均超过700亿元,光大银行下降超500亿元。

全国大中型银行集体回撤,宣告银行业零售贷款规模增长的时代落幕。相比之下,城、农商行板块的零售信贷市场上演着“冰火两重天”的分化剧情。

南京银行增长势头亮眼,个人贷款余额3441.76亿元,较年末新增91.09亿元,增速2.72%,增速排名位居42家银行第二名。此外,贵阳银行、厦门银行、瑞丰农商行、常熟农商行等城、农商行也保持增长态势。整体来看,在14家个人贷款规模保持增长的上市银行

中,有11家来自城、农商行梯队。

另有16家城、农商行遭遇零售信贷规模收缩的局面。截至上半年末,西安银行个人贷款余额521.18亿元,较2025年末大幅下滑220.33亿元,降幅高达29.71%,成为42家银行中降幅最高的机构。拆分个人贷款结构明细,个人消费贷款是此次下滑的核心拖累项,2025年末该行个人消费贷款394.58亿元,到今年6月末仅剩196.64亿元,半年降幅高达50.16%,按揭贷款、个人经营性贷款、信用卡条线也全线收缩。

另外,重庆银行个人贷款余额885.54亿元,较上年末减少81.48亿元,降幅8.43%。兰州银行、重庆农商行个人贷款余额较上年末的降幅超过7%。

27家银行半年增加近900亿不良

规模缩表之外,信贷质量的考验,也已经真实落在报表之上。在有可统计及测算数据的35家A股上市银行中,有30家银行个人贷款不良率较2025年末有所抬升,1家银行持平,4家银行实现下行。

截至报告期末,3家银行个人贷款不良率超过3%,其中,贵阳银行承压显著,截至2025年末个人贷款不良率为3.12%,2026年中报大幅提升0.93个百分点至4.05%,增幅在35家银行中位列首位,对应的个人不良贷款余额从上年末的17.16亿元增至22.68亿元,上涨32.17%。青岛银行不良率由2.58%升至3.39%,上行0.81个百分点,不良贷款余额从19.08亿元增长至24.44亿元,增幅28.11%。

零售不良率在3%以上的还有重庆银行,

截至6月末,该行个人贷款不良率为3.32%,较上年末上升0.09个百分点,不过值得关注的是,该行个人不良贷款余额出现下滑。谈及零售资产质量的拐点,重庆银行公司银行部总经理王翔在业绩说明会上回应,零售资产质量目前与主要上市银行趋势一致,受到前期个人消费需求不足、预期偏弱等因素影响。后续,将强化数字风控和风险表现前瞻预测,通过精准客户画像,风险预警敏捷处置等方式,提升消费信贷集约化、标准化、智能化经营水平。

不良率增幅靠前的机构中,不乏股份制银行、国有大行及城、农商行的身影。华夏银行、浙商银行等股份制银行同样压力不小,华夏银行个人贷款不良率2.85%,较上年末增加0.74个百分点,浙商银行升至2.93%,增幅0.48个百分点;交通银行个人贷款不良率2.02%,增幅0.44个百分点,在大行里处在相对高位;青岛农商行、兰州银行、齐鲁银行、厦门银行、瑞丰农商行等机构个人贷款不良率同样出现明显走高。

平安银行成为本次统计中唯一实现不良率持平的银行,截至上半年末,该行个人贷款不良率为1.23%,同时不良余额实现收缩。三年前的6月,冀光恒接过了平安银行行长帅印,开始“刮骨”零售板块积留的风险。在中期业绩发布会上,冀光恒直言,过去的一些教训,同业的教训,自己的教训,都是银行能力特别是风控能力和目标客户脱节导致的“机毁人亡”。“我们希望走出这个‘坑’之后不再掉回去,”他说道。

另有27家银行不良贷款余额较上年末出现增长,合计增长金额约897.86亿元。增长规模位居前列的依旧是国有六大行,半年合计

“收获”725.59亿元不良贷款,占35家银行不良总额超80%。而从增速来看,贵阳银行、厦门银行、青岛银行、青岛农商行、华夏银行、中国银行(境内)、交通银行、成都银行不良贷款余额较上年末增速均在24%以上。

正如中国(香港)金融衍生品投资研究院院长王红英所言,未来1—2年将是零售不良资产出清的高峰期,之后将逐步进入平稳阶段。面对零售不良资产的承压,银行应对零售客户进行精准风险画像和动态监测,从贷前信息收集、贷中资金用途追踪,到客户收入与偿债能力的持续评估,构建起全流程、全方位的风险管理体系。

狂飙落幕:靠什么赢下下半场

过去很长一段时间,零售业务书写了银行业最确定的增长故事。但随着宏观经济进入换挡期,叠加地产行业调整、消费市场回暖尚有空间,曾经支撑零售高速增长的条件已然改变。

市场也开始重新审视,零售还是银行业的“好生意”吗?答案毋庸置疑,增长逻辑的切换,并没有让银行褪去对零售赛道的笃定。面对当下多变的市场环境,王小青强调,招商银行必须结合自身资源禀赋,继续巩固零售银行的特色优势。不能因为市场阶段性变化而放弃长期积累的优势跟特色。相反,在市场变化与重塑过程中,要认清风险、持续打造能力,把握长期发展机遇。

民生银行同样对零售业务保持长期坚定的战略定位,该行副行长张俊潼表示,未来五年将继续坚持零售业务作为优先发展的长期性、基础性、战略性业务定位不动摇,打造获客及经营的高质量零售获客体系、资产负债一体化经营的全生命周期经营体系,以及“AI+零售”的数字化经营管理体系。

南京银行为零售业务发展定下了攻坚目标。“今年是零售价值客户三年倍增计划的收官之年,南京银行将持续深化公私联动、私私融合,要顺利地实现零售价值客户三年倍增计划,”南京银行副行长、董事会秘书江志纯说道。

对于零售业务发展,招联首席经济学家董希淼指出,银行应优化考核机制,从“唯规模”转向“重价值”。一方面,明确发展战略,保持战略定力,在零售银行业务上投入资源,借助金融科技深度转型;另一方面,积极开展与外部机构的深度合作,融入金融生态,提供更多更好的产品和服务。

北京商报记者 宋亦桐

首次集体中期分红 五大险企同题不同解

A股五大上市险企中期业绩发布会相继落幕,台上的管理层们不约而同地谈及一个关键词——分红。9月2日,北京商报记者梳理发现,在净利润集体增幅较大的背景下,A股五大上市险企合计拟派发2026年中期股息390亿元。值得关注的是,中国太保首次宣布将进行中期分红,而这也就是A股五大上市险企首次集体进行中期分红。进一步来看,有险企的分红方案是基于营运利润;有险企目前暂未考虑使用营运利润等替代性指标作为分红基础。显然,真金白银的“红包”背后,是各家险企对股东回报的不同理解与侧重。那么,百亿元“红包”雨究竟藏着怎样的信号与趋势?这份诚意如何更持续?

390亿元“红包”

北京商报记者统计发现,A股五大上市险企2026年上半年归属于母公司股东净利润合计达3173.87亿元,同比增长78.12%。

净利润再拔高的同时,各家险企不忘持续回报投资者。今年上半年,五家上市险企拟派发中期股息合计约为390亿元。

8月21日,中国平安率先举办2026年中期业绩发布会,该公司副总经理、首席财务官付欣透露了一组数据:“2026年预计中期股息每股0.98元(含税),同比增长3.2%,中期涨幅创下三年新高,派息总额达到了177亿元。”付欣同时强调:“管理层非常重视股东回报,坚

持分红中长期挂钩营运利润,近十年来,分红利润连续增长,分红总额超过3900亿元。”

8月28日,中国人寿举办2026年中期业绩发布会。该公司总裁利明光表示,公司始终高度重视与股东分享公司的发展成果,致力于维持相对稳定且向好的派息金额,让股东充分分享公司长期稳健发展的红利。公司中期拟派现金红利101.19亿元,同比提升50.4%,自上市以来累计分红超过2550亿元,这充分体现了公司对股东回报的重视。

其他险企同样将股东回报放在了重要位置。中国人保在半年报中披露,拟向全体股东派发现金股利每股0.11元(含税),共计约48.65亿元。新华保险表示,公司拟向全体股东派发2026年中期现金股利,每股0.73元(含

税),总计约22.77亿元。

值得关注的是,今年,中国太保首次宣布将进行中期分红,而这也将是A股五大上市险企首次集体进行中期分红。中国太保总裁赵永刚表示,今年上半年,董事会综合考虑当期盈利表现、偿付能力水平和全年业务发展需要,主动优化分红节奏,首次实施中期分红,拟定分红金额为每股0.42元(含税),总额40.41亿元,将进一步提升投资者的获得感。

深圳北山常成基金投研院执行院长王兆江分析表示,对投资者而言,险企分红可以直接提升现金回报。对险企而言,五大险企已全部加入中期分红阵营,分红频率从“一年一次”变为“一年两次”,有助于市值管理和稳定投资者预期。

账本各有算法

390亿元分红方案之下,细看各家分红方案设计的初衷与逻辑,既有相同也有不同——相同的是对股东回报的重视,不同的是实现路径的选择。

对于分红政策,各家险企给出了各自的注解。新华保险表示,公司高度重视股东回报,积极回馈广大投资者。2026年公司将在综合分析监管机构现金分红指导意见、金融行

业经营环境与外部融资条件、公司资本需求特点、境内外投资者现金分红增长预期等因素的基础上,充分考虑自身业务发展规划、盈利水平、投资资金需求及公司偿付能力状况等情况,平衡业务持续发展与股东综合回报之间的关系,制定分红方案。

作为今年首次加入中期分红阵营的成员,中国太保的分红逻辑同样引发市场关注。中国太保表示,今年中国太保首次实施中期分红,是想构建一年两次的常态化机制,提升投资者现金回报率和投资获得感。公司在年度分红政策框架内,以营运利润为锚,综合考虑偿付能力约束、盈利状况以及投资者回报要求,合理设置中期分红和末期分红比例,进而确定中期分红具体金额。

与其他几家有所不同,中国人保在分红锚点的选择上走出了另一条路径。该公司透露,集团板块布局和业务结构与上市同业存在一定差异,暂未考虑使用营运利润等替代性指标作为分红基础。公司在对标同业实践的基础上,结合板块布局、业务结构,始终坚持“每股分红长期稳定增长”的核心策略,同时也将积极研究优化新准则下的分红政策,推动公司股息率长期保持在行业合理、对投资者友好的水平,通过持续稳定的现金分红,切实回报广大投资者的信任与支持。

为何锚点不相同?“险企分红一般会参考

营运利润、归母净利润、盈利水平、偿付能力、资本需求等指标,统筹综合因素,平衡后给出分红方案。”王兆江表示,但从释放的信号来看,公司对“什么才是可持续的分红基础”给出了不同答案:有公司综合平衡盈利、偿付能力和资本需求,而非简单跟随净利润。有公司分红锚定营运利润,剔除短期波动,增长更平稳。也有公司以财险为支柱,业务结构不同,暂未采用营运利润。此外,分红增幅与净利润增幅步履不一,根本在于新会计准则下净利润波动被放大。

未来,险企的中期分红能否持续,成为市场关注的焦点。已有险企在业绩会上对此作出回应。中国太保在业绩会上透露,基于中国太保稳健经营风格,预计未来几年营运利润能保持持续增长。每个年度现金分红额的长期趋势与营运利润表现一致。公司高度重视投资者回报,积极应对外部环境的不确定性,有信心为投资者提供稳健、可持续、可预期的分红目标。

对于下阶段的分红趋势,王兆江表示,第一,分红总额仍有抬升空间,但可持续利润增速或决定上限。第二,“营运利润为锚”有望成为主流。第三,一年两次分红将成常态,高频稳定分红有助于估值修复。第四,盈利好的年份会适当留存利润提高安全边际。

北京商报记者 胡永新