

中国民生银行股份有限公司（简称“中国民生银行”）于1996年在北京成立，是中国第一家主要由民营企业发起设立的全国性股份制商业银行，2000年、2009年先后在上海证券交易所和香港联合交易所上市。历经26年持续拼搏和稳健发展，已成为国内系统重要性银行，在英国《银行家》杂志2022年“全球银行1000强”中居第22位，在美国《财富》杂志2022年“世界500强企业”中居第273位。目前，注册资本金437.82亿元。

成立以来，中国民生银行始终秉承“服务大众，情系民生”的企业使命，将自身发展融入国家发展大局，与中国经济同频，与人民美好生活共振，坚持以客户为中心，走市场化、差异化经营之路，顺势而为，锐意创新，成长为一家拥有商业银行、金融租赁、基金管理、境外投行等金融牌照的大型企业集团。

近年来，中国民生银行深入贯彻新发展理念，坚持回归本源，聚焦“民营企业的银行，敏捷开放的银行，用心服务的银行”战略定位，持续深化体制机制改革，加快推进数字化转型，着力构建高质量发展模式，实现新一轮五年发展稳健开局。截至2022年6月末，总资产7.3万亿元，净资产逾5900亿元。

## 一、公司业务

聚力客群分层分类和产品创新，优化业务结构，夯实客群基础，公司业务保持平稳健康发展。截至2022年6月末，对公贷款余额2.45万亿元，比上年末增长6.41%；对公有效客户达到28.49万户，比上年末增长6.27%。

### 1. 落实国家战略部署，支持实体经济发展

绿色金融综合服务能力稳步提升。

坚定贯彻落实国家低碳转型战略，聚焦能源结构转型、传统行业节能减排、低碳技术创新、碳权及碳汇交易等领域，持续丰富产品体系。截至6月末，绿色信贷余额1512.48亿元，比上年末增长40.94%。

乡村振兴综合服务体系不断完善。

深入落实国家乡村振兴战略，完善顶层设计，强化体系建设，持续进行模式探索和产品创新，推出一系列场景化服务方案。截至6月末，涉农贷款余额3309.74亿元，比年初增加129.49亿元。

制造业综合服务持续提质增效。

聚焦高技术制造业、战略性新兴产业、产业基础再造、“专精特新”等领域，推动产业链补链强链及产业布局调整优化。截至6月末，制造业贷款余额4205.06亿元，比上年末增长21.29%；在对公贷款中占比17.18%，比上年末提升2.11个百分点。

构建小微业务新商业模式。

一是推进信融e、采购e、厂房按揭、科创贷等重点产品的上线落地。截至6月末，小微法人贷款新增171.04亿元，大中小微一体化小微客群信贷投放余额新增92亿元。二是加快线上化步伐，聚力打造“民生小微”APP平台，丰富线上产品货架，拓展综合服务边界。截至6月末，“民生小微”APP用户数超53.7万户。三是优化小微信用产品，推出新版网乐贷、流水贷、增值贷等全国通用产品及场景快贷、交易快贷两类特色业务。

## 2.深化公司业务营销体系改革，优化客户服务体系

深化公司业务营销体系改革，建立分层分类、专业专注的客户分层服务体系，做深做透战略客群，做专做强机构客群，做大做广基础客群。

战略客群营销服务模式全面转型。

依靠战略客户核心“点”，逐步筑牢公司板块经营业绩“压舱石”；延伸战略客户产业“线”，实现战略客群供应链价值快速增长；超越战略客户延展“面”，带动战略客群生态圈价值强劲增长。截至6月末，总分行级战略客户存款余额11683.95亿元，比上年末增长18.21%；存款日均11061.52亿元，比上年末增长9.42%；贷款余额10741.79亿元，比上年末增长20.06%。

扎实推进基础客群经营。

持续加强公司基础客群建设，以提升基础客群经营能力与扩大基础客群规模为主线，有序推进营销体系建设落地。截至6月末，首批以工信部专精特新“小巨人”、北交所上市公司和创新层挂牌企业为主要构成的5658家目标客群存款余额137.02亿元，比上年末增长23.90%；金融资产余额129.78亿元，比上年末增长28.93%。

## 3.推动产品体系创新，提升客户专业服务能力

交易银行产品服务体系不断完善。

丰富开户服务入口，打造“资金e监管”和“资金e收付”两大产品体系，创新推出“e点通”“e办公”等非金融服务。截至6月末，结算客户一般性存款年日均1004.2.09亿元，比上年增长8.49%。

加速国际业务产品线上化进程。聚焦客户跨境贸易融资需求，推出“民生快贷-关税保函”、外币开户e、外币法人账户透支等多项线上服务。截至6月末，外币贷款余额207亿美元，比上年末增长14.97%。

持续优化电子保函功能。

截至6月末，电子保函业务规模98.72亿元，同比增长191.28%。依托线上化票据产

品，升级优化票据管家4.0，票据直贴业务量2514.56亿元，同比增长28.11%。

持续提升投资银行定制化服务能力。

加大新基建投资、供应链及产业链强链补链、国民经济基础产业和国企改革等重点领域资源配置。截至6月末，并购贷款余额1638.95亿元，比上年末增长11.54%；境内银团贷款（不含并购银团）余额984.42亿元，比上年末增长12.34%。创新承销碳中和债券、绿色金融债券、可持续发展挂钩债券、乡村振兴债券、高成长债券等。债券发行规模1475.26亿元。

## 二、零售业务

加速数字化转型与平台赋能，规模化扩展基础客群，打造大众客群、财富客群、私人银行与企业家客群特色产品服务体系，强化零售客群分层体系服务能力，改善客户重点旅程服务质效。

推进网链式获客与活客。

完善公私联动代发业务体系，扩大信用卡与分行协同获客规模，推广银联生态圈获客模式，推出新市民灵活用工平台和物业生态圈平台。截至6月末，零售新增客户1243.46万户，同比增长5.18%；新增有效新客19.35万户，新客有效率7.95%。

聚焦特色客群经营。

一是聚焦准养老、亲子、运动等特色细分客群，加快特色产品及平台建设。二是打造企业家级客群定制化经营、私银客群个性化经营、财富客群专业化经营，建立私银及财富客户差异化、精细化分层服务体系，升级“民生慧管家”、“非凡礼遇”两大服务体系。

优化产品与服务体系。

一是优化特色存款产品，重构跨境汇款汇出流程。二是根据各类客群差异化需求，适时调整资产配置策略，构建优质财富产品货架。三是优化个人账户服务，搭建网点服务标准流程，推广“陪伴式服务”。

截至6月末，零售客户数超1.12万户，比上年末增长1.91%。私人银行达标客户数4.11万户，比上年末增加2546户；信用卡累计发卡6614.7万张；信用卡客户4636.22万户，比上年末增加148.33万户，同比增长231.69%。

## 三、资金业务

深化同业客群经营，强化金融市场产品支持服务，夯实托管基础服务，优化资产管理产品体系，推进金融市场业务改革转型。

提升同业客群综合贡献。

完善同业客群统一营销、统一授信等机制，强化科技赋能，推进同业数字化平台建设。截至6月末，同业资产规模3004.1亿元，比上年末增长12.86%；同业负债规模18311.07亿元，比上年末增长1.23%；发行同业存单292期，累计发行规模4046.9亿元；发行同业存单余额5297.35亿元。

优化金融市场产品服务。

固定收益业务方面，6月末债券资产规模1.76万亿元；外汇业务方面，6月末银行间外汇市场远期结售汇、人民币外汇掉期交易量6164.57亿美元；贵金属业务方面，6月末黄金竞价交易量325.08吨，交易金额1276.90亿元，为上海黄金交易所银行间前十大交易商、上海期货交易所最为活跃的贵金属自营交易商之一，也是国内重要的黄金进口商之一。

打造全景托管银行。

截至6月末，托管规模12.07万亿元，比上年末增加0.98万亿元。养老金业务方面，6月末管理的企业年金个人账户数量比上年末增加1.25万户。

提升理财产品核心能力。

加强私募主题产品和机构定制产品发行力度，建立投资与研究有效衔接、高效互动的一体化投研机制，联合发布“民生理财-中金低碳领先指数”。截至6月末，理财产品日均规模1.04万亿元，同比增加1436.29亿元，增幅15.95%。

#### 四、机构业务

多措并举稳存拓客。

通过差异化客群营销、强化专项债链式开发业务联动、推动机构业务下沉层级，实现稳存增存。截至6月末，机构存款8055.45亿元，比上年末增加210.11亿元；机构客户22.88万户，比上年末增长5.05%。

精细化专项债链式营销。

全力配合支持各地方政府专项债发行，至6月末，审批承销地方政府债金额313.58亿元，累计服务地方政府专项债项目发行436个。

推进资质建设。

截至6月末，已获得385项各级财政国库代理业务资格，比上年末增加37项。2021年度央财国库直接支付、非税收入收缴两项考评为“优”。

强化平台项目建设。

以平台项目建设助力地方政府智慧政务建设，共审批立项43个平台项目，平台项目

项下管理机构存款日均788.78亿元，比上年增加27.1亿元。

## 五、数字化金融

全面深化数字化转型，打造敏捷高效、体验极致、价值成长的数字化银行，“生态银行”、“智慧银行”建设取得新突破，线上线下客户体验不断提升，数字化经营管理能力显著增强。

### 生态银行新模式加快成型。

企业经营场景方面，升级线上供应链金融平台、生态金融运营平台，创新推出“单一窗口”关税保函、“快易贷”“政采快贷”等线上化信用产品。个人生活场景方面，打造“车主服务、会员权益、乐园出行、公共缴费”等场景的一站式服务，全民管家平台缴费服务覆盖全国300多座城市。智慧政务场景方面，依托与政务服务平台和数据对接，打造政务场景下的一站式便捷服务，新增企业登记注册代办、电子社保卡等政务服务和民生服务。

### 智慧银行新服务全面升级。

打造“有价值”的数字化营销、“有温度”的数字化产品、“有深度”的数字化风控、“有效率”的数字化运营和“有依据”的数字化决策，全面升级金融服务能力，实现全行智慧化经营。

### 数字化核心能力体系不断增强。

打造支持数字化、智能化经营的企业级IT架构和平台，加强云计算、人工智能、隐私计算、5G、区块链等技术应用，进一步释放科技和数据驱动效能。

### 敏捷创新变革。

开展端到端客户旅程重塑，建立跨职能敏捷团队，对贵宾客户非金服务、受薪客户代发工资等客户旅程进行重塑。线上，多渠道联动为客户推荐适配产品、配置个性化权益、邀约特色活动；线下，跟进客户的个性化资产配置需求。

### 网络金融创新。

优化平台服务体验，创新支付产品，拓展开放银行，提升市场份额和品牌效应。截至6月末，零售线上平台用户数9829.96万户，比上年末增长5.07%；对公线上平台用户数313.60万户，比上年末增长5.56%；银企直联客户数3703户，比上年末增长10.77%；数字人民币民生卡绑卡量7.2万张；借记卡移动支付累计交易金额331.49亿元，同比增长64.16%。

### 网点转型升级。

优化网点布局，开展多元化、全渠道经营，提升网点资源利用率、金融产品服务的

客户触达率。推广运营服务线上受理、高效处理、快捷交付。北京、成都、深圳、广州分行设立智慧网点，打造“智能、智慧、温暖”的服务体验。

## 六、境外业务

2012年设立香港分行，充分发挥境外业务平台作用，聚焦粤港澳大湾区发展，为客户提供一体化跨境金融解决方案。海外银团、跨境并购等业务快速发展，债券承销、资产托管、外汇交易等业务具有显著优势。挖掘中高端个人客群金融需求，推进跨境财富管理业务。截至6月末，资产总额1933.45亿港元。

## 七、附属机构情况

### 民生金融租赁：

成立于2008年4月，主营业务包括车辆、船舶、商用飞机、公务机、大型设备类等金融租赁业务。截至6月末，资产总额1787.82亿元。新增投放中，零售与小微类租赁业务占比达61.80%，飞机、船舶类专业化租赁业务占比达15.99%。

### 民生加银基金：

成立于2008年11月，主营业务包括基金管理、基金销售、特定客户资产管理等。截至6月末，资产总额26.73亿元。2013年发起设立民生加银资管，至6月末该公司管理资产规模138.43亿元。

### 民银国际：

2015年在香港成立，主要业务包括香港上市保荐、财务顾问、债券承销与发行、资产管理与财富管理、股票经纪、直接投资、结构性融资等。截至6月末，资产总额331.04亿港元。

### 民生村镇银行：

共设立29家村镇银行、84家营业网点，截至6月末资产总额413.16亿元。各村镇银行践行乡村振兴战略，扎实服务三农、小微金融和社区居民，成为民生银行履行社会责任的重要阵地以及品牌与服务在县域的有效延伸。

### 民生理财：

2022年6月获准开业，注册资本50亿元，主要业务包括公募理财产品发行和投资管理、私募理财产品发行和投资管理、理财顾问和咨询服务等业务。

## 八、社会责任

成立26年来，中国民生银行坚持以感恩之心回馈社会，把积极承担社会责任和促

进可持续发展放在更加重要的位置，成为金融反哺社会的重要参与者和推动者。深入落实国家乡村振兴战略，探索可持续商业模式，打造金融服务乡村振兴的特色模式和响亮品牌。加强ESG管理，发布绿色金融系列产品，助力“碳达峰、碳中和”；持续开展“ME公益创新资助计划”、百年巨匠、美丽乡村、先心病儿童救治等特色公益活动，用行动传递温度和力量，不断提升民生银行“暖实力”。

初心不改，笃行致远。中国民生银行将始终胸怀“国之大者”，全力融入和服务国家战略，锚定服务实体经济和人民美好生活的主航道，坚定走好稳健可持续发展之路，努力建设一家特色鲜明、持续创新、价值成长、稳健经营的一流商业银行，成就“长青银行，百年民生”的宏伟愿景。