

公司代码：600016

公司简称：民生银行

中国民生银行股份有限公司
2022 年半年度报告摘要

第一节 重要提示

- 1.1 本半年度报告摘要来自半年度报告全文，为全面了解本行的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到上海证券交易所网站等中国证监会指定媒体上仔细阅读半年度报告全文。
- 1.2 本行董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证半年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- 1.3 本半年度报告于 2022 年 8 月 26 日由本行第八届董事会第二十五次会议审议通过。会议应到董事 18 名，现场出席董事 6 名，电话或视频连线出席董事 12 名。本行 8 名监事列席本次会议。
- 1.4 本半年度报告未经审计。
- 1.5 本行 2022 年上半年不进行利润分配或资本公积转增股本。

第二节 公司基本情况

2.1 公司简介

公司股票简况			
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A股	上海证券交易所	民生银行	600016
H股	香港联交所	民生银行	01988
境内优先股	上海证券交易所	民生优1	360037

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	白丹	王洪刚
电话	中国北京市西城区复兴门内大街2号	中国北京市西城区复兴门内大街2号
办公地址	86-10-58560975; 86-10-58560824	86-10-58560975; 86-10-58560824
电子信箱	cmbc@cmbc.com.cn	cmbc@cmbc.com.cn

2.2 主要财务数据

	2022年 1-6月	2021年 1-6月	本报告期比 上年同期	2020年 1-6月
经营业绩（人民币百万元）			增减（%）	
营业收入	74,199	87,775	-15.47	98,108
利息净收入	54,823	65,753	-16.62	69,020
非利息净收入	19,376	22,022	-12.02	29,088
营业支出	47,664	58,630	-18.70	64,913
业务及管理费	21,064	19,421	8.46	19,654
信用减值损失	23,960	36,543	-34.43	43,014
营业利润	26,535	29,145	-8.96	33,195
利润总额	26,519	28,940	-8.37	33,083
归属于本行股东的净利润	24,638	26,556	-7.22	28,453
归属于本行股东的扣除非经常性损益的净利润	24,623	26,560	-7.29	28,458
经营活动产生的现金流量净额	81,922	287,990	-71.55	113,992
每股计（人民币元）				
基本每股收益	0.49	0.56	-12.50	0.61
稀释每股收益	0.49	0.56	-12.50	0.61
扣除非经常性损益后的基本每股收益	0.49	0.56	-12.50	0.61
扣除非经常性损益后的稀释每股收益	0.49	0.56	-12.50	0.61
每股经营活动产生的现金流量净额	1.87	6.58	-71.58	2.60
盈利能力指标（%）			变动百分点	
平均总资产收益率（年化）	0.70	0.76	-0.06	0.83
加权平均净资产收益率（年化）	8.66	10.43	-1.77	11.48
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（年化）	8.66	10.43	-1.77	11.48
成本收入比	28.39	22.13	6.26	20.03
手续费及佣金净收入占营业收入比率	13.30	14.45	-1.15	14.84
净利差（年化）	1.56	1.93	-0.37	2.24
净息差（年化）	1.65	2.02	-0.37	2.22

	2022年 6月30日	2021年 12月31日	本报告期末 比上年度末	2020年 12月31日
规模指标（人民币百万元）			增减（%）	
资产总额	7,320,580	6,952,786	5.29	6,950,233
发放贷款和垫款总额	4,205,536	4,045,692	3.95	3,853,931
其中：公司贷款和垫款	2,450,981	2,304,361	6.36	2,257,290
个人贷款和垫款	1,754,555	1,741,331	0.76	1,596,641
贷款减值准备	102,367	105,108	-2.61	97,637
负债总额	6,717,869	6,366,247	5.52	6,408,985
吸收存款总额	4,113,630	3,775,761	8.95	3,728,174
其中：公司存款	3,152,917	2,944,013	7.10	2,961,617
个人存款	952,018	825,423	15.34	758,712
其他存款	8,695	6,325	37.47	7,845
股本	43,782	43,782	-	43,782
归属于本行股东权益总额	590,160	574,280	2.77	529,537
归属于本行普通股股东权益总额	495,198	484,316	2.25	459,677
归属于本行普通股股东的每股净资产（人民币元）	11.31	11.06	2.26	10.50
资产质量指标（%）			变动百分点	
不良贷款率	1.73	1.79	-0.06	1.82
拨备覆盖率	140.74	145.30	-4.56	139.38
贷款拨备率	2.43	2.60	-0.17	2.53
资本充足率指标（人民币百万元）			增减（%）	
资本净额	747,842	733,703	1.93	707,472
其中：核心一级资本净额	497,842	486,552	2.32	461,921
其他一级资本净额	96,023	90,527	6.07	70,427
二级资本净额	153,977	156,624	-1.69	175,124
风险加权资产	5,660,133	5,379,458	5.22	5,425,856
			变动百分点	
核心一级资本充足率（%）	8.80	9.04	-0.24	8.51
一级资本充足率（%）	10.49	10.73	-0.24	9.81
资本充足率（%）	13.21	13.64	-0.43	13.04
总权益对总资产比率（%）	8.23	8.44	-0.21	7.79

注：1.根据《关于严格执行企业会计准则 切实加强企业2020年年报工作的通知》（财会[2021]2号）规定，本集团自2020年度起对信用卡分期收入进行了重分类，由手续费及佣金收入重分类至利息收入，相关财务指标比较期

数据已重述。

2.平均总资产收益率=净利润/期初及期末总资产平均余额。

3.每股收益和加权平均净资产收益率：根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号-净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010年修订）等规定计算。在计算上述指标时已经考虑了发放优先股股息和永续债利息的影响。

4.成本收入比=业务及管理费/营业收入。

5.净利差=生息资产平均收益率-付息负债平均成本率。

6.净息差=利息净收入/生息资产平均余额。

7.发放贷款和垫款总额、吸收存款总额及其构成均不含应计利息。

8.贷款减值准备包含以摊余成本计量的贷款减值准备和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的贷款减值准备。

9.其他存款包含发行存款证、汇出及应解汇款。

10.不良贷款率=不良贷款总额/发放贷款和垫款总额。

11.拨备覆盖率和贷款拨备率指标按照中国银保监会《关于调整商业银行贷款损失准备监管要求的通知》（银监发[2018]7号）的规定执行。本报告期末，本集团及本行适用的拨备覆盖率和贷款拨备率的监管标准为130%和1.8%。拨备覆盖率=贷款减值准备/不良贷款总额；贷款拨备率=贷款减值准备/发放贷款和垫款总额。

分季度经营业绩（人民币百万元）	2022年 第一季度	2022年 第二季度
营业收入	36,634	37,565
归属于本行股东的净利润	13,724	10,914
归属于本行股东的扣除非经常性损益的净利润	13,691	10,932
经营活动产生的现金流量净额	142,204	-60,282

2.3 前 10 名股东持股情况表

报告期末普通股股东总数（户）	408,945	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0				
前 10 名普通股股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例（%）	报告期末持股数量（股）	报告期内增减（股）	持有有限制条件股份数量（股）	质押/标记/冻结情况	
						股份状态	数量
香港中央结算（代理人）有限公司	其他	18.92	8,284,698,426	57,360	-		未知
大家人寿保险股份有限公司—万能产品	境内法人	10.30	4,508,984,567	-	-		无
大家人寿保险股份有限公司—传统产品	境内法人	6.49	2,843,300,122	-	-		无
同方国信投资控股有限公司	境内法人	4.31	1,888,530,701	-	-	质押	1,303,102,321
新希望六和投资有限公司	境内非国有法人	4.18	1,828,327,362	-	-		无
中国泛海控股集团有限公司	境内非国有法人	4.12	1,803,182,618	-	-	质押 冻结 标记	1,799,582,617 388,800,001 1,410,782,617
上海健特生命科技有限公司	境内非国有法人	3.15	1,379,679,587	-	-	质押	1,379,678,400
华夏人寿保险股份有限公司—万能保险产品	境内非国有法人	3.08	1,350,203,341	-25,560,000	-		无
中国船东互保协会	境内非国有法人	3.02	1,324,284,453	-	-		无
东方集团股份有限公司	境内非国有法人	2.92	1,280,117,123	-	-	质押	1,192,329,488
前 10 名无限售条件普通股股份持股情况							
股东名称	持有无限售条件股份数量（股）		股份种类				
香港中央结算（代理人）有限公司	8,284,698,426		H 股				
大家人寿保险股份有限公司—万能产品	4,508,984,567		A 股				
大家人寿保险股份有限公司—传统产品	2,843,300,122		A 股				
同方国信投资控股有限公司	1,888,530,701		A 股				
新希望六和投资有限公司	1,828,327,362		A 股				
中国泛海控股集团有限公司	1,803,182,618		A 股				
上海健特生命科技有限公司	1,379,679,587		A 股				
华夏人寿保险股份有限公司—万能保险产品	1,350,203,341		A 股				
中国船东互保协会	1,324,284,453		A 股				
东方集团股份有限公司	1,280,117,123		A 股				
前十名股东中回购专户情况说明	不涉及						

上述股东委托表决权、受托表决权、放弃表决权的说明	不涉及
上述股东关联关系或一致行动的说明	1. 大家人寿保险股份有限公司一万能产品、大家人寿保险股份有限公司一传统产品为同一法人； 2. 除上述情况外，本行未知上述股东之间存在关联关系或一致行动关系。
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不涉及

- 注：1.H 股股东持股情况根据 H 股股份过户登记处设置的公司股东名册中所列的股份数目统计；
2. 香港中央结算（代理人）有限公司是以代理人身份，代表截至报告期末，在该公司开户登记的所有机构和个人投资者持有本行 H 股股份合计数；
3. 同方国信投资控股有限公司的持股数量和质押股份数量中含有因发行债券而转入“同方国信投资控股有限公司—2022 年面向专业投资者非公开发行可交换公司债券（第一期）质押专户”的 395,220,000 股股份；
4. 截至报告期末，中国泛海控股集团有限公司信用证券账户持有本行股份数量为 3,600,000 股，占本行总股本的比例为 0.0082%。2022 年 7 月 21 日和 7 月 29 日，中国泛海控股集团有限公司持有本行的 1,799,582,618 股股份被轮候冻结；
5. 2022 年 3 月 3 日，东方集团股份有限公司通知本行其所持本行的 1,280,117,123 股股份中，9,407,635 股被司法冻结，1,270,709,488 股被司法标记，2022 年 5 月 5 日，东方集团股份有限公司通知本行相关司法冻结和司法标记已全部解除；2022 年 5 月 25 日，东方集团有限公司通知本行其所持本行的 35,000,000 股股份被司法标记，2022 年 7 月 21 日，东方集团有限公司通知本行相关司法标记已全部解除。

2.4 截至报告期末的优先股股东总数、前 10 名优先股股东情况表

√适用□不适用

截至报告期末，本行优先股股东（或代持人）数量为 29 户。

截至报告期末，持有本行 5% 以上优先股股东（或代持人）持股情况如下表所示：

股东名称	股东性质	股份类别	报告期内增减	持股比例 (%)	持股总数 (股)	持有限售条件股份数量	质押/标记/冻结情况
博时基金—工商银行—博时—工行—灵活配置 5 号特定多个客户资产管理计划	其他	境内优先股	-	10.00	20,000,000	-	无
中邮创业基金—华夏银行—华夏银行股份有限公司	其他	境内优先股	-	9.00	18,000,000	-	无
华宝信托有限责任公司—华宝信托—宝富投资 1 号集合资金信托计划	其他	境内优先股	-	8.89	17,780,000	-	无
中国平安财产保险股份有限公司—传统—普通保险产品	其他	境内优先股	-	7.00	14,000,000	-	无
建信信托有限责任公司—“乾元—日新月异”开放式理财产品单一资金信托	其他	境内优先股	-6,000,000	7.00	14,000,000	-	无
江苏省国际信托有限责任公司—江苏信托—禾享添利 1 号集合资金信托计划	其他	境内优先股	-	6.11	12,220,000	-	无
中国人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品—005L—CT001 沪	其他	境内优先股	-	5.00	10,000,000	-	无
中国平安财产保险股份有限公司—自有资金	其他	境内优先股	-	5.00	10,000,000	-	无
太平人寿保险有限公司—传统—普通保险产品—022L—CT001 沪	其他	境内优先股	-	5.00	10,000,000	-	无
国泰君安证券资管—福通·日鑫 H14001 期人民币理财产品—国君资管 0638 定向资产管理合同	其他	境内优先股	-	5.00	10,000,000	-	无
交银施罗德资管—交通银行—交银施罗德资管卓远 2 号集合资产管理计划	其他	境内优先股	-	5.00	10,000,000	-	无
前十名优先股股东之间，上述股东与前十名普通股股东之间存在关联关系或属于一致行动人的说明	“中国平安财产保险股份有限公司—传统—普通保险产品”“中国平安财产保险股份有限公司—自有资金”存在关联关系。除此之外，本行未知上述境内优先股股东之间、以及上述境内优先股股东与前十大普通股股东之间存在关联关系或属于一致行动人的情况。						

2.5 控股股东或实际控制人变更情况

适用 不适用

2.6 在半年度报告批准报出日存续的债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

公司应当根据重要性原则，说明报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项

√适用 □不适用

3.1 总体经营概况

报告期内，本行坚守“服务大众、情系民生”的使命，积极践行新发展理念、服务新发展格局；致力成为“民营企业的银行”“敏捷开放的银行”和“用心服务的银行”，不断优化金融产品，持续提升服务质量；积极应对内外部经营环境变化，深入贯彻落实国家战略，着力推动本行战略与重大改革落地，全面聚焦重点业务方向，战略执行成效持续显现。

报告期内，本集团实现归属于本行股东的净利润 246.38 亿元，同比下降 19.18 亿元，降幅 7.22%；实现营业收入 741.99 亿元，同比下降 135.76 亿元，降幅 15.47%。营业收入同比下降，主要是内外部因素叠加影响。净利息收入方面，本集团落实国家“稳增长”政策部署，加大对经济社会发展的金融支持力度，加快信贷投放，降低客户融资成本，报告期内本集团贷款收益率同比下降 48BP，导致贷款利息收入同比下降 61.98 亿元；同时，继续优化业务结构，增加流动性较强的国债、地方债配置，降低资产支持证券、信托及资管计划投资规模占比，投资收益率同比下降 24BP，导致投资利息收入同比下降 21.75 亿元。非利息净收入方面，受资本市场价格波动影响，本集团代销基金业务规模及投资估值下降，导致代理手续费及佣金收入和公允价值变动损益同比分别下降 15.65 亿元、38.29 亿元。

资产负债规模稳健增长，服务实体经济质效提升。报告期内，本集团强化战略导向与改革转型，扎实推进客群经营，推动业务回归本源，实现业务规模稳步增长，业务结构持续优化。截至报告期末，本集团资产总额 73,205.80 亿元，比上年末增加 3,677.94 亿元，增幅 5.29%；其中，发放贷款和垫款总额 42,055.36 亿元，比上年末增加 1,598.44 亿元，增幅 3.95%。负债总额 67,178.69 亿元，比上年末增加 3,516.22 亿元，增幅 5.52%；其中，吸收存款总额 41,136.30 亿元，比上年末增加 3,378.69 亿元，增幅 8.95%；个人存款在吸收存款总额中占比 23.14%，比上年末上升 1.28 个百分点。报告期内，本集团积极贯彻落实国家宏观政策，深化贷款结构调整，加大重点领域信贷支持力度，制造业、绿色金融、普惠金融等各类贷款均呈现良好增长态势，增速均高于全行平均水平。截至报告期末，本行制造业贷款、普惠型小微企业贷款、绿色信贷等规模占比分别达到 10.05%、12.59%和 3.62%，比上年末分别提升 1.43 个、0.04 个和 0.95 个百分点。

风险内控管理水平不断提升，资产质量持续改善。报告期内，本集团持续强化信用风险主动管理，做好内外部风险形势研判，不断优化资产结构，加强重点领域风险防范，严控新增不良，同时加快推进不良贷款清收处置，资产质量指标稳步改善。截至报告期末，本集团不良贷款总额727.37亿元，比上年末增加3.99亿元；不良贷款率1.73%，比上年末下降0.06个百分点；逾期90天以上、60天以上贷款与不良贷款比例均小于100%；拨备覆盖率140.74%，比上年末下降4.56个百分点；贷款拨备率2.43%，比上年末下降0.17个百分点。

3.2 利润表主要项目分析

3.2.1 利润表主要项目变动情况

报告期内，本集团实现归属于本行股东的净利润246.38亿元，同比减少19.18亿元，降幅7.22%。

项目（人民币百万元）	2022年1-6月	2021年1-6月	变动（%）
营业收入	74,199	87,775	-15.47
其中：利息净收入	54,823	65,753	-16.62
非利息净收入	19,376	22,022	-12.02
营业支出	47,664	58,630	-18.70
其中：业务及管理费	21,064	19,421	8.46
税金及附加	883	945	-6.56
信用减值损失	23,960	36,543	-34.43
其他资产减值损失	310	501	-38.12
其他业务成本	1,447	1,220	18.61
营业利润	26,535	29,145	-8.96
加：营业外收支净额	-16	-205	两期为负
利润总额	26,519	28,940	-8.37
减：所得税费用	1,635	2,203	-25.78
净利润	24,884	26,737	-6.93
其中：归属于本行股东的净利润	24,638	26,556	-7.22
归属于少数股东损益	246	181	35.91

3.2.2 营业收入

报告期内，本集团实现营业收入741.99亿元，同比减少135.76亿元，降幅15.47%。

本集团营业收入主要项目的金额、占比及变动情况如下：

项目（人民币百万元）	2022年1-6月		2021年1-6月		变动（%）
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	
利息净收入	54,823	73.89	65,753	74.91	-16.62
利息收入	131,728	177.54	140,736	160.34	-6.40
其中：发放贷款和垫款利息收入	94,021	126.71	100,219	114.18	-6.18
金融投资利息收入	27,844	37.53	30,019	34.20	-7.25
长期应收款利息收入	3,403	4.59	3,911	4.46	-12.99
拆放同业及其他金融机构利息收入	2,810	3.79	3,379	3.85	-16.84
存放中央银行款项利息收入	2,386	3.22	2,574	2.93	-7.30
买入返售金融资产利息收入	989	1.33	475	0.54	108.21
存放同业及其他金融机构利息收入	275	0.37	159	0.18	72.96
利息支出	-76,905	-103.65	-74,983	-85.43	2.56
非利息净收入	19,376	26.11	22,022	25.09	-12.02
手续费及佣金净收入	9,865	13.30	12,684	14.45	-22.22
其他非利息净收入	9,511	12.81	9,338	10.64	1.85
合计	74,199	100.00	87,775	100.00	-15.47

3.2.3 利息净收入及净息差

报告期内，本集团实现利息净收入548.23亿元，同比减少109.30亿元，降幅16.62%。本集团净息差为1.65%。

3.2.3.1 利息收入

报告期内，本集团实现利息收入1,317.28亿元，同比减少90.08亿元，降幅6.40%，主要是本集团发放贷款和垫款利息收入的减少。

3.2.3.2 利息支出

报告期内，本集团利息支出为769.05亿元，同比增加19.22亿元，增幅2.56%，主要是吸收存款利息支出的增加。

3.2.4 非利息净收入

报告期内，本集团实现非利息净收入193.76亿元，同比减少26.46亿元，降幅12.02%。

项目（人民币百万元）	2022年1-6月	2021年1-6月	变动（%）
手续费及佣金净收入	9,865	12,684	-22.22
其他非利息净收入	9,511	9,338	1.85
合计	19,376	22,022	-12.02

3.2.5 业务及管理费

报告期内，本集团持续加大数字金融与科技、客群营销及培育、战略性重点业务等领域的资源投入力度，促进服务能力和经营质效提升。本集团业务及管理费210.64亿元，同比增加16.43亿元，增幅8.46%；成本收入比为28.39%，同比上升6.26个百分点。

项目（人民币百万元）	2022年1-6月	2021年1-6月	变动（%）
员工薪酬（包括董事薪酬）	12,837	12,916	-0.61
折旧和摊销费用	2,865	2,754	4.03
短期和低价值租赁及物业管理费	414	389	6.43
业务/办公费用及其他	4,948	3,362	47.17
合计	21,064	19,421	8.46

3.2.6 信用减值损失

报告期内，本集团信用减值损失239.60亿元，同比减少125.83亿元，降幅34.43%。

项目（人民币百万元）	2022年1-6月	2021年1-6月	变动（%）
发放贷款和垫款	21,475	26,691	-19.54
以摊余成本计量的金融资产	997	6,932	-85.62
长期应收款	1,015	1,735	-41.50
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产	362	575	-37.04
其他	111	610	-81.80
合计	23,960	36,543	-34.43

3.2.7 所得税费用

报告期内，本集团所得税费用16.35亿元，同比减少5.68亿元，降幅25.78%，主要是税前利润下降的影响。

3.3 资产负债表主要项目分析

3.3.1 资产

截至报告期末，本集团资产总额为73,205.80亿元，比上年末增加3,677.94亿元，增幅5.29%。

项目（人民币百万元）	2022年6月30日		2021年12月31日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
发放贷款和垫款总额	4,205,536	57.45	4,045,692	58.19
加：贷款应计利息	27,338	0.37	25,793	0.37
减：以摊余成本计量的贷款减值准备	101,228	1.38	103,806	1.49
发放贷款和垫款净额	4,131,646	56.44	3,967,679	57.07
金融投资净额	2,184,594	29.84	2,034,433	29.26
现金及存放中央银行款项	365,960	5.00	361,302	5.20
存拆放同业及其他金融机构款项和买入返售金融资产	292,923	4.00	252,676	3.63
长期应收款	111,798	1.53	122,716	1.76
固定资产净额（含在建工程）	52,895	0.72	52,191	0.75
其他	180,764	2.47	161,789	2.33
合计	7,320,580	100.00	6,952,786	100.00

3.3.1.1 发放贷款和垫款

截至报告期末，本集团发放贷款和垫款总额为42,055.36亿元，比上年末增加1,598.44亿元，增幅3.95%，发放贷款和垫款总额在资产总额中的占比为57.45%，比上年末下降0.74个百分点。

3.3.1.2 金融投资

截至报告期末，本集团金融投资总额为21,748.23亿元，比上年末增加1,473.35亿元，增幅7.27%，在资产总额中的占比为29.71%，比上年末上升0.55个百分点。

3.3.1.3 存拆放同业及其他金融机构款项和买入返售金融资产

截至报告期末，本集团存拆放同业及其他金融机构款项和买入返售金融资产合计2,929.23亿元，比上年末增加402.47亿元，增幅15.93%；在资产总额中的占比为4.00%，比上年末上升0.37个百分点。

3.3.2 负债

截至报告期末，本集团负债总额为67,178.69亿元，比上年末增加3,516.22亿元，增幅5.52%。

项目（人民币百万元）	2022年6月30日		2021年12月31日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
吸收存款	4,161,548	61.95	3,825,693	60.09
其中：吸收存款总额（不含应计利息）	4,113,630	61.23	3,775,761	59.31
同业及其他金融机构存拆入款项和卖出回购金融资产款	1,324,508	19.72	1,330,843	20.91
应付债券	762,428	11.35	711,024	11.17
向中央银行及其他金融机构借款	370,935	5.52	394,248	6.19
其他	98,450	1.46	104,439	1.64
合计	6,717,869	100.00	6,366,247	100.00

3.3.2.1 吸收存款

截至报告期末，本集团吸收存款总额41,136.30亿元，比上年末增加3,378.69亿元，增幅8.95%。从客户结构看，公司存款占比76.65%，个人存款占比23.14%；从期限结构看，活期存款占比34.79%，定期存款占比65.00%。

3.3.2.2 同业及其他金融机构存拆入款项和卖出回购金融资产款

截至报告期末，本集团同业及其他金融机构存拆入款项和卖出回购金融资产款为13,245.08亿元，比上年末减少63.35亿元，降幅0.48%。

3.3.2.3 应付债券

截至报告期末，本集团应付债券7,624.28亿元，比上年末增加514.04亿元，增幅7.23%。

3.3.3 负债质量分析

本行高度重视负债质量管理，根据中国银保监会发布的《商业银行负债质量管理办法》制定了《中国民生银行负债质量管理办法》。根据经营战略目标和负债业务发展状况，本行建立负债规模和复杂程度相适应的多层次负债质量管理组织架构，董事会承担负债质量管理的最终责任，高级管理层、总行各相关职能部门承担负债质量管理的相关管理职责。

本行积极应对内外部经营环境变化，加强对负债来源、结构和成本等方面的管理。一是聚焦客群经营，全力推动存款规模稳步增长，夯实负债基础；二是积极把握负债规模与定价的协调关系，完善内外部定价机制，发挥市场化负债调节作用，不断提高负债成本的适当性；三是注重提升管理的主动性和前瞻性水平，密切关注和研判外部环境和同业竞争态势等变化，加强对负债规

模和结构变动的监测和分析，做好负债业务总量、结构、定价等策略的动态调整。

报告期内，本集团各项业务稳步增长，负债质量状况保持安全稳健，各项指标均保持在合理区间。截至报告期末，本集团净稳定资金比例 105.05%，流动性覆盖率 133.47%，均符合中国银保监会要求；报告期内，本集团付息负债平均成本率 2.42%，同比上升 2BP。

3.3.4 股东权益

截至报告期末，本集团股东权益总额6,027.11亿元，比上年末增加161.72亿元，增幅2.76%，其中，归属于本行股东权益总额5,901.60亿元，比上年末增加158.80亿元，增幅2.77%。

3.4 主要业务回顾

3.4.1 公司银行业务

报告期内，本行持续深化公司业务营销体系改革，不断优化客户分层分类经营体系，推动公司业务经营模式转型，提升公司业务可持续发展能力。战略客群做深做透，优化升级战略客户新服务模式和行业专业化经营，通过前中后台一体化、总分支行协同化，依托数字化供应链金融实现战略客户及其产业链上下游客户的体系化经营，加快推动生态金融模式转型；基础客群做大做强，一是围绕战略客户供应链、资本链，大力推动核心客户链式营销，实现高质量生态批量获客；二是依托产业园区、要素市场平台等，强化“线上+线下”批量获客渠道建设；三是通过金融创新，为“专精特新”科创企业提供一站式的综合金融服务，加大对科创企业的培育和支持力度。

报告期内，本行积极融入国家发展战略，深入落实 ESG 理念，持续强化对绿色金融、乡村振兴、高端制造等实体经济重要领域的金融支持，努力践行“民生担当”。本行积极助力国家“双碳”目标落实，不断创新完善绿色金融产品服务体系，积极布局碳金融市场，为客户提供“融资+融智”的绿色金融专业支持；认真贯彻国家乡村振兴战略部署，围绕“三农”领域不断强化体制机制建设，优化场景化产品服务方案，持续加大信贷支持力度；以金融服务实体经济为己任，通过持续创新迭代金融服务模式，加大对先进制造业、战略性新兴产业的支持力度，助力制造业转型升级和高质量发展。

报告期内，本行持续完善公司业务产品服务体系，在各类场景下实现客户的“温度服务”和“深度经营”。一是建设“场景化的交易银行”，加快整合结算场景建设，持续打造提供“非金融服务+金融服务”的线上化交易银行平台，推动产品服务数字化转型，不断提升客户服务体验；二是打造“定制化的投资银行”，不断提升多元融资工具应用水平，打造综合化、定制化的投资银行服务体系。

报告期内，本行以改革促发展，以发展促转型，公司业务资产负债规模平稳增长，客群基础逐步夯实。截至报告期末，本行对公存款余额 31,421.61 亿元，比上年末增长 7.12%；本行对公贷款余额 24,474.48 亿元，比上年末增长 6.41%；对公有效客户¹达到 28.49 万户，比上年末增长 6.27%。

3.4.1.1 深化公司业务营销体系改革，优化分层分类客户服务体系

战略客群营销服务模式全面转型，改革落地效果初显。报告期内，本行坚持客群分层分类经营不动摇，在服务好战略客户的同时，围绕战略客户实施链式开发、做好适配服务，更加突出地服务好战略客户上下游、生态圈上的关联企业，助力战略客户从 1.0 单一竞争，向 2.0 链式竞争，再向 3.0 生态圈竞争的持续提升，以此不断拓展合作领域、深化合作关系、夯实本行客群基础，实现由“以银行为中心，短期行为驱动”向“以客户为中心，坚持长期主义”转变。

报告期内，本行打造战略客户“蒲公英计划”，建立常态化推介机制，聚焦成员、链上、生态三类客户，挖掘客户、项目、业务三类线索，运用自上而下、自下而上、平行推介三种渠道，促进总分、分分、条线三个协同，打造组织架构上总、分、支一体化，营销模式上大、中、小、微、C 一体化，形成“一点接入，辐射全国，多点响应，全景服务”的营销获客服务模式，实现全行客户共享、资源协同，推动战略客户“点、线、面”综合开发。

依靠战略客户核心“点”，逐步筑牢公司板块经营业绩“压舱石”。截至报告期末，本行总分行级战略客户存款余额 11,683.95 亿元，比上年末增加 1,799.89 亿元，增幅 18.21%；报告期内，存款日均 11,061.52 亿元，比上年增加 951.88 亿元，增幅 9.42%；截至报告期末，贷款余额 10,741.79 亿元，比上年末增加 1,794.50 亿元，增幅 20.06%。

延伸战略客户产业“线”，实现战略客群供应链价值快速增长。报告期内，依托核心企业向分行推送链上客户 3,067 户，全部客户实现触达并完成落地 648 户，推送客户落地率达到 21%。同时，开展线上融资的核心企业与链上中小微客户数量明显增长，线上供应链业务核心企业数量 595 户，比上年末增加 142 户，已线上融资的链上客户数量达到 4,550 户，比上年末增加 1,581 户。

超越战略客户延展“面”，带动战略客群生态圈价值强劲增长。报告期内，战略客群新增代发企业 115 户，带动个人客户 5.61 万户；消费贷新增审批 32.01 亿元，余额新增 14.92 亿元；战略客户联名信用卡新增发卡 34.08 万张。

基础客群获客经营能力稳步提升，客户基础不断夯实。报告期内，本行持续加强公司基础客

¹ 为体现大中小微一体化经营理念，本行对有效客户定义及统计口径进行了变更，新口径从存款规模、交易情况、授信情况等对客户进行综合评定。

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，并不断强化对“专精特新”客群的金融支持力度。一是有序推进营销体系建设落地。本行持续完善“规划引领、批量获客、分类开发、范式标准化、闭环管理、数字经营”的基础客群营销模式；积极推进大中小微一体化协同营销机制落地；打造并宣导推广典型案例样板间。二是强化基础客群重点开发模式突破。本行积极推进“园区万里行”活动，迭代推出园区万里行 2.0，召开重点园区联动服务专题会，打造推广总对总合作样板间，扩大园区品牌影响；推动生态金融产品落地，启动政采快贷平台上线推广，拓展民生快贷-关税保函获客渠道。三是夯实基础客群关键配套支撑落地。本行迭代升级了基础客群产品体系 3.0 版，明确营销范式，提升产品和服务适配性；构建了基础客群权益体系，引入用友、中智等生态伙伴，打造丰富的非金融服务权益包，推进办公、人力、财务等基础客群权益分批落地；推进系统工具上线应用，上线并推广基础客群作业系统；提升第三方线上平台客户触达。

报告期内，本行针对“专精特新”客群推出涵盖“投、融、富、慧”四大系列的“易创”产品体系及 E-PLUS 专属权益包，创新数字化供应链金融服务，加大信用贷、知识产权贷、股权质押贷、厂房贷等贷款投放力度，举办“易成长 创未来”系列营销服务活动，积极搭建投融生态，通过民银国际设立科创股权投资基金、开展投贷联动，为“专精特新”企业提供全周期、全场景、全生态的综合服务。截至报告期末，本行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 5,658 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%。

3.4.1.2 积极落实国家战略部署，有效支持实体经济发展

探索绿色金融创新模式，服务能力稳步提升。2021 年，本行成立了“公司板块绿色金融业务推进办公室”，统筹推动全行对公绿色金融业务发展。报告期内，本行坚定贯彻落实国家低碳转型战略，主动履行自身 ESG 责任，积极融入绿色发展大局，持续提升绿色金融服务质效。一是聚焦清洁能源、高低碳改造、清洁生产、绿色建筑等重点方向，紧随国家产业发展规划，契合战略客户和地方特色企业绿色发展需求，开展全产业链综合服务渗透。二是持续丰富迭代“绿投通、绿融通、绿链通、绿营通”基础产品体系，强化细分场景产品模式创新，围绕央行推出的“碳减排支持工具”，大力推广“减排贷”产品，支持清洁能源、节能环保、碳减排技术发展，助力全社会加快低碳转型；结合户用分布式光伏特点，创新推出“农户零首付”“流程线上化”“还款周期长”“额度保障高”的“光伏贷”产品，解决农户融资难、业务操作复杂等难题；聚焦能源、交通、基建、文旅等领域，加大绿色债券创新推广，积极构建投资生态圈，为优质企业绿色低碳转型提

供低成本资金支持。三是加强重点区域营销推动，先后在宁夏、甘肃和青海等地开展“风光无限西北行”新能源业务推广活动，打造“一省一策”的定制化新能源综合金融服务方案，搭建政企银生态聚合平台，共助西北地区绿色低碳发展。

截至报告期末，本行绿色信贷余额 1,512.48 亿元，比上年末增长 40.94%，增速高于同业平均水平。凭借在绿色低碳领域的突出表现，本行荣获中国新闻社“2022 年度低碳榜样”。

完善乡村振兴服务体系，金融助推提质增效。报告期内，本行高度重视乡村振兴工作，深入贯彻落实全面推进金融服务乡村振兴的相关要求，于 2021 年先后成立乡村振兴工作领导小组和金融服务乡村振兴工作执行小组，建立了领导小组、执行小组、乡村振兴办公室、敏捷工作组四级联动机制。通过强化考核引导、优化敏捷工作机制、持续督导跟进、出台专项信贷政策、加大资源配置力度等举措，引导各经营机构深入开发农业农村市场，围绕涉农场景不断丰富乡村振兴服务体系，强化新技术应用，实现大中小微企业群一体化、综合化服务，在农业产业、基础设施建设、绿色可持续发展、脱贫地区帮扶等重点领域持续加大金融资源投入，不断提升金融服务乡村振兴质效。

本行针对农业、农村、农民重点领域，依托生产经营场景，积极研究客户需求特点，加快金融新技术和数据化增信等创新应用，积极探索产品模式创新，形成特色化、差异化的乡村振兴产品服务体系。通过强化系统平台建设，搭建线上渠道，加快更新迭代，不断丰富产品功能，提升客户体验。报告期内，创新类业务模式取得较好成效，“农牧贷”“农贷通”贷款投放加快，“棉农贷”“民宿贷”“茶园贷”“种植贷”等模式相继实现创新落地。

截至报告期末，本行涉农贷款²余额 3,309.74 亿元，比年初增加 129.49 亿元，脱贫地区贷款及国家乡村振兴重点帮扶县贷款均实现较快增长。

加大高端制造支持力度，加快资产结构优化。报告期内，本行坚决贯彻落实党中央、国务院、“十四五”规划纲要关于“实施制造强国战略”的相关政策精神，积极把握先进制造业创新发展的战略机遇，重点聚焦新一代信息技术、高端装备制造、新材料、医疗医药制造和绿色制造等细分领域，加大金融服务力度，全力支持制造业高质量发展。同时，本行扎实推进制造业贷款投放，持续优化信贷结构。围绕制造业行业龙头、产业集群、“专精特新”及单项冠军企业，积极响应客户在研发投入、设备更新、技术改造和兼并重组等经营场景的痛点需求，依托并购贷款、银团贷款、项目贷款为客户定制金融服务方案，提供中长期融资支持，并推出数据增信融资、民生快贷、

² 涉农贷款为汇总人民币口径。

信保融资、“易创贷”等创新产品，着力提升对中小制造业企业的金融服务能力。此外，建立制造业贷款绿色审批通道，并下沉评审授权，进一步优化了制造业信贷投放的配套保障机制。

截至报告期末，本行制造业贷款余额 4,205.06 亿元，比上年末增长 21.29%；在本行对公贷款中占比 17.18%，比上年末提升了 2.11 个百分点。

3.4.1.3 持续推动产品体系创新，提升客户专业服务能力

交易银行产品服务体系不断丰富完善。报告期内，本行围绕企业日常经营不断完善交易银行产品服务体系。本行持续丰富开户服务入口，实现 APP、小程序、网银、直连等服务模式入口全覆盖，全面提升多层次、批量化客户触达效能；聚焦客户日常资金收付和管控场景，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，构建本行“企业服务+金融服务”综合服务能力。报告期内，本行结算客户一般性存款年日均 10,042.09 亿元，比上年增长 8.49%。

报告期内，本行加速国际业务产品线上化进程，为客户提供便利的跨境金融服务。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。聚焦客户跨境贸易融资需求，加速资产投放。截至报告期末，本行外币贷款余额 207.00 亿美元，比上年末增长 14.97%。

报告期内，本行着力解决非标准格式保函线上适配难、保函业务操作流程慢等难题，持续优化电子保函功能，实现所有类型、格式保函线上灵活适配和“一站式”办理，改善保函适配周期长、首次出函速度慢等不佳体验，提升保函服务竞争力。报告期内，电子保函业务规模 98.72 亿元，同比增长 191.28%，办理电子保函业务 2,879 笔，同比增长 37.40%，占本行保函业务笔数的 64.62%。依托线上化票据产品，为客户提供票据支付、保管、融资、结算等全流程便利化服务，升级优化票据管家 4.0，解决客户票据管理痛点，提升客户体验。报告期内，本行票据直贴业务量 2,514.56 亿元，同比增长 28.11%。

投资银行定制化服务能力不断提升。报告期内，本行持续丰富应用场景、优化作业模式、深化客群服务，全方位、多元化满足客户金融需求。本行积极响应国家政策号召，在新基建投资、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，加大资源配置，助力实体经济，融入国家发展新格局。截至报告期末，本行并购贷款余额 1,638.95 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%。本行聚焦服务国家重点战略，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。报告期内，债券发行规模 1,475.26 亿元，其中，承销非金融企业债务融资工具 292 只，规模 1,356.55 亿元。

3.4.2 零售银行业务

报告期内，本行持续深化零售业务长期性、基础性战略业务布局，加速数字化转型与平台赋能，有序推进生态银行建设，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，持续改善客户重点旅程服务质效，零售改革转型获得阶段性成效。

持续推进网链式获客与活客，获客质量持续提升。内生获客方面，制定联动开发标准化营销流程，不断完善公私联动代发业务体系；运用线上线下渠道扩大信用卡与分行协同获客规模；大力推广银联生态圈获客模式，联名卡获客提质增效。外延获客方面，围绕搭建新平台、做透大平台、加速扩场景，推出新市民灵活用工平台和物业生态圈平台，持续深化互联网场景合作，不断丰富泛出行场景产品，加速获取新客流量。报告期内，零售新增客户³243.46 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%；新客带来金融资产增长 607.18 亿元，占报告期内金融资产增量的 55.95%。

聚焦特色客群经营，打造细分市场优势。一是聚焦准养老、亲子、运动等特色细分客群，加快相关特色产品或平台建设，探索打造具有鲜明特色的综合服务。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”和“非凡礼遇”两大服务体系，创新打造差异化经营优势。

持续优化产品与服务体系，提升客户体验管理能力。一是优化特色存款产品，重构跨境汇款汇出流程，打造内地跨境金融合作行业标杆。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。三是持续完善客户体验监测体系，优化个人账户服务，提高开户配套服务便捷度和效率，优化产品购买和持仓服务体验，搭建网点服务标准流程，推广“陪伴式服务”。

构建小微业务新商业模式，落实普惠金融政策。一是强化一体化营销及链式开发，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。报告期内，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 92.00 亿元。二是加快线上化步伐，聚力打造“民生

³ 零售新增客户不含信用卡新增客户。

小微”APP平台，丰富线上产品货架，拓展综合服务边界。截至报告期末，“民生小微”APP用户数超过 53.70 万户。三是优化小微信用产品，打磨快捷高效的服务体验。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（优质平台）、交易快贷（优质核心企业）两类特色业务。

报告期内，本行零售业务利润总额 137.59 亿元，同比减少 7.14%；零售业务营业收入 334.61 亿元，同比减少 3.35%，占本行营业收入 47.94%，同比上升 6.21 个百分点（在本行对公及零售营业收入中占比 47.24%，同比上升 3.33 个百分点）。其中，零售利息净收入 265.54 亿元，同比减少 1.48%，占零售营业收入的 79.36%；零售非利息净收入 69.07 亿元，同比减少 9.90%，占零售业务营业收入的 20.64%，占本行对公及零售非利息净收入的 44.39%。报告期内，本行实现零售财富管理手续费及佣金收入 25.03 亿元，同比减少 23.06%，占零售非利息净收入的 36.24%，其中代销基金收入 5.28 亿元，代销保险收入 4.72 亿元，代销理财收入 14.76 亿元；实现零售银行卡手续费收入 49.33 亿元，同比减少 6.48%。

3.4.2.1 零售客户及管理客户总资产

截至报告期末，本行零售客户数⁴11,223.99 万户，比上年末增长 1.91%。其中，有效及以上零售客户 490.28 万户，比上年末增加 21.30 万户。

零售高评级客户数 247.37 万户，比上年末增加 4.78 万户。其中，存量高评级客户保有率 85.66%。贵宾客户数 362.22 万户，比上年末增加 17.65 万户。零售贷款客户数 283.44 万户，比上年末增加 12.56 万户。

私人银行达标客户数 41,091 户，比上年末增加 2,546 户；私人银行达标客户金融资产管理规模 5,563.77 亿元，比上年末增加 242.09 亿元。

截至报告期末，信用卡累计发卡 6,614.70 万张。信用卡客户 4,636.22 万户，比上年末增加 148.33 万户，增量同比增长 231.69%，交叉客户 1,889.76 万户。在稳步扩大总量的同时，坚定落实改革转型、调优客群结构，报告期内新增客户中消费稳定型客户⁵占比达到 88.10%。

截至报告期末，本行管理零售客户总资产⁶22,020.76 亿元，比上年末增长 5.23%。其中，金卡及以上客户金融资产 18,142.77 亿元，比上年末增长 4.78%，占全行管理零售客户总资产的 82.39%。

⁴ 零售客户数：指客户状态正常的个人客户（含 I、II、III 类账户）、纯信用卡客户、小微企业法人客户。

⁵ 消费稳定型客户指千禧一代、女性、高学历等目标客群。

⁶ 管理零售客户总资产统计口径新增本行零售客户持有的三方存管保证金和家族信托产品；同时调整保险产品统计口径并与承保公司系统余额核实更新。

零售储蓄存款 9,338.32 亿元，比上年末增加 1,250.88 亿元，增幅 15.47%。其中，结构性存款 242.88 亿元，占比 2.60%。

零售理财产品 9,325.53 亿元，比上年末下降 0.50%；报告期内，个人理财产品销售额 13,336.52 亿元，同比下降 13.85%；代理非货币公募基金销售额 216.98 亿元，同比下降 78.25%；代销保险保费 63.18 亿元，同比下降 27.94%。

3.4.2.2 零售贷款与质量

截至报告期末，本行零售贷款（含信用卡透支业务）合计 17,897.42 亿元，比上年末增加 298.85 亿元，在本行各项贷款中占比 42.78%，比上年末下降 0.97 个百分点。

小微贷款 6,462.15 亿元，比上年末增加 454.65 亿元，增幅 7.57%。小微有贷户数 37.79 万户。普惠型小微企业贷款 5,266.21 亿元，比上年末增加 218.06 亿元。普惠型小微企业客户数 32.49 万户，报告期内累计发放普惠型小微企业贷款 3,076.61 亿元，普惠型小微企业贷款平均执行利率 4.88%，在 2021 年度平均执行利率 5.24% 的基础上进一步下降 36BP，普惠型小微企业贷款不良率为 1.94%。全行 2,429 家网点面向小微客户提供综合金融服务。

按揭贷款余额 5,911.20 亿元，比上年末减少 10.71 亿元，降幅 0.18%。非按揭消费贷款余额 868.02 亿元，其中新型消费金融民易贷产品余额 361.04 亿元，比上年末增加 35.81 亿元。

信用卡透支 4,656.05 亿元，比上年末减少 64.72 亿元；报告期内，实现交易额 12,275.49 亿元，其中电子支付⁷交易额快速增长，达 2,905.53 亿元，同比增长 27.96%。

报告期内，零售资产质量持续呈现良好、稳定态势。截至报告期末，零售（含信用卡）不良贷款⁸278.86 亿元，比上年末减少 7.85 亿元，零售不良贷款率 1.59%，比上年末下降 0.06 个百分点。零售（含信用卡）关注类贷款⁹168.04 亿元，关注贷款率 0.96%，比上年末下降 0.08 个百分点。

小微贷款不良贷款率¹⁰1.81%，比上年末下降 0.32 个百分点。普惠型小微企业不良贷款 102.08 亿元，不良贷款率 1.94%，比上年末下降 0.35 个百分点。

信用卡不良贷款 137.41 亿元，比上年末减少 1.83 亿元；信用卡不良贷款率 2.95%，与上年末持平；逾期贷款 229.40 亿元，比上年末减少 0.47 亿元。信用卡业务回归支付本源，聚焦真实交

⁷ 电子支付含快捷支付、移动支付、网关支付及全民生活 APP 支付。

⁸⁻¹⁰ 零售（含信用卡）不良贷款、零售（含信用卡）关注类贷款、小微贷款不良贷款率均为集团口径，不含小微企业法人贷款。

易场景效果逐步显现。

按揭贷款不良贷款率 0.33%，比上年末上升 0.07 个百分点。非按揭消费贷款不良贷款率 1.34%，比上年末上升 0.40 个百分点，非按揭消费贷款中新型消费金融民易贷不良贷款率 0.59%，比上年末上升 0.13 个百分点。

3.4.2.3 客群开发与经营

一体化联动获客持续强化,持续深化互联网场景合作。一是全面启动“端到端”代发客户旅程优化，提升代发客户体验。报告期内，实现 115 家战略客户的代发项目落地。二是充分发挥信用卡团队协同效能，通过企业微信和“惠聚厅堂”协同获客；总分联动开展基于全渠道存量单持信用卡客户数字化营销，多轮次开展厅堂信用卡激活客户转化，转化率比上年末提升 9.62%。三是优化沃尔玛、农场卡、区域商超卡等联名卡产品与服务，通过场景扩充、权益升级、企微连接等手段提升获客产能。四是新市民灵活用工平台服务场景不断丰富，上线借记卡 I、II 类户 API 接口产品。截至报告期末，已成功为 70 余家企业提供了新市民服务。五是构建全账户、多场景合作体系，积极推动渠道融合。六是互联网平台合作持续突破，成功上线视听平台“企业微信+电子账户”产品，联合携程旅行推出首张商旅主题借记卡，上线首月引流超 6,000 户。

落地线上线下一体化经营，有效提升客户活跃度。一是打造线上线下一体化客户经营模式，实现营销闭环、数据归因、有效沉淀精细化经营策略。报告期内，共部署 105 个经营策略，覆盖率 80.29%，经营断点补位策略整体成功率 7.65%。截至报告期末，目标新客企业微信绑定率 87.19%，建立连接率 67.51%，客户账户入金率 63.54%，千元层级达标率 26.52%，有效户层级达标率 9.20%。二是打造“听得懂，答得好”的拟人化 AI 智能外呼应用渠道，智能生成客户画像，精准触达、筛选意向客户。报告期内，围绕客户旅程沉淀客户关怀、活动邀约、权益体系、通知提醒、产品营销五大类应用场景 319 个子场景，累计触达客户 1,700 万人次。三是发挥企业微信新渠道连接作用，补足经营断点，以用户体验为中心，内容运营为抓手，扩展标准旅程经营模式服务范围。截至报告期末，企业微信添加量达 584.40 万户，比上年末增加 225.91 万户，其中新客添加率 82.89%，存量管户添加率 13.08%。四是升级全民生活 APP 流量经营体系，建设完整闭环的全链路智能化流量经营体系，加速客户分群、触点管理等方面的数字化、智能化转型升级，赋能用户增长和客群经营。

持续深耕客户差异化和精细化的分层经营。一是聚焦薪资、商户、按揭、老年、准养老、运动等细分客群，围绕车主、商超、亲子、物业等个人生活场景开展差异化经营，搭建总分联合营

销日历，打造特色客群专属服务。二是着力打造私银客群的个性化经营模式。通过家族信托、头部私募产品和高端专属理财，满足私银客群个性化的财富需求；建立差异化、进阶式“非凡礼遇”体系，满足私银客群多样需求。三是全面升级企业家客群服务。打造企业家级客群服务体系，开展定制化经营模式。依托整体战略平台和渠道优势，整合全市场优质资源，致力于为客户一站式打理全球资产、全方位提升生活品质、多维度助力家业长青，成为企业家的贴身管家。

3.4.2.4 产品、服务与渠道建设

升级资产配置体系，打造稳健财富管理品牌。一是理财产品体系全新升级。从客户配置需求出发建立“活钱管理”“安心理财”“稳健优选”“收益进阶”四大类产品体系，在民生理财基础上，引进头部他行理财子公司的短期限收益稳健的中低风险产品，与本行理财产品形成有效补充。二是公募基金业务重点布局“民生磐石”“民生智远”“逆向优选”系列，关注波动性把控，注重长期财富规划与日常售后陪伴。三是私募基金业务在持续上架多策略产品满足客户多元化投资需求的基础上，针对超高净值客户推出券商结构化产品定制服务。四是保险业务持续重点布局期交保险，其中10年及以上期交产品规模占比达56.14%；为高净值客户提供优质定额终身寿险，报告期内，定额寿险销量比上年全年销量增长137%。五是家族信托业务围绕客户财富传承需求打造“民生传世家族信托”市场品牌，采取标准化与定制化双轮驱动模式，重点引进专属保险定制产品，配套专属非金融权益体系，为家族客户提供优质服务体验。报告期内，全行新设立家族信托908单，新设立规模52.19亿元；截至报告期末，累计存量规模82.19亿元，比上年末增长172.84%。

持续优化基础产品，优化客户服务旅程，夯实基础服务。一是持续优化细分客群基础金融服务。加快建设个人养老金业务，推进跨境理财通香港同业合作成果落地，探索打造亲子服务、外汇便利化一站式综合服务解决方案，上线电子社保卡，北上广深等16家分行已具备属地服务能力。二是整合同类特色存款产品，引入高净值客户定制存款产品，探索产品与客户高频用款场景融合模式，提升灵活发行及流通服务能力。三是加强支付领域资源投入，通过支付缴费场景，融合跨界生态圈，构建开放生态获客与经营模式。打造“聚惠民生日”支付品牌活动，与电商平台合作开展“网购狂欢节”，持续带动客户绑卡和长期用卡。报告期内，信用卡电子支付交易额2,905.53亿元，同比增长27.96%。四是丰富NPS¹¹系统监测覆盖面，新增手机银行、全民生活、移动运营渠道等12条客户旅程，累计实现37条旅程监测；提高开户配套服务便捷度和效率，新增云闪付产品套餐化签约等多项功能；升级代发业务端到端旅程，从营销流程、签约开卡、工资代发、员

¹¹ NPS（即净推荐值）是一种计量某个客户将会向其他人推荐某个企业或服务可能性的指数。

工经营等方面开展旅程梳理和系统优化。报告期内，本行 NPS 比上年提升 5.19 个百分点，个人账户开立旅程 NPS 比上年提升 21.65 个百分点。

优化消费金融业务模式，推进消费金融业务发展。一是按揭贷款业务因城施策进行差异化布局，加强总对总战略房企联动持续拓展合作范围，加快与各地头部二手房中介合作推动二手房按揭业务发展，持续优化系统和业务流程以提升产品竞争力和客户体验。二是非按揭消费贷款业务聚焦优质单位客群开展“万企行”营销活动，提升“民生民易贷”批量获客能力；与优质企业集团合作，加快构建生态场景金融新模式；提升零售团队消贷业务管理和营销能力，实现团队展业与获客。

强化小微基础服务，打造小微特色产品，坚定落实普惠金融政策。一是落实信用贷款、线上贷款、法人贷款创新提升，通过大幅优化调整信贷政策及内部风险授权，为小微客户提供更加灵活的价格优惠和更高效的办理效率。二是推动基于数据支撑的小微客户信用贷款发放，提增单户信用贷款限额，单一小微客户信用类授信额度最高可达 1,000 万元。三是完善基础账户服务，广泛搭建联合收单、教育、代理记账等获客平台与场景，通过联名卡、云代账、企业线上预约开户等产品，以及账户服务优惠减免等政策，强化基础服务。四是优先支持四大重点区域开展知识产权、应收账款质押等新型担保业务。五是 40 家分行已成立分行级普惠金融管理委员会，持续完善普惠金融工作机制；对小微金融保证充足信贷供给，坚持减费让利长效机制，加强对纾困群体定向支持；面向客户组织各类国家政策及普惠金融举措宣讲。加大支持乡村振兴金融服务，围绕家庭农场、合作社等新型农业主体及农户提供普惠融资支持。截至报告期末，普惠型小微企业贷款比上年末增加 218.06 亿元。

持续丰富特色权益体系，加快权益体系落地。一是深耕 V+会员权益体系，打造优享金融、惠享购物、畅享娱乐、欢享美食四大权益板块。完善积分商城体系，持续丰富产品品类，实现积分+现金混合支付、实时积分任务等功能。报告期内，累计参与兑换积分客户 119 万人次，日均兑换量为上年同期的 15 倍；V+会员权益累计兑换 143 万人次，累计兑换权益 218.39 万份。二是“非凡礼遇”贵宾权益体系整合市场高端稀缺资源及本行战略客户资源，目前已上线 30 项高端权益，叠加分行特色权益专区，落地覆盖全国、不限时段的“非凡秘书”电话预约与手机银行 APP 预约双通道，持续开展“贵宾客户体验计划”，打造特色鲜明的贵宾权益体系。三是持续优化权益，陆续上线美容 SPA、高铁贵宾休息室、家庭医生咨询等服务，迭代品牌活动和用卡权益，打

造线上线下一体化的特惠场景生态。截至报告期末，信用卡特惠业务覆盖全国 105 个城市，共计 295 家城市核心商圈。

加快建设社区网点生态圈，提升社区综合服务能力。社区网点提供财富业务、消费信贷、信用卡办理等多元化的服务，满足客户综合金融需求；加快以“支付”“团购”“物业”为核心的网点周边生态圈建设，为网点拓展、触达和转化客户提供有力抓手；构建网点星级评价体系，围绕客群经营类指标，开拓新客、盘活存量、扩大规模，提升重点财富产品的客户持有率，提高社区精细化管理水平。截至报告期末，全行社区板块金融资产余额 3,837.59 亿元，比上年末增加 263.10 亿元，增幅 7.36%；储蓄存款 1,543.73 亿元，比上年末增加 281.82 亿元，增幅 22.33%；有效及以上客户数 103.38 万户，比上年末增加 7.10 万户，增幅 7.37%。

高度响应纾困政策，全面落实客户关怀。一是高度响应国家助企纾困政策号召，第一时间发布助力小微企业复工复产的“民二十条”，减费让利，精准纾困。不抽贷、不压贷。主动为受疫情影响经营困难的客户提供续贷、调整还款计划、远程视频面签、延期还本付息等一系列措施。截至报告期末，为小微客户提供续贷及延期还本付息达 2,118.86 亿元；对受疫情影响较大的零售、住宿、餐饮、文化、旅游、交通运输等行业小微客户贷款主动下调指导价；向小微客户提供“六免”服务：免开户手续费、账户管理费、单笔不超过 100 万元网银转账手续费、企业网银服务费及 UKEY 工本费和年费；优化小微企业贷款期限管理，灵活运用随借随还、自主期供等还款服务和方式，减缓客户资金压力，帮助客户提升资金使用效率。二是信用卡产品推出多项抗疫关怀新举措，全力做好疫情防控期间的金融服务。报告期内，累计办理延期还款 8.23 万户，为 1.35 万信用卡客户提供征信保护；为逾期客户提供多样化帮扶，减免息费 8.90 亿元。三是加强推广民生小微普惠信用卡，为受疫情影响严重地区的小微企业主、个体工商户，提供分期方案和优惠利率。报告期内，小微普惠卡新增核卡 1.57 万户。

强化布局，建立和保持高效的物理分销渠道。本行在境内建立高效的分销网络，实现了对中国内地所有省份的布局，主要分布在长江三角洲、珠江三角洲、环渤海经济区等区域。截至报告期末，本行销售网络覆盖中国内地的 132 个城市，包括 140 家分行级机构（含一级分行 41 家、二级分行 90 家、异地支行 9 家）、1,206 家支行营业网点（含营业部）、1,088 家社区支行、135 家小微支行。

3.4.3 资金业务

本行始终坚持以“客户为中心”的经营理念，持续深化同业客群经营，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，坚定推进金融市场业务改革转型。

3.4.3.1 坚定落实经营新理念，强化综合营销能力，提升同业客群综合贡献

本行持续完善同业客群统一营销、统一授信等工作机制，有效客户覆盖率持续提升，客户基础不断夯实。强化科技赋能同业客群营销，加快推进同业数字化平台建设，为同业客户提供更加专业的数字化营销、投资和交易服务。

报告期内，本行积极优化同业负债结构，抓住宽信用环境下资金业务、投资业务机会，实现同业业务的稳健发展。截至报告期末，本行同业资产规模 3,004.10 亿元，比上年末增长 12.86%；同业负债规模（含同业存单）18,311.07 亿元，比上年末增长 1.23%；报告期内，发行同业存单 292 期，累计发行规模 4,046.90 亿元；截至报告期末，本行发行同业存单余额 5,297.35 亿元。

3.4.3.2 持续提升投资交易能力，优化金融市场产品服务

固定收益业务方面，为规范和加强债券业务，提升综合效益，有效防范风险，本行坚定推进债券投资业务的深化改革。通过搭建市场化、专业化的固定收益服务平台，打造了涵盖投资、交易、销售、代客等条线的一体化民生固定收益品牌。持续提升投资交易能力，积极响应实体需求，大力提升债券组合的流动性和盈利性。截至报告期末，本行债券资产规模 1.76 万亿元。

外汇业务方面，为积极倡导客户汇率风险中性的理念，本行通过培训交流等方式主动引导企业客户将避险保值作为汇率风险管理的核心目标，通过加强外汇避险产品研发和对市场信息的分享，为企业客户提供更加符合市场环境的汇率避险工具，通过对代客外汇相关系统的优化升级，持续提高对企业客户外汇避险的服务效率。持续提升境内外汇衍生产品定价和做市交易能力，报告期内，银行间外汇市场远期结售汇、人民币外汇掉期交易量 6,164.57 亿美元；人民币外汇期权交易量 679.85 亿美元。

贵金属业务方面，本行深耕普惠金融，提升客户体验，提供线上线下互通的黄金产品和服务，打造集“交易、避险、积存、实物、投资、理财和融资”于一体的综合服务平台。报告期内，本行贵金属业务黄金竞价交易量（含自营及代理业务）325.08 吨，交易金额合计人民币 1,276.90 亿元；黄金询价交易量 296.31 吨，交易金额合计人民币 1,164.97 亿元；白银竞价交易量（含自营及代理业务）1,523.74 吨，交易金额合计人民币 72.01 亿元。以交易金额计算，本行为上海黄金交易所银行间前十大交易商，也是上海期货交易所最为活跃的贵金属自营交易商之一，亦是国内重要的黄金进口商之一。

结构性存款业务方面，本行持续完善产品体系，不断推动项目创新。可售产品挂钩标的种类较为丰富，产品期限覆盖全面。报告期内，完成市场首款“乡村振兴指数”的自主研发与线上发布，进一步优化符合国家战略、具有本行特色的量化策略指数体系。持续推进 ESG 主题指数结构性存款规模销售，充分发挥绿色金融产品优势，促进结构性存款业务长期平稳健康发展。

3.4.3.3 不断夯实基础服务能力，打造服务客户旅程的全景托管银行

报告期内，本行持续推进托管业务变革转型，优化业务结构，夯实基础服务能力，致力于打造服务客户旅程的全景托管银行。截至报告期末，本行托管规模 12.07 万亿元，比上年末增加 0.98 万亿元，其中，证券投资基金托管规模首次突破 1.2 万亿元，比上年末增加 843.53 亿元，业务规模创历史新高。

养老金业务方面，本行紧密围绕国家养老金体系战略布局，高度重视企业年金、职业年金等养老金业务发展，积极布局第三支柱个人养老金业务。报告期内，以客户需求为基准，持续提升年金业务履职服务能力，为企事业单位及个人客户提供优质的养老金管理服务，实现全行养老金业务健康发展。截至报告期末，本行管理的企业年金个人账户数量比上年末增加 1.25 万户。

3.4.3.4 显著提升理财产品核心能力，资产管理业务稳健发展

以客户为中心，快速响应客户需求。进一步优化理财产品布局，报告期内，新发产品 99 只，重点满足客户短期限、低波动和一年及以上期限、中等弹性的投资需求。在保证零售大众客群产品供给丰富、多样的基础上，加强私募主题产品和机构定制产品发行力度，强化客群细分经营。

以市场为导向，及时应对市场波动。加强市场大势研判和大类资产配置研究，建立投资与研究有效衔接、高效互动的一体化投研机制，理财产品业绩表现和稳定性稳步提升。

深入践行 ESG 理念，联合中金公司发布“民生理财-中金低碳领先指数”，该指数将为境内资金投向低碳领先的优质公司提供指引，下一步将发行指数挂钩理财产品。

集团业务高度协同，一体化经营效果显著提升。为战略客群提供财富管理解决方案，助力总分行客群开发和综合经营；与战略客群合作开发项目资产，项目资产投放规模同比增长 75.90%。

报告期内，本行理财产品日均规模 10,441.28 亿元，比上年同期增加 1,436.29 亿元，增幅 15.95%。

3.4.4 机构业务

报告期内，本行以财政和政府业务为核心，狠抓专项债链式开发、机构业务下沉营销；优化

教育医疗、文旅烟草客群建设，拓宽机构客群基础；加强总分两级机构业务人员团队建设，优化机构业务营销模式。

多措并举稳存拓客。应对疫情不利影响，本行通过差异化客群营销、强化专项债链式开发业务联动、大力推动机构业务下沉层级，实现稳存增存。截至报告期末，本行机构存款8,055.45亿元，比上年末增加210.11亿元；机构客户¹²28,837户，比上年末增长5.05%。

精细化专项债链式营销。截至报告期末，本行审批承销地方政府债金额313.58亿元。全力配合支持各地方政府专项债发行，累计服务地方政府专项债项目发行436个，累计引存518.10亿元。

资质建设持续推进。截至报告期末，本行已获得385项各级财政国库代理业务资格，比上年末增加37项。2021年度本行央财国库直接支付、非税收入收缴两项考评为“优”，授权支付考评为“良”。

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，报告期内，本行共审批立项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27.10亿元。

3.4.5 数字化转型

本行持续打造敏捷高效、体验极致、价值成长的数字化银行，加强顶层规划和组织推动，全面深化数字化转型。“生态银行”与“智慧银行”建设取得新突破，科技与数据赋能成效逐步显现，业务与技术融合的敏捷创新机制进一步深化，线上线下客户体验不断提升，全行数字化经营管理能力显著增强。

3.4.5.1 “场景化服务+一体化经营+批量化获客”，生态银行新模式快速成型

依照场景生态进行整体规划和布局，围绕企业生产经营、个人生活旅程、智慧政务，深耕 25 大类生态场景。以战略客户为支点，围绕大中小微及零售客户一体开发，创新数字化生态金融产品和业务模式，孵化了一批重要生态项目，一体化客户经营能力和场景化批量获客能力明显提升。其中：

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，围绕核心企业及其上下游，建立基于数据的风险识别与信用评估体系，提升服务效率，拓宽覆盖范围。持续丰富供应链 E 系列场景化金融产品，运用多维数据，实现精准授信，针对不同场景提供定制化金融服务方案。

¹² 机构客户主要包括政府机构、事业单位、社会团体、民办非企业单位等。

基于大数据分析，携手全国棉花交易市场集团，推出“全棉通”系列产品，创新推出“单一窗口”关税保函、“快易贷”“花瓣贷”“政采快贷”等线上化信用产品，支持快速融资、极速周转、普惠服务。

个人生活场景方面，联合自有渠道和场景合作平台，在“培育、触达、互动、转化、服务、留存、推荐”环节，打通用户行为数据，构建全链路、全场景客户视图。依托头部平台联合类项目，围绕“衣食住行游娱购”等非金融需求，开展场景共建、技术共享，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，依托与政府采购平台、海关“单一窗口”“一网通办”“e 窗通”等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、电子营业执照、电子社保卡等便利的政务服务和民生服务。

3.4.5.2 “数字化营销+数字化产品+数字化风控+数字化运营+数字化决策”，智慧银行新服务全面升级

通过打造“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。其中：

数字化营销强化数据规模化应用和工具平台支撑。**在数据与平台方面**，建立多维客户画像，丰富行为数据，完善标签体系；**在数字化工具赋能方面**，围绕对公、零售、小微客户，打造伴我行 3.0、魔方、理财经理专属工作台以及营销管理、线索管理、在线陪伴、AI 智能外呼、数字员工等数字化营销工具；**在智能化营销服务方面**，基于算法和策略细分客户需求，提升营销效率和客户体验。报告期内，策略库新增策略 1,054 个，触达客户 825.3 万户，目标客群整体金融资产提升 671 亿元；**在协同拓展客户方面**，以企业微信为桥梁紧密连接客户，推进信用卡与零售客户数据标签共享、社群协同运营、客户交叉销售。

数字化产品不断升级基础产品功能，提升普惠金融服务能力。**基础产品升级方面**，推出便捷预约开户、智能尽调、智能授信审批、智能资产保全、消费微贷线上快速放贷等功能，开户 e 系列产品实现客群、渠道全覆盖，民生财资云产品实现业财票税一体化管理。推出承贴直通车、收款通、付款直通车、外币法人账户透支等交易银行创新产品。“民生小微”APP 提供线上专属综合

服务产品，数字信用卡实现发卡全流程数字化，“民生银行 E 点通”微信小程序提供全线上财富管理产品和增值服务。**普惠金融方面**，应用隐私计算技术，通过联邦学习建模，精准放贷扩大普惠金融服务范围。依托黑龙江省政府的农业大数据平台推出“农贷通”产品，累计为试点地区农户授信超 10 亿元，收到线上农户的贷款申请超 1.3 万笔。

数字化风控赋能事前、事中、事后全流程。**事前**，迭代反欺诈、授信定价等数据模型，反洗钱系统完成 120 个大额可疑模型规则和 576 个可疑因子设计。针对科创贷、绿色金融、专精特新等业务场景，开展大规模非结构化数据的商机挖掘和风险识别。**事中**，“掌中眼”营销行为管理系统全面展现客户场景，强化客户现场营销风险管控。打造合格投资者认定、财富产品智能双录等系统化管控手段，提升财富与私银业务风控合规管理能力。**事后**，建立“望楼”零售质量管控系统、“天眼云”小微信贷监测预警平台，贷后风险管理更及时、准确。依托巴塞尔 B 卡评分、早期预警评分、共债指数等，及时监控信用卡交叉风险，提前化解贷后管理风险。

数字化运营提升集约化、智能化、远程服务能力。**集约化方面**，“大运营”全面集中业务流程和服务，设计标准运营流程，高效支撑跨条线协作。“及时雨”账户管理系统推广自动化作业功能，全行数字化运营得到全局优化。**智能化方面**，基于流程机器人 RPA、智能影像识别 OCR、区块链等技术，推出账户机器人、银企对账 AI 模式、智能远程柜员、函证数字化等，扩大运营智能技术应用范围，替代人工作业提升效能。**远程方面**，远程银行提供 7×24 小时服务，保障疫情期间服务不间断，大幅缩短客户接入时间，接通率比上年末提升 6.1%。构建全行一体化运营服务体系，分支行协同，线上线下打通，提升多场景综合业务支撑。

数字化决策优化经营分析平台，强化管理决策支持。**经营分析方面**，优化价值云图、管会平台等数字化管理视图，构建算法驱动的数字决策模型，基于大数据平台、AI 平台和数据可视化分析工具，打造智能经营分析平台。**决策支持方面**，在资源配置、盈利分析、风险管理、市场预测等方面，进一步提升了“决策制定、策略执行、评估优化”全流程线上化、数字化、精细化科学决策管理水平。

3.4.5.3 金融科技赋能，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，开展实时数据规模化应用专项行动，科技和数据驱动效能进一步释放。

科技能力“高效复用、快速赋能”。在总行云、分行云、生态云“三朵云”的基础上，构建

云原生应用和服务平台。DevOps 开发运营一体化和容器、微服务、无服务、服务网格等技术应用进一步推广，资源使用效率、研发交付效率、运维部署效率明显提升。基于分布式技术的新一代对公贷款 cLoan 系统正式投产，面向多业务场景提供灵活的功能接口，支持贷款类产品快速创新。

数据能力“标准整合、实时应用”。聚焦提升数据治理和数据资产管理水平，推进数据标准建设和数据质量提升，强化数据共享，打造湖仓一体的企业级数据平台。设计全行数据智能价值体系、能力体系和服务体系。构建实时数据技术体系，建立实时数据链路，支持规模化实时数据应用，推进巴III信用风险、市场风险、操作风险计量及管理应用建设。

3.4.5.4 敏捷创新变革

以科技和业务融合的创新机制和研发体系为依托，建立面向价值创造、快速迭代、敏捷交付的组织能力。在 37 项敏捷主题域中，按照敏捷产品模式进行资源组织和立项研发，快速提升全行整体研发效能。

开展端到端客户旅程重塑，全面提升客户体验。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。报告期内，6 家试点分行累计服务代发客户 32.5 万户，客户需求响应速度明显提升。

3.4.5.5 网络金融创新

持续优化平台服务体验，不断创新支付产品，大力拓展开放银行，网络金融综合服务水平迈上新台阶，市场份额和品牌效应日益攀升，荣获 2021 年网上银行服务企业标准“领跑者”称号和移动金融客户端应用（银行业）企业标准“领跑者”称号。

建设有特色的零售线上服务平台。开展体验官机制试点，优化手机银行体验，推出手机银行私银专版、理财专区、微信联合登录以及 v+会员、非凡礼遇等客户权益体系，产品服务丰富性提升显著；完善手机银行安全感知策略，电信诈骗防范能力不断增强。截至报告期末，本行零售线上平台用户数达 9,829.96 万户，比上年末增长 5.07%；零售线上平台月活用户数 2,492.75 万户，同比增长 9.85%，用户交易活跃度保持银行业领先地位。

持续迭代优化对公线上服务平台。升级“民生 e 企”服务体系，推出企业网上银行功能演示、常见问题帮助中心；优化登录、票据、账户服务等多项高频场景服务，增强企业网银服务能力；打造财富管理类、签约类等服务，手机银行产品日益丰富；创新推出民生 e 企微服务平台，迭代

微账户、微金融、微服务；研发银企直联签名终端，助推客户交易提速。截至报告期末，本行对公线上平台用户数 313.60 万户，比上年末增长 5.56%；对公线上平台累计交易金额 33.08 万亿元，同比增长 5.72%。银企直联客户数 3,703 户，比上年末增长 10.77%；银企直联客户存款年日均规模 9,000.91 亿元，同比增长 33.92%。

不断创新支付一体化产品服务体系。持续丰富乐收银收款终端类型，完善民生付收款方式，搭建覆盖大中小微客群的支付产品货架；加强支付产品和账簿体系联动，为企业提供支付结算和资金管理综合服务；拓展数字人民币场景，业内率先在数字人民币 APP 支持免输卡号绑卡、推出对公账户直接发放数字人民币薪资服务、通过互联互通平台直接参与政府优惠券活动。截至报告期末，本行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%。

开放银行“民生云”系列产品正式发布。发布“民生·云代账”“民生·云人力”“民生·云货运”“民生·云费控”“民生·云健康”“民生·云钱包”“民生·云易付”七大产品，携手 500 余家合作伙伴，推出账户、支付、结算、投资、贷款 5 大类 410 项开放服务，覆盖全客群全市场生态，服务企业客户超 7,000 家，个人客户超 100 万户，开放银行荣获 CFCA 组织的“第五届（2022）数字金融创新大赛”数智平台专项领域创新金奖。

3.4.5.6 网点转型升级

聚焦“服务升级、体验升级、风控升级”，科技赋能网点数字化转型升级。

服务升级。依托新技术，优化网点布局，开展多元化、全渠道经营，网点资源利用率更高，金融产品服务的客户触达率显著提升。

体验升级。持续推广运营服务线上受理、高效处理、快捷交付。成都、深圳、广州分行智慧网点建成开业，打造“智能、智慧、温暖”的全新服务体验。

风控升级。构建全渠道风险监测平台，建立“风控模型体系+风险体检机制+预警型风控”的“风铃”数字化风控体系，从“事后应对”到“事前监测”，主动防范化解风险，适应分行、网点在新形势下的客户风险、业务风险、操作风险等防控需求，有效保障客户资金安全。

3.4.6 境外业务

报告期内，香港分行克服金融市场动荡、经济增长乏力、新冠疫情反复等多重挑战，坚持贯

彻本行发展战略，充分发挥境外业务平台作用，强化跨境协同联动，深度经营高质素客群，深耕特色业务领域，着重塑造差异化竞争优势，全面提升综合金融服务能力，公司银行、金融市场、私人银行及财富管理三大业务板块实现高质量稳步发展。

3.4.6.1 立足香港，强化跨境协同，深化战略客群经营

香港分行深入践行本行重点区域发展战略，立足香港，聚焦粤港澳大湾区发展，扩大跨境协同联动优势，为客户提供专业的一体化跨境金融解决方案。报告期内，落地 17 个战略客户重大联动项目，跨境合作落地信贷资产发放规模达 48.38 亿元人民币，同比增长 72.05%。

香港分行重视授信客户结构调整和客户质量提升，报告期内，对公高评级优质客户新增信贷资产投放占比达 63.37%；重视战略客群深度开发，为逾 200 个本行对公战略客户提供综合金融服务。截至报告期末，对公战略客户总体信贷资产投放规模达 505.51 亿港元；重视中高端零售客户跨境财富管理。截至报告期末，私银及财富客群资产管理规模超过 265 亿港元。

3.4.6.2 发展特色领域，提升服务能力，打造核心优势

香港分行始终坚持为客户创造价值，深耕特色业务领域，资产托管、外汇交易、绿色金融等业务显著增长。资产托管方面，持续丰富托管产品体系，大幅提升综合托管能力，截至报告期末，资产托管规模 1,145.63 亿港元，比上年末增长 19.34%，托管规模位列可比中资股份制银行第二。外汇交易方面，全面布局发展代客外汇及衍生品业务，进一步提升交易规模及收益水平，报告期内，代客外汇及衍生品业务规模 47.10 亿美元，同比增长 18.58%。绿色金融方面，坚持可持续发展，在绿色金融业务领域实现良好发展，截至报告期末，绿色资产¹³规模 109.40 亿港元，比上年末增长 45.50%，报告期内，承销 11 笔绿色债券，承销规模 3.62 亿美元。

香港分行始终坚持以客户为中心，深度挖掘中高端个人客群金融需求，丰富完善产品货架，创新增值服务模式，持续提升跨境综合金融服务能力。报告期内，香港分行着力打造私人银行及财富管理基金平台，上线股票型、混合型、债券及货币型等近百支精选公募基金；不断深化金融机构客群合作，持续扩大银证转账业务平台的市场领先优势，截至报告期末，银证转账合作券商达 26 家，7x24 小时线上外汇交易量逾 140 亿港元；“跨境理财通”自 2021 年末展业以来，实现开户及交易的全流程电子化，截至报告期末，本行“跨境理财通”办理资金跨境汇划金额市场份额占比 32.61%，其中“南向通”市场份额优势明显，资金往来发生额占比 50.72%、净流入香港金

¹³ 绿色资产包含贷款及债权投资。

额占比 39.25%，在市场中保持领先地位。

截至报告期末，香港分行资产总额 1,933.45 亿港元，比上年末下降 7.51%，主要由于本行进一步优化资产结构，主动压降同业资产和债券投资规模；报告期内，实现净收入 13.12 亿港元，同比增长 2.26%，报告期内净收入实现逆势增长主要有赖于负债成本有效管控、贷款规模增长及组合结构优化，以及非利息收入保持提升。同时，香港分行全面深化合规经营理念，坚持风险为本，落实授信审批体制改革，强化风控体系建设，信贷资产质量保持稳定。

3.5 可能面临的风险

展望下阶段，随着稳经济一揽子措施的逐步落地见效，我国宏观经济有望加速复苏，商业银行将迎来广阔的发展机遇，但同时也有部分可能面临的风险值得关注。

一是全球经济增速趋缓的潜在风险。随着欧美通胀加剧、美联储加息步伐加快，全球经济增速放缓的预期正在逐步上升，外需可能转弱，对于我国外贸出口也将产生不确定影响。二是俄乌冲突的衍生风险。俄乌冲突正在步入持久化、常态化，欧美对俄实施的大规模制裁尚未解除，全球能源粮食危机正在加剧，能源、粮食的价格上涨进一步加大了通胀持续的不确定性。三是海外货币政策转向带来的挑战。随着多国央行开启加息进程，以及欧洲央行释放加息预期，部分欧元区国家的债务压力将随之加大，汇率风险上升。四是国内经济发展仍然面临多重压力。疫情的局部散发对生产经营活动和居民消费带来负面影响；输入性通胀压力挤压下游企业利润空间；外贸出口预期存在一定不确定性。

面对以上风险挑战，本行将始终坚持“稳字当头、稳中求进”的总基调，围绕民营企业、中小微企业、绿色发展、科技创新、能源保供、水利基建等重点领域，加大信贷投放力度；强化重点领域风险防控，加快不良资产风险处置，有序有力防范化解各类金融风险；积极融入构建新发展格局，更好服务我国经济高质量发展。