证券代码:600016　　证券简称:民生银行

中国民生银行股份有限公司

【2023】第三季度报告

本行董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示

中国民生银行股份有限公司(以下简称“本行”)董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证季度报告内容的真实、准确、完整,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

本行董事长高迎欣、行长郑万春、主管会计工作负责人李彬及会计机构负责人殷绪文保证季度报告中财务信息的真实、准确、完整。

第三季度财务报表是否经审计

□是 √否

本季度报告所载财务数据及指标按照中国会计准则编制,未经审计。除特别说明外,为本行及附属公司(以下简称“本集团”)合并数据,以人民币列示。

本季度报告中涉及未来计划等前瞻性陈述不构成本行对投资者的实质承诺,投资者及相关人士均应当对此保持足够的风险认识,并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。

一、主要财务数据

(一)主要会计数据和财务指标

	本报告期末 2023年9月30日	上年度末 2022年12月31日	本报告期末比上年度末
规模指标(人民币百万元)			增减(%)
资产总额	7,522,077	7,256,673	3.67
发放贷款和垫款总额	4,383,813	4,141,144	5.86
其中:公司贷款和垫款	2,611,543	2,399,276	8.85
个人贷款和垫款	1,772,270	1,741,868	1.75
不良贷款总额	68,015	69,387	-1.98
贷款减值准备	101,488	98,988	2.65
负债总额	6,887,701	6,642,869	3.69
吸收存款总额	4,236,402	3,993,527	5.83
其中:公司存款	3,036,604	2,966,375	2.37
个人存款	1,182,417	1,020,544	15.86
其他存款	7,381	6,608	11.70
归属于本行股东权益总额	621,065	599,928	3.52
归属于本行普通股股东权益总额	526,103	504,966	4.19
归属于本行普通股股东的每股净资产(人民币元)	12.02	11.53	4.25
资产质量指标(%)			变动百分点
不良贷款率	1.56	1.68	-0.13
拨备覆盖率	149.21	142.49	6.72
贷款拨备率	2.32	2.39	-0.07

	本报告期 2023年7-9月	本报告期比上年同期	年初至报告期末 2023年1-9月	年初至报告期末比上年同期
经营业绩(人民币百万元)		增减(%)		增减(%)
营业收入	34,765	1.07	106,304	-2.11
利息净收入	25,874	-2.67	77,208	-5.16
归属于本行股东的净利润	9,800	7.22	33,577	-0.60
归属于本行股东的扣除非经常性损益的净利润	9,900	8.30	33,656	-0.62
经营活动产生的现金流量净额	不适用	不适用	123,537	上期为负
每股计(人民币元)				
基本每股收益	0.21	10.53	0.67	-1.47
稀释每股收益	0.21	10.53	0.67	-1.47
每股经营活动产生的现金流量净额	不适用	不适用	2.82	上期为负
盈利能力指标(%)		变动百分点		变动百分点
平均总资产收益率(年化)	0.52	0.01	0.61	-0.03
加权平均净资产收益率(年化)	6.83	0.22	7.56	-0.44
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率(年化)	6.91	0.30	7.56	-0.44
成本收入比	37.28	0.20	32.07	0.93
净利差(年化)	1.38	-0.10	1.40	-0.13
净息差(年化)	1.46	-0.10	1.48	-0.14

注:1.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。

2. 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。

3.其他存款包含发行存款证、汇出及应解汇款。

4.不良贷款率=不良贷款总额/发放贷款和垫款总额。

5. 拨备覆盖率和贷款拨备率按照原中国银保监会《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。

6.平均总资产收益率=净利润/期初及期末总资产平均余额。

7.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。

8.成本收入比=业务及管理费/营业收入。

9.净利差=生息资产平均收益率–付息负债平均成本率。

10.净息差=利息净收入/生息资产平均余额。

(二)非经常性损益

项目(人民币百万元)	2023年1–9月	2022年1–9月
政府补助	453	168
捐赠支出	–50	–68
非流动资产处置损益净额	–33	–1
其他非经常性损益净额	–148	–10
非经常性损益所得税的影响额	–112	–34
非经常性损益税后影响净额	110	55
其中:影响本行股东净利润的非经常性损益	21	14
影响少数股东损益的非经常性损益	89	41

注:根据《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号–非经常性损益(2008年修订)》的规定计算。

将《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号–非经常性损益》中列举的非经常性损益项目界定为经常性损益项目的情况说明

□适用 √不适用

(三)主要会计数据、财务指标发生变动的情况、原因

√适用 □不适用

项目	2023年1–9月	2022年1–9月	增幅(%)	主要原因
经营活动产生的现金流量净额(人民币百万元)	123,537	–12,879	上期为负	向中央银行借款、拆出资金等现金净流入增加
每股经营活动产生的现金流量净额(人民币元)	2.82	–0.29		

二、股东信息

(一)普通股股东总数及前十名股东持股情况

截至报告期末,本行普通股股东总数为349,024户,其中:A股331,159户,H股17,865户,无表决权恢复的优先股股东。

前10名普通股股东持股情况

股东名称	股东性质	持股数量(股)	股份类别	持股比例(%)	质押/标记/冻结情况	
					股份状态	数量(股)
香港中央结算(代理人)有限公司	其他	8,285,500,476	H股	18.92	未知	
大家人寿保险股份有限公司–万能产品	境内法人	4,508,984,567	A股	10.30	无	
大家人寿保险股份有限公司–传统产品	境内法人	2,843,300,122	A股	6.49	无	
同方国信投资控股有限公司	境内法人	1,888,530,701	A股	4.31	质押	1,850,802,321
新希望六和投资有限公司	境内非国有法人	1,828,327,362	A股	4.18	无	
中国泛海控股集团有限公司	境内非国有法人	1,803,182,618	A股	4.12	质押	1,803,182,617
					冻结	388,800,001
					标记	1,414,382,617
深圳市立业集团有限公司	境内非国有法人	1,474,289,863	A股	3.37	质押	949,500,000
上海姚特生命科技有限公司	境内非国有法人	1,379,679,587	A股	3.15	质押	1,379,678,400
东夏人寿保险股份有限公司–万能保险产品	境内非国有法人	1,350,203,341	A股	3.08	无	
中国船东互保协会	境内非国有法人	1,324,284,453	A股	3.02	无	
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–万能产品、大家人寿保险股份有限公司–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。					
前10名股东及前10名无限售股东参与融资融券及转融通业务情况说明(如有)	1.深圳市立业集团有限公司信用证券账户持有本行股份数量为388,272,548股,占本行总股本的比例为0.89%; 2.除上述情况外,本行未知上述股东有参与融资融券及转融通业务情况。					

注:1. 上表中A股和H股股东持股情况分别根据中国证券登记结算有限责任公司上海分公司和香港中央证券登记有限公司提供的本行股东名册中所列股份数目统计;

2.本行无有限售条件股份;

3.香港中央结算(代理人)有限公司所持股份总数是该公司以代理人身份,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;

4.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–面向专业投资者非公开发行可交换公司债券质押专户”(共五期)的1,850,802,321股股份。

(二)优先股股东总数及前十名优先股股东持股情况表

报告期末优先股股东总数(户)	33

前10名优先股股东持股情况

股东名称	股东性质	持股数量(股)	持股比例(%)	持有限售条件股份数量	质押/标记/冻结情况	
					股份状态	数量
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	20,000,000	10.00	–	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	17,780,000	8.89	–	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	14,000,000	7.00	–	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	14,000,000	7.00	–	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	12,220,000	6.11	–	无	–
中国人寿保险股份有限公司–传统–普通保险产品–005L–CT001P	其他	10,000,000	5.00	–	无	–
中国平安财产保险股份有限公司–自有资金	其他	10,000,000	5.00	–	无	–
太平人寿保险有限公司–传统–普通保险产品–022L–CT001P	其他	10,000,000	5.00	–	无	–
国泰君安证券资管–招通·日鑫H14001期人民币理财产品–国君资管06381定向资产管理合同	其他	10,000,000	5.00	–	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	8,800,000	4.40	–	无	–
前10名表决权恢复的优先股股东持股情况						
股东名称	持有表决权恢复的优先股股份数量					
无	–					
上述股东关联关系或一致行动的说明	“中国平安财产保险股份有限公司–传统–普通保险产品”与“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。					

三、其他提醒事项

需提醒投资者关注的关于本行报告期经营情况的其他重要信息

√适用 □不适用

(一)管理层讨论与分析

本集团积极服务国家战略,认真贯彻国家金融监督管理总局决策部署,坚定信心、奋发有为,全面落实新发展理念,纵深推进各项改革,以创新推动集团高质量发展。贯彻落实“抓机遇、促发展、防风险、增收入”工作主线,持续深化资产负债结构调整,全面强化风险内控管理,加快推进数字化转型,加速推动重点流程优化,不断夯实基础产品和基础服务,切实提升为客户创造价值的能力。

1.盈利水平基本稳定,营业收入边际改善

本集团深入推进改革转型,促进经营价值提升,营业收入及净利润前三季度同比降幅显著收窄,非利息净收入保持增长态势。2023年前三季度,本集团归属于本行股东的净利润335.77亿元,同比下降2.01亿元,降幅0.60%;营业收入1,063.04亿元,同比下降22.92亿元,降幅2.11%。本集团实现非利息净收入290.96亿元,同比增长19.08亿元,其中,代理及托管业务手续费收入84.58亿元,同比增长11.55亿元,结算与清算手续费15.86亿元,同比增长3.39亿元;手续费及佣金净收入在营业收入中的占比同比提升0.82个百分点。

2.深化改革转型,资产负债结构持续优化

本集团坚持回归业务本源,持续深化改革转型,推动资产负债协调、稳健发展。资产端,本集团全力支持实体经济,加大加快信贷投放,各项贷款实现同比多增、占比提升。截至报告期末,本集团贷款总额75,220.77亿元,比上年末增加2,664.04亿元,增幅3.67%;其中,发放贷款和垫款总额43,838.13亿元,比上年末增加2,426.69亿元,增幅5.86%,同比多增1,569.43亿元,在贷款总额中占比58.28%,比上年末提升1.21个百分点。重点领域、重点区域贷款保持较快增长,截至报告期末,本行制造业贷款余额4,342.36亿元,比上年末增加397.28亿元,增幅10.07%;绿色信贷余额2,499.78亿元,比上年末增加700.66亿元,增幅38.94%;粤港澳大湾区、长三角、京津冀、成渝四大重点区域各项贷款余额27,039.14亿元,比上年末增加2,198.12亿元,增幅8.85%,增幅高于全行各项贷款平均增幅。负债端,本集团强化客群综合开发,持续完善产品服务,加强负债质量管理,各项存款占比有所提升,负债结构更趋稳健。截至报告期末,本集团负债总额6,887,01亿元,比上年末增加2,248.42亿元,增幅3.69%;吸收存款总额42,264.02亿元,比上年末增加2,328.75亿元,增幅5.83%,在负债总额中占比61.36%,比上年末提升1.24个百分点;其中个人存款11,824.17亿元,比上年末增加1,618.73亿元,增幅15.86%,在吸收存款总额中占比27.98%,比上年末提升2.43个百分点。

3.深耕客群经营,全面提升客户服务能力

本行坚定落实“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,完善公司、零售、资金业务模式,深化分层分类客户营销体系,与客户互为战略、互为生态、相互引流,加强大中小微零售一体化开发。聚焦基础客户经营、基础产品服务,以及支付、结算、开户等基础业务,提高数字化金融服务水平,全面提升客户体验,持续为客户创造价值。

(1)公司银行业务

2023年前三季度,本行持续深化和完善公司业务营销体系改革,公司业务发展持续向好,改革红利逐步释放,各项业务保持平稳健康增长。截至报告期末,本行公司存款余额30,211.90亿元,比上年末增加700.55亿元,增幅2.37%;一般公司贷款余额23,430.31亿元,比上年末增加1,932.22亿元,增幅8.99%。

战略客群一体化开发成效持续深化。本行围绕战略客户,践行大中小微零售一体化开发新战略,在保持战略客群规模稳健增长的同时,不断强化战略客户牵引力,携手战略客户打造客商大会品牌,持续提升营销质效。截至报告期末,本行总、分行级战略客户存款余额12,247.13亿元,比上年末增加1,140.07亿元,增幅10.26%;存款日均余额12,536.58亿元,比上年增加303.35亿元,增幅2.48%;各项贷款余额(含贴现)11,397.94亿元,比上年末增加65.24亿元,增幅5.22%。2023年前三季度,本行紧计开展79场客商大会,覆盖了69家核心企业、37家分行,已开展融资的链上客户数量达15,472户,比上年末增加8,083户。

基础客群经营模式支撑业务发展。本行聚力推进基础客群新体系的深化落地,进一步释放基础客群新动能,持续提升基础客群新体系对公司业务转型发展的支撑力、贡献度。2023年前三季度,本行聚焦“点、链、圈、区”,打造七大主题基础客群特色业务模式,支撑业务高质量发展;不断丰富基础客群非金权益体系,在“营、智、惠、家”四大系列基础上持续迭代,持续打造覆盖客群全周期、伴随客户全旅程的基础客群权益体系;持续开展“园区万里行”主题营销活动,出台园区解决方案,优化“园易”系列产品,为园区客群开发提供新样本、新范式、新典范、新机制,提升市场品牌竞争力及影响力;优化完善数字化营销机制,打造对客经营中全场景、全旅程、全生命周期的数字化应用模式,构建大中小微零售一体化数智经营平台,提升营销全流程闭环管理。截至报告期末,本行“专精特新”客群贷款余额734.51亿元,比上年末增长53.08%;围绕基础客群的中小企业贷款余额8,044.95亿元,比上年末增长17.37%。

机构业务高质量发展稳步推进。本行以高质量可持续发展为主线,坚持服务国家战略,坚持以客户为中心、以资质建设和评级建设为抓手,致力于成为各级行政机关、事业单位、社团组织等机构客户综合金融服务的首选银行。截至报告期末,本行机构客户数33,224户,比上年末增长9.27%。推进战略合作,强化下沉营销。总行牵头营销专班,持续开展四大重点区域医保业务营销服务,与重庆市人民政府等多个地方政府签署战略合作协议;积极参与并支持深圳市政府境外债成功发行。同时,强化下沉营销,深耕细作区县、乡镇、街道、社区基层行政事业单位,以及医院、学校、体育、出版等细分领域,夯实客户基础,扩大服务范围。优化综合服务,履行社会责任。强化对机构客户的科技输出,实现结算资金场景深度绑定,依托平台合作,助力各级、各类机构客户数字化转型。本行持续加大平台项目投入,截至报告期末,运行中平台项目373个,累计服务各级各类机构客户1,040户,2023年前三季度,项目管理存款日均余额921.45亿元。承销投资地方政府债,大力支持地方政府民生保障和经济建设。

交易银行产品服务体系不断完善。本行围绕企业数字化转型过程中的结算及融资痛点,面向客户基础需求,持续提升标准化产品办理体验,加速迭代账户开立及管理、日常资金收付及管控、交易场景融资等功能;持续提升缴税、代发薪、跨境汇款、电子保函等高频产品的竞争力,实现国内信用证全流程线上化;推出服务小微出口企业融资的全线上、纯信用产品——出口e融;推进新一代票据系统建设,实现中小微客群的批量触达与深度经营。深化跨行现金管理、跨境资金池、票据管家等综合金融解决方案的差异化竞争能力,为大型客户提供定制化服务。2023年前三季度,本行结算客户一般存款日均余额12,774.77亿元,比上年增加1,797.55亿元,增幅16.38%;本行开立电子保函9,666笔,同比增加4,439笔,增幅84.92%。

投资银行专业化服务能力持续提升。本行聚焦重点领域,加强投研赋能,丰富应用场景,优化作业模式,全方位、多元化满足客户金融需求。积极服务国家重点战略,在新能源建设、新基建投资、新产业发展等领域加大信贷投入,升级迭代创新产品,加强对“专精特新”等科创客群的金融支持力度。截至报告期末,本行并购贷款余额1,780.16亿元,比上年末增长1.11%;境内银团贷款(不含并购银团)余额1,674.40亿元,比上年末增长49.17%。2023年前三季度,本行承销银行间市场非金融企业债务融资工具575只,规模2,655.36亿元。

(2)零售银行业务

2023年前三季度,本行实现零售业务营业收入467.40亿元,同比减少6.69%,在本行营业收入中占比46.88%,同比下降2.13个百分点(在本行对公及零售营业收入中占比47.92%,同比提升0.35个百分点);实现零售业务非利息净收入90.99亿元,同比减少11.75%,在零售业务营业收入中占比19.47%;零售业务非利息净收入在本行非利息净收入中占比37.56%,同比下降5.69个百分点。

截至报告期末,本行管理零售客户总资产规模27,092.13亿元,比上年末增加1,402.86亿元。其中,储蓄存款11,617.10亿元,比上年末增加1,596.49亿元,增幅15.93%;零售理财产品8,439.08亿元,比上年末下降5.98%。私人银行客户总资产7,401.90亿元,比上年末增长6.81%。

截至报告期末,本行零售贷款总额(含信用卡透支业务)18,859.73亿元,比上年末增加868.15亿元。其中,信用卡透支4,773.27亿元,比上年末增加145.39亿元;按揭贷款余额5,496.01亿元,比上年末减少207.95亿元;民易贷余额451.90亿元,比上年末增加82.35亿元。

持续增强高质量获客能力。一是内生与外延结合加强客户开发,深化一体化协同机制,加强战略客户、大中小微企业代发服务体系建设,上线代发批量开卡新功能,探索公私联动营销线索互通;优化借记卡与信用卡联发流程;“银联获客权益平台”覆盖境内分行,升级互联网、出行、亲子生态服务场景。二是持续开展个人养老金获客营销,加强产品配置,围绕开户和入金部署专项营销活动,截至报告期末,个人养老金累计开户149.21万户,比上年末增加109.69万户。三是提升协同获客效果。优化借贷双卡联发一体化营销流程,升级“即时用卡”功能,厅堂办理信用卡“即申、即用、即享好礼”,实现借贷双卡嵌入式、一键式营销,截至报告期末,信用卡累计发卡7,128.07万张,比上年末增长4.56%。

截至报告期末,本行零售客户数12,809.21万户,比上年末增加625.98万户。其中,金融资产(AUM)千元及以上零售客户1,109.33万户,比上年末增加42.03万户;私人银行客户55,476户,比上年末增长7.73%;信用卡客户数5,024.52万户,比上年末增长5.06%,交叉客户累计1,621.69万户;零售贷款客户数316.97万户,比上年末增加23.09万户。

深耕细分客群专业化经营。一是细分客群完善标准化经营体系,对代发、老年、小微等细分市场客群,加强产品适配、流程优化、举办主题活动,截至报告期末,企业微信累计添加用户1,060.12万户,比上年末增加319.62万户。二是丰富“一老一小”特色服务,组织老年客户“悦享”活动,推进手机银行长辈版优化,升级“未来之星”亲子服务计划,三季度财商、公益、运动等非金活动覆盖2.51万个家庭。三是提升财富客群专业化服务能力,深化标准化过程管理,制定全新财富团队标准化作业SOP手册,优化过程评价及考核;升级手机银行专区,优化客户服务体验,增进产品策略与渠道推广协同联动。四是持续升级私银中心特色业务模式,推进私银中心客户全覆盖,加大专属产品、非凡礼遇、远程专家和私人定制服务等资源支持,推出“私人会客厅”服务,为客户提供一站式综合服务。在由《零售银行》杂志社举办的“2023百强私人银行中心”评选活动中,本行七家私银中心成功入选,市场口碑和品牌影响持续提升。五是精耕“民生慧管家”企业家级客户服务体系,扩充丰富私人定制服务产品货架,开展精细化推广与经营;提升远程专家咨询服务体验,针对税务、教育、家族传承和法律等热门内容推出手机银行服务,2023年前三季度为客户提供460场咨询服务。六是社区金融升级加速落地,建立综合经营协同营销机制,强化产品培训,加速推进物业、消费生态建设,常态化组织非金融活动。七是深化信用卡存量客群经营。提前布局流跃户流失预警,开展定向促销及精准营销活动;加强分期投放,优化赋额、定价策略;更新迭代预约分期及分期提前还款规则,信用卡消费分期交易额连续6个月实现增长。

强化产品与服务。一是持续深化“稳健财富管理”品牌体系,为客户提供全生命周期、一站式稳健资产配置;针对客户流动性需求,升级“天天利+天天宝”服务,带动新资金引入;持续加大保障性保险配置力度,报告期内保障型保险保费规模同比增长71.80%;推广家族信托“云信托”系统,截至报告期末,家族信托及保险金信托实现存量规模较上年末翻番,增加109.83亿元,达到219.47亿元。二是提升基础客群服务体验,拓展95568电子账户运营服务,提升借记卡发卡成功率;推出手机银行跨境金融专区,做好个人外汇展业建设,跨境理财通资金汇划量保持同业领先;完善账户风险管理机制,快速响应客户渠道交易限额调整需求。三是持续深化消费信贷业务转型,按揭贷款落实存量按揭业务利率调整政策,高效响应客户需求;民易贷产品功能、业务流程、模型策略持续优化,贷款余额同比多增22.74亿元,授信客户数比上年末增长15.20%;推出“业主易”子产品,助力社区金融;汽车消费贷款实现全面展业。四是新增发行吉祥航空visa版等产品,探索消费场景与银行零售金融服务的创新融合。五是网点转型走深走实,厅堂员工初步完成向运营、服务、营销一体的全能行员转型,启动远程专家视频服务,打造网点形象升级样板间,上线网点网络服务监测系统,升级智慧运营平台与智能机具。六是加强客户权益经营,开展信用卡关联还款和金融资产层级限时提升活动,上线手机银行代缴费优惠券、信用卡分期红包等,2023年前三季度,V+会员新增35.27万户;持续优化“非凡礼遇”贵宾权益体系服务流程,整合优化App、电话预约渠道,提供代客预约服务,打造极致、贴心的客户体验。截至报告期末,实现通过“非凡礼遇”权益提升私银客户保有率11.03%。七是丰富支付生态场景建设,与互联网头部平台合作推动快捷支付绑卡,支持分行特色“聚惠民生日”营销活动。

截至报告期末,本行小微贷款余额7,792.94亿元,比上年末增加958.53亿元,同比多增285.33亿元。小微有贷户72.25万户,比上年末增加7.38万户。普惠型小微企业贷款余额6,037.12亿元,比上年末增加546.61亿元,同比多增222.55亿元。普惠型小微企业贷款户数49.94万户,比上年末增加9.64万户。2023年前三季度,普惠型小微企业贷款平均发放利率4.67%;截至报告期末,普惠型小微企业贷款不良率1.08%,比上年末下降0.62个百分点。全行2,464家网点面向小微客户提供综合金融服务。

丰富普惠金融服务内涵。一是加快线上渠道建设,构筑“微信小程序+民生小微App”组合优势,建设民生小微App3.0,改版客户端、上线票据、缴税等便捷功能。全新上线民生小微小程序,一站式实现客户申贷、测额、转介等功能。截至报告期末,民生小微App服务用户数突破154万户。二是投产“民生惠”信用贷并在全行范围内推广。对新老小微企业主动授信,基于数据模型构筑全新风控基座,自动化审批、智能化贷后,在拓客和风控模式方面取得新突破。三是创新迭代小微产品体系,优化厂房按揭、大额增值贷、光伏贷、棉农贷、地方农贷通、振兴贷等重点产品功能,上线安心质押贷款业务、支持中长期灵活还款的如意贷、北大荒农垦农贷通、小微外汇衍生品等业务,有效满足小微客户多元化融资需求。四是落实监管“走万企 提信心 优服务”要求,在全国范围内持续开展“民生进万企”活动,开展各类小微客户专场营销活动8,000余场,全方位满足小微企业的金融需求。五是通过数字化和场景化的金融服务有效解决科创类和制造业小微企业融资难点,为科创类和制造业小微企业发展注入动力。

创新小微获客引流模式。一是广泛推广小微“蜂巢计划”,加强分行特色项目开发力度,组织开展“蜂巢行动”主题营销,为区域特色场景优质客群提供定制化和特色化服务。二是依托核心企业实现大中小微零售一体化获客,通过提供辐射供应链上下游、产业链客群的“后融e”“岭销e”“采购e”等系列线上便捷融资服务,在大中小微零售一体化批量获客模式探索上取得彰极成效。三是通过“客商大会”实现综合服务模式下的客户引流,通过联动全国各地分行,举办系列供应链金融“客商大会”,为本行核心企业客户以及各类产业链板块,提供“融资+融智+融商”的综合服务模式,以平台带动产业链板块的客户引流及拓展,实现银企共生共赢。

提升客群综合服务能力。一是中小客群经理团队建设成效初显,截至报告期末,已在31家分行完成600余人的中小微客群专属服务团队组建,通过匹配基客产品包、上线作业工具,配置专项薪资、权益等资源,取得良好成效。二是搭建新型获客场景,升级结算客群精细化管理,丰富行业应用获客场景,提高平台批量获客能力,加大结算与授信联动,强化商户金融与增值服务体系建设,进一步延展支付结算客群经营的广度和深度。三是整合产品及服务,大力推进“与你同行”服务,开展小微客户经理与理财经理双管家服务,提升客户服务体验,成为更多小微客户的主办行。

金融科技助力小微发展。一是风险管理智能化,小微新风控系统(MCS系统)正式上线并启动全行推广,提高小微授信业务线上化、智能化水平,提升作业效率和客户体验。二是持续加强与外部数据平台合作,深入洞察识别客户,精准生成营销线索,提升小微数字化营销能力。三是坚持合规管理价值化,精准把握小微监管政策法规本质,以合规能力促进业务高质量发展。

数字化赋能零售客群经营。一是规模化、智能化部署经营策略,实施线上线下一体化旅程经营,推动智慧营销体系建设及线索统筹管理,做好新客及存量客户服务。报告期内累计触达客户12,985万人次,覆盖客户3,228万人;借助线上系统开展2,296场营销活动。二是加快推进全民生活App用户增长与分享裂变,迭代升级智能全局搜索、App收银台,加大人工智能、大数据、虚拟现实等新兴技术的规模化应用。三是优化智能客户经营体系,结合客户消费能力等为不同客群定制经营方案。引入自然语言分析技术(NLP)实时捕捉客户办卡、分期等服务需求,建立客群消费标签,推动价值经营能力前置化,不断优化客户旅程管理。

(3)资金业务

本行坚定秉持“以客户为中心”的转型方向,围绕同业客群经营、金融市场代客产品能力提升、资产托管业务重塑积极开展工作,强化综合营销成效,推动金融市场各项业务平稳有序发展。

落实经营新理念,提升同业客群综合贡献。本行深入贯彻同业客群综合经营的理念,不断强化“经营分类、风险分层”的精细化管理,聚焦重点客户的综合营销,深化同业客户的分层经营,不断提高同业客户综合服务水平,努力提升同业客群的综合贡献。2023年前三季度,统筹满足行内流动性和监管指标要求的双目标,抢抓市场机遇,有效推进资产投放,强化负债成本管理,持续优化资产负债结构,实现同业业务的稳健发展。

金融市场业务持续提升投资交易能力,助力实体经济高质量发展。固定收益业务方面,深化业务改革、提升组合管理水平。本行持续深入推进债券投资业务改革,打造涵盖投资、交易、销售、代客等条线的一体化民生固定收益品牌。一方面,提升债券业务市场化、专业化和规范化管理水平,通过合理安排资产期限、加强组合结构调整、重点配置国债、地方债、政策性金融债和高等级信用债等,有效提升债券组合的流动性和盈利性;另一方面,践行“金融为民”理念,助力实体高质量发展,积极参加绿色金融、“碳中和”、乡村振兴等主题债券和资产证券化产品投资,服务实体经济转型升级。

外汇业务方面,立足服务实体经济,持续倡导汇率风险中性理念,引导客户增强汇率风险管理意识。通过加强外汇避险产品研发、业务系统优化升级、对客信息分享拓展等措施,不断提升对客服务效率,降低企业信息获取和避险交易成本,为企业客户提供高质量汇率避险服务。同时,本行积极履行外汇做市商义务,服务各类金融同业机构,满足中小金融机构结售汇、外汇买卖的兑换和避险交易需求。

贵金属业务方面,本行积极打造“实物、积存、投资、交易、避险、理财和融资”一体化的综合服务平台。在零售业务方面,运用数字化手段推动产品和渠道的创新,为个人客户生活全旅程赋能,与客户共成长。在对公业务方面,从客户需求出发,提供黄金租借、价格避险、代理贵金属交易、代销贵金属制品及清算行等服务,满足黄金产业链实体企业的生产需求,支持实体经济发展。同时,本行作为上海黄金交易所银行间询价市场前十大做市商之一,上海期货交易所黄金期货金奖做市商之一,在上海黄金交易所银行间黄金询价市场以及上海期货交易所市场积极履行做市商职责,在风险限额内审慎开展自营交易。2023年前三季度,本行黄金交易量1,061.68吨,交易金额合计人民币4,735.11亿元;白银交易量1,748.95吨,交易金额合计人民币101.18亿元。

全面推进托管业务重塑战略,打造行业特色精品托管银行。资产托管业务方面,本行紧紧围绕行业特色精品托管银行定位,聚焦资产管理类核心产品和特色化品牌业务,推进资产托管业务高质量发展。截至报告期末,本行资产托管规模12.02万亿元。其中,公募基金、保险资金托管规模分别达到11,160.47亿元和4,587.24亿元,分别比上年末增长2.09%和33.99%。面向独立第三方基金销售机构全新推出基金销售监督“鑫管+”服务,以融合共生的服务理念,打造“互为客户、互为场景、互为生态”的全新业务合作模式。2023年前三季度,本行先后荣获《金融时报》“年度最佳资产托管银行”和《证券时报》“2023年度杰出资产托管银行天玑奖”。

养老金业务方面,本行强化内部协同机制,丰富产品服务谱系,提升履职服务水平,完善增值服务能力,推动养老金业务多元化发展。截至报告期末,企业年金账户管理业务个人账户规模达到24.50万户,比上年末增长39.92%。报告期内,本行首单商业养老金产品托管业务正式上线运营。2023年前三季度,本行先后荣获《新浪财经》“养老金融服务创新银行”奖和《经济观察报》“2023年养老金管理机构”荣誉称号。

4.数字化转型全面推进

2023年前三季度,本行加速推进数字化转型,强化数字化转型领导小组的统筹管理,推动科技规划和数据战略落地,建立数字化转型评价体系,研究大模型金融场景的智能应用,充分发挥数字技术对业务转型升级的促进、放大、倍增作用,有效支撑全行经营高质量发展。

(1)建设生态银行和智慧银行

生态银行强化数据增信场景应用,综合金融服务持续完善。供应链金融生态方面,持续丰富“民生E链”产品体系,迭代升级供应链数据增信融资产品,新增“供货快贷”等快贷产品,为国际业务、专精特新客群打造专属信贷产品“出口e融”“易创e贷”。中小微企业生态方面,打造智能便捷的一站式企业经营管理数字化平台“民生e家”,为客户提供业财金一体化服务,涵盖人事管理、财务管理、企业经营等应用场景。政务生态方面,持续投入北京医保移动支付、江苏省社保卡等项目建设。

智慧银行强化科技赋能业务升级,智能应用效果显著。数字化营销方面,建设企业微信财富工作台,实现营销线索数据多端同步;构建小微个人及法人数字化营销体系,提供精准灵活的客群圈选功能,支持全渠道多波次周期性营销;打造对公权益积分体系基座,上线对公客户积分活动管理功能。数字化风控方面,持续打造智能风控体系,构建主动授信智能决策体系,客户额度智能测算、风险智能检测,契合小微客户特点,持续优化“民生惠”(法人、个人)等产品,促进普惠金融业务快速增长;上线智能押品管理中心,监测预警时效性、精准性不断提升;升级资金链治理及反诈平台,“风铃”预警监测平台强化主动防范化解风险。数字化运营方面,对公放款业务实现集中运营,建立线上化放款审查模式,有效提升业务办理效率和风险防范水平;搭建企业账户特征标签体系,账户机器人全面应用;搭建区块链电子函证平台,账户和函证业务便利化程度全面提升。

(2)提升全行数字化转型基座

渠道服务能力和客户体验升级。手机银行持续建设财富场景、搭建智能账簿体系、升级安全服务,推出“未来之星”亲子账户,完善客户权益体系,以数字化服务驱动客户体验提升;大力优化对公线上金融服务体系,实现企业网银限额管理全流程线上化,完善“人+数字化”服务模式,提升对公网金便捷性、安全性。截至报告期末,本行零售线上平台用户数11,168.33万户,比上年末增长7.82%;对公线上平台用户数361.10万户,比上年末增长7.13%。远程银行持续提升服务满意度,“企业云柜台”、远程赋能平台、生态金融敏捷运营平台实现远程服务面向全客群、全流程、多场景应用赋能。“现场受理、远程办理、人机协同”,社区金融立体式服务升级。

云化服务能力和赋捷交付质效提升。云原生混合部署持续扩大试点,资源使用率持续提升。打造DevSecOps平台,将安全能力嵌入研发运营全流程,获得中国信息通信研究院TSM可信研发运营安全能力成熟度评估“增强级”证书。

湖仓一体夯实智能基座,数据治理和数据资产管理升级。制定本行大模型建设方案和推动策略,组建专业团队重点推进,首批落地场景算力资源已就绪。数据湖与B1平台对接,数据供给场景进一步丰富,完成特征库千维特征大规模应用。开展数据安全分类分级,为个人客户信息保护提供支持。构建数据资产管理基本制度框架,形成首批精品化数据资产。

5.风险管理能力持续提升,资产质量稳固向好

2023年前三季度,本集团秉承“风险内控管理就是核心竞争力”理念,从架构、制度、流程、系统、人员、执行、监督、文化等八方面筑牢管理基石,形成“检查–评估–整改–提升”良性循环,不断完善风险内控体系,稳步提升全面风险管理能力。一是发挥风险偏好和信贷政策的引领作用。坚决贯彻落实国家