

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
2020 年年度报告摘要

一 重要提示

- （一）本年度报告摘要来自年度报告全文，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年度报告全文。
- （二）本行董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
- （三）公司全体董事出席董事会会议。会议应到董事 18 名，现场出席董事 10 名，电话或视频连线出席董事 8 名，副董事长张宏伟、卢志强、刘永好，董事史玉柱、吴迪、解植春、彭雪峰、刘宁宇通过电话或视频连线出席会议。应列席本次会议的监事 9 名，实际列席 9 名。
- （四）普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）为本行出具了标准无保留意见的审计报告。
- （五）经董事会审议的报告期利润分配预案

以利润分配股权登记日本行总股本为基数，向本行全体股东每 10 股派发现金股利人民币 2.13 元（含税）。以上利润分配预案需经本行股东大会审议通过。

二 公司基本情况

（一）公司简介

股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码
A 股	上交所	民生银行	600016
境内优先股	上交所	民生优1	360037
H 股	香港联交所	民生银行	01988
境外优先股	香港联交所	CMBC 16USD PREF	04609

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
办公地址	北京市西城区复兴门内大街2号	北京市西城区复兴门内大街2号
电话	86-10-58560975	86-10-58560975
电子信箱	cmbc@cmbc.com.cn	cmbc@cmbc.com.cn

（二）报告期公司主要业务简介

本行于 1996 年在北京正式成立，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。

本行经有关监管机构批准后，经营下列各项商业银行业务：吸收公众存款；发放短期、中期和长期贷款；办理国内外结算；办理票据承兑与贴现；发行金融债券；代理发行、代理兑付、承销政府债券；买卖政府债券、金融债券；从事同业拆借；买卖、代理买卖外汇；从事银行卡业务；提供信用证服务及担保；代理收付款项及代理保险业务；提供保管箱服务；经有关监管机构批准的其他业务。

报告期内，本行经营思路的主要变化情况请参见年度报告全文“发展愿景与改革转型”。

（三）公司主要会计数据和财务指标

1、近 3 年的主要会计数据和财务指标

	2020 年	2019 年	本报告期比 上年同期	2018 年
经营业绩（人民币百万元）			增减（%）	
营业收入	184,951	180,441	2.50	156,769
利息净收入	135,224	122,034	10.81	96,276
非利息净收入	49,727	58,407	-14.86	60,493
营业支出	147,760	115,509	27.92	97,478
业务及管理费	48,434	48,244	0.39	47,137
信用减值损失	92,988	62,807	48.05	46,274
营业利润	37,191	64,932	-42.72	59,291
利润总额	36,706	64,738	-43.30	58,785
归属于本行股东的净利润	34,309	53,819	-36.25	50,327
归属于本行股东的扣除非经常性损益的净利润	34,455	53,720	-35.86	50,506
经营活动产生的现金流量净额	-82,402	-84,927	两期为负	-395,498
每股计（人民币元）				
基本每股收益	0.71	1.22	-41.80	1.14
稀释每股收益	0.71	1.22	-41.80	1.14
扣除非经常性损益后的基本每股收益	0.71	1.21	-41.32	1.14
扣除非经常性损益后的稀释每股收益	0.71	1.21	-41.32	1.14
每股经营活动产生的现金流量净额	-1.88	-1.94	两期为负	-9.03

	2020 年	2019 年	本报告期比 上年同期	2018 年
盈利能力指标（%）			变动百分点	
平均总资产收益率	0.51	0.87	-0.36	0.85
加权平均净资产收益率	6.81	12.40	-5.59	12.94
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率	6.85	12.38	-5.53	12.99
成本收入比	26.19	26.74	-0.55	30.07
手续费及佣金净收入占营业收入比率	14.96	15.63	-0.67	18.20
净利差	2.12	2.14	-0.02	1.81
净息差	2.14	2.14	-	1.77

	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	本报告期末 比上年度末	2018 年 12 月 31 日
规模指标（人民币百万元）			增减（%）	
资产总额	6,950,233	6,681,841	4.02	5,994,822
发放贷款和垫款总额	3,853,931	3,487,601	10.50	3,056,746
其中：公司贷款和垫款	2,244,856	2,074,677	8.20	1,826,201
个人贷款和垫款	1,609,075	1,412,924	13.88	1,230,545
贷款减值准备	97,637	84,647	15.35	72,208
负债总额	6,408,985	6,151,012	4.19	5,563,821
吸收存款总额	3,728,174	3,604,088	3.44	3,167,292
其中：公司存款	2,961,617	2,878,931	2.87	2,578,613
个人存款	758,712	718,363	5.62	575,289
其他存款	7,845	6,794	15.47	13,390
股本	43,782	43,782	-	43,782
归属于本行股东权益总额	529,537	518,845	2.06	420,074
归属于本行普通股股东权益总额	459,677	448,985	2.38	410,182
归属于本行普通股股东的每股净资产（人民币元）	10.50	10.26	2.34	9.37
资产质量指标（%）			变动百分点	
不良贷款率	1.82	1.56	0.26	1.76
拨备覆盖率	139.38	155.50	-16.12	134.05
贷款拨备率	2.53	2.43	0.10	2.36

	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	本报告期末 比上年度末	2018 年 12 月 31 日
资本充足率指标（人民币百万元）			增减（%）	
资本净额	707,472	673,741	5.01	547,281
其中：核心一级资本净额	461,921	455,088	1.50	415,726
其他一级资本净额	70,427	70,871	-0.63	10,824
二级资本净额	175,124	147,782	18.50	120,731
风险加权资产	5,425,856	5,117,026	6.04	4,656,286
			变动百分点	
核心一级资本充足率（%）	8.51	8.89	-0.38	8.93
一级资本充足率（%）	9.81	10.28	-0.47	9.16
资本充足率（%）	13.04	13.17	-0.13	11.75
总权益对总资产比率（%）	7.79	7.94	-0.15	7.19

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。

2、报告期分季度的主要会计数据

	单位：百万元 币种：人民币			
	2020 年 第一季度	2020 年 第二季度	2020 年 第三季度	2020 年 第四季度
营业收入	49,333	48,775	45,213	41,630
归属于本行股东的净利润	16,650	11,803	8,876	-3,020
归属于本行股东的扣除非经常性 损益的净利润	16,710	11,748	9,019	-3,022
经营活动产生的现金流量净额	132,501	-18,509	-208,496	12,102

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

☐适用 ☒不适用

（四）股本及股东情况

1、普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

报告期末普通股股东总数（户）	421,463	报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）	0				
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）	417,163	年度报告披露日前上一月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（%）	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）	质押或冻结情况	
						股份状态	数量
香港中央结算（代理人）有限公司	其他	18.92	8,283,957,204	8,216,090	-		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
中国泛海控股集团有限公司	境内非国有法人	4.61	2,019,182,618	-	-	质押	2,015,582,618
同方国信投资控股有限公司	境内非国有法人	4.31	1,888,530,701	22,972,365	-	质押	1,865,422,321
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
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

股东名称	股东性质	持股 比例 (%)	期末持股数量 (股)	报告期内 增减 (股)	持有有	质押或冻结情况	
					限制条 件股份 数量 (股)	股份 状态	数量
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	3.14	1,375,763,341	-	-		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	1,270,709,488
前 10 名无限售条件普通股股份持股情况							
股东名称			持有无限制条件股份数量			股份种类	
香港中央结算（代理人）有限公司			8,283,957,204			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	
中国泛海控股集团有限公司			2,019,182,618			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	
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			1,375,763,341			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	
上述股东关联关系或一致行动的 说明		东方集团股份有限公司与华夏人寿保险股份有限公司签署一致行动协议。除上述外，本行未知其他上述股东之间关联关系。					

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 2020 年 12 月 31 日止，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。

2、公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

☐适用 ☒不适用

3、公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

☐适用 ☒不适用

4、报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

☒适用 ☐不适用

（1）境外优先股

截至报告期末，本行境外优先股股东（或代持人）数量为 1 户。截至本年度报告披露日上一

月末（2021 年 2 月 28 日），本行境外优先股股东（或代持人）数量为 1 户。

截至报告期末，本行前 10 名境外优先股股东（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）	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
The Bank of New York Depository (Nominees) Limited	境外法人	境外优先股	-	100.00	71,950,000	-	未知

注：1、境外优先股股东持股情况根据本行境外优先股股东名册中所列信息统计；

2、由于本次优先股为境外非公开发行，境外优先股股东名册中所列示的为获配投资者的代持人信息；

3、本行未知上述境外优先股股东与前十大普通股股东之间是否存在关联关系或属于一致行动人。

（2）境内优先股

截至报告期末，本行境内优先股股东（或代持人）数量为 22 户。截至本年度报告披露日上一月末（2021 年 2 月 28 日），本行境内优先股股东（或代持人）数量为 24 户。

截至报告期末，持有本行 5%以上境内优先股的股东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）	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
博时基金—农业银行—中国农业银行股份有限公司	其他	境内优先股	-2,900,000	13.55	27,100,000	-	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	-	10.00	20,000,000	-	无
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
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
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

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)	持有有限售条件股份数量	质押或冻结的股份数量
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
华润深国投信托有限公司—华润信托·荟萃 1 号单一资金信托	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	10,000,000	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	4,400,000	5.00	10,000,000	-	无

注：1、境内优先股股东持股情况是根据本行境内优先股股东名册中所列信息统计；

2、“博时基金—农业银行—中国农业银行股份有限公司”“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”存在关联关系；“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；

3、持股比例指境内优先股股东持有境内优先股的股份数量占境内优先股的股份总数的比例。

（五）公司债券情况

☐ 适用 ☒ 不适用

三 经营情况讨论与分析

（一）报告期内主要经营情况

报告期内，本行深入贯彻党中央、国务院决策部署及监管要求，积极应对内外部经营环境变化，坚持以客户为中心，扎实服务实体经济，加快推进不良资产处置，统筹疫情防控和经营发展，业务规模稳步增长，金融风险防控能力不断增强，业务经营整体稳健。

营业收入保持增长，净利润同比下降。报告期内，本集团实现营业收入 1,849.51 亿元，同比增加 45.10 亿元，增幅 2.50%；实现拨备前利润总额 1,313.22 亿元，同比增加 35.93 亿元，增幅 2.81%；实现归属于本行股东的净利润 343.09 亿元，同比减少 195.10 亿元，降幅 36.25%；平均总资产收益率和归属于本行普通股股东的加权平均净资产收益率分别为 0.51% 和 6.81%，同比分别下降 0.36 和 5.59 个百分点。

资产负债业务平稳增长，结构不断优化。截至报告期末，本集团资产总额 69,502.33 亿元，比上年末增加 2,683.92 亿元，增幅 4.02%；发放贷款和垫款总额 38,539.31 亿元，比上年末增加 3,663.30 亿元，增幅 10.50%，在资产总额中占比 55.45%，比上年末上升 3.25 个百分点。负债总额 64,089.85 亿元，比上年末增加 2,579.73 亿元，增幅 4.19%；吸收存款总额 37,281.74 亿元，比上年末增加 1,240.86 亿元，增幅 3.44%，个人存款和活期存款在吸收存款总额中占比分别为 20.35% 和 41.08%，比上年末分别上升 0.42 和 1.74 个百分点。

风险防控能力持续强化，资产质量不断夯实。报告期内，本集团不断强化信用风险管理，加强资产质量管控，提高风险计量和预警能力，多措并举，加大不良资产处置力度，持续提升全面风险管理水平。受宏观经济和疫情双重影响，本集团不良贷款比上年末有所上升。截至报告期末，本集团不良贷款总额 700.49 亿元，比上年末增加 156.15 亿元，增幅 28.69%；不良贷款率 1.82%，比上年末上升 0.26 个百分点；逾期 90 天以上贷款 517.50 亿元，占比 1.35%，比上年末下降 0.02 个百分点；逾期 90 天以上贷款与不良贷款比例为 73.88%，比上年末下降 14.12 个百分点，达到近三年最好水平。拨备覆盖率 139.38%，比上年末下降 16.12 个百分点；贷款拨备率 2.53%，比上年末上升 0.10 个百分点。

（二）利润表主要项目分析

1、利润表主要项目变动情况

报告期内，面对新冠疫情冲击、外部市场环境影响，本集团积极响应国家号召，支持企业复工复产，加大资金投入，降低融资成本，实施减费让利，同时主动调整业务结构，加快推进不良资产处置，净利润同比下降。本集团利润表主要项目变化情况如下：

项目（人民币百万元）	2020年	2019年	变动（%）
营业收入	184,951	180,441	2.50
其中：利息净收入	135,224	122,034	10.81
非利息净收入	49,727	58,407	-14.86
营业支出	147,760	115,509	27.92
其中：业务及管理费	48,434	48,244	0.39
税金及附加	2,051	1,772	15.74
信用减值损失	92,988	62,807	48.05
其他资产减值损失	1,628	184	784.78
其他业务成本	2,659	2,502	6.27
营业利润	37,191	64,932	-42.72
加：营业外收支净额	-485	-194	两期为负
利润总额	36,706	64,738	-43.30
减：所得税费用	1,604	9,814	-83.66
净利润	35,102	54,924	-36.09
其中：归属于本行股东的净利润	34,309	53,819	-36.25
归属于少数股东损益	793	1,105	-28.24

2、营业收入

报告期内，本集团实现营业收入1,849.51亿元，同比增加45.10亿元，增幅2.50%。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）	2020年		2019年		变动（%）
	金额	占比（%）	金额	占比（%）	
利息净收入	135,224	73.11	122,034	67.63	10.81
利息收入	286,593	154.95	274,815	152.30	4.29
其中：发放贷款和垫款利息收入	200,351	108.32	186,145	103.16	7.63
金融投资利息收入	64,402	34.82	64,259	35.61	0.22
拆放同业及其他金融机构利息收入	8,402	4.54	10,711	5.94	-21.56
长期应收款利息收入	6,840	3.70	6,411	3.55	6.69
存放中央银行款项利息收入	5,306	2.87	5,195	2.88	2.14
买入返售金融资产利息收入	788	0.43	1,430	0.79	-44.90
存放同业及其他金融机构利息收入	504	0.27	664	0.37	-24.10
利息支出	-151,369	-81.84	-152,781	-84.67	-0.92
非利息净收入	49,727	26.89	58,407	32.37	-14.86
手续费及佣金净收入	27,664	14.96	28,204	15.63	-1.91
其他非利息净收入	22,063	11.93	30,203	16.74	-26.95
合计	184,951	100.00	180,441	100.00	2.50

3、利息净收入及净息差

报告期内，本集团实现利息净收入1,352.24亿元，同比增加131.90亿元，增幅10.81%。本集团净息差为2.14%，与上年同期持平。

4、非利息净收入

报告期内，本集团实现非利息净收入497.27亿元，同比减少86.80亿元，降幅14.86%。

项目（人民币百万元）	2020年	2019年	变动（%）
手续费及佣金净收入	27,664	28,204	-1.91
其他非利息净收入	22,063	30,203	-26.95
合计	49,727	58,407	-14.86

5、业务及管理费

报告期内，本集团持续深入开展成本精细化管理，大力促进资源整合，加大战略和重点领域资源支持，不断提升投入产出效率。业务及管理费为484.34亿元，同比增加1.90亿元，增幅0.39%；成本收入比为26.19%，同比下降0.55个百分点。

项目（人民币百万元）	2020年	2019年	变动（%）
员工薪酬（包括董事薪酬）	28,242	27,751	1.77
折旧和摊销费用	5,823	5,703	2.10
办公费用	1,921	1,622	18.43
短期和低价值租赁费及物业管理费	735	1,060	-30.66
业务费用及其他	11,713	12,108	-3.26
合计	48,434	48,244	0.39

6、信用减值损失

报告期内，本集团加大贷款、投资（包括回表的非保本理财产品存量资产）等业务减值准备计提力度，积极推进不良资产的处置，主动化解风险，信用减值损失929.88亿元，同比增加301.81亿元，增幅48.05%。其中，贷款减值损失769.90亿元，同比增加161.40亿元；金融投资减值损失108.84亿元，同比增加102.50亿元。

项目（人民币百万元）	2020年	2019年	变动（%）
发放贷款和垫款	76,990	60,850	26.52
以摊余成本计量的金融资产	9,684	1,048	824.05
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产	1,200	-414	上期为负
长期应收款	1,083	510	112.35
其他	4,031	813	395.82
合计	92,988	62,807	48.05

7、所得税费用

报告期内，本集团所得税费用16.04亿元，同比减少82.10亿元，降幅83.66%，主要是税前利润下降及免税收入增加的双重影响。

（三）资产负债表主要项目分析

1、资产

截至报告期末，本集团资产总额为69,502.33亿元，比上年末增加2,683.92亿元，增幅4.02%，资产总额平稳增长，业务结构持续优化，发放贷款和垫款总额占比不断上升，经营进一步回归业务本源。

项目（人民币百万元）	2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
发放贷款和垫款总额	3,853,931	55.45	3,487,601	52.20
加：贷款应计利息	24,908	0.36	25,301	0.38
减：以摊余成本计量的贷款减值准备	96,542	1.39	82,475	1.23
发放贷款和垫款净额	3,782,297	54.42	3,430,427	51.35
金融投资净额	2,120,650	30.51	2,184,305	32.69
现金及存放中央银行款项	401,525	5.78	371,155	5.55
存拆放同业及其他金融机构款项和买入返售金融资产	295,456	4.25	367,544	5.50
长期应收款	127,853	1.84	116,593	1.74
固定资产净额（含在建工程）	49,757	0.72	49,900	0.75
其他	172,695	2.48	161,917	2.42
合计	6,950,233	100.00	6,681,841	100.00

1.1、发放贷款和垫款

报告期内，本集团坚决贯彻党中央、国务院决策部署，加大疫情防控的信贷支持力度，积极落实小微企业金融支持政策，截至报告期末，本集团发放贷款和垫款总额为38,539.31亿元，比上年末增加3,663.30亿元，增幅10.50%，发放贷款和垫款总额在资产总额中的占比为55.45%，比上年末上升3.25个百分点。

1.2、金融投资

截至报告期末，本集团金融投资总额为21,085.59亿元，比上年末减少617.83亿元，降幅2.85%，在资产总额中的占比为30.34%，比上年末下降2.14个百分点。主要是主动调整业务结构，压降非标准化投资规模，适度增加高流动性标准化投资配置。

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2,954.56亿元，比上年末减少720.88亿元，降幅19.61%；在资产总额中的占比为4.25%，比上年末下降1.25个百分点，主要是提高流动性管理效率，加强低效资产管理。

2、负债

截至报告期末，本集团负债总额为64,089.85亿元，比上年末增加2,579.73亿元，增幅4.19%。

项目（人民币百万元）	2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比（%）	金额	占比（%）
吸收存款	3,768,151	58.79	3,637,034	59.13
其中：吸收存款总额（不含应计利息）	3,728,174	58.17	3,604,088	58.59
同业及其他金融机构存拆入款项和卖出回购金融资产款	1,135,039	17.71	1,264,759	20.56
应付债券	957,880	14.95	817,225	13.29
向中央银行及其他金融机构借款	423,370	6.61	331,138	5.38
其他	124,545	1.94	100,856	1.64
合计	6,408,985	100.00	6,151,012	100.00

2.1、吸收存款

截至报告期末，本集团吸收存款总额37,281.74亿元，比上年末增加1,240.86亿元，增幅3.44%。从客户结构看，公司存款占比79.44%，个人存款占比20.35%，其他存款占比0.21%；从期限结构看，活期存款占比41.08%，定期存款占比58.71%，其他存款占比0.21%。

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11,350.39亿元，比上年末减少1,297.20亿元，降幅10.26%。

2.3、应付债券

截至报告期末，本集团应付债券9,578.80亿元，比上年末增加1,406.55亿元，增幅17.21%，主要是发行同业存单的增长。

3、股东权益

截至报告期末，本集团股东权益总额5,412.48亿元，比上年末增加104.19亿元，增幅1.96%，其

中，归属于本行股东权益总额5,295.37亿元，比上年末增加106.92亿元，增幅2.06%。

项目（人民币百万元）	2020年 12月31日	2019年 12月31日	变动（%）
股本	43,782	43,782	-
其他权益工具	69,860	69,860	-
其中：优先股	29,867	29,867	-
永续债	39,993	39,993	-
资本公积	57,419	57,411	0.01
其他综合收益	-1,849	2,227	本期为负
盈余公积	48,479	45,162	7.34
一般风险准备	86,599	81,657	6.05
未分配利润	225,247	218,746	2.97
归属于本行股东权益总额	529,537	518,845	2.06
少数股东权益	11,711	11,984	-2.28
合计	541,248	530,829	1.96

（四）主要业务回顾

1、存贷款业务

面对新冠疫情对我国经济社会发展的严重冲击，本行坚决贯彻党中央、国务院决策部署，全力抗击疫情，支持复工复产，坚决减费让利，密集推出一系列新理念、新改革、新举措，持续优化资产负债结构，夯实改革发展基础，实现抗疫情和抓经营两不误、两促进，各项业务运行稳健、势头向好。

1.1、存款业务

截至报告期末，本行各项存款总额 36,972.60 亿元，比上年末增加 1,222.82 亿元，增幅 3.42%，其中结构性存款余额大幅压降 3,285.07 亿元，实现了存款总量稳定增长、存款结构持续优化、存款成本率有效下降的良好局面。本行坚持以客户为中心，加快交易银行、供应链金融、小微金融等领域产品服务创新，强化科技赋能，着力推动低成本基础负债业务增长。一是做大机构存款。加强地方政府专项债链式开发，加快平台项目建设，强化国库现金管理。二是做深公司结算与现金管理。围绕优质客群，积极推广跨行现金管理；加快基于交易流程的场景化金融转型与创新，深耕“通、聚、盈”等现金管理产品；聚焦客户资金链、产业链、管理服务链，运用供应链金融模式强化结算存款链式开发。三是推动储蓄存款增长。通过代发工资、第三方存管、资金归集、信用卡还款、代缴费等产品，有效增加储蓄存款。四是做好小微结算性存款开发。以收单商户场

景、行业应用场景、重点市场场景为依托，加强三方合作力度，运用“场景+结算+财富+授信”的方式提升小微客户的结算存款。五是促进高效协同，抓好发债、托管等业务联动，推动跨境业务存款沉淀，实现存款稳定增长。

1.2、贷款业务

截至报告期末，本行各项贷款总额 38,331.30 亿元，比上年末增加 3,639.79 亿元，增幅 10.49%。加大信贷资源投放力度，持续优化信贷结构。一是鼓励小微企业、制造业、疫情防控等重点领域和薄弱环节的信贷投放，严格落实房地产行业的宏观审慎管理要求。截至报告期末，本行普惠型小微贷款总额 4,527.62 亿元，比上年末增加 485.27 亿元，增幅 12.00%；制造业贷款总额 2,984.57 亿元，比上年末增加 161.83 亿元，增幅 5.73%；房地产贷款总额 4,389.59 亿元，比上年末减少 371.97 亿元，占比较上年末下降 2.27 个百分点。二是落实国家区域协调发展战略，积极支持粤港澳大湾区、长三角、京津冀、成渝等国家重点战略区域，报告期末，四大重点区域的贷款增量占比达 68.70%。三是积极践行金融让利实体经济，通过贷款利率下调、减免中间业务收费等，切实降低企业负担。

2、公司银行业务

报告期内，本行积极主动应对市场和监管环境的新变化、新挑战，坚持客群经营，坚持以客为尊，坚持链式开发，坚持科技融入，坚持综合服务，坚持方案致胜，推动业务模式从粗放型向资本节约型转变，持续做大做强公司业务。

报告期内，本行根植客群的经营理念扎根显效，适应各类客群的作业模式不断优化，以客户为中心、契合客群经营的销售模式逐步完善，客群服务能力持续提升。服务客群分类适配的产品体系日臻完善，持续开展产品创新及迭代优化，更好地满足客户需求。在本行“科技金融”战略引领下，通过科技赋能重塑业务体系，形成智能化公司银行业务，助力业务发展的作用逐步显现。

2.1、公司客群

切实践行“以客户为中心”的服务理念，完善客户分层分类服务体系，创新客户服务模式，为客户提供综合化、智能化、一站式服务，不断提升客户服务体验。截至报告期末，本行境内有余额对公存款客户达 138.81 万户，比上年末增加 9.07 万户，增幅 6.99%；境内有余额对公一般贷款客户 9,706 户，比上年末增长 7.53%。

加速战略民企落地。本行按照“十四五”规划的全面部署，聚焦“以客户为中心”总体战略，

针对战略客群综合化、个性化需求，完善客群营销管理，持续提升综合服务能力。服务模式方面，通过不断提高专业化水平，创新战略客户服务手段，提升战略客户服务体验；管理机制方面，为战略客群配备跨条线协同的专属团队，逐户定制综合服务方案，落实总分支一体化服务；资源配置方面，整合行内外资源，精准施策，提高资源投放效率，优化战略客户资源配置机制。报告期内，本行战略民企客户存款日均 5,044.99 亿元，比上年增长 40.20%；截至报告期末，贷款总额 5,280.86 亿元，比上年末增长 20.99%。

打造“中小企业民生工程”。本行中小企业金融服务坚持“以客户为中心”，秉持“递进开发、综合服务、客户培育、长期发展”的经营理念，通过“携手、生根、共赢、萤火”四大计划，为不同类型、不同阶段的中小客户提供适配服务，推进长期合作，实现共赢发展。面对疫情，今年以来更是通过制定系列支持举措、开展客户关怀、创新服务方式等手段全力支持中小企业稳定发展。

2.2、基本业务

报告期内，本行加强结算业务平台建设，强化战略客户、重点机构客户、供应链核心客户链条式开发，强化中小客户批量获客，强化资产业务客群结算服务，全面提升公司客群的一般存款贡献，根据流动性和市场利率走势主动优化负债结构，推动对公一般存款持续、稳定增长。截至报告期末，本行的对公存款总额 29,453.02 亿元，比上年末增加 834.29 亿元，增幅 2.92%。报告期内，本行积极响应落实国家金融和产业政策，一是提高与国家重大区域战略的契合度，加大对粤港澳大湾区、长三角、京津冀、“一带一路”、自贸区等重点区域的支持力度；二是聚焦城市基础设施和公共服务等传统基建和 5G、特高压、人工智能、工业互联网等新基建领域，持续加大投入力度；三是继续推进民企战略，加大对民营企业，特别是对抗击疫情、促进复工复产的重要民营企业支持力度；四是积极支持制造业高质量发展，重点围绕先进制造业、战略新兴产业、传统产业转型升级等领域，加大制造业贷款投放力度。截至报告期末，本行对公贷款总额 22,409.38 亿元；对公贷款不良率 1.72%。

2.3、机构业务

报告期内，本行通过加大地方债投资支持地方政府经济社会发展，快速推进地方政府专项债链式营销，强化对地方政府抗疫、基础设施建设的专项支持，大力开展机构业务平台项目建设，提升对政府、财政、公共资源交易、公积金、文旅、医院、学校等客群的综合服务水平，实施差异化机构客群管理，实现了机构业务快速稳健发展。截至报告期末，本行机构客户数 2.63 万户，比

上年末增长10.97%；报告期内，机构存款日均7,806.97亿元，比上年增加1,421.02亿元，增幅22.25%。

2.4、投资银行

报告期内，本行深耕客群经营，发挥投行业务轻资本优势，聚焦重点产品、重点客户、重点区域，通过综合化、定制化投行服务赋能企业发展的同时，实现了投资银行业务的持续稳健发展，树立了专业的市场品牌形象。

资本市场业务方面，本行坚决响应政府号召、贯彻国家战略，聚焦重点客户和重点区域，通过并购和银团产品助力疫情防控、支持制造业转型升级、民营企业优化重组和国企改革，同时努力调整并购业务资产结构、优化资产质量。截至报告期末，本行并购贷款及并购银团贷款总额1,464.81亿元，并在报告期内完成了一系列具有较高市场影响力的重大并购项目，提升了投行业务品牌形象。

债券承销业务方面，本行通过流程优化及精细化管理，实现债券承销规模的稳步提升，报告期内，本行银行间债券市场承销发行规模3,970.15亿元，服务企业386家，银行间债券市场非金融企业债务融资工具主承销商排名第十位。报告期内，本行通过探索产品及业务模式创新，积极助力国家疫情防控，帮助12家企业成功发行疫情防控债共37亿元，其中发行市场第一单疫情防控民企债券融资信用风险缓释凭证（CRMW）、全国首单稳发展促消费专项债务融资工具、承销全国供销体系首单疫情防控债。

资产证券化业务方面，本行围绕客户降成本、优杠杆、资产流转等业务需求，积极推进企业资产证券化投资业务。报告期内，实现企业资产证券化新增投资规模1,267.53亿元。本行持续加强产品创新，报告期内，落地首单民企LPR-ABN等9个全国首单资产证券化项目，合计规模124亿元。

2.5、交易银行

报告期内，本行交易银行业务秉持“深耕场景、丰富产品、便利客户、改善体验”的发展策略，持续强化产品服务能力，大力提升业务便利化水平，为客户提供智能化、便捷化综合金融服务方案，支持实体经济发展。

聚焦企业客户结算需求，完善现金管理产品体系。报告期内，本行进一步关注客户旅程，制定对公账户服务优化方案，从起点开始全链条提升客户服务水平。围绕集团客户现金管理需求，大力推广跨行现金管理方案，助力企业实现资金管理便捷化、综合化。完善房管通、招标通、购销通、薪福通、交易资金协议监管、订单收银台等场景结算产品，推出新型法人账户透支智能定

价模式，灵活对接实体企业融资需求，助力客户抗疫复产。截至报告期末，本行结算与现金管理存款总额13,265.21亿元，比上年末增加2,940.47亿元，增幅28.48%。

围绕跨境客户金融需求，提升服务便利化水平。报告期内，本行“单一窗口”融资产品上线，跨境电商项目试点顺利推进，跨境资金池业务陆续落地，服务方式更加多元。主动对接客户在疫情中面临的国际贸易、对外承包工程等多场景、差异化融资需求，提供全方位、定制化的跨境金融服务。优化对公跨境汇款及结售汇业务流程，提升客户体验。截至报告期末，本行对公外币存款总额278.18亿美元，比上年末增加118.92亿美元，增幅74.67%；对公外币贷款总额213.97亿美元，比上年末增加48.65亿美元，增幅29.43%。拓展担保融资场景，提升贸易融资服务能力。报告期内，本行进一步围绕多种行业、场景下客户的担保需求匹配产品方案，大力发展非融资性保函；持续丰富适配场景，对接结算产品方案，大幅提升电子保函竞争力。报告期内，本行电子保函发生业务5,046笔，比上年增加2,885笔，增幅133.50%，占保函总笔数40.61%。深度服务大基建行业，覆盖市政、轨交、通讯等民生保障行业。试点供应链票据贴现，推进标准化票据落地，并通过自助贴现、票融e等线上化、自动化产品提高服务效率。

持续迭代线上产品，不断升级数字金融服务。报告期内，本行围绕客户需求，不断整合现有产品、渠道与服务，全面实现贸易金融产品线上化升级，为客户提供更加便利的支付结算与融资服务。

2.6、供应链金融

报告期内，本行供应链金融业务携手客户共同抗疫，助力企业复工复产。聚焦重点行业，持续产品创新与迭代升级，全力建设科技平台，研发风险管理技术，全面提升全流程风险管理能力。

完善场景化供应链产品服务体系，助力复工复产。报告期内，本行迅速采取有力措施抗击疫情，深入贯彻落实银保监会等部门关于发挥供应链金融助力复工复产的政策要求，深耕汽车、医药、建筑、白酒、家电等重点行业，结合疫情期间业务情况及阶段性发展要求，利用供应链线上化产品给予客户便捷的信贷支持，尤其是以“信融e”为代表的全流程线上化产品，少接触、轻流程的作业模式在疫情期间优势凸显，业务规模大幅增长，扩展了对链上中小企业客户的服务。坚持供应链产品体系创新与迭代升级，实施流程优化，全面提升存量产品线上化、智能化水平，同时，加快新产品研发，进一步丰富供应链产品体系和应用场景，研发上线“票融e”产品，为供应链商票结算场景客户带来一键贴现、快速到账的优质体验。

加速供应链金融科技创新，全面提升全流程风险管理能力。本行积极建设新供应链金融科技

平台，报告期内，平台一期功能顺利上线，同步启动平台二期实施建设，目前已完成“应收 e”、“订单 e”、“票融 e”产品上线。本行逐步完善制度、建设供应链金融全流程风险管理体系，在风控领域积极运用新技术，丰富供应链模型预警，严格做好风险管控，强化法律合规管理，坚守合规底线，实现业务稳健有序发展。

3、零售银行业务

本行持续深化零售财富管理与资产业务双轮驱动发展模式，强化客群细分经营，打造新客开拓、向上输送、保有提升为一体的链式经营模式。优化产品服务体系，提升专业服务能力，主动结构调优，统筹推进疫情防控和零售业务合规稳健发展。

本行启动零售三年规划（2021-2023 年）设计，围绕打造细分市场优势、加快数字化转型、强化标准化管理建设、完善基础产品服务体系、提升客户体验 5 方面，形成了体系化零售新发展模式、关键举措布局。

零售三年规划（2021-2023 年）以“建立技术驱动的特色零售金融、打造基于客群细分经营的标准化客户体验、提升品牌美誉度”为主策略，以提升客户体验为主线，做大基础客群，强化零售专业统筹，构建标准化、专业化零售支撑体系。一是以教育、养老、小微特色行业客群为战略客群，聚焦客户需求，持续深挖客户价值，以开放赋能、共享整合，深度融入零售客户生态，做目标客户的主办银行。二是在 C 端、B 端、G 端场景化支付实现重点突破，深挖重点行业小微企业场景化需求，打通龙头企业合作，拓展批量获客模式，深化数字化风控、数字化运用。三是完善零售业务标准化专业管理体系，深化数据营销，强化产能督导。四是完善基础产品服务体系，优化产品货架。五是践行全渠道战略，提升客户体验。

报告期内，本行零售业务营业收入 711.81 亿元，同比增长 5.72%，在营业收入中占比 40.44%，同比上升 1.35 个百分点。本报告期，本行将信用卡分期还款业务收入由手续费及佣金收入重分类至利息收入，重分类后零售业务非利息净收入 166.69 亿元，同比上升 2.40%，在零售业务营业收入中占比 23.42%，在本行非利息净收入中占比 37.43%。

3.1、零售客户：“外延+内生”实现新客获取与存量经营双突破

“外延”推进批量获客、流量获客。强化开放融合下的场景与平台搭建，发行京东小金卡、民生农场卡、途虎养车卡、民生童行卡、沃尔玛专享卡等多种融合非金融权益的重点借记卡联名卡，聚焦核心客群，主动开展异业合作；持续深化小微客群综合开发，积极开展重点行业、重点

客群批量获客。

“内生”促进存量裂变、做深客群细分经营。全年新客（一类账户）获取 355.40 万户，有效户 31.06 万户，新客有效率 8.74%。通过 MGM 存量价值客群的内生裂变，实现转介新贵宾客户 2.34 万户，金融资产新增 102.15 亿。积极布局财富管理产品创新，升级财富客群服务渠道，提升客户体验，以产品组合、多场景结算等方式做深小微细分客群专业服务。做专私银企业家客群一体化服务，做优信用卡客群结构，探索细分客群轻经营。

完善支付体系，提升综合价值。信用卡全民生活 APP 上线“全民管家”生活缴费业务，支持超 1,000 项缴费项目；首批实现与支付宝二维码互联互通。截至报告期末，全民生活 APP 累计注册用户达 2,535.50 万，全年电子支付交易额（含快捷支付、移动支付及网关支付）同比增长 13.46%。深化信用卡场景获客转型，构建客户标签图谱体系，适配定制化产品和权益，实现目标优质客群批量获取；精细化存量优质客群经营，优化交叉销售机制，加强本地化获客，进一步提升交叉客户渗透率。坚持价值客户导向，全年信用卡新获客中“消费稳定型”客户占比 85.3%，同比提升 2.4 个百分点。

开展开户流程、账户、支付结算代缴费等高频基础产品服务优化。零售客户体验闭环体系基本建成，完成全渠道零售客户体验管理体系整体设计，搭建本行用户调研和用户体验监测体系，强化客户声音收集与量化指标监测，推动客户行为与业务运营等多维数据分析。梳理零售客户旅程图谱和 37 条关键客户旅程，并就基金端到端、按揭及交叉销售、信用卡申请及激活等 3 条首批旅程开展诊断和优化设计，部分改进举措有序落地实施。截至报告期末，全国各地银行业协会推荐本行入围千佳网点候选单位共 40 家，较上期新增 15 家，创历史新高。

强化业务第一道风险防范职责。基于零售 KYC 要求及合规销售管理“有规可依”“有规必依”“执规必严”的管理原则，经过近两年的搭建和持续完善，已初步形成了总分支一体、全流程覆盖的闭环管理体系。

深入开展存量客户价值管理，基于客户价值贡献、活跃度、潜力等维度开展综合评级，引导精细化经营。本行高评级客户数量、结构、保有率均良好增长，助推客层向上递进提升。

截至报告期末，本行零售客户数 7,994.23 万户，比上年末增长 549.33 万户。其中，财富客户数（不含小微企业法人账户、仅持有信用卡的零售客户）5,799.19 万户，比上年末增长 530.87 万户；悠然及以上客户数 121.69 万户，比上年末增长 5.80 万户，其中私人银行达标客户数 34,948

户，比上年末增长 3,610 户，保有率 72.72%，同比提升 1.69 个百分点。信用卡客户数 4,309.79 万户，比上年末增长 223.08 万户，交叉客户累计 1,857.11 万户，比上年末增长 87.32 万户。

零售高评级客户数 222.69 万，比上年末增长 24.00 万户。其中，存量高评级客户保有率 77.11%，本年新增高评级客户中，新客户共计 10.10 万户，占比 42.09%，同比上升 5.75 个百分点。

截至报告期末，本行小微客户数 1,377.83 万户，比上年末增长 220.49 万户，其中，小微企业法人客户数 145.21 万户，比上年末增长 11.71 万户；小微结算户 55.94 万户，小微贷款授信客户 79.15 万户，小微贷款客户 50.87 万户。

3.2、财富管理与私人银行：强化重点产品布局，深化标准化建设

做强民生磐石、民生优选系列产品，推动头部机构定制优质产品首发销售；打造“民生磐石”品牌，发挥替代理财功能，成为行业内首创理财替代产品品牌，做实理财到期续接，加快净值型产品续接；持续深耕期缴保险，继续保持行业发展优势，排名位居股份制银行第一梯队。

私人银行产品由小货架向全产品货架、全资产配置转型。在私人银行产品专业服务能力方面，构建新型投研驱动下的代销产品管理体系，着力打造民生银行私银产品遴选体系及配套规则；全面整合产品配置货架，产品结构继续突出净值化、定制化特色；打造家族财富管理新模式，探索超高净值客户产品定制服务。在资产配置方面建立以客户需求驱动的综合服务模式，优化全货架资产配置、综合解决方案、综合服务体系的建设。

存款产品方面，克服疫情不利因素影响，本行 2020 年上半年各储蓄存款产品均实现稳定增长。为落实监管要求，自 2020 年 8 月起主动行动，对结构性存款进行较大幅度压降，促进存款结构更加健康。

深入推进以“管理治理、管理标准化、销售标准化、能力提升”四大模块为核心的财富革新项目固化与标准化 3.0 导入，团队产能持续提升。推进私银中心标准化建设及团队标准化管理，提高客群经营业绩与效率。实施资产配置标准化流程，全面提升私银客户专业化资产配置服务水平。关注全生命周期管理，加强产品售后、客户行为管理、信息披露等工作，完善企业家客户综合服务体系，精准满足客户资产配置和公私联动一体化服务需求。

截至报告期末，本行个人客户金融资产 19,102.16 亿元，比上年末增长 732.41 亿元，其中悠然及以上客户金融资产 15,601.64 亿元，比上年末增长 665.91 亿元。零售存款（含小微企业存款）8,806.15 亿元，比上年末增加 535.58 亿元，增幅 6.48%，其中储蓄存款 7,441.21 亿元，比上年末

增长 377.67 亿元。个人理财产品销售额 35,178.24 亿元，同比减少 43.11 亿元。代理基金销售额 1,825.67 亿元，同比增长 366.01 亿元。财富管理手续费及佣金收入 62.58 亿元，同比增长 12.42%。

截至报告期末，本行金融资产 600 万以上私人银行达标客户金融资产管理规模 4,914.54 亿元，比上年末增长 4.86%。私人银行客户户均金融资产 1,406.24 万元。

3.3、零售贷款：全面落实金融政策导向，规模增长迅速

报告期内，本行坚决贯彻落实党中央、国务院工作要求，强化责任担当，支持抗击疫情，升级产品服务，扶助受困客户，深化金融普惠工作。截至报告期末，本行零售贷款总额 15,921.92 亿元，比上年末增长 1,949.76 亿元。零售贷款客户数 238.37 万，比上年末增长 29.91 万。零售不良贷款总额（含信用卡）312.56 亿元，比上年末增长 54.22 亿元，零售不良贷款率 1.96%。关注类零售贷款总额 215.96 亿元，比上年末增长 90.91 亿元，占零售贷款总额的 1.36%。

小微贷款：投放规模创新高，质效全面提升。小微贷款增量扩面、提质降本，支持实体经济发展取得实效。面对疫情，本行以更大的工作力度、更多资源投入，着力加大小微贷款投放力度、大力推广无还本续贷服务，全力确保小微企业信贷服务稳定，主动对接抗疫行业小微企业资金需求，提前做好存量贷款续授信安排，积极为符合条件的疫情受困客户提供续贷保障、延期支持以及征信保护等专项扶持举措，通过下调小微贷款利率等多种方式减费让利，降低小微企业综合融资成本，积极助力小微企业复工复产、恢复经营。

本行积极发挥金融科技生产力，强化基于客户需求、基于科技进步、基于小微企业生态建设的产品创新与服务支持，拓展信用贷款、首贷客户，积极发挥政府平台、供应链式服务优势、深挖小微商户线上经营与支付结算场景，服务覆盖面显著扩大。积极推进非接触、线上化服务发展，实现小微贷款全流程线上办理服务支持；积极推进“互联网+不动产登记”模式，实现抵押登记一站式办理，全面推广移动运用，提升小微客户办贷效率体验。

全面开展“彼此相连—小微金融特别服务年”客户活动，开办“民生小微商学院”，免费向小微企业主提供经营能力课程；邀请小微企业入驻“民生农场”直播带货，推广线上“一键开店”产品服务，为客户拓宽销售渠道；通过赠送抗疫物资、特别保险保障等，增强小微客户保障意识和抗风险能力，赋能小微企业发展。

截至报告期末，本行零售小微贷款总额 5,118.65 亿元，全年小微贷款累计发放 6,168.50 亿元。普惠型小微企业贷款总额 4,527.62 亿元，比上年末增加 485.27 亿，增幅 12.00%；有贷款余额户数

33.89 万户，报告期内，累计发放 5,538.99 亿元，平均发放利率 5.92%，比 2019 年度发放利率下降 0.63 个百分点；普惠型小微企业不良贷款总额 138.86 亿元，不良贷款率 3.07%，比上年末下降 0.14 个百分点。

本行 878 家支行营业网点（含营业部）及 138 家小微支行为小微客户提供稳定金融服务。

按揭业务稳健发展，加强额度管控。严格按照国家政策规定和监管要求发展住房按揭业务，在符合监管要求的前提下，优化业务流程，加强精细化管理，稳步推进 LPR 转换。截至报告期末，本行按揭贷款总额 5,115.74 亿元，比上年末增长 949.42 亿元，不良贷款率 0.22%，比上年末上升 0.01 个百分点。

消费金融持续创新，持续优化业务模式。加快三方数据引入和产品迭代优化，大力提升民生民易贷客户体验；持续优化调整业务模式，加速推进汽车金融业务。截至报告期末，本行消费贷款（不含按揭贷款）总额 1,064.44 亿元，比上年末增长 163.01 亿元，不良贷款率 0.59%，与上年末持平。

强化信用卡风险管理，坚持稳健经营。2020 年新冠疫情以来，经济环境受到较大冲击，部分行业人群还款能力出现下降，信用卡贷款风险加速暴露，银行业信用卡贷款整体呈现风险上升态势。截至报告期末，本行信用卡累计发卡量达到 6,167.14 万张，报告期内新增发卡 421.53 万张；实现交易额 25,984.49 亿元，同比增长 4.75%；贷款总额 4,623.09 亿元，同比增长 3.68%；不良贷款率 3.28%，比上年末上升 0.80 个百分点。

在疫情常态下，本行采取了多项举措提升信用卡新客质量，提升清收效能。

一是聚焦“低风险中高收益、消费稳定型”客群，加强规划客群引导，优化重构客群风险分级模型，实现差异化准入，提高优质客群的资产占比。本年新户逾期率 0.5%，同比下降 0.38 个百分点。

二是建立“以客户为中心”的风险监测体系，匹配差异化风险管控动作，构建早期预警模型，完善风险退出机制；对存量关注类贷款实行风险分类机制，采取差异化催收手段，升级催收体系，搭建失联“云修复”平台，提高清收成效，压降关注类贷款下迁比例，提前化解风险。2020 年下半年新发不良比上半年下降 25.88 个百分点。

从不良贷款率结果看，本行信用卡不良贷款率在同业较高，主要原因之一是信用卡核销和不良资产证券化处置力度有待加强。还原本年不良资产处置后，本行信用卡不良贷款率在同业处于中等水平，未来本行信用卡将加大不良贷款处置力度。

报告期内，本行荣获中国银联颁发的“2020 年银联业务快速成长奖”“2020 年 Token2.0 合作卓越奖”、中国网络金融联盟颁发的“2020 年银行数字化转型最佳营销服务奖”，信用卡客服中心荣获“金音奖”评选机构颁发的“2020 中国最佳客户联络中心奖”，全民生活 APP 开展的“爱心银行”项目荣获中国扶贫基金会颁发的“杰出贡献”荣誉，民生非遗守护信用卡入选“2020 大世界城市舞台中国魅力榜非遗跨界创新榜”。

3.4、小微服务及消费者权益保护：扎实推进，提升成效

以小微客户画像为基础、立足满足小微客户多样化服务需求，初步建设小微客群细分和差异化服务体系，明确小微结算服务“轻型化、场景化、综合化、专业化”发展路径，持续丰富小微客户专属产品与服务，充分满足小微客户个人及其企业、员工、家庭的融资、财富管理、支付结算等金融与非金融服务需求，不断提升服务小微企业的综合能力与水平。

截至报告期末，本行零售小微金融资产 4,189.57 亿元，比上年末增长 545.53 亿元；其中，小微个人存款 1,754.78 亿元，比上年末增长 162.98 亿元，小微企业法人存款 1,364.94 亿元，比上年末增长 157.91 亿元。

报告期内，本行消费者权益保护工作全面对标监管要求，深入践行“以客户为中心”的服务理念，不断提升精细化管理水平，提升消保工作成效。

一是在制度建设方面，修订并下发《中国民生银行消费者权益保护管理办法》等专项制度，形成消保工作有力导向。二是在体制机制方面，优化消保组织管理体系，将消费者权益保护职能划转至零售业务条线，进一步强化产品设计和服务上主动履行消保义务、充分保障金融消费者八大权益的内生动力。三是在产品与服务的全流程管控方面，持续落实监管要求，督导产品和客群部门主动落实消保前置审查、减费让利、信息披露、营销宣传、满意度调查等消费者权益保护要求，提升客户服务质量。四是完善渠道消保管理规范，有效强化网点渠道消保管理；全面强化疫情期间网点营业管理，确保本行网点营业安全。五是在投诉管理方面，优化投诉处理流程，完善重大投诉应急管理，强化多发投诉、重点投诉溯源整改，建立健全多层次、立体化投诉管理机制，提升投诉处理质效和管理水平。六是在金融知识宣教方面，相继组织开展了“3·15”宣传周、守住钱袋子、金融知识万里行等 4 项全行性金融消费者宣教活动，面对今年疫情防控的特殊情况，整合各类“非接触式”宣传渠道，打造系列“消保 IP”，得到了金融消费者和监管部门的认同，并获“3·15”优秀组织单位、“2020 年联合宣教活动”优秀组织单位称号。

3.5、零售综合治理：统筹体系全面强化升级

充分发挥零售业务管理委员会在零售业务发展策略、管理机制整合与统筹方面的作用，深化计划目标、资源配置、数据营销管理、考核评价、零售品牌深化等全流程多方配合的传导体系，组织零售业务发展模式规划研究，探索零售业务发展模式创新与管理转型，打造零售集约、专业、标准化建设发展新动能。以资源配置最优为目标，统筹费用预算、信贷额度等资源，多措并举提升资源配置有效性，迭代零售考核评价管理，强化总行零售业务标准化、专业管控落地。

开展零售专业人才建设，以“专业致胜、价值创造”为导向，在本行人力专业序列框架下，设计完成本行零售团队专业子序列设计，为实现团队专业能力进阶、分层管理，团队与客户、产品的适配管理提供支撑与保障。

着力打造零售核心专业人才持续培养、职业发展机制，推进分层、进阶、实战性培训，激发成长动力；全年开展零售核心团队培训 34 期 2,500 余人次，组织“探路者”优秀成员完成 61 门 46 课时优质课程研发；开展年度零售人物宣传活动，传递零售团队专业、敬业正能量。

3.6、零售数字化管理：大幅提升运用广度与深度

营销数字化。丰富数据营销策略，持续推进模型开发及数据治理，应用深度学习技术，开发 80 余项模型，应用于新客获取、客户提升、流失赢回以及重点产品销售等场景。围绕小微、养老、教育等细分客群，开发 983 项客户标签，发起精准营销活动 1.3 万个，精准触达客户 23 亿次。建立远程银行对大众客群在线标准化集中服务，全年部署客群经营活动 452 个，经营策略 1,025 条，户均营销触达 2.4 次。完成零售数据营销策略库建设，搭建全渠道通达管理体系，通过零售销售漏斗分析，持续进行营销策略的迭代优化，重点策略执行成功率提升 30%。

渠道经营数字化。完成全渠道通达管理体系搭建，建立零售全渠道通达分析漏斗模型，开展流量获取、激发活跃、提高留存到忠实客户的全渠道通达指标监测与归因改善；推进客户多渠道交叉渗透，强化客户线上到线下的相互推介，促进触点增加与价值挖掘。

风控手段数字化。小微数字化风控能力和线上化服务能力建设。围绕供应链交易场景以及纳税、征信等大数据信息，完善风险计量模型，结合身份鉴定和生物识别等新兴技术，构建小微金融全流程数据化风控体系，在有效防范外部欺诈风险、信用风险、操作风险的前提下，推进小微金融向数据化、智能化的转型升级，构建获客、审批、提款、续贷全流程线上服务体系，全年自动化审批业务量占比较上年提升 12 个百分点。

消费金融智能化自主风控能力建设。以“数据+模型”应用审批驱动新型民生民易贷及合作贷款业务发展，多渠道拓展整合合规有效的外部数据，搭建自主风控模型和策略体系，突破性地完成新型民生民易贷决策框架优化上线，并开发上线消贷营销模型，建立细分客群差异化管理体系。加强场景化消费金融自主风控运用，消费金融月授信客户数提升4.7倍，月签约客户提高6.2倍，线上非按揭消贷规模同比增长213.63%，不良贷款率从0.92%下降到0.52%，场景化自主风控消费金融规模同比增长21.17%。

信用卡全生命周期联动风控体系建设。贷前准入及审批层面，注重客群引导，严防共债客户，强化差异化准入和赋额；提升自动审批率，2020年系统自动化审批率约75%。数据计量层面，升级模型体系，建立包括信用风险、欺诈风险、策略分池、内评计量等细化模型。反欺诈层面，引进DATAFLUX、设备指纹识别、SNA等技术，实现多维风险识别。贷后管理层面，搭建全场景催收指引体系、布控智能AI语音机器人、智能语音分析客群图谱，提升清收效能。

4、资金业务

4.1、投资业务情况

报告期内，本行持续优化资产结构，提升投资效率。截至报告期末，本行投资净额20,973.67亿元，比上年末下降631.81亿元，降幅2.92%；投资净额在总资产中占比较上年末下降2.24个百分点。

4.2、同业业务情况

报告期内，本行持续强化合规经营，树立“以客户为中心”理念，深入推进同业客群经营转型。本行深化以金融同业客群综合贡献为核心的价值导向，完善客户基础数据建设，以同业客户“全景视图”为导引，聚焦同业客群综合化营销，优化同业客户授信额度统一管理和准入管理，推动同业客群营销管理水平和同业业务创利能力持续提升。

报告期内，本行持续优化同业资产结构，增强同业负债稳定性，压降同业负债成本，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3,059.42亿元，比上年末下降18.12%；同业负债规模（含同业存单）18,395.33亿元，比上年末下降0.15%；报告期内发行同业存单577期，累计发行规模9,034.10亿元；截至报告期末，本行发行同业存单总额7,139.53亿元，比上年末增加1,308.48亿元。

报告期内，本行着力打造“民生同业e+”互联网平台，整合行内优势同业客户产品，打通产

品输出渠道，为金融同业客户提供线上数字化、一体化、综合化营销服务。

4.3、托管业务情况

本行紧跟政策导向，多措并举克服外部影响，托管业务稳步发展。报告期初，本行主动营销疫情防控托管产品，为疫情防控托管产品开通绿色通道，主动减免托管费用，确保委托资金最大程度最快速度用于防疫一线。本行全年深入分析资本市场，积极应对市场变化，优化业务结构，严控业务风险，以客户为中心，按照“创规模、增收入、促协同、树品牌”的发展思路，重点发展基础托管业务的同时，持续推动业务创新，丰富爱托管品牌内涵，聚焦托管线上化服务进程，建立“现场+远程”双线服务机制，全面提升客户服务体验。截至报告期末，本行资产托管规模（含各类资金监管业务）10.65万亿元，实现托管业务综合创利60.87亿元。

养老金业务方面，本行围绕国家多支柱养老金体系完善与发展的政策契机，以年金托管和账户管理资质为基础，建立了覆盖企业年金、职业年金、养老金产品、养老保障管理产品等的产品体系，持续提升运营管理和客户服务水平，为企事业单位及个人客户提供优质的养老金管理服务。截至报告期末，本行养老金业务托管规模6,033.39亿元，管理企业年金个人账户数量20.80万户。

4.4、理财业务

报告期内，面对疫情冲击以及市场大幅波动的影响，本行深化理财业务改革，理财业务转型工作成果显著。一方面，本行在加强合规建设、有效控制风险的前提下，积极按照监管导向，持续稳步推动理财产品净值化转型，净值型产品谱系日趋丰富，产品线覆盖多个客群，净值型产品规模持续较快增长。另一方面，本行紧密围绕国家重大战略，大力推进服务国计民生的金融服务，通过理财资金直接或间接参与多种金融工具支持实体经济发展。截至报告期末，本行非保本理财产品存续规模8,611.32亿元。其中，符合资管新规要求的净值型产品规模5,285.74亿元，比上年末增长258.06%，占非保本理财产品总额的61.38%。

着重加大资产管理核心能力的建设力度，业务能力进一步提升。一是构建以固收为基础、资产组合为核心能力的投研体系，投资组合架构进一步完善，覆盖货币市场、债券市场、权益市场、商品市场等主要标的。二是按照理财子公司独立运营的标准，健全了治理架构，完善了核心团队职能，充实了必要业务人员。三是持续推进科技系统建设，在原有系统经验的基础上，全新打造了资产管理核心系统，并配套多个适应净值产品管理运作的系统组件。利用信息科技技术助力投资研究分析、市场风险监测、信用风险管理和投后管理，实现了业务能力的进一步提升。

积极响应政策导向，科学务实、创新进取，产品的转型和发展不断深化。本行持续完善净值型产品布局，以“富竹固收”“贵竹固收+”“荣竹混合”“玉竹私募单发”等产品系列为基础，不断健全“民生竹”系列理财产品谱系，形成了较好的市场口碑。产品特征上，逐渐由中短期产品为主，向中长期、多资产、稳收益、低波动的纵深发展。产品形式上，推出了包括每日开放类、周期开放类、封闭类、持有期类等多种期限的产品安排，更好地匹配各类投资者的流动性需求。产品题材上，通过对市场热点的精准把握，推出了“银竹再融资”“荣竹大金融”“荣竹资本市场改革机遇”等主题产品，进一步丰富了产品内涵。面对2020年的市场波动，本行净值产品不但保持全部盈利，而且整体业绩表现优秀，为投资者创造了较为丰厚的投资回报。报告期内，本行荣获“理财银行金牛奖”、“银行理财产品金牛奖”等多个奖项，民生理财的市场认可度不断提高。

2020 年 12 月 9 日，本行获得中国银保监会关于筹建民生理财有限责任公司的批复。目前，本行正在全力推进理财子公司的筹建工作，力争实现早日开业。

4.5、贵金属及外汇交易情况

报告期内，本行贵金属业务场内（上海黄金交易所、上海期货交易所）黄金交易量（含代理法人及个人）2,673.41 吨，白银交易量（含代理法人及个人）18,218.41 吨，交易金额合计人民币 11,267.82 亿元。以场内交易金额计算，本行为上海黄金交易所第 8 大交易商，也是上海期货交易所最为活跃的自营交易商之一，亦是国内重要的大额黄金进口商之一。本行积极参与贵金属做市交易，不断加强程序化做市系统建设，报告期内新取得了上海期货交易所黄金期货做市商资格。

报告期内，本行对公客户黄金租借 9.91 吨，市场排名第 5 位；对私客户自有品牌实物黄金销售 1,005.52 公斤，产品多样，有效满足了客户需求。本行加强与互联网平台合作，创新推出一系列互联网黄金产品，为业务增长增添新的动力。

报告期内，本行境内即期结售汇交易量 6,799.57 亿美元，远期结售汇、人民币外汇掉期交易量 9,354.85 亿美元，人民币外汇期权交易量 999.67 亿美元。本行积极参与外汇市场的创新产品业务，其中新兴市场货币交易量 35.39 亿美元，同比增长 233.87%。本行致力于为客户提供优质的外汇交易服务，有效助力客户降低财务成本、规避汇率风险，与客户在业务国际化中实现共赢。

5、分销渠道

5.1、网络金融

报告期内，本行紧跟数字化转型趋势，积极探索应用前沿科学技术，迭代升级线上服务平台，

持续创新网上银行、手机银行、微信银行“三个银行”，以及银企直联平台、网络支付平台、数字化运营平台、开放银行服务平台“四个平台”，网络金融平台支撑能力进一步增强，线上产品服务体系更加完善，差异化精细化零接触服务水平明显提升，行业生态金融实现创新发展，市场规模和品牌影响力持续扩大。疫情期间，本行充分发挥线上平台优势，快速响应客户零接触办理业务需求，创新线上金融和生活服务，全力保障金融服务畅通，助力抗疫防疫。

5.1.1、零售线上服务

报告期内，本行坚持不懈开展个人手机银行、网上银行、微信银行平台服务能力提升，创新应用 5G、AR/VR、人工智能、大数据、物联网等先进技术，率先推出 5G 手机银行，围绕交互体验与智能服务打造焕然一新的动感视觉、丰富多样的视频服务、体验流畅的语音交互入口、专业温暖的远程银行专属服务、个性贴心的人工智能服务、放心无忧的安全防护六大亮点；在手机银行搭建智慧银行专区，用户可线上线下联动体验本行“智慧银行体验店”；打造手机银行至简版，具有超大字体、常用服务定制和个性理财推荐三大特点，满足老年客户特殊需求；上线手机银行代发专区、“民生播客厅”视频服务、战疫专区等特色金融和增值服务，进一步提升线上服务能力；强化民生通行证开放式用户体系迭代升级，推出“中国民生银行+”微信小程序，开放手机银行平台服务与技术能力，方便更广泛的用户体验本行线上服务。上线手机 U 宝，将数字证书植入手机，无需实体 U 宝，支持最高 500 万转账，使用本行手机银行进行资金交易更为便捷和安全。

截至报告期末，本行零售线上平台用户数达 8,238.47 万户，比上年末增加 1,197.29 万户，增幅 17.00%；零售线上平台交易替代率 98.88%；零售线上平台月活用户数 2,162.08 万户，用户交易活跃度保持银行业领先地位。

5.1.2、对公线上服务

报告期内，本行秉持“贴心、便捷、高效、统一”理念，持续完善对公线上服务体系，更好地服务实体经济，助力企业快速发展。以客户为中心，推出企业版、托管版、同业 e+版网上银行，在移动端为中小企业客户、供应链上下游客户、行业客户打造企业手机银行专属服务，满足不同客户差异化、个性化需求。优化在线开户流程，提升线上服务易用性。优化银企直联平台，为客户提供定制服务方案；围绕战略客户业务场景，通过开放银行与企业共建服务生态，积极拓展服务外延，更好的服务企业生产经营活动，实现互惠共赢。

截至报告期末，本行对公线上平台用户数达 263.68 万户，比上年末增加 32.65 万户，增幅

14.13%；报告期内，对公网金平台累计交易金额 58.46 万亿元，同比增长 18.68%；银企直联客户数 2,514 户，银企直联客户年日均存款 5,802.39 亿元。

5.1.3、网络支付服务

报告期内，本行把握支付产业数字化机遇，构建网络支付综合服务体系，强化支付产品基础服务和创新能力，全面提升“民生付®”品牌影响力。针对 C 端用户发力移动支付，手机银行支持 8 家合作机构一键绑卡功能，首批实现银联二维码支付互联互通，上线刷脸支付、标记化支付等服务，拓展服务场景，为客户提供便捷、实惠的移动支付服务。围绕 B 端强化民生付收银台建设，支持各主流支付方式，实现 PC、移动端等多渠道覆盖；聚焦重点行业提供解决方案，上线一批非税缴费、会员钱包支付类典型商户，收付易新增分账结算、担保结算等功能，满足商户多元化支付结算需求。推出商户线上进件台、支付风控平台、支付权益平台，实现网络收单商户入网的全线上化管理，支付风险监测和防控能力进一步提高。

报告期内，本行借记卡移动支付交易笔数 6,834.31 万笔，同比增长 8.05%；交易金额 323.77 亿元，同比增长 50.09%；网络支付收单交易金额 2,673.77 亿元，同比增长 24.44%。

5.2、直销银行

本行把握中国互联网金融经济发展新机遇，发挥创新的体制机制优势，致力于打造直销银行“零接触金融、普惠金融”纯线上生态平台，面向大众客群提供无感、便捷的金融服务。2020 年不断深化“金融云+行业云”特色 BBC 服务模式，创新落地“云银行生态平台”，积极发挥银行数字化转型的“链接器”作用，融入企业经营场景，为核心企业客户及上下游客户提供“云钱包、链式钱包”等一系列标准化、场景化、开放化的专业金融服务，已建设标准化 API 接口 600 余个，为基建、交通、物流、工业、教育、医疗等行业 1,000 余家商户提供场景金融解决方案，服务 3,327.30 万客户，管理金融资产 1,157.52 亿元，年度荣获人民银行“2019 年度银行科技发展奖”、和讯网“2020 年度金融科技创新奖”等 8 项重大殊荣，树立了行业标杆形象。

5.3、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）、1,178 家支行营业网点（含营业部）、1,106 家社区支行、138 家小微支行。

完成网点转型规划设计，首家新空间门店投产。完成本行线下物理网点转型规划设计，启动

在部分重点分行的落地试点，1+N 网点管理模式在天津分行落地实施。建立网点新空间设计标准，首家新空间设计支行在济南对外试营业，为未来本行网点向数字银行、智能银行、年轻银行、创新银行形象升级提供可复制范本。

升级特色服务，普惠金融价值贡献持续凸显。社区金融启动“财富+资产”综合经营转型。报告期内，本行坚持贯彻落实“普惠金融”国家战略，克服疫情影响，深化场景化经营转型，充分挖掘社区支行人缘地缘优势，坚持为客户提供“社区”特色温暖服务。社区（小微）支行金融资产持续增长，总额 3,148.52 亿元，网均金融资产 2.53 亿元。储蓄存款 1,141.76 亿元。客户数达 743.20 万户，其中有效级（含）以上客户 87.65 万户，客群基础进一步夯实。

线上、线下“双门店”经营生态成功运营。“民生银行线上店”正式对客服务，以“活动运营”为主打方向，建立起本行线上线下“双门店”经营生态；截至报告期末，已上线标准型网点 1,157 家，便利型网点 637 家，上线 25 天累计访问 11.7 万人，总点击量超 45 万人次。

5.4、运营服务

2020 年，本行全面落实国家政策和监管要求，统筹推进疫情防控和金融服务工作，切实回归服务实体经济本源，持续向行内外客户提供优质、高效、有竞争力的运营服务。应对疫情危机，集中运营多地备份优势保障客户服务稳定不间断，为疫情严重区域客户建立优先服务“绿色通道”，“远程银行”“云运营”等运营创新服务模式有力支持防疫抗疫及复工复产；贯彻执行“科技金融银行”的发展战略，建成并发布全行首家“智慧银行体验店”，创新 5G 网络、大数据、物联网、区块链、人工智能等新兴技术应用与金融服务场景生态的深度融合，为客户提供“看得见、摸得着、带得走”的全新智能服务体验。

6、科技金融

报告期内，本行以打造企业级架构为目标，建设开放银行、统一产品库、统一应用中台，完成分布式技术架构转型，构建起了统一的渠道前台、场景化的应用中台和云化的技术后台三层架构。在夯实科技能力的基础上，开展科技金融“十件大事”，支持本行数字化转型。报告期内，本行信息科技投入 37.02 亿元，占营业收入的 2.10%。截至报告期末，科技人员数量 2,625 人。

强化企业级科技能力建设，打造数字化的银行。完成全行分布式技术架构转型，上线“分布式银行核心系统”，实现核心系统的全面自主可控，采用客户无感的联机动态迁移方式，整体架构具备高可靠、高性能、高弹性，为本行数字化转型奠定了坚实基础；构建统一应用中台，依托业

务中台和数据中台，促进客户服务模式向场景金融生态模式转变；**构建全行统一产品库**，形成 17 个定制产品货架，研发智能推送模型进行“千人千面”的智能推送，针对不同场景下的客户需求提供智能化、综合化服务；**深化数据治理，创新数据应用**，打造实时化的数据中台，创新研发“灵犀意愿分、新竹信用分、百川信用分”等大数据风控和营销模型，提升数据风控和营销能力，释放数据的生产要素价值。

业内首创远程银行服务，打造零接触的银行。应用音视频传输与解码、数据交互及加密传输等技术，实现基于手机银行的多场景个人和对公业务远程柜员在线办理，为客户提供“**突破时空限制**”“**实时在线**”“**全程零接触**”的服务。疫情期间，“远程银行”服务客户总量超过全行线下网点服务总量，达 40.6 万人次。

业内首发 5G 手机银行，打造有温度的银行。应用 5G、人工智能、边缘计算、自然语言处理等技术，推出具有全新动感视觉、丰富视频服务、牢固安全保障等六大亮点的 **5G 手机银行**，并试点推出“5G 消息”，打造“民生手机银行至简版”，让老年客群能够快速、便捷地享受移动金融服务；应用 RPA、OCR、智能语音等技术，构建**一体化大运营平台**，为不同服务渠道接入的客户提供统一验证和标准化服务，利用智能技术升级运营作业工厂，为客户提供一站式“云见证”服务，提升客户服务效率和体验。

提升“开放银行”能力，打造无边界的银行。建设开放银行，将金融服务进行解构整合、模块封装，通过 API 服务、H5、小程序、生态金融云等各种方式，开放产品与服务、交易与流程、数据和算法，链接行业生态，同时推出“民生云·人力”“民生云·代账”“民生云·政务”“民生云·出行”“民生云·薪通”等行业综合解决方案，开放银行对接的平台侧注册商户已达 820 万户；**建设直销银行生态平台**，上线“集团钱包”“会员钱包”“员工钱包”“云钱包”“链式钱包”“固收+”等产品，为 1,096 家合作机构提供场景金融解决方案。

创新应用多种技术，打造智慧型的银行。发布“智慧银行体验店”，应用 5G、生物识别、知识图谱、边缘计算等 8 类新兴主流技术，实现线上线下、金融非金融、销售服务、厅堂家居的高度融合，为客户提供“看得见、摸得着、带得走”的服务，位于北京中关村的首家体验店已正式对外服务；**提升数字化运营能力**不断积累用户行为和交易等多维数据，形成 986 个标准化标签，智能化精选目标客群，开展精准营销，提高活客能力。

聚焦科技赋能业务，结合场景生态，灵活打造丰富的产品组合和综合服务能力。B 端，以企业综合金融服务平台（CFP）为核心，构建“六大产品体系+六大中台体系+六大风险体系”，支

持企业客户在线办理账户开户、全球速汇、融资等业务，推动新供应链金融、“通、聚、盈”结算与现金管理等金融服务快速嵌入交易场景；**C 端**，聚焦场景金融、智能营销、智能风控、智能收单、移动金融等重点业务领域，持续打造以零售综合金融服务平台（PFP）为基础和核心的零售策略应用及场景金融体系，为总分行协同策略应用提供平台化的支撑能力；**F 端**，构建金融市场综合金融服务平台，提升金融市场领域的资金管理及交易能力，搭建“同业 e+”PC 端，通过统一的线上入口和交易平台，为同业客户提供“产品、交易、服务”三位一体的综合化线上服务。此外，完成理财子公司八大系统技术上线，为理财子公司开业做好准备。

7、综合服务

报告期内，本行致力于集团化、多元化、综合化发展，建立母行内部以及母子公司间“以客户为中心”综合服务模式，围绕重点业务和重点客群，优化跨市场、跨条线、跨机构交叉销售机制，丰富协同应用场景，强化优势产品布局，拓展交叉协同范围，扩大协同深度广度，强化客户转介与双向导流，持续推进母行与附属公司牌照互补，共同打造面向客户的综合化金融服务体系。

围绕“一个民生”发展理念，本行不断健全集团化管理体系，统一母子公司战略方向，出台一系列集团化管理制度办法，强化集团风险管理体系，优化附属机构资源配置和绩效考核管理机制，加强附属机构系统平台建设，深化协同深度，不断提高为客户提供综合化金融服务的能力。

8、境外业务

报告期内，香港分行认真贯彻本行发展战略，着重塑造差异化竞争优势，不断完善公司、金融市场、私人银行及财富管理三大业务，充分发挥本行境外业务平台作用。

香港分行凭借与总行跨境联动的优势，重点聚焦“粤港澳大湾区”等战略机遇，为优质的企业客户提供专业的跨境金融解决方案。香港分行围绕资本市场，深耕特色业务领域，成功推动物美集团、金鹰集团等战略客户项目落地，银团贷款、并购贷款、结构性融资等投行类业务实现良好收益。香港分行连续五年当选亚太区银团贷款市场公会董事会成员，银团贷款簿记行及委任牵头安排行项目金额在港澳地区均排名第 12 位，体现了本行在银团业务领域的专业地位。

香港分行依托香港国际金融中心地位，稳步拓展金融市场业务。报告期内，香港分行全面布局发展债券投资及交易业务、代客外汇及衍生品业务，收益率水平进一步提升，截至报告期末，香港分行债券投资总额 643.29 亿港元，代客交易规模达 75.69 亿美元。香港分行发债业务持续发

力，截至报告期末，本行中资美元债承销笔数保持在中资股份制银行中排名第一¹，体现了本行在境外债券市场的影响力和市场地位。香港分行重视本地托管客群培育和综合服务能力提升，托管业务取得快速发展，截至报告期末，资产托管规模达 712.56 亿港元，较上年末增长 104.10%，托管规模位列中资股份制银行第二。

报告期内，香港分行个人业务发展保持平稳。香港分行个人财富管理业务定位为以网上银行及手机银行为载体的互联网轻型银行，以跨境财富管理业务为支点，在跨境中高端个人客群中抢占市场，把香港分行打造成本行中高端客户的获客平台及经营平台，不断提升跨境综合金融服务能力，目前已成为香港市场少数几家拥有线上基金理财平台的中资股份制商业银行之一。

香港分行面对利率下行，强化了负债成本管控，实现了净息差稳定提升。截至报告期末，香港分行总资产达 2,040.25 亿港元，实现净收入 23.27 亿港元，同比增长 0.95%，其中净利息收入 19.76 亿港元，同比增长 33.78%；税前利润 18.12 亿港元，同比增长 21.12%。

（五）导致暂停上市的原因

☐适用 ☒不适用

（六）面临终止上市的情况和原因

☐适用 ☒不适用

（七）公司对会计政策、会计估计变更原因及影响的分析说明

☐适用 ☒不适用

（八）公司对重大会计差错更正原因及影响的分析说明

☐适用 ☒不适用

（九）与上年度财务报告相比，对财务报表合并范围发生变化的，公司应当作出具体说明。

☐适用 ☒不适用

¹ 资料来源：彭博