

公司始终坚持以客户为中心，综合运用直接融资、银团贷款、资产证券化等多种形式为客户服务，助力实体经济发展。债务融资工具业务优势持续巩固，2021年共承销非金融企业债务融资工具2294.6亿元，在江苏省内承销排名连续四年排名第一，全国承销排名稳定，市场地位不断提升。

3、公司数字信用卡 N Card 推出已近一年，目前业务增长情况如何？

数字信用卡 N Card 作为公司大零售战略 2.0 版的拳头产品，具备快速融入场景、发展场景的能力，建立了线上线下于一体的场景化获客模式。一方面在小程序端构建并持续丰富“吃喝玩乐”权益板块，增加先买后付原价分期消费模式，用户能够在场景中完成权益领取、消费立减等全流程体验，给年轻人带来了更丰富更新鲜的线上消费场景。另一方面积极打造线下场景体系，将优质的“衣食住行娱”商户纳入场景生态版图，打造各具特色的城市权益品牌，加速推动了获客、活客、留客及价值能力的提升，助力客户感受到产品理念和品牌价值。截至 2022 年 2 月，N Card 上线 12 个月，发卡规模突破 68 万张。

4、公司去年 10 月推出的“鑫 e 伴”发展情况如何？

近年来，公司聚焦企业客户结算需求，持续升级对公网上银行、企业手机银行“鑫 e 伴”、银企互联等功能，公司于 2021 年 10 月推出了企业手机银行“鑫 e 伴”升级版。截至 2022 年 2 月末，全行“鑫 e 伴”签约客户达 51360 户，“鑫 e 伴”2.0 正式发布以来客户数快速增长，比去年同期增长 179%。

5、2021 年是南银理财成立后的第一个完整年度，请问其发展情况如何？

近一年来，南银理财在产品规模、渠道建设、客户营销和产品创新等方面取得了良好成效。一是全力推进“1+N”渠道建设，外部代销取得有效进展，已落地代销合作机构 27 家，积极尝试自营直销渠道建设，上线并落地理财产品直销柜台销售业务。二是坚持以客户为中心，创新丰富产品体系，完善货币、固收、固收+、混合类产品体系，率先推出

<p>科技创新、优势制造、ESG 等主题理财产品。三是加大标准化资产投资，通过参与绿色债券、乡村振兴债券、REITs、权益资产投资等不断增强对实体经济的综合服务能力，勇担服务实体、服务地方的责任与使命。四是产品收益率排名城商行系理财子公司第一梯队，荣获“2021 年度新锐银行理财子公司天玑奖”等业界多项荣誉，市场竞争力和品牌优势不断巩固。截至 2021 年末，南银理财产品总规模为 3271 亿元，增速近 20%，净值化率 100%。</p>
--

特此公告。

南京银行股份有限公司董事会

2022 年 3 月 9 日