



# 投资者

(2018年第三期 总第197期)

中国民生银行股份有限公司

China Minsheng Banking Corporation.,Ltd

地址：北京市西城区复兴门内大街2号

邮政编码：100031

电话：86-10-58560975

传真：86-10-58560720

网址：<http://www.cmbc.com.cn>

电邮：[cmbc@cmbc.com.cn](mailto:cmbc@cmbc.com.cn)

## 免责声明

本刊所载资料的来源及观点，民生银行力求报告内容准确可靠，但并不对报告内容及所引用资料的准确性和完整性做出任何承诺和保证。本公司不承担因使用本刊而产生的法律责任。相关媒体文章和分析报告仅反映媒体及分析员的不同观点，并不代表民生银行的立场，解释权归民生银行所有。

# 目 录

<b>一、经营动态</b> .....	<b>2</b>
董事长洪崎、行长郑万春会见五粮液集团董事长李曙光一行.....	2
董事长洪崎应邀与爱尔兰副总理兼外交与贸易部部长 Simon Coveney 会面.....	3
行长郑万春会见花旗银行副董事长 Alan S. MacDonald 先生一行.....	4
<b>二、民生新闻</b> .....	<b>4</b>
民生银行直销银行： 场景金融享受极简生活.....	4
服务水平持续升级 消保平台不断完善 民生银行北京分行建设服务型标杆银行.....	5

## 一、经营动态

### 董事长洪崎、行长郑万春会见五粮液集团董事长李曙光一行

3月13日，董事长洪崎、行长郑万春会见了来访的四川省宜宾五粮液集团有限公司董事长李曙光，五粮液集团公司总经理、五粮液股份公司董事长刘中国，五粮液股份公司副总经理唐伯超等一行。副行长李彬，公司业务部、公司业务风险管理部，成都分行相关负责人陪同会见。

五粮液集团公司董事长李曙光首先向洪董事长、郑行长介绍了五粮液集团的发展历史、经营现状和发展规划。五粮液集团以白酒产业立足，“五粮液酒”是浓香型白酒的杰出代表，以独特的风格闻名于世。近年来公司集合白酒产业相关行业横向发展，兼顾新型产业的吸收合并，形成了良好的综合化发展平台。现在的五粮液集团已形成以五粮液及其系列酒的生产经营为主，兼顾多元发展，具有深厚企业文化积淀的现代企业集团。2017年全年销售收入预计将突破800亿元，税收利润均破百亿，收入、利润及增长幅度都是近五年最好水平。最后，李董事长表示集团未来将围绕白酒主业加强多元产业布局，希望继续得到民生银行一如既往的全面支持。

洪董事长高度评价了双方多年来的合作成果，并对五粮液集团近年来的稳健发展表示认可，同时向对方介绍了我行面对目前宏观经济环境和行业竞争态势，积极转型和变革以应对市场挑战，坚决落实以客户为中心的经营模式转型，打破阻碍改革发展的思想桎梏，真正树立以客户为中心的服务理念，真诚地为客户提供有温度、有情感的服务，提供专业化、定制化、有深度的服务。他希望通过此次会晤，与五粮液集团展开更全面、更深入、更密切的合作，实现合作的新高度。

我行与五粮液集团合作多年，银企关系良好，此次高层会晤，标志着双方将步入全面合作的新阶段。今后，我行将通过搭建总对总平台、整合内外部资源、密切总分行联动等方式为五粮液集团提供全方位、多层次、高效率的综合金融服务，助力五粮液集团继续发展壮大，共创银企合作新辉煌。

## 董事长洪崎应邀与爱尔兰副总理兼外交与贸易部部长 Simon Coveney 会面

3月16日，应爱尔兰驻华大使 Eoin O' Leary 邀请，董事长洪崎在爱尔兰驻华大使官邸与爱尔兰副总理兼外交与贸易部部长 Simon Coveney 会面。爱尔兰驻华大使、投资发展局局长等爱方政府官员，以及我行副行长李彬、交易银行部总经理任海龙、民生金融租赁董事长周巍等参加了会面。

Coveney 先生首先感谢洪董事长在百忙之中应邀与其会面交流。他感谢民生金融租赁在爱尔兰投资开展业务，并表示支持其进一步在爱尔兰申设飞机租赁子公司。他向洪董事长介绍了爱尔兰的投资优势，他指出，金融业是爱尔兰的重要支柱产业之一。爱尔兰已发展成为全球第四大金融服务出口国，吸引了众多国际金融机构在爱尔兰设立分支机构。英国脱欧后，爱尔兰将成为欧盟区唯一的英语国家。作为欧盟成员，爱尔兰在很多领域享有欧盟单一市场准入。在中资企业积极“走出去”背景下，爱尔兰将充分发挥政策、税收、欧盟单一市场准入等优势，积极吸引中资企业赴爱投资，助力中资企业开拓欧盟市场。

洪董事长感谢 Coveney 先生在短暂的中国行程中安排与民生银行会面。他介绍了民生金融租赁在爱尔兰的业务开展情况和申设子公司的进展情况，并充分肯定了爱尔兰在飞机租赁领域的政策、税收等优势。洪董事长介绍了我行的国际化布局和国际业务开展情况，他表示，作为中国第一家，也是最大的民营银行，民生银行牢牢根植于民营企业，坚持以服务民营企业和小微企业为宗旨，形成了明确的战略定位和业务特色。未来，民生银行将通过多种方式引导中国优质民营企业赴爱尔兰投资，希望进一步扩大与爱尔兰金融机构在租赁、国际贸易、国际结算等领域的合作。

## 行长郑万春会见花旗银行副董事长 Alan S. MacDonald 先生一行

3月13日，行长郑万春在我行会见了到访的花旗银行副董事长 Alan S. MacDonald 先生一行。

MacDonald 先生首先感谢我行一直以来对花旗银行国际业务的支持。他高度认可我行在国际业务方面所做出的努力，特别对我行在 SWIFT 全球支付创新项目上取得的成绩表示了祝贺。他表示，花旗银行高度重视中国的“一带一路”战略，希望未来与我行围绕如何为“一带一路”的实施提供更好的金融服务这一主题，探讨新的合作机会，进一步推动和深化两行的合作。

郑行长对 MacDonald 先生一行的到访表示欢迎。他充分肯定了花旗银行与我行在贸易融资、金融市场等业务领域的合作。他介绍了我国当前的经济形势。他指出，中国政府在过去几年致力于防范和化解金融风险，金融机构服务实体经济的能力得到增强。2018 年是中国改革开放 40 周年，随着“一带一路”战略的有序推进，中国对外开放的程度将进一步加强，中资企业“走出去”的步伐也会加快；我行作为民营股份制商业银行，将坚持做好“民营企业的银行、科技金融的银行、综合服务的银行”，不断提升国际业务服务水平，助力中资企业特别是民营企业“走出去”；希望与花旗银行进一步探讨合作，加强产品创新，共同为客户提供优质高效的金融服务。

## 二、民生新闻

### 民生银行直销银行：场景金融享受极简生活

文章来源：2018-03-14 来源：三湘都市报

追求极简生活已成为一种时尚。民生银行作为直销银行业务的引领者，秉承“简单的银行”服务理念，从互联网客户需求出发，创新推出如意宝、定活宝、民生金、好房贷、随心存、轻松汇、支付缴费等金融服务，让纷繁的生活琐事易如反掌。

民生直销银行遵照监管要求积极开展账户服务创新，推出直销银行“生活服务”独立频道，可实现电子账户缴费支付功能，为银行业首创。目前可提供水、电、煤、话费充值等生活缴费，以及火车票、机票、挂号、办理签证、名品购买等商户支付功能。客户只需开通支付缴费功能，便可直接使用民生直销银行电子账户进行支付，真正成为富有场景化的综合金融生活平台。

据了解，民生直销银行上线三年多来，持续受到公众关注，已接连斩获多项嘉奖。在 2017 年 12 月 18 日由中国科学院《互联网周刊》、中国社会科学院信息化研究中心、eNet 硅谷动力联合主办的“2017 第十五届中国互联网经济论坛”上，民生直销银行荣获了“年度最佳直销银行”奖。

民生直销银行客户数已达 1000 万户、金融资产已超 1000 亿元，实现“双 1000”的大突破。截至 2017 年 12 月末，民生银行长沙分行直销银行客户已接近 30 万户，2017 年金融资产达 46 亿元，年增幅达 262%。

## 🌱 服务水平持续升级 消保平台不断完善 民生银行北京分行建设服务型标杆银行

随着“消费新时代”来临，服务同质化是摆在各家银行面前的重要课题。在民生银行北京分行看来，同质化时代破局关键，是客户体验的品牌化，与品牌承诺的体验化，而如何更好地保护消费者权益则是检验金融业服务水平的试金石。

对于民生银行北京分行来说，服务的根本是让客户感受到“愉悦和安全”。要有愉悦的消费体验，就要在以厅堂为阵地的“前端”改善服务环境 and 质量；要有安全的消费体验，则必须在“后端”搭建高效的消费者权益保护平台，构建和谐金融关系。而“前端+后端”的模式，也让民生银行北京分行服务体系更加完善。

前端：

厅堂环境精益改造 服务理念智能升级

近年来，民生银行北京分行以优化客户体验、提升服务水平为核心，全面启动“厅堂精益改造工程”，对辖内综合性网点、便利型网点、离行式自助设备网

点等多种业态厅堂网点实施精细化管理，从硬件上打造厅堂自助化、智能化的生态，努力创建“星级网点”，持续推动整体服务水平和综合竞争力的不断提升。

据悉，网点改造工程启动前，该行对所有网点的服务质量、效率、环境和客户满意度进行全面摸底，提出通过“整理”、“整顿”、“清扫”、“清洁”、“素养”、“安全”的“6S”管理模式提升整体厅堂的标准化和规范性，确保客户走进民生银行的网点，无论是一家综合性网点，还是一家便利型网点，都能感受到相同的服务体验。

去年下半年开始，该行启动“客户化 2.0”模式，持续推动服务理念变革与升级，从而实现客户体验及运营效能的最优化。一是调整厅堂物理布局，使得客户行动路线更加合理；二是服务经理明确 ABC 三角站位，分区管理无死角，带动厅堂全岗位联动机制，岗位间转介更加顺畅；三是服务理念再升级，在服务“标准化、专业化”的基础上，提出“有温度”的服务，打破银行与客户的营销关系，让厅堂充满“人情味”；四是创新厅堂功能，开办“厅堂微沙龙”，将客户业务办理的等候时间变得充满乐趣和价值。

记者了解后发现，作为“客户化 2.0”导入较早的金融街支行，通过 3 个月的培训、改造与升级，到店人数越来越多，客群规模不断扩大，服务满意度持续提升。在支行基金销售金额较去年同期提升了 4 倍，以及保险、贵金属销售规模显著增长的背后，是越来越多的客户实现了财富增值。

民生银行北京分行消费者权益保护部相关负责人表示，北京分行全辖网点已有过半支行开始实行客户化 2.0 导入，随着厅堂转型的深入，网点定位已经从“交易交付型”逐渐转变为“服务营销型”，客户将得到最为周到、高效的服务。

后端：

保护消费者权益 守好百姓“钱袋子”

今年 2 月底，一位坐着轮椅的老人被家属急急忙忙地推进了民生银行北京南苑支行。“我被骗了，你们一定要帮帮我！”据老人介绍，由于膝下无儿无女，自己日常生活的都是由保姆来照料。保姆多年来的护理换来了自己的信任，但没

想到她骗取了自己存有 90 万元养老费的银行卡后，就以回家探亲为由离开了北京，自此音讯全无。

听完老人的叙述，支行服务经理马上安排老人优先办理业务。在现金柜台，得知情况的柜员心明手快，一刻不停地进行挂失补卡操作，脸上却镇静自若，和声细语安抚着老人：“奶奶您不要着急，我们一定尽全力帮您把钱追回来！”

谁知，老人的存款存在了其直销银行账户中，而手机也被保姆一并带走了，上了年纪的顾奶奶又无法自己通过网上银行进行操作。在这一紧急情况下，南苑支行工作人员紧急与直销银行相关部门进行沟通，协商解决方案，在保证合规的前提下为老人开启了绿色通道。最终，在支行工作人员的积极努力和民生银行相关部门的密切配合下，90 万元全数追回。

老人不无感慨地为支行送来了“金融卫士，为民解忧”的锦旗，表示：“钱存在这里，心里踏实。”

南苑支行的故事只是民生银行北京分行消费者权益保护工作的一个缩影。

“面对消费者，就会面对各种意料不到的情况。我们每月会处理上百笔投诉工单，每一笔的投诉处理都需要从头至尾的全程跟踪，与责任部门沟通确认，严把处理质量关，争取处理结果都能得到客户 100% 的满意。”上述民生银行北京分行消保部门负责人表示，“我们以感恩的心态面对客户投诉，这是客户信任我们、愿意与我们沟通的表现，也是在帮助我们找到产品和服务上的不足，促进我行管理水平提升。”

总结最近几年的变化，记者发现，民生银行北京分行在提升产品与服务的透明度、可信度和满意度方面，推出了多项实实在在的举措：一是全面提升投诉反哺产品与服务的能力，对于投诉反映出来的问题及时反馈至相关业务部门，有的放矢进行整改；二是建立投诉满意度回访机制及客户满意度常规调研机制；三是提升销售合规性、个人信息保护等重点业务的检查力度，确保客户信息与资金安全。

加强金融知识宣教 武装消费者“脑瓜子”



民生银行北京分行深知，保护消费者合法权益，第一道防线是消费者自身的风险意识。只有不断加对于金融消费者的宣传教育，提升消费者金融素养，才能确保消费者合法权益不受侵害。

在北京银监局等相关部门的方针政策指引下，民生银行北京分行开展了形式多样的金融知识普及及宣传教育活动，让消保宣传工作“内化于心、外化于行、固化于制”。民生银行北京分行相关负责人表示，该行消费者权益保护已建立起“一个平面，两支队伍，三个渠道，四条路径”的宣传教育体系，通过常态化、规范化的金融知识宣传，切实维护金融消费者合法权益。

例如，在今年“3.15 消费者权益日”当天，北京分行就在辖内各网点掀起了一轮金融知识宣传的热潮。与以往不同的是，该行今年在延续“进社区、进央企、进校园、进军营”等特色服务的基础上，还在辖内全部 88 个网点厅堂设置了互动式“金融知识微沙龙”，与客户进行游戏互动、知识问答、现场咨询等活动，全面开展金融知识宣传活动，得到客户高度好评。客户纷纷建议，以后这样的活动要经常搞，既轻松又实用，在寓教于乐中学习了金融知识，提升了自己的风险防范意识。

除此之外，为契合新媒体时代消费者的阅读习惯，该行还通过微信公众号推送金融知识科普图文，形成“线上+线下”的多渠道宣传格局，获得客户一致好评。