

2014 年年报 A 股新闻稿

**经营结构持续优化 战略转型成效显著**

## **民生银行 2014 年实现净利润 445.46 亿元**

3 月 30 日，中国民生银行股份有限公司（A 股代码：600016；H 股代码：01988，以下简称民生银行）发布了 2014 年年报。

2014 年，民生银行集团（包括民生银行以及民生银行控股的民生金融租赁公司、民生加银基金公司和民生村镇银行等附属机构）实现归属于母公司股东的净利润 445.46 亿元，同比增加 22.68 亿元，增幅 5.36%。

2014 年，民生银行深入贯彻落实“民营企业银行、小微企业银行、高端客户银行”三大战略，各项业务稳步推进，业务结构和收入结构持续优化调整，战略转型成效显著。

### **盈利能力稳步提升**

2014 年，面对宏观经济环境和金融市场环境的深刻变化，民生银行积极优化调整资产负债结构。截至 2014 年末，民生银行集团资产总额 40,151.36 亿元，比上年末增加 7,889.26 亿元，增幅 24.45%；负债总额 37,673.80 亿元，比上年末增加 7,454.57 亿元，增幅 24.67%；贷款和垫款总额 18,126.66 亿元，比上年末增加 2,384.03 亿元，增幅 15.14%；客户存款总额 24,338.10 亿元，比上年末增加 2,871.21 亿元，增幅 13.38%。

2014 年，民生银行集团实现归属于母公司股东的净利润 445.46 亿元，同比增加 22.68 亿元，增幅 5.36%；平均总资产收益率和加权平均净资产收益率分别为 1.26%和 20.41%；基本每股收益 1.31 元，同

比增加 0.07 元，增幅 5.65%；归属于母公司股东的每股净资产 7.03 元，同比增加 1.22 元，增幅 21.00%。

2014 年，民生银行集团实现营业收入 1,354.69 亿元，同比增加 195.83 亿元，增幅 16.90%。其中，净利息收入 921.36 亿元，同比增加 91.03 亿元，增幅 10.96%；净非利息收入 433.33 亿元，同比增加 104.80 亿元，增幅 31.90%，占营业收入的比重达到 31.99%，同比提高 3.64 个百分点；在净非利息收入中，手续费及佣金净收入达到 382.39 亿元，同比增加 82.83 亿元，增幅 27.65%，占营业收入比率为 28.23%，同比提高 2.38 个百分点。在经营结构持续调整的同时，不断优化成本管控模式，2014 年成本收入比为 33.27%，同比上升 0.52 个百分点。

2014 年，民生银行持续推进风险管理体系建设，强化风险责任意识，创新清收处置手段，资产质量总体可控。2014 年末，民生银行集团不良贷款率为 1.17%，比上年末上升 0.32 个百分点；拨备覆盖率和贷款拨备率分别为 182.20%和 2.12%。

### **战略业务持续推进**

2014 年，民生银行深入贯彻落实“民营企业银行、小微企业银行、高端客户银行”三大战略，加强战略统筹联动，转型综合效应逐步显现。

截至 2014 年末，民生银行有余额民企贷款客户达到 11,876 户，民企一般贷款余额达到 6,535.05 亿元，在对公业务板块中的占比分别达到 83.47%和 57.96%，“民营企业银行”的战略地位不断强化。

2014年，民生银行加快推进小微金融2.0版流程再造，实施客户、产品和行业三大结构调整，小微客户层级逐步下移，客户结构持续优化。2014年全年小微贷款发放额达4,536.82亿元，较上年增长3.22%。2014年末，小微企业贷款余额4,027.36亿元；小微客户291.19万户，同比增加100.70万户，增幅达52.86%；小微有贷客户户均贷款为155万元，同比下降13.09%。持续推进小区金融战略，2014年末投入运营的社区网点（含全功能自助银行）4,902家，其中经监管机构批准挂牌的社区支行达到743家。在两小战略带动下，民生银行存款增长稳定性进一步增强，2014年末管理个人客户金融资产10,730.23亿元，其中储蓄存款5,316.28亿元；零售非零客户较年初新增588.78万户，基础客户增长取得新突破。

在高端客户战略方面，截至2014年末，民生银行管理私人银行金融资产规模达到2,303.96亿元，比上年末增长384.55亿元，增幅20.03%；私人银行客户数量达14,252户，比上年末增长1,352户，增幅10.48%；实现中间业务收入21.55亿元，比上年末增长4.56亿元，增幅26.84%。

### 战略转型加快推进

2014年，利率市场化步伐加快，资本市场蓬勃发展，互联网加快渗透金融业，民营银行建设等制度创新取得突破性进展，银行业竞争进入新格局。民生银行深刻地认识到，必须深入推进变革创新。为此，2014年，民生银行深入落实“深化事业部改革落地，聚焦两小两链实现分行转型，落实中后台梳理优化”三大任务，加快推进战略转

型。

2014年，民生银行持续推进2.0版事业部改革落地，各事业部按照“准法人、专业化、金融资源整合、金融管家团队”四大原则，优化调整组织架构体系和内部运行流程，搭建完成准法人运行机制，加强专业团队建设和管家作业模式转型，大力发展投资银行和交易银行业务，大大提升了“商行+投行”综合金融服务和专业化、差异化经营能力。

2014年，民生银行对零售业务组织架构进行调整，单设小微金融部，强化专业化的个人客群分层经营和交叉销售，提升消费信贷。一方面，不断优化升级小微商业模式，从传统的“衣食住行”向大消费和现代服务行业升级、重点开发8大新兴行业，从偏重商圈经济逐步向“O2O”平台经济、产业链整合发力。另一方面，建立小区周边特惠商户资源体系，搭建了小区多边营销平台。截至2014年末，小区金融项目下金融资产余额超过700亿元，有效客户超过30万户，居住地战略初见成效。

2014年，民生银行加大网络金融投入和建设，大力开展产品和服务创新，持续提升客户体验，市场份额稳居商业银行第一梯队行列。截至2014年末，手机银行客户规模达1,302.12万户，较上年末新增747.60万户；全年交易笔数1.82亿笔，较上年同期增长203.51%；交易额3.22万亿元，较上年同期增长185.81%，客户交易活跃度远超同业平均水平。民生银行直销银行于2014年2月28日正式上线，秉承“简单的银行”服务理念，构建了集“存贷汇”于一体的互联网金融

服务体系。截至 2014 年末，直销银行客户规模达 146.81 万户，如意宝申购额 2,366.87 亿元。

民生银行董事长洪崎表示，2015 年，民生银行将以“凤凰”计划实施为主线，全面深入推进转型，锐意创新深化战略，确保经营业绩稳健发展，努力打造具有核心竞争力和自身特色的中国最佳商业银行，为投资者、社会和员工创造更大的价值和更高的回报。