



投资者

总第 131 期

2012 年 6 月 8 日

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：86-10-68467286

传 真：86-10-68466796

网 址：<http://www.cmbc.com.cn>

E-MAIL: 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

| | |
|---|----|
| 一、经营动态 | 2 |
| 1、我行推出“民生—达美 SKYMILES”联名信用卡 | 2 |
| 2、我行“流动利”产品强势出击每天新增 1 亿元存款 | 2 |
| 3、我行获得交易所债券交易资格 | 2 |
| 4、我行于渤海商品交易所的个人客户资金结算业务正式上线运行 | 2 |
| 5、我行成功发行首笔国内信用证收益权信托计划 | 3 |
| 6、我行创建“投资人俱乐部”，打造私募基金产业链平台 | 3 |
| 7、我行成功发行 2012 年第二期 200 亿元小微企业金融债券 | 3 |
| 8、亚洲金融合作联盟成功启动 | 4 |
| 二、荣誉奖项 | 4 |
| 1、董事长董文标荣获“最具社会责任董事长”大奖 | 4 |
| 2、我行荣获“中国上市公司十大创富创新”等多项大奖 | 5 |
| 三、媒体关注 | 5 |
| 1、民生银行成立石材产业金融事业部 | 5 |
| 2、民生银行的“独门绝活” | 7 |
| 3、民生银行董事长董文标：以小微业务做突破打好银行发展基础 | 10 |
| 4、民生银行的小微哲学 | 11 |

一、经营动态

1、我行推出“民生—达美 SKYMILES”联名信用卡

我行携手美国达美航空公司推出“民生—达美 SKYMILES”联名信用卡。该信用卡包括金卡、白金卡和豪华白金卡三个等级，是美国航空公司与中国本土银行联名发行的首张信用卡。该卡持卡人将自动加入有 31 年历史的“飞凡里程常客计划”，该计划为会员提供多种里程积分机会，凡搭乘达美航空、达美快线、达美航空联盟及天合联盟的航班，即可将飞行里程数兑换为奖励里程。同时，该卡享有民生信用卡各种专属增值服务，将给商业人士带来实惠和便捷。

2、我行“流动利”产品强势出击每天新增 1 亿元存款

我行对公“流动利”系列产品是针对客户活期存款的增值服务，在充分保持企业资金流动性前提下，实现“通知存款利滚利”和“活存定利”，在帮助企业实现账户资金增值的同时，有效带动分行负债业务增长，实现银企双赢。该产品自上线以来，以平均每天新增签约客户 2 户，新增存款 1 亿元的速度递增，充分发挥了拉动存款增长的效果。对公“流动利”作为我行现金管理业务中一项重要增值服务，在当前市场环境下，对增加我行存款发挥了积极作用。

3、我行获得交易所债券交易资格

近日，我行已成功申请交易所债券交易资格并获监管机构批复，交易所债券业务相关的业务管理办法和操作规程已经出台，债券交易系统通过安装和测试，也将于近期正式上线。近年来，为响应证监会、人民银行、银监会联合发布的《关于上市商业银行在证券交易所参与债券交易试点有关问题的通知》精神，拓展债券交易业务发展和增加债券交易业务渠道，我行积极进行交易所债券市场相关业务准备，及时提交了资格申请。交易所债券交易作为证券交易所进行的场内集中竞价交易，价格公开透明，利于规避交易对手违约风险、提高资金效率。开展交易所债券交易业务是我行跨入场内市场的重要一步，有利于进一步增加我行市场影响力。

4、我行于渤海商品交易所的个人客户资金结算业务正式上

线运行

4月16日，我行与天津渤海商品交易所的个人客户资金结算业务正式上线运行。渤海商品交易所由天津市政府发起并批准设立，是目前国内唯一一家由省级政府发起批准和直接监管的现货商品交易所，具备“现货连续交易方式”、“24小时覆盖全球主要大宗商品市场的电子交易服务”以及“所有客户必须在会员处开户后方能进行交易的授权服务机构（会员）模式”等特点，具有很高的合作潜力。我行与该交易所个人客户资金结算业务的正式上线标志着我行个人客户将有机会直接参与投资大宗商品现货市场交易，享受我行为其带来的签约、解约、转账、查询、变更等各项个人客户资金结算服务，丰富了我行高端客户投资种类。同时，零售银行部为有效防范业务风险，规范发展我行交易所类个人客户资金结算业务，制定并发布了《交易所类个人客户资金结算业务管理办法》，引导交易所类产品合规健康发展。

5、我行成功发行首笔国内信用证收益权信托计划

4月23日，我行成功募集首笔国内信用证收益权信托计划。贸易金融部会同公司银行部就国内信用证项下新的融资模式进行产品研发，成立由各相关产品专家组成的项目组，确定使用国内信用证项下应收账款收益权信托模式，针对增量资产融资立项后，获批100亿元额度并可滚动发行。此项新产品成功实现了为信用证受益人拓宽新的融资渠道，丰富了我行为客户融资服务模式，为资产管理业务提供了创新产品。

6、我行创建“投资人俱乐部”，打造私募基金产业链平台

为给创业投资企业提供基金募集、资产托管、信贷支持等全方位金融服务，和投资家建立紧密战略伙伴关系，我行私人银行事业部联合中国投资协会股权与创业投资专业委员会创立了“投资人俱乐部”。经过前期多方协调和争取，我行在激烈同业竞争中脱颖而出，作为创投委唯一的合作银行，双方联合成立“中国创投委投资人俱乐部”，拓宽了我行私募基金业务和私人银行客户开发的市场空间，为我行打造“最佳私募基金银行”打下坚实基础。

7、我行成功发行 2012 年第二期 200 亿元小微企业金融债券

5月8日，我行在银行间债券市场成功发行2012年第二期200亿元小微企业金融债券，

募集资金于 5 月 10 日全部到位。本期金融债券为 5 年期固定利率品种，债券票面利率为 4.39%。5 月 10 日，我行在中央国债登记结算公司完成债券登记、托管工作。本期金融债券成功发行为我行小微企业金融业务发展提供资金保障，债券募集资金将依据监管部门的批准专门用于发放小微企业贷款。

8、亚洲金融合作联盟成功启动

4 月 24 日，由中国民生银行、包商银行、哈尔滨银行共同倡导发起，33 家中小银行、保险、租赁等金融机构积极响应参与的“亚洲金融合作联盟”（英文名称为 Asia Financial Cooperation Association，缩写为 AFCA）启动仪式在海南三亚成功举行。亚洲金融合作联盟以“抱团发展、创造多赢、共同超越”为发展宗旨，以“自愿、公平、主权独立”为发展原则，以“由小到大，由松散到紧密”为发展方式，旨在积极探索金融同业间的有效战略合作机制，促进合规经营，鼓励资源共享、优势互补，维护联盟成员在市场拓展、风险防范与处置、IT 技术运用等方面的共同利益，为广大客户和实体经济提供综合、优质、高效金融服务，促进中小金融机构实现可持续健康发展。亚洲金融合作联盟的启动，顺应了国内金融业改革逐步深化的形势需求，是提高中小金融机构核心竞争力的一次有益尝试，不仅为解决各成员单位发展过程中遇到的问题带来希望，也必将为进一步推动金融业健康、稳健发展作出自己的贡献。

二、荣誉奖项

1、董事长董文标荣获“最具社会责任董事长”大奖

5 月 19 日，中国上市公司董事会“金圆桌论坛”暨第八届“金圆桌奖”颁奖盛典在北京天伦王朝酒店揭晓。我行董事会蝉联“最佳董事会奖”，董事长董文标荣获“最具社会责任董事长”奖，董事会秘书万青元荣获“最具创新力董秘”奖。由《董事会》杂志发起和主办的中国上市公司董事会“金圆桌论坛”是国内公司治理领域一项公益盛会，目前已成为中国公司治理水平的重要评价标杆。本届论坛主题为“强盛实体经济的转型力量”，旨在推动商界回归商业本原，以国运为企运，创造新的公司价值，为我国上市公司提高国际竞争力和持续发展能力营造更好的氛围和环境。

2、我行荣获“中国上市公司十大创富创新”等多项大奖

5月26日，第六届中国上市公司市值管理高峰论坛和2012年度中国上市公司创富榜颁奖典礼在京召开。我行投资者关系工作得到社会各界广泛认同，组委会授予我行“中国上市公司十大创富创新奖”、“中国上市公司最佳创富董秘奖”、“中国上市公司市值管理百佳奖”和“中国上市公司资本品牌百强奖”。

三、媒体关注

1、民生银行成立石材产业金融事业部

2012-5-21 《中国证券报》高改芳

中国民生银行5月22日发布公告，决定成立石材产业金融事业部。民生银行有关负责人表示，该行石材产业金融开发的总体目标是立足集群、辐射全国，通过全行协同开发，迅速加大对石材产业金融开发的力度与深度，及时获得细分市场占有率的绝对优势与控制产业链金融风险的核心能力，从而影响和主导石材产业发展，成为石材产业金融的领导者与整合者，实现金融与产业的全面结合。

2000多亿元的石材产业

民生银行把目光瞄向了具有良好的成长前景和鲜明的产业集群分布的石材产业，这符合该行特色行业金融服务的要求。

石材是建筑建材主要细分品种之一，占全部建材产值的10-15%。2010年，全国规模以上石材企业销售收入达2070亿元，实现利润154亿元；同期，石材进出口贸易总额突破60亿美元。随着城镇化进程加速及消费结构升级，石材作为高端建筑装饰材料被广泛应用，在未来10至15年预计石材需求仍会维持高速增长，2015年销售收入预计将超过4000亿元，石材产业发展趋势良好。目前，全国已形成超过30个具有一定规模的石材产业集群，主要集中在福建泉州、山东莱州、四川雅安、广东云浮等地，其石材产量已占全国总产量的80%。

石材产业金融服务前景广阔

石材产业虽然规模不是特别大，但是其中蕴含着巨大的商业机会，而这些商业机会离不开金融服务的支持，能够“点石成金”。

据了解，石材产业以矿山开采为起点，中间经过荒料流通贸易、板材生产加工、石材产成品流通贸易、装修装饰工程安装等多个环节到达最终用户，具有清晰的产业链条。其中，虽然石材加工环节因其技术相对成熟、产能大幅提升而面临加工能力过剩、企业利润率低、金融资源相对饱和等发展瓶颈，但由于天然石材的不可再生、非标准化定价和集中展示销售等特点，在石材产业链两端的矿山开采和产品销售两大环节正步入高速发展期，存在巨大的商业机会。

同时，随着石材企业完成资本积累，在全国范围甚至海外取得矿山所有权成为发展趋势，行业整合过程中业务机会多，企业的金融服务需求较大，而当前银行对石材矿山投资的介入较少，为民生银行迅速切入并快速发展提供了广阔空间。另一方面，专业交易市场正逐步成为石材销售的主流，民生银行支持石材专业市场建设、批量化开发小微客户，也具有广阔的市场前景。

利用泉州石材产业区位优势

民生银行将把石材产业金融事业部放在泉州，与泉州分行实行“一套人马、两块牌子”管理，这一方面有效发挥事业部专业化经营的体制优势，另一方面充分发挥泉州石材产业的区位优势。

泉州下属的南安市（县级）石材产量占全国 30%以上，产品出口占全国 70%；石材产业产值占当地生产总值 50%以上，政府对石材产业支持力度大，交通物流便捷。南安市水头镇是全国乃至全球最大的石材集散地。民生银行泉州分行自 2011 年底在南安市水头镇成立石材专业支行以来，积极与全国工商联石材商会、中国石材协会等权威机构建立初步的合作关系，在总行相关部门的大力支持下，现已编制完成《石材金融开发方案》及《石材产业蓝皮书》。同时，泉州分行大力引进兼具石材与金融经验的专业人才，全力建设专业化团队，为辐射全国、加快石材产业金融开发奠定了坚实基础。

石材产业金融的领导者 and 整合者

民生银行有关负责人表示，该行石材产业金融开发的总体目标是立足集群、辐射全国，通过全行协同开发，迅速加大对石材产业金融开发的力度与深度，及时获得细分市场占有率的绝对优势与控制产业链金融风险的核心能力，从而影响和主导石材产业发展，最终成为石材产业金融的领导者与整合者，实现金融与产业的全面结合，树立民生银行在石材产业金融领域“石材矿山金融专家、石材小微金融专家、石材交易撮合专家”三大品牌。

2、民生银行的“独门绝活”

2012-5-26 《金融时报》 谢利

编者按 面对错综复杂的宏观经济金融环境和国家“稳增长”的现实要求，以及内外部经营环境的不断变化，商业银行特别是中小银行如何在支持经济发展、服务社会民生方面更有效地发挥自己的独特作用？为此，本报推出“中小银行·专注所长”专栏，向读者介绍中小银行“人无我有，人有我优”的特色经营理念及其在业务创新领域的独特做法，以期对银行同业有所启示。

作为内蒙古伊利集团分布在全国的 8700 多个经销商之一，小马前不久专程从山东赶到呼和浩特，参加民生银行与伊利集团举行的战略合作协议签约仪式。

说到双方刚刚签下的 30 亿元授信额度的大单子，小马的眼光中充满了期待和兴奋：“大树下面好乘凉嘛。以前我们铺货主要靠自有资金，实在周转不开就找亲戚朋友借点儿，找银行贷款太难也太慢。现在有伊利和民生银行的支持，以后再有资金需求就好办多了。”

与小马同样高兴的还有伊利集团层层筛选出来的 100 家上游奶源供应商和 500 多家下游经销商。这 600 多家企业不仅有机会获得民生银行总计 30 亿元授信额度的贷款，还能进一步享受民生银行提供的支付结算、财务管理、投资理财等“一站式”金融服务。

对于民生银行来说，与伊利集团的战略合作不仅首创了乳业产业链小微企业批量开发模式，也是其在小微金融服务领域“总部战略合作，分支协同实施”的一次实践。目前，该行已在呼和浩特分行成立了乳业小微金融服务中心，该行在乳品行业打造的小微金融专业支行也有望于下半年挂牌。

批量开发 一网打尽

“目前，乳品行业上下游基本上都是小微企业，正是我们小微金融服务的对象。只要抓住核心企业，就可以把这些原本分散各地、无从下手的小微企业一网打尽了。”民生银行零售银行部总经理艾民在接受记者采访时表示。

银行和小微企业打交道，首先遇到的一个难题就是“散”。如果按照以往做大客户的传统思路，一家一家上门考察了解情况，不仅成本高，风险也大。以乳业为例，其产业链长而复杂，涉及饲料供应、原奶生产、乳制品加工、包材以及生产机械、流通销售等。民生银行在对这一链条进行梳理、分析后发现，以伊利为代表的乳品加工企业位居核心地位，上游奶牛养殖和下游经销商紧密围绕其发展提供服务。其中，产业链条上端的养殖环境是乳品质量

的关键，最受政府和核心企业重视，通过核心企业可抓住养殖企业最主要的资金回笼渠道。而位于链条末端的流通销售环节，不仅占产业链利润的 60%，且其经营资金主要流向核心企业。

在经过一番深入的调研论证后，一种全新的小微企业批量开发模式——“核心企业 1+N”就此诞生。其中，“1”代表产业链中的核心企业，在交易融资业务批量开发模式中承担部分担保责任，“N”代表核心企业的上游供应商、下游经销商及最终用户，是产业链整合批量开发的目标客户群。“我们发现，银行借助核心企业对上下游企业进行管控，对产业链两端企业进行批量开发，是一种较为理想的方式。”艾民说。

负责小微金融业务的民生银行零售银行部总经理高级助理周斌告诉记者，伊利这次主动筛选了 100 家供应商、500 余家优秀经销商，向银行提供其全流程的产销信息，并一同制定了防范风险的具体措施，从而为民生银行实现“名单制销售”奠定了基础。“我们提供的独特资源包括：30 亿元的小微企业金融债，中国第一家乳品专业支行、乳制品行业研究中心，全国 50 家一级、二级分行突破地域限制的全方位配合以及全行 100 多名优秀客户经理的服务。”周斌说。

据称，通过此次战略合作，可以帮助签约的 100 家核心供应商进一步提升奶源品质，帮助 500 多家各级经销商提升铺货能力，所带来的直接效益是新增 80 亿元销售以及创造近 4 亿元的销售利润。

专业化、特色化成就低风险

“现在银行对小微金融业务不是做不做的的问题，而是怎么做的问题，后者才最见功力。”一位银行业分析人士对记者说。

民生银行自 2009 年提出做“小微企业的银行”，并将其纳入五年战略发展规划，仅仅 3 年时间，已经成为全球最大的小微企业金融服务提供商。截至去年底，其小微企业客户数超过 48 万户，小微企业贷款余额达到了 2325 亿元，而不良贷款率只有 0.14%。

对于取得的成绩，民生银行董事长董文标在接受记者采访时表示，民生的独门绝活就是“批量化、规模化、专业化、特色化”。如果说批量化、规模化解解决的是成本和信息不对称问题，那么，专业化和特色化瞄准的就是如何最大程度降低其中的风险。从近两年民生银行小微金融服务发展的轨迹看，其选择的海产品、石材、茶叶以及乳产品等行业，几乎都是关系国计民生的消费性产业，其特点是受经济周期影响较小，行业发展前景广阔。

“我们不做高科技小企业，只做和老百姓衣食住行密切相关并且有特色的产业，这才是民生银行的强项。”按照董文标的思路，依托商圈、产业链、供应链或者大型商贸批发市场去选择小企业，不仅成本最低，而且有效地规避了信用风险。

一项调查统计显示，小企业的不良贷款率是其他企业的 2 倍，500 万元以下的小微企业贷款是企业贷款不良率的 4 倍。对此，董文标的回应是：“这取决于银行批量化、规模化程度如何，选准行业、找到路径后，就要靠一只专业化团队运作”。

在此次民生与伊利战略合作的签约仪式上，记者拿到一份相当专业的《乳业行业分析与小微金融服务研究报告》。据了解，民生银行在进入一个行业前，都会进行全面考察和深入分析，并研究、制订针对该行业和商业模式的。目前，民生银行已在全国设立了多家小微金融专业支行，包括海洋水产专业支行、纺织服装专业支行、休闲鞋、服专业支行、石材专业支行、茶叶专业支行等，其金融服务的专业化水平得到了明显提升。

从“顶层设计”到“底层设计”

“小微企业不是一拍脑袋说做就做的，需要制度上的准备和配合”，董文标对于民生银行小微金融服务的业务模式非常有信心。谈到眼下商业银行纷纷进军小微企业所带来的竞争，他认为，民生银行的模式很难复制。“分行不转型，想做小微金融很难，很可能带来的是不良贷款”。

对于民生银行来说，分行转型源自 2007 年在国内银行业率先启动的公司业务事业部制改革，即把高风险的公司业务，如地产、能源、交通、冶金等全部上收到总行，支行不再从事公司业务。在“顶层设计”完成后，各分行的业务不得不转向零售和小微企业。可以说，开展小微金融服务是民生银行自身发展的需要，也是其“底层设计”的结果。

除此之外，“总部战略合作，分支协同实施”的模式，在利益分配机制上也有独到之处。据艾民介绍，这次给伊利 600 多个上下游企业提供的 30 亿元授信，来自民生银行去年发行的 500 亿元小微企业专项金融债券，不会占用分行贷款规模，并且风险管控等全部由总行统一安排，而其获得的利息收益则归分行，这样就极大地调动了分行的积极性。

“不过，贷款只是小微金融服务的一部分，根据我们的统计，小微企业中只有 30%需要融资，而超过 60%的小微企业更需要的是结算、票据、资金归集、财富管理等全面金融服务。”按照董文标描绘的“做小微企业的银行”这一发展愿景，未来三到五年内，随着民生银行分行转型到位，将服务 80 万~100 万户小商户，小微贷款余额达到 6000 亿元，占到民生银行贷款的 40%左右，且其中 50%~60%为信用贷款。

从主要开发支柱型行业向重点开发特色行业转变，从全能型服务向专业化服务转变。民生银行希望借助小微金融服务这一蓝海，闯出一片新的天地。

3、民生银行董事长董文标：以小微业务做突破打好银行发展基础

2012-5-10 《第一财经日报》 聂伟柱

“现在流行顶层设计，而民生银行正在进行底层设计。”这是民生银行董事长董文标近日在接受记者采访时的表述。

所谓底层设计，是指相对于公司业务而言的服务小商户的小微业务。在董文标看来，当小微客户达到一定规模时，小微业务作为全行的基础与处于顶层的公司业务相结合，“民生银行就能实现接地气，进而得以可持续发展。”

“小微”成突破口

历史数据显示，2001年至2005年的五年间，民生银行资产总额、各项存款、各项贷款和净利润分别增长了8.2倍、8.5倍、10.8倍和6.3倍。同期，民生银行的不良贷款率由2000年末的5.72%下降到2005年末的1.28%。

“2000年至2007年间，民生银行主打公司业务。这期间我们实现了一个超常规发展，可以说是业内的奇迹。”在董文标看来，公司业务是民生银行的“空中楼阁”，尽管这部分已经十分强大，但需要一个稳固的基础支撑。

但客观来看，公司业务的超常规发展难以持续，因此，民生银行开始酝酿构筑一个稳固的全行基础。董文标认为，实现上述目的有两条路径：零售银行业务和小微银行业务。

需要指出的是，零售业务对网点、人员数量的要求很高。从某种程度上看，做大零售业务需要的是一种人海战术。而2007年前后，民生银行员工仅有1万多人，与国有大行动辄二三十万的规模相差悬殊。

“当时，民生银行选择了小商户（即小微业务）作为突破口。”董文标表示，分行专心致志做小微业务，通过五到七年的努力，使贷款余额达到6000亿~7000亿元的规模，服务小商户80万到100万户。“这样的话，民生银行的基础就打扎实了”。

6000亿愿景

一直以来，国内银行业普遍认为小微企业贷款是风险大、成本高的业务。

但在董文标看来，小微贷款风险大、成本高是针对“散单”而言，若小微贷款实现批量化、规模化运作，小微企业贷款并不存在风险大、成本高的问题。

董文标还表示：“我见民生银行各分行行长时，不要他们汇报别的，首先就汇报所在分行‘散单’做了多少；批量化、规模化的小微贷款做了多少。”

从过去几年的实践来看，民生银行小微战略取得了一定的成绩：截至 2011 年末，民生银行小微企业贷款余额突破 2300 亿元，小微企业客户超过 45 万户，其中，贷款户接近 15 万户。这部分贷款在拉升全行净息差的同时，不良贷款率仅有 0.16%，低于全行的 0.67%。

根据董文标的愿景，用三到五年的时间，民生银行为 80 万至 100 万户小微企业提供服务，成为中国最大小微企业金融服务商，小微贷款余额达 6000 亿元，占全行信贷余额的 40%。

4、民生银行的小微哲学

2012-5-3 《中国经济网》 宋毅

“民营经济现在处于转折期，虽然国家将经济增速降了下来，但从实际看来，无论政策怎样调整，民营经济的发展速度都远远高于其它所有制经济的发展。因此，没有民营经济的转型，中国的经济转型就不会成功。”全国工商联主席黄孟复近日在中国民生银行举办的民营经济金融论坛上表示。

在黄孟复看来，目前民营经济的发展不仅面临着思想观念及投资领域的制约，尤其在金融资源配置上也很不“沾光”，这就在一定程度上抑制了民营经济的发展活力。“草根的企业需要草根的金融”，民营经济作为“富民”经济的一种，还需要更多的金融支持。

作为首家主要由非公有制企业入股的全国性股份制商业银行，民生银行一直被业内人士认为“出身贫寒”，但却“身恰其实”。也许，正是因为有了这种“感同身受”，民生银行才会以小微企业作为自己的发展战略，才会显现出别样的生命力来。

被误读

虽然小微当下的“出镜率”极高，但社会对小微的认识仍有误区

民生银行董事长董文标，被认为是在所有银行家中跑小商品市场最多的银行家。当他被问及这些年来做小微的最大感受时，他的第一句话是：社会对小微企业的认识存在着误区。

在董文标看来，社会对小微企业的认识误区一即经营成本高、风险大，“主要是没有方法，如果方法找到了，这两个问题都不存在”；误区二即小微企业诚信不高，“在我所见过的大中、中小、小微企业中，我个人认为小微企业是最讲诚信的。”

民生银行小微企业千分之 1.6 的不良贷款率也很好的证明了这一观点，“这是其它层次达不到的”；误区三即银行对小微企业的贷款价格高，一般上浮 30%至 40%，“小微企业贷款时间短，70%都是 6 个月贷款，甚至还有 1 个月贷款，银行从中的获利并不高，小微企业完全可以承受。”

或许正是看中了社会的“误读”，民生银行才发现了属于自己的巨大商机。

“民生银行服务小微基于两点考虑，一是社会需要，一是自身需要。”董文标说道，“小微企业发展的良好，在很大程度上决定着社会的繁荣与稳定，这是我们不可逃避的社会责任。”

头顶商业银行的“标签”，不可避免地要以盈利为目的。当其它银行还在“傍大款”时，民生银行已经开始从“顶层设计”走向了“底层设计”。小微企业是民生银行当初发现的蓝海，把小微企业当作零售银行来做开始很艰难，但是做到百万家小微企业时，民生银行的基础就扎实了。

进商圈

进商圈，是帮助小微企业解决信息不对称、融资难等的有效途径

做全国最大的小微企业金融服务商，是民生银行的愿景。如何做到“最大”，而且是在数量庞大、分布零散的小微企业领域，这是摆在民生银行面前的一道难题。

据了解，虽说小微企业贷款难，但事实上，只有 30%到 35%的小微企业需要贷款，60%到 70%的小微企业更需要的是金融服务，“这才是民生银行的主要战场”。鉴于小微企业的生存特征，民生银行在多年实践中制订了规模化、批量化服务的路线。

“80 万到 100 万的小微企业，一家一家的做，肯定成本高、风险大，但如果批量化的做，问题就能迎刃而解。”董文标说道，“商圈就为批量化运作奠定了良好的基础。”在江苏常熟世界服装中心、云南昆明螺蛳湾国际商贸城等商圈中，民生银行将客户分为三类，不同的联保方式发放贷款。

在业内人士看来，目前我国商圈仍处在初级发展阶段，无论产品质量、品牌效益、运营体制、资源整合等都还有很大的提升空间。在这个环境里，银行业加大投入，无论对商圈的进一步发展，还是银行本身进行客户资源整合都大有裨益。

专业化

金融事业部、专业化支行，都是民生银行的专业化探索成果

民生银行行长洪琦在论坛上表示，“民生银行要想成为百年老店，成为国内外市场合格的竞争者，就必须走出一条开放、市场化的特色银行、效益银行之路。”

“钱加上专业化队伍，再配合超高效率，是我们在海外并购过程中之所以选择民生银行作为合作伙伴的主要原因。”一家以铁塔为主要经营对象的民营企业企业家说道。

2008年，民生银行率先在我国银行业中进行事业部制改革，分地产、能源、交通、冶金、贸易金融和中小企业6大事业部，为紧随时代发展，该行又新近成立了国内唯一一家文化产业金融事业部。除了充足资金，民生银行能够帮助民营企业资源整合，扩大视野，在专业领域内更加专业，这种“资金+智力”的组合让其不断被认可和接受。

金融事业部适用于较有规模的民营经济，那小微企业就由专业化支行来服务。自2011年起，民生银行的小微企业专业支行建设全面展开，如今海洋水产专业支行、纺织服装专业支行、休闲鞋服专业支行、石材专业支行、茶叶专业支行等已初具规模。

“就我们目前的体制来说，还不能够给小微企业以更多的帮助，而民生银行在处理与民营经济、小微企业的关系当中，让我们看到，即使是大的商业银行也可以在其中创造大的商业价值。”全国工商联王副秘书长王忠明在论坛上给了民生银行高度评价。“如今有了行政要求，商业银行必须有多少切块贷给小微企业，可能来不及，因为没有民生银行专业。如此看来，眼光的利润才是最高的！”

本刊免费发送，如果您希望得到本刊或者有相关的意见和建议，请及时同我们联系。

中国民生银行投资者关系处

电话：010-68946790

传真：010-68466796

通讯地址：北京市中关村南大街1号友谊宾馆嘉宾楼87707房间

邮政编码：100873