



投资者

总第 127 期

2012 年 2 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、我行成功募集首只券商小集合产品.....	2
2、我行成功拓展北银消费金融公司.....	2
3、贸易金融部TSF创新产品初见成效.....	2
4、小微金融综合服务取得明显成效.....	2
5、电子化服务平台提升中小企业金融服务品质.....	3
6、电子银行部试点 95568 空中理财模式弥补中低端客户维护空白.....	3
二、荣誉奖项.....	3
1、董事长董文标获得“年度中国杰出银行家”桂冠.....	3
2、董事长董文标荣获 2011 华德奖“中国最受尊敬企业家”奖.....	4
三、媒体关注.....	4
1、打造特色行业金融 民生诠释“特色银行”.....	4
2、2000 亿之后：民生银行小微金融服务全面升级.....	7

一、经营动态

1、我行成功募集首只券商小集合产品

近期，由我行担任独立推广行及托管行的首只券商小集合产品——光大阳光集结号混合型三期顺利结束募集，该产品除具有灵活配置、精选个股、多渠道投资、明星经理等特点外，还设计了违约赎回条款，是第一只设计此类条款的小集合产品。该产品募集总规模达 1.3 亿元，中间业务收入 260 万元。小集合产品成功募集极大增强了我行在零售高端产品销售领域的渠道影响力，有利于强化我行“服务于高端客户”的品牌形象。

2、我行成功拓展北银消费金融公司

近期，我行成功拓展中国第一家消费金融公司——北银消费金融公司，并签署了同业借款合作协议，通过信用方式首次向该公司授信 1 亿元人民币，期限 1 年，主要满足该公司个人大额耐用品消费贷款规模快速发展的需要，成为继中国银行、招商银行、中信银行后与该公司合作的第四家银行，并成为该公司首家动用授信成功提款的银行，这是我行在与汽车金融公司合作取得成功后的又一创新。

3、贸易金融部 TSF 创新产品初见成效

贸易金融部为应对资金规模紧张的宏观形势，研发了“付款保函担保的应收账款转让+跨境人民币”、“国内信用证应收账款转让”、“跨境人民币转口”、“跨境人民币+委托贷款”等十多套贸易结构性融资（TSF）系列产品方案。TSF 系列产品方案颠覆传统银行的经营理念，创造性地提出“让企业做银行”的口号，通过 TSF 方案针对客户交易背景进行撮合交易，使用跨国企业的境外闲置资金和境内优质企业的闲置资金，使用结构性的方法，针对客户交易背景运用多种产品进行巧妙组合，为客户提供个性化综合解决方案服务。

4、小微金融综合服务取得明显成效

2011 年，我行零售银行部正式推出小微金融 2.0 提升版，围绕小微客户结算、融资、财富管理三大需求，充分利用小微票据、结算创新产品开展综合营销，在促进小微客户综合开发方面取得显著效果。一是小微客户数量迅速增加；二是小微结算创新实现突破，全行乐收银签约商户及装机数量双双突破 10 万，累计收款量首次突破 2000 亿元，实现资金净流入近

1800 亿元，有效扭转了我行通过 POS 渠道资金净流出的局面。三是小微票据推广提速。小微法人票据业务从无到有，全年累计开票金额近 201 亿元；四是持续开展系列营销活动，有效推进小微战略实施；五是组织开展“财富大课堂”活动，带动小微商户批量营销及上下游交易对手关联营销。

5、电子化服务平台提升中小企业金融服务品质

为推动我行战略转型，我行启动了“中小企业六西格玛流程优化广州试点项目”，为中小企业客户建立专业化、定制化和批量化的电子化服务平台，提升中小企业客户满意度。目前，中小企业金融事业部电子化服务平台已搭建完成，该平台从客户真实的服务诉求出发，建立理念超前、操作可行、可复制可延展的电子化服务渠道。按照持续优化、滚动升级的建设原则，自 2012 年 1 月 1 日正式上线运行后，将率先推出客户和分行需求最为迫切的“终审提示、到期提示、结息提示、欠息提示和贷后管理温馨提示”等五大短信增值服务功能，提高客户满意度。作为全行中小条线首个面向客户的电子化服务平台。该平台将有效拉近我行与中小企业客户的距离，提升客户和市场一线人员的服务效率和服务质量。

6、电子银行部试点 95568 空中理财模式弥补中低端客户维护空白

为充分发挥空中渠道优势，做好中低端客户维护提升，今年电子银行部联合零售银行部针对中低端客户群体，推出了 95568 空中理财模式，将单一产品营销转变为多方位关系维护，深入开展新客户回访、生日关怀、积分到期通知、电子银行产品推荐、理财类产品推荐、老朋友新惊喜、借贷关联等项目，年度外呼联系客户 456.45 万人次，有效促进了我行中低端客户提升我行金融资产增长。

二、荣誉奖项

1、董事长董文标获得“年度中国杰出银行家”桂冠

1 月 11 日，由和讯网发起、中国证券市场研究设计中心等机构联合主办的大型网络评选活动——2011 年度中国财经风云榜揭晓。唯一的“年度中国杰出银行家”称号被授予我

行董事长董文标。同时，继 2010 年度之后，我行再获“年度十大品牌银行”称号。这项荣誉，不但是对董事长本人在业界影响力、改革创新的精神和能力、强烈的社会责任感、深厚的职业素养、高尚的职业道德等方面的褒奖，还是对我行上一年度成绩的高度肯定。“中国财经风云榜”是金融及相关行业盘点一年收获，展望产业未来的最具权威及影响力的年度评选之一，此前已经连续成功举办八届，已经成为也是国内主流财经媒体密切关注和广泛报道的重要财经年度盛事。

2、董事长董文标荣获 2011 华德奖“中国最受尊敬企业家”奖

1 月 9 日，由天下英才传媒主办的“2011 华德奖全球企业家公众形象满意度调查”活动颁奖典礼在北京举行，我行董事长董文标荣获 2011 华德奖“中国最受尊敬企业家”大奖，并蝉联“中国 100 金融企业家公众形象满意度调查排行榜”榜首位置，再次成为 2011 金融界的风云人物。主办方称，董事长董文标之所以能在 100 金融家中排名第一，与他带领的民生银行对解决小微企业融资难问题做出贡献直接相关。作为中国首家主要由非公有制企业入股的全国性股份制商业银行的董事长，董文标的一招一式都对迎接 WTO 挑战的中国金融业具有示范作用。这位充满激情、胆略过人的银行家带领民生银行取得快速发展，支持并服务于实体经济，帮助小微企业发展，在这个过程中，民生银行也得以盘活资源，改变同质化经营模式，走出一条特色银行、效益银行之路。

三、媒体关注

1、打造特色行业金融 民生诠释“特色银行”

2012-1-9 《中国经济网》 王信川

《服装行业研究报告》、《水产行业研究报告》、《翡翠行业研究报告》、《茶产业研究报告》……这一本本行业研究报告都放在中国民生银行董事长董文标的办公桌上。这些报告并不是市场研究机构的成果，而是民生银行牵头、联合行业专家共同完成的特色行业研究报告。

凭借这些研究成果，民生银行制定了相关特色行业的信贷政策，在未来几年将分别为这些行业的企业，特别是小微企业提供数以百亿元计的信贷支持。同时，在这些行业比较集中、

形成产业集群的地区，民生银行正在加快小微企业专业支行建设，为特色行业的小微企业提供专业化金融服务。

通过打造特色行业金融服务，民生银行对于“特色银行”建设进行了重新诠释。

关注被银行遗忘的特色行业

近半年来，民生银行开始把目光瞄向了服装、翡翠、水产、石材、茶叶等特色行业。

与地产、能源、交通、冶金等国民经济的支柱型行业相比，特色行业的特点之一就是规模并不算小，但是金融资源供给严重不足。以水产行业为例，光是养殖和加工两个环节，年产值就超过 10000 亿元，而金融对该行业的渗透率还不到 40%；服装产业链的年产值在 13000 亿元以上，大量服装生产企业、销售商户却得不到金融支持；至于茶叶、石材等行业，更是基本上得不到银行的支持。

2011 年 9 月 26 日、10 月 25 日和 11 月 29 日，民生银行分别在昆明、青岛和厦门联合当地政府及有关部门举办了“首届翡翠金融论坛”、“首届海洋渔业金融国际论坛”和“首届(厦门)茶业金融国际论坛”等三个特色行业金融论坛。在这三个论坛上，民生银行发布了《珠宝行业蓝皮书》、《水产行业蓝皮书》和《茶产业金融蓝皮书》，并发布了该行翡翠行业、水产行业和茶产业的信贷政策，表示未来几年将分别拿出几百亿元的信贷资金支持这些特色行业的发展。这是首次由金融机构发起主办的国际性行业金融论坛，开创了金融机构支持服务特色行业发展的全新模式。

这仅仅是一个开始。11 月 29 日下午，民生银行在厦门召开了特色行业金融研讨会，董文标在会上强调，特色行业金融论坛仅仅是民生银行全面进军特色行业金融服务的开端，下一步特色行业开发还需要强大的总行作为后盾，引进并培养一批专业人才、组建专门的核心团队，不断强化对市场的研究、分析和规划，在特色行业开发上做出成绩。

此次研讨会之后，民生银行在总行层面成立了以副行长邵平为组长，以十几个部门负责人为成员的特色行业商业模式开发小组，计划通过整合内外部两个资源，形成特色业务发展战略指导下的集中、连续、一致的行动，力争把特色业务做大做强。

探索特色行业金融开发之道

民生银行全面进军特色行业金融服务蓝海，是对“特色银行”的重新诠释。

2008 年全面启动公司业务事业部制改革之后，民生银行的分行不再从事高风险的公司业务，而是集中于负债业务、区域特色业务、小微企业和高端客户。负债业务、小微企业和高端客户的定位都很明确，特色业务的定位是什么？特色业务如何开展？民生银行一直没有找到一条很好的特色业务模式。

2011 年，面对来自银行同业竞争的日益激烈和经济金融形势的日益复杂，民生银行重新审视“特色银行”战略，把原来的业务特色、客户特色和收入特色进一步扩展到行业特色，把目光转向了特色行业。董文标在内部会议上多次强调，茶叶、水产等行业，是重要的民生行业，有着巨大的市场空间，但上述行业的发展层次却非常初级，金融机构的介入也非常少，企业想要获得金融支持更是难上加难。对于金融机构来说，这是一大片蓝海。因此，他要求尽快启动特色行业的研究与开发工作，并将特色行业研究和特色行业金融服务作为实现“特色银行”战略目标的又一条重要途径。

从 2011 年上半年开始，民生银行副行长邵平带领总行风险管理委员会的主要成员，马不停蹄地考察了青岛、宁波、大连、福州、泉州、厦门、深圳等区域的水产、茶叶、石材和珠宝等特色行业业务。期间，与分支行的各级领导和员工深入座谈，实地走访了各地主要交易市场，密集拜会了当地的主要政府领导及企业界的代表。通过调研，逐步加深了对特色行业的理解，决心从典型行业做起，从市场调研和行业研究做起，探索特色行业的研究和金融开发之道，并逐步形成了具有民生特色的特色行业金融开发和金融服务模式。

2011 年 7 月，在对江苏常熟、福建石狮、重庆朝天门等地纺织服装市场进行深入调研的基础上，民生银行的课题组拿出了一份长达 6 万余字的服装行业研究报告，这份报告对服装行业的发展现状，以及从面辅料生产、服装设计与生产、服装批发、服装销售等产业链各环节的市场规模、盈利状况、风险点、企业成功失败的关键等都一一作了详细深入的剖析。在此基础上，结合民生银行自身的发展战略和基本经营策略，制定了《服装行业信贷政策》，这一政策按照不同维度将纺织服装企业划分为多种类型，除了非常细致地明确民生银行的信贷准入标准外，还针对不同类型的企业，提出了有针对性的、差异化的金融服务方案。

此后，民生银行在广泛调研的基础上，先后完成《水产行业研究报告》和《海洋水产行业信贷政策》、《翡翠行业研究报告》和《翡翠行业信贷政策》、《茶产业研究报告》和《茶产业信贷政策》，特色行业的行业研究陆续起航，并不断向纵深推进。通过开展特色行业研究、制定特色行业信贷政策，深入探索行业链条的商业运作规律，把董文标提出的专业化经营理念真正落到了实处。

至此，民生银行的服装、水产、翡翠、茶叶等特色行业的专业金融服务基本成型。

特色业务开发与专业支行建设

诸多特色行业的地域分布广泛，某个特色行业往往又集中在特定区域，数量众多的小微企业围绕着某些核心企业或者核心市场形成了产业集群。针对特色行业的这些特征，民生银行采取了区域特色业务开发与小微金融专业支行建设同步推进的策略。

对于区域特色业务开发，董文标提出，核心是要建立名单制。总行要联合各分行把区域特色业务研究清楚，通过反复筛选，确定特色行业，并将其中的优良客户甄别出来，列入名单制。对于名单制以外的客户，一律不能做。对于名单制内的客户，则要组建特色行业专家团队，画好开发“线路图”，大力推进产业链集群开发，实现区域协作开发，全行联手做大特色行业。

针对特色行业及产业集群的主体都是小微企业的特点，董文标提出要加大小微企业专业支行建设，未来三年要建设 100-150 家小微金融专业支行。他指出，民生银行的特色银行就是在各种各样丰富多彩的专业化支行比如茶叶支行、石材支行、休闲布匹支行、家居支行、厨具支行等等中脱颖而出。

在特色行业分布广泛、产业集群初步形成的福建，民生银行的三家分行——福州分行、泉州分行和厦门分行，小微金融专业支行建设已经取得初步进展，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，特色行业金融服务的专业化水平有了明显提升。

目前，民生银行的特色行业金融服务进入了全面推进阶段，董文标要求，在总行层面，相关部门要找准在特色行业开发中的位置，大力支持并积极服务分行的特色行业开发，要采取从总行到分行，从前台到中后台的集中、连续、一致的行动，形成强大的力量，做好特色行业开发；在分行层面，各分行要组建多个工作组，由分行行长和分管行长亲自带队，深入市场一线，认真调研当地的区域经济特点，挖掘特色行业商机。

2、2000 亿之后：民生银行小微金融服务全面升级

2012-1-7 《中国经营报》 李蕾 卢远香

2142 亿元的“商贷通”余额，占总贷款的比重达到 18.47%，在小微企业生存环境遭遇空前挑战、支持小微企业金融服务的金融和财税政策相继出台之际，作为中国银行业小微金融服务的先行者，民生银行通过小微金融服务的成功升级，再次引领银行业小微金融服务的发展方向。

在 2011 年 6 月末“商贷通”余额突破 2000 亿元之后，民生银行小微金融服务开始升级，一方面从规模扩张为主转向质量提升为先，从单纯的小微企业贷款向小微企业全面金融服务转变；另一方面，加快了推进小微金融服务专业化，在总行层面加快了小微专业工作室的建设，在分行层面加快了小微专业支行和特色支行的建设。

在中小企业“倒闭潮”和企业主“跑路潮”成为社会热点的同时，小微企业贷款的质量和风险受到广泛关注和质疑。依靠全面的风险管理，民生银行的“商贷通”贷款依然保持了良好的资产质量。同时，民生银行在小微金融售后服务方面也推出新的举措。

国务院和银监会相继发布的支持小微企业金融服务的金融和财税政策，为银行开展小微企业金融服务提供了强有力的政策支持，500 亿元小微金融专项债的获批表明：借助这些政策支持，民生银行小微金融服务将获得新的机遇和发展空间。

从贷款支持到提供全面金融服务

2011 年 10 月 27 日，民生银行发布了 2011 年 3 季报，“商贷通”余额 2142 亿元，占总贷款的比重达到 18.47%，无论贷款余额还是占比都高居同业之首，成为中国乃至全球最大的小微金融服务机构之一。

但是在亮丽数字的背后，很多业内人士却发现，“商贷通”贷款增速在急剧减缓：2011 年 6 月末，“商贷通”余额突破 2000 亿元，达到 2076 亿元，上半年余额增长了 486 亿元，而第三季度的余额仅仅增加了 56 亿元。这一方面是受制于存贷比和资本金的监管要求，第三季度民生银行的贷款增长缓慢，余额仅仅增加了 175 亿元；另一方面，跨过 2000 亿元大关之后，以小微金融 2.0 升级版的发布为标志，民生银行的小微金融开始升级。

6 月 28 日，民生银行在广州召开新闻发布会，宣布“商贷通”余额突破 2000 亿元，发布会的另一个内容是：正式发布小微金融 2.0 升级版。

早在 2010 年 8 月底，民生银行“商贷通”贷款余额突破 1000 亿元之后，民生银行董事长董文标就在考虑小微金融服务的质量提升问题。经过广泛调研和深入思考，2010 年 10 月，董文标提出了民生银行要做小微金融 2.0 提升版，实现从小微企业贷款向小微企业金融服务

的转变。董文标指出，“小微金融的概念必须要进一步明确。现在存在一个偏差，就是一讲“商贷通”就是贷款，从而形成了就贷款而贷款，走的是传统老路子。实际上，小微金融更强调的是服务，比如代收、代付、结算、咨询、票据等等，我一开始提出“小微金融服务”就提出要办好财富大课堂，并要求把财富大课堂办成民生银行的牌子。强调这个问题，就是要大家为小微企业提供多角度、全方位的各种各样的服务，贷款只是为小微企业服务的内容之一。实际上做“小微金融服务”的目的，一方面是通过全面服务支持小微企业更好、更健康地发展；另一方面，通过为小微企业服务增大民生银行的客户数量，通过结算、代收、代付、现金管理等业务，增加一大块“稳定的”低成本的存款，并把风险彻底分散，这是我们分行转型的最主要的目的。”在董文标看来，“小微金融服务”对于民生银行分行转型和深化改革尤其重要。

据民生银行零售银行部总经理艾民介绍，与最早推出的“商贷通”贷款相比，小微金融 2.0 提升版从五个方面做出重大提升：一是全面拓展服务范围，不仅融资方式有了更多选择，而且在结算、渠道、财富管理等方面推出多项创新，形成多元化的小微金融产品体系框架，从简单的信贷服务向综合金融服务的转变；二是进一步主动提高保证、信用等非抵押方式在贷款结构中的比重，让更多无法提供抵押物的小微企业获得金融支持；三是改进授信定价体系，实现客户价值和风险识别的统一，发展长远的客户关系；四是加强售后服务，从传统的“警察式监管”转变为“伙伴式服务”，并开辟“财富大课堂”，普及现代金融服务；五是优化运营模式，以“工厂化”手段强化业务效率和品质。

民生银行副行长毛晓峰概括了小微金融提升版 2.0 的运营模式特征：以满足客户全面需求和改善客户关系为目标，对外以“客户营销”和“售后服务”两大核心服务体系为支撑，对小微客户价值进行综合开发和全面提升，从而实现培育和巩固战略客户资源的目标；对内以“小微信贷管理信息系统”和“小微信贷工厂”为处理平台，对小微授信业务实施的“标准化”和“批量化”作业，从而达到降低运营成本、有效规避风险的目标。该运营模式的核心是：研究和推进量化分析技术和工具的应用，逐步实现业务处理由分散到集约、由非标到标准、由个性化到规范化的转变。

就民生银行的小微企业客户而言，感受最深的就是民生银行提供的产品和服务一下子丰富多了。原来只有商户融资和商户存款，现在扩展到包括商户结算、小微企业融资、小微企业结算和电子银行在内的更加丰富的产品和服务。其中，商户融资在原有的 11 种担保方式贷款的基础上，有了“超短贷”、“存易贷”等新的贷款产品；商户结算相继有了商户卡、伙

伴账户和乐收银等新产品；小微企业融资包括了小微企业法人授信和小微企业票据融资；电子银行在小微服务专线的基础上，又增加了商户版网银。

在民生银行行长洪崎看来，小微金融提升版 2.0 在全行深入推广成效显著：“乐收银”逐步成为结算服务体系的主要突破口，小微金融商业模式逐步优化，专业化营销、风险管理和综合服务能力进一步提高，存款派生、客户数量等持续提升。

小微金融专业支行

民生银行小微金融提升版 2.0 的核心理念之一是“专业化”，在分行层面集中体现为小微金融专业支行建设。

2011 年 3 月，董文标在多家分行调研后提出，用三年时间建立 100~150 家专业支行。在他看来，“小微金融服务”必须要全面、深刻地体现“专业化”，“专业化”才能控制住风险，“专业化”才有可能把支行办成存贷款业务过百亿的支行。

在调研过程中，董文标发现“专业化”落实得不够。他曾经对民生银行的一个支行行长讲：“你什么都别去做，就好好做建材中的石头，石头中的外挂石材，静下心来，专心致志做三五年，50 亿~80 亿元存贷款没有任何问题。因为你做了三五年就成了专家，风险不会在你身上发生。关键是我们舍不得丢掉坛罐罐，什么都想去做，结果什么都做不好，专注地去做这一件事情，结果一定是最好的。”

与此前的“千军万马上小微”相比，小微金融专业支行的提出，为已经完成了“跑马圈地”的支行指明了发展方向。根据行业集中度和支行小微贷款的规模，民生银行对小微金融服务机构进行了专业分级，分为小微金融专营机构和小微金融专业支行，专业支行又分为专业一级支行、专业二级支行和专业三级支行。针对不同类型的小微金融服务机构，民生银行采取了不同的建设策略。

在小微专业支行建设方面，民生银行在福建省的三家分行福州分行、泉州分行和厦门分行是先行者。

民生银行福州分行行长苏素华告诉《中国经营报》记者，根据专业化支行建设的内在特征与要求，福州分行提倡“一行一品一策”的发展理念。“一行一品一策”：对内即一个专业化支行重点开发一个特色行业，研发特色产品；对于不同的专业化支行、分行将给予差异化发展政策。对外即针对不同的特色行业开发不同的特色产品，给予差异化授信政策。举例来说，福州分行三坊七巷支行重点开发海洋水产行业，根据行业特征将海洋渔业行业细分为海

洋捕捞、水产育苗、加工、初级水产品贸易市场、冷链物流等五个子行业，分类分层开发，综合使用中小及小微授信产品，并重点推广乐收银、资金归集、网银等小微现金管理产品；目前项目总额度高达 11 亿元。同时，福州分行也成立了海洋渔业金融部，推动继续建设 3~5 家海洋渔业的小微专业支行。

泉州分行行长邱尚启透露，下属的 8 家支行在小微专业支行建设方面已经取得了实质性进展，如石狮支行已经成为了纺织服装专业支行，累计发展小微客户 411 户，给予的贷款余额达 7 亿元以上；依托晋江市高度发达的休闲鞋服产业集群，晋江支行在休闲鞋服类小企业金融服务方面已经形成了专业特色；即将正式营业的水头支行处于泉州市南安县水头镇水头是中国最大的建筑装饰石材生产与出口基地，石材产量占全国 50% 以上，产品出口占全国 70%，水头支行已经建立小微专业团队，依托当地各个石材专业市场，批量开发市场内的商户，建设首家石材专业支行。

2011 年 7 月份，厦门分行全面推进专业支行建设。厦门分行行长徐智艺告诉记者，经过充分调研，各支行重点选择“一行业一商会”，在行业方面，推动“1+2+8”模式专业支行建设，即建立一个总行层级（茶业行业），两个分行层级（大型专业市场、港口物流平台开发）和 8 个支行层级（粮油行业、家电行业、橡塑行业、橱柜门窗行业、水暖及卫浴行业、旅游商贸机械制造行业、现代农业和家具行业、服装行业）的专业支行建设目标；在商会方面，各支行选择一个重点优质商会，通过制定专业化解决方案，加快批量开发，深度挖掘和提升小微客户价值。同时，在总行的大力支持下，厦门分行正高起点、高站位，推动对茶行业专业化深度开发，并将组织一半的经营机构进行茶行业开发，逐步实现茶行业专业化分行。

银监会 2011 年 10 月 24 日下发的《关于支持商业银行进一步改进小型微型企业金融服务的补充通知》提出“鼓励和支持商业银行进一步扩大小型微型企业金融服务网点覆盖面，将小企业金融服务专营机构向社区、县域和大的集镇等基层延伸。鼓励和支持商业银行在已开设分支行的地区加快建设小企业金融服务专营机构分中心”，由于对小微金融专业化的深刻理解和小微金融专业支行建设的精心规划，民生银行在小微金融的专业化机构建设方面走在了同业的前面。

在总行层面，如何支持小微金融专业支行的建设？董文标提出，为了加大总行、分行对支行的支持力度，总行、分行层面要建立一些“专业化”的工作室，帮助分、支行进行专业化的开发推动。“有了这样的平台，有了这个强大的团队，支行专业化发展水平会大幅度提

升，民生银行分、支行的竞争能力也会随之提升，分行转型深化改革自然就会提速。”董文标指出。

按照民生银行的规划，总行零售银行部成立的专业工作室，专注于区域产业链、市场细分与行业研究与业务推动；专注于区域商圈、商帮研究与业务推动。总行的专业工作室与各分行相继成立的专业工作室一道，成为民生银行小微金融专业支行建设的强大支持力量。

风险管理与售后服务

近来，在当前复杂多变的经济形势下，不少中小企业纷纷倒闭，在温州等地还出现了中小企业主的“跑路潮”，这使得银行小企业贷款的风险受到各界的高度关注，民生银行小微企业贷款的资产质量更是受到各界的广泛关注。毛晓峰表示，民生银行并未受到中小企业“倒闭潮”和企业主“跑路潮”的影响，“商贷通”依然保持了良好的资产质量。

截至 2011 年 9 月末，在民生银行 2142 亿元的“商贷通”贷款中，不良贷款只有 2.27 亿元，不良率仅为 0.11%。9 月末与 2011 年年初和 6 月末相比，“商贷通”资产质量相对稳定。

据艾民介绍，基于四个方面的原因，“商贷通”保持了良好的资产质量：

首先，坚持项目的合理规划。民生银行开展“商贷通”业务，坚持“规划先行、批量营销、标准作业”的核心业务理念，对具有共同商业模式和经营特点、风险特征高度相似的小微企业集群进行批量授信。合理规划对于提高小微企业贷款的整体资产质量具有重要作用。

其次，进行行业的优化选择。经济周期的变化对行业的影响是不一样的，因此民生银行对小微企业的授信具有明确的行业指导，一般结合各分行的区域实际，优先选择与大众日常生活需求密切相关，行业存续时间长、现金流充沛稳定、与经济周期关联度相对较低，且具有较强市场竞争能力的行业群体进行集中开发，如食品饮料、餐饮服务、电器销售、文化教育医疗、消费电子、品牌代理及商场超市等行业，而对制造业、纯出口低附加值和污染性行业，一般谨慎介入或不介入。今年以来，制造业受到一定的冲击，但社会消费品零售总额仍保持平均 17% 左右的增长率。

第三，进行额度的单户控制。商贷通的贷款主体一般为小微企业主或实际控制人，其融资需求大多在 500 万元以内。在整体风险控制中，民生银行除坚持“收益覆盖风险”外，始终遵循“大数定律”原则，即保持足够数量的有效存量客户，同时控制单户贷款金额不过大，

如目前的户均贷款金额还不到 200 万元，客观上通过足够的客户数量实现了分散和降低“商贷通”整体信贷风险的目的，将不良率控制在可接受范围内。

第四，摸索出一套简单实用的客户评价方法。在应用现代风险管理技术和方法的同时，民生银行也在摸索简单实用的小微企业风险评价方法。在项目的调查过程中，民生银行通过抽样调查和深度访谈的方式，按照经营能力、资产实力的不同强弱，将小微企业进行结构化分层，制定差别化、标准化的授信合作方案。通过这套评价方法，民生银行能够有效地识别和管理小微企业客户的风险。

针对部分小微企业出现的经营困难，民生银行零售银行部最近下发了《关于近期小微授信业务风险管理的几点要求》，从多个方面强化小微授信业务的风险管理。同时，民生银行加强了小微企业贷款的售后服务工作，重点加强了风险监测和预警以及贷款救济和回收等方面的风险管理工作。

支持政策带来新机遇

2011 年 11 月 8 日，民生银行发布公告，银监会同意了该行 500 亿元小微企业专项金融债的发行申请，这是一系列小微金融专项支持政策给民生银行带来的利好之一。

最近一段时间，小微企业遇到的空前困难受到了最高层的高度关注，一系列解决小微企业融资难的政策措施集中出台，对于近年来一直呼吁国家和有关政府部门出台政策支持银行小微金融服务的民生银行来说，这些政策带来了新的机遇和发展空间。

10 月 12 日，国务院召开常务会议，研究确定了支持小型和微型企业发展的金融、财税政策措施。其中，金融政策方面，第四条明确“细化对小型微型企业金融服务的差异化监管政策。对小型微型企业贷款余额和客户数量超过一定比例的商业银行放宽机构准入限制，允许其批量筹建同城支行和专营机构网点。对商业银行发行金融债所对应的单户 500 万元以下的小型微型企业贷款，在计算存贷比时可不纳入考核范围。允许商业银行将单户授信 500 万元以下的小型微型企业贷款视同零售贷款计算风险权重，降低资本占用。适当提高对小型微型企业贷款不良率的容忍度。

10 月 24 日，银监会发布了《关于支持商业银行进一步改进小型微型企业金融服务的补充通知》，其中，在小型微型企业金融服务机构准入、支持商业银行发行专项用于小型微型企业贷款的金融债、小型微型企业贷款优惠计算风险权重、小型微型企业贷款不良率容忍度的监管标准等方面制定了具有可操作性的规定。

对于民生银行而言,这些政策的出台使得制约小微企业金融服务大发展的存贷比和资本充足率两大瓶颈得以大大缓解。

“对商业银行发行金融债所对应的单户 500 万元以下的小型微型企业贷款,在计算存贷比时可不纳入考核范围”的规定,将为民生银行通过发行专项金融债来开展小微企业贷款打开了新通道。对于小微企业贷款余额超过 2000 亿元的民生银行而言,“商业银行在计算资本充足率时,对符合相关条件的小型微型企业贷款,应根据《商业银行资本管理办法》相关规定,在权重法下适用 75%的优惠风险权重,在内部评级法下比照零售贷款适用优惠的资本监管要求”的规定,将为民生银行减少几百亿元的风险资产规模,并节约数十亿元的核心资本,有效地缓解了资本充足率临近监管警戒线的压力。

对于民生银行小微金融服务的新目标,洪崎提出了两点:成为小微客户满意度最高的主办银行;成为小微金融领域比较优势明显的银行。依靠自身的改革创新和持续提升,再加上支持政策的相继出台,民生银行距离这个目标已渐行渐近。

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