

21世纪经济报道记者朱英子 北京报道

11月18日下午，民生银行（600016.SH）在线上召开了2022年第三季度业绩说明会，行长郑万春、副行长袁桂军、副行长石杰、副行长李彬、副行长林云山、董事会秘书白丹参加业绩说明会并解答了投资者总计26个提问。

21世纪经济报道记者整理发现，投资者的关注点包括：民生银行业绩低迷原因、五年发展规划实施进展、整体资产质量变化、房地产贷款风险和新形势，以及小微金融、财富管理、战略客户业务的打法等等。

值得一提的是，针对投资者近年持续关注的民生银行高管薪酬问题，行长郑万春在会上介绍称，近年来，民生银行一方面持续推进高管尽职考评体系改革，强化市值成长、战略执行、风险管控，保障改革转型顺利推进；另一方面，民生银行持续优化高管薪酬约束机制，完善绩效薪酬延期支付、追索扣回机制，督促高管尽职履责。

“基于市场变化、绩效挂钩等因素考虑，我行高管2021年度平均薪酬水平已较同期下降了15%。”郑万春提到。

业绩低迷探因

今年前三季度，民生银行实现净利润337.78亿元，同比下降4.82%；实现营业收入1085.96亿元，同比下降16.87%。

业绩下滑原因是投资者普遍关心的问题，其中一位投资者向郑万春提问：“这两年别的银行业绩都高速发展，民生银行一直在进行‘基础夯实’。请问郑行长，在这方面取得了哪些成果？还有哪些方面未达到目标或者存在困难的？也请诚实告诉我们。”

对此，郑万春表示，民生银行按照《五年发展规划（2021-2025）》整体部署，聚焦“民营企业的银行、敏捷开放的银行、用心服务的银行”战略定位，持续推进增长方式与治理模式变革，改革转型成效逐步显现。

存在的问题/困难主要包括：

一是宏观经济形势困难带来经营压力；二是直接融资加速发展给资产业务增长带来挑战；三是战略转型红利待持续释放。

袁桂军亦对业绩下滑的原因作出说明。他介绍称，民生银行业绩增速低于同业平均

水平。具体原因如下：

一是应对内外部形势变化，加大优质客户贷款投放，贷款收益率下降。本行持续加大风险相对较低的战略客户贷款占比，资产结构更加稳健的同时，贷款收益率下降较快。

二是投资业务结构调整，投资利息收入同比减少。本行投资业务结构继续优化，降低非标投资、资产支持证券投资规模，增加流动性较强、安全性较高的国债、地方债配置，投资利息收入同比下降。

三是资本市场价格变动影响投资估值损益。

四是加大历史不良资产包袱的核销处置，影响当期收入和利润水平。

业绩低迷由此也引发了投资者对民生银行改革进展的关心。

根据民生银行制定的《五年发展规划（2021-2025）》，2021-2022年是基础夯实期，2023-2025年是战略落地第二阶段，即持续增长期。那么增长将体现在哪些方面？

对此，郑万春介绍称，民生银行将保持战略定力，通过持续提升客户服务、打造业务新增长点、加速数字化转型等重点举措推动战略与改革落地，实现业绩增长。具体目标包括：

一是持续提升客户服务能力，在不断强化基础产品与服务基础上，推进客户分层分类管理，以战略客户为牵引，提升大中小微一体化经营成效，提升客户服务体验。

二是布局重点领域业绩新增长点，加快在先进制造业、新能源、科技与国产创新、区域特色行业龙头等领域布局，并持续打造小微金融服务金字招牌。

三是加快推动数字金融转型，围绕生态银行实现商业模式突破，依托智慧银行提升银行各项服务能力。

四是加强敏捷赋能创新管理体系，推动敏捷机制落地、总分协同创新、流程优化等，提升客户的端到端体验和价值释放。

“我行将坚持三大战略定位不动摇，以强能力、提质效、增业绩为主线，提升市场竞争优势，推动收入稳步回升，实现稳健可持续发展。”郑万春明确道。

“房地产业务风险可控”

近期，针对房地产开发企业的融资政策频出。交易商协会继续推进并扩大民营企业债券融资支持工具，支持包括房地产企业在内的民营企业发债融资；央行、银保监会日前也出台了相关政策，对房企贷款、信托等存量融资展期、增信、发债等进行支持。

民生银行近年新增的不良主要集中在房地产业，因此投资者也提问了多个关于房地产贷款风险的问题。最新数据显示，截至2022年6月末，民生银行集团口径房地产业贷款余额3592.59亿元；对公房地产不良贷款率2.99%，较上年末上升0.33个百分点。

郑万春认为，民生银行对公房地产不良率变化符合目前房地产行业周期性调整的现状。“目前本行根据风险分类核心定义要求调整分类结果，按照会计准则及监管制度计提减值准备，各项指标客观反映资产质量。整体看，本行房地产业务风险可控。”郑万春指出。

“最近房地产政策好像又宽松了，是否会重新加大对地产行业支持？”有投资者如此发问。

对此，郑万春答复称，民生银行将继续坚决贯彻落实监管机构工作要求，按照“稳总量、调结构、强管理、控风险”原则。

一是稳定房地产贷款投放，保持房地产融资平稳有序；

二是推动结构优化，支持治理完善、聚焦主业、资质良好的房地产企业合理融资需求，保持开发贷款稳中有升，拓展并购贷款、保障性租赁住房贷款业务，推动房地产企业的综合开发与链式开发；

三是加强存量项目管理。持续加强销售回笼、资金支用监测及管理，切实保障资金安全；

四是严格控制风险。强化贷款审批、发放、收回全流程管理，严控新增风险；同时一户多策、一项目多策，加强投贷后管理，保障存量债权安全，全力配合各地政府“保交楼、保民生、保稳定”。

而从全行的资产质量来看，郑万春说道：“我行持续强化信用风险管理，严控新增风险、化解存量风险，今年以来资产质量主要指标持续改善。”

主要体现在三大方面：

一是不良贷款额、不良贷款率较年初“双降”。2022年9月末集团不良贷款余额72.058亿元，较上年末减少2.80亿元；不良贷款率1.74%，较上年末下降0.05个百分点。

二是不良贷款生成率持续下降。前三季度不良贷款生成率（年化）1.99%，较2021年下降0.27个百分点，较2020年已下降1.64个百分点。

三是正常贷款向下迁徙率同比下降。前三季度正常类贷款向下迁徙率同比下降0.56个百分点；关注类贷款向下迁徙率同比下降3.41个百分点。

“总体上看，我行资产质量向好的态势已经形成，预计2022年末关注类贷款将基本保持稳定。”袁桂军亦认为，民生银行资产质量向好的态势已经形成，不良贷款生成率持续下降，预计2022年末不良额、不良率将较年初“双降”。

特色、重点业务有何打法？

具体到业务层面，民生银行的小微金融、财富管理、战略客户等业务的情况均受到投资者的关注。

“之前民生银行小微业务一直做的不错，但这两年各家银行纷纷加入竞争，目前民生银行小微业务在市场中的地位如何？如何重现曾经的辉煌呢？”会上有投资者发问。

郑万春介绍称，为了再创辉煌，民生银行启动小微金融新模式优化。

现阶段，民生银行小微业务主要围绕以下几个方面展开：

一是强化体制机制建设，切实建立“敢贷、愿贷、能贷、会贷”的长效机制；

二是加大线上产品创新，丰富小微贷款线上服务功能，通过场景化数据支持服务更多特色客群，切实提升信用贷款投放占比；

三是落地大中小微一体化服务，打造政采、关税保函、供应链征信等特色产品，聚力服务更多供应链项下上下游小微企业；

四是以客户为中心，建设民生小微APP，提供便捷开户、结算、融资、投资、非金

等一揽子服务，满足小微客户生意圈、生活圈等全场景需求；

五是丰富小微金融品牌内涵，打造“民生小微”1+4品牌体系，以客户口碑做实品牌宣传；

六是建设小微金融专业化团队，持续提升普惠金融专业化服务能力；

七是迭代全流程风控体系，不断完善智能化风控能力；

八是强化合规经营与管理，切实保障业务稳健发展。

在财富管理业务层面，截至今年三季度末，民生银行管理零售客户总资产22113.24亿元，比上年末增幅5.7%。私银客户数4.2万户，比上年增幅10.2%。新设立家族信托1218件，累计新增规模72.75亿，新增规模比上年末增长586%。

林云山在会上介绍称，未来民生银行将重点打造财富管理核心竞争力。

他表示，在共同富裕政策主旋律下，居民多元财富管理需求不断提升。民生银行拥有庞大的民营及中小微企业家客群、较好的财富客群基础，产品、平台、团队、品牌等各项基础性支撑已逐渐完善。民生银行将重点打造财富管理核心竞争力。坚持稳健、专业的发展定位，落实全行客户一体化协同，依托“非凡礼遇”“慧管家”等特色服务体系，让财富管理成为发展新引擎。

在战略客户业务板块，截至今年9月末，民生银行总、分行级战略客户存款余额11805.01亿元，比上年末增加1796.81亿元，增幅17.95%；存款日均11754.30亿元，比上年增加1575.34亿元，增幅15.48%；贷款余额10641.07亿元，比上年末增加1674.09亿元，增幅18.67%。

针对投资者关于战略客户业务如何盈利的发问，石杰答复到，民生银行通过战略客户的获利手段，即抓住战略客户这一“牛鼻子”，围绕其“点、链、圈”的战略价值进行深度挖掘，落实以战略客户为核心的大中小微C一体化开发，来实现综合收益。

“点”是指战略客户的自身价值。民生银行坚持“以客户为中心”的服务理念，通过高层引领、全面协同、营销升级、服务革新为客户提供更加优质的综合服务，以实现战略客户自身规模稳健增长，以规模增长实现价值提升。

“链”是指战略客户的产业链上下游客户。民生银行聚焦战略客户产业链上下游中小微企业融资难、融资贵的痛点，依托战略客户核心企业总对总营销和总分支三级

体系垂直作业，围绕企业经营过程中的场景化、数字化、批量化、便捷化的融资需求，制定实施链上客户、生态客户个性化开发方案，通过数字化管理工具提高营销线索获取及推送质效，实现一体化开发，助力小微客群和基础客群增长，通过链上获客提升效益水平。

“圈”是指战略客户带动的C端客户，如战略客户高管、员工及其服务的C端客户，制定涵盖消费贷、代发工资、联名信用卡、私行等生态圈服务的综合服务方案，深刻实践大中小微C客户一体化营销，如民生银行与华为合作的消费贷款类生态金融项目华为“花瓣贷”、与中智集团合作的“薪福通”代发薪资业务等，均带动了零售端的规模、客户、效益增长。

在投资者回报方面，白丹介绍称，2018年以来，民生银行每年现金分红占归属于普通股股东净利润的比例一直保持在30%以上。

她表示，民生银行制定利润分配方案时，会综合考虑经营情况、资本规划以及市场环境等因素，一方面要平衡好现金分红与资本补充的关系，满足资本充足率要求和业务发展需求；另一方面也力求保持政策的连续性和稳定性，为投资者带来合理的投资回报。

更多内容请下载21财经APP