

!



投资者

总第 114 期

2011 年 1 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

目 录.....	1
一、经营动态.....	2
1、我行开办乐收银业务.....	2
2、我行推出商贷通客户特色咨询服务.....	2
3、我行发行中国银行间市场首批信用风险缓释凭证.....	2
4、我行完成 2010 年合规风险管理评价.....	3
5、我行跨入北京地区首批八家预售资金监管银行行列.....	3
6、我行私人银行部正式启动高端客户子女教育培植传承计划.....	3
7、我行积极开展对公信贷资产风险分类专项检查.....	4
8、我行开展票据业务管理及贸易背景真实性自查.....	4
二、荣誉奖项.....	5
1、董事长董文标、行长洪崎、财务总监段青山分获“金融人才发展重大贡献”等奖项.....	5
2、我行获“2010 卓越竞争力营销模式”大奖.....	5
3、我行网上银行获 2010 年“最佳网上银行”及“民生U宝-最佳网银产品安全奖”等荣誉.....	5
4、我行获“最佳公司治理”和“最佳投资者关系”等六项大奖.....	6
5、我行获“2010 年小微金融服务奖”.....	6
三、媒体关注.....	6
1、千亿元之后的提升：民生银行小微金融新突破.....	6

一、经营动态

1、我行开办乐收银业务

为向我行小微企业客户提供便利的支付结算工具和产品以及带动我行储蓄存款的有效增长，我行开办乐收银业务。为规范业务管理与操作，防范业务运营风险，促进乐收银业务持续、健康、有序发展，总行制定了《乐收银业务管理办法》。乐收银业务目标客户群体为以批发类商户为主的小微企业和个体工商户，商户收款功能采用“间联固话 POS”模式。除小微企业和个体工商户外，严禁其他商户使用个人结算账户作为乐收银的商户收款结算账户。各分行在辖内每个支行网点内搭建乐收银演示环境，以提升客户对乐收银的感性认识和促进商户进柜台。

2、我行推出商贷通客户特色咨询服务

总行零售银行部和私人银行部共同策划，联合北京管理部推出小微客户顾问咨询服务专场提升方案，并于 11 月 12 日举办首次专场体验活动“小微客户私人银行税务专题沙龙”。活动期间，税务筹划专家作了“合规前提下如何合理避税”的专题讲座，客户就关心的问题与专家进行了互动问答。税务筹划咨询服务为私人银行推出的顾问咨询服务之一，是满足高端客户个性化综合服务需求的有力平台。同时，提出“四个一”计划：即一份客户需求调查、一套流程、一次客户体验、一个考核激励措施，以此提高高端小微客户在我行的金融资产，并使客户充分享受私人银行个性化尊崇服务。此次针对小微企业客户推出首项私人银行特色咨询服务，紧盯商贷通客户的业务特征和潜在需求，为加大小微金融与私人银行业务交叉销售力度、提升小微客户提供了有利武器。

3、我行发行中国银行间市场首批信用风险缓释凭证

11 月 22 日，我行 2010 年度第一期信用风险缓释凭证正式发行，作为市场首批获取信用风险缓释凭证创设资格的金融机构，我行本次发行的信用风险缓释凭证也是国内首批上线产品（首批产品包括民生银行、交通银行、中债信用增进公司发行的 4 只信用风险缓释凭证），标志着中国银行间市场人民币信用衍生产品的正式推出，对完善我国债券市场风险分担机制、促进宏观金融平稳发展具有里程碑意义。作为一种信用衍生产品，信用风险缓释凭证能够分离、转移和对冲信用风险，是有效管理信用风险不可或缺的重要工具，能够发挥分散信

用风险、提高资本回报率、提高基础资产流动性和金融市场效率等重要功能。

4、我行完成 2010 年合规风险管理评价

为准确把握全行各单位合规风险管理状况及重点热点业务开展中合规要求及监管意见的落实情况，并为 2010 年度监管评级做好准备，促进各分行监管评级的提升，2010 年 11 月，总行法律合规部组织完成了全行合规风险管理评价。本次评价反映出我行合规风险管理在以下方面取得长足进步：一是各分行均能按照总行“稳增长、调结构、促改革、增效益”的总体发展要求，注重把合规风险管理工作贯穿到所有经营管理过程中；二是各分行均通过类型多样、内容丰富、形式灵活的培训强化合规理念，合规文化已逐步渗透到分行经营管理活动各个环节；三是多数分行通过与全行员工签订风险防控责任书等形式落实分行合规风险管理工作计划；四是多数分行各类制度文件已形成较为完备的体系，合规风险管理基础比较牢固；五是部分分行合规风险管理措施能结合本分行实际形成本行特色；六是各分行均能严格执行“三个办法一个指引”及其他监管要求。

5、我行跨入北京地区首批八家预售资金监管银行行列

日前，在总行领导及科技开发部、财务会计部、运营管理部、公司银行部等各部门及北京管理部通力配合下，地产金融事业部牵头组织开发的商品房预售资金监管系统顺利通过了北京市住房建筑委员会的验收，我行成为北京地区首批八家商品房预售资金监管银行之一。

《北京市商品房预售资金监管管理暂行办法》规定，从 12 月 1 日起商品房预售资金将存入监管专用账户，优先用于工程建设，严禁房地产开发企业直接收存。按北京市住建委统一安排，我行成为第一批上线的八家商品房预售资金监管银行之一，但须在 12 月 1 日前开发出能够与银联和住建委对接的商品房预售资金监管系统。为迅速推动该项目的进展，地产金融事业部成立项目组，总行各相关部门均派员参与推动商品房预售资金监管系统的开发，并最终促成了该系统的顺利上线。近期，我行将继续在青岛、天津等地开发出符合当地商品房预售资金监管要求的运行系统。

6、我行私人银行部正式启动高端客户子女教育培植传承计划

我行私人银行部于 12 月 5 日正式启动“青年企业领袖成长计划”，为推广我行高端客户子女教育培植传承服务搭建有利平台。“青年企业领袖培养计划”将于 2011 年 3 月全面展开，私人银行部将筛选国内 4-6 个经济发达城市作为分站，结合当地分行营销需求，联合国内知名培训机构、教育专家，以城市网点为单位组织开展系列子女教育活动，以 1-2 月为周期，通过培训学习、游学参观、实地访问及学术活动等多种方式相结合，分层次、分类别提供培训教育课程。关注民营企业传承是私人银行服务中的重要部分，通过对国内日前创业首代面临财富传承、子女教育等热点问题的调研，特别开拓子女教育服务平台，为高端客户群体提供更贴心、个性化增值服务，提升差异化竞争力和客户忠诚度。活动执行过程将始终贯穿“培育未来民营企业家、培养未来企业领袖领导力”的宗旨，凸显我行发展“民营、高端”银行的策略方针。

7、我行积极开展对公信贷资产风险分类专项检查

资产监控部近期组织开展全行对公信贷资产风险分类专项检查。本次检查抽取 6 个分行（含属地事业部分部），采取现场检查方式，以评级在“正常”类和“关注”类的贷款为检查重点，抽样样本是“现金流半覆盖、无覆盖”的政府融资平台贷款、产能过剩行业贷款、房地产开发贷款、重组贷款、展期贷款和预警贷款，检查重点包括信贷资产风险分类工作组织与管理、信贷资产风险分类频率及覆盖面、客户分类材料质量和分类结果偏离度。从检查情况看，各经营机构基本能够按照总行制定的管理办法开展信贷资产风险分类工作，组织管理总体情况良好，分类结果基本准确，客户分类偏离度和普华审计差异明显减少。我行将以本次专项检查为契机，强化信贷资产风险十级分类制度的贯彻执行，进一步提高信贷资产风险管理的精细化水平，确保全行授信业务健康、持续、快速发展。

8、我行开展票据业务管理及贸易背景真实性自查

近期，为进一步加强银行承兑汇票业务的管理，有效防范票据业务风险，保证我行票据业务健康发展，资产监控部在全行范围内牵头组织开展了票据业务管理及贸易背景真实性自查工作。检查范围涵盖截至 10 月 31 日各经营机构有余额的银行承兑汇票和贴现，检查重点是票据业务授信报批、放款、贷后三个环节贸易背景真实性和资料的完整性、合规性。从检查的总体情况来看，我行票据业务总体上能够按照相关法律法规和业务操作管理办法的规定

办理。针对发现的问题，各经营机构立即着手整改，防患于未然。

二、荣誉奖项

1、董事长董文标、行长洪崎、财务总监段青山分获“金融人才发展重大贡献”等奖项

日前，由中国人才研究会金融人才专业委员会主办的首届金融人才发展基金奖项评选结果揭晓。董事长董文标因“在中国民生银行这块金融改革试验田上走出一条人才培养的特色道路”而成为本次评选最高奖项——金融人才发展重大贡献奖的唯一获评者，该奖项特定为中国金融人才发展事业做出重大贡献的高层领导颁发。行长洪崎获评高效组织金融人才发展工作的金融机构高层管理者奖项——金融人才发展最佳组织奖。财务总监段青山获评金融人力资源工作最佳奖，我行成为获奖总数最多的金融机构。

2、我行获“2010 卓越竞争力营销模式”大奖

11月24日，“2010（第二届）卓越竞争力金融机构评选”及“2010（第八届）中国企业竞争力年会”揭幕，我行荣获“2010 卓越竞争力营销模式”大奖。本届活动由中国经营报社、中国经营报社研究院主办，历时五个月，众多金融机构参评，我行获奖充分反映了我行近年来在创新风险管理与市场拓展、在调整战略定位和经营转型等方面得到社会充分认可。

3、我行网上银行获 2010 年“最佳网上银行”及“民生 U 宝-最佳网银产品安全奖”等荣誉

11月26日，由中国电子商务协会和中国电子金融产业联盟联合举办的“第四届中国电子金融发展年会暨第三届中国电子金融金爵奖颁奖盛典”活动在京举行，人民银行、工信部、商务部、银监会、证监会、保监会等国家部委领导，各金融机构代表和数家新闻媒体出席了盛会。在此次评选活动中，我行网上银行凭借产品安全、功能丰富、客户体验提升等方面的优异表现，获“2010 最佳网上银行”、“民生 U 宝-2010 最佳网银产品安全奖”，电子银行部总经理任海龙荣获“电子金融十年辉煌杰出人物”荣誉称号。

4、我行获“最佳公司治理”和“最佳投资者关系”等六项大奖

《亚洲货币》杂志于近期公布年度最佳公司治理票选结果。我行囊括了中国区的“最佳公司治理企业”、“最负责的董事会和管理层”、“最佳投资关系官员”、“最佳投资者关系”、“最佳信息披露”、“最佳股东权利保护”等六个奖项。

5、我行获“2010年小微金融服务奖”

11月26日，第五届21世纪亚洲金融年会在京举行，我行获“2010年小微金融服务奖”，成为本届年会唯一获得小微金融服务单项奖殊荣的商业银行。

三、媒体关注

1、千亿元之后的提升：民生银行小微金融新突破

2010-11-12日 《第一财经日报》

包括商贷通、乐收银、非凡财富管家三个子品牌，涵盖小微企业贷款、小微企业结算和小微企业主个人及家庭综合金融服务在内的民生银行“商贷通提升版”即将推出。

这建立在商贷通传统版取得巨大成功的基础之上：8月25日，民生银行的小微企业贷款——商贷通余额突破1000亿元，提前4个月实现了该行董事长董文标在“2009CCTV中国经济年度人物”颁奖典礼上提出的今年底商贷通余额达到1000亿元的目标，这也标志着民生银行去年下半年提出的“做小微企业的银行”战略已初见成效。

在1000亿元的阶段性目标实现之前，民生银行小微金融服务的首要工作是站稳脚跟，通过集中资源大力开展商贷通业务，实现小微企业贷款规模和客户数量上的快速跨越，从而确立在同业中的优势地位。在1000亿元的阶段性目标实现之后，民生银行小微金融服务的目标，已经从主要追求贷款规模向贷款规模与综合效益并举转变，从单纯的商贷通贷款向包括支付结算等众多服务和小微企业主家庭财富管理在内的小微企业全面金融服务转变。用董文标的话讲，就是要实现商贷通从传统版到提升版的转变，实现民生银行在小微金融服务领域从当前的相对优势到未来的绝对优势的转变。

“做小微企业的银行”初战告捷

民生银行的商贷通从 2009 年 2 月开始正式推出，到 10 月底，不到两年的时间，累计贷款额超过 2000 亿元，贷款余额超过 1300 亿元，客户接近 10 万户，快速打造了中国银行业小微金融服务的第一品牌，这是绝大多数业内人士和同业机构难以想象的。

“做小微企业的银行”能够初战告捷，民生银行公司业务事业部改革带来的体制优势、良好的执行力和创新的商业模式是关键因素。

2006 年初，民生银行开始启动公司业务集中经营改革，把公司业务从支行上收到分行；2008 年初，民生银行全面推行公司业务事业部改革，全国范围内的 400 多家支行网点不再从事公司业务，全部成为零售业务的平台。接下来一年多时间，民生银行一直在探索支行零售业务的主要产品和服务是什么。由于零售业务需要持续的资金和人力投入，仅仅依靠吸收零售存款、销售理财产品和开展住房按揭贷款，既不能满足支行的业务发展需求，也会造成经营上的巨大压力。在中国银行业，董文标率先看到了小微金融服务的巨大前景，提出了全面进军小微金融服务蓝海的战略。随后，董文标提出了“商户进支行、商户进柜台”的思路，把小微金融服务纳入零售业务的范畴，这就为支行找到了新的业务增长点，有利于支行业务的快速发展，填补公司业务被划走之后的业务空白，也为小微金融的发展腾出了巨大空间。如果没有公司业务集中经营和事业部改革，400 多家支行不可能专心从事小微金融服务，因为在传统的体制下，支行的客户经理只要服务好几个大客户就会有不错的收益，根本没有动力去从事包括小微金融服务在内的零售业务。

民生银行良好的执行力使得商贷通业务在短短几个月内就在全行层面快速展开。小微金融服务是董文标在 2008 年 6 月份率先提出来的，并且在很早就认识到这项业务的巨大前景，在去年下半年他又提出了民生银行要“做小微企业的银行”的战略定位，使得小微金融服务成为民生银行的三大客户战略之一。据民生银行内部人士讲，董文标开始提出小微金融服务的概念时，民生银行全行不少人，包括有的分行行长和零售条线的某些高管对此也不是很理解，他们都觉得这项业务的前景并没有董文标所说的那么好，认为三年能够做到一千亿元的规模就不错了；还认为这项业务的风险一定比较高，前景不能太过于乐观。但是，尽管有这样那样的疑虑和不以为然，出于多年来对于董事长董文标出色的商业感觉和商业判断的信任，从总行零售银行部到各分行，商贷通业务全面推进。随着贷款规模的急剧扩大和客户数量的快速增加，随着既定商业模式的顺利推进，随着客户经理与商户的深入沟通，全行上下越发相信董文标的判断，对于小微金融服务的前景越来越有信心，越来越投入小微金融服务事业。

一旦确定了全面进军小微金融服务蓝海，民生银行在信贷资源的配置和员工的考核激励方面，都优先向小微金融倾斜。去年下半年，面临着资本约束的民生银行把新增贷款资源的绝大部分都投向了商贷通；今年，在民生银行年初确定的 2000 亿元新增贷款计划中，60% 以上投向小微企业和中小企业，其中投向小微企业的又占了多数。今年前三季度，民生银行新增贷款 1094.70 亿元，其中商贷通新增 752.02 亿元。同时，为了充分调动支行全面开展小微金融服务的积极性，民生银行在对支行的考核和激励上作了相应的调整，极大地调动了支行的积极性。

对于国内大多数银行而言，小微企业贷款是难言的痛。在 1980 年代，各家银行纷纷开办小微企业贷款，最终却是以高人工成本、高不良贷款率而收场。因此，找到正确的商业模式使得小微企业贷款的人工成本能够大大降低、不良贷款率能够得到控制才是此项业务的成功之道。充分总结了传统模式下小微企业贷款失败的原因之后，董文标提出了“规划先行、批量营销、标准作业”的指导思想，实现零售业务批发做，从而极大降低了人工成本。董文标指出：所谓规划先行，就是要在进行认真的市场调研的基础上，明确提出支持什么，鼓励什么，重点做什么样的客户。“规划先行”主要体现在两个方面，一是商业集群业务规划；二是支行周边商户业务规划，前者主要聚焦于分行所属区域内的商户资源集中地，后者主要依托于支行网点营销服务能力。董文标提出，零售要发展，一定要批量营销，形成规模效益。要在规划的基础上，对商业区、各类商贸集中地、批发市场制定一整套标准化的产品组合和明确的贷款条件，并将在商户最集中的地方进行统一营销，达到批量营销的目的。同时，民生银行特别关注小微金融服务的“信贷工厂”建设，优先投入人力和资源开发小微信贷系统。

在避免高风险方面，商贷通依据大数定律的原则确定违约率，依据收益覆盖风险原则进行贷款定价。民生银行行长洪崎指出，大数定律是一个风险定价的概念，通过同类客户的批量开发可以分散小企业风险，单个客户风险可以忽略，这在统计上是正确的，是控制风险的基本方法。据了解，民生银行信贷工厂对小微客户评级采用的是打分制，将小微分成 I、II、III 级，不同等级的违约率和损失率不同，选择不同等级的客户并承担相应的损失。洪崎指出，小微业务的关键是定价，比如说基准利率再加上违约补偿、期限溢价、损失率、客户调整等，这是定价的基本原则。

外有竞争内有压力的挑战

虽然商贷通取得了巨大成功，但是对于董文标和洪崎而言，并不意味着民生银行的小微金融服务已经可以高枕无忧。外有竞争、内有压力，站在贷款余额突破 1000 亿元的高点上，商贷通需要提升。

在小微企业贷款方面，民生银行先走了一步，在各家银行对于这一市场表示怀疑和犹豫的时候，民生银行提前进入，并且通过一系列的创新走在了各家银行的前列。商贷通推出仅仅几个月之后，其他股份制银行开始纷纷推出类似的产品，并且大打广告牌。从那些产品的条款上看，不少方面和商贷通差不多，也开发了若干种担保方式，并且一些条件要比民生银行优惠。民生银行上海分行小微金融部的一位负责人说：“有的银行就跟在我们后面抢客户，比如说我们开发了一个商贸市场的客户，他们马上去和这个商贸市场的管理方联系，提出低于我们的利率，直接和我们打价格战拉客户”。各家银行动手抢这一块市场，使得原本缺少竞争的小微企业市场开始硝烟四起，不少商贷通的客户经理感觉开展业务的难度增加。

对内而言，商贷通贷款的结构尚不能令董文标感到满意。从商贷通新发放贷款情况看，担保由强逐渐减弱，抵押类占比逐渐降低，保证类占比持续提高。截至今年 9 月末，商贷通贷款的抵押类占比由最初的 98.34% 下降 63.80%，保证类占比则由 0.60% 提高至 33.40%。但是信用类占比一直未能实现量的突破。保证类贷款占比的上升与商贷通在担保方式上的创新密切相关。通过 11 种担保方式，民生银行成功地开发了一批联保、互保等类型的担保类贷款。目前商贷通的信用类贷款占比很低固然与信用类贷款的风险较高、对客户经理和风险经理的要求较高有关，也与当前银行业通行的贷款责任制有关。21 世纪之初，为了防范道德风险和腐败渎职，各家银行纷纷推行贷款终身责任制，一旦一笔贷款成为不良，客户经理和风险经理将承受巨大的精神压力和物质损失，香港大学中国金融研究中心主任宋敏教授指出，这是特定历史条件下为了解决银行业不良贷款问题的阶段性办法，对于防范道德风险和减少不良贷款也很有成效，但这并不是永久适用的，因为它对业务开拓会产生负激励--贷款终身责任制的存在使得客户经理和风险经理对信用贷款尽量避开。由于没有广泛进入信用贷款市场，面对具有充足的抵押品或者能够轻易满足担保条件的小微企业，贷款利率上浮将受到相应限制，正如洪崎所指出的，小微定价大体不低于 9% 才能覆盖风险，这还没包括派生存款等综合效率，如果加上负债成本，必须大到 11-12% 才能实现收益覆盖风险。而到 9 月末，商贷通的执行利率由年初的 6.27% 提高至 6.56%，上浮比例由 19.66% 提高至 24.01%，距离 9% 的收益覆盖风险水平还有很大的差距。

此外，在民生银行，一讲到小微金融，马上就会想到商贷通，也就是说小微金融服务的主要产品和服务就是贷款，这与小微企业最迫切的需求就是融资有关，也意味着民生银行仅仅是满足了小微企业最基本的贷款需求，相应的支付结算等服务很少，小微企业主以及家庭的金融服务很少，在这种情形下，虽然民生银行有将近 10 万户小微企业客户，但是到 10 月末，1300 多亿元商贷通带动的全行个人金融资产 209 亿元，户均金融资产 25.05 万元，相应的中间业务也很少，商贷通的派生效应尚未充分显现。今年以来，由于银监会“三法一指引”的出台和对于商业银行存贷比“任何时点都不得超过 75%”的严格要求，吸收存款成为各家银行的首要工作。如果商贷通的派生效应不足，必将给民生银行的存款管理带来极大压力，并且会极大地增加资金成本。

显然，尽管有着一系列的成功和光环，民生银行小微金融服务仍然面临着严峻挑战，董文标开始求变。

从商贷通到小微企业 全面金融服务

从 9 月初开始，董文标用了将近两个月的时间到各家分行调研商贷通的发展状况，他先后调研了十几家分行的近 200 家支行，与支行行长、客户经理和小微企业主交流，全面倾听小微企业客户的声音，了解分支行开展商贷通面临的挑战。在此基础上，10 月下旬，董文标提出民生银行小微金融服务的重点是做商贷通的提升版，也就是实现从商贷通到小微企业全面金融服务的提升。因此，民生银行在满足了近 10 万户小微企业的融资需求之后，如何全面提升对小微企业、小微企业主以及小微企业主家庭的金融服务，成为下一步的工作重点。因此，董文标全面诠释了小微金融的概念，指出小微金融的三个层次：商贷通、小微企业全面金融服务、由此带来的小微企业主个人及家庭金融服务。

按照民生银行的规划，到 2012 年末，商贷通余额将达到 4000 亿元以上，客户数量将达到 40-50 万户。这一规模增长必须通过全面进军小微企业信用贷款领域才能实现。面对不能提供抵押品、也很难获得担保、但是自身的信用状况很好、偿还风险很低的小微企业来说，满足他们的贷款需求是民生银行商贷通下一步的发展重点。因此，董文标提出，在风险制度上要进行调整，提高信用贷款的风险容忍度。这将极大的鼓励客户经理开拓信用贷款市场，从而真正依据大数定律和收益覆盖风险的原则进行贷款定价。届时，商贷通的整体不良率状况有可能上升，但是相应的利率上浮水平将大大提高，收益足以覆盖风险。

以往商贷通的客户主要是“一圈两链”（商圈、供应链和产业链），下一步商贷通的客户将扩展到支行周边的散户，也就是从小微贷款业务批发做转向批发与零售并举，实现商户上柜台。这有赖于小微信贷系统的尽早上线。9月27日，民生银行小微业务信贷管理系统试点在南京分行启动。据了解，民生银行针对小微业务特点设计开发的小微业务信贷管理系统，涵盖销售、影像作业、无纸化录入、押品管理、贷款审批、贷后管理、催收、网银、电话呼入呼出等小微业务作业的全流程，该系统采用国际先进的流程银行管理手段，开发了小微业务的客户评分模型、征信评分模型、项目评分模型、行为评分等多套量化管理模型，可以帮助审批人员进行贷款审批和定价，协助贷后管理人员进行日常监控、续授信和催收，从而实现民生银行小微业务的高速处理、流水作业、精细管理、差异定价和交叉销售，为小微客户提供全方位、多渠道的金融服务。洪崎指出：“小微系统在南京分行试点成功后要上柜台，面向散户”。依靠先进的小微信贷系统，小微企业贷款在柜台营销将会极大地降低人工成本。

开展小微金融服务，除了贷款收益之外，存款和中间业务的前景也极为广阔，小微企业主群体也存在着巨大的财富管理空间。小微企业单户结算规模有限，但交易活跃，通过持续推动规划先行，坚持批量营销，就能实现集腋成裘，派生出巨大的现金流，从而全面提升客户的综合价值，建立牢固的客户关系；同时，小微企业可以派生的中间业务收入点非常多，在形成一个十万级、甚至几十万级的小微客户群体的基础上，其派生的结算、汇款、票据、甚至信用证、保函等中间业务收入均难以估量，前景乐观；此外，小微企业的主流客户对象为融资需求在200万左右，其个人与家庭所掌握的财富资产远在社会平均水平之上，目前民生银行相当一部分客户积聚了大量个人财富，加强对这一部分客户的财富管理显得尤为迫切。针对这些特点，民生银行小微金融服务将会推出两个全新的品牌--乐收银和非凡财富管家，前者是专门为小微企业提供支付结算等服务的一款产品；后者是为小微企业主及其家庭提供综合金融服务的一款产品。

通过推出包括商贷通、乐收银和非凡财富管家的商贷通提升版，民生银行将为小微企业主个人及其家庭提供包括贷款、行业咨询、理财顾问、投资建议、财务规划等等在内的综合金融服务，从而实现小微金融服务的全面提升。

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：010-68466790

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