

中国民生银行 2025 年半年度业绩说明会 问答实录

（根据录音整理）

会议时间：2025 年 8 月 29 日 17:00-18:00

行内参会人员：副董事长、行长王晓永，执行董事、副行长张俊
潼，副行长、董事会秘书李彬，副行长林云山，副行长黄红日，
副行长李稳狮，首席信息官张斌，独立董事温秋菊，独立董事刘
寒星，及相关部门负责人

外部参会人员：投资者、分析师、新闻媒体记者、社会公众

记录人：中国民生银行董事会办公室投资者关系管理团队

前瞻性陈述的风险提示：本报告中涉及的未来计划、发展战略等
前瞻性陈述不构成本行对投资者的实质承诺，投资者及相关人士
均应当对此保持足够的风险认识，并且应当理解计划、预测与承
诺之间的差异。

副董事长、行长王晓永报告上半年经营情况

尊敬的各位投资者、分析师、媒体朋友们，大家好！很高兴和大家一起分享交流。

2025 年上半年，我们保持战略定力，持续强化战略执行，深化以客户为中心的理念，聚焦服务实体经济，支持发展新质生产力，更加注重可持续增长和内在价值创造，更加注重精细化管理和效率效能提升，全行经营整体呈现“稳中有进”的态势。

效益方面，我行营业收入实现稳健增长。上半年，集团营业收入 723.84 亿元，同比增长 7.83%，其中净利息收入和净非利息收入实现双增。从结构上看，由基础客户经营、基础业务和基础服务产生的收入表现出积极增长态势，体现了可持续性收入增长的整体向好，净利息收入同比增长 1.28%。从贡献上看，可持续性收入韧性增强主要源于我行净息差的企稳改善。上半年净息差 1.39%，同比提升 1BP，在行业息差整体承压的环境下实现企稳回升，有力支撑净利息收入稳步增长。上半年净利润同比下降 4.87%，主要是加大了风险拨备提取比例，拨备覆盖率比年初上升 3.12 个百分点。

量价方面，一是结构更趋优化。上半年一般性贷款在总资产中占比较年初上升 1.85 个百分点。各项存款在负债总额中占比提升 1.65 个百分点，其中，活期存款总量较年初增加 574 亿元，占比提升 0.8 个百分点。二是经营成本得到较好控制。上半年付息负债成本 1.93%，较年初下降 34BP，存款付息率 1.86%，较年

初下降 28BP。

资产质量方面，保持基本稳定。截至半年末，集团不良贷款率 1.48%，比上年末上升 0.01 个百分点，房地产贷款资产质量总体稳定，余额进一步下降，政府融资平台债务规模总量较低，较年初有明显下降。

在客户经营上，近年来，我行秉持“一个民生”经营理念，持续推进大中小微个人客户一体化经营策略，在做好高质量获客的同时，努力做好存量客户经营，经营质效逐步显现。

一是坚持做优战略客群，战略客群牵引效果持续提升。截至半年末，战客存贷款规模分别达到 1.2 万亿、1.5 万亿，压舱石作用明显；战略客户牵引的供应链核心客户、链上对公融资客户、代发对公和个人客户均呈现大幅增涨。

二是不断优化业务模式，中小客群经营能力进一步增强。上半年，中小有贷户 1.2 万户，较年初增长 15%，中小企业信贷余额较上年持续增长。

三是不断升级产品和服务体系，个人客群经营能力明显增强。截至半年末，零售客户数比上年末增长 3.89%，其中，私人银行客户数增长 12.84%；零售客户 AUM 规模比上年末增长 7.05%，金卡及以上客户、私人银行客户 AUM 增幅分别达到 7.35%、11.79%。

在业务发展上，我们遵循国家发展战略，积极推动金融服务实体经济的“五篇大文章”。全行科技型企业客户较年初增长 7%，

贷款余额同比增长 5%，绿色贷款余额较年初增长 9.63%，普惠法人贷款较年初增长 12%，个人养老金客户较年初增长 6.94%，重点领域贷款增速高于全行平均水平。同时，**供应链、代发、支付结算、按揭等更基础、更稳定、更可持续的战略重点业务发展明显加速**。一是围绕“强链、补链”和服务新质生产力，加速推进供应链产品体系迭代升级。供应链累计服务核心企业 5372 户，比上年末增长 36.62%；链上客户 5.7 万户，比上年末增长 24.54%，融资余额达 3,743.19 亿元，亦有明显增长。二是丰富和完善产品货架，不断夯实代发工资、支付结算发展基础。优化“代发薪”“民生 e 家”等产品，推出中小微发薪贷业务，带动上半年累计代发金额同比增长 12.27%。三是持续做大做优按揭业务。按揭贷款累计投放 629.38 亿元，同比增长 53.55%，其中二手房按揭贷款累计投放 330.31 亿元，同比增长 74.43%。

当前业绩表现是近年来我行战略转型成效的逐步显现，是我们做好战略执行的成果。未来，我们会一如既往深化客户经营，扎实服务实体经济，持续降本增效，不搞“内卷式”竞争，保持战略定力，强化战略执行，扎实推动高质量、可持续的发展。

一是持续做好客户经营，更加注重高质量获客和活客。深化落实战客营销体系，纵深推进大中小微个人一体化开发。以成为中小企业的主办银行为目标，持续提升中小业务特色和核心竞争力。做大零售客群，提升零售贡献度。与此同时做好客户规划，更加注重获客和活客的有效性，注重全路径、全生命周期客户经

营。

二是保持资产规模的合理增长和资产负债结构的持续优化。持续提升金融服务实体经济的质效，进一步提升资产业务“量价质”平衡效能，通过持续优化资产结构，加大优质信贷投放力度，加大对新质生产力等重点领域的金融支持，提高资产周转率和资本利用效率。着力推动支付结算等基础性业务发展，增强客户粘性，提高资金使用效率，持续完善供应链金融服务体系，落地科创金融服务模式，推动拓展跨境、托管等重点业务，通过业务模式优化推动资产结构和负债结构的持续优化及业绩增长。

三是加速数智化赋能，加强精细化管理。一方面，加速推进数字化转型和人工智能应用，以科技赋能提升我行在经营运营、风险管理和客户服务中的效率，优化业务流程与客户体验，持续拓展数字服务金融生态，丰富场景化数字产品；另一方面，完善客户、风险、运营、资源配置、绩效考核等管理体系建设，优化全面成本管理体系和全面要素投入产出管理机制，促进成本结构与资源运用效率提升。

四是深化风控建设，筑牢发展根基。坚持将合规经营作为核心竞争力，持续完善风险内控管理体系建设，加大资产质量前瞻管控和过程管理，严控风险成本。进一步压实业务条线风险防控责任，强化风险意识、责任意识，筑牢风险、合规和安全底线。

下一阶段，我们将按照既定战略持续推进高质量发展，秉持长期主义，不断苦练内功，以持续稳定良好的经营成果回馈大家

的信任和支持，为社会、为股东创造价值。

衷心感谢各位对民生银行的关注和支持，谢谢大家！

【提问 1】申万宏源：请教一个关于息差的问题，今年中报显示贵行上半年净息差同比有一定改善，但二季度单季环比一季度相对承压，请问主要是何原因？也想请领导展望一下未来息差走势以及其中的挑战和积极因素。

李彬副行长：上半年，我行集团口径净息差 1.39%，同比上升 1BP，在行业息差普遍承压的形势下我行息差实现了企稳。其中，二季度净息差相比一季度下降，主要原因是资产端收益率下降。随着利率中枢整体下行，加上资产投放竞争比较激烈，二季度资产端收益率比一季度下降 6BP。

展望下半年，**一方面**，在利率下行和流动性相对宽松的环境下，负债成本下降对息差的支撑作用将持续显现；**另一方面**，随着银行贷款定价体系建设的不断推进，市场化定价能力的不断提升，资产收益有望趋于稳定。

当然，也要看到，信贷资产的竞争仍然激烈，同时受存款“表外化”趋势的影响，存贷款规模增长面临较大不确定性，业务量价平衡难度加大，使得息差管理面临较多挑战。未来，我们将会通过持续夯实业务发展基础，完善可持续的商业模式，提高长周期、跨周期经营管理能力，努力保持息差稳定。具体举措包括下面几个方面：

在资产端，统筹兼顾做好资产业务的“量价”平衡。一是加大优质资产投放力度。持续将信贷资源向国家支持的重点行业 and 重点领域倾斜，提升信贷投放质效。二是提升风险定价管理能力。进一步完善贷款风险定价机制，通过对客定价分层授权、差异化管理和精细化后督，推动贷款合理定价、资产收益企稳。

在负债端，多措并举加强负债业务的精细化管理。一是持续优化存款结构。聚焦业务场景建设，专注做优做强支付结算业务，持续提升结算性存款占比。二是精细化负债定价管理。有序开展中长期高成本存款，到期接续置换和留存转化工作，并通过加强对市场利率的前瞻性研判，合理安排同业负债规模结构，推动负债成本进一步下降。

【提问 2】国盛证券：我们看到上半年贵行零售客户和零售 AUM 的规模、结构都有明显提升，想请教一下贵行在零售业务上主要有哪些打法？

张俊潼副行长：感谢您对我行零售业务的关注，上半年我行零售业务呈现出较好的增长态势，主要体现在：一是客户结构的进一步优化。上半年我行零售 AUM 两万及以上客户、私人银行客户的增量均已经超过去年全年增量。二是金融资产量质的进一步优化。上半年我行 AUM 总量的增量已经接近去年全年的增量，同时在结构方面，非储金融资产规模增长是去年的 1.7 倍。储蓄中活期存款余额占比 32.15%，在可比股份制银行中排名第二。三是按揭规模保持连续正增长。今年我行连续 6 个月实现按揭余额

正增长，投放量和整体余额都有大幅度提高，尤其是经过我们的持续经营，按揭新客的户均 AUM 同比增幅 20%。以上是我行零售业务上半年取得的一些经营成效。

取得这些成效，一个很重要的因素是我行进一步重视零售的获客，从源头上提升零售业务的发展质量。上半年我行零售新获客数量增幅 26.47%，新客 AUM 余额增幅 41.04%，新客户均 AUM 增幅 11.83%。在获客上我们主要抓了几个重点渠道：**一是**深化代发业务的公私联动机制，聚焦优质行业、优质企业、优质客群，强化业务平台建设。今年上半年累计代发额同比增量已经超过去年全年增量。**二是**夯实信用卡借记卡一体化融合，比如我行与山姆的合作项目，就是双卡融合高质量获客的重要场景。截至 8 月份，山姆联名卡获客已经突破 100 万，其中 60%是双卡互持客户。山姆客群户均 AUM 是零售整体户均 AUM 的 5 倍。**三是**加强按揭渠道建设，强化一手房重点房企总对总对接，深化二手房头部中介合作关系，带动按揭客户数量显著增长。截至 6 月末，按揭新获客同比增幅 29.31%。**四是**持续迭代标准化、规范化社区经营体系，社区经营是民生银行的优势，我们在传统的社区网周经营基础上，不断打造跨界融合、共生共赢的社区金融生态，通过社区支行“一站式”综合金融服务，将金融服务精准融入到社区生态中。截至 6 月末，社区板块新客一类户同比增幅 19.3%，新客 AUM 增幅 35.35%，新客户均 AUM 增幅 13.61%。8 月份社区板块金融资产余额突破 5000 亿元。

同时，我们持续深化分层分类的客群经营模式，持之以恒深化基础客群直营、财富客群专营、私银客群双营，精进稳健的财富产品体系，特别是顺应今年权益市场持续向好趋势，持续加大“固收+”理财业务布局。上半年零售代销理财规模突破了 1 万亿元。

未来我行会继续坚持将零售业务作为长期性、基础性战略业务的发展方向，不断提升对广大客户的金融、非金融服务能力，努力为我行客户提供更优质的服务体验，也请大家继续关心关注民生银行的零售业务，谢谢！

【提问 3】摩根士丹利：我想请问一个关于供应链金融的问题，民生银行将供应链金融作为战略业务深耕，上半年取得了哪些成效？供应链是一个比较传统的业务，竞争相对激烈，请问民生银行在这方面有哪些特色和优势？

李稳狮副行长：感谢您的提问。民生银行积极响应国家战略，在稳链、固链和强链方面积极发挥金融力量，持续深耕供应链金融领域，打磨优化民生银行特色供应链产品体系，建立了“一点接入、全国服务”的协同服务模式，实现了将金融服务从核心企业自身延伸到其上下游企业，从而为供应链上下游广大中小微企业带来了线上化、标准化和智能化的供应链金融服务体验。正如王行长刚才讲到的，截至上半年末，我行供应链金融核心企业达 5372 户，较年初增长 1440 户，链上客户 5.7 万户，较年初增长 1.1 万户，业务余额达 3743 亿元，较年初增长 639 亿元。

取得这些成效，我们归因分析总结了民生银行供应链业务的优势和特色，一方面是组织模式，另外一方面是业务特色。具体来讲，**在组织模式方面**，民生银行依托“专班制”和“链长制”来推进供应链业务。**一方面**，总分行建立跨部门协同的供应链金融专班，通过专班机制打破传统部门壁垒，实现客群、产品和风险相关条线的高效协同；**另一方面**，围绕供应链重点项目，按链指定链长，担任链条整体服务的负责人，统筹管理好全链条业务协同发展。

在业务特色方面，我行供应链金融业务的特点可以总结为以下五个方面：**一是，产品体系全**，我们围绕核心企业“供、产、销”全流程，建立了涵盖上游供应商、下游经销商的供应链金融产品谱系，民生供应链品牌初具市场影响力；**二是，行业理解深**，我行深耕汽车、家电、医药等传统供应链行业领域，并积极向智能制造、AI 芯片等新兴行业拓展，坚持“一行业一策略”，打造行业解决方案；**三是，全行协同好**，我行倡导“一点接入、全国服务”的供应链金融协同服务模式，通过总行数字化营销策略牵引，实现全国各属地分行以“统一标准、统一模式、统一效率”共同服务好核心企业的链上客户。**四是，运营效率高**，我行建立了总行集中运营团队，以标准化作业模式，集中受理并快速响应链上中小微企业的服务需求，客户融资申请及放款服务效率大幅度得到提升。**五是，模型审批快**，围绕供应链金融上下游企业与核心企业之间的交易数据，搭建了智能化授信审批模型，支持一

定额度范围内的模型自动化审批，着力提升对链上客户的服务效率和风控标准化水平。

【提问 4】美林美银：我这里有一个关于不良资产情况的问题，我们看到贵行上半年不良资产清收处置力度明显大于去年同期，请问如何展望全年清收处置规模？年末不良率是否有望持续下降？

黄红日副行长：近年来，结合处置化解形势和不良资产实际，我们分类施策，充分运用各类清收处置方式，持续加大不良资产的处置力度。

上半年，我行累计处置不良资产 351.56 亿元，处置规模同比去年同期有所增加，主要是我行把握不良资产市场时机，增加转让和不良资产 ABS 等处置方式的运用。

下半年，在严控新增不良资产的同时，我行将综合内外部形势变化，立足项目实际，灵活运用催清收、诉讼清收、资产转让、呆账核销等处置手段，持续推进不良资产的处置化解，预计全年不良资产处置规模与上年度持平或略有增加，资产质量总体保持稳定。

【提问 5】中金公司：我想请教一个关于战略客户的问题，我们看到贵行战略客户贷款余额接近 1.5 万亿元，占公司贷款总额一半以上，那么请问民生银行在战略客户服务方面有什么竞争优势？战略客户带动中小微个人客户一体开发的效果如何？

李稳狮副行长：民生银行自 2021 年以来，实施了战略客户营销服务体系的改革，始终坚持“以客户为中心、为客户创造价值”的服务理念，在实践和探索中持续优化提升战略客户服务模式，不断巩固协同、专业、高效、创新四方面差异化竞争优势：

一是协同更优。我行构建了全国一盘棋的协同机制，能够快速响应战略客户需求，实现资源的最优配置与服务的精准触达。**纵向协同层面**，总行统筹战略方向，分行负责属地化执行，支行则聚焦客户关系维护与日常服务。**横向协同层面**，建立了“五位一体”的团队协同机制。具体来讲，客群部门深入挖掘客户需求，产品部门快速响应，协同定制服务方案，风险部门则提供全流程的风险管理支持，在服务客户全旅程能够做到一点接入、辐射全国、多点相应、全景服务。同时，借助境内外、母子公司的联动优势，我行切实为客户提供全球化、综合化的金融服务。

以协同服务某服装企业为例，该客户为我国服装行业头部客户，经销商遍布全国，我行利用“一个民生”的协同合力，总行牵头统一营销，将业务模式从“分散开发”升级为“全国调度”，属地分行主动协同全国 23 家主要经销商所在分行，以线上化信用贷款产品精准切入客户产业链末梢，解决了客户经销商的资金需求，同时也让客户直观感受到我行全国协同服务的优势，打开了进一步合作的空间。

二是专业更强。我行通过对客户及所在行业的分层分类和规划研究，针对不同客群的不同成长期适配不同的产品，逐步实现

了客户服务、产品服务和风险管理的专业化。同时，我行通过专业序列、行业研究、学习地图和人才梯队建设，打造了一支专业化战略客户经理团队作为支撑，在同业竞争中力求做到人无我有、人有我优、人优我专。

以行业头部央企客户为例，该客户资质优、要求高、同业竞争激烈，以往我行开发一直存在局限。战略客户营销服务模式实施以来，我行针对其国际化布局过程中的经营痛点，与相关行业协会共同开展研究，调研“一带一路”产业机遇，形成了民生银行的专业综合金融服务方案。通过聚焦客户产品贸易、跨境项目投资等特色场景，在出口信贷、跨境资金池、本外币跨境结算等方面与客户建立了合作关系，实现了业务上量和集团本部的业务破冰，企银关系进一步深化。

三是效率更快。我行对战略客户的服务，一直要求做到客户诉求 24 小时内快速响应，并通过关键事项工单督办高效落实，系统工具过程留痕、及时回检，远程赋能、随时触达。为持续提高客户服务效率，2025 年，我行对战略客户授信管理模式进行了更进一步的提升和优化，对重点客户实行预授信和支用核准，同时强化对经营机构的授权，在授信审批、额度支用等方面能够快速响应客户需求。**举例来说**，以往我行收到客户资金需求后，需要逐户逐笔制定授信方案，然后经审查、审批、出账等多个环节，至少需要一到两周的时间。优化后，如客户有经营周转的融资需求，最快我行可以实现当天放款提用。

四是创新更活。我行服务战略客户的理念是为客户创造价值，为解决客户的需求，我行结合自身优势，在业务模式方面不断深化创新，以更好地服务战略客户。

以服务汽车产业链为例，当前，我国新能源汽车发展如火如荼，我行以汽车行业战略客户作为牵引，顺应汽车全产业链快速发展需求，打造民生银行服务汽车实体经济的“车生态”品牌，通过定制化产品精准服务上游供应商及下游经销商的融资结算需求，并借助全行一体化推动机制，向全国各分行推送销售线索。自 2021 年推动“车生态”以来，资产规模增长超过 5 倍，同时对于代发工资业务也产生了持续的带动作用。

基于以上在战略客户服务方面的优势，我行战略客户开发不断深化，**具体成效体现在三个方面：**一是担当规模方面的“压舱石”，二是成为链上拓客的“牛鼻子”，三是作为综合开发的“推进器”。未来，我行将通过持续做好客户体验、做细综合服务、做实一体化开发、做强专业赋能、实现战略客户经营高质量发展，持续提升战客品牌，持续提升我行差异化竞争优势。

【提问 6】21 世纪经济报道：请问上半年贵行在数字化转型方面有哪些新的举措和成效？

张斌首席信息官：感谢您的提问。根据今年上半年的工作，我从以下三个方面回答您的问题。**第一个方面是民生银行数字化转型的支撑能力。**民生银行注重长期发展，支持经营韧性的科技能力进一步增强。上半年也取得了诸多新进展，拥有 4000 个标

准机柜的马坡数据中心二期完成工程建设，数据中心使用高效的水冷技术，并采用大型蓄冷罐，可以达到削峰填谷、显著节省能耗的作用，我行是首家采用该技术的全国股份制商业银行。同时，我们完成了 5000 个标准机柜的异地数据中心的规划。除了这些硬件，业务连续性保障能力也得到了进一步提高，包括更完善的应急处置预案和更有效的处置流程。在 6 月份，顺利完成了实际生产环境大规模灾备切换的压力测试。

第二个方面是通过数字化、智能化的转型举措赋能经营管理。首先，在数字化分析决策方面，“数出一门”专项工作持续深化，助力民生银行“数据驱动”的经营管理迈上新台阶。通过指标体系、加工口径以及数据源的全面梳理和专项治理，进一步提升了总分行经营分析与决策的质量。总行能更及时、准确和全面地掌握全行经营情况，适时进行策略调整与引导；在同一套指标体系下，分行可根据需要开展更细致的进一步分析，指导一线的业务开展。今年监管对去年民生银行在数据治理领域所做的工作也给予了比较高的评价，这是对我们长期以来的努力的肯定。**其次，在重大数字化、智能化项目方面**，民生银行每年都会实施一系列重大转型项目，主要包括旅程重塑以及一些变革项目。今年民生银行全行级重大项目有 11 个，其中包括以提升客户体验和内部流程效率为目标的对公信贷端到端旅程优化项目，为支持宽岗作业和效率提升的员工统一渠道平台项目；面向小微客群的数字化营销体系建设项目等。上述这些项目在上半年已有部分功能陆续

投产并不断迭代。另外，在生态银行建设方面，作为探索生态金融新模式，践行普惠金融战略的重要举措，民生银行对民生 e 家平台的功能和体验进行了持续升级。民生 e 家是为中小微企业量身打造的数字服务平台，与优质 SaaS 服务商“合作共建”，聚焦企业“人、财、事”经营管理需要。历经 2 年多的建设，目前已服务中小微企业近 3 万家。

今年上半年，我们进一步完善了包括人事薪税、财资管理、费控报销在内的八大核心功能，构建面向小微企业“够用、好用”，面向中小型企业“专业、高效”的功能包与服务体系。新的平台服务经过试用和打磨，下半年将进行逐步推广。

第三个方面是大模型建设。这里，我将我行在 AI 领域的工作做一个简要说明。AI 是科技和银行运营范式变革的重要驱动力，我们上半年持续提升体系能力，同时业务场景应用在向深度和广度扩展。上半年实现了 AI 智能体平台部署应用，新增 78 个细分应用场景。去年全年我们是 80 个应用场景，今年半年已经和去年一年的规模基本持平。看得出民生银行的 AI 应用呈现了加速趋势，这主要得益于两方面，一是我们始终注重企业级能力的打造，二是有效的组织推动。在 2025 年 6 月底大模型的应用日均调用量比去年年底增长了 3 倍。

上半年的重点应用包括授信尽调、零售营销、远程坐席、业务运营、知识问答等领域。其中，授信尽调领域，通过大模型辅助生成各类风险分析专项报告，提升了客户风险分析与预判能力

和效率，80%新增授信场景下这些功能都得到了应用；大模型用于零售客户经理营销辅助，包括客户画像、客户推荐、财富管理辅助功能在全行得到了推广应用；通过大模型用于意图识别和知识库建设，手机银行 APP 上机器人智慧问答解决率提升了 16%。

对于已经全行推广应用的系统，我们也会继续提升智能化能力。比如与飞书合作，引入字节飞书构建的民生银行新一代协同办公平台，以及知识管理体系同样得益于 AI 建设的深化，在使用的智能化体验上、在知识的生成分享和传播上又有了比较明显的进步。除了将大模型用于业务经营管理，民生银行把大模型深入研发全流程、拥抱软件工程 3.0 作为数字化转型的一个战略性举措。过去我们主要把大模型用在代码生成、单元测试和接口开发等方面，今年上半年我们已经开展科技全流程，包括需求、开发、质检、测试、运维全领域的应用，并且也在探索构建研发智能体，探索端到端的 AI 赋能。

【提问 7】浙商证券：我想请问一个关于资产质量的问题，贵行上半年房地产业不良率的下降比较明显，但租赁和商务服务业、制造业、批发和零售业等行业不良率均出现不同程度上升，请问领导如何看待其中的原因，以及后续如何展望下半年资产质量压力？

黄红日副行长：2025 年上半年，民生银行积极应对外部形势变化，强化信用风险管理，加大不良资产清收处置力度，资产质

量总体保持稳定。截至 6 月末，集团不良贷款额 660.52 亿元，比上年末增加 4.42 亿元；不良贷款率 1.48%，比上年末微增 0.01 个百分点。

从业务板块分布情况来看，新增不良贷款主要来源于小微和零售类贷款，6 月末小微和零售类业务（含信用卡）不良贷款额 329.29 亿元，比上年末增加 11.07 亿元，风险上升主要受部分小微企业经营承压、楼市尚未企稳、居民收入增长放缓等因素影响。

从行业分布情况看，公司类新生成不良贷款主要集中在租赁和商务服务业、制造业、批发零售业 3 个行业，主要受市场需求、行业竞争等因素影响。此外，我行持续加大房地产贷款风险化解力度，上半年房地产业不良处置同比增长，6 月末房地产业不良贷款额比上年末减少 51.12 亿元、不良贷款率比上年末下降 1.53 个百分点。

展望下半年资产质量，仍需重点关注对公房地产领域和零售类贷款的风险压力。我行将持续关注外部形势变化，积极采取各项措施提升风险管理能力，预计全年资产质量总体保持稳定。

【提问 8】网络征集：请介绍民生银行中期分红的相关情况。

李彬副行长：我在这里向大家报告一下本行 2025 年度中期利润分配预案，综合考虑监管机构对资本充足率的要求以及本行业务可持续发展等因素，本行拟向股权登记日登记在册的 A 股股东和 H 股股东派发现金股利，每 10 股派发现金股利人民币 1.36 元（含税）。有关分红时间安排请大家关注近期的公司公告。