

# 银行鏖战移动端 手机银行升级路向何方？

本报记者 张漫游 北京报道

手机银行作为重要数字化展示窗口及获客入口,已不再是简单的金融工具,背后比拼的是银行综合服务能力。

## 手机银行升级频繁 客户下沉持续深入

手机银行的升级也使得银行的客户下沉度提升,进一步助力银行零售业务布局。

据记者不完全统计,截至4月13日,发布2022年业绩报的上市银行中,有10家银行提到在2022年升级了手机银行,包括4家国有银行、4家股份制银行,1家城商行和1家农商行。

在2022年对手机银行进行升级的银行机构不止这些。易观千帆用户体验分析系统数据显示,截至2022年12月,手机银行App版本迭代次数共计529次。2023年一季度至今,已经有中国邮政储蓄银行、中信银行、北京银行等多家银行对手机银行进行了升级。

升级后的手机银行给银行经营带来了诸多便利和提升。从上市银行的具体表现看,如交通银行数据显示,截至2022年末,手机银行月度活跃客户数(MAU)为4548.33万户,全年增长19.35%;光大银行数据显示,截至2022年末,手机银行缴费直联用户为1.53亿户,比2021年末增长44.91%;直联月活用户为2140.41万户,比2021年末增长20.35%。

银行离柜率也随之提升。如兴业银行数据显示,截至2022年末,手机银行月活客户数同比增长34%,网络金融柜面替代率达96%。此前,中国银行业协会发布的《2022年中国银行业服务报告》显示,2022年银行业金融机构离柜交易笔数达4506.44亿笔。其中,离柜交易总额达2375.89万亿元,行业平均电子渠道分流率为96.99%。

截至4月13日,共有24家A股上市银行发布了2022年业绩报,其中10家银行提到在2022年升级了手机银行。手机银行升级的步伐仍在持续。2023年一季度,已经有中国邮政储蓄银行、中信银行、北京银行

因此,手机银行亦成为银行布局零售业务的重要依托。易观分析金融行业高级咨询顾问苏筱芮告诉记者,银行发力升级手机银行App,主要源于银行零售业务对营收、盈利的贡献不断提高,尤其是增加高频类生活场景,其拓客及价值挖掘逐步成为各银行机构持续深化零售业务数字化转型的核心抓手。

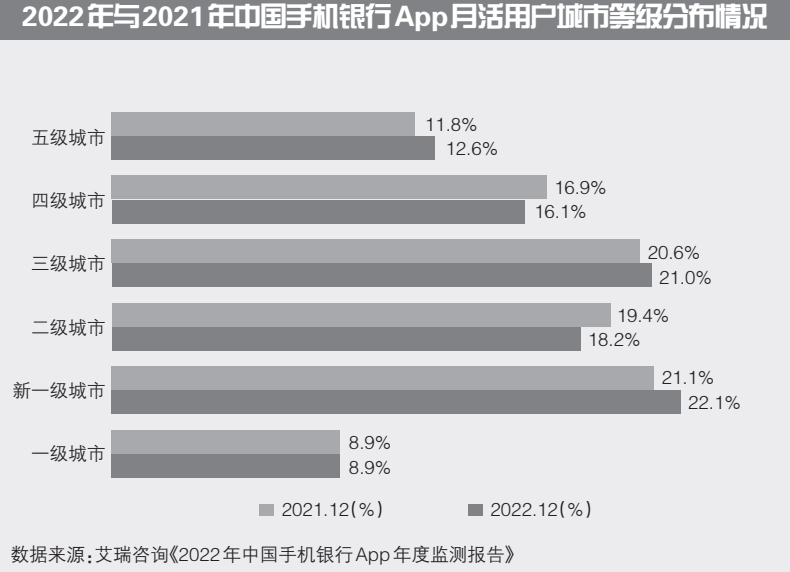
从银行实践看,截至2022年末,农业银行掌上银行交易金额达77.3万亿元;邮储银行手机银行交易金额达14.65万亿元,同比增长12.35%;中国银行手机银行交易额达46.73万亿元,同比增长18.67%;建设银行70%以上的理财产品、80%以上的基金、90%以上的贵金属交易均可在手机银行上完成;青岛银行手机银行渠道理财产品销售总额达4349.68亿元,手机银行渠道理财销售笔数在全渠道占比达92.69%,较2021年同期提升2.69个百分点。

“在科技创新应用驱动叠加疫情影响下,客户需求及行为加速线上化、线上金融服务需求显著提速,因此,通过手机银行App切入客户高频消费的生活类场景,成为银行提升服务客户质量的主要思路。”苏筱芮表示。

手机银行的升级也使得银行的客户下沉度提升,进一步助力银行零售业务布局。

记者注意到,多家银行在升级手机银行时增加了适老化服务。基于

等多家银行对手机银行进行了升级。《中国经营报》记者梳理发现,近期手机银行升级的方向主要是通过“数字化+智能化”手段,赋能实现精细化、差异化、轻质化的用户体验。



此,手机银行在年长客群的下沉度逐渐增加。艾瑞咨询的调查显示,相较2021年12月,2022年12月手机银行用户年龄在40岁及以上的群体占比呈现增长态势,2021年12月41~45岁、45~50岁、51~60岁、60岁以上用户占比分别为11.3%、10.4%、10.0%和2.5%;2022年12月41~45岁、45~50岁、51~60岁、60岁以上用户占比分别为11.5%、10.7%、10.4%和2.8%。

同时,手机银行在区域层面的下沉度亦在提升。艾瑞咨询的调查显示,以2022年12月最新数据来看,相较2021年12月,新一线、五线城市的手机银行月活用户占比明显增加,新一线城市的手机银行月活用户占比从2021年12月的21.1%增长至22.1%,提升1%;五线城市的手机银行月活用户占比提升至12.6%。手机银行客群下沉趋势明显。

## 优化用户体验 手机银行“做减法+精细化”

数字经济时代,用户体验已经成为金融机构打造差异化的重要抓手。

手机银行的升级方向正在悄然发生变化。经过梳理不难发现,近期手机银行的升级换代存在一个共同特征,即“做减法”,强

用户95%日常金融需求。

根据中国金融认证中心(CFCA)发布的《2022中国数字金融调查报告》(以下简称“《报告》”),手机银行2021年用户比例为81%,2022年提升了5%;但使用频率有所下降,每周至少使用一次的用户为43.1%,较2021年下降8.4%。手机银行“过重”便是原因之一。

《报告》指出,目前,手机银行存在的占用内存、担心安全和系统运行不稳定等是典型痛点表现。24.4%的用户认为手机银行App占用内存较大,手机银行功能不再局限于文字、图片呈现,动态图片和视频形式越来越多,大量复杂的功能组件导致App越来越臃肿。“00后”用户也都在访谈中表示,因部分手机银行App占用内存较大,他们会选择使用该银行的小程序查询账户明细。因此,业内人士认为,手机银行“做减法”势在必行。

将手机银行做“轻”,是银行满足用户体验的表现之一。数字经济时代,用户体验已经成为金融机构打造差异化的重要抓手,一些大型金融机构甚至将用户体验视为制定长期战略或进行常规产品开发的核心要素。

易观千帆分析认为,随着用户体验的全面数字化和精细化,用户体验渗透到了品牌与消费者的每一次沟通、购买和服务中,贯穿于消费者的整个消费旅程中。因此,对于银行而言,基于更加个性、简洁、快速的用户体验反馈,能够更敏捷地响应,通过具体手段,尽快消除用户的负面体验,通过对用户体验的全面感知,不仅

能在用户的不满和抱怨情绪扩大前进行快速干预和解决,还能基于用户体验反馈数据,驱动企业内部产品研发、管理流程等组织制度的优化调整。

基于这一考虑,手机银行在升级过程中更注重通过智慧化赋能,增强用户的差异化体验。如工商银行手机银行8.0全新推出了“发现”页签,被认为是该行手机银行智能化能力再进阶。“发现”页签是依托客户画像、行为偏好等6个维度的大数据洞察,精准展现专属于每一位客户的产品、功能、场景、活动与信息,实现“千人千面”与个性定制。民生银行创新推出的手机银行7.0版,也打造了智慧型的手机银行,新版手机银行洞悉客户感受,推出智能收支,不断完善交易明细智能标签,打造站式智能搜索服务,提供实时资产查询,以丰富多样的智能化服务,赋能广大用户的美好生活。

谈及下一步手机银行升级的方向,苏筱芮认为,一方面需要持续在场景营销领域积极探索创新,增强手机银行的互动性,提升营销活动效果,促进流量转换;另一方面还需要注重以用户为中心,不断改善和优化用户体验、升级交互功能、开放场景生态,促进用户忠诚度及转化率的提升。

“银行均拥有海量用户,尤其是大型银行,在手机银行的运营上具有规模化优势。”零壹研究院院长于百程表示,接下来,如何进一步了解用户,通过数据分析和运营激活存量用户,转化成活跃用户,促进业务增长,是各家手机银行运营的重点。

# 资产规模突破15000亿元 徽商银行书写高质量发展新篇章

## 统筹安全发展 主要经营指标稳中向好

2022年,面对严峻复杂的经营环境,徽商银行始终坚持稳字当头、稳中求进,全力服务实体经济,着力防控金融风险,统筹推进发展、转型、创新工作,经营业绩亮点纷呈,发展质量稳步提升,在建设优秀地方主流银行新征程上迈出坚实步伐。

2022年徽商银行资产负债规模稳定增长。截至2022年末,该行资产总额达15802.36亿元,比

上年末增加1965.74亿元,增幅14.21%,其中客户贷款及垫款总额为7643.09亿元,比上年末增加1095.14亿元,增幅16.72%。负债总额为14574.14亿元,比上年末增加1852.68亿元,增幅14.56%,其中客户存款总额为8941.56亿元,比上年末增加1254.88亿元,增幅16.33%。

2022年,徽商银行核心盈利能力持续增强。截至2022年末,该行

实现净利润136.83亿元,比上年同期增加18.98亿元,增幅为16.11%;营业收入为362.3亿元,较上年同期增加7.16亿元,增幅保持稳定;平均总资产收益率达0.92%,平均净资产收益率达12.77%。

在保证经营质效的同时,徽商银行坚决守住不发生系统性风险的底线。

2022年,徽商银行以守住资产质量为底线,增强风险意识和

责任意识,努力提升风险管理能力。出台全面风险管理提升方案,落实集团风险并表管理,开展“两稳一促”专项活动,加强互联网贷款、非信贷资产、小企业客户风险管控,统筹抓好信访维稳、安全生产、意识形态等领域工作。建立健全数字化风控体系,强化全机构、全业务、全流程、全类别风险管控,保障各类风险总体可控。2022年,该行不良贷款拨备

覆盖率为276.57%,风险抵补能力持续增强。

在不懈努力之下,截至2022年末,徽商银行不良贷款规模、比率实现双降,分别为113.6亿元、1.49%,较2022年初下降2.99亿元、0.29个百分点。资本充足率为12.02%,一级资本充足率为9.53%。核心一级资本充足率为8.6%,资本充足水平持续满足监管要求。

## 加码科技创新 业务发展再上新台阶

2022年,徽商银行积极融入数字化发展浪潮,加快数字化转型,多点发力促进高质量发展。一是以客户为中心,加快推进供应链、小微金融、个人信贷等业务在线化,促进科技与业务相融合,提供更加灵活和多样化的投融资服务,提升客户体验。二是加快数字化风控体系建设,强化数据与风险管理的深度融合,在客户营销、业务

准入、授信评审、风险预警、风险化解处置等关键环节强化风险管控能力,提高风险管控的全面性、实时性、精准性。三是强化科技赋能,推动金融科技规划落地实施,推进一批重点科技项目群与关键项目建设,加强数据治理与应用,切实提升科技系统开发的自主可控能力。

在金融科技的助推下,2022

年,徽商银行强化条线协同联动,为客户提供全方位的综合金融服务,打造差异化竞争优势。

对公业务方面,徽商银行加快公司业务综合化经营。日均存款100万以上对公客户数较年初增加1723户,对公贷款客户数新增2812户,客户基础进一步夯实;保障产业链供应链稳定,核心企业客户同比增长35%;实现投行业务量1102.6

亿元,租赁资产为600.2亿元。

零售业务方面,徽商银行提升个人业务专业化服务。个人存款安徽省内市场份额再上新台阶,达9.32%。个人金融资产余额6499.3亿元,三代社保卡新增103.3万张,财富客户数新增16.1万户,个人客户基础愈加巩固。

同业业务方面,徽商银行深化同业业务专营化管理。利率债摊

余、市值专户产品累计余额886亿元,票据逆回购业务量613亿元,债券、货币基金日均投资规模600亿元,实现资产托管量9288.2亿元,为全行稳健发展提供了有力支撑。

展望2023年,徽商银行仍将狠抓基础管理和改革转型,坚持不懈增强可持续发展能力,坚定不移坚持数智领航、守正创新,护航业务发展再上新台阶。

## 深耕主责主业 服务地方彰显新作为

2022年,徽商银行立足安徽大局,坚持“服务地方经济、服务中小企业、服务广大民众”的市场定位,把发展的着力点放在服务实体经济上,加大有效信贷投放,助力地方经济建设。

创新开展科技金融服务。2022年,徽商银行深入贯彻国家创新驱动战略部署,紧紧围绕长三角一体化、G60科创走廊及自贸区建设,主动作为,聚焦科技型企业,通过产融结合等方式,打造科学高效的科技金融服务体系。截至2022年末,该行科技型企业贷款余额达585.30亿元,较年初净增146.33亿元,增幅33.33%;科技型企业贷款

客户数量达4306户,增幅28.42%。

推动绿色金融业务发展。徽商银行充分发挥综合金融优势,建立健全涵盖绿色信贷、绿色债券、绿色投资等多层次、广覆盖的绿色金融产品谱系,加大绿色产业支持力度,为安徽省经济社会发展全面绿色转型区建设提供强有力的金融支撑。截至2022年末,该行绿色信贷余额合计545.76亿元,较2021年末增加223.96亿元,增幅69.59%。持有非金融企业绿色债券投资余额11.89亿元,较年初增加5.78亿元,增长94.58%。

积极助力企业纾困解难。截至2022年末,徽商银行国标小微企

业贷款余额3146.19亿元,较年初净增585.78亿元。其中单户授信1000万元及以下普惠型小微企业贷款余额1045.55亿元,较年初净增216.5亿元,增速26.11%;户数17.57万户,较年初净增4.8万户;贷款加权平均利率较2021年下降0.28个百分点。

助力产业转型升级。徽商银行促进制造业提质扩量增效,2022年末,制造业贷款余额846.8亿元,较上年末新增150.6亿元。

推进政银务实合作。2022年末,徽商银行基础设施、重大项目贷款余额分别为1940.3亿元、314.2亿元,新增638.3亿元、99.1亿元。

赋能县域经济高质量发展。截至2022年末,徽商银行县域机构贷款余额达2001.8亿元,较年初增加422.8亿元。

回顾过去一年,硕果累累;展望新的一年,百尺竿头,更进一步。2023年,是徽商银行推进落实五年战略规划承上启下的一年,是坚定推进创新驱动的攻坚年。

未来,该行将以“五个全力服务”为经营主线,倾力支持安徽经济社会发展,用心用情服务实体经济。一是积极融入安徽创新型省份建设,围绕科技创新、制造业强省等领域,以“综合化、专业化、链条式”服务为抓手,持续加大债

券发行与承销力度,全力服务“创新安徽”;二是聚焦城市功能质量活力提升、线上线下普惠金融等重点任务,发力城市、县域两个市场,全力服务“共进安徽”;三是丰富绿色金融产品谱系,加大传统产业技改、清洁能源、生态修复等领域的信贷投入,树立绿色经营理念,全力服务“美丽安徽”;四是围绕长三角一体化、安徽自贸区建设,发力园区金融和跨境贸易金融服务,促进省外分行稳健发展,全力服务“开放安徽”;五是以“全金融资产管理”为主线,聚焦财富和个人资产业务,全力服务“幸福安徽”。 广告