

# 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。

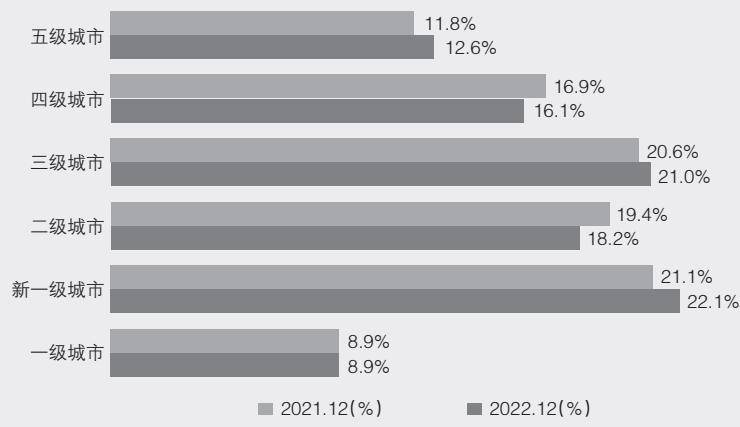
升级后的手机银行给银行经营带来了诸多便利和提升。从上市银行的具体表现看,如交通银行数据显示,截至2022年末,手机银行月度活跃客户数(MAU)为4548.33万户,全年增长19.35%;光大银行数据显示,截至2022年末,手机银行缴费直联用户为1.53亿户,比2021年末增长44.91%;直联月活用户为2140.41万户,比2021年末增长20.35%。

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

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。

2022年与2021年中国手机银行App月活用户城市等级分布情况



数据来源:艾瑞咨询《2022年中国手机银行App年度监测报告》

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

此,手机银行在年轻客群的下沉度逐

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。

工商银行在升级手机银行8.0时,强调把服务做“轻”,金融体验更轻简。以系统更轻、交互更简、功能更精、服务更柔为目标,通过7大类38个栏目100余项常用功能的“精装修”,核心高频交易响应效率提升超过20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内完成;创新应

用可信环境识别,在保证安全的

前提下精简安全校验环节,给用

户旅程“做减法”,核心高频交

易响应效率提升超20%。

建设银行在推动手机银行迭

代升级时,也强调以“至简”理念

设计手机银行用户旅程。据了

解,该应用启动时间较手机银行

5.0减少约20%;操作流程进一

步简化,实现高频重点功能3步进

入,任务流程5步内