

编者按：年初，央行印发《金融科技发展规划（2022-2025年）》，要求高质量推进金融数字化转型。对金融业而言，构建以数据为中心的现代金融服务体系，是数字经济时代的要求，从这个意义上，金融业其实也是IT业。将于12月举办的第八届北京金融论坛，据此以“金融数字化拾级而上”为主题，而北京商报也将推出同主题的系列策划报道，聚焦金融数字化的底层技术、应用场景和数字程度。

手机银行App是银行构建数字化平台的核心渠道入口。当前，手机银行已处于“百家争鸣”的状态，国有银行、股份制银行依托资源优势不断完善基础功能、提供综合化服务，地方城商行立足所在区域特色尝试提供更加差异化的服务。各家银行如何在日益激烈的市场竞争中觅得优势、占领先机，如何基于用户需求删繁就简、优化布局，如何挖掘细分赛道提供更加个性化、精细化的创新服务，值得探究。

为此，北京商报记者选取行业内极具代表性的20家银行，在10月24日和10月30日期间集中对其旗下手机银行App进行测评，试图通过操作体验、产品功能、人性化关怀和创新发展四大维度的分析，总结各家银行手机银行App的共性和个性、优势与不足，并提出建议供业内参考和借鉴。

### 【测评手机银行App样本】

国有银行（6家）：工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、邮储银行、交通银行

股份制银行（10家）：招商银行、平安银行、兴业银行、光大银行、中信银行、浦发银行、华夏银行、民生银行、渤海银行、浙商银行

城商行（4家）：北京银行、江苏银行、上海银行、宁波银行

操作使用较为流畅 部分智能客服答非所问

随着App的不断迭代更新，手机银行操作流畅度、互动体验感均有所提升。迭代更新后，目前，各家银行手机银行App登录方式更加快捷、界面删繁就简更加优化、智能客服互动体验更为流畅。

从登录方式来看，目前20家手机银行App均支持刷脸、指纹、手势等登录方式，用户任选其中一种方式便可快捷登录，减轻了用户原有需多次输入密码的登录负担。

登录后的主界面布局及常用功能陈列直接影响着用户使用手机银行时的感受。部分手机银行App已在首页界面设置自定义功能，可在现有功能选项中直接移除或添加某项功能。

不过，整体来看，现阶段提供定制首页内容的手机银行仍是少数，20家银行中尚有13家银行App不具备首页定制功能。在首页常用功能呈现上，部分银行重复子项较多，个别银行首页布局过于繁杂，导致常用功能通常被积分活动、产品推荐、生活服务、指数行情等推广内容所掩盖。

智能客服作为用户使用手机银行遇到问题时最为便捷的求助渠道，其使用的可得性及交互的顺畅度无形中影响着App的活跃度。从20家银行手机App来看，目前各家银行均设有专属智能客服，通常置于首页搜索栏旁或在首页单独设置客服按钮，比较显著。不过，从交互的顺畅度来看，多数银行App智能客服依然不够“智能”，仅能回复较为基础的问题，对于部分较为时新的问题仍存在答非所问的情况。

例如，多数手机银行App输入转账或转人工服务后，智能客服能够直接跳转至相关界面，但当输入“数字人民币”时，部分银行智能客服回复的却是“信用卡购汇还款介绍”或“个人结汇的渠道”“查询外汇牌价”等无关内容。

在易观分析金融行业咨询顾问王紫玉看来，随着银行数字化转型迈向纵深发展，银行纷纷上线智能客服服务，不过，目前手机银行智能客服回答问题较标准化，无法针对用户个性化的问题进行解答，常常出现答非所问的情况，后续仍需加强智能回复匹配度。

### 基础功能较为完善 生活服务仍需拓展场景

近年来，手机银行已成为用户办理银行业务的主要渠道，存款、贷款、理财、信用卡作为银行的日常业务，目前20家银行的手机银行App均设置了对应功能且较为完善。不过受制于规模体量及业务覆盖面等因素，各家手机银行具体业务功能下所呈现的产品种类及数量略显参差不齐。

目前20家手机银行App均设有存款专区，提供的产品种类大同小异，主要涵盖定期存款、大额存款、结构性存款及特色存款，产品的展示介绍较为详尽。

不过，贷款方面，多数手机银行App贷款专区提供的产品种类较少，功能服务较为欠缺。部分银行无贷款产品介绍，需填写申请内容后才可查询具体的产品费率，或具体产品信息在手机银行上无法全面查看。

“各家银行不断创新线上贷款产品，但在操作上，不少银行仅仅是把线下贷款业务进行线上无纸化改造，提交资料及申请流程还需网点办理。”王紫玉认为，银行还需发力线上信贷业务，借助金融科技，实现“申请→审批→放款”的全线上模式，同时，加强风控管理，防范信贷风险。

作为银行财富管理重要组成部分的理财产品，在呈现方面，各家手机银行App分化较大。整体来看，国有银行及股份制银行通过代销旗下理财公司及其他行理财公司发行的理财产品，理财专区的产品种类及数量相对丰富，而城商行理财专区产品则相对稀缺，在产品展示方面，个别银行手机App理财专区销售理财没有相关产品的净值波动曲线及历史收益展示。

场景化的生活服务成为银行传递品牌价值、增强用户黏性的重要途径。部分银行通过整合旗下App构建了相对多元的场景服务。而大多银行由于场景消费较为单一、合作商家较为稀少，生活服务专区提供的服务则较为局限，仅提供生活缴费、电影票、美食等基础服务。

零壹研究院院长于百程认为，数字化具有规模效应，国有大行、股份行的规模大、用户基数大、全国分布，在App推进上更加积极和领先。区域性银行则以本地服务为主，自身的产品丰富度有限，通过在App引入各类产品，则可以借此弥补产品丰富度的不足，发挥了App的线上优势。

### 适老化版本成标配 专属产品供给尚待丰富

移动支付在便捷生活服务的同时，却为部分“银发一族”使用带来障碍，为缩短老年人群体存在的数字鸿沟，使其也能享受到便捷的金融服务，20家银行手机银行App迭代更新的同时，也在持续优化适老化服务。

相较于标准版，20家手机银行App的适老化版本均设置了大号的字体，界面较为简洁、常用功能较为突出，部分银行还提供“一键求助”、远程视频功能，方便老年群体办理业务。

一般手机银行App默认的版本为标准版，需用户自行切换至适老化版本，因此版本切换入口的明晰度是便捷老年群体使用的关键。目前大多数手机银行App的适老化版本切换入口设置较为明显，通常置于首页搜索栏旁，以双箭头标识或“版本切换”字体显示，另有部分银行则是将切换入口设置在右上角“+”号下。不过，尚有个别银行存在版本切换入口设置较为复杂的情况，需要点击“我的”中的设置才可发现版本切换入口。

放大字号、加宽行间距、减少低频使用功能，使得20家手机银行App界面适老化版本更为友好。在适老化版本主题下，手机银行App精简主页所呈现的功能，保留了账户查询、转账汇款、存款、理财、充值缴费等老年群体常用功能，其余功能均隐藏在“全部”功能之中。在具备常用功能的基础上，部分银行还设置了养老金、电子医保、科普资讯等专区。此外，为降低老年群体的学习成本，个别手机银行App还提供适老化版本使用指南。

在标准版的基础上，部分手机银行App适老化版本还提供“一键求助”、远程视频等服务。例如，邮储银行“大字版”模式、华夏银行“关怀版”、宁波银行的“关爱版”，均可通过页面中的“一键求助”直接转入“电话客服”。而光大银行“简爱版”还提供了视频服务功能。

虽然20家手机银行App适老化版本在页面设置及辅助功能上相对比较完善，不过，在老年群体专属产品供给方面则较为匮乏，仍需补充完善。目前，大多数手机银行App适老化版本仅是标准化版本的简化，产品供给与陈列与标准化版本下的产品并无二致，仅个别银行设置了养老专区，提供少量的养老存款或基金产品。

### 构建财富管理生态圈 优化业务创新空间

当前，手机银行App的竞争日益胶着，在基础功能优化的前提下，多家银行正寻求创新发展，通过构建并开放场景生态，提升业务的丰富度，进而增强用户的使用黏性。

作为数字人民币指定运营机构的工商银行、农业银行、中国银行、建设银行、交通银行、邮储银行、招商银行和兴业银行均在手机银行App上线了数字人民币专区。部分非指定运营机构，如民生银行、浙商银行、北京银行、江苏银行等手机银行App也设置了相关运营专区，通过与指定运营机构合作为用户提供服务。不过，整体来看，具备数字人民币专区的银行仍是少数。

财富管理作为银行业务的“第二增长曲线”，围绕相关业务部分银行正在深度整合内外部资源，试图构建大财富管理生态圈，手机银行App中的财富管理直播间就承载了这一使命。测评发现，8家银行的手机银行App均开通了直播业务，不过受制于资源渠道等因素，各家银行直播间丰富度差异较大。整体来看，开设直播间较早的银行，直播专区内容相对丰富，依托旗下财富管理中心人员以及与基金公司、证券公司合作提供相关财富管理知识或对未来市场行情的分析。

围绕财富管理业务，多数手机银行App除提供本行公告内容外，依托公开媒体报道为用户提供资讯行情等服务。同时部分银行手机银行App形成了与其他渠道的联动。例如，农业银行手机银行App中就与农银理财、农银汇理基金等旗下订阅号形成联动，兴业银行手机银行App则与兴业基金、兴业证券、兴银理财形成关注互动。

为进一步增强与用户的互动性，平安银行、浦发银行等个别手机银行App开始尝试设置话题让用户参与投票。不过，目前手机银行App的话题设置尚处于探索阶段，设置的多为封闭式话题，选项通常为“是”或“否”，仅起到参与作用，不利于更层次地了解客户，后续可结合购物节等活动场景设置消费金额选择，以便通过话题参与更了解用户。

## 手机银行将成长为超级App

从测评结果来看，招商银行、光大银行、兴业银行、工商银行、中国银行手机银行App客户体验、内容丰富程度、适老化改造、内容创新等层面均表现优异，在参与测评的20家银行App中占据领先地位。华夏银行、渤海银行、浙商银行等则需在手机银行创新发展方面发力，多增加一些话题设置和财富直播、资讯等内容，以提升App的活跃度，宁波银行、北京银行、上海银行等则需充实旗下业务产品的种类及数量，通过自研或代销等方式进一步提升产品丰富度。此外，各家银行均需在贷款、信用卡业务产品展示方面多下功夫，适老化服务方面可以借助个人养老金发展契机，进一步充实专属产品的供给。

手机银行作为零售业务最重要的触客渠道，提升其用户体验也就成为了实现用户价值增长的必然要求。王紫玉表示，商业银行创新金融产品，打造差异化竞争力的同时，持续优化迭代金融产品体验，才能更有利于促使用户持续地使用和留存，推动商业银行数字化转型发展。

“在数字经济时代，银行加速数字化转型步伐，手机银行是构建数字化平台的核心渠道入口，手机银行运营成果直接体现出银行的平台战略、技术、产品、品牌等各方面综合实力。”于百程认为，未来，手机银行会成长为超级App，集合银行所有的业务和场景，实现绝大部分业务均可线上办理。此外，手机银行各类业务也通过API等方式嵌入到各类外部场景中，实现业务的开放化。

北京商报记者 孟凡霞 李海颜