

本报记者 张漫游 北京报道

近日，中国工商银行、交通银行、浙商银行等多家银行对旗下APP进行了升级。

梳理发现，近期手机银行升级的方向主要是通过数字化赋能实现三方面功效，一是对实现客群的精细化、差异化管理，二是实现更敏捷化的操作，三是打造更人性化的服务体验。

“手机银行是商业银行构建数字化平台的核心渠道入口，并且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。”零壹研究院院长于百程认为，在数字经济时代，数字化促进了商业银行业务的在线化、自动化和智能化，能够提升用户体验，优化业务流程，利于产品创新，从而实现降本增效。

差异化、敏捷化、人性化

近日，工行发布了手机银行8.0版本。同期，交行发布了手机银行7.0版本，浙商银行将手机银行升级为5.1版本。

易观千帆用户体验分析系统数据显示，今年1月至10月，手机银行APP版本迭代次数共计496次。

“手机银行升级，是运用先进的数字技术提升客户的数字金融体验。”融360数字科技研究院分析师刘银平告诉《中国经营报》记者，银行要通过大数据得出客户画像，对客户进行分级分类管理，有针对性地对不同类型客户提供差异化服务。

以工行为例，该行手机银行8.0创设了“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，发现每一位客户的不同、每一位客户的潜在需求，并在海量的金融功能中快速地找到它们、聚合它们，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。

工行方面介绍称，为支撑起“发现”页签的功能，该行同步推出的企业级数字化运营平台“知客”，通过1.7万个页面埋点、每日300亿条的大数据分析，实现对客户行为和所需的毫秒级响应；通过智慧大脑与全旅程引擎的密切配合，以每年数十亿次的计算，输出上亿套旅程方案，为客户提供高互动、全旅程、陪伴式服务。

“通过升级，手机银行产品分类、页面布局更加合理，线上操作更加便捷，提升客户使用效率，节约人工及客服成本。”刘银平说。

“轻松一点”是交行此次手机银行升级的设计理念。7.0版本对网点、客户经理和客

服团队的线上化实时服务能力赋能升级，将原本线下网点才能办理的业务搬到了线上。通过“屏对屏”的方式达成“面对面”效果，全方位满足客户通过手机银行进行咨询、沟通、交流、交易等非接触服务需求。

工行此次手机银行升级亦提到了把服务做“轻”。具体来看，该行是以系统更轻、交互更简、功能更精、服务更柔为目标，让手机银行8.0完成了轻量化提升，通过7大类、38个栏目、100余项常用功能的升级，核心高频交易响应效率提升超过20%。

另外刘银平认为，升级后的手机银行增加了新型服务，建立感情连接，为客户打造人性化的服务内容。

工行手机银行8.0再次强化“客群专属”理念。如面向Z世代，手机银行推出了青春版，以纯线上、高互动、绿色低碳、轻松有趣的方式建立情感连接；面向新市民，打造新市民专区，汇聚各类优质服务资源，提供医保凭证就医购药、社保卡申领补换、待遇资格认证等一揽子服务。交行手机银行7.0版本升级了养老专区，从全市场优选具有长期性、稳健性的养老投资产品；与行业优质机构联手打造了一站式养老服务，覆盖挂号问诊、远程医疗、居家健康检测等多项服务。

工行相关负责人认为，依托手机银行数字普惠的基因和能力，可以不断深化服务重心下沉，让金融科技发展成果更多、更好、更均等地惠及全体人民，无论老年人还是Z世代，无论新市民还是白领群体，都可以在手机银行找到自己的专属服务空间。

于百程认为，从手机银行的升级方向看，主要是不断围绕手机银行功能定位的升级，手机银行的定位逐步从简单的线上化渠道转变为用户运营平台和业务经营平台，逐渐成长为超级APP，集合了银行所有的业务和场景，几乎所有业务都可以在手机银行办理，其背后有强大的数字化系统提供支撑。

与客群实现场景共建

当前手机银行又一发力方向是加速场景化。

易观千帆分析称，当前主流手机银行APP提供的产品及服务已相对完善，同时不少银行通过发力场景生态建设和引入创新业务，打造全流程陪伴式服务。以手机银行为入口，探索新场景的同时，也带动了用户操作体验和黏性等的提升。

艾瑞咨询发布的《2022第三季度中国手机银行APP监测报告》（以下简称“《报告》”）指出，2022年第三季度中国手机银行APP用户分布下沉化，持续构建场景生

态。

按城市等级划分，2022年第三季度相较2021年第三季度，在新一线城市、四线及五线城市的用户比例有所攀升，呈现下沉化增长趋势。目前，各大手机银行APP推出助农版本，结合城乡居民和中小企业构建场景金融，提供普惠信贷服务。如截至9月份，农行掌上银行“乡村版”MAU达到1600万人，比上季环比增长80%，增速十分显著；中行结合“中国农民丰收节”开展“云赶集”活动，促进用户在APP购买惠农产品，以生活购物场景增加用户黏性，促进帮扶县农产品的经济发展。

同时，《报告》指出，2022年第三季度，城市地区的各大手机银行APP继续上线和更新功能区，尤其是2022年上半年我国居民储蓄创新高，各地政府为促进居民消费，纷纷出台利好消费的政策。各银行可利用消费券等方式深度结合居民高频生活场景，同时不断优化手机银行APP生活功能区的操作流程，联合加速场景生态的布局，不断提升用户使用频次并优化用户黏性。

工行相关负责人向记者透露，下一步该行将塑造全场景生态，打造“数字金融+数字生活+数字政务”一站式的服务生态。同时，该行还将塑造全客群服务，着重提升老年人、新市民、小微企业主、个体工商户、乡村农民等普惠群体的金融服务；实现全渠道触达，构建“线下+线上+远程银行+开放银行”的协同体系，使金融服务有效触达人民群众；落地全旅程陪伴，围绕客户资金管理价值链，深化账户服务、支付结算、财富管理、信贷融资等领域金融创新。

“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。”于百程告诉记者，“大行均拥有海量用户，在手机银行的运营上具有规模化优势。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。”

(编辑：朱紫云 校对：颜京宁)