

中国电子银行数字化升级白皮书

本产品保密并受到版权法保护

Confidential and Protected by Copyright Laws

Analysys 易观
你要的数据分析



分析说明

电子银行数字化升级的定义

- 电子银行利用更先进的信息技术（包括但不限于大数据、人工智能、云计算、区块链、物联网），重塑以“客户为中心”的创新金融产品、经营模式和业务流程。核心是分析和挖掘客户数据，从新定义客户旅程，构建整合线上线下载体体系，同时建立内部的配套支撑，为客户提供统一、顺畅和卓越的电子银行体验。

分析范畴及数据说明

- 充分依托Analysys易观的产业分析模型以及Analysys易观对银行数字化领域的深刻理解，深入分析电子银行数字化进程，包括电子银行发展现状、电子银行数字化诊断及洞见、电子银行数字化程度、电子银行数字化厂商分析、电子银行数字化发展趋势等内容。
- 分析内容中的一手数据和信息主要有两个来源：一是根据对电子银行的内部人士深度访谈，基于易观多年行业经验交叉验证得到的相关业务数据；二是易观自有产品包括易观千帆、易观方舟、易观万像。截止2019年3月31日，易观覆盖23.9亿智能终端以及6.05亿用户。

PART 1



电子银行业务发展背景及现状分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

- **电子银行业务**：是指银行通过面向社会公众开放的通信通道或开放型公众网络，以及为特定自助服务设施或客户建立的专用网络等方式，向客户提供的离柜金融服务。电子银行业务的种类有：电话银行、短信银行、网上银行、手机银行、微信银行。

About 电子银行



电话银行

电话银行通过电话这种现代化的通信工具把用户与银行紧密相连，使用户不必去银行，无论何时何地，只要通过拨通电话银行的电话号码，就能够得到电话银行提供的服务。



短信银行

短信银行是指客户通过编辑发送特定格式短信到银行的短信服务号码，银行按照客户指令，为客户办理相关业务，并将交易结果以短信方式通知客户的电子银行业务。



网上银行

又称网络银行、在线银行，是指银行通过Internet向客户提供开户、销户、查询、对账、行内转账、跨行转账、信贷、网上证券、投资理财等传统服务项目。



手机银行

是利用移动通信网络及终端办理相关银行业务的简称。手机银行业务不仅可以使人们在任何时间、任何地点处理多种金融业务，而且极大地丰富了银行服务的内涵，使银行能以便利、高效而又较为安全的方式为客户提供传统和创新的服。



微信银行

微信银行是指微信用户只需登录银行网站用手机扫描二维码，或者通过微信平台关注“XX银行电子银行”公众账号，即可使用该的微信银行服务。微信银行所提供的服务包括7×24小时人工咨询、自助查询和资讯获取等。

政策环境

- 近年来，央行下发了系列政策支持文件，**2014年**《关于手机支付业务发展的指导意见》；**2015年**《关于推动移动金融技术创新健康发展的指导意见》；**2017年**《关于落实个人银行账户分类管理制度的通知》；中国银联也于**2017年**发布《二维码支付安全规范》、**2018年**发布《二维码支付应用规范》等文件，电子银行的功能不断丰富，应用场景不断扩展。

经济环境

- 我国经济韧性强，城乡居民财富长期保持较快增长，由此将形成巨大的消费需求和金融服务需求。传统银行业务办理由于手续比较繁琐、等候时间长、受时空限制等弊端，对操作简易，而且不受时空限制全天候数字银行服务产生了迫切的需求。

社会环境

- 中国网民数量超过8亿，他们习惯于通过互联网获取信息、聊天与购物。
- 大多客户更密集地倾向于网上、手机银行查询及购买金融产品，导致客户的购买行为与决策点也发生了颠覆性的变化，产生购买决策的时间点已经大幅前移，在综合研究比较线上线下金融产品后才会接触银行并完成交易。

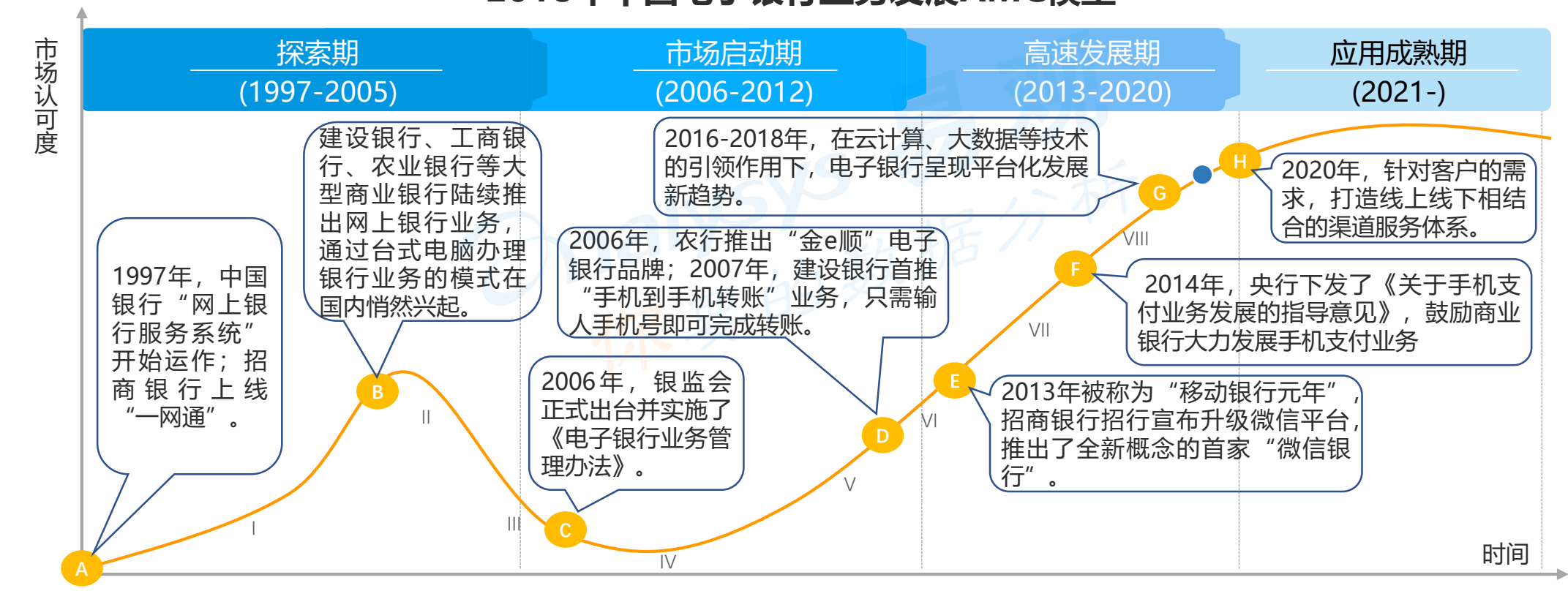
技术环境

- 大数据、云计算、人工智能、区块链、物联网等新技术的发展深刻改变着传统银行的创新思维与经营理念。在我国银行业转型升级如火如荼之时，金融科技在“重塑银行”过程中大有可为。电子银行作为科技含量较高的金融服务业态，是传统银行转型升级的重要体现。

信息技术变革伴随电子银行业务转型

- 在互联网技术不断发展的状况下，电子银行的发展也依靠技术支持而逐渐加快，尤其是大数据和云计算等先进技术的出现，极大地推动了电子银行业务的转型发展。

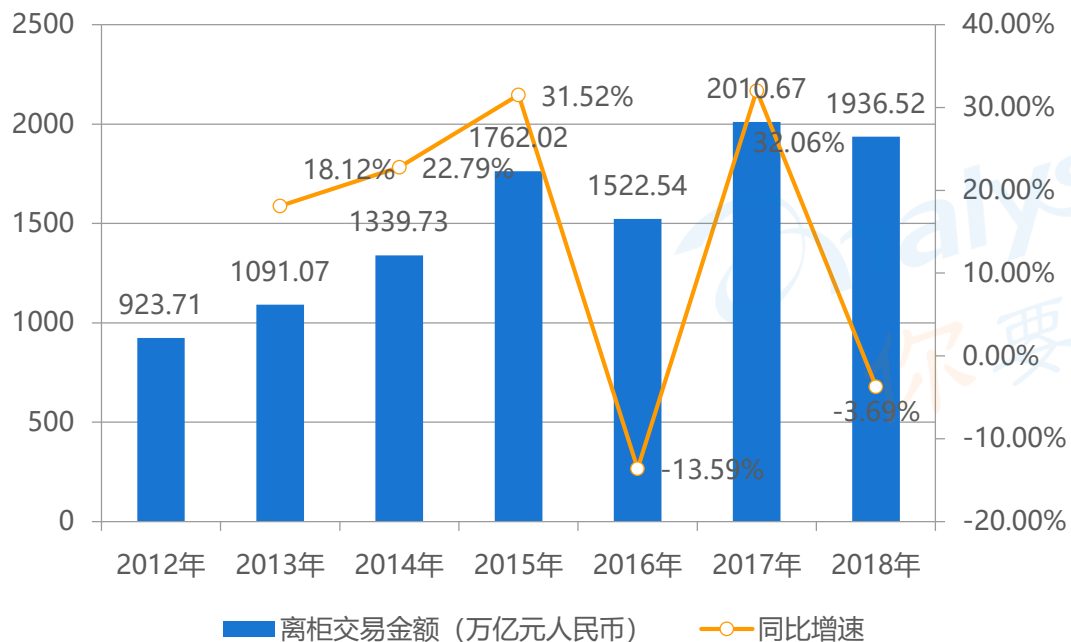
2018年中国电子银行业务发展AMC模型



电子银行逐步成为我国银行服务的主渠道

- 经过20多年的发展，为了创新银行的发展模式而出现的电子银行已经承担起了银行很大一部分的产品服务，正在成为银行业务开展的主要渠道。银行业平均业务离柜率由2013年的54.37%上升到2018年的88.67%。离柜交易额也由2013年的1091.07万亿元增长至2018年的1936.52万亿元。

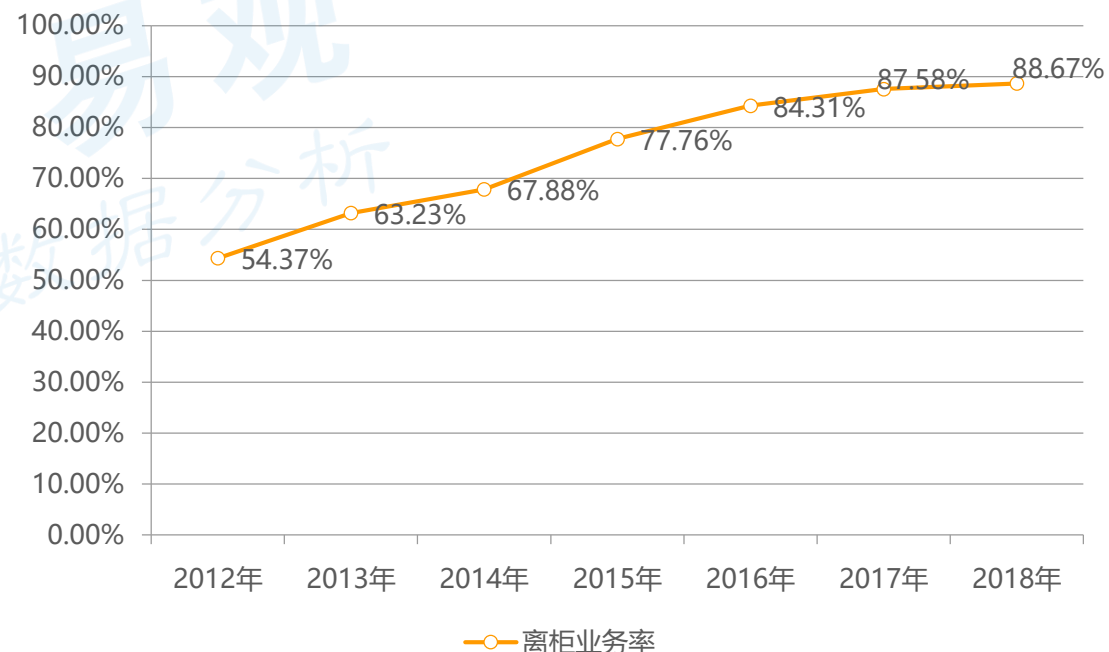
2012-2018年银行离柜交易规模及同比增速



数据来源：银行业协会·易观整理

www.analysys.cn

2012-2018年银行业平均离柜率



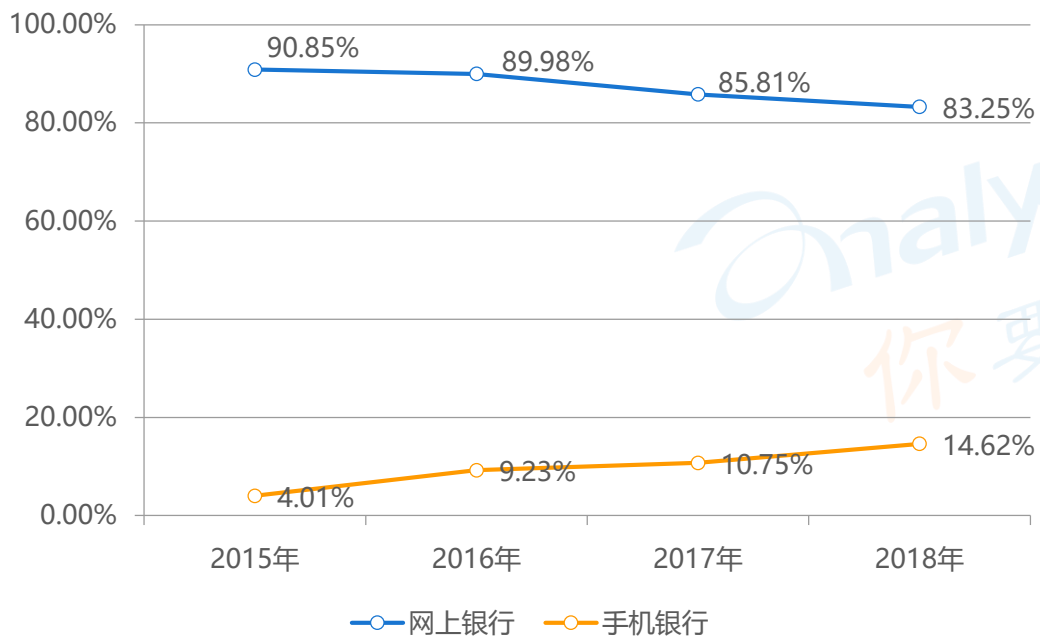
数据来源：银行业协会·易观整理

www.analysys.cn

网银占据主流，个人客户加速向移动端聚拢，首选手手机银行

- 通信技术的成熟应用和智能终端的广泛普及，使电子银行客户群加速向移动端聚拢，2015-2018年，全国手机银行交易额占整个银行离柜交易额的比例逐年上升，由2015年的4.01%上升到2018年的14.62%，随着手机银行功能的不断完善，现已成为个人用户使用电子银行渠道的首选。

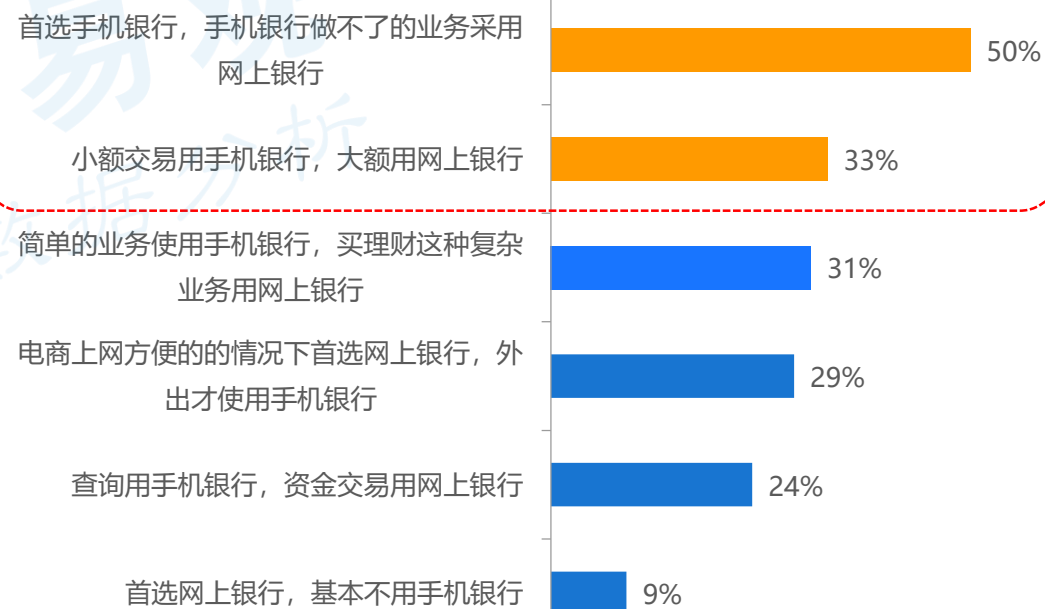
2015-2018年网上银行与手机银行交易规模占离柜交易规模的比重



数据来源：银行业协会·易观整理

www.analysys.cn

2018年电子银行个人客户行为习惯分析



数据来源：银行业协会·易观整理

www.analysys.cn

四大因素制约电子银行发展

电子银行发展 制约因素

客户行为模式变化对 IT技术产生新要求



客户瞬时高并发、多频次、大流量等使用行为模式对电子银行IT架构的交易承载能力、稳定性和安全性提出了更高要求。

创新服务长尾客户能 力需持续提升



将碎片化、分散化的客户需求聚集为市场规模，将新技术合理运用于小微客户的精准服务，是电子银行创新服务模式亟待解决的问题。

网络安全能力需不断 完善



银行作为客户账户和资金的直接守护者，在电子银行的系统安全防护、敏感信息保护、交易认证强度等方面暴露的问题不容忽视。

竞争替代凸显行业同 质化危机



在电子银行业务同质化严重的背景下，互联网金融、第三方支付、P2P、宝类基金直投产品等业务如火如荼的发展给电子银行带来了极大的冲击效应和替代危机。

PART 2



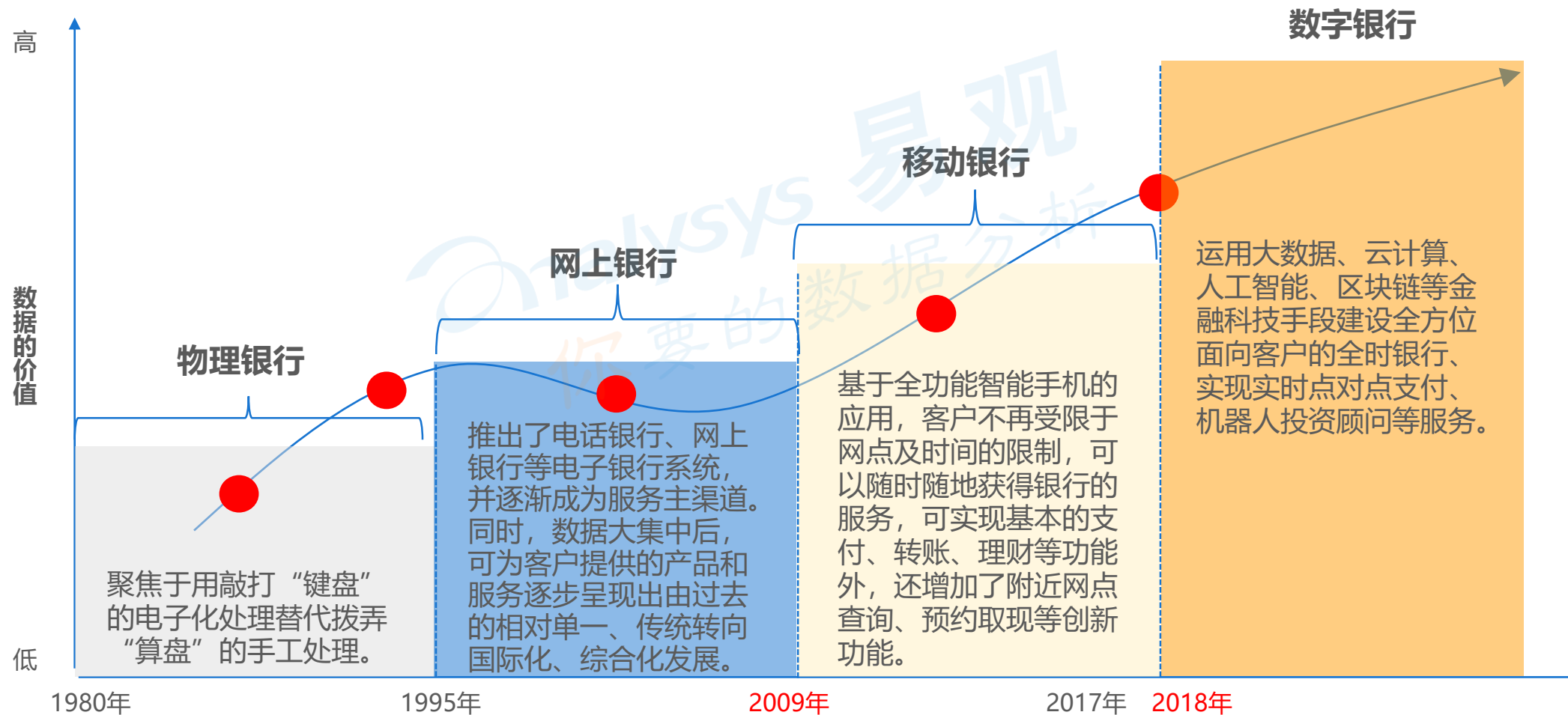
电子银行数字化诊断及洞见

© Analysys 易观

www.analysys.cn

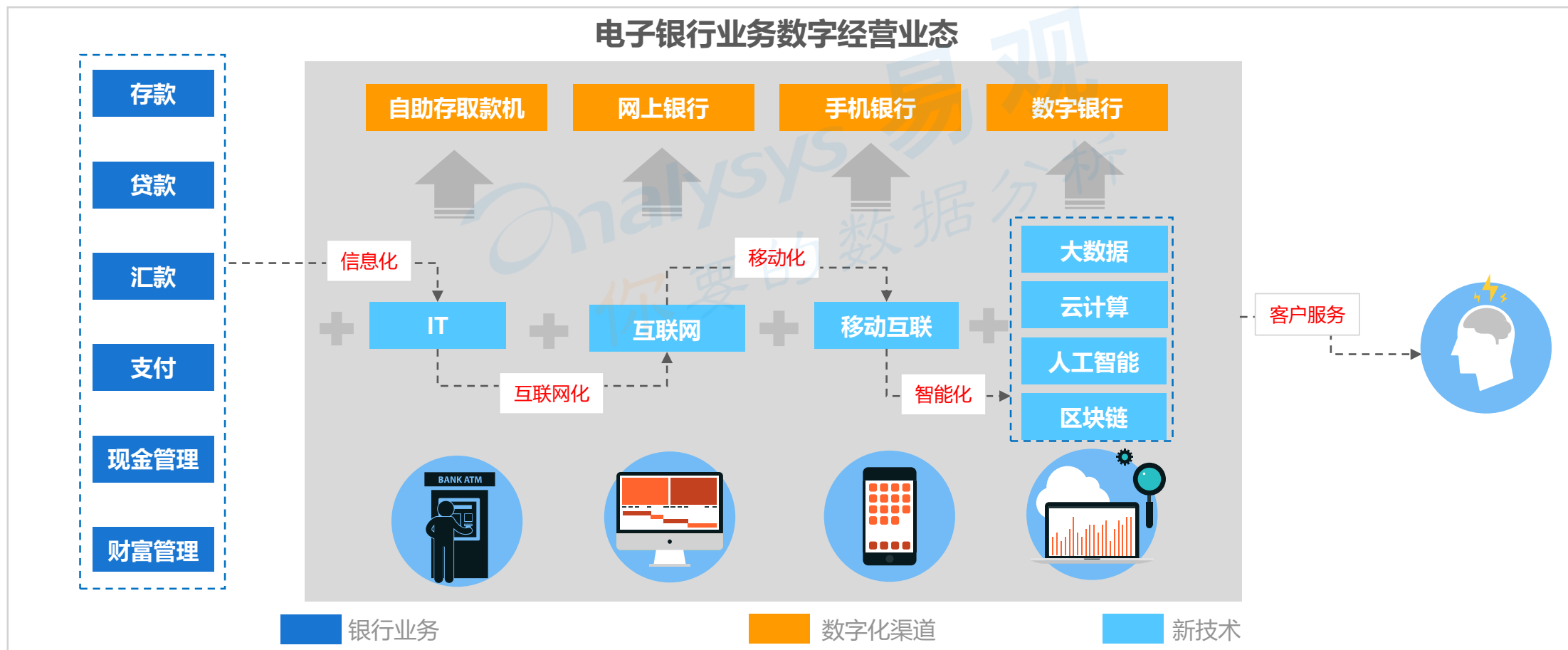
IT技术发展驱动电子银行业务数字化升级

- 技术是电子银行发展的基础支撑，随着 IT技术的快速发展驱动电子银行从最初的“物理银行”到“网上银行”之后，已经步入“移动银行”这一银行业态的3.0版，未来将驱动移动银行数字化升级，也就是电子银行业务的新4.0版——数字银行。



积极探路多渠道整合，重塑数字经营新业态

- 随着金融科技发展，为了寻求新的盈利增长点，商业银行纷纷开展数字化转型，从布局互联网金融到竞相发力移动金融，从线下产品到线上产品，从网上银行普及到手机银行建设，从被动提供服务到主动挖掘客户需求，意在为客户提供一体化全方位的数字化服务，确保各渠道任何触点客户体验的一致性和透明度，大幅提高客户服务效率，一改过去反应迟缓、渠道衔接不畅等不佳的客户体验。



基于移动端和互联网平台不断创新产品

- 随着用户不断向手机迁移，银行纷纷以手机为中心持续进行产品和业务模式的创新，运用互联网思维优化传统业务的经营模式，在信贷、财富管理、支付领域通过移动互联网技术持续进行客户服务模式创新。



信贷

电子银行融资产品以互联网消费金融和小微网络贷款为主，部分产品已实现全流程线上办理，并提供融资以外的增值服务，如资产负债表管理、现金管理等。



财富管理

电子银行理财产品已实现在网上银行、手机银行、直销银行、电商平台等线上渠道销售。并积极上线智能投顾服务，一键完成线上风险评估，提供定制化的基金、保险、贵金属等金融产品服务。



支付

在对公业务领域，通过移动互联网技术持续进行客户服务模式创新，依托电子银行平台，以移动支付为手段，延伸、拓展在企业业务中的应用场景，打造支付结算业务新生态。

加强新技术的探索和应用

- 随着金融科技时代的到来，电子银行业务纷纷拥抱以人工智能、大数据、区块链为代表的新技术。将新技术应用融入银行服务各个流程和环节,更准确地分析、把握客户的行为特征和感受，为客户提供高价值、个性化的超预期服务，建立与客户的良好互信关系，实现全方位获客。



中国工商银行
INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA

上线工商银行手机银行4.0，推动互联网金融战略智慧银行升级，推出新版工银e生活，完成统一APP云闪付建设，创新“工银小白”数字银行。



中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA

推出农业银行新一代智能掌上银行，增加指纹登录和二维码支付，为“惠农通”服务点打造专属手机移动客户端，上线采购、农产品信息发布、理财、贷款等产品功能。



Bank
中国光大银行

升级“随心贷”产品，嵌入多个生活场景，初步形成“金融+生活”一体化创新经营模式。



招商银行
CHINA MERCHANTS BANK

上线招商银行App7.0，持续推进移动端消费金融产品创新，提升流量经营和价值输出能力，开启“网点+App+场景”模式，打造线上线下一体化客户的经营模式。



中信银行
CHINA CITIC BANK

发布手机银行4.0，在业界首批实现自有APP支持银联二维码支付功能，扩大移动支付应用场景，提升客户体验。

搭建大数据系统平台，打造全场景的数据服务架构

- 行业领先的电子银行如平安银行、工商银行、民生银行均利用大数据智能分析处理能力，对客户进行深入分析，并在此基础上主动适应客户生活场景，建立主动型客户关系管理和立体式客户分层体系，实现全方位跟踪客户活动，主动营销和风险管控，敏锐洞察金融服务场景的变化，为客户提供全面的金融服务产品。

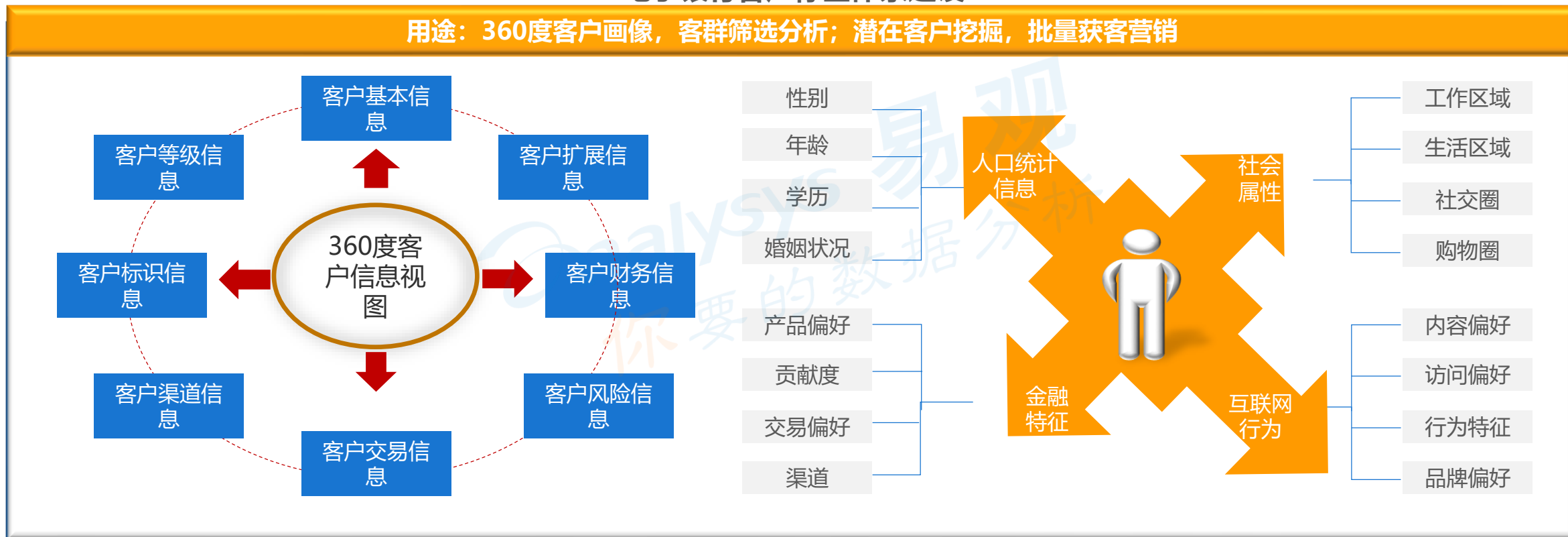


强化数字化洞察能力，360度客户画像，挖掘潜在客户

- 基于大数据技术，我国很多电子银行目前已在打造客户标签等方面取得了较为显著的应用成效，商业银行从360度客户画像，客群筛选分析；潜在客户挖掘，批量获客营销等方面着手强化自身数字化洞察能力。

电子银行客户标签体系建设

用途：360度客户画像，客群筛选分析；潜在客户挖掘，批量获客营销



大数据助力电子银行实现精准营销

- 大数据可以帮助电子银行在客户细分的基础上，精准判断客户需求，对不同客群进行精准营销，可以降低营销成本，提高营销转化率。电子银行还可通过客户筛选，产品及精准化营销方案提高交叉销售率，提升客户价值贡献。

基于大数据的电子银行精准营销方案

精准营销流程

1、客户类型切分

行内、行外客户 对公、零售客户

2、准入客户筛选

黑白灰名单分类初筛

3、客户信息整合及验证

错误信息验证 数据时效验证

4、客户及场景标签设定

行为标签 事件标签 偏好标签

5、精准营销模型设计

精准营销内部、外部模型

6、统一工作平台开发

营销推荐 准入判定 关联关系



交叉销售方案

设备触达

运营商触达

社交渠道触达

01.低风险理财客户

02.可以推荐客户购买理财产品

理财客户

风险偏好：低风险

活期/定期存款等级：中 (>=5万)

Analysys易观点评：客户标签越丰富、对客户偏好、投资态度、行为定位越准确，才能推荐更合适的产品，营销成功率越大

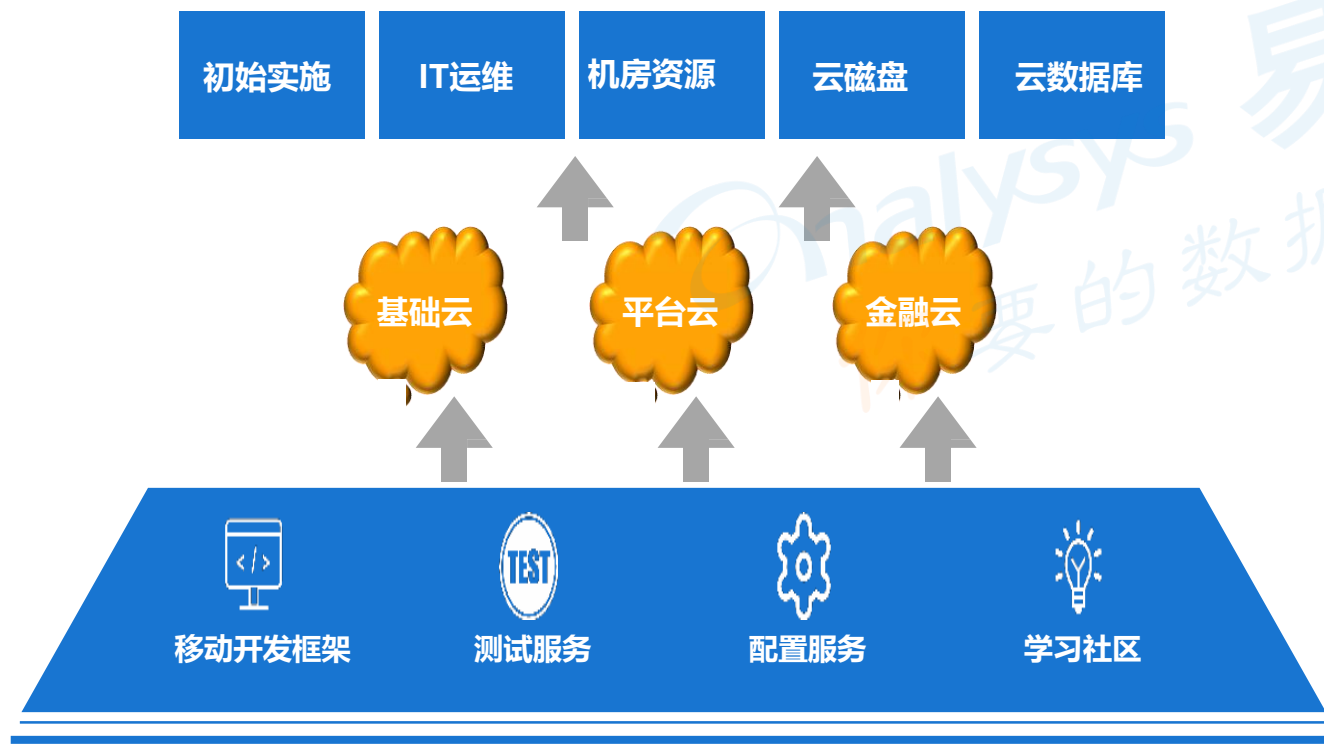
推荐客户购买低风险理财产品

03.可以推荐客户投资低风险产品

重视云端部署，探索电子银行数字输出新范式

- 技术进步与客户行为的不断变化对电子银行业务及运维系统高效敏捷运行提出了严峻挑战，为此电子银行开始高度关注分布式云计算架构下IT的发展与应用部署。实力较强的电子银行积极探索云端部署降低成本，快速提升数字金融能力；在技术成熟的条件下实现产品及服务的输出。

技术领先的电子银行打造移动金融开发服务云平台并技术输出



大大减少中小银行在电子银行业务上的财力投入。



帮助中小电子银行实现从传统IT向云计算的转变，缩短实施周期。



高可用、高稳定、强安全的数据存储能力方便电子银行根据业务场景实时进行调整。



7×24小时全方位金融级IT系统维护持续帮助电子银行进行风险监控。

布局AI，推进电子银行服务、产品的智能化转型

- 电子银行积极探索人工智能在智能核身、智能客服、智能销售等领域的应用，极大提升电子银行终端操作设备的智能化水平，推进，推进电子银行服务、产品的智能化转型。

人工智能在电子银行领域应用

1

智能核身：电子银行通过“人脸识别”、“指纹识别”等生物识别技术实现智能核实用户身份，应用在电子银行登录、转账、手机充值等场景中，提升交易安全及用户体验。

2

智能客服：借助智能机器人为客户提供标准化便捷服务，24小时实时在线满足客户需求。智能客服可以提高电子银行服务效率，节约人员成本，减少操作风险。

3

金融产品智能销售：根据投资者的风险偏好、投资目标等，运用智能算法及投资组合优化等理论模型，为用户量身定制投资规划。

人工智能在电子银行的应用及实践

电子银行人工智能实践



中国工商银行
INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA

工行电子银行新增菜单模糊查询、对公开户、人脸识别辅助开卡、安全介质管理等智能服务功能。



中国农业银行
AGRICULTURAL BANK OF CHINA

开展“自助智能语音导航+人脸识别”的掌上银行智能转账交易试点。



招商银行
CHINA MERCHANTS BANK

运用大数据与人工智能技术，打造契合国情的“人+机器”智能化投资模型。推出人工智能金融科技应用的招商银行App7.0。

推动线上线下渠道一体化发展

- 利用“金融+科技”的手段，电子银行在打造线上线下融合发展的服务体系方面已取得阶段性进展。通过打造APP版的“云银行”为主导方向，线上低成本获客，线下智能化服务，从而构筑起立足于普惠金融需求的社区化、商圈化和垂直化的生态圈。

01 网点资源丰富的大型银行

重点运用新技术改善线下客户体验，巩固物理网点布局广泛带来的竞争优势。如中国银行启动网点智能化升级建设。通过流程优化、产品创新、设备升级、数字媒体和新技术应用，为客户提供智能化的“一站式”服务。

02 技术领先的中大型银行

兼顾线上与线下的数字化转型，注重对跨渠道的数据整合。如招商银行APP6.0构建了“网点+APP+场景”模式，启动网点聚变项目，重新定位网点职能，并以招商银行APP为统一支撑平台连接客户经理、分行和场景，提供了客户经理连线、招呼服务号、分行专区、扫一扫等平台工具。

01 区域化的中小银行

更倾向与构筑线上优势，以弥补区域经营限制和综合实力的相对不足。如杭州银行加快推进线上线下融合发展，丰富线上服务场景，以线上申请、线下核验的模式推进零售普惠金融发展；大力推动线上服务渠道建设，重点发展移动端，稳步推进移动支付。

优化机构设置，推进电子银行数字化升级

- 为更好地实现电子银行产品创新与业务模式创新，向数字化银行转型，国内商业银行对机构设置进行了优化布局。

为整合线上线下渠道资源，实现线上线下的协同优势。如中国银行将网络金融部与渠道部门的线上部分融合，成立渠道创新部门，优化线上渠道管理。

渠道协同

业务统筹

总行层面设立网络金融部或电子银行部。如工商银行组建网络金融部，统筹全行网络金融业务发展与管理。民生银行成立网络金融部，通过互联网渠道拓展客户，拓展互联网金融产品。

跨部门支持

从管理层面设立金融科技管理部门，为电子银行数字化升级提供职能帮助。例如中国银行设立“金融技术创新办公室”、互联网金融委员会；工商银行设立“网络金融推进委员会”等。

PART 3



电子银行数字化程度分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

电子银行数字化标准评估体系：指标及权重说明

一级指标	权重	二级指标	权重	检查评估方法与说明
渠道数字化	35%	体验俱佳的电子渠道	25%	渠道数字化：体验俱佳的线上渠道（目前至少开通了一种体验较好电子银行渠道，包括网上银行、手机银行、微信银行的个人/企业版）、线上多渠道的整合（定义客户体验旅程、重新渠道定位、引导客户渠道迁徙）、线上线下渠道一体化（物理渠道智能化改造，线上线下多渠道联动）三大指标评估渠道数字化水平，评分越高表明电子银行能提供客户统一视图、统一成长体系和服务，一致的体验。
		线上多渠道的整合	55%	
		线上线下渠道一体化	20%	
运营数字化	45%	数字金融基础	25%	运营数字化：通过对数字基础能力（基于大数据、云计算、人工智能、区块链的探索与实践）、传统业务数字化经营（产品线上化、服务线上化、流程体系线上化、管理规范线上化）、互联网产品与服务创新（社交化获客/场景化创新、重视长尾，实现普惠、技术赋能业务创新、全面的风险管理）三大指标评估运营数字化水平，评分越高表明电子银行数字化运营程度越高。
		传统业务数字化经营	35%	
		互联网产品与服务创新	40%	
数字化生态及支撑	20%	生态圈建设	45%	数字化生态及支撑：通过对生态圈建设（合作赋能、生态赋能）、科技能力输出（开放API和其他关键技术、技术平台化）、数字化配套支撑体系（优化组织架构、绩效考核、人力资源、财务资源）三大指标评估后台数字化水平，评分越高说明电子银行支持内外部机构共同创新业务和产品的能力越强。
		科技能力输出	20%	
		数字化配套支撑体系	35%	

电子银行数字化标准评估体系：渠道数字化评估

二级指标	三级指标	权重	检查评估方法与说明
体验俱佳的电子渠道 (25%)	个人网银	15%	安全、便捷，可办理转账汇款、查询账户、网络支付与生活缴费业务
	个人手机银行	30%	智能显示常用功能、账户余额自动理财、公积金、年金查询；人脸识别、收支可视化分析、收益与手续费自动计算工具、特殊客户上门服务预约；风险账号转账提示跨行账户管理、无卡取款；可设置其他各个渠道限额安全锁
	企业网银	25%	智能显示常用功能、账户余额自动理财、授权手机审批功能；人脸识别技术、金融助手和银行资讯；收款方潜在风险提示、大额转账反复确认提示；资产收支可视化分析
	企业手机银行	20%	智能显示常用功能；人脸识别技术、账户余额自动理财、金融助手和银行资讯；收款方潜在风险提示、大额转账反复确认提示、纹登录/交易功能；资产收支可视化分析、U盾安装
	微信银行	10%	能查询银行账户、缴费、信用卡服务及投资理财
线上多渠道整合 (55%)	定义客户体验旅程	30%	清晰界定客户旅程，认清在不同环节下客户的需求是什么，不同客户对不同渠道的偏好如何
	渠道定位	15%	正确理解不同线上渠道的功能与体验特征，全盘考虑各客层的偏好、体验、价值、成本、服务特性等因素，在框架内形成最优的匹配方案
	引导客户渠道迁徙	55%	教育及引导客户向移动端迁徙，多推广手机银行功能信息，配合营销活动、激励计划，强化客户的使用意识
线上线下载体一体化 (20%)	物理渠道智能化改造	40%	网点智能化改造，不断增强面对面的服务体验，为线上应用的宣传和推广提供导向作用
	线上线下多渠道联动	60%	线上线下业务场景整合，联动布局，依靠交叉营销，打通线上与线下的连接通道，形成了金融服务闭环

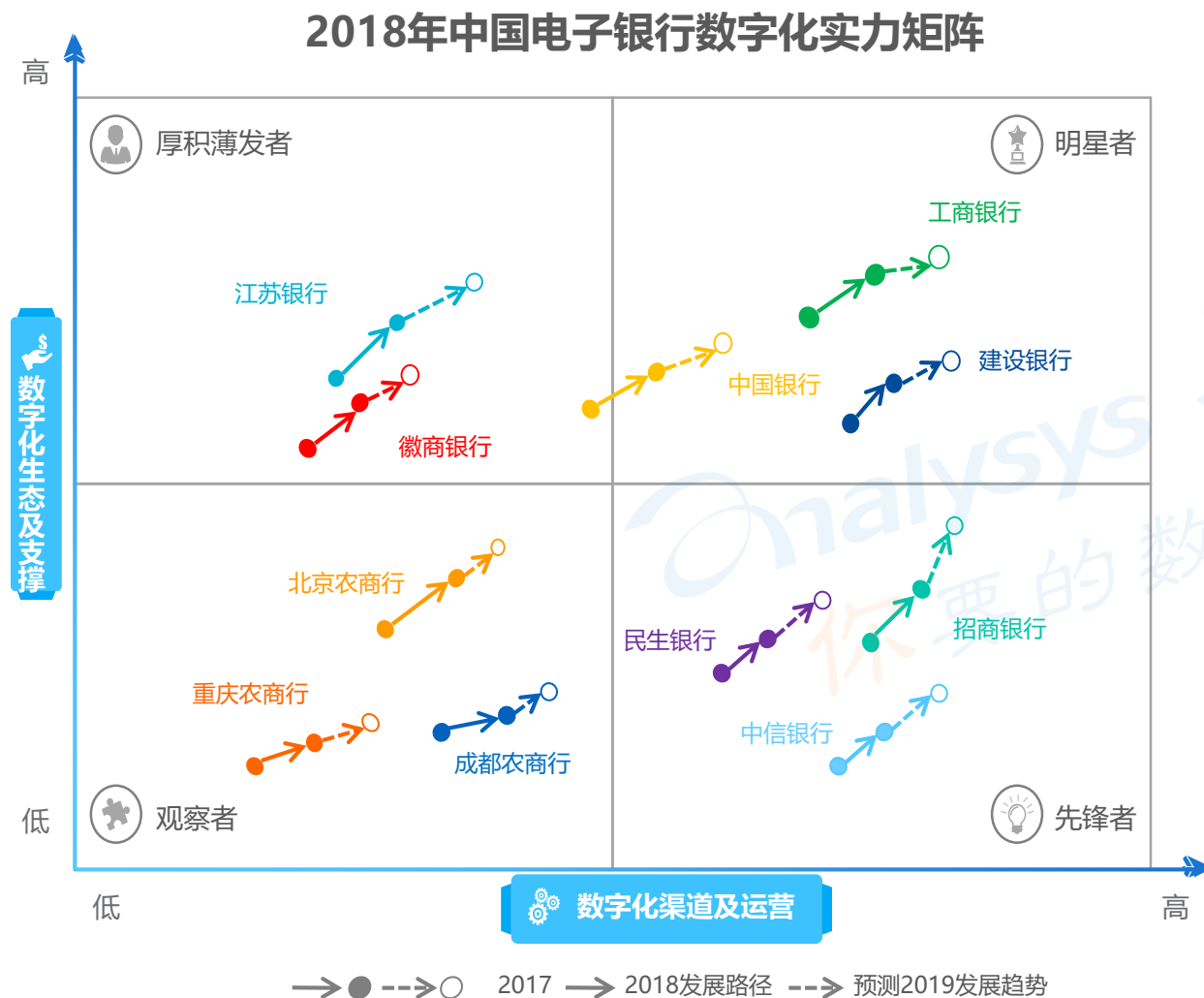
电子银行数字化标准评估体系：运营数字化评估

二级指标	权重	二级指标	权重	检查评估方法与说明
数字金融基础	25%	大数据平台	45%	结合自身实际与活跃技术应用开展大数据平台建设，打造大数据服务体系，实现对电子银行业务条线的强力支撑
		云端部署	25%	积极探索云端部署降低成本，快速提升数字金融能力
		人工智能实践	20%	以客户为中心，积极拓展AI领域前沿技术在身份验证、大数据风控、智能客服方面的应用，推进服务、产品的智能化转型
		区块链的探索	10%	使用区块链技术辅助用户身份认证、利用区块链对网贷交易溯源等方面
传统业务数字化经营	35%	产品线上化	35%	构建了集“存、投、汇、贷、缴费支付”于一体的服务体系，使客户通过“线上化”的网络、电话中心、手机等渠道简便地获得银行提供的产品和服务
		服务线上化	30%	
		流程体系线上化	20%	多层次的客户服务渠道、多类型的支付结算系统、客户关系管理系统、管理决策及风险控制系统等各类应用系统群，满足业务处理、信息管理、决策支持等不同层次的需求
		管理规范线上化	15%	
互联网产品与服务创新	40%	社交化获客、场景化创新	20%	全方位融入社交化网络，了解最新需求，基于自建、合作、植入场景模式提供银行服务和产品
		重视长尾，实现普惠	35%	针对不同长尾客群的需求，推出对口的产品和服务，迅速响应和满足其个性化需求
		技术赋能业务创新	30%	基于新技术，快速有效的将现有银行系统交易微服务化、组件化，为产业链条不同客户提供定制化、全方位综合化服务
		全面的风险管理	15%	实现精准营销、大数据风控和反欺诈运营

电子银行数字化标准评估体系：数字化生态及支撑评估

二级指标	权重	二级指标	权重	检查评估方法与说明
生态圈建设	45%	合作赋能	70%	凭借自身强大的用户基础和自身业务的协同优势，与金融科技初创企业合作，实现海量用户的移动连接、场景开发和调度
		生态赋能	30%	建立电子银行联盟，实现联盟行间的信息、产品、资金、风控等资源共享，同时能够进行经验借鉴和互通有无
科技能力输出	20%	开放API和其他关键技术	25%	通过开放API和其他关键技术支持支持外部机构创新业务和产品
		技术平台化	75%	快速有效的将现有银行系统交易微服务化、组件化，以共享、云化的方式将特,金融服务对外输出
数字化配套支撑体系	35%	优化组织架构	40%	高层领导重视，将电子银行部或网络金融部整体升格。设置专门委员会统筹协调各部门的利益诉求
		绩效考核	60%	在KPI考核中，加大移动端用户、业务及客户体验等指标的考核
		人力资源	40%	加大金融科技人才的引入力度，领导层面给予这些人才及团队足够的支持，并培养、赋予他们担起数字化的重任
		财务资源	60%	拨独立的费用预算，支持电子银行数字化创新落地

2018年中国电子银行数字化实力矩阵



电子银行数字化实力矩阵是从电子银行的数字化渠道及运营能力及数字化生态及支撑两个维度综合反应电子银行数字化水平和竞争地位的分析模型。

横轴——数字化渠道及运营能力包括体验俱佳的电子渠道、线上多渠道的整合、线上线下渠道一体化、数字金融基础、传统业务数字化经营、互联网产品与服务创新等指标。

纵轴——数字化生态及支撑包括生态圈建设、科技能力输出、数字化配套支撑体系机制。

明星者——以工商银行、中国银行、建设银行为代表的大型国有商业银行。

先锋者——以招商银行、民生银行、中信银行为代表的股份制银行。

厚积薄发者——以江苏银行、徽商银行为代表的城商行。

观察者——以北京农商行、成都农商行、重庆农商行为代表的农商行。

PART 4



电子银行数字化厂商分析

© Analysys 易观

www.analysys.cn

中国银行——优化部门结构，提升电子渠道服务能力

电子银行部门变革

2004年

- 成立电子银行部，统筹传统业务线上化发展。

2013年

- 随着大数据、云计算等金融科技出现，中国银行成立网络金融部、渠道管理部发展互联网金融业务及渠道建设。

2016年

- 将网络金融部与渠道部门的线上部分融合，成立渠道创新部门。
- 成立“金融技术创新办公室”，主要负责中国银行金融科技创新发展支持。同时，中国银行还成立“互联网金融委员会”，作为行内互联网金融发展的管理部门。

2018年

- 设立创新与产品管理委员会，并于2018年11月实现全球首家创新研发基地在新加坡正式揭牌，三级创新管理体系初具雏形。

电子渠道发展

交易金额

2018年，电子渠道交易金额达到**233.52**万亿元，同比增长16.18%。

替代率

电子渠道对网点业务的替代率达到**93.99%**。

对公业务

2018年企业网银客户数达到**389.05**万户，同比增长13.86%；企业网银交易金额达到了**190.01**万亿元，同比增长14.54.1%。

数据来源：中国银行2018年年度报告

中国银行——依托手机银行，打造综合金融移动服务平台

- 中国银行通过引入新产品、新技术、新模式，不断丰富手机银行服务场景，让客户实现“一机在手、共享所有”。



- 推出全流程线上秒贷的“中银E贷”，基于全球资本市场的智能投资顾问“中银慧投”，以及二维码首付款、人脸识别、语音导航、手机盾等系列功能，实现了服务与体验的双提升。
- 联合中银基金、中银证券、中银三星人寿、中银保险等附属公司创新首发推出了手机银行“综合金融服务专区”，为您提供中银集团的基金、证券、寿险、财险一站式综合金融服务。
- Analysys易观干帆数据监测，2018年12月，中国银行手机银行月活跃客户数为2165万，同比增长1.5%；全年手机银行交易额累计20.03万亿元，同比增长82.68%，整体保持良好发展势头。

数据来源：Analysys易观干帆、中国银行2018年年度报告

中信银行——技术赋能移动金融

- 中信银行以客户需求为出发点，将金融科技最新成果与金融服务相结合，不断加快电子渠道建设、做大互联网支付、强化互联网跨界合作，线上服务能力得到快速提升。Analysys易观干帆数据监测，2018年12月中信银行手机银行月活跃人数为602.9万。



以移动金融为核心迭代升级产品功能、创新服务模式

加快手机银行建设

快速迭代手机银行功能，大幅升级客户体验，推出智能账单、智能推荐、智能投顾、出国金融等个性化的智能金融与非金融服务，增加指纹识别、蓝牙KEY、转账白名单等安全措施。

建成全面风险预警和风控体系

完善电子银行实时风控系统对电子渠道客户交易风险的实时监控和事中精准处置，兼顾了体验与安全的良好平衡。

创新线上获客模式

打造O2O的客户服务体系，建设智慧社区O2O平台，以社区生活服务为切入点，开展线上获客，线下服务，双向引流，相互转化。

中信银行——对内变革，加强合作，稳步推进数字化转型



江苏银行——重视电子渠道的建设，客户及交易规模快速增长

- 江苏银行自成立以来，一直重视传统金融业务的线上化，加强电子渠道的建设，构建了包括手机银行、网上银行等电子渠道，电子银行客户规模及交易额均保持持续快速增长的态势，电子渠道交易替代率超过80%。

手机银行

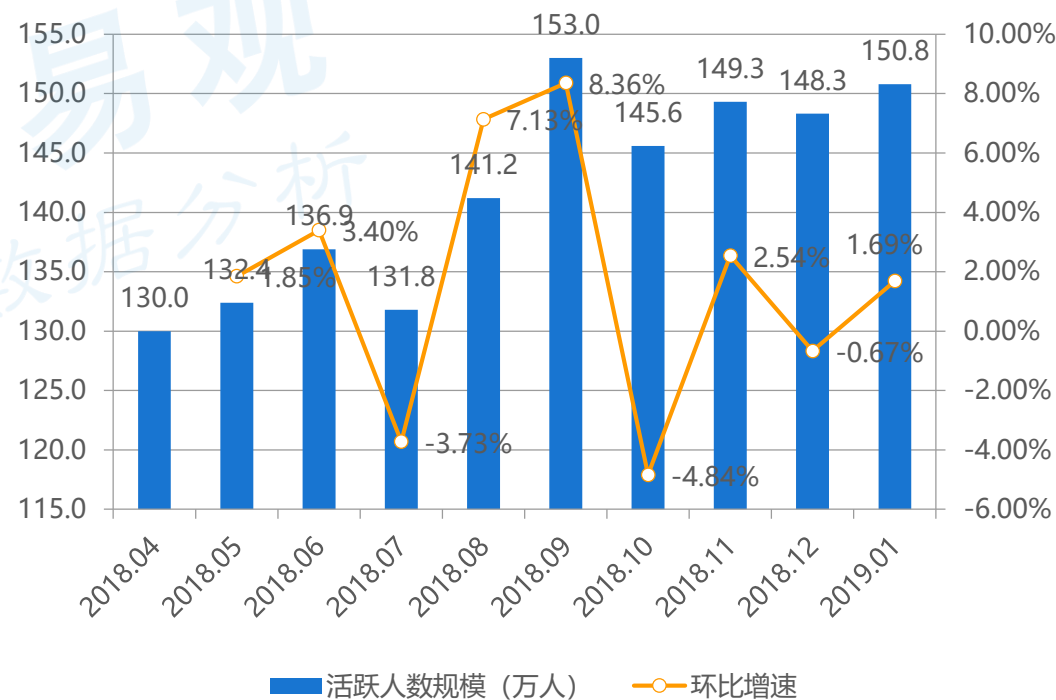
目前，江苏手机银行包含金融服务和金融助手两大版块。金融服务涵盖账户管理、转账汇款、投资理财、生活缴费、手机取现等功能，满足客户全面的日常金融需求。金融助手包括金融资讯、网点及优惠商户查询、手机充值、电影票、飞机票、手机证券等移动增值服务。

网上银行

个人网上银行：个人客户只要通过因特网（INTERNET）登录到江苏银行网上银行后，即可达到足不出户，轻松实现投资理财的需要。

企业网上银行：能为企业提供涵盖账户查询、收付款管理、代发工资、投资管理、集团管理、电子票据、国际业务、企业管理等8项服务。

江苏银行手机银行活跃客户规模及环比增速



江苏银行——紧扣业务主线，深化布局电子银行业务

- 江苏银行着力打造“最具互联网大数据基因的银行”，电子银行业务紧扣“平台、场景、活客”三大主线。在运用金融科技的考量上，江苏银行突出自主可控能力的提升。

紧扣业务主线，打造大数据基因银行

跨界合作

已与包括BATJ在内的多家互联网公司建立了合作，在数据挖掘、模型建设、产品设计、平台打造和人才培养等方面形成了优势叠加。

创新研发

推出投融资一体化的智能投顾——阿尔法智投。陆续推出各种基于大数据平台的应用产品，其中较有代表性的有融联创金融合作平台、“e融”系列网贷、“月光宝盒”云服务。

场景建设

自建“车生活”服务平台。创新推出统一教育服务平台，服务学校达900家，并衍生推出了党费、物业费等缴费场景；探索“金融+医疗”打造跨界服务新体系建设。

北京农商行——电子银行加速形成发展新动能

- 北京银行在总行层面设置网络金融部，积极抢抓电子银行网络化、数字化、智能化发展机遇，着力开展产品、业务、流程的全面创新，为自身发展注入强劲动力。

北京农商行电子银行创新业务体系

渠道移动化

打造掌上金融服务中心，建成了新一代手机银行系统。新系统实现原有手机银行功能向新系统的迁移，在界面外观、功能设计方面比肩同业。

流程智能化

启动网点智能化改造，通过改造传统服务模式，将各类创新型金融产品和服务以全新的形式在线下展示，智能银行可以办理该行90%以上的柜台业务。

产品网络化

推出凤凰e托管（对接网贷、交易所等企业平台，提供跨行资金收付、资金结算、资金托管等服务），凤凰智付等互联网金融新产品，打造线上融资平台。

PART 5



电子银行数字化发展趋势

© Analysys 易观

www.analysys.cn

组织配套，推动电子银行创新发展

- 商业银行充分意识到互联网金融对于推动银行实现模式转型的作用日趋显著，密切重视在互联网金融领域的布局。国有银行、股份制银行、城商行、农商行需在总行层面设立电子银行部或网络金融部负责制定和实施电子银行发展战略，将自身优势与互联网相结合，加快电子银行业务的转型升级。

银行电子银行部

制定的电子银行业务发展规划和年度工作计划，组织制定分行电子银行业务年度工作计划、市场营销方案及考核激励方案并推广实施。

夯实电子银行基础能力

充分利用大数据、云计算和人工智能等新技术，推进IT架构转型，构建符合未来业务发展要求的IT新技术框架，为电子银行交易的进行提供基础性的支持。

搭建“金融+科技+生活”产品创新平台

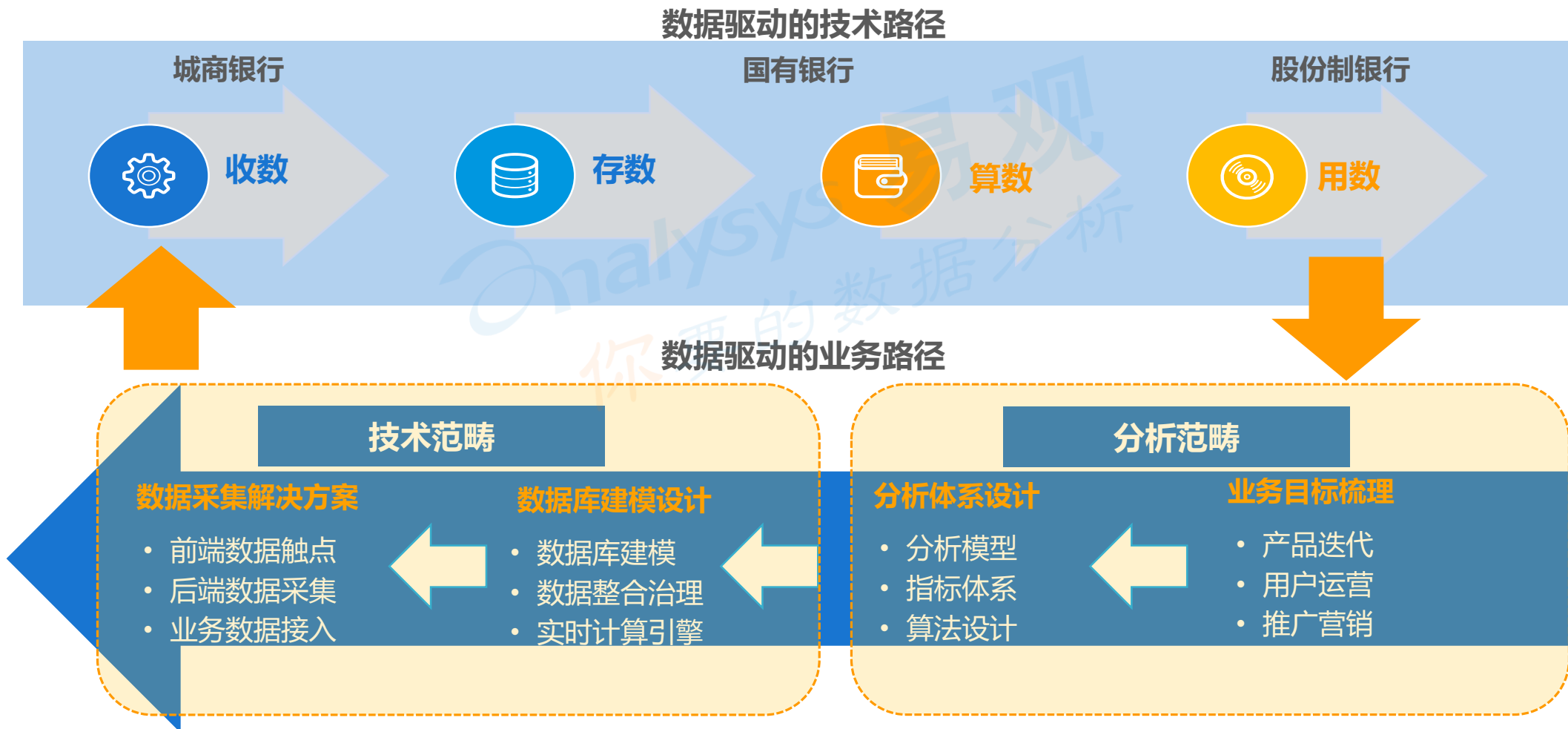
基于电子银行的账户及产品服务体系，在金融产品、支付结算、身份识别、资产输出等方面实现数字银行与生活化平台融合，开拓生活场景合作新模式。

构建线上线下渠道闭环

整合手机银行、网上银行等电子银行渠道，实现客户跨渠道及跨产品服务的一致性；加快推进物理渠道的智能化、轻型化转型，提升客户体验。

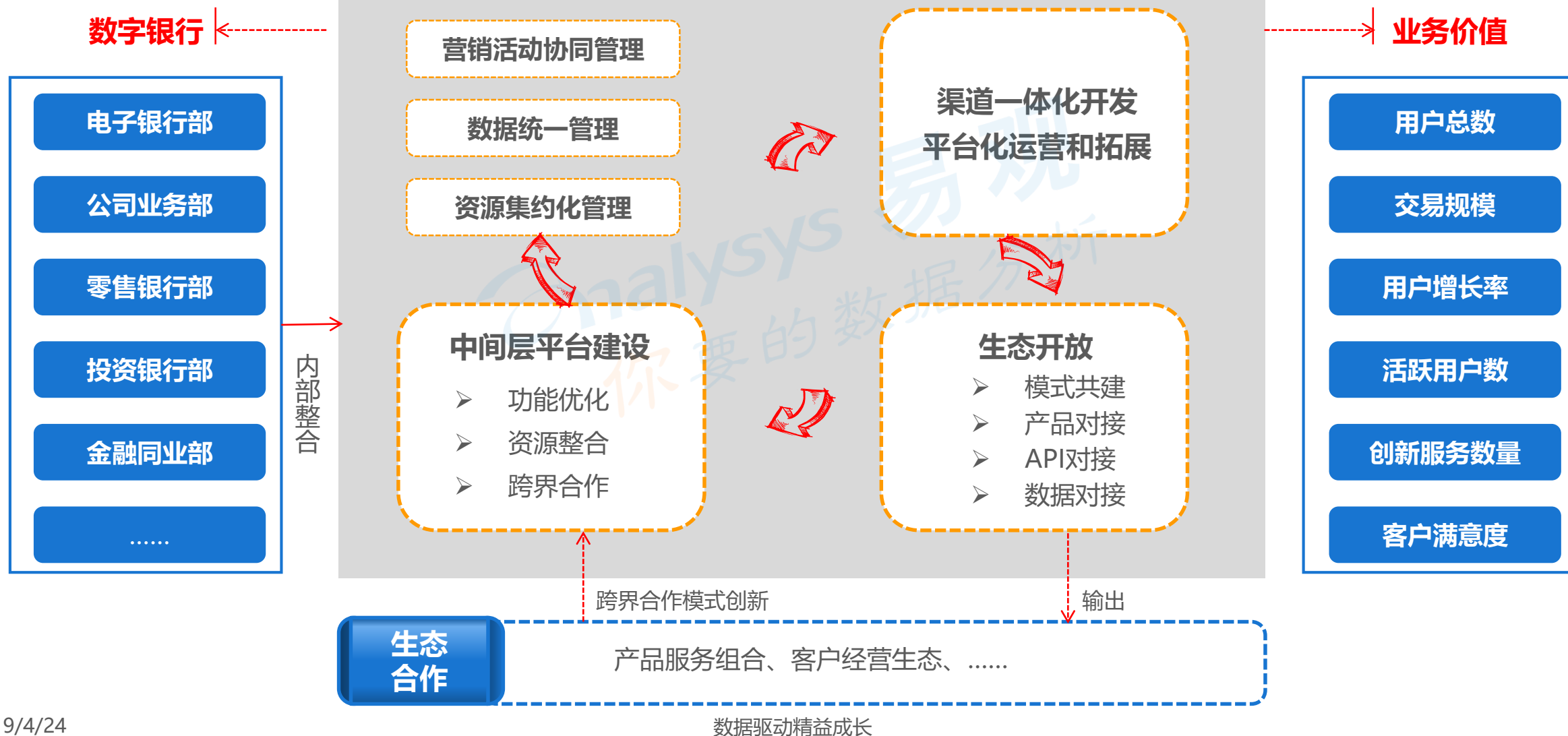
运营数字化：搭建数据分析体系，实现用户精细化运营

- 面对流量红利消失的挑战，各家银行都需高度重视存量用户的数字化运营，围绕数字用户资产的管理、提升、转化和变现搭建数据分析体系。但由于大型商业银行和中小型商业银行电子银行业务各方面的能力和基础不一样，应对的策略也不尽相同。



发展平台化：整合内外部资源，建立开放与连接的数字化生态

电子银行数字化与平台化发展



渠道移动化：将手机银行打造成移动金融综合服务平台

- 跟随金融科技发展趋势，手机银行在平台建设、精准获客、场景运用、产品创新、风险控制等实际运用方面取得较大突破，未来基于金融科技的“数字化”、“智能化”的手机银行将是商业银行重点布局所在。



业务场景化：加强场景化建设，助力核心客户价值最大化

- 在互联网时代，场景是金融业务创新的源泉。合理地场景设计能够将复杂的金融需求融入客户日常生活的方方面面，银行在电子银行业务上逐渐从低频的金融服务向高频的生活场景拓展，以便更好的留存并服务好客户。

低频金融应用

查询转账

理财服务

小额信贷

生活服务：把低频的贷款需求与中高频的生活服务需求结合提升App用户活跃度，拓展高频场景，如通过内置的一键充值缴纳功能轻松完成话费、水电费、加油卡、违章等缴费服务

社区运营：开辟用户社区板块，利用社群引导用户在APP里发帖交流，支持互相添加好友等，提升粘性

电子商务
社区运营

.....

- 1. 拉新：**将各场景下流量导入，增加电子银行用户数量。
- 2. 留存：**将各高频应用与电子银行业务场景绑定在相同用户旅程上，提高电子银行用户使用时长。
- 3. 服务：**围绕电子银行用户的金融需求，提供多元化的产品及个性化的定制金融服务。

数据驱动精益成长

- 易观方舟
- 易观千帆
- 易观万像



易观方舟试用



易观千帆试用



易观订阅号