

2021年中国手机银行App市场分析报告

2021 China Mobile Banking App Market Research Report

2021年のモバイルバンキングアプリ市場とユーザーインサイトレポート

概览标签：手机银行、银行APP、网上银行、银行数字化

报告主要作者：梁承曦

2021/12

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施，追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

01

新一轮数字化趋势加速网点转型升级，智能化程度再深化

- 受疫情影响，越来越多的客户倾向使用“无接触式”服务，优先选择数字化工具办理业务，这迫使银行加快关键流程数字化再升级的进程，以满足客户日益多元化的需求。受领先科技金融公司影响，零售银行客户期望通过移动设备获得更直观的数字体验。通过网点面对面办理银行业务的传统模式正逐渐被取代，手机银行成为数字化银行全渠道体验的重要组成部分

02

场景金融生态圈的构建使用户在场景中使用金融服务以进行变现

- 疫情后时代驱动中国零售银行加速电子数字化转型步伐，引发零售金融新变革，银行机构在手机银行领域纷纷加大投入，对其功能进行升级，与应用场景实现深度融合，提升用户体验。手机银行APP通过生活应用场景吸引用户，对用户行为进行多维度的交叉分析，按照用户的实际需求定制金融产品无缝嵌入到场景中，让用户在场景中使用金融服务以达到变现

03

认知过程自动化及银行业务自动化是未来银行数字化发展趋势

- 认知过程自动化是一种新的业务发展趋势，且将迅速得到普及，为银行用户提供卓越的体验。各大银行机构陆续推出聊天机器人、更先进的手机银行APP、智能顾问及其他人工智能解决方案来扩展认知过程自动化。各种渠道和中间部门的常规任务将实现全面自动化，人们能够处理需要人际互动更复杂的任务

数字化转型加速，手机银行APP将如何发展？

银行业态历经了多轮的革新，以中国银行业为例，在21世纪初，许多银行的网点都仍以传统柜台为主导形态。网上银行推出后，银行业进入电子时代，许多基础性的银行业务可通过电子渠道办理，拥有一定程度的便捷性，但也有其局限性。当智能手机成为人们生活中不可或缺的一部分后，手机银行的需求得以全面铺开，用户任何时间、任何地点皆能操作非现金的银行业务

中国各大银行提高手机银行APP更新频率，并推出服务于不同应用场景的APP矩阵，手机银行行业覆盖APP数量由2016年的780个高速增长到2020年的1,543个。在不断采用新技术的同时，各大银行加快了移动端业务整合的力度，使手机银行开始从简单的产品、服务渠道转变为全新的银行形态以及银行网点渠道建设的核心

目录

CONTENTS

◆ 名词解释	10
◆ 中国手机银行APP行业市场综述	11
• 手机银行APP定义及特点	12
• 中国手机银行APP行业发展历程	13
• 中国手机银行APP行业发展现状	14
• 中国手机银行APP交易市场规模	15
◆ 中国手机银行APP价值模型分析	16
• 中国零售银行数字化经营模式分析	17
• 中国手机银行APP用户行为漏斗模型分析	18
◆ 中国手机银行APP与第三方金融科技商业模式对比分析	19
• 中国手机银行APP业务分析	20
▪ 移动支付业务分析	21
▪ 理财业务分析	22
◆ 中国手机银行APP用户行为洞察	23
• 人群属性	24
• 地域分布	25
• 生活消费行为	26
• 应用重合及来源去向分析	27

目录

CONTENTS

◆中国手机银行APP市场政策监管环境分析	28
• 市场政策监管环境分析	29
◆中国手机银行APP行业发展趋势	30
• 未来银行数字化	31
• APP发力场景化建设	32
◆中国手机银行APP行业竞争格局分析	33
• 金融服务主要功能对比	34
• 非金融服务主要功能对比	35
◆中国手机银行APP案例分析	36
• 招商银行	37
• 中国建设银行	38
• 中国工商银行	39
◆方法论	40
◆法律声明	41

目录

CONTENTS

◆ Terms	10
◆ Overview Of Mobile Banking APP Market In China	11
• Definition And Features Of Mobile Banking APP	12
• Development History Of China's Mobile Banking APP Industry	13
• Development Status Of Mobile Banking APP Industry In China	14
• Mobile Banking APP Transaction Market Size In China	15
◆ Value Model Analysis On Mobile Banking APP In China	16
• Analysis Of Digital Business Model Of China's Retail Banks	17
• Analysis Of User Behavior Funnel Model Of Mobile Banking APP In China	18
◆ Comparative Analysis Of China's Mobile Banking APP And Third-party Fintech Business Models	19
• Analysis Of APP Business Of Chinese Mobile Banking	20
▪ Mobile Payment Business Analysis	21
▪ Analysis Of Financial Services	22
◆ Insights Into User Behavior Of China Mobile Banking APP	23
• The Crowd Properties	24
• Regional Distribution	25
• Living Consumption Behavior	26
• Application Of Coincidence And Source Analysis	27

目录

CONTENTS

◆Market Regulatory Policy Analysis Of China Mobile Banking APP	28
• Market Regulatory Policy Analysis	29
◆Development Trend Of China Mobile Banking APP Industry	30
• Bank Digitization	31
• APP Scenario-based Construction	32
◆Competitive Landscape Analysis Of China Mobile Banking APP Industry	33
• Comparison Of Main Functions Of Financial Services	34
• Comparison Of Main Functions Of Non-financial Services	35
◆China Mobile Banking APP Case Analysis 头豹	36
• China Merchants Bank,	37
• China Construction Bank	38
• Industrial And Commercial Bank Of China	39
◆Methodology	40
◆Legal Statements	41

图表目录

List of Figures and Tables

图表1：中国银行服务终端分类及特点	-----	12
图表2：网上银行与手机银行对比	-----	12
图表3：中国手机银行APP行业发展历程一览	-----	13
图表4：中国个人手机银行用户比例，2011-2020年	-----	14
图表5：中国手机银行月活跃用户规模，2016-2021年	-----	14
图表6：中国个人电子银行各渠道用户比例，2016-2020年	-----	14
图表7：中国手机银行交易市场，2016-2025E	-----	15
图表8：中国银行业平均离柜业务率，2012-2020年	-----	15
图表9：中国银行离柜交易市场，2016-2020年	-----	15
图表10：中国零售银行数字化转型的经营模式	-----	17
图表11：手机银行APP价值模型	-----	17
图表12：AARRR用户行为漏斗分析模型	-----	18
图表13：手机银行APP布局重心	-----	18
图表14：主要手机银行APP及蚂蚁财富30日安装留存率，2020-2021年	-----	18
图表15：个人手机银行使用场景分析，2020年	-----	20
图表16：中国银行手机银行功能服务，2020年	-----	20
图表17：手机银行功能行业实现率，2020年	-----	20
图表18：个人手机银行用户浏览内容，2020年	-----	20
图表19：中国第三方移动支付交易规模，2009-2020年	-----	21
图表20：中国第三方移动支付交易市场份额，2020年Q2	-----	21

头豹



图表目录

List of Figures and Tables

图表21: 微信及支付宝活跃用户规模, 2009-2020年	21
图表22: 中国第三方移动支付市场主要参与者	21
图表23: 余额宝规模, 2013-2021年	22
图表24: 用户购买基金渠道占比, 2017-2020年	22
图表25: 主要手机银行APP及蚂蚁财富用户质量分析, 2018-2021年	22
图表26: 中国手机银行APP活跃用户性别分布, 2021年11月	24
图表27: 办理银行业务渠道占比, 2018-2020年	24
图表28: 中国手机银行APP活跃用户年龄分布, 2021年11月	24
图表29: 主要中国手机银行APP活跃用户城市TOP10分布, 2021年11月	25
图表30: 主要中国手机银行APP活跃用户不同城市等级分布, 2021年11月	25
图表31: 主要中国手机银行APP线上消费分布, 2021年11月	26
图表32: 主要中国手机银行APP线下行为(生活品质)分布, 2021年11月	26
图表33: 主要手机银行APP重合分析, 2021年11月	27
图表34: 主要手机银行APP来源去向分析, 2021年11月	27
图表35: 中国手机银行行业发展相关政策分析, 2019-2021年	29
图表36: 商业银行自动化进程	31
图表37: 银行数字化发展举措	31
图表38: 手机银行个性化功能趋势分析	32
图表39: 手机银行娱乐化功能趋势分析	32
图表40: 主要手机银行APP金融服务功能对比	34

图表目录

List of Figures and Tables

图表41：主要银行日新增用户数量，2021年	-----	34
图表42：主要手机银行APP非金融场景服务对比	-----	35
图表43：主要银行日均活跃用户数量，2021年	-----	35
图表44：招商银行应用APP产品矩阵，2021年	-----	37
图表45：招商银行APP理财销售趋势分析，2017-2020年	-----	37
图表46：招商银行APP金融场景使用率，2019年	-----	37
图表47：中国建设银行应用APP产品矩阵，2021年	-----	38
图表48：中国建设手机银行用户数，2017-2020年	-----	38
图表49：中国建设手机银行交易规模分析，2017-2020年	-----	38
图表50：中国工商银行应用APP产品矩阵，2021年	-----	39
图表51：中国工商银行金融科技发展分析，2019-2020年	-----	39
图表52：中国工商银行金融科技组织布局	-----	39

名词解释

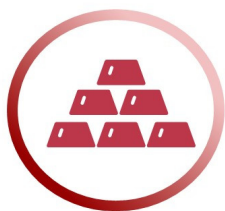
- ◆ **ATM (Automatic Teller Machine):** 自动柜员机, 一种高度精密的机电一体化装置, 利用磁性代码卡或智能卡实现金融交易的自助服务。
- ◆ **WAP (Wireless Application Protocol):** 在数字移动电话、因特网或其他个人数字助理机、计算机应用之间进行通讯的开放全球标准。
- ◆ **MAU (Monthly Active User):** 月活跃用户数量, 是用于反映网站、互联网应用或网络游戏的运营情况的统计指标。
- ◆ **NEFT (National Electronics Fund Transfer):** 全国性的电子基金转账系统, 它能以一种安全轻松的方式将资金从一个银行账户转到另一个银行账户。
- ◆ **RTGS (Real-Time Gross Settlement System):** 实时全额支付系统, 按照国际标准建立的跨银行电子转帐系统, 专门处理付款人开户银行主动发起的跨银行转帐业务。
- ◆ **IMPS (Immediate Payment Service):** 即时移动支付服务, 通过线上如手机银行、网上银行、ATM等多种渠道即时的向各个银行发起转账交易。
- ◆ **GSM (Global System for Mobile Communications):** 由欧洲电信标准组织ETSI制订的一个数字移动通信标准。
- ◆ **离柜率:** 在非柜台渠道办理的业务总量与所有渠道办理的业务总量之间的比率。
- ◆ **留存率:** 用于反映网站、互联网应用或网络游戏的运营情况的统计指标。
- ◆ **Y世代:** 又叫千禧世代, 一般指1980年代和1990年代出生的人群。
- ◆ **Z世代:** 1995—2009年间出生的一代人。

头豹



第一部分：中国手机银行APP市场综述

Overview of Mobile Banking APP Market in China



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析

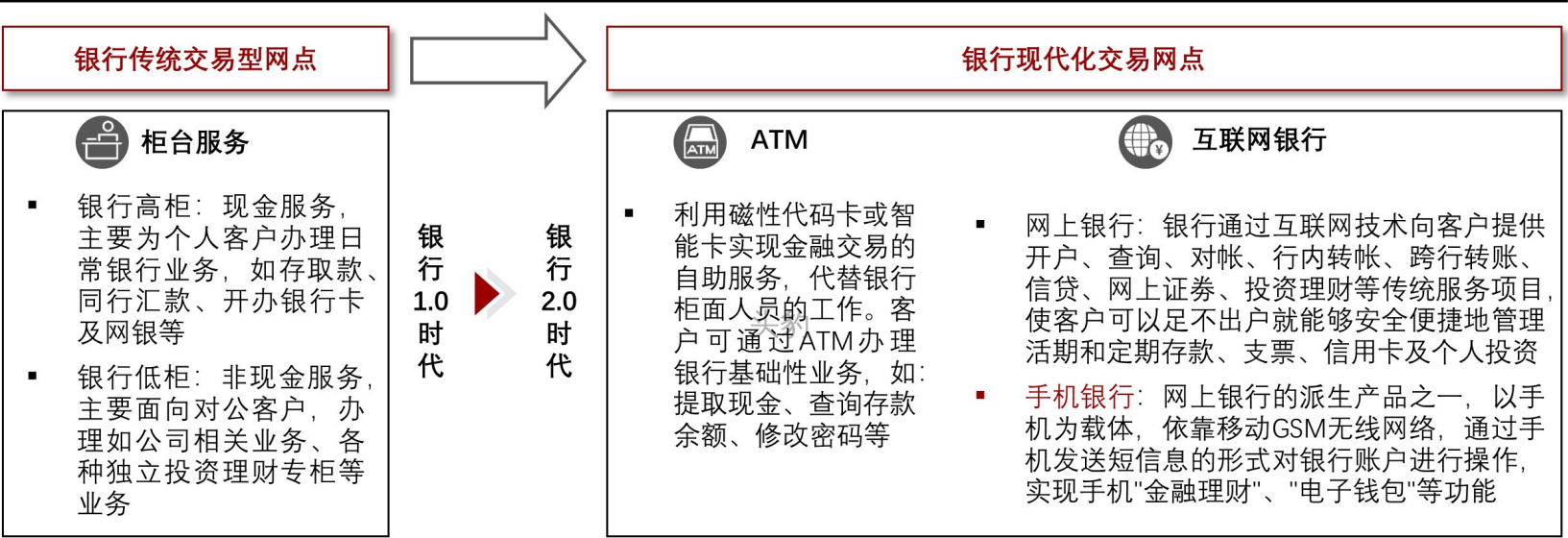


案例分析

手机银行APP定义及特点

手机银行作为银行的一种崭新的服务，利用移动通信网络及终端办理相关银行业务，使银行能以便利、高效的方式为客户提供服务

中国银行服务终端分类及特点



分析师观点

□ 伴随着科技进步所带来的客户行为和消费习惯的转变，银行业将面对全新机遇与挑战

完全以银行网点为基础的银行业务形态这一体系历经许久并未发生质的改变，但在网点的形态上，随着科技进步银行历经了多轮的革新。以中国银行业为例，21世纪初，许多银行的网点都以传统柜台为主导形态。网上银行推出后，银行业进入电子时代，许多基础性的银行业务已可通过电子渠道办理，拥有一定程度的便捷性，但也有其局限性。当智能手机成为人们生活中不可或缺的一部分后，手机银行的需求得以全面铺开，用户任何时间、任何地点皆能操作非现金的银行业务

网上银行与手机银行对比

	使用渠道	登入认证方式	转账额度限制	资金转账方式	可实现功能
网上银行	电脑或笔记本电脑	手机短信；短信+电子令牌；短信+UKEY	单笔及每日累计限额为1,000万元	通过NEFT、RTGS或IMPS	账户管理、转账汇款、理财业务、个人贷款、客户服务、生活缴费、安全中心
手机银行	手机或平板电脑	交易密码；交易密码+电子令牌	单日单笔限额为200万元	通过NEFT或RTGS	

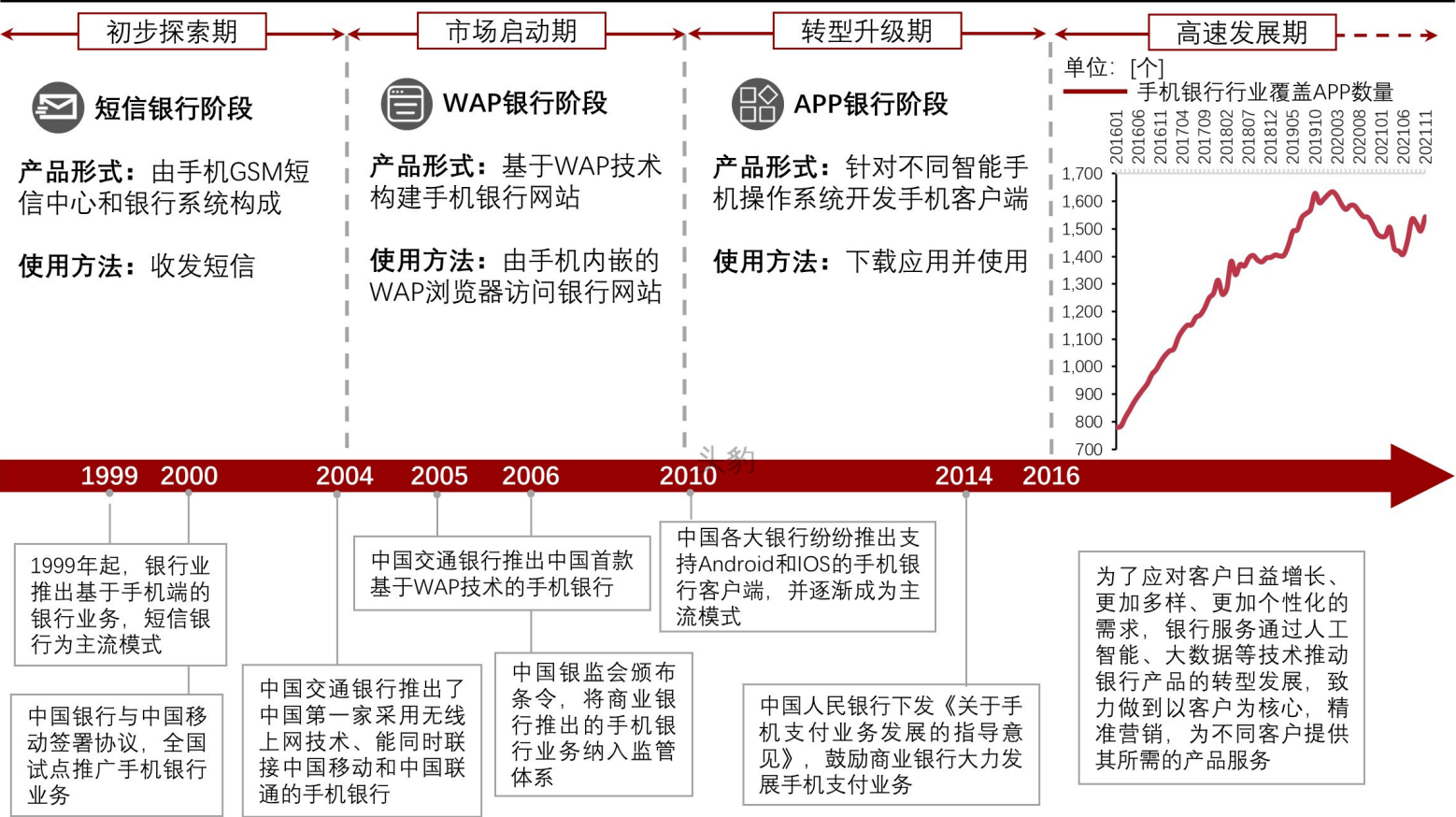
来源：头豹研究院

©2021 LeadLeo

中国手机银行APP行业发展历程

随着基于Android和iOS操作系统的智能手机迅速普及，手机银行客户端逐步被设计成手机应用APP的形式，手机银行客户端的交互性、速度及用户体验有了显著提高

中国手机银行APP行业发展历程一览



分析师观点

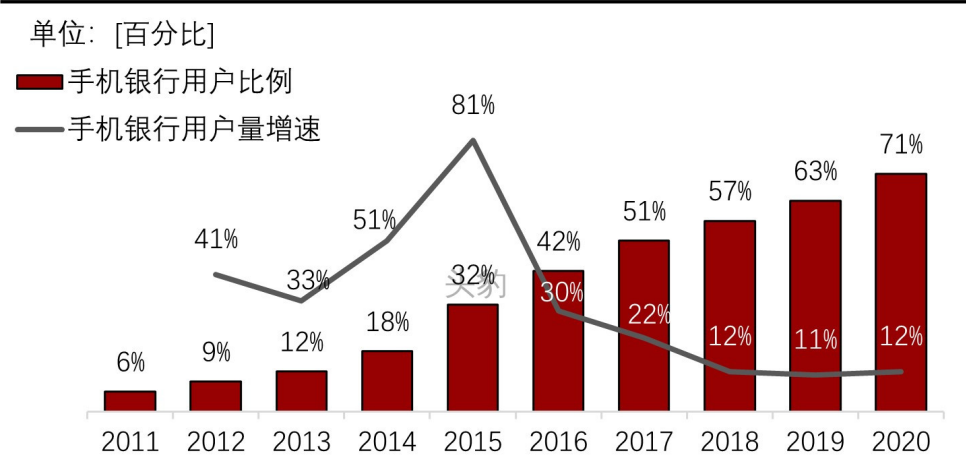
- 手机银行APP在适应客户需求的同时，更好地与物理网点实现融合与协同
- 1999年，中国银行首先推出中国最早的手机银行业务，但推广仅局限于重点城市，覆盖范围相对小。随后，WAP版手机银行成为主流模式，但该模式互动体验较差，用户黏度较低。2010年之后，中国手机银行行业开始进入转型升级期，各家银行纷纷推出手机银行APP
- 手机银行覆盖APP数量快速增长，行业仍存在巨大发展潜力
- 中国各大银行提高手机银行APP更新频率，并推出服务于不同应用场景的APP矩阵，手机银行行业覆盖APP数量由2016年的780个高速增长到2020年的1,543个。在不断采用新技术的同时，各大银行加快了移动端业务整合的力度，使手机银行开始从简单的产品、服务渠道转变为全新的银行形态以及银行网点渠道建设的核心

来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

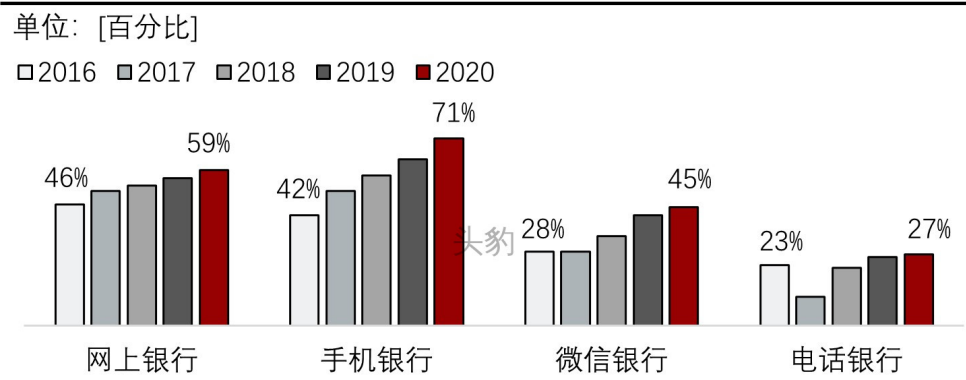
中国手机银行APP行业发展现状

随着手机银行功能的不断拓展，商业银行手机银行业务快速增长，中国个人手机银行用户比例快速增长，未来的手机银行将是银行产品创新、业务拓展、战略转型的重要平台

中国个人手机银行用户比例，2011-2020年

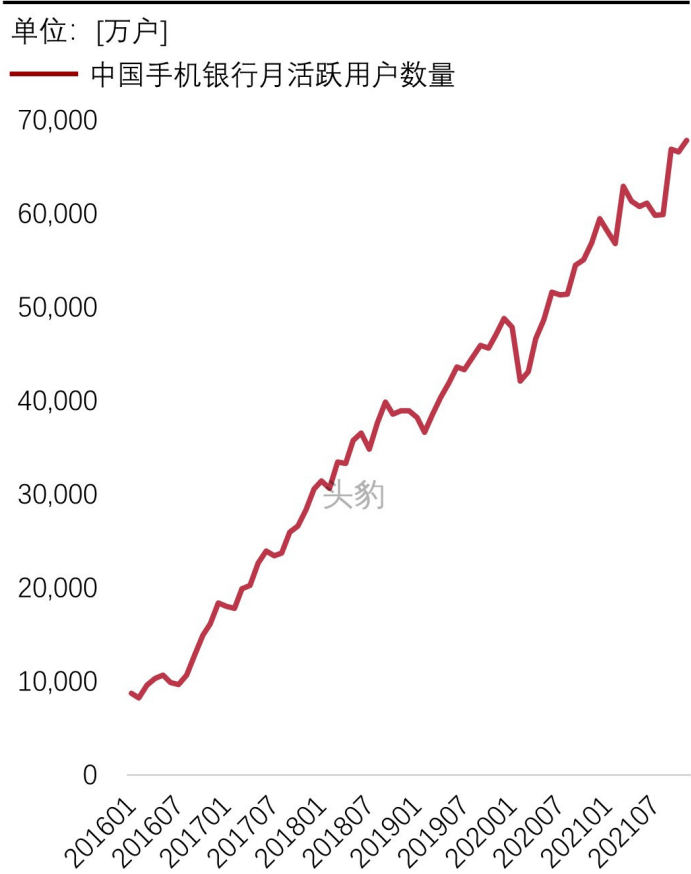


中国个人电子银行各渠道用户比例，2016-2020年



来源：中国金融认证中心，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

中国手机银行月活跃用户规模，2016-2021年



分析师观点

□ 手机银行渠道用户比例最大，手机银行成为未来用户与银行发生业务关系的核心

根据中国金融认证中心的数据，2016年中国手机银行用户比例为**42%**，略低于网上银行用户比例。但在2020年，手机银行成为主流模式，用户比例高达**71%**，在发展速度上表现出强劲的上升势头

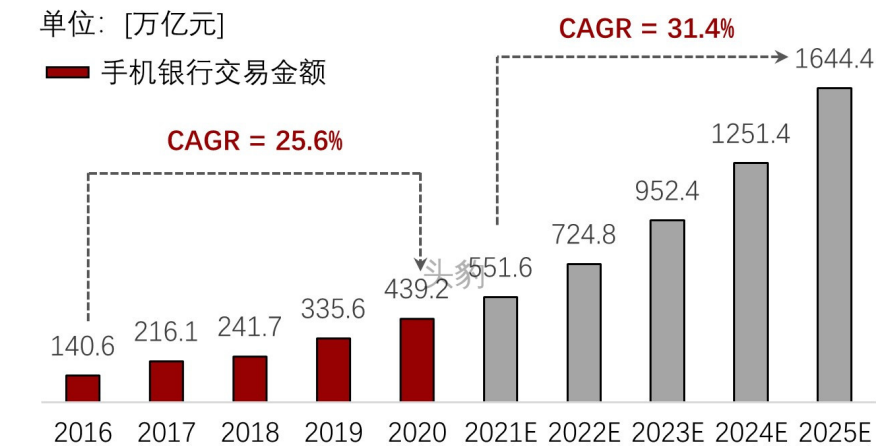
□ 手机银行用户活跃度日益增长，APP使用广受用户欢迎

中国手机银行月活跃用户数量从2016年1月的**87,177,726**户快速增长至2021年11月的**678,666,447**户，用户数维持高速增长态势

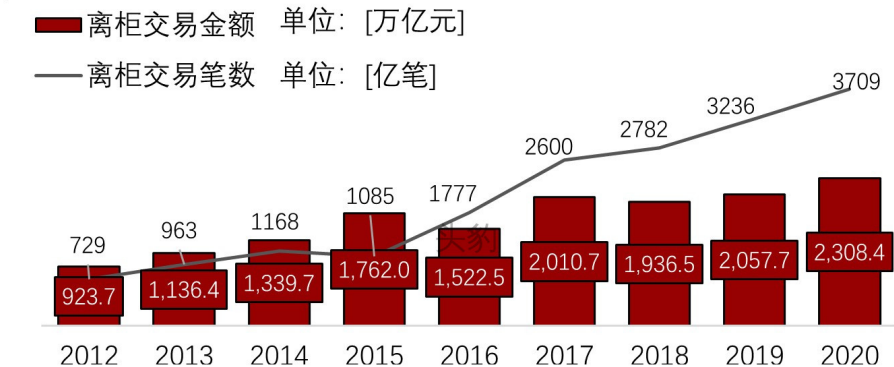
中国手机银行APP交易市场规模

商业银行正从传统零售银行向数字化转型，互联网和信息技术为手机银行服务方式提供了强大支撑，数字化、移动式的服务体验日益受到用户青睐，银行线上化发展已成为趋势

中国手机银行交易市场，2016-2025E

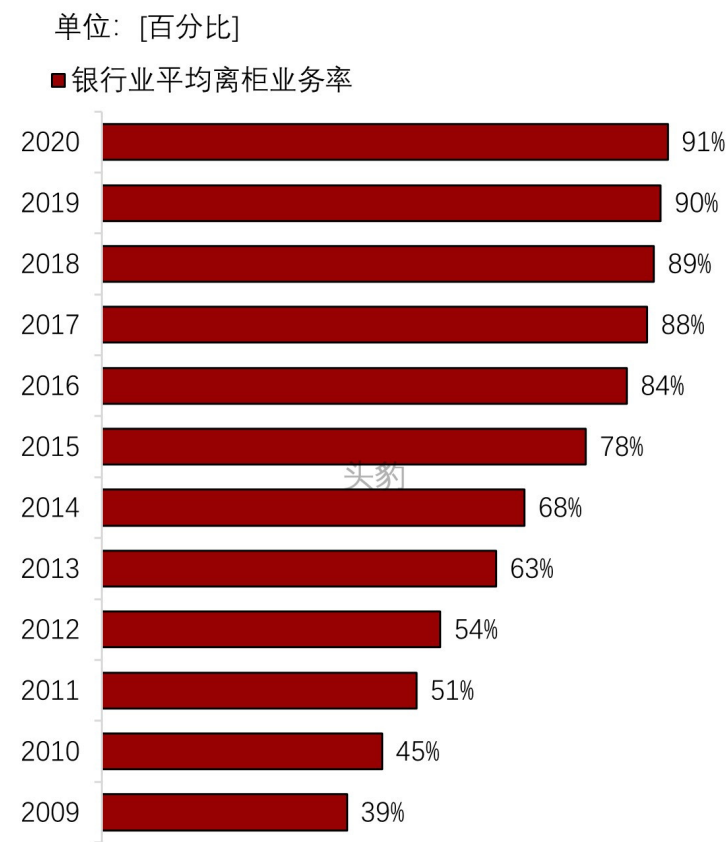


中国银行离柜交易市场，2012-2020年



来源：中国银行业协会，头豹研究院

中国银行业平均离柜业务率，2009-2020年



分析师观点

□ 银行迎合发展趋势，加速网点转型升级，智能化程度再深化

根据中国银行业协会的数据，2020年银行业金融机构离柜交易达3,709.22亿笔，离柜交易总额达2,308.36万亿元；银行业平均电子渠道分流率为90.88%。其中，手机银行交易达1,919.46亿笔，同比增长58.04%，交易总额达439.24万亿元，同比增长30.87%。各大银行不断深化网点转型发展，通过科学布局、标准化改造，加快网点智能化进程，促进业务由传统人工柜台向智能设备迁移，持续提高金融服务便利性和安全性，未来人工智能、大数据等科学技术赋能金融领域仍存在巨大发展空间

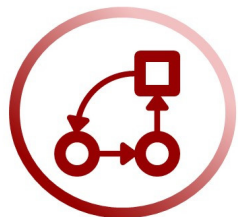


第二部分：中国手机银行APP价值模型分析

Value Model Analysis on Mobile Banking APP in China



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析



案例分析

中国零售银行数字化经营模式分析

后疫情时代驱动中国零售银行加速电子数字化转型步伐，引发零售金融新变革。手机银行APP作为银行业务主要运营渠道通过应用场景吸引用户，让用户在场景中使用金融服务以进行变现

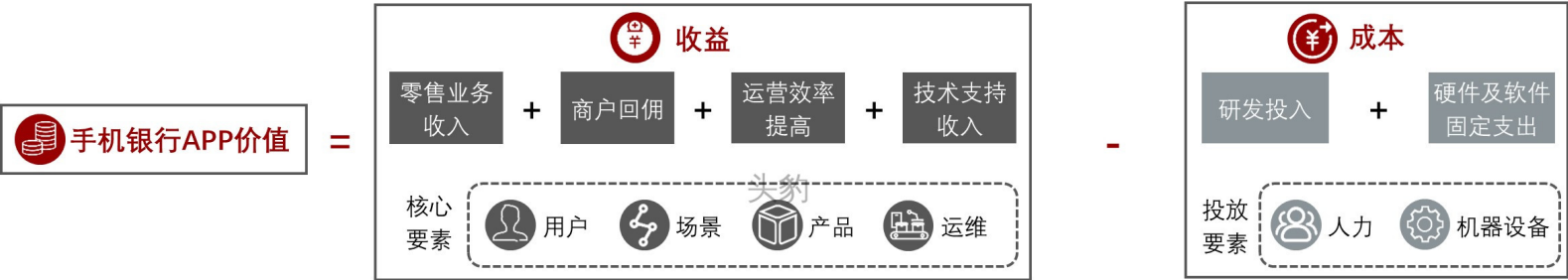
中国零售银行数字化转型的经营模式

业务应用	业务中台	数据管理
1 服务主体转变 随着代际更替，千禧一代及Z世代正在成为新的主要客户群体，该族群更强调体验、渴望互动、要求掌控	1 交互方式转变 随着客户需求呈现多样化、差异化和个性化趋势，金融产品亦需同步调整，银行应更注重产品间的联动协同性	1 系统设施转变 数字化时代的业务形态将具备数据驱动的基本属性，零售银行需连接外部开放场景，构建强大的底层数据通用能力
2 运营模式转变 从产品驱动转向客户驱动，金融服务成为即时的情景式体验和无障碍互动。通过搭建数字化业务运营平台，银行建立精准的客户运维画像及智能营销	2 覆盖方式转变 未来零售银行要以全渠道视角开展业务，升级网点、ATM、网银和手机银行等银行自有渠道，改善端到端客户体验，实现服务一体、体验一致	2 数据环境转变 借助信息的引入和整合，打造零售客户信息服务平台，实现对客户信息、心理行为和潜在需求的全面把握，将数据转化为商业银行获客和价值创造的新支柱

分析师观点

- 金融科技浪潮催生数字经济时代加速到来，手机银行APP成为银行业务数字化的重要依托
- 随着用户消费习惯以及需求的变化，目前手机银行APP功能正在不断完善，APP建设已经成为各金融机构数字化的发力方向之一。各大银行在手机银行领域纷纷加大投入，对其功能进行升级，与应用场景实现深度融合，提升用户体验
- 在加速线上数字化发展的同时，各大银行日益重视客户的体验感，依靠智能化服务来进一步提升其竞争力
- 手机银行APP通过生活应用场景吸引用户，对用户行为进行多维度的交叉分析，按照用户的实际需求定制金融产品无缝嵌入到场景中，让用户在场景中使用金融服务以达到变现

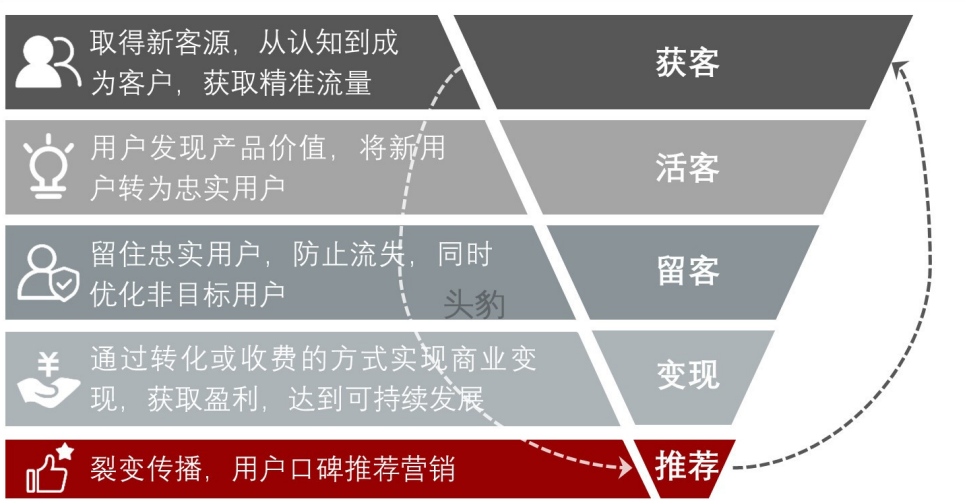
手机银行APP价值模型



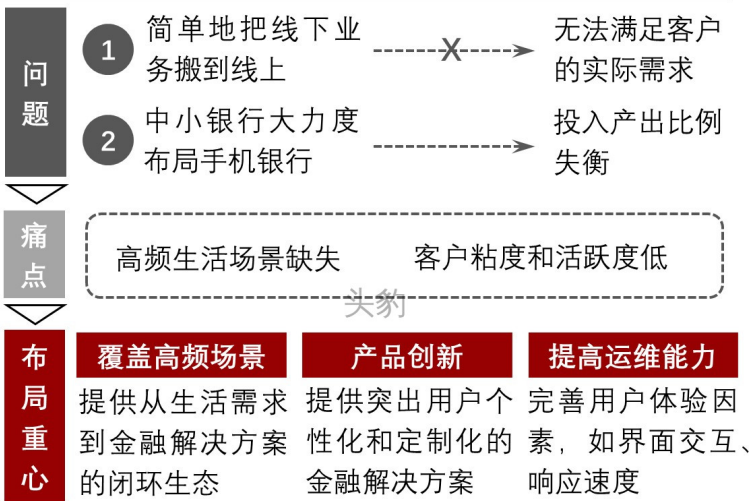
中国手机银行APP用户行为漏斗模型分析

在移动互联时代，银行通过高频的生活场景提高获客活客留客的能力，同时以提升用户体验为核心目标，进行场景化金融产品创新及提高手机银行运维能力

AARRR用户行为漏斗分析模型



手机银行APP布局重心

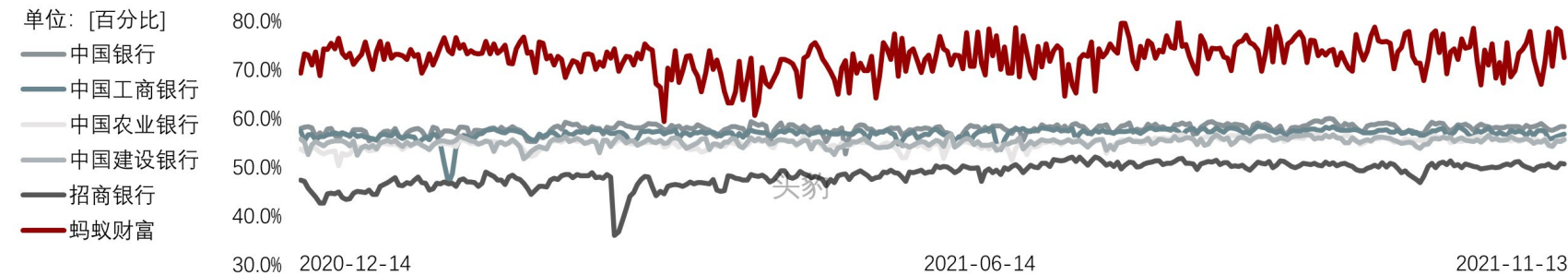


分析师观点

□ APP活跃度和留存率的提升依靠更好的用户体验，对于手机银行APP，提升用户体验的关键在于完善场景金融生态圈

互联网企业以生活场景为切入口，逐步将业务范围渗透到了支付、理财等金融服务领域，构建了丰富的场景金融生态圈，改变了用户的行为习惯。与蚂蚁财富高达72.7%的30日安装留存率相比，传统手机银行APP用户活跃度及黏度相对较低。银行亟须改变经营思维和经营方式，通过覆盖高频生活场景、场景化产品创新、提高运维能力优化用户体验

主要手机银行APP及蚂蚁财富30日安装留存率，2020-2021年

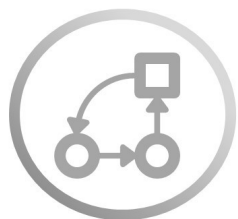


第三部分：中国手机银行APP与第三方金融科技商业模式对比分析

Comparative Analysis Of China's Mobile Banking APP And Third-party Fintech Business Models



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析

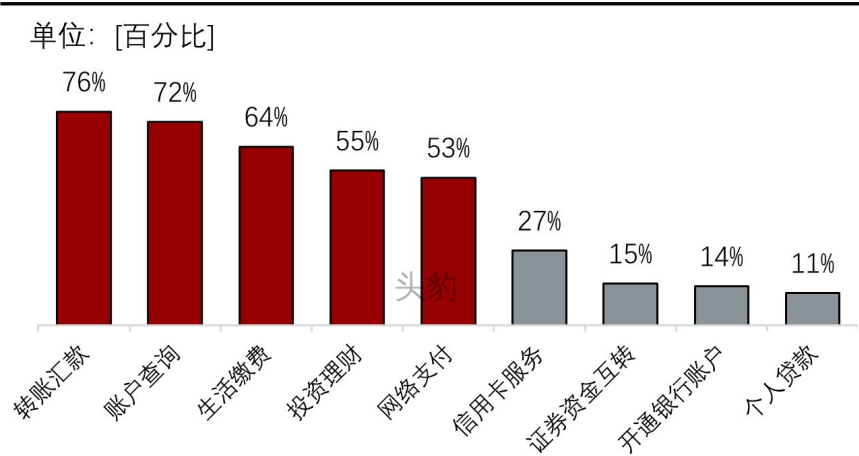


案例分析

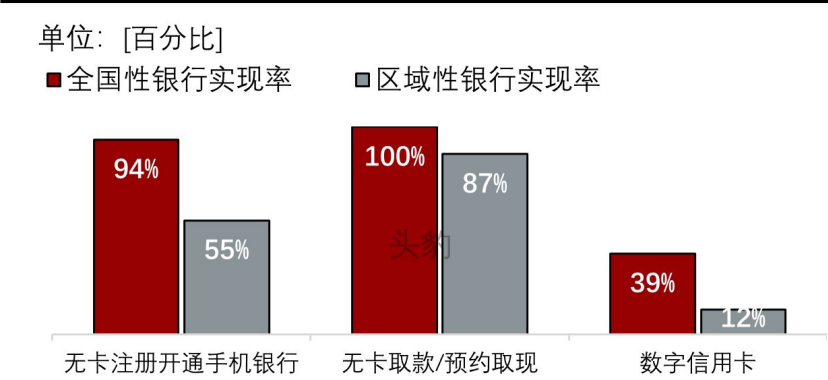
中国手机银行APP业务分析

随着金融科技的蓬勃发展、手机银行应用场景的不断丰富，手机银行的其他业务场景也正在被用户所接受及使用，新业务的开展依托基础业务将会为手机银行的快速发展提供坚实基础

个人手机银行使用场景分析，2020年



手机银行功能行业实现率，2020年



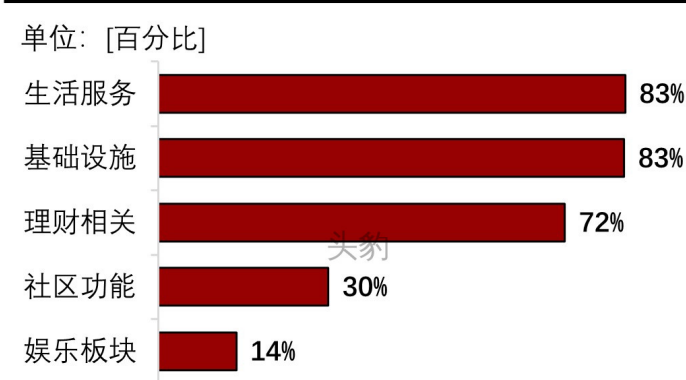
来源：头豹研究院

©2021 LeadLeo

中国银行手机银行功能服务，2020年



个人手机银行用户浏览内容，2020年



分析师观点

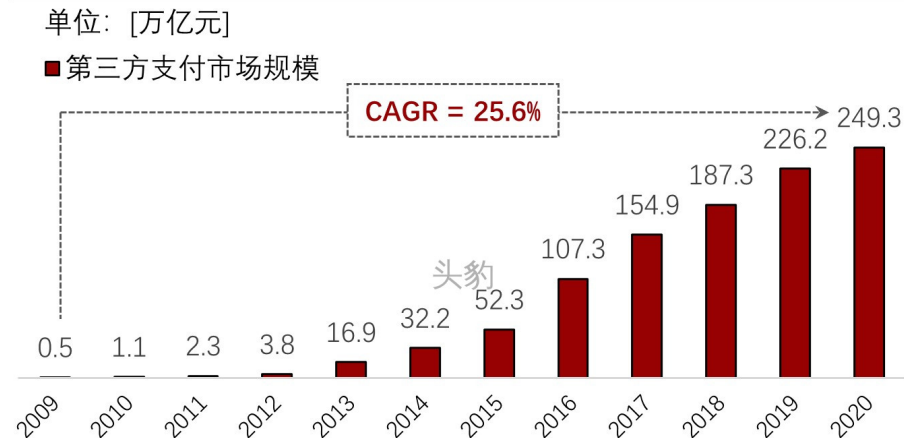
□ 个人手机银行基础业务仍为用户主要使用场景，随着金融科技的蓬勃发展，手机银行应用场景不断丰富

转账汇款和账户查询是手机银行用户最常使用的业务，两者占比均在70%以上。其次是生活缴费的64%。投资理财和网络支付使用场景占比分别为55%和53%。随着手机银行APP不断迭代升级，能够办理的业务涵盖基础业务、生活服务、理财投资和增值服务等，反应出中国各大银行为手机银行打造生态圈场景的理念，突出金融科技赋能集合移动银行、移动支付、移动生活和移动营销为一体的移动金融平台的战略布局。手机银行已成为银行最重要的触客渠道，各家手机银行在操作流程、功能覆盖等方面越来越趋于同质化，构建多元化的应用场景成为吸引用户的主要方向

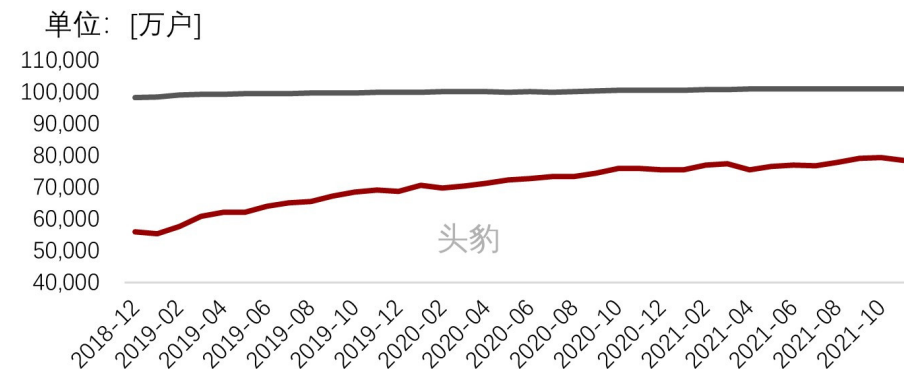
中国手机银行APP移动支付业务分析

2020年中国第三方移动支付交易规模增长至249.3万亿，随着生态圈的扩展完善，部分金融业务被互联网企业强势替代，银行需要结合自身优势着力深挖细分场景

中国第三方移动支付交易规模，2009-2020年

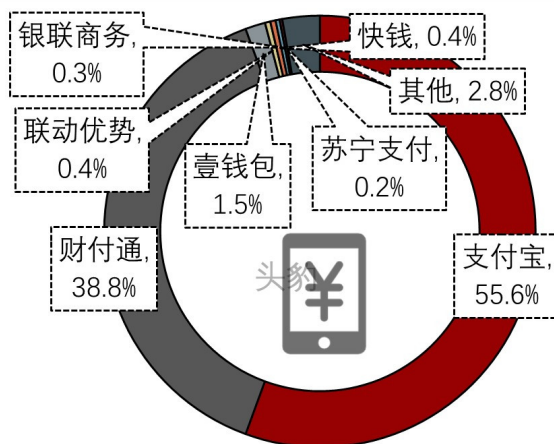


微信及支付宝活跃用户规模，2018-2021年



来源：Wind，各公司官网，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

中国第三方移动支付交易市场份额，2020年Q2



中国第三方移动支付市场主要参与者



分析师观点

□ 互联网金融构建了“生活+金融”的生态模式，支付行业被互联网企业颠覆

受线上消费板块带动，行业规模稳定增长，2020年中国第三方移动支付交易规模增长至 249.3万亿。手机银行APP具有明显的金融属性，信贷、转账汇款、理财等场景属于低频需求，客户黏性较低，而具有高频属性的支付场景已被支付宝和微信两大巨头垄断。2020年中国第三方移动支付市场支付宝及财付通分别占据了 55.6%和 38.8%的市场份额

□ 银行在场景构建中应结合自身的业务特色，有侧重性的布局

互联网金融企业构建的场景金融生态圈给传统零售银行带来巨大的挑战，银行应该结合自身优势来构建和完善场景



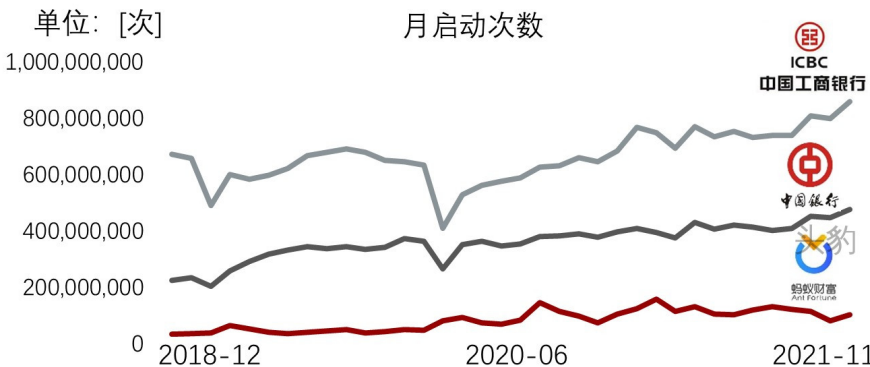
中国手机银行APP理财业务分析

在移动互联时代，具有前瞻性的金融产品可优化使用场景，甚至创建新的需求场景。银行是基金销售最传统的渠道之一，具有网点多、信誉好等方面的优势，可凭借手机银行APP巩固自身优势

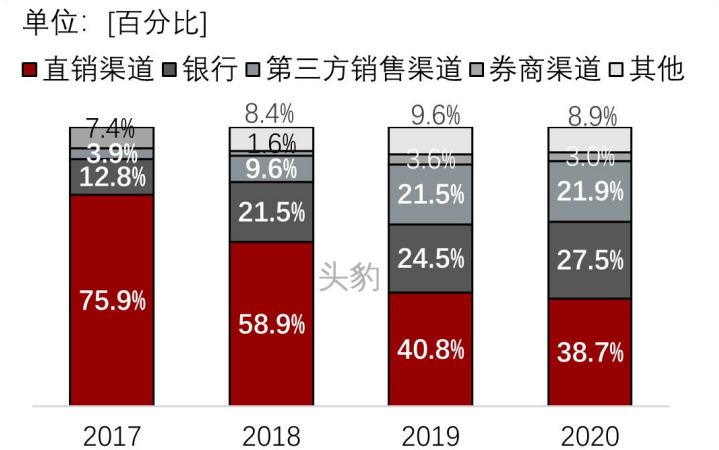
余额宝规模，2013-2021年



主要手机银行APP及蚂蚁财富用户质量分析，2018-2021年



用户购买基金渠道占比，2017-2020年



分析师观点

□ 银行需实现金融产品创新突破，首发战略级创新型产品，占据细分领域的先发优势

在移动互联时代，市场呈现金融产品快速模仿，成熟期产品功能相似的局面。但具有前瞻性的首发产品能够凭借先发优势构筑护城河，同时，还可以优化使用场景，甚至创建新的需求场景。如，余额宝的推出改变了用户存钱的习惯，支付宝实现了从支付工具向财富管理工具的转变

□ 基金销售渠道日益丰富，银行可通过手机银行APP巩固自身优势

随着交易线上化进程的深入推进，用户购买基金渠道更加多元化，银行由于网点、网络、人员等方面的优势，在中国的基金发行中一直占据着最重要的位置

来源：Wind，各公司官网，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

第四部分：中国手机银行APP用户行为洞察

Insights Into User Behavior Of China Mobile Banking APP



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析

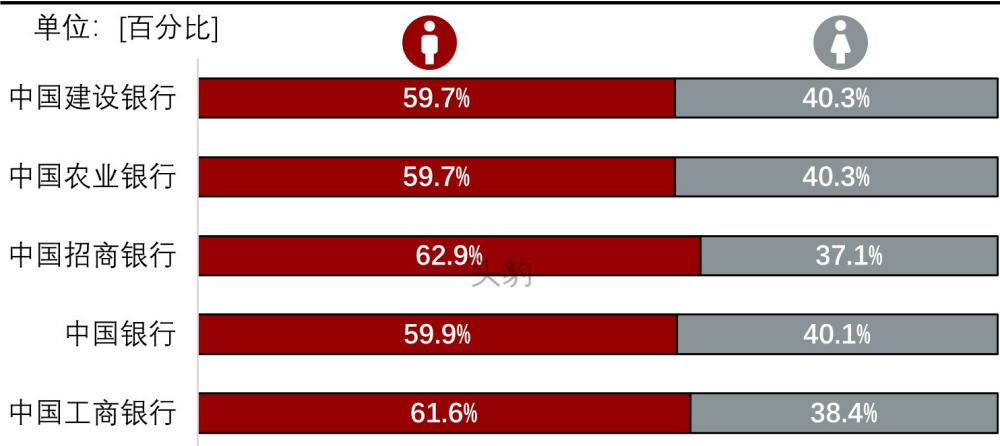


案例分析

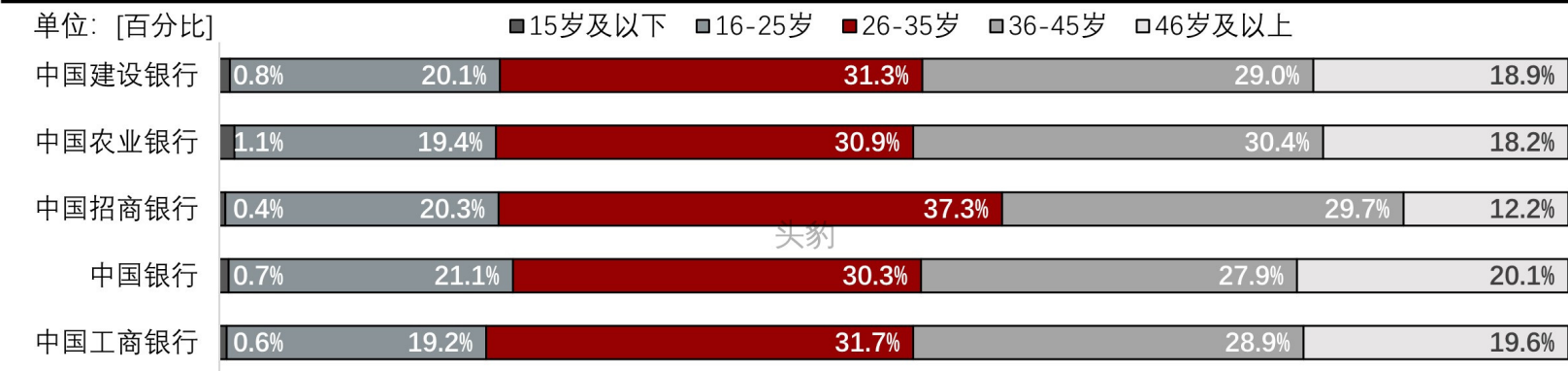
中国手机银行APP用户行为洞察 — 人群属性

手机银行APP用户男性偏多，且呈现年轻化现象，银行机构可根据自身用户的年龄结构分布，更针对性的制定精细化用户运营策略

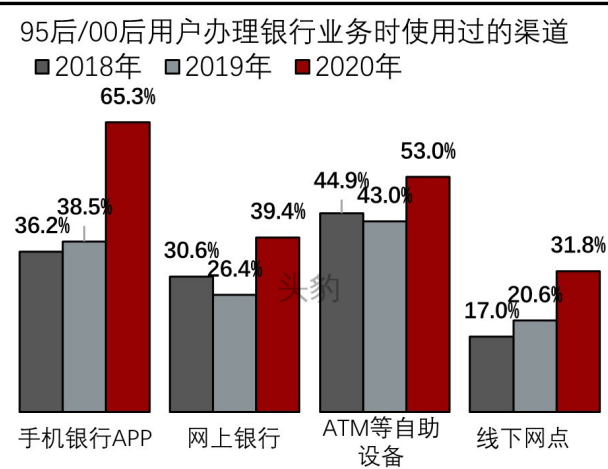
中国手机银行APP活跃用户性别分布，2021年11月



中国手机银行APP活跃用户年龄分布，2021年11月



办理银行业务渠道占比，2018-2020年



分析师观点

□ 手机银行APP男性用户偏多，银行可通过为女性打造专门生活场景以吸引女性用户

手机银行APP使用用户男性占比明显高于女性，男性占比约高达60%，而女性只占约40%。银行可通过开设专为女性生活场景服务的板块以吸引手机银行女性用户

□ 手机银行APP日益受到95后的青睐，银行机构可根据自身用户的年龄结构分布，制定精细化用户运营策略

面向Y世代及Z世代等年轻客群为主的银行机构，在APP功能创新和服务升级上更侧重交互性和娱乐化。而面向老年用户群体比重较高的银行机构，在APP功能创新上结合老年群体的易操作性需求，围绕社保、养老金融等产品和服务进行创新

来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

中国手机银行APP用户行为洞察 — 地域分布

手机银行APP用户主要分布在新一线及二线城市，三线及以下城市手机银行业务的用户需求正逐步释放，银行应为此部分用户提供精准的金融产品，以扩大服务辐射范围

主要中国手机银行APP活跃用户城市TOP10分布，2021年11月

中国工商银行 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA		中国银行 BANK OF CHINA		中国建设银行 China Construction Bank		中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA		招商银行 CHINA MERCHANTS BANK	
城市	占比	城市	占比	城市	占比	城市	占比	城市	占比
北京	6.03%	北京	4.14%	北京	4.42%	上海	3.43%	北京	8.21%
上海	4.21%	上海	3.77%	上海	3.46%	北京	3.03%	上海	5.91%
广州	3.12%	深圳	3.46%	成都	2.96%	成都	2.46%	深圳	5.00%
成都	3.02%	广州	3.10%	重庆	2.43%	广州	2.37%	广州	3.47%
深圳	2.51%	成都	2.85%	深圳	2.35%	重庆	2.19%	成都	3.11%
重庆	2.49%	苏州	2.04%	广州	2.31%	深圳	2.09%	重庆	2.64%
杭州	1.76%	重庆	2.00%	福州	1.71%	苏州	1.99%	西安	2.61%
武汉	1.68%	西安	1.76%	苏州	1.55%	天津	1.76%	武汉	2.44%
苏州	1.59%	南京	1.73%	郑州	1.48%	杭州	1.51%	南京	2.25%
南京	1.51%	天津	1.64%	武汉	1.43%	佛山	1.42%	杭州	2.03%

主要中国手机银行APP活跃用户不同城市等级分布，2021年11月

 中国工商银行 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA		 中国银行 BANK OF CHINA		 中国建设银行 China Construction Bank		 中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA		 招商银行 CHINA MERCHANTS BANK	
一线城市	15.87%	14.48%		12.54%		10.92%		22.59%	
新一线城市	21.96%	23.21%		21.47%		20.75%		29.11%	
二线城市	20.09%	20.50%	头豹	21.30%		20.60%		22.80%	
三线城市	17.91%	19.30%		19.36%		19.89%		13.22%	
四线城市	14.51%	13.91%		15.59%		16.15%		8.40%	
五线及以下城市	9.64%	8.61%		9.75%		11.68%		3.88%	

分析师观点

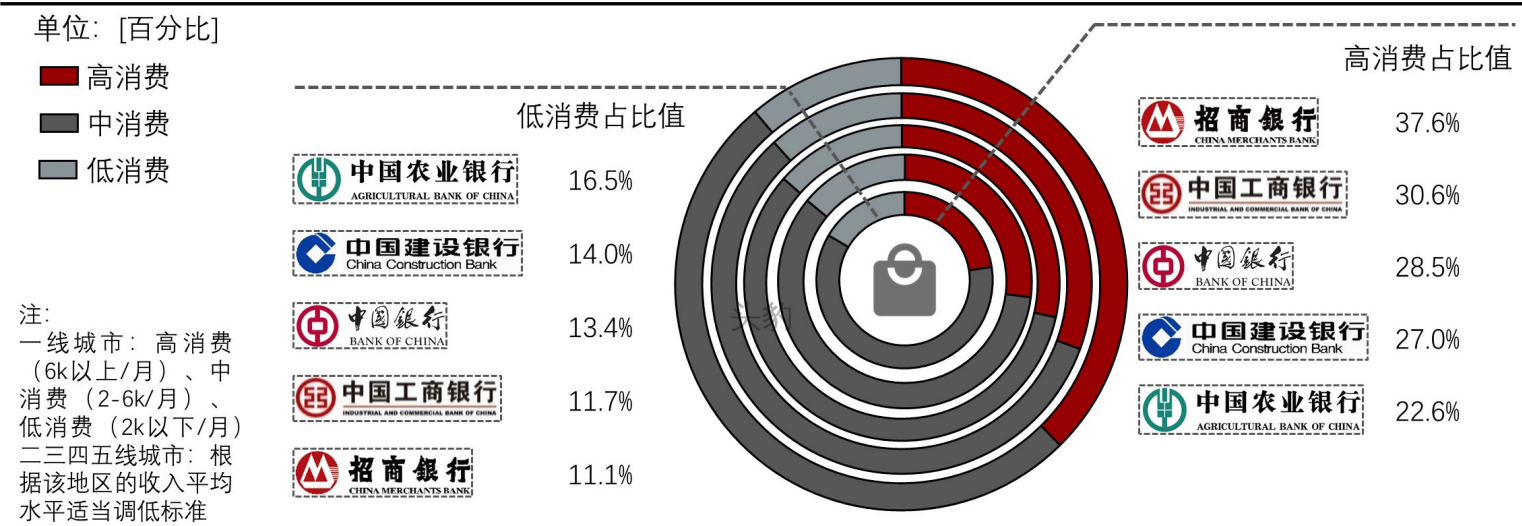
- 手机银行APP用户主要分布在新一线及二线城市，银行应关注发展水平较低城市的需求，以扩大服务范围
- 从手机银行用户的人群地域分布来看，个人手机银行在新一线城市和二线城市占比较高，占比均超过20%。三线及以下城市手机银行业务的用户需求正逐步释放，地域“数字化鸿沟”将逐年缩小，该部分用户的未来业务需求将会有大规模的提高，银行应借此发展机遇扩大自身服务辐射范围
- 与民营银行相比，国有商业银行于三线及以下城市辐射更广的服务群体，为推动共同富裕提供有力的金融支撑
- 从城市等级分布角度来看，招商银行手机银行APP活跃用户在一、新一线及二线城市占比均超过20%，该比例在四线城市和五线及以下城市仅为8.4%和3.88%。国有银行之一的中国农业银行在四线城市和五线及以下城市活跃用户占比均超过10%，体现国有商业银行为推动共同富裕提供金融支撑

来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

中国手机银行APP用户行为洞察 — 生活消费行为

手机银行用户娱乐需求较高， 银行机构应全渠道协同打造场景金融生态圈。同时， 面对不同的消费结构用户分布， 银行机构制定了精准的商户营销策略

主要中国手机银行APP线上消费分布， 2021年11月



分析师观点

□ 国有商业手机银行APP低消费用户占比 较高， 银行机构可根据自身用户的消费 结构分布， 制定精准的商户营销策略

由于各银行服务辐射范围和群体的不同， 各银行机构自身的用户在消费结构存在较 大的差异。银行机构应通过深挖大数据对 客户进行精准画像， 提供场景化、 个性化的 金融整体解决方案， 对目标客群拓展形 成支撑

□ 手机银行用户娱乐需求较高， 银行应全 渠道协同打造场景金融生态圈， 提高用 户使用时长、 打开频次与分享欲望

手机银行应依托网点及线下资源搭建起丰 富的场景服务。银行机构既要做好场景链 接， 又要提供场景金融服务， 做到协同线 上线下资源， 发挥网点、 手机银行APP等 渠道的合力。银行机构需结合消费行为分 析精细化运营场景金融， 实现个性化消息 推送与交叉推荐， 从而实现精准营销、 精 准获客

主要中国手机银行APP线下行为（生活品质） 分布， 2021年11月

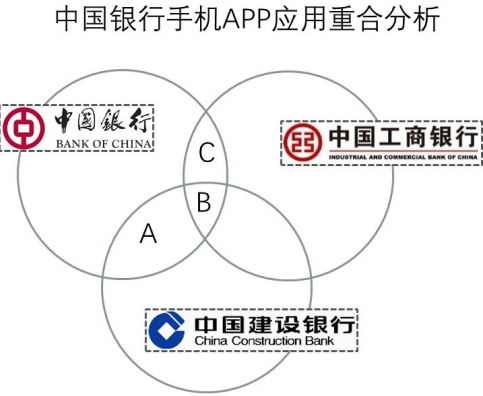
	 中国工商银行 INDUSTRIAL AND COMMERCIAL BANK OF CHINA		 中国银行 BANK OF CHINA		 中国建设银行 China Construction Bank		 中国农业银行 AGRICULTURAL BANK OF CHINA		 招商银行 CHINA MERCHANTS BANK	
	占比	TGI	占比	TGI	占比	TGI	占比	TGI	占比	TGI
剧场剧院	43.10%	171	43.60%	173	40.40%	160	32.00%	127	54.80%	218
按摩足疗	37.50%	188	36.20%	182	34.30%	172	28.60%	144	44.30%	222
咖啡厅	25.10%	197	25.50%	200	22.50%	177	16.10%	127	36.80%	290
电影院	20.40%	198	21.00%	204	19.10%	186	13.80%	134	25.20%	245
娱乐KTV	5.40%	53	6.30%	61	5.90%	57	6.40%	62	5.50%	54
美容保养	0.40%	7	0.50%	10	0.50%	11	0.90%	18	0.40%	8

来源: 极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG), 头豹研究院

中国手机银行APP用户行为洞察 — 应用重合及来源去向分析

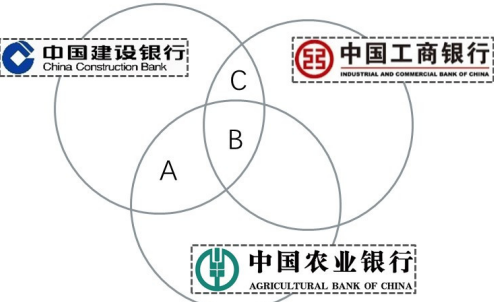
各大银行机构手机应用重合程度较高，银行需扩大产品服务功能，根据自身特点实现差异化运营。同时银行需通过来源去向分析寻找流量转化机会，提高运营效率

主要手机银行APP重合分析，2021年11月



应用	重合率 (重合用户/中国工商银行用户)
中国银行、中国建设银行	43.7% (A+B)
中国银行、中国工商银行	39.2% (B+C)
中国银行、中国工商银行、中国建设银行	21.6% (B)

中国建设银行手机APP应用重合分析



应用	重合率 (重合用户/中国建设银行用户)
中国建设银行、中国农业银行	34.9% (A+B)
中国建设银行、中国工商银行	36.9% (B+C)
中国建设银行、中国工商银行、中国农业银行	15.8% (B)

主要手机银行APP来源去向分析，2021年11月

中国银行手机APP来源去向分析

应用	新增用户来源占比	卸载用户去向占比
中国建设银行	1.7%	3.6%
中国工商银行	1.6%	3.5%
招商银行	0.8%	1.4%
邮储银行	0.7%	1.2%
掌上生活	0.6%	1.0%

中国建设银行手机APP来源去向分析

应用	新增用户来源占比	卸载用户去向占比
中国工商银行	1.8%	3.1%
招商银行	0.8%	1.5%
中国银行	0.8%	1.5%
邮储银行	0.7%	1.2%
掌上生活	0.6%	1.0%

分析师观点

□ 各大银行机构手机应用重合程度较高，银行需根据自身特点实现差异化运营

现阶段，各大手机银行应用重合用户比例较高，中国银行与中国建设银行、中国工商银行重合率分别高达 **43.7%** 及 **39.2%**。这一现象说明手机银行用户需要同时安装多家银行机构APP才可满足需求，银行需扩大产品服务功能，且根据自身特点实现差异化运营。通过来源去向分析，大部分中国银行及中国建设银行APP卸载用户选择中国工商银行APP，去向占比均超过 **3%**，银行机构应寻找流量转化机会，提高运营效率

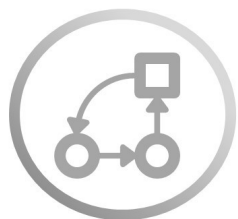
来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

第五部分：中国手机银行APP市场政策监管环境分析

Market Regulatory Policy Analysis Of China Mobile Banking APP



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析



案例分析

中国手机银行APP市场政策监管环境分析

在金融科技蓬勃发展的浪潮下，中国陆续出台相关政策以规范及鼓励技术驱动下的金融创新。在保证防范金融风险的基础上，相关政策维护个人金融信息安全，以支撑金融科技健康有序发展

中国手机银行APP行业发展相关政策分析，2019-2021年

政策名称	颁布日期	颁布主体	政策要点
《多终端互动的服务渠道模式指南》	2021-06	中国银行业协会	旨在降低银行客户使用手机银行客户端的风险，为数字化转型奠定良好基础，体现中国银行业创新能力，实现优质差异化服务，并为适老化提供可行技术手段
《手机银行销售储蓄国债（电子式）试点办法》	2020-03	中国国家财政部，中国人民银行	参与试点的储蓄国债承销团成员通过手机银行渠道可办理储蓄国债（电子式）销售、个人债券二级托管账户开立、托管余额信息查询业务，不可办理提前兑取、质押贷款、非交易过户、资金清算账户变更等业务。试点成员用于办理储蓄国债（电子式）销售等业务的信息系统，应满足监管部门关于手机银行系统和APP安全的政策规范、监管要求和技术标准
新版《网上银行系统信息安全通用规范》	2020-02	中国人民银行	新修订标准立足于移动互联网和云计算等新技术在网上银行系统不断深入应用、手机银行使用愈加广泛的背景，旨在应对网上银行系统信息安全出现的新形势和新特点，防范新风险。标准规定了网上银行系统安全技术要求、安全管理要求、业务运营安全要求，为网上银行系统建设、运营及测评提供了依据
《个人金融信息保护技术规范》	2020-02	中国人民银行	本标准规定了个人金融信息在收集、传输、存储、使用、删除、销毁等生命周期各环节的安全防护要求，从安全技术和安全管理两个方面，对个人金融信息保护提出了规范性要求。标准适用于提供金融产品和服务的金融业机构，并为安全评估机构开展安全检查与评估工作提供参考
《商业银行应用程序接口安全管理规范》	2020-02	中国人民银行	规定了商业银行应用程序接口的类型与安全级别、安全设计、安全部署、安全集成、安全运维、服务终止与系统下线、安全管理等安全技术与安全保障要求
《关于发布金融行业标准加强移动金融客户端应用软件安全管理的通知》	2019-11	中国人民银行	中国互联网金融协会承担移动金融客户端应用软件行业自律管理职责，包括制定行业公约、建立健全黑名单管理、自律检查、违规约束、信息共享等机制，做好客户端软件实名备案、风险监测等工作
《金融科技产品认证规则》	2019-10	中国国家市场监督管理总局、中国人民银行	《规则》包括适用范围、认证依据、认证模式、认证单元划分、认证委托、认证实施、认证证书认证标志、认证责任、认证细则和金融科技产品认证标志管理要求等11个方面的内容

分析师观点

□ 手机银行相关政策日益规范化，有利于金融科技行业健康、良好地发展

随着互联网和新技术的不断发展，科技深入人们生活的各方面。在大数据时代，个人信息的安全尤为重要。手机银行APP拥有强大的业务聚合功能，同时因此也让其成为风险聚合的平台。中国相关部门陆续出台一系列有关金融科技规范发展的政策，以规范及鼓励金融科技创新的有序健康发展

第六部分：中国手机银行APP行业发展趋势

Development Trend Of China Mobile Banking APP Industry



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析

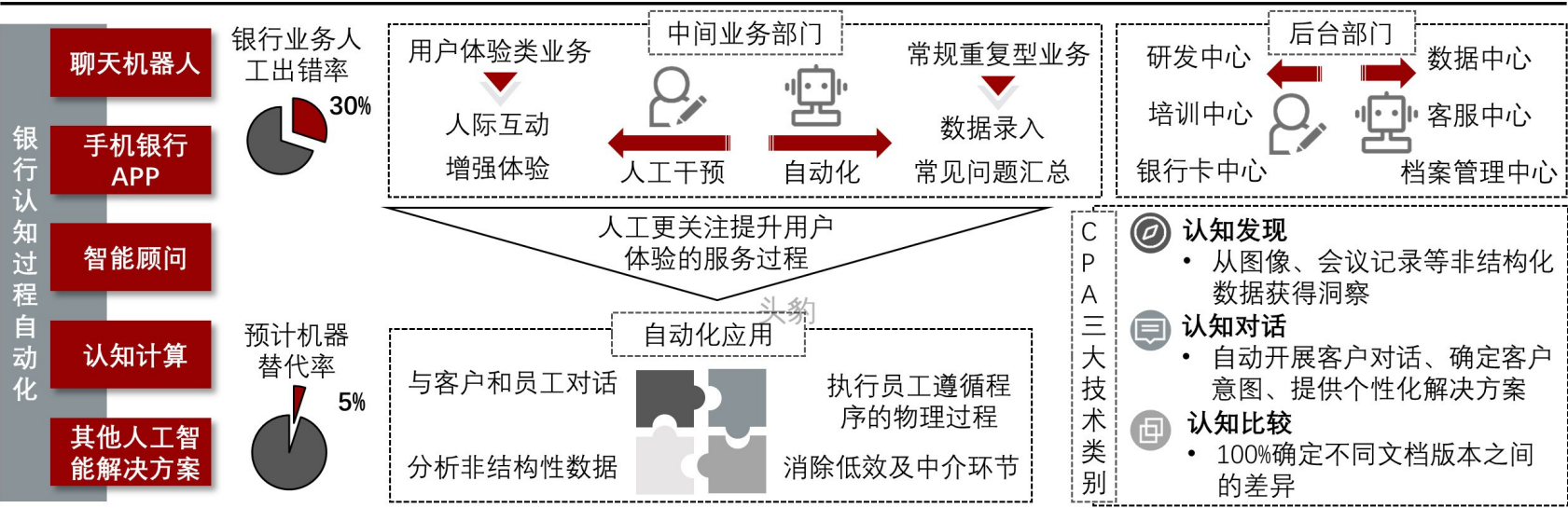


案例分析

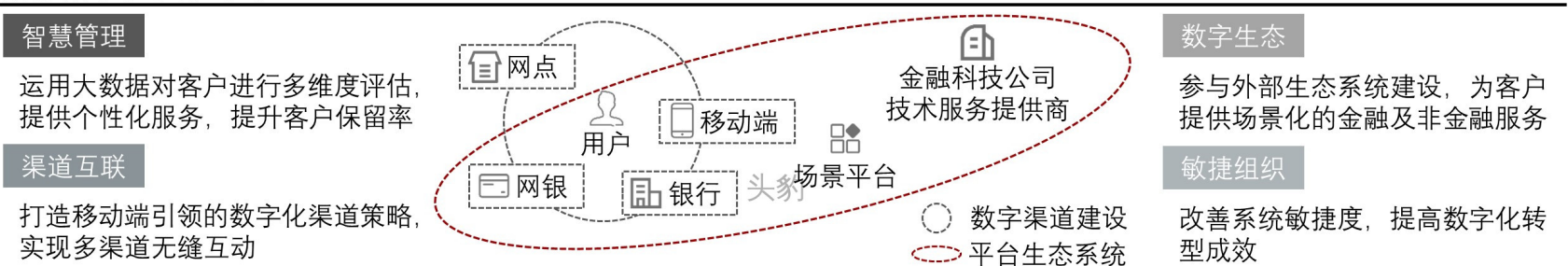
中国手机银行APP行业发展趋势（1/2）：银行数字化

新冠肺炎疫情催化“非接触银行”业态需求，银行业务自动化是未来银行数字化发展趋势，人们将需处理更复杂及有意义的人际互动任务

商业银行自动化进程



银行数字化发展举措



来源：中国金融认证中心，头豹研究院

分析师观点

□ 认知过程自动化是一种新的业务模式，且将迅速得到普及，为银行用户提供卓越的体验

从2016年起，各大银行机构陆续推出聊天机器人、更先进的手机银行APP、智能顾问及其他人工智能解决方案来扩展认知过程自动化。各种渠道和中间部门的常规任务将实现全面自动化，人工能够处理需要人际互动更复杂的任务

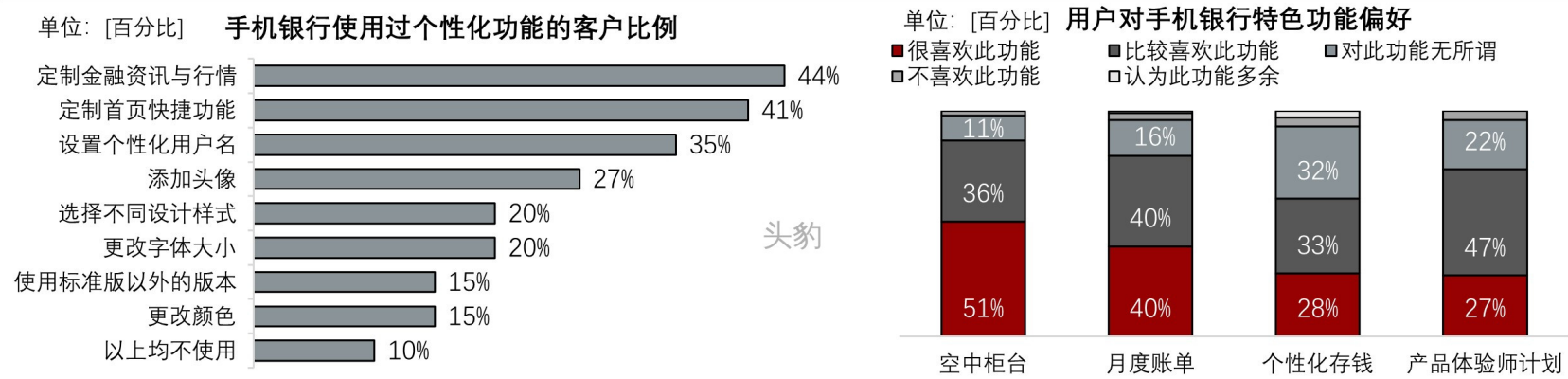
□ 数字渠道及平台生态系统的建设为银行数字化提供坚实的底层基础

银行可通过对客户进行智慧管理、打造多渠道、建设多元生态场景系统来实现银行数字化

中国手机银行APP行业发展趋势（2/2）：APP发力场景化建设

定制金融资讯及空中柜台个性化服务受到手机银行用户喜爱，但对于娱乐类功能，用户认知及使用意愿相对较低，银行机构需推出符合消费者期望的产品及服务

手机银行个性化功能趋势分析



分析师观点

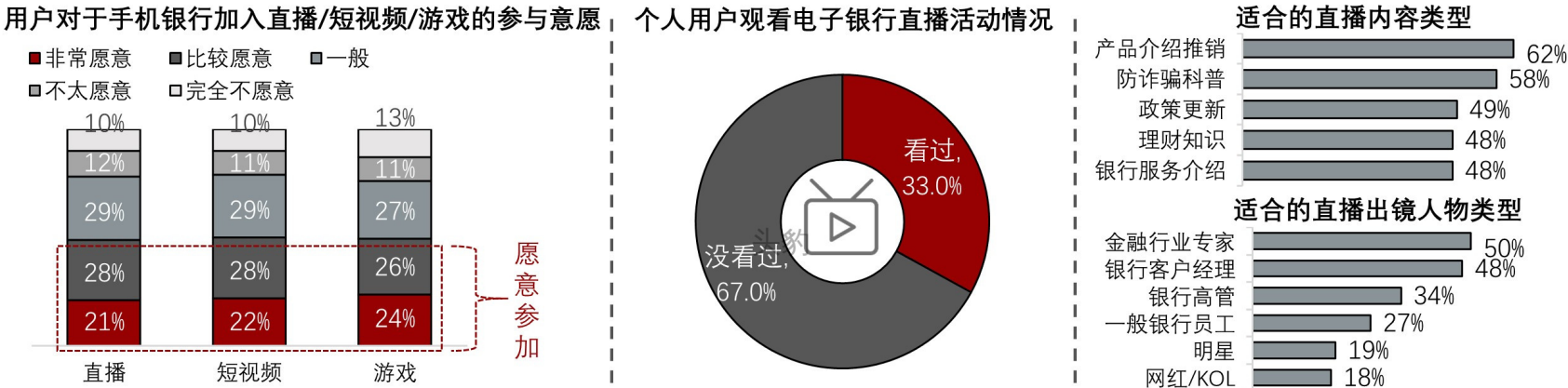
定制金融资讯及空中柜台服务受到手机银行用户青睐，银行机构需推出符合消费者期望的产品及服务

在客户实际使用的个性化行为方面，手机银行用户使用最多的个性化功能是定制关注金融资讯，占比高达44%；而在功能偏好方面，有87%的用户表示喜欢空中柜台此项功能，银行机构应推出符合用户需求期望的应用板块

对于娱乐类功能，手机银行用户认知及使用意愿现阶段仍处于培养阶段

个人用户对手机银行引入直播、短视频、游戏参与意愿程度相近。总体约有50%用户愿意参与，娱乐类功能推广仍需进行意愿培养

手机银行娱乐化功能趋势分析



来源：中国金融认证中心，头豹研究院

第七部分：中国手机银行APP行业竞争格局分析

Competitive Landscape Analysis Of China Mobile Banking APP Industry



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析



案例分析

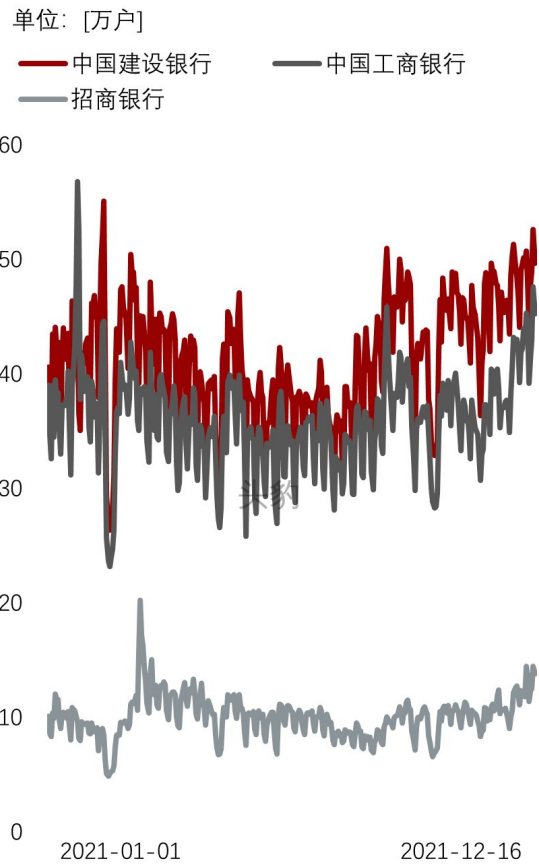
中国手机银行APP市场竞争格局分析 —— 金融服务主要功能对比

手机银行APP金融服务从基础的存取服务向信贷、理财及特色金融等进阶服务延伸，手机银行APP产品的丰富度日益提高，为用户提供更全面的银行业务体验

主要手机银行APP金融服务功能对比

银行APP	账户服务	银行存款	理财	贷款	基金	证券	外汇/跨境金融	期货
中国工商银行 	云保管、办理进度、活动大厅、安全中心、公积金、数字人民币等	大额存单、定期存款、专属存款、特色存款	固定收益、现金管理、净值类基金	融e借、小微e贷、质押贷款、购房贷、房抵贷	股票型、混合型、债券型、指数型、QDII、货币型	股市证券交易	外汇交易、出国金融、跨境汇款、外币预约	暂无
中国建设银行 	各类小程序应用、网点服务、政务服务、数字人民币、安全中心等	定期存款、大额存单、通知存款、智能存款	固定收益、现金管理、周期产品、外币产品、专属理财、预期收益、净值类	快贷、小微快贷、农户快贷、质押贷、学e贷	股票型、混合型、债券型、QDII、货币型	股市证券交易	外汇交易、外汇汇款、出国金融	权益类、混合类、固定收益类、其他类
招商银行 	账户查询、第三方服务、理财产品跳转	定期存款、大额存单、通知存款、结构性存款	现金类、固收类、混合及其他结构性	闪电贷、质押贷、小微抵押贷、周转易、消费易	无具体分类，有推荐基金，如五星基金、首发专区、投资好机会、组合优选	暂无	出国金融、外汇购汇、外汇结汇、境外汇款	暂无

主要银行日新增用户数量，2021年



分析师观点

□ 手机银行APP服务矩阵不断扩大，用户偏好功能更丰富的手机银行APP

各大手机银行APP产品的金融服务从基础的存取服务向信贷、理财及特色金融等服务延伸，产品丰富度在不断提高。在覆盖基本功能模块的基础上，手机银行丰富服务，并在细分服务或活动等方面创新探索，为用户提供更便捷、更全面的银行业务使用体验。总体来看，中国建设手机银行可提供更丰富的金融服务，根据极光iAPP数据，中国建设手机银行拥有更多日均活跃用户数量

来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

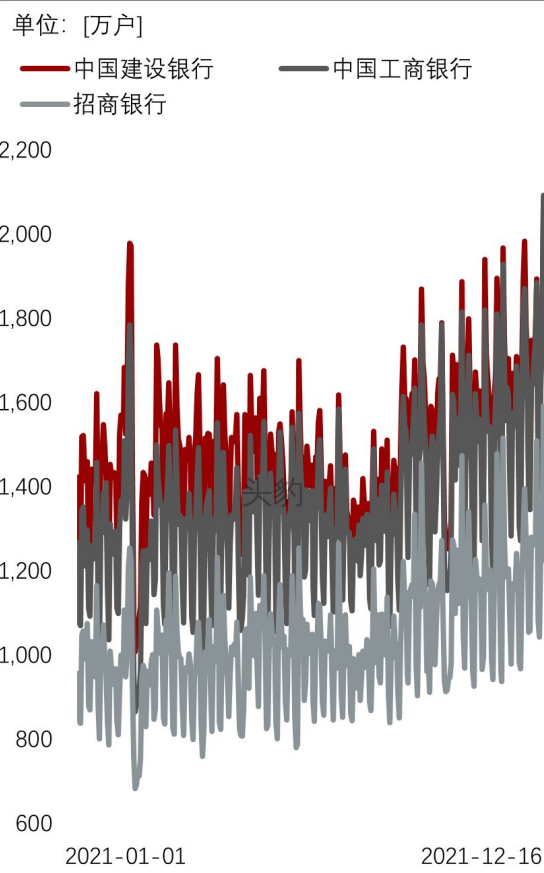
中国手机银行APP市场竞争格局分析 —— 非金融服务主要功能对比

手机银行APP积极布局非金融场景服务生态，向高频生活服务场景渗透，以高频带动低频应用以提高用户活跃度

主要手机银行APP非金融场景服务对比

银行APP	非金融场景	资讯内容
中国工商银行 	生活缴费：水电、燃气、电视、通讯费、房租、物业费、旅游、电影票、手机充值等 出行服务：交通罚款、ETC明细、油卡充值 本地服务：社保、医保、外卖、查房价等 掌上商城：融e购、扶贫专区	行情资讯：头条、理财、专题、优惠、公告 财富主题：混合类基金、黄金 财富讲堂：理财、保险 财富锦囊：行情走势和金融市场新闻
中国建设银行 	住房服务：租房业务 掌上商城：乡村产品、日常用品 政务服务：社保、医保、公积金等 生活缴费：话费、水电、燃气等 便民服务：家政、装修等 美食娱乐：外卖、电影、买菜等 车主服务：加油、停车、ETC等 医疗健康：挂号、体检、药品快送等 商旅服务：租车、旅游、机酒预定等 学校教育：代办、考试报名、教材费等	宏观资讯：推荐、职场、汽车、基金、科技 今日财经：头条、财富、股市、基金、消费
招商银行 	生活服务：饭票、影票、出行、便民、生活缴费（包括网盘和优酷会员） 便民服务：快递寄送、包裹收取、商超便利、社保医院等 文化娱乐：高顿云课堂、魔都云看房、文广演艺 掌上商城：手机数码等产品	小招直播间：王牌栏目、回放、节目单 首页：专题、文章分析 社区：关注、推荐、热榜 理财干货：财经类分析点评

主要银行日均活跃用户数量，2021年



分析师观点

□ 手机银行基本覆盖用户所有生活场景，丰富非金融服务生态

手机银行APP是各大银行机构银行金融科技前端的主要输出产品，以“金融+生活”场景为支撑，延伸打造了美食、出行、商城等周边的场景服务生态，可为客户提供线上线下一体化的无缝服务，连接“金融+非金融”服务场景，构建全行多维场景新生态。从银行APP的非金融场景布局来看，在生活、政务、商城和美食娱乐等高频消费场景均有覆盖，且部分银行APP因疫情所需，进一步布局和渗透医疗及教育场景

来源：极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG)，头豹研究院

©2021 LeadLeo

第八部分：中国手机银行APP案例分析

China Mobile Banking APP Case Analysis



市场综述



价值模型分析



与第三方金融科技公司对比分析



用户行为洞察



市场政策分析



发展趋势



竞争格局分析



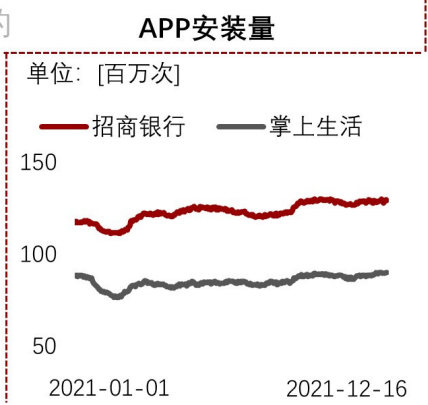
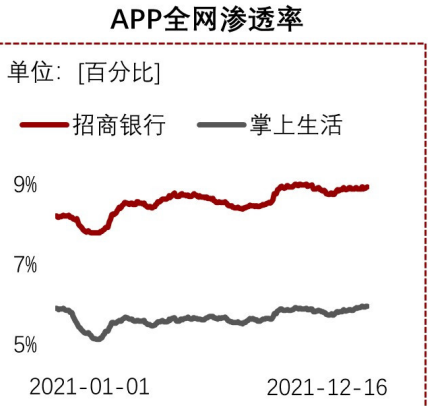
案例分析

中国手机银行APP案例分析 —— 招商银行

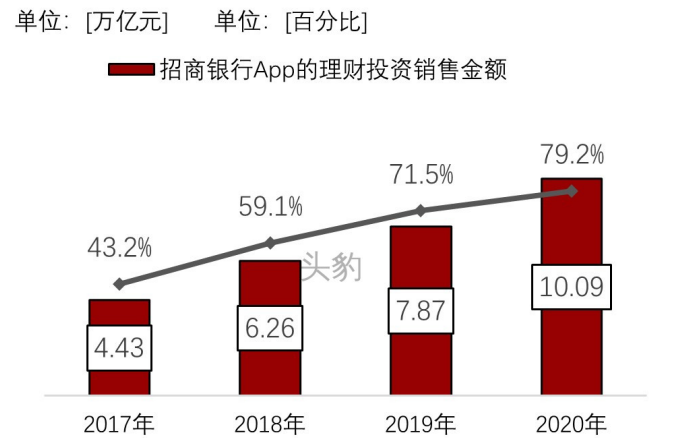
招商银行两大APP正脱离低频的金融场景，融入到高频的日常生活场景且通过数字化运营进一步提升银行的金融服务效能

招商银行应用APP产品矩阵，2021年

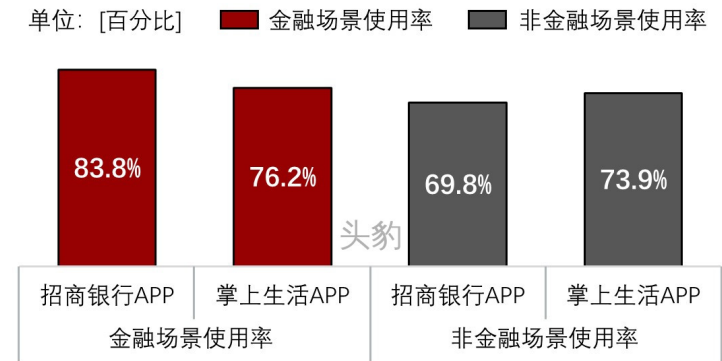
应用	行业类别
招商银行	手机银行
掌上生活	手机银行
企业银行	手机银行
招商银行招贷	分期借贷
掌上管家	手机银行
香港一卡通手机银行	手机银行
聚合收单	支付结算
招银汇金	投资理财
招行聚合收款	-
E招通	办公软件
CBS6	手机银行
招呼社区	分类信息
智慧云按揭	办公软件
招赢通	投资理财
小招二手房	买租房房
开车啦	其它工具
摩羯智投VR	其它工具



招商银行APP理财销售趋势分析，2017-2020年



招商银行APP金融场景使用率，2019年



分析师观点

□ 招商银行理财销售大部分通过APP实现，金融服务效能进一步提升

招商银行两大APP自身已完成了从交易工具向经营平台的转变。2020年招商银行APP理财投资销售金额占公司理财投资销售金额的比重已提升到 79.2%，数字化运营进一步提升了银行的金融服务效能

□ 两大APP正摆脱低频的金融场景，融入到高频的日常生活场景

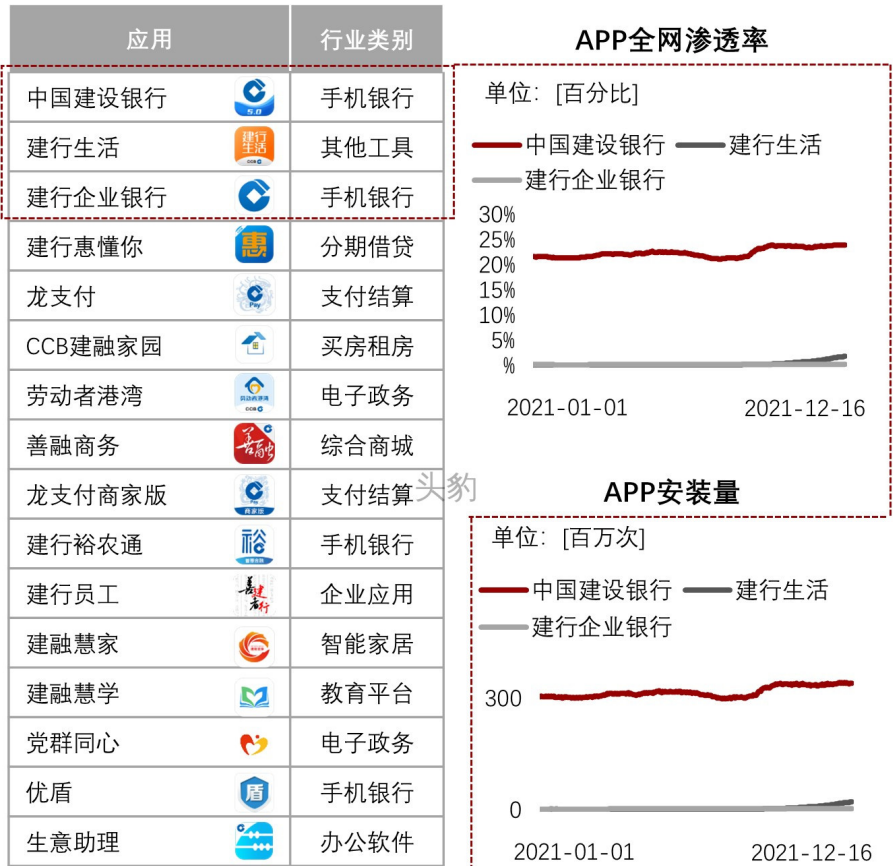
招商银行App金融场景使用率和非金融场景使用率分别为 83.8%和 69.8%，掌上生活App金融场景使用率和非金融场景使用率分别为 76.2%和 73.9%

来源： 公司年报，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG), 头豹研究院

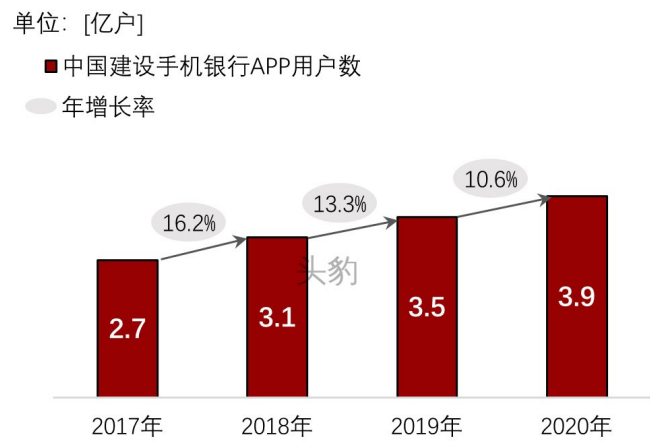
中国手机银行APP案例分析 —— 中国建设银行

中国建设银行个人手机银行深度融合边缘计算、智能语音、生物识别等技术，构建全种类、全功能、全产品的智能搜索体系，提升客户使用体验

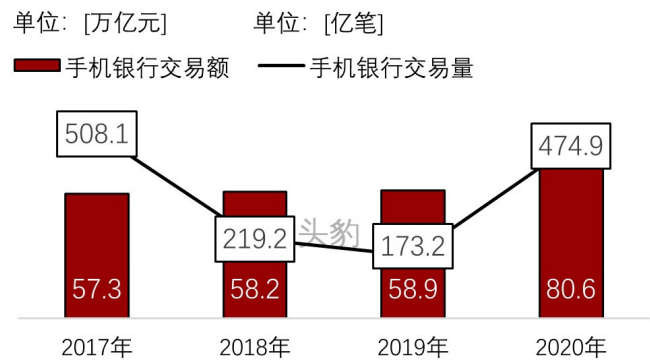
中国建设银行应用APP产品矩阵，2021年



中国建设手机银行用户数，2017-2020年



中国建设手机银行交易规模分析，2017-2020年



分析师观点

□ 中国建设银行个人手机银行深度融合先进科技，提升客户使用体验

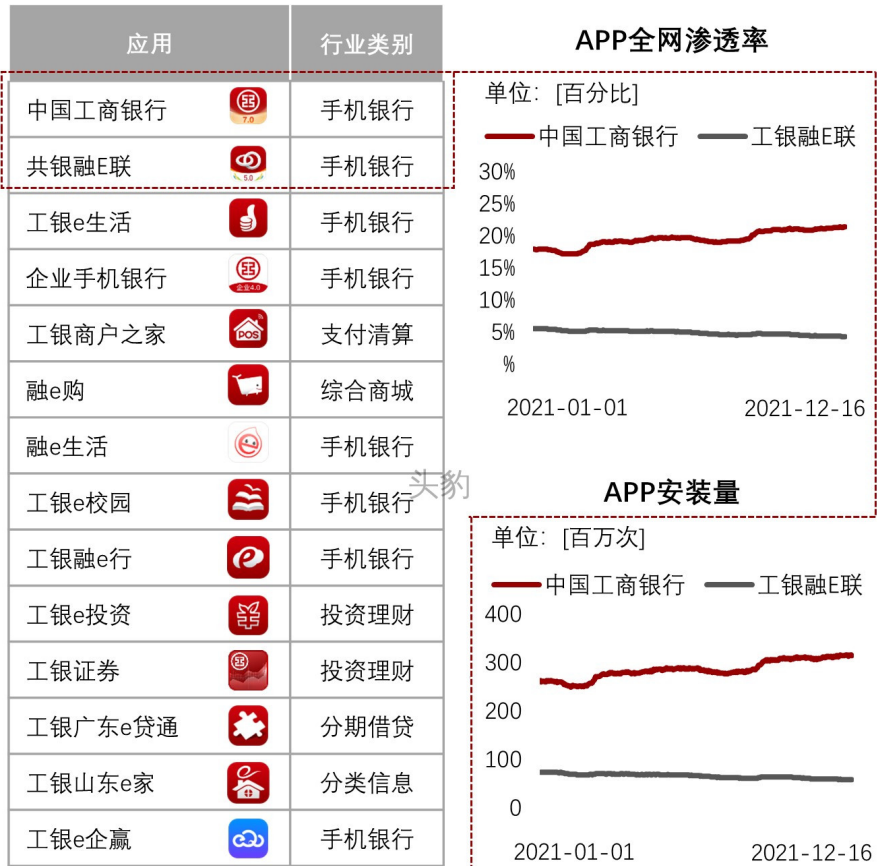
中国建设手机银行APP用户数从2017年的2.7亿户增长到2020年的3.9亿户，APP用户数增长率连续三年均保持10%以上。在中国建设银行最新推出的个人手机银行的版本中，产品深度融合边缘计算、智能语音、生物识别等技术，重塑五大服务频道，构建全种类、全功能、全产品的智能搜索体系，同时创新智能语音交互，拓展信息无障碍服务，实现“动口不动手”的业务办理方式，方便视觉障碍者和老年客户使用手机银行。在企业手机银行方面，银行机构推出智能搜索、智能助理、智能客服，极大提升商户体验

来源： 公司年报，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG), 头豹研究院

中国手机银行APP案例分析 —— 中国工商银行

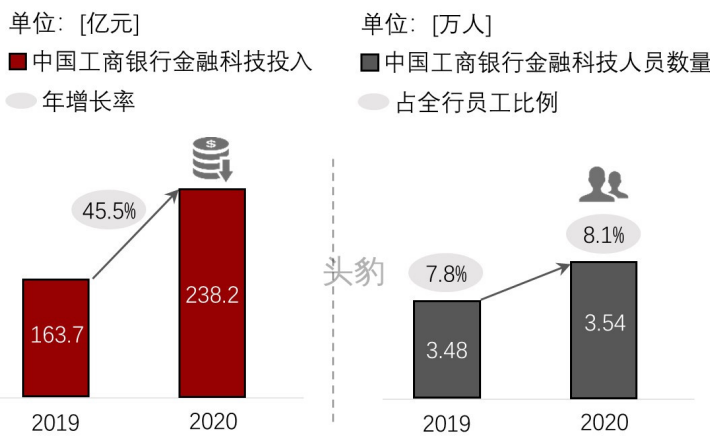
中国工商银行加大科技投入力度，依托智慧银行信息系统，全面打造多领域协同发展的数字新业态，实现全行经营动能转换、质量升级和效率变革

中国工商银行应用APP产品矩阵，2021年

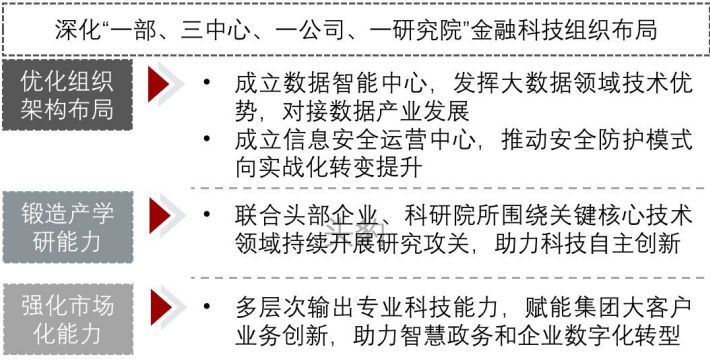


来源： 公司年报，极光iAPP (Aurora Mobile, NASDAQ: JG), 头豹研究院

中国工商银行金融科技发展分析，2019-2020年



中国工商银行金融科技组织布局



分析师观点

□ 中国工商银行加大科技投入力度，通过科技实现全行经营动能转换、质量升级和效率变革

在资产托管业务方面，中国工商银行投产智慧客服平台，全新推出工银托管手机银行，向客户提供全渠道托管服务。在代客资金交易方面，中国工商银行持续完善网上银行、手机银行和电子交易平台三大线上渠道交易功能，提升外汇交易业务客户服务能力

□ 中国工商银行依托智慧银行信息系统，全面打造多领域协同发展的数字新业态

中国工商手机银行创新推出互动式线上云网点、客户经理云工作室，提供屏对屏非接触金融服务，为客户提供7×24小时线上线下一体化金融服务

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，从餐饮业、服务业、零售业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

头豹



法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。



头豹研究院简介

- ◆ 头豹是中国领先的原创行企研究内容平台和新型企业服务提供商。围绕“协助企业加速资本价值的挖掘、提升、传播”这一核心目标，头豹打造了一系列产品及解决方案，包括：**报告/数据库服务、行企研报服务、微估值及微尽调自动化产品、财务顾问服务、PR及IR服务**，以及其他企业为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的增长咨询服务等
- ◆ 头豹致力于以优质商业资源共享研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务

研究咨询服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

企业价值增长服务

为处于不同发展阶段的企业，提供与之推广需求相对应的“内容+渠道投放”一站式服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务

极光数据产品简介

- 极光凭借严格的合规流程与稳健的数据来源，服务内容覆盖线上**移动应用/小程序**，**手机品牌与厂商**多维度运营数据；**线下餐饮/酒店**，**服装/服饰等门店客流**，致力于解决中国互联网企业最棘手的商业情报与数据获取等难题；为全球领先的投资机构提供新型数据产品驱动深度研究，助力投资决策。

四大产品矩阵

移动应用数据-iAPP

洞察竞争格局，发现行业机会

市场地位	媒体价值	市场监控
产品运营	受众分析	渠道探究
投资分析	机会发现	

金融另类数据

洞察竞争格局，发现行业机会

经营数据	客群画像
------	------

品牌洞察数据-iBrand

洞察品牌表现，打造品牌生态

门店数量	门店客流	客流画像
下沉分析	数据联结	

精准营销数据-iMarketing

洞察竞争格局，发现行业机会

目标客群	人群洞察	用户标签
定制数据		

六大核心用途

市场地位

影响公司估值
(规模、排名、增长)

市场监控

影响推广策略
(竞品、规模)

受众研究

人群特征、产品偏好
与兴趣

媒体价值

影响媒介议价
(覆盖、TA占比、排名)

产品运营

规模、涨势、指标与
竞品对标

渠道探究

竞品来源去向、行业
用户聚集

数据实力



525亿+
累计SDK安装量



14.4亿+
月独立活跃设备



200万+
监测APP



2000+
数据标签



22个 | 205个
一级行业 | 二级行业



研报阅读渠道

◆ 头豹官网：登录 www.leadleo.com 阅读更多研报

◆ 头豹小程序：微信小程序搜索“头豹”、手机扫上方二维码阅读研报

◆ 行业精英交流分享群：邀请制，请添加右下侧头豹研究院分析师微信



扫一扫
进入头豹微信小程序阅读报告



扫一扫
实名认证行业专家身份

详情咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521

报告找不到，马上上头豹

头豹报告库账户

头豹

- 全行业覆盖、近5000本报告展现、支持100万+数据搜索、每年持续更新1000+行企研究报告
- 解决细分行业知识空白
- 价值研究体系助力投资决策
- 月卡、季卡、年卡灵活订阅

详情咨询



让专业 更专业

头豹定制报告

- 轻量化咨询：低价（5万起） 高质（深度） 高效（2周起）
- 对口行业资深分析师执笔
- 满足企业及机构：品宣、业务发展、信息获取等诉求

详情咨询



助力企业价值最大化

共建报告——合作招募

头豹诚邀企业参与报告共建——领航者计划

- 传播企业品牌价值、共塑行业标杆
- 全网渠道发布、多方触达
- 高效 高品质 打造精品报告

详情咨询



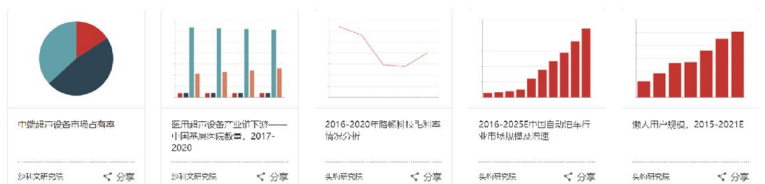
“我不想阅读完整的报告,只想引用里面的数据呀,有没有相关的工具可以推荐?”

头豹给你答案!

图说



数说



表说

表说

换批

头豹目前收录了400,000+行业数据
涵盖各类图片、表格、数据图等

众多数据 如何才能运用到工作文档里面
并且一键导入PPT、WORD、EXCEL?
今天,就安利给你一款解决数据引用难题的

“神器”

头豹助手Office插件

头豹助手功能强大,使用便捷
内置头豹官网的最新图、表等数据
并支持一键使用,自动匹配导入文档
再也不用Ctrl C+Ctrl V循环了!



如何“解锁神器”?

只需1分钟 即可上手使用!
扫描左侧二维码 查看教程

