

银行业数字化建设近年来步入快速路，但不少中小银行也就此患上了“数字化转型焦虑”。

如何转向数字化？转成怎样的数字化？11月25日，由中国金融认证中心（CFCA）联合百家成员银行发起的《2021中国数字金融调查报告》（以下简称《报告》）对外发布，从中我们寻找着答案。



手机银行，未来没人用了？

2000年以来，中国银行业经历了三次转型，分别是2005年开始大行股改的市场化转型、2010年以后流程化转型以及2016年以来正在经历的数字化转型。

《报告》显示，国内手机银行用户数量快速增长，从2015年开始手机银行连续6年增长率保持两位数。与之形成对比的是，网上银行使用逐渐被边缘化，用户比例增速放缓，2021年个人网上银行用户渗透率为63%，增长率仅为7%。

《报告》同时显示，50.7%的用户在办理完业务之后选择直接退出手机银行，手机银行仅作为办理业务的便捷渠道，多数用户是在有需求的情况下才会使用手机银行

，暂未养成长期依赖的使用习惯。

与此同时，转账汇款和账户查询是用户最常使用手机银行、网上银行办理的业务，位于第一梯队，生活缴费位于第二梯队，投资理财和网络支付为第三梯队。相比之下，微信银行、微信小程序略有差异，账户查询、生活缴费位于第一梯队，转账汇款和网络支付为第二梯队。

由此可知，用户在零售电子银行主要办理的业务仍为基础性业务。

基础金融服务之外，手机银行还要兼顾社交功能

《报告》预计，未来App将出现更多一体化、一个数字化和生态化运营平台。

当然，金融科技的加持也带来了新的机遇和挑战，加快了零售智能化、数字化转型步伐。各商业银行开启了“手机银行+”的移动端布局，着力提升获客、活客、留客、变现的能力。未来，手机银行会作为最重要的电子银行渠道，成为各商业银行发展的重点。

《报告》认为，手机银行的金融属性逐渐弱化，取而代之的将是“场景+社交”属性，即以基础金融服务为支撑，以手机APP为载体，高频生活场景为驱动，重塑手机银行新业态。

除了个人用户，企业数字金融用户对手机银行有哪些期待？《报告》显示，小型企业的需求集中在工具性上，更关注数字金融的便捷性、界面美观性、资费优惠；大型企业需要管家式服务，看重服务个性化、智能化程度、服务广度。

《报告》同时提出了手机银行未来发展的两个可参考方向：第一，可结合移动端特性，加强塑造特色服务优势，如人脸识别、拍照/扫描上传资料、远程视频服务、现场直播、位置定位及移动支付功能等；第二，可依托金融科技，增强App的智能化、可视化，解决屏幕小导致的交互体验差、输入信息不方便、打印不方便等体验痛点等。



数字化转型，合规是底线

在中国金融认证中心（CFCA）助理总经理赵宇看来，银行在数字化转型中首先应坚守合规底线；其次须坚持创新引领，推动数字金融生态健康发展。

招联金融首席研究员、复旦大学金融研究院兼职研究员董希淼指出，商业银行在发展手机银行业务过程中还存在着三方面的问题和不足。

第一，重技术开发而轻日常运营。在数字化转型的“焦虑”之下，一些银行开发出很多款App。这容易造成银行内数据信息的割裂，用户选择起来也很困难。而且部分App开发完上线部署之后，后续

的维护运营少有跟进。

第二，重注册用户而轻活跃用户。

手机银行注册用户数量很重要，但如果注册用户活跃度非常低，那么，注册用户数量多的意义就不大了，而且还占用了 many 资源，这类似于银行的睡眠卡或长期不动户。

第三，重产品部署而轻用户体验。

一些手机银行功能很强大，但用户用起来可能不方便。比如，界面非常烦琐，操作复杂，文字说明过于专业，普通用户看不懂，学习成本高。总之，用户体验非常差。

就此，董希淼给出三个建议。

第一，加强日常运营。

要更注重运营，要用“流程银行”的理念来做手机银行App。特别是中小型银行不要贪大求全，多出来的App，抓紧合并归类。建立专门的运营团队，同时加强与其他金融机构、非金融机构的开放合作，这样才能真正把运营做好。

第二，激发活跃用户。

如果银行能接入一些高频的场景，则有助于提升活跃用户。比如接入交通出行、电商、外卖等App。另外，建立线上和线下协同联动的机制，也有助于进一步提升用户活跃度。

第三，提升用户体验。

这不是一句空话，关键在于落实到各种细节，要围绕日常登录、余额查询、明细查询、手机缴费、跨行转账、理财查询等细节，提升用户体验。

[中央财经大学中国互联网经济](#)

[研究院副院长欧阳日辉](#)

表示，银行业对数字化转型要有

一个科学的认识：

第一，银行数字化转型是一个渐进的过程，

需要

充分认识

转型的趋势，数字

化转型需要与业务战略保持一致，循

序渐进；

第二，数字化转型是一个全局性的工作，顶层设计很重要，大部分银行在推动数字化转型的过程中都始终“战略先行”，制订包括IT系统架构、数据治理、业务与科技融合等方面的顶层规划；

第三，数字化转型是“一把手工程”，转型能否成功，董事会和高级管理层要负主要责任；

第四，数字化转型应该因地制宜，根据各家银行的历史发展、资源禀赋、人才集聚等情况，打造商业银行特色数字化转型之路。

原文刊登于2021年11月30日《人民政协报》第7版财经周刊

记者：崔吕萍