

本报记者 李冰 余俊毅

手机银行作为检验银行机构数字化转型

成果的重要载体之一，备受业界关注。《证券日报》记者梳理国有六大行2022年半年报发现，手机银行个人客户总数位列前三的分别是工商银行、农业银行、建设银行。

业界普遍认为，随着银行手机App的不断更新迭代，手机银行正成为传统商业银行满足用户金融需求、构建数字场景生态、打造自身品牌的重要窗口和依托。在银行业务基本实现线上化的今天，如何通过提升客户体验、打造核心竞争力已成为银行角逐的重点。

工行、农行、建行

手机银行客户数居前三

目前，智能化、数字化、AI

银行等成了银行体系热词，数字银行建设成为银行转型的焦点，而手机银行无疑是检验转型成果的关键指标之一。记者注意到，手机银行成为国有六大行半年报重点着墨的内容，提及频次合计超百次。同时，手机银行用户规模、月活数等也是行业关注的焦点。

国有六大行发布的2022年半年报显示，工商银行、农业银行、建设银行手机银行个人客户总数排名前三。具体来看，截至2022年6月末，工商银行个人手机银行客户规模达到4.88亿户；农业银行个人掌银注册客户数达4.34亿户，较上年末增加0.24亿户；建设银行个人手机银行用户数为4.28亿户，同比增长2.53%；邮储银行手机银行客户规模突破3.35亿户；中国银行手机银行注册用户规模超过2.4亿户。交通银行未公布手机银行客户规模。

手机银行作为银行零售业务的重要前端渠道，各家银行对此格外重视，竞相通过优化用户体验、升级功能服务、开放场景生态等形式，不断扩大客群数量，提升客户活跃程度。半年报显示，今年上半年，农业银行、工商银行、建设银行的月活用户分别为1.64亿户、1.6亿户、1.56亿户，其中，移动端月活用户（MAU）均超1亿户。中国银行、邮储银行、交通银行的月活用户分别为7300万户、4900万户、4054.82万户。

零壹研究院院长于百程对《证券日报》记者表示，从国有六大行披露的半年报数据来看，工商银行、农业银行、建设银行手机银行个人用户数均超4亿户，在移动

端的争夺非常激烈。这三家银行的手机银行月活用户均超1.5亿户，实属不易。当移动端用户量达到饱和之后，新增用户将变得非常困难，如何将存量用户转化成活跃用户是各家银行未来关注的重点。

## 特色产品+特色场景

### 是未来发展两大方向

近年来，商业银行在打造手机银行平台方面的投入不断加大。各家银行在不断升级手机银行功能和界面的同时，也在财富管理与应用场景相融合方面不断发力，提升用户体验。

比如，工商银行表示要全面建设“最好手机银行”，将手机银行App建设作为全行基础性工程与“第一个人金融银行”战略支撑，加快服务、场景、运营等方面创新，打造“最好手机银行”。

多家银行在半年报中提出，要根据不同客户群体的需求，推出相应的手机银行版本。其中，邮储银行表示，要优化完善手机银行功能，推进新一代手机银行三农版建设，进一步加大手机银行县域推广力度；以“千县万镇十大场景百万商户”为主线，启动县域移动支付受理环境建设项目，扩大移动支付在县域农村的覆盖面。

建设银行表示，将积极对接全国各省市政务服务，打造手机银行政务服务中心

。手机银行首页及生活频道集中展示当地公积金、养老金、社保、医保、交通罚款、缴税等便民政务服务，用户可以通过手机银行一站式办理金融及政务业务。

谈及手机银行未来的发展趋势，易观分析金融行业高级分析师苏筱芮对《证券日报》记者表示，预计未来手机银行有两大发展方向：一是瞄准公积金客户、工资代发客户、新市民客户、高净值客户等特定人群，有针对性地设计特色产品；二是打造特色场景，通过内部自建银行电商或与外部电商平台合作，为客户提供更加丰富的线上购物选择，线下则可通过商圈、企事业单位的联合，助力更多B端场景升级。

（编辑 白杨）