

App Annie

亚太区金融应用 报告

移动端如何改变银行和
金融服务



目录

摘要	3
银行业如何应对移动金融的兴起	6
亚太地区移动银行应用的兴起	9
金融科技等创新公司向金融生态系统发起挑战	14
亚太地区移动金融应用的宝贵经验	20
关于 App Annie	25

摘要

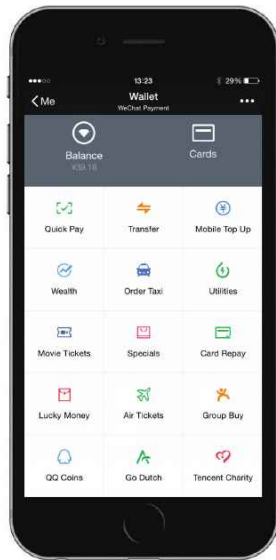
越来越多的人都在依靠移动应用来获取金融服务。

去年，金融应用全球总使用次数与 2015 年相比增长逾 36%。在 2016 年，韩国和澳大利亚的金融应用总使用次数比 2014 年翻了一番还多。

在过去的两年中，金融应用的全球总下载量也增加了 100%。在亚太地区的主要市场，金融应用的下载量增长率超过了所有非游戏类应用的下载量增长率。在中国，2016 年的金融应用下载量相比 2014 年增长 230%，是同期非游戏类应用下载量增长率的 3 倍还多。

应用为深化客户关系提供了独到的机遇，同时也带来了方便、安全和个性化的金融交易。银行不仅降低了分支机构之间的交易成本，同时也创造了新的交叉和追加销售的机会，从中受益良多。

应用也为金融科技公司发展铺平了道路，它们可以通过提供创新性金融服务来补充，甚至改变银行服务。因此，银行必须跟上不断涌现的新技术和消费者期望的步伐，确保应用体验能够满足用户。相反，不能适应潮流的银行则将被竞争对手甩开距离。



报告背后的公司跟技术

App Annie 致力于帮助发行商打造更出色的应用业务，全球百强发行商中，94 家是 App Annie 的用户。从竞争对比到国际扩张，App Annie 竭力为您提供在应用经济中取得成功所需的一切数据和洞察力。

本报告所含信息选编自 [App Annie Intelligence](#)，该平台针对应用经济领域提供领先的市场数据解决方案。如需了解我们业界领先的应用商店下载量、收入、用户分布和使用估算数据如何指导您的关键商业决策，请[立即申请演示](#)。



探索

在下载量、收入、参与度和广告指标方面获得宝贵的竞争力和市场洞察力。



制定策略

通过确定合适的合作伙伴和最佳的开拓市场，为您的业务制定制胜策略。



获取

通过提升应用商店的表现并最大限度地提高广告支出，来改进自然和付费用户的获取结果。



参与

通过了解用户的兴趣和行为，推动用户参与，提高用户留存率并有效地定位您的受众群体。



盈利

了解热门应用的盈利情况，然后利用其成功经验来最大限度地提高收入。

App Annie 是应用经济领域最值得信赖的合作伙伴

 Rakuten

 AIG

 DBS

 UBS

 BARCLAYS

Tencent 腾讯


Alibaba.com

kakao

 Money Forward

NAVER

Google

Baidu 百度

LINE



mastercard

SAMSUNG

Coca-Cola

LOTTE
Members

Vungle

FUJIFILM



amazon.com

TARGET

 Spotify

UNIVERSAL
UNIVERSAL MUSIC GROUP



SoftBank

Atlassian

IBM


tripadvisor

dentsu

超过 80 万注册用户
依靠 App Annie 更好
地掌握应用市场、自
身业务以及相关机遇。

银行业如何应对移动金融的兴起

金融应用的使用量空前

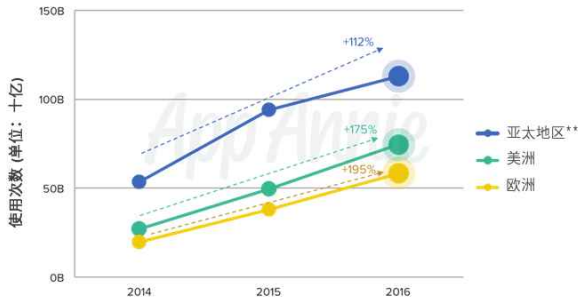
亚太地区处于领先地位，美洲、欧洲增长迅速

数字化助推了金融服务的转型。在所有市场，金融应用的总使用次数在过去两年间增加了 1 倍以上。正如我们在 2016 年发布的 [《欧洲零售银行努力提升移动端体验》](#) 报告中所指出的，越来越多的银行业务都已经产生在了移动平台上。在 [《金融科技对美国零售银行应用的启示》](#) 报告中，我们发现移动应用已经成为了银行客户体验的核心之一。与此同时，传统的银行业巨头也面临着由网络和移动应用为核心的金融科技新生力量带来的日趋激烈的竞争。

亚太地区的金融产业已经清楚地意识到了移动应用的影响。2016 年金融应用的使用量超过了 1100 亿次。客户正在积极地将业务转向移动应用，并且在此领域的许多行业领导者并不是传统银行。移动银行、移动支付、点对点转账，个人预算和投资，移动应用皆为金融服务提供了无与伦比的便利，创造了新的参与机会。

应用经济将[继续蓬勃发展](#)。优先考虑移动应用策略布局的银行和金融科技公司将是最大的受益者。

金融*应用总使用次数



*Android 手机金融商店类别应用

**中国除外的亚太地区

金融类别的下载量增长率大于所有应用类别的总和

应用(非游戏类)与金融*类别应用的下载量增长率对比



*类别包括 iOS 和 Google Play 上的金融类别 (中国仅限于 iOS)

**东南亚包括泰国、印度尼西亚、马来西亚、新加坡、菲律宾和越南

亚太地区移动银行应用的兴起

有移动应用的银行很多，但具体使用方法因市场而异

功能捆绑与否：在策略上优先考虑最大化客户参与度

移动应用已经在亚太地区所分析的市场上得到广泛采用，不过在使用程度上有所不同。至少，几乎所有的领先银行都支持在移动端进行基础交易；然而，功能捆绑的程度在不同市场上有所差异：

- **完全非捆绑**：在韩国，领先的银行除了提供核心银行服务应用之外，还提供一系列用于移动支付、信用卡忠诚度计划、交易跟踪和投资的独立应用。
- **部分非捆绑**：日本和中国的一些银行也发布了独立的应用程序，提供特定或组合银行服务。
- **完全捆绑**：在澳大利亚，银行倾向于在单一应用中整合所有核心和增值服务。

这种多样性表明，没有一个放之四海而皆准的功能解绑模式 - 银行需要优先考虑其应用提供的功能是否能有效地满足客户需求。银行是继续解绑功能，还是重新捆绑银行服务，这都由与之产生的应用客户忠诚度来决定。任何不能满足用户需求的领域都可能被专业的金融科技竞争对手利用，从而进军并瓜分市场份额。

部分银行机构的金融服务应用



功能解绑方法构筑了多个用户参与渠道 银行*应用与核心银行服务竞争，同时也对其进行补充



核心银行服务

专业金融服务

*银行应用是指来自于被指定为商业银行以及银行和金融服务提供商的组织的应用。这包括来自没有实体分支机构的银行的应用、信用卡应用或仅提供单一服务类型的应用。如要进一步了解我们的分类，请参阅随附的[方法注释](#)。
应用按 2016 年 iPhone 和 Android 手机每月平均活跃用户数综合排名 (中国仅限 iPhone)。

韩国银行应用总使用次数创下佳绩，表明功能解绑是大趋势 聚焦日本监管放松后的行业变化

在澳大利亚、日本和韩国，前 10 大银行应用的使用次数从 2014 年至 2016 年翻了一番还多。韩国用户的银行应用使用次数几乎是澳大利亚用户的 4 倍。这可能是因为韩国银行应用的功能分拆程度更高，这给了每个用户更多与应用互动的机会，这也导致韩国用户的总使用次数在整体上更高。

相比之下，日本的移动银行应用由于国家根深蒂固的现金文化以及成熟的分支网络和生态系统而导致用户度较低。然而，这一生态系统也即将发生变革：日本即将采用的银行业开放 API (Open Banking API) 将激化当前市场参与者之间的竞争，同时为金融服务公司整合现有银行服务以及在此基础上继续扩张提供了更多的机遇。当然，这也将提升应用的用户参与度。我们也很期待由此产生的新机遇。



*热门应用 (按 Android 手机每月活跃用户数排名)

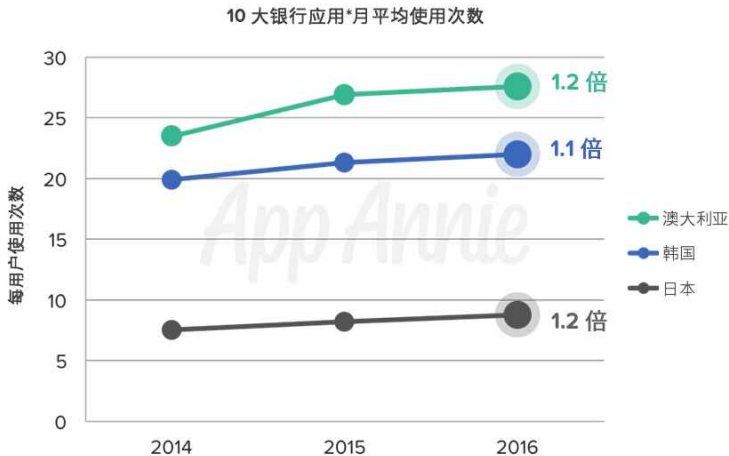
银行应用的使用习惯已经常态化

持续走高的下载量增长预示着参与度将进一步提高

在所分析的三个市场中，用户使用移动银行的习惯已经根深蒂固——银行应用的每用户月使用次数在过去的两年中一直保持稳定。在澳大利亚，用户使用银行移动应用相较于网上银行更加频繁，并且移动应用已经成为处理日常银行交易的标准途径。澳大利亚在同一应用中捆绑全部金融服务的做法可能推高每个用户的参与度。由于澳大利亚的银行业是数字化的早期采用者，用户行为已经相当成熟。

另一方面，日本受到严格监管环境的制约，监管环境改变十分缓慢。这不但限制了创新，还减缓了金融应用保有量的增速。与澳大利亚和韩国的用户相比，日本的用户在银行应用上的使用次数不及前两者的半数。

在过去的两年中，金融应用的强劲下载量增长表明消费者仍然在探索移动应用所带来的机遇。随着不断的创新和监管改革，用户参与度可能将进一步提高。



*热门应用 (按 Android 手机每月活跃用户数排名)

金融科技等创新公司向金融生态系统 发起挑战

移动应用改变了中国移动金融业

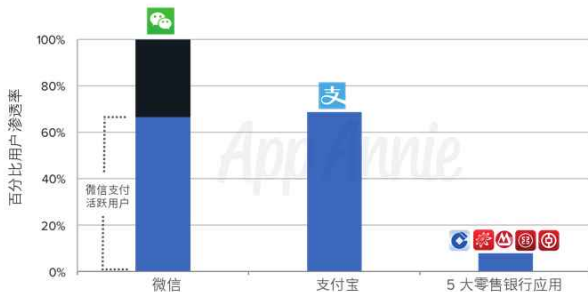
微信支付和支付宝是中国领先的移动支付平台，其使用渗透率大约为中国前 5 大银行应用平均使用渗透率的 7 倍。

腾讯在 2013 年将支付服务整合到了中国第一通讯平台微信当中，这一举措非常成功。在其 2016 年第 4 季度财报中，腾讯透露，在中国约有 67% 的微信活跃用户已经在使用其支付服务。在 2017 年的农历新年期间，微信用户送出了超过 140 亿个微信红包，比去年相比上涨了 76%。每秒高达 76 万个红包的峰值也是前所未有的。

当前，微信支付已成为支付宝最大的竞争对手，而后者是中国最成熟的在线支付平台，也是中国领先电子商务生态系统阿里巴巴的支柱业务。阿里巴巴旗下运营的在线购物平台淘宝的移动应用每月活跃用户数在 2016 年排名第一。从 2014 年开始，该公司提供支付业务之外，还重塑了其金融服务品牌，将新品牌命名为蚂蚁金服，提供包括理财、保险、专门面向小企业和个体消费者的小额贷款在内的全套金融服务。

从微信支付和支付宝的成功可以看出，非银行类科技公司如今已向金融行业提出了重大挑战。随着金融科技从支付转向提供理财产品、P2P 贷款和投资，它们可能对传统银行业务产生持续的影响。

2016 年中国领先移动支付平台的使用行为渗透率*与 5 大银行应用**对比



*iPhone 上的使用行为渗透率

**中国的 5 大银行应用包括建行手机银行、招商银行掌上生活、招商银行、工行手机银行和中银掌上行

移动应用已提供全方位的金融服务

银行已在多个领域遭遇强有力的竞争对手

在线支付与点对点转账



KakaoPay



Toss



账户整合与个人预算



Money Forward



Moneytree

51信用卡

投资与点对点 (P2P) 融资



蚂蚁聚宝
ANT FORTUNE



京东金融
JD Finance

Lufax.com

宜信
CreditEase

acorns
Invest the Change

移动支付和电子钱包



SSGPAY

ORIGAMI

SAMSUNG
pay

PAYCO

移动交易平台



华泰证券
HUATAI SECURITIES



海通证券
HAITONG



GUOSEN

东方财富网
eastmoney.com

保险

中国平安
PING AN
保险 · 银行 · 投资



Dongbu

SAMSUNG FIRE & MARINE
INSURANCE

众安保险
ZhongAn Insurance



Hyundai
Marine & Fire Insurance

中国顶尖金融科技应用由交易和投资应用主导

移动支付和个人预算应用领跑金融科技应用在亚太地区的增长

2016 年度热门金融科技应用：

中国

按每月活跃用户数排名

排名	应用
1	支付宝
2	同花顺
3	随手记
4	大智慧
5	东方财富网
6	京东金融
7	蚂蚁聚宝
8	51信用卡管家
9	涨乐财富通
10	天天基金网

2016 年度热门金融科技应用：

韩国

按每月活跃用户数排名

排名	应用
1	Mobile ISP Service
2	Samsung Pay
3	Toss
4	ClevMoney
5	PAYCO
6	SSG PAY
7	NAVER MONEYBOOK
8	Paynow
9	Kpay
10	支付宝

2016 年度热门金融科技应用：

日本

按每月活跃用户数排名

排名	应用
1	Money Forward
2	Zeim
3	Quick Money Recorder
4	Moneytree
5	Dr.Wallet
6	PayPal
7	Origami
8	ClevMoney
9	支付宝
10	Manereko

2016 年度热门金融科技应用：

澳大利亚

按每月活跃用户数排名

排名	应用
1	PayPal
2	Samsung Pay
3	Android Pay
4	Pocketbook Easy Budget Planner
5	Acorns AU
6	支付宝
7	Splitwise
8	PayPal Here
9	WorldRemit
10	Expense Manager

支付和转账

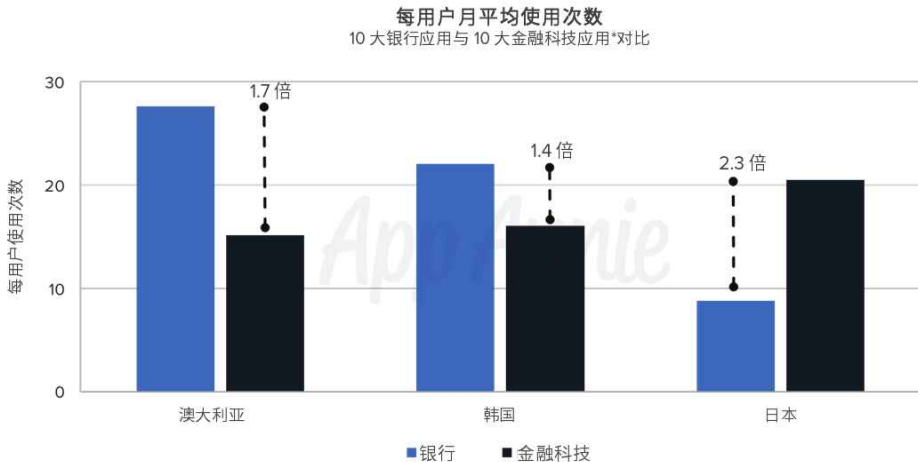
整合和个人预算

交易平台及个人投资

与储值卡或预付卡(卡的本身可以储值,但不与金融机构的外部账户相关联)相关的应用被排除在分类之外。应用按 2016 年 iPhone 和 Android 手机每月平均活跃用户数综合排名(中国仅限 iPhone)。如要进一步了解我们的方法论,请参阅随附的[方法注释](#)。

www.appannie.com/intelligence | © 2017 App Annie

日本金融科技应用的每用户使用次数已超过银行应用 澳大利亚和韩国的银行可继续巩固其在用户参与度方面的领导地位



*热门应用 (按 Android 手机每月活跃用户数排名)

移动应用所带来的机遇与竞争并存

移动金融已经带来了变革——在很多情况下，这些改变都是来自于金融业以外的市场参与者。

银行必须准备好通过创新、投资、甚至与金融科技公司合作来保持市场领先地位，否则将面临淘汰出局的风险。

了解应用市场的最佳实践，例如[应用商店优化策略](#)，针对不同应用制定[用户获取策略](#)，并[了解数据的重要性](#)将对未来的成功至关重要。

移动金融领域监管的改进和开放框架的出现为创新和竞争提供了巨大的机会。

就如[微信](#)和[支付宝](#)一样，移动领域的下一次变革也将马上到来。

领先银行与金融科技应用*的使用行为渗透率对比
2016



*财务类别热门应用 (按 iPhone 和 Android 手机上综合使用行为渗透率排名)

**对于中国，热门应用 (按 iPhone 使用行为渗透率排名)

亚太地区移动金融应用的 宝贵经验

1) 提供最佳的移动身份验证方法，不仅能取悦客户，更能增进信任

金融服务产业正在快速变化；消费者需要更多便捷、安全的个性化服务。生物识别解决方案的出现，在简单的密码之外提供了更可靠的安全性，这种技术可测量用户的特定体征，包括指纹、面部、眼睛的视网膜或虹膜、声音或体征组合。许多银行已经在使用这些技术，通过提供更安全和更便利的应用来增强用户的手机银行体验：

- [Rakuten Bank](#) 在 2015 年 6 月的 iOS 应用更新中引入了指纹识别功能，这一更新是日本银行应用的首创之举。这对该应用的评级产生了积极的影响——推出至今，提到指纹身份验证的评论平均评级得分超过了 4.5。
- [招商银行](#) 采用了人脸识别技术，作为其 2016 年 12 月 iOS 应用更新的一部分，而这项技术已提早在全国的 ATM 网络上推出。此项功能推出后，该应用在 2017 年第 1 季度的打开率相比上个季度提高了 15%。

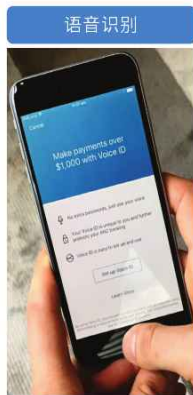
更多应用也将推出新功能：ANZ [宣布](#)将推出语音识别技术，该技术也将在其移动银行应用中推出。我们期待发现银行和金融科技公司将如何继续创新，为用户提供一流的身份验证体验。



[Rakuten Bank](#)



[招商银行](#)



[ANZ goMoney Australia](#)

安全性是用户针对金融应用的最需要的特征之一。您可以考虑提供创新的身份验证方法来优化用户信任和体验。

2) 提供能见度和透明度

随着金融服务通过网络和移动应用从而访问变得更加便捷，针对其银行卡和信用卡的金融交易，客户希望得到更多的个人控制权以及交易的透明度。

韩国领先的银行采用的一项策略是通过独立的“提醒”应用将交易信息与其它金融相关的服务分开。这些应用免费发送有关金融交易信息和网络欺诈的提醒。银行之间的竞争也推动了这些应用的创新：

- [Woori Bank Push](#) 提供了提醒记录的直接备忘录编辑功能和社交分享功能。
- [KB Star Push](#) 为交易详情提供了强大的报告和图表选项。
- [IBK One Push](#) 为不同的交易提供定制化的提醒铃声。

在日本，[Rakuten](#) 也通过在其信用卡应用 [Rakuten Card](#) 中添加预算和追踪功能而大获成功。这是金融科技应用 [Money Forward](#) 和 [Zaim](#) 提供的核心功能，可通过连接信用卡、整合银行账户和利用手机相机扫描收据来追踪用户开销。引入创新的新功能，并向金融科技应用学习是改善用户体验，并最终提升客户参与度的关键因素。

每用户月平均使用次数
5 大核心银行应用与 5 大银行提醒应用*对比
2016 年，韩国



*热门应用 (按 Android 手机每月活跃用户数排名)

在韩国，各大银行皆受益于提醒应用为其带来的更高用户参与度。

3) 消除支付和转账的用户障碍

移动应用提供了简化服务并为用户提供更多便利的绝佳机会。

在韩国，像 Shinhan Bank 的 [Shinhan Fan](#) 等应用通过消除携带实体卡片的需要而吸引了更多的用户。像[微信](#)和[支付宝](#)一样，该应用也使用了二维码。[Shinhan Fan](#)在 2016 的每月活跃用户数同比增长了 47%。情况相似的还有日本，金融科技应用 [Origami](#) 允许商户使用智能设备作为支付终端，客户仅仅通过扫描生成的二维码，即可完成支付交易。该应用在 iOS 和 Google Play 上均获得了高于 4.0 的评级。

点对点 (P2P) 支付解决方案也越来越有吸引力。在澳大利亚，领先银行 [CommBank](#) 率先推出了跨银行用户使用手机号码进行点对点转账的功能。韩国的金融科技应用 [Toss](#) 也采用了这种方法，取消了原本[复杂的](#)规则以及常规银行转账所需的验证流程。通过与韩国各主要银行开展合作，[Toss](#) 成功提升了用户保有量。事实上，它在去年韩国的 iOS 和 Google Play 平台财务类别下载量排名中分别位列第 1 名和第 8 名。此外，它还吸引到了国际[投资](#)并加速了向其他私人金融服务领域扩张的步伐。

银行和金融科技公司都可以从持续的创新和合作伙伴关系中受益，从而保持竞争优势并增加市场份额。



银行和金融科技公司有机会通过提供创新尖端技术收获不断增长的移动支付市场份额。

4) 通过金融咨询和自动化给用户提供帮助

就中国顶尖的金融科技应用来看，投资相关的应用在热门榜单中占有重要地位，这些应用将投资机会普及到了一般大众用户之中。事实上，中国排名前五的投资应用平均每月活跃用户数在过去的两年中增长了超过 300%，这些应用是用于了解[中国股市动态](#)的有价值工具。[同花顺](#)、[大智慧](#)和[东方财富网](#)已从金融信息服务供应商转变为了移动交易平台，它们提供的主要功能有：

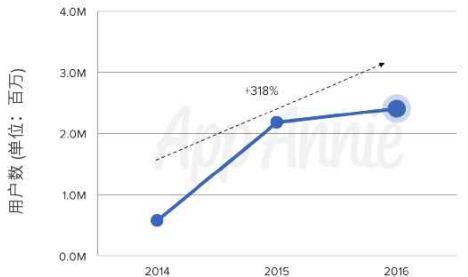
- 直接从移动应用开户和交易
- 主要证券市场的实时更新
- 来自实战专家的培训和咨询以及活跃的投资者社区
- 定期自动转入投资基金

值得注意的是，主要电子商务企业[阿里巴巴](#)和[京东](#)也在转型成为移动投资应用的主力军。它们利用自身在移动支付和购物门户建立起来的用户群打造了专门的投资应用，以此扩大市场份额：

- [蚂蚁聚宝](#)允许用户购买中国金融机构提供的多种基金，而无需支付手续费。用户还可以将其支付宝账户里的资金自动转入到微投资财富产品中。
- [京东金融](#)不但提供投资产品，同时提供小额贷款，例如为在[京东](#)电商购物平台上购买商品的客户提供分期支付的信贷计划。

随着移动商务在中国的持续增长，金融应用提供的产品和服务将日益成为投资者和消费者日常生活的一部分。

5 大投资管理应用*的平均每月活跃用户数
中国



*热门应用 (按 iPhone 每月活跃用户数排名)

移动投资应用正在为中国的投资老将以及新手开辟出新的市场空间。