

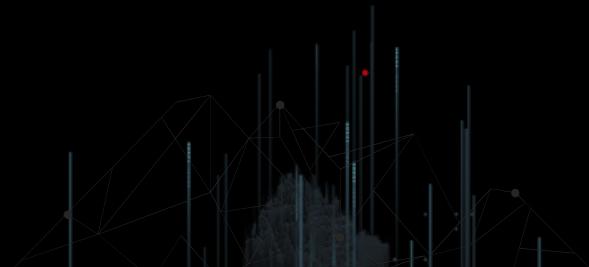


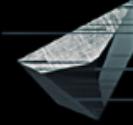
证券行业移动化现状分析和发展趋势

主讲人：证券时报编委，机构中心主任刘兴祥



传统证券行业移动端发展现状





2016年底，传统券商移动证券用户规模达到9200万

在移动互联网思维和技术驱动下，资本市场原有的业务模式、准入门槛、信息传播机制、监管难度都在不断变化，移动互联网证券业务总体上趋向稳健合规，互联网背景下，证券行业格局正在重构。

传统券商用户规模 **9200** 万台

截至2016年底，我国传统券商移动证券用户规模达到9200万台，较2015年底增长54.4%，2016年每季度平均增长幅度也在10%以上。移动端渠道能够触达、覆盖到的用户范围，正在逐年增大。



传统券商移动证券设备规模及增速

数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：传统券商移动证券用户规模指安装有传统券商证券应用移动智能终端累计活跃设备总数，包括智能手机、平板电脑、智能手表、智能电视盒子等



证券行业线上开户比例超过九成

证监会调研显示，券商线上开户比例绝大部分已超过九成；但交易和佣金占比方面，各证券公司差异明显，大部分在30-50%之间，证券公司移动端的发展潜力依然很大；同时，开户中万元有效户占比较低，表明未来券商应在单纯导流基础上，深入探索如何用产品和服务激活用户。

90%

调研显示，2016年证券公司线上开户比例，绝大部分已经超过九成

50%

交易占比上，大部分在30%-50%之间；佣金占比上，仅部分证券公司达到50%

124

互联网导流开户平均成本124元/户，但其中万元有效户占比较低，平均值为9%



移动端账户以一人一户为主，服务水平要求日益提高

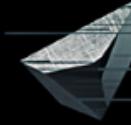
2016年10月以来，“一人二十户上限”调整为“一人三户”；然而，从传统券商移动证券用户的账户数量来看，活跃用户呈现一人一户态势，一人一户用户占比88.3%，一人两户用户占比约一成。一方面，投资者合法权益越来越受到重视，另一方面，投资者对所在证券公司服务水平的要求也越来越高。

传统券商移动证券用户的账户数量分布情况



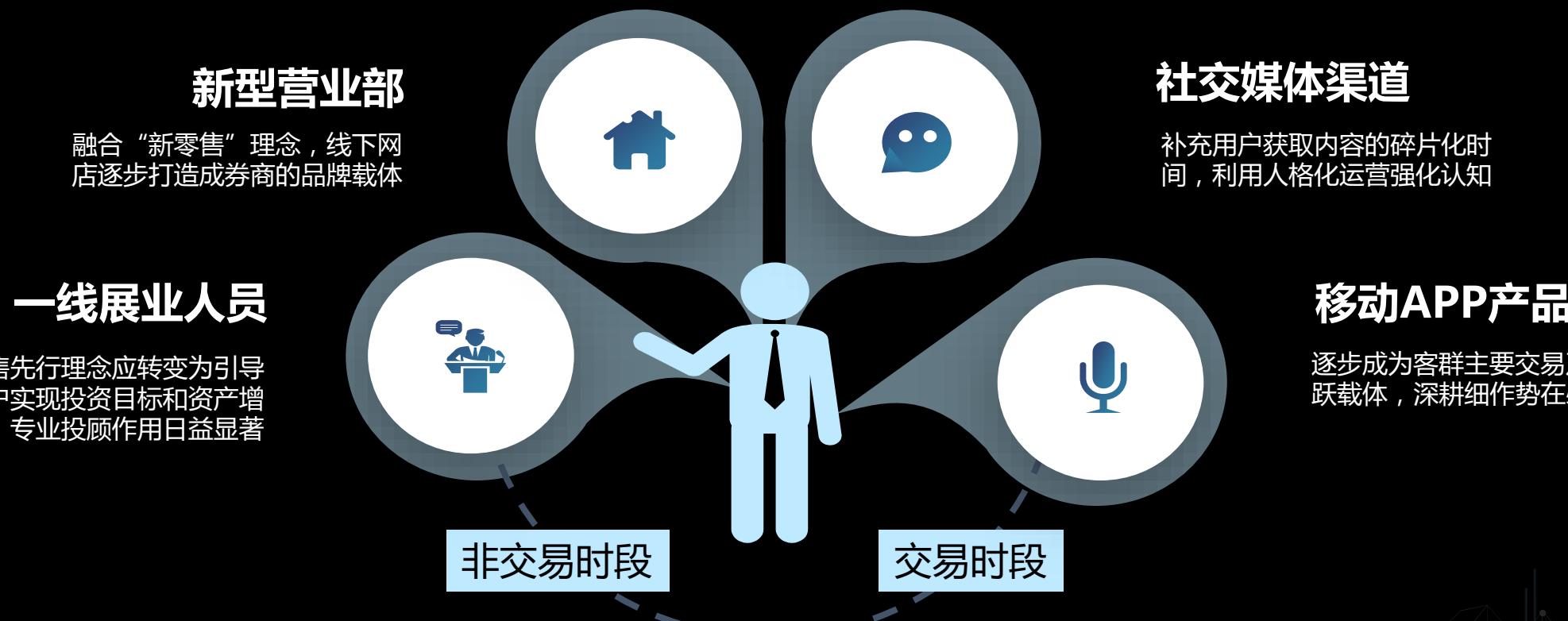
数据来源：TalkingData 移动数据研究中心

备注：一人多户用户定义：如某设备只安装了某券商的应用，计为一人一户；同时安装了两个券商的应用，计为一人两户，以此类推。



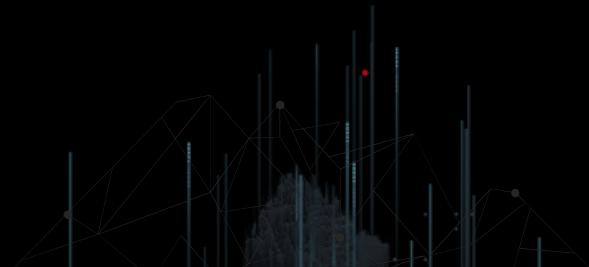
线下“触点”持续扩张，与线上“触点”进入稳定融合阶段

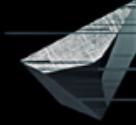
2016-2017年，券商经纪业务进入线上和线下融合阶段。据券商中国报道，截至2017年6月末，证券公司营业部数量突破万家，达10207家，相比2015年底的8170家，增加了2037家，增幅24.93%。行业网点数量呈现稳步增长。对如何长期、有效地触达到客户并建立连接，线上和线下分别提供了不同“触点”。





移动化问题及运营方向浅析





扩张时代结束，APP已成券商标配，移动化下一步何去何从？

抢滩移动化的过程中，券商前期普遍将业务投入和重心放在APP渠道获客上。2016年下半年开始，增长瓶颈凸显，产品和运营对用户体验的影响日渐增大。调研了大量券商互金团队的运营业务后，我们发现，APP产品的管理问题已经凸显。

多个APP管理 成问题

券商中国记者统计，多家券商拥有超过3款以上APP，多则五六个，其中包括开户型APP，同花顺、大智慧APP；自主研发的APP，以及将交易、理财分拆成不同APP的分类。存在重复建设、合并困难的问题。

投放渠道质量 控制难

TalkingData数据显示，2016年底，移动广告的异常点击率达35.2%，个别月份有半数以上的移动广告属于异常点击。相应地，APP异常激活率也达到11.3%。流量作弊现象日益严峻。

APP生活场景 很受限

券商经纪业务垂直化属性明显。因此，在非交易时段及周末，APP产品的日活（日活跃用户）状态呈现断崖式下跌。非交易时段不活跃，生活场景拓展受到很大限制。

数据化运营观 待落地

数据化运营的概念已经深入人心，但目前行业内未建立合理的评价目标，对用户分群分级运营体系的划分，以及精准营销体系的建立，尚处于初级阶段，对交互数据的价值利用不够充分。



下半场的号角已吹响，如何走向线上战场的远方？

券商在APP评选活动中陆续报送的优秀运营案例显示，移动化的“下半场”，是需要深耕流量、精细运作、打磨品牌、抢滩智能化的“下半场”。

回归交易本质 重视存量客户

同质化业态前提下，对存量客户价值的挖掘和提升是日常业务运营的重中之重。

对移动化的定位势必要回到交易本质，重视存量客户群体的核心关注点。

做数据化运营 从概念到执行

通过数据了解用户的交互行为，建立数据运营闭环，反复迭代运营行为。

为不同等级的客户设计差异化权益及服务，如投资理财权益、生活服务权益、投教服务等。

跨界合作，提 升券商品牌

自有流量拓展受限之时，是打开跨界合作，增强品牌化运作之日。

寻找更优质的流量渠道进行资源置换，并在一定范围内加快券商在品牌化运作的步伐。

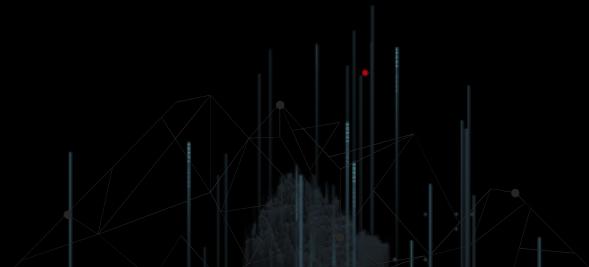
智能投顾与科 技金融是方向

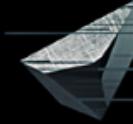
发挥线上资源重组的优势，利用智能服务和大数据投顾降本增效，丰富内容。

通过大数据、机器人投顾、自然语义技术实现人力补充，惠及更多投资者。



券商中国 · TalkingData 优秀券商 APP 评选活动





券商中国·TalkingData 2017优秀券商APP评选活动正在进行



活动概况

移动指标评测

专家评审打分

微信人气投票



优秀APP评选活动颁奖典礼暨圆桌论坛邀请

券商中国·证券公司优秀APP评选活动

颁奖典礼暨智能金融圆桌论坛（拟）

举办时间：2017年9月22日

举办地点：深圳

拟邀嘉宾：主要券商互金负责人
互联网金融领域高管





THANKS