

21世纪资管研究院研究员 杨希

大财富管理转型浪潮下，数字化转型的进程中，手机银行APP作为商业银行零售业务的重要“窗口”，成为了银行财富管理服务触达个人客户的重要渠道。

当财富管理业务体系不断演变升级，手机银行建设能否跟上业务进化的脚步？近日，21世纪资管研究院就商业银行手机银行app的财富管理板块构建情况展开了评测，测评从客户视角出发，对各行手机银行财富管理板块的相关架构及功能做评测与对比。此为第二期。

本期评测对象为招商银行、中信银行、浦发银行和平安银行的手机银行App。

在大财富管理转型中，招商银行的辨识度最高，招商银行提出了“大财富管理、数字化运营和开放融合”的招商银行3.0模式，向着做大轻资本的财富管理业务加速转型。

中信银行致力于成为“客户首选的财富管理银行”，以财富管理为核心牵引打造“新零售”。为此，中信银行不仅对组织机构进行了大刀阔斧的改革，还引入了专业人才。在中信金控正式成立的当下，未来潜力不容小觑。

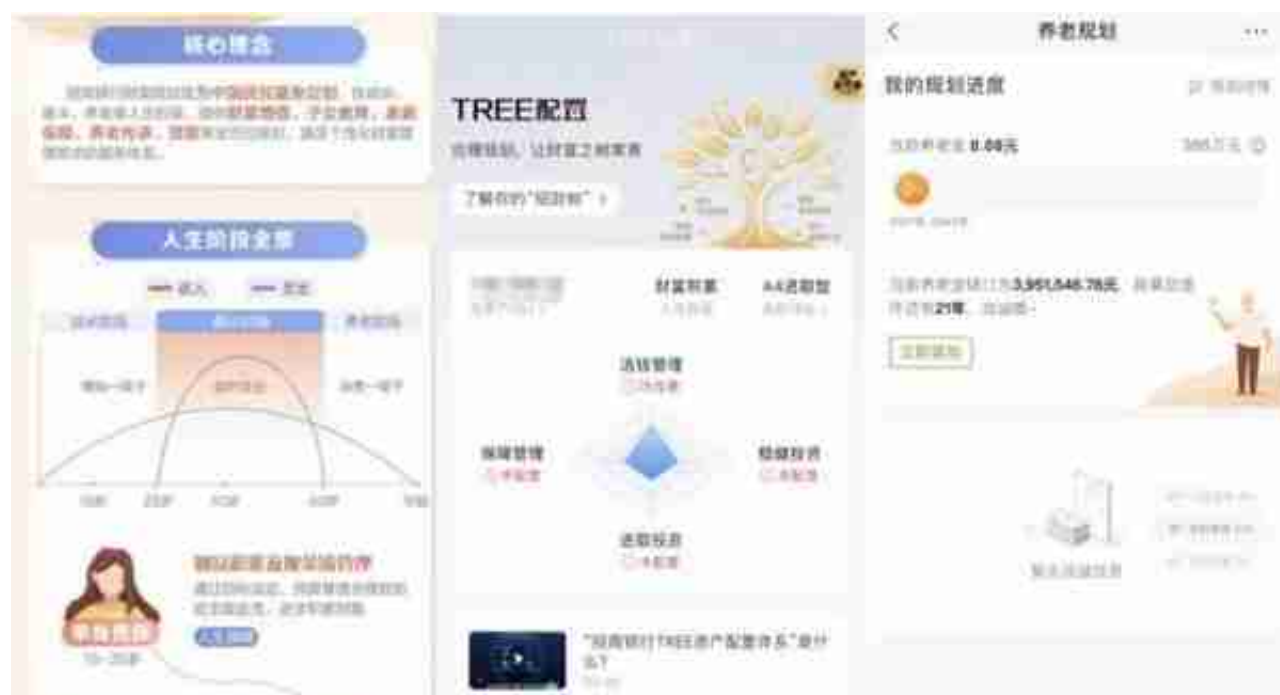
浦发银行发力财富管理转型的着力点在于科技。通过深化“最智能的财富管理银行”建设，促进 MAU 向 AUM 转化。

平安银行的零售转型启动自2016年末。鲜明的平安特色体现在，平安银行志在快速推进“高质量、高产能、高收入”懂保险的财富管理队伍建设，为私行及财富管理业务的可持续增长开拓新赛道。



2、资产板块下方，共有9个常引用功能键（用户不可自主排序）和1个“全部”按钮。功能键按照产品及业务条线分类，包括“理财产品、基金、保险、存款、黄金”，“定投专区”、2021年新推出的“TREE配置”以及热门的“朝朝宝”等也在此区域体现。

值得一提的是，在这一区域下方，招商银行App放置了“我的自选”区域，客户可直接跳转至关注的产品页面，了解产品最新动态。在这一板块下，客户可直接点击“导入持仓”，将已购买但为关注的产品一键列入自选，已购买显示为黑色，未购买产品显示为灰色，使得查询产品状态更加便捷。



值得一提的是，由于资产诊断工具涉及的层级较多，如果逐层返回则客户体验不佳。招行App在页面右上角的更多处，设置有“功能直达”键，可直接返回首页。操作好感度提升。



在基金产品方面，App的页面建设也相对完善。客户除了可自主筛选外，招行还提供“五星之选”优选板块，推荐优质产品。此处也可直接带入客户经理和在线客服。单支产品展示较为清晰，收益情况、业绩走势、基金经理等情况，均可分类查看，信息较为完善。在产品评价方面，部分产品页面还设有“招行解读”板块，对基金的业绩进行复盘，对不同持有时长下的盈利情况进行分析，展示直观。



总体来看，招行手机银行App“财富”板块产品条线清晰，产品种类丰富。页面建设“细节之处见功力”，客服的带入、产品的展示、关联功能的跳转均相对适当且清晰。个别页面仍有优化空间，但总体“瑕不掩瑜”。

浦发银行（版本号11.3.9）：产品交互有创新，但整体体验不流畅

2021年度报告显示，浦发银行个人客户（含信用卡）突破1.38亿户，AUM 个人金融资产余额（含市值）3.87万亿元，个人客户持有的理财产品余额10,344亿元，基金保有量1,860亿元，保险资产迈上千亿台阶；报告期财富收入67.57亿元。

浦发银行表示，该行深化“最智能的财富管理银行”建设，有效促进 MAU 向 AUM 转化。精心打磨“数字理财专员”，累计促活客户4,900万人次。

1、浦发银行手机银行App有“首页、资讯、财富、生活、我的”五大频道。在“财富”页面顶部，是搜索栏和产品推荐，产品推荐区域滚动推荐两款“稳健精选”产品。在推荐区下方，是常用键区域，此处共有9个功能，包括“理财产品、基金”等产品条线和“财富规划、收益升级”等工具，以及一个“更多”按钮，点击可查看投资理财全部功能。

常用功能区后，自上至下有多个产品展示区块，展示各有侧重。譬如“我的关注/足迹”板块可点击查看客户关注或浏览过的产品，最下方有“精选榜、涨幅榜、口碑榜”三个榜单，对理财、基金产品进行混合推荐。

不过或许是因为滚动栏过多，页面整体不流畅，这一问题还出现在“理财产品”二级页面中，评测中顶部滚动栏滚动时，经常出现半幅产品页面。



3、“基金产品”页面自上至下分别为“总市值、常用功能区、基金特快、为您精选、优选投资、基金排行榜、定投专区、新发基金和基金资讯”。“精选基金”方面，可为用户推荐6只基金，推荐使用的关键词较为精炼，如“均衡配置、成长股猎手”等等。

单只产品的展示上，除了展示产品信息外，还引导用户关注入驻的基金管理人账号。在基金比较方面，用户可一次性比较两只基金产品，产品评级上，引入了晨星评级。

4、浦发银行手机银行App财富版块较为有特色的是“小浦理财”。点击进入页面会出现虚拟人物小浦与用户进行交互，熊猫形象的“数字理财小助手”则主要负责相关智能问答。

点击下方“产品解读”，虚拟人物会对在售产品进行1分钟左右的语音解读，对正在解读的产品有疑问时，可点击进入智能问答，智能客服会自动带入正在查看的产品，用户可点击“可购买时间、起购金额、产品特点”等进行快速问答。但由于声音设置按钮位置不算明显，对于不熟悉的用户，需要摸索一番。



总体来看，浦发银行手机银行App财富版块的建设有创新，譬如虚拟人的带入和智能客服问答过程的细化。但也有一些交互问题，譬如部分页面滚动栏较多，页面流畅度不足，影响用户体验。在板块整体构建上，仍然是以传统的产品推荐、产品货架为主，同时个性化配置体验不足。

中信银行（版本号8.5.1）：投教内容相对丰富，养老账本有特色

截至2021年末，中信银行个人客户数1.20亿户，较上年末增长7.98%。中信银行称，针对大众客户，以线上APP为主经营阵地，以总行直营和分行属地化经营相结合的模式进行批量经营，针对不同场景、重点客群部署千人千面的差异化线上活动和产品推荐策略，大众基础客户较上年末增长6.77%。

2021年末，中信银行线上月活用户31达3,022.83万户，2021年内，该行手机银行APP交易金额11.91万亿元，较上年增长13.18%。

1、中信银行手机银行App分为“财富、资讯、首页、生活、我的”五大频道。“财富”页面自上至下分别为资产总览、我的关注、常用功能区、财富配置、进阶理财等，页面最下方是投教相关区块。

“常用功能区”的建设上，中信银行也采用了分产品条线的形式，分为存款、理财、基金、私行、保险等，同时还有薪金煲和定投专区等功能区块。一个“更多”按

钮，可查看财富相关全部功能。



产品特色

精选固收资产

依托母行对公渠道资源，精选固收资产进行产品配置。

多策略丰富收益来源

通过“多策略工厂”投资体系，实现组合收益来源多元化，适应各类市场环境，全面把握市场机会。

把握市场中长期机会

3、中信银行手机银行App的“基金”页面建设较为完善。除和理财页面一样可查看产品、持仓、关注外，常用功能方面有基金排行、新发基金、十分精选等，还有目标盈、FOF精选、投资顺风车等特色功能。

值得一提的是FOF精选板块，除了介绍FOF百科外，还有养老FOF和常见问题。Ap

p对市场FOF产品进行了甄选，并按照“想稳重点、想多赚点”两类风格进行推荐。



5、整体来看，App在投教方面也相对布局更多。从财富页面的“阿信说理财”、“基金经理来读信”，基金页面的“投资锦囊”，FOF页面的“FOF百科”，投教产品分布与产品结合较好。

总体来看，中信银行手机银行财富管理板块整体建设有序，在产品推荐上通常按照目标进行分类，养老板块建设有特色，投教内容相对丰富。在单只产品展示和风险提示上，还有进一步提升的空间。

平安银行（版本号7.4.2）：有“金融”频道，未单独建设“财富”频道

平安银行的零售转型启动于2016年，零售业务由经营产品向经营客户逐步进阶。截至2021年末，平安银行财富客户数突破百万户，私行客户数近7万户，AUM规模突破3万亿。此外，2021年末，平安银行的零售客户数为1.18亿户；平安口袋银行APP注册用户数1.35万户，其中月活跃用户数（MAU）4,822.64万户，较上年末增长19.6%。

1、App未单独建设“财富”频道。平安口袋银行App共分为五大频道，除了“首页”和“我的”不可调整外，用户可自主调整其他三个频道。在默认设置的“金融”页面，有理财、基金等常用功能，整体板块与同业“财富”频道建设类似。



3、App的基金页面总体分为“基金市场、基金自选和我的基金”三大页面。在主要展现产品的“基金市场”页面，顶部有常用功能区，覆盖“平安优选、基金排行、固收专区、定投专区”。点击更多可查看全部基金相关功能。

选基工具方面，有“基金排行”和“行业好基会”。在基金排行方面，App覆盖了常见的排行角度，譬如业绩榜单和定投等，也可根据期限进行比较。“行业好基会”主要选择和推荐行业基金，从机构偏好、资金流向、行业基本面及增长状况、最新估值四个角度，选出综合表现靠前的6个行业，每周二更新推荐产品。

与理财页面建设一样，App的基金页面建设也在行业平均水平。关键要素展示较为清晰，没有基金PK等比较工具。

3、相比之下，App的保险页面建设颗粒度较细。保险二级页面分为“首页”和“产品”两大页面。其中首页顶部有常用功能区，可左右滑动，点击可抵达“产品”页面的对应分类保险产品，如医疗、意外、重疾等。产品可再从成人、老人、少儿三个维度进行筛选。



更多内容请下载21财经APP