

移动支付网 作者 卢华秋：2020年工行零售金融业务以354亿美元的品牌价值，再次蝉联《银行家》杂志全球零售银行品牌价值榜首。

截至2020年5月末，工行管理的个人客户金融资产规模超15万亿元，其中人民币储蓄存款突破10万亿元，个人理财产品规模超2万亿元，公募基金销量、代理国债销售额等长期保持市场首位，个人贷款余额近6万亿元。目前工行拥有5500多个个人金融品牌，服务6.6亿个人用户。2019年全年，工行个人金融业务营业收入3414亿元，占比39.9%。

从数据来看，工行似乎才是“零售之王”。它“王”起来的特点非常简单粗暴，那就是各项指标表现炸裂，领先全行业。近日，工行再次加码零售业务，在北京发布“第一个人金融银行战略”品牌体系。用于庞大客群与数量众多的金融产品之间的精准连接，让不少人对其零售战略充满期待。

作为一种结合货币电子化与移动通信的服务，移动银行业务一方面使人们可在任何时间、任何地点处理多种金融业务，另一方面极大地丰富了零售银行的内涵，使银行能以便利、高效而又较为安全的方式为客户提供各种服务。

关于工行“第一个人金融银行战略”解读文章非常多，各方面数据亦比比皆是。随着移动互联网进程深化，移动化产品是普通用户最常见、最能感知银行服务渠道之一。因此移动支付网更想在用户视角，来体验工行手机银行。为了更具参考性，移动支付网把另一个零售银行典范——招行也请上来。

基本信息



左：工行、右：招行

虽然不知道工行App默认页为何叫“最爱”，但实际上它与招行App的“首页”非常相似。作为用户“第一印象”的存在，首页展示信息非常重要。

第一部分两者都包含了文字搜索栏、语音助手、消息通知等内容。不同的是，工行左侧加入了登陆模块以及折叠了扫一扫、收付款、客服等功能在内的十字符；而招行则凸显客服功能，扫一扫等被挪至下方第二部分。

第二部分双方都包含自家产品或服务的广告页。工行为7则广告滚动播放，广告页下方为“工行头条”滚动内容，与招行第三部分下方的滚动头条相似。招行则固定一则广告，且广告图片以类似“墙纸”形式嵌入，美观性更胜一筹。广告业上方则是扫一扫、收支明细、转账、账户总览依次的“四大金刚”式排列。

相比之下，招行更突出其支付属性，工行则更爱广告。

第三方部分为自定义板块，工行自定义功能分10类共108项内容，最多可直接展示11项。招行分13类共76项内容，最多可展示9项。更少的内容被分成更多的大类，招行更不容易造成视觉疲劳。总体来看，双方内容都非常丰满，且均可通过关键词在第一部分的搜索栏或语音助手找到。

招商银行可自定义功能	
查询	账户总览、收支明细、我的账本、交易查询
理财	朝朝盈、朝朝盈2号、理财产品、基金、私募产品、存款、保险、黄金、摩羯智投、银证期转账、财富体验、风险评估、持仓收益、双币存款、招银汇金、债券、财富规划
转账	转账、他行卡转入、他行卡查询、资金归集、信用卡还款、零花钱大作战、面对面红包
贷款	借钱、我的贷款
跨境金融	跨境金融、外汇购汇、外汇结汇、境外汇款
信用卡	信用卡、申请信用卡、我的账户、分期理财、网上支付、增值保障
高端服务	私人银行、全球连线、高端权益、金葵权益
便民	便民服务、个人信用报告、打印交易流水、存款证明、开具发票、扫码存取款
生活	热门活动、花费流量、生活缴费、限时特惠、影票、饭票、掌上商城、付款码、收款码、推荐有礼
网点	网点预约、附件ATM
办卡开户	一网通账户、申请储蓄卡、香港一卡通
设置	银行卡设置、个人设置
助手	我的推荐人、理财计算器、电子一卡通、薪福通、商家服务、企业年金、电

Part 2信用卡和社区



左：工行、右：招行

和Part 2一样，这里也是工行和招行的差异化所在。

工行方面为智服务主要提供智能语音助手、智检测两大服务。语音助手在首页搜索栏可以唤醒，智检测则可一键帮用户检测在工行的账户数量、认证、交易安全设置等等内容。从命名上看，工行显然希望突出其科技能力，但从体验来看，功能比较单一。

招行方面则选择突出理财内容。通过突出展示收益率，是目前众多理财产品惯用做法。

Part 4智服务和理财



左：工行、右：招行

这部分从名称到内容均为双方最为相似的地方，主要集中在用户资产及相关变动、设置等功能。有趣的是，工行在这里加入了版本切换功能，提供标准版、幸福生活版、校园版等三个选择。



左：幸福生活版、右：校园版

与标准版不同，幸福生活版、校园版更为简洁，底部导航栏仅分为首页、语音搜索、我的三部分。其中，幸福生活版主要面向老年客群，突出亲情账户、代理开户等特色产品和功能。面对更加庞大的客群，工行差异化经营难度更大。

后记

工行在2019年财报中就提出了全面启动“第一个人金融银行”战略，并将手机银行作为业务转型的核心、竞争制胜的“重器”，致力打造领先的线上综合金融服务平台。截止至2019年末，工行个人手机银行客户3.61亿户，招行App同期累计用户数为1.14亿户。

Analysys易观发布的《手机银行服务应用APP季度监测报告2019年第4季度》数据显示，2019年第4季度，工行App、招行App当季活跃用户分别为9529.9万和4911万。从启动次数来看，工行App为15.98亿次，招行App为8.81亿次。如果考虑用户数量大大落后工行的因素，招行App活跃度表现更佳。

作为手机银行App，无论工行还是招行均能满足用户基础需求。工行手机银行各项数量指标领先全业，无愧其“宇宙行”的称谓，这是其最大的优势。但实际体验中，它在美观度、页面布局、产品划分、交互、功能创新等细节方面并没有表现出优势。