

i生活e金融



第九届中国电子银行年会 暨2013中国电子银行金榜奖颁奖盛典

主办单位:

中国金融认证中心CFCA

官方网站:

中国电子银行网
www.cebnet.com.cn

学术支持单位:

清华大学五道口金融学院

支持单位:

人民银行支付结算司
人民银行科技司
公安部网络安全保卫局
银监会创新监管部
银监会科技监管部
工信部信息化推进司

媒体支持:

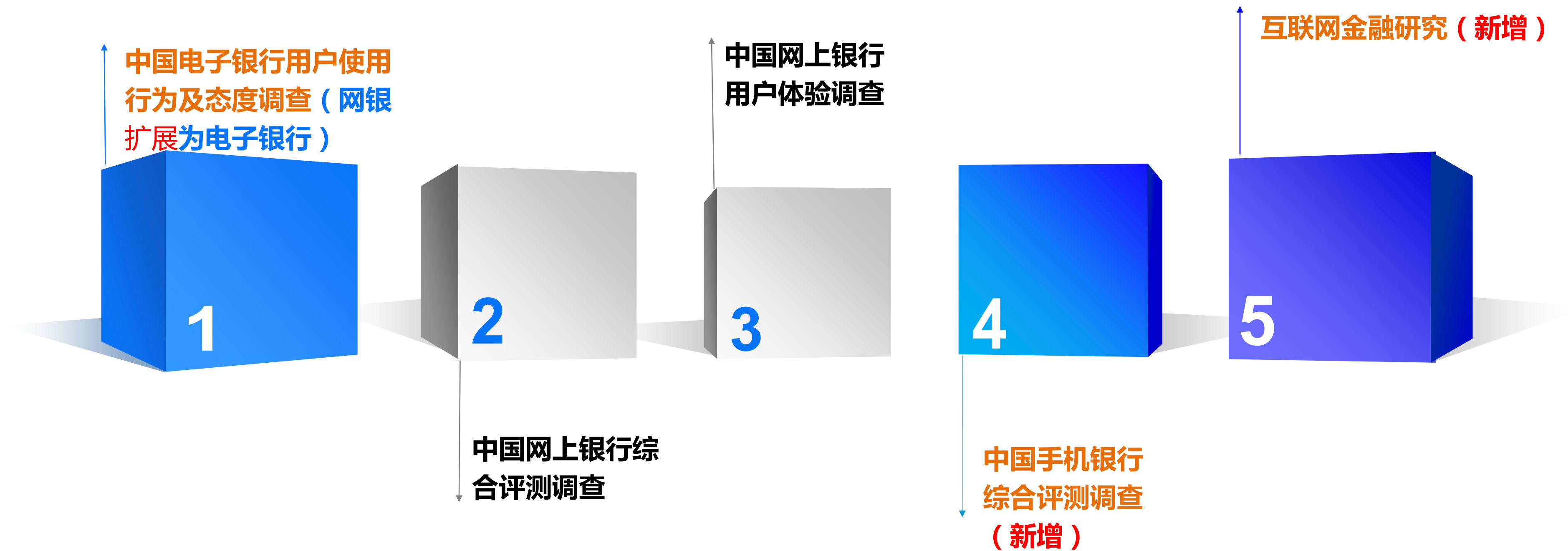
新浪财经
搜狐
奇虎360
中国网财经
和讯
金融界
中国金融电脑
大智慧



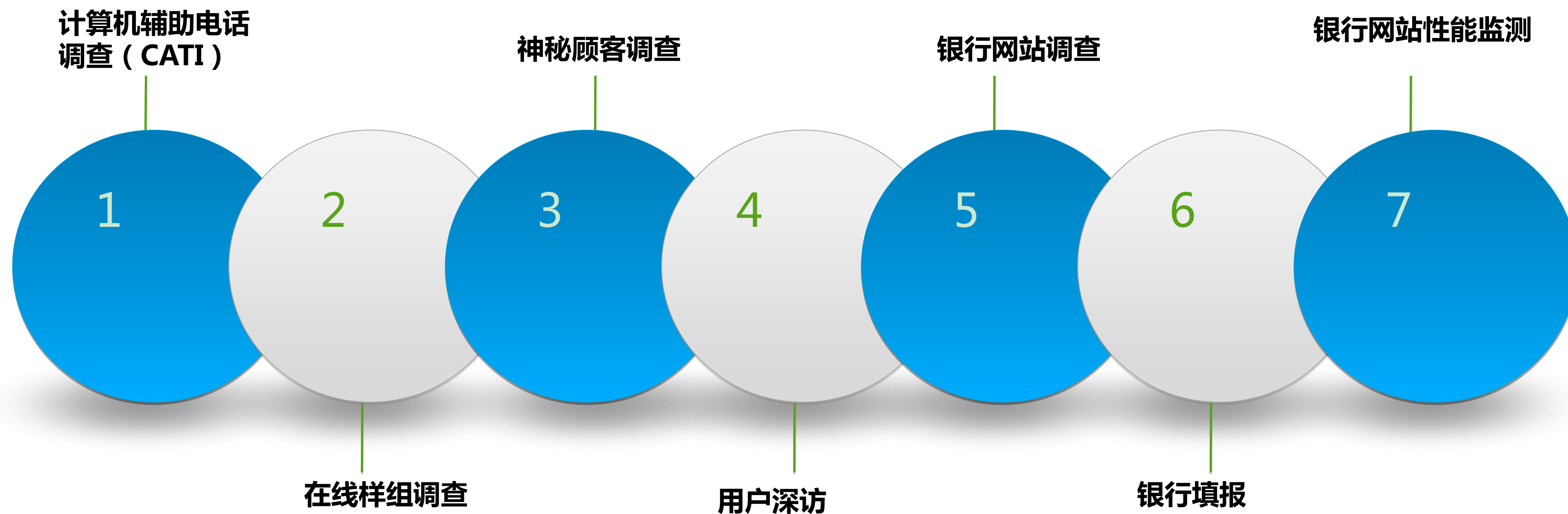
合作伙伴:



- 共包括5个部分内容



- 2013年中国电子银行调查共采用了**七种数据采集方式**：



Part 1

电子银行用户使用行为及态度调查

Part 2

网上银行综合评测

Part 3

网上银行用户体验评测

Part 4

手机银行综合评测

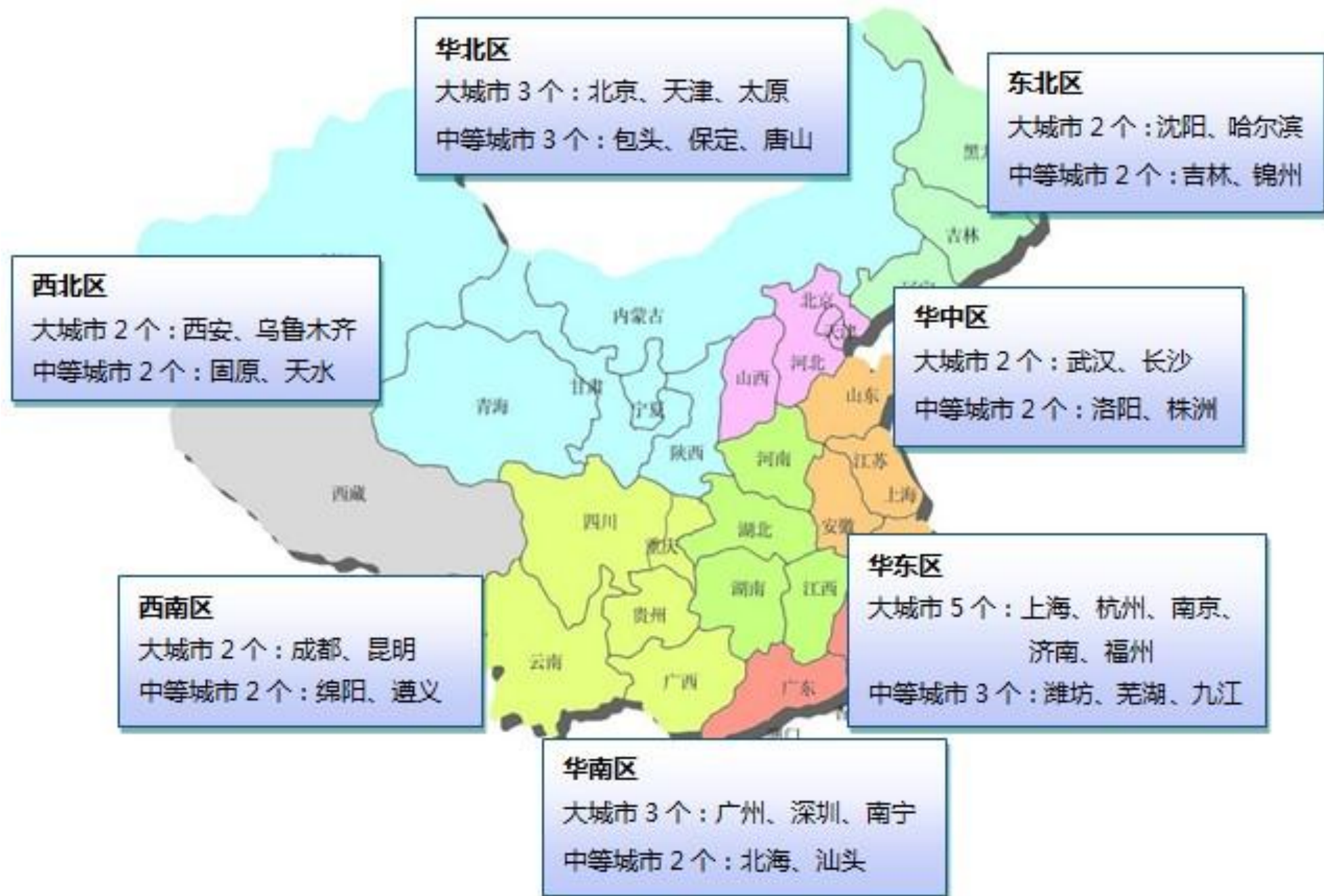
Part 5

互联网金融研究

调查区域

- 2013年中国电子银行用户使用行为及态度调查主要调查了**全国**7大区35个地级以上城市和20个县级市，分别包括城镇用户和农村用户。

35个地级及以上城市



20个县级市

城市	所属省份	城市	所属省份
新乐	河北	上虞	浙江
涿州	河北	临湘	湖南
河津	山西	辉县	河南
扎兰屯	内蒙古	高要	广东
新民	辽宁	文昌	海南
讷河	黑龙江	宜州	广西
高邮	江苏	什邡	四川
乐平	江西	凯里	贵州
龙海	福建	兴平	陕西
栖霞	山东	石河子	新疆

- 其中，个人用户共调查7234位用户，包括6094位**城镇**用户和1140位**农村**用户；企业用户共调查了2007家**企业**。

区域	城镇用户(个人)	农村用户(个人)	企业用户(家)
华北	1112	215	388
东北	609	127	250
华东	1573	292	471
华中	621	122	280
华南	964	161	350
西南	514	134	123
西北	701	89	145
总计	6094	1140	2007

● 个人电子银行调查

● 个人网上银行调查

● 个人手机银行调查

● 不同业务渠道使用情况

● 企业网上银行调查

● 企业手机银行调查



个人**电子**银行调查

个人**网上**银行的用户普及率**明显高于**其他电子银行渠道

- 2013年，全国地级及以上城市城镇人口中，个人网银用户比例为32.4%，手机银行用户比例为11.8%，电话银行用户比例为12.4%，短信银行用户比例为8.8%。

个人**网上**银行**独占**用户比例为43%，**高于**其他电子银行渠道。

- 在开通电子银行服务的个人用户中，网上银行独占用户比例（仅开通网上银行而没有开通其他电子银行渠道）为43%，手机银行独占用户比例仅为1%。

电话银行和短信银行的**独占**用户比例均为3%

个人电子银行用户对**网上**银行的**安全感**评价**明显高于**其他渠道

- 48%的用户都认为网上银行安全，9%的用户认为网上银行不安全/非常不安全，超过20%的用户都认为另外三种渠道不安全/非常不安全，这**主要是由于**网上银行普遍采用了**USBKey、电子令牌等**安全手段。

● 个人电子银行调查

● 个人网上银行调查

● 个人手机银行调查

● 不同业务渠道使用情况

● 企业网上银行调查

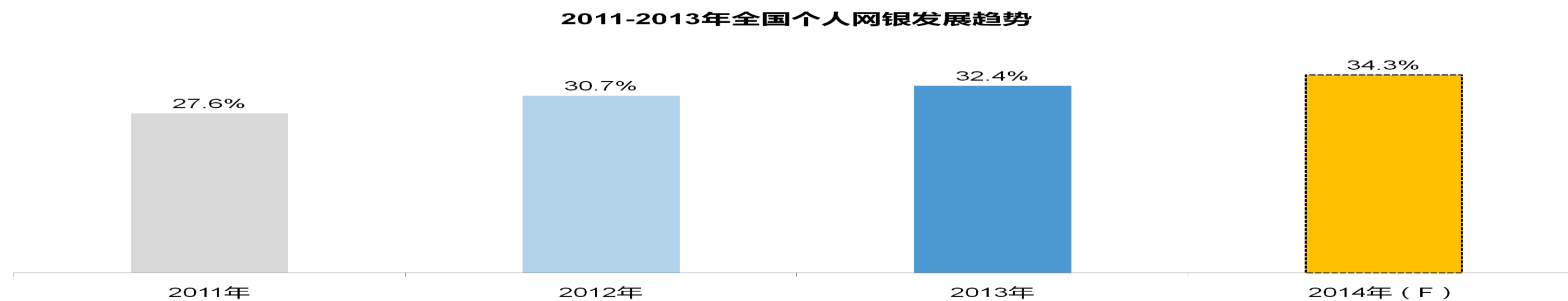
● 企业手机银行调查



个人**网**上银行调查

2013年全国**地级以上**城市城镇用户的个人网银比例为32.4%，连续3年呈增长趋势。

预测2014年个人网银用户比例将达到34%左右。



2013年**45%**的个人网银用户拥有**多个**网银账户。

2013年个人网银**新开户**用户比例为24%

- 不同级别城市相比，**一级城市**网银新开户用户**比例略低**。不同区域对比发现，**华中区域**的网银新开户用户**比例最高**，**东北最低**。



个人**网**上银行调查

53%的个人网银新开户用户开通了**专业版/证书版**网银，**50%**的用户开通了**大众版/查询版**。

个人网银新开户用户**主要使用**二代USBKey（46%）和手机动态口令（44%）

网银功能使用中，**账户查询**（58%）、**网上支付**（53%）和**转账汇款**（47%）

基数 (Base) : 个人网银新开户用户
样本量N=409, 调查方法: 电话调查

● 个人电子银行调查

● 个人网上银行调查

● 个人手机银行调查

● 不同业务渠道使用情况

● 企业网上银行调查

● 企业手机银行调查



个人手机银行调查

2013年手机银行用户比例为11.8%，呈**逐年增长**趋势。

- 2013年较2012年增长近3个百分点。
- 根据个人手机银行前三年的发展趋势，我们预测**2014年**手机银行用户比例将达到**15%左右**。

54%的个人手机银行用户使用**客户端方式**，**34%**的用户使用过**网页版手机银行**。

2013年**个人手机银行新开户**用户比例为**35%**

手机银行功能中，**账户查询**（40%）、**转账汇款**（32%）、**手机支付**（18%）

● 个人电子银行调查

● 个人网上银行调查

● 个人手机银行调查

● 不同业务渠道使用情况

● 企业网上银行调查

● 企业手机银行调查



不同业务渠道使用情况

账户余额及明细**查询**中，网银占比62%、自动取款机占比54%、银行柜台占比27%。

转账汇款中，网银占比61%、自动取款机占比43%、银行柜台占比33%。

缴费业务中，网银占比58%、第三方支付占比43%、银行柜台占比19%。

信用卡还款中，网银占比45%、自动取款机占比31%、银行柜台占比30%、第三方支付占比26%。

投资理财中，理财产品买卖渠道银行柜台占比60%、网银占比57%、手机占比5%；
基金买卖渠道网银占比54%、银行柜台占比45%、证券交易账户18%、基金公司网站11%；

- 个人电子银行调查
- 个人网上银行调查
- 个人手机银行调查
- 不同业务渠道使用情况
- 企业网上银行调查
- 企业手机银行调查



企业网上银行调查

2013年**企业网银**用户比例为63.7%，**明显高于**手机银行和电话银行。

- 2013年，企业手机银行业务推出时间相对较短，目前用户使用率只有6.8%。

90%的企业电子银行用户都开通了**网上银行**，**仅开通手机**银行的用户比例为**0**。

2013年企业网银用户比例为63.7%，**连续三年呈增长趋势**

- 与2012年相比，全国企业网银用户比例增长10.5个百分点，连续三年呈增长趋势。

不同规模企业相比，网银用户**递增趋势**，百万以下规模企业的网银用户比例最低（51%），千万元——1亿（84%），1亿以上（78%）。

2013年**平均**每家企业网银用户拥有**1.6个**网银账户，**亿元**以上企业达**3.5个**网银账户。

2013年全国企业网银**活动**用户比例为**96%**

- 个人电子银行调查
- 个人网上银行调查
- 个人手机银行调查
- 不同业务渠道使用情况
- 企业网上银行调查
- 企业手机银行调查

2013年企业手机银行用户比例为6.8%

- **亿元以上**规模企业的手机银行用户比例最高，达**10%**；**千万-1亿**规模企业的手机银行用户比例最低，只有**4.3%**。

财务负责人是企业手机银行的主要使用者（**53%**），**45%**的企业由公司高管使用。

90%的企业都**不需要**手机转账功能

Part 1

电子银行用户使用行为及态度调查

Part 2

网上银行综合评测

Part 3

网上银行用户体验评测

Part 4

手机银行综合评测

Part 5

互联网金融研究



- 中国网上银行评测全国46家商业银行的个人网上银行和企业网上银行分别进行评价，都分别从“网银规模和网银化程度”、“网站评测”、“网银功能”、“网银安全”和“用户体验”五个方面进行评测。其中，个人网银评测由5个二级指标、31个三级指标和230个评测项构成。
- 企业网银评测由5个二级指标、33个三级指标和167个评测项构成。

Part 1

电子银行用户使用行为及态度调查

Part 2

网上银行综合评测

Part 3

网上银行用户体验评测

Part 4

手机银行综合评测

Part 5

互联网金融研究



网上银行用户体验评测

个人网银

- **新用户**（占比46.56%）体验主要包括柜台开户体验、安装及初次登录体验以及具体功能的可用性测试与满意度评价，如账户明细查询、跨行转账、网上缴费、网上支付等，具体由7个二级指标和45个评测项构成；
- **老用户**（占比53.44%）体验主要从营销活动、网银资费、客户服务、网银界面、网银易用性、业务满足性、速度及稳定性和网银安全感等方面进行评价，具体由8个二级指标和24个评测项构成。

企业网银

- 企业网银用户体验评测指标由**8个一级指标**和**20个评测项**构成，主要从营销活动、网银资费、客户服务、网银界面、网银易用性、业务满足性、速度及稳定性和网银安全感八个方面进行评价。

Part 1

电子银行用户使用行为及态度调查

Part 2

网上银行综合评测

Part 3

网上银行用户体验评测

Part 4

手机银行综合评测

Part 5

互联网金融研究

- 手机银行综合评测分别从“用户转化率”、“开通方式及版本”、“手机银行功能”、“手机银行安全”和“用户体验”五个方面对17家全国性商业银行的手机银行进行评测，具体由5个一级指标、24个二级指标和166个评测项构成。

2013年手机银行综合评测指标、权重及数据来源

一级指标	权重	二级指标	权重	数据来源
1.用户转化率	14.56%	1.1 手机银行用户比例	5.10%	银行填报 电话调查
		1.2 活动用户比例	4.69%	
		1.3 交易用户比例	4.78%	
2.开通方式及版本	13.44%	2.1 开通方式	6.95%	银行网站
		2.2 版本类型	6.48%	
3.手机银行功能	22.94%	3.1 账户管理	3.01%	银行填报
		3.2 存款管理	1.22%	
		3.3 转账汇款	3.30%	
		3.4 手机缴费	2.54%	
		3.5 投资理财	1.42%	
		3.6 信用卡	3.88%	
		3.7 个人贷款	1.24%	
		3.8 安全中心	1.75%	
		3.9 客户服务	2.41%	
		3.10 其他功能	2.17%	
4.手机银行安全	23.00%	4.1 身份认证	6.96%	银行填报
		4.2 交易确认	6.76%	
		4.3 风险控制	7.00%	
		4.4 其他	2.29%	
5.用户体验	26.06%	5.1 日常登录	5.21%	神秘顾客 调查
		5.2 余额查询	2.61%	
		5.3 账户明细查询	3.91%	
		5.4 跨行转账	9.12%	
		5.5 网上缴费	5.21%	

Part 1

电子银行用户使用行为及态度调查

Part 2

网上银行综合评测

Part 3

网上银行用户体验评测

Part 4

手机银行综合评测

Part 5

互联网金融研究

● **互联网金融定义、优势、模式**

● **余额宝**

● **P2P网络贷款**

● **银行电商**

● **移动支付**

狭义概念
互联网金融是通过互联网来实现资金融通的方式方法。

广义概念
任何具备互联网精神、涉及广义金融的互联网应用都是互联网金融。

金融视角下互联网金融的优势

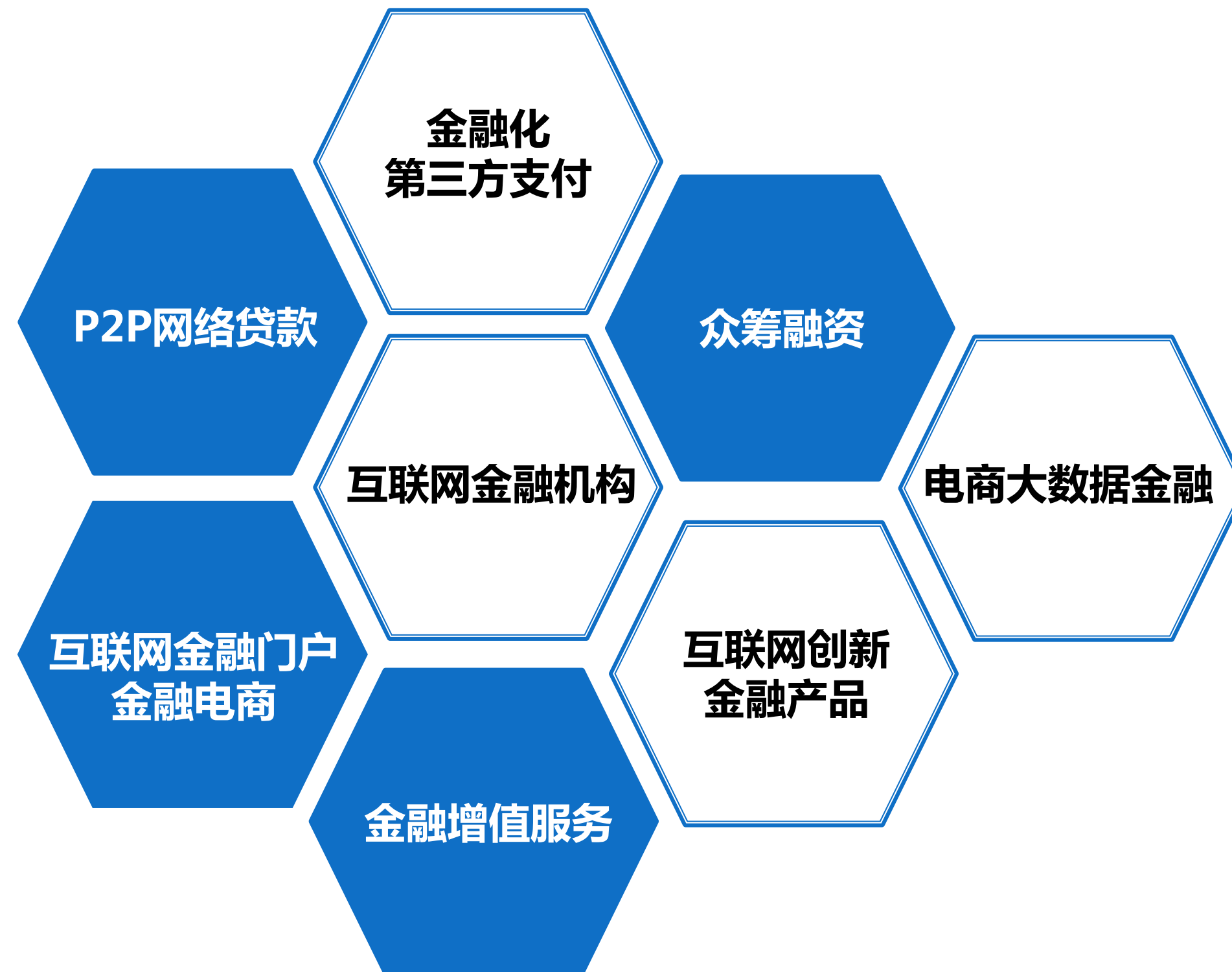
互联网金融的优势在于市场信息不对称程度非常低，资金供需双方直接交易，资源配置效率高，支付便捷，大大降低了交易成本。

互联网视角下互联网金融优势

金融参与者深谙互联网“开放、平等、协作、分享”的精髓，通过互联网、移动互联网等工具，使得传统金融业务具备透明度更强、参与度更高、协作性更好、中间成本更低、操作上更便捷等一系列特征。

服务范围广，参与度高
信息透明
降低交易风险
方便快捷
效率高
交易成本更低

- 通过借鉴其他专家的分类，结合互联网金融的最新发展，研究者归纳出八大互联网金融模式，既：金融化的第三方支付、P2P网络贷款、电商大数据金融、众筹融资、互联网金融机构、互联网金融门户/金融电商、互联网创新金融产品（余额宝）和金融增值服务。





余额宝

余额宝吸引用户使用的最主要卖点是**流动性好**

余额宝**营销优势**

- 认知度高有87%的网民听说过余额宝。
- 余额宝无缝嵌入在支付宝中，除了增加余额宝的曝光外，尝试成本很低。
- 高收益和良好的使用体验产生了好的口碑，是余额宝营销成功的关键因素。

余额宝**用户主体**还是20-39岁的中高收入人群，也有少量低端用户

余额宝的**劣势**：用户支付宝账户安全性心存疑虑、大额资金转出不方便

对于转入余额宝不同金额数的用户，基本呈现转入**金额越高**，**动用**定期存款、银行理财产品、基金、股票的比例**越高**的趋势

48%的网民**没有**听说过“P2P网络贷款”

13%的网民**曾经**登录过P2P网络贷款网站，62%的登录网民目的是为寻找投资项目

只有**29%**的P2P网络贷款投资者**成功竞标**到项目

13%的成功竞标者表示有项目**未能收回本金**

22%的成功竞标者表示项目**未达到预期收益**

成功竞标者投资P2P网络贷款的资金**主要来源于**现金/活期存款

若**银行**提供P2P网络贷款服务，网民**投标意愿会更高**

多数P2P网络贷款投资者偏好好**单标5万元以下**、期限为**6个月以下**的项目

银行购物网站认知度低，**明显**低于淘宝、天猫和京东。

最近3个月在银行网上商城购物过的用户中，32%为习惯性购买用户，60%为偶然性购买用户。

银行购物网站**吸引**用户购物的最主要原因是信用卡可以**分期付款**

手机数码产品是网民在银行购物网站**购买最多**的产品

网民在银行购物网站购物使用**信用卡支付**比例为**69%**



移动支付

2013年移动**远程支付**用户比例为13.3%，较2012年提升了近4个百分点
2013年移动**近场支付**用户比例为3.6%，较2012年只提升了0.4个百分点

移动**远程支付**的金额占比为95%，移动**近场支付**金额占比为5%

移动远程支付用户**男性比例略高**，13-39岁的用户占84%

移动**远程支付**中，**网上购物**是支付金额**占比最大**的支付场景
手机银行支付和第三方支付余额支付是支付金额占比最大的支付方式

消费者**不接受**银行移动近场的主要原因是担心手机支付本身**安全漏洞**带来的风险

移动**近场支付**中，**超市购物**和**商场购物**是支付金额**占比最大**的场景
手机刷**POS机**是支付**金额占比最大**的支付方式

i生活e金融



第九届中国电子银行年会 暨2013中国电子银行金榜奖颁奖盛典

谢谢!

主办单位:

中国金融认证中心CFCA

官方网站:

中国电子银行网
www.cebnet.com.cn

学术支持单位:

清华大学五道口金融学院

支持单位:

人民银行支付结算司
人民银行科技司
公安部网络安全保卫局
银监会创新监管部
银监会科技监管部
工信部信息化推进司

媒体支持:

新浪财经
搜狐
奇虎360
中国网财经
和讯
金融界
中国金融电脑
大智慧



合作伙伴:

