

科技与变革齐飞 匠心与美好共舞

中国建设银行手机银行2024版焕新发布

提起银行,你会想到什么?随处可见的营业网点、亲切贴心的银行柜员、方便快捷的ATM机,还是应用程序中的手机银行。2023年数据显示,每天有超过2200万人使用建行手机银行,小小的一块屏幕,承载着超乎想象的、密集的金融活动,满足了数亿人群复杂的、个性化的生活需求。

如今,数字化浪潮澎湃,手机银行在百姓生活中扮演着尤为重要的角色。为发挥数字金融的时代新使命,中国建设银行匠心创造,于1月31日焕新推出手机银行2024版,全面践行金融工作的政治性、人民性,聚力编织金融服务网,让金融迸发出新的活力,努力托举起人民对美好生活的向往。

体验 不止于至简

万物互联时代,仿佛一部手机可以解决所有问题。面对手机里琳琅满目的APP,齐全的功能早已不足以满足用户需求,流畅舒心的体验更是一款APP的灵魂所在。对于建行手机银行而言,至简、智能、贴心、安全四大核心理念始终贯穿于新版本的整个研发流程。而这其中,打造至简体验更是建行手机银行APP的不变追求。

“现在通过桌面小组件,就可以直接查看账户余额,直接进入转账、医保电子凭证等功能了。”面对用户希望减少操作步骤、不用层层打开程序的想法,建行手机银行2024版焕新了快捷功能桌面小组件,让桌面小组件变得更智能、更人性化。同时,推出了适用于华为鸿蒙系统的“实况窗”功能,网点取号排队进度可在手机状态栏实时展示。外观上,可随时间进行主题和功能场景的切换,还可自定义皮肤;功能上,实现手机银行各类常用场景的覆盖,用户可根据个性化需求定制功能展示。

此外,为了让用户在“任务中心”有更加新鲜积极的体验,建行手机银行2024版任务中心取消等级规则,引导客户体验新的产品服务,提供实时奖励回馈。手机银行任务中心玩法更丰富,通过会员日奖励翻倍、生日月直接奖励生日礼盒、宝箱不定期配置高额奖品等形式,满足用户的新鲜感、陪伴感及求胜心、好奇心。

“交易明细就是一本流水账,不知道钱从哪来花到哪里去,我无法清晰了解自己的支出构成、收入构成,也无法掌握每个月的收支变化趋势。”面对用户这一困扰,建行手机银行2024版升级月度账单,做用户的收支地

图、收益地图,通过收入、支出、资产、收益四项维度展示,让用户的每一笔资金往来明明白白,还支持10年超长周期查询。另一方面,手机银行支付专区为用户带来了便利,用户可以在专区查看自己的支付记录以及支出分析,并且及时掌握最新的支付优惠活动,还能一站式管理支付限额等。

守护 不止于财富

一款优秀的手机银行需要做到的是面向不同用户都能提供良好的智能金融体验。它既要便捷好用,也要有更加专业的财富管理能力;既能够更懂用户,带来灵活方便的贴心服务,同时还要做到智能风控,坚决守护资金安全。而这些优秀的表现,在建行手机银行2024版中得到了良好的体现。

“手机银行中多样的金融产品,定期存款、理财产品、保险、基金等,让我看得眼花缭乱,也不知道哪个产品适合自己。”面对用户常常“一头雾水”的现象,建行手机银行2024版全新打造零钱理财产品,联动转账、消费、支付、还款、还贷等场景,打通日常生活场景,让用户不再因选择困扰。

同时,新版界面上的财富产品矩阵一目了然,长中短期产品一应俱全,多元投资得心应手,“四笔钱”模式让用户购买金融产品简单清晰;在财富频道首屏楼层上线“多享产品”系列,弱化偏银行侧的产品种类属性,强化偏用户角度的周期概念,引导用户根据自己的用钱习惯把不常用的钱沉淀到相对稳健高收益的长周期产品,实现用户陪伴,让用户财务规划更有深度,财富之路更加顺畅。

在此基础上,手机银行2024版进一步丰富了线上安全工具箱,推出手势密码、拼图验证码,为用户提供更多样的安全保障选择。持续打磨用户关注的重点功能,包括优化安全键盘、提升刷脸精准度、小额转账免验密等,通过不断提升手机银行的安全体验,增强用户对手机银行的信任度。此外,新版进一步升级了安全服务体验,基于用户画像、交易行为、交易环境等信息,对线上交易安全认证分层分级,动态匹配适宜的安全策略,可信交易快速放行,在保障资金安全的同时,让用户交易体验更顺畅。

匠心 不止于传统

“在繁华都市的一角,一位阳光帅气的年轻人热衷于尝试那些让人眼前一亮的黑科技。这一天,他在闲逛时,无意间发现了一个

名为元宇宙主广场的地点。”这就是建行手机银行2024版的“AI元宇宙空间”,集聚虚拟展馆展示、数字人交互、多媒体展示等内容于一体。元宇宙空间提供虚拟形象定制、分享、通知中心等功能,满足用户的个性化需求;支持在沉浸式的3D环境,以时光机形式查看银行卡账户明细、资产负债,使用户如身临其境,服务更有趣;支持通过消息中心发起交互式闭环转账,在社交聊天对话框中直接给好友转账,并实时收到转账结果,基于转账创建用户好友关系网,拓展转账新方式。

一方面,新版手机银行与时俱进,通过智能创新,给与用户有趣有盼的数字化体验。另一方面,元宇宙空间改变了以往手机银行APP与用户的“目录+按钮”的平面交互方式,从而改为更有趣、易上手的交互模式,就像鼠标交互之于DOS系统交互的变革。而这种交互方式帮助客户更好地享受到数字金融发展红利,进一步消除数字鸿沟。不难看出,元宇宙空间功能,也是建行在面向未来的交互创新中进行的一次有益尝试。

美好 不止于金融

金融赋予生活的美好不单单在于财富的传承,也在于美好生活的希望传递。孩子作为一个家庭的未来,财商意识的培养对其尤为关键。建行手机银行2024版创新推出亲子账户专区,一方面,支持代办监护人通过手机银行管理未成年子女银行卡,查、管、存,家长不再需要跑柜面,方便快捷的同时真正把银行卡用起来;另一方面,进行亲子账户场景化包装升级,家长自定义奖励池,通过转账记录孩子的成长轨迹,激励孩子不断进步,陪伴孩子的点滴成长。

“通过手机银行为孩子银行卡存入初始资金1000元,规定他每周坚持体育锻炼奖励5元钱。亲子专区能够记录孩子做家务、学习成绩、体育锻炼、参加社会实践的每一次经历,现在孩子的银行卡里一共有1600元,她决定去刷卡买自己心爱的玩具,奖励自己的坚持和努力。”对建行手机银行的用户来说,手机银行不只是一个简单的金融APP,还成为了陪伴孩子成长,守护孩子美好希望的“好帮手”。

事实上,不只手机银行,建设银行在助力人们实现美好生活的布局方面,还有另一篇“大文章”——建行生活。为顺应数字化浪潮,“建行生活”精准把握时代情绪锚点,将品牌、产品、服务与大众憧憬及生活向往充分融

合,完成品牌“大众美好生活方式引领者”的塑造与转变。

而建行的“手机银行”和“建行生活”APP则一并构成了建行的“双子星”。“双子星”战略是建行通过多年发展沉淀,于2021年正式落地的核心战略之一,通过平台、用户、场景、权益互通实现流量贯通、协同经营,更好地链接金融场景与生活场景,为用户提供更加贴合时代的产品和金融服务,以数字平台连接生态场景,通过平台用户互通、流量贯通,实现两大数字化引擎协同经营,形成金融与非金融全覆盖的“双子星”核心平台新生态。

截至2023年末,建行线上用户规模已达5.35亿户,其中手机银行金融交易客户数保持同业第一。每天有超过2200万用户使用手机银行,超300万用户使用“建行生活”。“双子星”正以数字金融赋能百姓美好生活,数实融合支持实体经济发展,立足新发展阶段,贯彻新发展理念,以深化新金融行动全面推进数字化转型,深度参与数字中国建设。

建行手机银行2024版的升级发布,不只是建设银行回应用户所期所盼的匠心创造,更是深入贯彻落实国家战略,以双子星战略积极做好“五篇大文章”的生动实践。

2023年中央金融工作会议指出,要做好科技金融、绿色金融、普惠金融、养老金融、数字金融五篇大文章。而建设银行较早就开始探索数字化转型,提炼形成了“建生态、搭场景、扩用户”的基本路径与方法,依托数字生态建设和运营有效促进主营业务发展,同时持续深化对数字金融内涵的认识,坚持以人民为中心的价值取向,持续以金融创新适应数字经济发展的新趋势和新要求,以综合金融服务支持包括数字经济新业态在内的实体经济高质量发展。

互联网兴起的这二十多年,恰是银行业搏击浪潮之巅的关键时期。作为数字化转型的优秀代表,中国建设银行在手机银行的迭代升级方面从未暂停脚步。“守护美好,从心出发”,我们有理由相信,建行手机银行2024版又是一个崭新的起点。未来,建设银行将继续运用好科技之手让热爱生活的人遇见美好,让金融回归本源、服务人民美好生活,切实担当起实现中国式现代化的伟大金融使命。

(建行)

企业风采

工商银行多措并举助力促消费稳增长

2023年以来,中国工商银行积极采取多种措施,多角度优化消费金融产品和服务支持,推动扩内需促消费稳增长。数据显示,2023年工行银行卡消费额超20万亿元,其中信用卡消费领域,绑卡消费额增幅超16%,信用卡分期付款投放额超4300亿元,增幅26%。

推出特色金融服务 打造文旅消费热点

工商银行根据疫情防控转段后的大众消费特点,聚焦文化和旅游消费等领域,丰富金融产品和服务供给,主动解决景区商户经营痛点,满足旅游领域多层次的金融服务需求。

在加大文旅金融供给方面,工商银行与商务部、文旅部合作,深度参与消费提振年、“百城百区”金融支持文化和旅游消费行动计划、“5·19中国旅游日”、暑期消费季、国庆惠民乐民等系列主题活动。以信用卡为载体,联合头部在线旅行、航空公司推出特色惠民活动,铁路售票类交易笔数同比增长近2倍,惠及千万客户,助力文化和旅游消费增长。

在优化景区智慧金融服务方面,工商银行发挥科技优势,积极助推智慧化零售,支持智慧景区营商环境建设,优化消费支付环境。2023年,工商银行帮助北京仙居谷、山西

云丘山、贵州梵净山等400余家大型文旅景区实现游客全渠道、实名制、多种支付方式购票,上线景区票务库存管理、分时入园管理、智能数据分析、报表自动生成等功能,全面优化景区内外部客户服务体验,以线上线下场景融合助力百姓“乐消费”。

满足消费融资需求 激发居民消费活力

工商银行持续加大资源投入,聚焦重点消费领域和人民群众急难愁盼的消费融资需求,加大贷款投放力度,多措施多渠道激发消费活力。

在满足大宗消费需求方面,工商银行率先推出全线上、非接触体验的“一键家装”服务,提供利率优惠的家装分期产品服务,助力客户改善居住条件。为了让客户更好实现“汽车梦”,工商银行在开展产品优惠定价的同时,为客户提供从购车到保险、维修保养、车辆装饰等全链条金融服务。2023年,工商银行家装分期交易额同比增长超过130%,新能源汽车分期交易额同比增长超过250%。

在打造消费热点方面,工商银行围绕热门消费领域,在节假日、消费季、开学季等时段,开展分期满减、分期返券、达标有礼等各类减费让利促销活动,以便捷、优惠的融资服务保障“能消费”。该行面向车主、文旅、女性、校

园、家庭、医疗等客户,推出升级版爱车卡、工银悦爱系列卡等拳头产品和专属服务。2023年持续推出“工银爱购”系列促销活动500余项,累计发放爱购消费券超过1500万张。

深耕数字金融场景 不断扩大服务覆盖面

工商银行充分发挥科技优势,加快推进数字化运营,用心做好数字金融平台建设和数字普惠金融服务,持续扩大优质金融服务覆盖面,服务经济社会高质量发展。

在创新数字金融平台方面,工商银行升级“工银e生活”App版本功能,持续完善品质外卖、餐饮美食、精品畅购、车主生活、商超便利、主题乐园、数字观影、旅游出行“八大生态”,为满足居民多元化日常消费需求提供便利。2023年,工商银行依托数字平台累计开展政府消费券活动80余次,以数字化金融服务提升居民消费幸福感。

在优化商户金融服务方面,工商银行为个体工商户、小微商户提供便捷收单服务,助力优化营商环境。截至2023年末,工商银行继续保持全球特约商户数最多的银行,市场主体服务质效显著提升。同时,依托线上授信的“商户贷”产品,为中小微企业、小微商户、个体工商户提供成本更低、更加便捷的融资渠道,截至2023年末该产品累计授信突破1000亿元。

丰富养老金融产品 着力提升全周期服务

工商银行积极响应国家养老金融战略布局,助力养老第三支柱建设,推出综合化养老金融服务体系,打造全周期养老金融服务生态。

在特定养老储蓄方面,工商银行作为首批试点银行,在广州、青岛、合肥、西安、成都5个城市发行特定养老储蓄产品。作为个人养老金账户可投资的配套产品,特定养老储蓄围绕客户养老需求,利率优势更加凸显、业务办理更加便捷,受到广大客户的青睐。

在个人养老金理财方面,2023年2月,工银理财在全市率先实现个人养老金理财产品首发落地。此次发行的工银理财“颐享”系列固定收益类产品更加聚焦投资的长期性、稳健性和普惠性,并通过减免销售费用让利客户。产品投资标的与国家大政方针、战略布局紧密结合,在支持实体经济的同时努力让投资者分享长期经济发展的红利。

(工商银行内蒙古分行供稿)

ICBC