



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2015-2020年中国手机银行行业 市场运行态势及发展趋势研究报 告

# 一、调研说明

《2015-2020年中国手机银行行业市场运行态势及发展趋势研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/250206.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、摘要、目录、图表

### 第1章：国内手机银行相关概述

#### 1.1 国内手机银行发展背景

##### 1.1.1 手机银行发展历程

##### 1.1.2 手机银行发展特点

##### 1.1.3 手机银行相关界定

#### 1.2 国内其他银行渠道分析

##### 1.2.1 个人网银渠道分析

##### 1.2.2 电视银行渠道分析

##### 1.2.3 电话银行渠道分析

#### 1.3 国外手机银行发展经验

##### 1.3.1 国际移动金融发展模式

##### 1.3.2 韩国手机银行发展经验

##### 1.3.3 日本手机银行发展经验

##### 1.3.4 欧美手机银行发展经验

### 第2章：手机银行用户市场调研分析

#### 2.1 手机银行用户特征调研

##### 2.1.1 网民对手机银行业务使用情况

##### 2.1.2 手机银行用户年龄分布状况

##### 2.1.3 手机银行用户个人月收入分布

##### 2.1.4 手机银行用户职业状况分布

#### 2.2 手机银行业务使用情况

##### 2.2.1 各家手机银行使用情况

##### 2.2.2 用户经常使用的手机银行功能

##### 2.2.3 不同人群使用手机银行功能的指数

##### 2.2.4 不同手机银行版本使用情况

##### 2.2.5 手机银行用户使用手机银行的时间

##### 2.2.6 用户开通手机银行业务的原因

##### 2.2.7 用户了解手机银行的途径

##### 2.2.8 用户开通手机银行的途径

#### 2.3 用户对手机银行的评价建议

- 2.3.1 用户对手机银行改进的建议
  - 2.3.2 用户对账户查询功能的期望
  - 2.3.3 用户感兴趣的转账功能
  - 2.3.4 用户对手机银行理财的期望
  - 2.3.5 用户对使用手机银行的担心
  - 2.3.6 用户认为可靠的安全方式
  - 2.3.7 用户使用手机银行支付偏好
  - 2.4 手机银行深度与非深度用户分析
    - 2.4.1 手机银行深度用户占比情况
    - 2.4.2 不同手机银行用户受教育情况
    - 2.4.3 不同手机银行用户职业指数分析
    - 2.4.4 各手机银行深度用户占比情况
    - 2.4.5 不同用户开通手机银行业务时间
    - 2.4.6 不同用户常用手机功能指数分析
    - 2.4.7 不同用户希望手机功能改进分析
  - 2.5 手机银行市场调研结论
    - 2.5.1 手机银行使用人群变化趋势
    - 2.5.2 手机银行业务竞争格局分析
    - 2.5.3 手机银行功能分群情况分析
    - 2.5.4 手机银行深度用户分析
- 第3章：手机银行发展现状分析
- 3.1 手机银行发展规模分析
    - 3.1.1 手机银行用户规模分析
    - 3.1.2 手机银行资金处理规模
    - 3.1.3 手机银行交易规模分析
    - 3.1.4 手机银行市场份额分析
    - 3.1.5 手机银行下载规模分析
  - 3.2 手机银行业务竞争力分析
    - 3.2.1 手机银行开通便捷性对比
    - 3.2.2 手机银行界面体验对比
    - 3.2.3 手机银行功能及特色对比
    - 3.2.4 手机银行操作方便性对比

- 3.2.5 手机银行客户服务对比
- 3.2.6 手机银行资费及优惠政策对比
- 3.2.7 手机银行页面访问速度及稳定性
- 3.2.8 手机银行安全性对比
- 3.2.9 手机银行3G版功能体验对比
- 3.2.10 手机浏览器兼容性对比
- 3.3 商业银行手机银行竞争策略
  - 3.3.1 市场竞争策略分析
  - 3.3.2 价格竞争策略分析
  - 3.3.3 营销竞争策略分析
- 3.4 手机银行技术应用状况分析
  - 3.4.1 手机银行发展壁垒分析
  - 3.4.2 手机银行应用技术对比
    - (1) 基于STK卡的手机银行
    - (2) 基于SMS的银行应用
    - (3) USSD模式分析
    - (4) K-Java与BREW模式
    - (5) WAP模式分析
  - 3.4.3 重点手机银行技术分析
    - (1) BREW方式手机银行
    - (2) WAP方式手机银行
  - 3.4.4 手机银行技术发展趋势
- 第4章：国内手机银行细分服务分析
  - 4.1 手机银行查询服务功能分析
    - 4.1.1 手机银行查询服务涵盖领域
    - 4.1.2 手机银行查询服务实现方式
    - 4.1.3 手机银行查询账户开通情况
    - 4.1.4 手机银行查询服务业务竞争
  - 4.2 手机银行转账汇款功能分析
    - 4.2.1 手机银行转账汇款涵盖领域
    - 4.2.2 手机银行转账汇款实现方式
    - 4.2.3 手机银行转账汇款费用分析

4.2.4 手机银行转账汇款业务竞争

4.3 手机银行缴费支付功能分析

4.3.1 手机银行缴费支付涵盖领域

4.3.2 手机银行缴费支付实现方式

4.3.3 手机银行电子商城发展分析

4.3.4 手机银行缴费支付业务竞争

4.4 手机银行投资理财功能分析

4.4.1 手机银行投资理财涵盖领域

4.4.2 手机银行投资理财实现方式

4.4.3 手机银行投资理财费用分析

4.4.4 手机银行投资理财业务竞争

4.5 手机银行其他特色功能分析

4.5.1 手机银行生活服务功能分析

4.5.2 手机银行预约取现服务分析

4.5.3 手机银行手机号码转账分析

4.5.4 手机银行扫码收款功能分析

4.5.5 手机银行移动金融服务平台

4.5.6 手机银行近场支付功能分析

第5章：国内主要商业银行手机银行发展分析

5.1 招商银行手机银行业务分析

5.1.1 手机银行常规功能分析

5.1.2 手机银行业务规模分析

5.1.3 手机银行市场份额分析

5.1.4 手机银行SOLOMO分析

5.1.5 手机银行O2O服务分析

5.1.6 手机银行营销方式分析

5.1.7 手机银行运营模式分析

5.1.8 手机银行其他创新分析

5.2 建设银行手机银行业务分析

5.2.1 手机银行常规功能分析

5.2.2 手机银行业务规模分析

5.2.3 手机银行市场份额分析

- 5.2.4 手机银行SOLOMO分析
- 5.2.5 手机银行O2O服务分析
- 5.2.6 手机银行营销方式分析
- 5.2.7 手机银行运营模式分析
- 5.2.8 手机银行其他创新分析
- 5.3 工商银行手机银行业务分析
  - 5.3.1 手机银行常规功能分析
  - 5.3.2 手机银行业务规模分析
  - 5.3.3 手机银行市场份额分析
  - 5.3.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.3.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.3.6 手机银行营销方式分析
  - 5.3.7 手机银行运营模式分析
  - 5.3.8 手机银行其他创新分析
- 5.4 中信银行手机银行业务分析
  - 5.4.1 手机银行常规功能分析
  - 5.4.2 手机银行业务规模分析
  - 5.4.3 手机银行市场份额分析
  - 5.4.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.4.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.4.6 手机银行营销方式分析
  - 5.4.7 手机银行运营模式分析
  - 5.4.8 手机银行其他创新分析
- 5.5 民生银行手机银行业务分析
  - 5.5.1 手机银行常规功能分析
  - 5.5.2 手机银行业务规模分析
  - 5.5.3 手机银行市场份额分析
  - 5.5.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.5.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.5.6 手机银行营销方式分析
  - 5.5.7 手机银行运营模式分析
  - 5.5.8 手机银行其他创新分析

## 5.6 中国银行手机银行业务分析

### 5.6.1 手机银行常规功能分析

### 5.6.2 手机银行业务规模分析

### 5.6.3 手机银行市场份额分析

### 5.6.4 手机银行SOLOMO分析

### 5.6.5 手机银行O2O服务分析

### 5.6.6 手机银行营销方式分析

### 5.6.7 手机银行运营模式分析

### 5.6.8 手机银行其他创新分析

## 5.7 广发银行手机银行业务分析

### 5.7.1 手机银行常规功能分析

### 5.7.2 手机银行业务规模分析

### 5.7.3 手机银行市场份额分析

### 5.7.4 手机银行SOLOMO分析

### 5.7.5 手机银行O2O服务分析

### 5.7.6 手机银行营销方式分析

### 5.7.7 手机银行运营模式分析

### 5.7.8 手机银行其他创新分析

## 5.8 平安银行手机银行业务分析

### 5.8.1 手机银行常规功能分析

### 5.8.2 手机银行业务规模分析

### 5.8.3 手机银行市场份额分析

### 5.8.4 手机银行SOLOMO分析

### 5.8.5 手机银行O2O服务分析

### 5.8.6 手机银行营销方式分析

### 5.8.7 手机银行运营模式分析

### 5.8.8 手机银行其他创新分析

## 5.9 浦发银行手机银行业务分析

### 5.9.1 手机银行常规功能分析

### 5.9.2 手机银行业务规模分析

### 5.9.3 手机银行市场份额分析

### 5.9.4 手机银行SOLOMO分析



- 5.9.5 手机银行O2O服务分析
- 5.9.6 手机银行营销方式分析
- 5.9.7 手机银行运营模式分析
- 5.9.8 手机银行其他创新分析
- 5.10 光大银行手机银行业务分析
  - 5.10.1 手机银行常规功能分析
  - 5.10.2 手机银行业务规模分析
  - 5.10.3 手机银行市场份额分析
  - 5.10.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.10.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.10.6 手机银行营销方式分析
  - 5.10.7 手机银行运营模式分析
  - 5.10.8 手机银行其他创新分析
- 5.11 浙商银行手机银行业务分析
  - 5.11.1 手机银行常规功能分析
  - 5.11.2 手机银行业务规模分析
  - 5.11.3 手机银行市场份额分析
  - 5.11.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.11.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.11.6 手机银行营销方式分析
  - 5.11.7 手机银行运营模式分析
  - 5.11.8 手机银行其他创新分析
- 5.12 上海农商银行手机银行业务分析
  - 5.12.1 手机银行常规功能分析
  - 5.12.2 手机银行业务规模分析
  - 5.12.3 手机银行市场份额分析
  - 5.12.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.12.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.12.6 手机银行营销方式分析
  - 5.12.7 手机银行运营模式分析
  - 5.12.8 手机银行其他创新分析
- 5.13 兴业银行手机银行业务分析

- 5.13.1 手机银行常规功能分析
- 5.13.2 手机银行业务规模分析
- 5.13.3 手机银行市场份额分析
- 5.13.4 手机银行SOLOMO分析
- 5.13.5 手机银行O2O服务分析
- 5.13.6 手机银行营销方式分析
- 5.13.7 手机银行运营模式分析
- 5.13.8 手机银行其他创新分析
- 5.14 农业银行手机银行业务分析
- 5.14.1 手机银行常规功能分析
- 5.14.2 手机银行业务规模分析
- 5.14.3 手机银行市场份额分析
- 5.14.4 手机银行SOLOMO分析
- 5.14.5 手机银行O2O服务分析
- 5.14.6 手机银行营销方式分析
- 5.14.7 手机银行运营模式分析
- 5.14.8 手机银行其他创新分析
- 5.15 交通银行手机银行业务分析
- 5.15.1 手机银行常规功能分析
- 5.15.2 手机银行业务规模分析
- 5.15.3 手机银行市场份额分析
- 5.15.4 手机银行SOLOMO分析
- 5.15.5 手机银行O2O服务分析
- 5.15.6 手机银行营销方式分析
- 5.15.7 手机银行运营模式分析
- 5.15.8 手机银行其他创新分析
- 5.16 邮储银行手机银行业务分析
- 5.16.1 手机银行常规功能分析
- 5.16.2 手机银行业务规模分析
- 5.16.3 手机银行市场份额分析
- 5.16.4 手机银行SOLOMO分析
- 5.16.5 手机银行O2O服务分析

- 5.16.6 手机银行营销方式分析
- 5.16.7 手机银行运营模式分析
- 5.16.8 手机银行其他创新分析
- 5.17 北京银行手机银行业务分析
  - 5.17.1 手机银行常规功能分析
  - 5.17.2 手机银行业务规模分析
  - 5.17.3 手机银行市场份额分析
  - 5.17.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.17.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.17.6 手机银行营销方式分析
  - 5.17.7 手机银行运营模式分析
  - 5.17.8 手机银行其他创新分析
- 5.18 华夏银行手机银行业务分析
  - 5.18.1 手机银行常规功能分析
  - 5.18.2 手机银行业务规模分析
  - 5.18.3 手机银行市场份额分析
  - 5.18.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.18.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.18.6 手机银行营销方式分析
  - 5.18.7 手机银行运营模式分析
  - 5.18.8 手机银行其他创新分析
- 5.19 宁波银行手机银行业务分析
  - 5.19.1 手机银行常规功能分析
  - 5.19.2 手机银行业务规模分析
  - 5.19.3 手机银行市场份额分析
  - 5.19.4 手机银行SOLOMO分析
  - 5.19.5 手机银行O2O服务分析
  - 5.19.6 手机银行营销方式分析
  - 5.19.7 手机银行运营模式分析
  - 5.19.8 手机银行其他创新分析
- 5.20 南京银行手机银行业务分析
  - 5.20.1 手机银行常规功能分析

5.20.2 手机银行业务规模分析

5.20.3 手机银行市场份额分析

5.20.4 手机银行SOLOMO分析

5.20.5 手机银行O2O服务分析

5.20.6 手机银行营销方式分析

5.20.7 手机银行运营模式分析

5.20.8 手机银行其他创新分析

## 第6章：手机银行前景预测与发展战略

### 6.1 手机银行主要瓶颈及解决方案

6.1.1 手机银行安全性问题

6.1.2 行业法律标准问题

6.1.3 手机银行服务同质化

### 6.2 手机银行发展前景分析

6.2.1 手机银行功能发展方向

6.2.2 手机银行发展趋势分析

(1) 手机银行体验设计趋势分析

(2) 手机银行功能发展趋势分析

(3) 手机银行APP开发趋势分析

(4) 手机银行产品运营趋势分析

(5) 手机银行安全技术趋势分析

6.2.3 手机银行发展策略分析

(1) 手机银行战略定位与选择分析

(2) 未来手机银行的市场竞争策略

6.2.4 手机银行发展前景分析

### 6.3 手机银行未来发展战略分析

6.3.1 手机银行个性化发展战略

6.3.2 手机银行细分化发展战略

6.3.3 手机银行新媒体营销战略

## 图表目录：

图表1：手机网民对手机银行业务的使用情况（单位：%）

图表2：手机银行用户的年龄分布状况（单位：%）

图表3：手机银行用户的个人月收入状况分布（单位：%）

图表4：手机银行用户职业状况分布（单位：%）

图表5：各家手机银行使用情况（单位：%）

图表6：用户经常使用的手机银行功能（单位：%）

图表7：不同人群经常使用手机银行功能的指数分析

图表8：不同手机银行版本使用情况（单位：%）

图表9：手机银行用户开始使用手机银行的时间（单位：%）

图表10：用户最初开通手机银行业务的原因（单位：%）

图表11：用户了解手机银行的途径（单位：%）

图表12：用户开通手机银行的途径（单位：%）

图表13：用户对正在使用的手机银行的评价（单位：%）

图表14：用户对账户查询功能的期望（单位：%）

图表15：用户感兴趣的转账功能（单位：%）

图表16：用户对手机银行理财的期望（单位：%）

图表17：用户对使用手机银行的担心（单位：%）

图表18：全体受访者认为最可靠的安全方式（单位：%）

图表19：全体受访者愿意使用的手机银行支付方式（单位：%）

图表20：手机银行深度用户占比情况（单位：%）

图表21：不同手机银行用户受教育情况（单位：%）

图表22：不同手机银行用户职业指数分析（单位：%）

图表23：不同用户开通手机银行业务时间（单位：%）

图表24：不同用户常用手机功能指数分析（单位：%）

图表25：不同用户希望手机银行改进方面的指数分析（单位：%）

图表26：2011-2014年国内手机银行用户规模增长情况（单位：户，%）

图表27：2011-2014年国内手机银行资金处理规模增长情况（单位：亿元，%）

图表28：2012-2014年中国手机银行市场交易规模增长情况（单位：亿元，%）

图表29：2014年中国手机银行市场交易份额（单位：%）

图表30：各银行手机银行在开通便捷性上的对比

图表31：各银行手机银行在界面体验上的对比

图表32：各银行手机银行在功能上的对比

图表33：各银行手机银行在操作方便性上的对比

图表34：各银行手机银行在客户质量上的对比

图表35：各银行手机银行在资费及优惠政策上的对比

图表36：各银行手机银行在页面访问速度及稳定性的对比

图表37：各银行手机银行在安全性的对比

图表38：各银行手机银行在3G版功能体验对比

图表39：各银行手机银行在浏览器兼容性的对比

图表40：2012-2014年招商银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表41：2012-2014年建设银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表42：2012-2014年工商银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表43：2012-2014年中信银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表44：2012-2014年民生银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表45：2012-2014年中国银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表46：2012-2014年广发银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表47：2012-2014年平安银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表48：2012-2014年浦发银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表49：2012-2014年光大银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表50：2012-2014年浙商银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表51：2012-2014年上海农商银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表52：2012-2014年兴业银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表53：2012-2014年农业银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表54：2012-2014年交通银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表55：2012-2014年邮储银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表56：2012-2014年北京银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表57：2012-2014年华夏银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表58：2012-2014年宁波银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

图表59：2012-2014年南京银行手机银行业务规模变化情况（单位：亿元，%）

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/250206.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法

- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。