

# IRESEARCH CONSULTING GROUP



## 中国电子银行用户调研报告简版

---

2012-2013年

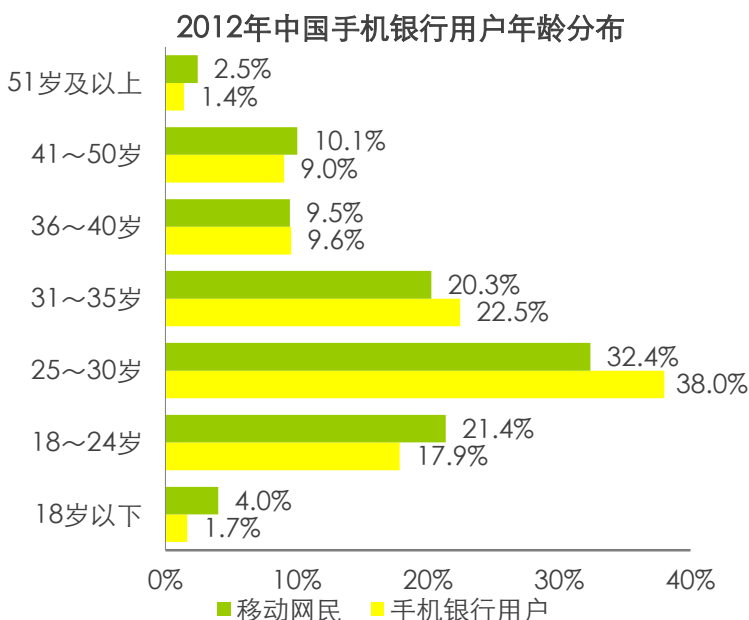
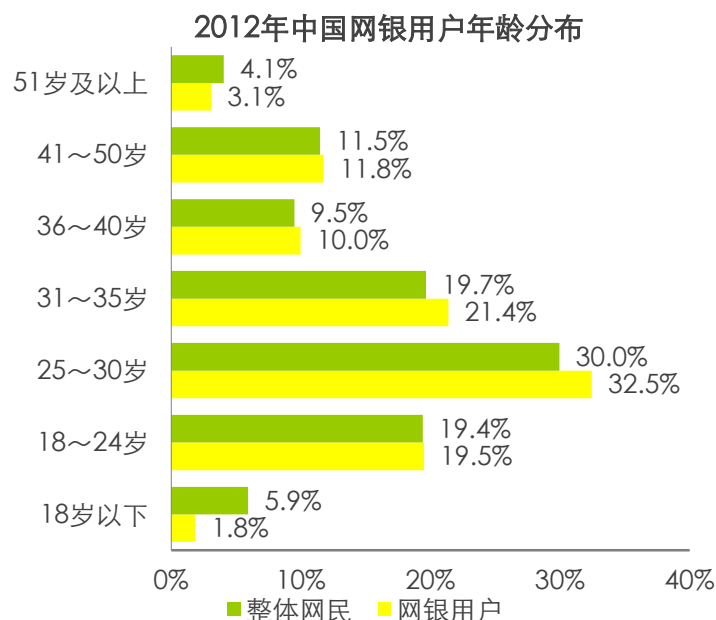
- 2012年我国**25~30岁**的网银用户占全部网银用户的**32.5%**；同龄手机银行用户占全部手机银行用户的**38%**
- 男性**手机银行**用户占比高于男性**网银**用户
- 2012年，**76.9%**的用户使用过网上银行；**28.9%**的用户使用过手机银行
- 平均**每月使用1~4次**网银和手机银行的用户占比最大：网银为**47.2%**，手机银行为**46.4%**
- 我国**29.2%**的手机银行用户最常用手机银行向第三方账户充值；**28.2%**的网银用户最常用网银向第三方账户充值
- 网银和手机银行用户对安全性满意度最高，得分为**4.4**分（满分为5分）
- 招行网银综合用户满意度最高，达**4.25**分；民生手机银行综合用户满意度最高，达**4.36**分

3	2012年中国电子银行用户基本属性
10	2012年中国电子银行用户使用行为特征
17	2012年中国电子银行安全性调查
22	2012年中国电子银行用户使用偏好
31	2012年中国电子银行用户满意度

## 网银及手机银行的主要用户来自于25-35岁的年轻群体

中国25~35岁的网银及手机银行用户占比超过50%。网银25~35岁用户占整体网银用户的32.5%，同龄手机银行用户占全部手机银行用户的38%，均超过其余年龄段位于榜首。31~35岁年龄段用户规模排第二位，网银和手机银行用户分别占各自总用户规模的21.4%和22.5%。虽然二者用户都趋于年轻化，但网银的用户分布比手机银行更为平均。

艾瑞分析认为：首先，50岁以上和18岁以下的网银用户和手机银行用户的占比均小于该年龄段整体网民及移动网民占比，高龄和低龄的用户在知识结构和经济基础方面不满足网银和手机银行的要求，因此占比较小；其次，网银和手机银行对用户的知识结构和使用习惯有一定要求，年轻人更加习惯网络环境，对移动互联网的使用也更加频繁，因此年轻人占比较大；最后，网银发展时间较长，各年龄段用户对其接受程度较高，因此用户年龄分布比手机银行平均。



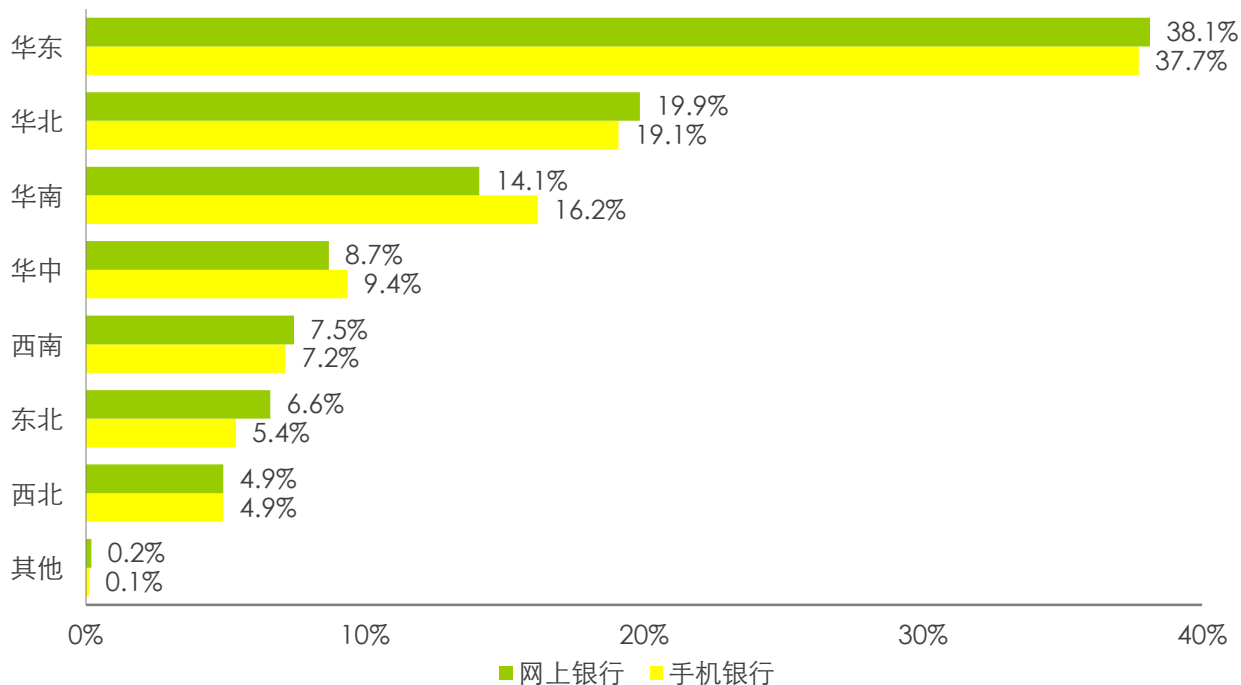
样本：N整体网民=8991，N移动网民=7436，N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞click社区联机调研获得。

## 中国网银和手机银行用户集中于华东地区

网银和手机银行用户的地域分布与整体网民和移动网民相一致，差距极小。37%以上的网银及手机银行用户集中于我国华东地区，其中网银用户占比为38.1%，手机银行略低，占有手机银行用户的37.7%，华北和华南分列二、三位。其余地区的网银和手机银行用户均未超过总用户的10%。

艾瑞分析认为：首先，华东、华北、华南、华中四个区域，基础建设完善，人口稠密，商业活动频繁，对银行业务的需求较大，因此用户人数较多；其次，该四个区域比较开放，对科技新事物更为了解，也更愿意使用电子银行业务；最后，随着千元智能机的在我国西南、西北地区的普及，其低成本高效率的特点，将使手机银行成为银行向这些地区展业的重要渠道。

2012年中国网上银行及手机银行用户地域分布



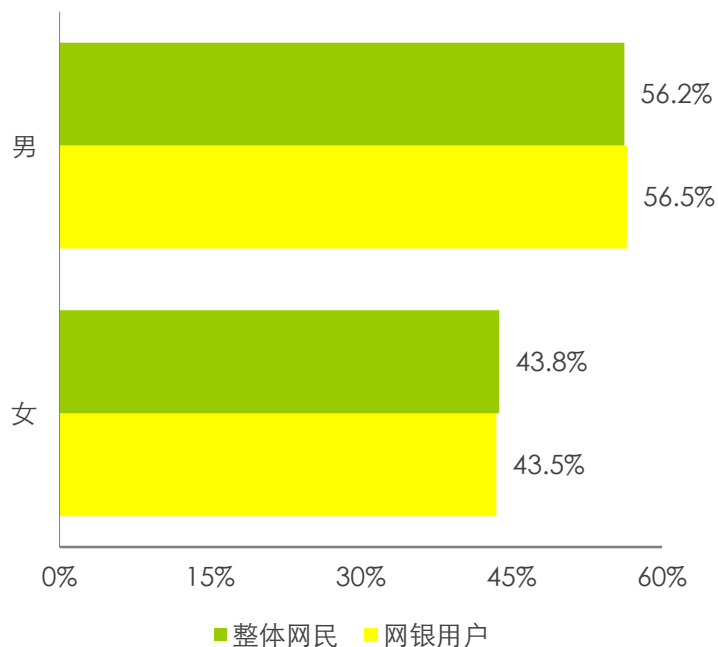
样本：N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

## 男性用户普遍高于女性

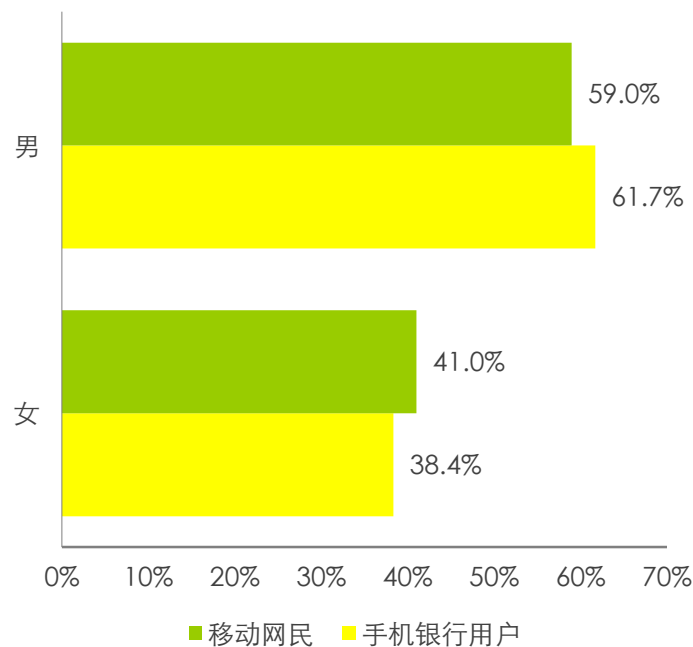
网银用户性别分布与整体网民之间差别不大，但是手机银行用户男性比例要高于移动网民。整体上网银和手机银行的男性用户均超过总用户的55%，说明男性依然是网银及手机银行业务的主要用户。

艾瑞分析认为：首先，男性用户是银行金融服务的主要服务对象，因此网银和手机银行的比例也高于女性；其次，男性接触科技产品的意愿和能力强于女性，网银和手机银行等科技产品能够有效满足男性对于效率的要求，并且承担风险的能力强；最后，女性网购用户的增多使女性网银用户比例高于女性手机银行用户比例，但随着未来移动电子商务的发展，女性接触和使用手机银行的频率会提高，由此可获得更多女性用户。

2012年中国网上银行用户性别分布



2012年中国手机银行用户性别分布



样本：N整体网民=8991，N移动网民=7436，N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

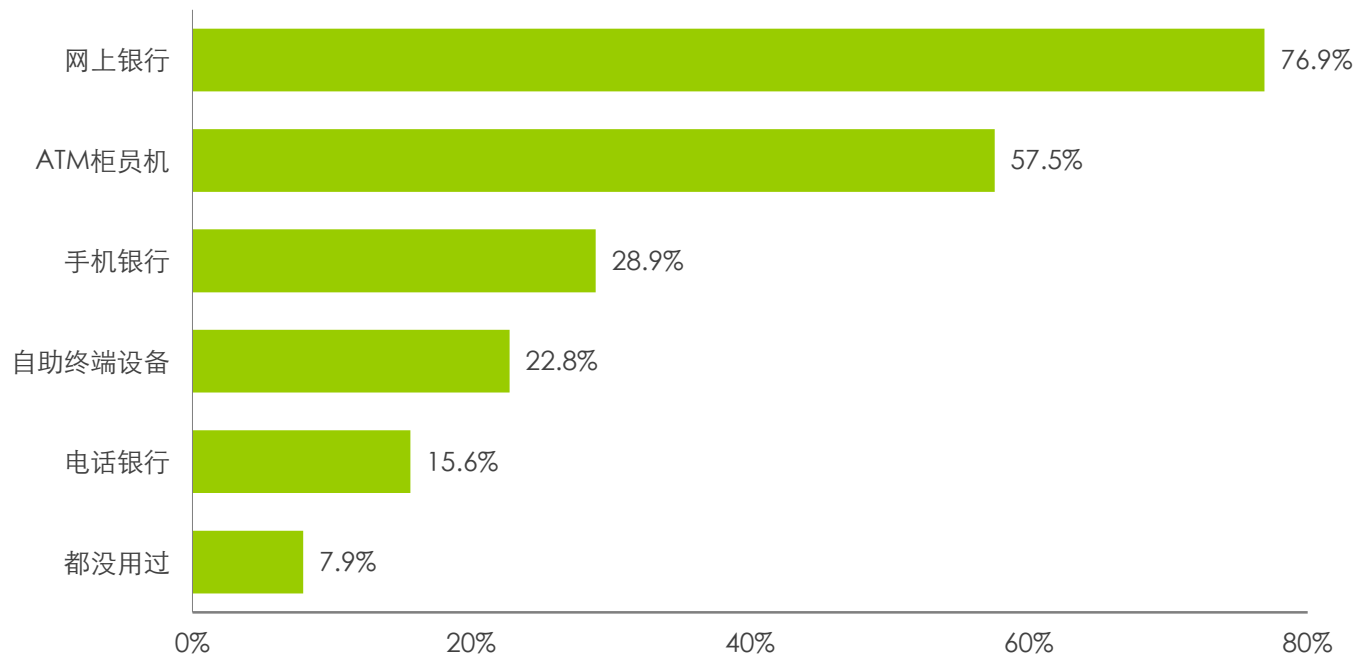
- 3 2012年中国电子银行用户基本属性
- 10 2012年中国电子银行用户使用行为特征
- 17 2012年中国电子银行安全性调查
- 22 2012年中国电子银行用户使用偏好
- 31 2012年中国电子银行用户满意度

## 网银是网民用户使用率最高的电子银行服务

76.9%的用户在过去一年中使用网银业务，排名第一。ATM机和手机银行分列第二、三位，占比为57.5%和28.9%。自助终端设备、电话银行排名靠后。没有使用过非柜台类服务的客户仅占7.9%。

艾瑞分析认为：首先，网银是维持网络经济正常运转的基础工具，随着互联网的快速发展，网银的普及和使用是不可逆的大趋势；其次，ATM柜员机是在银行人力无法全天服务的情况下，维持用户正常现金支取的重要渠道，因此使用率也比较高；再次，手机银行作为一项新兴业务，融合了网银和传统银行业务，其功能的全面性可以替代诸如自助终端设备、柜台服务、电话银行等功能单一的业务，因此使用率也较高；最后，2012年未使用过非柜台类服务的用户仅有7.9%，说明电子银行已经成为银行服务不可或缺的一部分。

2012年中国用户使用电子银行服务的情况



样本：N=8990；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

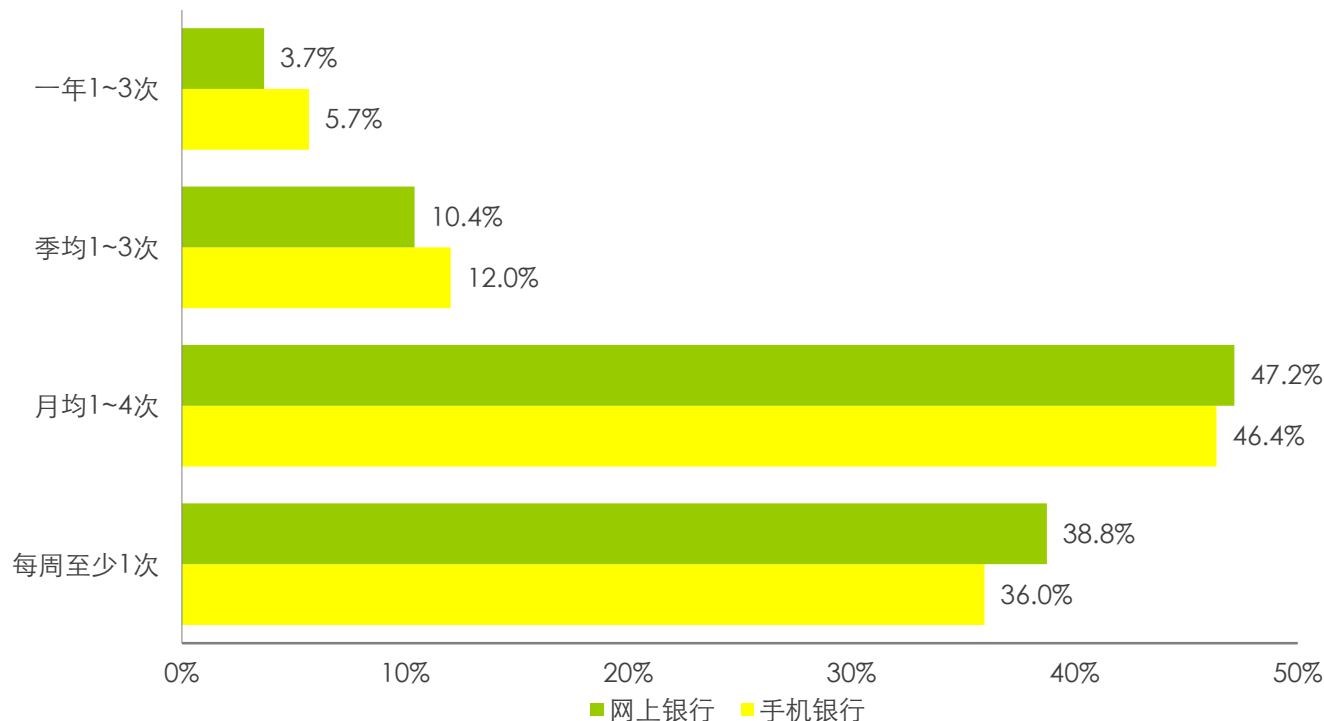


## 网银使用频率高于手机银行

38.8%的网银用户每周至少使用1次网上银行，而手机银行只有36%的用户达到这一比例。月均使用1~4次的用户占所有网银用户的47.2%，手机银行只有46.4%。网银使用频率略高于手机银行。

艾瑞分析认为：首先，网银业务的运营比较成熟，用户已经形成了固定的使用习惯，因此频率较高；其次，网上银行可应用的场所和环境比手机银行丰富，基础设施完善，标准统一，使用门槛低，也使其使用频次高于手机银行；最后，尽管手机银行业务目前的使用频率不及网银，但差距不大。未来随着移动互联网的发展，因其功能的丰富性将使手机银行的使用频率超过网银。

2012年中国手机银行和网银的使用频率



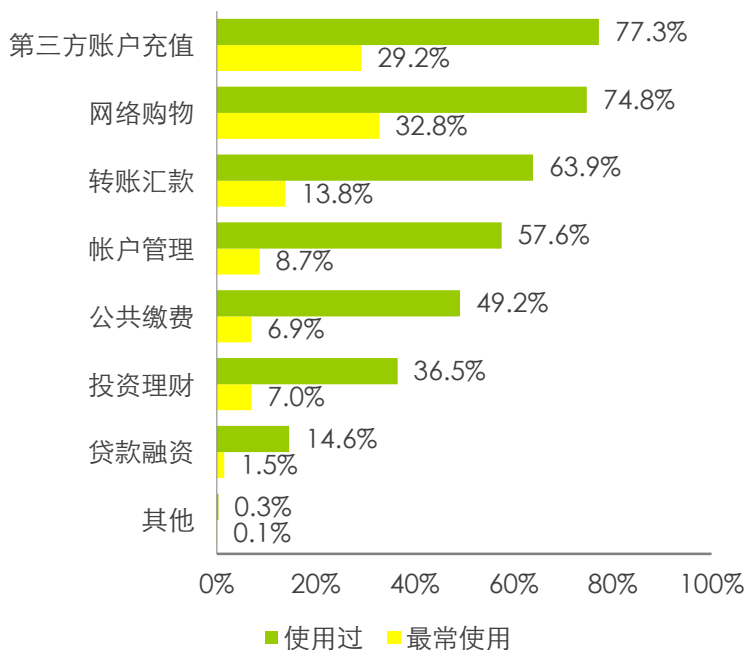
样本：N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

## 网购和第三方账户充值是网银和手机银行的主要用途

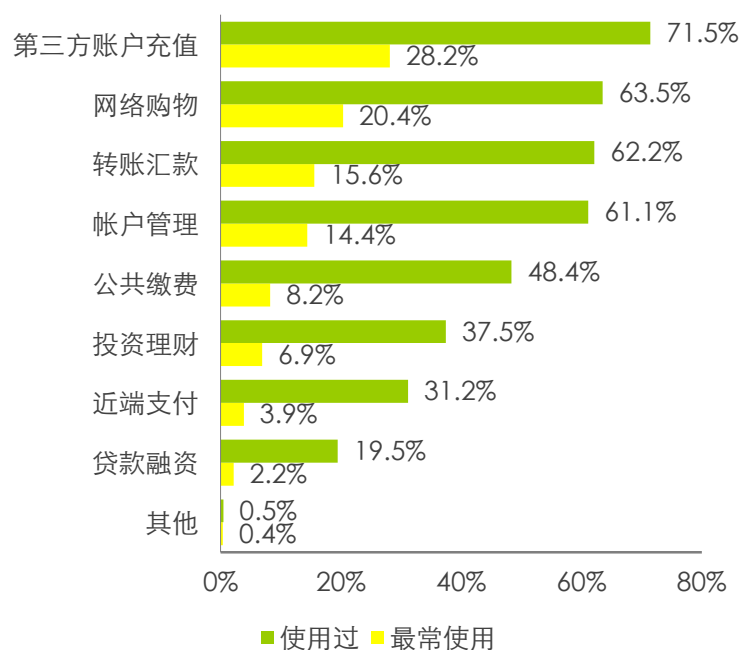
向第三方账户充值和网络购物是中国网银及手机银行用户最常使用的功能，两项最常使用用户超过各用户总规模的45%。汇款、账户管理和公共缴费分列第三到第五位，投资理财，网络借贷等高级金融服务使用人数较低，两项服务的最常使用人数之和均未超过各自用户规模的10%。

艾瑞分析认为：首先，用户利用网银及手机银行向第三方账户充值的增多并不利于电子银行的发展，这使银行远离商业环境，无法开展利润更多的高级金融业务；其次，网银用户最常使用的功能是网络购物，说明网银充分发挥了它服务网络经济的功能；最后，附加值更高的投资理财，贷款融资等业务使用者很少，说明银行利用网络开展业务的能力有待提升。

2012年中国网银用户常用功能调查



2012年中国手机银行用户常用功能调查



样本：N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

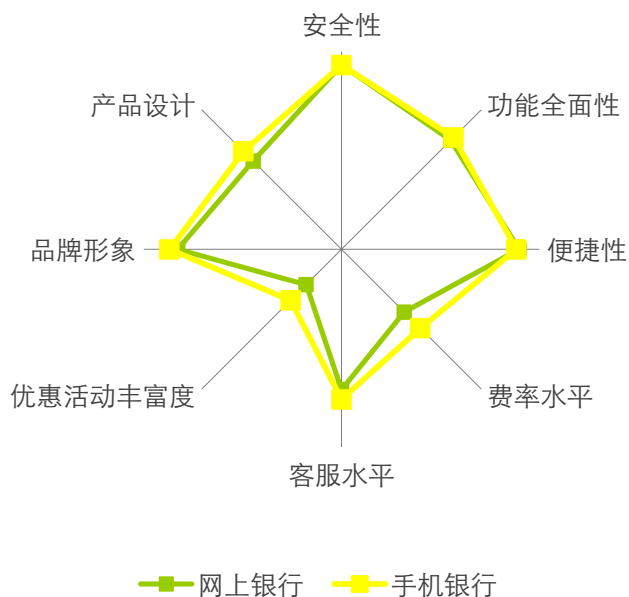
- 3 2012年中国电子银行用户基本属性
- 10 2012年中国电子银行用户使用行为特征
- 17 2012年中国电子银行安全性调查
- 22 2012年中国电子银行用户使用偏好
- 31 2012年中国电子银行用户满意度

## 网银及手机银行的用户满意度较好

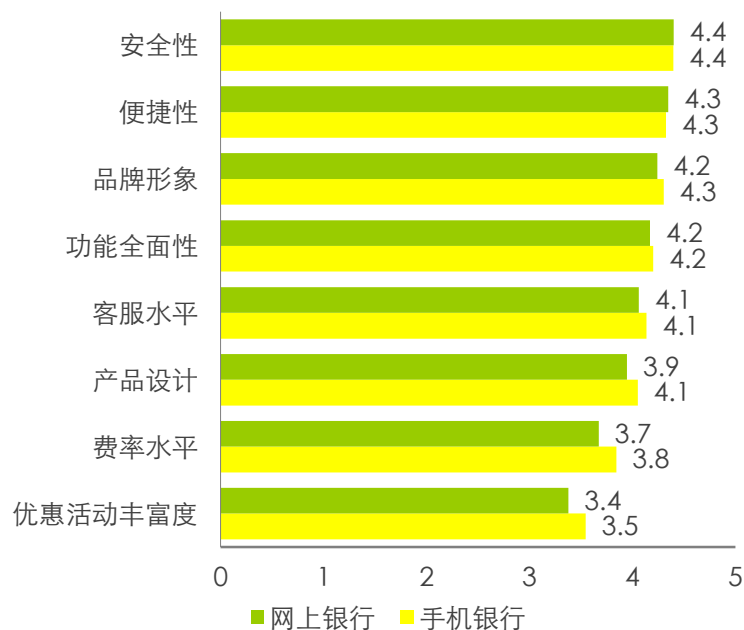
2012年中国手机银行用户对其最常使用银行服务满意度良好。其中安全性无论在手机银行领域还是网银领域用户满意度均最高，活动丰富度满意度相对较低。手机银行的满意度略高于网银。

艾瑞分析认为：一方面，安全性是影响电子银行使用的基础因素，各大银行近年来格外重视电子银行的安全性，使其充分满足用户需求；另一方面，手机银行的用户满意度要高于网上银行，随着移动互联网的发展，银行越来越重视移动金融业务，因此在手机银行领域投入更多，因此用户满意度也偏高。

2012年网上银行及手机银行用户的满意度



2012年中国网上银行及手机银行用户的满意度



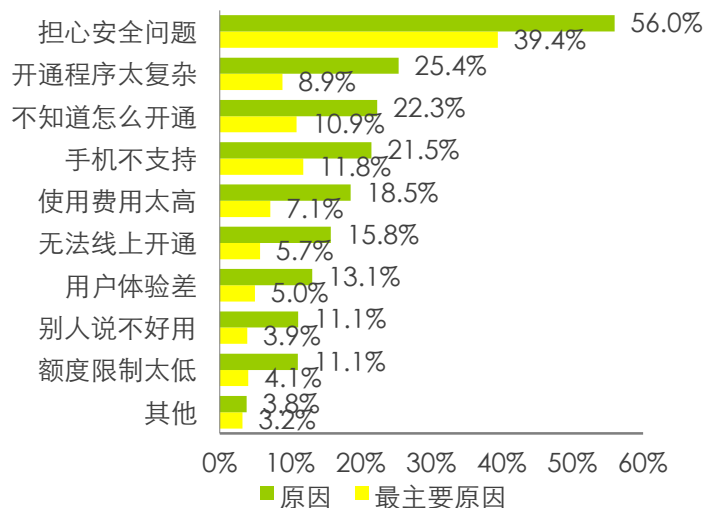
样本：N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。艾瑞对满意度的赋值为：不满意=1、一般=3、满意=5，根据艾瑞统计模型核算。

## 安全性宣传将帮助网银和手机银行加速渗透和普及

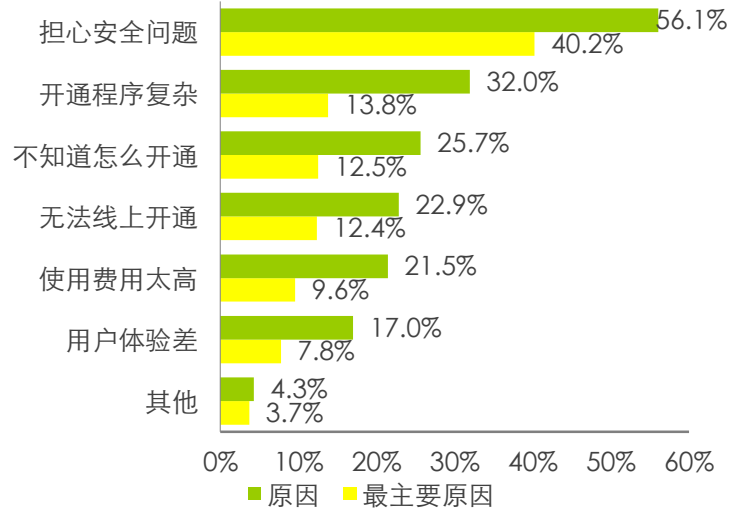
对安全问题的担心是用户不使用网银和手机银行的最主要原因，占全部网银和手机银行用户之比高达39%以上，手机不支持手机银行是用户不使用手机银行的第二主要原因，占全部非手机银行用户的11.8%，远低于安全因素。开通程序复杂是用户拒绝使用网银的第二主要原因，占全部非网银用户的13.8%。用户体验等相关产品质量因素排名靠后，重要性一般。

艾瑞分析认为：首先，对安全问题的担忧是困扰电子银行发展的历史遗留问题，但通过对电子银行用户的调研发现，无论网银还是手机银行，用户对其安全性的满意度都最高，因此对安全性的担忧源于用户根深蒂固的观念，未来银行若加强对电子银行安全性方面的宣传，则会有效缓解担忧，扩大电子银行市场；其次，开通程序是银行服务的一种，未来更方便、快捷是所有用户追求的用户体验。针对这种趋势，银行必须加强服务观念，不仅要提高客户服务水平，也要丰富金融服务的种类和科学性，尽早扭转市场形象；最后，手机银行对硬件要求较高，在手机市场激烈竞争的格局下，保持自己产品的兼容性是扩大用户规模的重要手段。而开发一种只属于银行的终端产品，将所有电子银行业务搭载至该产品上，则会成为银行新的课题。

2012年中国用户不使用手机银行的原因



2012年中国用户不使用网银的原因



样本：N网上银行=2078，N手机银行=6388；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。

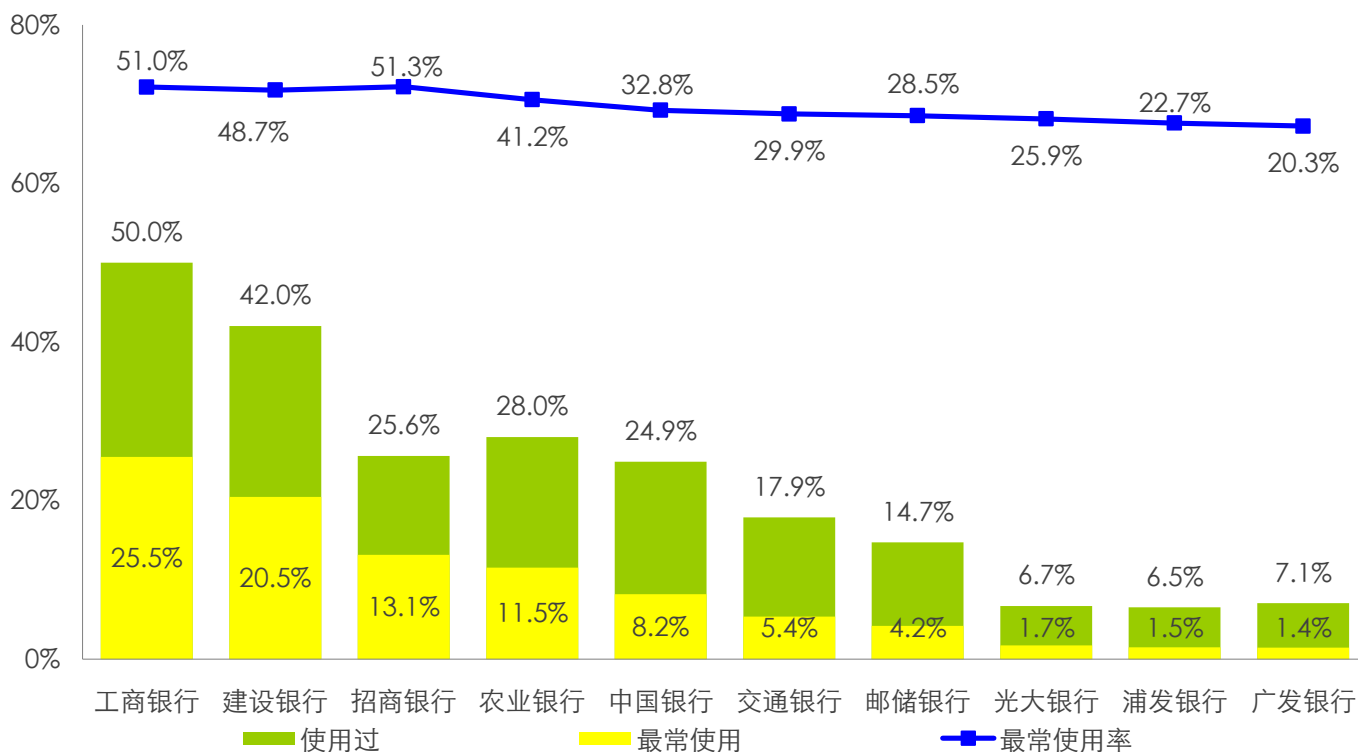
- 3** 2012年中国电子银行用户基本属性
- 10** 2012年中国电子银行用户使用行为特征
- 17** 2012年中国电子银行安全性调查
- 22** 2012年中国电子银行用户使用偏好
- 31** 2012年中国电子银行用户满意度

## 最常使用工、建、招行网银的用户最多

工商银行网银最常使用用户最多，占有网银用户的25.5%，建设银行第二，占20.5%，招商银行第三，占13.1%。除招商银行外，其余股份制银行均未超过2%。

艾瑞分析认为：一方面，国有银行优势比较明显，网银产业发对相对比较成熟，国有银行的规模优势能够发挥最大效用，因此还没有建立电子银行品牌优势的股份制银行发展空间有限；另一方面，目前移动金融成为银行展业的重要方向，网银受制于其功能限制，未来各行的重视程度会有所减弱。

2012年中国用户最常使用的网上银行TOP10

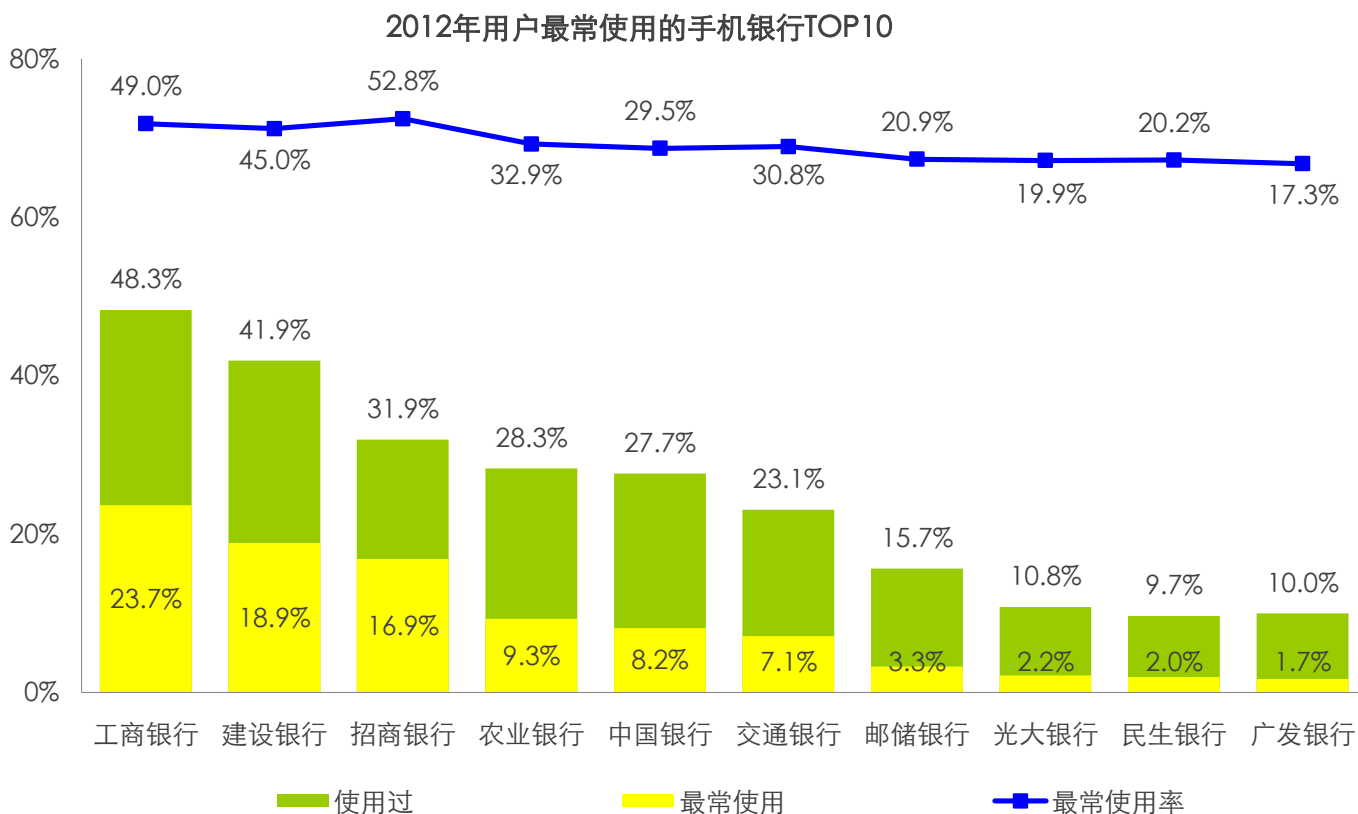


样本：N=6912；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

## 工、建、招的手机银行最常使用用户最多

23.7%的用户最常使用工商银行手机银行，建设银行和招商银行分别有18.9%和16.9%用户最常使用其手机银行业务。总体国有银行手机银行业务的使用情况高于股份制银行。

艾瑞分析认为：一方面，国有银行客户和渠道资源丰富，在此基础上其手机银行客户规模也高于股份制银行；另一方面，股份制银行两级分化，招商银行竞争力与国有银行不相上下，其余股份制银行竞争力差距不大。



样本：N=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iClick社区联机调研获得。

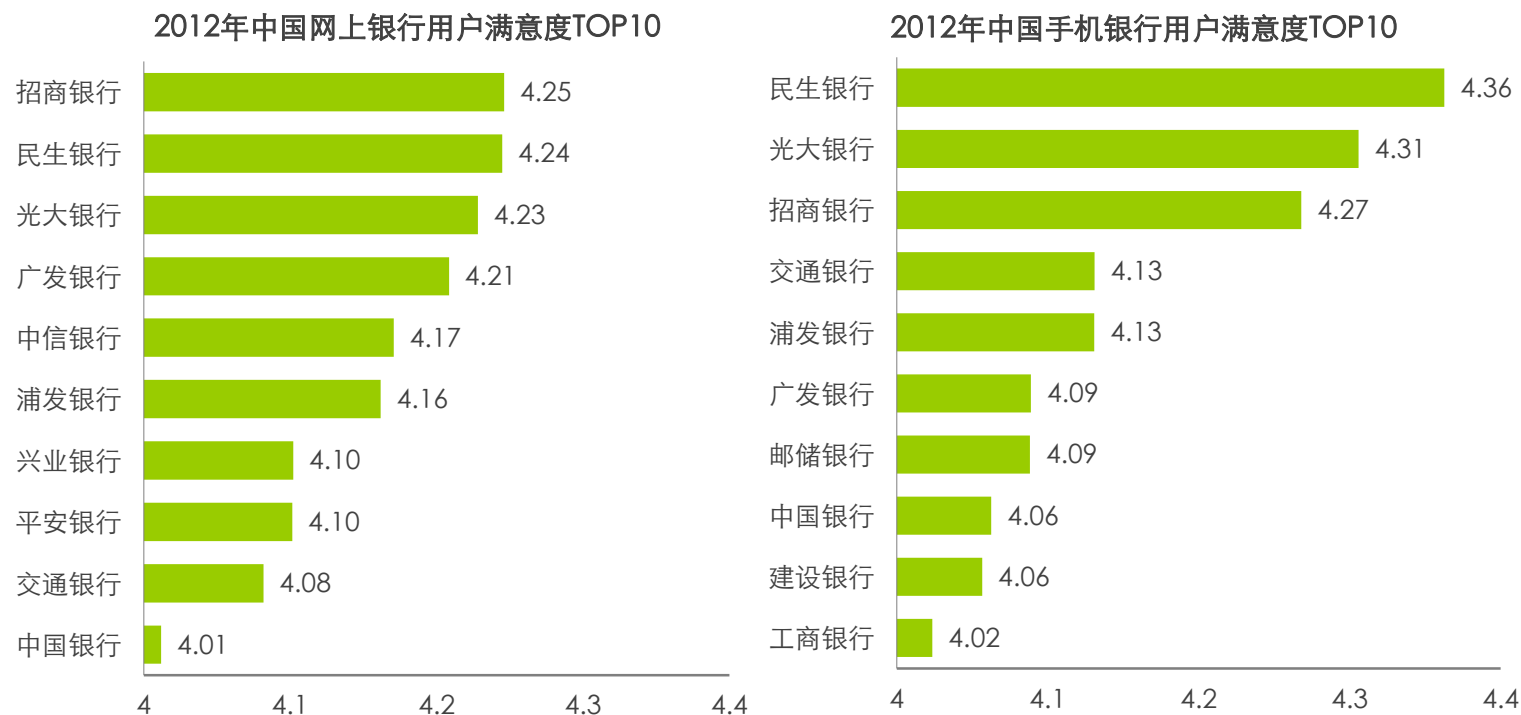


- 3** 2012年中国电子银行用户基本属性
- 10** 2012年中国电子银行用户使用行为特征
- 17** 2012年中国电子银行安全性调查
- 22** 2012年中国电子银行用户使用偏好
- 31** 2012年中国电子银行用户满意度

## 招商、民生、光大网银和手机银行用户满意度占据前三

招商网上银行用户满意度最高，达到4.25分；民生银行第二，为4.24分；光大银行第三，为4.23分；所有国有银行用户满意度排名垫底。民生银行用户满意度最高，达到4.36分；光大银行第二，为4.31分；招商银行第三，为4.27分；交通银行排名第四，为4.13分，其余国有银行排名垫底。

艾瑞分析认为：首先，股份制银行用户规模不及国有银行，因此更加重视客户的需求，用户满意度比较高；其次，招商和民生银行不具备国有银行的网点优势，所以更为依赖电子渠道，在此方面投入相对较多，获得用户认可；最后，国有银行用户规模庞大，这导致国有银行手机银行发展过程中难以调和不同用户之间的需求，因此满意度有所影响，未来若能有效的将用户分类，进行差异化、定制化的服务，这一现象则可有所改观。



样本：N网上银行=6913，N手机银行=2600；于2012年12月-2013年1月通过iUserSurvey在43家网站及艾瑞iclick社区联机调研获得。艾瑞对满意度的赋值为：不满意=1、一般=3、满意=5，根据艾瑞统计模型核算。

### 研究方法

本报告数据的收集和分析主要采用iUserSurvey在线问卷调查方法，结合对相关运营商和渠道商进行深入访谈和研究而获得。iUserSurvey是艾瑞公司专为网络媒体用户调研而开发的市场调研平台。

#### 1. 调研方法

依据统计学理论和国际惯例，本次调查主要采用了计算机网上联机调查方法进行，问卷通过艾瑞iClick调研社区（调查链接：<http://survey.iclick.cn/>），于2012年12月28日-2013年1月22日期间进行在线调研。本次调研回收调查问卷5.6万份，经处理排除无效问卷，并根据网民的性别和年龄进行配比加权，最终分析样本数为4.2万份。电子银行（本报告所涉及的行业）共回收有效问卷8991份。

#### 2. 关于网民样本配额

根据CNNIC于2013年1月公布的网民性别分布和年龄分布进行配比加权。

#### 3.数据的代表性与限制性：

参加艾瑞用户行为调研的43家主流网站并不能完全代表中国所有网站，即基于上述主流网站的调研结果不能完全代表中国网民的整体情况。

### 报告摘要

#### 1.中国电子银行用户基本属性

- 中国电子银行用户年龄分布
- 中国电子银行用户所在地区
- 中国电子银行用户性别比例
- 中国电子银行用户职业分布
- 中国网上银行用户月收入水平
- 中国手机银行用户月收入水平

#### 2.中国电子银行用户使用行为特征

- 中国电子银行服务使用情况
- 中国电子银行用户使用频率
- 中国电子银行用户使用原因
- 中国电子银行用户主要使用用途
- 中国电子银行用户月均资金处理规模
- 中国电子银行用户未来最期待的使用功能

#### 3.中国电子银行安全性调查

- 中国电子银行用户满意度
- 中国手机银行不安全事件调查
- 中国网银不安全事件调查
- 中国用户不使用电子银行的原因

#### 4.中国电子银行用户使用偏好

- 网银使用偏好调查
- 工行网银竞争力分析
- 建行网银竞争力分析
- 招行网银竞争力分析
- 手机银行使用偏好调查
- 工行手机银行竞争力分析
- 建行手机银行竞争力分析
- 招行手机银行竞争力分析

#### 5.中国电子银行用户满意度

- 中国网银及手机银行综合满意度排名
- 中国网银及手机银行安全性满意度排名
- 中国网银及手机银行便捷性满意度排名
- 中国网银及手机银行功能全面性满意度排名
- 中国网银及手机银行产品设计满意度排名
- 中国网银及手机银行费率水平满意度排名
- 中国网银及手机银行优惠活动丰富度满意度排名
- 中国网银及手机银客服水平合满意度排名
- 中国网银及手机银行品牌形象满意度排名

研究方法

法律声明

### 图目录（一）

- 图1-1 2012年中国网银用户年龄分布
- 图1-2 2012年中国手机银行用户年龄分布
- 图1-3 2012年中国网上银行及手机银行用户地域分布
- 图1-4 2012年中国网上银行用户性别分布
- 图1-5 2012年中国手机银行用户性别分布
- 图1-6 2012年中国网上银行用户职业分布
- 图1-7 2012年中国手机银行用户职业分布
- 图1-8 2012年中国网上银行用户个人月收入水平
- 图1-9 2012年中国网上银行学生用户个人可支配月零用钱水平
- 图1-10 2012年中国手机银行用户个人月收入水平
- 图1-11 2012年中国手机银行学生用户个人可支配月零用钱水平
  
- 图2-1 2012年中国用户使用电子银行服务的情况
- 图2-2 2012年中国手机银行和网银的使用频率
- 图2-3 2012年中国网银用户选择银行的主要原因
- 图2-4 2012年中国手机银行用户选择银行的主要原因
- 图2-5 2012年中国网银用户常用功能调查
- 图2-6 2012年中国手机银行用户常用功能调查
- 图2-7 2012年中国网银及手机银行用户最常使用业务月均资金处理规模
- 图2-8 2012年中国手机银行用户期待的新功能

- 图3-1 2012年网上银行及手机银行用户的满意度
- 图3-2 2012年中国网上银行及手机银行用户的满意度排名
- 图3-3 2012年中国手机银行不安全事件发生率
- 图3-4 2012年中国手机银行不安全事件调查
- 图3-5 2012年中国网银不安全事件发生率
- 图3-6 2012年中国网银不安安全事件调查
- 图3-7 2012年中国用户不使用手机银行的原因
- 图3-8 2012年中国用户不使用网银的原因
  
- 图4-1 2012年中国用户最常使用的网上银行TOP10
- 图4-2 2012年中国网银用户选择工商银行的最主要原因
- 图4-3 2012年工商银行网银用户的满意度
- 图4-4 2012年中国网银用户选择建设银行的最主要原因
- 图4-5 2012年建设银行网银用户的满意度
- 图4-6 2012年中国网银用户选择招商银行的最主要原因
- 图4-7 2012年招商银行网银用户的满意度
- 图4-8 2012年用户最常使用的手机银行TOP10
- 图4-9 2012年中国手机银行用户选择工商银行的原因
- 图4-10 2012年工商银行手机银行用户的满意度
- 图4-11 2012年中国手机银行用户选择建设银行的原因
- 图4-12 2012年建设银行手机银行用户的满意度
- 图4-13 2012年中国手机银行用户选择招商银行的原因
- 图4-14 2012年招商银行手机银行用户的满意度

### 图目录（二）

- 图5-1 2012年中国网上银行用户满意度TOP10
- 图5-2 2012年中国手机银行用户满意度TOP10
- 图5-3 2012年中国网银安全性用户满意度TOP10
- 图5-4 2012年中国手机银行安全性用户满意度TOP10
- 图5-5 2012年中国网银便捷性用户满意度TOP10
- 图5-6 2012年中国手机银行便捷性用户满意度TOP10
- 图5-7 2012年中国网银功能全面性用户满意度TOP10
- 图5-8 2012年中国手机银行功能全面性用户满意度TOP10
- 图5-9 2012年中国网银产品设计用户满意度TOP10
- 图5-10 2012年中国手机银行产品设计用户满意度TOP10
- 图5-11 2012年中国网银费率水平用户满意度TOP10
- 图5-12 2012年中国手机银行费率水平用户满意度TOP10
- 图5-13 2012年中国网银优惠活动丰富度用户满意度TOP10
- 图5-14 2012年中国手机银行优惠活动丰富度用户满意度TOP10
- 图5-15 2012年中国网银客服水平用户满意度TOP10
- 图5-16 2012年中国手机银行客服水平用户满意度TOP10
- 图5-17 2012年中国网银品牌形象用户满意度TOP10
- 图5-18 2012年中国手机银行品牌形象用户满意度TOP10

本报告为艾瑞市场咨询有限公司制作，报告中所有的文字、图片、表格均受到中国法律知识产权相关条例的版权保护。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得使用本报告中的信息用于其它商业目的。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于其他商业目的。

本报告中运营商收入及相关市场预测主要为公司研究员采用行业访谈、市场调查、二手数据及其他研究方法分析获得，部分数据未经运营商直接认可。本报告中发布的调研数据部分采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，部分数据不能够完全反映真实市场情况。本报告只提供给购买报告的客户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据准确性不承担法律责任。

## 公司服务介绍：

艾瑞咨询集团：<http://www.iresearch.com.cn>

## 公司产品介绍：

艾瑞客户解决方案：<http://www.iresearch.com.cn/solution>

艾瑞连续数据研究产品：<http://www.iresearch.com.cn/product>

艾瑞专项研究咨询服务：<http://www.iresearch.com.cn/consulting>

艾瑞研究观点报告：<http://www.iresearch.com.cn/report>

艾瑞学院培训业务：<http://www.iresearch.com.cn/institute>

艾瑞媒体会议服务：<http://www.iresearch.com.cn/meeting>

## 公司资讯网站：

艾瑞网：<http://www.iresearch.cn>

艾瑞广告先锋：<http://www.iresearchad.com>

艾瑞网络媒体精品推荐：<http://www.iwebchoice.com>

## 联系方式

北京：86-010-51283899

上海：86-021-51082699

广州：86-020-38010229

**选择艾瑞，选择可以信任的合作伙伴。**

**iResearch**

艾 瑞 咨 询 集 团