

银行 App“瘦身潮”

在“加减之间”

近日,广州白领刘女士打开手机里的中国银行“缤纷生活”App时,一则弹窗公告让她发现,常用的信用卡服务入口即将变更——中国银行宣布将这款运营多年的独立信用卡App功能全面迁移至主手机银行,成为首家关停独立信用卡App的国有大行。

这一动作并非孤例,从国有大行到城商行,一场覆盖信用卡、直销银行等多类应用的App“瘦身运动”正席卷中国银行业。这场运动以“减法”关停冗余应用,以“加法”整合功能、深耕体验,不仅标志着行业整合进入新阶段,更折射出在监管引导、成本压力与用户需求变迁下,银行业数字化战略正从“规模扩张”向“价值深耕”转变。

■新快报记者 范昊怡

“减法”先行

多类独立App密集整合
行业告别“数量竞赛”

曾经,信用卡App是银行“化整为零”抢占细分市场的核心工具,如今却成为整合的首要对象。中国银行信用卡官方公众号公告显示,“缤纷生活”App功能迁移完成后,将停止下载注册并逐步关停服务,用户需转至中国银行App继续使用信用卡服务。中国邮政储蓄银行研究员娄飞鹏指出,这是国有大行首次大规模整合信用卡App,“鉴于信用卡贷款余额占总贷款比例普遍下降,不排除后续其他国有大行跟进。”

梳理整合时间线可见,中小银行早已率先启动“减法”。今年3月,北京农商银行将旗下“凤凰信用卡”App的业务功能全部迁入北京农商银行手机银行App,用户无需再切换两个平台办理信用卡业务;3月31日,江西银行“惠享精彩”App在各大应用商店下架,其信用卡查询、还款等功能被归入江西银行主App的信用卡板块,实现“一站式”管理。更早之前的2024年12月30日,渤海银行信用卡App已正式停止服务,功能迁移至渤海银行主App信用卡板块。上海农商银行、四川农商银行等机构的信用卡App在2024年就已完成整合,宁波银行、平安银行则早在数年前便启动了整合进程。

与信用卡App并行,直销银行App的“减法”同样密集。2025年10月10日,北京银行发布公告称,因直销银行业务调整,旗下直销银行App及网站将于2025年11月12日起停止服务,原业务功能已迁移至“京彩生活”手机银行App。

据统计,2025年1至9月,中国互联网金融协会共发布3期移动金融客户端应用程序注销备案公告,晋商银行“晋商直销银行”App、青海银行“青行直销”App等均因停止服务主动申请注销备案,直销银行App的整合步伐与信用卡App基本保持同步。

有业内分析,银行关停信用卡App的原因,一是响应国家金融监督管理总局清理低效App的要求,加速合规出清;二是存量竞争下,独立App高成本与低活跃度矛盾凸显,行业从“规模导向”转向“效率优先”;三是用户偏好“一站式”服务,信用卡App打开率低,需求匹配性不高。

2024年9月,国家金融监督管理总局发布《关于加强银行业保险业移动互联网应用程序管理的通知》,明确要求金融机构对用户活跃度低、体验差、功能冗余的移动应用及时优化整合或终止运营。据不完全统计,仅2024年就有十余家银行关停信用卡App,覆盖股份制银行与中小银行。

查询信用卡账单需打开一款App,购买理财要切换另一款App,办理转账业务又得登录第三个App,每个App都需单独记忆账号密码、更新升级……面对手机里诸多银行App,不少用户都有着“为何不能在一个App里完成所有操作”的困惑。

银行App的“减法”“瘦身”背后,本质上是对2015年前后App“加法”扩张的理性修正。彼时,移动互联网浪潮裹挟着支付宝、微信支付迅猛崛起,传统银行陷入前所未有的生存焦虑——信用卡业务、理财市场、支付场景面临被互联网平台蚕食的风险。在这种恐慌情绪驱动下,银行界形成“化整为零”的共识,试图用专门App守住细分市场。

“当时行业对数字化转型具体路径不明确,普遍认为功能聚焦的轻量级专业App能更精准满足客户需求,提供更好体验。”某股份行相关人士回忆,加上银行内部业务条线划分清晰,“每个部门都想掌控直达客户的渠道,主导开发专属App,一来二去,多App就成了常态。”当时,几乎每家银行都推出了

“加法”之困

回溯十年扩张,多App成“甜蜜负担”

信用卡专属App、直销银行App、理财专属App、贷款专用App等,App数量成为衡量数字化转型力度的“显性指标”。

然而,银行App毕竟不是社交软件,不需要天天刷;也不是购物App,不需要随时比价。客户用银行App,大多是查账单、还信用卡、转个账,一个月可能就用两三次。该人士坦言,让客户为了低频需求安装多个App,本身就违背了使用习惯,“时间一长,很多App就成了‘僵尸软件’。”

对银行而言,“僵尸App”更是沉重的成本负担。有银行业内人士算了一笔账:一家中等规模银行运营一个信用卡App,每年的技术投入至少数百万元,加上人力成本,总投入可能突破千万元。“但月活只有几十万,投入产出比严重失衡,在当前银行业‘降本增效’的大背景下,继续运营确实不划算”。

更棘手的是“数据孤岛”问题。多个App意味着多套技术架构、多支开发运维团队、多套数据系统,不仅研发成本高企、系统维护复杂、安全风险增加,更导致用户数据分散在不同App中,银行

难以对客户进行360度画像,无法实现精准营销和个性化服务。“整合到主App后,银行可以对所有交易进行集中监控,从而更有效地识别和防范风险。”上述银行业人士表示。

艾瑞咨询《2025年H1中国手机银行App流量监测报告》显示,各大银行手机App的MAU(月活跃用户)在7亿左右波动,相当于全国平均每天有近一半人登录手机银行,但用户规模已连续三年困于6.5亿~7亿区间,流量趋于饱和,市场进入存量阶段。

更严峻的是用户黏性下滑:2023年至2025年间,手机银行App用户单机单日有效使用时间从4.93分钟跌至2.70分钟,单机单日使用次数从4.54次降至2.86次。易观千帆数据则显示,多数信用卡App仅具备查账、还款等基础功能,缺乏内容与场景创新,截至2025年6月,“缤纷生活”App月活跃用户仅154万,却需消耗巨额运营成本,与主App的千万级规模形成鲜明反差。十年扩张终成“甜蜜的负担”,行业不得不按下“修正键”。

