

2021

移动金融 应用程序报告

金融科技所塑造的未来银行业



内容

1	报告亮点	3
2	方法	4
3	银行业的五大金融趋势.....	5
4	成本、转化率和 ROAS	12
5	月度金融趋势	16
6	平台表现	20



报告亮点

2020 趋势:

2020 年, 金融应用程序的安装发展迅猛, 较 2019 年增长 15%。全球用户总计安装了 46 亿个金融应用程序, 在应用程序中花费的时间达到 163 亿小时, 比上一年增长 45%。

应用程序会话:

在保持用户参与度方面, 金融技术应用程序往往更胜一筹。在会话方面, 表现最佳的金融科技应用程序要比排名第一的银行应用程序长 10.8 倍。在韩国, 表现最佳的金融技术应用程序平均每月大约进行 225 次会话。

成本指标:

2020 年的安装成本(\$2.45)和注册成本(\$7.96)均有所增加。激活成本(\$9.78)与 2019 年的基准相比下降了 5%。

转化率:

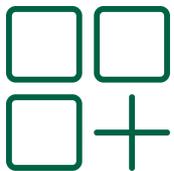
转化率(25.1%)比上一年(19%)增加三分之一, 用户激活速度更快。与此同时, 注册转换率(30.8%)与 2019 年(46.2%)相比下降了三分之一。

平台:

Android 为营销业者提供了机会。安装成本比 iOS 低 4.5 倍, 激活成本低 8 倍。但与之相反的一个数据是: Android 用户的转化可能性要高出 2 倍。

方法

日期范围: 2020年1月1日-2020年12月31日



188

应用程序



570 亿

曝光



8.16 亿

点击



1200 万

安装



2000 万

首次行动

5 金融业的五大趋势

移动创新与 COVID-19 疫情相结合，在金融领域
引发一场革命



1

在投资、银行业务、现金转账和政府援助等领域，对金融应用程序的需求都在不断增长。

2020 年，新的金融应用程序下载量为 46 亿 (同比增长 15%)，较整体下载量超出 2 倍

- 2020 年，拉丁美洲对金融应用程序的需求激增的幅度最为明显，巴西同比增长 75%，阿根廷同比增长 90%。
- 全球 4 月下载量有所增加，增长幅度最大的月份是 12 月。这种现象表明，疫情的持久影响刺激了用户的使用。
- 中国由于出台了针对个人对个人借贷的新法规，导致金融应用程序的下载量减少。

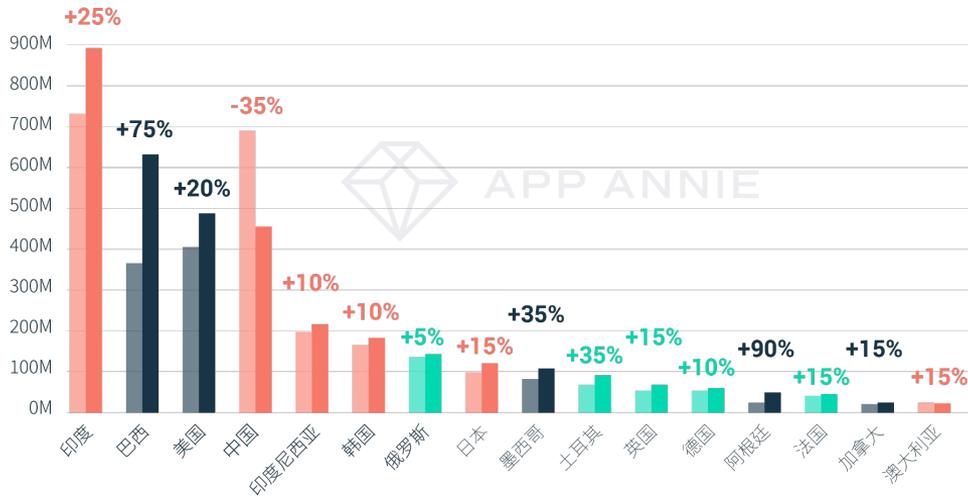
通过市场预估了解哪些功能正在培育用户粘性。无论是研究、评估、购买或投资领域，人们在进行金融决策时普遍都开始考虑移动性问题。

2020 年与 2019 年金融应用程序下载比较

注释: iOS 和 Google Play; 中国仅限 iOS

2019

2020



亚太

欧洲、中东和非洲 (EMEA)

美洲地区



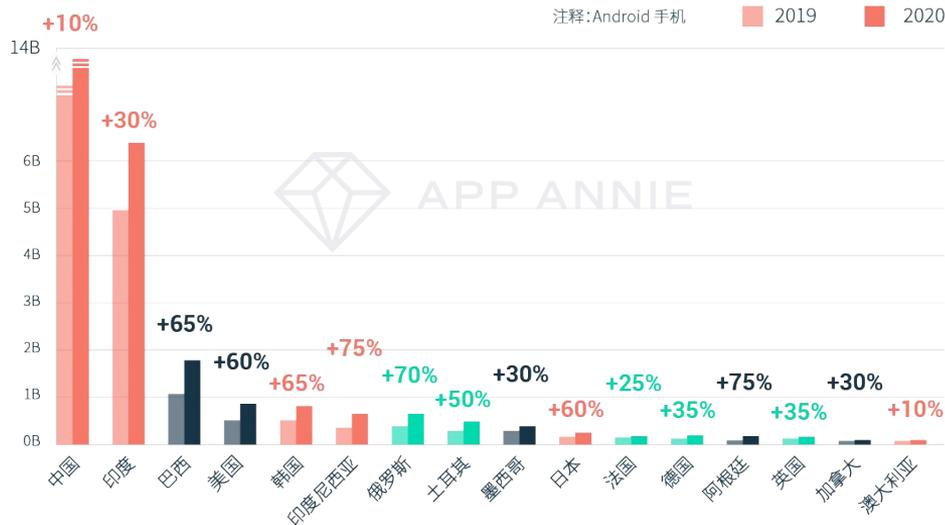
2

随着全球应用内使用量的增长，移动端成为影响各行业金融决策的重要因素。

2020 年，金融应用程序的使用时间增加 163 亿小时，除中国以外的市场同比增长 45%

- 投资和交易应用程序是主要的增长领域：前五大投资和交易应用程序的停留时间同比增长了 55%。
- 在美洲，投资应用程序的使用热情最高：美国用户的时间花费增加 135%，加拿大和墨西哥用户的时间花费增加 115%。韩国是亚太市场中增长最快的地区，增长率为 120%。
- 信贷领域的变化趋势与之类似，印尼的个人对个人贷款应用程序不断增加，先买后付钱或“反向信贷”方式，吸引了众多 Z 世代以及美国和澳大利亚的千禧一代用户。

2020 年与 2019 年相比，在金融应用程序中花费的小时数 (10 亿)



消费者的金融思维方式不断发展变化，**如果无法及时把握市场动向，您可能会错过判断这一变化趋势的关键指标。**

亚太
欧洲、中东和非洲 (EMEA)
美洲地区



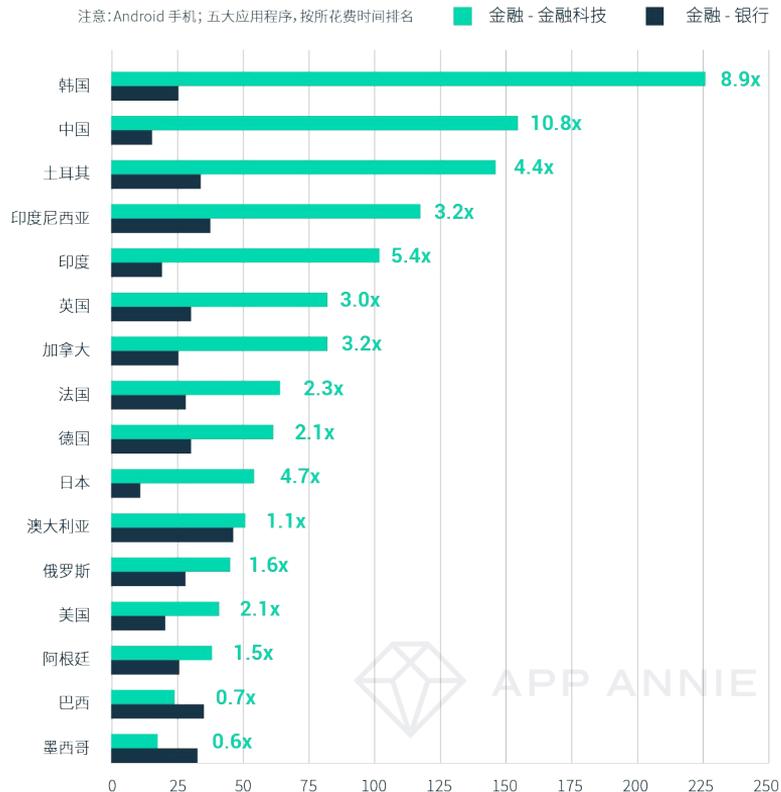
3

在会话数量方面，表现最佳的金融科技应用程序要比排名第一的银行应用程序多 10.8 倍。

- 澳大利亚的应用程序之间差距最接近，从每位用户的每月平均会话数量来看，金融科技应用程序中仅比银行应用程序高 10%，部分原因是因为澳大利亚的银行较早采用了个人对个人的转账功能。
- 韩国和中国位居榜首，平均每位用户在每个应用程序上进行的会话数量多达数百次。在韩国，这个数量等于每位用户平均每天查看 7 次以上的金融科技应用程序。

从细分市场和地理位置的角度来看，移动市场中的客户行为差异可能更为显著。深入研究金融科技和银行应用程序在移动领域取得成功的因素，在制定产品的发展路线、用户获取和重新参与策略时，使用这些数据为策略提供更大动力。

2020 年前五大应用程序中每位用户每月平均会话数量，
银行业与金融技术的比较



4

零售银行应用程序在北美和欧洲仍然很受欢迎，新兴的金融应用则在整个亚太地区拔得头筹。

2020 年金融应用程序细分比较 (按应用程序内花费时间的增长情况)



- 传统零售银行业
- 金融科技 (包括仅提供移动服务的银行)
- 其他

关注创新应用程序的发展情况，了解哪些应用程序在用户中越来越受欢迎，可能影响到您的市场。



5

通过表现得分来对这些新崛起的应用程序设定基准。

- 让我们更深入研究 2020 年的最佳创新应用程序, 日本的 [PayPay](#) 得分 100, 超过了美国和英国的顶级银行和金融技术应用程序。
- [Chase Mobile](#) 是唯一在所有指标上都超过 PayPay 的应用程序, 情感得分 97, PayPay 为 93。
- 使用表现得分来对竞争各方设定基准, 获取关于情感、获取、获利和参与度在内的综合指标。

如果仅下载量还不能说明问题, 我们还推出包括 9 种评价标准的综合指标, 让您可以比较移动应用的成功程度, 无需考虑应用程序的生命周期、业务模式或行业。由 [App Annie Pulse](#) 提供

2020 年最佳创新应用程序表现得分 - 按应用内所花费时间计算

	银行			金融科技		
	美国	英国	日本	美国	英国	日本
	Chase Mobile 	NatWest 	Rakuten Card 	Robinhood 	Trading 212 	PayPay 
表现得分	90	88	90	93	84	100
获取	93	92	97	100	96	100
参与度	95	96	94	91	84	100
情感	97	87	94	50	84	93

注释: 2021 年 2 月 14 日至 20 日; 热门应用, 按在 Android 手机上所花费的时间



APP ANNIE PULSE



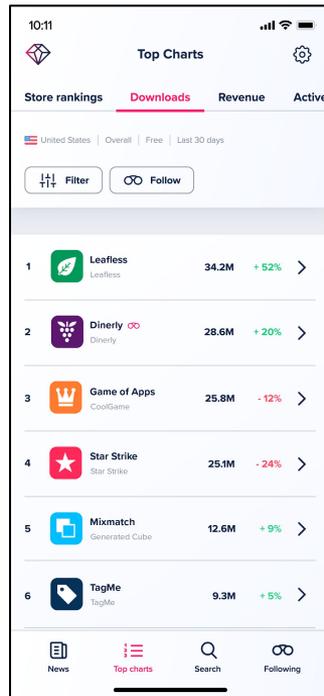
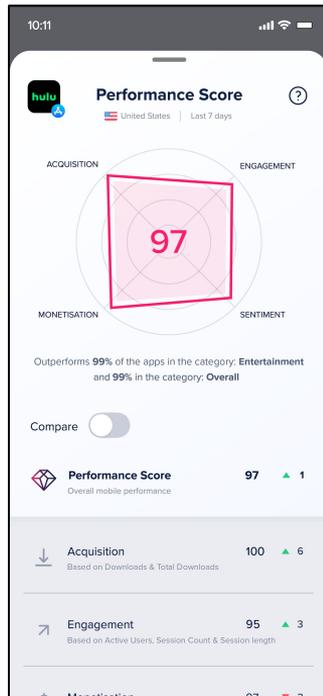
LIFTOFF



APP ANNIE

移动经济，尽在掌中

- 在飞速发展的全新移动环境中获取移动洞见，由 App Annie 提供技术支持。
- 用户可以关注应用程序或市场，在新闻推送中获取**个性化更新**。
- 探索同类型应用程序在下载、收入、使用情况和倾向性方面的亮点信息。
- 只需轻点即可获得海量知识，随时随地作出关于增长和产品的决策。
- 通过 App Annie 表现评分对竞争对手进行**基准衡量**，该评分是采用先进数据科学对多个移动指标进行分析的结果。





LIFTOFF



APP ANNIE

成本、转化率和 ROAS

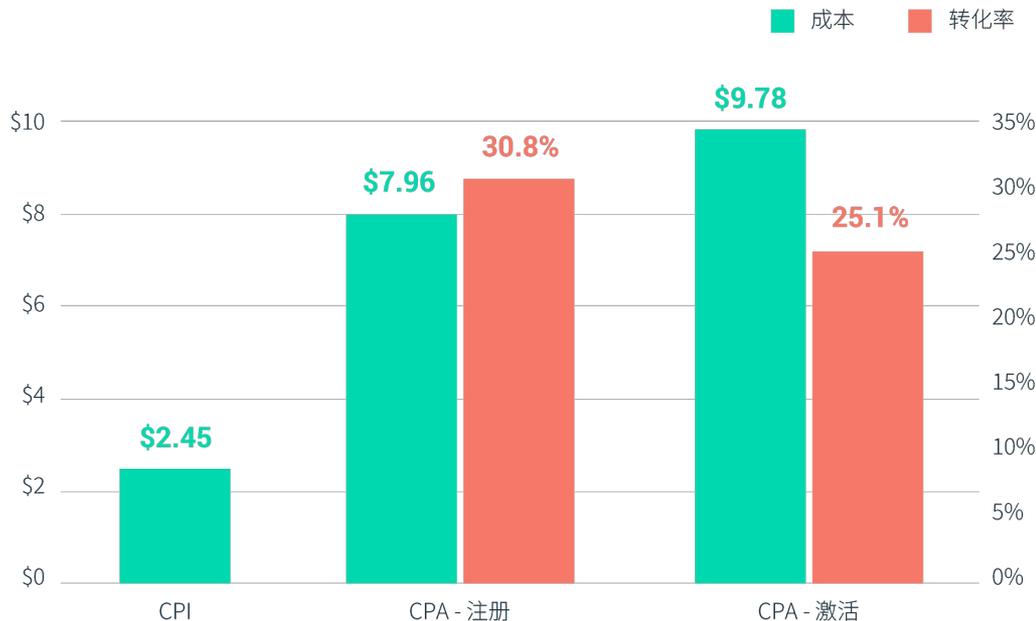
虽然说服新用户并不容易，但一旦他们实现转化，就会成为可靠的收入来源



CPI 上升，但激活率创下令人惊喜的高位。

- **安装:** 每次安装成本 (CPI) 为 \$2.45, 比去年增长 25.6%, 去年的安装成本一直徘徊在 \$1.95 左右。
- **注册:** 注册用户详细信息 (CPA 注册) 的成本为 \$7.96, 较 2019 年的数据 (\$4.22) 几乎翻了一番。在获取成本上升的同时, 转化率 (30.8%) 相比去年 (46.2%) 下降了三分之一。
- **激活:** 转化率 (25.1%) 比去年同期 (19%) 增长了惊人的三分之一。但 让用户进行交易或同步银行信息 (CPA 激活) 的获取成本却高达 \$9.78。尽管如此, 这个价格仍比去年 (\$10.25) 下降了 5%, 也是唯一同比下降的成本指标。

2020 年金融应用程序的整体成本和转化率

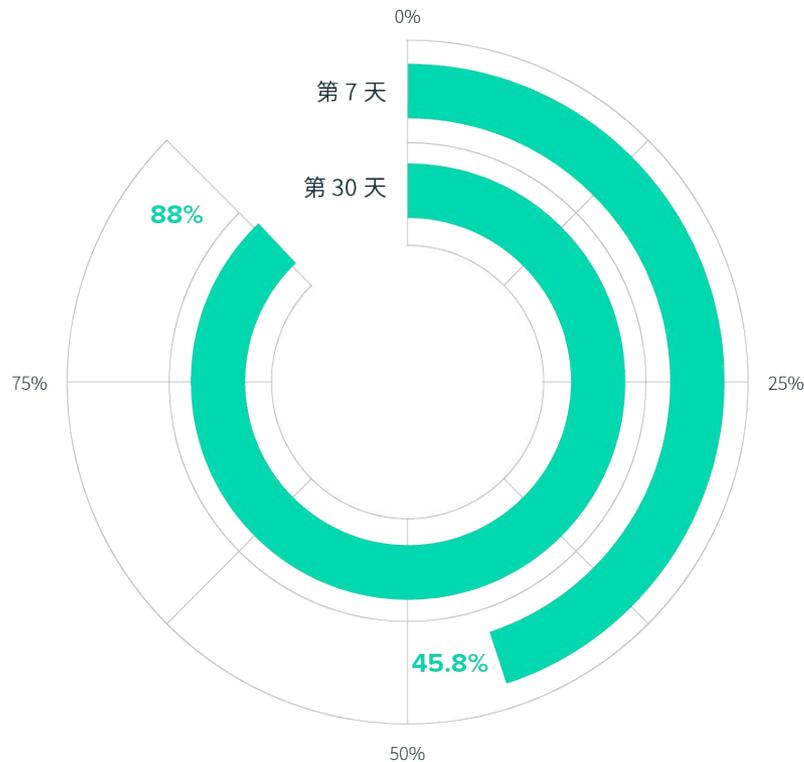


金融应用程序的用户可在客户生命周期的早期生成健康的 ROAS。

金融应用程序的用户在下载应用程序时会有明确的目的性。较高的 ROAS 就体现了这一趋势。

- 第 7 天的 ROAS 达到了利润丰厚的 45%。
- 这一数字在第 30 天几乎翻了一番，达到 88%。

2020 年金融应用程序整体 ROAS



在《2020 Liff Off 应用程序趋势报告》中，所有应用程序的第 7 天 ROAS 平均值为 18.8%。金融应用程序的表现远远优于基准。”

Matt Hawes
高级商业智能经理, liff off

“如果您的应用程序关联了其他供应商，请确保在您的商品详情中详细可见，不能只是显示标题或说明。”

Iain Russell - 表现营销主管

Moneyhub 的绩效营销主管 Iain Russell 向金融科技营销业者提出了一个问题：“您是否关联了其他供应商？”如果是，一定要以最佳方式传递这一信息。

Iain说：“在您应用程序商店的商品列表中，请确保关联合伙伙伴的信息详细可见，不能只是显示标题或说明。”在您的产品以及潜在用户可能已经拥有的产品之间，应该创建某种联系，这将极大提高转化率。



Moneyhub 为开放式银行业务和开放式金融解决方案提供 强大支持，帮助消费者、社区和企业始终保持健康金融状态。





月度金融趋势

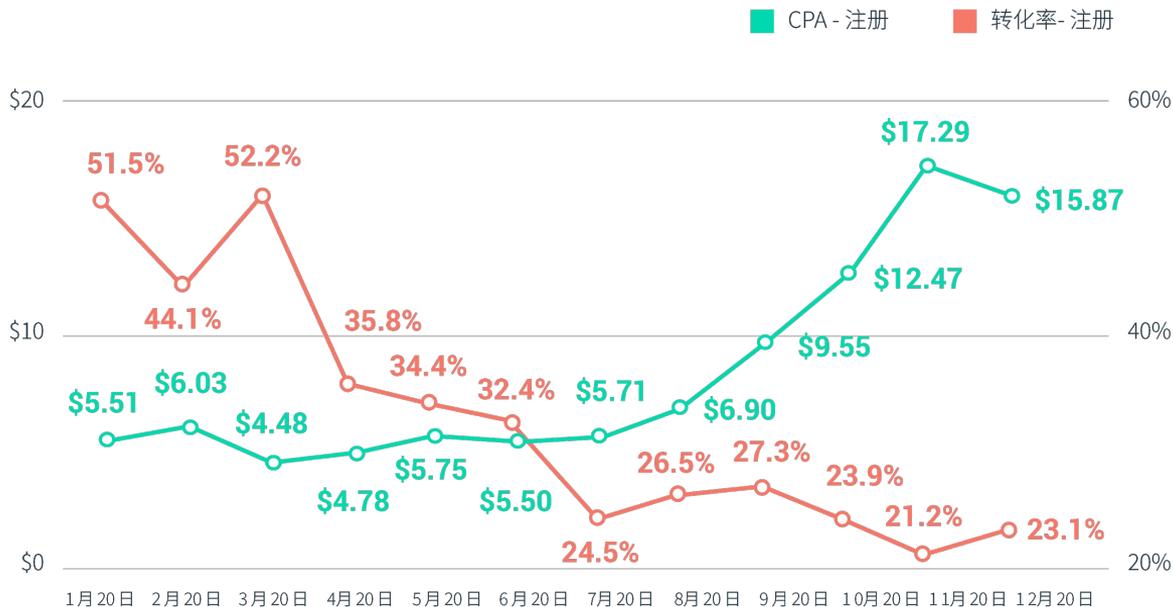
金融应用程序不分淡旺季。

那么，它们在上一年中的典型表现如何？



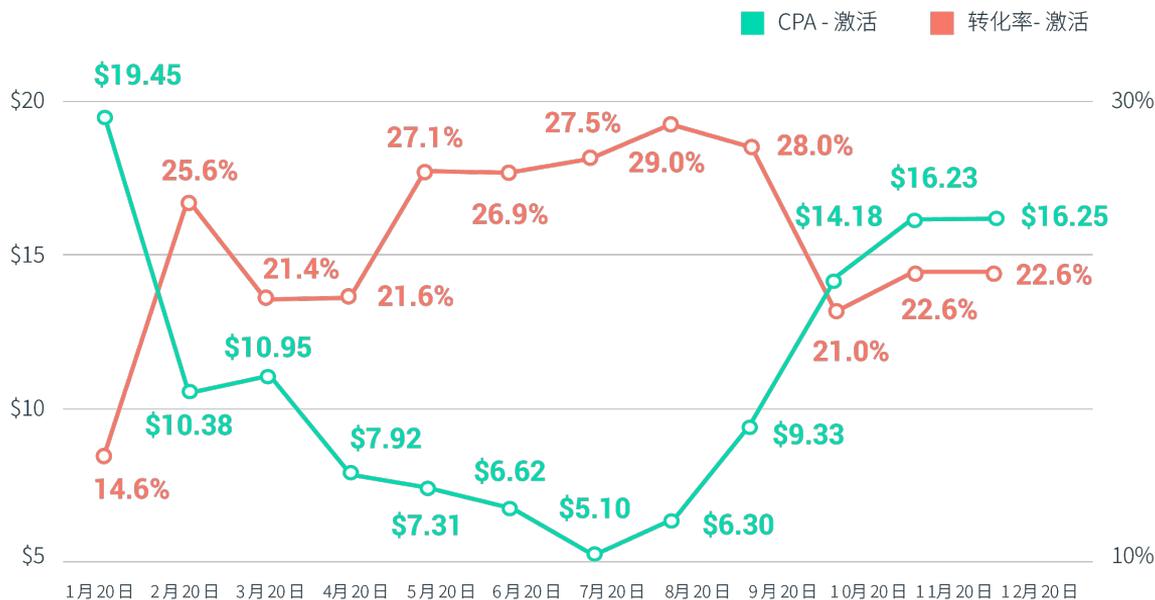
在疫情初始阶段，危机所产生的冲击提高了用户参与度，在3月达到顶峰，其中52%的用户注册了帐户。成本在2020年大部分时间中都始终处于平稳状态，但在今年的最后几个月急剧上升。

每月金融应用程序的注册费用和转换率



随着用户开始选择应用程序来理财，激活成本降到了新低点。11月，价格已回到了2019年左右的水平。转换率在3月份有所下降，但在5月至9月间的平均值达到了27.7%。

每月金融应用程序的激活费用和转换率





“这里没有什么秘密，你必须尽可能多地测试您的创意素材，才能获得最大的成功。”

Kate Varadinova - 移动媒体购买主管

IQ Option 的 Kate Varadinova 说，不同的展示位置、格式、本地化效果和独特的可视化效果，都会对您的广告效果产生重要影响。

Kate 很明确地说：“这里有一个黄金法则：你要显示所有的优势信息，同时不能误导客户。我相信这种方法可以建立信任。”确保用户对您的品牌充满信心，是金融应用程序营销的核心要素。



IQ OPTION 在进入市场时的目标是：为寻求更佳体验的交易者提供最佳投资解决方案。他们利用最现金的技术和创新思想打造了一个平台，为客户提供轻松流畅、富有趣味的交易体验。

平台表现

iOS 的成本飙升且参与率走低，是否为 Android 提供了机会？

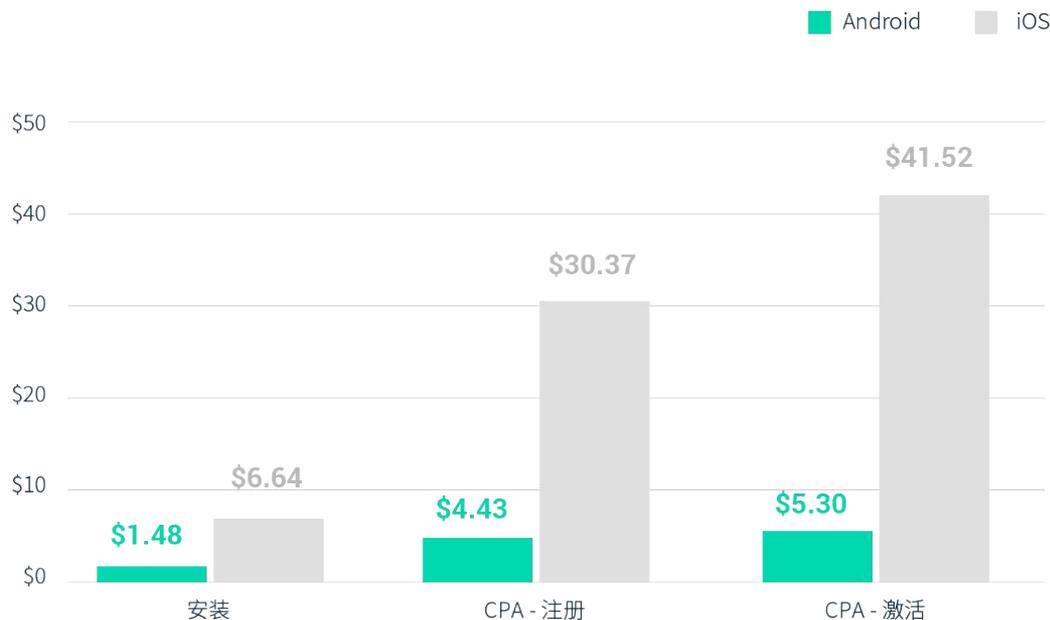


在整个漏斗中，iOS 的价格始终且显著高于 Android。

总体而言，Android 为营销业者提供了物有所值的服务。

- **安装**: Android 的价格为 \$1.48, 比 iOS (\$6.64)便宜 4.5 倍, 存在如此巨大的差异。
- **注册**: 在漏斗更深处, 平台之间的差距越来越大。iOS 的注册成本为 \$30.37, 比 Android(\$4.43)高 7 倍。
- **激活**: iOS 激活(\$41.52)的价格比 Android(\$5.30)高出 8 倍, 存在着更显著的差距。

2020 年各平台的金融应用程序成本

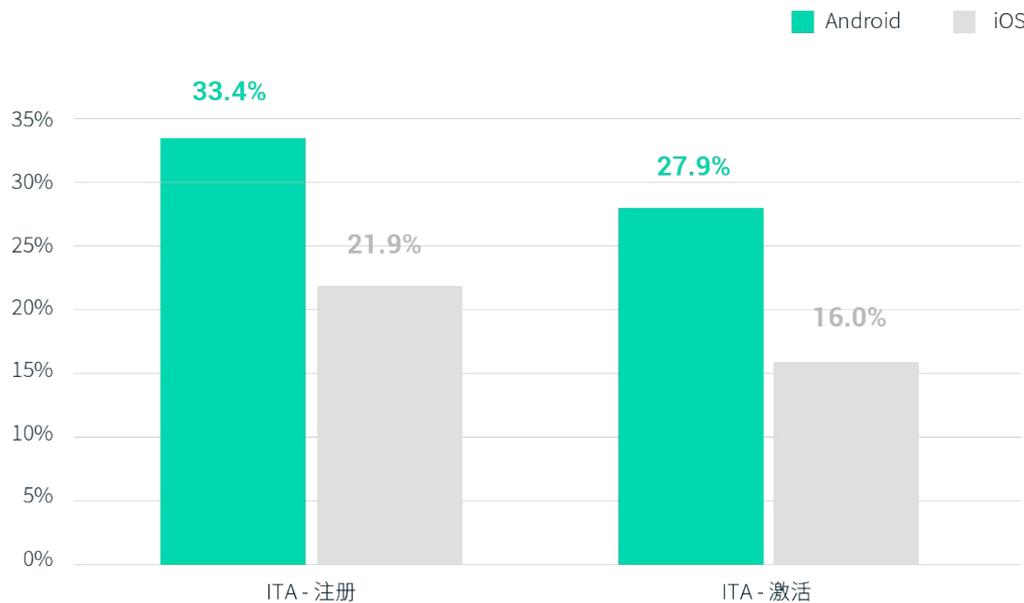


Android 的成本更低, 转化率更高, 几乎是 iOS 的 2 倍, 让更多的营销业者将重点转移到 Android 平台。

Android 用户在两个方面更有吸引力: 超低价格, 轻松转化。

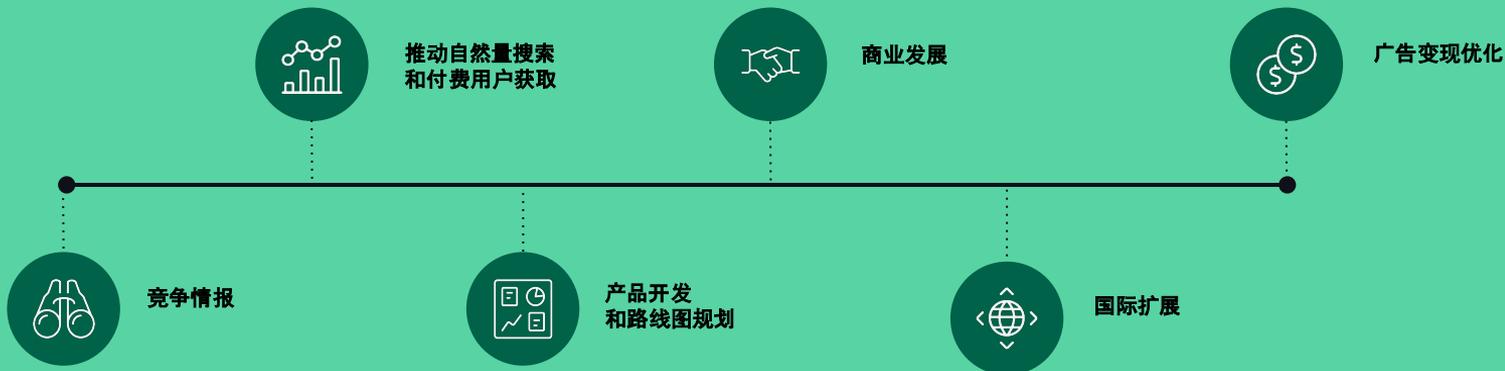
- **注册:** Android 的表现继续远胜 iOS。Android 的成本比 iOS 低 7 倍, 转换率超过 52%, 比 iOS(21.9%)高出 33.4%。
- **激活:** Android 用户更愿意采取行动。转化率为 27.9%, 比 iOS(16%)高 2 倍。

2020 年各平台金融应用程序的转化率





我们为成功助力 移动体验和实现经济效益



立刻申请演示版

appannie.com



免责声明

App Annie 是一家移动市场评估服务提供商。App Annie 未在全球任何司法辖区内进行投资咨询服务注册, 不提供任何法律、金融、投资或商业建议。本文件或任何 App Annie 产品、服务、通讯或其他产品中包含的任何内容, 均不应解释为买卖任何证券或投资、或做出任何投资决定的邀请、建议或游说。所提到的任何过去或潜在表现, 不是也不应被视为对任何具体结果的建议或保证。您始终应咨询您在法律、金融、投资和商业方面的专业顾问。此外, 在此处提供信息, App Annie 不做出任何声明或保证, 不承担任何法律或合同义务。向您提供此处的信息对 App Annie 不构成任何责任。



幻灯片 9 附录

2020 年创新金融应用程序(随投入时间的增长)

评级	阿根廷	巴西	加拿大	墨西哥	美国	澳大利亚	中国	印度	印度尼西亚	日本	韩国	法国	德国	俄罗斯	土耳其	英国
1	Mercado Pago	Caixa Tem	Yahoo Finance	Bancomer móvil	Robinhood	CommSec Mobile	支付宝	Kite Zerodha	MetaTrader 4	PayPav	Kiwoom Securities Hero S	La Banque Postale	Trade Republic	Sberbank Online	IsCep	Trading 212 Forex & Stocks Follow
2	Banco Nación	CAIXA	Wealthsimple Trade	HSBC México	Cash App	Plus500	东方财富网	Tez	BCA mobile	SPEED 株取引	Samsung Securities New MPOP	Crédit Mutuel	ING-DiBa Banking to go	Tinkoff Investing	VakifBank TradeOnline	NatWest
3	Brubank	CAIXA Emergency Aid	Scotiabank	Banamex Mobile	TD Ameritrade	Westpac Online Investing	Straight Flush	PhonePe	RTI Business	d Payment	Mobile Securities Tree NAMUH	Boursorama Banque	Sparkasse	Tinkoff	My Foreign Currency Exchange	Lloyds Bank Mobile
4	Banco Galicia	Nubank	TD (加拿大)	Supermóvil	Yahoo Finance	MetaTrader 4	Guotai Junan Junhong	Angel Broking	Mandiri online	SBI Securities App	Korea Investment Stock	Ma Banque	onvista - Musterdepot, Aktien, Finanzen, Derivate	VTB-Online	TradingView	HSBC UK Banking
5	Santander Río	Banco Inter	RBC Mobile	Banco Azteca	微生	Zip - Shop Now, Pay Later	中国个人所得税	Moneycontrol	Binomo:Easy stock trading app	Yahoo!金融	Mirae Asset Daewoo Integration m.Stock	MetaTrader 4	Postbank BestSign	Alfa Bank	ZBorsa (Ziraat Yatirim Borsa)	PayPal

注释: Android 手机; 总花费时间的总增长



Liftoff 是一个全方位移动应用程序营销平台, 可帮助企业获取并保留大量优质应用程序用户。我们使用客观的机器学习为您的应用程序寻找所有最佳用户, 通过创新技术提供最吸引人的广告体验, 采用独特的收入成本模型优化 LTV 目标。

自 2012 年以来, Liftoff 很荣幸地成为众多领先品牌广告商和应用程序发行商的长期合作伙伴。Liftoff 总部位于 Redwood City, 在纽约、柏林、伦敦、巴黎、新加坡、首尔和东京设有办事处, 业务足迹遍及全球。

www.liftoff.io

