

当前，银行业正处于一个“技术主导一切，并且无处不在”的世界当中，不被淘汰的唯一出路就是为数字化消费者打造全新的体验模式。

作为国内银行业第三梯队的领头羊，北京银行近几年来该行以信用卡业务为切入点践行“移动优先”战略，悄悄地进行了一场数字化转型的试验，且成效极为显著。

## 斥巨资推动“移动优先”战略进击数字化

数字化转型，几乎是所有商业银行共同面临的一道考题，北京银行也不例外。

2019年，北京银行科技投入达到18亿元，约占全年营业收入的3%，今年的科技投入计划更是将增至22亿元。不仅如此，去年该行在内部推出了名为零售数据“仪表盘”的管理提升项目，以动态化监测客户流量的经营。如此“巨投”以及专项项目足以表明北京银行对科技金融的重视。

然而，若想完成传统银行向数字化银行的转变，光有投入是不够的，还要找准发力点、明确目标。北京银行的数字化进击之道便是坚定不移地践行移动优先战略。

在“移动优先”战略指引下，“京彩生活”APP历经近百次敏捷迭代升级，综合服务能力与体验显着提升，移动用户规模突破600万，同比增长31.8%，近五年年均增幅超过50%；规模增长的同时客户活跃显着提升，APP日均启动次数提升62%，MAU同比大幅增长98%。在各类第三方进行的银行APP测评排行中，该行排名与得分较2018年实现了显着提升，稳居城商行榜首。

北京银行手机APP这一系列亮眼成绩均与该行在手机银行持续加快的建设进程以

及运营模式分不开。

一方面，北京银行加快手机银行产品建设，对手机银行进行 10 余次迭代升级，推进新版移动端开发平台及手机银行5.0建设工作，新增 10 余项产品。在推陈出新的同时该行也深知“场景为王”的生存法则，推出多项出境金融服务和便民服务，新增多项基础银行服务，使得服务场景不断丰富、客户体验持续提升。

另一方面，北京银行致力于深化数字化运营模式，新建消息推送平台、完成营销平台 II 期升级。通过多渠道消息推送实现对客户精准唤醒与触达，挖掘蓝海客群效果显著。

### 押注信用卡开拓零售试验田

银行数字化转型是大势所趋，但归根究底都是为了让银行在金融科技的助力下为客户提供更优质的服务，最终落脚点还是业务。

作为城商行队伍的领跑者，北京银行深谙此道。在零售业务方面，近几年来该行以信用卡业务为切入点践行“移动优先”战略，悄悄地进行了一场数字化转型的试验，且成效极为显著。

在数字化渠道运营方面，2019年该行已实现信用卡网申的行内渠道全覆盖，并拓展十余个外部渠道，“线上+线下”一体化的拓客模式逐渐清晰。

在数字化客户经营方面，2019年该行信用卡APP加速迭代升级，实现与手机银行APP的互联互通，同时大数据决策与人工智能技术为交叉营销带来更多潜力和可能

。

2020年，北京银行将强化零售业务的“创新突破”，坚持“移动优先”战略，提高信用卡业务整体盈利能力，持续推进智慧网点建设。