

12月3日晚8时，“12.3财富之夜暨招商银行App10.0发布超级直播盛典”如约而至。这是招商银行提出打造“大财富管理价值循环链”后的首场大型线上直播活动，也是招行首位全球品牌代言人苏炳添官宣后的首次正式亮相。

直播当晚人气火爆。据统计，招商银行App直播平台观看量超过230万，点赞数超1715万，“破10”成为嘉宾们提及最多的热词。

“破10”不管对于招行，还是苏炳添都有着特殊含义。对于苏炳添而言，今年其在东京奥运会再次跑进10秒，以9秒83的成绩成为“中国骄傲”，这也是他运动生涯第10次“破10”。

而对于在“大财富管理”之路加速奔跑的招行而言，“破10”也同样意味深长。今年7月，招行零售AUM时点规模首破10万亿大关，承载着招行大财富管理数字化、平台化、生态化重托的招商银行App历经十年发展迭代，也已走到了10.0这一重要时间节点。

就如直播当晚所提到，招商银行App回归“为客户创造价值”的初心，聚焦“智能财富生态圈”，在大财富管理浪潮之下，以财富硬“10”力，再次定义了潮水的方向。

## 开放的大财富管理平台

从客户视角来看，对于理财的诉求其实很简单，无外乎“赚钱、简单、安心和方便”。然而，这看似简单的需求却与资本市场的多变性，以及金融产品的复杂性、波动性存在天然矛盾，这恰是大财富管理所面临的痛点。

今年以来，“朝朝宝”的火爆出圈让招行大受启发。于是，化繁为简，推出简单易懂的理财服务，成为招行破局的第一招。

据悉，10.0版本推出了包括月月宝、季季宝、半年宝在内的“多宝家族”理财服务，让客户一听名字就知道投资期限，明白该如何安排资金。“多宝家族”的底层聚合了多只银行理财产品，且招商银行App会根据客户买入当日理财产品的投资策略与收益情况进行自动组合与最优配置。

那么如何确保“最优配置”？“开放”是关键。

2020年开始，招行先后引入8家他行理财子公司，是目前引入他行理财子公司最多的平台，丰富的产品池为招行优中选优提供了更多可能。与此同时，这些优质的产品也让客户和招行之间形成了更为良性的互动。当前，招行代销的他行理财产品规

模已突破6000亿元。

越开放，越有活力。产品层面如此，经营层面亦然。

今年5月，招行重磅升级了“招财号”财富开放平台，邀请全市场优质资管机构入驻招商银行App，直接触达并服务客户。

截至9月末，已有74家头部机构进驻“招财号”，粉丝总量超过1100万。通过“招财号”，招行已向合作机构开放80多个能力接口，支持机构发布内容与活动5000余个，三季度累计为近400百万客户提供服务超1亿次，“招财号”陪伴内容的点击率达到10%。数据还显示，“招财号”的粉丝中金卡及以上客户的占比接近40%，持仓客户占比接近90%，且陪伴客户的资金稳定性更好。

“数据开放是‘招财号’的基础能力之一。我们会与合作机构共享数据信息，从而不断地优化服务体验，但有一个大前提，就是一定要在信息安全的框架之下进行，并且要对数据进行严格的脱敏处理”，前述负责人表示。也就是说，招行共享给合作机构的数据绝非客户的个人信息，而是相关客户群体的整体画像。

这种对客户个人信息安全极为严格的保护，让招商银行App顺利通过了由国家市场监管总局、中央网信办组织的“移动互联网程序（App）安全认证”（CCRC），成为银行业首个通过这一国家级认证的App。

在“招财号”的加持下，招商银行App的基金陪伴内容更加丰富，10.0版本也顺势对App“基金频道”进行了重塑。新增“市场”模块，以更加丰富的数据帮助客户看板块、看利好、看业绩；推进服务产品化，集中搭建“五星之选”“指数通”“首发专区”等模块，让客户能在App上直接使用更多维的服务；在基金详情页，客户既能看到“招行解读”，又能看到“招财号”中的机构解读，不仅有图文内容，也可以边看直播或视频，边浏览产品信息，进一步降低了客户自主投资的门槛；还陆续开放“基金讨论区”，以更多元的交互平台与内容，陪伴客户财富成长。

此外，10.0版本还推出适配Mac的新版本，实现了对苹果iOS生态的全打通。

### 持续进化的智能服务平台

截至三季度末，招行零售客户总量达1.69亿户（含借记卡和信用卡客户），如何通过“人+数字化”的方式，让财富管理“飞入寻常百姓家”，是10.0版本需要破解的第二个难题。

这一次，招行交出的作业是“AI小招”，一个经过“人脑”与“科技脑”交叉淬炼

的智能理财助理。

简单来讲，AI小招是招行基于语音和意图识别、金融知识图谱、智能交互、深度学习等技术，打造的拥有流动性预测、风险偏好分析、投资决策、智能推荐等多个引擎的智能财富顾问。

不同于以往的App浏览模式，AI小招具备较强的多轮会话交互能力。举个例子，如果客户想查看本周收益，AI小招首先会向他展示收益金额，并自动带出客户所持有的对本周收益影响最大的几只产品。以权益类基金为例，客户点击具体基金，将穿透式展示对该基金影响最大的几只股票的涨跌情况。不仅如此，AI小招还可以提示客户查看近期市场行情、热门板块与相关机构观点，以丰富的内容让客户进一步加深对市场与持仓产品的了解。基于丰富的数据，AI小招甚至还能向客户推荐更合适的产品，并给出调仓建议。

根据客户在App端内的浏览与行为数据排行榜，AI小招预设了现金流管理、招财分、四笔钱理财等十大主题会话，并通过知识沉淀与机器训练，培养出一定的开放式会话能力，使其懂客户、懂产品，且有能力将客户与产品匹配起来。

而反过来，由于具有较为强大的知识图谱，相比于客户经理，AI小招对于产品各维度数据的掌握与理解更加全面，且通过每天海量交互中产生的大量客户反馈数据，AI小招可以更敏捷地完善算法、优化话术，并反哺客户经理。

人脑与科技脑由此产生了紧密的连接，而这种双向的互动与互补，终将成为驱动招行财富管理不断向前的动力。

此外，和一般互金平台不同，当AI小招无法满足客户的复杂需求时，其具备快速转人工服务的能力。10.0版本已整合招行内部相关渠道，能将AI小招与客户交互的记录迅速、完整地推给客户经理，实现理财服务流程的无缝衔接。“当然，AI小招现阶段还处于起步初期，未来还将持续探索与优化”，前述负责人表示。

### 全客群一站式的财富生活平台

按照客户资产将其划分为不同等级的客群，是银行业通行的做法，但这种纯粹经营视角下的分层方式容易忽视客户的动态成长，以及在人生不同阶段的差异化服务诉求。

因此，在探索大财富管理的过程中，招商银行App10.0有意识地从单一资产分层向客群分类扩展，构建起面向大学生客群、年长客群和高净值客群在内的全客群分类服务体系。

针对年长客户，10.0版本进行了有针对性的适老化改造，暖心上线“长辈版”。该版本对App五大频道页和转账、收支、账户总览、缴费等年长客户常用的界面进行了改造，页面字号更大，让年长客户看得更清楚，使用更容易。同时，优化“丰润人生”专区，在功能之外给年长客户更多有针对性的投资产品与内容资讯。

尤为值得一提的是，针对高净值客户的个性化需求，招商银行App还全新升级了“尊享版”：一是聚焦全产品策略，升级“私行私募专区”，从产品信息披露与解读、双录、陪伴、智能购买、全球连线等多维度迭代优化。据了解，今年招商银行App私募理财线上交易笔数和金额占比分别达到81%和83%，较上年分别提升11、6.8个百分点。

二是打通零售与公司金融服务场景。高净值客户中企业主占很大比例，“尊享版”和招行企业App实现了互通跳转，客户以“尊享版”为入口，可快速办理企业开户、小微经营贷、小微服务方案、企业理财等业务。

三是突出展示慈善服务入口。今年以来，私行客户慈善相关需求显著增加，“尊享版”将为客户提供便捷入口，助其快速接入招行私人银行慈善服务。

此外，10.0版本还上线了“融资体检”模块，综合评估客户负债结构、资金储备、借贷成本，帮助客户更全面、理性地分析负债状况，并在合理融资的范围内，为客户推荐适合的产品与贷款管理建议。

“一手理财，一手借贷”，至此，招商银行App一站式投融资平台的雏形已初步显现。

“数字化、平台化、生态化”，历经10个大版本，招商银行App的进化方向确定且清晰。一次次的迭代中，“大客群、大平台、大生态”的大财富管理轮廓日渐明朗。

“从客户视角来看，财富与生活浑然一体，我们想要做的就是保持进化，使招商银行App这个金融基础设施不断升级，不断契合他们的需求，就像阳光、空气和水，成为他们生活的一部分”，前述负责人表示。

承载着亿万客户对美好生活的向往，肩负着3.0转型的使命，招商银行App纵身一跃，像一只灵巧的达尔文雀，飞入下一个十年。