

微信小程序市场研究报告

大水负舟·微信小程序市场分析

2019年上半年



目录 Contents



| | | |
|----------------|-------|----|
| 前言 核心摘要 | | 03 |
| 01 微信小程序·鲲起篇 | | 05 |
| 02 微信小程序·风息篇 | | 12 |
| 03 微信小程序·适者篇 | | 29 |
| 04 微信小程序·星榜篇 | | 39 |

APP人口红利尾声，用户增长迈入瓶颈期。潮退之时，互联网巨头最先做出应对，以自身已经拥有的超级APP为基搭建小程序或轻应用的分发平台。截至2019年6月，微信月活跃设备数高达11.2亿，因“水之积也厚”以大水为托，微信小程序受到众多开发者和用户的热情拥抱。

转战小程序的行业虽多，但是收到的效果各不相同。例如旅游出行行业借助小程序迎来第二春，而如传统视频或者较复杂的手游等因使用频率、用户体验和技术限制等因素，并不适合搭上小程序的热潮。因此，一项应用或者服务更适合小程序端还是APP端有了初步的判断标准。

小程序以小博大，能够触达用户更加全面的生活版图，通过线上和线下的整合、打通行业下沉渠道，小程序将会与超级APP互相产生作用，互利共生，共同进步。

因此，本研究首先对小程序进行了概念解析和功能分析，然后对目前的行业发展趋势进行总结，最后对表现突出小程序进行画像分析。旨在得出微信小程序发展的一些规律和特点，帮助行业发展进步。



核心摘要

01

在人口红利瓶颈期，转向小程序战场是各超级互联网公司的重要战略。小程序依托于超级APP的巨大流量池，其功能会因自身流量和场景的差异而有所不同。而微信小程序坐拥中国最大的社交流量池，以较为克制的方式进行用户引流，为生活、娱乐、社交等场景赋能。

02

微信小程序在渗透率和粘性方面都表现极佳。根据艾瑞i-Click2018年8月抽样调研数据显示，1416名被试者中使用过微信小程序的比例高达90.4%，其中近半数（48.7%）使用微信小程序的被试每天使用微信小程序的次数为5次以上。

03

微信小程序的头部集中趋势明显，截至2019年6月，在月活TOP100微信小程序中，电子商务、美食外卖、旅游出行、便携生活和游戏服务类这五类共占据了71席，其中电子商务类分布占比最大为20%。另外截至2019年Q2末，500万以上量级的小程序个数较Q2初明显增多，微信小程序的社交裂变和集聚效应突出。

04

根据艾瑞i-Click2018年8月抽样调研显示，美食外卖、电子商务、综合资讯以及旅游出行中被更多的人认为其实用性大于APP。电子商务小程序中网络购物稳居主流，美食外卖小程序中美团点评占据半壁江山，快餐、奶茶类借势小程序增强商机。综合资讯类微博小程序一骑绝尘，头部效应突出。旅游出行类小程序月活跃设备TOP5地位稳固，OTA小程序月活超APP端。

05

2019年Q2表现突出的小程序之间存在一些共性，例如：男性比例高，40+用户超APP端、天秤座占比高，在三线以下城市的下沉效果突出。用户画像的共性一方面可能受微信整体用户指标的影响，例如微信男性用户多于女性。另一方面是小程序本身的产品属性影响的，例如微博的下沉用户比例低于同程艺龙和小影+。

鯨起篇

- ✓ 微信小程序产生背景
- ✓ 各小程序平台盘点
- ✓ 微信小程序生态分析
- ✓ 微信小程序导流方式分析
- ✓ 微信小程序赋能场景分析
- ✓ 微信小程序用户小调查

创新：小程序产生背景

风起于流量之末，浪成于长尾之间

APP流量红利时代进入尾声，存量用户的争夺激烈，建立生态依旧是互联网大玩家们的奋斗目标，而微信拥有的巨大流量是串联生态的重要势能。而且H5和云存储技术的成熟优化了用户使用体验。另外，移动互联网对于用户长尾需求的渗透和探索依然充满想象力。在这样的背景之下，轻应用、小程序的理念被提出并实现。

小程序的诞生背景

超级APP格局形成



从内部看，微信已成为社交标配，依附于微信超过11亿的月活资源，具有先天优势。外部看，互联网生态建设竞争激烈，坐拥至少一个APP的互联网大玩家纷纷进行生态布局，建立在微信社交根基上微信生态需要进一步完善

HTML5技术标准落实以及云存储技术的成熟大大优化了H5页面的使用体验，许多简化的用户需求能够以小程序的形式被满足；小程序集聚了原生APP的良好性能和低成本优势。另外，5G网络时代即将来临，移动传输速度将大大提升，“云上生活”可能成为未来主旋律，而小程序的普及可以培养用户不安装，直接使用的习惯

技术的升级与普及



用户多元需求永无止境



单一的APP难以满足用户多样的需求，过多的APP的形成手机的累赘。用户探索应用欲望的下降，使得市场亟需低成本、高效率的应用载体。目前的APP市场由于成本因素，使得用户的长尾需求较少被关注，而小程序能够挖掘并满足这部分需求，形成新增长点

格局：各大小程序平台一览

强强争霸，各有所长

超级APP们根据各自的流量特点和内容优势布局小程序。微信侧重于社交关系的串联和去中心化；支付宝侧重TO B业务；百度打造月活超30亿的开源联盟，并以AI技术智能分发；今日头条和抖音加强内容与电商链接的变现能力；360立足PC端，为大屏、高沉浸场景建立平台。快应用为轻量服务更快触达用户。

轻应用平台对比示意图

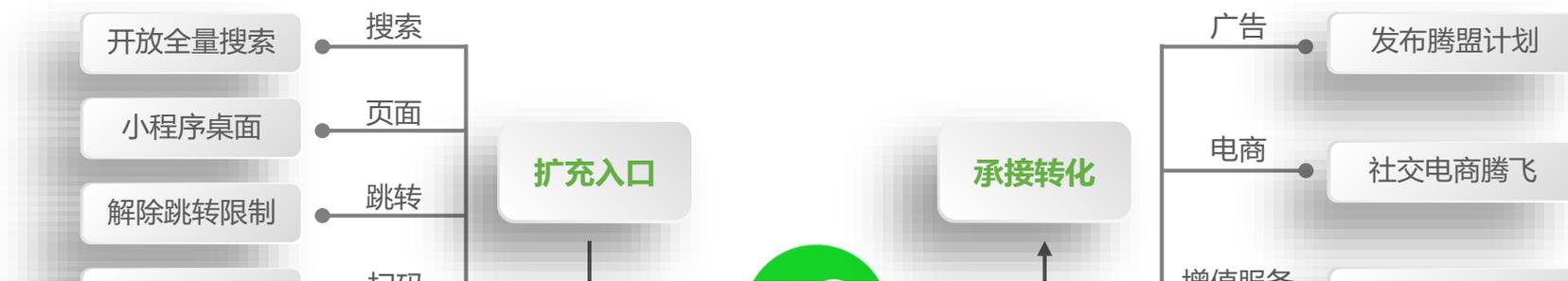


生态：微信小程序生态图谱

优化功能链路，搭建生态闭环

凭借2019年以来逐渐完善的各个功能板块，微信小程序已经初步搭建形成一个闭环的生态结构，持续释放对开发者引力的同时不断优化用户的使用体验，实现良性发展。就各功能板块具体来看：在流量入口上，微信开放全量搜索，提升小程序直达搜索能力；打造小程序桌面，培养用户下拉操作习惯；解除跳转限制，优化公众号和不同小程序间的导流；推出一物一码，强化线下商品的小程序直连。在留存提升上，微信将推出“一次性订阅消息”，助力商家精准唤醒用户；将小程序接入浮窗，打造常驻页面的“第二入口”。在内容优化上，微信将持续优化小程序评分与用户满意度调查，激励优质内容。在转化承接上，广告、电商与增值服务的三驾马车已基本成型，助力开发者依托小程序的轻量化优势高效运营私域流量，挖掘用户价值。

微信小程序闭环生态图谱



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21066

