



2022 年微信公开课：生态布局 细致“入微” 持续赋能商业 创造价值



事件：

1月6日，2022年微信公开课PRO以“入微”为主题开讲，并通过线上方式呈现。公开课上微信团队带来了视频号、微信支付、小程序、搜一搜、企业微信的生态产品的最新计划，分享了微信在2021年的社会与商业层面的实践与思考。

我们的观点：

1、微信视频号：定位“原子化的基础内容组件”流转于微信生态，内容消费深度和广度持续增长，未来不排除释放视频收费能力，将进一步扶持原创内容和完善创作者变现。2021年，视频号在内容生态方面有了进一步探索。用户上，消费深度与广度持续增长，创新了直播演唱会形式，大型事件直播线上观看量突破千万。功能定位上，视频号是最基础的原子化内容组件，能够自然流转于微信生态的各个部分。内容运营上，通过联合权威媒体机构与原创作者，重点扶持泛知识、泛生活、泛资讯方向内容。创作者激励上，给予创作者不局限于金钱的扶持与帮助，致力于建立完整的可触达粉丝体系。未来视频号将与微信生态各部分更加深入地结合，引入好的原创与权威内容，并进一步对创作者进行扶持激励。

2、微信支付：与服务商、银行和支付机构等合作伙伴共建庞大开放生态体系，未来三年将持续投入百亿补贴扶持小微商户进行数字化升级，50%微信支付用户已开通微信支付分，积极推进支付安全和公益慈善等行动。2021年，微信支付与合作伙伴建立了涵盖2.3万月活服务商，1800+银行、

支付机构，100 万+生态从业伙伴的庞大开放生态体系。此外，帮助商家实现了电子化优惠券系统，间接带动社会消费 5200 亿。扶持小微经济方面，为小商户提供收款码牌、收款音响、云端小账本 SaaS 等服务，未来三年将继续在小微商户扶持上补贴超 100 亿元。支付安全方面，微信支付联合公安部与央行发起了“11.07 全民反诈日”活动，年末与年初相比大额被骗资金实现下降 90%。超过 50%的用户开通微信支付分，通过“免押金”、“先用后付”功能有效解决商户与用户交易摩擦，未来将升级视频会员“不看不付”等全新功能。慈善方面，微信支付发起了“一块谢谢城市美容师”活动，后续也将继续推动。

3、小程序：日活用户超 4.5 亿人次，加速融入各行各业，90%有交易小程序增长来自中小商家；持续为开发者带来回报，小程序开发者分成接近百亿；支持品牌与终端门店直达，帮助品牌连接超过百万个终端小店。小程序目前接入领域包括疫情防控、工具协同、政务服务、餐饮、旅游、零售等，服务用户数达数亿人，行业交易同比增长 100%。2021 年小程序日活跃用户数 4.5 亿+，小程序日均使用次数 (yoy+32%)、整体活跃小程序数 (yoy+41%)、有交易的小程序数 (yoy+28%) 均有提高，其中，90% 增长来源于中小商家。

此外，小程序进一步将广告形式丰富化，持续为开发者带来稳定的收入回报，小程序开发者分成接近百亿，变现规模同比增长 90%+。

品牌商户方面，小程序构建线上、线下闭环服务，方便商家实现资源

整合、效率配置与销售渠道多元化。2022 年，小程序将提供更多连接硬件设备与用户体验保障的新能力，并在其他实体经济领域应用作出进一步探索。

4. 微信搜一搜：用户渗透率不断提高，月活跃人数达 7 亿 (YoY+20%)，搜一搜流量为小程序贡献了 68% 的日活用户，未来将持续挖掘微信生态内有特色的、优质的内容和服务，聚合品牌主在微信生态之内各种运营能力。微信搜一搜是微信生态的连接器，2021 年微信搜一搜用户渗透率与信任度不断提高，月活跃人数达 7 亿人次，长尾搜索词占比 20%+。内容服务方面，结合了大量特色内容与服务能力，持续致力于理解与挖掘富有特色的内容与优质的服务，2022 年将就服务可用性及评价功能上作出完善。商业化方面，搜一搜品牌官方区用优质的搜索结果呈现满足消费者的品牌搜索需求。此外，搜一搜将进一步降低搜索门槛，在聊天和图文阅读两个场景下探索了指尖搜、聊天_表情搜、聊天_图片搜、划词搜索的新操作，2022 年微信搜一搜主入口界面将有所改变。

5、企业微信：连接带来创新、信任与发展，1 小时产生 1.4 亿次服务，

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_35789

