

2020-2026年中国微信生态 行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国微信生态行业分析与投资战略报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/182284.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

微信生态正在崛起，远的不说，来看刚刚诞生一年多的小程序，背靠微信巨大的社交流量以及生态的完善，在小程序电商、新零售等领域都开始发挥越来越大的能量。

从微盟内部来看，也在微信生态中不断进化和创新，逐渐形成了由公众号、小程序、社交广告三驾马车的业务布局，微盟生态也愈来愈丰富。

截止2019年6月微信月活跃用户规模已经达到9.3亿（用户渗透率达到84%），微信公众号数量超2000万，月活跃账号达350万，月活跃粉丝约8亿；微信小程序发展迅速，已经有近100万个小程序。通过微信的基础通讯功能、公众号的媒体功能、小程序、朋友圈等一系列功能，微信已然成为超级APP，并建立起微信生态。2015年6月-2019年6月微信APP月活跃用户规模及渗透率

数据来源：公开资料整理

小程序从2017年1月9日上线不过1年零3个月的时间就收获了2.5亿日活用户，这也意味着，在微信10亿日活的生态之下，小程序还有巨大的增量市场可以开拓。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国微信生态行业分析与投资战略报告》共八章。首先介绍了中国微信生态行业市场发展环境、微信生态整体运行态势等，接着分析了中国微信生态行业市场运行的现状，然后介绍了微信生态市场竞争格局。随后，报告对微信生态做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国微信生态行业发展趋势与投资预测。您若想对微信生态产业有个系统的了解或者想投资中国微信生态行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 微信生态所属行业相关概述

第一节 微信生态行业定义及特点

第二节 微信生态行业相关分类

第三节 微信生态行业营销模式

第四节 微信生态行业运营模式

第二章 中国微信生态行业发展环境分析

第一节 微信生态行业经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、居民消费价格变化分析
- 六、对外贸易发展形势分析

第二节 微信生态行业政策环境分析

- 一、《网络安全法》
- 二、《快递市场管理办法》
- 三、《网络商品交易及服务监管条例》
- 四、《网络零售标准化建设工作指引》
- 五、《网络商品交易及有关服务行为管理暂行办法》

第三节 微信生态行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、科技环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、全国居民收入

第三章 中国移动电子商务发展现状分析

第一节 移动电子商务概述

- 一、移动电子商务的含义
- 二、移动电子商务的优点
- 三、移动电子商务的应用
- 四、移动电子商务主要技术
- 五、移动电子商务价值链构成

第二节 移动电子商务市场发展分析

- 一、中国移动电子商务市场行业特征
- 二、中国移动电子商务市场发展现状
- 三、中国移动网络购物市场交易规模

四、中国移动电子商务用户规模分析

五、移动电子商务市场发展重点因素

第三节移动电子商务市场前景及发展趋势

一、移动电子商务市场化前景广阔

二、移动电子商务的发展趋势分析

第四章中国微信生态所属行业应用情况分析

第一节智慧零售类小程序市场分析

一、智慧零售类小程序月均流量分析

二、智慧零售类小程序月平均订单量

三、智慧零售类小程序流量入口与功能使用率

四、智慧零售类小程序客单价分布

第二节餐饮类小程序市场分析

一、餐饮类小程序月均流量分析

二、餐饮类小程序月平均订单量

三、餐饮类小程序流量入口与功能使用率

第三节小程序第三方开发行业市场分析

一、第三方服务商：即速应用

二、即速应用小程序市场规模

三、即速应用小程序制作数量

第五章中国微信生态所属行业发展概述

第一节中国微信生态行业发展状况分析

一、中国微信生态发展历程

二、中国电商APP与电商小程序对比分析

三、中国微信生态行业发展概况

第二节中国微信生态行业发展现状

一、微信生态行业用户规模

二、微信生态行业发展现状

三、电商类小程序季度平均流量分析

四、电商类小程序季度平均订单量分析

五、电商类小程序流量入口与功能使用率

六、电商类小程序客单价分布

第三节中国微信生态行业面临的困境及对策

- 一、微信生态发展亟需完善
- 二、微信生态发展存在的问题
- 三、微信生态配套体系待发展
- 四、微信生态发展策略分析
- 五、微信生态营销策略分析
- 六、微信生态发展建议分析

第六章微信生态所属行业目标客户群分析

第一节小程序电商消费者行为分析

第二节使用小程序购物原因分析

第三节微信生态品类购买分析

第四节微信生态消费人群分析

- 一、年龄分布情况
- 二、性别分布情况
- 三、城市分布情况
- 四、收入分布情况
- 五、进入方式分析

第五节微信生态市场发展因素分析

2017年春节微信红包渗透率达到76.5%，远超其他平台类红包。微信红包的普及让更多三四五线用户的微信钱包中有了“余额”。微信红包的社交功能，让微信支付再度向更大范围的用户进行普及。2017年春节各平台红包渗透率

数据来源：公开资料整理

- 一、移动电子商务影响因素
- 二、电商快递物流影响因素
- 三、电商消费信任影响因素

第七章微信生态行所属业主要商业模式案例分析

第一节LOOK案例分析

- 一、发展背景
- 二、发展概况

第二节蘑菇街案例分析

- 一、平台简介
- 二、平台发展概况
- 三、消费场景及习惯
- 四、平台促销活动

第八章2020-2026年中国微信生态行业发展趋势与投资分析（）

第一节2020-2026年中国微信生态市场发展趋势

- 一、形成微信生态矩阵
- 二、更加有效的社交电商玩法
- 三、线上线下结合更加紧密
- 四、去中心化电商成风口
- 五、培养年轻用户群及城市下沉成趋势

第二节2020-2026年中国微信生态市场用户规模预测

- 一、微信生态用户规模预测
- 二、微信生态平台市场发展趋势分析

第三节2020-2026年中国微信生态行业投资风险分析

- 一、物流外包风险
- 二、市场竞争风险
- 三、市场供需风险
- 四、市场价格风险
- 五、信用风险分析

第四节2020-2026年中国微信生态行业投资潜力与建议

- 一、微信生态行业投资潜力分析
- 二、微信生态行业投资机会与建议（）

图表目录：

图表中国微信生态行业图示

图表2013-2019年中国移动购物市场交易规模增长趋势图

图表2013-2019年中国移动电商用户规模变化趋势图

图表2019年小程序电商用户平均使用电商类小程序的频率调查

图表2019年小程序电商用户使用小程序电商购物的原因

图表2019年小程序电商用户平均使用电商类小程序的频率调查

图表2019年小程序电商用户年龄分布

图表2019年中国各年龄段网民对微信生态的了解程度

图表2019年小程序电商用户性别分布

图表2019年小程序电商用户所属城市分布比例

图表2019年小程序电商用户月收入比例

图表2019年小程序电商用户进入小程序的入口/渠道分布

图表蘑菇街小程序

图表2019年蘑菇街小程序主入口等固定入口成交人数占比

图表2020-2026年中国微信生态用户规模预测趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182284.html>