

2020-2026年中国微信小程序 行业前景展望与市场年度调研报告

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年中国微信小程序行业前景展望与市场年度调研报告》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/202005/165015.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

微信公众号月活粉丝数在2019年达到了7.97亿，相较2016年同比增长了19%。但用户量的增长基本都是头部公众号带来的增长。根据统计，Top50公众号的阅读量占比达到了2.9%，而Top500的公众号阅读量占比为12.9%，另外广告的收入分布基本上也在向头部集中，根据抽样，报价在10万以上的公众号占据了超过40%的广告收入，报价1万的公众号广告成交比例达到了94%，中长尾的自媒体能拿到了广告收入偏少，生产内容的积极性受到较大的打击。微信公众号月活粉丝数2019年达到近8亿

2019年4月，非官方微信小游戏开始出现，小游戏的总数达到73款，其中46款为第三方开发者创作，其中18款为个人开发者开发，28款为第三方公司开发。小游戏对于微信生态的作用在于加强了用户之间的互动，增强了用户粘性。腾讯高级副总裁张小龙在演讲中透露，《跳一跳》次日留存为65%、3日留存为60%、7日留存为52%，上线不到20天，累计用户3.1亿，DAU达到1.7亿，都足以说明轻度社交小游戏能够提升整个生态的粘性。

在腾讯的推动下，小游戏的数量增长迅猛。2019年新上线的Top200小程序当中有超过35款小游戏，占比相较于2017Q2和2019年12月份有了大幅度提升。从品类而言，目前小程序、社交、电商为小程序中创业者开发最多的三类产品。Top50小程序当中小游戏占比约为38%

中企顾问网发布的《2020-2026年中国微信小程序行业前景展望与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国微信小程序行业市场发展环境、微信小程序整体运行态势等，接着分析了中国微信小程序行业市场运行的现状，然后介绍了微信小程序市场竞争格局。随后，报告对微信小程序做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国微信小程序行业发展趋势与投资预测。您若想对微信小程序产业有个系统的了解或者想投资中国微信小程序行业，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：

第一章微信小程序行业相关概述

1.1 微信小程序行业定义及特点

1.1.1 微信小程序行业的定义

1.1.2 微信小程序行业服务特点

1.2 微信小程序行业相关分类

1.3 微信小程序行业盈利模式分析

第二章 2014-2019年中国微信小程序行业发展环境分析

2.1 微信小程序行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

2.1.3 政策环境对行业的影响

2.2 微信小程序行业经济环境分析（E）

2.2.1 国际宏观经济分析

2.2.2 国内宏观经济分析

2.2.3 产业宏观经济分析

2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 微信小程序行业社会环境分析（S）

2.3.1 人口发展变化情况

2.3.2 城镇化水平

2.3.3 居民消费水平及观念分析

2.3.4 社会文化教育水平

2.3.5 社会环境对行业的影响

2.4 微信小程序行业技术环境分析（T）

2.4.1 微信小程序技术分析

2.4.2 微信小程序技术发展水平

2.4.3 行业主要技术发展趋势

2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球微信小程序行业发展概述

3.1 2014-2019年全球微信小程序行业发展情况概述

3.1.1 全球微信小程序行业发展现状

3.1.2 全球微信小程序行业发展特征

3.1.3 全球微信小程序行业市场规模

3.2 2014-2019年全球主要地区微信小程序行业发展状况

3.2.1 欧洲微信小程序行业发展情况概述

- 3.2.2 美国微信小程序行业发展情况概述
- 3.2.3 日韩微信小程序行业发展情况概述
- 3.3 2020-2026年全球微信小程序行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球微信小程序行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球微信小程序行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球微信小程序行业发展趋势分析
- 3.4 全球微信小程序行业重点企业发展动态分析

第四章中国微信小程序行业发展概述

- 4.1 中国微信小程序行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国微信小程序行发展概况
 - 4.1.2 中国微信小程序行发展特点

4.2 2014-2019年微信小程序行业发展现状

截止到2019年3月，微信小游戏玩家已经达到4.5亿，小程序用户则达到5.6亿的规模，小程序用户当中小游戏普及率已经超过80%，而媒体GameLook披露，4月底《海盗来了》的日流水已经突破了200万元，小游戏正成为微信体系内一个重要的变现出口

内容付费：主要包括小说漫画等订阅付费和知识付费。此前微信公众号已经把内容和知识付费的路径打通，而小程序关联微信订阅号之后可以方便的调用支付接口，构造微信体系内的知识付费闭环。目前公众号大V的变现模式除了广告之外，更具规模效应的无疑就是知识付费。咪蒙、新世相、吴晓波、逻辑思维等行业领域的KOL都开通了自己的知识付费渠道。

除了以上的三大场景之外，微信生态内部可以拓展的场景非常之丰富，小程序和公众号最初在功能上承担了轻度应用宣传、简单工具应用等作用，随着小程序能力的不断加强和开发者的不断创新，小程序能够承载的服务和内容正逐渐变得更加丰富。Top200小程序的数量分布上仍以工具、零售内容居多，两者合计占比超过51%，内容、泛娱乐、游戏等分别占9%、8%、2%的份额。微信小程序2019年12月Top200的行业分布

4.2.1 2014-2019年微信小程序行业市场规模

4.2.2 2014-2019年微信小程序行业发展现状

4.3 2020-2026年中国微信小程序行业面临的困境及对策

4.3.1 微信小程序行业发展面临的瓶颈及对策分析

- 1、微信小程序行业面临的瓶颈
- 2、微信小程序行业发展对策分析

4.3.2 微信小程序企业发展存在的问题及对策

- 1、微信小程序企业发展存在的不足
- 2、微信小程序企业发展策略

第五章中国微信小程序所属行业市场运行分析

5.1 市场发展现状分析

5.1.1 市场现状

5.1.2 市场容量

5.2 2014-2019年中国微信小程序所属行业总体规模分析

5.2.1 企业数量结构分析

5.2.2 人员规模状况分析

5.2.3 行业资产规模分析

5.2.4 行业市场规模分析

5.3 2014-2019年中国微信小程序所属行业市场供需分析

5.3.1 中国微信小程序行业供给分析

5.3.2 中国微信小程序行业需求分析

5.3.3 中国微信小程序行业供需平衡

5.4 2014-2019年中国微信小程序所属行业财务指标总体分析

5.4.1 行业盈利能力分析

5.4.2 行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章中国微信小程序行业细分市场分析

6.1 细分市场

6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.4 建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场建议

第七章微信小程序行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 微信小程序行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章微信小程序行业营销模式分析

8.1 营销策略组合理论分析

8.2 营销模式的基本类型分析

8.3 微信小程序行业营销现状分析

8.4 微信小程序行业电子商务的应用情况分析

8.5 微信小程序行业营销创新发展趋势分析

第九章微信小程序行业商业模式分析

9.1 商业模式的相关概述

9.1.1 参考模型

9.1.2 成功特征

9.1.3 历史发展

9.2 微信小程序行业主要商业模式案例分析

9.2.1 案例

1、定位

2、业务系统

3、关键资源能力

4、盈利模式

5、现金流结构

6、企业价值

9.3 微信小程序行业商业模式创新分析

9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2019年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 微信小程序行业商业模式创新选择

第十章中国微信小程序行业市场竞争格局分析

10.1 中国微信小程序行业竞争格局分析

10.1.1 微信小程序行业区域分布格局

10.1.2 微信小程序行业企业规模格局

10.1.3 微信小程序行业企业性质格局

10.2 中国微信小程序行业竞争五力分析

10.2.1 微信小程序行业上游议价能力

10.2.2 微信小程序行业下游议价能力

10.2.3 微信小程序行业新进入者威胁

10.2.4 微信小程序行业替代产品威胁

10.2.5 微信小程序行业现有企业竞争

10.3 中国微信小程序行业竞争SWOT分析

10.3.1 微信小程序行业优势分析（S）

10.3.2 微信小程序行业劣势分析（W）

10.3.3 微信小程序行业机会分析（O）

10.3.4 微信小程序行业威胁分析（T）

10.4 中国微信小程序行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国微信小程序行业重点企业竞争策略分析

第十一章中国微信小程序行业领先企业竞争力分析

11.1美团外卖

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2滴滴公交查询

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业发展战略分析

11.3京东购物

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业业务发展情况

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4车来了

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业业务发展情况

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5大众点评

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业业务发展情况

- 11.5.3 企业竞争优势分析
- 11.5.4 企业经营状况分析
- 11.5.5 企业最新发展动态
- 11.5.6 企业发展战略分析
- 11.6滴滴出行DiDi
- 11.6.1 企业发展基本情况
- 11.6.2 企业业务发展情况
- 11.6.3 企业竞争优势分析
- 11.6.4 企业经营状况分析
- 11.6.5 企业最新发展动态
- 11.6.6 企业发展战略分析

第十二章 2020-2026年中国微信小程序行业发展趋势与前景分析

- 12.1 2020-2026年中国微信小程序市场发展前景
 - 12.1.1 2020-2026年微信小程序市场发展潜力
 - 12.1.2 2020-2026年微信小程序市场发展前景展望
 - 12.1.3 2020-2026年微信小程序细分行业发展前景分析
- 12.2 2020-2026年中国微信小程序市场发展趋势预测
 - 12.2.1 2020-2026年微信小程序行业发展趋势
 - 12.2.2 2020-2026年微信小程序市场规模预测
 - 12.2.3 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2020-2026年中国微信小程序行业供需预测
 - 12.3.1 2020-2026年中国微信小程序行业供给预测
 - 12.3.2 2020-2026年中国微信小程序行业需求预测
 - 12.3.3 2020-2026年中国微信小程序供需平衡预测
- 12.4 影响企业经营的关键趋势
 - 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 12.4.3 服务业开放对微信小程序行业的影响
 - 12.4.4 互联网+背景下微信小程序行业的发展趋势

第十三章 2020-2026年中国微信小程序行业投资前景

- 13.1 微信小程序行业投资现状分析
- 13.2 微信小程序行业投资特性分析
 - 13.2.1 微信小程序行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 微信小程序行业盈利模式分析
 - 13.2.3 微信小程序行业盈利因素分析
- 13.3 微信小程序行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 细分市场投资机会
 - 13.3.3 重点区域投资机会
 - 13.3.4 产业发展的空白点分析
- 13.4 微信小程序行业投资风险分析
 - 13.4.1 微信小程序行业政策风险
 - 13.4.2 宏观经济风险
 - 13.4.3 市场竞争风险
 - 13.4.4 关联产业风险
 - 13.4.5 技术研发风险
 - 13.4.6 其他投资风险
- 13.5 “互联网+”与“双创”战略下企业的投资机遇
 - 13.5.1 “互联网+”与“双创”的概述
 - 13.5.2 企业投资挑战和机遇
 - 13.5.3 企业投资问题和投资策略
 - 1、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析
 - 2、 “互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究
- 13.6 微信小程序行业投资潜力与建议
 - 13.6.1 微信小程序行业投资潜力分析
 - 13.6.2 微信小程序行业最新投资动态
 - 13.6.3 微信小程序行业投资机会与建议

第十四章 2020-2026年中国微信小程序企业投资战略分析

- 14.1 企业投资战略制定基本思路
 - 14.1.1 企业投资战略的特点
 - 14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 微信小程序企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：微信小程序行业特点

图表：微信小程序行业生命周期

图表：微信小程序行业产业链分析

图表：2014-2019年微信小程序行业市场规模分析

图表：2020-2026年微信小程序行业市场规模预测

图表：中国微信小程序行业盈利能力分析

图表：中国微信小程序行业运营能力分析

图表：中国微信小程序行业偿债能力分析

图表：中国微信小程序行业发展能力分析

图表：中国微信小程序行业经营效益分析

图表：2014-2019年微信小程序重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国微信小程序行业销售情况分析

图表：2014-2019年中国微信小程序行业利润情况分析

图表：2014-2019年中国微信小程序行业资产情况分析

图表：2014-2019年中国微信小程序行业竞争力分析

图表：2020-2026年中国微信小程序行业消费量预测

图表：2020-2026年中国微信小程序行业市场前景预测

图表：2020-2026年中国微信小程序发展前景预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165015.html>