

小程序2020 年中研究分析报告

目录

01 小程序行业现状及热点

02 小程序行业案例及最新玩法

03 小程序C端用户行为分析

04 2020小程序发展预测

05 总结

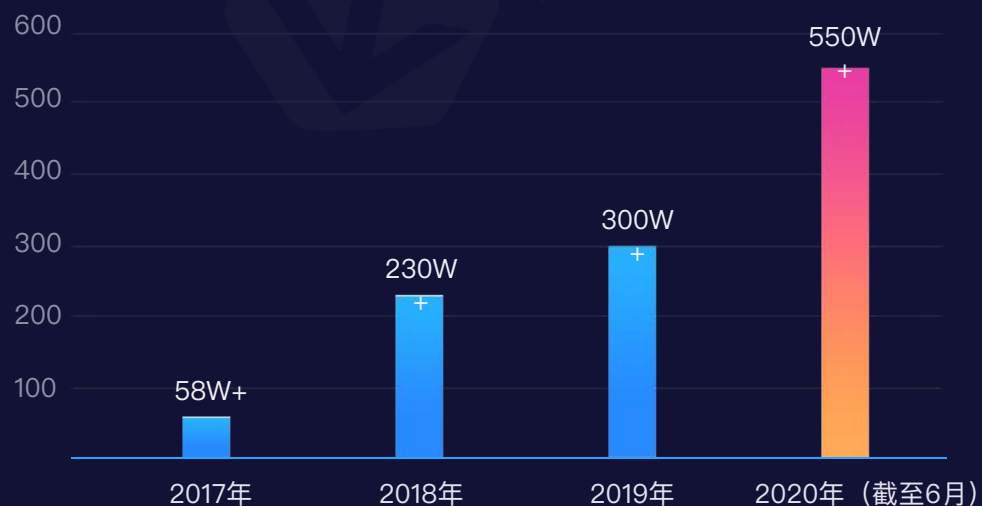
01

小程序行业现状及热点

1.1 各行业纷纷转战线上，小程序全面爆发

庚子之疫，各行各业正在演绎着翻天巨变。小程序，作为线上线下服务的重要连接器，愈发深刻地嵌入到政务医疗、生鲜零售、在线教育等行业。小程序生态迎来新一轮繁荣。

全网小程序数量



小程序日活跃用户数



1.1 9大巨头加入赛道，小程序正在改变商业和流量格局

2017年，仅微信1家推出小程序，到2019年小程序平台扩充至10家，行业竞争进入白热化。

2020年，随着京东的加入，小程序平台发展为11家。至此，互联网几大巨头在小程序的布局全部到齐。



1.1.1 微信小程序再加速，商业价值逐步全面释放

赋能企业数字化转型

- 小程序直播能力公测
- 搜一搜直达小程序
- 直播上线7×24小时全时段快审通道
- 微信小商店内测
- 品牌小程序认证公测

营销形态多样化

- 企业微信与微信互通升级
- 视频号扩大内测
- 服务号对话能力公测
- 小程序广告形式多样化

用户体验升级

- 订阅消息取代模板消息
- 微信pc版新增小程序面板
- 微信pc端支持小程序付款
- 订单管理功能
- 拼单后支持发起群收款
- 群待办、群工具

公域流量探索

- 新增官方收录入口“购物直播”
- 支持分享至朋友圈



1.1.1 日活超4亿创新高，微信小程序持续领跑

12亿+

微信&WeChat月活跃

4亿+

小程序DAU

300万+

小程序数量

1亿+

小游戏DAU

160%

小程序2019年交易额超
8000亿，同比增长160%

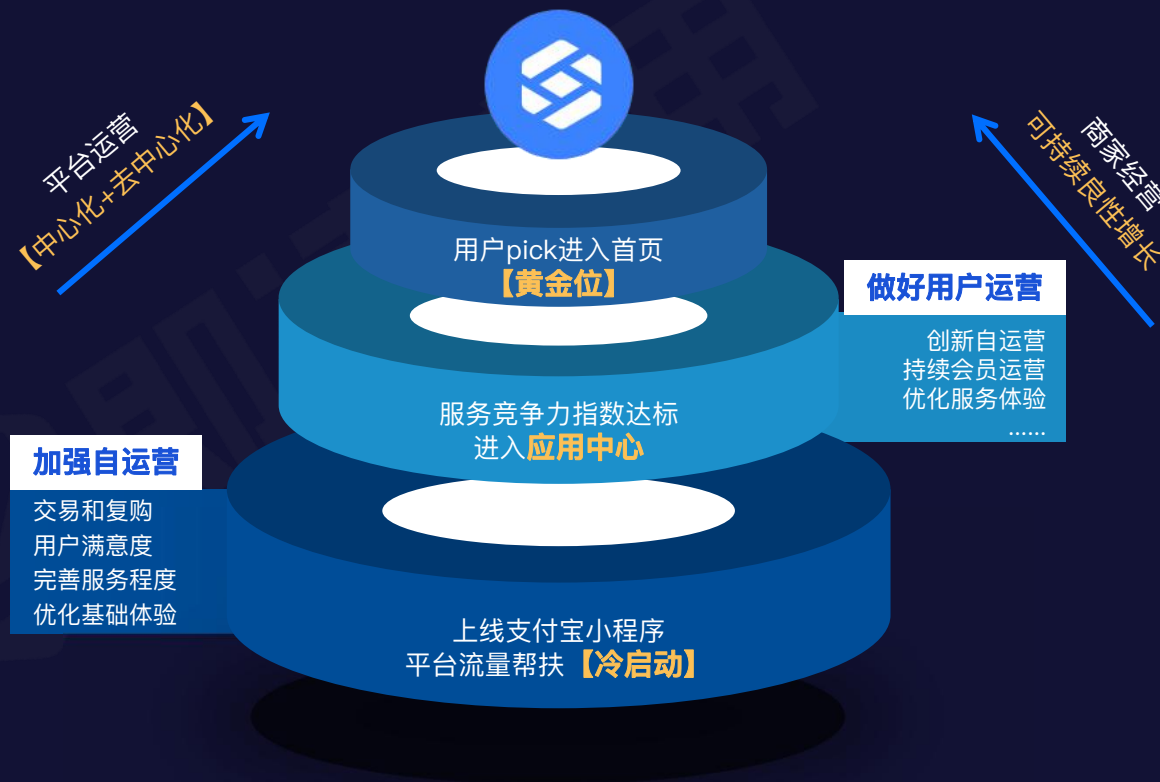
2020年微信小程序入口分布



1.1.2 支付宝小程序聚焦数字化生活服务业，共享阿里经济体

支付宝数字生活开放平台

- ◆ 支付宝小程序聚焦数字化生活服务业，在租赁、政务、金融等领域迅速发展，成为连接线上线下数字生活服务最重要的载体。
- ◆ 随着支付宝数字生活战略的实施，小程序将围绕打造生态新基建工具核心目标，标准化服务体验，低门槛接入等重要策略，结合中心化+去中心化相结合的生态模式，持续助力商家数字化经营，全面连接阿里经济体。



1.1.2 MAU攀升至6亿，支付宝小程序助力商家V字反弹

7亿+



支付宝日活用户

6亿+



小程序MAU

200万+



支付宝小程序数量

300%



“扶优计划”首批参与商家
GMV平均增长超300%

2020年支付宝小程序入口分布

主入口

- 支付宝“朋友”“栏顶部”“小程序”入口
- 添加到安卓、苹果系统桌面
- 支付宝“小程序”中的“附近小程序”
- 支付宝“小程序”中的“收藏”
- 安卓版支付宝“小程序”聚合页BANNER轮播推广
- 安卓版支付宝“小程序”
- 支付宝小程序“服务提醒”

分享

- 朋友对话中的“小程序卡片”
- 群消息中的“小程序卡片”
- 支付宝朋友动态
- 钉钉朋友消息
- 钉钉群消息
- 淘口令可分享到微信、QQ等渠道
- 微博分享

- 生活号短视频跳转
- 直播跳转
- 生活好文章内图文关联小程序
- 生活号文章中插入小程序
- 生活号详情页
- 生活号自定义菜单
- 生活号图文消息封面

生活号入口

频道入口

- 应用中心的“第三方服务入口”
- 首页“卡包”入口
- 城市服务、车主服务、医疗服务等垂直频道
- 天天有料-精选小程序
- 芝麻信用-信用生活

系统

- 支付宝首页顶部搜索栏
- 首页顶部搜索栏中的搜索发现
- 支付宝“朋友”栏顶部的搜索栏
- 支付宝首页顶部搜索栏使用过的小程序
- 支付宝“小程序”中的顶部搜索栏
- 苹果版支付宝“小程序”初始化推荐
- 支付宝-更多-搜索
- 支付宝-通讯录-搜索
- 支付宝-小程序收藏-搜索

扫一扫入口

- 扫描线下二维码
- 长安图片识别二维码
- 相册选取二维码
- AR识物

支付成功入口

- 支付成功后的小程序推荐入口



1.1.2 百度智能小程序内外部场景全面贯通，生态爆发成长

强化分发能力，聚集流量

- 短内容触达能力
- 服务中心智能小程序上线
- 增加书架同步功能
- 百度搜索TOP 1挂载服务小程序
- 开源联盟45家上线智能小程序



转化变现，运营扶持

- 加大直播电商扶持力度
- 短内容插入小程序超链直接转化
- 百家号文章、动态挂载智能小程序
- 提供经营组件和数据分析工具，实现分层营销和全域触达

1.1.3 百度智能小程序追赶势头迅猛，MAU已破5亿



2020年百度智能小程序入口分布

信息流

- 主FEED
- FEED消息提醒
- 百家号文章挂载
- 视频自动挂载
- UGC作者挂载
- 主FEED干预
- 落地页自动挂载

- 阿拉丁结果
- 自然结果
- 熊掌号
- 精准SUG直达
- 语音直达
- 小程序搜索
- 智能小程序单卡

搜索

运营资源位

- PUSH
- 闪屏
- 首页框下TIPS
- 活动中心
- 首页右上角聚合页

- 二楼-推荐列表 (安卓6个)
- 我-历史外露冷启动预
- 我-小程序详情页推荐
- 我-小程序推荐列表 (安卓)
- 我-常用服务
- 二楼-推荐BANNER (安卓)
- 二楼-推荐ICON (IOS)
- 二楼-查看全部-推荐列表页 (安卓)
- 智能小程序中心

固定入口



1.2 后疫情时代小程序的机会

当前，国内疫情已得到有效防控，各行各业正在陆续复工复产。为加速这一进程，官方平台和政府各出奇招：BAT等小程序平台接连释放新能力、推出扶持计划赋能企业；地方政府通过小程序发放消费券、举办城市直播节，提振市场消费信心。



小程序平台政策及能力释放

+



政府支持

=



推动用户习惯进一步养成

1.2.1 平台持续赋能，释放小程序更大商机

微信、支付宝、百度等小程序平台上半年不断推出新政策和释放新能力，全面赋能小程序开发者实现商业变现。

第三方服务“十二宫格”小程序



转型为“数字生活开放服务平台”，小程序提升到战略高度



服务中心智能小程序上线



2020年微信小程序平台政策 & 能力释放

平台政策

- 2月3日 腾讯宣布设立2亿元资金池，发起“战疫开发者公益联盟”
- 2月17日 小程序上线7×24小时全时段快审通道
- 2月18日 小程序将开辟“疫情专区”，现开放开发者申请入驻
- 3月24日 2020高校微信小程序应用开发赛
- 3月25日 发起#BuildForCOVID19全球开发马拉松比赛
- 5月18日 6.6广州首届直播节招募小程序服务商报名入驻

能力释放

- 1月10日 微信小程序模板消息能力调整（新发布的小程序，只能使用订阅消息）
- 1月11日 微信Mac新版支持打开小程序
- 2月17日 微信小程序直播能力公测，微信小程序上线7×24小时全时段快审通道
- 2月28日 微信7.0.12版本：小程序菜单新增“重新进入小程序”按钮
- 3月13日 微信小程序正式上线订单管理功能
- 3月16日 微信小程序拼单后支持发起群收款
- 3月22日 微信小程序分享时新增“群待办”设置功能
- 3月25日 微信PC新版公测：新增小程序面板，支持打开小游戏
- 4月22日 微信小程序跳转小程序数量提升、微信小程序代码总包大小上限提升至16M
APP跳转微信小程序规则优化
- 4月24日 推出线下门店专属营销产品“附近推”
- 6月19日 公众号内测邀请开通“微信小商店”
- 7月6日 微信小程序支持分享至朋友圈
- 7月10日 微信小店后续全面下线，将推出“微信小商店”
- 7月24日 品牌小程序认证开启公测

2020年支付宝小程序平台政策 & 能力释放

平台政策

- 2月6日 发布“10大疫情期最急需服务开发清单”，最高50万奖励优秀开发者、服务商
- 2月14日 联合多家服务商，推出餐饮行业疫后扶持计划
- 3月10日 支付宝合作伙伴大会，推出DT数字经营转型计划和小程序扶优计划
- 4月8日 支付宝推7大举措力撑服务业，武汉先用
- 5月20日 应用中心将全面开放，第三方小程序也能拥有首页“黄金位”
- 6月3日 开放首页亿级搜索流量，在支付宝「中心化+去中心化」结合的激励模式下，支付宝生态内商家批量V字反弹，已经成为行业现象。
- 7月30日 支付宝推出DT数字经营转型计划1.0、成金计划、升级城市消费券三个重磅工具，帮助合作伙伴形成正向循环，撬动商业增长

能力释放

- 3月5日 推出“疫情安心卡”保障用户安心用餐
- 3月20日 “多用多省、少用不亏”的轻会员升级为芝麻GO
- 4月10日 支付宝能力实验室开放102个名额，通过月度考核制择优“录取”
- 4月16日 上线支付宝小程序电子合同能力
- 4月30日 上线景区“分时预约”能力
- 5月10日 核酸检测上线支付宝小程序
- 5月20日 支付宝推出商家消费券能力
- 5月24日 小程序“弹层审核”规则更新，滥用弹窗将有下架可能
- 5月29日 支付宝小程序全面开放直播能力
- 6月3日 小程序扶优计划已经孵化近1000个超级小程序
- 7月30日 支付宝小程序推“极速入驻”新模式
目前已在餐饮行业率先试点“3天入驻、7天运营、当月就能有收益”，未来将在更多行业铺开

2020年百度智能小程序平台政策 & 能力释放



1.2.2 政府提振市场消费信心，小程序社会价值凸显

在全国各地发放上亿元消费券，涉及深圳、佛山、重庆、武汉、嘉兴等地级市，大部分可通过微信小程序领取。

- 截至 5 月 27 日，深圳发放消费券带动交易总额超过 17 亿元；6 月，深圳购物节再次发放 20 亿商家消费券。
- 武汉发放 5 亿元消费券 + 18 亿元商家券，总计 23 亿元；首批消费券带动武汉当地生活服务业消费增长达 155%
- 珠海、江门两地同时宣布联合微信分别向市民发放 1 亿元及 5670 万元消费券，总计金额超过 1.56 亿元。



微信支付商家消费券



渝中大礼包



2020 礼享罗湖



券享光明



宝 i 企



粤省事



武汉消费券



深圳购物节



湘消费

1.2.2 支付宝发放百亿消费券，小程序助力经济复苏

据统计，3-6月，全国共超过170个城市通过支付宝发放了逾百亿元消费券。消费券可明显促进复工复产，对小微商家拉动效应最大，1元消费券直接拉动小店经营流水增加2.97元。



三月三暖心生活节，广西在全国率先发放了消费券，一个半月以来，广西全区支付宝累计交易额已突破500亿元，日均交易额比去年同期增长62%，消费活跃度大幅提升。



7月1日-17日，支付宝发放的全国版消费券吸引了超1000万小店商家主动报名，通过支付宝可直接核销优惠金额，最终撬动了10亿客流消费。



02

小程序行业案例及最新玩法

2.1 疫情大考下，政务民生、生鲜电商、在线教育行业逆势增长

疫情极大地影响了人们的生产生活方式，各行各业都在发生巨变。尤其在生活服务和电商类，表现较为明显。

其中，政务民生小程序密集上线，积极响应和支持防控政策。当减少外出的防控遇上居民日常生活需要的满足，不仅引爆了生鲜电商这类创新模式，同时也倒逼着在线教育迭代发展。

小程序行业中Top10行业小程序数量应用占比



2.1.1 助力疫情防控管理，政务民生小程序“显威”

政务民生方面，小程序发挥了防疫数据收集、疫情资讯传递等作用。截至2月14日，新增100余政务类疫情服务小程序及近800个医疗类疫情服务小程序。环比去年12月，政务类小程序用户增长近60%，医疗类小程序用户增长了347%。

疫情小程序新增数量
(截至2020.02.13)

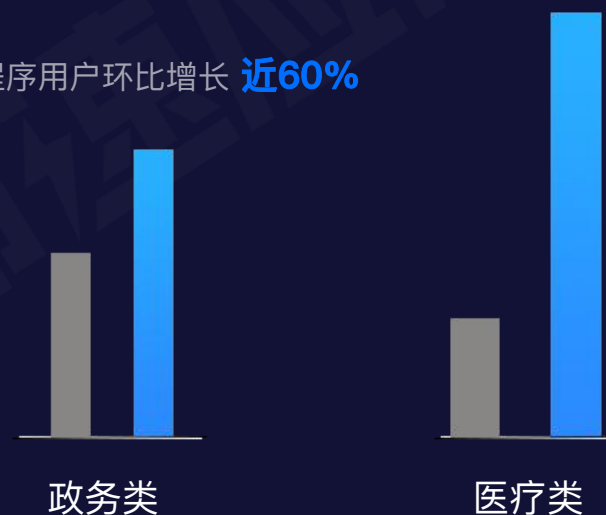
政务类

疫情服务小程序数量
新增100+

医疗类

疫情服务小程序数量
近800

小程序用户环比增长 近60%
小程序用户环比增长 347%



(2020.1.13-2.13 环比2019.12.1-12.25)

2.1.2 生鲜电商支撑居民基本生活需要，保“战疫”后方无忧

疫情期间，线下餐饮基本停摆，本来应该被餐饮门店消费的生鲜需求，几乎全部被挪进了家庭。蔬菜、水果、肉蛋、粮油和速食是微信用户在到家小程序上购买最多的商品，提供到家服务的小程序也获得迅猛增长。



蔬菜



水果



肉蛋



粮油



速食

到家小程序TOP5商品

(数据来源：每日优鲜、永辉生活·到家)



十荟团：

月GMV 6.5亿

日订单峰值 150W+

兴盛优选：

月GMV 12亿

日订单超 400W单



2.1.3 停课不停学，作为网课载体的教育类小程序迎大涨

面对疫情，在线学习成刚需。截至2月13日，教育类小程序新增近300个，累计使用用户达1.3亿，环比去年12月增长82%。同时，超20000家教育机构校区借助微信支付实现了线上缴费，超100万学生实现无接触报班。

新增教育类疫情小程序 近**300个**

(截止2020.02.13)



累计使用用户 **1.3亿**

(2020.1.13-2.13 环比2019.12.1-12.25)



环比增长 **82%**

教育类小程序**迎来大涨**



超20000家

教育机构校区
实现线上缴费



超100万

学生实现
无接触报班



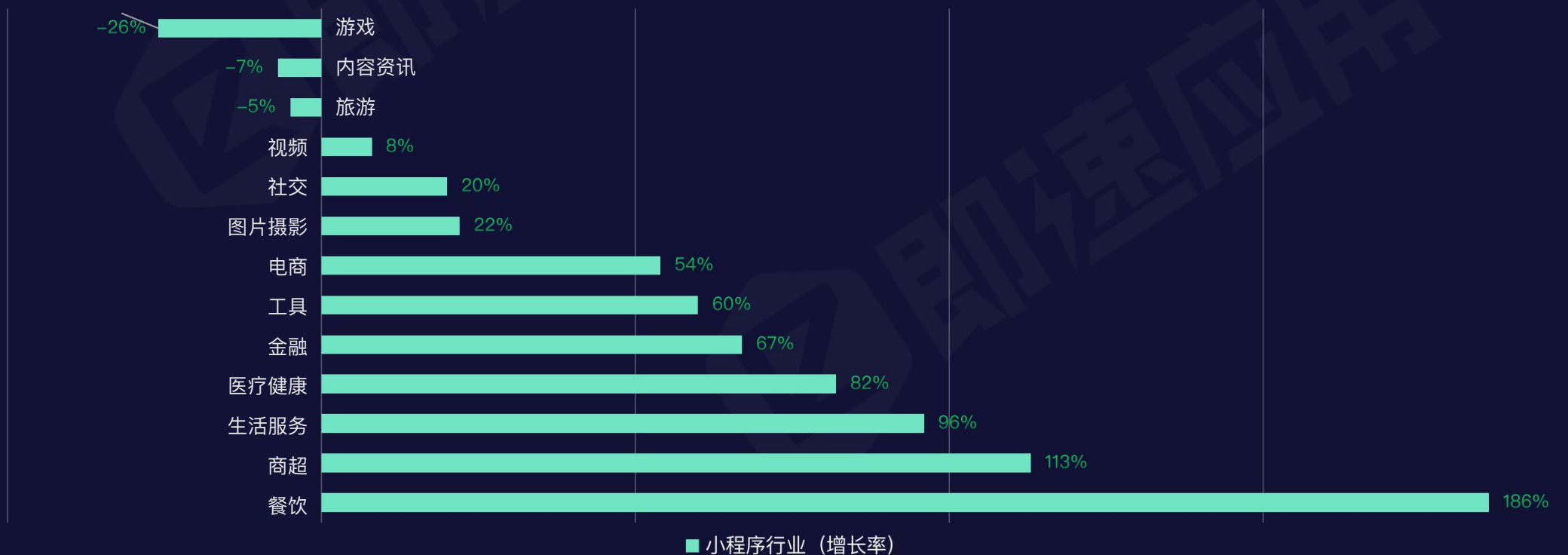
班级小管家：用户增加了5、6倍，
经历瘫痪，扩容，再瘫痪，再扩容



班小二：注册用户和DAU数倍增长，达百万级。3月26日，完成天使轮数百万元融资

2.2 后疫情时代，餐饮、商超、生活服务等行业迅速苏醒

随着国内战疫取得阶段性胜利，全国各省市陆续下调公共卫生应急响应级别，餐饮住宿商场集市等城市功能逐渐恢复。小程序在其中扮演着不可或缺的重要角色。

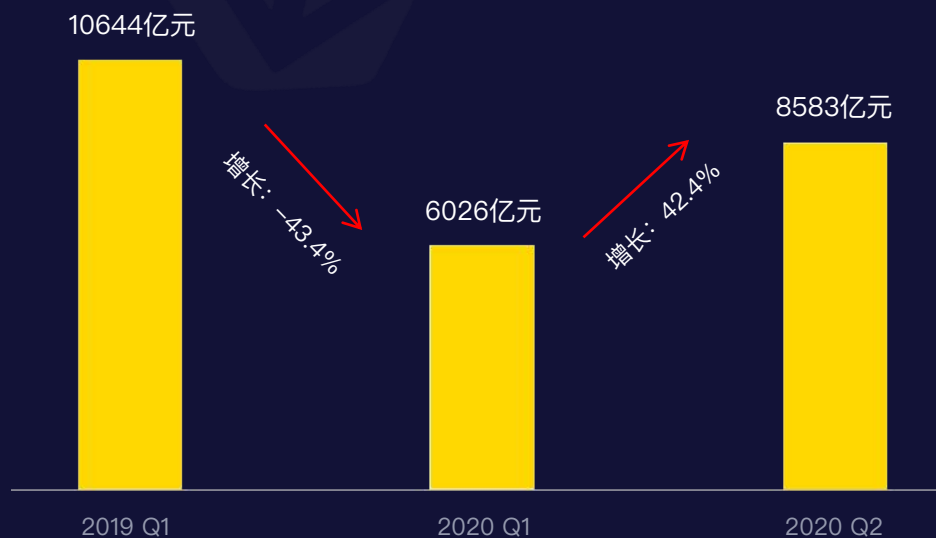


2.2.1 餐饮行业反弹明显，外卖订单高速增长

2020Q1全国餐饮收入6026亿元，同比下降43.4%；Q2餐饮恢复营业，整体收入相比Q1增长42.4%。

3月餐饮行业的微信支付总笔数较2月同期增长135%，小程序点餐和外卖增长达到322%、402%。“报复性”喝奶茶：茶饮的小程序下单笔数增长高达744%。

2019-2020全国餐饮收入情况



美团外卖：复工后，外卖单量相比疫情高峰期增长230%，7成商户外卖单量已恢复60%以上，3成商户实现反超。

喜茶GO：整体小程序订单比疫情之前增加20%，且逆势再获得新一轮融资



2.2.2 商超百货重获客流，线上直播成重要营收渠道

依靠人流量生存的百货、购物中心、商场等，疫情的“突袭”对它们几乎是“精准打击”。但随着疫情防控形势的逐步向好，各地在抓好疫情防控的基础上，正努力持续扩大居民消费，推出多种刺激消费措施，城市百货商场开始复工复产，不仅线上直播一片火热，线下商场人流量也在逐步增加。上半年，购物中心、百货行业小程序累计GMV年同比增长670%。

汉光百货

线上销售额品牌单日增幅



3月8日单场直播1.5小时GMV突破**100万**

天虹商场

618当天线上商城销售环比提升



线上整体销售同比增幅高达



2.2.3 “禁足”生活基本结束，线下生活服务持续升温

随着疫情被有效控制，线下生活服务行业、交通出行行业也逐渐复苏。环比 3 月份同期，“五一”期间休闲娱乐行业增幅 521.6%，出行行业增幅 64.48%。

“乘车登记码”



■ 已上线

■ 未上线

目前已覆盖150个城市



3月，“乘车登记码”方案可覆盖公交、地铁、出租等公共交通全场景，率先在北京、上海、深圳、宁波、兰州等13个城市落地，上线10天覆盖8300万城市人口规模

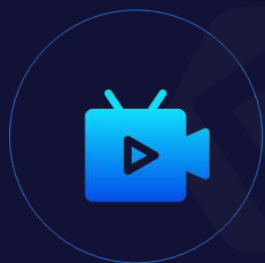
滴滴出行



5月，国内网约车订单量已经恢复到了疫情前的60%至70%，是2月份订单量低点的5倍

2月 5月

2.3 疫情催生多种新玩法，“小程序+”热度持续攀升



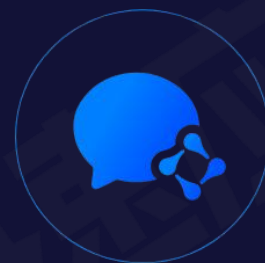
小程序+直播



小程序+外卖/到家



小程序+社区团购



小程序+企业微信



小程序+服务号

2.3.1 小程序+直播：备受知名品牌追捧

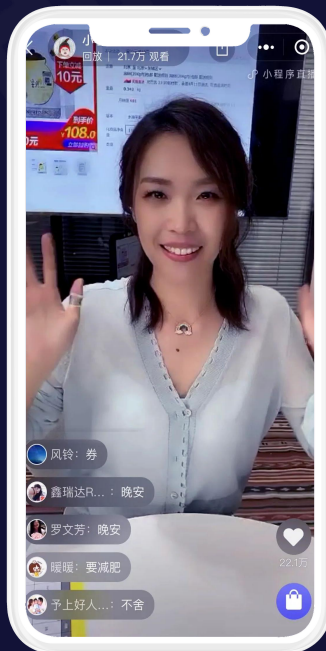
小程序直播低门槛、快运营，又具备先天流量和私域流量转化优势，满足品牌长线的规划，成为各大品牌直播首选工具。目前，众多平台、品牌商和服务商已经加入小程序直播赛道，小程序直播成为淘宝、抖音、快手等之外的直播新战场。



2.3.1 小小包麻麻：3个小时直播销售额突破400万

小小包麻麻

小小包麻麻专注于科学育儿知识分享和专业母婴用品评测，帮助新手父母选择育儿好物。



在4月19日小程序直播中，仅3小时销售额突破400万，销售商品近3万件，不仅成为头部带货网红，也刷新了商城销售纪录。

优质内容

多种运营工具

良心售后

小小包麻麻团队一直以“优质内容+多种运营工具结合（群运营、签到/收藏有礼、抽奖、服务唤醒）+良心售后”的运营组合策略，打造了无数场爆款直播。

2.3.1 小小包麻麻：5大运营策略，打造直播带货头号玩家

直播内容

得到感：分享稀缺经验
可操作：按照经验轻松完成操作

直播氛围

主播IP：形象好，与用户建立信任
优惠：产品价格优惠和优质赠品
新奇产品：让用户开眼界，直播更具趣味性
抽奖：活跃气氛，提升用户停留时长

直播选品

低决策型产品：让用户不假思索
放心下单



拉新留存组合拳

引流：社群、公众号、最近使用小程序
拉新玩法：拼团、积分、收藏有礼、好产品
带动用户自传播

购物体验

自有的物流资源，将产品以最快的速度送给客户
无条件退货，不限制退货时间

2.3.2 小程序+外卖：已成商业新标配

线上化、全渠道、私域化、数字化，已经成为零售餐饮行业的共识，这是商业的大变局和大趋势。

而小程序外卖搭建门槛低，无平台佣金，可在线上多渠道进行传播和触达，对同一用户在到店和到家服务形成闭环，所以小程序+外卖，已成为商业新标配。

小程序外卖优势



无平台佣金

搭建门槛低，没有平台使用费



用户服务闭环

商家对同一用户在到店和到家服务形成闭环，形成全渠道的客户关系管理



微信触达渠道

可通过微信社群、朋友圈广告、企业微信等更多形式在线上上进行传播和触达

2.3.2 西贝：发力外卖业务，线上营收翻倍

西贝，餐饮头部企业，拥有367家门店，2万多名员工。堂食，是西贝的主要营收渠道，西贝集团2018年营收56亿，堂食为48亿，占86%；外卖为8.8亿，占15%。

疫情期间，堂食严重受影响，门店压力大。西贝决定将餐饮服务转到线上，为顾客提供线上送餐和食材订购服务，开通外卖业务的门店较疫情前翻倍，每天外卖业务的营业额约200万元。



每天外卖营业额约200万元

筛选门店

以小区数为基准，争取先开周边小区数多的店，开启外卖业务

使用安心卡

每份外卖附一个小卡片，记录制作人、装餐人、骑手的体温温度，并把这个小创意迅速复制到全国门店

外卖菜单调整

西贝明星菜和蔬菜类前置，并做一定的折扣和促销，既满足消费者现阶段的需求，也解决了西贝部分原料积压问题

人员配置和防护问题

全员定时测体温，戴口罩上岗，明确规定普通口罩6小时一换，N95口罩3天一换。配免洗洗手液，加大门店消毒频率

搭建私域流量

门店客户经理将顾客添加到企业微信中，将商城、外卖小程序链接到企业微信资料页里，方便顾客找到购买入口，完成线上预订

2.3.3 小程序+社区团购：再度成为新风口

2020年疫情催化，社区团购再度火上新风口，再迎新一轮融资潮。5月29日，十荟团完成新一轮C1轮融资，融资额为8140万美元。6月10日，同程生活正式官宣已完成2亿美元C轮融资。

社区团购小程序使用门槛低，裂变传播快，可以快速聚集新粉丝，再通过秒杀、积分等营销活动，增加客户互动性和粘性，促进转化，形成完整交易闭环。因此，微信群+小程序成为社区团购最佳组合。



社区团购生态产业图谱

供应商



易果生鲜



西域美农



佳沃



泰森



德青源



匠鲜

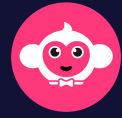
社区团购平台



兴盛优选



十荟团



食享会



同程生活



考拉精选



正创汇

第三方物流



顺丰速运



货拉拉



安鲜达



万纬

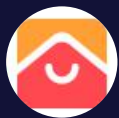


荣庆物流

第三方工具



即速应用



千汇团



蔬东坡



赤焰



订单兔



群接龙

垂直媒体



开曼4000

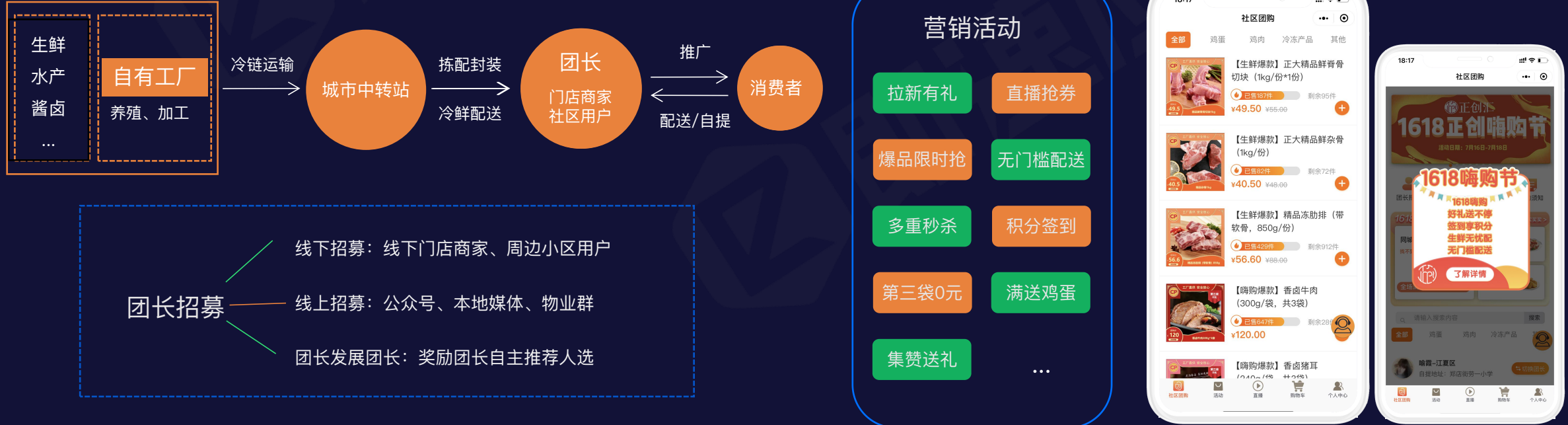


零售与电商观察



新经销

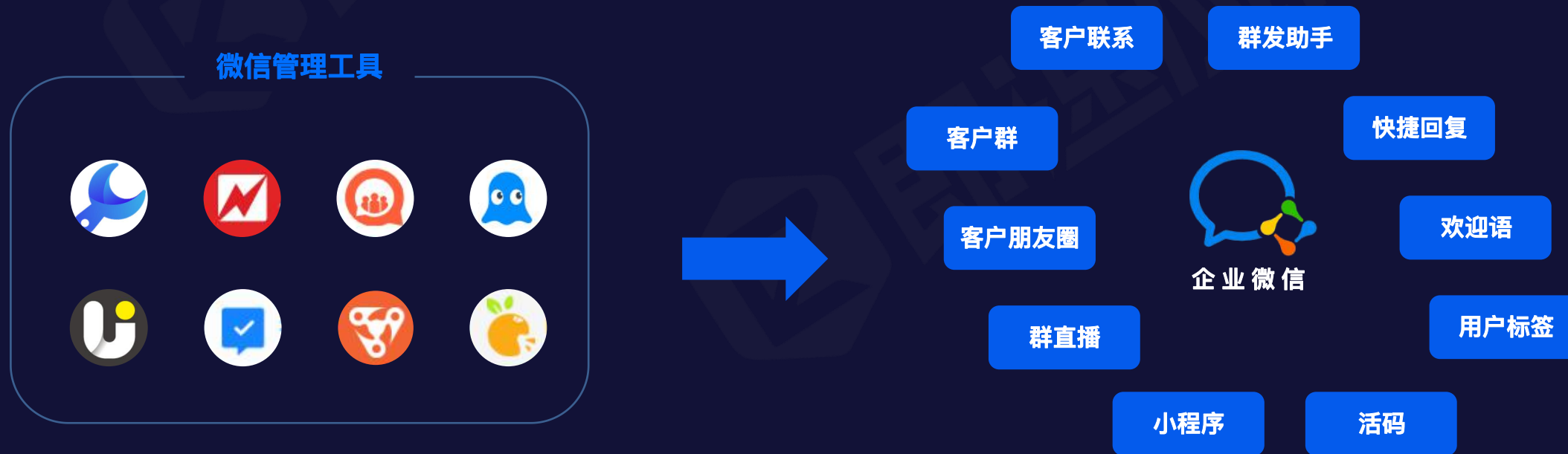
正创汇后置仓是由公司自营的几家工厂组成的，工厂将货运输到武汉的城市中转站，拣配库统一分拣，形成了“工厂-中转站-团长-消费者”的链条，再配合相应的营销玩法，短短一个月的时间，实现GMV破千万的惊人业绩。



2.3.4 小程序+企业微信：私域运营必备玩法

随着微信大规模封号，越来越多企业把客户转移到企业微信上。企业微信与微信互通，但相比微信，企业微信在添加好友、社群和朋友圈等营销场景上进行了功能升级，还能与CRM数据打通，因此，在企业微信上可以更高效管理客户数据，再借助小程序，建立用户服务到成交的闭环。

未来，企业微信将成为私域流量运营最不可替代的选择之一。



2.3.4 歌莉娅：用企业微信打造客户服务到成交闭环

歌莉娅，时尚女装品牌。在疫情期间也面临着门店客户大幅减少的压力，对此，歌莉娅将服务转移线上，通过让导购用企业微信添加顾客，在客户朋友圈发布商品信息，打通小程序商城三个环节。在2月7日，当天销量高达300万。歌莉娅还在企业微信上搭建移动BI，管理人员每天可查看到线上商城情况，及时跟进调整市场策略。



2.3.5 小程序+服务号：帮助商户盘活粉丝

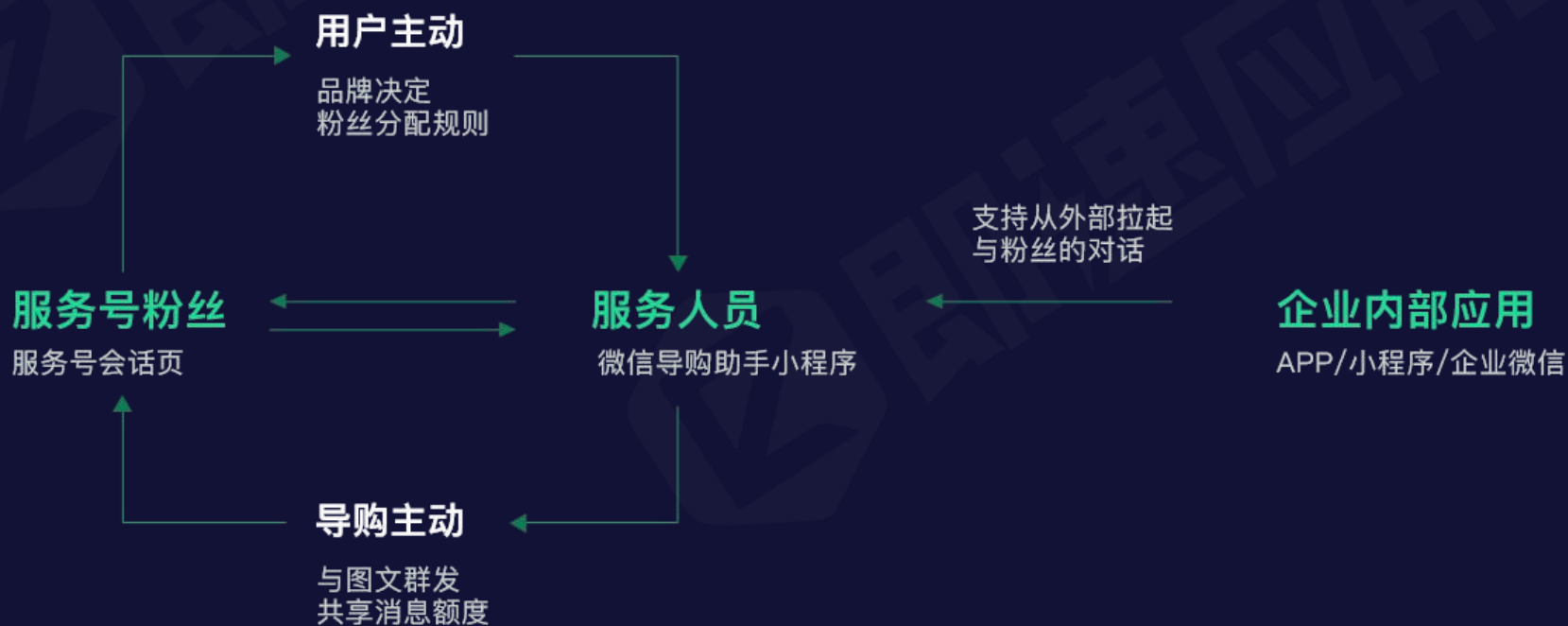
微信服务号推出了对话能力，让服务号运营者和用户轻松连接。顾问可在小程序内主动发起与服务号粉丝的一对一会话，粉丝也能通过服务号及时找到专人解答。

服务号对话能力，让顾问的人性化服务以及专业且亲近的形象触达粉丝，建立品牌与客户的信任关系，将社交植入公众号里，提升客户转化，最大化减少运营成本。服务号对话能力将成为促活服务号粉丝的利器。



2.3.5 小程序+服务号：个性化服务，高效沟通

商家在服务号设置导购，导购通过微信导购助手小程序，主动发起与服务号粉丝一对一会话，同时商家可以根据粉丝与导购的历史对话、消费偏好为粉丝制定标签，缩短品牌与粉丝的服务路径，为粉丝打造个性化的智能服务体系。

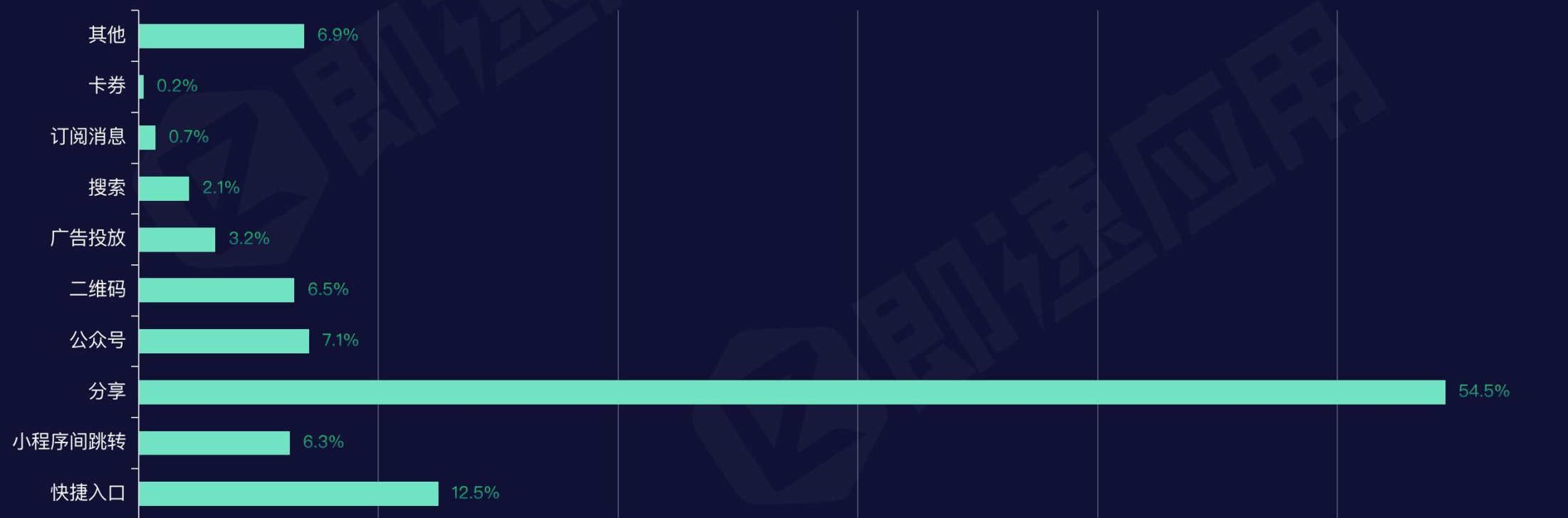


03

小程序C端用户行为分析

—

3.1 用户分享成拉新主要方式，小程序矩阵引流效果突出



■ 2020微信小程序新用户场景入口分析

3.2 小程序用户访问习惯已养成，早7点至晚10点是用户访问高峰期

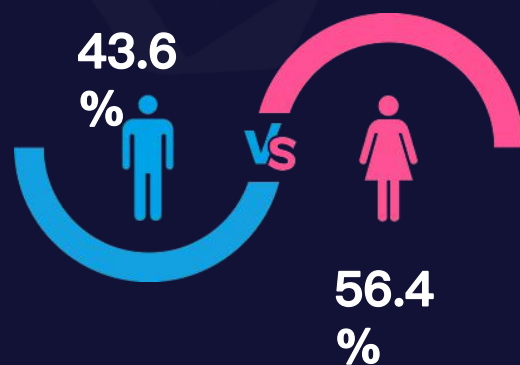
小程序分时段访问量占比分布变化



3.3 小程序女性用户占比略有上升，20–40岁用户占比近六成

2020年小程序用户性别及年龄分布

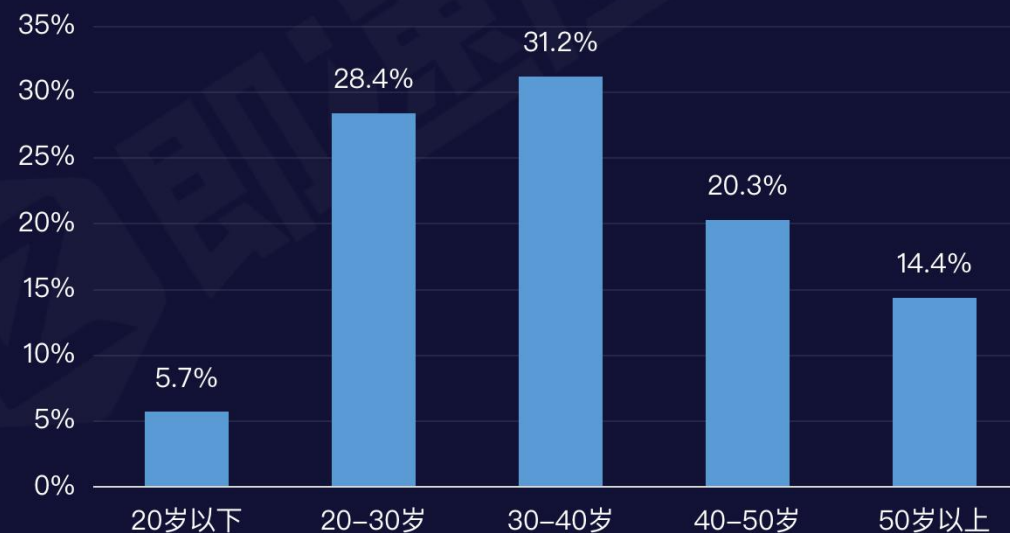
性别分布



男性：43.6%，同比下降6.4%

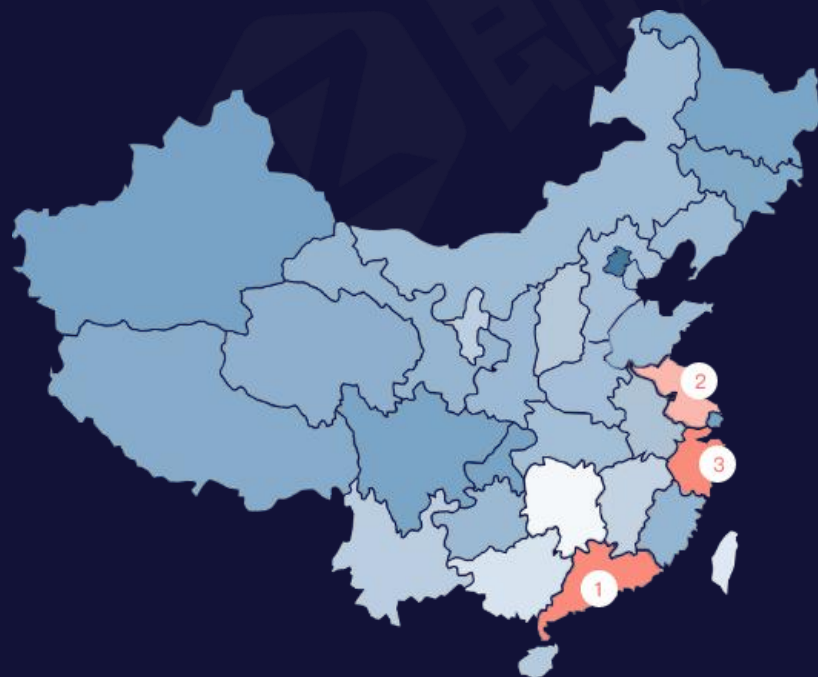
女性：56.4%，同比上升5.6%

年龄分布

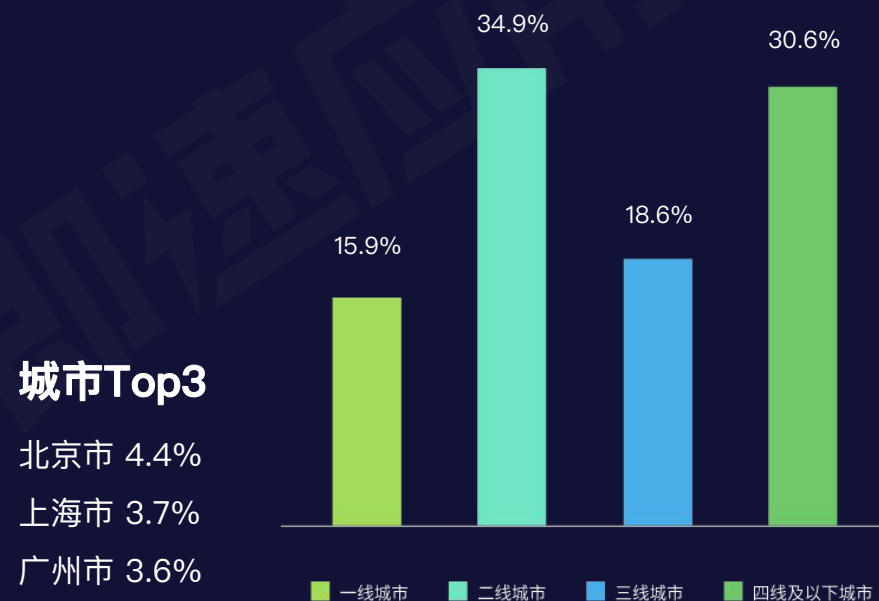


3.4 借势发达的商业环境，小程序快速渗透一二线城市

2019小程序用户省份分布

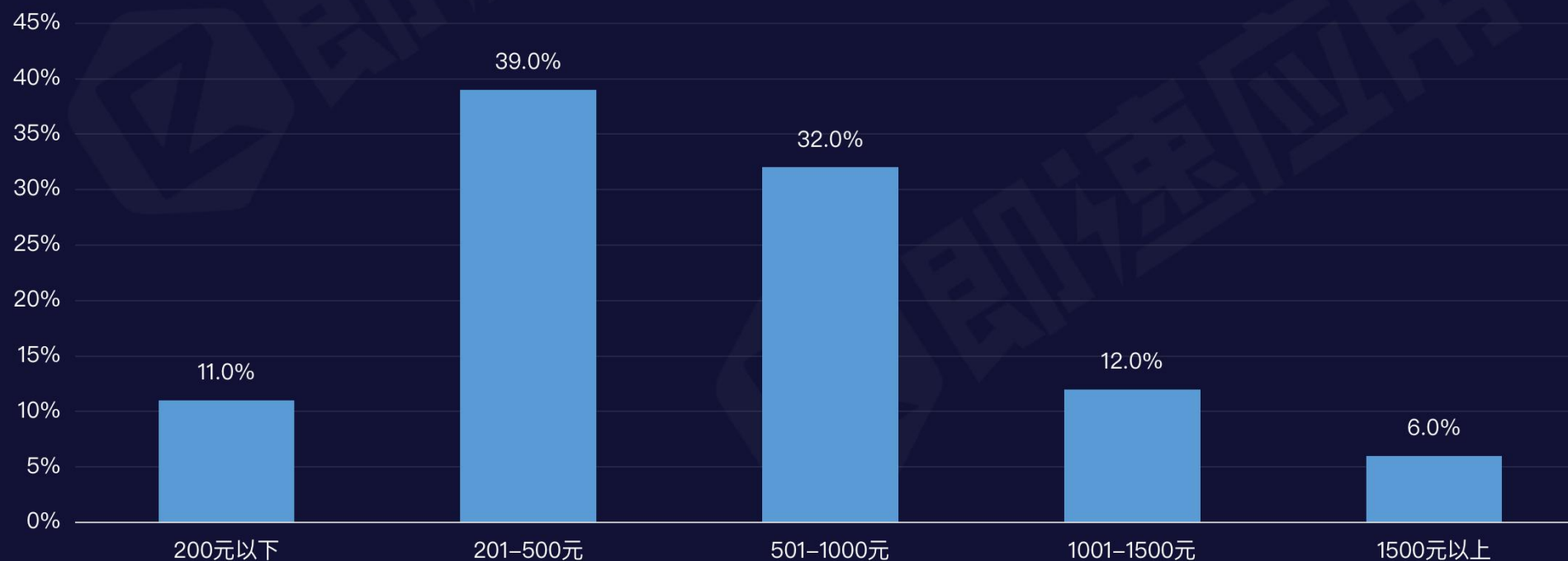


2019小程序用户城市分布



3.5 近九成用户月消费超200元，小程序商业生态已成型

2020小程序付费用户消费金额分布变化



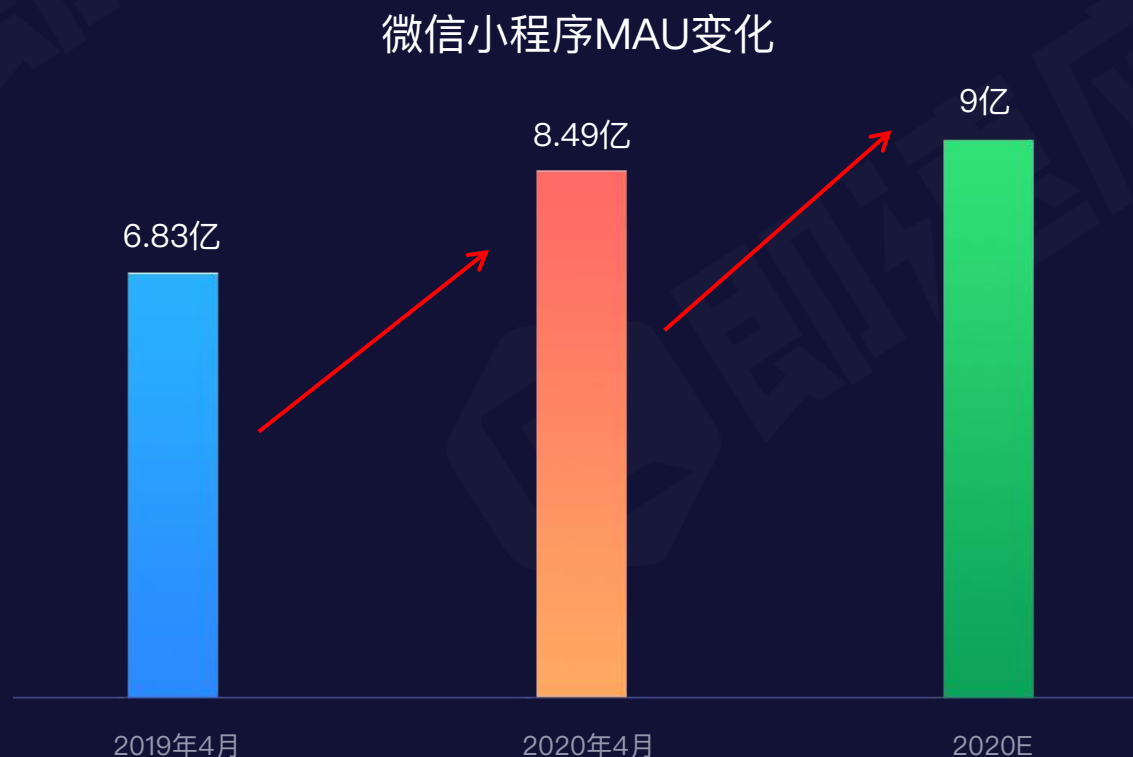
04

2020年小程序发展预测

—

4.1 小程序MAU将创新高，微信小程序MAU预计破9亿

在疫情防控 and 私域流量的双重背景下，原本轻量化、便捷化的小程序，成为愈来愈多品牌、商家线上化的主要工具之一。加之小程序生态商业环境日益完善，营销形态和方式更加多样化，小程序MAU将在2020年创下新高，其中微信小程序MAU预计破9亿。



4.2 全网小程序总数预计超600万个

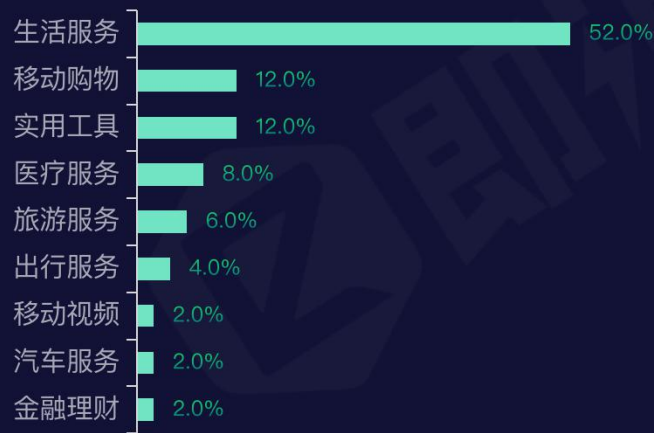
经过疫情的加速，小程序在交通、医疗、教育、零售等行业得到强渗透、深下沉，从服务深度、触达次数、使用时长等方面，都有明显的提升。小程序发展势不可挡，预计在2020年年末，全网小程序总数将超过600万个。

2020年4月BAT小程序平台月活跃用户数TOP50典型行业分布

微信小程序



支付宝小程序

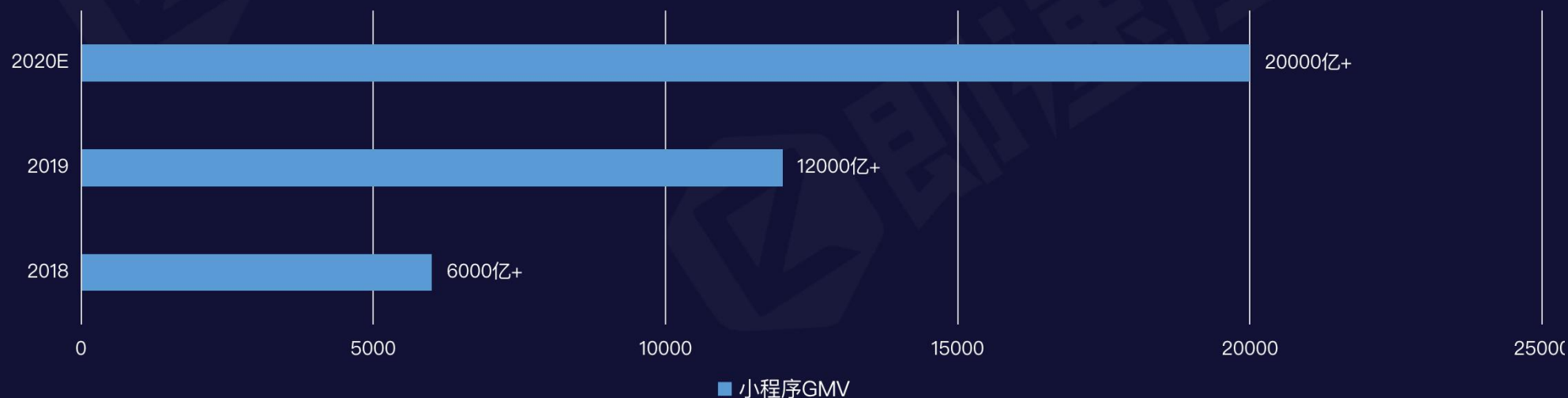


百度智能小程序



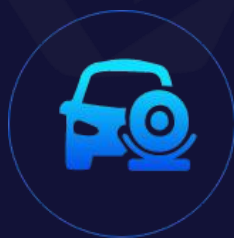
4.3 小程序2020年GMV或将破2万亿

用户对于小程序认识进一步加深，品牌与企业们也更多地将小程序作为“数字化、线上化”重要的一步。未来随着微信对小程序及其内容、商品的搜索能力的强化，广告服务的进一步拓展，小程序交易生态将迎来一次大爆发，2020年GMV预计将突破2万亿。



4.4 “小程序+智能硬件”价值凸显

随着物联网生态的持续推进，小程序与智能硬件的结合愈发紧密。用户不仅能在移动终端体验到小程序，还可以通过青蛙、蜻蜓、天猫精灵、车载OS上触发小程序服务。小程序未来的应用场景还有很多，例如，小程序通过蓝牙就可以直接控制智能家居、办公设备，利用语音或短信就可进行实际的操控等。“小程序+智能硬件”的价值正在不断凸显。



车载系统+小程序



智能家居+小程序



刷脸支付+小程序

...

4.5 小程序直播将成为企业标配

从需求端来看，短期受疫情影响企业直播服务需求爆发式增长，长期来看受用户消费习惯改变驱动；从供给端来看，底层云计算技术、5G商用推动着行业发展，为企业直播服务行业的快速增长创造良好环境。小程序直播作为直播生态的重要工具之一，目前正在受到广大品牌、商家的青睐，未来随着更多企业涌入，小程序直播的应用场景与市场边界将得到进一步拓宽。

2.17 正式公测



3.8 近千品牌直播



6.6 广州直播节再创佳绩



6.18 购物节战绩亮眼



05

总结

—



5.1 总结

- 小程序从2017年开始持续高速发展，如今在这个应用工具领域内，已经有11个平台入场，竞争趋向白热化。2020年这场疫情带来了全面的市场深化，全民化“触网”，也加速了小程序的商业价值进一步被挖掘与释放。
- 行业的爆发，离不开平台的支撑，微信逐步开放了小程序直播、服务号对话能力、小程序分享朋友圈等功能，为从业者们把“基建”逐步搭好。阿里、百度、京东等互联网巨头也凭借着各自的专长与特色，丰富了小程序的运营模式，再加上政府的助推，小程序将在未来整个社会的各级连接中，发挥越来越大的作用。
- 无论是小程序直播卖货，还是社区团购、外卖等，越来越多被验证的运营玩法被开发者深度利用，并获得红利。随着小程序生态的日趋成熟及良性发展，更多玩法和模式将被进一步挖掘。
- 可以预见的是，2020年小程序交易总额即将破2万亿，小程序数量和月活跃双高速增长的背景下，经过了这一次的强渗透，未来在零售、餐饮、医疗、教育、交通、政务等方面，小程序都会迎来更高光的时刻。

06

关于即速应用

—



即速应用

即速应用作为首家同时支持微信、支付宝、百度、QQ、今日头条、抖音六大平台的小程序生态服务平台，一直紧随快速扩张的小程序市场更新迭代，以“智慧商业，即速触达”为核心理念，通过智慧科技赋能商业，帮助企业实现移动互联网转型。

目前即速应用已帮助商家制作15万款小程序，拥有100万企业用户，本地服务商覆盖260座城市，成为国内最大的小程序生态服务平台。



100万+
企业用户



15万+
帮助商家制作小程序



260+
本地服务商覆盖城市



100+
行业解决方案

即速应用

智慧商业，即速触达



合作媒体



版权申明

本报告为即速应用制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原著者所有。没有经过本公司书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和企业提供基本参考。

咨询热线 400-078-9990

官方网站 <http://www.jisuapp.cn>



了解更多小程序资讯
请关注“晓程序速报”