

# 微信就业影响力报告

智力创业时代来临



微信

CAICT  
中国信通院

DCRC  
数字中国研究中心  
DIGITAL CHINA RESEARCH CENTER

2019.3.4

蜜蜂学堂



**HELLO**同学们，  
不要错过让你洞察  
整个商业世界的  
蜜蜂内参



扫码添加Eva助教拉你入群



每日精选3份最值得关注的学习  
资料给你

---

## 前言

---

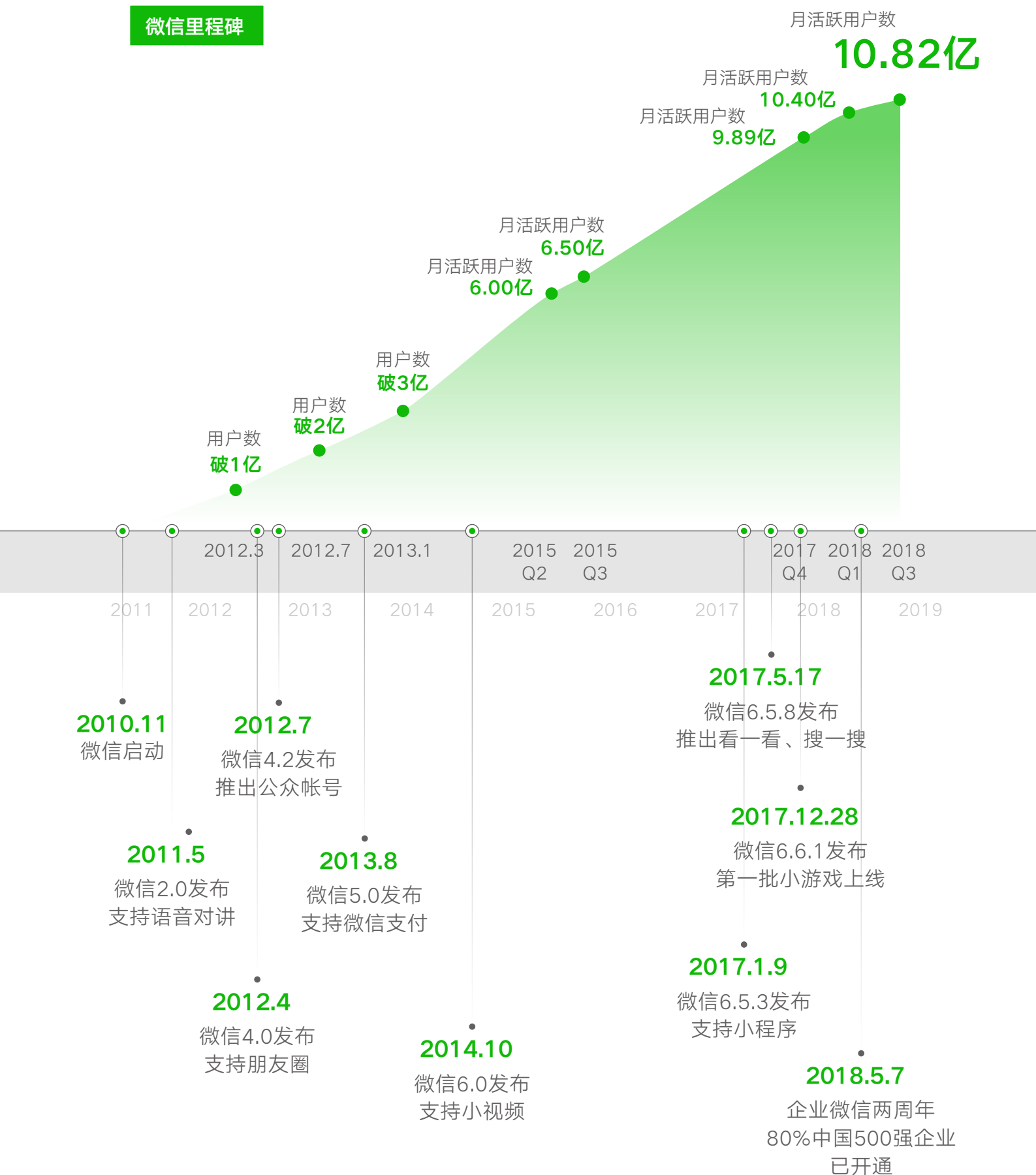
自2011年1月21日微信1.0版发布，微信已经走过了八年的发展历程。一直以来，微信的原动力都是坚持做一个好的、与时俱进的工具。现在，微信已经成为国内用户规模最大的移动互联网应用，走进人们工作生活的方方面面，“微信，是一种生活方式”。

**微信的成长首先应归功于这个时代。**改革开放以来的40年，人民的生活水平不断提高，信息技术高速发展，移动宽带网络遍布全国，智能手机全面覆盖，是微信创新发展的基础。微信紧密契合时代需要，致力于做好“连接一切”的连接器，构建开放协同的生态系统，不断拓展与经济社会各领域融合的深度和广度，推动生产模式和组织方式变革，催生发展新动能，促进新消费引领，深刻作用于经济社会提质增效转型升级，发挥出了微信的特色作用。

当前我国仍处于并将长期处于重要战略机遇期，世界面临百年未有之大变局，我国的数字经济将面临全球竞争。微信不仅在国内提供了创新的生活方式，还将便捷智能的微信支付服务带到了海外，覆盖了49个国家和地区，**为“讲好中国故事，展现中国形象”提供了一张数字经济名片。**

从通信工具到社交平台，从支付工具到开放平台，微信连接起人、硬件、服务、组织、产业，打造了一个充满活力的开放生态，从生活、消费到产业、社会，从互联网应用到实体商品，从生产经营到公共服务，微信与各领域各主体构成了统一整体，相互影响、互利共生。基于5年来对微信生态的持续跟踪，我们希望从**就业带动、经济社会、产业影响**等不同侧面观察微信生态与整个社会的动态关系，展示其对经济社会产生的积极影响，为数字技术对经济社会的促进作用提供启示和借鉴。

## 微信里程碑

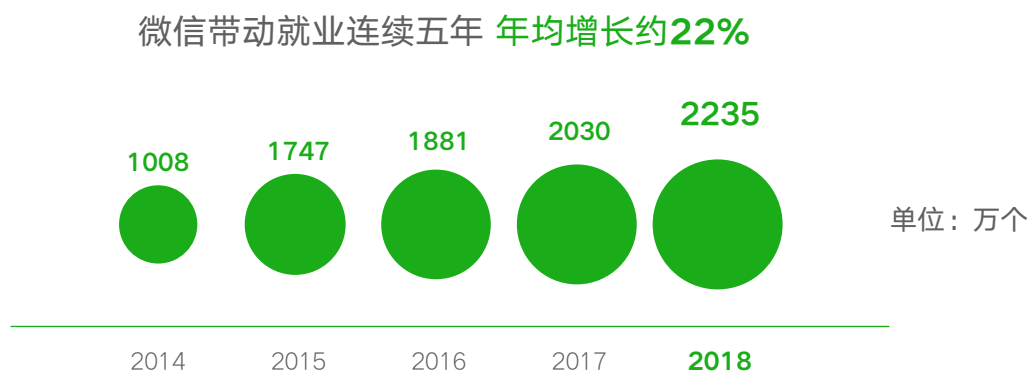


此次研究发现微信生态的主要影响如下：

## 1、微信生态提升连接能力，释放数字经济潜能。

微信及WeChat合并用户规模突破10.82亿，公众平台超2000万帐号，上线小程序数量超过100万个，企业微信服务150万企业。据研究，**2018年，微信拉动信息消费规模达2402亿元，自2014年以来年均增长超26%，占同期我国信息消费总额4.8%；其中带动流量消费2108亿元，是2014年的2.4倍。微信带动传统消费规模达4198亿元，同比增长达26%。**

## 2、微信生态创造了全新的就业机会，让就业形态更灵活，智力创业时代来临。



据研究，微信促进了就业方式的转变、降低了就业门槛、激发了创业活力、赋予了就业人群数字技能、拓展了社会的求职渠道，成为新时代就业的新土壤。

## 3、微信带来的新模式、新业态注入到市场经济中，增加了经济活力，提升了社会生产效率，助力了各行业转型升级。

据调研，微信生态的公众号、小程序、微信支付、企业微信帮助中小微企业更便捷地获取用户、提升知名度、提高效率以及优化内部管理，助力数字经济的发展。

# 目录

## 前言

### 就业篇

一、强就业：创新引导就业规模持续扩大，“智力创业时代”来临	2
二、降门槛：降低千万开发人员门槛，提供就业创业新可能	5
让技术不再成为“最大门槛”，降低运营者开发成本	5
小微企业和个人创业者成最大受益者，激活创新活力	7
促进就业形态灵活转变，帮扶重点群体	10
三、拓空间：培育第三方生态生长土壤，拓展就业空间	13
创业新土壤：微信开放技术和服务能力，产业链合作共赢	13
微信生态服务商小规模“快跑”	13
微信助力生态服务商实现增收	14
第三方服务商对微信生态持续乐观	14
微信生态服务商辐射实体经济转型：新模式推升就业提质扩面	16
四、扩渠道：打造“智力创业时代”新型求职渠道，让求职接洽更便捷	18
结语	19

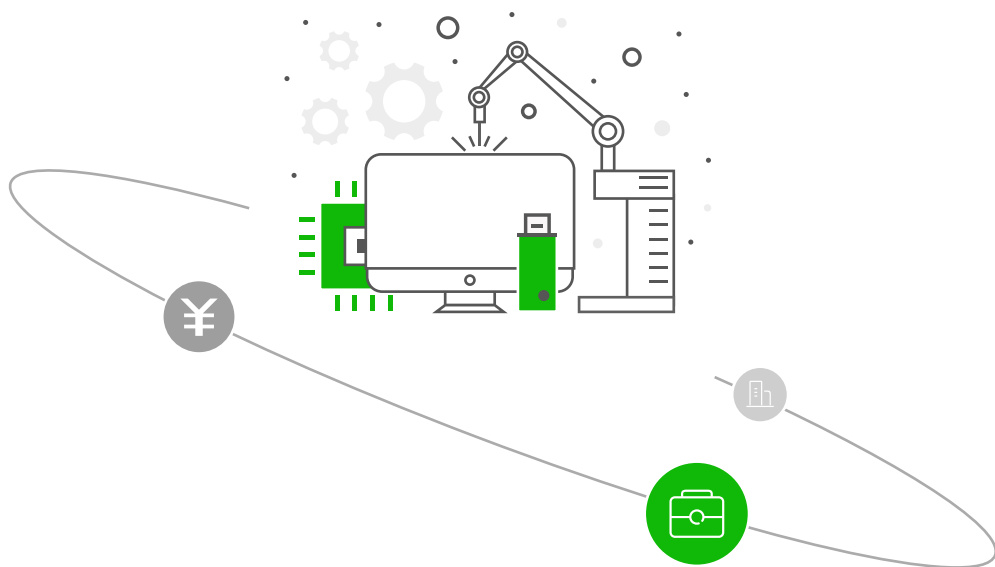
### 经济与社会篇

一、微信新经济全面拉动消费	22
微信带动信息消费规模持续增长	22
微信助力传统消费市场提质增效	24
微信支付助力创造消费便利，提升整体服务效率	27
推进惠及更广大人群，农村地区成为新晋移动支付群体	28

二、推动公共服务智慧升级 .....	29
高效助力政府与群众互动 .....	29
三、微信圈里的健康生活 .....	33
朋友圈越来越热闹 .....	33
微信成为展现与提升自我的平台 .....	34
让大家献爱心公开透明又方便 .....	35
四、守护清朗网络空间，确保网络安全 .....	36
结语 .....	37

## 产业篇

一、支持民营企业和中小企业数字化发展 .....	40
二、深耕制造业智能变革 .....	41
三、促进服务业效能提升 .....	42
数字化工具助力餐饮行业智慧经营 .....	43
从“入口”到“触点”，助力零售行业贴近用户 .....	44
推进交通出行全面数字化 .....	46
打通智慧医疗全链条 .....	48
推动智慧教育走进校园 .....	50
帮助金融企业做好用户全天候全时间服务 .....	51
结语 .....	52
附录：研究团队和测算方法 .....	53



壹

# 就业篇

●

微信开放的生态吸引了众多的中小创业者  
产生了全新的“工种”  
降低了就业门槛，提供了广泛的就业机会  
推动社会进入“智力创业时代”

●



## 创新引导就业规模持续扩大，“智力创业时代”来临

经过多年的规模提升和能力创新，微信逐步健全公众平台、小程序、企业微信以及微信支付等产品服务形态，连接了广大用户和内容、服务提供者，形成相互影响、互利共生的就业生态，生态内自然产生了技术开发、产品运营、数字内容、经营管理等岗位机会。这些岗位更多依赖于知识技能和创新创业，在时间、地点和工作机构上更加灵活。同时得益于微信数字化工具的持续开发，就业者进入微信生态的技术门槛被大大降低，从而带动了更多的就业者进入“智力创业时代”。

### ● “智力创业时代”微信带动就业的机理



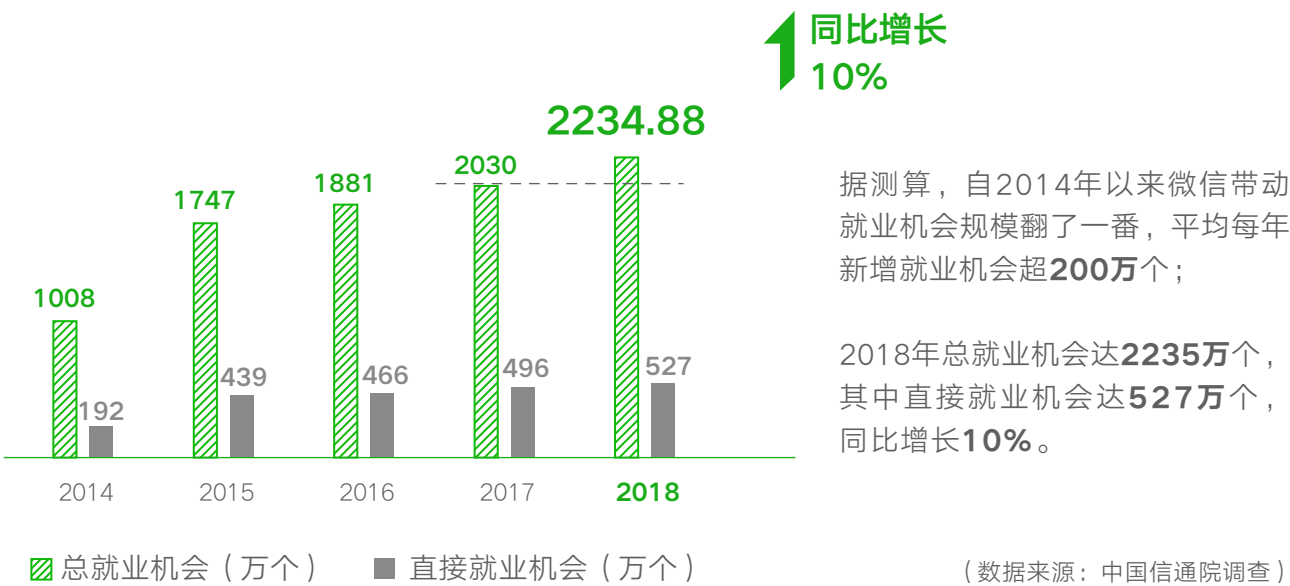
微信就业生态包含**运营者**、**服务商**、**个人用户**三大主体，运营者借助微信平台为用户生产丰富多样的内容和服务产品，服务商为运营者提供技术和运营维护服务。微信通过持续的技术和模式创新打造生态底层技术和运行规则，促进三者形成和谐有机的统一整体，产生了大量的新就业岗位和新就业模式。

● 微信就业生态三大主体 -----



通过本项目持续五年的调研跟踪发现，微信带动就业规模持续扩大，不断通过微信自身的创新带动行业的新业态延伸和蓬勃发展。继公众平台带动内容创作繁荣之后，小程序生态的繁荣促进了线上线下的进一步融合，使得微信对就业的带动幅度进一步加大。

● 微信带动社会就业机会规模



小程序成为微信带动新兴就业的强大引擎。作为一个崭新的消费与生产领域，小程序迅速带来了运营、开发、设计等就业机会。

● 2018年 小程序



(数据来源：中国信通院调查)

## 降低千万开发人员门槛，提供就业创业新可能

### 1 让技术不再成为“最大门槛”，降低运营者开发成本

数字经济的劳动技能，是新经济背景下人才就业的有力要素。国家高度重视培养劳动者的数字技能，《关于发展数字经济稳定并扩大就业的指导意见》中指出，要“持续提升劳动者数字技能，强化数字人才教育，加强数字技能培训，建设终身学习数字化平台体系，创新人才培养培训方式，吸引社会力量参与数字人才培养培训。”

微信生态低门槛的进入方式、敏捷的快速开发和智慧的服务支持，能为开发者提供强大的支持，让普通人群也能在强大的数字平台中，通过快速学习掌握数字技能，投身数字领域就业。

同时，小程序、公众平台、微信支付等工具，可以帮助企业轻资产运行，更及时地了解用户需求，搭建贴近用户的服务体系，降低创业就业门槛。

## ● 开发者认可小程序“上手快” -----

开发者对小程序最满意的特点：



## ● 七成以上开发者愿意继续和小程序“交往” -----

开发者对小程序的态度：

**71%** 的开发者表示未来会积极部署

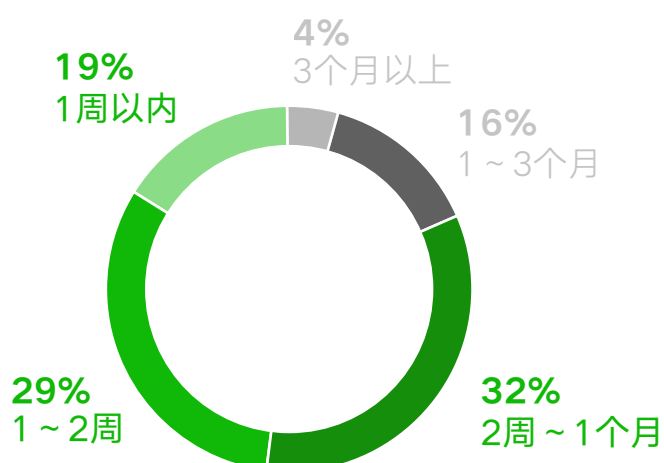


**47%** 的开发者非常愿意向其他组织推荐小程序



## ● 一周开发小程序“不是梦” -----

开发者开发一个小程序所需的时间：



(数据来源：中国信通院调查)

## 2 小微企业和个人创业者成最大受益者，激活创新活力

创新是引领发展的第一动力。近年来，随着我国大众创业、万众创新持续向更大范围、更高层次和更深程度推进，创新创业与经济社会的发展深度融合，创业带动就业能力明显提升。国务院《关于做好当前和今后一个时期促进就业工作的若干意见》中，高度重视鼓励支持就业创业，确保就业持续稳定。

2012年，微信上线了公众平台，率先开辟了公众号自媒体的创业空间，陆续通过微信支付、企业微信等为商户、开发者及服务商创造就业机会，在推出小程序后又进一步激发创新就业活力，降低就业门槛，众多充满活力、有创新创意的个人或企业主体，选择将微信作为创新工具、创业平台，带来了就业机会，实现了自身的价值。



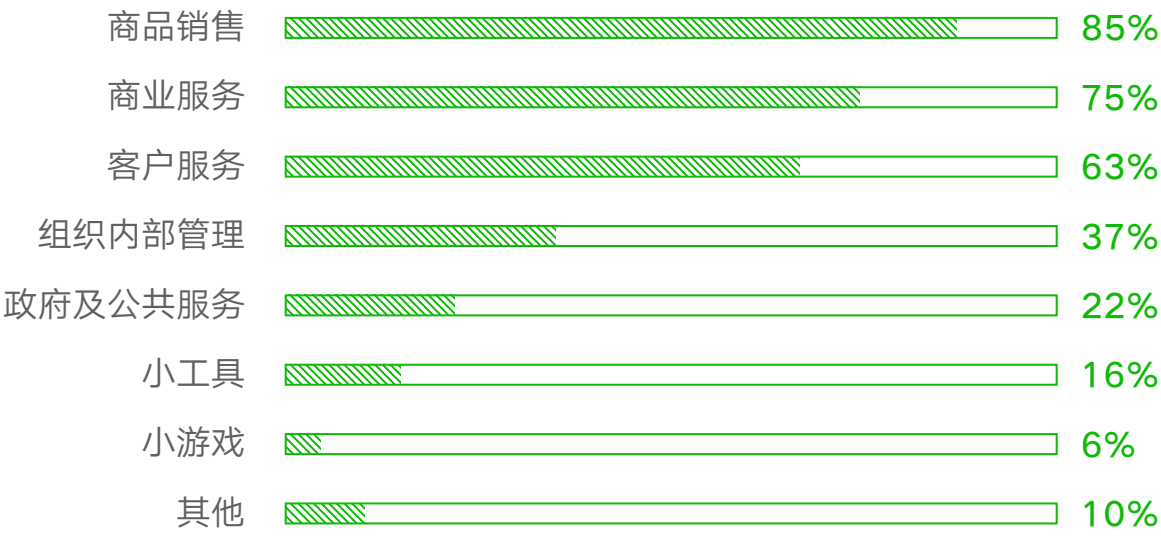
微信成为支持创新创业的数字经济重要载体

（数据来源：中国信通院调查）

微信为创新创业提供了广阔的市场发展空间和可预期的商业价值。在微信小程序生态中，开发者们创造从商业服务、政府公共服务、组织内部管理以及小工具、小游戏等多种多样的类型，承载了创业者的各类创意和创业机会。

微信发布的数据显示，2018年小程序覆盖超过**200个**细分行业，提供了**超1000亿**人次的商业和政务服务，累计创造**5000亿元**的商业价值。根据参与调研的小程序运营者数据显示，主要开发的**商品销售与商业服务类小程序占比均超七成**。

● 小程序各类型开发占比



(数据来源：中国信通院调查)

案例

90后创业者的”小打卡”，零成本开启千万用户之路

“小打卡”是一款时间、效率管理工具，这款小程序目前官网上的数据是：用户达到千万，孕育了数万个高质量的兴趣圈子。而在它从0到10万用户的冷启动道路上，它的产品经理、开发和运营人员都是同一个人——90后创始人徐佳义，营销方面的投入也基本为0。“小打卡”抓住微信的特点，充分借助小程序提供的对话分享、消息通知、微信登录及带参数的二维码等能力。创业者还通过产品优化，把原本更集中在线上的工具场景延伸到线下，用户通过微信扫描海报上二维码，可直接跳转到打卡详情页参与打卡。结合小打卡的二维码打卡和定位打卡，将小打卡更好地带入线下的使用场景中。目前，小打卡小程序已成公司化运营。

## 上线7分钟交易额破100万，个人创业者黎贝卡变身“买买买教主”

2014年10月25日，毕业于暨南大学、曾就职于《南方都市报》的媒体人黎贝卡创办了自己的时尚公众号。因为极具亲和力的文风、恰到好处的好处时尚推荐，她通过持续的创新内容运营吸引了大批粉丝。从2016年开始，黎贝卡和故宫一起推出限量款首饰、耳环、项链等100件饰品，取得20分钟售罄的成绩。2017年，黎贝卡XMINI推出经典三门版MINI YOURS加勒比蓝限量版，全国限量100台，7月21日九点正式出售，4分钟后100台车就全部抢空……

在坚持内容精品化的同时，黎贝卡采取“文章+小程序卡”的方式，给用户更加封闭和完整的购物体验。凡是阅读文章的用户，可以直接在文章中点击“小程序卡”进入购买。

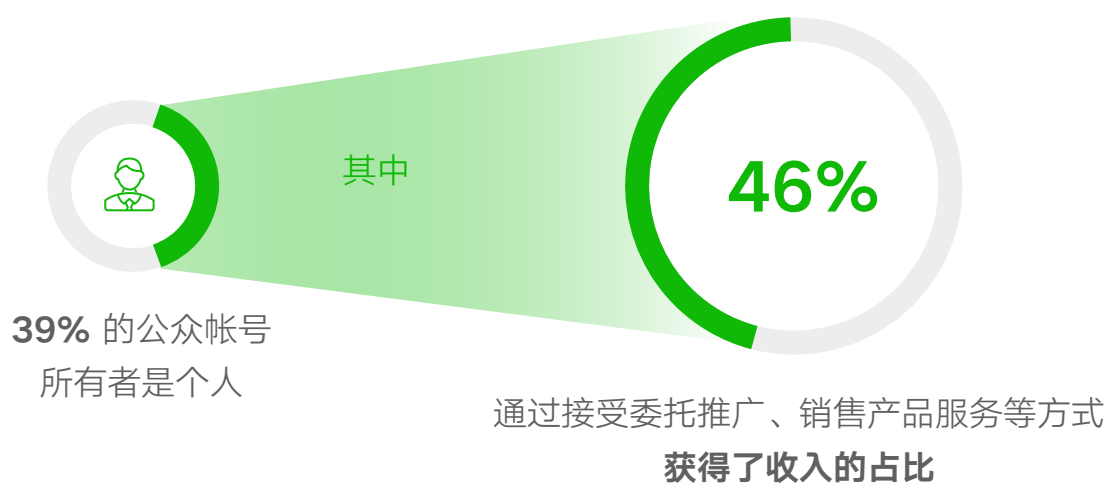
2017年12月19日，黎贝卡的自有品牌小程序晚上10点正式开售，在商品SPU较少的情况下，获得了7分钟交易额突破100万元的好成绩。除此，黎贝卡还通过社群运营，为用户提供深层次服务。比如，用户在小程序中购买完商品，可以在群里进行售后服务，或者提前在群里交流心得，互相推荐小程序卡，将转化缩小到最短路径等。现在，黎贝卡已经建立了多个内容渠道，也不断在尝试用新的方式实现商业价值，并给用户带来关于时尚、生活、美的态度和影响。



### 3 促进就业形态灵活转变，帮扶重点群体

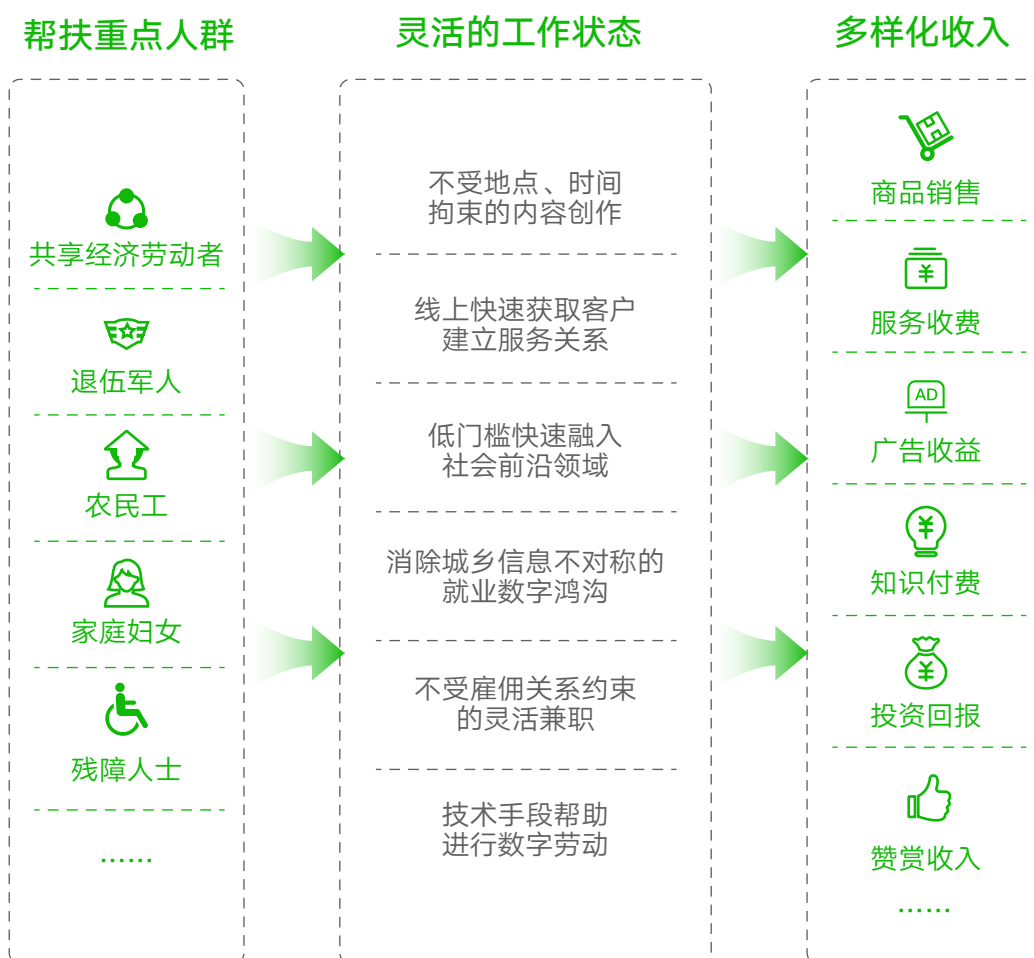
微信通过提供公众号、小程序等互联网的线上就业空间，让人们能够打破由时间、空间造成的信息不对称，使工作变得灵活和自由，并能获得多样化的劳动收入。工作方式方面，按项目工作、短时工作、自由职业等让劳动者时间支配更自由。收入来源方面，商品销售，服务预订，内容付费等方式可以让就业者劳动迅速转化为收入。同时激励视频、插屏广告等新的变现方式，将为就业者提供更丰富的商业支持。

微信灵活的就业方式尤其适合于退役军人、农民工、家庭主妇等重点就业群体，为他们提供了更多的可选择就业机会，提供了从商品销售、服务收费到知识付费等多样化的收入，帮助各类群体找到满意的工作岗位、提升就业质量。



(数据来源：中国信通院调查)

## ● 灵活就业不受限，帮扶重点人群



(来源：中国信通院研究)

### 案例

#### 退役军人投身微信支付服务商，为3000品牌提供服务

武汉头等舱科技股份有限公司创始人任杭原是一位消防退伍军人，多次参与救火救灾任务。退伍后，他先后就职于深圳、武汉两家移动互联网公司，担任运营管理工作。微信支付功能上线后，抓住机遇，任杭和团队小伙伴一起研发微信营销系统和小程序等产品，将微信扫码付款方式引入武汉，迄今已为3000品牌提供服务。凭借对市场的精准预判，越来越多的客户开始接受微信营销，并且主动找上门要服务。目前，任杭的公司在武汉服务于3000多个品牌客户，包括国家电网、中国电信、周大福、美的集团、广发银行、保利地产、谢先生餐厅等知名企业，涵盖吃喝玩乐等消费领域。

## 16岁少年写小程序：代码让世界更精彩

当前，小程序生态已经覆盖了众多行业和线下场景。小程序已经构建起完整的开发环境和开发者生态，随着技术的不断迭代创新，进入小程序生态的技术门槛逐渐降低，“小程序员”的队伍越来越壮大。来自广州市育才中学的16岁高二学生“小生蚝”就是这样一位“小程序员”。

他11岁起学习PHP语言，2017年6月刚开始自学小程序，8月就为母校小学的游泳队开发了一款报名小程序。他说：“能把游泳和小程序变成这两个爱好结合在一起，很有趣，能够帮助到母校的老师同学们，感觉也很开心。”对于未来，“小生蚝”还有许多想法，“希望能够用我的代码把世界变得更精彩。”

而在微信背后还活跃着无数的开发者和创业者，正是他们的创造，让世界一天比一天精彩。

## 在遥远的小村庄，微信支付让打馕也可以打开一个大世界

在遥远的新疆和田地区皮山县阔什塔格镇阔什塔格村，35岁的麦麦提艾力·米吉提是第一个使用微信支付的店家。开通微信支付4个月以来，麦麦提艾力·米吉提的微信收款已经达到7098元，村里、镇里不少年轻人也开始用微信付款了。尝试新事物带来的甜头，麦麦提艾力第一次考虑创业的问题。在工作队的联系下，麦麦提艾力·米吉提到乌鲁木齐和和田学习了当下最流行的玫瑰花馕、核桃馕、芝麻馕的做法。

新产品在村里试吃，大获成功。随着品种的增加，馕的销量也日益见涨，从一天三四十个，增长到七八十个，再增长到150个左右。销量翻了近5倍，馕铺每天的纯利润在800-1000元左右。在工作队的帮助下，他开了新店，招了9名贫困户，每人每月工资1500元，麦麦提艾力·米吉提也直接让他们脱了贫困户的“帽子”。现在这个小公司也有自己的微信群了。他们没有想到，手机还能为自己“安排了工作”。

2018年的8月30日，麦麦提艾力·米吉提带着自己新创的玉米馕，参加了第六届中国—亚欧博览会。他带了1000个玉米馕去乌鲁木齐，他完全没想到的是，由于成本、运费的影响，在乌市售价5元一个的玉米馕竟然大受欢迎，当天全部卖光。随后，他赶紧从家里又快递了4000个玉米馕，依然在两天之内卖光光。

当你真的迈开关键的一步时，会发现，“原来外面的市场这么广阔”。

## 培育第三方生态生长土壤，拓展就业空间

### ① 创业新土壤：微信开放技术和服务能力，产业链合作共赢

微信打通了超过十亿用户与丰富的内容和服务的通道，生态中大量的技术开发、运营维护等服务需求为众多服务商提供了繁荣生长的数字土壤。服务商为微信平台各类运营者提供开发、运营、维护等服务，衍生出众多第三方生态。目前，微信支付生态服务商超过**30000家**，覆盖超**300座**城市，服务数千万家线下门店。微信小程序第三方平台超过**5000个**，服务了众多小微商户。

### ② 微信生态服务商小规模“快跑”

服务商本身也以小微企业为主。微信提供了插件、云开发、小程序助手和物流助手等新的开发工具和能力，帮助开发者快速定制化开发，无需投入大量人力和服务器等资源。微信开放社区将发展成为更成熟的知识分享沟通平台，提升整个平台的技术能力。据调查，微信小程序、微信支付、及企业微信等的第三方服务商大部分员工规模不到50人，以较低成本贡献了大量就业机会。

## ● 微信第三方服务商员工50人以下占比



(数据来源: 中国信通院调查)

## 3 微信助力生态服务商实现增收

成为微信开放生态的第三方服务商,让这些信息技术企业获得了实际的客户和收益。以小程序服务商为例,据调查,41.9%的小程序服务商来自微信相关的开发和运营业务占其总收入的一半以上。未来随着微信生态的继续扩大,内部需求快速增长,服务商的市场空间将进一步扩大。

## 4 第三方服务商对微信生态持续乐观

充满前景的市场空间和实际创造的收入，让微信第三方服务商们能够经营生存业务、成长壮大，贡献稳定增长的就业岗位，普遍充满了乐观的发展预期和满意的经营体验。据调查，在微信小程序、微信支付、企业微信等服务商中，**60%**以上愿意积极部署，未来会投入更多的资源，**45%**愿意向更多组织推荐成为微信服务商。

### ● 微信第三方服务商对于未来部署微信的态度



(数据来源：中国信通院调查)

#### 案例

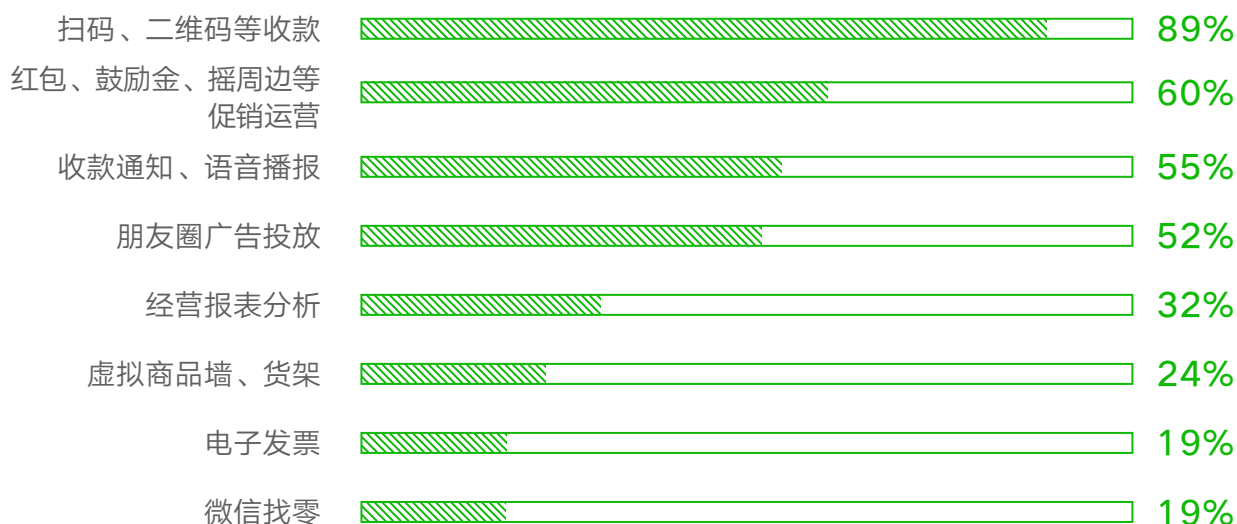
#### 有赞微商城：全行业全场景的电商解决方案

中国有赞有限公司是一家主要从事零售科技服务的企业。目前有面向开发者的“有赞云”PaaS云服务，面向品牌商的有赞推广、有赞分销，面向消费者的有赞精选、有赞微小店等服务。有赞开放平台自2016年1月份开放，在开放的过去三年间，有赞相继发布了App开店、牵手计划、小程序插件等产品或项目。目前接口服务超**150个**行业，接入业务场景超**50个**，注册参与开发者超**5万**，提供接口数量超**1000**，接口服务商家数量超300万，已接入超2000家App，日活跃用户超**2亿**。

## 5 微信生态服务商辐射实体经济转型：新模式推升就业提质扩面

线下零售就业获得提质增效。伴随着互联网与电子商务的快速发展，线下门店积极在新一轮的技术变革中提升自身的优势竞争力，微信互联网+零售的技术手段，可以帮助线下商店建立线上的用户群体，真正的做到用户的精准匹配和用户留存、以及会员管理、大数据等管理手段。微信开放生态的技术服务商，为线下门店开发了包括扫码、二维码等收款，红包、鼓励金、摇周边等促销运营，虚拟商品墙、货架等各类智慧零售方案，极大提升了零售门店的效率和收益，促进了线下零售就业的提质增效。

### ● 微信开放生态零售相关服务商服务类型占比



(数据来源：中国信通院调查)

#### 案例

#### 微盟，六年成长从创业到成功上市

微盟创立于2013年4月，发展6年至今，于2019年1月15日微盟集团在港交所挂牌上市，现有员工超2000人，渠道代理商超1500家，注册商户超270万。微盟是中小企业云端商业及营销解决方案提供商，为公众号、支付、广告、小程序等提供了解决方案和第三方服务。微盟围绕商业云、营销云、销售云打造智慧云端生态体系，通过去中心化的智慧商业解决方案赋能中小企业实现数字化转型。目前发展出了微商城、智慧零售、智慧餐厅、客来店、智慧酒店、智慧休娱、智慧美业、销售推、微站、广告助手等解决方案，帮助客户在智慧零售时代提高运营效率和盈利能力。

## 案例

### 道一：企业微信数字化创新服务商

广东道一信息技术股份有限公司是一家业内领先的云计算公司，致力帮助政府和企业，在智能时代不断提升管理和营运水平，持续数字化创新，让工作更高效。

旗下有面向中小企业的一站式智能办公平台道一云|企微和小程序建站平台道一云|小站，以及面向大型组织的道一云|中台、七巧和党建等行业解决方案。作为第一家接入企业微信的服务商，道一专注于基于微信+企业微信生态构建产业互联网应用，目前已为超过60个行业的40万家组织提供数字化创新服务，并覆盖了超过30%的500强企业。

微信知识付费新模式扩展就业面。基于微信平台产生了与互联网+传统行业的新兴行业，其中基于微信平台的知识付费，已经成为了现在人们获取知识和有价值的咨询平台的重要渠道，据调查，2018年的**68.1%**用户表示通过微信获得了需要的信息和知识。这里不仅诞生了很多知识领袖，同时也诞生了服务于知识领袖的技术团队，将知识要素转化为生产力，拓宽了劳动就业的范围。

## 案例

### 小鹅通，提供350万个知识商品，覆盖用户超过2亿

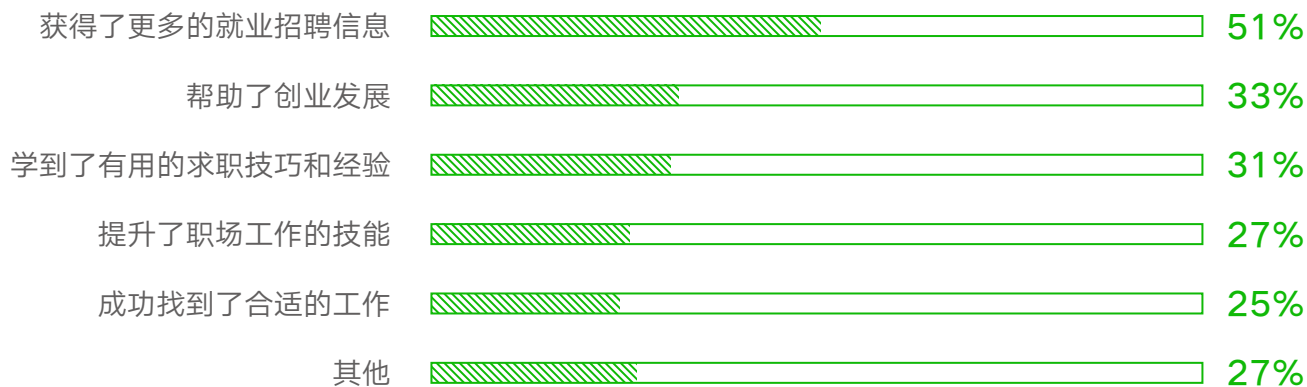
小鹅通的核心业务是为知识付费行业提供技术解决方案，同时孵化出了针对特定场景的解决方案，最后聚合知识领袖和流量者形成了一个联结分发的平台。小鹅通围绕知识付费搭建了一个综合性服务平台。小鹅通目前客户总数已经超过**35万**，累计生产了超过**350万**个知识商品，覆盖用户超过**2亿**人，客户总收益达**22亿元**。在内容分销市场，成交额已经突破**1.68亿元**，覆盖活跃内容方、渠道方超过**10000家**，精品分销课程超过**20000个**，活跃渠道覆盖用户破**8000万**。而小鹅通的目前的员工数仅仅**240人**，这个成立2年的创业公司已经服务了行业里很多的顶尖的知识付费品牌，例如吴晓波、樊登读书等。



## 打造“智力创业时代”新型求职渠道，让求职接洽更便捷

在“智力创业时代”，随着工作地点不再固定，工作时间更加灵活，工作方式更加自由，求职也不再局限于电话、面谈等传统流程。用户可以通过加入求职就业的微信群、朋友圈与工作人脉互动，关注求职就业的公众号，使用求职就业的小程序或者用微信自行创业等方式，充分获取更多的就业信息，快速获得工作机会入口，找到合适的岗位。据调查，约**11%**的用户使用过微信用于求职就业，其中**51%**的用户获得了更多的就业招聘信息，**25%**的用户最终成功找到了合适的工作。

### ● 微信作为求职渠道帮助用户取得的成效占比



（数据来源：中国信通院调查）

## 结语

---



人类社会进入工业时代以来，每一次的技术革命都推动了生产力的大幅提升，引发了产业结构的更新换代，带动了经济的持续发展，也使得就业的形式与内容不断升级。

数字经济的大浪潮下，微信深入工作生活每个角落，构建了整体统一、开放循环、协同进化的生态系统，使得更广泛的人群得以在更广阔的时空中就业，更自由地参与社会化大生产与协作。未来，微信持续开放生态，加强产品技术创新，在“智力创业时代”提供更多元的就业方式，探索数字经济的无限可能，成为数字经济就业的“倍增器”和“稳定器”。

就业是经济发展的风向标，经济增长是稳定就业的根本保障，接下来让我们一起来看看微信在经济社会领域的影响。





## 贰 经济与社会篇

●

微信生态中丰富高效的工具，有力地帮助消费市场提质增效  
进一步激发了居民消费潜力  
推动了公共服务智慧升级  
为用户提供了更加便捷健康的生活方式

●

## 前言

当前，我国进入全面建成小康社会的决胜阶段，国民收入水平的提升扩大了消费新需求，信息网络技术不断突破拓展了消费新渠道，升级居民消费，增进人民福祉，成为了更好满足人民对美好生活向往的重要内容。据测算，到2020年我国数字经济规模将超过**32万亿元**，占GDP比重**35%**，到2030年数字经济占GDP比重将超过**50%**，全面步入数字经济时代。

伴随中国高速行驶的数字经济快车，微信积极推动数字新动能的接续升级、数字生态的发展壮大。2018年，微信及WeChat合并用户规模达到**10.82亿**，公众平台超**2000万**帐号，已上线小程序超过**100万**，企业微信已渗透超过**50个**行业，服务**150万**企业，微信整体拉动信息消费**2402亿元**，在就业、消费、民生、政务等经济社会的各个领域，全面助力中国的高质量发展，并不断向全球拓展，成为一张中国的数字经济名片。

### ● 微信数字新动能助力高质量发展

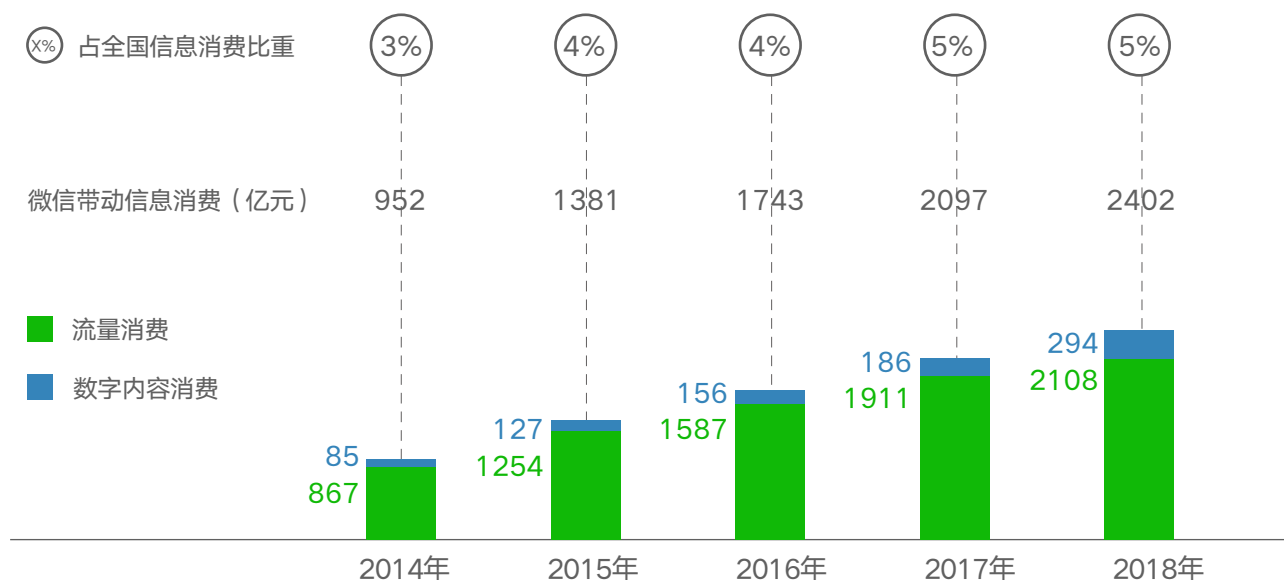


## 1 微信带动信息消费规模持续增长

信息消费是创新最活跃、增长最迅速、辐射最广泛的新兴消费领域之一，对拉动内需、促进就业和引领产业升级发挥着重要作用，已成为新时期提振国民经济、深化供给侧结构性改革、实现高质量发展的关键抓手。2018年我国信息消费的规模超5万亿元，比2017年同比增长11%，占GDP的比重提升至6%。工信部、发改委《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020年）》进一步要求，到2020年信息消费规模达到6万亿元，年均增长11%以上。信息技术在消费领域的带动作用显著增强，拉动相关领域产出达到15万亿元。

八年来，微信数字生态日益完善，从简单的即时通信、好友互动，迅速衍生出各类公众号、小程序、微信支付等支撑的信息产品和信息服务，流量消费保持增长，微信阅读、公众号赞赏、游戏等数字内容消费拓展升级，为增强我国整体信息消费不断增添动力，**自2014年以来保持两位数增长，2018年拉动信息消费达2402亿元，是四年前年的2.5倍，同比增长15%，高出同期全国信息消费增速约4个百分点，占比全国信息消费规模提升到了4.8%，相比2014年增加了约1.4个百分点。**

## ● 微信带动信息消费规模及占比



(数据来源: 中国信通院调查)

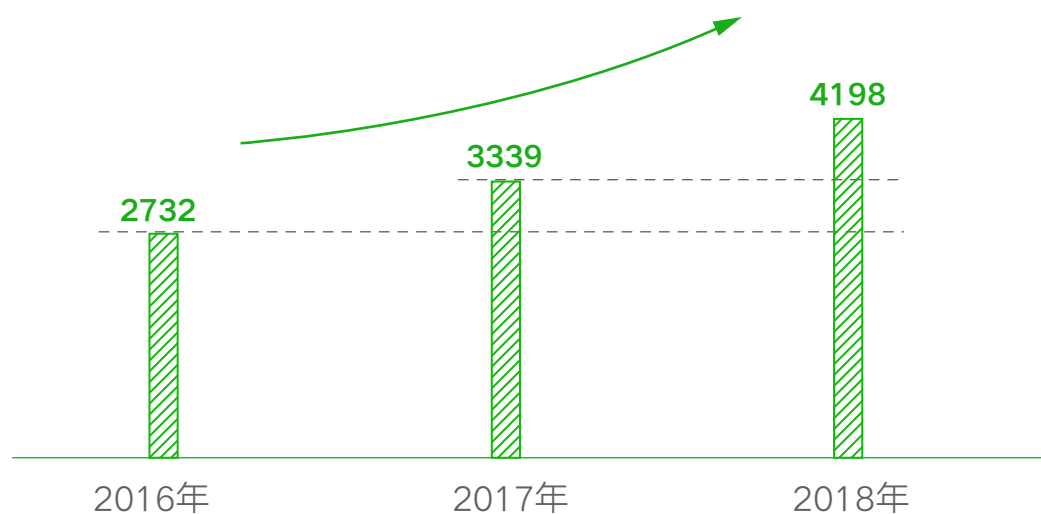
微信积极参与国家实施的“提速降费”行动。腾讯公司与电信运营商紧密进行合作，推出“腾讯大王卡”等流量优惠套餐，针对微信等所有腾讯APP免流量，同时其他流量计费标准为1元/1GB，受到大量通信用户的欢迎，催生了越来越多流量降费模式的出现，使得用户获得低价的流量门槛，帮助信息消费的扩大与升级。**据测算2018年在微信带动的信息消费中，流量消费达2108亿元，同比增长10%，是2014年的2.4倍。**

## 2 微信助力传统消费市场提质增效

随着微信开放生态与各个行业的深度结合，微信在助力传统消费领域的的能力得到显著增强，覆盖了餐饮、购物、交通、居住、医疗、教育及文化娱乐等主要的居民消费场景，促进服务效率提升，降低交易成本，有效改善消费体验，壮大了消费的新增长点，助推传统消费的提质升级。据测算，近两年来微信带动传统消费规模增速在20%以上，2018年达4198亿元，同比增长26%，相比去年提升了4个百分点。

### ● 微信带动传统消费规模

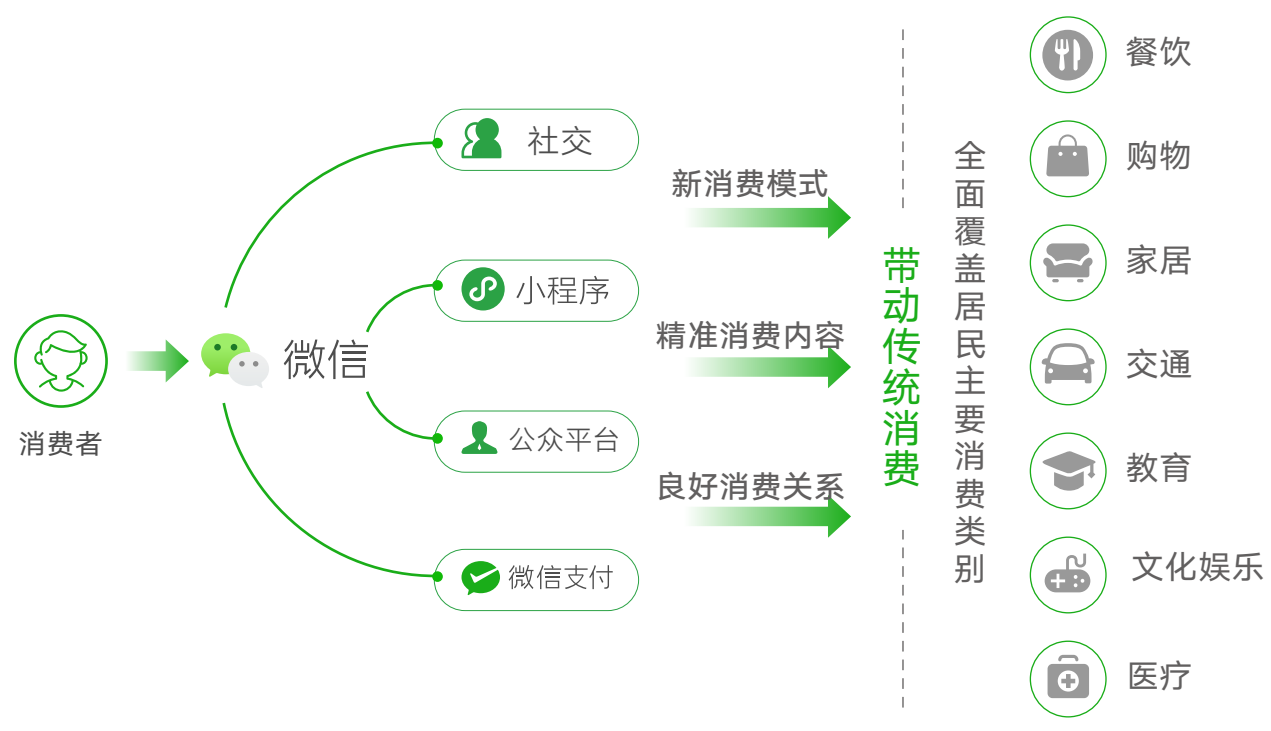
单位：亿元



(数据来源：中国信通院调查)

微信渗透到了人们衣食住行的方方面面，带动的传统消费覆盖了我国居民消费的主要类别，这些微信传统消费，主要通过微信接入的小程序、公众号、微信支付的服务得以实现。传统实体经济的大量商品和服务，借由微信智慧化的工具和手段抵达用户面前，打造了平台型消费、共享经济等新消费模式，有了更加能满足需求的精准消费内容，培育并维系了良好的商家与顾客的消费关系，使得传统消费持续提质扩面。

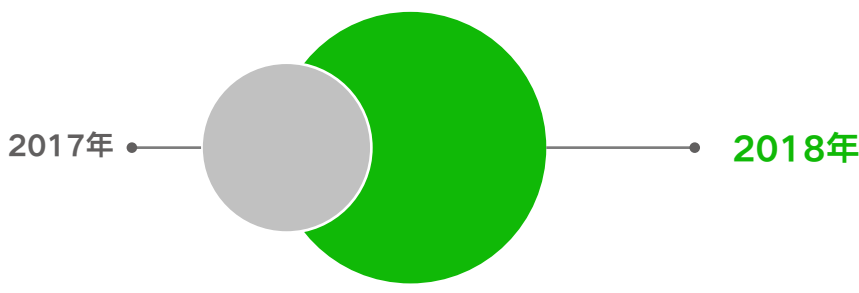
● 微信带动传统消费提质扩面 -----



(来源：中国信通院研究)



在微信带动的传统消费中，餐饮消费的占比达到了20%，成为了人们最多通过微信消费的类别之一。微信着力打造的“智慧餐厅”给众多餐饮店主和顾客带来了互联网+就餐体验。和传统就餐相比，顾客首先可与通过微信公众号、小程序等进行取号，查看叫号等情况，高效利用时间；到店落座能自助点餐，下单后直接同步至后厨；就餐完成后直接微信结账，还能开电子发票、享受会员、优惠等，全流程通过微信完成一次就餐的所有服务。



2018年每个月使用微信吃饭买单的食客相比去年  
**增加了1.7倍**

(数据来源：腾讯)

微信还是人们进行购物消费的重要通道。微信借助移动智能终端的普及，以移动社交构建了崭新多元的消费者互动模式，极大提升了零售购物体验。据统计，微信的移动社交化零售购物模式，**使得销售终端对消费者的服务能力提升9到10倍，有效互动顾客数量提升1.5到2倍，商家与消费者的沟通频率提升3到4倍，单次平均的互动时长增加2到3倍。**

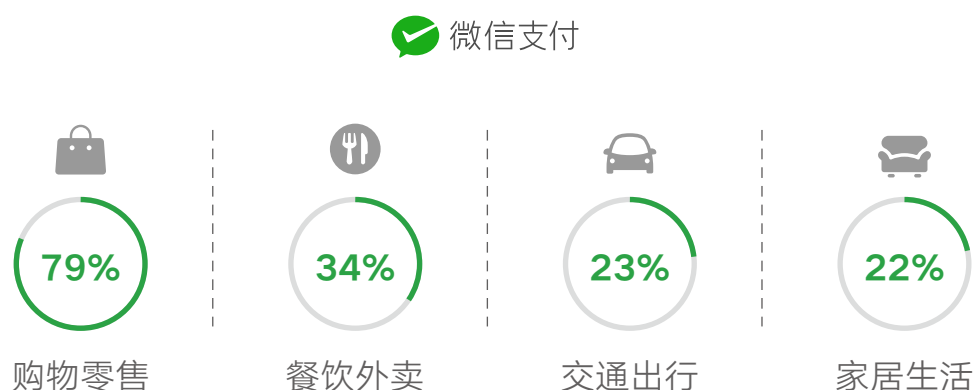
### 3 微信支付助力创造消费便利，提升整体服务效率

非现金支付是人们进行消费的重要手段，间接地促进一系列消费快速、便捷地实现。发达国家的居民高度依赖信用卡等非现金手段进行消费，美国非现金交易占消费交易规模的92%，北欧国家超96%，其中瑞典的无现金率已达98%。中国则以发达的移动支付为特色，据中国人民银行统计，2018年第三季度银行业金融机构共处理移动支付业务约170亿笔，金额约65万亿元，同比分别增长74%和33%。

微信支付作为我国用户最常使用的移动支付工具之一，是现金支付的有力补充，为人民群众的消费创造了极大便利，带来了全新的消费体验。

据调查，用户在购物零售场景中使用微信支付的比例最高达79%，其次是餐饮外卖、交通出行、家居生活三类场景分别达34%、23%和22%，此外用户还在教育文化、医疗健康和金融理财等多种场景中通过微信支付进行消费。2018年，微信支付的绑卡用户已高达8亿，“中国人出门不带钱包”成为让国外媒体惊叹的中国特色。

#### ● 微信支付在各场景中的使用占比情况



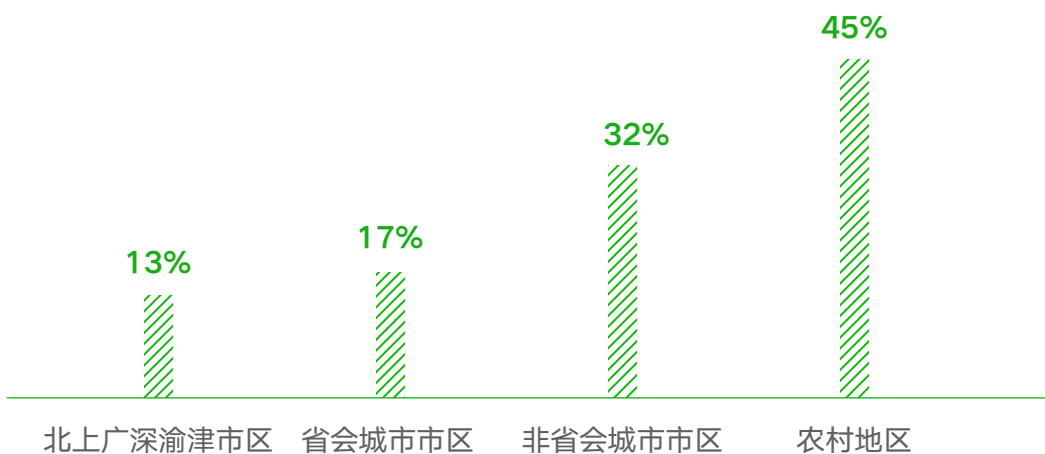
（数据来源：中国信通院调查）

此外，人们通过微信支付收发红包，已成为逢年过节的数字新习俗，微信还推出了红包定制封面、拜年红包、表情红包等多种形式，把抢红包这一春节国民活动变得妙趣横生。2019年春节除夕到初五，8.23亿微信用户收发微信红包，同比增长7.12%。带有定制封面的特色红包被拆开了近2.5亿次，同时，企业微信也推出了企业定制红包，仅在一周之内，就有包括26000家企业为其2000万员工的特别定制和境外消费送出的当地特色封面。

#### 4 推进惠及更广大人群，农村地区成为新晋移动支付群体

微信支付带来的消费体验提升，并非只发生在一二三线城市，而是更多普及了更下沉的城市和广大农村，高达45%的微信支付商户分布在农村地区，意味着广大农村地区的消费人群也能享受到现代化的移动支付手段，弥补了农村人口难以普及银行卡进行消费的城乡差距。

##### ● 微信支付商户的地域分布情况



(数据来源：中国信通院调查)

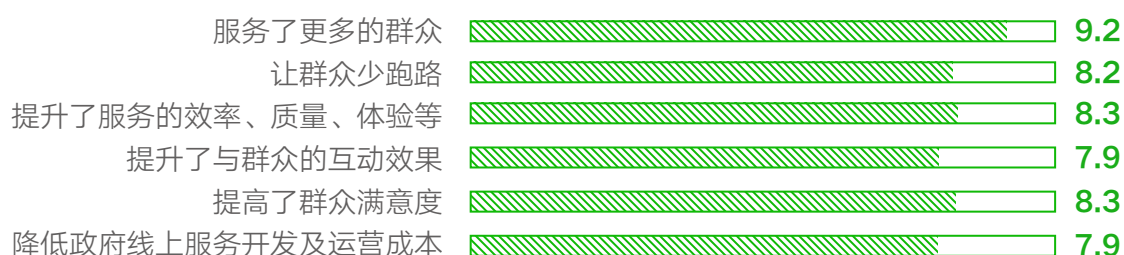
## 高效助力政府与群众互动

十九大报告指出，要“转变政府职能，深化简政放权，创新监管方式，增强政府公信力和执行力，建设人民满意的服务型政府”。

微信良好的面向用户的基础，具备公众号、小程序等智慧服务，为政府推进“放管服”改革提供帮助，是政务服务向“两微（微信、微博）一端（新闻客户端）”等延伸拓展的重要内容。通过微信，政府可以直接打通为人民服务的数字渠道。微信公众号可以迅速发布政策通知，引导信息传播。据调查，**73%**的政府用户认为微信公众号加强了政策宣传，**61%**认为公众号可以及时引导舆论，应对突发事件。微信小程序则进一步丰富了线上功能，拓展网上办事广度和深度，缩短网上办事链条，实现从网上咨询、网上申报到网上预审、网上办理、网上反馈“应上尽上、全程在线”，提高政府服务事项的网上可办率。人们可通过小程序完成社保、公积金、证件办理、监督举报、税务服务、法院诉讼及公证申办、出入境查询办理以及行政缴费等一系列的服务，努力让群众办事从“只跑一次”到“一次都不跑”。2018年以来，如“国务院客户端”小程序、“国务院大督查”、“粤省事”、“浙江微法院”等一批新型政府服务小程序，得到了广大人民群众的喜悦与支持。

**2018年有超过3万个政务小程序为微信用户提供服务，同比增长了一倍，服务9亿多人。据调查，政府部门通过使用小程序服务了更多的群众、切实地让群众少跑了路，对小程序取得的各项实效，给出了平均8.3的满意高分（10分满分）。**

## ● 政府部门对采用微信小程序的效果评价（0~10打分） -----



（数据来源：中国信通院调查）

**微信能有效拉近人民群众与政府部门之间的距离，提升政府与群众的互动效果。**

微信助力政府在更大范围、更加充分的倾听民意、汇聚民智，在政府和老百姓之间架起了高效沟通的桥梁，增强人民的获得感，更加及时、精准的将政策传递到社会经济的每个细枝末梢。

### 案例

#### 大督查开通小程序，民意传达更顺

2018年7月10日至9月10日，国务院办公厅开展“我为大督查提建议”活动，面向社会公开征集政策措施不落实、政府管理服务不到位、有关部门和单位不作为、慢作为和乱作为等问题线索以及相关意见建议。在这次征集活动中，首次开通了微信小程序。“我为大督查提建议”活动广泛开辟意见渠道，实现线上线下全覆盖、无缝隙，尽最大可能方便民众，充分体现了“开门搞督查”的热情和诚意。采用了微信小程序，让民众的表达更方便，也具有极强的互动性。大督查小程序有六大主题，用户可以选择感兴趣的话题，填写个人信息并留言，对大督查问题提供意见和建议，快速便捷反映问题，采用更加全面的表达手段，文字、图表和视频等传递无障碍。

**微信让群众少跑路，让信息多跑路。**“一网通办”对于传统政府部门是不小的难题，涉及的信息化建设一般时间长、投入多，小程序的引入，则为解决这个问题提供了有效途径。小程序可以作为一个天然的服务窗口，整合各类政府服务，将要跑多个部门的服务打通，让数据和信息共享，集约办事、减少材料。

#### 案例

#### 数字广东“粤省事”，可办政务服务事项超过500余项

2018年5月，广东“数字政府”改革建设的阶段性成果、全国首个集成民生服务微信小程序“粤省事”及同名公众号正式上线发布，发布当天点击量即突破1000万。

截止2月28日，“粤省事”小程序实名用户累计771.1万；公众号关注量累计199.7万。累计上线536项服务（查询类190项，办理类346项）以及身份证、居住证、驾驶证、行驶证、出入境证件、残疾人证和出生证53种个人类电子证照（含6种电子凭证），其中464项实现“零跑动”，72项“最多跑一次”；累计业务量8564万笔。日均页面访问量（PV值）678万次。“粤省事”作为全国首个集成民生服务微信小程序，通过“实人+实名”身份认证核验，无需重复注册，即可通办所有上线民生服务，还为残疾人、外来务工人员、老年人等特殊群体提供贴身服务。“粤省事”通过微信小程序，统一入口单点登录，将分布在各个业务部门的民生服务通过数据开放共享和流程再造统一管理起来，关注即可随时随地一键通办，并附带到期提醒、办结通知、评议、投诉、咨询、政策解读等全方位信息服务，让服务指尖触达，打造了数字中国的广东样本。

**将微信嵌入政府服务，以互联网的方式提升服务效率、质量和体验。**对于一些流程复杂的、内容专业而又服务量大的政府服务，比如法律诉讼，面临人民群众麻烦、政府员工劳累的双重压力，引入互联网化的手段，不仅能方便群众，还能推动政府相关体制机制的改革，提升服务的效率和质量，打造了互联网+政务的体验。

#### 案例

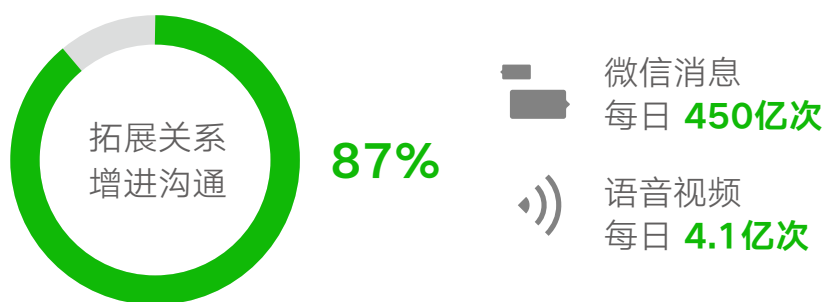
##### 小程序里跑遍全省法院，浙江微法院集群小程序

浙江省高级人民法院在2018年2月推出了全国首个法院集群小程序“浙江微法院”。当事人可利用微信小程序，直接进行浙江全省三级法院的民事、行政案件立案、开庭、调解和执行立案等，享受一站式、便捷化、智慧型的移动服务体系，让公平正义“触手可及”。在案件处理过程中，当事人与法官无需添加好友，依托人脸识别和语音识别技术进行身份认证，为用户提供足不出户打官司的平台，为法官提供高效办案的辅助工具，并且通过数据全程留痕保障司法公正。浙江微法院集群小程序的推出不仅是一项技术创新，也是司法治理机制的创新。

## 1 朋友圈越来越热闹

微信已融入大众的日常生活，陪伴人们的每一天。2018年微信月活用户达到10.82亿，55岁以上活跃用户达到了6300万，每天有超过450亿的微信消息被发送，同比增长18%，超4.1亿次语音视频呼叫成功，同比增长100%，用户人均的通讯录好友数相比三年前多了110%。据调查，87%的用户认为微信拓展了人际关系，增进了亲朋好友间的沟通。不同人的微信成就了不同人的生活方式：00后爱吃甜品，90后起床最晚，80后充满正能量、关注国家大事，70后最爱刷朋友圈，55岁以上用户则关注养生健康，经常与子女进行视频通话。

### ● 微信增进了人们的沟通交流



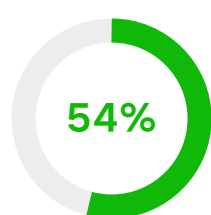
(数据来源：腾讯)



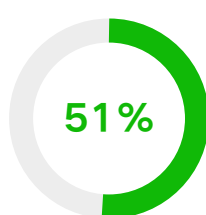
## 2 微信成为展现与提升自我的平台

微信公众号为人们提供了展示和表达自我的舞台。在接受调研的人群中，2018年超过半成的个人用户凭借公众号打造了个人影响力、分享自我体验、获得粉丝、认识新朋友、拓展了交际圈，积极促进了社会文化的创造与传播。

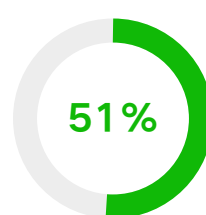
### ● 个人用户通过微信公众号获得的提升和帮助



打造个人影响力



分享自我体验



获得粉丝，结识新朋友

(数据来源：中国信通院调查)

“读万卷书，行万里路”，微信还是不少用户锻炼身心的小帮手。微信读书帮助用户打开了阅读的社交渠道，以好友推荐、分享和排名等形式鼓励开卷有益。2018年国庆期间，微信读书所有用户共阅读1987万小时，相当于2200多年时长。2019年春节除夕到初五，微信读书全体用户共阅读1510万个小时，其中“90后”成为阅读时间最长的群体。除阅读外，微信运动继续扮演着人们每日健步走、“刷步数”的健身小工具。2019年春节除夕到初五，微信全体用户共走出了9.63万亿步，同比增长50%，相当于走完地球12万圈。**据调查，2018年47.6%的用户认为微信促进了身体和精神上的健康。**

### 3 让大家献爱心公开透明又方便

微信作为社会各界的连接器，是捐助和公益的天然良好平台。微信中的腾讯公益提供各类扶贫、救助、环保公益项目，此外还有众多组织和个人通过微信朋友圈、公众号、小程序等发起公益，快速传播社会爱心。

据调查，2018年40%的用户曾通过微信进行过捐助和公益，其中60%的用户认为微信提供了丰富的公益捐助项目和对象。

#### ● 用户对微信公益好处的评价占比

提供了丰富的公益对象选择

60%

个人能发起公益捐助

49%

提供直接便捷的捐助渠道

39%

公益捐助能快速分享传播

36%

捐助项目真实透明可监督

33%

（数据来源：中国信通院调查）

---

微信积极打击谣言等有害信息，守护清朗的网络空间。微信公众平台通过设立“辟谣中心”，引入包括国家食药监系统、中央级媒体、网信中国系列账号等超过800个第三方权威机构进行联合辟谣。同时，微信团队还发布了“微信辟谣助手”小程序，邀请用户进行谣言查证，用户阅读或分享过的文章，一旦被鉴定为谣言，将收到提醒，一方面阻断了谣言的传播，另一方面，也对传播谣言的用户进行正面引导。**截至2018年底，“微信辟谣助手”小程序累计辟谣文章超120万篇，日均科普数超40万次，绝不让互联网成为传播有害信息、造谣生事的平台。**

没有网络安全就没有国家安全，微信还致力于保障数据和网络安全，履行社会责任。微信及腾讯通过自研的安全监测体系，为业务的安全运行持续保驾护航，还建立了Tencent Blade Team等数个安全团队积极探索和保障互联网的前沿安全问题，在打击黑客、网络黑产和诈骗团伙领域，与公检法保持密切联动，目前已经实现黑产全链条精准打击，成为全社会保护用户财产与信息的安全屏障。

## 结语

---



当前数字经济正进入全面渗透、跨界融合、加速创新和引领发展的新阶段。微信以万物互联、创新开放的平台形式融入经济社会的各领域，持续拉动信息消费，带动传统消费，为中国以及世界的数字化发展贡献价值。微信生态为用户提供了便捷高效的公共服务和健康的生活方式，从而让用户有更多的获得感。

微信逐渐成为各行各业转型升级的工具箱。微信依托完善的数字生态共同体，与制造、餐饮、零售、交通、金融等重点产业深度融合，提升运营效率，降低运营成本，协助产业转型升级。

接下来让我们一起来看看这一年微信对产业带来的影响。





## 叁 产业篇

●

微信紧抓自主核心技术研发，为产业转型升级提供“工具箱”  
深耕产业互联网，服务中小微企业  
为实体经济高质量发展做出贡献

●

## 前言

我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，当前正处于大有可为的重要战略机遇期，特别是互联网、大数据、云计算、人工智能等新一轮技术与实体经济的融合程度不断加深，日益成为高质量发展的关键支撑和重要力量。

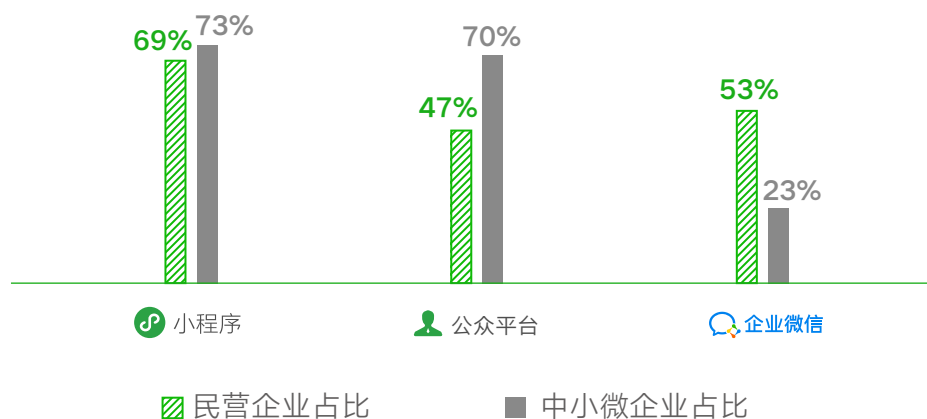
推动产业发展离不开持续的技术创新。微信紧紧抓住核心技术自主创新这个“牛鼻子”，并重视知识产权的保护，加强技术研发和专利申请。截至2018年11月，腾讯在全球主要国家的专利申请数量已超过25000件，授权数量超过8000件。专利申请数量在中国互联网公司中位居第一，在全球互联网公司中排名第二。腾讯陆续建立了人工智能、量子机器人等多个实验室，在AI领域支持和维护开源创新，发布开源项目共计52个，其中微信开源项目22个。腾讯还在不断推动互联网电子支付的快速发展，在全球共申请150余件支付红包专利，授权超过80余件。在2018年第五届世界互联网大会上，微信小程序首次获选“世界互联网领先科技成果”，成为真正惠及中国普通程序员的一项创新技术，也成为中国的创新名片。

技术发展最终反映在产业的进步上。微信依托完善的数字生态共同体，与制造、餐饮、零售、交通、金融等各个产业深度融合，提升运营效率，降低运营成本，协助产业转型升级。让我们一起看看这一年微信对产业带来的影响。

习近平总书记在民营企业座谈会上的重要讲话中指出，民营经济是社会主义市场经济发展的重要成果，是推动社会主义市场经济发展的重要力量，是推进供给侧结构性改革、推动高质量发展、建设现代化经济体系的重要主体。截至2017年底，我国民营企业数量超过2700万家，个体工商户超过6500万户，注册资本超过165万亿元，贡献了50%以上的税收，60%以上的国内生产总值，70%以上的技术创新成果，80%以上的城镇劳动就业和90%以上的企业数量。

民营企业和中小企业由于受生产要素、资金成本、市场空间等客观因素限制，在企业信息化上十分需要低门槛、高效率的互联网工具的帮助和支持，而微信正是协助广大民营企业以及中小企业实现数字化发展的重要帮手。据调查，在小程序、公众平台和企业微信的所有者主体中，分别有69%、47%和53%的组织是民营企业，分别有73%、70%和23%是营业额500万及以下的中小微企业。微信正以服务民营经济和中小企业为主体，支持他们的数字化道路，帮助他们持续吸纳就业、提振消费、促进经济社会发展。

#### ● 微信各主体中民营企业和中小微企业占比

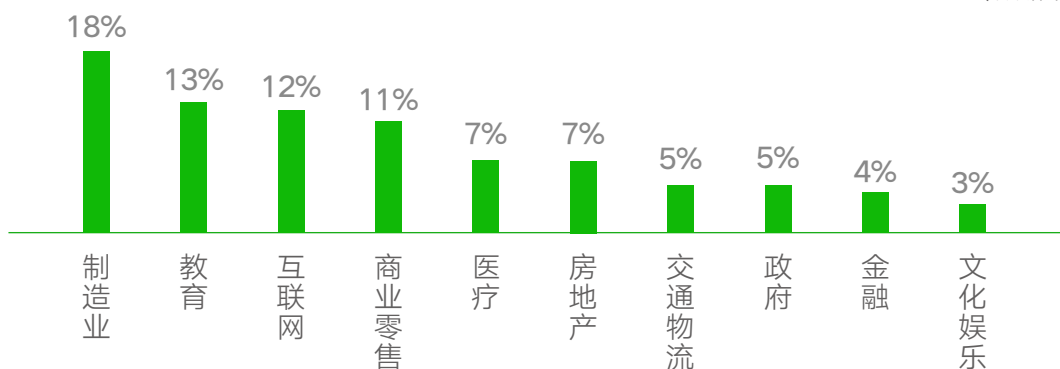


(数据来源：中国信通院调查、腾讯)

微信扎根消费互联网，积极拥抱产业互联网。智能制造是落实我国制造强国战略的重要举措，对重塑我国制造业竞争新优势具有重要意义。企业微信作为实现智能制造的重要工具，得到了制造业的广泛应用。据调查，在企业微信覆盖的十多个主要行业领域中，制造业用户占比最高，达到18%，明显高于教育业、零售业以及IT / 互联网业等其他行业，反映出企业微信为制造业信息化、智慧化带来了切实的效益，满足了工业互联网等信息需求，得到了制造企业的欢迎。

#### ● 企业微信用户的TOP10行业领域分布

(数据来源：腾讯)



#### 案例

##### 玉柴集团让每台机器会说话

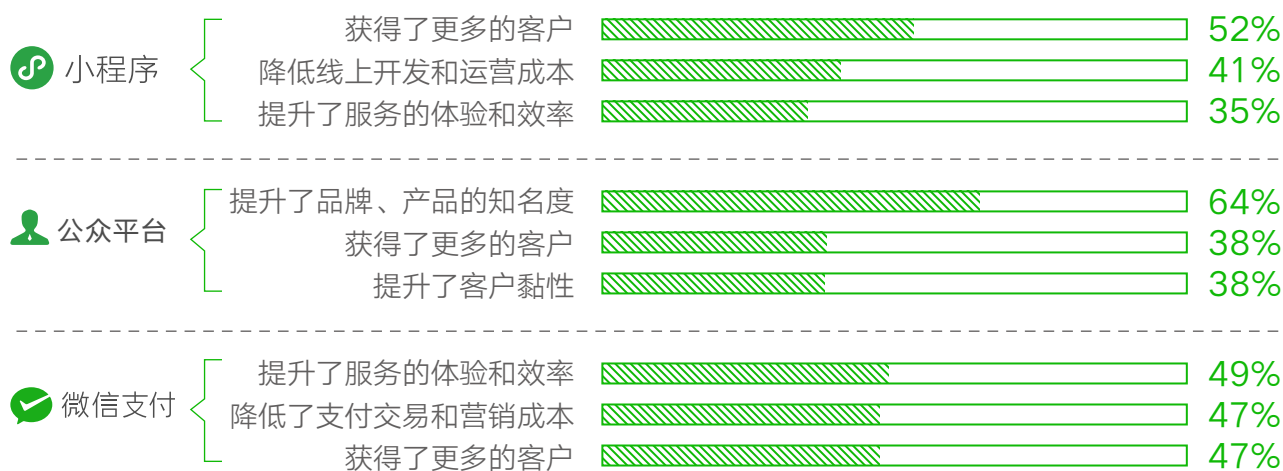
广西玉柴机器集团把公司9000多套设备和8000多人连接在企业微信里，解决了管理落后、效率低下的问题。玉柴把旗下各个子公司等多条产业链员工无缝对接到企业微信上，集团的2万名员工都能直接互相交流并移动办公，还借助企业微信，在每个设备上贴了一个包含设备信息、位置的二维码，员工扫码就可用文字、语音描述故障，并拍照提交维修工单，把维修时长从半小时缩短到两三分钟。玉柴集团又自行开发了近十个应用，包括客户关系管理、员工考勤、项目进度管理等。按照玉柴集团的计划，在2020年前完成数字化应用部署，而企业微信扮演的是核心系统的角色，把公司所有核心系统的应用都“搬”上企业微信。



服务业是国民经济的重要组成部分，加快服务业创新发展、增强服务经济发展新动能，关系人民福祉增进，是更好满足人民日益增长需求、深入推进供给侧结构性改革的重要内容。我国服务业发展正站在新的历史起点上，2011年成为吸纳就业最多的产业，2012年增加值超过第二产业，2018年增加值占国内生产总值（GDP）比重达52.2%。

微信立足于数字经济服务人民，促进服务业数字化智能化发展，形成了新型的服务经济。据调查，小程序主体中属于服务业的占比高达94%，公众平台主体服务业占比88%，微信支付商户所属服务业占比86%。微信在高度普及的同时也为服务业取得了相应智慧成效：52%的企业认为小程序帮助他们获得了更多的客户，64%的企业最满意公众平台提升了品牌与产品的知名度，49%的微信支付商户最满意提升了服务的体验和效率。从感知来看，50.6%的用户认为通过微信获得了满意的企业、品牌、会员等服务。

#### ● 企业通过微信取得的成效及占比



（数据来源：中国信通院调查）

在服务业中，微信深入餐饮、零售、交通、金融等行业场景，结合自身特点和行业需求，打造了一系列解决方案，促进了各行业的数字化转型升级。

## 1 数字化工具助力餐饮行业智慧经营

微信着力打造的“智慧餐厅”给众多餐饮店主和顾客带来了互联网+就餐体验。和传统就餐相比，顾客首先可与通过微信公众号、小程序等进行取号，查看叫号等情况，高效利用时间；到店落座能自助点餐，下单后直接同步至后厨；就餐完成后直接微信结账，还能开电子发票、享受会员服务、领取优惠和用餐后评价等；全流程通过微信完成一次就餐的所有服务。根据微信官方统计，2018年月均使用微信“智慧餐厅”的餐饮顾客比2017年增加了1.7倍。

### 案例

#### 让喜茶不排队，他们选择做了一个小程序

在喜茶门店门口，这是最常见的情况：十几、二十岁的年轻人，他们刷着手机、玩着自拍，通常排一两个，甚至是三四个小时的队等待一杯他们想喝的喜茶。通常他们也很爱社交，拿到成品后，总是不忘找到最佳角度拍一张，拿到朋友圈晒一晒。虽然消费者是认可产品才愿意排队的，但“排队”却越来越成为消费者体验的最大障碍。

2018年5月，喜茶正式推出小程序“喜茶GO”，值得注意的是：门店的外玻璃上贴了一张小程序码，三个月多后，用户数量就已超过百万了，复购率提升了两倍。用户来到门店，就能看到门口玻璃上的小程序二维码，并标注提醒：提前下单，无需排队。消费者扫码后，就可以就近选择门店和相应的产品和规格，支付即可完成点单，订单结算页面会提示大致等待时间，同时也可以预约自取时间，时间精确到15分钟。

喜茶同样选择用“小程序”来贯穿整个公司的运作管理体系，方式是用小程序和企业微信、企业管理系统打通。这样，小程序作为用户端抓取用户数据，而管理端负责内部角色协同效率提升，同时运算积累数据，再把这些数据体现到产品和服务上，从而提供更好的服务用户。

由于用户在使用小程序时，可授权运营方获取用户画像，喜茶仅用了两个月，就计算分析出自己具体的目标用户群和复购率等精细化数据。与此同时，通过数据平台，喜茶还根据用户点单的详情，能分析出用户喜欢的口味。公司可以随时抓取这些经营数据，并根据门店销售特点，随时调整销售策略，帮助企业提升决策效率，并减少浪费。

“喜茶GO”不仅仅是一款“小程序”，它是用数字化、信息化的手段，帮助喜茶打造新式茶饮业态的数字化引擎，同时带给消费者科技感十足的茶体验。

## 2 从“入口”到“触点”，助力零售行业贴近用户

数字化潮流早已进入各个行业。过去一年，零售行业在数字化进程中也做了很多尝试，并取得了一些成果。根据微信官方发布的数据，**2018年，在零售范围内，以超市为主的售卖生鲜类小程序已累计服务2亿人，相当于一年内开出了1500家虚拟超市。**微信借助移动智能终端的普及，以移动社交构建了崭新多元的消费者互动模式，极大提升了零售购物体验，据统计，微信的移动社交化零售购物模式，使得销售终端对消费者的服务能力提升9到10倍，有效互动顾客数量提升1.5到2倍，商家与消费者的沟通频率提升3到4倍，单次平均的互动时长增加2到3倍。

零售行业的发展是不断贴近用户、连接用户的过程，腾讯通过自身的互联网能力和商业工具，从用户、数据、连接三个维度与零售行业结合，为零售商找到解决现有问题的策略。用户层面，为零售商开辟新的获客和流量来源，帮助不同的零售企业真正建立起自己私有的流量池；数据层面，借助互联网技术与工具，打通由用户手机号、会员账号与电商账号等形成的数据，帮助零售商逐步建立数字化运营的能力，发挥数据的能效；连接层面，融通线上线下，提升与用户沟通时长和频次，形成一体化的消费体验，创造个性化体验和新的购物场景。

从腾讯智慧零售过去一年的实践来看，扫码购、线上商城、人脸识别、免密支付、售后服务、配送追踪等诸多产品和服务已经通过微信实现。尤其是具备线上线下链接的能力的小程序，已成为实体产业创新的利器。零售行业数字化趋势是不可逆转的，但不管怎么演进，零售的本质都没有改变。目前，腾讯在智慧零售领取所做的一切，也都是凭借腾讯长久以来在消费端积累的经验和资源，通过工具、开放和合作的态度，打通了线上和线下，最大化发掘存量价值，持续繁荣线下商业。

## 案例

### 永辉用互联网重构人货场和向行业输送“零售”科技力

作为中国传统连锁超市中第一个“杀入”智慧零售的企业，永辉在线上线下融合的全新的零售场景中不断创新和尝试，抢先推出扫码购、小程序等新应用和技术，重构“人货场”，被业界视为商超智慧零售的标杆。

目前，永辉的线下门店已经全面实现了扫码购、微信支付，永辉小程序也在不断渗透。用户可以通过小程序定位所在门店的位置，直接扫描商品条形码，随时买单免去排队。据悉，永辉线上数字化用户达1400万，超级物种的数字化会员占比超过80%。

永辉还自建到家业务布局卫星仓模式，通过线上线下用户导流、小程序产品能力搭建提升、微信社群运营、公众号运营、效果广告投放等智慧零售能力推进到家业务快速发展。据统计，永辉到家小程序现已累计服务超1000万人，月复购达4次。

## 案例

### 智慧零售助力绫致集团线下、线上两大场景的效率和体验升级

进入国内市场20多年来，绫致集团一直以覆盖众多客群的多品牌策略，结合密集遍布全国的直营门店，为核心业务模式。线下直营门店作为绫致集团最主要的经营模式，如今面临租金和人员成本逐年增长，而获客却变得越来越难的问题。

WeMall平台搭建于微信小程序上，内含活动、软文、推荐搭配图文等工具，以及个人业绩查询的CRM信息。WeMall的价值在于，它能够将绫致自有的全渠道流量进行整合，为线上商城和线下门店引流，配合创新的零售导购功能，实现多渠道流量变现。

自上线以来，绫致搭建顾客营销小程序WeMall，实现个人最高30%的销售增额。对公司而言，WeMall小程序电商在2个月内销售提升了20%-30%。整体来看，其中有85%的销售来自导购的朋友圈推广，15%的销售来自跨地区购买，11%的销售来自闭店时间。

绫致集团的公众号粉丝沉淀，能够直接成为给小程序引流的数字资产，以JACK&JONES为例，其公众号有近146万的粉丝，小程序有近156万的用户，公众号跟小程序无缝连接，有80%的公众号粉丝转化为小程序的用户。

### 3 推进交通出行全面数字化

作为国民社交中必不可少的工具，微信可以发挥其强大的连接能力和产品能力，以小程序、微信支付为基础，覆盖从乘客日常出行购票到私人定制特色服务，能提供全套的智慧交通解决方案。对于微信支付来说，能够获取的绝对不仅仅是纯位移数据，而是与交通出行紧密关联、具有更强省份识别能力的**数据**。通过大数据等技术，将孤立的人流、车流数据，转为可视化、可分析的信息流，帮助相关运营者建立多元化经营的模式，同时还能够为挖掘交通相关业务与周边商业服务的有机结合提供数据基础。

在过去的2018年，微信智慧交通发展迅速，已覆盖全国各地区，成为继智慧零售、智慧餐饮之后，微信支付的第三大板块。在公交地铁方面，**微信支付覆盖134个城市，支持7564条公交（或地铁）线路，每个月使用微信搭乘公交地铁的乘客比2017年增加了4.7倍。在高速公路方面，与2017年相较，2018年每个月使用微信高速出行的人数增加了6.3倍，每个月使用微信搭乘公交地铁的乘客同比增加了4.7倍。近两年来，小程序在最合适的出行场景以最高的效率提供了用户最需要的服务，促进交通行业交易增长14倍，月存留超过54%。**

在交通行业的数字化管理方面，微信将会从三个方面着手。一是将出行信息全面电子化（车票、发票等），二是将客流、车流变为可视化的信息流，三是对用户实名化管理。多元化运营方面，微信则是从广告精准投放，实现周边服务推荐、打通异业合作，进行交通支付领域的增值服务探索等方向发力。

### 广州羊城通：从“一卡通”到“城市通”， 用小程序实现交通电子支付3.0的构建

自2003年7月，羊城通一直致力于为市民和客户提供方便快捷的电子支付服务，全面覆盖广州市内所有公共交通应用。2018年，羊城通与微信小程序合作推出羊城通乘车码，实现了乘客用户化和用户在线化，并以乘车码为基础推出电子车票，建立由用户自动选择的公交社群，让用户参与公交的运营和管理的同时，享受更好的服务。

此外，羊城通还实现了交通出行的票证化和电商化，同时将公交线路与沿线的商店、酒店连接，使所有的公交线路出行与生活服务关联起来。截至目前，已有1500万用户使用羊城通乘车码，每天交易达100万笔，并享受着羊城通的“智慧服务”。

### 云南一分钟，这个“无感”体验惊艳全国

一分钟，在云南省每条高速的每个收费站都可以通过30辆车。

作为中国西南边陲省份，云南地形复杂，高山江河阻隔。交通，是云南人生存发展的关键性因素，而在云南发展交通，又比其他平原地区难度更大。

高速公路发展起来之后，从客运旅游，到货物通行，云南人都十分倚赖高速公路出行，这也让“公路堵”成为了云南人的“心头堵”。一到旅游旺季、下雨天气、节假日返乡，总有大片车流堵在收费站口。停车找零、取卡还卡、ETC充值……种种不起眼的小原因，都可能造成大堵车。

2018年10月30日，全国首创的“ETC+无感支付”在云南省全境高速上线。截至目前，已有19.5万用户绑定，累计访问次数932万次，月度DAU达2.5万，已累计通行186.7万次，累计交易金额近5000万元。

## 4 打通智慧医疗全链条

在智慧医疗领域，医疗机构正逐步引入微信，改造流程、提升服务，改善人民群众看病难、排队长等老大难问题。2018年每个月使用微信支付医疗费用的人数同比增加2.9倍，平均节约了40小时的线下排队时间。

### 案例

#### 医院小程序帮助患者省钱又省时

佑安医院病案统计管理中心把快递的思路应用到小程序上，外埠出院病患在出院时通过小程序提交报告的复印及快递申请，在报告结果出来后进行在线支付，就可以轻松的在手机上查看报告的快递详情，方便患者领取报告。据佑安医院病案统计管理中心的预测，这款小程序一年可为佑安医院的外地住院病患节省额外食宿成本逾160万。

哈医大四院将等待时间最长的磁共振（平均等待425分钟）和CT（平均等待200分钟）预约先放在了小程序上，日常检查可以直接在线预约时间段，为用户节省大量的等待时间，据统计，小程序上线后，放射科人均节省时间为260-320分钟，磁共振最高节省540分钟。

南通妇幼保健院互联网医院。首次使用小程序来搭建互联网医院平台，患者不到院，省去跑医院的时间。利用小程序有效降低患者使用成本，通过视频问诊，满足复诊患者和慢病患者取药和随诊的需求。上线首月，可节省患者单次看病时间3-4小时，宝宝问题和解读报告复诊及用药问题占问诊65%，解决用户复诊用药需求。



## 2天办完25天的事 企业微信让医院办公“事半功倍”

企业微信不仅通过医护人员管理、OA审批、信息传达、后勤保障等多元化应用，做到医院内部的移动化办公，提升医护人员的效率；同时也基于院患者管理、危急值提醒、在线咨询、云胶片、手术门诊排班、MDT等应用，将医院临床科室的业务从线下延伸到线上，方便了医护人员随时了解患者信息或安排诊疗服务。

目前，深圳南山医院企业微信已拥有57个应用，在实现移动化办公中取得了非常好的成果。据介绍，南山医院已经有2600名员工入驻了平台，年均产生了超过14000个的诊疗流程，其中平均办事周期从25天缩短为2天，效率足足提升了11.5倍，每年医院能够省下近200万元的成本。

深圳南山医院之所以选择企业微信作为切入口，是因为看中企业微信的连接特性，能将移动办公、医患互动、第三方应用服务甚至未来的医联体协作等内容高效连接。企业微信不仅是医生的“万能”入口和工具，而是把能做的想做的是都集成到企业微信，成为一个高度集中的平台，借用企业微信的强连接力，构建一个可持续的医疗医用生态圈。

## 用小程序“带路”看病 把“导航”植入医院流程中

“道易寻”小程序院内导航系统以解决医院日常关于位置和流程相关的巨量咨询为切入口，向患者提供与就诊流程相结合的导航、自主查询导航的“找地”功能，以及位置分享、共享实时位置的“找人”功能，以及停车打卡导航寻车的“找车”等功能，从而在全院区构建一个精细化、移动化、自主化、智能化的医院室内导航导诊服务系统，进而打造“移动医疗+位置”的完整生态链。道易寻院内导航小程序的不重复累积用户超过100万人次。每天使用“道易寻”小程序的人数，日活平均为1万左右，人平均使用小程序的时长超过50秒。位于广州珠江新城的广州市妇女儿童医疗中心在2018年9月份的患者使用数据，广州市妇女儿童医疗中心珠江新城院区每天通过微信端的门诊量在6000人次左右，每天使用“道易寻”小程序院内导航系统的患者人次为1200左右，占比超过20%。截至到2018年9月份，目前已有约50家大型三级医院已全院真实地上线了道易寻院内实时导航系统。



## 5 推动智慧教育走进校园

在智慧教育领域，网络课、知识付费等线上教育和培训内容，正通过小程序、公众号等方式走进千家万户，同时线下的传统教育机构，正积极利用微信带来的智能方式，组建微信群、开通小程序和公众号，改进了报名、教学、考试、缴费等一系列的教育学习环节。

### 案例

#### 广东省教育考试院小程序，服务考生1266万人次

为充分发挥现代信息技术手段优势，努力提升考试招生信息化水平，最大程度地服务和方便考生，广东省教育考试院部署上线了全国首个专门服务于考试场景的小程序“广东省教育考试院”，2018年高中生可以小程序来查询高考信息，包括高考座位信息、高考成绩以及录取信息，同时还为2019年高中生提供高考报名通道，也支持高等教育自学考试、四六级等考试查分。截止今年2月，小程序用户已高达314万人，服务考生 1266万人次，查询次数超过2亿。此外，考生家长也可以利用小程序以非考生用户身份及时了解最新的考试信息情况。

### 案例

#### 一款小程序如何让华东师范大学成为全国领先的“智慧校园”？

拥有了国内首个智慧校园小程序后，华东师大把小程序和电子校园卡结合在一起，借由“ECNU校园服务”+“电子校园卡”，华东师大学生无需再排队充值，只需进入小程序打开校园码，不但能在食堂等消费场景一键支付，还能在门禁、图书馆等场景快速认证出入闸。华东师大为师生们成功打造了一个小程序畅行校园的智慧体验。

华东师大把校园卡的“使用、查询、充值”全部融进小程序，轻松解决了校园卡入口深、入口多的问题。一下子就把“信息查询、功能服务、校园管理”等“智慧校园”三大诉求全完成了。华东师大小程序上线后，新用户以每天150人的速度增加。尤其在去年8月22日大二军训入营和9月10日秋季新生入学当天，新增开卡人数分别提升了2倍和3倍。

在丰富小程序的服务结构之后，华东师大将小程序的特性与企业微信的用户基础结合。一方面与企业微信联动，增加小程序的曝光量；另一方面将小程序作为数据展示和用户互动的窗口，反哺作为校园管理CRM后台的企业微信。自去年1月9日上线后，目前华东师大小程序使用人数已突破3万，占全校总人数的75%。

## 6 帮助金融企业做好用户全天候全时间服务

微信以支付为核心，不断拓宽互联网金融服务的外延，创新服务场景，为用户提供更加多元优质的服务类型，为接入伙伴提供高效便捷的连接和精准的数据支持。

通过公众号、小程序、企业微信、微信支付等的结合，银行可以提供定制化入口，帮助用户更好地使用自身服务。银行借助微信平台连接用户，实现实体营业部的大部分功能，包括余额查询、消费账单查询、信用卡还款、业务咨询等，使银行能以更加高效、便捷的形式为用户提供金融服务，而不必拘泥于实体网点时间和地点的限制，有效降低了人们获取金融服务的成本。

### 案例

#### 这家国有银行，把银行从一个地方变成了一种服务

相信不少人都有“请假跑银行”的经验。以前，所有的银行业务形态在银行网点进行，要办业务时只能在上班时间跟老板请个假，去了网点还少不了等号排队。后来，银行把网点的部分业务搬到了线上，也就是网上银行和掌上银行，以及一些基于微信公众号的微银行，让“不必出门就能办理银行业务”成为现实。

农行就分享了一个线上交易的数据：农行每100笔交易有97笔都是在线上完成的。除了交易外，银行所涵盖的大金融领域的服务是否可以做到更贴近用户、更方便？

农行带来了最新的答案。他们认为，现在，银行不再是一个地方，而是一种“随时获取，触手可得”的服务。这一点，农行通过小程序实现了。农行希望通过小程序把银行从一个地方变成服务，服务就在客户的日常生活中，比如买早餐、交电话费、交水电费，所有日常消费都有可能是银行的金融服务。

基于线上线下连接的考虑，农行上线了“农行微金融”小程序，推出的第一个服务就是网点预约。用户打开小程序就能找到自己身边的网点并进行预约，可提早进行排队、大额取现和外币取现预约，可以节省不少办事时间。

农行小程序的推出，对APP和公众号形成了很好的互补。一方面，小程序轻便、简单、随时可得的体验让用户只需扫一个二维码就能完成一些服务；另一方面，优惠活动作为连接用户的重要手段，在小程序里也能轻松获得和使用，非常方便。

## 结语

---



我国经济已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，各行各业都在不断提高生产效率。微信作为“连接器”，高效连接、深度融入产业全价值链，以公众平台、小程序、微信支付、企业微信为功能集成、能力开放的主要载体，营销服务、运营管理、创业创新等方面深化改造企业与组织，推动效率提升、成本降低、生产方式与组织模式变革，为产业转型升级做出贡献。



微信，是一个生活方式，深度植入工作生活每个角落；  
微信，是互联网元器件，深度融入经济社会每个领域；  
微信，致力于做好“连接一切”的连接器，连接人、设备、生活、产业、社会乃至万物互联；  
微信，构建整体统一、开放循环、协同进化的生态，携手社会各界创造更多价值。



## 研 | 究 | 团 | 队

**中国信息通信研究院产业与规划研究所：**

石中金、姚晓天、麻苗、燕丽华、马慧、任鹏燕

**腾讯：**

微信团队、集团公共事务部（曹琄琄、翁航）

## 数 | 据 | 采 | 集 | 和 | 测 | 算

报告采用问卷调研方式，通过电话与互联网平台，按不同微信服务向微信普通用户、公众平台用户、小程序开发者、微信支付商户、微信生态服务商、企业微信第三方服务商等群体发放。自2018年10月至11月，向全国范围31个省、区、直辖市，共发放7类不同群体问卷，回收有效样本共计11576份。再通过微信带动经济社会影响力模型等算法和分析统计，得出报告相关数据。



微信

