

微信经济社会影响力研究

(2015 版)

中国信息通信研究院
产业与规划研究所

二〇一六年三月

目录

主要观点	1
一、微信发展概况	3
二、微信创新驱动发展	5
2.1 微信的发展阶段.....	5
2.2 “五位一体”创新体系.....	6
三、微信的“互联网+”生态	11
3.1 微信的生态系统视图	11
3.2 微信的价值定位：智能连接器.....	13
3.3 微信生态系统进化论	14
3.4 “微信+”行动	16
3.5 经济社会影响机理.....	22
四、经济影响分析	24
4.1 促进新消费引领.....	24
4.1.1 拉动信息消费	25
4.1.2 提质传统消费	27
4.1.3 优化消费环境.....	29
4.2 助力供给侧改革.....	30
4.2.1 助力营销服务改革.....	31
4.2.2 助力运营管理改革.....	33
4.2.3 助力生产模式改革.....	38
五、社会影响分析	40
5.1 和谐人际环境.....	40
5.2 转变生活方式.....	42
5.3 促进社会就业.....	43
5.4 培育社会公益.....	44
5.5 创新公共管理.....	46
5.6 推动城市发展.....	48
5.7 增进国际交流.....	49

主要观点

- 微信坚持创新驱动，保持全球领先的用户规模和发展速度，截至 2015 年底，微信及 WeChat 合并月活跃用户数达 6.97 亿；公众平台汇聚超 1000 万公众账号、20 万第三方开发者。
- 企业号助力企业互联化建设，重构工作场景中的人际互动，连接企业内外的实体和虚拟关系。截至 2015 年 11 月底，企业号用户总量超 1000 万，日活跃用户超 200 万，日发消息超 1200 万条。
- 微信近一年来直接带动信息消费 1381 亿元，同比增长 45%，相当于 2015 年中国信息消费总规模的 4.31%。
- 微信带动流量消费 1254 亿元，同比增长 44.7%，贡献行业流量收入约三分之一；46% 用户更换智能手机与微信有直接或间接关联。
- 微信在生活、交通、购物等方面，直接带动传统消费 2752 亿元。
- 微信拓展就业机会与工作岗位，带动社会就业达 1747 万人，同比增长 73.5%，其中直接就业 439 万人，间接就业 1308 万人。
- 微信加快推进“互联网+”发展，在创业创新、协同制造、现代农业、商业服务、普惠金融、益民服务、电子商务、人工智能等诸多重点领域实施“微信+”行动。
- 微信五年历程，从原生阶段、开放阶段，进入当前的生态阶段，践行“五位一体”创新体系：思维创新为本，技术创新为基，应用创新和模式创新为翼，集成推进业态创新。
- 微信致力于做好“连接一切”的智能连接器，连接人、设备、生

活、产业、社会乃至万物互联，构建整体统一、多样丰富、开放循环、协同可持续的“互联网+”生态系统，打造“命运共同体”：系统内万物生长、互利共生，物种协同进化；系统整体动态均衡、螺旋上升，系统协同进化。

- 微信与经济社会各领域深度融合，深化“互联网元器件”价值，推动生产模式和组织方式变革，催生经济发展新动能，提高生产力，加快经济提质增效转型升级；助力打造民主文明和谐的社会形态，对社会发展产生全局性、系统性影响。
- 微信促进新消费引领：拉动信息消费，成为主要驱动力；提质传统消费，实现消费与有效供给协同对接；优化消费环境，保障消费安全、保护用户权益、拓展农村市场、培育国际市场。
- 微信助力供给侧结构性改革：连接产业全价值链，以公众号、企业号为功能集成、能力开放的平台载体，助力营销服务、运营管理、生产模式改革，推动效率提升、成本降低，扩大有效供给，提高全要素生产率。
- 微信和谐人际环境、转变生活方式、培育社会公益，近一年千万网友通过微信参与公益捐助，公益平台捐款总额达 5.4 亿元；96% 的用户认为微信传递了社会正能量，促进社会精神文明建设。
- 政务微信和城市服务创新公共管理，加快简政放权，助力建设开放、透明、服务型政府；微信构建“互联网+”时代开放共赢的智慧城市生态系统，促进城市发展；微信跨境支付、公众平台为跨境消费、商贸、外交等提供有力支撑，增进国际交流。

自 2011 年 1 月 21 日微信 1.0 版发布，微信完成了其第一个五年发展历程。微信始终坚持用户至上、创新先导，持续高速发展，成为国内最大的移动互联网应用，深度植入人们工作生活的每个角落，“微信，是一种生活方式”。

当前，我国经济发展进入新常态，处于结构调整和转型升级的关键时期、攻坚阶段，国家全面深化改革，深入实施创新驱动战略，着力加强供给侧结构性改革，推进大众创业、万众创新，实施“互联网+”行动计划。微信紧密契合时代潮流，致力于做好“连接一切”的智能连接器，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，助力供给侧改革，服务和谐社会建设，深刻作用于经济社会提质增效转型升级，做出了重要贡献。

一、微信发展概况

微信坚持升级功能、完善服务、支持原创、开放平台，提升用户体验，保持了全球领先的用户规模和发展速度。截至 2015 年底，微信及 WeChat 合并月活跃用户数同比增长 39% 至 6.97 亿，并持续提升海外市场（特别是亚洲新兴市场）的用户参与度，目前已支持 20 种外语版本，遍及 200 多个国家和地区。

微信的功能服务不断迭代创新：社交通信，升级语音、视频聊天及朋友圈功能，推出群管理工具等；微信支付，实现刷卡、扫码、转

账、公众号和 APP 支付，满足不同支付场景，累计绑卡用户数超 2 亿；公众平台，成为移动互联时代最主要的信息传播平台之一，汇聚了超 1000 万的公众账号、20 万的第三方开发者；企业号，为政府、企业及各类组织提供移动应用入口和信息化平台，自 2014 年 9 月推出仅一年多时间，至 2015 年 11 月底，企业号账号已达 60 万，用户总量超 1000 万，日活跃用户超 200 万，日发消息超 1200 万条；城市服务，与地方政府合作，提供民生缴费、医疗挂号、生活服务、智慧交通、公安交警等公共服务，至 2015 年 12 月已上线 16 个省 78 个城市；微信硬件平台、生物认证开放平台等更多的功能服务持续推出。

二、微信创新驱动发展

微信发展的历程是创新的历程，始终以创新为先导，整合创新要素、激发内生动力，打造核心竞争力，践行出一条创新驱动发展的道路，对经济社会和产业发展具有引领和借鉴意义。

2.1 微信的发展阶段

自2010年11月启动、2011年1月1.0版发布，微信走过了五年的发展历程。在这五年里，国家不断创新和完善宏观调控，经济保持持续较快发展，推动“四化同步”，加快战略新兴产业发展，实施网络强国战略、宽带中国战略，促进信息消费，推进“互联网+”行动计划等，有利的宏观、产业政策及环境，为微信的高速跨越发展提供了坚实的前提保障。五年历程，微信经历了三个发展阶段，并向着更广阔的远景迈进。

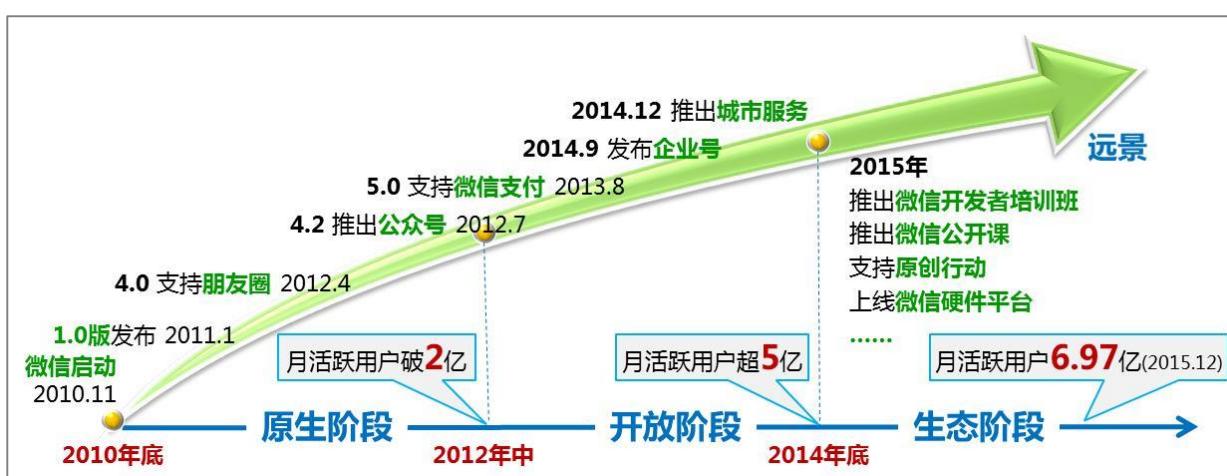


图1 微信发展阶段历程

原生阶段（2010年底至2012年中）：作为私密社交、即时通信的

社交通信工具，微信不断完善文字、图片、语音、视频等多媒体聊天以及朋友圈、摇一摇、扫一扫等原生功能，以连接人与人为主，实现用户快速汇集。

开放阶段（2012 年中至 2014 年底）：作为协同创新、合作共赢的开放平台，微信先后推出公众号、微信支付、企业号等战略级核心平台，开放能力，共享资源，实现人与生活、商业以及产业间的连接。

生态阶段（2014 年底至目前）：构建互利共生、万物生长的生态系统，微信深化开放与融合，协同线上线下，推进智慧解决方案，深度融入经济社会各领域，实现人与设备、万物、社会的连接。

2.2 “五位一体”创新体系

微信践行创新驱动，实现自身快速发展，推动产业变革与经济社会升级，产生深远影响。梳理微信的创新体系，我们可以将其总结为“五位一体”：思维创新为本，技术创新为基，应用创新和模式创新为翼，集成推进业态创新。

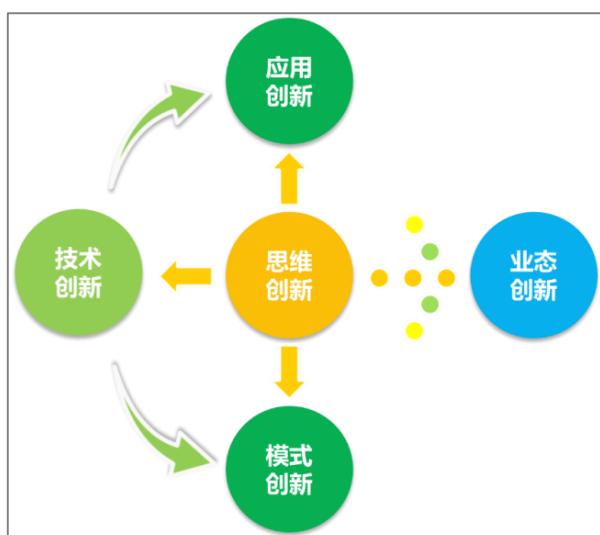


图 2 “五位一体”的创新体系

（一）思维创新：生态思维，协同进化

思维创新是发展本源，自启动之始，微信便实践“用户、体验、极致、迭代、简约、平台、数据、跨界”等互联网思维，并引领这些思维内涵与外延不断拓展。随着发展演化，逐步集成与创新，形成了与发展阶段相适配的以“协同、开放、共享、进化、可持续”为特征的生态思维。

生态思维的基石是一切以用户价值为依归，通过微信用户能够便捷高效的获取价值、创造价值；核心是微信与用户、产业及社会共同构建互利共生的生态系统，在这里所有参与主体能够协同进化与和谐发展。微信生态思维，体现在行动上，做好“连接一切”，功能和信息有所为有所不为，更高效帮助用户完成任务；体现在机制上，坚持规则透明、能力开放与资源共享，各主体基于平台创造更多价值；体现在成果上，成为生态系统的基础设施与创新要素，激发活力与动能，推动整体可持续发展。

（二）技术创新：技术先行，引领发展

技术创新是发展基础，微信坚持技术先行，强调技术前瞻性，在行业中，尤其是即时通信、移动支付、社交网络等领域处于领先地位。据《互联网技术创新观察报告（2014）》，在即时通讯领域，自 1994 年有专利申请至 2014 年 11 月底共检索出中国境内公开专利 4469 件，腾讯公司（QQ 和微信）以 501 件高居首位，是第二名的近 2 倍；其中专属微信 58 件，覆盖了消息推送、聊天记录管理、公众账号管理、身份认证、地理位置管理、第三方接入、邮件处理等多个产品特征。

截至 2015 年 12 月，微信共申请超过 800 件国内专利，授权超过 200 件，申请 400 件国外专利，授权超过 100 件，且腾讯公司的“一种绑定即时通信用识别码与无线通信用识别码的方法”获得第十七届中国专利金奖。

目前，微信正积极布局推进模式识别、人工智能、大数据等未来信息通信关键技术。微信成立了模式识别中心，研究方向包含语音识别、图像识别、生物认证、语音合成、音频指纹、语义理解、数据挖掘等，部分成果已广泛应用，如语音输入和大数据支撑朋友圈广告等。

（三）应用创新：拓展连接、完善生态

应用创新是发展牵引力，微信采用迭代、集成、渐进等方式持续创新应用，丰富功能形态，提升体验感知。聚焦连接的基础设施与发展的生态系统，是微信应用创新的两大核心方向。

应用创新拓展连接边界，从人人互联到万物互联：语音、视频交互不断升级聊天、群组、朋友圈等社交体验；微信支付、二维码实现线上与线下有机协同；WiFi 连接、卡包打造新型的消费者与商家连接纽带；扫一扫除了扫码还可以扫封面、扫街景、实时翻译；摇一摇从人与人的连接，延伸到歌曲、电视等媒体互动；硬件平台立志人、设备、厂家的共赢互联等。应用创新完善组织生态的互联网化，从万物互联到万物生长：订阅号、朋友圈广告等拓展了信息传播的新路径；服务号、企业号助力企业及各类组织营销服务、运营管理提高效率、降低成本；城市服务让政府管理、公共服务更便捷、更智慧。

（四）模式创新：自组织式、生态协同

模式创新是发展的另一牵引力，微信通过自组织、生态协同等方式推动经营模式、生产模式与组织模式创新。以海量连接为基础，支付、平台、数据等核心能力为支撑，模式创新从理念到实践不断向水平宽度与垂直深度演进。

微信以二维码、公众号、微信支付为内核打通接入、平台、交易、分享等环节，丰富卡包、WiFi、摇一摇等能力整合与应用，构建完善的O2O模式闭环，深入商业服务线下场景，实现服务全流程的数据化和在线化，线上线下互动推动商业服务全面走向数据驱动的个性化精准服务，O2O模式创新从衣食住行到教育、医疗、公共服务等领域范围延展，激发新消费、塑造新创业。社交平台、开放平台及硬件平台，紧密联系消费者与生产企业，推动C2B模式及众筹模式创新，消费者需求、行为大数据聚合分析以及用户参与机制，帮助企业寻求规模化生产和个性化定制的均衡点，转变生产和组织方式增加有效投资和供给，提高供给结构适应性和灵活性。

（五）业态创新：创新集成、经济新形态

业态创新是集思维、技术、应用、模式等要素之大成者，微信以创新驱动与产业融合，催生数字社会的经济新形态：加速电子商务去中心化、革新互联网金融、普及共享经济，注入经济转型升级新动力。

微信集成电子商务所需的运营、管理、渠道、交易、应用开发等一体化能力工具，构建去中心化模式，极致简化流程、减低能力门槛，推动微店等社会化电商及自媒体的蓬勃发展，加速个人创业。微众银行，提供微粒贷，“无抵押、无担保，随借随还、按日计息”，以用户

微信支付和互联网行为作为征信补充，满足小微贷款需求，实时审批发放。以社交和开放平台为依托，促进供需匹配，激活闲置资源，实现个体间人力、物资等商品和服务的共享交换，从滴滴出行到餐饮、家政、房产等，微信积极推动共享经济普及发展。

三、微信的“互联网+”生态

“互联网+”是经济社会新常态下新一轮科技革命和产业变革的新阶段，互联网创新成果与经济社会各领域深度融合基础上形成更广泛的以互联网为基础设施和创新要素的发展新形态，更强调平台化的数据汇集和深度应用，产生化学反应、放大效应。

微信积极顺应趋势，突出领先互联网企业的主体作用，全力推进“互联网+”发展，致力于做好“智能连接器”，构建开放和谐的生态系统，促进系统协同进化，不断拓展与经济社会各领域融合的深度和广度，创新聚合资源激发活力，推动生产模式和组织方式变革，催生发展新动能，助力经济社会提质增效升级。

3.1 微信的生态系统视图

微信是应用工具，更是开放体系，这个体系庞大而包容，从公众、设备到企业、政府，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，达成相对稳定的动态均衡、开放循环并协同发展，这就是微信的“互联网+”生态系统。

微信生态系统共分为四层。微信居于应用层，以客户感知为中心不断创新和优化原生应用、开放平台；面向接入层，微信是连接的基础设施，通过即时通讯、私密社交连接了人与人，通过网络接口、开放能力连接人与设备、设备与设备。面向产业层和社会层，微信是融

合的创新要素，一方面通过微信支付、开放平台、城市服务以及更多应用工具连接人与产业、人与社会；另一方面，产业与社会各主体、各领域利用微信，嵌入自身组织流程和商业结构，实现价值创造与升级。



图3 微信的“互联网+”生态系统

微信生态系统具备四个方面典型表现。一是整体统一性，各生态主体，既拥有各自的发展规律保证足够的生长空间，又紧密关联交互影响构成统一整体。二是多样丰富性，不论哪个年龄层次，从青年到老年；不论何种组织类型，从个人、企业到政府、公共机构，从传统产业到新兴产业；不论地域分布在哪里，从农村到城市，从国内到国外，各生态主体均能在系统中找到适合位置。三是开放循环性，各生态主体间资源流动、价值转换、信息交流，保持有机联系和有序循环。四是进化协同性，一个主体进化通过传导机理作用于其直接关联主体，进而衍射至整个系统，带动系统及其他主体协同进化，而微信正着力在协同进化中发挥更大的带动作用。

3.2 微信的价值定位：智能连接器

生态系统中，微信的价值定位是什么？“连接器”，这是微信给出的明确答案。实际上，从启动伊始，微信便追逐连接器的价值，不断推进连接器的功能价值升级，随着进入生态阶段及“互联网+”时代，逐步进化为“智能连接器”。而这“连接力量”正是微信作用于经济社会的源动力。

微信的“智能连接器”，从连接对象上看经历了三个阶段，正契合其发展阶段，反言之，连接对象的变化也是微信发展阶段划分的关键标志之一。在原生阶段，是连接人与人的“人联网”，关联 QQ/手机通讯录导入、摇一摇加好友、搜索附近的人、朋友圈互动等，从熟人、陌生人、社交圈等多方面完善人际连接；在开放阶段，连接人与生活、商业、产业，支付、公众号等不断拓展商业连接版图，打通线上与线下；在生态阶段，硬件平台、城市服务以及更多能力连接延伸至设备、社会，是“连接一切”的万物互联，万物生长。

微信的“智能连接器”，从连接内容上看可分为信息连接器、服务连接器和功能连接器三类。信息连接器，微信拓展了信息传递、交互与内容生产的渠道，打破了组织内外及线上线下的信息壁垒，成为用户信息获取的第一来源；服务连接器，社交、购物、金融、交通、医疗、教育、旅游、娱乐、政务等等，微信为各类服务主体与受众提供了服务交互平台，为第三方开发者提供了服务深度开发与推广的空间；功能连接器，微信是功能元器件，开放各种能力与接口，任何组织、机构、企业基于微信进行再创造、再组建，形成更有价值的应用、

产品和服务，让价值创造更多价值。

微信专注做好连接器，对大量原有业务进行调整甚至直接舍弃，目的是打造成更为简单、纯粹，更加适配经济社会的智能连接器，以连接力量给予生态系统更广阔的成长空间，协同各生态主体更健康和谐发展，对于腾讯，对于微信，“自己只掌握‘半条命’，而另外‘半条命’依靠更为广泛的社会各界以及合作伙伴”。

3.3 微信生态系统进化论

微信生态系统根植于经济社会环境之中，遵循生态运演规律，和諧统一与协同进化，一方面系统内万物生长、互利共生，实现物种进化；另一方面系统整体动态均衡、螺旋上升，实现系统进化。微信生态系统是全部主体与环境打造的“命运共同体”。

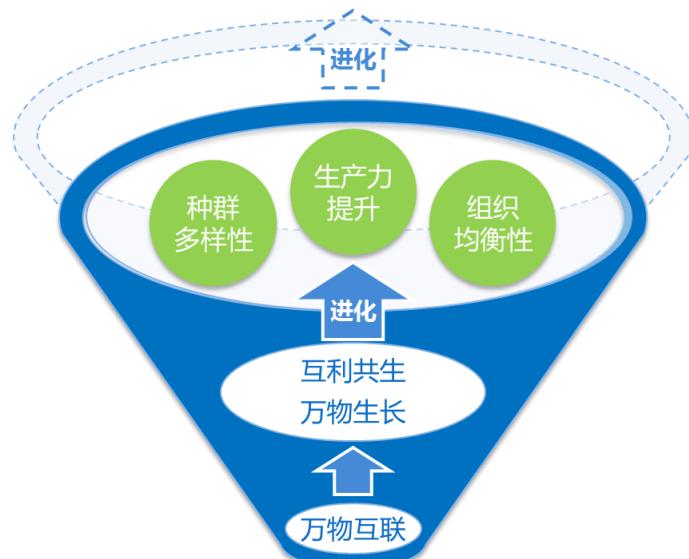


图 4 微信生态系统进化论

(一) 物种进化：万物生长、互利共生

微信生态系统是由个人、设备、组织和社会、自然生态环境共同构成，包括生产者、供给者、消费者与管理者，这些生态主体相互作

用构成价值链，不同的链相互交织形成价值网，资源、价值和信息等通过价值网在生态主体与环境间流动和循环，以交换、共享、创造、转化等关系为纽带，实现系统内万物生长，实现生态主体间以及主体与环境互利共生。

从系统论角度看，任何物种的进化都是与生态系统不可分割的，物种进化不是孤立现象，以生态系统为背景，并受生态系统内各种因素的深刻影响，物种进化是与系统内其他主体和生态环境的一种协同进化。微信生态系统中，微信致力于做好智能连接器，不断升级“互联网元器件”功能服务，创新驱动自身进化，连接力量作用于系统其他主体，推动这些主体在自我管理、价值创造从低层次向高层次进化，增加公众福祉，提高组织价值，促进产业转型，完善社会管理；同时，生态系统内其他主体需求升级、技术进步、模式创新、效率提升、组织变革等加快进化，也必定作用于微信，推动微信的进化。

（二）系统进化：动态均衡、螺旋上升

微信生态系统，静态看是一个万物共生的系统，从动态看是一个螺旋前进的系统，从连接力量到经济社会效能，生态系统不断进化，主要体现在种群多样性增强，系统均衡性提高和生产力提升三个方面。

种群多样性增强。技术、应用、模式、业态等进步革新，微信连接数量快速增多，连接种类不断丰富，连接方式日趋多元，影响范围持续扩大，对经济社会各产业各领域的融合与作用不断深化。种群的多样性是生态系统内在丰富性和整体联系性的外在表现，促进了系统资源、信息的良性循环及价值创造。

系统均衡性提高。微信价值一半源自自身，另一半源自社会、合作伙伴的再创造，依托连接力量，微信生态主体间的联系密度更强、联系方式更灵活，推进整个系统的结构更稳定、弹性更大，具备了更高的环境适应度和风险抗御力，微信与各主体、合作伙伴成长与价值同步。

生产力提升。微信生态系统进化最终体现在促进生产力提升，在微观层，创新产品、提高效率、降低成本，培育新的业态，创造更多的新机会；在宏观层，激发大众创业、万众创新，增加公共产品、公共服务，刺激新消费、促进供给侧改革，增强持续增长动力，微信对经济社会的影响力和贡献不断提升。

3.4 “微信+”行动

2015 年《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》[国发〔2015〕40 号]正式发布实施，提出充分发挥互联网的规模优势和应用优势，推动互联网由消费领域向生产领域拓展，加速提升产业发展水平，增强各行业创新能力，构筑经济社会发展新优势和新动能；坚持改革创新和市场需求导向，突出企业的主体作用，大力拓展互联网与经济社会各领域融合的广度和深度。

微信加快推进“互联网+”发展，在重塑创新体系、激发创新活力、培育新兴业态和创新公共服务模式，打造“双引擎”，主动适应和引领经济发展新常态，助力经济社会提质增效升级发挥了积极作用。



图5 “微信+”行动

(一) 微信+创业创新

微信全面做好创业创新支撑，利用技术优势、用户聚合和产业整合能力，面向中小微企业和创业者等各类创业创新主体开放平台入口、数据信息、支付、账号授权、存储与计算能力等资源，提供技术研发、经营管理和营销推广等方面的支持和服务，提高主体信息化水平，降低门槛，加强创业创新资源汇聚、共享与合作，培育和孵化具有良好商业模式、客户感知的产品服务，促进创新成果及时转化。微信积极打造网络众创空间，为各类创业创新主体提供高效、便捷、低成本、线上与线下相结合的网络空间、社交空间和资源共享空间，构建开放式创业创新体系。

微信开放平台为企业、创业者等提供移动应用开发、网站应用开发、公众账号开发、公众号第三方开发等创业创新服务形态；打通线上与线下，举办“开发者培训班”、“微信公开课”，成立“微信智慧工坊”，搭建官方团队、企业、开发者多方联动的线下沟通平台，积极开展培训、案例分享与解析、方案输出、现场商务洽谈等，已形成一个健康良性的创业创新生态环境。

(二) 微信+协同制造

协助制造企业发展个性化定制。微信硬件平台以用户 ID 体系为基础，提供硬件联网，信息流转和数据服务能力等智能硬件服务，实现人、设备、厂家的互联互通。企业通过硬件平台、公众号采集和对接用户个性化需求，推进设计研发、生产制造、供应链管理等关键环节的互联网化改造；微信公众平台为制造企业提供更宽广、低成本渠道，开展基于个性化产品的服务模式和商业模式创新。

促进制造业服务化转型。硬件平台实现产品全生命周期的信息互联互通，整合数据为产品优化提供科学支撑；用户通过平台反馈产品问题，企业开展远程维护、质量诊断等在线增值服务，提高沟通与服务效率，推动服务化转型。

(三) 微信+现代农业

应用二维码、位置识别、物联网等技术，**微信在农业生产加工和流通销售各环节积极推广溯源防伪**，与农产品企业等合作，实现农产品上下游追溯体系对接和信息互通共享，助力保障产品的质量安全，并不断扩大溯源体系覆盖面。通过扫一扫便捷进行溯源防伪查询，树立消费者信心、打造可靠购买渠道、强化企业与用户互动等。

大力发展定制农业，协助构建新型农业生产经营体系。腾讯为村开放平台通过开放平台引入资源对农产品进行包装设计，聚集企业与社会资源帮扶贫困地区农业发展，并结合微信公众平台与微店推广，影响农业生产由生产导向转变为消费导向，加强产销衔接，促进现代农业产业体系变革，提高农业产品的价值实现。

（四）微信+商业服务

创新商业服务模式，培育新业态。大数据助力商户精准营销，微信支付多样化交易实现，公众号、卡包、WiFi、扫一扫、摇一摇等为商户和消费者提供了丰富多元的入口，连接无处不在。卡包拓展了创新性消费与社交链思维，方便个人卡券管理和使用，商家通过管理平台灵活定制服务内容；基于朋友背书的优惠券，有效提高使用率，带动用户消费，实现价值转化。

提供完整的O2O智慧零售解决方案。线下通过微信支付、WiFi摇一摇等方式便捷的连接用户，完成闭环，将线下行为数据化；线上通过社交营销支撑体系实现用户画像跟踪，为商户进行精准的二次营销提供了条件，建立了基于消费与社交的闭环，有效提高了各方价值。微信智慧零售方案为零售、餐饮、酒店等一系列线下实体提供解决方案，促进智慧商圈的发展。

（五）微信+普惠金融

积极拓展互联网金融服务创新的深度和广度。微信支付实现多种支付方式，提供多种营销新工具，满足不同商业场景，完善安全保障，提升支付与交易体验，依托微信海量用户和关系链，日益改变人们的支付习惯，成为商户营销推广模式转变的核心力量。理财通、微众银行拓展提供创新金融服务的广度，更好的满足了中小微企业、创新型企业和个人的投资、融资需求。“微粒贷”结合传统银行信贷信息及社交数据计算用户信用状况，银行与移动互联网社交平台合作为征信提供了可靠且具有网络特征的大数据，将有助于发展市场化个人网络

征信业务。

（六）微信+益民服务

协助创新政府网络化管理和服务。政府机关公众号成为政务工作的新媒体，主动发布政务信息及加强公众参与；城市服务提供了政务民生统一服务平台，便捷办理医疗、社保、交通、税务、公积金、出入境、公安户政、教育等业务。政务公众号与城市服务，提高政府公共管理、公共服务和公共政策制定的响应速度，促进政府职能转变和简政放权，是公开公共数据资源的移动互联网新途径，能够促进公共服务创新供给和服务资源整合，进一步创新公共管理模式。

微信拓展生活领域，形成便民服务新业态。水电气缴费让用户足不出户享受指尖生活缴费；餐饮、家政、物流、教育、医疗、旅游、酒店、停车、社区等多领域合作形成智慧解决方案，发展 O2O 服务新模式；从春晚互动摇红包到扫码添加电视节目，实现信息发布及观众互动投票等，创新电视互动的服务业态等等。以“微信+医疗”为例，微信智慧医疗解决方案：用户线上实现挂号、候诊、缴费、报告查询，提高医疗运行效率及医疗体验；远程医疗实现多媒体智慧化会诊以及智能分级诊疗；联合医疗机构，在医院内部合理推荐医生资源，在医疗机构之间根据患者病情优化配置医疗资源；为社会公众提供健康指标监控等个人健康管理服务。

（七）微信+电子商务

创新电子商务应用，助力大众创业和电商监管。微信为微店提供公共平台，通过社交圈降低信息传播门槛、拓展二次传播，为社会公

众提供了更加便利、低成本的创业途径。经过验证的食品追溯防伪系统，为食品安全和品牌保护建立快捷查询平台。微信开通跨境支付功能，通过直连模式、普通服务商合作、机构服务商合作等三大开放模式与境外商户展开合作，推动跨境电商的发展。

（八）微信+便捷交通

微信助力提升交通运输服务品质。整合滴滴出行、机票、火车票、客票等出行服务，同时提供实时交通查询、出行路线规划、智能停车等服务，推进基于移动互联网平台的出行一站式服务，既有助于提高道路和停车场等交通运输资源的利用效率，又能协助城市导流，改善交通拥堵的状况，优化公众出行体验。另外，还提供了其他多样的车辆服务，如机动车违法查询、线上加油卡充值、微信支付ETC缴费等，也为公众提供了多方面的便利，提质交通运输精细化服务。

（九）微信+人工智能

微信建立专门团队积极研发人工智能技术，重点包括智能识别、虚拟现实、数据挖掘等领域；收集包括语音、图像、视频等海量数据，构建训练资源库，助力人工智能基础资源和公共服务等创新平台建设，助力发展人工智能新兴产业。

微信将账号体系、好友关系链、消息通道及音视频服务等核心能力提供给可穿戴设备、智能家居、智能车载、传统硬件等领域的合作伙伴，帮助传统硬件快速转型为智能硬件，连接到用户群体，提升终端产品智能化水平。

3.5 经济社会影响机理

微信创新驱动不断升级连接力量，深度融合完善进化生态系统，深刻作用于经济社会，衍射覆盖普通用户、终端设备、商家企业、应用开发者、社会组织、政府机构，作用渗透生活、生产、消费、供给、管理、公共服务等各领域，构筑了经济社会发展新动能，形成了微信的经济价值与社会影响。

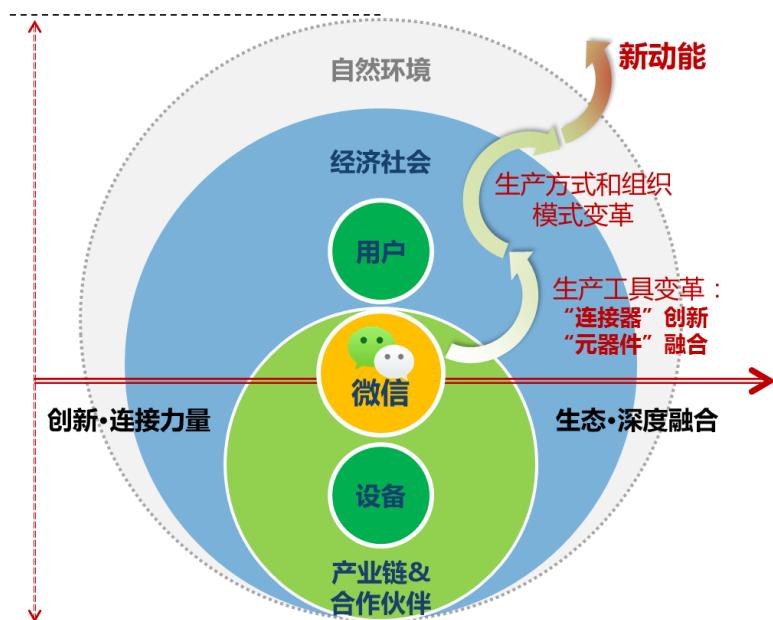


图 6 微信的经济社会影响机理

微信经济价值的核心是打造新动能提高生产力。从发展规律看，生产力的提高主要源于两个方面，一是生产工具出现革命性变化，二是伴随而来的生产方式和组织模式创新。坚持开放、兼容、简单、适配原则，完善标准和规范，做好各行业的“智能连接器”，做好产业与社会发展的“元器件”（生产工具），微信不断推动自身革命性变化。同时，微信“元器件”融入经济社会各领域各环节，带来了网络化、智能化、服务化、协同化的生产方式和组织模式变革，促进了消费升级。

级与供给改革，培育新兴业态，打造新的增长点，推动经济提质增效和转型升级。

微信社会影响助力打造和谐的社会形态。服务公众，微信着力构建数字社会的新型生活方式，和谐人际环境；服务政府，微信助力创新公共管理模式，促进社会就业，培育社会公益，对社会发展产生全局性、系统性的影响。

四、经济影响分析

我国经济发展进入新常态，处于结构调整和转型升级的关键时期、攻坚阶段，国家贯彻落实创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，全面深化改革，坚持深入实施创新驱动战略，推进大众创业、万众创新，加快新动能成长和传统动能改造提升，在适度扩大总需求的同时，着力加强供给侧结构性改革，推动社会生产力水平整体改善。

微信积极促进经济发展“双引擎”打造与发展动能提升，为适应和引领经济新常态发挥了重要作用，一方面促进新消费引领，满足消费升级需要，释放消费潜力，提升消费品质，带动产业升级，培育形成供给新动力；另一方面助力供给侧结构性改革，扩大有效供给，提高供给体系质量和效率，提高供给结构对需求变化的适应性和灵活性，提高全要素生产率。

4.1 促进新消费引领

新常态下，我国已进入消费需求持续增长、消费结构加快升级、消费拉动经济作用明显增强的重要阶段。以传统消费提质升级、新兴消费蓬勃兴起为主要内容的新消费，及其催生的相关产业发展、科技创新、基础设施建设和公共服务等领域的新投资新供给，蕴藏着巨大发展潜力和空间。

微信充分发挥“智能连接器”的连接、平台、服务等价值作用，融合带动产业生态，助推新消费引领：拉动信息消费，提质传统消费，

优化消费环境，满足消费需求，推动消费升级，提高人民生活质量，促进消费与投资良性互动、消费升级与产业升级协同共进、创新驱动与经济转型有效对接。

4.1.1 拉动信息消费

微信创新的应用了移动互联网、云计算、大数据、物联网、人工智能等信息技术，升级信息服务及产品，丰富消费内容，拓展跨区跨境、线上线下、体验分享等消费业态，直接拉动信息消费增长，尤其是基于移动互联网的信息消费，壮大新的增长点。拉动信息消费的同时，也有力促进了信息基础设施升级和社会信息化水平提升。

(1) 带动信息服务消费增长

微信直接带动信息服务消费效应明显，一方面，微信及微信生态系统，进一步激发流量消费潜力，扩大流量消费规模，推动产业流量经营模式创新；另一方面，源自微信自营的游戏、表情及合作伙伴基于微信平台提供的品类多样的互联网增值服务。

根据测算，近一年微信直接带动的信息消费规模达 1381 亿元，同比增长 **45.0%**，相当于 2015 年中国信息消费总规模的 **4.31%**。

其中，流量消费是微信带动信息消费的主要来源，占微信信息消费的 **90.8%**。近一年微信带动流量消费 1254 亿元，同比增长 **44.7%**，拉动电信行业流量收入达三分之一左右，成为行业增长主要驱动力，为深化流量经营助力基础电信企业转型做出积极贡献。微信与基础电信企业互利共生、协作共赢，一方面，两者价值交织并相互促进，微

信繁荣互联网服务应用、拉动流量消费助力基础电信企业转型升级，基础电信企业完善高速宽带网络建设、加快智能手机用户普及形成微信发展的设施基础；另一方面，两者协同，以“服务+网络”双轮驱动共建生态网络，加速网络经济推动经济社会创新与融合发展。

从用户视角看，对微信拉动流量消费给予客观评价及验证：据调查¹，超 40% 用户每月使用微信的流量占其总流量的 20-50%；超 60% 用户表示近一年因微信而增加了流量消费。

互联网增值服务是信息服务消费拉动另一重要来源。微信通过支持原创行动、增强社交互动分享、升级服务体验等多项关键举措，进一步提高了用户微信游戏、表情消费，并大幅提升了第三方开发者的热情，实现了供需有效对接与相互促进，调查显示，13.8% 用户进行过游戏或表情消费，这其中七成左右用户每月都有消费。以公众账号为依托，合作伙伴实现品类多样、内容多元、领域覆盖广泛的信息服务的销售推广，有过此类消费行为的用户中超两成月均消费支出在 50-100 元。经测算，近一年微信带动的互联网增值服务消费超 **126** 亿元，**同比增长 55.3%**。

随着连接力量不断增强以及生态系统持续完善，微信流量与互联网增值服务消费的拉动效应将继续提升，更将拓展信息服务消费拉动的深度与广度，拓展更多的内容应用、业务形态，扩充合作伙伴，挖掘和释放更多的消费需求，促进需求向现实增长动力的有效转换。

（2）带动信息产品消费增长

¹ 本报告中未特殊说明来源的调查数据均来自中国信息通信研究院与微信公众平台调查

原生应用与开放平台是微信带动信息产品消费的两大利器。

应用和终端是推动移动互联网发展的核心要素，两者相互依存相互促进，呈现出较强的正相关性和连带效能。作为国内用户规模最大、用户关系链最紧密的原生移动互联网应用，微信不断升级多媒体社交通信体验，丰富多元化连接方式等，正逐渐成为促进用户移动智能终端更新换代的重要因素，据调查，近 **46%** 用户更换智能手机与微信有直接或间接关联，其中有近 **10%** 的用户就是“为了使用微信或者有更好的微信使用体验，而更换智能手机”。

微信硬件平台打造面向移动终端、可穿戴设备、智能家居、生产设备等物联网平台，已接入 2400 多家硬件厂商，设备激活量达 2500 万（2015 年 8 月数据），成为连接硬件最多的互联网平台，大力支撑了智能设备的产品创新，增强了产品供给能力。

4.1.2 提质传统消费

微信强大的社交、平台及生态功能属性，深刻作用于人们生活与消费方方面面，推动了用户消费习惯与模式改变，拓展了传统消费领域的消费需求与空间，提升了消费品质，构建了提质消费、创新驱动、供需协同、经济转型有机结合的发展路径。

经测算，在生活、交通、购物等方面，微信直接带动传统消费 **2752** 亿元。在生活方面，通过微信钱包提供餐饮、生活缴费、电影票、彩票、手机充值等服务，用户使用率超 **60%**；在交通方面，通过微信钱包提供滴滴打车、火车票、机票等服务，用户使用率近 **40%**；在购物

方面，通过微信钱包进入京东购物、微店、美丽说等服务，用户使用率近30%。

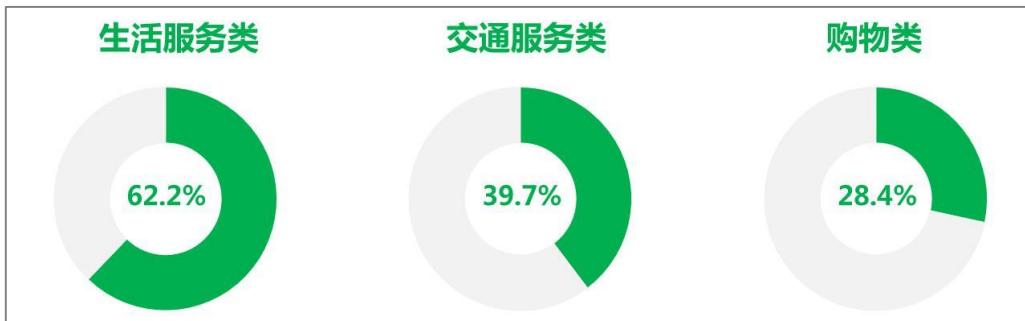


图7 微信钱包中部分功能使用率

数据来源：中国信息通信研究院 调查数据

除了上述内置在微信中的服务带动的直接消费，微信通过支付工具、开放平台，提供面向用户、经济各领域的智慧生活、智慧商业等解决方案，间接带动的消费影响规模更大、范围更广、程度更深。面向用户，微信支付提供付款、转账、收款、刷卡、还款、AA收款等满足线上与线下各种场景的消费支付需求，用户使用率超90%，以丰富支付手段为突破口，深刻促进用户消费观念、消费模式的改变。面向商家企业，以支付、公众号为核心构建的营销服务平台，助力经营者发掘和把握用户个性化多样化需求，实现用户消费与商家企业有效投资、供给协同对接，更好的围绕消费市场变化趋势进行投资、供给和生产，提高效率优化结构，加快质量和效益发展。

微信6.0推出卡包服务，提供优惠券、会员卡、机票、门票、电影票等收纳、社交流通、消息提醒等能力，实现用户消费与商家供给的有机管理。据调查，卡包推广仅一年，用户使用率已达20%，收获了良好的口碑，75%的使用者认为其方便消费使用，25%认为减少实体卡管理，24%提高了消费。

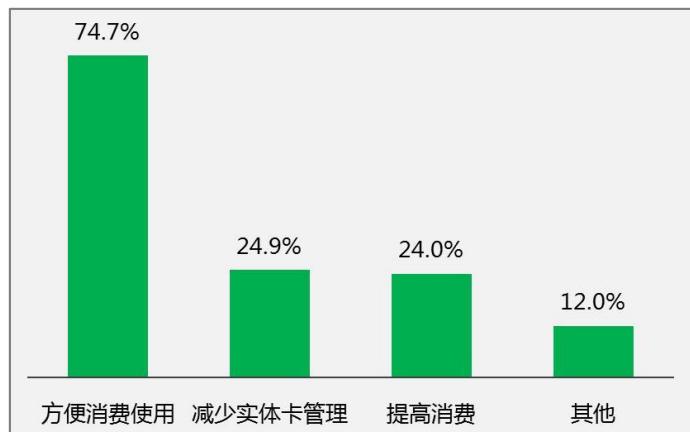


图 8 卡包的消费影响（多选）

数据来源：中国信息通信研究院 调查数据

4.1.3 优化消费环境

提升消费安全保障。微信支付，联合银行提供支付安全技术保障，独立支付密码和手机短信双重验证，由中国人民财产保险公司全额承保、24 小时极速理赔，账号异常暂时冻结等全程保障支付安全。在客户端，安装包防篡改，本地数据加密存储、敏感信息云端存储，手机管家保障护航等实时保障信息安全。在平台侧， 7×24 小时平台监护，闭环反垃圾、反病毒处理机制，防黑客攻击技术与组织保障，消息通讯全程加密传输，企业关键信息安全存储，安全可靠授权等全面保障设施与数据安全。

健全用户权益保护。完善公众平台运营规范，严厉打击对消费者信息骚扰、侵害个人信息安全、虚假宣传、过度营销等行为，建立阶梯式处罚机制。开放公众号侵权、微信号侵权、品牌维权等举报维权通道，实时核实，加大对侵权行为的惩处力度。加强对用户防范微信诈骗、盗号等提醒教育，制作应对处置手册；加强金融等专业知识的普及和宣传。

拓展农村消费市场。2015年8月，腾讯“为村开放平台”正式发布，“互联网+农村”模式，在信息、情感连接之外，更强调资源整合财富连接，推广农产品、乡村旅游、文化产业等一站式服务，优化农村消费环境，完善农村消费基础设施，大幅降低农村流通成本，充分释放农村消费潜力。截至2016年2月，全国共有1096个村庄申请加入为村开放平台，其中通过申请的村庄218个，开通了村级公众号的村庄55个。

培育国际消费市场。微信跨境支付开放体系不断扩容，提供用户境外消费和境内拓展国际消费市场技术及货币结算的基础支撑，目前，微信支付支持英镑、港币、美元、日元、加拿大元、澳大利亚元、欧元、新西兰元、韩元等9种外币交易，数十家境内外机构加入微信跨境支付开放体系，业务覆盖港澳台、东南亚、欧美、西亚、澳洲等20多个国家和地区。

4.2 助力供给侧改革

推进供给侧结构性改革，是适应和引领经济发展新常态的重大创新，也是适应我国经济发展新常态的必然要求。供给侧结构性改革，充分发挥市场在资源配置中的决定作用，适应经济从粗放向集约、从简单分工向复杂分工的高级形态演进，创新并扩大有效供给、提高供给质量、推动结构调整，更好满足市场需求变化，促进经济社会持续健康发展。

微信作为“互联网元器件”，高效连接、深度融入产业全价值链，

以公众号、企业号为功能集成、能力开放的主要平台载体，深化改造提升企业、组织等营销服务、运营管理、创业创新等全流程，推动效率提升、成本降低、生产方式与组织模式变革，加快向高水平供需平衡跃升，积极助力了供给侧结构性改革。

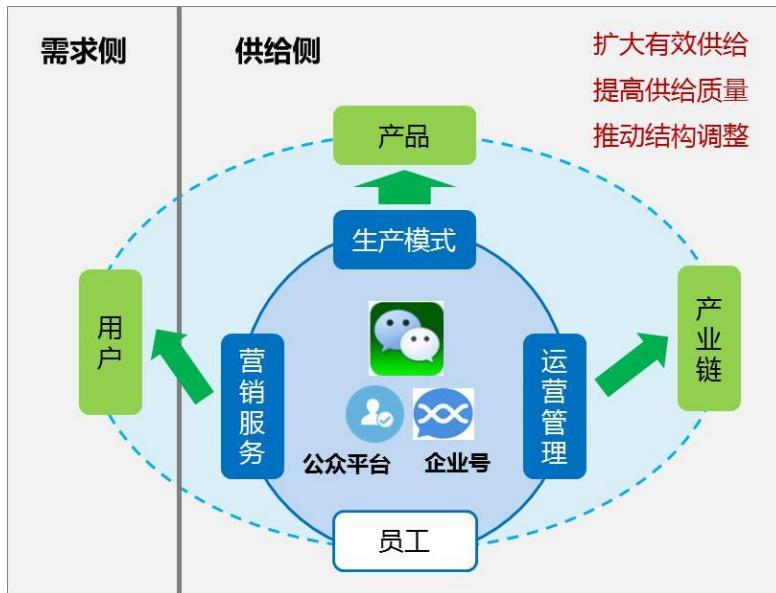


图 9 微信助力供给侧结构改革

4.2.1 助力营销服务改革

微信公众平台不断升级功能、开放能力、升级服务，通过订阅号信息传播与交互，服务号业务管理与服务，即将推出应用号创新互联网应用形态，打通企业/组织与用户的连接，提供了营销服务新工具、新方法、新平台，构建商业经营新模式、新生态，引导企业/组织以用户和市场为导向，改革营销服务环节，引领投资、生产，构建需求驱动供给改革的传导机制。

公众平台获得高度认同，基于公众号的运营、开发、投入活跃。据调查，公众号 73.0% 的运营者为企业和组织机构，从行业分布看，

文体/娱乐/传媒(27.8%)、服务业(20.6%)、IT/通信/互联网(17.2%)位居前三位。有63.8%的运营者对公众号高级开发和运营做了投资，近30%的投资额超过1万元，较上年度调查投资额度有较大增长，运营者对公众平台的价值认同感明显提升。

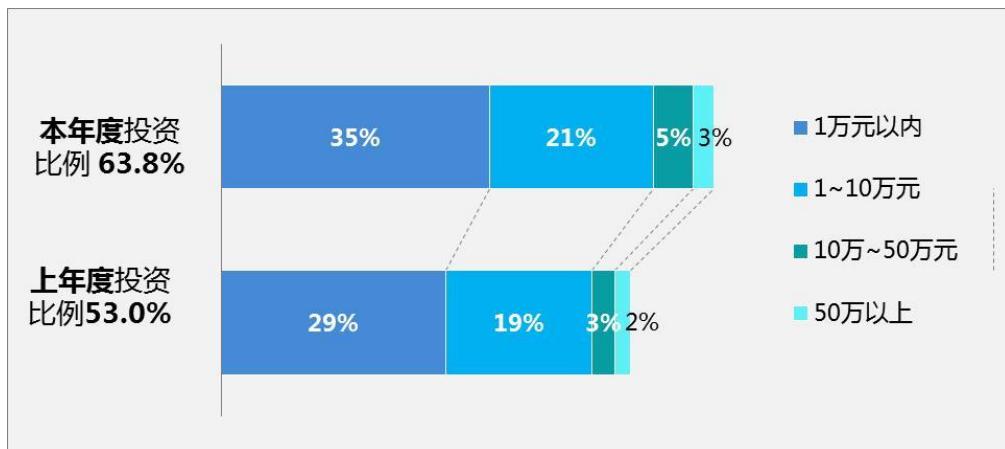


图 10 微信公众平台运营者的投资情况

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

公众平台改革营销服务环节成效显著。据调查，经营者使用公众号主要用于信息发布(84.7%)、营销宣传(64.1%)、客户管理(63.9%)、业务咨询/办理/服务(33.4%)等方面。在宣传推广方面，超过40%的公众号粉丝量超1万人；在业务经营方面，近30%经营者通过公众号办理的业务量占比超10%；在客户服务方面，近25%的公众号服务客户比例超30%；在成本节约方面，近两成的运营者表示通过公众号节约了超过50%的营销服务成本，另有超一半的运营者节约成本10-50%。公众平台一方面表现出良好的提升营销服务效率及效果的价值，另一方面又帮助运营者大幅的降低了成本支出，起到了助推器的作用。



图 11 微信公众平台主要用途（多选）

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

公众平台积极利用支付能力与大数据两大利器为运营者开拓更深层次改造空间。据调查，三分之一的经营者使用微信支付结算的业务比例超 10%，十分之一的经营者这一比例超过了 50%；70% 的经营者利用微信平台积累的用户行为数据进行挖掘分析，以指导市场经营、服务改进、渠道优化、产品升级等。运营者普遍对公众平台功能服务表示满意，对支付、大数据的深度及广度融合应用提出了更多的需求。

4.2.2 助力运营管理改革

微信企业号定位为业务互联网化的连接器，为政府、企业及各类组织提供移动应用入口和信息化平台，高效的帮助企业及各类组织在微信中构建自己的生态系统。企业号有助于打破信息孤岛，提供统一应用入口，开放整合第三方服务提供商，融合工作社交关系，打通企业/组织内部及上下游关系链连接，实现移动化、实时化、智能化、数据化及云化，并推动运营流程、管理操作、组织形态重构，改革运营管理环节，奠定供给侧结构性改革的基础。

企业号的经济社会适配性强，作用空间宽广。2014 年 9 月上线

至 2015 年 11 月底，企业号账号已达 60 万，用户总量超 1000 万，日活跃用户超 200 万，日发消息量超 1200 万条（峰值 2000 万）。据调查，企业号使用者覆盖各行业各类主体，前五位分别为生产/加工/制造业（19.2%）、IT/通信/互联网（16.9%）、服务业（12.9%）、政府/非营利组织（11.2%）、金融业（9.9%）。企业号一方面集成支付、语音、视频、定位、二维码等原生功能，依托紧密的工作关系圈提升应用的参与度、活跃度；另一方面，平台开放汇聚第三方服务商，面向大中型企业提供定制化服务，面向中小型企业提供标准化 SaaS 套件，形成满足各行业各层次需求的一整套较为完善的解决方案。



图 12 微信企业号使用主体所属行业占比

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

补短板，企业号成为移动信息化办公主要之选，使用者满意度高。移动信息化办公时代，企业和组织普遍面临应用软件开发、运营、推广成本高，开发周期长、升级困难，安装率与活跃率低等困境，企业号提供平台解决痛点，连接人及系统、整合信息与资源、灵活配置按需拓展，积极推动运营管理改革。据调查，超 70% 的使用者认为企业号是实现移动信息化的最佳选择，近 35% 的使用者通过企业号解决了

其组织内外 30%以上的办公、交流、管理等工作；同时，企业号的满意度高达 93.8%，更有超一半的使用者表示特别满意。

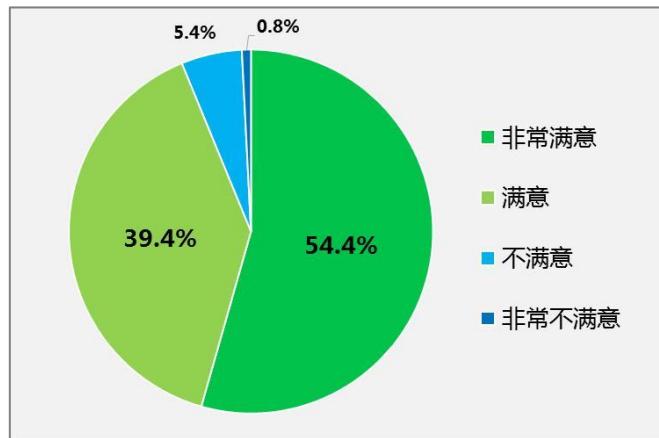


图 13 微信企业号的满意水平

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

“两提高一降低”（提高信息化水平、提高效率、降低成本）是企业号直接作用价值。通过使用者调研，企业号的主要影响功效体现在：提高企业与组织的信息化水平（46.5%），提高内部运营管理效率（69.7%）、上下游合作管理效率（34.4%）、支撑营销服务效率（22.8%），以及降低信息化成本（38.2%）。



图 14 微信企业号的主要作用影响（多选）

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

①提高信息化水平。企业号为原本相互割裂的企业系统提供了统一轻量入口，连接打通内部的工作协同、CRM、HR 与培训、消息通知以及上下游的供应商管理、渠道与门店管理、销售与库存管理等，

简化操作并方便各信息系统体系化管理，并聚合大量第三方软件，赋予企业、组织更广阔的信息化拓展空间。据调查，九成的使用者认为企业号对信息化水平有不同程度提升，近四成认为提高比例超30%。

②提高运营管理效率。企业号深化基于工作的社交关系网络，深度整合内外部资源，沉淀并挖掘数据资源，实现全价值链有机连接，全面提升沟通、运营、服务、管理、合作等效率。基于调查，我们用“10-30%”及“30%以上”两个关键值来衡量企业号的效率提升贡献，在提高内部运营、管理效率方面，使用者选择上述两个关键值的占比分别为46.7%和37.2%，提高销售、服务效率方面分别为40.4%和26.6%，提高上下游的合作、管理效率方面分别为31.8%和28.2%。

③降低信息化成本。企业号构建移动应用统一入口，节省企业、组织自主开发运营移动应用的投入，提供按需定制，方便产品不断升级，大幅降低了信息化及管理成本。据调查，超六成使用者认为企业号节省了10%以上的信息化成本，其中超两成用户认为成本节省超30%。

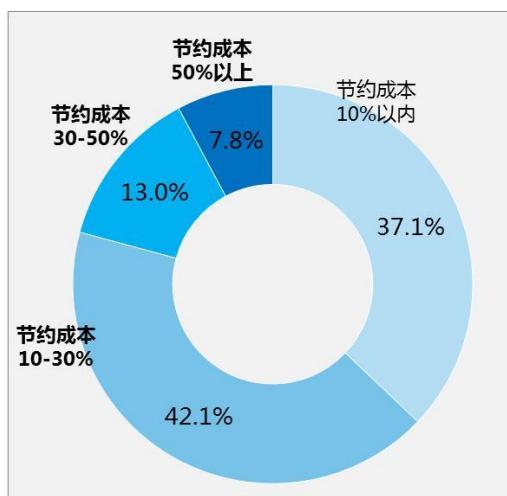


图 15 微信企业号对降低信息化成本的影响

数据来源：中国信息通信研究院、微信公众平台 调查数据

微信公众平台+企业号推动了组织结构向生态型转变。公众号连接企业/组织与用户，企业号连接企业/组织内部及上下游，打破传统由上至下，层层分级的金字塔，形成网络式、平台化结构形态，资源与能力共享，信息与价值互通，推动这些企业和组织在微信大生态系统中打造自身的次级生态系统，微信大生态系统与各次级生态系统交互促进、协同发展。

【案例】上海通用

上海通用以微信企业号打通了员工内部、上下游供应商之间错综复杂的关系，实现经销体系高效管理。企业号将通用公司与经销商的每个员工建立直接连接，将各业务部门与相关对口部门进行连接。在汽车经销商层面，企业号将原有厂商到经销商的纵向管理，改变为纵向加横向的管理模式，连接所有经销商，完成工作、交流协同；在单个经销商内部，实现直接协同管理。

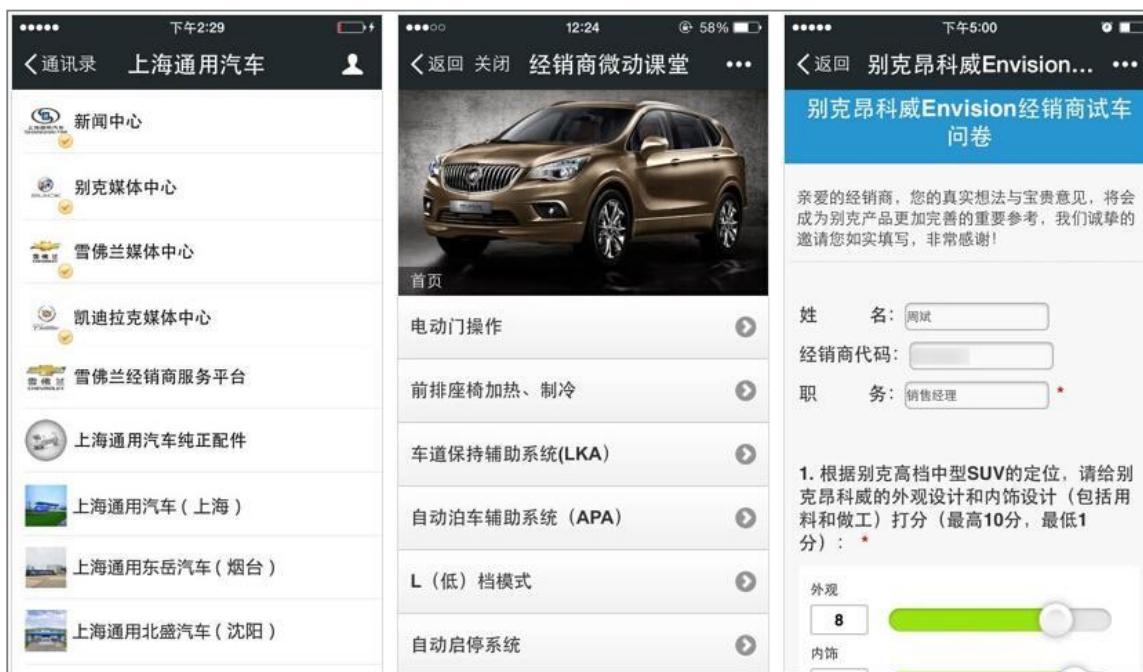


图 16 上海通用企业号案例

【案例】成都公安微报

成都市公安局通过企业号让市局警令政令信息第一时间传达到基层，有效提升了处置突发事件、警务保障及舆情引导的能力，便捷了公安干警间的信息交流，丰富了公安队伍的文化建设，有效提升了公安战线凝聚力和战斗力。民警参与度更高、警务实战性更强、工作覆盖面更广，企业号是互联网+在成都公安落地的重要应用。



图 17 成都公安微报案例

4.2.3 助力生产模式改革

微信“元器件”深度植入企业生产运营各流程环节，除了面向用户的营销服务改革、面向内部与上下游的运营管理改革，更有面向产品的生产模式改革，涵盖农业产品、工业产品、服务产品等各经济领域。生产模式改革，提高产品质量和生产效率，降低生产成本，更精确匹配消费者需求，提升有效供给。

助力优化农业产品生产。微信防伪溯源，全程管控，促进食品安全

全保障与质量提高；包装设计，协助打造优质农产品品牌；电商平台，推进产销对接，加快定制农业生产发展。

助力优化工业产品生产。以互联网为驱动促进工业生产由标准化、规模化向个性化、定制化柔性生产转变；提供物联网解决方案，努力打造智能硬件生态圈，降低智能硬件生产开发门槛；统一供应链上下游大数据，助力以信息数据流为核心驱动的智能制造。

助力优化服务产品生产。微信无缝连接用户与商家，线上线下服务一体化，大数据分析，优化服务产品个性化生产与供给；协助精准定位目标客户，有利于时尚、绿色、品质的新型服务产品升级；催生新媒体、自媒体，降低个人原创内容、服务产品及创业创新门槛。

五、社会影响分析

“十三五”时期是全面建成小康社会决胜阶段，提高发展平衡性、包容性、可持续性，保持经济中高速增长，推动物质文明和精神文明协调发展，保障基本民生，提高人民生活水平和质量，增加公共服务供给，加强和创新社会治理，推进社会治理精细化，实现国民素质和社会文明程度显著提高。

微信助力打造民主文明和谐的社会形态，微观层面改善人际关系、引领健康生活、增强公益意识，宏观层面促进社会就业、创新公共管理、增进国际交流，服务于数字社会的新生活、新治理，提高全社会共享的生活品质、生态质量与治理能力，对社会发展的影响力不断提升。据调查，96%的用户认为微信传递了社会正能量。

5.1 和谐人际环境

人与人连接是微信连接器的原始基石，微信用户快速普及，拓展交友范围、润滑人际关系、增进好友互动，打造良好的人际环境促进了社会和谐稳定。

拓展交友范围。从基于通讯录的熟人社交，到摇一摇、附近查找等陌生人社交，从亲人、同学、朋友的生活圈，到同事、商务伙伴的工作圈，再到群组、应用、平台活动的兴趣圈，微信构建了庞大的人际关系网络。据调查，78.7%的用户微信好友数在50人以上，55.1%的用户好友在100人以上，分别较上年度调查提高了16.0和14.5个

百分点。如今，用户初次见面互加微信已是常态，相较于经常变更的手机号，微信号更加稳定，微信已成为最主流的沟通方式。

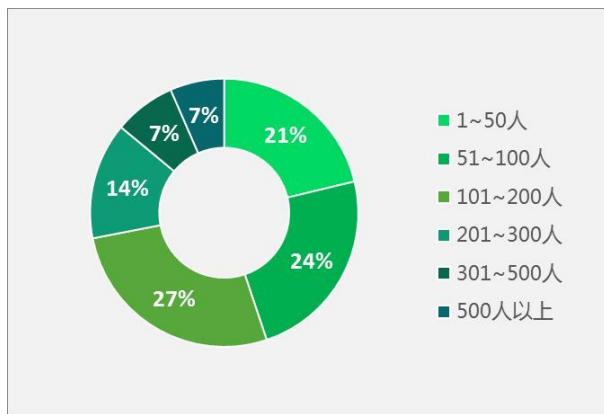


图 18 微信用户好友数量

数据来源：中国信息通信研究院 调查数据

润滑人际关系。微信是人际关系的润滑剂，一方面打破沟通壁垒、增强有效沟通，调查显示，超过 65% 的用户认为“微信让上下级沟通更便捷”；另一方面微信消除孤独、释放压力，超过 60% 的用户认为“通过微信与不熟的人聊天更自在”，50% 的用户认为“微信可以减轻工作压力”，相比于现实中的各种顾忌，微信 ID 后面的人更真实，更善于表达自己，拉进了人际距离。

增进好友互动。微信与朋友交流方便快捷，朋友圈展示好友动态，增进相互了解，集聚共同话题。调查显示，超过 86% 的用户认为微信帮助朋友间互动频率提高，50% 表示微信使朋友间交互频率显著提高；近一半的用户通过微信结交了新朋友。微信推动人际间的交流，帮助人们以较为轻松的方式解决现实社交中的难题。

值得注意的是，微信等互联网社交只是人际交往的一个方面，而非全部，亦不能代替现实中面对面的交流。例如，微信交流具有碎片化特征，聊天文字有时缺乏逻辑关联和系统思维，长期沉溺于虚拟的

社交网络内，将可能导致无法适应现实社会所带给人们的复杂规则；如长期养成类似短信式“只言片语”表达方式习惯，将可能导致表达叙述不明确的现象，带来现实社交障碍。

5.2 转变生活方式

微信深入人心，成为人们生活中不可分割的一部分。据调查，微信是 62.6% 的用户最常用的移动互联网应用，62.1% 的用户每天打开微信 10 次以上，超过 50% 的用户每天使用微信 1 小时以上。微信融入生活，填平用户交流时间和空间上的鸿沟，也深刻改变了人们的生活方式，引领健康生活新风尚，促进社会精神文明建设。

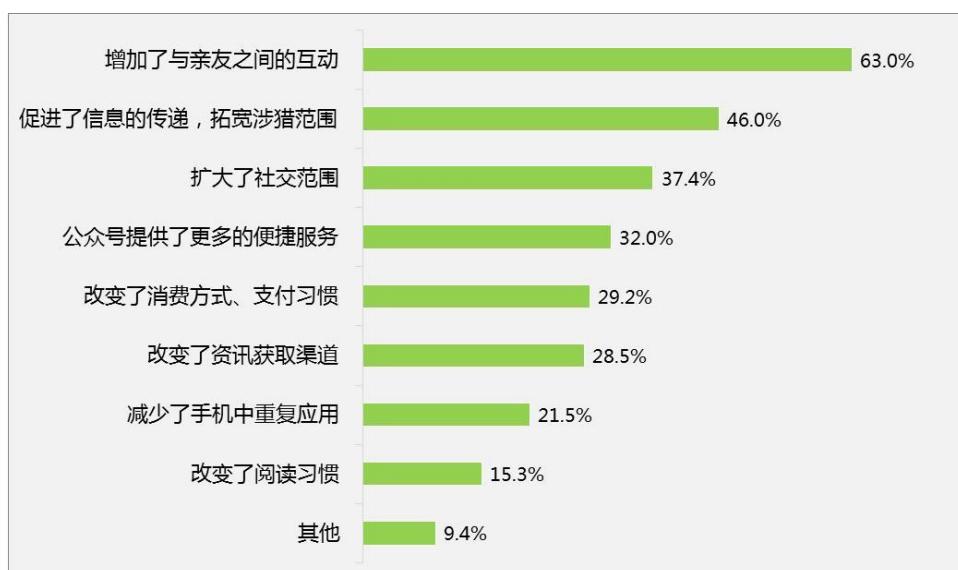


图 19 微信对生活的影响 (多选)

数据来源：中国信息通信研究院 调查数据

微信成为用户手机获取信息的第一选择。微信构建了网状的信息传递结构，加快传播速度减少时间损耗，用户可以快速获取需要的信息。据调查，46% 的用户认为微信促进了信息传递，拓宽涉猎范围；28% 的用户因微信改变了资讯获取渠道。在所有通过手机获取资讯的

方式中，38.1%的用户选择了微信，高居榜首，领先各类新闻客户端10个百分点。不过，微信传播信息高效便捷和低成本，需强化管理与自我识别，警惕不良信息传播。

微信引导人们健康生活。微信运动激发全民健身热情，“晒步数”成为社交圈新风潮，吸引越来越多的人参与健身运动，在微信运动的用户中，26%增加了运动量、23%更关注健康、40%增加了朋友互动、11%结交了运动同好者。微信读书以社交结合阅读，通过朋友圈阅读展示、评论、点赞，促进朋友间阅读交流、发现好书，激发阅读兴趣，在微信读书用户中，50%增加了阅读时间、36%增加了阅读量、42%增加了分享互动。

有微信红包才叫过年。春节发微信红包不仅是拜年方式的改变，更是数字社会中对传统文化和习俗的传承与发扬，在2016丙申猴年除夕当天微信红包总量达80.8亿个，超上年8倍，共有4.2亿人参与，峰值时每秒收发40.9万个红包；1.8亿人参与摇手机送祝福，共摇出1.82亿个红包，覆盖了204个国家和地区。春节期间6天内，微信红包收发量超320亿，同比增长9倍。

5.3 促进社会就业

微信通过开放平台与生态系统，更广泛深入连接经济社会各领域，加快产业分工协作，培育新的工作岗位与就业机会，同时带动中小微企业及个人创业，从而助力社会整体就业。如基于微信开放平台二次开发、企业信息系统运营等催生的开发、维护、运营、管理等人员需

求；公众号及电子商务，催生的营销、售后、客服、快递等人员需求；企业号连接产业链上下游与自身各系统，同时激发了企业对相关信息管理人才需求；微信协同公司内部其他团队打造的众创空间，开展“双百计划”，提供众包服务，推动大众创业、万众创新等。

过去的一年多时间里，微信先后推出了企业号、城市服务等新功能服务，微信生态更加成熟，融入经济社会范围更广阔、涉及行业更丰富、连接产业上下游更深入，带动了更多人参与到微信生态系统之中。微信拥有超 1000 万公众号，60 万企业号，开放平台第三方开发者达 20 万，调查显示，90% 的公众号和企业号运营人员在 1-5 人之间。

据测算，微信带动社会就业规模达 **1747** 万人，同比增长 **73.5%**，其中直接就业 **439** 万人，增长 **128.7%**；间接就业 **1308** 万人，增长 **60.5%**，微信为社会就业做出了贡献。

5.4 培育社会公益

微信创新公益方式，传播社会正能量，为社会公益捐助开辟全新路径，以社交关系链激发民众公益热情。通过技术、应用及模式创新，让公益慈善活动更加精准，成效更加凸显，让捐资人和受助者之间的沟通更直接、便捷。在过去的一年中，近千万爱心网友通过微信参与公益捐助，公益平台捐款总额达 **5.4** 亿元。

微信公众平台为公益组织和捐款人、志愿者建立了有效的交流渠道。中民慈善捐助信息中心发布了“中国慈善微信影响力排行榜”，

监测到全国 5000 余家公益慈善类媒体、组织、企业和自媒体人开设了共 971 个微信公众账号，社会影响广泛。

微信支付为公益活动提供了便捷、安全、可信任的捐助通道。通过微信支付智慧公益解决方案，公益组织得以实时公布账目，向捐赠人推送善款去处，公益项目的发布、资金筹集和公开透明程度得以提高。微信红包进行公益捐助方便快捷、传播广泛，贫困孤儿助养和免费午餐等 8 个项目在 2016 年春节期间利用红包方式筹款超过 800 万元。

2015 年，腾讯公益慈善基金会牵头，联合数百家公益组织、知名企 业、明星名人、顶级创意传播机构共同发起一年一度全民公益活动“99 公益日”。2015 年 9 月 9 日是中国首个互联网公益日，主题为“一起爱”，旨在用移动互联网化、社交化等创新手段，用轻松互动的形式，发动全国数亿热爱公益的网民通过小额现金捐赠，步数捐赠、声音捐赠等行为，以轻量、便捷、快乐的方式参与公益。首个 99 公益日捐款总额达 1.28 亿元，捐款人次 205 万。

【案例】微信“为盲胞读书”与“微信捐步”

微信利用移动互联网创新公益模式。团体领读是腾讯“为盲胞读书”公益项目在 2015 年推出的新项目，5 月中旬正式上线，通过微信互动平台录制有声内容，创作有声书籍，微信首次提出“声音捐献”概念，利用语音识别技术创新，邀请数亿微信用户每人捐献一分钟，合力为视障群体读书。截至 2015 年 5 月，“为盲胞读书”公众号粉丝超过 60 万；累计收到 300 万条语音捐献，形成超过 100 本有声读物；

累计 300 万视障人士收听到项目输出的有声读物，全国 100 所盲校，10000 名视障儿童收到项目捐献的“悦读盒子”。

2015 年 8 月，微信运动和腾讯公益联合发起步数捐赠活动，通过朋友圈、排行榜等激发用户热情，截至 2015 年 12 月，活动共捐赠 3359 亿步，相当于绕地球 4882 圈，捐赠总金额达到 6718 万元。

5.5 创新公共管理

李克强总理在 2016 年政府工作报告中提出：大力推行“互联网 + 政务服务”，实现部门间数据共享，让居民和企业少跑腿、好办事、不添堵。简除烦苛，禁察非法，使人民群众有更平等的机会和更大的创造空间。

微信助力政府及公共管理机构创新治理方式，提升管理能力与管理效率，提升公共服务水平，增加服务供给，加快简政放权，增强执政透明度和公信力，建设开放、透明、服务型政府。

政务微信是移动互联技术、转变政府职能、民生长尾需求集中释放的聚合产物，是政务与民生、人与公共服务的“连接器”，展现了支撑移动电子政务的强大势能，纳入了中国政府网站绩效评估指标体系。政务微信实现了公安、旅游、食药监、党政、交通、教育、医疗、人保、司法、外贸等政府职能基本全覆盖，基本形成了部委政府、地方各级部门所组成的微信公众号应用体系，民生服务通过微信送达在很多政务民生领域成为常态。截至 2015 年 8 月，全国开设的政务民生微信公众号已超过 8.3 万个，部委微信公众号拥有率就超过 40%，

31 个省级行政区和 334 个地级行政区均开通了数量不等的微信公众号，县乡级公众号也占到了 50% 以上。政务微信的功能应用、服务属性不断增强，政务公众号与政府企业号相结合，激发更大的创新活力，政府企业号提供丰富而安全的功能接口，提高了政府机关内部的信息传递及公务处理效率，建立与政务公众号的互通互联渠道，实现政务功能拓展，强化政民互动，收集分析群众意见与建议，进一步完善公共服务与管理。

2014 年 11 月，微信推出城市服务，整合公积金、人社、医疗、交通、公共事业缴费、出入境、公安等多种民生服务办事功能，将政府部门线下和桌面的办事流程升级到移动端，使公众足不出户、随时随地就能获得政府提供的服务，使政府更加贴近百姓生活，为公众的生活带来切切实实的便利。截至 2015 年 12 月，微信城市服务正式上线 16 省 78 个城市，未上线城市统一提供环保举报、旅游投诉、城市热力图、气象服务等 5 项全国服务；已上线城市共提供 2611 项服务，平均每座城市提供 33 项，累计服务人次超过 6881 万。城市服务表现出良好的成效：医疗服务，增进医患之间关系，平均为环节节省就医时间 50%；公安服务，提供超百项便民服务，40% 预约办理来源于微信渠道；政务公开，为政府满意度调查提升 2 个百分点；环保举报，全国 31 个省、自治区、直辖市、兵团环保部门（除西藏外）均开通了环保微信举报，345 个地市、1199 个区县环保部门开通并使用微信举报管理平台受理和办理群众举报。同时，城市服务也受到用户广泛好评，调查显示，城市服务用户中，超 45% 每月使用至少一次，近 10%

每天都会使用；超 2/3 的用户对于“城市服务”表示满意。

2015 年 7 月，城市服务开放平台正式上线，政府机构、事业单位及其他具备资质单位在平台上提交服务，完成相关流程，上线到对应的城市服务板块。微信还推出“城市服务质量星级标准”，输出“互联网+公共服务”的行业标准，量化手段推动公共服务的流程优化、标准化和模板化。

【案例】广州微警

“广州微警”通过实名认证，首创公安业务微信端“一口受理、一键办结”，30 秒完成交通违法缴罚的全流程，便捷服务的同时不断提高系统安全性和稳定性。“广州微警”上线城市服务一个月，超 30000 微信实名用户关注，实名验证+线上缴罚实现了三个“首个”：首个使用微信实名身份校验接口，实现微信、手机号、银行卡持卡人、车主、驾驶人“五合一”身份信息有效同一验证；首次实现移动支付和非税系统实时对接、自动流转；首次研发政务服务专有硬件“微警 0 号”，连接金盾网和银行专网，实现车管部门与非税平台实时对接。

5.6 推动城市发展

我国城市发展已经进入新的发展时期，城市发展带动了整个经济社会发展，城市建设成为现代化建设的重要引擎。微信积极推进“互联网+智慧城市”建设，联合公司内部其他团队，加强与产业链各方合作，从公共服务、城市管理、产业升级等多方面努力构建“互联网+”时代开放共赢、协同创新的智慧城市生态系统，促进城市发展。



图 20 腾讯智慧城市解决方案

微信协助统筹政府、社会、市民三大主体，以公众号、城市服务协助政府为市民、企业提供便捷的公共服务通道，调动各方面的积极性、创造性，促进城市协调发展。微信助力统筹改革、科技、文化三大动力，提高政府管理精细程度，提高城市发展持续性。以企业号提升政府、企业运营管理效率，在党政、公安、交通、税务等机构得到了广泛应用。

微信搭建了互联网基础设施，提升公共服务和公共管理效率，加快智慧产业生态形成。通过智慧交通、智慧旅游、智慧商圈、智慧物流等多领域解决方案，对服务、流程、资源进行互联网化，高效对接供需双方，全面的提升了服务水平，提升了人们的体验。通过众创空间建立、双百计划实施、微信公众平台及智能硬件平台的带动，推动大众创业、万众创新，从而进一步拉动区域经济、带动就业以及提升城市竞争力。

5.7 增进国际交流

随着我国经济不断发展，全球化进程不断加深，居民的国际出游

和企业的国际贸易活动日趋频繁。微信以跨境支付、公众平台为基础，为国际间的消费、商贸、外交等提供了有力支撑与极大便利。

支撑海外消费。微信跨境支付为居民出游、海外购物，企业跨境结算扫清了障碍，提供了便利和优惠，其核心功能是实现“人民币收款，向境外商家结算外币”。目前，跨境支付支持用户“被扫支付”，并即将开放公众号支付、APP 支付、扫码支付等 3 种方式，帮助用户跨境购物无需再兑换外币，系统将自动用外币与境外商家结算。

支撑海外经贸。部分驻外大使馆建立公众账号，提供国别介绍、经商指南和企业互动功能，为加强海外中资企业与我驻外使领馆之间的沟通提供了全新的渠道，也为有意开拓海外市场的中国企业与公民构筑了一个高效便捷的服务平台。我国每年劳务输出人数众多，微信极大便利了海外务工人员与国内家人沟通，起到了很好的稳定心态作用，为我国对外援助，对外经贸事业提供保障。

支撑领事管理。微信在我国领事保护及管理上起到了重要作用。外交部利用微信群进行护照、签证、认证工作的沟通，利用微信公众平台“领事直通车”开展领事便民服务；北京市外办利用微信公众账号“北京市外事综合服务大厅”管理外事专办员，开展外事管理工作。以微信平台取代传统沟通渠道，提高政府部门内部沟通效率，对保证公民合法权益、及时妥善处理各类事件产生积极影响。

【案例】领事直通车

我国领事保护案件每年 4 万起左右，其中有 120 起是重大案件。

外交部专门建立的微信公众账号“领事直通车”，在普及领保知识、保护我国海外公民的合法权益工作上，起到了不可替代的重要作用。在马航失联事件中，通过该微信公众账号，大大改善了以往重大领事保护事件中，众多民众负面评论和不实信息传播的局面，以简捷的形式实现了官方权威发布，维护了我国政府公众形象。

微信，是一种生活方式，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”的智能连接器，连接人、设备、服务、产业乃至万物互联；
微信，构建整体统一、开放循环、协同进化的生态系统，携手社会各界力量创造更多价值；
站在“互联网+”风口，微信是基础设施与创新要素，助力打造经济社会发展新形态；微信催生发展新动能，适应和引领经济社会发展新常态！