

# 微信小程序市场研究报告

大水负舟·微信小程序市场分析

2019年上半年



# 目录 Contents



前言   核心摘要	03
01   微信小程序·鲲起篇	05
02   微信小程序·风息篇	12
03   微信小程序·适者篇	29
04   微信小程序·星榜篇	39

APP人口红利尾声，用户增长迈入瓶颈期。潮退之时，互联网巨头最先做出应对，以自身已经拥有的超级APP为基搭建小程序或轻应用的分发平台。截至2019年6月，微信月活跃设备数高达11.2亿，因“水之积也厚”以大水为托，微信小程序受到众多开发者和用户的热情拥抱。

转战小程序的行业虽多，但是收到的效果各不相同。例如旅游出行行业借助小程序迎来第二春，而如传统视频或者较复杂的手游等因使用频率、用户体验和技术限制等因素，并不适合搭上小程序的热潮。因此，一项应用或者服务更适合小程序端还是APP端有了初步的判断标准。

小程序以小博大，能够触达用户更加全面的生活版图，通过线上和线下的整合、打通行业下沉渠道，小程序将会与超级APP互相产生作用，互利共生，共同进步。

因此，本研究首先对小程序进行了概念解析和功能分析，然后对目前的行业发展趋势进行总结，最后对表现突出的小程序进行画像分析。旨在得出微信小程序发展的一些规律和特点，帮助行业发展进步。



# 核心摘要

01

在人口红利瓶颈期，转向小程序战场是各超级互联网公司的重要战略。小程序依托于超级APP的巨大流量池，其功能会因自身流量和场景的差异而有所不同。而微信小程序坐拥中国最大的社交流量池，以较为克制的方式进行用户引流，为生活、娱乐、社交等场景赋能。

02

微信小程序在渗透率和粘性方面都表现极佳。根据艾瑞i-Click2018年8月抽样调研数据显示，1416名被试者中使用过微信小程序的比例高达90.4%，其中近半数（48.7%）使用微信小程序的被试每天使用微信小程序的次数为5次以上。

03

微信小程序的头部集中趋势明显，截至2019年6月，在月活TOP100微信小程序中，电子商务、美食外卖、旅游出行、便携生活和游戏服务类这五类共占据了71席，其中电子商务类分布占比最大为20%。另外截至2019年Q2末，500万以上量级的小程序个数较Q2初明显增多，微信小程序的社交裂变和集聚效应突出。

04

根据艾瑞i-Click2018年8月抽样调研显示，美食外卖、电子商务、综合资讯以及旅游出行中被更多的人认为其实用性大于APP。电子商务小程序中网络购物稳居主流，美食外卖小程序中美团点评占据半壁江山，快餐、奶茶类借势小程序增强商机。综合资讯类微博小程序一骑绝尘，头部效应突出。旅游出行类小程序月活跃设备TOP5地位稳固，OTA小程序月活超APP端。

05

2019年Q2表现突出的小程序之间存在一些共性，例如：男性比例高，40+用户超APP端、天秤座占比高，在三线以下城市的下沉效果突出。用户画像的共性一方面可能受微信整体用户指标的影响，例如微信男性用户多余女性。另一方面是小程序本身的产品属性影响的，例如微博的下沉用户比例低于同程艺龙和小影+。



## 鯨起篇

- ✓ 微信小程序产生背景
- ✓ 各小程序平台盘点
- ✓ 微信小程序生态分析
- ✓ 微信小程序导流方式分析
- ✓ 微信小程序赋能场景分析
- ✓ 微信小程序用户小调查

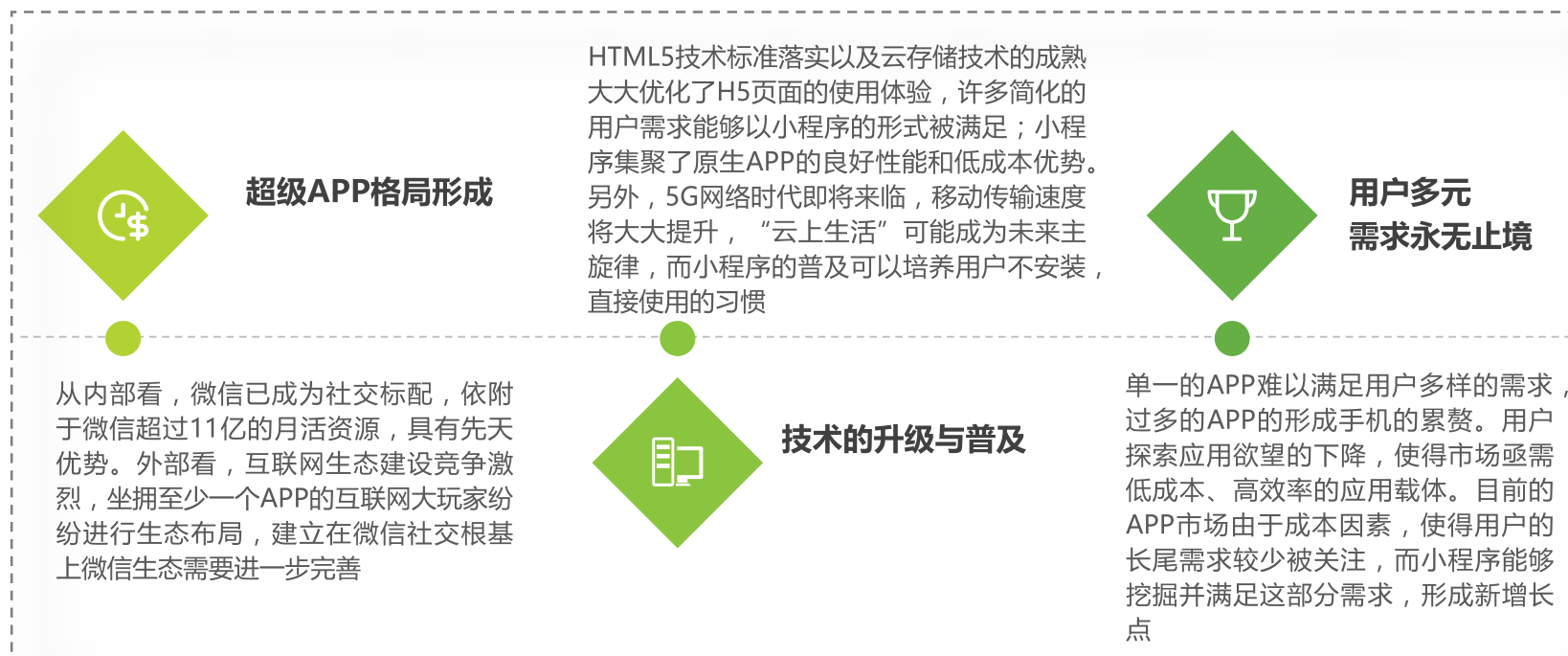


# 创新：小程序产生背景

## 风起于流量之末，浪成于长尾之间

APP流量红利时代进入尾声，存量用户的争夺激烈，建立生态依旧是互联网大玩家们的奋斗目标，而微信拥有的巨大流量是串联生态的重要势能。而且H5和云存储技术的成熟优化了用户使用体验。另外，移动互联网对于用户长尾需求的渗透和探索依然充满想象力。在这样的背景之下，轻应用、小程序的理念被提出并实现。

### 小程序的诞生背景



# 格局：各大小程序平台一览

## 强强争霸，各有所长

超级APP们根据各自的流量特点和内容优势布局小程序。微信侧重于社交关系的串联和去中心化；支付宝侧重TO B业务；百度打造月活超30亿的开源联盟，并以AI技术智能分发；今日头条和抖音加强内容与电商链接的变现能力；360立足PC端，为大屏、高沉浸场景建立平台。快应用为轻量服务更快触达用户。

轻应用平台对比示意图

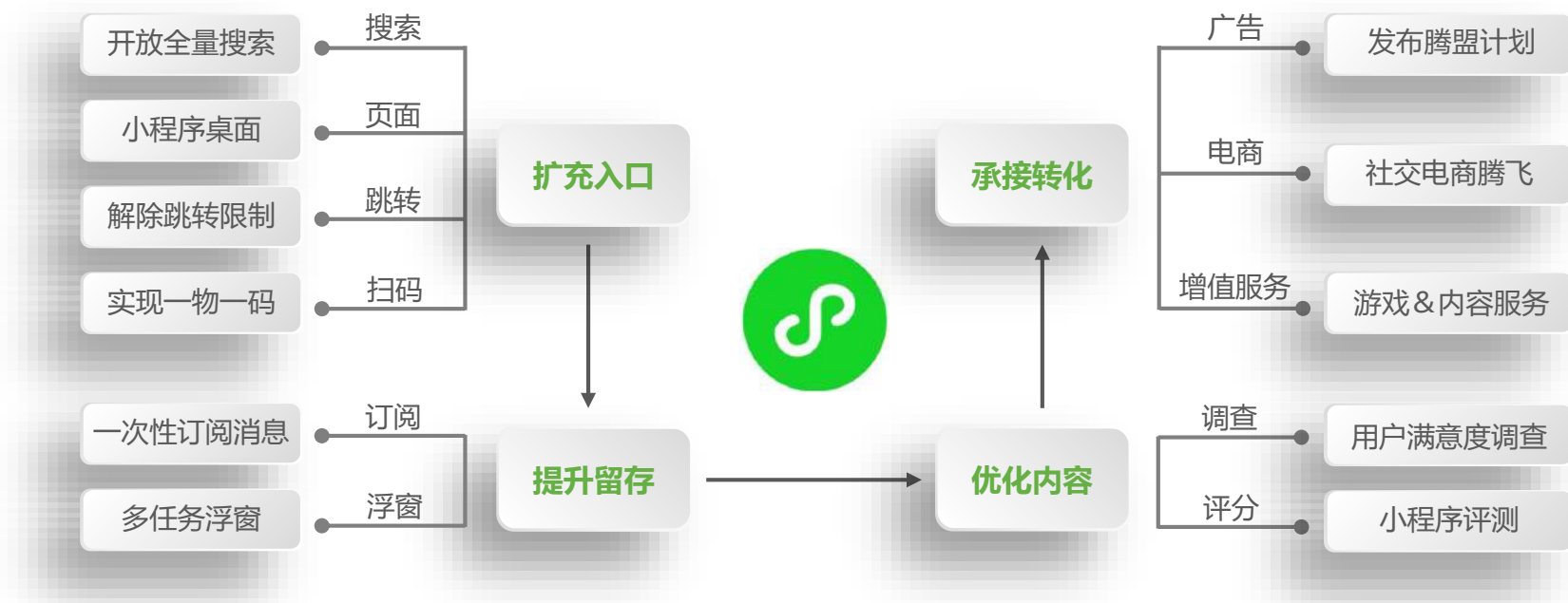


# 生态：微信小程序生态图谱

## 优化功能链路，搭建生态闭环

凭借2019年以来逐渐完善的各个功能板块，微信小程序已经初步搭建形成一个闭环的生态结构，持续释放对开发者引力的同时不断优化用户的使用体验，实现良性发展。就各功能板块具体来看：在流量入口上，微信开放全量搜索，提升小程序直达搜索能力；打造小程序桌面，培养用户下拉操作习惯；解除跳转限制，优化公众号和不同小程序间的导流；推出一物一码，强化线下商品的小程序直连。在留存提升上，微信将推出“一次性订阅消息”，助力商家精准唤醒用户；将小程序接入浮窗，打造常驻页面的“第二入口”。在内容优化上，微信将持续优化小程序评分与用户满意度调查，激励优质内容。在转化承接上，广告、电商与增值服务的三驾马车已基本成型，助力开发者依托小程序的轻量化优势高效运营私域流量，挖掘用户价值。

微信小程序闭环生态图谱





# 导流：用户增长模式

## 让用户决定，吸引却不打扰

微信小程序上线至今，流量入口已经超出60个，其主要的导流方式可以分为以下5类——略带克制的推荐机制，用户主动搜索机制，扫码获取，好友或者群分享以及公众号的安利。微信的导流风格一如这款不做节日运营、不做初期推广的产品一样，也是保持了好产品的安静气质，给用户保留了足够的选择空间，以优质的功能体验来吸引和打动用户。

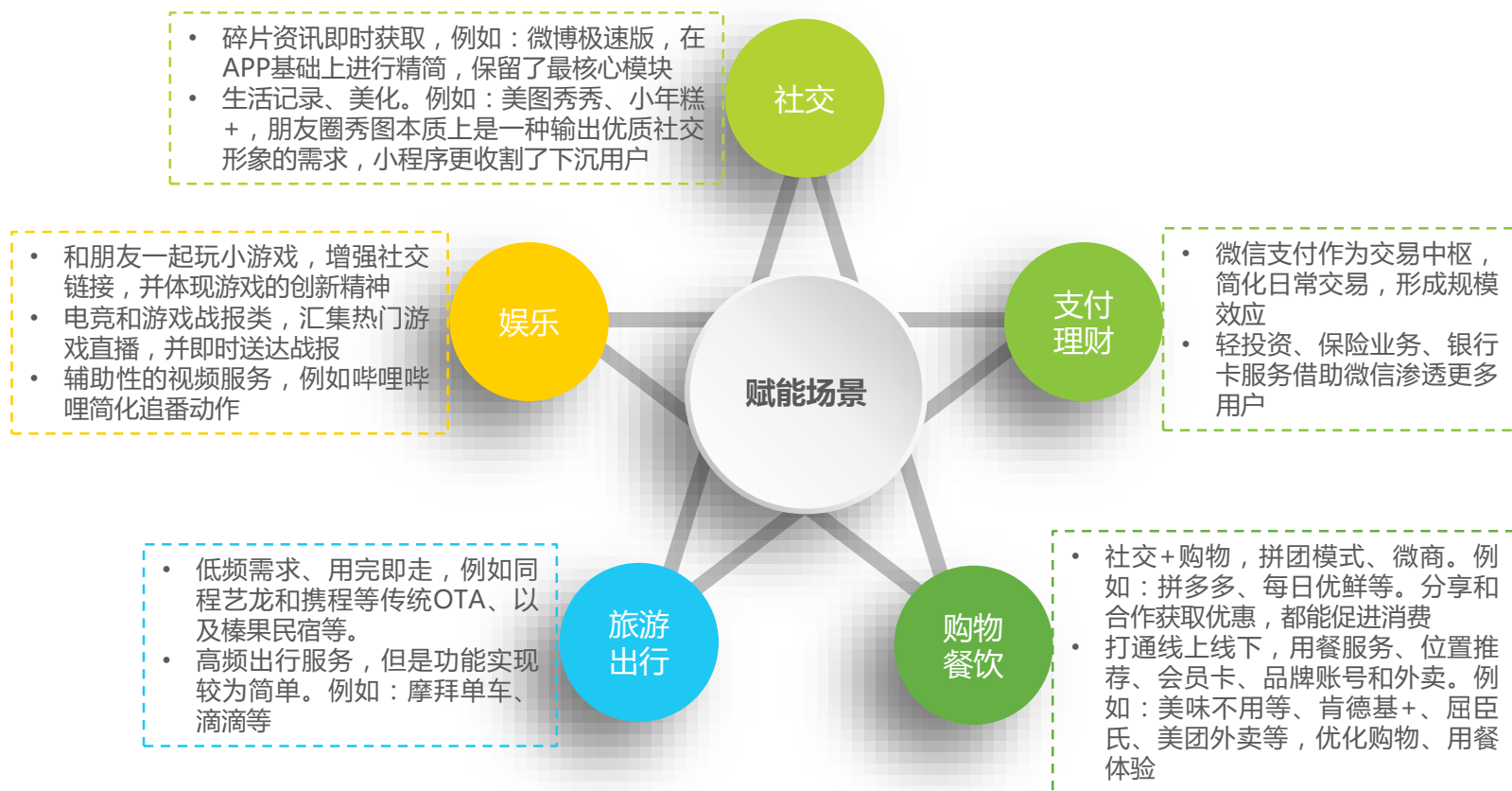
### 微信小程序主要导流方式整理



# 赋能：小程序赋能场景分析

链接、推动、简化，为生活、娱乐、社交等场景赋能

## 小程序主要赋能场景分析



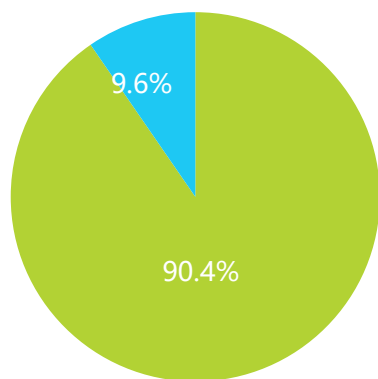
# 渗透：微信小程序用户调查

## 微信小程序渗透率超90%，粘性惊人

根据艾瑞i-Click抽样调研数据显示，1416名被试者中使用过微信小程序的比例高达90.4%，其中近半数（48.7%）使用微信小程序的被试每天使用微信小程序的次数为5次以上，每天使用微信小程序15次以上的比例达5.9%。微信小程序无论从人口指标还是活跃度指标上都呈现出国民级的渗透率水平。

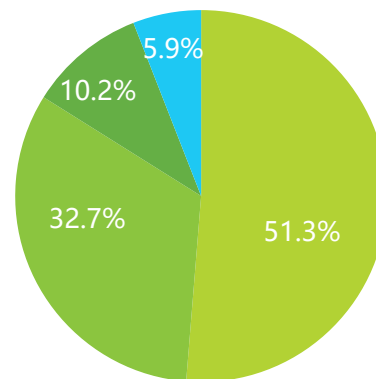
### 2019年8月中国网民小程序使用情况抽样调查（1）

有多少人使用过微信小程序？



■ 使用过 ■ 未使用过

一天中使用微信小程序的次数有多少？



■ 1-5次 ■ 5-10次 ■ 10-15次 ■ 15次以上



# 风息篇

- ✓ 微信小程序发展趋势分析
- ✓ 微信小程序重点行业发展风向
  - ✓ 电子商务行业
  - ✓ 美食外卖行业
  - ✓ 综合资讯行业
  - ✓ 旅游出行行业

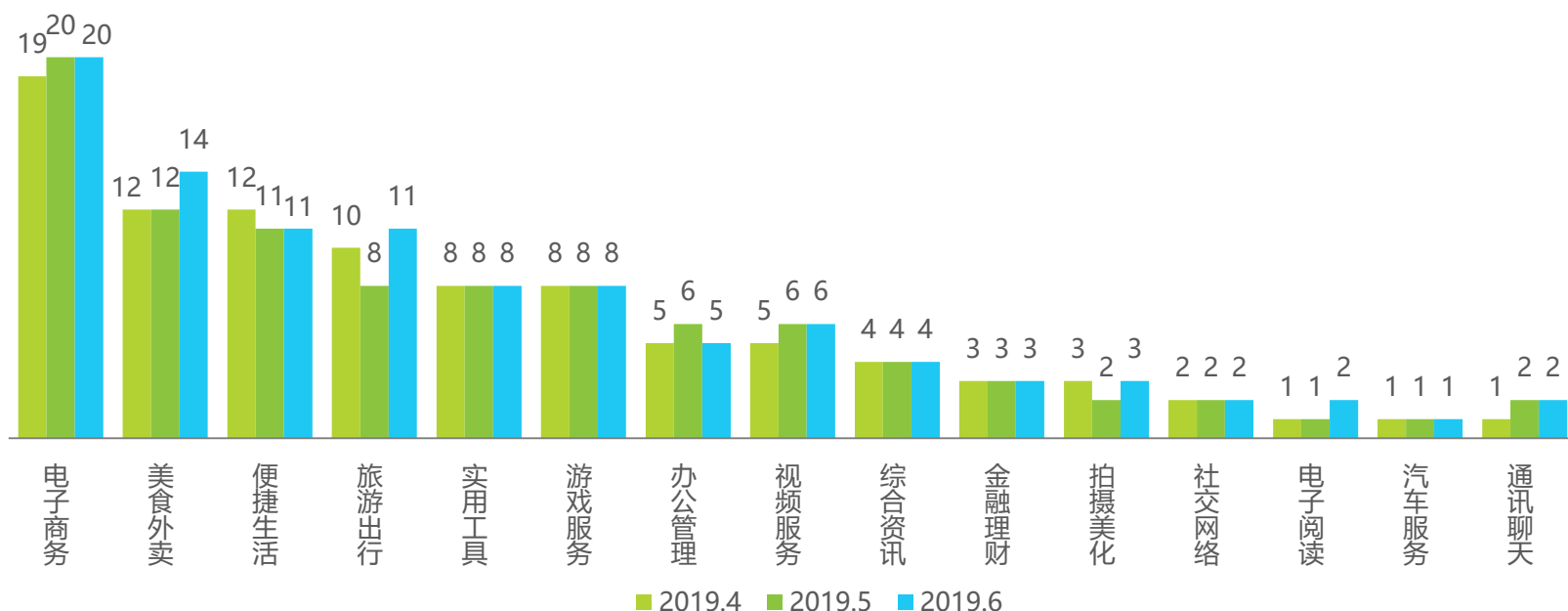


# 大水负舟：小程序发展趋势分析

## 电商、美食扩大版图，便捷生活稍降，旅游出行波动上升

2019年4月至6月，电商、美食外卖行业百强小程序数保持了前二，并且稳中有升。截至2019年6月，月独立设备数TOP100的小程序中，排名前五的行业占去71%的席位，其中电子商务行业拥抱大片河山，占据百强20席，行业集聚效应明显。总体来看，大行业分布的排名较为稳定，而且排名前五的行业的梯队与后面拉开了一定的差距，排名靠后的行业可能还有较大的发展空间。

MiniTracker-2019年4月-6月月活跃设备数TOP100小程序大行业分布情况



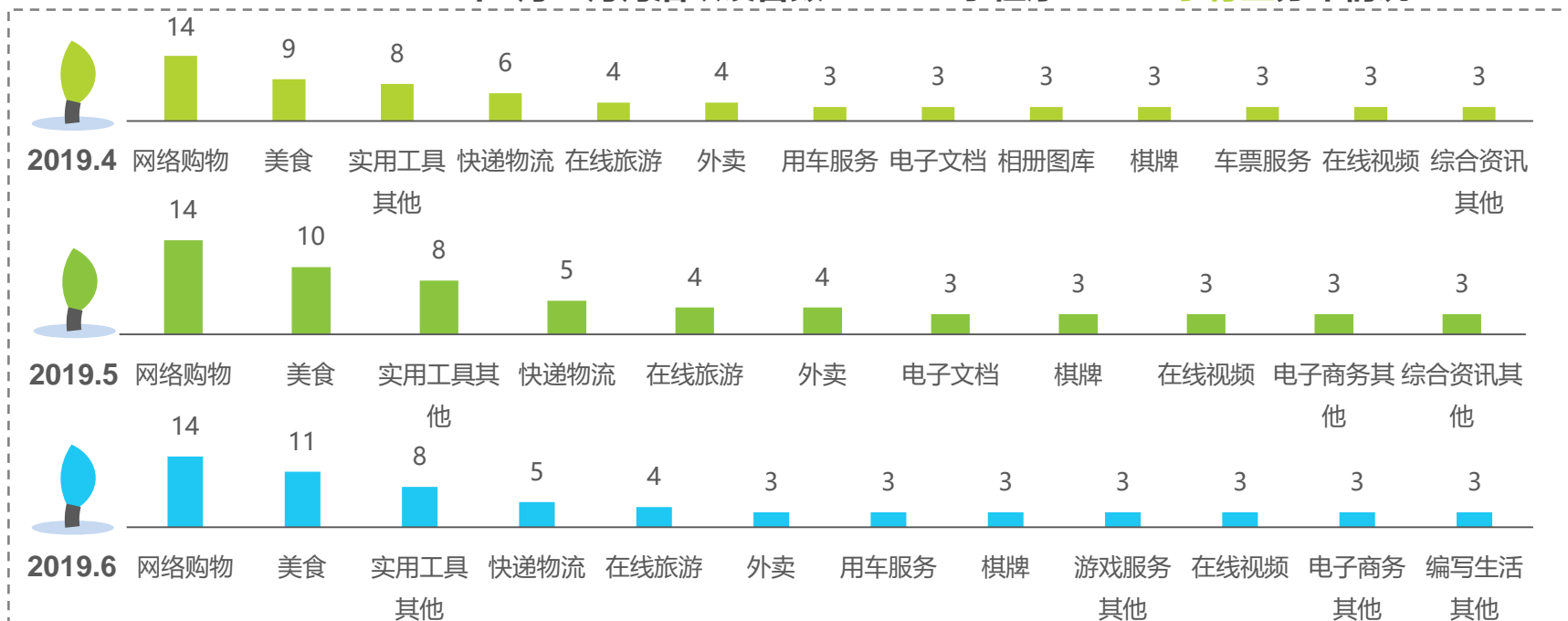
# 大水负舟：小程序发展趋势分析

## 前五行业排名保持稳定，后五行业实力相当

小行业的分布和大行业情况类似，网购和美食位居始终前二。在目前的市场发展阶段，买和吃这两类物质消费需求依然构成消费者群体的主要诉求。受益于此，围绕购物以及美食展开的相关服务行业快递物流和外卖也排在前六。

实用工具是服务于用户生活的各种小工具，小程序端的实用工具既保证了实用性，而且更加简洁高效，因此用户分布也较高。在线旅游服务的低频性以及社交对旅游的催化作用使得在线旅游天然的适合寄生于小程序端，OTA平台华丽转身，在小程序端获得了更多的流量和更广阔的商机。

MiniTracker-2019年4月-6月月活跃设备数TOP100小程序TOP10小行业分布情况





# 大水负舟：小程序发展趋势分析

## 亿级小程序数量增长，社交规模效应渐露

截至2019年6月，500万以上量级的小程序数都有所增长，头部小程序借助微信平台本身因社交能力带来的巨大裂变优势，逐渐扩大社交规模效应。而低于100万的小程序大规模减少，而100万-200万之间小程序增多。表明小程序行业整体受到更多用户关注，从而促使尾部小程序“脱贫脱困”，进入了更高量级。

MiniTracker-2019年4月-6月微信小程序各量级数量分布

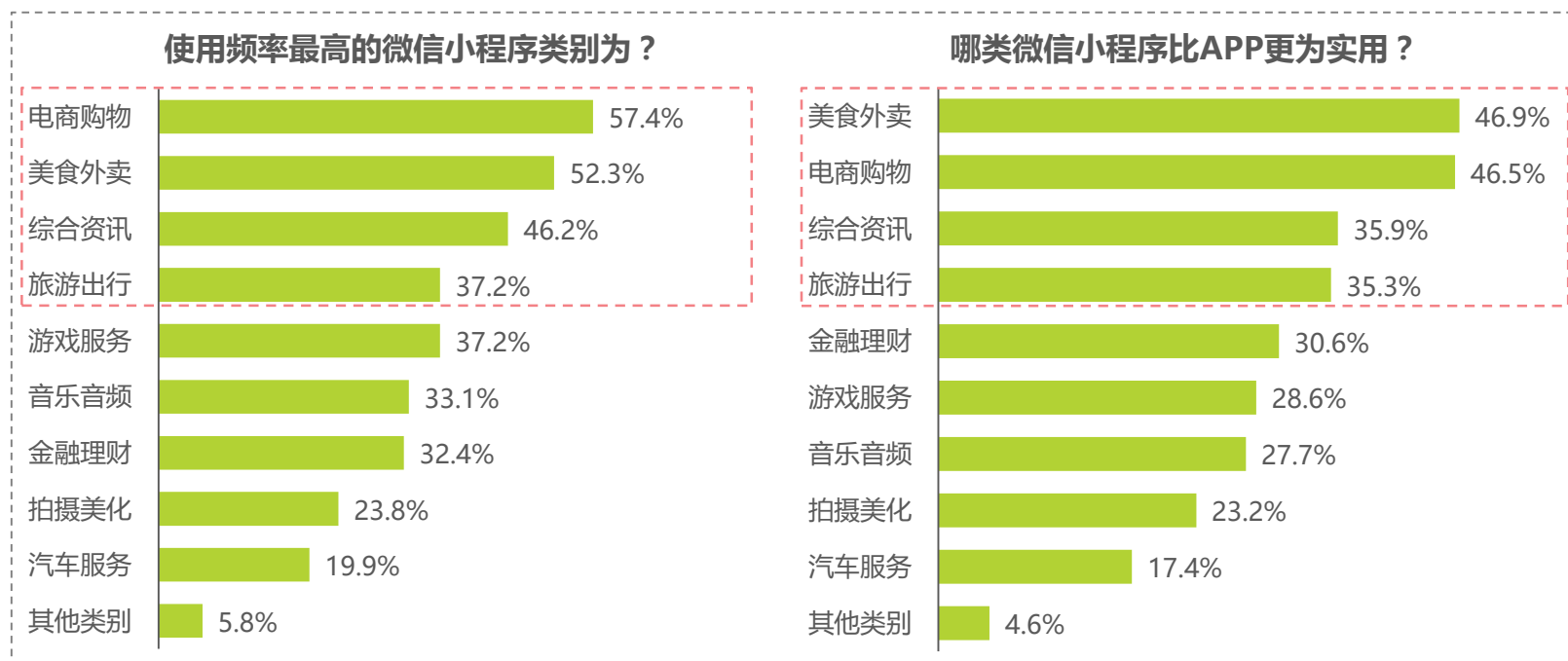


# 大水负舟：小程序发展趋势分析

## 电商、美食类高频又实用，资讯、旅行类紧随其后

根据艾瑞i-Click抽样调研数据显示，电商和美食既是使用频率最高的两大类别，也是用户认为比APP更为实用的两大类别。综合资讯和旅游出行紧随其后。另外，金融理财在使用频率方面排名第7，但是在实用性上的排名为第5，这意味着金融理财类还可以在小程序端继续丰富布局、细化服务，扩大其在小程序端的优势。与金融服务相反，游戏服务和音乐音频类都使用频率排名较高，但是实用性排名较低，说明此类娱乐性的需求还是在APP端的使用效果更佳，这两大行业更适合侧重于APP端的服务，而把小程序作为补充和辅助。

### 2019年8月中国网民微信小程序使用情况抽样调查（2）



来源：样本总数N=1416；于2019年8月使用艾瑞iClick调研数据获得。

# 电子商务行业小程序特点

## 多入口频接触，重社交强地域

作为十分贴近转化侧的业务类型，电子商务行业对小程序引流入口丰富，打开率高曝光频繁的特点表现出较强的亲和力。小程序可通过“全量搜索”、“一物一码”等打通线上各类用户行为和线下渠道的高频次触点为电商行业提供极其丰富的转化机会。同时，受益于微信本身所连接的密集社交关系，微信小程序独具在社交圈层间和地域范围内快速裂变的分发能力，由此也为社区团购、生鲜和本地生活服务垂直电商门类创造出极佳的发展机遇。

### 电子商务行业小程序业务特点解析

#### 频接触

嫁接微信作为社交平台的高曝光率优势，通过多触点密切沟通微信用户，丰富转化机会



#### 重社交

根植于微信密集的社交关系，电商业务可以通过小程序的形式植入用户日常社交完成裂变式的分发



#### 多入口

微信小程序覆盖了搜索、扫码、分享、跳转等多类引流入口，实现各类用户行为与电商业务的贯通



#### 强地域

由社交所绑定的地域关系为本地服务和生鲜类电商提供了绝佳机会，小程序也契合其高频的消费模式



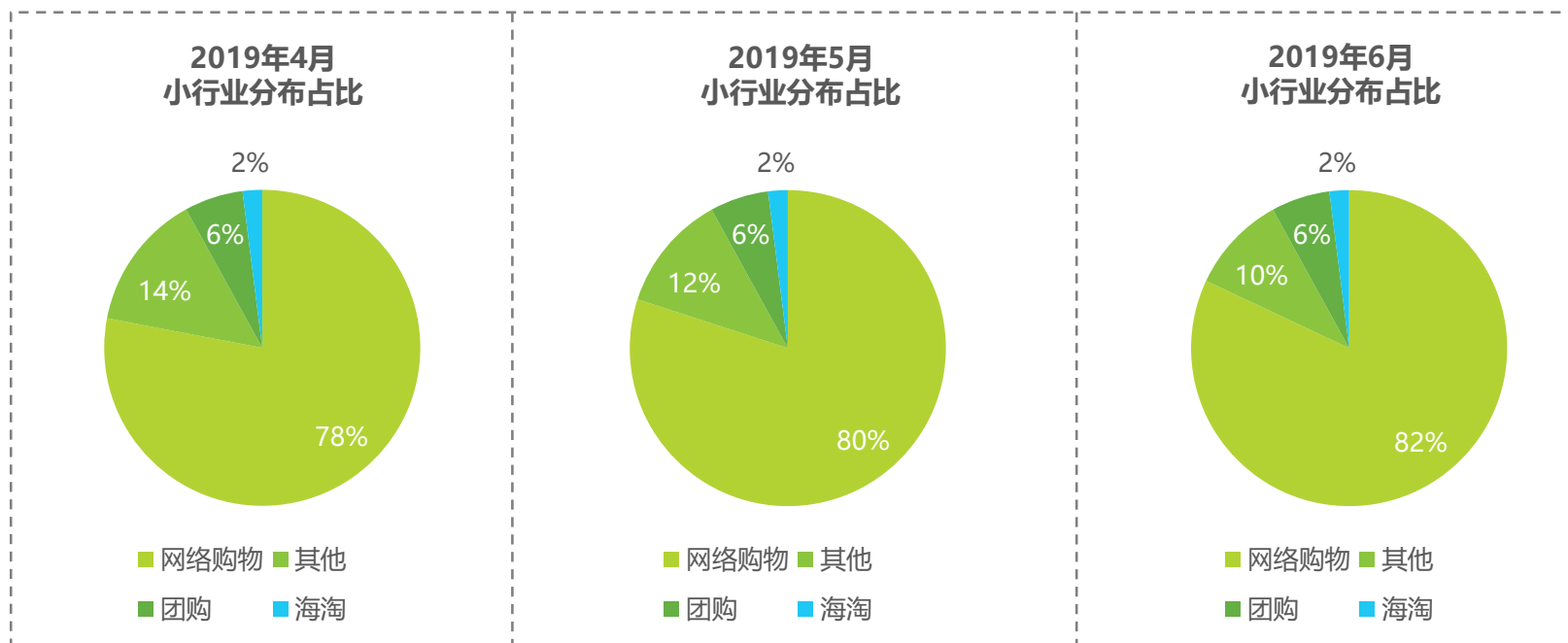


# 电子商务小程序小行业分布

## 网络购物稳居主流，垂直类别难有进场空间

电子商务TOP50小程序的小行业分布基本呈现出较为稳定的状态，其中，网络购物大类占据了八成左右的份额且比例不断增加，表明网络购物依旧是电商小程序最为主流的业务形态。海淘、团购等垂直业态则占比较少，其原因可能来自于小红书、美团等头部企业的通吃，使得此类行业难有后来者做大的空间。此外，在其他分类中，多为零售品牌主自建小程序，如优衣库、阿迪达斯等，体现出小程序协助B端用户直接沟通消费者的优势。

MiniTracker-2019年4-6月电子商务行业月活跃设备数TOP50小程序小行业分布占比



# 电子商务行业头部小程序

## 拼多多蝉联榜首，生鲜类电商蓄势待发

截至2019年6月，拼多多、京东、美团和小红书牢牢把占据电子商务行业月活设备数TOP4的位置，且与第五名拉开极大差距。其中，拼多多凭借社交电商业务模式与小程序的紧密契合实现了行业内TOP1的蝉联，京东则凭借618的成功造势实现了高达79.1%的环比增长。生鲜类电商在TOP20中始终保有4-5个席位，尽管头部电商尚未出现，但发展潜力丰富。

MiniTracker-2019年4-6月电子商务行业月活跃设备数TOP20小程序



■ 2019年4月月活跃设备数 (百万)

■ 2019年5月月活跃设备数 (百万)

■ 2019年6月月活跃设备数 (百万)

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

©2019.8 iResearch Inc.

www.iresearch.com.cn

# 美食外卖行业小程序特点

## 美食小程序提高效率、营造用户控制感、优化营销效果

美食小程序可以分为平台类和商家类，平台类是餐饮店的集合，通过提供餐厅推介、线上排号预定以及点餐结账等功能优化用餐体验，用户可以借助小程序获得排号进度、添菜、离店付款服务，而不是在各个环节都需要等待服务员协助，增加了就餐环节的控制感和效率。商家类是餐饮店和用户建立互动的一个窗口，既可以提供平台类美食小程序的服务，也成为商家营销的一个重要阵地，通过小程序可以在线上和线下互相引流、发布店内活动、进行会员管理、嵌入外卖服务等来强化用户粘性。

### 美食小程序特点和优势分析



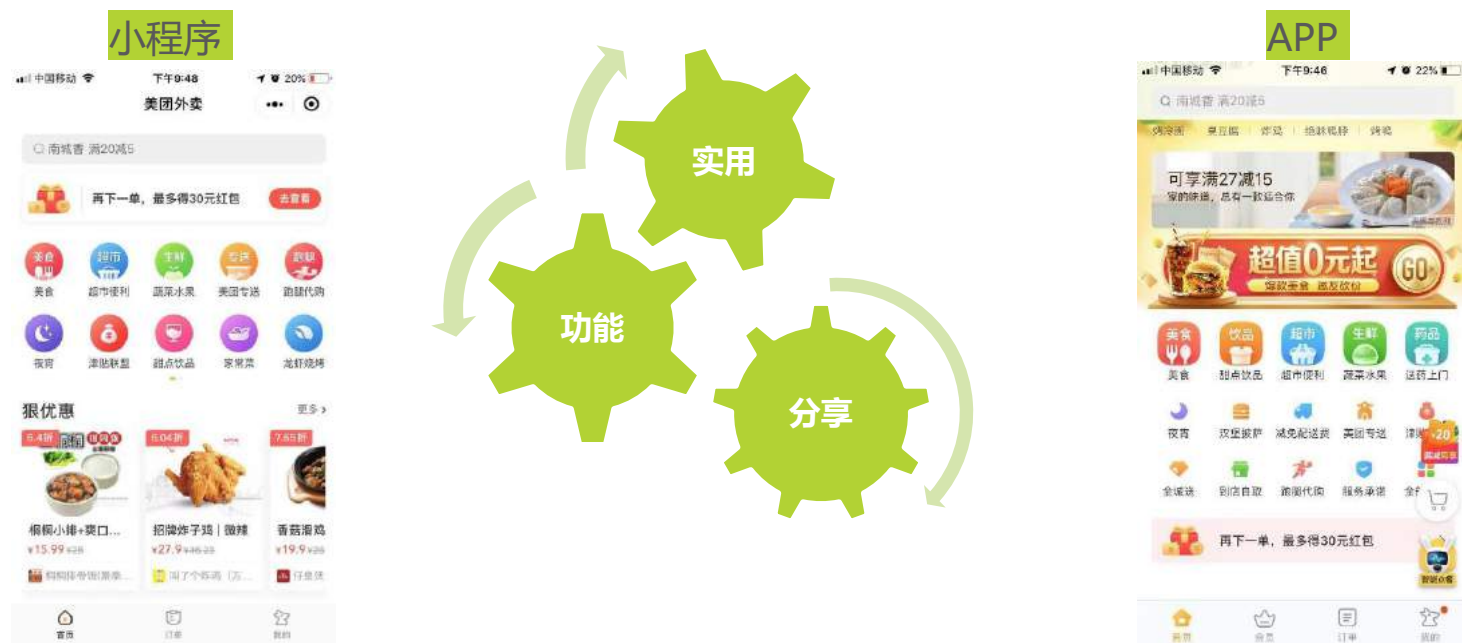


# 美食外卖行业小程序特点

## 外卖小程序简化界面，APP标签丰富

以美团外卖小程序为例，小程序端直击用户的点餐送餐和低价的需求，在一级界面直接给出食物种类标签和促销信息。而APP端的标签更加丰富，并嵌入智能服务和会员服务栏。因此，在功能定位上，美团外卖小程序直击点餐的需求，而APP在点餐的基础之上更加考虑到多种的用户需求。另外在功能实现上，小程序依托微信支付，支付链条更短更便捷。最后，小程序天生的社交属性可能会更好的促进美食分享或者优惠分享等行为，形成裂变优势。

### 2019年6月美团外卖APP端与小程序对比分析

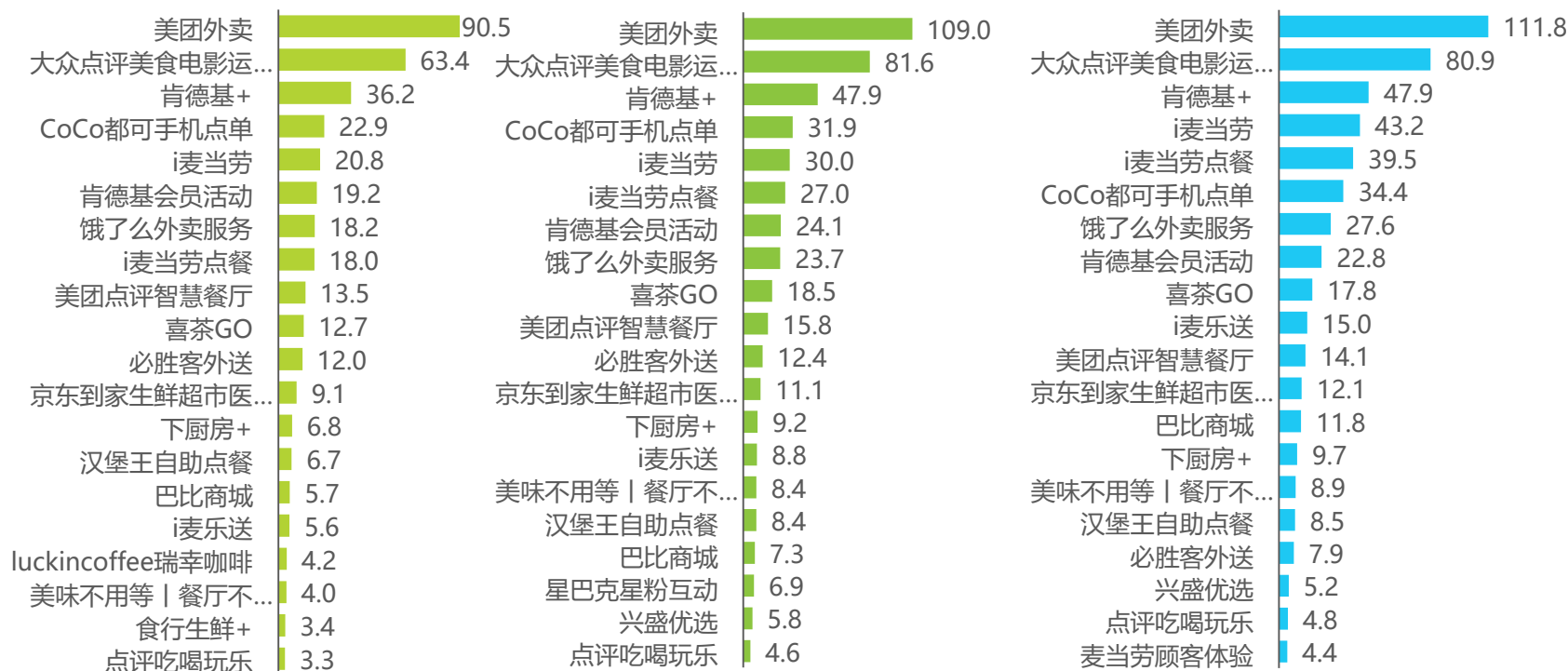


# 美食外卖行业头部小程序

## 美团点评占据半壁江山，快餐、奶茶借势小程序增强商机

美团和大众点评都保持第一和第二的位置，并且月活跃设备数远超过第三。其中，美团外卖月活跃设备数逐月上涨，6月相比于4月的涨幅高达23.5%。另外肯德基、麦当劳以及CoCo都可手机点单的排名也较高。美食外卖类小程序让线下商家更好的从互联网引流或者借助小程序提高用户体验，优化产品营销。

MiniTracker-2019年4-6月美食外卖行业月活跃设备数TOP20小程序



■ 2019年4月月活跃设备数 (百万)

■ 2019年5月月活跃设备数 (百万)

■ 2019年6月月活跃设备数 (百万)

# 综合资讯行业小程序特点

## 跳转便利，强化留存，变现能力丰富

长期以来，综合资讯行业都被“变现难”所困扰，跳转路径过长，转化效果难评估等问题使得优质资讯难以得到与内容质量相匹配的商业价值转换。但凭借在其他小程序和公众号间便利的跳转能力，以及功能持续增强的H5技术，微信小程序能够实现资讯内容与商业价值的贯通，激发综合资讯行业的变现潜力。此外，微信小程序浮窗功能和订阅功能的陆续开放也将为综合资讯行业提升用户关注时长、留存率等核心商业指标提供助力。

### 综合资讯行业小程序业务特点解析

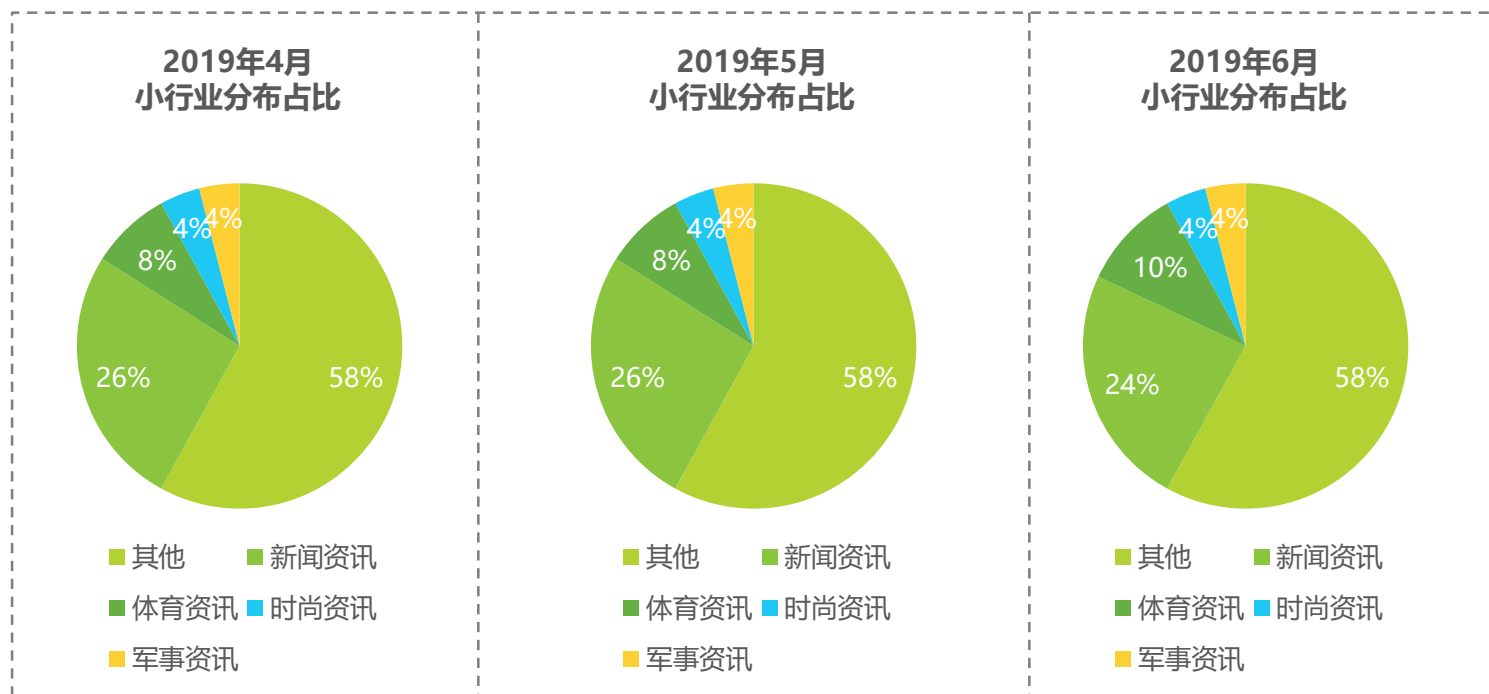


# 综合资讯小程序小行业分布

## 新闻普遍关注，垂直门类分布广泛

2019年4-6月期间，综合资讯TOP50小程序小行业分布并未呈现出明显的波动情况，新闻资讯以其需求普遍，可靠性强的优势在各类资讯中保持着最受关注的状态。同时，各类垂直板块的资讯信息也把握住其兴趣群体的关注视线，分布领域十分广泛，均具有一定的发展空间，如时尚、军事、体育等。

MiniTracker-2019年4-6月综合资讯行业月活跃设备数TOP50小程序小行业分布占比

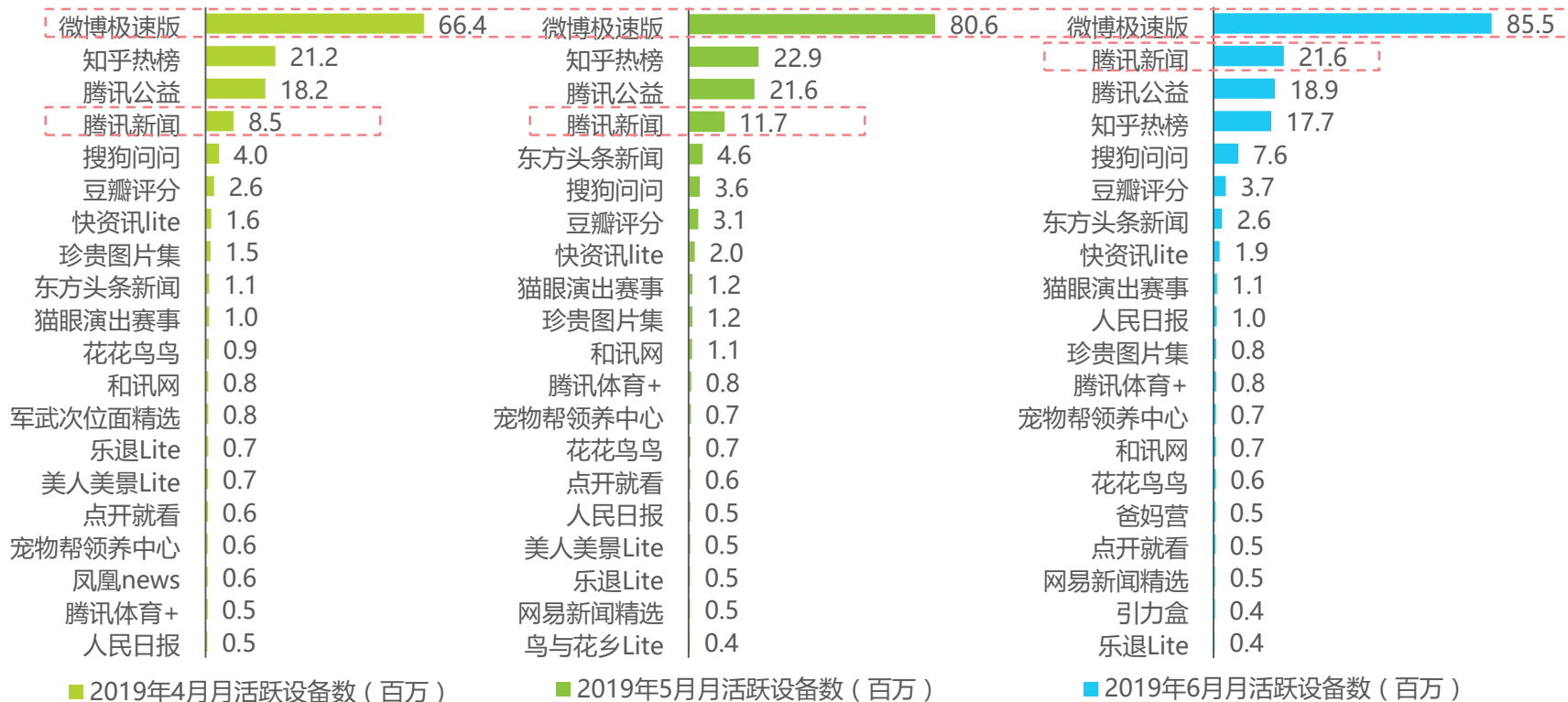


# 综合资讯行业头部小程序

## 微博小程序一骑绝尘，腾讯新闻持续增长

截至2019年6月，微博极速版在保持综合资讯行业小程序绝对领导地位的同时实现了月活跃设备数稳定且快速的增长，复合增长率达13.5%。排名前5的小程序中，腾讯系占4席，腾讯新闻月活更是持续上升，Q2新增用户超1300万，排名攀升至第二。

MiniTracker-2019年4-6月综合资讯行业月活跃设备数TOP20小程序



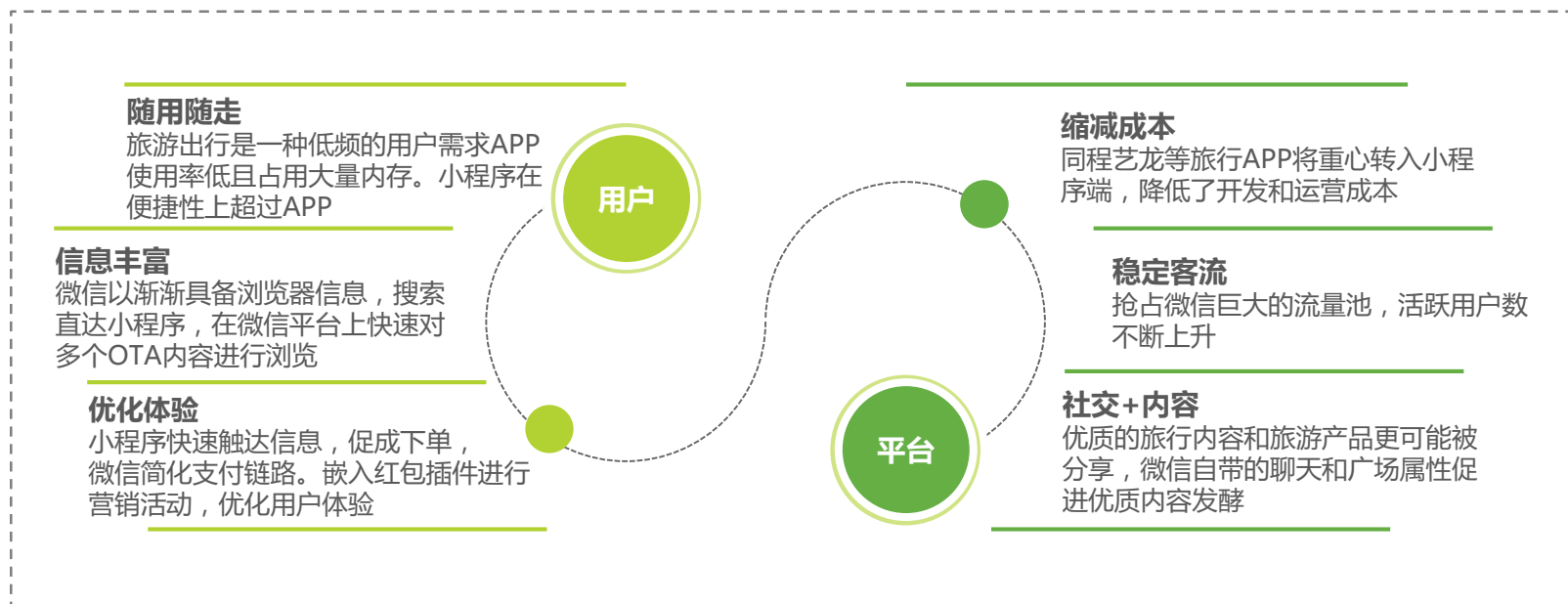


# 旅游出行行业小程序特点

## 轻装上阵，用户、平台的双赢

旅游出行行业买卖双方都轻装上阵，并且彼此的需求都得到满足。用户能够以更低成本、更少的时间快速完成形成规划和产品的购买，平台方缩减了运营成本和获客成本，并且通过交易完成后的内容分享口碑传播等机制提升了用户对于平台的价值。

### 旅游出行需求解析

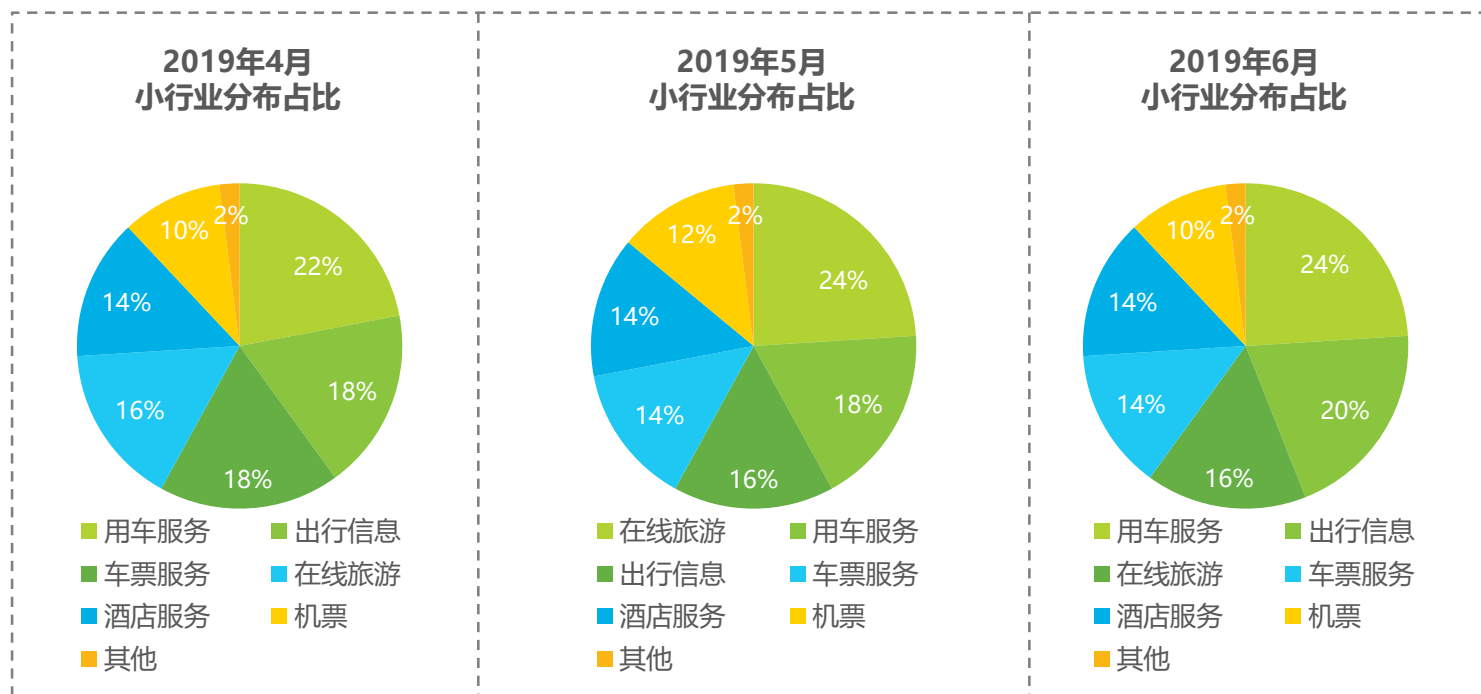


# 旅游出行小程序小行业分布

## 用车服务行业占比最高，出行信息第二

截至2019年6月，用车服务的行业占比一直保持第一。出行信息第二。4月和5月的小行业分布保持稳定，而在6月出行信息比例有所上升。

MiniTracker-2019年4-6月旅游出行行业月活跃设备数TOP50小程序小行业分布占比

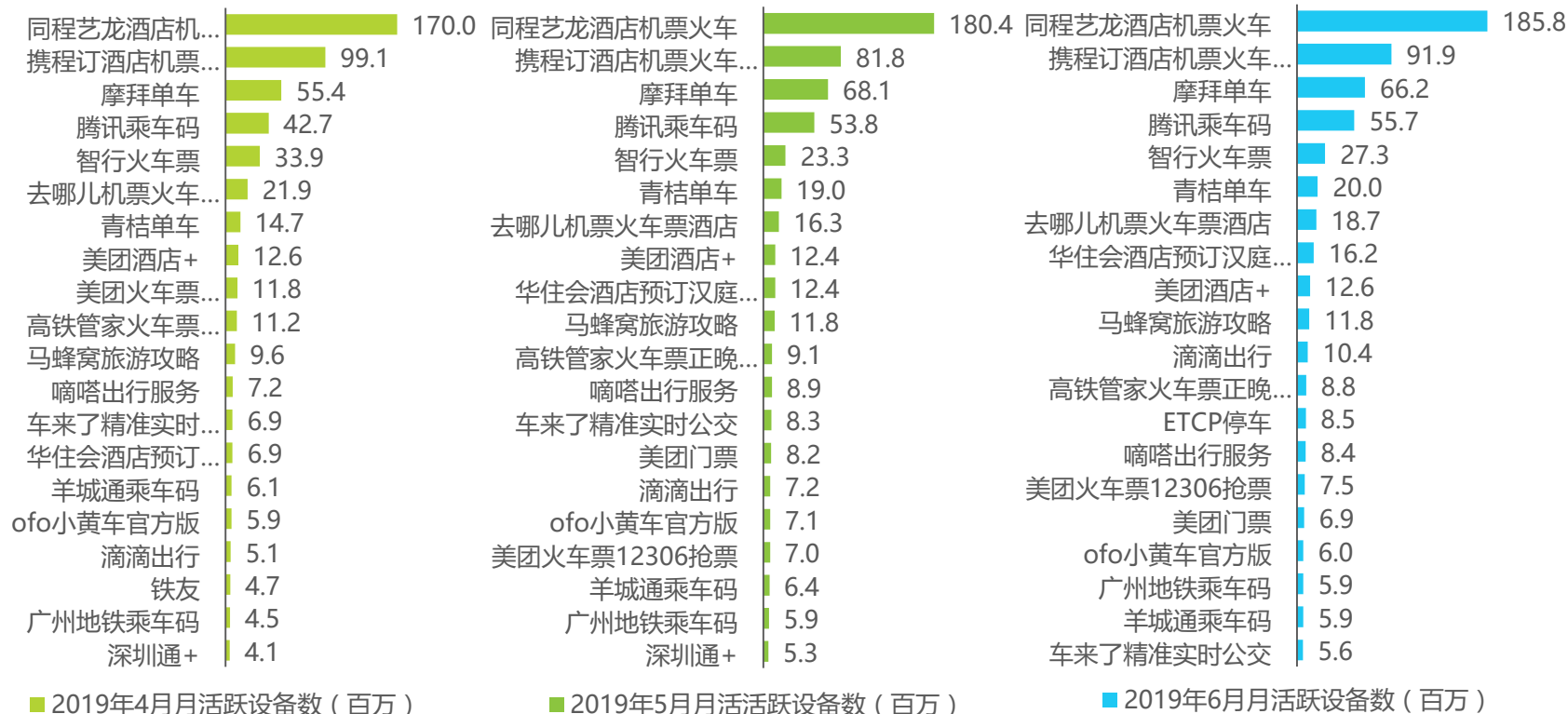


# 旅游出行行业头部小程序

## TOP5地位稳固，OTA小程序月活远超APP端

从2019年4月到6月，TOP5的小程序排名稳定，其中同程艺龙流量破亿和腾讯乘车码实现连续增长。OTA平台网站属于低频使用的服务，并且旅游需求会被社交需求所激发，因此OTA平台转战小程序后收到了极好的市场反响，同程艺龙、携程月活跃设备数更是远远超过APP端。

MiniTracker-2019年4-6月旅游出行行业月活跃设备数TOP20小程序





## 适者篇

- ✓ 群接龙小程序用户画像分析
- ✓ 小影+小程序用户画像分析
- ✓ 微博极速版小程序用户画像分析
- ✓ 同程艺龙小程序用户画像分析



## 适者生存

在激烈的流量争夺中，适者生存。每个行业、每个季度都会出现表现极佳的最适者小程序，这些小程序因切准了市场、提供了最能满足用户需求的产品而受到欢迎，其成功想必具有一定的共性和特性。因此本节选取了社区团购中表现突出的群接龙小程序，Q2增长最为突出的小影+，微博极速版以及同程艺龙小程序进行用户画像的分析。

经过分析发现，这些优秀的小程序之间存在**共性**：

- 1、40岁+的用户普遍高于APP端，微信给了他们社交窗口，而微信小程序则创造了他们**互联网生活的突破口**，小程序在获取中年以上群体的**支付信任**、推动银发经济方面可能有独特作用。
- 2、三线及以下城市的用户比例都至少**超过一半**，成功的小程序的瞄准受众不在一二线城市，并不追求产品的高大上。具有很高的**裂变力、下沉力、接地气**的产品更适合于小程序平台，更有营销价值。
- 3、小程序产品的使用逻辑足够**简洁**，进入主页后只要点击**不超过两次**就能达到特定功能页面。这也符合小程序便捷、轻快的平台气质。
- 4、天秤座总是用户分布占比最高的星座，所选中的四个小程序在星座分布上出现巧合。

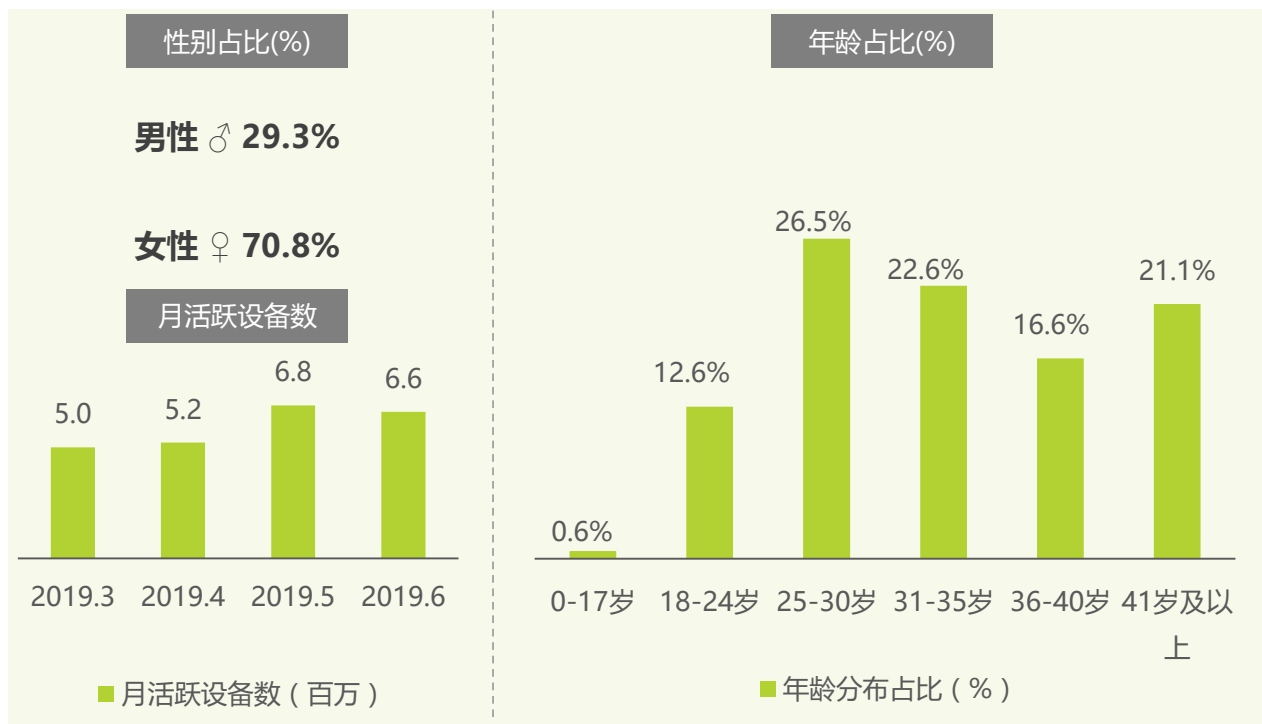


# 群接龙画像分析：社交裂变典型

## 接龙巧裂变，打造“轻主妇”聚集场

社交网络小程序群接龙提出了一个叫做接龙的玩法，直接触动了微信裂变的最大机关，就是借助社群、好友分享在短时间内快速裂变。从人口结构来看，群接龙小程序女性用户占比高达近七成，这符合小程序利用微信社交关系快速裂变的特点。在年龄分布上，25岁以上各年龄段的比例都较高，她们的生活与社交圈贴近的更加紧密。

MiniTracker-2019年6月群接龙小程序主页及其用户画像

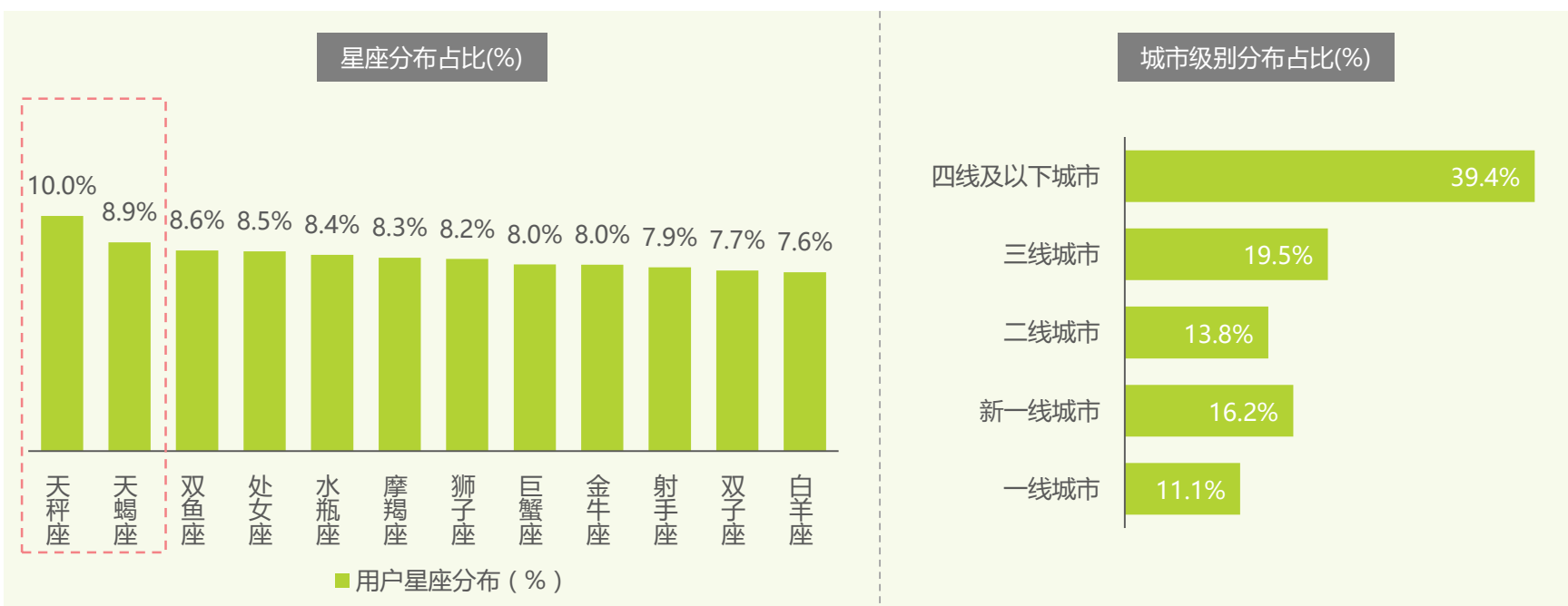


# 群接龙画像分析：社交裂变典型

## 既能下沉，也能上升，天秤占比最高

从城市结构来看，小程序端三线以下城市占比突出，下沉趋势更加明显。社群对于便利性的满足和熟人关系的依托天然具有围绕低线城市发展的下沉优势。但群接龙的玩法规则不仅吸引下沉市场，也受到高线级城市用户欢迎。在星座分布上，天秤和天蝎座分布最高。

MiniTracker-2019年6月群接龙小程序星座及城市级别分布

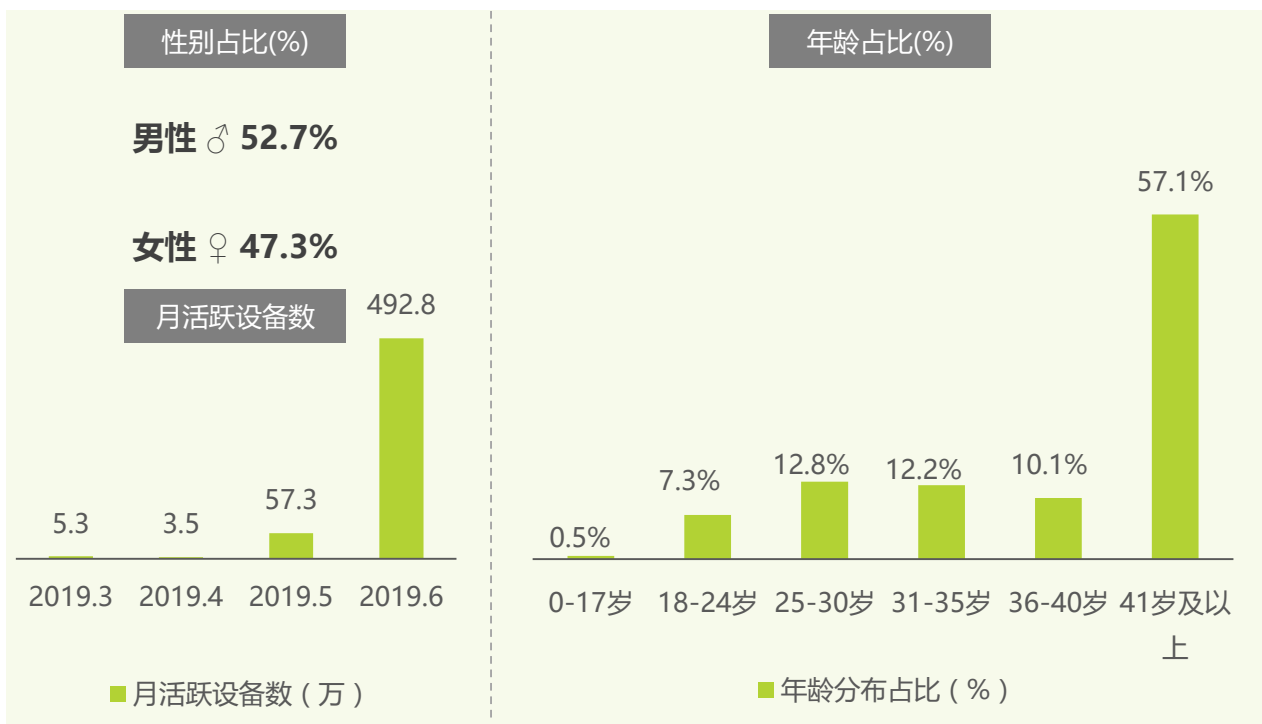


# 小影+画像分析：黑马的下沉之路

## 男性比例高于女性，40岁+用户奠定半壁江山

小影+小程序在2019年Q2的月活跃用户数环比增长率高达92.3倍。其中男性用户比例高于女性用户比例。在年龄分布上，小影+低于17岁的用户比例极低，而40岁+的用户比例高达57.1%。小影+小程序是一款针对下沉市场用户的简单视频生成工具，使用门槛较低，功能模块简洁，内容风格欢脱、魔性且配色鲜明，能够迎合下沉用户的偏好。小影+有着成熟的广告变现模式，例如在点击制作后需要观看视频广告、制作加载过程中有底部banner广告。

MiniTracker-2019年6月小影+小程序主页及其用户画像

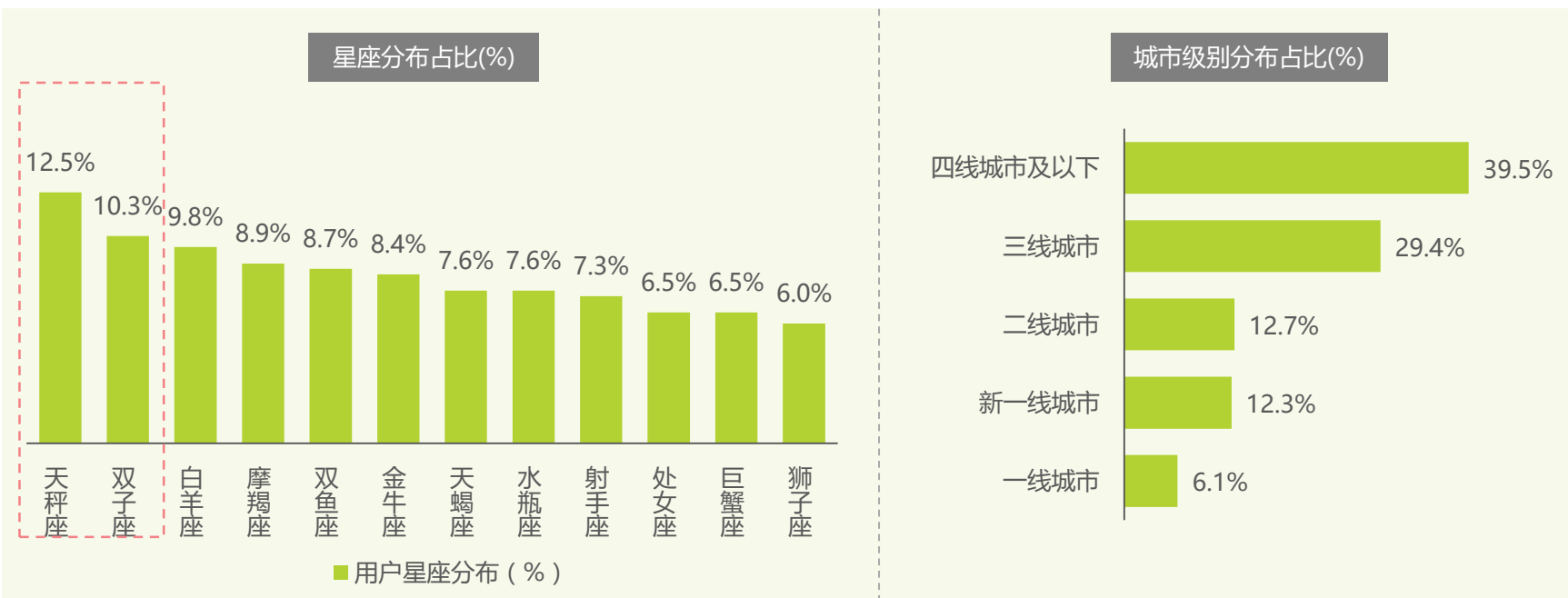


# 小影+画像分析：黑马的下沉之路

## 被风象星座偏爱，三线以下用户占比近70%

小影+的制作素材迎合了天马行空的风向星座的口味，天秤座和双子座的星座分布占比名列前两位。而在城市级别分布上看，三线以下城市用户的占比接近70%，综上，小影+是一个定位明确的下沉市场小程序，其内容风格独特、操作简单、模式成熟，收获了大量的低线级以及高年龄段的用户。

MiniTracker-2019年6月小影+小程序星座及城市级别分布

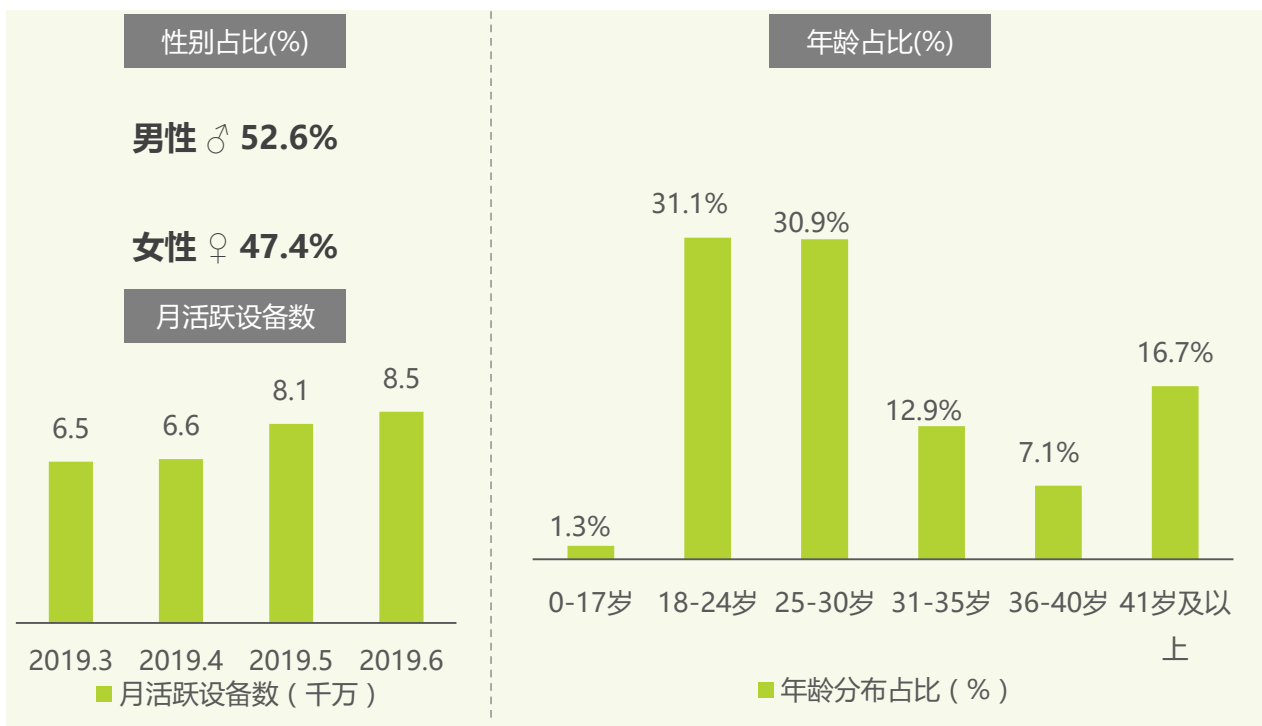


# 微博极速版画像分析：精简后的广场

## 18-30岁以及41岁+为主力，男性居多，稳步上涨

微博极速版（热门微博）是微博客户端的一个精简版，更加注重了用户即时获取和阅读热门信息的需求，微博极速版（热门微博）保留了微博客户端最精华的板块。在用户构成上，18-30岁用户比例高达62%。出乎意料，40+的用户在小程序端比例排在第三。

MiniTracker-2019年6月微博极速版小程序主页及其用户画像



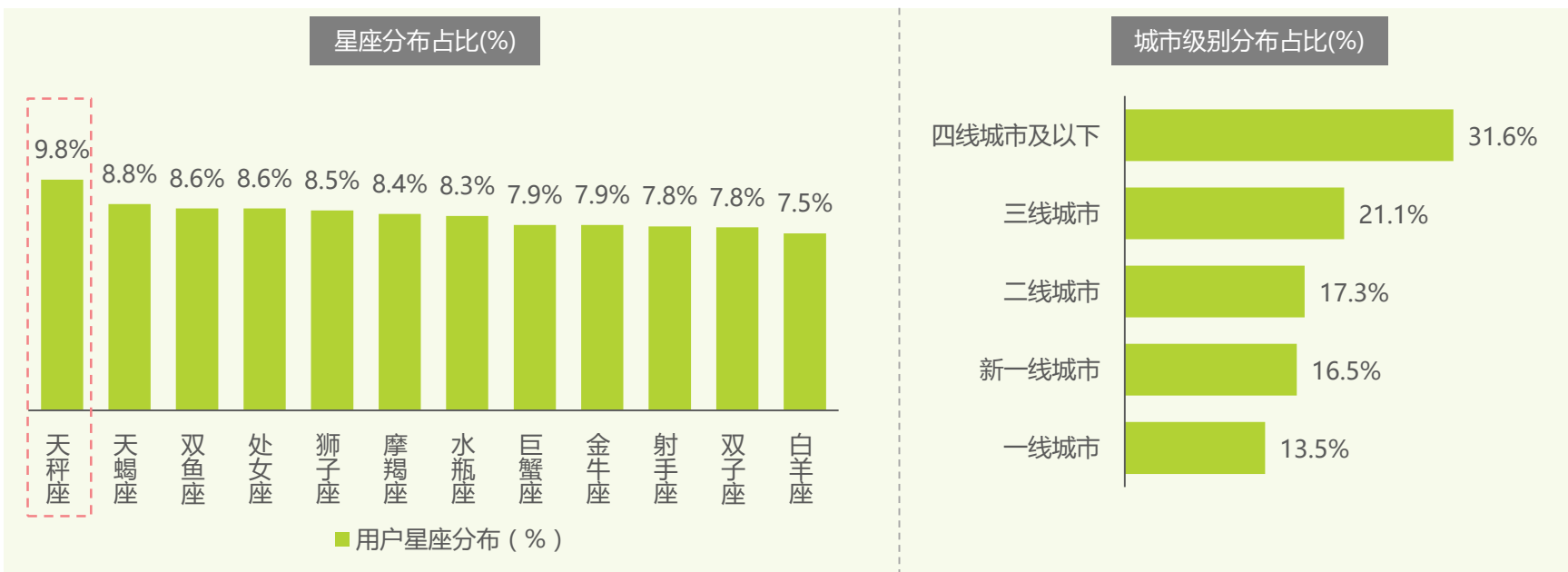


# 微博极速版画像分析：精简后的广场

## 天秤依旧比例最高，三线及以下城市比例超过一半

天秤座是星座分布占比最高的星座。在城市级别分布来看，微博极速版的三线以下城市用户超过一半，其下沉表现优于APP端。

MiniTracker-2019年6月微博极速版小程序星座及城市级别分布

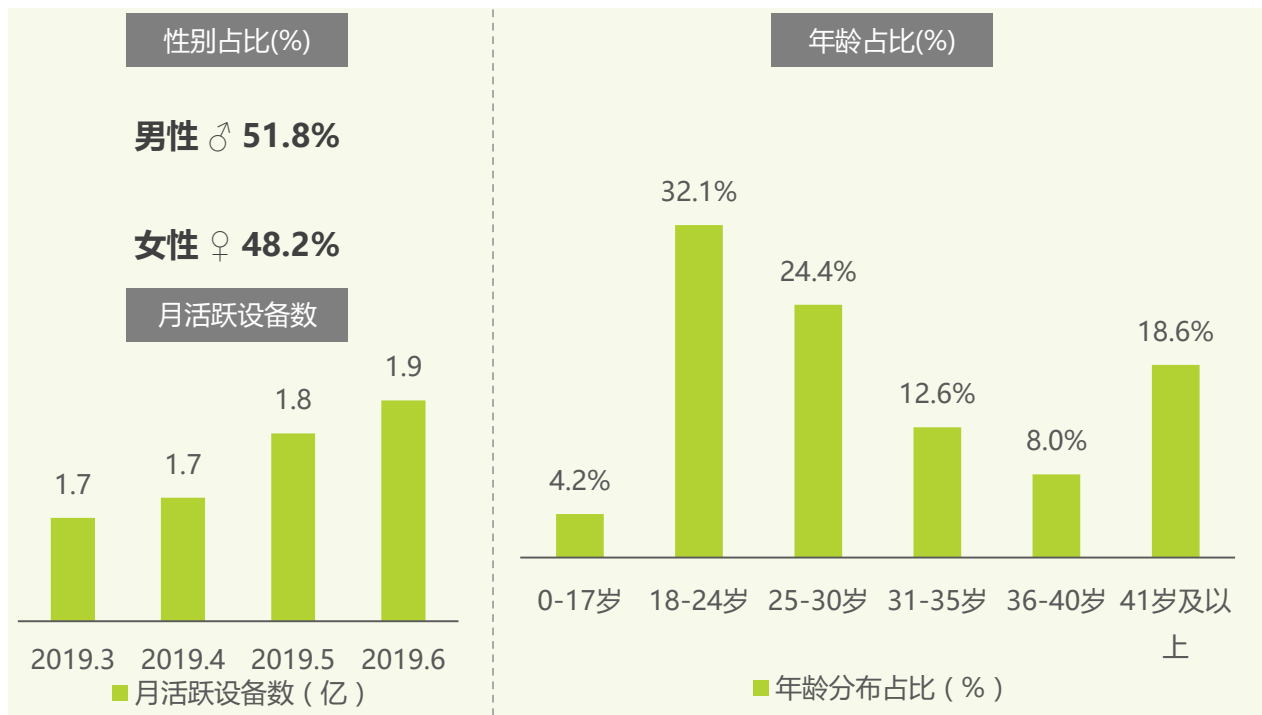


# 同程艺龙画像分析：旅游的下沉裂变

## 标签简洁，突出核心服务，18-30岁用户比例更高

同程艺龙是借助小程序华丽转身的典型公司，其小程序界面省却图片，以简洁的标签表达出平台的服务重点，精准锚定旅游出行用户需求。在年龄结构上，18-30岁之间的用户占比较高为56.5%，31-40岁之间的用户比例最低为20.6%，18-30岁之间的用户更爱自由、探索世界，而31-40岁之间的中坚力量可能具有更重家庭和工作责任与压力，因而无暇关注旅游出行。41岁+用户比例也较高，一方面可能是由于生活压力的减轻，转而关注享受旅行的用户增多，另一方面是因为小程序在获取较高年龄段用户方面具有独特的优势。

MiniTracker-2019年6月同程艺龙小程序主页及其用户画像



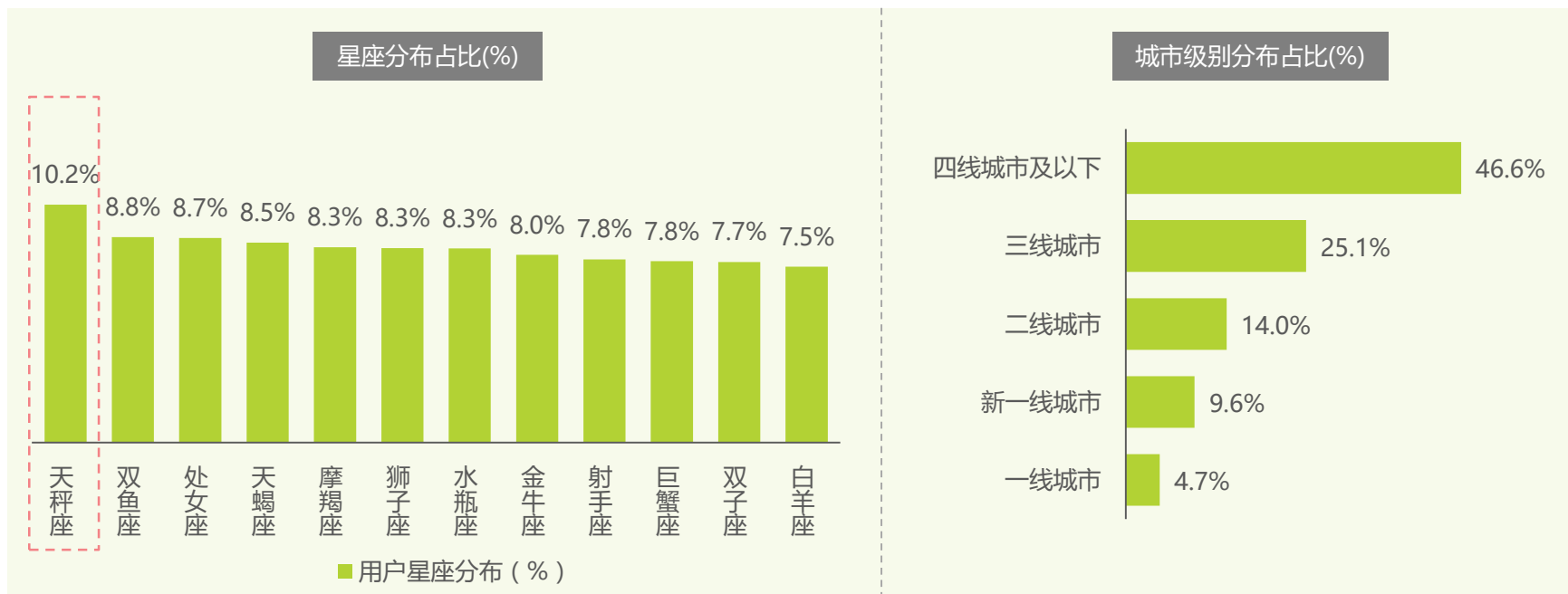
来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

# 同程艺龙画像分析：旅游的下沉裂变

## 天秤再夺第一，三线以下用户超70%

和小影+以及微博极速版一样，天秤座依旧是占比最高的星座，这种巧合可能意味着天秤座本身的小程序用户基数就大于其他星座，或者天秤尤为喜欢使用小程序。而在城市级别分布方面，同程艺龙小程序紧紧把握了低线级城市的消费升级的时机，借助微信本身巨大的流量池，获得超高比例的下沉用户。

MiniTracker-2019年6月同程艺龙小程序星座及城市级别分布





## 星榜篇

✓ 增长榜-2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜单TOP100



# 2019年Q2微信小程序增长榜

## 2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜 TOP100

### 2019年Q2微信小程序增长榜 TOP 1-10

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
1	小影+	4,927,680	9233.6%
2	猿辅导在线课堂	4,388,177	2267.6%
3	贝店福利	1,875,636	2265.7%
4	围城大作战	2,729,810	1432.0%
5	神经射手	4,008,086	1023.6%
6	搜狗号码通	9,698,238	609.0%
7	美味不用等   餐厅不等位	8,900,492	529.2%
8	ETC助手	21,810,398	441.9%
9	ETCP停车	8,514,392	369.6%
10	京东好物街	4,311,012	329.0%

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 11-20

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
11	京东爆品推荐	1,720,258	325.4%
12	汽车报价大全	2,089,274	286.4%
13	蜜芽妈妈甄选	1,696,163	283.8%
14	滴滴代驾	2,205,352	259.5%
15	票圈vlog	9,991,810	254.7%
16	农行微服务	6,621,617	253.6%
17	台风路径	1,311,249	217.2%
18	无印良品MUJI	2,117,755	212.3%
19	工商电子营业执照	1,020,843	212.0%
20	纯甄小蛮腰中餐厅	12,242,145	208.6%

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

# 2019年Q2微信小程序增长榜

## 2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜 TOP100

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 21-30

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
21	淘集集	10,011,118	206.9%
22	中国联通营业厅	8,292,825	191.1%
23	武汉评议	1,001,106	184.2%
24	土巴兔家居装修	1,144,953	182.4%
25	拉勾网   招聘求职找工作	3,653,494	171.4%
26	派派	6,584,726	166.2%
27	BOSS直聘   求职招聘找工作	3,123,159	155.4%
28	喜茶灵感铺	1,204,096	154.7%
29	蘑菇租房+	1,081,134	152.6%
30	京东购物	132,167,271	147.2%

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 31-40

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
31	情意祝福	1,302,032	146.8%
32	兼职猫—兼职赚钱求职找工作 实习	1,100,485	138.6%
33	滴滴出行	10,406,283	137.2%
34	玩吧你画我猜	2,796,454	134.1%
35	微信辟谣助手	9,718,615	131.5%
36	易车	3,342,923	129.0%
37	Nike耐克	11,078,007	128.9%
38	热风hotwind微商城	12,437,218	124.8%
39	华为商城+	2,487,155	123.8%
40	NOME诺米家居	6,611,481	121.3%

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

# 2019年Q2微信小程序增长榜

## 2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜 TOP100

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 41-50

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
41	家有祝福	1,607,268	120.6%
42	每日优鲜	15,516,657	118.8%
43	i麦乐送	15,015,789	118.7%
44	adidas阿迪达斯	8,982,124	114.2%
45	包你懂我	1,161,776	113.3%
46	飞常准查航班	1,913,323	112.9%
47	VUE视频	1,946,186	110.5%
48	景田送水	1,708,981	109.2%
49	超好用的抽签抓阄工具	1,638,310	109.1%
50	美团门票	6,909,432	107.2%

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 51-60

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
51	嗖嗖快店	1,161,583	104.9%
52	华住会酒店预订汉庭全季桔子	16,161,100	104.9%
53	一条生活馆	12,176,765	104.1%
54	腾讯新闻	21,558,564	103.4%
55	闪送+	6,447,278	100.1%
56	织布鸟女装	1,107,773	98.5%
57	vip陪练钢琴谱老师教学	1,817,083	98.0%
58	ONLY奥莉	1,688,039	97.9%
59	小板凳群相册	41,228,984	94.8%
60	多客拼团	1,529,839	93.9%

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

# 2019年Q2微信小程序增长榜

## 2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜 TOP100

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 61-70

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
61	蜜芽拼团	1,525,218	90.9%
62	苏宁拼购	7,346,899	90.1%
63	同程旅游度假邮轮签证定制周边游	1,677,782	88.9%
64	票圈长视频	41,408,902	88.8%
65	乐凯撒+	1,277,742	87.6%
66	云充吧微驿站	13,060,709	87.5%
67	施华洛世奇官方旗舰店	1,130,443	86.8%
68	来客有礼	5,787,053	86.3%
69	爱回收手机回收	4,885,732	85.4%
70	VEROMODA	1,369,871	83.9%

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 71-80

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
71	什么值得买	2,157,936	83.2%
72	运动步数	1,367,143	83.1%
73	i麦当劳点餐	39,525,320	81.3%
74	东方头条新闻	2,589,082	80.8%
75	杰克琼斯JackJones	1,083,962	78.5%
76	广州地铁乘车码	5,883,067	77.8%
77	拼多多	143,988,352	77.4%
78	微信读书书城	12,362,612	77.4%
79	兴盛优选	5,165,773	76.8%
80	喜马拉雅lite	1,009,937	75.9%

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn



# 2019年Q2微信小程序增长榜

## 2019年Q2百万级以上微信小程序增长榜 TOP100

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 81-90

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
81	糖豆广场舞	8,916,321	75.9%
82	给赞	3,343,438	75.8%
83	功夫会	2,942,121	75.3%
84	享物说	7,673,711	75.1%
85	微骰子	3,656,981	73.4%
86	平安车险理赔助手	1,143,101	73.3%
87	贝壳找房买房房价租房新房二手房	16,071,527	68.8%
88	南方电网95598	1,530,682	68.2%
89	周边特惠	7,461,865	68.2%
90	步步高Better购	4,040,681	67.9%

### 2019年Q2微信小程序增长榜TOP 91-100

序号	小程序名称	Q2 独立设备数	环比 增长率
			( % )
91	粤省事	3,292,317	67.8%
92	天眼查+	2,344,413	67.6%
93	墨迹天气	3,058,367	66.6%
94	蛋壳公寓租房	2,258,435	65.6%
95	货拉拉	1,036,309	65.4%
96	沃尔玛	15,025,418	64.3%
97	优衣库UNIQLO	17,451,945	63.4%
98	巴比商城	11,804,630	62.8%
99	羊城通乘车码	5,877,468	62.6%
100	扫描全能王	18,102,301	62.5%

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

来源：MiniTracker 小程序监测数据库。

注释：环比增长率=6月独立设备数/3月独立设备数-1。

©2019.8 iResearch Inc .

www.iresearch.com.cn

# 关于艾瑞



在艾瑞 我们相信数据的力量，专注驱动大数据洞察为企业赋能。

在艾瑞 我们提供专业的数据、信息和咨询服务，让您更容易、更快捷的洞察市场、预见未来。

在艾瑞 我们重视人才培养，Keep Learning，坚信只有专业的团队，才能更好的为您服务。

在艾瑞 我们专注创新和变革，打破行业边界，探索更多可能。

在艾瑞 我们秉承汇聚智慧、成就价值理念为您赋能。

● 我们是艾瑞，我们致敬匠心 始终坚信“工匠精神，持之以恒”，致力于成为您专属的商业决策智囊。



扫描二维码  
读懂全行业

海量的数据 专业的报告



400-026-2099



ask@iresearch.com.cn

# 法律声明

## 版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，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。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

## 免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，仅供参考。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，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

# 为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS



艾 瑞 咨 询