



# QuestMobile2020移动互联网全景生态报告：整体用户时长增长12.9%，BATT平台流量分发通路格局初现


---

QuestMobile 研究院

2020年6月2日

# 01

移动互联网巨头竞争加剧，打造全  
景流量成为巨头的共同选择

移动互联网流量竞争日益激烈，全网整体增长放缓，但用户时长、 QUEST MOBILE  
打开的APP数量还在增长，流量的深度运营成为趋势

### 全体网民移动互联网使用变化

月活跃用户数

单位：亿 ■ 2019-04 ■ 2020-04



月人均使用时长

单位：小时 ■ 2019-04 ■ 2020-04



人均打开APP数量

单位：个 ■ 2019-04 ■ 2020-04



BATT等巨头的平台化战略提速，提升流量的分发效能，深层挖掘用户价值，是巨头们共同深耕的领域

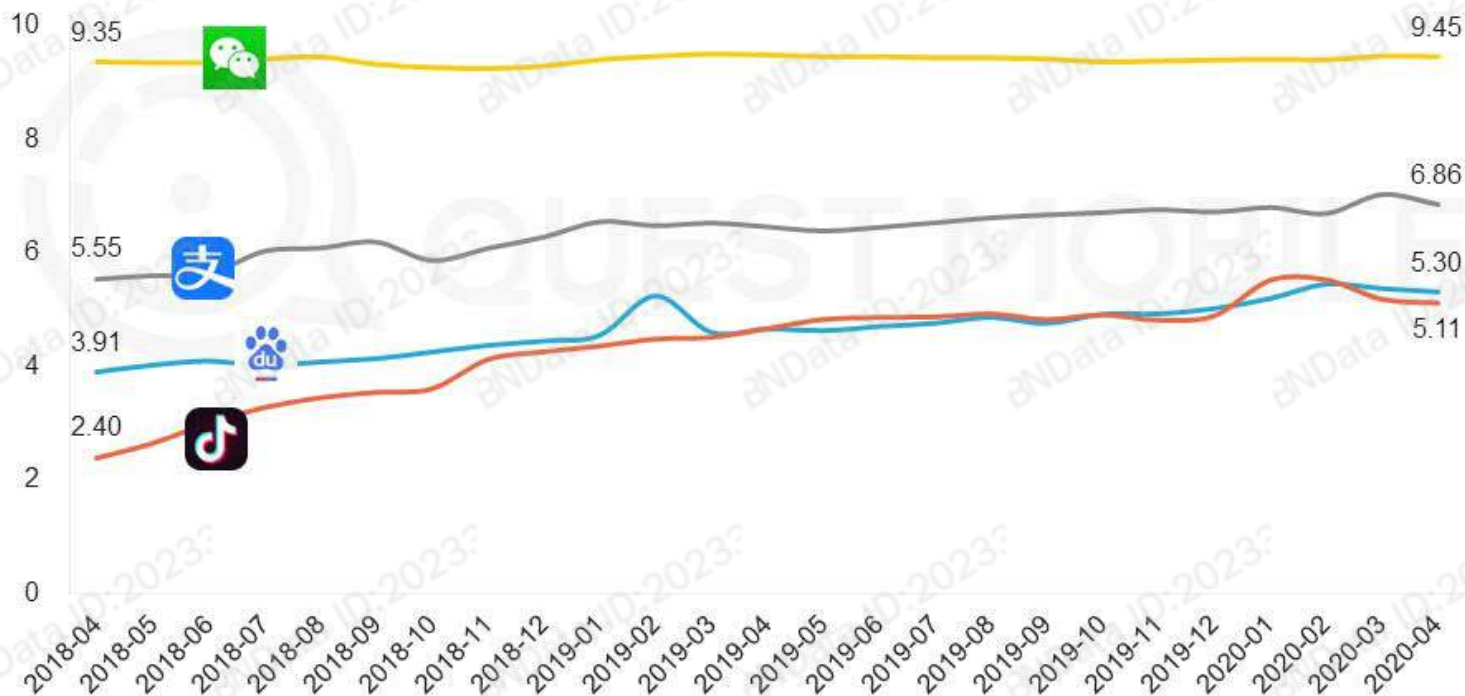


QUEST MOBILE

BATT典型超级APP 月活跃用户规模增长趋势

单位：亿

— 微信 — 支付宝 — 百度 — 抖音短视频



Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年4月

越来越多玩家加入全景流量争夺战中，在超级APP中布局小程序，微信依托社交优势实现私域流量精准转化，支付宝升级为数字生活服务平台，百度智能小程序依托搜索帮助用户获得精准的公域流量

## 移动互联网全景流量图谱及主要特点



注：运营主体不代表目前全部主体，上图仅选取了目前布局较多的行业



小程序获取流量效果突出，微信小程序月覆盖用户规模达到8.5亿，用户使用小程序习惯进一步养成，月活规模超过100万的微信小程序数量也在大幅增多



QUEST MOBILE



## 微信小程序规模变化

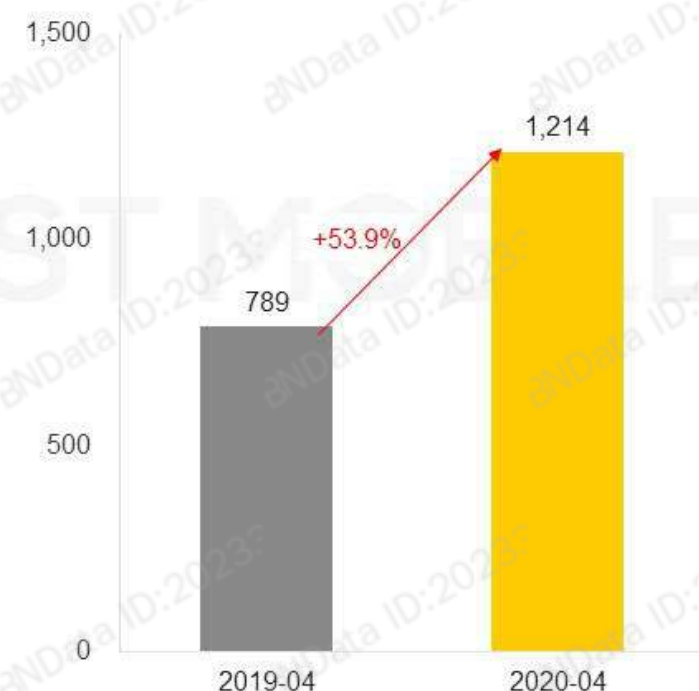
月活跃用户规模

单位：亿 ■ 2019-04 ■ 2020-04



数量 (MAU > 100万)

单位：个 ■ 2019-04 ■ 2020-04



分行业来看，生活服务、移动视频、移动购物等行业是小程序布局热点；微信小程序起步早，小程序类型更加丰富，支付宝小程序主要集中在生活服务领域，百度智能小程序类型分布更加平衡



2020年4月 BAT小程序平台月活跃用户数 TOP50 典型应用行业分布



微信小程序



支付宝小程序



百度智能小程序



平台能力不断开放，视频和直播成为各家布局的重点，商业赋能持续升级，同时各小程序平台的商业化进程也在加速

### 微信小程序

- 发布视频号、小程序直播插件
- 优化功能，如调整“订阅消息”功能，新增“收藏”、“添加到我的小程序”等功能

### 支付宝小程序

- 打通淘宝直播，开放直播能力
- 两次改版支付宝，首页增加展示生活服务应用
- 开放应用中心、升级消费券

### 百度智能小程序

- 加大直播电商扶持力度
- 上线“百度服务中心”，聚合了医疗健康、快递服务等生活服务功能
- 推出“品牌新官网”解决方案

商业赋能升级

商业化进程加速

更多的入口支持

首页、公众号、视频号、推荐、搜索、信息流等

更便捷的转化场景

一键下单、直播带货、直达应用、精准广告、优惠券等

更强大的技术支持

云技术、经营分析、CRM、办公、用户数据分析等工具的提供



# 02

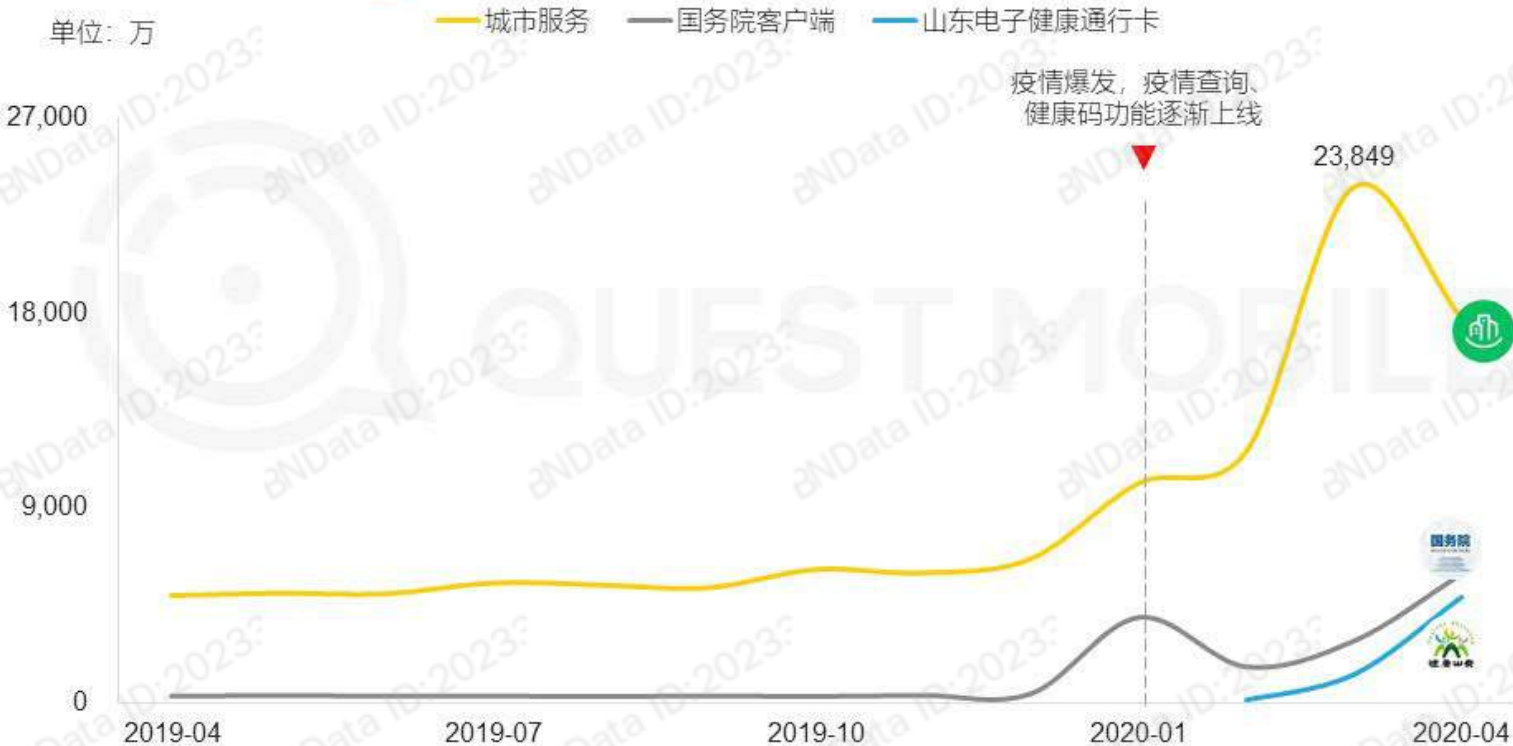
---

疫情下，小程序在抗疫、刺激消费、品牌线上营销、复工复产等方面亮点突出

## 2.1 助力抗疫管理

健康码成为刚需应用，相关的小程序用户量增长突出，为政府的数字化防疫做出巨大贡献，也为后续的城市治理探索了新路径

### 健康码相关微信小程序月活跃用户规模 TOP3



江苏政务服务、湖北健康码、随申办等政务类小程序，在疫情后，增加健康码和疫情公布功能，用户量激增



QUEST MOBILE

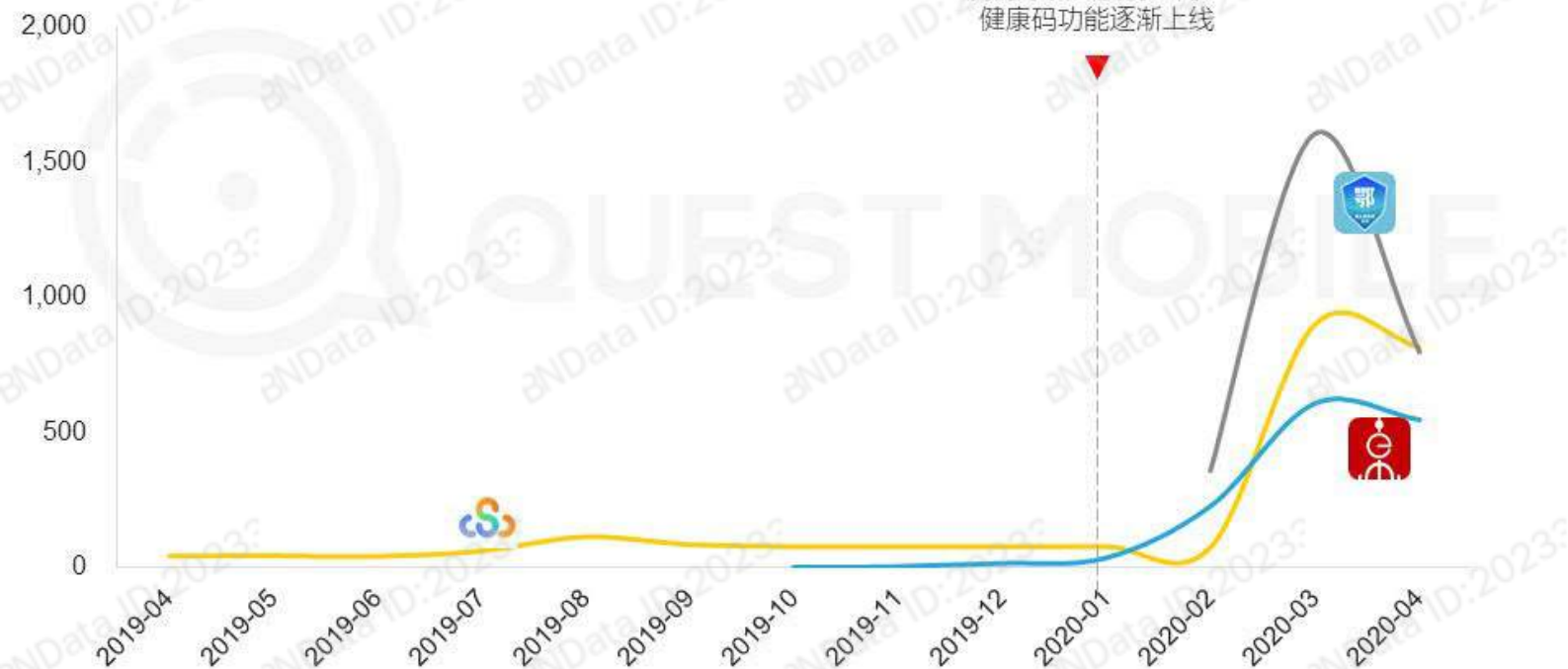


### 健康码相关支付宝小程序月活跃用户规模 TOP3

单位：万

江苏政务服务 湖北健康码 随申办

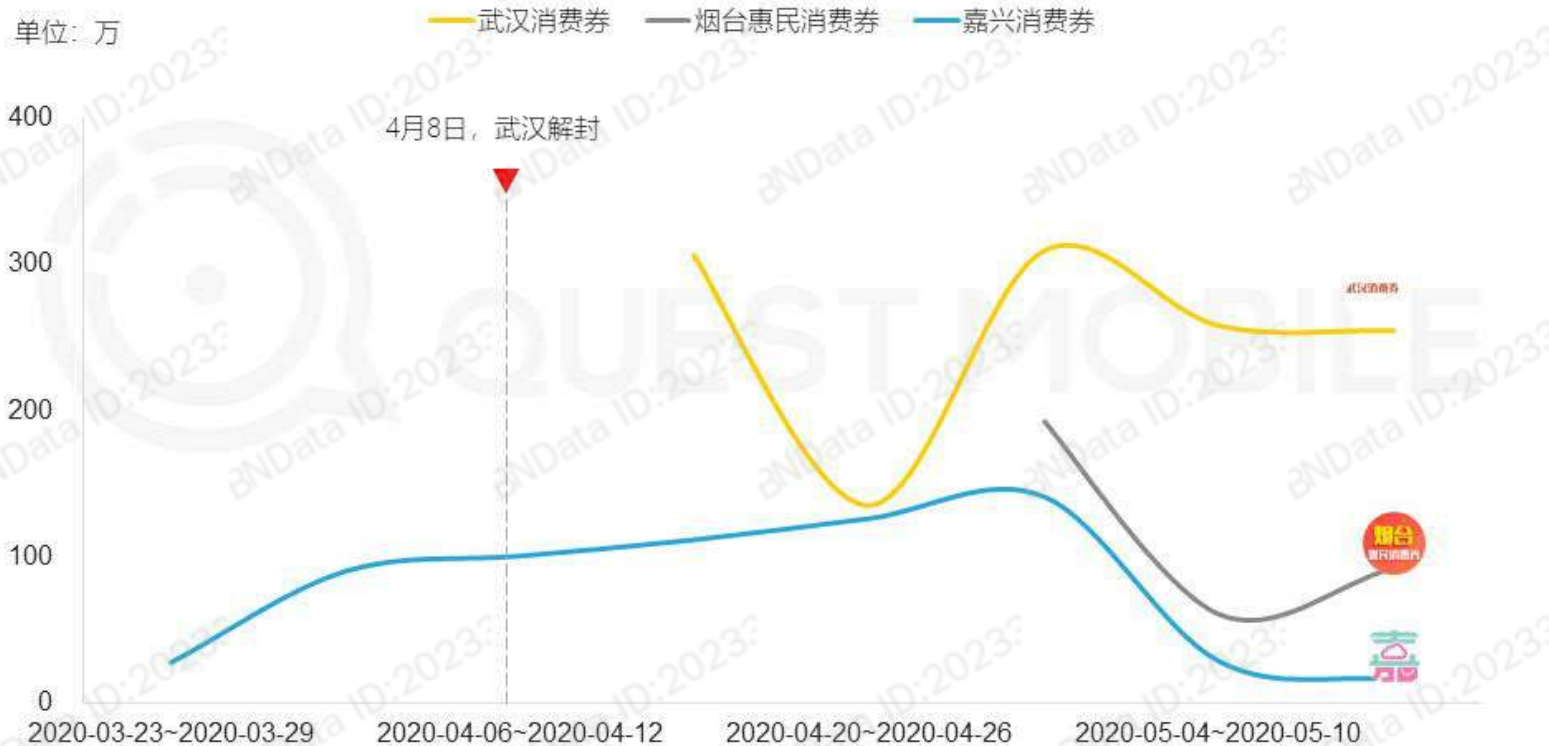
疫情爆发，疫情查询、  
健康码功能逐渐上线




## 2.2 助力消费复苏

各地政府发放消费券带动消费，小程序成为主要发放渠道，方便用户使用和商家的数字化管理

典型消费券微信小程序周活跃用户规模 TOP3





支付宝和全国多地政府合作，发放消费券，覆盖衣食住行等方面， QUEST MOBILE  
拉动消费复苏，也进一步培养了网民使用消费券的习惯

## 支付宝和多地政府合作发放消费券



### 消费券成绩单

- 在全国**100**多个城市发放消费券
- **9成**受益商家为中小企业
- 五一期间拉动消费近**50亿元**

## 2.3 助力品牌商线上营销

越来越多品牌商利用小程序实现线上转型，通过红包卡券、会员积分、互动小游戏、活动、广告等方式，实现用户深度运营，进而拉动消费

必胜客会员中心



可口可乐+



i屈臣氏



典型品牌商微信小程序活跃用户规模TOP3

单位：万

—— 必胜客会员中心 —— i屈臣氏 —— 可口可乐+



(接上页)

## 优衣库UNIQLO



## 星巴克Starbucks



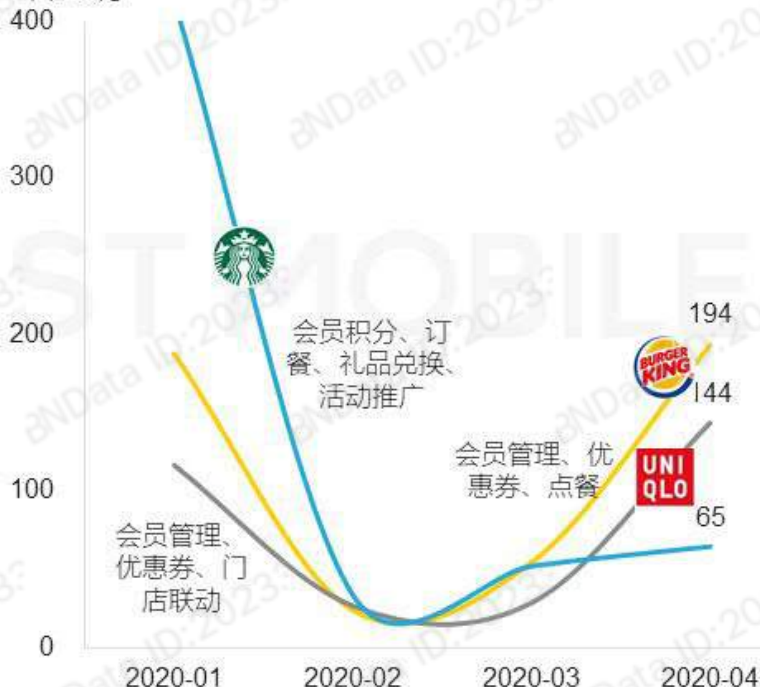
## 汉堡王King俱乐部



## 典型品牌商支付宝小程序活跃用户规模TOP3

— 汉堡王King俱乐部 — 优衣库UNIQLO — 星巴克Starbucks

单位：万

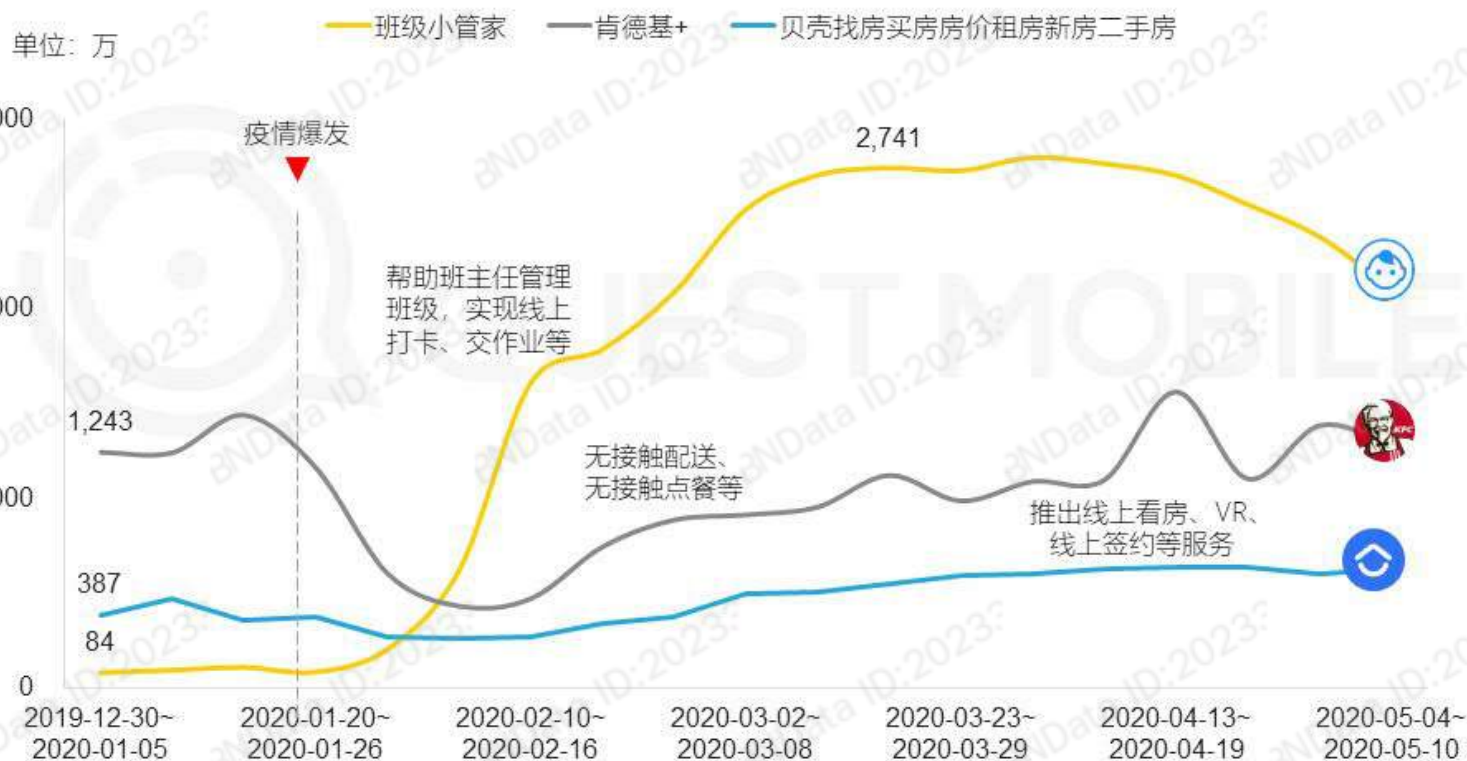




## 2.4 助力复工复产

教育、餐饮、房产、物流、出行等线下服务场景较多的行业受疫情影响较大，“无接触”服务增加，小程序助力这些行业将线下场景转移到线上，促进其复苏

### 教育/餐饮/房产服务行业典型微信小程序周活跃用户规模



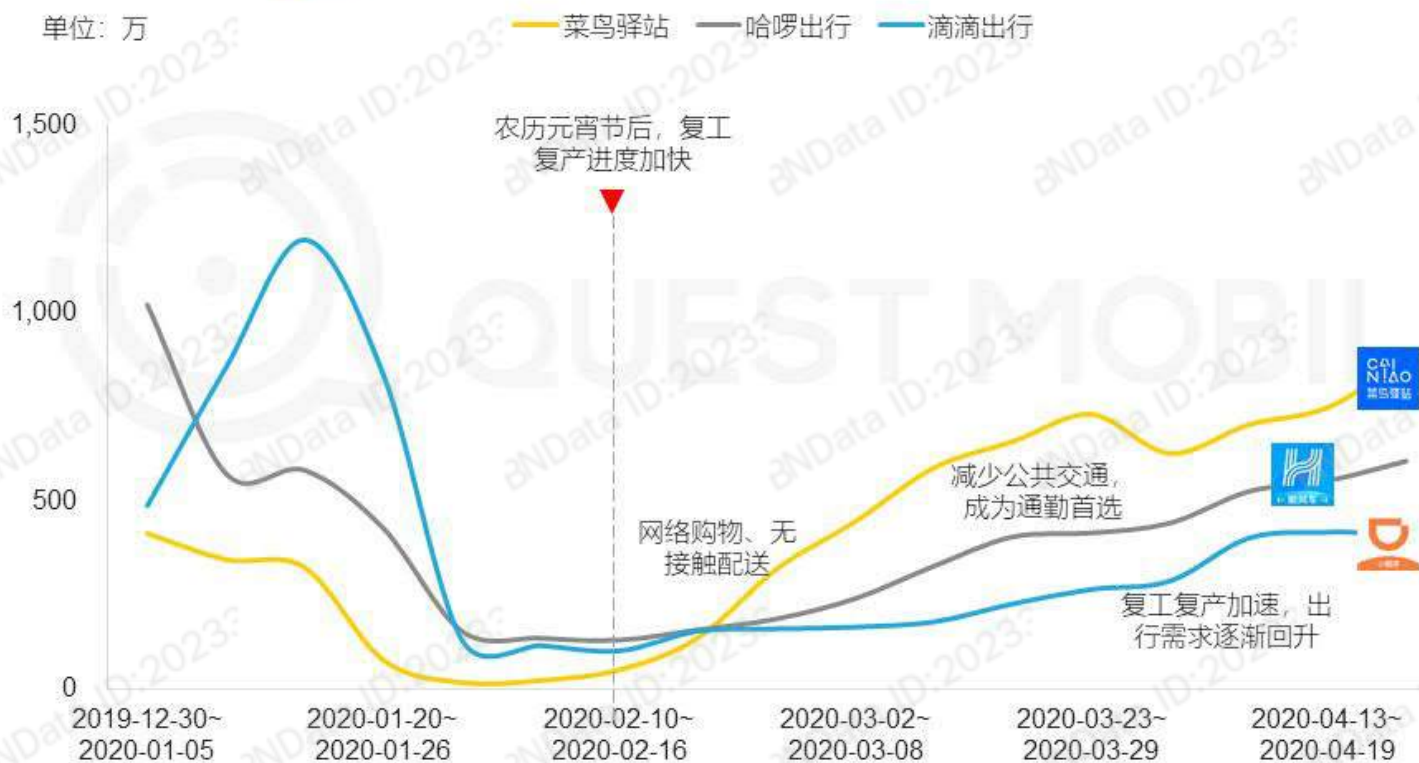


(接上页)



## 物流/出行服务行业典型支付宝小程序周活跃用户规模

单位：万



# 03

---

全景生态多维全渠道的入口，帮助企业  
实现弯道超车、覆盖到更多结构性人群

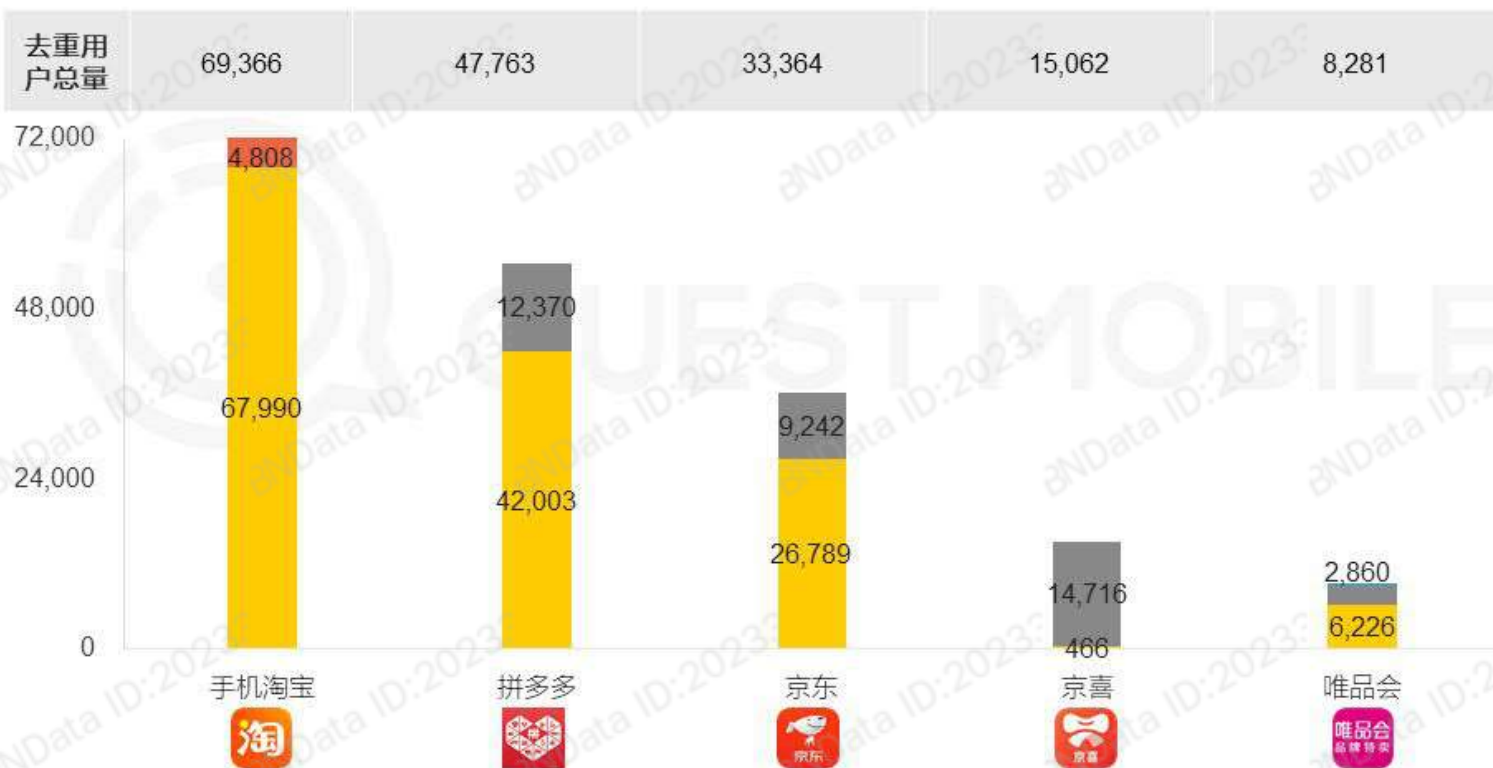
### 3.1 移动购物行业

电商在小程序中通过优惠券、社交裂变等方式，借助微信的社交流量触达更多用户，拼多多、京东的微信小程序用户均达到亿级

2020年4月 移动购物行业全景流量用户规模 TOP5

单位: 万

■ APP ■ 微信小程序 ■ 百度智能小程序 ■ 支付宝小程序



拼多多、京东纷纷铺开小程序矩阵，全面覆盖拼购、砍价、内购、种草分享等多种场景，聚集特定兴趣用户进行流量变现



QUEST MOBILE

## 2020年4月 京东和拼多多微信小程序矩阵

### 京东

#### 购物



京东购物

#### 推荐种草



京东爆品推荐



十元街



京东热卖



京东购买圈

#### 砍价折扣



京东优惠券



京东玩



京东闪购



京东代属

#### 工具



京东步数换



京东火车票  
抢票春运

#### 拼购团购



京喜



京东区团购



友家铺子

#### 抽奖互动



锦鲤圈

#### 送礼



京东有礼

### 拼多多

#### 拼购



拼多多



多多果园

#### 手机游戏



疯狂  
俄罗斯方块

#### 短视频



多多视频

#### 内购优惠



拼多多内购



拼内购



拼多多  
品牌黑卡



京喜通过社交裂变、低价拼团等玩法，在微信获取大量年轻、下沉用户，与京东APP形成互补



QUEST MOBILE

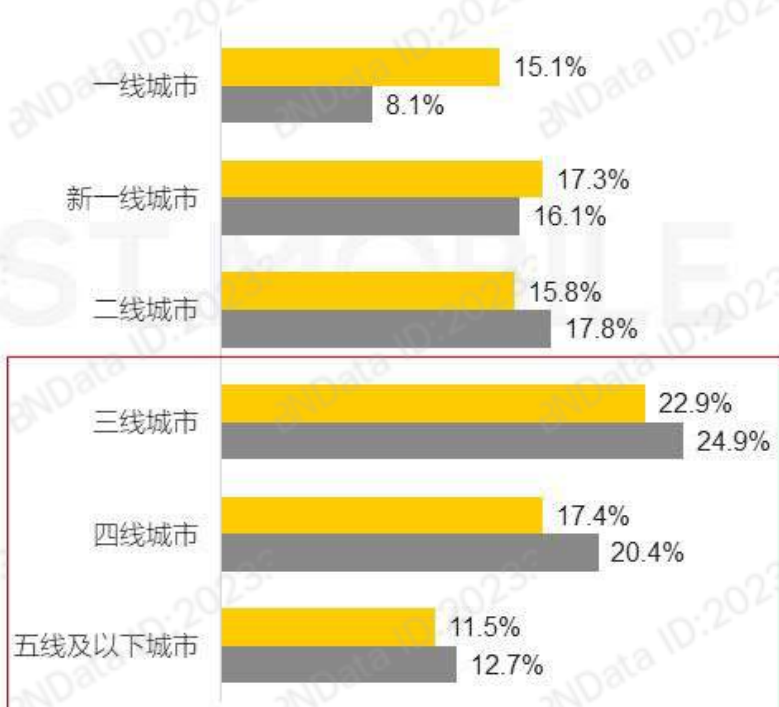
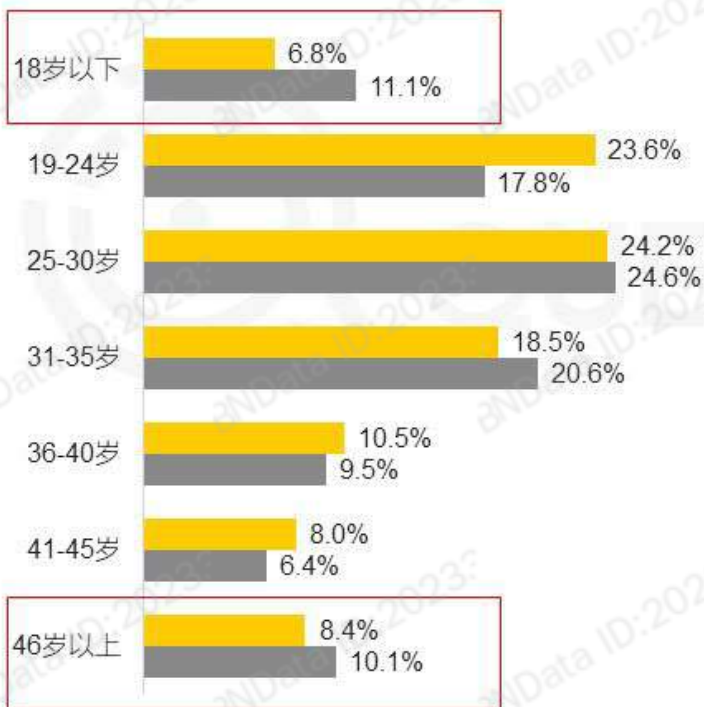
## 2020年4月 京东APP和京喜微信小程序年龄与城际分布

年龄

城际

■ 京东APP ■ 京喜小程序

■ 京东APP ■ 京喜小程序



苏宁易购多渠道布局，触达不同人群，人群规模总数达到1.4亿，微信小程序帮助平台触达了更多女性用户

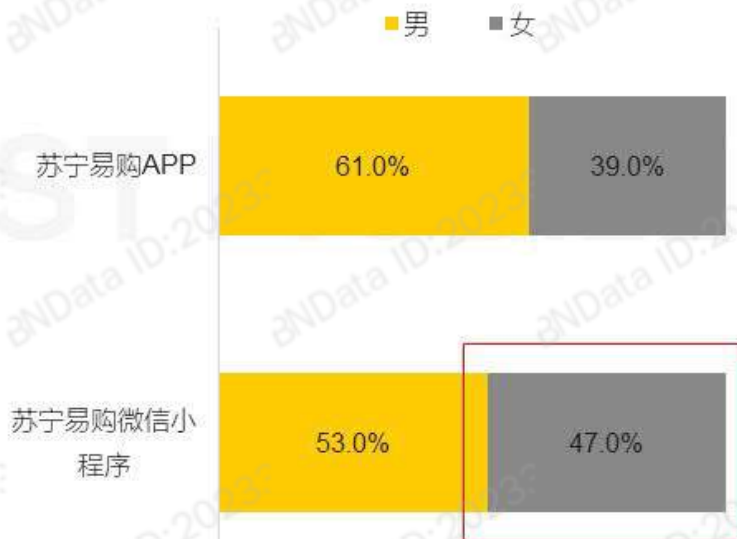


2020年4月 苏宁易购全景流量渠道分布

单位: 万



2020年4月 苏宁易购全景流量性别分布



Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2020年4月

注: 以上数据及占比已经过QuestMobile 全景生态流量审计

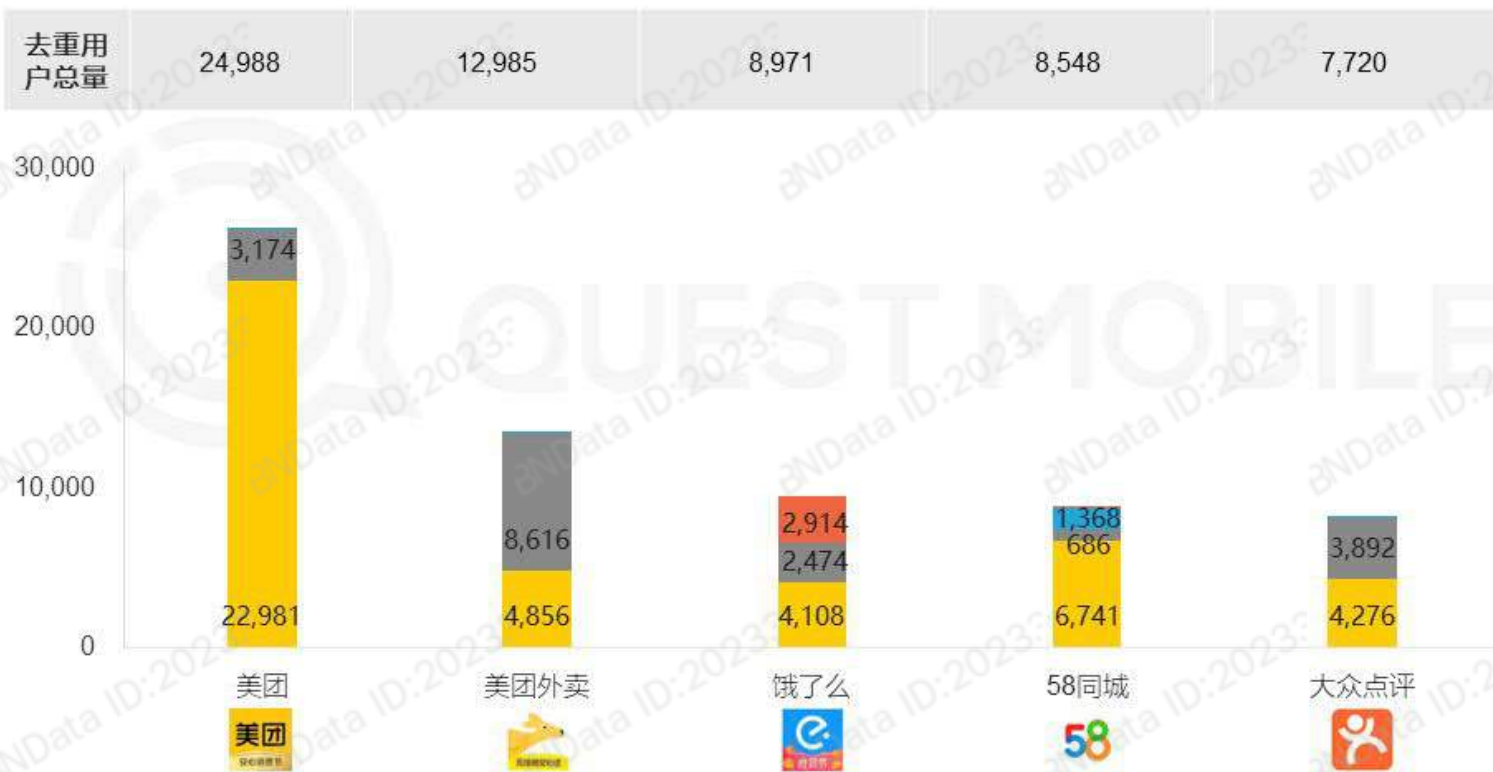
## 3.2 生活服务行业

小程序成为生活服务应用的重要入口，美团外卖、饿了么从程序获取的流量均超过APP

2020年4月 生活服务行业全景流量用户规模 TOP5

单位: 万

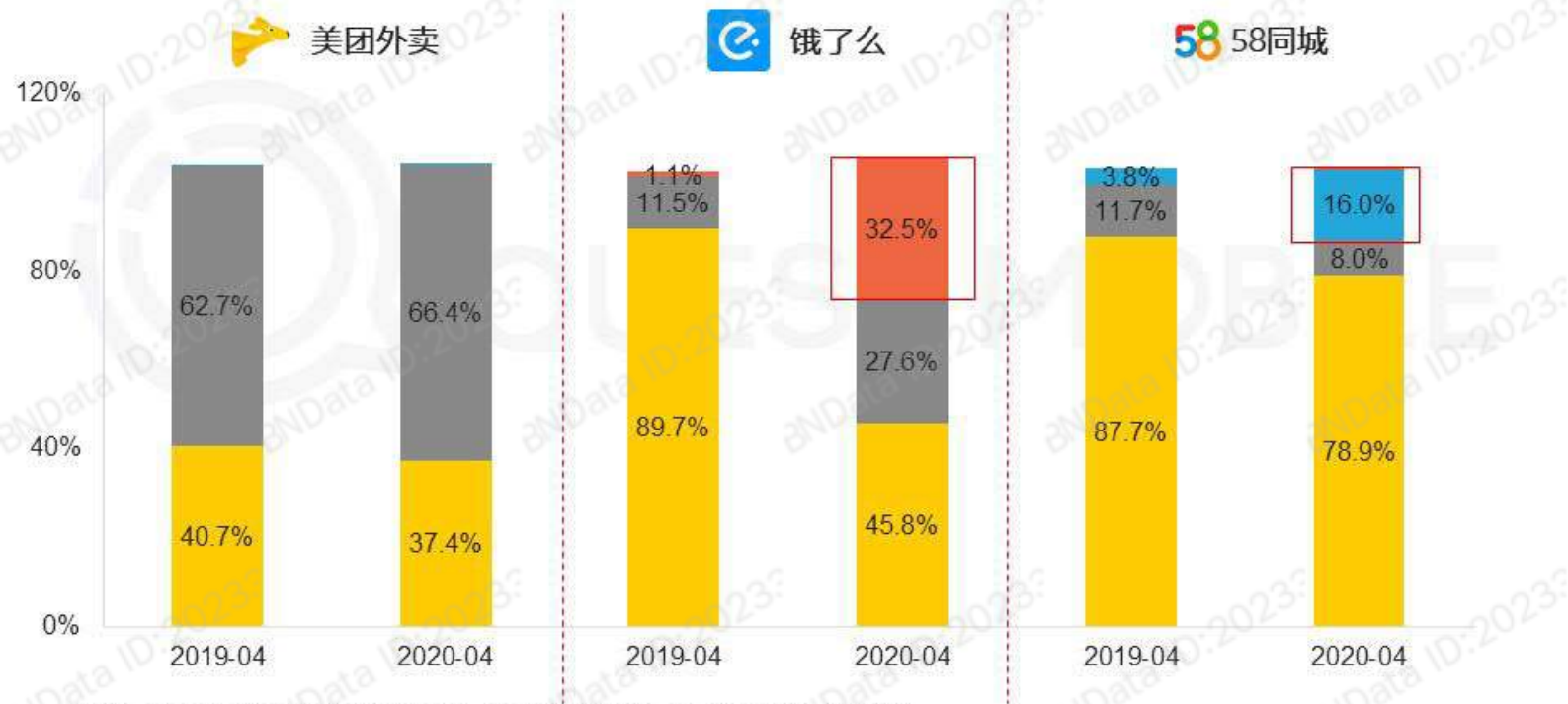
■ APP ■ 微信小程序 ■ 百度智能小程序 ■ 支付宝小程序



小程序为饿了么、美团外卖、58同城等典型生活服务应用提供了更多入口，对于其流量贡献持续增加

典型生活服务平台去重用户流量占比变化

■ App ■ 微信小程序 ■ 百度智能小程序 ■ 支付宝小程序



用户量占比：在统计周期(周/月)内，该渠道总用户量占合计用户量的比例。

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2020年4月



### 3.3 新闻资讯行业

新闻资讯行业对小程序的布局有待加深，多数平台流量来源以APP为主，国务院小程序月活规模达到6000万，为及时传达国家最新政令动态发挥了积极作用

2020年4月 新闻资讯行业全景流量用户规模 TOP5

单位: 万

■ APP ■ 微信小程序 ■ 百度智能小程序 ■ 支付宝小程序

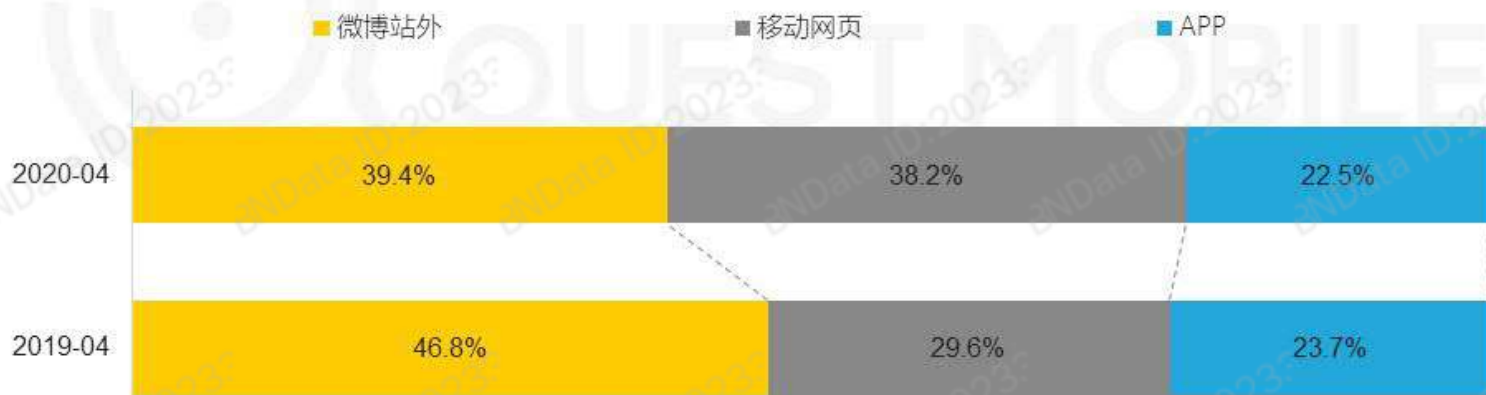


在小程序生态之外，新浪新闻在微博站外、移动网页端进行了全景流量布局，移动网页对流量的贡献持续加大，已经接近4成



QUEST MOBILE

新浪新闻全景流量渠道分布



注：以上数据及占比已经过QuestMobile全景生态流量审计

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2020年4月

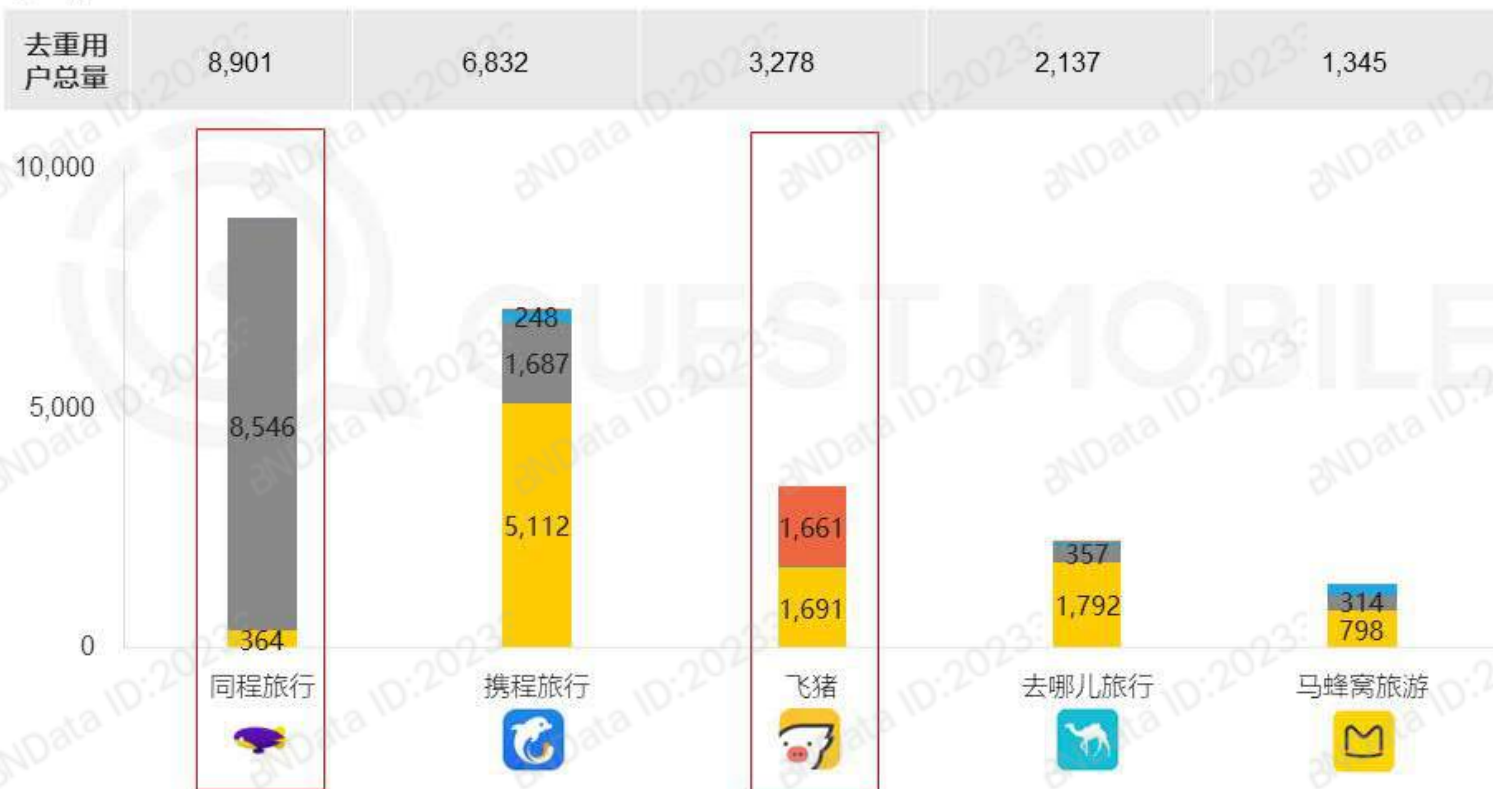
### 3.4 旅游服务行业

旅游服务企业布局广泛，发力渠道不同，同程在微信生态获取的流量占比高达96%，飞猪在阿里生态获得的流量占比也接近一半，携程、马蜂窝从百度生态获得了较多流量

2020年4月 旅游服务行业全景流量用户规模 TOP5

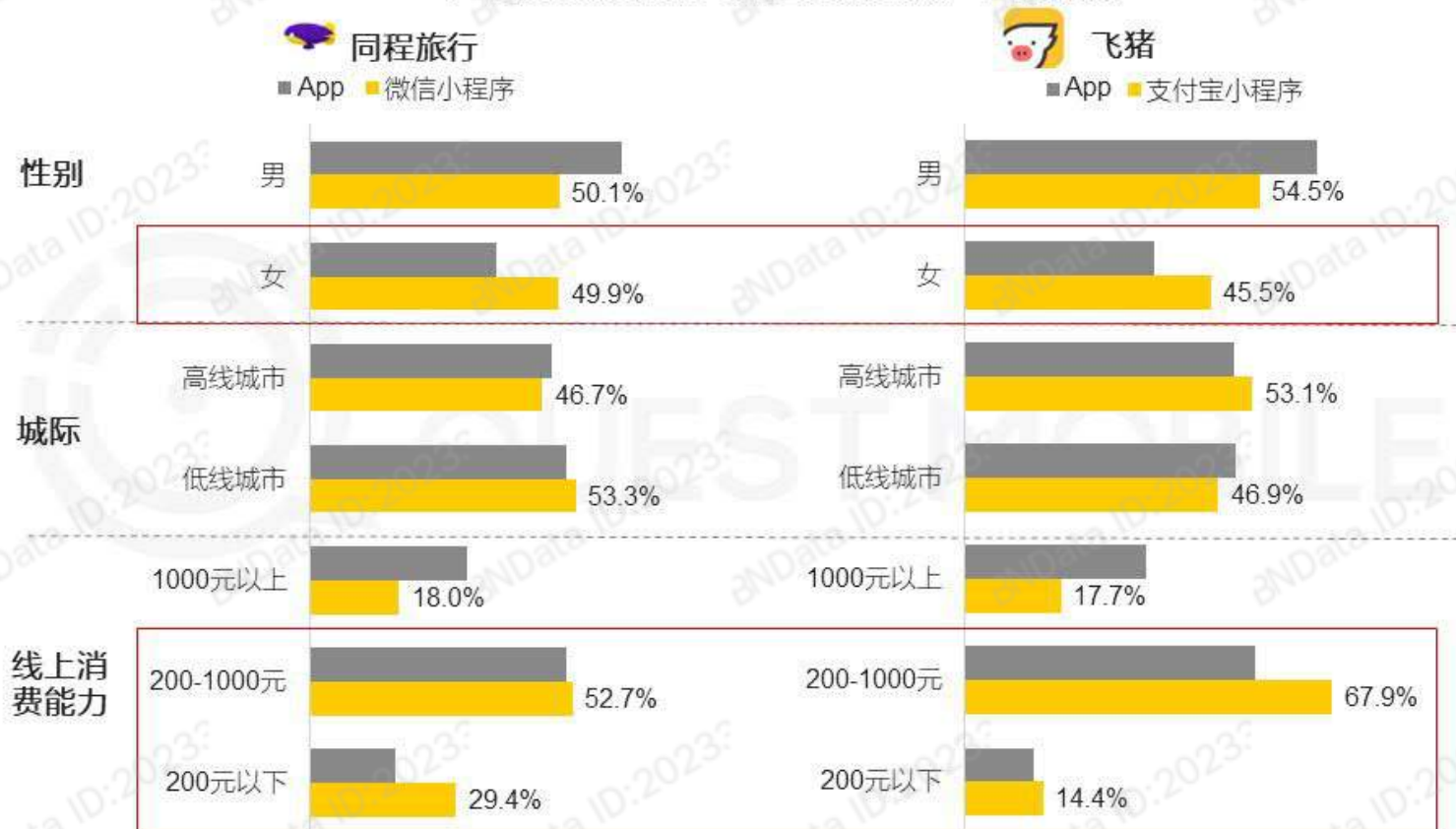
■ APP ■ 微信小程序 ■ 百度智能小程序 ■ 支付宝小程序

单位: 万



小程序帮助旅游服务应用获取特定结构人群效果明显，同程旅行、飞猪分别借助微信小程序和支付宝小程序拓展了更多女性用户、中低消费人群

2020年4月 同程旅行和飞猪全景流量用户画像比较



注：同程旅行的微信小程序指同程艺龙酒店机票火车票门票，飞猪的支付宝小程序指飞猪火车票机票酒店  
城际：高线城市指二线及以上城市，低线城市指三线及以下城市

Source: QuestMobile TRUTH 全景生态流量数据库 2020年4月



1. 本研究报告（以下简称“本报告”）由QuestMobile（以下简称“本公司”）制作及发布。
2. 本报告所涉及的数据来源于QuestMobile自有数据库、行业公开、市场公开、公司授权，以及QuestMobile Echo快调研平台等，均采用合法的技术手段、深度访问、抽样调查等方式获取；本公司力求但不保证该信息的完全准确性和完整性，客户也不应该认为该信息是完全准确和完整的。同时，本公司不保证文中观点或陈述不会发生任何变更，在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的研究报告。本公司会适时更新我们的研究，但可能会因某些规定而无法做到。除了一些定期出版的研究报告之外，绝大多数研究报告是在本公司认为适当的时候不定期地发布。
3. 本报告所涉及的独立研究数据、研究方法、研究模型、研究结论及衍生服务产品拥有全部知识产权，任何人不得侵害和擅自使用，违者必究。
4. 本报告主要以微信公众号形式分发或电子版形式交付，间或也会辅以印刷品形式交付或分发，所有报告版权均归本公司所有。未经本公司事先书面协议授权，任何机构或个人不得以任何形式复制、转发或公开传播本报告的全部或部分内容。不得将报告内容作为诉讼、仲裁、传媒所引用之证明或依据，不得用于营利或用于未经允许的其它用途。
5. 经本公司事先书面协议授权刊载或转发的，被授权机构承担相关刊载或者转发责任。不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。
6. 本报告的分享或发布现场，未经本公司事先书面协议授权，参会人员不得以任何形式进行录音、录像或拍照，更不允许参会人员以任何形式在其他场合或社交媒体（包括客户内部以及外部）进行转发、交流或评论本次分享内容。
7. 如因以上行为（不限于3、4、5、6）产生的误解、责任或诉讼由传播人和所在企业自行承担，本公司不承担任何责任。
8. 本次分享内容最终解释权归本公司所有。

# QUESTMOBILE

第一时间观察行业趋势报告

▶▶ 扫码关注 每周更新

