



场景+链接

数据视角下的小程序浪潮



目录

CONTENTS



01 小程序发展背景及历程----- 03

02 小程序行业数据 ----- 14

03 小程序生态能力案例----- 22

04 小程序未来发展趋势----- 28

1

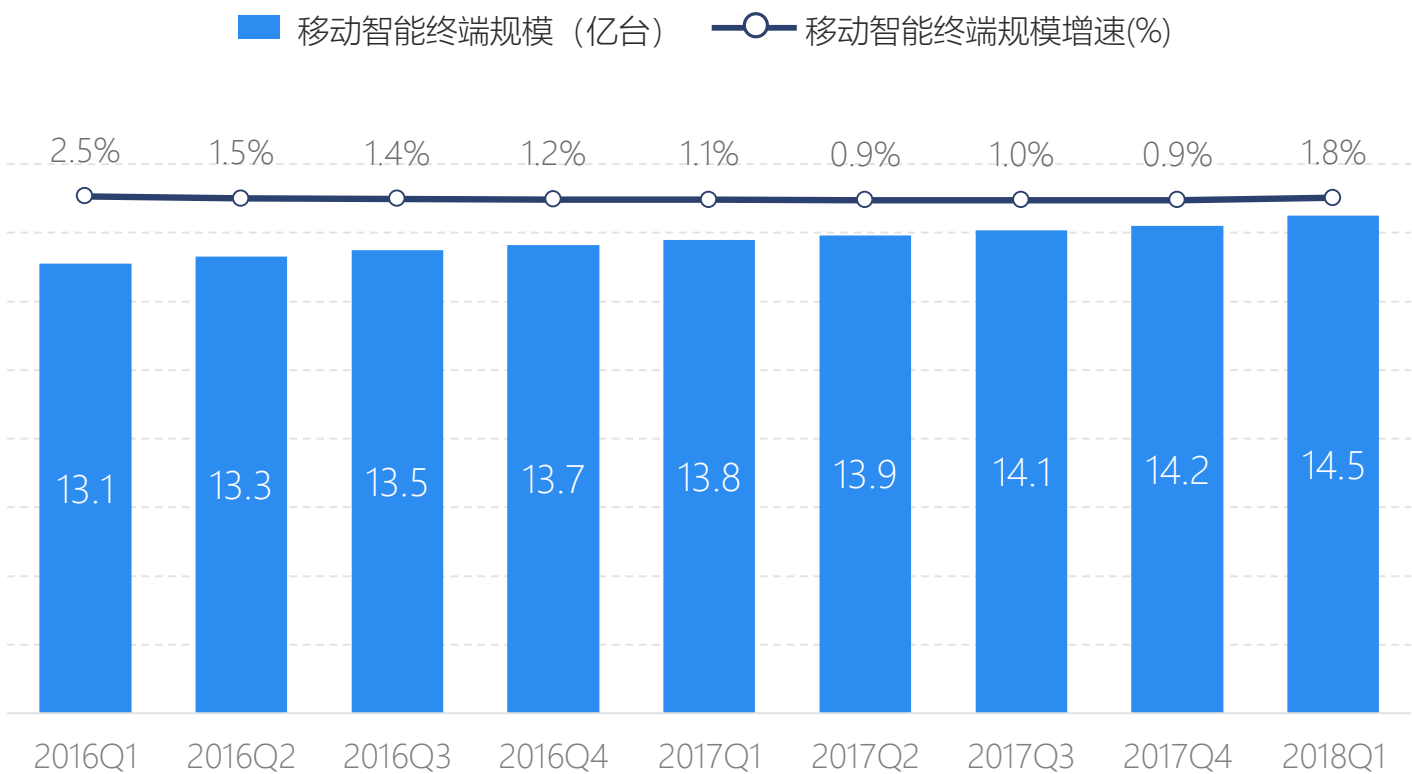
小程序发展背景及历程

行业人口红利消失，硬件市场新增空间有限

截至2018年一季度，中国移动智能终端规模已达14.5亿，中国市场内平均计算已是人手一台智能设备。

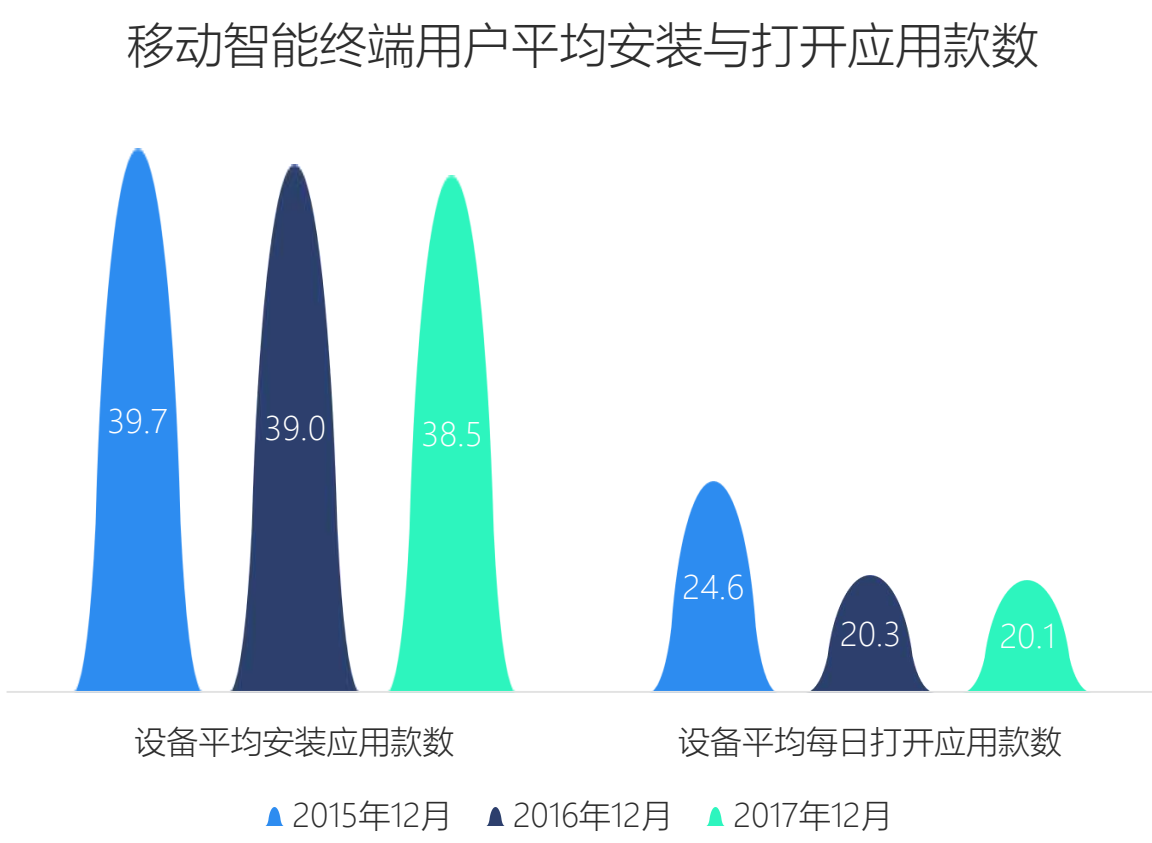
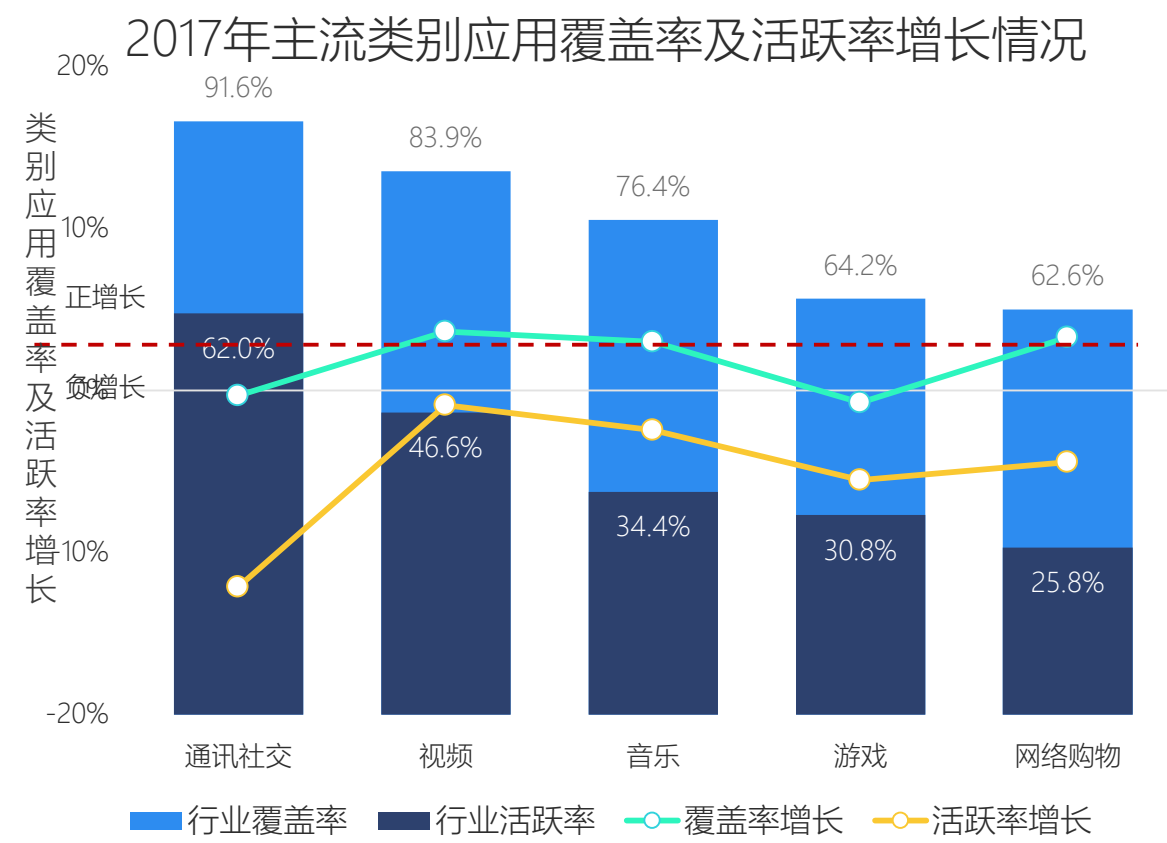
中国移动智能终端设备规模季度增速持续放缓，自2016年第二季度起，移动智能终端规模增速连续8个季度低于2%。自2009年3G通讯技术正式商用起，中国移动互联网市场经过近十年的发展，移动智能终端规模已接近市场天花板。

2016Q1-2018Q1 中国移动智能终端规模



主流行业增长乏力，移动应用同样面临增长困境

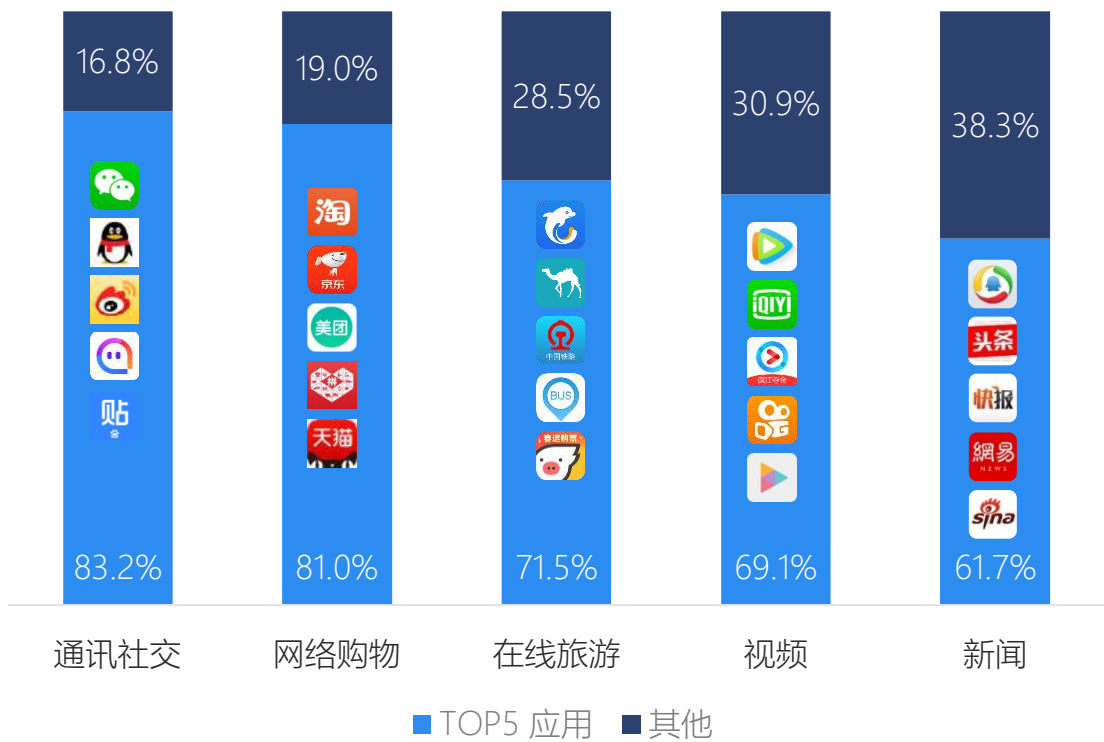
2017年，通讯社交、视频、游戏等主流行业应用活跃用户规模增长乏力，行业应用活跃率出现不同程度下降。而移动智能终端用户平均安装与平均每日打开应用款数已连续两年出现下滑，设备一个屏幕上的应用已可基本满足日常使用。除了硬件市场外，移动智能设备软件市场也面临增长困境，存量时代移动应用对于用户的争夺更加激烈。



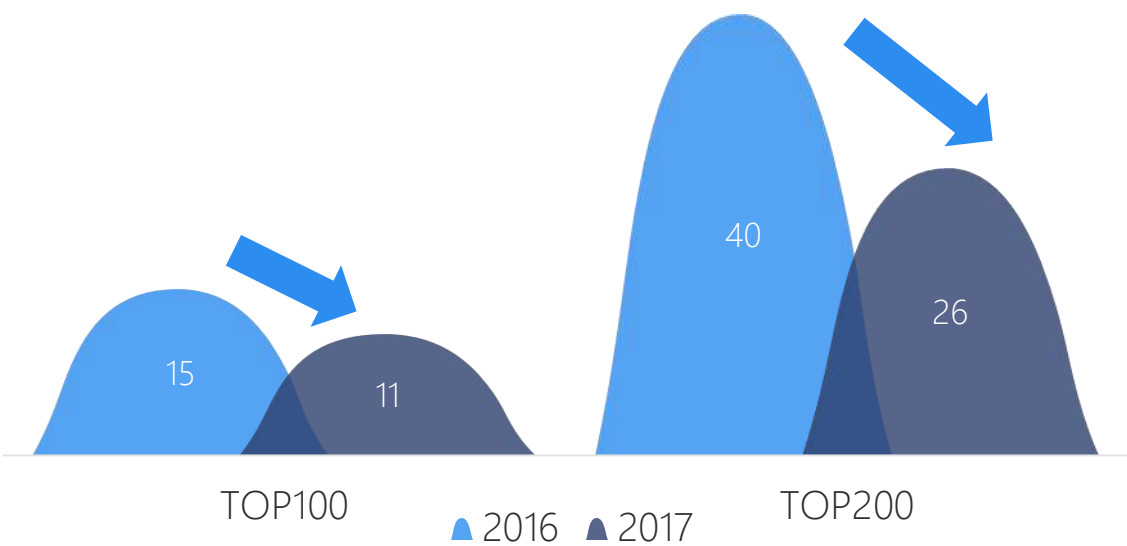
头部应用把持流量，用户对新应用的兴趣在降低

在通讯社交、网络购物行业应用中，TOP5应用覆盖到了80%的行业用户，头部应用凭借高覆盖率攫取了绝大部分的用户流量。2017年，TOP200应用的更新款数明显减少。成熟应用更多地占据了移动智能终端的存储空间，新生应用进入TOP榜单的难度加大，用户对于新应用的兴趣在降低。

2017年 细分行业头部应用覆盖率情况



移动应用榜单TOP应用更新款数



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，年度TOP应用更新款数=12月TOP应用与1月TOP应用差异数量

应用平台化是流量巨头的生态构想

从PC端到移动端，流量巨头开放应用、打造平台生态的尝试屡见不鲜。从搜索业务的百度，到手机硬件厂商联盟，微信不是第一个、也不会是最后一个尝试应用平台化的流量巨头。从公众号到小程序，微信的平台化构想在不断完善。

PC端平台化尝试案例



百度框计算，2009年8月推出，由合作应用响应用户在搜索框中输入的内容



谷歌Chrome Web Store，2010年12月推出，Chrome平台下在线应用商店



腾讯Q+，2011年5月推出，第三方开发商可通过这个平台调用QQ相关接口

移动端平台化尝试案例



微信小程序，2017年1月推出，免安装，用户扫一扫或搜一下即可打开应用



支付宝小程序，2017年8月开放技术文档，支持用户在支付宝内打开第三方小程序



快应用，2018年3月由手机厂商联盟推出，基于手机硬件平台的新型应用形态

数据来源：根据公开信息整理

链接场景，小程序完善微信公众平台生态

作为微信公众平台的组成部分，小程序是服务号、订阅号的功能延伸。围绕微信的社交关系链，三者将微信上的“人-人”关系，拓展为“人-资讯”、“人-服务”、“人-场景”，共同打造“信息传播-服务触达-场景链接”这一微信公众平台生态。

相比于服务号，小程序能够便捷的将用户与服务场景相链接，微信公众平台生态得以完善。



功能快速完善，小程序产品定位日渐清晰

自2017年1月9日上线以来，小程序功能经过多次完善，产品与公众号的链接关系也日渐清晰，微信尝试利用公众号向小程序导流。而小游戏的上线，则有利于培养用户使用习惯，推广小程序广告及小程序内付费。

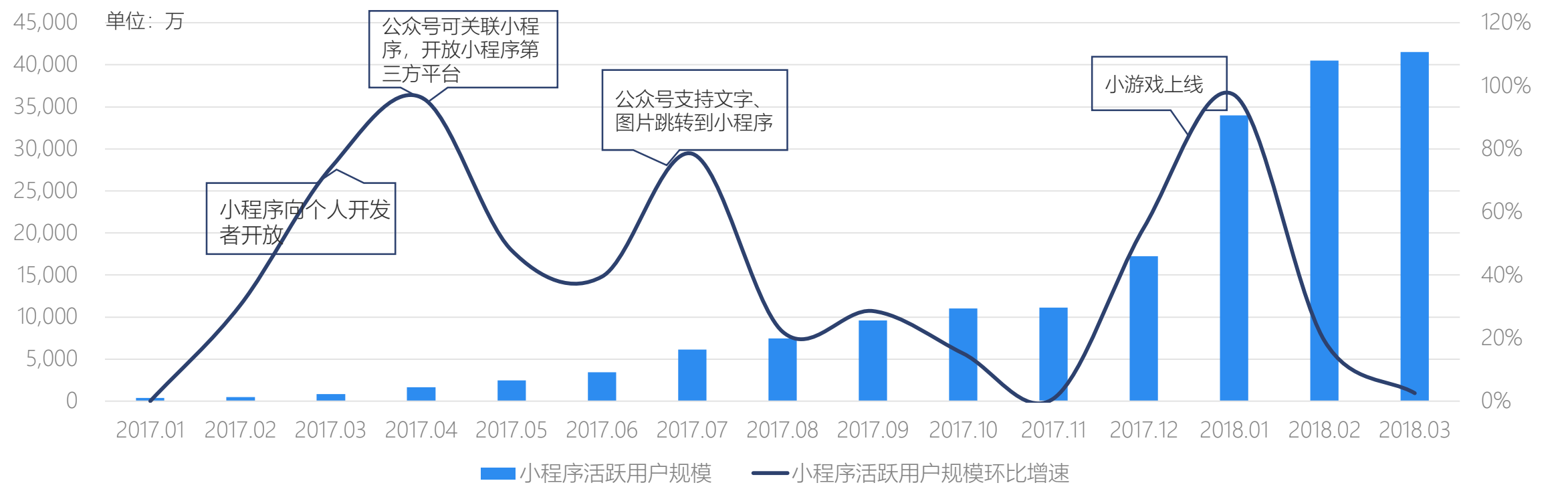


数据来源：根据公开信息整理

小游戏刺激用户规模增长，用户习惯得以培养

小程序在2017年整体处于用户培育期，开发者和用户都在探索小程序产品定位，公众号的关联是刺激小程序用户规模增长的最有效手段。2017年12月末发布的小游戏彻底引爆了小程序用户增长，疯狂的社交传播使得小程序活跃用户规模在2018年一季度突破了4亿，也让开发者对于小程序的传播能力有了直接体验。

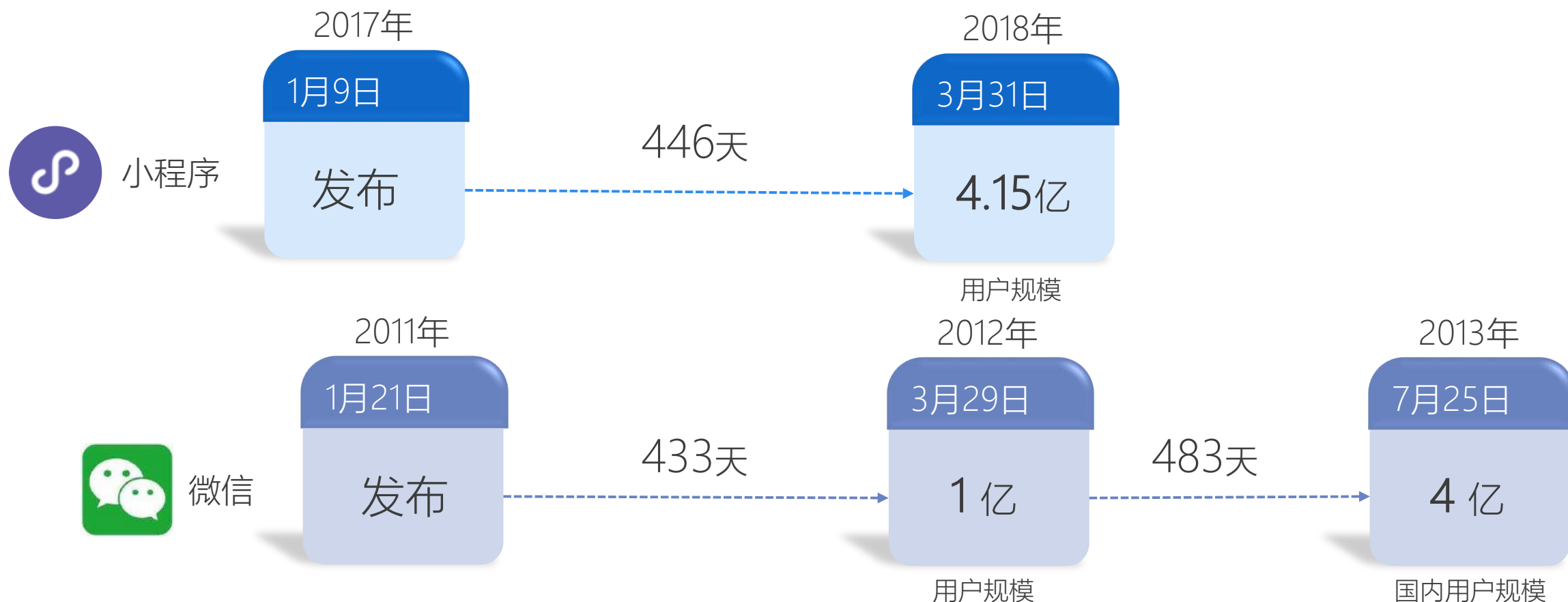
微信小程序活跃用户规模增长情况



数据来源：TalkingData 移动数据研究中心，TalkingData小程序统计分析平台

微信流量基础帮助小程序用户规模超速增长

小程序用户规模从零增长至4.15亿只用了446天，而微信用户规模增长至4亿则花费了916天。站在微信流量的基础上，小程序用户规模的增速要远超微信当初的发展。



数据来源: TalkingData 移动数据研究中心, TalkingData小程序统计分析平台, 微信用户规模时间点根据公开信息整理

第三方参与者入场，小程序生态迅速成型

自小程序发布以来，第三方开发者加速入场，小程序开发、小程序商店、开发服务平台、数据统计平台等新增市场迅速形成规模。而传统的移动应用运营、基础云平台、媒体、投资机构也将移动应用市场经验应用到小程序市场，小程序行业生态在一年之内就已初步成型。

微信小程序行业生态示意图



数据来源：根据公开信息整理

资本投入将刺激小程序爆发式增长

2017年，小程序行业整体融资金额约为7亿元人民币。而截止到2018年4月，小程序行业融资规模已经迅速上升至70亿元，行业融资总额增长了10倍。

在资本投入的刺激下，预计2018年小程序将迎来爆发式增长。

微信小程序行业融资案例

名称	融资时间	投资轮次	融资金额 (人民币)	投资方
小睡眠	2017.02	A轮	2000万	高盛中国、嘉道谷投资
递名片	2017.05	天使轮	3600万	深度加速、创维资本
阿拉丁	2017.06	天使轮	1000万	创新工场、清科创投
小打卡	2017.08	天使轮	未透露	真格基金
靠谱小程序	2017.09	Pre-A轮	数千万	新榜领投
递名片	2017.09	Pre-A轮	数百万	国泰瑞丰
金客拉	2017.09	Pre-A轮	数百万	未透露
飞燕小程序	2017.09	种子轮	数百万	WeMedia
画画猜猜	2017.10	Pre-A轮	数百万	飞马资本
猫卡	2018.02	天使轮	未透露	经纬中国、祥峰投资
V小客	2018.03	天使轮	4000万	IDG资本领投

数据来源：根据公开信息整理

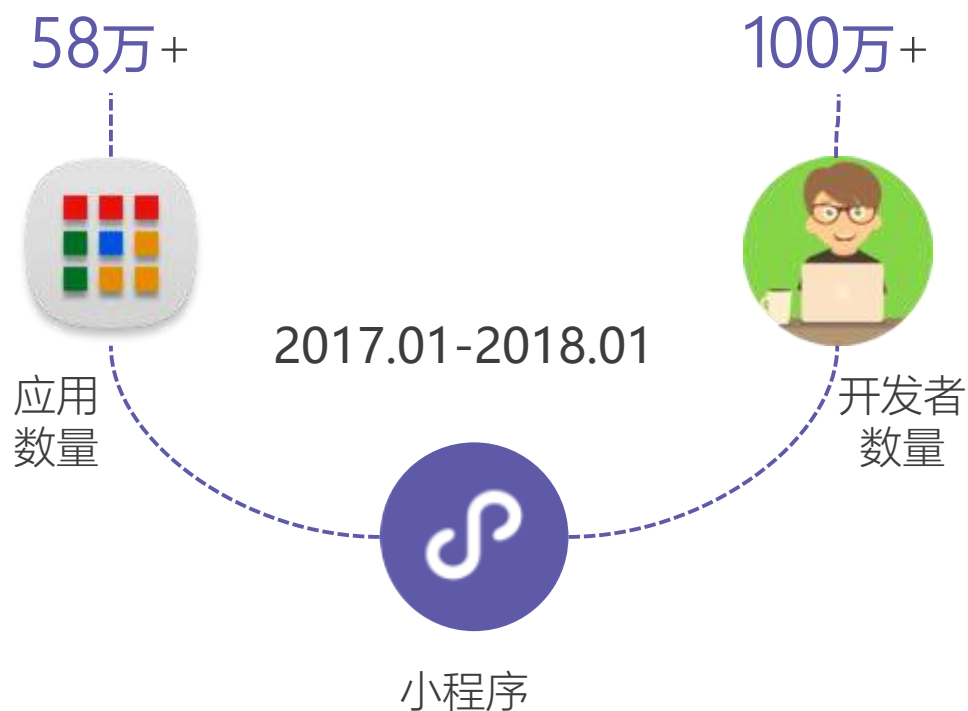
小程序行业数据



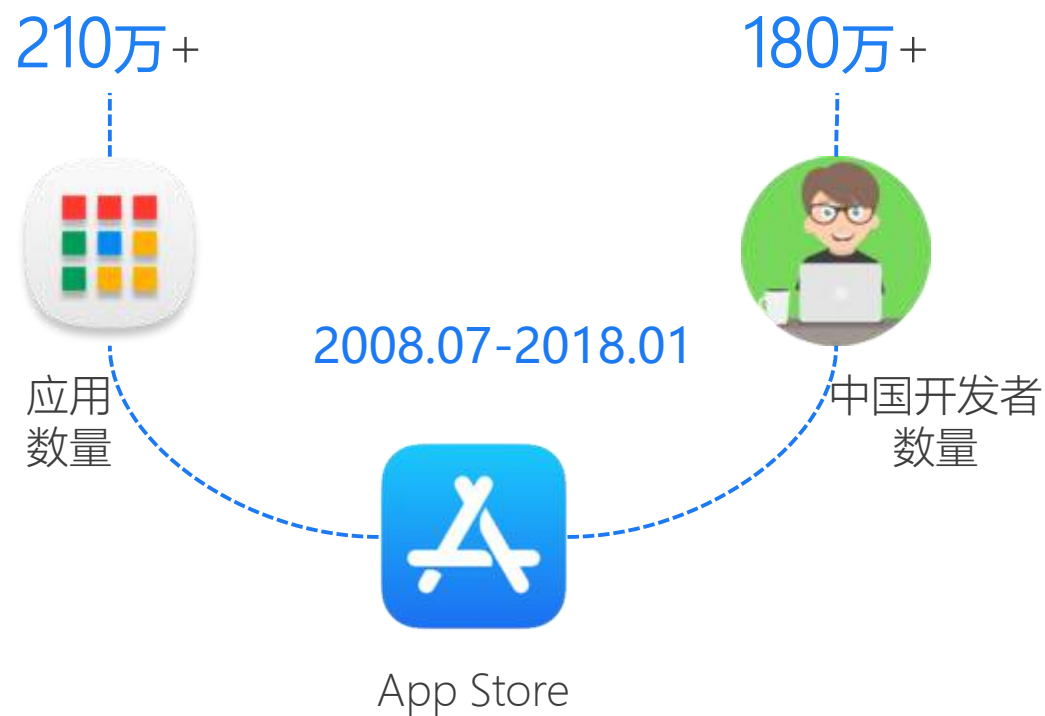
流量红利+低开发难度，开发者加速入场

凭借微信近10亿月活用户的流量红利及轻量级应用的低开发难度，微信小程序在一年时间内就吸引到了超过100万的应用开发者，应用数量也超过了58万。作为对比，苹果App Store在近十年时间里积累的中国开发者的数量约为180万。快速增长的开发者规模可以帮助更多的线下商家推出自己的小程序，丰富小程序服务场景。

微信小程序开发者规模



苹果App Store开发者规模

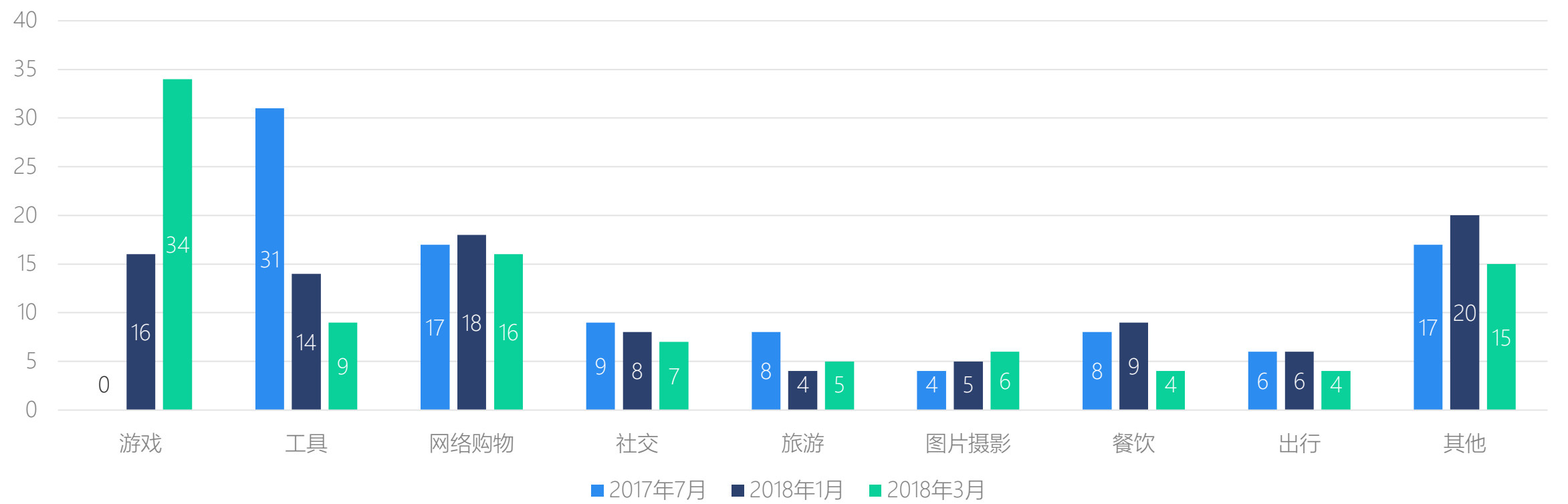


数据来源：根据微信官方数据、公开信息整理

流量红利易兑现，头部小程序向游戏类别集中

小程序发布后，工具类小程序是初期开发者最主要的尝试领域，2017年7月TOP100小程序中有31款属于工具类。而在2017年末发布后，小游戏凭借更为直接的社交传播转化，迅速兑现微信用户红利，成为了头部小程序中最主要的类别。2018年3月TOP100小程序中有34款属于小游戏，预计未来小程序将极大的冲击休闲类游戏应用市场。

微信小程序TOP 100 类别款数分布变化

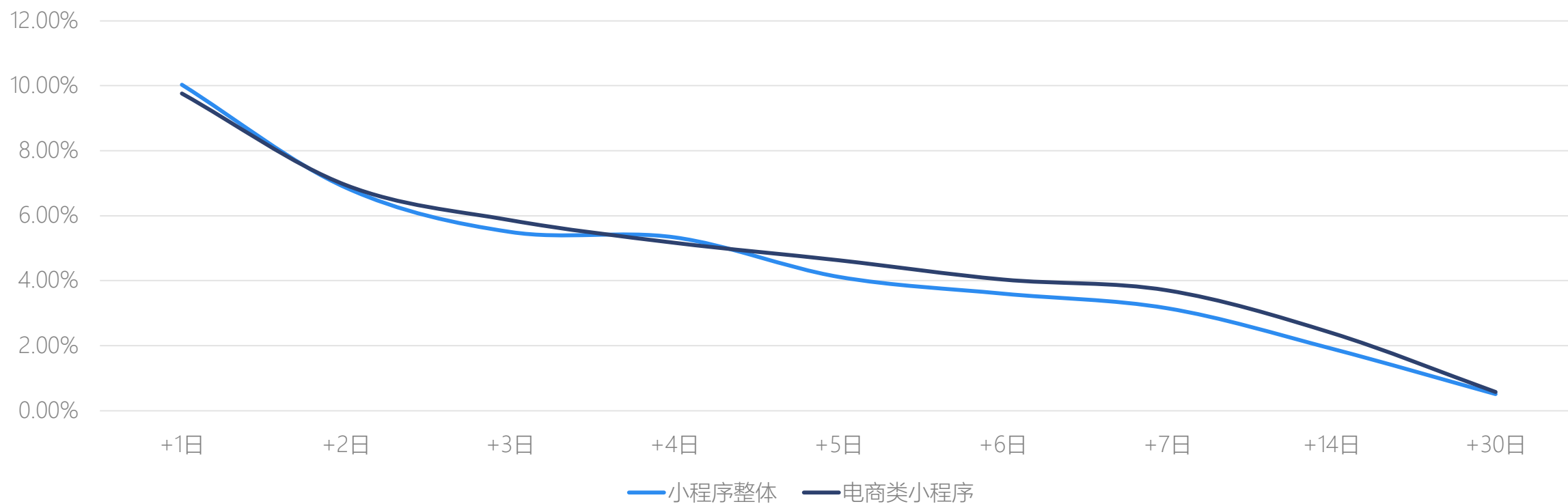


数据来源： TalkingData小程序统计分析平台

小程序用户周留存率为3.2%

小程序用户留存率在前三天衰减明显，小程序次日留存率为10.0%，三日留存率下降到5.5%。小程序整体符合用户“用完即走”的设计初衷，周留存率为3.2%，月留存率为0.5%。电商类小程序用户留存率趋势并没有表现出明显差异，周留存率为3.7%，月留存率为0.6%。

微信小程序用户留存率

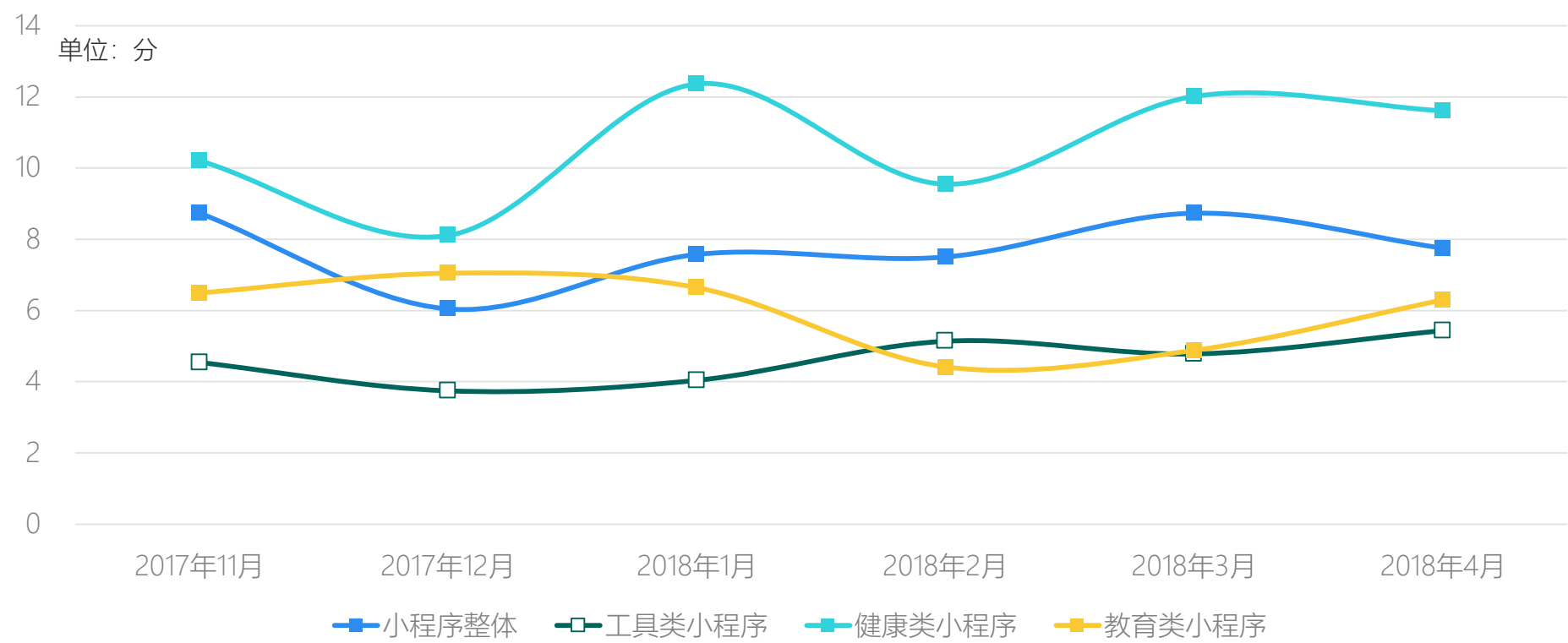


数据来源：TalkingData小程序统计分析平台，2018年4月数据，根据平台TOP100样本数据计算

用完即走，小程序用户日均使用时长为7.5分钟

小程序定位在轻量级应用，微信官方鼓励用户“用完即走”，而小程序的用户日均使用时长也反映了这一特点。近半年来，小程序用户整体日均使用时长保持在7.5分钟左右，工具类小程序在小程序类型中平均单次使用时长最短。用户在使用微信时，平均有1/12的时间在使用小程序。

不同类型小程序用户日均使用时长对比



用户日均使用时长



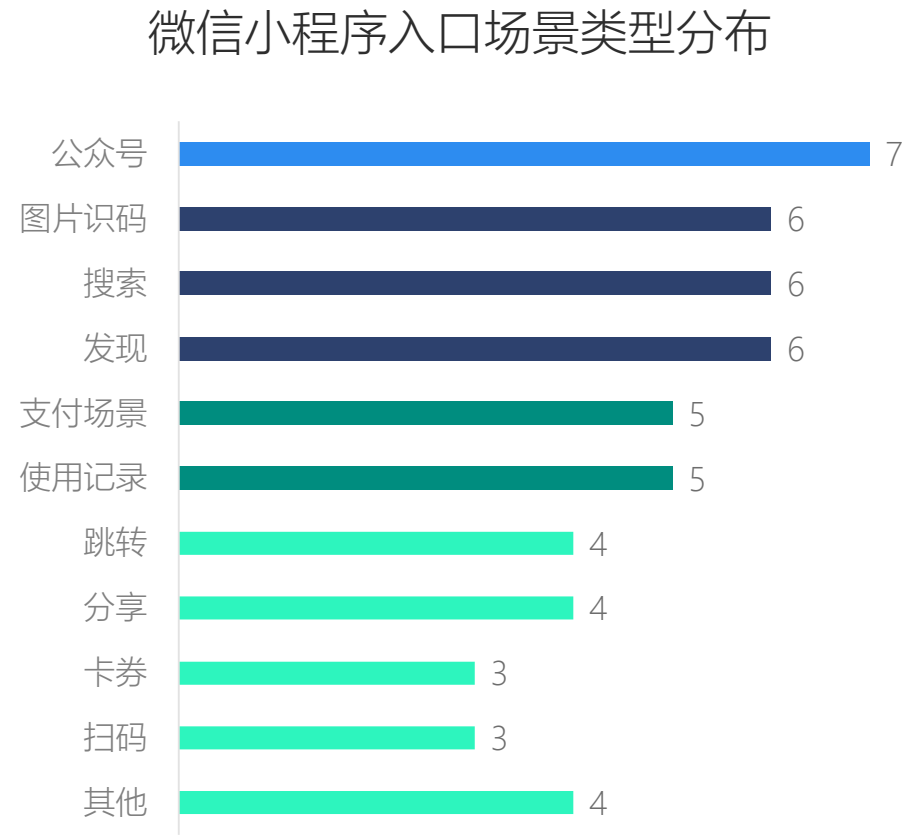
7.5分钟



90分钟

小程序入口深度融入微信应用场景

截至目前，小程序入口场景已开放53种，主界面、公众号、模板消息、搜索、聊天会话等场景下都可以找到小程序入口。微信已经将小程序入口深度融入到微信各类应用场景中，保证用户在使用微信时可以快速的访问小程序，微信内用户导流渠道已基本成型。



微信小程序入口场景示例

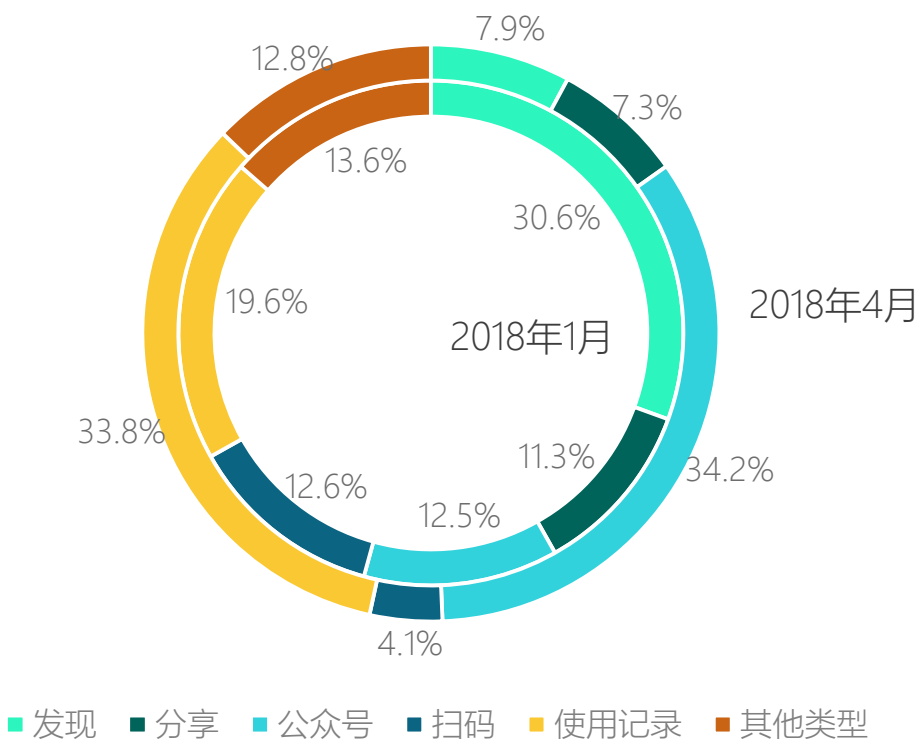


数据来源：根据微信官方文档整理

发现栏已不再是微信小程序的流量主入口

随着微信对小程序入口场景的不断完善，小程序的用户访问流量已从发现类下的小程序主入口、附近小程序列表，逐渐的向公众号、使用记录类别迁移。相比于1月份数据，4月份附近小程序列表场景访问流量占比下降了19.3%。

微信小程序入口场景类型变化趋势



微信小程序入口主要场景占比变化趋势

入口场景	1月占比	4月占比	占比增长
附近小程序列表	20.2%	0.9%	-19.3%
微信聊天主界面下拉	17.4%	24.1%	6.7%
扫描二维码	12.5%	3.9%	-8.6%
发现栏小程序主入口	9.9%	5.7%	-4.2%
群聊会话中的小程序消息卡片	7.9%	3.0%	-4.9%
公众号自定义菜单	7.4%	15.0%	7.5%
从另一个小程序返回	5.9%	2.6%	-3.2%
公众号文章	4.7%	4.7%	0.0%

快捷菜单栏和公众号成为小程序主要入口

虽然微信官方并不将主界面下拉的小程序菜单栏视为入口，但是仍有24.1%的小程序访问以此快捷菜单栏为入口，在所有场景中占比最高。而小程序与公众号的良好互动，使得众多公众号使用小程序替换原本的H5页面，由公众号自定义菜单贡献的小程序访问占比在所有场景中居于第二位。

微信小程序入口场景TOP 10

排名	入口场景	访问次数占比
1	微信聊天主界面下拉	24.1%
2	公众号自定义菜单	15.0%
3	公众号文章广告	13.7%
4	小程序模版消息	9.1%
5	发现栏小程序主入口	5.7%
6	公众号文章	4.7%
7	单人聊天会话中的小程序消息卡片	4.0%
8	扫描二维码	3.9%
9	群聊会话中的小程序消息卡片	3.0%
10	从另一个小程序返回	2.6%



数据来源：TalkingData小程序统计分析平台，2018年4月数据，根据平台TOP100样本数据计算

3

小程序生态能力案例



小程序的目的是链接微信所有产品场景

微信小程序的生态能力，首先是利用社交传播将微信的用户流量向各类免安装的小程序导流，通过各类小程序丰富微信服务能力。

通过免安装的小程序，微信可以将社交通讯、公众号、微信支付、微信卡券、微信二维码、微信搜索等产品使用场景相链接，提供覆盖线上线下的完整服务链条。

微信小程序生态能力

社交关系
下的裂变
传播

微信产品
场景链接



免安装，点开即用，用完就走

海盗来了：免安装放大社交传播效果

相比于移动应用，免安装的小程序简化了从社交传播到新用户使用的流程，提升了社交传播效果。小程序这一特性非常适合于游戏内容传播。作为小游戏代表，海盗来了在产品设计中加入了能量恢复、红包、免费VIP特权等场景引导用户将小程序卡片分享到私聊、群聊界面，刺激了新用户的增长。对于没有用户基础的小程序，微信内的社交关系可以帮助其快速建立用户规模。

小程序提升社交传播效果

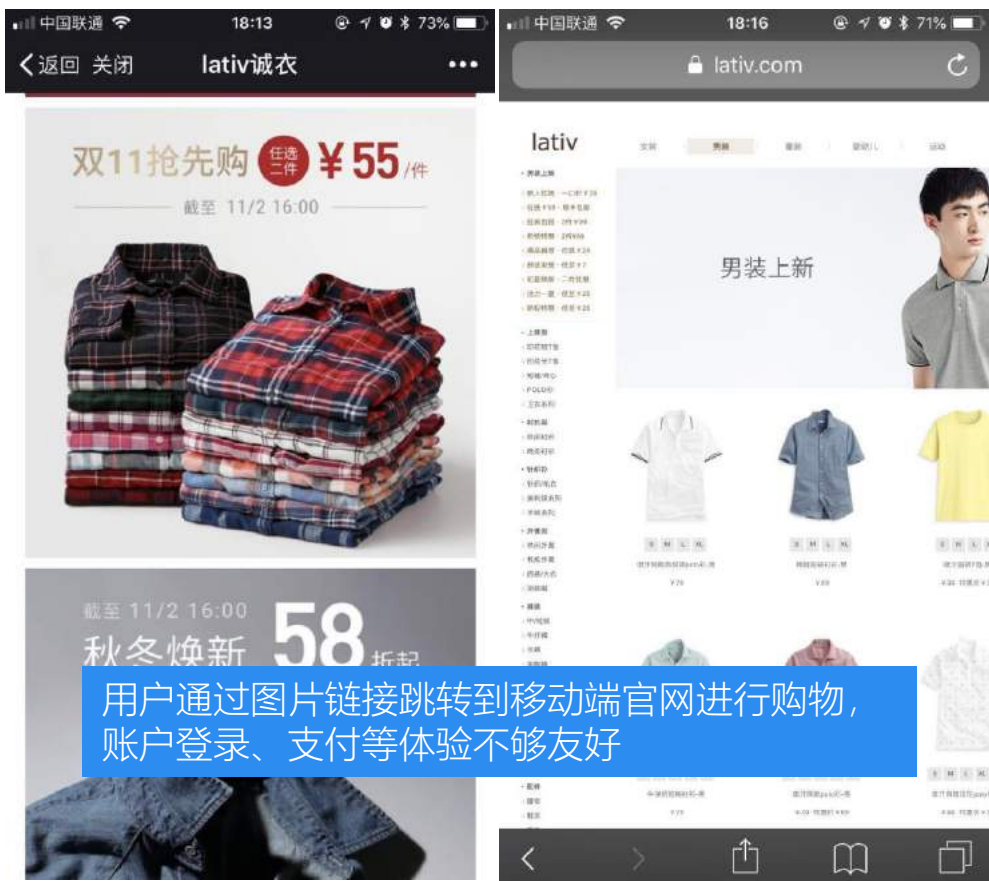


海盗来了引导社交传播



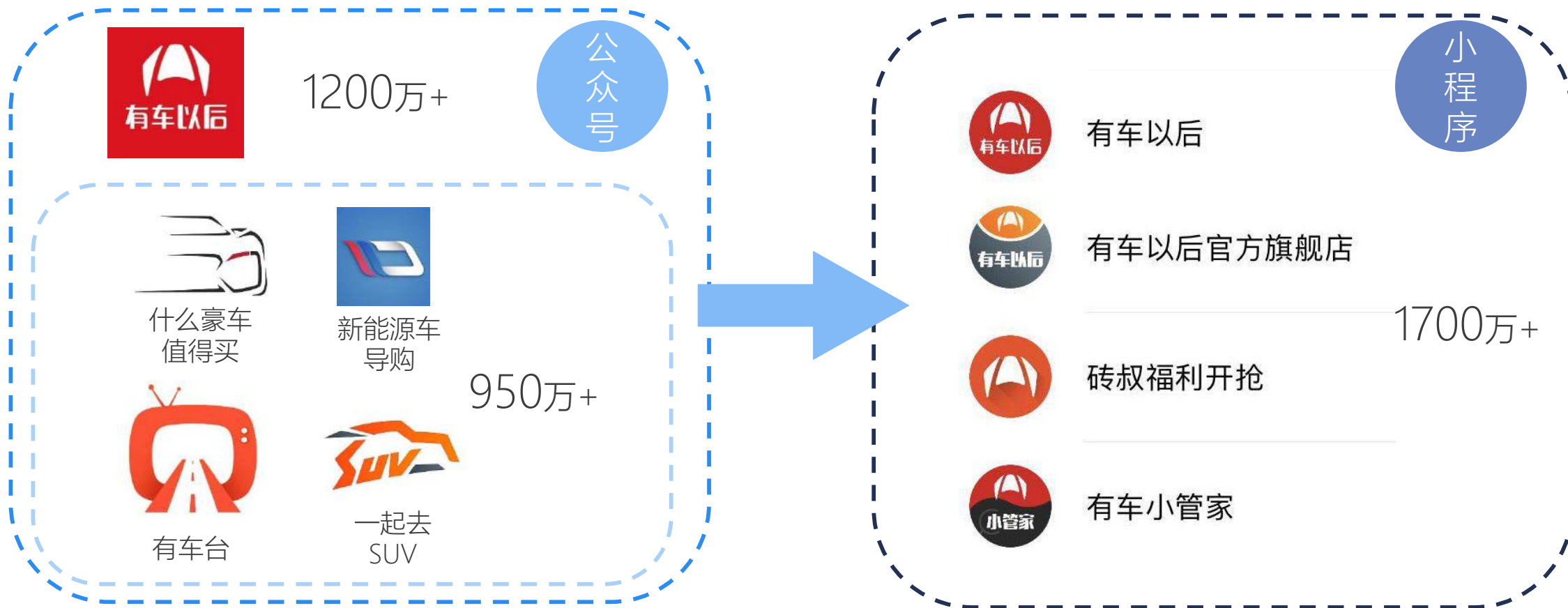
lativ诚衣：公众号导流下的电商运营

作为线上服饰品牌，lativ诚衣拥有自己的官网渠道和移动应用，微信公众号也拥有一定的用户基础。在微信公众号小程序广告功能开放后，lativ诚衣将公众号内容中的“产品图片+官网页面”的推送方式，改为体验更好的“小程序卡片+小程序”。目前lativ诚衣已经关闭移动端官网购物服务，移动端购物体验将全部在小程序上完成。



有车以后：内容红利新渠道

作为汽车领域内的移动互联网新媒体代表，有车以后的公众号矩阵合计用户已超过了2150万。在小程序发布后，有车以后通过小程序建立了官方电商平台，同时利用小程序打造媒体矩阵平台，为其他内容公众号提供小程序服务。在公众号导流下，有车以后旗下小程序用户已突破1700万。



数据来源：根据公开信息整理

杰克琼斯：微信产品的全面融入

依托于微信产品能力，杰克琼斯已经接入小程序、公众号、卡券、支付等多种微信服务场景。通过小程序，杰克琼斯将线上消费、线下消费、会员信息、营销活动等服务内容予以链接。对于传统行业，小程序可以帮助企业建立线上线下融合的服务链条，并利用微信社交传播帮助企业获客。



4

小程序未来发展趋势



小程序2018年发展趋势

01. 小程序数量将超越AppStore应用总数

- 2018年小程序数量将突破250万
- 资本刺激、第三方开发工具、轻应用的形式将促进小程序爆发式增长

03. 用户平均使用时长出现下降

- 4M的安装包限制小程序体验，小游戏同质化将会降低用户使用时长
- 小程序线上入口趋于固定化，用户习惯得到培养，用户日常使用小程序数量停止增长

02. 小程序用户规模突破7亿

- 微信公众号活跃关注用户为8亿
- 公众号朋友圈传播、社交聊天传播等裂变式传播会帮助小程序用户规模迅速提升
- 小游戏款数增长会让小程序获得更多关注

04. 小程序卡券营销平台迎来机会

- 优惠券、会员卡形式更便于线下商家营销活动进行社交关系裂变传播
- 公众号成为小程序线上主要流量入口，公众号与线下商家卡券间存在中介平台机会



附表：微信小程序场景入口一览

场景ID	场景说明	场景分类
1001	发现栏小程序主入口	发现
1005	顶部搜索框的搜索结果页	搜索
1006	发现栏小程序主入口搜索框的搜索结果页	搜索
1007	单人聊天会话中的小程序消息卡片	分享
1008	群聊会话中的小程序消息卡片	分享
1011	扫描二维码	扫码
1012	长按图片识别二维码	图片识码
1013	手机相册选取二维码	图片识码
1014	小程序模版消息	使用记录
1017	前往体验版的入口页	跳转
1019	微信钱包	支付场景
1020	公众号 profile 页相关小程序列表	公众号
1022	聊天顶部置顶小程序入口	使用记录
1023	安卓系统桌面图标	使用记录
1024	小程序 profile 页	发现
1025	扫描一维码	扫码
1026	附近小程序列表	发现
1027	顶部搜索框搜索结果页“使用过的小程序”列表	搜索
1028	我的卡包	卡券
1029	卡券详情页	卡券
1030	自动化测试下打开小程序	其他
1031	长按图片识别一维码	图片识码
1032	手机相册选取一维码	图片识码
1034	微信支付完成页	支付场景
1035	公众号自定义菜单	公众号
1036	App 分享消息卡片	分享
1037	小程序打开小程序	跳转

场景ID	场景说明	场景分类
1038	从另一个小程序返回	跳转
1039	摇电视	发现
1042	添加好友搜索框的搜索结果页	搜索
1043	公众号模板消息	公众号
1044	带 shareTicket 的小程序消息卡片（详情）	分享
1047	扫描小程序码	扫码
1048	长按图片识别小程序码	图片识码
1049	手机相册选取小程序码	图片识码
1052	卡券的适用门店列表	卡券
1053	搜一搜的结果页	搜索
1054	顶部搜索框小程序快捷入口	搜索
1056	音乐播放器菜单	跳转
1057	钱包中的银行卡详情页	支付场景
1058	公众号文章	公众号
1059	体验版小程序绑定邀请页	其他
1064	微信连Wi-Fi状态栏	其他
1067	公众号文章广告	公众号
1068	附近小程序列表广告	发现
1071	钱包中的银行卡列表页	支付场景
1072	二维码收款页面	支付场景
1073	客服消息列表下发的小程序消息卡片	公众号
1074	公众号会话下发的小程序消息卡片	公众号
1078	连Wi-Fi成功页	其他
1089	微信聊天主界面下拉	使用记录
1090	长按小程序右上角菜单唤出最近使用历史	使用记录
1092	城市服务入口	发现

- **TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）成立于2011年，是国内领先的独立第三方移动数据服务平台。秉承“客户优先、开放坦诚、担当意识、创业精神、创新精神”的企业文化，胸怀“数据改变企业决策，数据改善人类生活”的愿景。本着“帮助客户转型升级为数据驱动型企业”的使命，践行着“用数据说话”的原则，逐步成长为中国大数据领域的领军企业。
- 融合了互联网“开放精神”和传统IT“严谨服务”的企业文化，为客户提供独树一帜，融创新与严谨为一体，全方位智能数据解决方案。业内独一无二的TalkingData智能数据平台，集海量数据、极致的技术和专业的咨询服务为一体，逐步打造开放的数据生态，为客户带来独特的数据价值。
- **TalkingData**的平均月活跃用户为7亿，为超过12万款移动应用，以及10万应用开发者提供服务。覆盖的客户主要为金融、地产、快消、零售、出行、政府等行业中的领军企业，连续三年实现业务的三倍快速增长。

- **TalkingData**移动观象台数据报告版权为**TalkingData**（北京腾云天下科技有限公司）所有，报告的所有图片、表格及文字内容的版权亦归**TalkingData**所有。报告内容仅供一般性参考，不应视为针对特定事务的意见或依据。
- **TalkingData**移动观象台数据报告系**TalkingData**原创的免费产品，如需转载，请注明来源。
- 任何单位或个人不得以任何方式将报告内容的全部或部分用于商业化出版或有偿提供给其他单位或个人。否则，**TalkingData**有权追究其经济 and 法律责任。

移动观象台

纵览行业数据 解析移动趋势



长按扫码 加关注

应用排名

洞悉市场动态, 提供最新Android应用排行, 针对单款应用绘制人群画像

微博影响力

通过对微博的粉丝数、发博数、转评度数数据综合计算, 提供微博综合影响力排行

数据报告

最权威的互联网行业报告, 并针对热门行业、热门事件进行重点分析

公众号排名

通过对自媒体人的账号和文章进行甄别分析, 获悉最火爆的微信公众号排行

终端指数

呈现移动设备趋势, 提供最受欢迎的设备品牌、分辨率、操作系统等

市场洞察

基于大量移动互联网用户数据洞察用户特征, 展现市场应用热度

谢谢!

