

2018年中国小程序市场分析报告- 行业深度分析与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国小程序市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/326055326055.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

1、小程序一周年：初尝成功，持续进化

小程序经历了从高峰遇冷又回暖的历程。2017年1月9日小程序正式上线，引起了极大关注。但初期涌入的开发者经过一段时间测试后，对小程序的形态、带来的流量以及前景认识模糊，2017上半年小程序热度有所下降。

随着小程序开放二维码、群聊、搜索并完善推广功能，以及微信对大流量的逐渐开放，如H5跳转、视频入口等，给企业的便利也开始显现，越来越多的线下企业加入尝试。这也带动了小程序开发者再次涌入，低廉的开发成本下，目前已覆盖100万开发者、2300个第三方平台。2017年已上线小程序58万个，2018年有望超过300万。

小程序覆盖丰富场景，打通线上线下流量。已经覆盖200多个行业，月访问人数最多的类别是交通出行、电商平台、工具、生活服务和IT科技类；除了小游戏外，还有以下几大类是微信重点打造：

智慧零售：小程序在消费场景重塑，会员营销，社交创新等方面渗透入零售业。门店小程序、附近的小程序、小程序底部广告对线下商家具备吸引力。

电商领域：小程序和行业的合作伙伴一起找到了一些新的增长点；95%的平台电商已接入小程序，如京东、拼多多、蘑菇街等，小程序建立了新的购物习惯；微信中的新场景——内容电商受到欢迎。

生活服务：让用户想要服务时“马上得到”、即见即用。共享充电宝小电95%的流量来自小程序LBS导流。

政务民生：包括公安、医疗、税务、邮政类小程序，让老百姓多办事、少跑腿。

图：小程序的场景落地 资料来源：观研天下整理

小程序仍在持续进化。微信用户数突破9亿人，小程序目前日活跃用户数1.7亿，但单个小程序的用户量和接受度较独立APP仍然较低，虚拟物品购买10月尝试开放，其他开放的功能、流量和场景也在不断增加，据统计2017年小程序开放54个入口，更新103个功能。近期在小程序一周年前夕推出小游戏，迅速引爆。张小龙对小程序的最初设定是不能做游戏，主要是担心像公众号一样被当做风口透支流量，所以先紧后松。

降低门槛、充实能力、场景流量、提高转化、交易变现是小程序的核心关键词。据微信披露，从转化角度，平均而言，小程序加载速度比H5至少有20%-30%的提升。为了更好的帮助小程序开发者变现，微信已在内测小程序广告组件，将在完善后尽快开放。此外微信也会注重调研第三方开发平台，希望研发更多的能力支持。

2、小游戏会冲击H5游戏，更适合做休闲游戏

对于开发者而言，在微信这个平台上小游戏比起H5主要有三个优势：更便捷的访问、更强大的功能、更简单的开发。流畅性和入口是目前小游戏相较于H5游戏最大的优势，在微信这个平台上，小游戏的未来比H5光明，也可以预见曾经的H5从业者会有相当一部分向

小游戏转型。

小游戏是更适合休闲游戏生长的土壤，不需要下载安装包，又有合格的流畅性。小游戏不是一场革命，过去传统的重度手机游戏依然有其生存空间，真正受到威胁的是H5游戏和“天天爱消除”这类。“跳一跳”的次日留存为65%，三日留存为60%，七日留存为52%，可以媲美一款非常活跃的App大作，相比H5游戏20%左右的留存率显著提升。

图：跳一跳留存率 资料来源：观研天下整理 观研天下发布的《2018年中国小程序市场分析报告-行业深度分析与发展前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、小程序T分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2015-2017年中国小程序行业发展概述

第一节 小程序行业发展情况概述

一、小程序行业相关定义

二、小程序行业基本情况介绍

三、小程序行业发展特点分析

第二节 中国小程序行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、小程序行业产业链条分析

三、中国小程序行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国小程序行业生命周期分析

一、小程序行业生命周期理论概述

二、小程序行业所属的生命周期分析

第四节 小程序行业经济指标分析

一、小程序行业的赢利性分析

二、小程序行业的经济周期分析

三、小程序行业附加值的提升空间分析

第五节 国中小程序行业进入壁垒分析

一、小程序行业资金壁垒分析

二、小程序行业技术壁垒分析

三、小程序行业人才壁垒分析

四、小程序行业品牌壁垒分析

五、小程序行业其他壁垒分析

第二章 2015-2017年全球小程序行业市场发展现状分析

第一节 全球小程序行业发展历程回顾

第二节 全球小程序行业市场区域分布情况

第三节 亚洲小程序行业地区市场分析

一、亚洲小程序行业市场现状分析

二、亚洲小程序行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲小程序行业市场前景分析

第四节 北美小程序行业地区市场分析

一、北美小程序行业市场现状分析

二、北美小程序行业市场规模与市场需求分析

三、北美小程序行业市场前景分析

第五节 欧盟小程序行业地区市场分析

一、欧盟小程序行业市场现状分析

二、欧盟小程序行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟小程序行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界小程序行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球小程序行业市场规模预测

第三章 2015-2017年中国小程序产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国小程序行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国小程序产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、小程序环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 2015-2017年中国小程序行业运行情况

第一节 中国小程序行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国小程序行业市场规模分析

第三节 中国小程序行业供应情况分析

第四节 中国小程序行业需求情况分析

第五节 中国小程序行业供需平衡分析

第六节 中国小程序行业发展趋势分析

第五章 中国小程序所属行业运行数据监测

第一节 中国小程序所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国小程序所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

第三节 中国小程序所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2015-2017年中国小程序市场格局分析

第一节 中国小程序行业竞争现状分析

- 一、中国小程序行业竞争情况分析
- 二、中国小程序行业主要品牌分析

第二节 中国小程序行业集中度分析

- 一、中国小程序行业市场集中度分析
- 二、中国小程序行业企业集中度分析

第三节 中国小程序行业存在的问题

第四节 中国小程序行业解决问题的策略分析

第五节 中国小程序行业竞争力分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2015-2017年中国小程序行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国小程序行业消费特点

第二节 中国小程序行业消费偏好分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第二节 小程序行业成本分析

第三节 小程序行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第四节 中国小程序行业价格现状分析

第五节 中国小程序行业平均价格走势预测

- 一、中国小程序行业价格影响因素
- 二、中国小程序行业平均价格走势预测
- 三、中国小程序行业平均价格增速预测

第八章 2015-2017年中国小程序行业区域市场现状分析

第一节 中国小程序行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区小程序市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区小程序市场规模分析
- 四、华东地区小程序市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区小程序市场规模分析
- 四、华中地区小程序市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区小程序市场规模分析

第九章 2015-2017年中国小程序行业竞争情况

第一节 中国小程序行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国小程序行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国小程序行业竞争环境分析（小程序T）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 小程序行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第一节中国小程序行业未来发展前景分析

一、小程序行业国内投资环境分析

二、中国小程序行业市场机会分析

三、中国小程序行业投资增速预测

第二节中国小程序行业未来发展趋势预测

第三节中国小程序行业市场发展预测

一、中国小程序行业市场规模预测

二、中国小程序行业市场规模增速预测

三、中国小程序行业产值规模预测

四、中国小程序行业产值增速预测

五、中国小程序行业供需情况预测

第四节中国小程序行业盈利走势预测

一、中国小程序行业毛利润同比增速预测

二、中国小程序行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国小程序行业投资风险与营销分析

第一节 小程序行业投资风险分析

一、小程序行业政策风险分析

二、小程序行业技术风险分析

三、小程序行业竞争风险

四、小程序行业其他风险分析

第二节 小程序行业企业经营发展分析及建议

一、小程序行业经营模式

二、小程序行业销售模式

三、小程序行业创新方向

第三节 小程序行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2018-2024年中国小程序行业发展策略及投资建议

第一节 中国小程序行业品牌战略分析

一、小程序企业品牌的重要性

二、小程序企业实施品牌战略的意义

三、小程序企业品牌的现状分析

四、小程序企业的品牌战略

五、小程序品牌战略管理的策略

第二节中国小程序行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节中国小程序行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国小程序行业发展策略及投资建议

第一节中国小程序行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节中国小程序行业定价策略分析

第二节中国小程序行业营销渠道策略

一、小程序行业渠道选择策略

二、小程序行业营销策略

第三节中国小程序行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国小程序行业重点投资区域分析

二、中国小程序行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYGSL）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/ruanjian/326055326055.html>