

# 2019-2020 微信就业影响力报告

全民数字化就业时代来临



微信

CAICT  
中国信通院

政策与经济研究所

2020 年 5 月

---

## 目录

---

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| 前言 .....                                  | 04 |
| 主要结论 .....                                | 05 |
| 就业篇 .....                                 | 07 |
| 壹 微信商业化能力爆发，助力生态伙伴稳定就业 .....              | 09 |
| 升级商业能力 .....                              | 10 |
| 建设生态社区 .....                              | 11 |
| 扶持资金资源 .....                              | 12 |
| 贰 新产业新职业，2019 年微信带动就业机会 2963 万个 .....     | 13 |
| 小程序成带动就业增长的核心引擎 .....                     | 13 |
| 微信生态新职业不断涌现，为经济发展注入新动力 .....              | 14 |
| 叁 微信生态就业数字化程度高，呈现六大特点、三大趋势 .....          | 17 |
| 肆 疫情期间稳就业“组合拳”：稳定就业存量、促进就业增量、提高就业质量 ..... | 29 |
| 社会篇 .....                                 | 36 |
| 壹 发挥十亿级连接能力，助推政府数字化“智理” .....             | 37 |
| 贰 推进线上与线下社会服务深度融合 .....                   | 41 |

|                        |    |
|------------------------|----|
| 叁 扶贫助农，实现小商户普惠服务 ..... | 43 |
|------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 肆 开足“码”力，无接触服务助力数字抗疫 ..... | 46 |
|----------------------------|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| <b>经济篇</b> ..... | 53 |
|------------------|----|

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 壹 微信帮助商家打造商业闭环，成为驱动数字经济发展的“助燃剂” ..... | 55 |
|---------------------------------------|----|

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 贰 发挥平台数字力量，促进线上线下消费场景无缝融合 ..... | 58 |
|---------------------------------|----|

|                        |    |
|------------------------|----|
| 叁 微信战“疫”，助力经济不断档 ..... | 61 |
|------------------------|----|

|                              |    |
|------------------------------|----|
| 微信到家引领无接触消费，扶持中小商户渡过难关 ..... | 61 |
|------------------------------|----|

|                          |    |
|--------------------------|----|
| 电子消费券助力疫情后线下消费需求复苏 ..... | 63 |
|--------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 加速零售企业数字化进程，脱困复苏重燃活力 ..... | 65 |
|----------------------------|----|

|                            |    |
|----------------------------|----|
| 小程序直播公测上线，商家线上抗疫添强心剂 ..... | 66 |
|----------------------------|----|

|                              |    |
|------------------------------|----|
| “云办公”帮助企业在疫情期间安全有序复工复产 ..... | 68 |
|------------------------------|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| <b>结束语</b> ..... | 70 |
|------------------|----|

|            |    |
|------------|----|
| 研究团队 ..... | 71 |
|------------|----|

|               |    |
|---------------|----|
| 附录：研究方法 ..... | 72 |
|---------------|----|

# 前言

至今已持续四个多月的新冠肺炎疫情，为世界经济带来了巨大的冲击。在经济活动大面积停摆的背景下，数字经济无疑成为一股积极向上的重要力量，在疫情中展现了极强的发展韧性。数字技术将给中国各行各业带来前所未有的机遇，也将引发全球和地区经济变局。

得益于国家在数字经济领域的持续投入，通信网络、高性能计算、大数据等技术的快速发展，微信快速成长为国民应用。自 2011 年在广州诞生，微信在全球范围内支持 20 多种语言，覆盖了 200 多个国家和地区。截至 2020 年第一季度，微信及 WeChat 的合并月活跃帐户数达 12.025 亿。“微信，是一个生活方式”得到国内外用户的认同，微信也成为中国数字经济的标志性产品之一。

2020 年以来，国家积极布局新基建、数据要素培育，以“上云用数赋智”等举措助力数字经济新业态新模式发展，给数字经济注入了强劲的发展势能。微信专注做好连接，以公众号、小程序、微信支付、企业微信为核心的新生产工具，成为各行各业的数字化助手，与合作伙伴共建新生态，助力新基建、数据要素和传统产业的深度融合。与各方合力推动经济发展动力变革、效率变革、质量变革，提升国家数字竞争力。

基于 6 年来对微信生态的持续跟踪，我们希望从就业拉动、社会治理、经济动能等不同角度来观察微信生态与整个社会的互动关系，展示其在经济社会发展中的重要作用和疫情期间的表现，为数字技术对社会的影响提供一个具体的视角。

## 主要结论

● 2019 年微信带动就业 2963 万个，其中直接就业机会达 2601 万个，同比增长 16%，2014 年以来年均增长 22%。同时，微信生态的商业活动愈发频繁，间接带动就业岗位 362 万个。

● 小程序的普及和商业化快速发展，是微信带动就业的核心引擎，2019 年小程序带动就业 536 万个，相比 2018 年增长 195%。

● 微信依托小程序、公众号、微信支付等，逐步形成覆盖 12.025 亿微信用户、5000 万家商户、6 万余家服务商的生态网络。2019 年，微信支付商业支付日均交易笔数超过 10 亿笔，微信小程序的全年交易额达到 8000 亿元，同比增长 160%。企业微信已覆盖超过 50 个行业，服务超过了 250 万家企业。2019 年微信带来的信息消费总规模为 3238 亿元，同比增长了 34.8%，约相当于同期我国信息消费总规模的 6%，拉动传统消费 5966 亿元。

● 微信是政府机构与民众之间连接最广、粘度最高、互动性强的移动终端。2019 年，微信“城市服务”提供超 3 万个服务事项，服务 6.6 亿人次，用微信挂号就医、缴费理赔等成为生活常态；全国政务微信公众号超 14 万个；全国政务微信小程序超 4.5 万个，服务 54 亿人次，是 2018 年的 6 倍。

● 微信生态新职业不断涌现，2019 年微信生态相关职位同比增长 156.6%，新媒体运营、社群运营、小游戏开发工程师、微信公众号运营、小程序运营等职业岗位快速增长。

● 微信就业数字化程度高，呈现六大特点，一是年轻人、大学本科生是就业主力，55% 的生态主体半数以上员工是普通本科学历。二是重点帮扶人群更易在微信找



## 主要结论

---

到新机会。易学习，上手快，有利于农民工、家庭主妇、残障人士、退役军人等就业，女性就业比例达到 47.5%。三是生态内孵化新产业，产业链条延长，2019 年微信生态内小程序服务商、企业微信服务商、微信支付服务商总共带动就业 292 万人，占带动总就业比例的 9.9%。四是就业方式更灵活、兼职占比较高，2019 年微信带动直接就业机会中兼职就业达 1519 万个，占总直接就业机会近六成。五是带动线下就业能力增强。六是就业生态快速向三四线城市下沉，2019 年微信公众平台就业岗位在中西部和东北省份比例达到 43.6%，小程序则为 29.8%。

●微信就业生态呈现“数据赋智”三大趋势，一是生态内岗位从数字化岗位向岗位数字化转变，二是从稳定的雇佣关系向按需结合、灵活发散的就业方式转变，三是以公众号、小程序、微信支付、企业微信为核心的新生产工具将成为数字化就业的标配。

●新冠肺炎疫情期间，微信打出稳就业“组合拳”。稳定就业存量，69.3% 的生态主体表示六成以上岗位可通过微信、企业微信等进行远程办公。促进就业增量，有 11.1% 的小程序开发者，14.5% 的微信服务商在疫情期间增加了工作岗位，岗位总数增加 59.7 万个。提高就业质量，截至 2020 年 4 月，微信平台上就业、招聘相关的小程序有 15430 个，日活跃用户 150 万，公众号有 178822 个。

●微信消费券拉动经济，助力线下复苏。五一期间，微信支付线下消费总额较 3 月环比增长 30%，已经恢复并超过去年 12 月的消费水平。截至目前，湖南、浙江、广东、武汉等 50 余省、市、区通过微信平台发放超百亿电子消费券(含未发放金额)，对餐饮、零售、休闲娱乐、服饰美业、交通出行和旅游业提振效果显著。

●微信以“数字扶贫”推动偏远农村地区普惠服务。截至 2020 年 4 月，微信平台上跟扶贫、助农相关的公众号有 19273 个，其中 2019 年新增 4282 个，增幅 31%。相关的小程序有 1751 个，日活跃用户数 64 万，其中，2019 年新增 788 个，增幅 110%。

壹

# 就业篇



微信作为数字经济的代表，为社会就业持续带来新动能。基于微信数字化能力的开放，以公众号、小程序、微信支付为核心的各项新生产工具的应用和普及，大大降低了就业门槛，打破就业的空间、时间和年龄限制，中小创业者可以快速学习数字技能，借助微信投身数字经济的大潮。2019 年微信带动就业机会 2963 万个，其中直接就业机会达 2601 万个，同比增长 16%，2014 年以来年均增长 22%。直接就业机会中，全职就业岗位达 1082 万个，兼职就业岗位 1519 万个。

2020 年以来，疫情对经济发展带来了巨大冲击，发挥数字经济在带动经济增长、优化产业结构、促进劳动就业等方面的弹性优势，是恢复经济运行常态、保障就业稳定的重要手段。

微信通过远程办公、无接触交易、到家服务等一系列能力，帮助线下商家把生意转移到线上，帮助企业复工复产，稳定了就业存量；在疫情期间为小程序、公众号、微信支付等开发运营提供资金和资源支持，促进就业增量；各地政府还推出多个微信小程序以轻量、便捷的方式为广大求职人员和复工企业“牵线搭桥”，建立就业服务平台，提高就业质量，为疫情期间就业岗位的稳定做出了贡献。

微信多年来的生态建设，聚集了一批充满活力的微信创业者，以“创业点”带“就业网”，为就业结构向服务业、数字化转移提供了有利条件。同时微信就业生态打破时空限制、解放体力劳动的特点，促进了应届大学生、退役军人、农民工、残障人士等群体的就业，加快了数字化就业岗位在三四线城市的普及。





## 壹

# 微信商业化能力爆发 助力生态伙伴稳定就业

2019年，微信生态在小程序、企业微信、公众号、微信支付等多条业务线分头推进下，商业化能力大幅提升，基于微信的商业闭环已经初见雏形，微信二维码开放生态所创造的码上经济规模已达到 8.58 万亿。完善的商业化能力为生态伙伴更好地创造就业提供了工具和平台。



### 升级商业能力

微信始终坚持基础能力开放。2019 年，小程序开放了一系列广告能力，通过封面广告、自定义广告组件继续加码小程序变现能力。此外，小程序还将通过提升商业交易的基础体验及提供商业交易运营工具，帮助开发者更好地实现小程序商业化。在商业交易基础体验上，小程序将搭建交易保障服务、提供物流助手服务以及品牌认证及搜索能力，解决小程序商家信任问题，提升用户端的物流收货体验以及通过品牌官方店背书进一步增强用户在小程序上的购物信心。

2019 年，云开发从一项技术能力升级为完整的技术服务，丰富了云开发各项资源，完善了云开发调用和配套能力，帮助开发者更便捷地搭建后台。「小程序·云开发」是微信团队和腾讯云联手打造的小程序基础能力，整合了腾讯云的基础能力和小程序开放能力，以及超过 150 个开放接口，把开发者从繁琐、冗杂的开发配置工作中解放出来，不需要任何的基础设施建设、管理与运维，极大降低了开发门槛，开发者只需关注自己的业务逻辑，上线一年已经服务超过 50 万开发者。

2019 年，微信支付持续通过智慧化工具帮助更多商家乃至行业提升经营效能，实现数字化发展。微信支付整合智慧经营、门店圈层、小程序会员、扫码购、到家、品牌电商小程序等丰富能力，让“连接 + 智能”成为零售行业标准化的解决方案。在餐饮行业，商家借助微信支付智慧餐饮解决方案，提供了从提前点单不排队、支付即会员到消费后评价的数字化流程，极大改善了饮品、快餐、烘焙等行业的用户体验。2020 年将继续推出先享卡、商家券、会员支付组件等功能。

企业微信 3.0 版本在 2019 年 12 月正式发布，带来了客户联系、客户群、客户朋友圈等连接微信的能力，以“人即服务”的理念，帮助企业实现对内让信息流转更为高效，对外连接 12.025 亿的微信用户。



## 建设生态社区

微信持续优化开放社区，通过社区的知识库建设、话题运营以及微信学院丰富且优化了社区内容，让开发者、商家以及服务商的问题在社区上得到更好解决。2019 年 7 月，微信发布“服务商助手”小程序，结合“行业助手”，通过行业小程序能力模型、行业产品工具箱、行业案例及针对性产品建议，帮助服务商提升对工具的认识，提醒服务商灵活运用各项能力，加强交流，减少行业信息差，助力商家小程序的运营指导。

在国内，微信通过微信学院、线下活动、开发服务沟通群等方式与服务商进行交流和沟通。微信学院帮助服务商获取业界经验，沉淀更多的专业课程，打造小程序生态课程的共创平台。2019 年，微信发布了服务商助手以及服务商成长计划，为服务商提供培训及开发工具，使得商家、开发者、服务商之间的需求可以被高效撮合，帮助服务商更好的成长。

在海外，服务平台也提供了海外市场的服务商拓展机会，帮助小程序服务商更好地“出海”。微信积极打造海外服务商品牌，拓展海外市场，提供服务合作接洽平台，及时反馈服务商遇到的难点和问题，撮合生意，助力服务商“走出去”。同时，微信举办的“WeChat Developer Challenge 微信开发者大赛”，扩大了全球影响力，为微信生态开发者提供了展示自己的国际科技舞台。



### 扶持资金资源

2020 年以来，疫情对微信生态内广大中小运营者和个人造成了巨大冲击，为此腾讯公司和微信团队迅速提供多种资源扶持，帮助大家应对疫情影响。

2 月 3 日，腾讯专门设立 2 亿元资金池，为参与“战疫开发者公益联盟”的服务商和开发者提供资金、云服务资源和技术支持，满足各类定制化需求，更好地为各地政府及医疗机构开发疫情服务小程序。

为了帮助开发者在疫情防控下确保远程协作和研发效率，微信小程序与腾讯云联合推出了「小程序·云开发」的特别扶持方案：自 2 月 1 日起三个月，为企业、政府、媒体及其他组织小程序主体提供 10000 个旗舰版套餐免费使用名额。

微信开放社区也在此前推出「共抗疫情·小程序服务专区」的基础上，新增了疫情小程序【开源代码模板】。这些开源小程序，开发者都可以免费使用。专区内已有疫情新闻专题小程序模板、学生返校健康排查小程序模板、交通出行防疫小程序模板、留守宠物小程序模板等多种模板，开发者点击源码地址即可接入使用。

在全球，微信联合 Facebook、Microsoft、Twitter、Pinterest、Slack 等科技互联网平台共同发起一项科技公益倡议：邀请全球各地开发者用代码“战疫”。倡议邀请全球各地开发者，从 3 月 26 日开始，提交包括微信小程序在内的多种形式、有助于战“疫”的解决方案，一起参与一场“马拉松”开发比赛。据介绍，该倡议获得了世界卫生组织（WHO）的支持和深度参与。微信作为此次倡议的主要参与方之一，面向全球征集基于微信生态的、服务全球“战疫”的编程作品，例如各种创新、实用的疫情服务小程序。

贰

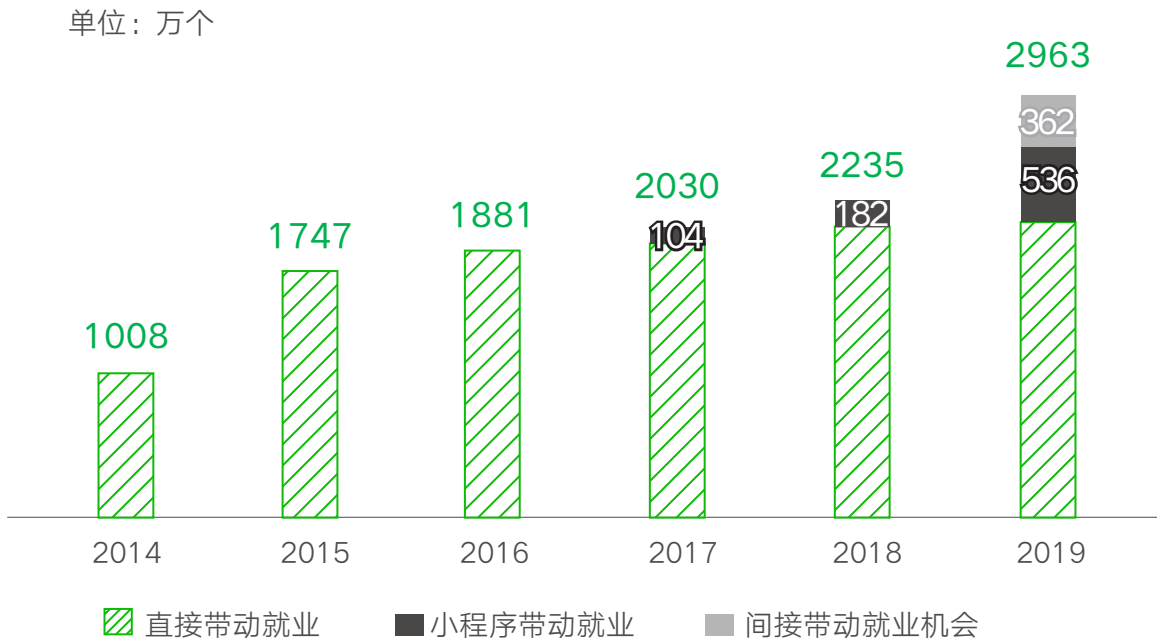
## 新产业新职业 2019 年微信带动就业机会 2963 万个



### 小程序成带动就业增长的核心引擎

微信作为数字经济的代表，为社会就业持续带来新动能。微信生态的构建，催生了一批专门负责微信公众平台、小程序、企业微信等服务运营、开发、设计和维护的行业，创造了一批新型就业岗位。同时，随着线上线下的融合，传统行业纷纷进行数字化转型，打通线上销售渠道，在行业内部增添了相关数字化运营岗位。此外，基于微信数字化功能的开放，大大降低了就业技术门槛，打破就业空间、时间和年龄限制，部分中小创业者快速学习数字技能，借助微信投身数字领域。2019 年微信带动就业 2963 万个，其中直接就业机会达 2601 万个，同比增长 16%，2014 年以来年均增长 22%。小程序的普及和商业化快速发展，是微信带动就业的核心引擎，2019 年小程序带动就业 536 万个，相比 2018 年增长 195%。同时，微信生态的商业活动愈发频繁，间接带动就业岗位 362 万个。

● 微信带动就业规模



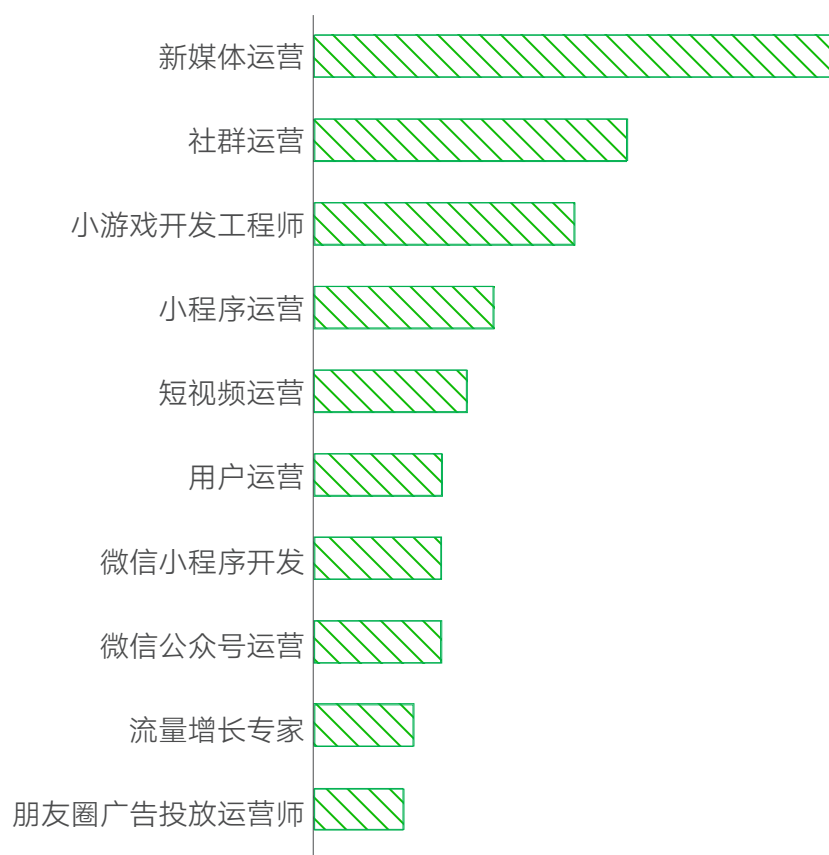
## 微信生态新职业不断涌现，为经济发展注入新动力

随着微信生态的逐步繁荣，新职业名单范围不断扩大，新职业被从业者一致认为“行业发展快、前景好”，已成为就业蓄水池。据中国职场社交与招聘平台脉脉旗下的脉脉数据研究院最新提供的数据显示，2019年微信生态相关职位同比增长156.6%。脉脉平台上微信生态相关的就业岗位前十依次为：新媒体运营、社群运营、小游戏开发工程师、微信公众号运营、小程序运营、短视频运营、微信小程序开发、用户运营、流量增长专家、朋友圈广告投放运营师，而微信生态下相关就业岗位行业分布前十依次为：IT互联网业、教育培训业、金融业、文化传媒业、房地产建筑业、生活服务业、商务服务业、医疗医药业、制造业及通信电子业。微信生态相关



的就业岗位分布按省 / 直辖市区域排名前十依次为：北京、广东、上海、浙江、四川、江苏、湖北、陕西、山东、河南。招聘平台猎聘提供的数据显示，2019 年微信生态相关的岗位里社群运营、小程序相关、新媒体运营增长最快，增幅分别为：80.8%、38.9%、23.3%。在猎聘平台上，微信生态岗位最早出现和分布在广告、传媒、教育、文化行业以及互联网相关行业，但后来已经逐渐渗透到了其他行业。2019 年微信生态岗位在消费品、服务中介等行业产生较多，在电子通信、汽车制造，甚至政府、农林牧渔等行业也开始增多。微信生态岗位不仅仅局限在一线城市，2019 年有超过 23 个城市有微信生态相关岗位需求。

## ● 就业岗位 TOP10 名称



数据来源：脉脉

2019年，人力资源社会保障部与国家市场监管总局、国家统计局联合向社会发布了16个新职业。其中连锁经营管理师、供应链管理师、网约配送员、全媒体运营师等新职业都与微信生态密不可分。据58同城招聘研究院数据显示，今年2月、3月、4月新媒体运营职位企业招聘需求环比增幅分别为54.61%、43.53%、11.94%。重庆、成都、上海、广州、郑州均在企业招聘需求前十城市；2月、3月新媒体运营职位求职需求环比增长分别为70.19%、177.25%。求职需求前十的城市分别为深圳、北京、成都、杭州、广州、郑州、长沙、武汉、上海、重庆。

### ★ 案例

#### 社群运营解决疫情期间线下配送难题

为进一步提高到家业务的配送效率，减少商品多次流通、配送造成的虚耗，减轻配送员负担，同时减少用户前往超市造成人群聚集的风险，步步高超市充分利用微信沟通及时、便利的优势，在1月29日正式上线“小步优鲜”服务。不同于步步高以往的到家服务（即顾客在步步高better购小程序下单，由配送员到店取货，再配送到家），“小步优鲜”是采取微信社群下单、仓库直发模式。

即每个小区指定一名团长，团长建立小区内的微信群，顾客直接在微信群内下单。团长收集订单后发到仓库，仓库收到订单后进行拣货、打包，再统一配送到小区。货到后，团长收货，并将订单送到用户手中。当订单爆发时，附近步步高门店将协调店员来协同配送。在当下疫情紧张阶段，这一模式无疑能更快满足顾客对生鲜品类的需求。“小步优鲜”首批覆盖湖南长沙西区27个社区，并将逐步对长沙实现全覆盖。

### 叁

## 微信生态就业数字化程度高 呈现六大特点、三大趋势



### 微信就业六大特点

微信诞生以来，无数创业者在微信中创造内容、服务，打造创新型科技生产力，带动经济发展与就业提升。2000 万公众帐号背后的内容创作者成为新媒体采编行业的重要组成部分；小程序诞生后，开发者、运营者、服务商有力地带动了服务创新和就业岗位的增加；微信支付的收款二维码每年为大大小小的商户提供服务，推动商业形态的变迁发展。除此之外，微信表情设计师、微信社群运营者等与微信相关的职业，也成为人们在微信里创业、就业的方式。他们共同构成了微信创业者群落。根据调查数据，发现微信创业者群落具有以下六大特点。

#### 年轻人、大学生勇敢追梦，成微信就业主力

微信多年来的生态建设，聚集了一批充满活力的微信就业群体。丰富的开发工具，成熟的社区建设，完善的资源支持，都大大降低了大学生创业的门槛。调查显示，微信就业人群中，年轻人、大学本科生是主力。从年龄分布看，55.8% 的生态主体超过一半员工年龄在 16-29 岁之间。从学历分布看，55.0% 的生态主体超过一半员工是普通本科学历。

### ★ 案例

#### 连接仪器与实验室，他想用微信打造科研物联网

2016年，还在华南师范大学化学专业研究生一年级就读的孔源丰，做科研实验是“家常便饭”，由于仪器少，常常出现供不应求或供需不匹配的现象。深感不便的孔源丰开始思考，“能不能对仪器预约场景做一个小程序，让科研人从这种琐碎中解放出来，让他们能专注于做科研，实现科研人员效率的最大化。”

2018年，孔源丰独立开发的第一款小程序——Lab管家小程序上线。这款实验室智能化管理小程序，主要面向理工科院校和学生，旨在为广大科研人提供一个透明的实验室仪器信息平台，提高实验室仪器预约管理效率。上线6个多月，Lab管家小程序便获得4000多个高校用户，大大超出孔源丰的预期。小程序创作的简便，以及第一款小程序的成绩，让孔源丰一发不可收拾。随后，他又用5天时间帮一个个体商户开发了第二款小程序。目前他已独立开发了四款小程序。

积累了这些经验后，孔源丰突然不想按部就班地去上班拿工资了，他想自主创业，做一些更有价值的事。“Lab管家小程序场景太少，我计划用一年时间做一个科研型社区小程序，吸纳更多用户，再对接相关的产品和服务，然后实现科研服务生态。科研不仅仅是需要单纯的设备，更需要智能化服务，将不同研究方向、不同研究资料所需要的一套设备程序与场景匹配。”

创业也给他的生活带来了巨大压力。孔源丰几乎“7×16”小时都要在电脑前度过，每天起早贪黑，孜孜追求科研仪器物联网梦想。但他从不以此为苦，反而在心里无比庆幸，国内有微信这样一个平台，让他这种没钱没背景、只有一腔热血的穷小子也能创业，追求心中的梦想。

## 重点帮扶人群在微信更易找到就业新机会

微信生态注重提升劳动者数字化技能，为重点帮扶人群提供更多就业机会。微信持续优化开放社区，通过社区的知识库建设、话题运营以及微信学院，为开发者、商家以及服务商提供智力支持。小程序、公众号等具有易学习、上手快、社区资源丰富等特点，为劳动力数字化技能获取提供了有力保障，使得普通人群也能通过快速学习掌握数字技能，投身新经济领域，特别是为农民工、家庭主妇、残障人士、退役军人等就业重点帮扶人群提供了更多可选择的就业机会。微信生态内也诞生了一批优秀的女性创业者，女性就业比例达到 47.5%。

### ★ 案例

#### 残疾人通过微信平台增收脱贫

陕西镇坪县推出“协会 + 微信平台 + 残疾人”模式，帮助残疾人发挥智力优势，掌握先进技术利用微信公共平台提供中介服务，通过发送便民、服务、商业及广告信息获得收入。如今，该模式已带动 35 名重度残疾人累计发送便民、服务、广告及商业等信息 20 余万条，累计收入 60 余万元，月人均收入达 3000 余元，实现了残疾人增收脱贫的梦想。

### ★ 案例

#### 听不见的世界里，文字就是声音

如果不是微信，一切可能会变得很难。在麦子的生活中，微信不仅是一个沟通工具，还让生活如戏的她成功地拥有了自己的事业。在互联网时代之下，微信成功让创业变得更加容易了。

因为一场突发性耳聋，在上海打工的麦子遭遇了人生最大的困境。她只能一边小心工作，一边寻找医院看听力。

在被医生宣判了无法治愈之后，麦子唯一的路只剩下做人工耳蜗手术。但是那是一条需要 30 万元代价的路。想来想去，她决定辞职创业。有些事情看似不会有立竿见影的效果，但坚持一段时间，就会积累出强大的力量。她从零开始做起的微信公众号就是如此。如今，麦子的身上多了许多头衔，十年财务人、多平台写作者、九月麦地创意工作室主理人，但她最喜欢的还是一名手账课讲师。围绕着手账，她经营着公众号，和很多公众号一样，广告是九月麦地主要的营收模式。“最好的时候月收入可以达到 5 万元，基本上现在平均月收入也有一两万。”麦子透露，有广告商曾经在她的公众号上投放，有次交流时，她得知九月麦地的转化率有 10%，这个数据很不错。与此同时，她在这个平台上发起了付费知识分享，也用自己的经历和知识，努力帮助着粉丝和身边的人。麦子已经攒够了 30 万元，原本准备安排在 3 月的手术，因为疫情推到了 5 月。

虽然现在，麦子的耳朵仍然听不到一点声音，但她感觉生活充满了满足感。对于懂得等待和坚持的人，一切都有最好的安排。而一切可能就从读一本书、写一篇微信公众号文章开始。



---

## 生态内孵化新产业，产业链条延长

在微信生态中，服务商是带动创业和就业的新增量。微信不能单凭一己之力满足微信生态内各主体的需求，只有与服务商一起才能做出满足各主体需求的服务和功能，让整个生态都充满活力。同时微信生态内各主体复杂多样的需求，也带动了服务商这一新型产业，创造了大量就业岗位。经测算，2019年微信生态内小程序服务商、企业微信服务商、微信支付服务商总共带动就业 292 万人，占带动总就业比例的 9.9%。

2019 年 6 月，微信推出“小程序服务商成长计划”，从创建、能力、运营和拓展四个方向助力服务商转型，助力微信小程序服务商从技术服务商过渡为解决方案服务商，从“单兵作战”到共同协作。

企业微信团队宣布将为合作伙伴开放 3 项独有能力——连接微信、小程序、企业支付，13 类 390 个接口，为合作伙伴提供 8 项支持，并公布了最新的 5 大合作模式。除此之外，企业微信还将为各位合作伙伴提供支持立体的成长扶持体系，包括资质认证、现金激励等。

微信支付在 2019 年提出“共创”的概念，并将共创细分为与企业、与服务商、与政府多维度共创，通过共创让用户获益、让共创者获利、让微信支付实现触达，更好为合作伙伴赋能。除了共创，“助力”也成为另一个关键词，在支付结果页微信支付增添广告位，以 0 成本自助接入，一方面提升顾客的体验，另一方面为商户提供流量的变现渠道。

### ★ 案例

#### 小鹅通搭建知识付费平台，覆盖 2 亿用户

---

服务商“小鹅通”围绕知识付费搭建了一个综合性服务平台，其核心业务是为知识付费行业提供技术解决方案，聚合知识领袖和流量形成了一个联结分发的平台。目前，小鹅通客户总数已经超过 35 万，服务了行业里很多的顶尖知识付费品牌如吴晓波、樊登读书等，累计生产了超过 350 万个知识商品，覆盖用户超过 2 亿人，客户总收益达 22 亿元。类似小鹅通这类服务商，鲸打卡主要为在线教育提供督学服务，知识圈为在线教育提供打卡平台。无一例外，这些服务商都选择了以微信生态为基础，用“小程序+教育”形态在在线教育市场中分一杯羹。

---

### 就业方式更灵活、兼职占比较高

微信生态内涌现的新就业形态以互联网为基础，呈现出雇用关系灵活化、工作内容细分化、工作方式弹性化、工作安排去中心化等特点，创造了大量兼职就业、灵活就业岗位，为用工与择业带来了新变化与新趋势。调查显示，2019 年微信带动直接就业机会中兼职就业达 1519 万个，占总直接就业机会近六成。目前，基于微信的兼职就业主要包括以技能输出为主的教育类服务、投稿写作类、自媒体类、电商类、理财类、表情设计类等。同时，在微信公众号、小程序、支付等运营、开发、设计和维护中也存在一定数量的兼职就业人群。

 案例**表情包设计创业**

毕业后，来自广东省的吴武泽至少应聘了七八家设计、动画类的企业，不是被刷就是未做满两三个月被辞退。“既然大家都不要我，就自己来干”。吴武泽在多次面试未果后选择了创业，运用自己的专业绘画知识，创造了一系列表情包。那就是极具特色，又应用广泛的蘑菇头表情包，因为一个吹刘海三连红遍网络。目前吴武泽在广州成立的公司上架了 40 套表情包，最热门的一套已经被网友下载了 1.27 亿次，发送量超过 70 亿。

在微信表情开放平台，柳依君化名“小柳同学”向微信表情开放平台投稿，推出“小叽的日常”、“柳柳和小虹”等表情包，截至 2019 年 9 月中旬，她的表情包下载总量超过 150 万次，发送总量接近 3000 万，延续了做漫画师的梦想。

---

**带动线下就业能力增强**

2019 年微信小程序上线了“一物一码”、“物流助手”、“行业助手”等功能强化线下交易支持。结合了线上交易的快捷高效和线下门店服务的直观属性，智慧零售模式实现了线上线下融合运营，而小程序成为商家落地并推进智慧零售的重要手段，带动了大量线下交易环节的就业。

截至 2020 年第一季度，小程序日活跃用户超 4 亿。2019 年，小程序累计创造 8000 多亿交易额，同比增长 160%。相较于上一年，小程序人均访问次数提升 45%，人均使用小程序个数提升 98%，活跃小程序的平均留存也比去年提升了 14%。

---

### 就业生态快速向三四线城市下沉

以一二线城市为同心圆，移动互联网时代红利向外蔓延的速度不断加快。微信就业生态打破时空限制的特点加快了数字就业岗位在三四线城市的普及。微信生态中大量就业岗位不需要在经济发达地区聚集，可通过线上办公等形式分布在全国各地，有效带动各地就业。调查显示，2019年微信公众平台就业岗位在中西部和东北省份比例达到43.6%，小程序则为29.8%。

在微信生态中，遍布全国各地的创业者恰到好处地抓住了低门槛的创业机会，用自身努力和热忱成就“个体品牌”，沉淀出一个个不断挑战自我的小传奇。创业者们通过微信生态连接虚拟世界与现实世界，既将互联网技术带入乡村，还把当地情况与互联网本身结合，摸索出属于他们的创业经验，在有待深挖的下沉市场，他们成了新一代“互联网扫盲人”。

 案例

### 全国各地的微信创业者

在河南南乐县，申志刚通过其创建的“依禾拼购”小程序，解决了古寺郎村古寺郎胡萝卜“怎样卖出去”的难题。2019年11月9日，古寺郎胡萝卜首次在微信小程序后台上线，仅1分39秒，100份古寺郎胡萝卜售罄，上线三天内，累计销售额超过了20万元。

在新疆和田地区皮山县阔什塔格镇阔什塔格村，麦麦提艾力·米吉提带领全村使用了微信支付。自开通微信支付4个月以来，麦麦提艾力·米吉提的微信收款已经达到7098元。也正因为有了微信，缩短了阔什塔格村和乌鲁木齐的距离，不断学习当下流行饕的做法，销量翻了近5倍，脱了贫困户的“帽子”。

在东北老工业区，越来越多的创业者通过微信这个开放的平台被更多人看见。长春四叶草教育信息咨询有限公司（简称“四叶草”）每天都在为微信公众号“长春教育八卦阵”的推送做准备，并维护150个有200到500位成员的微信群，将教育和公众号结合，为30万个家庭提供“教育经”。

### ★ 案例

#### 当了 8 年开锁师傅，他转型做起了小程序产品经理

在湖南省衡阳市白云锁城，有这样一位 80 后开锁师傅白云，在微信小程序出现前，也是和其他开锁师傅一样，每天穿梭在每个小区之间，挨家挨户张贴不干胶开锁小广告，每个门口塞开锁广告名片，多次被物业保安发现，进行批评教育，甚至罚款等，自己也感觉难为情，不过不用这样的方法，也没有其他好的宣传方法。

一个偶然的的机会，他发现微信小程序这样的新事物，抱着好奇的想法，尝试使用了一些小程序，不用下载，搜索、扫描、转发就可以直接使用，的确方便好用。白云心里想：“能不能做个开锁小程序呢？让用户在微信搜索“开锁”就可以找到自己的开锁小程序，联系自己去开锁？”

白云师傅回到家里，立刻注册了“开锁总部”这个小程序名称，找微信认识的开发朋友，搭建了一个开锁平台小程序，转发到几百个锁匠微信群，累计了第一批锁匠入驻。然后在朋友圈宣传“开锁总部”开锁小程序，让所有微信好友都知道“开锁总部”小程序。

经过半年不懈努力，一直在微信群、朋友圈宣传，小程序在微信搜索“开锁”排名第一页，获得免费流量，入驻了 1.5 万个开锁师傅，累计 3000 万访问量，最近几个月开始付费入驻，付费认证入驻 98 元一年，4 个月付费入驻收费 22 万。

白云说到开发“开锁总部”小程序的原因，是希望它能让全中国的锁匠不再因为贴广告而被骂、被赶，希望他们的生意能越来越好，也希望锁匠们能得到社会更多的理解和包容。因为每一个靠手艺吃饭的人都值得被尊敬。



## 微信就业三大趋势

在突如其来的新冠肺炎疫情中，数字经济展现出强大的发展韧性，在保障人们生活学习、支撑复工复产、提振经济等方面发挥了重要作用。近期国家积极布局新基建、数据要素培育，以“上云用数赋智”等举措助力数字经济新业态新模式发展，给数字经济注入了强劲的发展势能。微信生态作为数字经济的典型代表，推动了经济的快速发展，并创造和稳定了大量就业，总体呈现出三个新趋势。

### 微信就业生态从数字化岗位向岗位数字化转变

数字经济发展初期，新增岗位以创造数字化岗位为主。随着数字经济与传统产业的深度融合，传统产业数字化转型已成为我国吸纳就业的重要渠道。数字经济释放庞大就业市场潜力主要表现在两个方面，一是新旧动能转换创造出巨大就业空间，据中国信通院研究，数字经济每 100 个就业人口，72 个为升级原有就业，28 个为新增就业岗位。二是数字经济带来的灵活就业快速发展壮大，在就业中的比重快速增加。

以微信生态为例，一方面新媒体运营、社群运营、小游戏开发工程师、微信公众号运营、小程序运营、短视频运营、微信小程序开发、用户运营、流量增长专家、朋友圈广告投放运营师等新职业不断涌现，创造一大片数字化岗位。另一方面，传统的生产制造、经营分析、客户关系管理、供应链管理、仓储配送等各行各业岗位都需要掌握数字化技能，岗位数字化在未来几年中将加速进行。



### 从稳定的雇佣关系向按需结合、灵活发散的就业方式转变

微信小程序、公众号让劳动者能快速对接供需，微信支付让人们能够便捷地获取劳动报酬，从而促进了微信就业从稳定的“公司+雇员”的雇佣形式转移到“平台+自由职业者”的形式。如公众平台的撰稿人、小程序个人开发者，他们不再具有稳定的工作地点、工作时间，通过微信生态连接客户，按需聚集、按劳取酬，很多人同时具有多项职业，成为“斜杠青年”。微信生态使得“供给方”和“需求方”的对接匹配更快捷、报酬计算更精细，很大程度降低了供需双方的沟通成本和交易成本。

灵活的就业模式、丰富的就业渠道、较低的从业门槛。依靠微信生态，在零散或空余的时间，通过个人的知识、经验、智慧、技能、劳动等获取报酬，成为许多人的选择。设计、翻译、写作、摄影、培训、开网店、法律咨询，以及做饭、家政、搬家、美容、美甲等，无论是体力劳动者还是脑力劳动者，都能在微信生态内找到自己的“用武之地”。

### 以公众号、小程序、微信支付、企业微信为核心的 新生产工具将为数字经济就业带来增长机会

当前，数字经济发展的重心正在从消费互联网向产业互联网转移。产业互联网以企业为主要用户，以提升效率和优化配置为核心主题，是数字经济发展的阶段。产业互联网的快速发展在网络、算力、算法和安全等方面都提出了更高要求，迫切需要进一步加快以5G、数据中心、人工智能、物联网等为核心内容的新型基础设施建设。因此，新基建是“数字土壤”，是数字经济发展的战略基石，将为产业互联网发展提供基础保障和必要条件。

另一方面，新基建也需要具体的应用场景来发挥作用。以微信为代表的数字经济平台，对接了应用场景，极大地提升了生产者的劳动效率，推动了数字经济就业的增长。随着微信全平台生态能力的开放，微信小程序、微信支付、企业微信等也将继续深耕产业转型互联的核心需求，为行业用户及合作伙伴提供更有价值的微信产品“工具箱”。微信生态作为“微接口”，以低门槛的海量用户连接能力，推动远程办公、在线教育、健康码和智慧零售等新业态新模式快速发展，在疫情防控、复工复产和增强国民经济韧性方面发挥了重要作用。同时，基于微信生态的全面触达能力，5G、人工智能、大数据、云计算等新基建也能够最大化发挥对经济社会发展的普惠价值。

## 肆

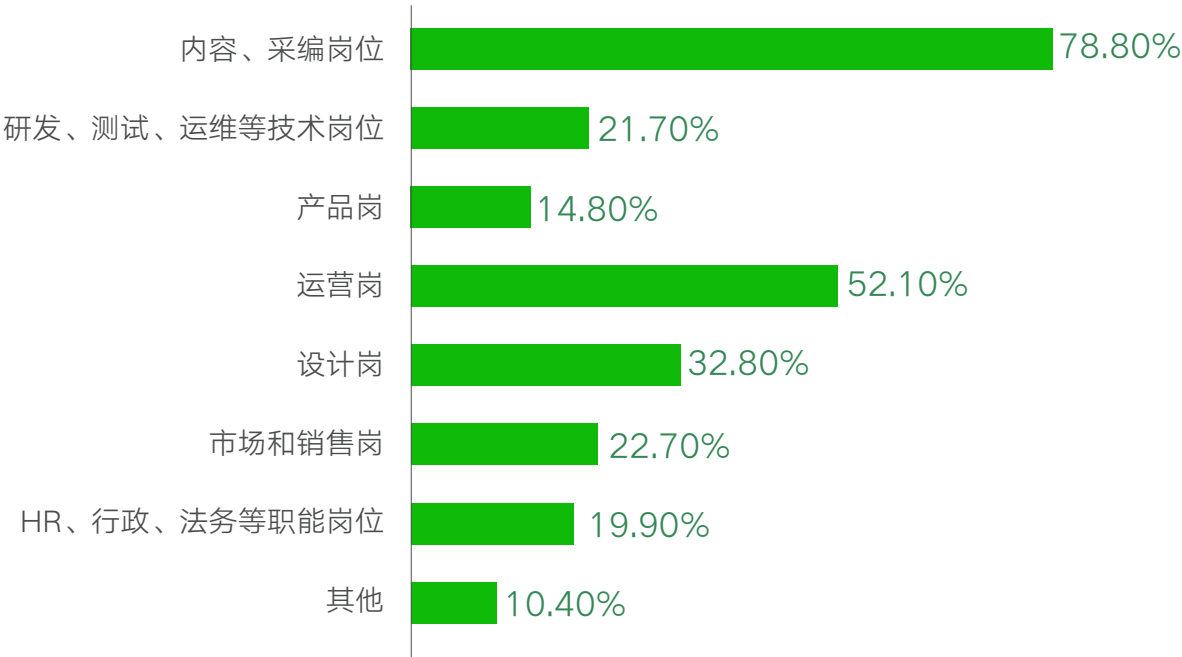
### 疫情期间稳就业“组合拳”： 稳定就业存量、促进就业增量、提高就业质量

突如其来的新冠肺炎疫情，让各行各业都受到波及，线下经济的“停摆”，也催生出大量线上服务需求。微信通过远程办公、无接触交易、到家服务等一系列能力，帮助线下商家把生意转移到线上，帮助企业复工复产，稳定了就业存量；在疫情期间为小程序、公众号、微信支付等的开发运营提供资金和资源支持，促进就业增量；各地政府还推出多个微信小程序以轻量、便捷的方式为广大求职人员和复工企业“牵线搭桥”，建立就业服务平台，提高就业质量，为疫情期间就业岗位的稳定做出了贡献。

稳存量，线下到线上保证复工复产

因疫情防控需要，“云复工”模式成为初期很多企业的普遍做法。为加快推进复工复产，各地均鼓励企业采取线上办公、弹性办公、网络办公等新模式。“云复工”需要云端信息化技术应用的配套支持，企业微信在疫情初期就免费开放远程协作办公服务，推出了包括健康报备、线上超多人会议、无门槛直播等新功能，进一步优化了企业复工后的数字化办公环境。据调查，69.3% 的生态主体表示六成以上岗位可通过微信、企业微信等进行远程办公。内容采编、运营等岗位是线上办公率最高的岗位，分别达到 78.8%、52.1%。半数以上主体认为远程办公对工作效率影响较小。

● 疫情期间微信生态可线上办公岗位



 案例

### 企业微信 7 大能力升级助力企业抗击疫情

企业微信以每两天一次产品迭代的速度快速响应，从 1 月 24 日至 2 月 1 日，9 天推出 7 大能力，这包括 1 月 24 日医疗行业紧急通知提升至 1000 人、1 月 25 日「会议」升级免费开放 300 人的音视频会议、1 月 26 日上线「在线问诊」、2 月 1 日提供「群直播」、「收集表」、「健康上报」、第三方应用市场疫情专区。2 月 12 日，企业微信的群直播、在线办公功能再升级，教育行业老师和同学在家校微信群就能一键拉起直播上课，PC 还能双屏看教案，课后可以回看复习。此外，还升级了健康上报及时提醒、一键发起微信班级群、会议能力可邀请企业外部伙伴加入等能力。

在疫情期间，许多线下门店、服务业、泛零售生意受到冲击。餐饮、服务、物业等多个行业的头部企业已经在使用企业微信和微信互通能力实现对外高效服务，线上营收得到大幅增长。企业微信此次开通免认证绿色通道，也是直接为各行业尤其是中小企业和初创企业提供通道，在疫情的冲击下也争取实现不停工、不停产、生意线上做起来，业务线上跑起来。

### ★ 案例

#### 歌莉娅企业微信连接客户，维持一线销售收入

---

作为一家女装品牌公司，歌莉娅已经是企业微信的三年老用户。在疫情之前，歌莉娅平时周末的调拨和决策工作也都是通过企业微信线上办公来完成，所以疫情突然爆发的时候，他们的工作状态也依然有条不紊。

目前歌莉娅整个公司都已经启动了远程办公的状态，并且 80% 以上的工作量都是在企业微信上完成，包括公司的 ERP 系统、报送系统、计划系统以及培训系统等都已经接入到企业微信。

对于像歌莉娅一样的中小企业来说，疫情带来的最大压力就是现金流。因为服装行业都要提前生产，所以现在很多春装、冬装都在仓库压着，如何变现是目前的当务之急。除此之外，是员工的士气问题，歌莉娅 1000 多名一线员工，工资主要是靠提成，但现在线下门店都关闭了，他们的收入也会受到影响。

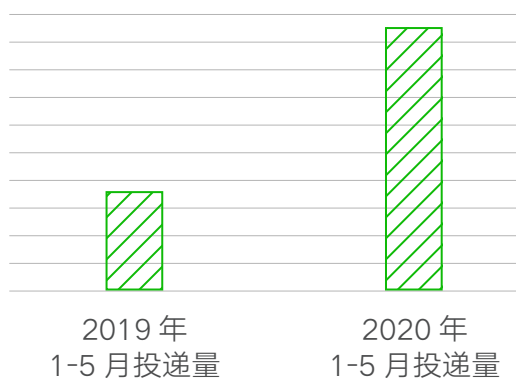
为此，歌莉娅从 2 月 1 日开始要求员工全力做客户的线上运营，即通过建立微信群以及利用企业微信和顾客进行连接等措施，进行线上销售。10 天内，每天的 GMV 都超过 120 万，最高一天将近 300 万，虽然和线下 400 多家店铺的收入相比还差得远，但比起过去的线上收入，这几天算是有了爆发性的增长。

## 促增量，平台生态凸显带动效应

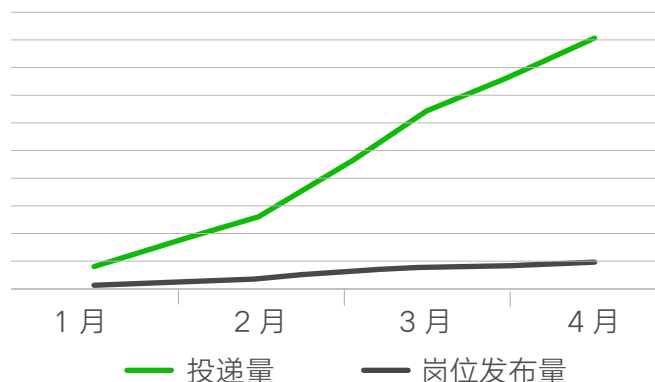
新冠肺炎疫情发生后，在线教育、远程办公、在线文娱、在线医疗、电子政务需求高涨，遭遇疫情冲击的餐饮行业也积极向科技零售靠拢，显著拉动了就业。疫情期间，微信到家服务、小程序直播等能力的开放，让原本无法继续的线下业务搬移到线上，产生出了众多新的岗位需求；线上业务的爆发性增长，也催生了一批开发、运营需求，小程序直播带货、远程导购、公众号内容编辑、小程序开发运营等岗位需求大幅增加。据测算，有 11.1% 的小程序开发者，14.5% 的微信服务商在疫情期间增加了工作岗位，岗位总数增加 59.7 万个，有效地带动就业增量。受人力资源社会保障部委托，中国就业培训技术指导中心 11 日发布《关于对拟发布新职业信息进行公示的公告》，拟新增 10 个新职业，包括区块链工程技术人员、社区网格员、互联网营销师、信息安全测试员、区块链应用操作员、核酸检测员、在线学习服务师、社群健康助理员、老年健康评估师、增材制造（3D 打印）设备操作员。其中，在“互联网营销师”职业下增设“直播销售员”工种。

疫情之下，微信生态相关职位需求逆势增长，大量岗位受到求职者青睐，前四个月投递总量增长 9.39%，投递前五名的岗位分别是：流量运营、社群运营、短视频运营、小程序运营、公众号运营。

### ● 投递量同比增长



### ● 2020年投递量与岗位发布量趋势对比



数据来源：脉脉

到家服务的特点是：区域性、即时性、针对性，随着微信小程序的不断发展，“附近的小程序”也逐渐形成了一个更加开放的本地化生活平台，并开拓了“商超生鲜”的专门分类，更加契合本地服务商家的定位，帮助它们快速、精准的找到用户。以叮咚买菜微信小程序为例，疫情期间用户由 2 万+ 增长至 5 万+，自然增长在新客中的占比由原先的 25% 增至 70%，大幅降低了获客成本。2020 年春节期间，叮咚买菜 DAU 达 147 万，相比 2019 年春节增长了 274.6%。

微信小程序直播不仅降低了商家直播卖货的门槛，还支持免费接入，降低了商家接入电商直播的成本。同时，微信小程序直播可触达 12.025 亿微信月活跃用户通过关注、订阅帮助商家提升电商直播的流量。广州时尚品牌完美日记在 2 月份的微信小程序直播中，场均观看人数与销售转化率环比大幅提高；欧时力在 3 月 8 日小程序直播期间，订单量增长近 12 倍。

---

### 提质量，协助搭建就业服务平台

疫情以来，各地政府纷纷出台扶持政策，帮助企业复工复产。各地纷纷推出多种微信小程序以轻量、便捷的方式为广大求职人员和复工企业“牵线搭桥”。一方面，微信生态在企业端为复工企业提供精准高效的用工服务，快速招聘适合的人才；另一方面，微信生态在求职端为务工人员提供多样的工作选择，增加就业机会。截至 2020 年 4 月，微信平台上就业、招聘相关的小程序有 15430 个，日活跃用户 150 万。其中，2019 年新增 3710 个，增幅 34%。就业、招聘相关的公众号有 178822 个，其中 2019 年新增 35024 个，增幅 27%。



## ★ 案例

### “湘就业”小程序

“湘就业”以微信小程序为载体，是湖南首创、官方主导的面向在湘企业蓝领用工招工的 B2C 就业服务平台，由湖南省人社厅牵头，长沙市数据资源局与腾讯云及合作伙伴云畅科技，为解决疫情防控关键时期线下招聘全面暂停、疫区部分员工无法正常返岗、企业人力阶段性短缺问题而研发的“云招聘求职解决方案”。

这个 48 小时即迅速上线的小程序，在复工复产的关头发挥了大作用。数据显示“湘就业”平台小程序访问人数总计 53.6 万人，访问次数 906 万次，帮助湖南 1072 家企业在线招聘，发布岗位约 12 万个，收到简历 27623 余份。为解决疫情期间招工、就业问题发挥了大作用。蓝思科技是首批入驻“湘就业”的招聘企业之一。通过“湘就业”平台，蓝思科技共收到简历 7044 份，已有 2176 人求职成功，转化率达到 30.89%。

## ★ 案例

### WE 智造小程序

西安航空基地携手腾讯云联手打造的企业复工备案平台小程序已上线；同时，腾讯云也为企业提供了安全复工平台 WE 智造小程序，协同解决政府—企业、企业—员工侧的复工管理需求。通过微信小程序，企业从准备复工到备案，再到针对性地制定疫情防控措施，整个流程仅需 1 天即可完成，通过系统化解解决和高效服务，提升了辖区内企业复工效率。数据显示，短短 4 天时间，微信小程序帮助西安航空基地辖区 60 多家企业解决 160 多个复工过程中的棘手问题。在全国范围内，WE 智造微信小程序已经被 11 个地区用来开工复工，覆盖的员工数量超 50 万。

貳

# 社会篇



用数字技术变革来推动治理变革，中国在这方面走在世界前列。推进数字政府建设是党和国家制定的重要战略，党的十九届四中全会明确要求，“建立健全运用互联网、大数据、人工智能等技术手段进行行政管理的制度规则。推进数字政府建设，加强数据有序共享。”

从外交部微信群召开记者会，到国务院会议被推荐，从工信部通过企业微信为中小企业上微课，再到商务部发文专门“安利”……微信最近从幕后走到台前，越发成为人们生活中不可或缺的一部分。这款刚满9岁的社交软件，不断优化自身的服务能力，不断成长进阶。在社会治理、便民服务等方面搭建起重要的平台。在这次新冠肺炎疫情中，更是进一步助力各级政府提升数字化治理水平，成为科技企业参与抗“疫”的代表。

## 壹

# 发挥十亿级连接能力，助推政府数字化“智理”

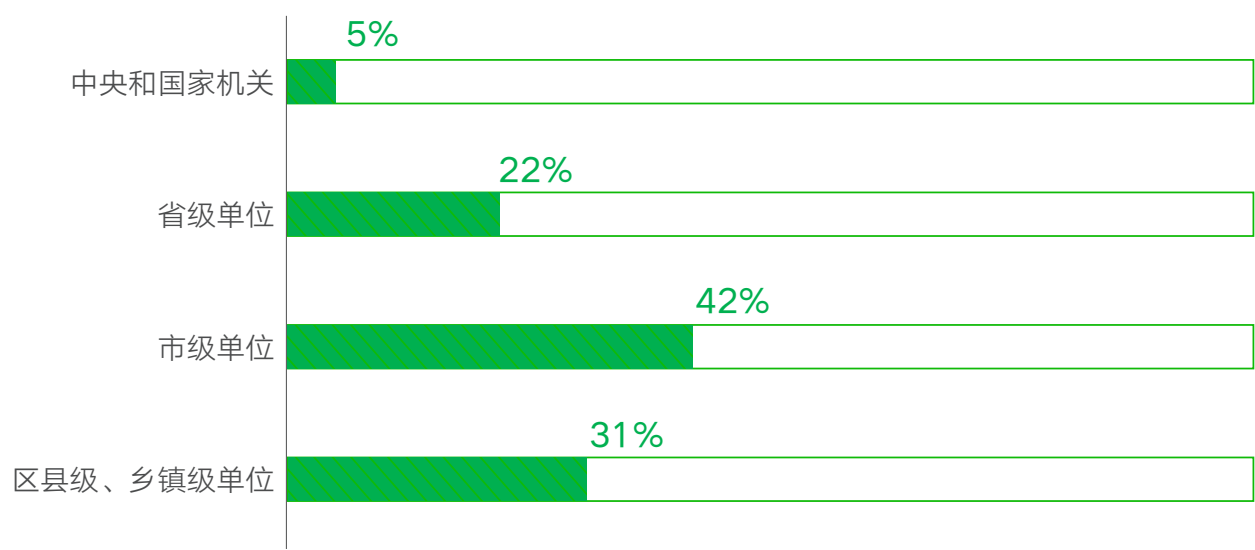
微信作为移动互联网终端平台，创造了一个十亿级用户的共用空间。微信群、公众号、小程序、微信支付提供了多场景、多层次的连接方式，线下扫码的普及为群众享受数字服务提供了便捷的渠道。微信为政府机构完善治理体系，提升综合治理能力，为实现数字化“智理”提供了重要的技术工具，成为连接最广泛的智慧城市终端，助力实现了“群众少跑腿，信息多跑路”。

随着公众号功能的创新演进和电子政务的推广升级，各级政府部门利用微信平台推

出的公众号的作用早已突破最初的信息发布，实现了功能一体化和服务智能化的大幅提升。目前，我国政务微信公众号超过 14 万。

各种集全方位服务为一体的政务小程序兴起，成为智慧政务新抓手。随着数字化程度的加快，移动政务也开始“阵地迁移”，即政务应用从用户手机桌面打开频率极低或甚少关注的 APP 应用前移到用户高频应用的微信小程序界面。同时社会在线服务支持，从个人服务、政务服务逐步扩散到企业服务。截至 2019 年底，政务小程序超过 4.5 万个，增长 50%，服务 54 亿人次，是 2018 年的 6 倍。从小程序主体来看，市级和区县、乡镇单位是主力，政务小程序正深入支持基层治理。

● 投递量同比增长



 案例

### 国家政务服务平台

2019年6月5日，“国家政务服务平台”微信小程序上线试运行。截至目前，累计访问量突破10亿次，总访问用户超过1.6亿，实名注册用户超过1600万，累计业务办理量超过9700万，成为实名注册用户最多，访问量、办事量最高的国家级政务服务微信小程序。

陪伴用户从1到10亿，全年24小时“不打烊”，“国家政务服务平台”始终用心服务，满足每一个用户的办事需求。

 案例

### 数字广东公司携手合作伙伴打造“数字政协”新模式

今年1月政协第十二届广东省委员会第三次会议期间，广东“数字政协”平台正式上线，开启了委员“掌上履职”新时代。通过这一系统，省政协委员可以直接看到提案线索，倾听民意，完成提案提交，使得政治协商更加便捷高效。新冠肺炎疫情爆发后，“数字政协”平台迅速组建“齐心抗疫情”主题议政群，近百位省政协委员踊跃开展网络协商讨论，为广东打赢打好疫情防控总体战阻击战凝聚智慧力量。

“数字政协”平台建设网站、政务微信和粤政协小程序三端口，打造履职、协商、互动、资讯、智库五大板块，探索了政协组织和委员履职新模式，为人民群众有序政治参与提供了选择新路径。对政协组织及委员履职而言，“数字政协”开启了委员“掌上履职”新时代，平台不但同步三级政协数据，还打通了与政府各部门的办公数据。委员可直接登录政务微信，查看单位办理进度与资料，并随时开展综合履职。

在汇集民意方面，普通市民只需微信登录“粤省事”，进入“粤政协服务专区”，即可与省政协委员直接交流，创建出群众线上实名协商的高效新模式。平台一上线，便收获委员群众广泛参与和好评。仅用了3天，粤省事“粤政协”专区就收到1万多条网友发来与委员互动的信息。

政务是2019年微信支付增速最快的行业之一。微信支付智慧社保覆盖全国21省份，年缴费笔数3亿笔。全国有3亿用户可通过包括公众号、小程序、城市服务等多种缴费渠道缴纳社保费。80后成为智慧社保缴纳主力军。

微信团队在企业微信基础上开发了政务微信，主要为政府提供智慧办公解决方案，重点解决政府内部移动办公、即时沟通、远程音视频会议、一体化办公等问题。政务微信部署在自有服务器上，安全可控，在数据和系统运行方面支持大型组织互联互通，同时又具备与企业微信一致的功能体验，大大提升政务办公效率。

### 案例

#### 企业微信助广东河长制工作再获国务院激励

---

广东省运用企业微信作为河长管理平台，打造了一个高效沟通、扁平化管理、协同运作的河长制组织形态。2019年，全省各级河长线上巡河共65万次，巡河过程中发现问题44665个，已处理问题44461个，问题处理率99.94%；收到公众投诉2700条，已办结2690条，办结率99.63%。

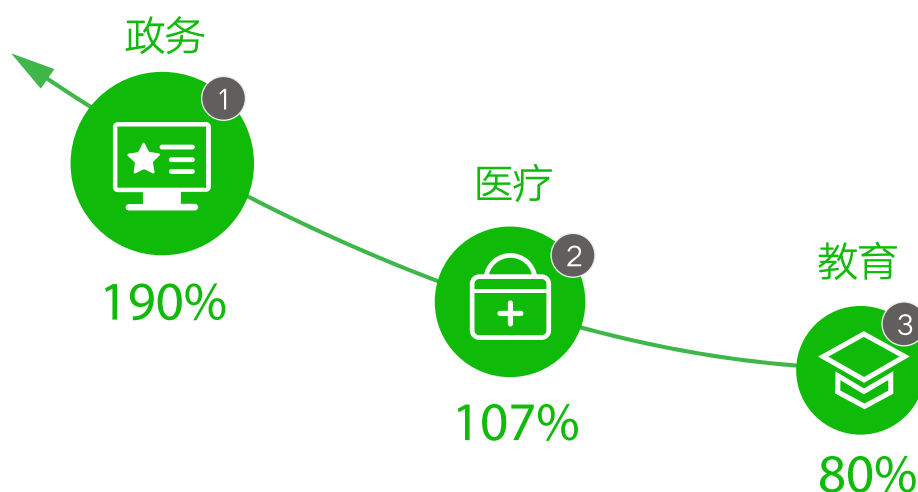
2019年，广东各级河长湖长主动担当作为，“1+10”省级180公里碧道试点全面开工，15998宗河湖“四乱”问题基本销号，全省河湖面貌明显改观，行洪能力得到明显提升，生态空间得到有效释放。

## 贰

## 推进线上与线下社会服务深度融合

微信生态内各主体相互作用，推动“互联网 + 社会服务”发展，促进社会服务数字化、网络化、智能化、多元化、协同化，促进线上线下服务融合，更好地惠及人民群众，助力新动能成长，满足人民群众多层次多样化需求。以微信城市服务为例，2019 年共提供可服务事项超过 3 万，服务人次 6.6 亿。微信支付支付人数增速最快的前三个行业分别是政务（190%）、医疗（107%）、教育（80%），体现了用户在社会服务方面的巨大需求。

● 微信支付支付人数增速最快的前三个行业 .....





医疗方面，2019 年微信“医疗健康”入口上线，提供的医疗类服务越来越多，用户可以通过微信挂号、支付医疗费用、购买非处方药、还能直接咨询医生。通过微信，患者可以接触到 3.8 万家开设公众号的医疗服务提供商。全国超过 90% 的三甲医院开通了微信公众号，其中超过 70% 提供了就医服务。2020 年 3 月，微信平台正式开通全国医保电子凭证领取。用户可通过微信激活医保电子凭证，未来医保码即可全国使用，看病买药实现“一码通行、无卡就医”。此次医保电子凭证面向全国开通后，将覆盖全国 13.5 亿参保人。据统计，使用医保电子凭证后，患者平均节省医院就医等待时间 43.6 分钟，大幅度缩短就医时间。

教育方面，企业微信通过强大的数字化能力，定位做“连接器”，以“局-校-家”为主要服务对象，对接线下场景，为中小学等提供工具和基础设施服务。通过企业微信建立起学校、老师、家长、教育局四个层面的有效沟通，针对教育局，企业微信的公文流转审批系统和通讯录功能，可以实现内部协同沟通、区域协调一体化，降低学校和学校之间的信息差；针对学校和家长之间，企业微信通过与微信的互通，助力老师和家长减负。家长和学生不用下载新 APP，在微信端就可以直播上课、交作业、健康打卡、接收学校通知和进行信息收集。如广州海珠区教育局把下属学校连接到企业微信中，使用在线会议、审批、微盘等能力，便捷地完成公文流转、学情分析等工作，教育局还用企业微信连接了 22 万家长的微信，使家校通知处理效率提高了 300%。陕西省宝鸡市教育局在 3 天内使 13 个区县的 1300 学校以及 48 万家长接入企业微信实现疫情期间集中健康上报，后期还可促进教学资源共享。

## 叁

## 扶贫助农，实现小商户普惠服务

微信支付发布的《2019 小商家经营大数据报告》显示面对面二维码收款已经成为移动支付时代下个体商户与商家经营的重要工具。2019 年小商户年日均交易同比增长 3 倍，行业覆盖果蔬生鲜、出租车、快餐、小吃、便利店等百余活跃行当，为人们日常衣食住行提供了丰富的便利场景。

微信不但改变了城里人的生活，也在改变着农村人的生活。移动互联网进入山村，成为下沉市场的数字化基础设施。农民通过公众号、朋友圈、微信群等信息了解外面的世界；一些边远山区的农民通过小程序直播变身带货“网红”；微信支付让交易以更轻松便利的方式开展。截至 2020 年 4 月，微信平台上跟扶贫、助农相关的公众号有 19273 个，其中 2019 年新增 4282 个，增幅 31%。相关的小程序有 1751 个，日活跃用户数 64 万，其中，2019 年新增 788 个，增幅 110%。

### ● 微信平台扶农、助农



公众号

**19273个**2019年新增**4282个**，增幅**31%**

小程序

**1751个**，日活跃用户数**64万**2019年新增**788个**，增幅**110%**

数据截至2020年4月

腾讯为村是一个用互联网助力精准脱贫、振兴乡村的工作平台，运用互联网助力党建引领精准脱贫、社会治理、乡村振兴。为村通过构建互联网上的“村社群”，让村两委、扶贫干部及基层党群有工具，成为党和政府的数字化助手。截至2019年底，全国29个省、194个市的14106个村庄加入为村，认证村民250万人，平台发布日记类信息150万条，党务村务公开信息15万篇，成为百万村民的“精神家园”。

### ★ 案例

#### 线上小程序让村民赚钱了

---

2019年，贵州黔西县中建乡创新发展方式，以互联网为依托，请专家团队开发“走进中建”微信小程序，线上出售乡里的特色农产品，既为当地群众创造了收入，也带动了当地经济发展。

生态大米认购是“走进中建”微信小程序推出的一项主打项目，主要是让市民在微信小程序上实名认购地块，由合作社按标准和规模种植生态大米，发展订单农业。同时，小程序上还可以购买当地出产的天麻、蜂蜜、花生、绿壳鸡蛋等土特产品和订购当地旅游景区门票、民宿等，除了在微信小程序上推广，中建乡还在当地两个“3A”景区点设立农产品销售展厅进行同步销售，着力打造好乡村旅游的“后备箱经济”。

2019年上半年，“走进中建”小程序及两个展厅共创造销售额160万元，收获订单4000余份，既为当地群众增加了收入，也为中建乡农特产品及中建旅游发展打响了品牌。

 案例**新疆塔城市：有了微信就业群 牧民冬闲不再闲**

通过微信就能找到工作，牧民冬闲时有了新的增收渠道。塔城地区塔城市齐巴尔吉迭新区党委通过建立微信就业群发布各类招工信息，解决冬季劳动力闲置问题，微信就业群建立不到1年时间，就给新区牧民带来不少就业机会，使牧民在冬闲时找到了增收新路子。

齐巴尔吉迭新区党委秘书也扎提介绍说，此前，工作人员和小区干部通过长期入户走访，了解到新区牧民冬天存在大量闲置劳动力，新区党委决定建立一个微信就业群，不论是招聘还是应聘信息都可以在群里发布。

“下一步将对微信平台进行一个系统的维护完善，加大宣传，让更多老百姓就业增收。”也扎提说。

“微信群只要有活我们就干，今年来这干了一冬天，一天能挣八百元到一千元，一个月能赚两万元。”齐巴尔吉迭新区牧民叶尔波力·加依劳汗以前没有固定收入，通过微信就业群，他每天都去新区的饲料场装车，装车过程中他发现总有捆好的苜蓿散开，于是他借了六万元钱购买打捆机，承包了饲料场苜蓿打包任务，还雇了几个工人，每个月的固定收入超过两万元。

## 肆

# 开足“码”力，无接触服务助力数字抗疫

疫情数据的不断刷新、各地防控措施的升级，使围绕城市治理与服务的数字创新达到空前的水平。各地对数字技术、平台与数据的使用态度、应用水平及社会影响也是各省市数字治理能力的直接体现。“无接触服务”、“不见面审批”、“零聚集服务”等不再停留在愿景与目标设计层面，直接成为当下的标准化工作要求。微信持续多年的数字化能力和数字生态建设，为抗击疫情提供了有利条件。

---

### 小程序成应用最广抗疫治理工具

疫情爆发之初，为避免线下接触，各级政务就利用微信公众号和小程序提供多种形式的政务服务。在中央部委，1月25日国务院客户端小程序上线疫情线索征集专区、发热门诊和医疗救治定点医院查询专区、国务院部门疫情防控消息专区等系列服务，上线至今有超过3500万人使用；中国海关在小程序内上线出入境健康申报功能后，截至4月8日，小程序访问量782万人次，微信用户数约195.6万，累计申报约368.7万票；在地方，广州“穗康”小程序上线当天访问量突破了1.7亿，累计访问量41亿，每天有超过50万的民众通过“穗康”进行口罩预约购买。“小程序+政务服务”已成为非常时刻城市治理与服务的快速反应模式。

## ★ 案例

### 国务院客户端小程序上线“疫情防控线索征集”

“疫情防控线索征集”专页在国务院客户端小程序与微信城市服务首页同步上线，微信的社交属性与小程序“无需安装”的应用特征，为疫情舆论爆发初期政府更广泛触达海量用户提供了良好的传播环境。上线2天，国务院疫情督查专区累计访问量高达7500万。当国务院“互联网+督查”平台首次发起“疫情防控线索征集”，并迅速登陆微信城市服务的首页推荐服务，此后以“抗疫”为主题围绕个人健康申报、就诊医疗服务、市场监管举报、口罩预约服务等开始不断以“微信+政务服务”、“小程序+政务服务”的方式涌现，并逐步形成了以疫情动态、个人申报、群众监督、在线咨询、门诊药店、同行程查询、辟谣平台、口罩预约、疫情地图等9个模块为基本服务内容的“疫情防控”在线应用模板。

## ★ 案例

### “武汉微邻里”：官方提供的疫情防控社区管理及疫情上报工具

在疫情中心的武汉，“武汉微邻里”以网格为基础，以微信服务号和小程序为载体，融入人群画像、智能客服、自然语义分析等技术手段，采用“社群中心化、事件线条化、隐私保密化、数据云端化”的技术构架，打造了集汇聚社情民意、提供政务服务、引导社区治理、提升预测预警预防能力于一体的微信服务平台，形成了我要办事、我要报事、我要议事以及政务服务、生活服务、文体服务、法律服务、志愿服务、党员服务的“三事六服务”应用体系，在全市15个区178个街道1515个社区、1.4万个网格及38个市直部门570余个区级部门全面部署应用，注册实名用户260万、文章总阅读数2000万、解决基层矛盾5万件，已成为武汉市“基层治理体系重构的重要支点”。

2020年1月23日0点至2月5日18点，“武汉微邻里”服务号用户新增448566人、“武汉微邻里”小程序用户达2761959人、聊天数新增450496条，小时访问量最高达到260万，日均推送消息阅读量超过200万。“我要报事”接收并处置事件18267件，“肺炎自查上报”25509例，心理机器人为61023位武汉民众提供了心理疏导（上线98小时），700位武汉居民预约了心理辅导（上线35小时），建立了2016个“关爱群”，为近6000多名一线工作者提供在线技术支持和人工信息流转，为广大群众提供客服咨询20余万次。

---

### 信息透明降低疫情期间恐慌情绪

疫情爆发以来，各级政府机构和媒体充分利用微信高覆盖的触达渠道，提高了防疫信息的覆盖面和到达率，在疫情防控信息传播中发挥了重要作用。同时，微信在为政府与民众之间建立“上传下达”通道、传递真相避免网络谣言蔓延，以及传播正能量防疫精神等方面也扮演重要角色。

微信一直以来重视信息的真实性。疫情爆发之后，微信及腾讯其他团队迅速合作上线辟谣平台。腾讯新闻“较真查证平台”1月24日上线抗肺炎特别版，让权威信息更快触达用户，不到两月已提供辟谣服务超7亿人次。1月25日，微信安全中心发布《关于新型冠状病毒肺炎相关谣言专项治理的公告》。微信成立“新型冠状病毒肺炎”相关谣言的清理专项小组，持续加强整治。

微信城市服务推出“新冠疫情动态”话题，截至2020年2月13日，收获11.75亿次阅读，超过1290万人“在看”，220家医院上线城市服务发热问诊专区，73个服务种类接入疫情服务专区，17.76亿人次来过微信城市服务。

2020年1月21日，微信团队宣布微信视频号开启内测。微信视频号内测期间，一批政府机构及重要事业单位（如国家卫健委、健康中国等）、央媒（如新华社、央视《新闻联播》等）和地方媒体（如广州日报、南方都市报等）第一时间受邀开通，及时发布权威疫情信息，讲述一线战疫故事。



## 线上公共服务满足居民疫期需求

疫情期间，政府、医疗机构通过小程序提供了大量服务功能。政务类、医疗类小程序成为大家的快捷小帮手，截至 2020 年 2 月 13 日，政务类疫情服务小程序数量新增 100 多个，医疗类疫情服务小程序数量新增近 800 个，教育类小程序提供疫情相关服务的数量新增近 300 个。政务类小程序用户环比增长近 60%，医疗类小程序用户环比增长 347%，教育行业小程序活跃用户环比增长 485%。

国务院客户端小程序相继上线多种疫情相关服务，解决全国各地居民的不同问题。如工信部信息通信管理局推出的疫情防控通信大数据行程卡，帮助大家便捷地查证自己的行程；国家卫生健康委和中国政府网联合推出新冠肺炎患者同乘接触者查询服务，支持乘坐火车、飞机新冠肺炎确诊 / 疑似患者同乘接触者查询；由国家卫生健康委提供的疫情风险等级查询服务在国务院客户端小程序上线，可查全国近 3000 个县（市、区、旗）疫情风险等级；由中国政府网和民政部社会救助司联合推出的各地社会救助服务热线咨询。

腾讯“防疫健康码”是腾讯联合各方推出的解决方案，大家通过申请涵盖自身健康信息的二维码，获得电子出行凭证后，即可在疫情期间便捷出入公共场所。月活超过 12 亿的微信，是健康码最好的运用平台。微信小程序无需下载、打开即用的优势，大大降低了腾讯防疫健康码的使用门槛，使其快速普及。为助力疫情防控和有序复工复产，腾讯已经在北京、上海、黑龙江、广东、湖北、四川、重庆、河北等 20 多个省 400 多个市县落地健康码，截至 4 月底，腾讯“防疫健康码”已覆盖 10 亿人口，访问量超过 200 亿，累计亮码人次突破 60 亿。



教育方面，为了持续向教育行业输出在线教育产品系统能力和教学资源，为学校及教育机构师生提供更优质的服务，企业微信、微信支付、小程序、腾讯云携手，推出教育行业服务商专项扶持政策，扶持资金超 3 亿元。同时，针对不同学龄阶段在疫期中的办公教学需求，企业微信、小程序、腾讯课堂、腾讯智慧校园、腾讯会议还推出定制化功能和解决方案，保障学生“停课不停学”，帮助学校平稳“切换到远程教学及办公模式。

医疗方面，腾讯 1 月 26 日起在微信“支付”页面向全国用户增加“医疗健康”服务，并开设“全国新型肺炎疫情动态”专区。该专区由腾讯健康、腾讯医典、腾讯新闻、腾讯地图等多个腾讯团队协同，集合了权威医学科普、来自国家卫健委的权威 24 小时实时疫情统计、发热门诊地图等功能；向用户一站式提供及时、准确和权威的疫情信息。

武汉协和医院开启小程序网上门诊服务，为 6 万余名市民提供了线上服务。中山七院互联网医院为超 2 万名市民提供线上免费咨询服务。黑龙江省互联网门诊平台小程序上线以来已有 181 家医疗机构、5900 名医生入驻，每天新增 1500 余例问诊记录；健康东营小程序上线至今已经有 27 家医疗机构、1536 名医生入驻，有 2590 例在线问诊记录，并以每天 100 余例速度增长。

---

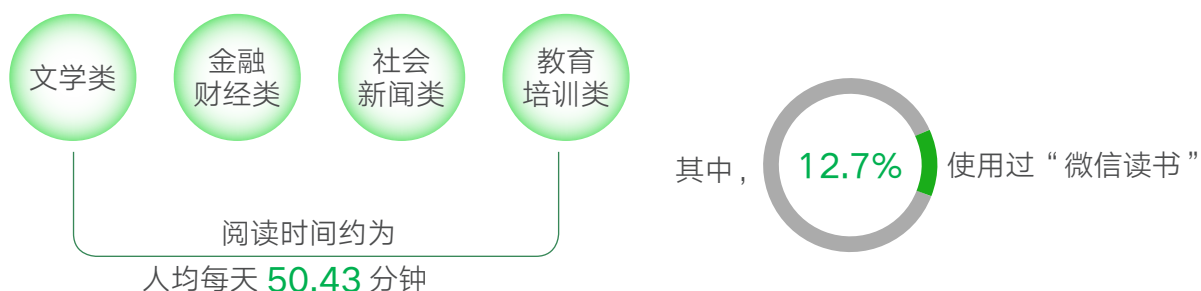
### 文化服务推动战“疫”公益不停歇

用户足不出户，也是为抗疫做贡献。2020 年除夕到初七，文娱类小程序日活跃用户数环比增长 80%。为了响应国家疫情期间尽量不外出的政策，游戏类小程序较好地满足了用户的日常娱乐需求，除夕到初七单日用户数量环比增长了 53%，部分小游戏增长超 10 倍。由人民网发起，人民好医生和上海波克城市联合开发的小

游戏《人民战疫总动员》，将防疫知识融入其中进行宣传。小游戏已经累计覆盖了几十万用户，用户分享热情高，持续体验游戏的劲头足。

春节期间正值疫情爆发高峰期，居家隔离的日子里，用户大量使用微信沟通代替往年的上门拜年团聚，实现了“无接触连接”。同时，微信公众平台、内容类小程序和微信读书上的各类文章、书籍丰富了居家期间的精神生活。据调查，2019 年用户通过微信阅读文学类、金融财经类、时事政治类、社会新闻类、教育培训类等知识型文章的时间约为人均每天 50.43 分钟，其中有 12.7% 的用户使用过“微信读书”。疫情期间，每 100 人比上个月平均多读 110 本书，医疗、疫情相关书籍受到用户关注。同时微信读书向湖北用户和全国高校师生提供 30 天无限阅读卡，充实大家的精神生活。

#### ● 2019 年用户通过微信读书情况



- ◎ 疫情期间每 100 人比上个月平均多读 110 本书，医疗、疫情相关书籍受到用户关注。
- ◎ 同时微信读书向湖北用户和全国高校师生提供 30 天无限阅读卡。

小程序大能量。疫情突如其来时，线下公益慈善活动受到冲击，互联网公开募捐信息平台的作用日益凸显。宅在家里也是防疫，动动手指就能公益，点开微信里的腾讯公益小程序，找到感兴趣的项目，捐款、捐承诺，还有写字，都能为抗疫前线助力。截至 2 月 26 日，腾讯公益平台共支持 90 家慈善组织上线 126 个抗击疫情公众筹款项目，获得用户捐赠超 1170 万人次，捐赠总额达 5.78 亿元。截至 2 月 26 日，腾讯公益平台共支持 90 家慈善组织上线 126 个抗击疫情公众筹款项目，获得用户捐赠超 1170 万人次，捐赠总额达 5.78 亿元。

海内外用户还可通过微信获得居家防护、导诊建议、心理咨询等在线医生义诊服务，降低焦虑恐慌情绪。两个月内，全国 1 万多名医生申请加入微信义诊平台，累计为 1400 多万人提供服务。腾讯还上线了医生服务端，提供权威科普、随访模板、AI 症状自查等便捷工具，医生只需要在微信上搜索“腾讯医生”小程序，就可以申请加入，通过微信为用户提供服务。这可以降低医生与患者的沟通成本，更好地实现医生专业价值的最大化。

### ★ 案例

#### 中国医生向海外“云”分享抗疫经验

4 月初，作为最后几家新冠肺炎重症患者定点医院之一的武汉大学人民医院，来自抗疫一线的医生，与国内外同行交流，共享抗疫中国经验。由武汉大学人民医院医生发起的“全球抗击新冠疫情一线医生交流群”，目前已有 2000 余名国内外医生加入。来自 20 多个国家和地区的医生就新冠肺炎防控方法与临床诊疗方案提出咨询，500 多名抗疫一线的中国医生积极解答，共享经验。

微信群每周六进行专场直播。首期讲座中，曾感染新冠肺炎的武汉协和医院急诊科主任张劲农，以医患双重身份讲述痊愈过程。来自重症、儿科、心内科等多个学科的武汉医生们，结合专业，分享一线抗疫经验。

近期，武汉大学人民医院还承办近 10 场新冠肺炎疫情诊疗和防控学术研讨的国际视频会议。医院专家团队就临床症状和诊断、患者隔离、医院管理等方面，向意大利、爱尔兰、埃及等国家的卫生行政管理与医学界人士阐述和答疑。

叁

# 经济篇



当前世界经济正经历深刻的数字化变革，从产品研发设计、生产制造到营销管理、服务支撑等，数字化已经渗透到产业链的各个方面和各个环节，促进经济从主要依靠人力和资本等生产要素投入向全要素生产率驱动转变。据中国信通院测算数据显示，2019 年中国数字经济规模预计超过 35 万亿元，数字经济实际上已经成为中国经济增长的新引擎。

作为典型的数字经济产品，微信构建了一个以 12.025 亿微信用户为支撑，覆盖超过 8 亿微信支付月活用户，超 100 万个小程序，2000 万个公众号，以及 60000 余家生态服务供应商的生态网络。据微信“码上经济课题组”测算：2019 年，微信生态带来的码上经济规模为 8.58 万亿元，约占我国 GDP 的 9%。小程序、微信支付、企业微信成为微信生态经济的重要工具。

微信小程序日活跃用户超过 4 亿，覆盖 200 多个行业细分类目，如政务民生、挂号缴费、金融理财、点餐、保险、税务查询、电商购物等。2019 年基于小程序的全年交易额达到 8000 亿元，同比增长 160%。

微信支付已覆盖 34 个省市、100 多个行业，数千万家门店。截至 2019 年第四季度，微信支付商业支付日均交易笔数超过 10 亿，月活跃账户超过 8 亿，月活跃商户超过 5000 万。跨境业务方面，微信支付支持 60 个境外国家和地区的合规接入，已支持 16 个币种的直接交易。

企业微信已覆盖超过 50 个行业，服务超过了 250 万家真实企业，6000 万活跃用户使用着企业微信服务，超过 80% 的中国 500 强企业选择了企业微信。

## 壹

## 微信帮助商家打造商业闭环 成为驱动数字经济发展的“助燃剂”

### 小程序商业生态迈向成熟，打造线上、线下全链条

微信小程序将通过打造品牌认证、优化物流工具、建立交易保障体系等加码商业交易场景建设。在组件与能力升级方面，2020年微信小程序将推出最新的官方小程序直播组件，帮助小程序电商开发者及商家解决流量贵、开发量大等无法快速落地小程序直播能力的问题和痛点。同时，微信一物一码及最新推出的扫一扫识物能力，也让品牌的每个商品都成为一个获取用户的渠道，通过扫一扫的渠道更好地沉淀用户，并持续进行运营。



---

### 为实体经济赋智，助力经济复燃

在“智能+”的时代背景下，微信生态中的微信支付、小程序、企业微信等工具日益发展成为一种底层技术和连接器，成为促进实体经济转型升级的重要助力。

微信助力传统行业转型升级。当前，微信生态日益与衣食住行、生活缴费、投资理财、医疗健康、教育培训等各行业深度融合，以移动支付为切入点，进一步改进传统应用场景的效率、提供创新增值服务。以微信智慧停车的增值服务为例，微信运用无感支付的理念，将用户车牌号与微信账户进行绑定，停车服务方利用车牌识别技术，实现出场自动扣费；停车服务方还可以通过停车类微信小程序将空位信息以及收费、商场的优惠信息展示给用户，为商户扩大宣传。

微信服务实体经济提质增效。微信帮助企业拓展客源、降低运营成本。微信支付和小程序使得针对个人消费习惯的营销策略更加精准，大大提升了零售业精细化发展水平；微信支付和小程序结合云计算和大数据分析手段，能够更有效地识别交易主体的信用状况，不断挖掘支付场景的潜能，更好地服务实体和个人的各种金融服务需求，也能极大地促进了普惠金融发展；企业微信将“与 12.025 亿微信用户紧密相连”的策略进一步升级，打通信息流，快速实现企业私域流量的运营和沉淀，帮助企业增效。

微信推动新业态快速发展。微信支付和小程序在对传统商业模式进行改造的同时，也催生出新的经济增长点。例如，以移动支付的普及作为前提条件，共享单车、无人货架、智能快递柜等新业态快速发展。

一方面微信、企业微信的连接能力，让社会和企业服务能够更高效地触达用户；另一方面微信支付、小程序等连接工具，通过推动传统商业模式、经营模式、管理模式、



市场模式的变革，为构建金融科技与传统商业模式的协同创新机制，服务产业转型升级和高质量发展发挥了巨大的作用。

---

## 跨境业务快速发展，加速生态合作伙伴出海

微信跨境支付发展迅速，加速优秀服务商出海。2019 年微信支付在境外合规的国家和地区覆盖量增加至 60 个，支持 16 种不同货币直接结算，有 1500 多个进驻机构，百万家境外覆盖商户。未来，微信支付也将大力推动国内优秀服务商出海，在持续为服务商开放微信产品能力，降低开发门槛的同时，优化整体培训体系，帮助服务商与境外商户达成持续双向沟通。为帮助境外服务商在疫情下加速线上转型，微信支付境外服务商成长计划推出系列培训，面向国人出境游重点区域，向服务商分享最新的产品能力和行业案例，激励境外伙伴拓展更多线上场景、研发线下无接触解决方案。

海外小程序生态蓬勃发展，落地更多境外场景。自微信推出海外小程序服务商成长计划以来，微信海外小程序市场成熟度不断走高。截至 2019 年底，海外小程序打开速度提升了 35%，日活提升 200%，欧洲地区小程序访问量翻倍。从东南亚到欧洲，小程序成为出境游的必备“利器”。在曼谷，曼谷海洋公园的“sealife 小程序”涵盖了在线购票、场馆导览、游戏互动、明信片分享等多个功能，自上线以来为 4 万用户解决了语言障碍。在马来西亚，国家旅游局推出的“乐游大马 Go 小程序”，覆盖了沙巴、吉隆坡、兰卡威等 9 个马来西亚主要旅游城市，超过 1000 家商户入驻小程序，涵盖了景点、餐饮、购物、交通等业态，集合景点导览、订票、交通、购物等综合服务，为中国游客出行带来了极大便利；在欧洲，“乐游欧洲 Go 小程序”覆盖了 27 个欧洲热门旅游城市，涵盖热门推荐、必游景点、特色美食、优选购物等各类精选信息，并内置查看北京时间、货币汇率、制作明信片等实用工具。未来，对于海外小程序，微信团队将会围绕海外的需求，提供更多的基础能力，让开发者和用户更方便地使用或者开发小程序。



貳

## 发挥平台数字力量 促进线上线下消费场景无缝融合

### 小程序、微信支付发力线下消费场景，激发经济新动能

微信小程序和微信支付等微信生态工具，覆盖中国人餐饮、零售、交通、教育、医院等多个场景，形成网络结构的消费生态，带来了用完即走、无缝衔接的便捷体验。2019年微信支付日均交易笔数超过10亿笔，月活跃账户超过8亿，月活跃商户超过5000万。截至2020年第一季度，小程序日活跃用户超过4亿，2019年小程序累计创造8000多亿交易额，同比增长160%。经测算，2019年微信拉动传统消费5966亿元，同比增长42.1%，其中在打车、买火车票机票、订酒店等交通出行方面带动的消费最多，占比24.8%，达到1973亿元。夜间经济在微信生态也愈发壮大。经测算，84.1%的消费者在夜间消费更活跃，其中晚8点到10点为夜晚消费最活跃的高峰期，达到27.9%，而22:00-24:00的消费占比也高达13.5%。

#### ● 20:00 后最活跃夜间消费

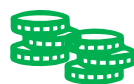


微信还推出微信支付分，保障交易安全。微信支付分提供风险判断与代扣能力，为亿级用户提供免押租借服务，助推共享业务拓展。在 B 端，依托免押租赁、先享后付能力，微信支付分已降低接入行业坏账率 91%（数据截止至 2019 年 8 月）；在 C 端，2019 年，微信支付分用户数突破 1 亿，80% 的押金用户开始享受微信支付分免押金服务，据测算，微信支付分已经为用户节省了近千亿押金。在微信支付分用户中，年龄更多集中于 20 至 35 岁，且下沉城市的用户增长更快；每个支付分用户每个月平均使用支付分服务 3.8 次。

● 用户：用户覆盖广泛，下沉且活跃



微信支付分用户数突破 1 亿



超过 80% 的押金用户不再缴纳押金，使用更为安全便捷的支付分免押服务



支付分用户在下沉城市增长更快，用户年龄在 20-35 岁之间



每个用户平均每月使用支付分服务 3.8 次

### 带动全行业数字化促进消费增长

随着互联网技术与经济社会深度融合，我国信息消费快速发展，正从以线上为主加快向线上线下融合的新形态转变，消费主体不断增加、边界逐渐拓展、模式深刻调整，带动其他领域消费快速增长。经测算，2019年微信带来的信息消费总规模为3238亿元，较2018年增长了34.8%，约相当于同期我国信息消费总规模的6%。微信语音视频、小游戏、公众平台阅读等活动带动了大量移动流量消费。经测算，2019年微信带动的流量消费达2736亿元，是2014年的三倍，年均增长率超25%。此外，微信通过在线读书、赞赏和小游戏等，促进了大量信息服务消费。经测算，微信带来的信息服务消费达到503亿元。

微信扩大了信息消费覆盖面。目前，微信基本实现国内15岁至64岁的人口全覆盖，微信依托“为村”平台，帮助农村贫困地区普及移动互联网应用，帮助入驻村庄制定适宜的发展规划，打造农业产品和农村专属品牌，通过“为村”平台和农村微店推广和销售农产品，助力网络扶贫攻坚。

叁

## 微信战“疫”，助力经济不断档

新冠肺炎疫情以来，微信通过电子消费券、全平台线上零售、小程序直播带货、到家配送等方式，促进消费复苏，助力企业数字化转型，有力地帮助微信生态的合作伙伴减轻疫情损失，并为广大用户带去了急需的产品和服务。

---

### 微信到家引领无接触消费，扶持中小商户渡过难关

引领无接触消费、社群消费模式快速发展。疫情发生后，无接触配送、社区团购、无人零售、直播零售等消费新模式、新理念快速发展。零售商超企业充分利用小程序、微信社群等智慧零售工具，普遍采用优先到家配送的业务模式，并提倡“无接触配送服务”，带动春节期间小程序到家业务订单量的增长。

微信小程序官方数据显示，2020年除夕到初七，小程序生鲜果蔬业态交易笔数增长149%，社区电商业态交易笔数增长322%。服装品牌太平鸟在疫情期间利用微信线上会员专场、微信秒杀、小程序分销、不同区域轮流直播等形式，通过线上平台、直播平台连接消费者，实现了半数暂停营业门店有销售，日均总零售额超800万。一些大型购物中心也纷纷联合商户建群，通过公众号、微信群推送的方式持续销售。

### ★ 案例

#### 微信到家服务成零售行业“标配”

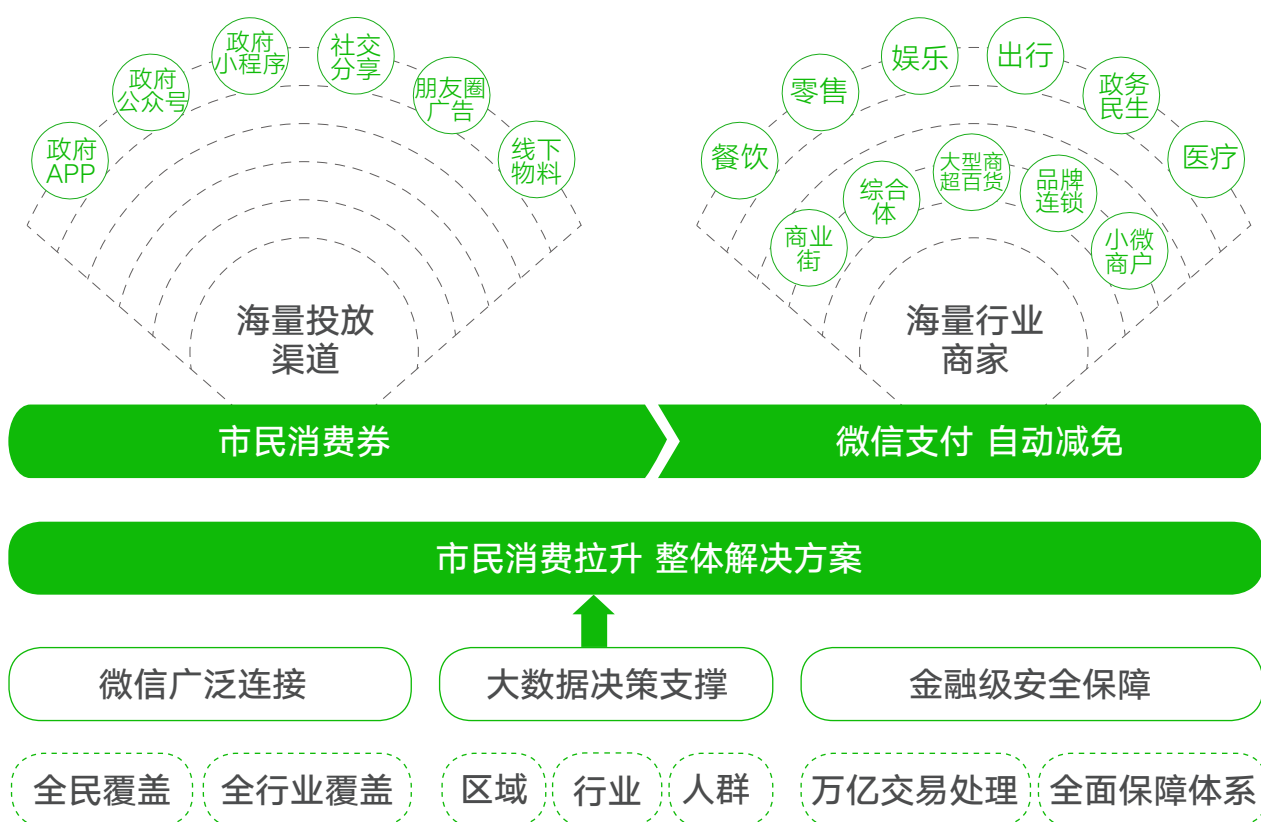
疫情阴影下，微信下单生鲜到家，已经成为了市民在家隔离购买基础物资的首选，也成为商家做线上经营的标配。除夕到初六，每日优鲜小程序相比去年同期的订单量则增长 309%，实收交易额增长 465%，客单价也上涨至 120 元。永辉生活·到家福州地区订单在除夕到初六期间同比增长率超过 450%，销售额同比增长超过 600%。步步高 Better 购到家业务同比增长 1000%。钱大妈到家业务成交增长了 5 倍，订单量增长了 3 倍。零售企业的无接触物流模式，对疫情防控有很大帮助，在线业务一定程度上缓解了社会恐慌情绪。

扶持中小商户，助力实体经济复苏。中小微商家作为经济的“毛细血管”，对社会经济的发展尤为重要。微信支付方面数据显示，目前已有超过 5000 万个体商户和商家活跃在微信支付平台上。微信支付中小商家主要集中在正餐快餐、果蔬生鲜、五金家装、超市等与人们生活息息相关的行业，这也是容易遭受疫情影响的行业。

疫情期间，针对全国部分行业，特别是疫情相关行业商户，微信支付提供了费率优惠和减免，手续费全部由财付通公司自行承担，累计减免手续费金额过亿。此外，为减缓中小商家的经营压力，微信支付联合微保推出了“新冠肺炎中小商家保障”，商家或其配偶一旦确诊“新冠肺炎”，每人每天可得到 1000 元的住院补贴。

## 电子消费券助力疫情后线下消费需求复苏

新冠肺炎疫情短期内对消费造成较大冲击。国家统计局 4 月 17 日公布最新数据显示，一季度，社会消费品零售总额 78580 亿元，同比下降 19.0%，其中餐饮收入 6026 亿元，下降 44.3%；商品零售 72553 亿元，下降 15.8%。稳定和扩大居民消费、促进消费回补和潜力释放是有效对冲疫情影响、提振经济的关键举措。3 月以来，各地政府纷纷通过消费券的方式减少群众消费顾虑，推动消费市场复苏。希望通过需求端回弹，带动供给端恢复，从而推动经济加快恢复。



微信生态以其便捷的操作符合用户的日常习惯，通过公众号、小程序等多种形态，可承载丰富的消费券发放、运营及核销等活动，轻松触达基层大小商户，为政府引导居民消费提供了保障。五一期间，微信支付线下消费总额较3月环比增长30%，已经恢复并超过去年12月的消费水平。截至目前，湖南、浙江、广东、武汉等50余省、市、区通过微信平台发放超百亿电子消费券（含未发放金额），对餐饮、零售、休闲娱乐、服饰美业、交通出行和旅游业提振效果显著。

微信消费券有力提振各地消费。青岛市城阳区消费券上线后，带动消费14倍；3月27日湖南“湘消费”消费券上线两周，湖南线下微信支付消费增长330亿；深圳罗湖区4月1日首次发券，仅6天带动消费超30倍；嘉兴市通过微信发放1.5亿消费券，首轮发放3000万元。发券仅4天，就带动消费2.3亿。

微信消费券强覆盖，渗透各年龄层用户群。各城市领券消费的人群在各年龄段较为齐平，40岁以上使用消费券用户占比42%。中老年人在用券数量上与年轻人旗鼓相当，湖南省消费券使用人群中，有49%为中老年人。

微信消费券普惠各地小微企业，带动复苏效果明显。湖南省、嘉兴市通过微信发放消费券后，惠及的小微商户占比达8成，小微商户交易金额增幅明显，对比2月同期，平均环比增幅翻了53倍。其中嘉兴市小微商户拉动效果尤为显著，日均交易金额增幅超200倍。

微信消费券可广泛使用于各行业，其中餐饮、交通、服饰美业、休闲娱乐、零售等行业增长明显。嘉兴市消费券发放后，餐饮日交易金额增长236%，交通增长230%，休闲娱乐行业增长912%。湖南省餐饮日交易金额增长212%，休闲娱乐增长423%，酒店住宿增长234%。在湖南省境内34万开通微信商业支付的商家中，消费券都可广泛使用，餐饮、零售业等小店客单价大幅提升。

## 加速零售企业数字化进程，脱困复苏重燃活力

自新冠肺炎疫情爆发以来，零售业受到重大冲击，客源下降、现金流承压，企业经营一度陷入困境。零售各业态需要加快运营、销售和供应链模式的数字化转型，新形势也将为各细分领域带来新的发展机遇。微信通过小程序、支付、企业微信、社群运营等方式打造了智慧零售解决方案。智慧零售运用互联网、物联网技术，感知消费习惯，预测消费趋势，引导生产制造，为消费者提供多样化、个性化的产品和服务。

在疫情期间，微信进一步加强了对零售商家的帮助。小程序商城是做好客流数字化的重要工具，企业微信和微信社群则是帮助品牌构建自有流量池的重要抓手。小程序商城和企业微信、微信社群运营结合，可有效帮助零售商家实现客流数字化，让商超到家业态更加了解用户，保持及时沟通，并提供更好的服务。企业微信和微信的互通能力，则能有效帮助企业员工疫期实现远程协同办公。对鞋服家纺、餐饮等比较重线下场景体验的企业而言，企业微信与微信互通的能力，则能将服务转到线上，通过让导购添加消费者、在客户朋友圈发布商品信息、打通小程序商城三个环节，实现了线上客户运营的闭环，继续线上“云卖货”，确保停工不停业。

在疫情冲击期间，腾讯智慧零售还开展了为期两天的“小程序倍增行动 pro 线上公开课”，分享小程序、企业微信、社群营销等智慧零售工具的使用技巧及私域流量运营技巧，帮助因为疫情营业受到影响的零售商家快速布局微信营销能力，实现线上突围。总共助力超过 40 家零售商跑通“导购运营 + 社群 + 小程序直播”模式，线上迅速回血。2 月商家小程序日销售额环比 12 月提升 1100%。



---

### 小程序直播公测上线，商家线上抗疫添强心剂

疫情期间，电商直播行业逆势上涨，商家对待直播的态度也发生了巨大的转变，都开始追逐这个风口，不少商家更是通过直播打开线上销路，找到了抗“疫”经营的新手段。无论是创新不断的新品牌，还是较为传统保守的老字号，都在积极做直播。

小程序直播是由微信官方推出的商家经营工具，其拥有低门槛、快运营、强社交属性、高转化效率等优点。小程序直播的所有访问、互动及交易无需跳转 APP 或其他小程序，均能够在商家自有的微信小程序内完成。商家可通过小程序直播实现用户互动与商品销售的闭环。直播带来的所有流量，都会沉淀在商家自有的小程序中，有利于商家长期运营。小程序直播可以最大化融入微信本身的社交和内容生态。小程序直播能力支持直播间订阅，方便用户回访；且可一键分享到微信聊天，方便朋友及社群粉丝访问；还能通过公众号为直播间引流，转化效率高。

 案例**罗莱家纺三八节小程序直播 GMV 超千万**

2020 的「三八」国际妇女节有些特殊，对于不少线下商家来说，它是疫情期间的第一个大促日，也是在春节后重启消费市场的重要契机。国内知名的家用纺织品牌罗莱家纺就在 3 月 7 日尝试了一种新的营销方式：在微信平台上，通过小程序直播能力进行了一场 6 小时的超长直播，其总裁甚至亲自下场。这次尝试非常成功，共有超过 10 万人观看了直播，GMV 超过了 1000 万，让罗莱家纺看到在电商平台之外新的价值洼地。

3 月 1 日，罗莱家纺进行了第一次小程序直播尝试，和快消、服装有传播属性的品牌相比，家纺品牌的产品属性是低频、高客单价，因此交易的核心在于导购。所以，在进行直播时，前者通常会利用公众号来为直播导流，而罗莱家纺则采用了「超级导购」的模式，由各个销售终端网络中的导购通过自己的朋友圈、社群为直播导流。最终，3 月 1 日的首播时长持续 2 小时，观看人次达 8 万，成交额 30 余万。这也充分验证了罗莱家纺在微信生态通过小程序直播带货必要性的判断，也为 3 月 7 日「女神节」的直播积累了经验。

基于第一次小程序直播和过往的经验，罗莱家纺预计当天的流量会达到日常流量的 10 倍，但实际流量达到了日常的 13-14 倍。最终，从 3 月 7 日 19:00 到凌晨 1:00，这场持续近 6 小时的直播观看人数超过 10 万，观看次数达 150 万，GMV 超千万元。这样的成绩也超出了罗莱家纺的预期。

### “云办公”帮助企业在疫情期间安全有序复工复产

疫情冲击之下的复工复产，远程办公在不少企业的运行中扮演了重要的角色，企业微信被众多企业广泛使用。在实际运用中，企业微信不仅仅用于企业内部办公，还被运用于客户服务，开展业务。企业微信独有的连接微信的能力，支持与微信消息互通、连接小程序和企业支付，能帮助企业高效连接外部，实现高质效服务。

疫情导致的特殊情况无形中促成了众多企业的远程办公“普及教育”，一些企业甚至通过远程办公平台的综合运用开拓了客户。这场特殊经历或许会让企业的工作和沟通模式衍生出新的变化。截至 2019 年 12 月，企业微信服务企业的数量已超过了 250 万家，活跃用户超 6000 万。

疫情期间各行各业对线上办公需求暴涨。企业微信以每两天一次产品迭代的速度快速响应，从 1 月 24 日至 2 月 1 日，9 天推出 7 大能力，这包括 1 月 24 日医疗行业紧急通知提升至 1000 人、1 月 25 日「会议」升级免费开放 300 人的音视频会议、1 月 26 日上线「在线问诊」、2 月 1 日提供「群直播」、「收集表」、「健康上报」、「第三方应用市场疫情专区」。2 月 12 日，企业微信的群直播、在线办公功能再升级，教育行业老师和同学在家校微信群就能一键拉起直播上课，PC 还能双屏看教案，课后可以回看复习。此外，还升级了健康上报及时提醒、一键发起微信班级群、可邀请企业外部伙伴加入会议等能力。

为了帮助 SaaS 合作伙伴渡过疫情难关，2 月 13 日，企业微信向 SaaS 合作伙伴发布了鼓励扶持计划，通过免除佣金、云资源补贴、价格优惠券、特殊账期四大优惠政策，将“开放”发挥极致，帮助合作伙伴提升信心，在疫情期间更好地运转。在免除佣金方面，企业微信表示将从即日起至 2020 年 3 月 31 日，免除 SaaS 合

作伙伴在企业微信第三方应用平台“技术服务费”的收取。目前已经有 21000 家第三方合作伙伴加入了企业微信生态，有超过 470 万个系统被接入企业微信。

不仅如此，企业微信还推出了价格优惠券，疫情期间，若 SaaS 合作伙伴进行促销让利运营等活动，企业微信将为符合条件的伙伴提供一定数量的限时“优惠券”，鼓励合作伙伴让利给企业，满足特殊时期应用销售需求。除了在费用补贴和优惠上进行扶持，企业微信的特殊账期政策同样为 SaaS 合作伙伴提供了最大限度的支持，通过执行这一政策，企业微信将会缩短结算周期，启动财务疫情特殊机制，将月结账期提前，从而帮助 ISV 提高现金流支配的能力。

## ★ 案例

### 企业微信帮助海内外企业协同办公，共同抗疫

疫情期间，DHL 快递中国区通过企业微信健康上报功能，对近 8000 员工进行健康管理，此外还通过视频会议和信息发布等模块，更好地推动内部沟通和协同。此外，中国葛洲坝集团在疫情期间通过企业微信，为 26 个国家 4 万多海外劳务工人提供疫情管理服务，为疫情的全球化防控提供支持服务。

为抗击新冠肺炎全球快速扩散的危机，作为全球第二大私人财富资产管理者、欧洲第二大银行，瑞士银行选择企业微信作为办公及业务服务工具。目前瑞士银行全球范围内设有 96 个分行，超 4.9 万名雇员，未来都将使用企业微信作为其核心的客户沟通和办公工具。

### 结束语

---



新冠肺炎疫情冲击下，以互联网医疗、教育直播、在线办公、公共服务等为典型代表的新兴业态呈现爆发态势，数字经济发展被按下快进键，从而又为推进 5G、人工智能、数据中心、云计算等新基建的意义和必要性增加了新的注脚。

微信生态内数字化能力的开放，以公众号、小程序、微信支付、企业微信为核心的各项新生产工具的应用和普及，为数字经济和新基建连接了广大的用户群体和广泛的应用场景，助力数字经济新业态新模式发展，给数字经济注入了强劲的发展势能。

微信生态的发展将助推各行各业提质增效，可以预计，随着新基建的稳步推进，数字经济将迎来新的更为稳健有力的发展新图景，而这股力量必将“反哺”新基建，为其注入源源不断的发展动力，共同推动中国经济的新旧动能转换、经济高质量发展和国家数字竞争力提升。



## 研究团队

### 中国信息通信研究院：

孙 克 博士 中国信息通信研究院政策与经济研究所数字经济研究部主任  
汪明珠 博士 中国信息通信研究院政策与经济研究所数字经济研究部副主任  
郑安琪 硕士 中国信息通信研究院政策与经济研究所工程师  
刘 璇 硕士 中国信息通信研究院助理工程师

### 腾讯集团：

#### 微信团队

吴 姣 集团公共事务部政策与综合事务中心主任  
翁 航 集团公共事务部高级研究员  
侯丽军 集团公共事务部高级研究员  
赵盛楠 集团公共事务部高级研究员

---

### 数据支持机构

---



## 研究方法

### 指 | 标 | 说 | 明

#### 1. 直接带动就业

微信直接提供的就业岗位数，包括微信带来的企业微信服务商、微信支付服务商、小程序服务商、微信公众平台、微信支付商户和小程序开发等相关就业岗位。直接就业包括全职和兼职。

#### 2. 间接带动就业

微信带动了信息消费和传统行业消费增长，为 GDP 增长贡献力量。在直接提供微信相关岗位之外，微信对经济的增长拉动也带动了就业岗位的增长，这部分就是微信的间接带动就业，如带动的外卖骑手、零售商家等。

### 测 | 算 | 方 | 法 | 说 | 明

#### 1. 直接就业测算方法

直接就业包括全职和兼职，测算方法是统计方法，数据来自平台问卷。微信带动的就业人数 = 企业微信服务商带动就业数 + 微信支付服务商带动就业数 + 小程序服务商带动就业数 + 微信公众平台带动就业数 + 小程序开发带动就业数

##### (1) 服务商带动的就业

企业微信服务商带动就业 =  $\frac{\sum (\text{各企业员工数} \times \text{企业微信相关业务员工占比})}{\text{企业微信服务商有效问卷数}} \times \text{企业微信服务商数}$

$$\text{微信支付服务商带动就业} = \frac{\sum (\text{各企业员工数} \times \text{微信支付相关业务员工占比})}{\text{微信支付服务商有效问卷数}} \times \text{微信支付服务商数}$$

$$\text{小程序服务商带动就业} = \frac{\sum (\text{各企业员工数} \times \text{小程序相关业务员工占比})}{\text{小程序服务商有效问卷数}} \times \text{小程序服务商数}$$

## (2) 运营者带动的就业

$$\text{微信公众平台带动就业} = \frac{\text{总共调查公众平台开发和运营人员}}{\text{总共调查订阅号和服务号数}} \times \text{公众平台数量}$$

$$\text{小程序开发带动就业} = \frac{\text{总共调查小程序开发和运营人员}}{\text{总共调查小程序数}} \times \text{小程序数量}$$

## 2. 兼职就业测算方法

微信带动的兼职就业人数 = 企业微信服务商带动兼职就业数 + 微信支付服务商带动兼职就业数 + 小程序服务商带动兼职就业数 + 微信公众平台带动兼职就业数 + 小程序开发带动兼职就业数

### (1) 服务商带动的兼职就业

$$\begin{aligned} \text{企业微信服务商带动兼职就业} &= \frac{\sum (\text{各企业微信相关业务员工数} \times (1 - \text{全职员工数占比}))}{\text{企业微信服务商有效问卷数}} \\ &\times \text{企业微信服务商数} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{微信支付服务商带动兼职就业} &= \frac{\sum (\text{各企业微信支付相关业务员工数} \times (1 - \text{全职员工数占比}))}{\text{微信支付服务商有效问卷数}} \\ &\times \text{微信支付服务商数} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{小程序服务商带动兼职就业} &= \frac{\sum (\text{各企业小程序相关业务员工数} \times (1 - \text{全职员工数占比}))}{\text{小程序服务商有效问卷数}} \\ &\times \text{小程序服务商数} \end{aligned}$$



### (2) 运营者带动的兼职就业

微信公众平台带动兼职就业 = 微信公众平台带动就业数  $\times$  (1- 全职员工占比)

小程序开发带动兼职就业 = 小程序开发带动就业数  $\times$  (1- 全职员工占比)

### 3. 间接就业测算方法

间接就业采用国民经济核算法中的支出法测算，数据来源是个人问卷中消费相关的数据统计。

从国民经济核算方法来看，微信的经济贡献更适合采用支出法，即将其带动的消费作为其对 GDP 的贡献。微信带动信息消费 3238 亿元，拉动传统消费 5966 亿元，将这两部分计入微信的直接经济带动（与 GDP 概念口径相同），得到：微信直接经济带动 9204 亿元，对 GDP 直接贡献为 9204 亿元。将微信直接带动的经济领域按照国民经济核算分类进行归类，乘以对应的完全消耗系数，得到间接 GDP 贡献 11301 亿元，经测算得到间接就业 361.6 万人次。

| 直接带动<br>(亿元) | 包含内容                                                           | 对应部门              | 部门<br>编号 | 完全消耗系数<br>(2017年投入<br>产出表计算) | 分类(2017年国民经<br>济行业分类详细解释)                                                                  |
|--------------|----------------------------------------------------------------|-------------------|----------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| 流量<br>消费     |                                                                | 互联网和<br>相关服务      | 64123    | 1.35092814                   |                                                                                            |
| 信息服务<br>消费   | 网络游戏、线上读书、<br>文章点赞等                                            | 互联网和<br>相关服务      | 64123    | 1.35092814                   |                                                                                            |
| 餐饮           | 通过公众号、小程序、<br>扫码下单、钱包吃喝<br>玩乐等微信功能进行<br>过点餐、叫外卖等餐<br>饮消费       | 餐饮                | 62120    | 1.65928128                   |                                                                                            |
| 购物           | 通过微信购物、服务<br>号、小程序等微信功<br>能,进行过购物                              | 零售                | 52106    | 0.797118405                  | 5292 互联网零售,指<br>零售商通过电子商务平<br>台开展零售的活动,不<br>包括仅提供网络支付的<br>活动,以及仅建立或提<br>供网络交易平台和接入<br>的活动。 |
| 家居(生<br>活服务) | 通过公众号、小程序、<br>城市服务等微信功能,<br>使用过保洁、维修、<br>保姆、水电气缴费等<br>居住生活服务   | 居民服务              | 80138    | 1.053028016                  | 社区服务,列入8090(其<br>他居民服务业)。                                                                  |
| 交通<br>出行     | 通过公众号、小程序、<br>微信钱包等微信功能,<br>进行过打车、买火车<br>票机票、订酒店等交<br>通出行消费    | 多式联运<br>和运输代<br>理 | 58116    | 1.094526263                  | 网上铁路、民航等客运<br>票务代理,列入5822(旅<br>客票务代理);                                                     |
| 教育           | 通过公众号、小程序<br>等微信功能,进行过<br>课程学习、培训等教<br>育学习消费                   | 教育                | 83140    | 0.718330715                  | 通过互联网,从事上述<br>实体生活服务,列入国<br>民经济行业分类相关行<br>业类别中。(教育)                                        |
| 文娱           | 通过公众号、小程序、<br>钱包等微信功能,进<br>行过看电影、追番剧、<br>听音乐、订演唱会门<br>票等文化娱乐消费 | 商务服务              | 72131    | 1.847971723                  | 网上其他票务代理(文<br>艺表演、体育赛事、展<br>览等),列入7298(票<br>务代理服务)。729 其<br>他商务服务业                         |
| 医疗           | 通过公众号、小程序、<br>城市服务等微信功能,<br>进行过保健、体检、<br>看病等医疗健康消费             | 卫生                | 84141    | 1.633394624                  | 通过互联网,从事上述<br>实体生活服务,列入国<br>民经济行业分类相关行<br>业类别中。(医疗卫生)                                      |