

WHITE PAPER · 2026 · micount.cn

2026 下半年低代码行业形势预测与经营对策

面向疲软周期的务实展望：线索与咨询量下行、转化变难的结构性问题，三情景预测（承压/基准/修复），以及渠道与服务商下半年经营优先级。

出品 算数科技（上海思扬信息科技有限公司）

版本 V1.0 · 2026-07-30

体量 约 8,600 字 · 含 UAT 用例与集成附录

- 承压是结构性的
- 三情景预案
- 资源先守现金流
- 每周看 8 个数字

面向低代码渠道与服务商老板：下半年不是「等回暖」，而是「换打法」——给出三情景预测与 90 天作战优先级。

© 2026 算数科技（上海思扬信息科技有限公司）· 市场数据引用 IDC / 信通院公开报告并标注出处 · 平台能力以 micount.cn POC 实测与厂商公开文档为准 · 案例经客户脱敏授权

行业报告 · 融合选型

读完白皮书，建议走**双轨融合决策** → **12 平台 AI 横评** → **渠道报价闭环**。

编辑说明：本文面向 2026 年下半年（约 7-12 月）中国低代码/零代码及相关数字化服务市场。判断综合公开产业报告口径、ToB 采购季节性、AI 工具替代效应，以及算数科技一线咨询/渠道侧观察到的需求降温信号。文中「线索/咨询量显著下行」为多渠道服务商同期共性现象的情景刻画，非单一公司财报；预测为情景分析，不构成投资承诺。审核日期 2026-07-30。约 8,600 字。

执行摘要 · 一页速览

面向低代码渠道与服务商老板：下半年不是「等回暖」，而是「换打法」——给出三情景预测与 90 天作战优先级。

承压是结构性的

线索、咨询量、转化率多层同时承压，不是季节性淡季；不同赛道「温度」差异显著。

三情景预案

承压 / 基准 / 修复三档情景给出触发信号、持续时间与对策，可每月对照纠偏。

资源先守现金流

疲软周期资源倾斜建议：先守现金流，再做有质量的新签（原文图 4）。

每周看 8 个数字

有效商机/总线索等 8 项监测指标 + 恶化时的纠偏动作表，替代「只看咨询总量」。

下一步：落地第七章 90 天优先级；预算收紧的客户反而更需要横评/计算器/报价这类「省成本」工具支撑决策。

摘要：下半年不是「等回暖」，而是「换打法」

2026 上半年起，大量低代码渠道与实施服务商反馈同一组症状：**咨询量、获客量、有效线索同步大幅下滑**（一线体感可达六至八成量级），同时**转化率变差**——不是单纯「人少了」，而是「人更犹豫、更比价、更难闭环」。这与「行业长期增长故事」并不矛盾：公开报告仍描述市场总量扩张，但**可成交的需求结构已变**——泛流量、尝鲜型、预算模糊的机会池在收缩；刚需替换、信创/私有化、可证明 ROI 的项目更稀缺也更卷。

本展望给出三情景（承压 / 基准 / 修复），并明确基准判断：**2026 下半年低代码行业整体仍偏弱复苏，泛线索难回高峰，成交向高质量项目与老客经营集中；全面 V 型反弹概率低**。对服务商与渠道，优先级应是：收缩获客面、抬高线索门槛、缩短验证周期、组合抬客单、把续费做成现金压舱石。



2. 成因拆解：周期、结构、竞争三股力量

2.1 周期：企业 IT 预算更谨慎

宏观与企业侧共同特征是：非刚性数字化项目更易被推迟或砍掉；采购要求「先证明再采购」。低代码中大量「提效类、体验类、部门自发类」项目首当其冲。

2.2 结构：AI 改变了「入口需求」

2024–2026 企业与个人对「用 AI 直接生成」的预期上升。部分原本会询价零代码的浅需求，被聊天助手、表格 AI、办公套件内嵌能力分流。结果是：

- 浅线索变少（好事：垃圾线索减少；坏事：漏斗顶部变冷）；
- 深需求更挑（要集成、权限、审计、私有化、可运营）；
- 「只会搭表单」的渠道溢价下降，「能闭环交付 + 会选型分层」的溢价上升。

2.3 竞争：供给过剩与同质化

平台多、代理多、模板多，客户比价成本极低。公开市场故事仍在讲增长，但渠道侧体感是：**增长更多落在头部厂商与少数能打交付的伙伴，中腰部渠道承压更明显。**



图 2：周期 × 结构 × 竞争，共同压低线索量与转化效率

3. 2026 下半年三情景预测

以「有效商机量、签约周期、客单结构」为观察变量（非厂商营收官方预测）：

情景	概率（主观）	线索/咨询	转化与周期
A 承压延续	30–35%	相对上半年高峰继续弱，难见显著回升	决策更慢，价格战加剧
B 基准：弱修复	45–55%	Q3 仍平淡，Q4 有季节性回升但不回到旧高峰	转化略稳，靠质量而非数量
C 修复偏强	15–20%	政策/大厂商促销/年底预算释放带动回升	周期缩短，但仍挑交付能力

基准结论（B）：2026 下半年不宜按「流量恢复」做预算；应按「商机更少但更重、老客更重要」做组织与现金流安排。若出现 A 情景，优先保交付口碑与续费，而不是加投放赌流量。

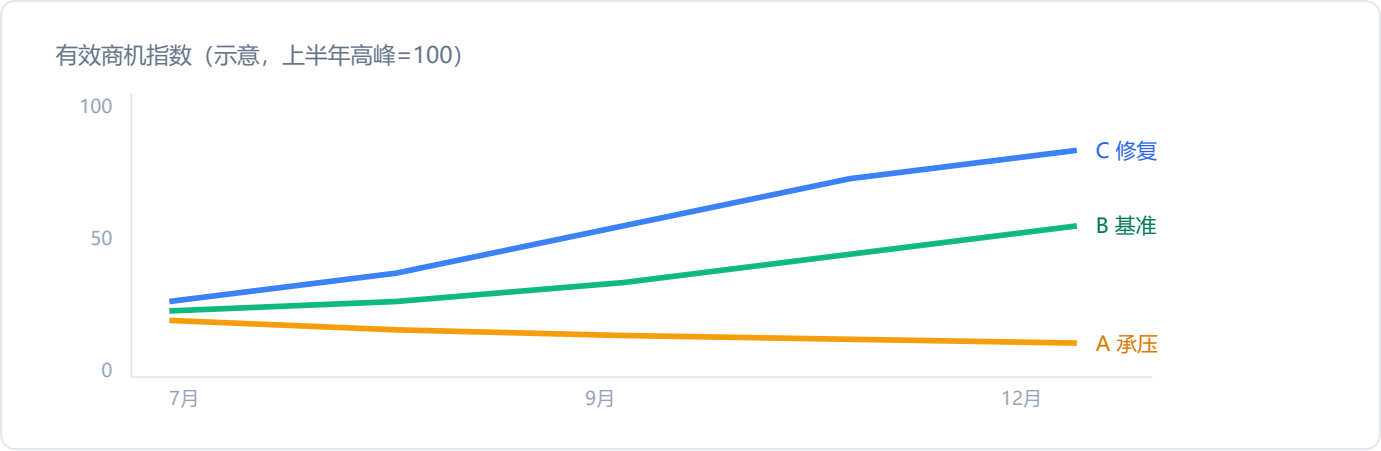


图 3：三情景下「有效商机」相对指数示意（非精确计量，用于经营推演）

4. 分赛道展望（2026 H2）

赛道	下半年温度	机会点	风险点
零代码 / 部门轻应用	偏冷	老客增购、标准模板包、替换烂尾表单	新客获客贵；AI 分流浅需
钉钉 / 企微生态	分化	已有生态客户的延伸应用	生态规则与分成变化；同质
APaaS / 可私有化	相对抗跌	权限、集成、私有化刚需	POC 成本高，需控人天
企业级低代码 + ERP	慢但厚	业财、供应链、信创替换	周期长、回款慢，需现金流
AI × 低代码	热叙事、冷闭环	能演示「可回写、可审计」的 AI 能力	纯聊天外挂难转化；客户集

一句话：下半年赚钱逻辑从「多签小单」转向「少而精 + 老客资产 + 能打组合的中大单」。

5. 采购与决策行为将如何变

- 先要材料，再给会议：**横评表、TCO、案例联系人、POC 范围说明书成为标配；
- 决策链更长：**业务想快上，IT/财务更拦；渠道要同时会讲业务价值与风险边界；
- 价格敏感但不全是最低价：**更怕「便宜但上线失败」；透明人天与验收比口号折扣更有效；
- 试用不等于预算：**免费试用与「了解一下」占比上升，需用线索评分过滤；
- 替换需求占比上升：**从「有没有」变成「能不能替换现有烂系统」——售前要会做迁移评估。

6. 对渠道与服务商的经营含义

旧假设（上半场）	新假设（2026 H2）
多投放就能多线索	投放 ROI 下降，要缩面提质

演示好看就能签	要验收路径与风险边界
品牌越多越好卖	分层短名单比堆 Logo 重要
新客为主	续费/增购/转介绍是现金主力
人海跟单	商机评分 + 快速否决机制

详见配套：低代码渠道商 3 年发展路线图、多品牌渠道合作。

7. 下半年 90 天作战优先级

- 重做线索定义：**有预算区间、有上线时间、有决策人，三者缺二则降级为培育，不占售前主力时间；
- 收缩获客主题：**只打 1-2 个行业/场景（替换、巡检、进销存、审批中台等），停止「什么关键词都投」；
- 售前标准化：**一页方案 + 人天区间 + 验收清单，减少免费无限改；
- 缩短验证：**POC 目标从「做完整系统」改为「证伪 3-5 个硬指标」；
- 老客清单作战：**到期续费、增购模块、转介绍激励——这是下半年最稳的现金流；
- 组合抬客单：**遇业财/私有化信号，及时升级短名单，避免零代码硬扛丢单或翻车；
- 现金与人效：**控制编制扩张，交付能外包中台的不要硬养全科团队。



图 4：疲软周期建议的资源倾斜（示意）——先守现金流，再做有质量的新签

8. 监测指标与纠偏信号

建议每周看这 8 个数字（比「咨询总量」更重要）：

指标	健康方向	若持续恶化
有效商机 / 总线索	提升	收紧投放与表单门槛
首次会议→POC 转化	稳定或提升	售前话术与材料不合格
POC→签约周期	缩短或持平	范围失控，需砍 POC
赢单率	持平即可	检查是否在打价格战

续费到期触达率	≥95%	立即补客户成功节奏
老客收入占比	逐月抬升	新客策略过重
实施毛利	不为签单而亏	停免费改，上变更单
人效（在服/实施）	可解释	暂停扩人

纠偏信号：若连续 6-8 周「有效商机」仍无企稳，按情景 A 执行——进一步收缩获客、保全续费与口碑，等待 Q4 季节性窗口再放量。

9. 参考文献与声明

中国信通院低代码相关公开研究报告（产业发展与应用侧描述）

IDC 中国低代码/零代码市场跟踪公开摘要（总量增长与结构变化口径）

Gartner 低代码相关预测类公开论述（企业应用构建方式变迁）

算数科技一线咨询、渠道伙伴访谈与漏斗复盘（2025-2026，脱敏综合）

配套阅读：行业发展白皮书·渠道三年路线图·选型方法论

声明：本文为情景预测与经营建议，反映对行业阶段的主观概率判断；不构成对任一厂商股价、营收或渠道收益的承诺。转载请注明 micount.cn。