

微信小程序关注度变化的缘由及未来发展

耿 森

(安徽财经大学文学院 安徽 蚌埠 233000)

【摘要】作为后时代 APP 微信小程序的出现无疑是向传统 APP 发起挑战,然而在一段时间的热潮后小程序迎来低谷。文章对微信小程序的关注度起伏变化从优缺点方面加以分析,并展开对微信小程序未来发展的改进方向。

【关键词】微信;小程序;轻 APP;用户体验;开发者

【中图分类号】G21

【文献标识码】A

【文章编号】1003-6652(2018)03-0234-02

一、微信小程序的定义及研究背景

2017年1月9日,微信小程序随着微信创始人张小龙的宣告正式上线。微信小程序是一款以微信 APP 为载体的小程序。微信小程序无需安装,只需要扫一扫或者搜一搜即可自动记录你使用过的小程序。小程序不需要单独更新,随看随关等一系列特点很大程度上符合现代人快速的生活节奏,也符合微信的“微”理念,微小而快捷。

作为国内拥有将近 9 亿流量的社交软件微信已经不仅仅是一个 APP。根据《2017 微信数据报告》显示,2017 年 9 月微信日平均登录达 9 亿次,较去年增长 17%;消息日发送次数达 380 亿次;日发送语音次数达 61 亿次……正如微信所言,“微信,是一个生活方式。”正是有着如此庞大的流量载体,微信小程序一发布便成为各大媒体的焦点。根据艾媒《2017 年中国网民针对微信小程序使用与开发状况调查报告》显示:微信小程序发布一个月后,应用开发者的关注度达到了 94.9%,然而了解后继续愿意开发者仅占 9.2%。根据百度关键词搜索指数趋势显示,微信小程序发布一周左右关键词搜索指数达到了 87790,不到一个月的

时间就跌到了 5081,此后近一年都维持在 5500 上下,直到 12 月下旬,由于微信跳一跳等微信自主推出的游戏带来一定热度,搜索指数再次上升至 16229。

但与首发时的关注度仍然无法比拟。微信小程序关注度急剧变化的原因是什么?

微信小程序定义为“轻 APP”,各种类别的小程序又被称作“轻应用”,所谓轻就在于小程序不单独存在,只能在微信中打开。功能简单,而且能连接线下的各种服务。

二、微信小程序的优势

1. 不占空间。现如今 APP 市场种类繁多。下载多种 APP 给用户带来方便的同时也占用了手机很大内存。而微信小程序的出现可能对传统 APP 的运作模式产生巨大冲击。

2. 微信小程序是以微信为载体出现的,相当于小程序有着 9 亿流量的载体,用户基数大决定了微信小程序受众的广泛性。这也证实了先前微信小程序一经问世便引起诸多关注。

3. 微信小程序就好像 APP 的简化版,小程序只自带

行交换阅读。教师还需要教导学生保护图书,这样可以增进学生之间的友谊,学生也会感受到阅读的乐趣,有助于养成学生对语文阅读的学习习惯。

四、提升学生对语文阅读的分析能力

在小学语文阅读教学的课堂上,教师通常用大部分时间对文章进行详细的讲解,这是由于教师担心学生对语文阅读的理解能力较差,认为学生不能够完全了解文章,而详细的讲解文章内容可以使学生的掌握文章内容,同时也可以增加教师的授课进度。但是事实并非如此,语文教师的这种做法不但不会增加学生对文章的掌握,还会降低学生对语文阅读的理解能力^[6]。因此,在小学语文阅读教学中,教师应该让学生自行感悟文章内容与主旨,在课堂中以学生为主体。有三种方式可以将课堂由教师为主体转变为以学生为主体。一是让学生自读自悟,这种方式是指,教师要对文章充分了解与掌握,并且根据自身对文章的掌握程度制定教学目标和教学方案。以此来引导学生进行自主阅读,学生在阅读中可以提出不懂的问题,教师应耐心讲解学生所提出的问题,解除学生心中的疑惑。二是强化学生的个人感悟能力,学习语文阅读最关键的就是个人的理解能力与感悟能力,因此,教师要不断的培养学生的感悟能力,只有这样才能让学生深层理解文章的内涵。三是给予学生情感的体验,大部分文章的重点以及理

解的慢点都是文章所要表达的情感,学生只有充分掌握文章内容和主旨,才能够深刻体会文章想要表达的情感。

五、结束语

总体而言,想要提高农村小学语文阅读教学的课堂效率,就需要从多方面入手,从各个角度作用不同的方法,来培养小学生对语文阅读的学习兴趣。从而增加小学生的好奇心和学生对于阅读知识的渴望,使学生在良好的环境中学习语文阅读,这就大幅度提高了小学语文阅读教学的课堂效率和效果。

参考文献

- [1]殷玉纯.关于提升小学语文阅读教学有效性的策略[J].关爱明天,2016(1):124.
- [2]赵春娟.关于提升小学语文阅读教学有效性的策略探讨[J].读与写(上、下旬),2016(2):76.
- [3]吴丽丽.浅谈农村小学语文阅读教学的有效性策略[J].考试周刊,2017(26):9,50.
- [4]谭飞.关于农村小学语文阅读有效性的教学策略[J].新课程(上旬),2013(8):131-131.
- [5]陈黎玲.浅谈农村小学语文阅读教学的有效性[J].新课程·中旬,2017(4):210.
- [6]曾立珍.浅谈如何提高农村小学课外阅读的有效性[J].新课程·小学,2016(11):204-205.

APP 一些实用功能。一方面,对于用户来说抛弃了复杂繁琐的功能间接提高了用户体验,这也阐述了微信小程序“用完即走”的新时代 APP 理念。另一方面,对于软件开发者而言不但降低了制作程序的门槛,也解决了由于多系统而带来的更新频繁。

4.微信小程序的线下连通服务种类多样,包括线下商超、交通出行、公共服务等。微信小程序给用户和商户连线形成 O2O 的模式也很好的衔接了传统 APP 的优势。

三、微信小程序存在的缺陷:

虽然微信小程序有着如此多的优点但是指数下滑的背后也反映出小程序存在种种问题。

1.微信小程序的确给用户带来了“轻”的体验,但是这种用完即走的理念对开发者来说有不利之处。用完即走意味着一些不知名微信小程序的用户黏着力较低,很容易出现经过长时间遗忘的现象。大部分小程序缺少定期推送机制。用户在向小程序完成过 1 次支付行为小程序才能在 7 天内向用户推送有限条数模板消息。或者当用户在小程序内提交过表单行为且该表单声明为要发模板消息的,开发者需要向用户提供服务时,可允许开发者向用户在 7 天内推送有限条数的模板消息。这样会使得用户与开发者之间的互动频率过少,间接影响着用户粘着力。这也是开发者所担心的一点。

2.以微信作为载体的小程序为软件开发者带来了巨大的流量受众,但这种载体式的软件在使用时无疑会增加数据泄露等安全问题的可能性。

3.微信中也没有类似于安卓应用商店、APPSTORE 等软件推荐表单。这些问题大大降低了开发者的开发热情。微信朋友圈是一个半封闭式的圈子,只靠着朋友圈的口碑相传很难达到一定的宣传效果。微信使用者中还存在不少中老年使用者,他们不是不少公众号的直接受众,对于一些步入中老年群体的人们来说,对于微信小程序的接触比较缓慢。一些中老年群体还没有完全适应公众号的推送方式新添加的小程序又会让不少人困扰。这也降低了中老年群体对小程序产生热情。

4.微信小程序的功能有限,大部分小程序只具有一定的实用功能,一些体验性的功能由于空间限制不可能得到发展。用户在满足了必要的需求之后开发者无法继续满足用户的部分服务需求。一方面,一些开发初期的软件用户基数较小,这些小程序的忠实用户少,由于大小限制,开发这也不便为其提供更加优质商品服务,导致用户对小程序的“回头率”不足。另一方面,一些 APP 用户基数本来就比较,用户在使用 APP 正常功能的同时还能够体验一些额外的服务,这些用户忠诚度较高的 APP 不用担心技术开发等问题的限制因此也没有必要开拓微信小程序的市场。

四、微信小程序的发展方向预期

1.微信小程序初期需要宣传。就开发者而言,推送的次数少的确能够提高用户的好感度,但却降低了开发者的开发热度。如何在开发者和用户之间寻找到一个平衡点,使得开发者和用户都能够从中受益?微信需要发展其自身优势——用户资料。拥有庞大流量的微信可以利用自身的大数据来对用户需求进行分析,把握用户对于推送的好感度变化,适当满足开发者的利益。就微信客户端而言,微信本身属于一个半封闭式的空间,从跳一跳的反响可以看出,小程序需要微信在其余开放式平台(微博、豆瓣等)推送,通过这些开放式平台的宣传能够达到一定效果。

2.微信小程序现在发展的初期阶段应该设法打破宣传

不到位,开发者看不到足够红利的局面。除了要宣传到位,对于宣传的内容也应该注意。微信应该针对不同年龄段不同阶层的人群推广不同的内容,做到有计划有针对性的推送。如向大学生等年轻群体推送娱乐小游戏,周边吃喝玩乐,向精英阶层等推送一些经济、社会时事新闻等等,向即将步入老年群体的人推荐养生、休闲活动的小程序。这种推送利用微信大数据能够做到精确投放,节约成本的同时还能提高效率。

3.微信小程序虽然对用户对微信本身有利,却损害了小程序开发者的利益。微信小程序是以流量分红,在对未来发展情况不够明确的情况下开发者不会盲目开发小程序,开发小程序会对自身在经营的 APP 流量造成一定分流,这有可能导致开发者不仅没有得到利益,还有可能因为小程序功能不够齐全而留给用户不愉快的使用体验影响开发者本身的 APP 使用情况。所以当务之急应该加大对开发者的分红幅度。让更多开发者投入小程序的开发中。

4.微信小程序的进入搜索界面过于繁琐。要想进入搜索界面必须将小程序界面滑至最右端。一旦小程序过于多样,搜索就会对用户造成一定困扰。搜索小程序界面也只是显示附近小程序,虽然连通了附近线下的服务,但是对于那些热门的小程序却没有给予推广。没有搜索排名使得一些方便实用有意思的小程序显得过于被动。在 2017 年底小程序的再一次成为热门的排行榜中,有一半以上是休闲娱乐游戏。这就表明微信小程序有一种能够创造流行的功能。而小程序自带的分类有:餐饮美食、商超便利、美妆护理、服饰箱包。对于一些小程序如娱乐型等等没有进行推送。而且当附近小程序过多时这四大类分类又不够细化,这些导致了用户使用时觉着不便。应该对于小程序进行不断细分。搜索中也该行该添加模糊搜索程序,这样让用户更加容易找到自己需要的小程序,也让开发者更容易推广自身。也可以让用户自助添加关键词标签,这样不仅让一些优秀的小程序形成更好线上线下联动,提高品牌效果,同时也能帮助用户更好的区分一些较差的小程序防止产生不良影响。

五、总结

微信小程序是一次创新,它在宣布现在已经进入了“后 APP 时代”,从发布初期来看除了微信的巨大影响力,用户以及开发者都期待着能有更好的创意来适应这个快节奏的时代。但是由于初尝试,微信小程序没有发展到足以平衡用户、开发者以及微信的利益。导致人们短时间对小程序的关注度不足。但是通过“微信小程序主动推送跳一跳”的反响来看,微信小程序存在着巨大的潜力,足以在短时间形成一定话题。这就说明微信小程序有着巨大的开发价值。通过一些完善可以弥补小程序的不足。

参考文献

- [1]微信小程序的尴尬[J].中国科技信息,2017,(07):8-9.
- [2]匡文波,李芮,任卓如.微信小程序面面观[J].新闻论坛,2017(02):15-18.
- [3]田志友,周元敏,田雨.微信小程序的媒体价值[J].新媒体研究,2018,4(01):47-49.
- [4]王玮.微信小程序遇冷?业界怎么看[N].中国旅游报,2017-03-02(A01).
- [5]江波.颠覆的成败之争:微信小程序如何破局[J].新闻论坛,2017(02):19-21.

作者简介:耿森,男,安徽财经大学文学院 2014 级在读学生,研究方向:广告学。