

微信小程序的生命力

未来，小程序会成为万物互联的一个协议吗？

本刊记者 邱月桦

2017年上半年，美丽联合集团CEO陈琪面临一个关键决策：要不要进入线下？要不要渠道下沉？

陈琪想获得更多来自三四线以下的用户。美丽联合集团是中国最大的女性媒体与时尚消费集团，旗下比较知名的电商平台包括美丽说、蘑菇街等。

微信小程序让陈琪彻底放弃了进入线下的想法。2017年6月23日，加入了购买功能的“蘑菇街女装精选”小程序上线，在此后4个月，蘑菇街获得了6000多万用户，其中有相当大一部分是来自三四线以下的用户。

微信官方公布的数据显示，小程序的用户有19%来自三线城市，31%来自四线及以下城市，即来自三四线以下的用户超过了一半。“我要开多少店才能接触到这些用户啊！”陈琪在接受《21CBR》记者采访时说。

在2018年1月15日的微信公开课上，小程序首次公布了诞生一年来的关键数据：日活1.7亿，上线58万个，开发者超过100万，第三方开发平台超过2000家。

小程序目前主要有五大类：零售、电商、生活服务、政务民生和小游戏。阿拉丁指数的统计显示，2017年，从C端用户访问分布来看，零售

类占24%，出行交通占21%，工具类占18%，餐饮占13%，生活服务占11%；从B端小程序数量分布来看，生活服务类占比最高，为21%，工具类占18%，零售类占17%，餐饮类占11%。

小游戏于2017年12月28日上线，由于时间较晚没有被纳入上述统计中。作为小程序的子类目，小游戏将是小程序的下一个发展重点，为微信打开巨大的游戏市场。阿拉丁小程序总榜显示，自1月下旬以来，游戏类已占据榜单前十名的5-6位，其中微信自主开发的“跳一跳”小游戏自上线以来高居第一位。

在过去一年里，像蘑菇街这样在短时间内获得千万级用户的案例比比皆是。小程序的第一批尝鲜者已迅速尝到甜头，收割了红利。

如今，微信的月活达到9.8亿，马上就要突破10亿量级。坐拥如此巨大的流量和用户，小程序的产品逻辑到底是什么？

定义小程序

在接触小程序的过程中，开发者们最常问的问题是：小程序与公众号、H5到底有什么不同？

在公众号时代，万达网络科技集团（下称“万达”）平台运营中心新媒体平台总经理李志翔一直有点郁闷，“好不容易通过做活动拉上来的粉丝，因为发了一篇文章，人家不感兴趣，就流失了。”

为了解决微信信号的黏性问题，万达搭建了一套后台系统，在微信菜单栏的底部配置了H5链接，包含会员管理、营销和场景服务，比如小游戏、限时抢购工具、缴纳停车费、室内地图导航、订电影票等。

但随着功能越来越多，复杂程度增加，H5的体验越来越差。此外，H5在线下是割裂的，是不同的二维码，流量也很分散，很难做统一管理。李志翔希望把万达235个广场集成到同一个页面，这显然超出了H5的能力。

2017年5月，万达的小程序上线后，内容非常简单，只有缴纳停车费和抢优惠券，而且是单广场版。“一开始的规则是一个小程序只能关联50个微信公众号，我们给微信提出了需求，万达

广场不止50个，能不能扩大。微信的行动非常快，

坐拥巨大流量和用户，小程序的产品逻辑是什么？



10天之内就把上限加了一个零，一个小程序能够关联 500 个微信公众号。”

去年 9 月，李志翔把所有万达体系广场的公众号做了关联，基于用户的地理位置，可以进行广场的筛选。除了国庆、双十一、元旦等活动期，万达小程序常态化运营的访问量提升了 9.5 倍。

在微信的组织架构中，小程序团队隶属于微信开放平台，这个平台旨在帮助各类合作伙伴使用微信的能力，包括使用微信账号注册登录、微信支付、微信分享等。在这样的架构下，小程序好比一个内部连接器，把微信开放的不同能力整合起来。

“公众号和小程序是不能对标的。”微信开放平台团队向《21CBR》记者解释道，“公众号的产品能力是沉淀用户的，如果可以对标的话，应该把 H5 和小程序放在一起。”

微信开放平台基础部副总经理胡仁杰告诉《21CBR》记者，小程序加载的速度比 H5 快 20%—30%，“小程序拥有微信原生的一些能力，我们可以赋予它更好的体验，更快的速度。H5 不是基于微信基础开发出来的，所以在体验上有很大的区别。”

张小龙对于小程序的描述是“无需安装，无需卸载，用完即走”，背后有基础的产品设计作

小程序上线一年：58 万个小程序、1.7 亿日活、逾 100 万开发者、2300 个第三方开发平台

为支撑。小程序的大小被限制为 4 兆，之所以能平衡更小的流量和更好的体验，是因为小程序的功能已存在于微信之中。

“使用小程序的时候，它会调用微信 App 内的组件和插件能力，相当于预加载。当你使用了一次小程序后，它的代码就会缓存到微信客户端，你第二次使用的时候，它已经存在了。你把网络关掉，会发现有些小程序还是可以使用。”微信开放平台团队表示。

从克制到开放

小程序是一个针对线下场景设计的应用，微信在发布最初对准入门槛和导流都设置了限制，也没有开放明确的“入口”，开发者们都摸不着门路。被称为“现象级产品”的小程序在发布不久后便进入了沉寂期，上线短短一个月，从众望所归到普遍看衰，一时冰火两重天。

改变发生在去年 3 月 27 日，小程序一口气开放了 6 个新能力，包括面向个人开发者开放（降低门槛）、公众号和小程序新增三种连接方式（导流）、兼容线下二维码（增加入口）等。自此，克制的小程序进入了疯狂的开放模式。在 10 个月内，小程序发布了 32 次、100 多个能力开放，相当于

一周半就更新一次。

不断地开放,让小程序“复活”了。

美丽联合是首批拿到小程序开发权限的 200 多家企业之一,最初就拿蘑菇街做了个粗糙的模型,选了一些比较好的内容放进去,权当小程序是个展示渠道。

去年 4 月,微信小程序进行了 8 次更新,开放了数十个新能力。这让美丽联合重视起来,用了 23 天重新打磨产品,成为微信小程序生态中第一个电商小程序。凭借着拼团、直播、立减金三大玩法,蘑菇街拉开了社会化电商的新模式。

回忆起过去一年的开放速度,胡仁杰对《21CBR》记者说:“我们的部门叫开放平台基础部,我们工作在于开放,所以是把整条命都交给合作伙伴了。我们自己没有产品,只有让生态做起来,我们才有活的空间。”

在陈琪看来,微信也是受益者。“微信一直是用户场景驱动的产品思维和逻辑,所以我们不断为它提供电商的用户场景,过去大半年蘑菇街拿自己当小白鼠,投入资源、时间和精力,把微信小程序电商这样一个场景推出来了。”陈琪透露,美丽联合在微信小程序上的投入超过了 1 亿元。

小程序本身没有粉丝留存,因此关键指标是留存率,也就是用户的回访率。2017 年 12 月 28 日,微信对小程序进行了入口改版,有人称其为“历史性的跨越”——在首页增加了小程序任务栏,用户可以通过下拉的动作唤出任务栏,打开最近使用过的小程序,或者进行管理。有统计称,目前小程序的各类入口已累计超过 60 个。

张小龙对“入口”的说法很不以为然,这不符合微信作为“去中心化平台”的理念。他开了一个玩笑:唤出小程序任务栏后继续下拉,除了能看到顶部的小程序,在最底部可以看到一行小字,“这不是入口^_^”。

但陈琪认为,这个改变的确有利于提高小程序的留存率这一关键指标。“我们目前最大的需求就是用户怎么找回来,我总是找小龙说,获取和找回小程序的路径要一致。虽然小龙说不是入

口,但很大程度上它有入口的功能。我们的后台数据也可以看到增长速度非常快,两周时间就有超过 20% 的新增流量。但这个地方毕竟位置有限,不见得每个小程序都是高频的,是否有更好或者更长效的方法?这个问题值得好好地解决。”

连接万物?

关于产品理念,张小龙有句名言:用完即走。其实还有后半句,“走了还会回来”。

“跳一跳”上线后,张小龙看到了一条让他特别开心的评价:跳一跳有毒,想把它给卸载了。“但卸载不掉它,因为也无需安装。”张小龙说。

小程序的克制可能是一个“误会”。

张小龙对小程序很有耐心,甚至可能刻意让它先冷后热。经历了公众号时代的种种,张小龙感到害怕,“我们特别害怕提出一个新的概念,这个概念被炒得很火,有一堆人说这是风口,这是一个绝对不能错失的机会,想尽一切办法把它变成一种被透支的流量,然后它就挂掉了。”

张小龙不希望小程序“被催肥”,但肯定要“肥”起来。最关键的是,小程序的存在不仅为了把微信变成工具之王,或者革掉 App 的命,它的生命力在于线下,在于实体,或者说就在于所有真实的物。

“我们为什么这么看好它?在我们看来,小程序代表了一种表达方式。未来万事万物可能都包含信息,所有的信息都需要用某一种方式被人触达,跟人沟通,小程序刚好是这样一种信息的组织方式,或者说是一个信息的载体。所以小程序最终的目的不光是在线上玩一个游戏或者获取一个服务的信息,对于线下的场景,它就代表了我們所能接触到、所能见到的任何事物背后的信息,以及对于背后信息访问的方式。这是我对小程序更为抽象的一种表达。”张小龙如是说。

微信有了近 10 亿用户,这是连接人的部分;而通过小程序,微信可以连接物。未来,小程序会成为万物互联的一个协议吗?微信会成为连接万物的入口吗?想象空间一下子被拉得更大了。☒

小程序的生命力在于线下,在于实体,或者说就在于所有真实的物。