

# 微信小程序发展现状及其前景探析

韩 舶

中央广播电视总台央广网 北京市 100020

**【摘要】**近年来,随着App人口红利达到了顶点,App的用户增长率也达到了峰值,App发展遇到了瓶颈期。随着HTML5前端技术和云存储技术的逐渐成熟,为了满足用户多样化的需求,一些以超级App为平台的小程序应运而生。其中微信小程序2019年用户人数达到了11.2亿人次,转战小程序的行业越来越多,但也因为用户需求的复杂度和技术难度等,一些行业在入驻微信小程序的过程中出现了一些不适。本文主要对微信小程序的发展现状、营运模式、主要行业特点以及发展前景进行分析,以推动人们对微信小程序的认识,促进微信小程序的发展。

**【关键词】**微信小程序 超级App 发展前景

**【中图分类号】**G206 **【文献标识码】**B **【文章编号】**2096-0751 (2020) 08-0002-05

## 一、微信小程序的发展背景

随着科技的不断发展,人们的生活越来越离不开互联网,其中最主要的当属社交App,近年来微信已经取代QQ成为最主要的社交App,用户人

数达到十亿左右,拥有超过11亿的月活资源,已经成为人们的社交标配。互联网超级App格局形成。只要拥有一个超级App的公司或个人,无不想尽办法要打造属于自己的互联网生态格局,建立在微信社交基础上

的微信生态格局就是其中之一。

一方面,技术的不断升级并且普及为微信小程序的发展带来了契机。随着HTML5技术的完全落实和云存储技术的普及,H5页面的实现变得更加简便。当下很多用户厌倦了App功

作者简介:韩 舶 中央广播电视总台央广网 工程师

能单一和需要下载的弊端，很多简化的用户需求就可以用微信小程序实现，并且可以直接绑定微信帐号，免去了注册和下载麻烦。随着5G时代即将到来，上传和下载的速度大幅度提高，线上生活很可能成为未来人们生活的主旋律，而微信小程序可以培养人们不下载直接使用的好习惯。

另一方面，微信小程序满足了用户的多样且永无止境的需要。当下人们越来越将生活和互联网相关联，于是人们的生活各方面都想通过互联网实现，但是由于成本原因，App无法满足用户的长尾需求。如此，用户想要满足多重需求只能下载多个App，这样会导致内存不足和手机软件繁多的情况发生，大大降低了用户对App的探索兴趣。因此，市场急需这样一种低成本、高效率的应用载体入场，而微信小程序恰恰就能满足用户多重需求以及无需下载的需要，且开发者无需太多的成本就能实现。

## 二、微信小程序的营运模式

优化功能链路，搭建生态闭环。通过2019年以来开发人

员的不断努力，微信小程序已经形成了一个生态闭环。大大增强了开发人员的热情和用户的满意程度，实现了微信小程序的可持续良性发展。从各个板块来看，流量入口上微信小程序开通全量搜索，使得小程序可以直接被搜索到；制作了小程序桌面，可以培养用户下拉使用小程序的好习惯；推出物码一一对应，使得线下产品可以直接和小程序相关联售卖。微信小程序开发者也十分重视对用户满意度调查，广告、电商、增值服务成为小程序创收的三个主要点。

导流模式充分给予用户自主权，吸引但是不强制。微信小程序上线至今，已经发展到了60多个流量口，主要导流的方式包括：扫码进入、好友间分享以及公众号推广等。微信导流方式充分考虑了用户的自主权和自由，从不做节日运营和初期的野蛮推广，给用户留下了足够的选择空间，旨在通过优秀的产品质量和出色服务使得用户主动关注。

## 三、微信小程序的发展现状

随着App人口红利走到了最

后，各行业将目光转向微信小程序，在激烈的竞争中，适者生存，每个季度都会出现很多突出的小程序，这些小程序擅长把握用户规律，抓准时机尽可能满足用户的各种需求，这些小程序都存在着一些共性。比如40岁以上人群相比较App更加中意于微信小程序，微信给了这类人群社交平台，而小程序给了他们新的生活方式突破口，加上这类人群对微信平台的信任和对微信支付的信任，使得微信小程序的变现能力激增。目前比较成功的微信小程序的主要瞄准受众在三线城市而不在一二线城市，三线以下城市的用户量超过了总用户量的一半以上。微信小程序追求的不是产品的高大上而是追求产品下沉力、裂变力，这些更容易扩展知名度，更加具有营销价值；小程序的立意就是轻快简便，而事实上小程序的实际使用也是如此，用户一般不用超过两个步骤就可以进入到想要到达的特定页面。<sup>[1]</sup>

截至2019年中，电商、食品外卖、旅行成为微信小程序百强大行业中的领头羊。在微信小程序官方年中数据中，排

前五的行业占据了微信小程序前一百的百分之七十，其中电子商务的份额又是重中之重，占据了百强小程序的二十个席位。总的来说，优势行业明显聚集，排名前几的行业和后面的行业之间的差距较大，说明排名靠前的行业要充分审视自己，继续保持，而排名往后的小程序具有巨大的发展空间，要通过不断地突破创新赶上。

与大行业情况类似，小行业的领头羊是网上购物和美食。中国自古都是民以食为天，吃和买是消费者的主要需求所在。受益于网上购物和美食，物流业务和外卖业务占据了百强小行业中的两位。排在前列的还有各种实用工具和在线旅游小程序，各类实用工具小程序既保留了专门App的主要功能，并且使用更加简便。在线旅游小程序是充分考虑了在线旅游服务的低频性和微信社交平台对旅游的催化性更适合小程序端的使用推出的，获得了大量的用户流量和更多的商机和市场，实现了从OTA端向微信小程序端的华丽转变。

从用户规模上看，500万级小程序数量明显增多，头部小

程序通过社交规模效应获得了丰厚利润，同时社交规模还在不断扩大。用户人数少于100万的小程序不断减少，而200-300万的小程序规模明显增加，说明小程序越来越受到用户的青睐，从而使得排名靠后的小程序实现了脱贫，进入了更高量级行列，拥有越来越多的用户。<sup>[2]</sup>

#### 四、重点行业微信小程序特点

由于行业本身特点，电子商务、美食、综合资讯、旅游、公共服务等重点行业微信小程序具有不同的特点，主要体现在：

电子商务行业具有频接触、多入口、重社交、重地域的特点。频接触也就是通过微信这个超级App可以多触点接触潜在用户，增加了转化机会；多入口也就是微信小程序获取方式广泛，如扫码、直接搜索、朋友推荐等，可以很好地实现用户行为和电商之间的良性互动；重社交也就是将电商小程序根植于广大微信用户的社交圈的各个角落，通过裂变式的分发扩大用户量；重地域也就是为用户微信定位的地域

的很多产业比如生鲜市场、外卖市场带来绝佳的机会，而小程序的便捷也符合用户对于这些行业高频率消费的需求。

美食行业的小程序具有高效率，给予用户高度自主权的特点。美食小程序可以分为平台类和商家类，平台类主要是商家的聚集地，商家为用户提供餐厅地址、标价、服务等信息，优化了用户的用餐体验。用户使用该类小程序可以获取用餐排队信息、加菜、离店、付款等服务，这样就减少了服务员的工作量和用户对服务员的依赖程度，增强了用餐舒适感和效率。商家类是商家和用户的互动窗口，商家类既包含了平台类的主要功能，又成为商家营销的另一种主要阵地，可以通过小程序和用户进行线上和线下的交流，发布店内活动信息、会员办理以及外卖服务等来增强用户的粘性。

综合资讯行业小程序具有跳转方便、存储能力强和变现能力强的特点。长期以来，变现能力较弱是综合资讯小程序的主要短板之一，跳转路径过长，商业转化率较低，使得高质量的资讯信息很难得到相应

的商业价值。但借助微信小程序和公众号强有力的跳转功能，以及云存储技术和HTML5技术的不断更新，使得高质量的综合资讯信息可以得到相匹配的商业价值，综合资讯行业的变现能力得到了大大提高。同时微信小程序的悬浮窗口也为综合资讯行业延长了用户的留存率和关注度。<sup>[3]</sup>

旅游行业具有轻装上阵，实现用户和平台双赢的特点。旅游行业小程序通常都是轻装上阵，使得平台和用户的需求都可以得到满足。用户可以使用较低的成本规划好旅游行程或购买适合自己的旅游产品。平台在客源和运营上节省了大量成本，采用通过双方交易完成后用户的高评价和口碑转播机制获得大量的用户和潜在用户，充分发挥了用户的价值。

公共服务行业具有增长速度快、非竞争性、重社会效益的特点。以此次新冠肺炎疫情防控为例。疫情期间，各类小程序数量和用户量出现了爆发式的增长，其中政府、教育、医疗等机构陆续推出了为疫情服务和向市民提供最新疫情信息的小程序。主要功能为：免

费预约口罩、免费义诊、宣传防范措施、提供行动轨迹等。根据微信官方数据统计，疫情期间有百余款政务类小程序上线，数百款的教育和医疗小程序上线。同时，这些小程序的用户量也大幅上升，政务类用户量同比增长了60%，医疗类小程序同比增长了40%，教育类小程序同比增长了3.5倍。

## 五、微信小程序的发展前景

小程序的开发者表示微信小程序设计的初衷就是为了满足用户的多重需求。今年来，随着H5技术和云存储技术的不断发展，微信团队一直在关注对于用户服务线上化需求的实现，微信小程序也是如此，微信小程序目前在社交群体中具有高粘性的特点。<sup>[4]</sup>

从2019年各季度的数据统计来分析，小程序用户在今后的发展中依然会继续上升，目前以电商、美食、外卖、旅游等为用户增加额主要拉力。小程序可以出色地实现线上和线下行业的巧妙连接，实现双向交流共同发展，有助于推动传统行业的行业转型，带动经济发展。特别是经过此次疫情行

业“大洗牌”，医疗、教育等公共服务行业微信小程序被高度认可。相信在信息化不断发展的趋势下，微信小程序将不断迎来高速发展。

科技是第一生产力，目前微信团队为微信小程序的发展提供了必要的技术支持和人才培养。微信团队已经和硅谷的前沿平台优达学城达成了战略合作关系，设计微信小程序研发的纳米学位，在各大高校招收人才，奖励技术开发的奖金达到100多万，使得更多的研发爱好者投入小程序的开发中，大大推进了小程序生态的优化发展。除了和国外高端技术平台的合作之外，在国内和网易云课堂和自家腾讯云课堂合作推出微信小程序相关的微专业，旨在给研发爱好者和潜在研发人员指明小程序的发展道路。

虽然近期以来微信小程序的导流入口已经增多，但是总的来说微信客户端向小程序的导流规模还是较小，微信希望小程序靠着自身技术的革新和对用户需求的满足来使自己成为自己的借力点，不断良性发展。微信小程序目前可以解决一些低频、非刚需的长尾需



求,但是对于App所擅长的高频、刚需服务方面还是力有不及,目前还无法全面取代App。未来用户的长尾需求将会越来越多,小程序的价值将会不断提升。微信小程序要不断抓住App的短板作为自己的生长点,不断进行技术升级并满足用户的各种需求,从去中心化向分散式中心化发展,引导市场使得线上线下得到更好地沟通,将良好的构建转化为商业价

值,完善微信小程序的生态。接下来微信小程序应该更加突出其操作简便的特点,减轻用户挑选信息的困扰,以瀑布形式呈现热点简讯,向用户提供有价值的重点信息。

#### 参考文献:

- [1] 2017年小程序发展状况报告[EB/OL].<http://www.199it.com/archives/622329.html>, 2017-08-14.
- [2] 小程序的爆发点[EB/OL].

[https://www.sohu.com/a/231726072\\_450476](https://www.sohu.com/a/231726072_450476), 2018-05-15.

- [3] 肖卓明,吴娴.浅谈小程序在媒体的应用[J].中国传媒科技,2017(2).
- [4] 傅旭鹏.媒介传播视野下微信小程序的发展[J].新媒体研究,2018(11).

审稿人:魏朝辉 内蒙古新闻出版广电局监管中心 正高级工程师

责任编辑:孟宪超

(上接第4页)导意见》中指出,在加快智慧广电内容生产体系建设、智慧广电监管体系建设、智慧广电关键技术节点等方面,提出了要加快人工智能在广播电视内容生产方面创新应用,实现智能化安全态势感知,推进广播电视人工智能研究开发与创新应用。

2019年5月,国家广播电视总局正式发布《广播电视人工智能应用白皮书(2018)》,并在广播电视科学研究院设立了“广播电视人工智能应用国家广播电视总局重点实验室”,实验室按照“开放、共享、合作、共赢”的理念,广泛联合广播

电视行业和人工智能领域产、学、研、用各方,落实国家人工智能应用相关战略规划,开展广播电视人工智能应用技术和标准体系研究,推进广播电视和人工智能深度融合。

近年来,如中央广播电视总台在“5G+4K+AI”方面加快推进人工智能在视频内容生产、制作播出、分发传输、运行维护等领域应用,人工智能通过智能语言、智能主播、智能标签、智能编辑、智能写稿、智能搜索、智能广告、智能审核、智能推荐、智能转码等重构媒体生产传播;多地区广播电视部门也在人工智能应

用方面进行了探索,上海东方传媒“云制作”解决方案,湖南有线5G智慧内容生产平台,广西广电网络智能测温系统,华数等有线运营商在尝试开展对视频中的物体进行识别,基于对物体的识别拓展新的增值业务等。

审稿人:康亚男 内蒙古广播电视台科技处 处长

责任编辑:乌日山