

小程序商业化发展前景分析*

——以“微信”小程序为例

湖南财政经济学院经济学院 薛丹, 姚志毅, 付瑜帆

摘要: 以 2018-2020 年腾讯及阿拉丁小程序研究平台发布的数据为基础, 对现今“微信”小程序发展情况、特征进行总体研究分析, 发现整体小程序行业的商业化趋势明显, 以 app+ 小程序模式合并发展为先驱代表的建设队伍出现新一轮的增长潜力, 其中考察发现小程序发展成本低、操作技术强大但是行业秩序存在部分紊乱, 小程序发展良莠不齐, 给整个互联网行业带来发展新机的同时也埋下发展隐患。这就要求政府、互联网公司适时采取相应整改政策, 积极吸纳高新技术人才, 鼓励行业提升创新创业力度, 力争给传统和新兴信息产业经济联动带来促进作用。

关键词: 小程序; 互联网信息产业; 行业秩序规范; 商业化

自 2016 年 9 月下旬, 微信“小程序”在开始进行内部测试开始起, 小程序愈渐呈现爆发式发展并快速占领原本由大多数 app 掌控的移动互联网市场, 互联网巨头也纷纷对此做出应对, 以自身已有平台线上线下建立 app+ 小程序模式合并发展, 有关数据表示, 截至 2019 年 6 月, 微信月活跃设备高达 11.2 亿, 同时根据腾讯公司 2019 第二季度财报表也表明小程序电商领域持续垂直化探索。中长尾小程序数据同比增长超过一倍, 品类更加多元化, 用户粘性逐渐提升。微信团队在 2019 年初曾公开表示, 2018 年小程序服务超过 1000 亿人次用户, 年交易增长超过 600%, 创造了超过 5000 亿的商业价值, 微信电商小程序交易量同比增加 27 倍, 通过深化对中小企业的渗透, 基于消费互联网的腾讯产业互联网逐步成长。综上可知, 商业化小程序作为新型信息经济产物存在着极大的不稳定性但其发展市场价值之大、所影响的互联网生态大环境之深远同样值得正在摸索前进的互联网行业去深入探究, 因此本文从自身研究开发的旅游推广类小程序入手, 拟对“微信”小程序的发展前景进行分析探究, 期望对当前小程序发展实践及市场决策提供相关参考。

小程序发展现状及特征:

一、小程序发展现状分析

小程序作为继公众号后微信大力发展的下一个重点项目, 其与现今各大超级 app 捆绑后带来的用户流量吸引众多创业者参与并着力改善技术、加快资本融合, 这也使得暂且停留在观望角度的保守型企业对小程序有了新层面的认识, 从而加快进入到小程序建设队伍的步伐, 整个互联网行业出现新一轮的增长潜力, 根据阿拉丁发布的小程序行业首份生态白皮书及相关小程序使用数据显示, 本文认为小程序发展现状可通过以下四个方面进行阐述。

(一) 与超级 APP 联手推广, 技术资本有保障, 用户信任度高

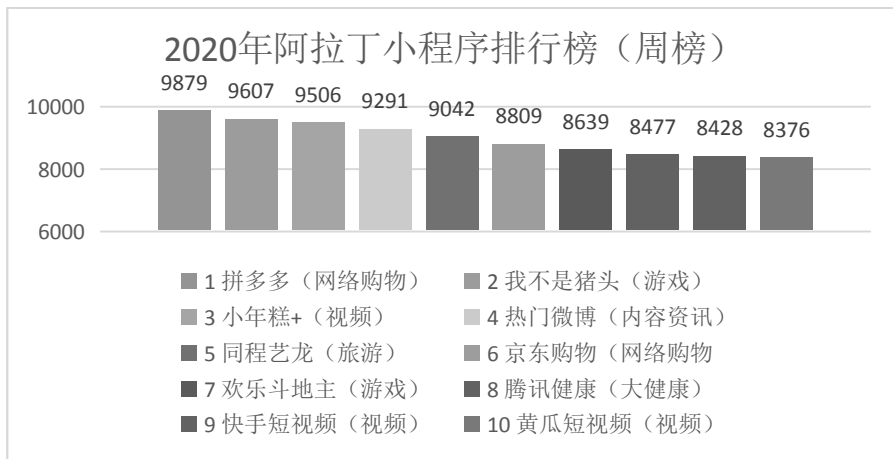


图1 2020年阿拉丁小程序排行榜（资料来源：阿拉丁数据）

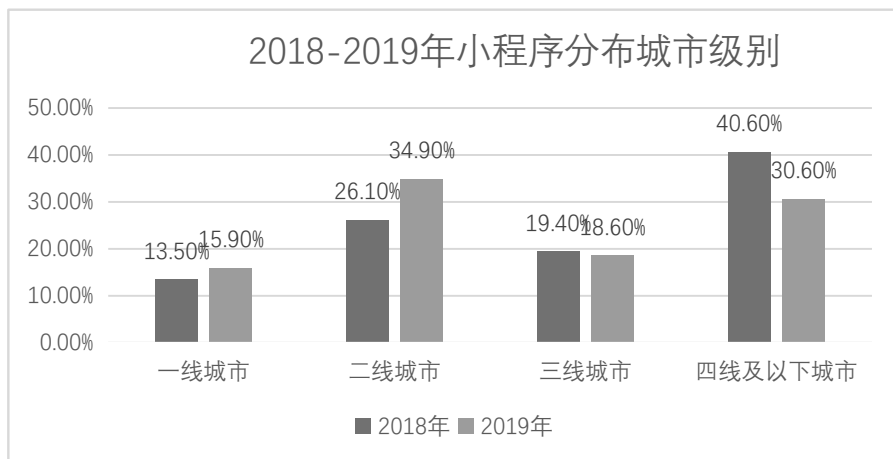


图2 小程序分布城市等级（资料来源：公开资料整理）

现今APP人口红利的模式已然接近尾声, 互联网巨头纷纷做出应对, 以自身已经拥有的超级 APP 为基搭建小程序或轻应用的分发平台。截至 2019 年 6 月, 微信月活跃设备数高达 11.2 亿, 截至 2020 年 1 月由全网小程序观察与连接平台阿拉丁指数显示小程序阿拉丁指数¹ 排行榜上拼多多、京东、同程艺龙、滴滴出行微博等都排名靠前, 位居前十, 如图 1 所示:

而这些小程序背后也有着共同特点, 即由互联网巨头或上市公司开发的原有超级 APP

带领, 比如京东购物背后的京东世纪贸易有限公司、热门微博背后的腾讯计算机系统有限公司、以滴滴、去哪儿、同程旅游的旅游酒店交通平台, 以四通、顺丰为主的各大物流快递行业等, 这些行业巨头带来资本与技术更新同时充分利用了微信 10 亿用户流量这个庞大市场, 使得小程序发展逐渐出现商业化势头。这也从另一方面表明, 小程序与超级 APP 联合后所带来的流量、用户群的固定, 提升了受众安全感、信任感。

(二) 深入平民生活, 用户群体趋渐年

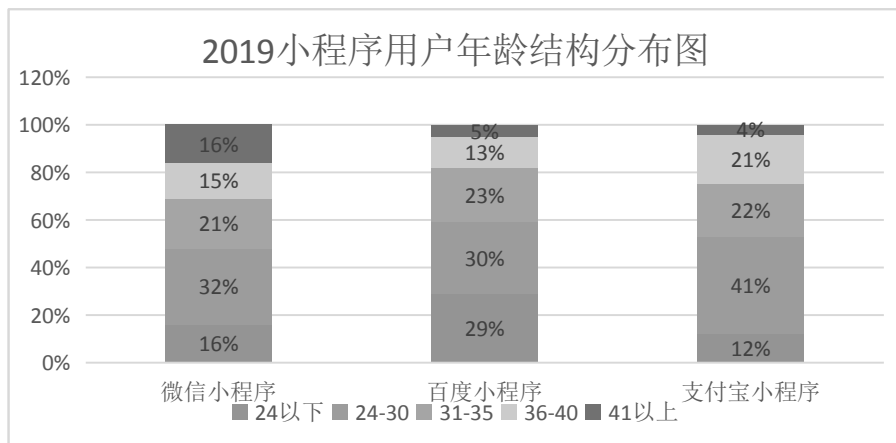


图3 2019年BAT小程序用户年龄结构分布 (资料来源:公开资料整理)

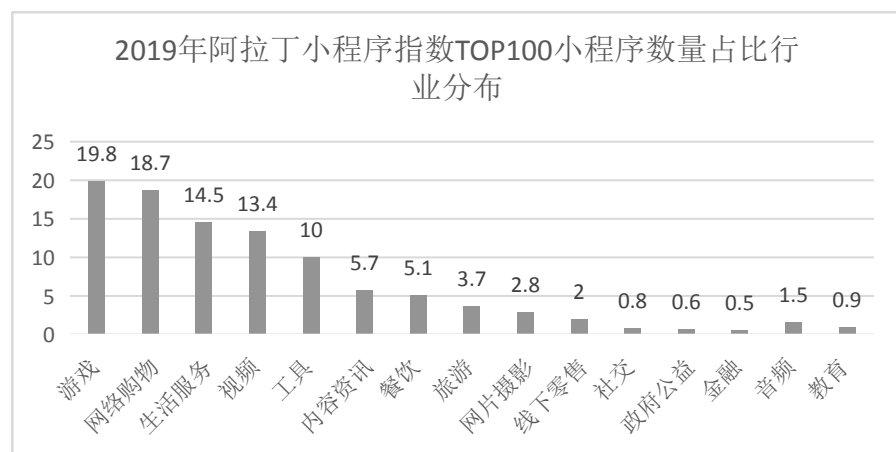


图4 2019年阿拉丁小程序指数TOP100小程序数量占比行业分布 (数据来源:公开资料整理)

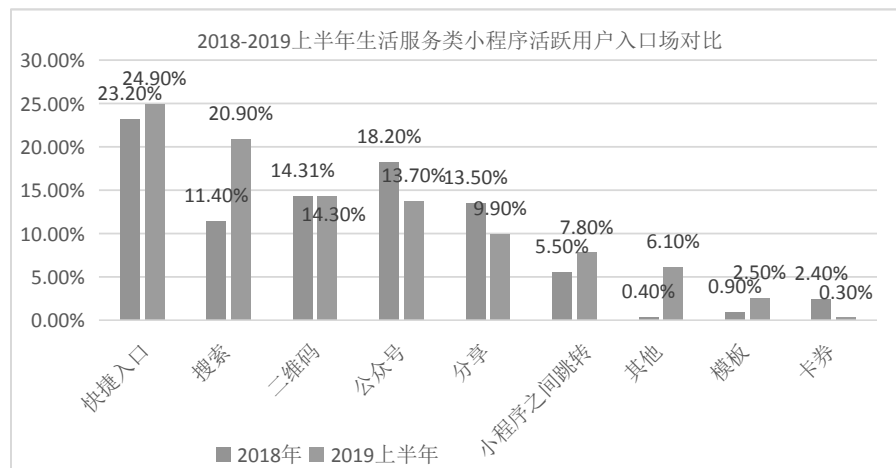


图5 2018-2019上半年生活服务类小程序活跃用户入场对比

轻化

微信小程序覆盖着越来越多的公共服务和生活服务,所带来的影响即是小程序深入平民生活成为一种必然趋势,根据阿拉丁指数显示,三四线城市以下的用户占比表现出科技下沉趋势,同时中国二三线及以下的创业者开始涌现并成绩不俗。如图2所示

其次从百度、腾讯和阿里三大互联网巨头的小程序平台使用数据看,微信小程序年龄结构分布较为均匀外,百度和支付宝都以

24-30之间的年轻群体为主,占比超过40%,除此之外,本文通过查询相关数据发现以生活服务类小程序为代表,18-39岁的中青年人群仍为主力军,占比高达72.8%,其中18-29岁青年人占比达45%。可见年轻一代的消费能力正逐渐成为小程序发展飞跃的中坚力量,继续挖掘用户潜力刺激市场需求是小程序市场化的必由之路也是实现科技下沉、资源全民共享的发展精神所在。

(三)各行业小程序实用价值高发展稳定,

行业秩序有待规范

以服务型小程序为例,根据调查数据显示,电商、游戏和美食类小程序为使用频率最高的三大类别,因此围绕游戏、购物和美食展开的相关服务型小程序数次位居首位。从企业小程序发展角度看,以京东为代表的电子商务小程序行业分布也基本呈现较为稳定的发展势头,截至2019年6月,拼多多、京东、美团和小红书牢牢占据电子商务行业月活跃设备数TOP4的位置,且与第五名拉开极大差距。值得一提的是,拼多多在饱受争议诉讼病中凭借社交电商业务模式与小程序的紧密契合实现了行业内TOP1的蝉联,京东则凭借618的成功造势实现了高达79.1%的环比增长,发展潜力丰富。但是价值上升的同时本文也强调应该关注小程序虽呈现爆发式增长,行业内相应规范措施却尚未完善,大量小程序的涌现导致行业内问题百出,各中小企业为达利益恶性竞争,版权专利混乱、开发框架、内容创意的抄袭、病毒式分享传播、恶趣低俗危害青少年身心健康问题等,同时其开发领域充斥着盲目开发,开发门槛低,导致同类型小程序占用用户资源,严重阻碍了小程序行业的正常有序发展,综上所述,小程序不断商业化的同时其市场门槛低所带来的负面效应也是节节攀升,因此要想实现网络秩序的持续健康发展,行业竞争准则和小程序背后的网络经济大环境有待法治与人治相结合的细致规范与监管。

二、小程序现有发展特征

(一)与特定app相比成本值低,开发技术成熟,产品宣传力度强

作为普通大众首次定义的互联网标准,小程序得以快速普及和推广,那小程序到底是什么?有什么特殊功能值得我们争相使用?本文通过各方面数据整理及用户体验调查后归纳发现,小程序作为新时代人们俗称的“懒人神器”,免下载、免安装,其核心功能包括电商、预约、到店、外卖、咨询、推广系统、拼团等真正做到多功能、宽领域,直面广大受众。对于开发商而言小程序相较于APP制作成本低,推广成本低,同时小程序日渐更新,入口越来越开放。从而更有利于调节资本投入以提升其技术和用户覆盖面。

(二)与微信公众号相比用户操作便利,管理方便易于收集数据打造健康富有活力的互联网生态圈

恰如经济学界学者所言,小程序作为一个互联网经济进入新时代的产物或将上演颠覆整个行业格局的年度大戏。众所周知小程序无需下载安装即点即用是完全依附于微信、百度等大型引擎,在未来五年以内,关于小程序的相关研究和学者也大胆预测小程序将以一

己之力占领 90% 广告宣传、用户体验、大数据收集等多种市场, 同时与五年前同样盛极一时的微信公众号相比, 其一小程序进出自由, 可简单实现与微信聊天窗口, 实时切换, 公众号则如同新开窗口只能退出后才可再进入其他聊天窗口。其二、小程序即扫即入。

(三) 连续更新多项新功能, 上线商家增多, 覆盖面越来越广

生活服务小程序上榜企业已经覆盖了快递、交通出行、房屋、电影、通讯服务等主要生活服务场景, 小程序即用即走的特点与人们日常生活服务中的很多场景都很匹配, 因此能获得很高的使用频率。根据阿拉丁统计平台显示, 2019 年上半年生活服务类小程序场景入口分布中, 快捷入口占比最高, 达到 24.9%。较上年相比增长 1.7%, 用户对小程序的习惯使用程度继续上升, 在移动端会有保留使用频率高的小程序。搜索是增长最明显的场景入口, 将近是 2018 年上半年的两倍, 说明用户知道小程序的意识显著提升。

三、结论

(前景预测分析)

由上文已知小程序主要仍得胜于轻量化, 而其轻量化则体现在灵活快捷, 但是它并不会因此而取代独立 APP。从经济发展层面看, 本

文认为一方面微信小程序用户规模虽然大但是用户习惯未完全养成, 发展用户群体转移有一定难度, 另一方面小程序从野蛮生长向品质化发展的确有着强大的可挖掘潜力, 因此本文从小程序现状研究出发, 对小程序的未来展望预测如下:

(一) 5G 商业化进程加速, 人工智能将联合小程序成为其又一功能性突破

百度、阿里等国内公司积极投入技术支撑大力开发小程序的服务入口, 因此也将极大地丰富小程序运营规模。同时, 时代大数据的数据挖掘与计算机实现的超级算法为小程序的开发提供平台支持, 因此人工智能与小程序的结合无疑是加快推进小程序优质发展、打造健康小程序生态环境的必由之路, 是广大中小企业不可错过的机遇。

(二) 小程序将推动电商发展进入新阶段, 进入一个全新的电商时代

首先小程序的出现大大丰富了营销方式和渠道, 使得企业在公众面前曝光的频率更高、更活跃, 节约企业各项交易成本。其次小程序的依托背景主要是微信、百度、支付宝, 其交易环节更显优势。最重要的是小程序所特有的个性化设计即“量身定制”的特点为电商长远发展提供可能。

(三) 突破流量的衡量标准, 着重发展小

程序商业模式

小程序优点在于进出自由便捷, 但也是这份便捷使得用户流量流失过快, 很难做到像超级 APP 一般与用户移动端相捆绑, 因此本文强调, 小程序应着重于更轻便、更丰富、更强大的营销功能, 提供更多场景化、满足 O2O 服务模式体验以及保证产品精细化、协作化, 引领行业发展潮流。

(四) 开放式发展, 规范小程序生态秩序的同时, 鼓励更多非互联网从业者投身小程序开发建设

开放式小程序这一点百度一马当先, 开发一款能在多个大型 app 上运行的智能小程序。要开发小程序原始发展潜力, 要利用现今还存在的流量红利及巨大市场潜力引进新型产业, 发挥小程序平台优势, 普及小程序进入准则, 鼓励非互联网从业者加入, 丰富小程序生态。

国家大学生创新创业训练计划项目: 本文为大学生创新创业计划项目研究文章, (项目编号: S201911532049)。

注释

1. 小程序阿拉丁指数: 通过小程序人气、搜索、使用、分享等指标, 科学计算出来的小程序综合评分。

(上接第 198 页)

花费人力物力, 进行宣传, 但是收到的效果却微乎其微, 有的村民不理解政策甚至进行上访。其次, 对于扶贫工作而言, 基层组织的工作往往是处于最末端的, 而且要接受各方面的考核, 为了应对考核, 以及政绩要求, 扶贫的基层工作人员不得不把精力集中在考核阶段。在一定程度上, 忽略了真正的宣传工作。

三、河北省扶贫工作中存在问题的对策

(一) 引导社会公众和贫困群众正确认识扶贫工作以及改变传统的扶贫方式

首先, 一方面就是让社会公众亲身体验, 亲自走入贫困群众的生活, 在实际接触中再去深入地理解和认识到扶贫工作的内涵和意义。另一方面, 要端正贫困群众对扶贫工作的认识, 对于扶贫工作的预期要合理定位, 如果群众提出的要求不合理, 那么我们工作人员要懂得甄别并对此进行教育, 在贫困群众中树立正确的价值观。

其次, 一方面要对农村地区的教育投入, 从办学条件的改善和师资力量提高入手, 将先进的教学方法和管理理念深入到现实的教育教学当中, 从而改革农村落后的教学模式。同时, 发展远程教育, 将现代科学技术与教学相结合, 通过网上授课, 实现教育资源的共享。

另一方面, 加强贫困群众的职业技能培训。开展实用技术、加强技能培训、就业创业知识培训, 提高农户的农业生产能力。针对不同地区的发展特色以及困难群众的自身意愿, 有针对性地进行职业技能的培训。

(二) 充分使用扶贫资金以及资金监管的对策

首先, 扶贫资金的安排要与当地的自然资源以及产业发展相结合。在安排扶贫资金的过程中, 尽量避免扶贫项目分散的问题。要发挥好当地的自然资源优势, 在技术指导方面, 引导群众选择市场前景好, 经济收益高, 并且能够带动贫困人口实现脱贫的产业发展项目。其次, 在资金的监管方面, 要做到建立阳光运行平台, 让扶贫资金透明使用, 让群众明白扶贫资金的使用动态, 才能防止骗取套取、借机牟利、违规使用等现象出现。

(三) 增进扶贫宣传效果的对策

随着科学技术的发展, 村委会大部分都安装了数字移动电视, 客观上, 缩短了政策下达的时间。但是结合到河北一些贫困的山区, 实际情况是由于文化差异等因素的影响, 贫困群众对很多政策难以充分理解。在扶贫模式上, 基层工作人员可以采用深受广大村民喜爱的语言模式, 告知并解读政策, 从根本上提高群

众的认知水平, 在走进贫困群众家中进行宣传的实际过程中, 工作人员要用当地群众能够通俗易懂的, 接地气的语言方式进行宣传教育。

四、结语

通过对当前河北省扶贫的现状、政策的分析, 并多方面探讨当前所面临的问题, 可以知道, 在我们的扶贫工作取得了不少成就的同时, 也不可避免地存在着一些问题, 其中, 社会公众及贫困群众对扶贫工作的认识、使用扶贫资金以及资金监管、对扶贫工作的宣传效率都存在一定问题。因此, 解决这些问题仍有很长的一段路要走。它需要政府、社会大众和贫困群众的共同努力, 才能彻底得到解决。

参考文献

- [1] 中共中央文献研究室. 习近平关于社会主义经济建设论述摘编[M]. 北京: 中央文献出版社, 2017(5): 14.
- [2] 张世佳. 河北省魏县精准扶贫问题与对策研究[J]. 中国集体经济, 2019(10): 30-31.
- [3] 河北省农业厅推介特色产业扶贫模式[J]. 河北农业, 2018(9): 2.
- [4] 王妍. 河北省精准扶贫影响因素实证分析[J]. 合作经济与科技, 2018(16): 169.