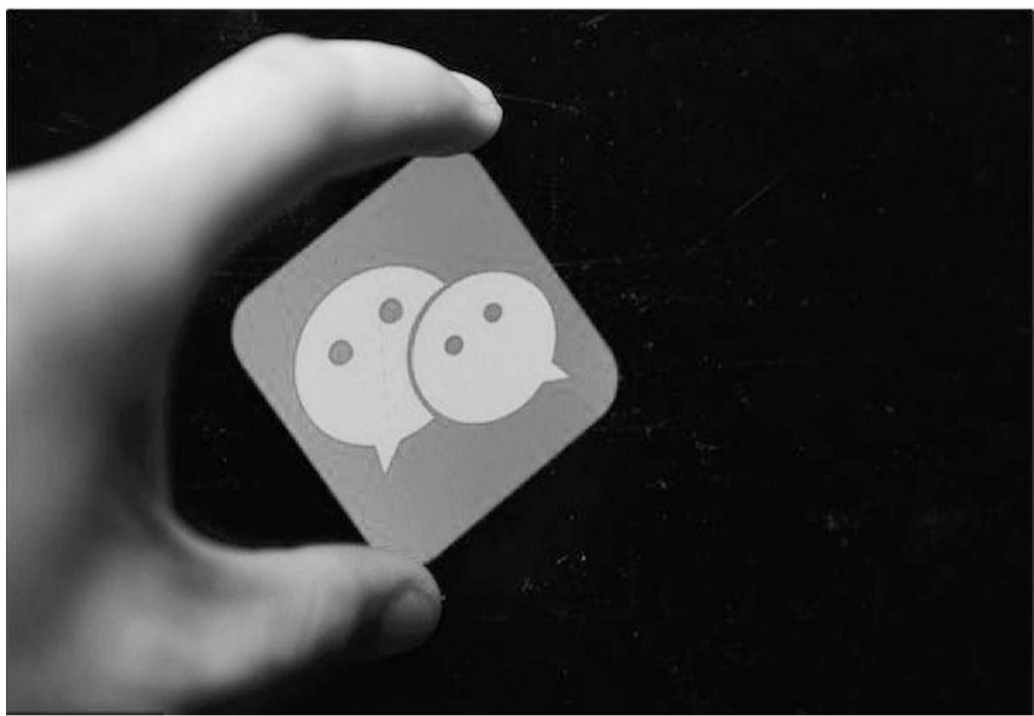


小程序来了，微信、商家和用户能干什么？

1月9日，微信小程序上线。用户纷纷尝鲜使用第一批推出的小程序，有的吵着“要把手机里的APP全部卸载”；业内各路“神仙”都在摩拳擦掌，想着能从小程序这里得到什么，搞出流量和新商业模式……小程序，到底要干什么，能干什么？



小程序想要什么

在小程序正式上线之前，微信创始人张小龙在微信公开课上披露，小程序是要实现应用无处不在、即用即走。消息一发布，业内就认为这将颠覆APP应用市场。要知道，仅苹果APP Store在2016年的营收就达到280亿美元，开发者们从中分到200亿美元的“蛋糕”。

技术创新将带来商业模式的颠覆，意味着一批旧业态将面临洗牌乃至淘汰，所以伴随着小程序诞生，互联网行业中也就不乏“哀嚎声”。

不过，微信自身似乎并没有这个意思，或者说它的野心不在此处。

张小龙在揭开小程序神秘面纱时举的例子，是两个线下连接场景：一是公交车站扫码得知到站时间；二是汽车站扫码买票。

用户能得到什么

9日凌晨，不少微信深度用户发现自己不明就里地被邀请进N个新群，原来是小程序来了。

与玩转多年的互联网法则不同，小程序人为设置了线上导流的限制，用户只能通过线下扫码、搜索或朋友点对点、群分享。

有用户尝鲜后表示，这没什么不同呀！但事实可能并非如此。

首先是“乞丐版手机”的福音，16G内存空间的用户“得救”了。来自爱范儿的评测员说，最先是一些使用频率不高的APP可以考虑卸载，以节省存储空间。但对于高频APP，是否能够被替代还有待观察。

目前，包括去哪儿、携程、摩拜单车

微信开发团队的KINK告诉记者，这两个场景有个共同特点就是弱连接，用户下一次再用可能是一个星期后甚至是一个月后；第二是与线下紧密连接。

小程序禁止推送，也禁止朋友圈分享。微信团队称，这背后的潜台词是：当用户想不起来你是谁，你在哪儿的时候，拜托你不要出现。

微信此次推出小程序，到底想要干嘛？

马化腾对未来互联网的一个描述便是“连接一起”，微信以及小程序，显然也与这一目的相关。

在连接人与人、人与服务、人与商业方面都已经成熟的产品和服务，但连接人和物品还进展缓慢。没有被电子化的物品怎么连接？最实惠和便利的入口便是二维码，而小程序就是要做这个连接。

等APP都做了首批小程序。记者测试发现，这些小程序功能都有所“缩水”，并不能完全替代APP。

不过，这不是小程序的Bug，而是这些APP及其背后的企业有意有所区别。毕竟，互联网是一个争流量的时代，谁也不想把自己的入口拱手相送。对于用户而言，小程序的到来，显然又多了一个渠道或者入口。

想象一下，如果所有APP都卸载了，你打开APP点个餐，或者听个音乐，你需要打开微信——发现——小程序，然后才能看到你曾经使用过的小程序，原本一步就可完成的事情得变四步。显然，这不符合用户习惯。

业界能干什么

但在业界，这却是一个值得关心的创新产品。

从现在看，一些订餐、旅行、出行等服务类APP都在急着上线小程序。但是，小程序没有粉丝逻辑、没有群发、没有应用排序，也没有收藏，只有浏览记录，这对用户是便捷，可对众多依靠微信生态生存的小企业和商家而言，简直是“要命”。

目前来看，只会是“人有我有”，做个样子罢了。

对于线上而言，微信团队明确，小程序更适合低频应用，特别是工具类应用。从这个角度看，小程序更像是服务号的“升级”，也就是连接内容以外的东西。

影响最直接的莫过于应用开发。中移动互联网公司MM市场负责人说，过去随着APP发展起来的程序外包企业成批产生，小程序将改变这个行业规则，当然也会带来新一波高峰，可以肯定的是，这个生态将会被改变。

目前，苹果APP Store并不像安卓那样支持将小程序直接“钉在”桌面。因此，短期内，iOS生态下的APP开发者所受影响较小，而安卓生态无疑将发生较大改变。

更大的变化会在线下，正如张小龙描述的，小程序希望做线下弱连接的入口。业内预计，线下商家短期可以降低获客和开发成本，但将自己的渠道放在另一家渠道商手里，也是一个“手心手背都痛”的两难选择。

由于7亿活跃用户加持，小程序无论未来走向何方，业界势必都会掀起一场新的“押宝大战”。业内人士称，关注线下和弱连接，表明中国的移动互联网行业从疯狂走向理性，行业将会越来越关注细微应用和服务，从过去的高频刚需竞争转向低频刚需竞争。

(来源：新华网)



春运安全连万家，
出行平安你我他。