

除了玩“跳一跳”，小程序还适合做什么？

记者 乐骁立



“玩一个小游戏才是正经事”，去年12月28日，静默了一年的小程序，随着微信版本的更新和一个叫做跳一跳的游戏小程序上线，一下子成了移动互联时代又一个现象级事件。朋友圈内几乎每个人都在“颠儿颠儿”地跳，小程序的用户一下子飙升到4亿，这个数据还在增长。就这样，开发小程序的代理商也像雨后春笋一样冒了出来。“公众号改变中国的信息传播方式，小程序改变中国的商业模式。”这样的话频频在互联网创业者们的嘴里复述着。那么，小程序究竟有着怎样的魅力，其优势在哪？

..... 小程序是什么？

“如何看待小程序这个风口？”记者在写稿前曾在朋友圈做了一次小规模的问卷，不少朋友在回复栏中整齐地表示：“微信将一统江湖”。

在他们看来，小程序就是将APP搬到了微信上，依仗着微信9.6亿用户（截至2017年12月31日），碾压其他APP只是时间问题。

确实2017年末小程序爆发后，1.7亿日活跃量、上线58万个足以让人咋舌。但事实真的是这样吗？首先来看看微信官方是怎么理解小程序这个产品的。

腾讯高级副总裁、“微信之父”张小龙在1月15日召开的2018微信公开课上，阐述了他对小程序的理解、定位与希望。

首先关于“跳一跳”这款游戏，张小龙表示：“小程序是游戏很好的一个实验场，我们希望通过小游戏这样一个平台，吸引更多的游戏开发厂商进来，并且基于小游戏去定义一个新的平台规则。”

他表示，微信用户规模增长未来将出现“天花板”，而如何精细化操作，强化用户体验和创新形态则成了微信下一步的考量。小程序成了微信拥有“新形态”的战略性产品。

张小龙认为，微信不是一个“中心化”的存在，因为微信会提供非常多的服务，这些服务都是由不同的公司来提供的，微信只是一个提供服务的工具，并且微信不负责给服务提供流量，而是由用户自己去创造。

记者采访了腾讯科技有限公司浙江客户总监张晓东。他对“微信一统江湖”的说法表示了极大的否定。

他认为，小程序置于整个微信生态来说，就是把“轻”做到极致，使用户轻松获得服务工具、轻松找到入口，用完就走，没有负担。

“腾讯微信团队开发小程序绝没有想和谁竞争的初衷，只是想把服务做得更好。”他说。



制图 徐哨