

# 小程序 搅动资源争夺战

小程序的竞争从功能 PK 升级到底层资源支持。近日,阿里发布小程序云,成为继腾讯后又一家为小程序开发者提供后端服务的平台。对小程序的持续开放,让小程序与 App 的功能几乎无异,平台间的竞争从流量多寡延伸到服务能力强弱,从提升流量入口、到后端云计算服务,头部互联网平台为小程序几乎调配了所有能调用的资源。

## 1. 小程序云陆续上场

专为小程序提供云计算解决方案是顺理成章的事。因为移动互联网巨头们已经从流量竞争升级到平台竞争,小程序成为布局的战略重点,也因为开发小程序与之前的网页和 App 一样,底层资源的支持必不可少。

根据阿里云的介绍,一站式云服务是支付宝小程序云的最大亮点,依托阿里云的产品基础,可为开发者提供包括 Serverless 开发套件、应用托管服务等后端云服务。

同时,支付宝、高德、淘宝、钉钉及第三方上亿流量的小程序后端获统一标准。开发者可在这些小程序端上进行统一的应用发布、资源管理、数据管理。小程序云还与阿里集团各个开放平台的服务市场深度协同,帮助开发者更多、更广泛地覆盖企业用户。

为了展示阿里云对搭建小程序的具体帮助,阿里云智能产品管理部总经理马劲还公开演示了如何借助阿里云的基础平台能力快速创建小程序。以推出一款智能买车小程序为例,开发者可以整合阿里云的 AI、语音交互、高德地图等能力,并引入合作伙伴的全景看车能力,5 天就能上线这款小程序,用户还可以直接使用花呗分期购买车辆。

为小程序提供底层支持的还有腾讯,腾讯云在 2018 年 9 月就已推出“小程序·云开发”解决方案,提供云函数、

数据库、存储管理等云服务,提供一站式开发服务。基于“小程序·云开发”解决方案,小程序开发者可以将服务部署与运营环节进行云端托管,通过 Serverless 开发模式实现小程序产品的快速上线与迭代。

“小程序打破了‘跨系统开发’的瓶颈限制,小程序·云开发则进一步降低了小程序的开发门槛。”腾讯云产品运营总监秦俊表示。腾讯方面还用量化的对比来展示云解决方案的优势。以小程序上传功能的实现为例,传统开发模式下,通过后台、前端、运维,总耗时超过 1142 分钟,但是在小程序·云开发模式下,只需要 1 个前端步骤,4 分钟就能完成。

腾讯云还是首个提出云资源扶持计划的平台。1 月 9 日,腾讯云宣布推出总价值超过 10 亿元的“小程序·云开发”资源扶持计划,对超过 100 万个小程序开发者提供免费云开发资源扶持。

阿里的路径也一样,在推出小程序云的同时,发布“阿里小程序繁星计划”,提供 20 亿元补贴,扶持超过 200 万小程序开发者、超过 100 万商家。凡入选“超星”的小程序,入驻支付宝、淘宝、钉钉、高德后还能得到流量重点支持。

百度智能小程序方面也表示,百度智能小程序正在跟百度云对接专门针对小程序的云服务。

## 2. 从功能到资源 PK

准确来说,微信小程序由于布局较早,基本遵循着先完善功能再提供资源支持的顺序。后来者支付宝和百度则几乎是同时祭出功能和资源的大招。

拿首页下拉显示小程序为例,2017 年底,也就是微信小程序正式上线一年后,微信在首页为小程序新增一个入口。用户下拉微信首页,会直接显示最近打开的小程序。同样也是这个功能,百度在正式推出智能小程序半年后在首页增加下拉菜单。支付宝更是心急,在入局小程序之后 3 个月即跟进上述功能。

据不完全统计,为了展示自己对小程序的流量支持,平台在搜索、网页跳转、应用商店、文章详情页、支付成功页面等都设置了小程序入口。

广设入口的同时,平台还降低了小程序的开发门槛。2018 年 12 月,百度与 12 家企业结成开源联盟,上述企

业将陆续在各自旗下的 App 支持运行智能小程序。据不完全统计,百度系 App 及开源联盟伙伴的 App 月活跃用户在不去重的情况下可以达到 30 亿规模。

功能与资源的扶持也让小程序越来越成熟,并对平台形成了可观的营收。根据腾讯财报,在微信朋友圈、小程序、QQ 看点及移动广告联盟的推动下,2018 年社交及其他广告收入全年同比增长 55%至 398 亿元,四季度同比增长 44%至 118 亿元。推动力之一的小程序,用户人均日访问量同比增长 54%,覆盖超过 200 个服务行业。

“不能简单地先完善功能后赋能资源好,还是同步推进更加有效。”比达咨询分析师李锦清表示,“站在后来者的角度上,没有像微信那么多的选择权,不过可以让自己的优势先行,比如阿里云提供云服务。”

## 3. 巨头平台取长补短

直接体现出平台优势差异性的还有小程序的类别。

根据 QuestMobile 发布的移动互联网全景生态流量洞察报告(以下简称“报告”),巨头的小程序各具特色:微信小程序先发优势明显,支付宝小程序着重赋能消费与金融场景,百度小程序以搜索、信息流和 AI 实现精准分发。

从行业的角度看,微信小程序多处在娱乐、电商、生活和旅游出行领域,支付宝小程序则主要集中在电商、生活和旅游出行,百度在娱乐、电商和生活类的小程序较多。

具体到哪些小程序享受到了巨头的流量红利,QuestMobile 报告指出,2019 年 2 月,腾讯系典型玩家均优先获得微信流量加持,微信小程序已经

成为这些应用重要的流量来源,支付宝小程序热门领域应用用户规模前 20 名所属公司有 30%为阿里系,25%属于阿里。出行服务、移动购物和生活服务的小程序均占比 25%,旅游服务和移动视频分别占比 10%和 5%。

百度智能小程序中属于百度及百度系的占比并不高,分别为 10%和 6.7%。占比 23.3%的行业为移动视频和生活服务,汽车服务占比 16.7%,移动购物和移动社交均占比 10%。

以上三家中,微信小程序的行业分布更均衡。李锦清认为,这与微信的定位有关,“微信一直都坚持自己是‘工具’,对于微信和小程序的功能上线和升级上,更是保持着普适的原则。阿里则强调提供商业操作系统,在零售场景更有经验”。(据《北京商报》)