

小程序平台的竞争激烈程度

| | |
|------|--------------------------------------|
| 产品名称 | 小程序平台的竞争激烈程度 |
| 公司名称 | 杭州黑斑马信息技术有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 杭州市滨江区长河街道滨和路1174号2层（托管：0043号）（注册地址） |
| 联系电话 | 13386531520 |

产品详情

这是一个*的时代，也是一个*坏的时代，对于当下的互联网以及背后的应用开发者而言，大抵或都如此。了解一下小程序平台的竞争激烈程度。人口红利见顶，流量板结化趋势明显，用户获取成本高企，诸多APP用户启用频率与停留时长偏低，都成为了已进入下半场的互联网的显著挑战；但另一方面我们也看到：总有新的理念更新、技术发展、解决方案来破壁当前困境。诸如小程序在2018年的全面爆发，就可以视作是巨头分享自家流量赋能中小应用成长的显著一例，当然，这其中巨头也是在利用自家流量、技术、服务在跑马圈地。一、巨头入局小程序，开发者站上十字路口如我们所见，2018，把持当下中国网络用户社交、购物、搜索、资讯等核心需求的巨头玩家们，悉数入场小程序，开始抢占新移动时代的发展风口。而其中对于开发者的争夺，正成为巨头们竞争的关键。这事实上并不难理解，他们选择谁家平台做为核心耕耘平台，那么这一平台未来的生态环境自然也就更为壮大，这一逻辑与Android和iOS对开发者的竞争，事实上是如出一辙。也正因如此，各大平台拿出了优势与解决方案来争取开发者的欢心。可以说当下的小程序开发者们正处于一种久违的幸福感中——要扶持有扶持，要流量有流量。但与此同时我们也能发现，许多开发者面对究竟选择谁做为平台颇为举棋不定，陷入了选择困难症。在我身边的一些朋友就时常身陷其中。的确，从某种层面来说，这也是他们的身不由己——看似拥有很多选择，但往往却似乎有没有选择——毕竟他们多为没有资源、能力有限的小公司，经不起折腾，没有大公司的多轮试错机会，多数的盘算是先将某一平台做大做强之后，在实现多平台覆盖。所以从某种程度来说，小程序开发平台的选择，实际上是关乎其未来生死存亡的大事。这使得他们在面对各色小程序平台时，又一次站在了十字路口，徘徊四顾。二、选择核心发力平台，需要多方权衡那么对于小程序开发者而言，特别是当下尚不具备广撒网能力的众多中小开发者而言，面对微信、百度、支付宝、头条等推出的小程序平台，究竟选择谁家平台作为核心发力点，才有可能更好更快的打响*枪？事实上需要从平台的竞争激烈程度、扶持政策、流量规模、质量等多方权衡。小程序平台竞争激烈程度：微信>百度=支付宝>头条从当下四大主要小程序平台的竞争现实来看，微信小程序平台的竞争无疑是*为激烈。得益于微信在小程序上的先发优势，其平台已有的小程序的数量，在当下可以说是占据着的优势。据36氪报道，在12月6日微信小程序团队的闭门沟通会上公布的数据显示：当下已上线的微信小程序超过100万个。作为对比，此前支付宝在9月份正式发布小程序时，对外宣称：依靠自然增长，支付宝小程序平台的小程序数量共计超过2万。这种数量差距可见一斑。对于正准备入局小程序的开发者而言，已有百万级小程序存量的微信平台，必然竞争变得分外激烈，这使得微信小程序生态在事实上已经形成了非常明显的丛林法则——先来者已经在微信平台上已经占据了先机，且在大概率上并不会允许后来者冒头，这就犹如当下的App Store，虽然有着数以百万计的APP，却鲜有后来居上者，多数都是死应用。所以从这个层面来说，对于

现在准备入局小程序的开发者而言，选择微信平台并不见得是个明智的决定，反而选择百度、支付宝、头条这些平台，或许更为有利可图。毕竟这些平台的小程序竞争，在当下的并不是特别激烈，这使得开发者在这些平台能够拥有大得多的成功几率，即使从概率来说。另一方面，百度、支付宝、头条这些平台同样也拥有过亿的月活数据，也为开发者提供了流量保底。诸如在11月初召开的百度世界大会上，百度就对外宣布称：“在过去120天内，百度智能小程序月活用户已经超过1.5亿，成功覆盖了262个细分领域。”在此之前，支付宝也宣称其小程序日活达1.2亿。