



小程序 大能量

肖月 编著

一本书学会小程序的开发和运营

- 小程序是什么？
- 小程序的营销思路和推广策略是什么？
- 如何开发小程序？
- 如何打造爆款小程序？

 中国工信出版集团

 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS



小程序 大能量

一本书学会小程序的
开发和运营

肖月 编著

人民邮电出版社
北京

图书在版编目 (CIP) 数据

小程序, 大能量: 一本书学会小程序的开发和运营 / 肖月编著. — 北京: 人民邮电出版社, 2018. 12
ISBN 978-7-115-49549-5

I. ①小… II. ①肖… III. ①移动终端—应用程序—程序设计②网络营销 IV. ①TN929.53②F713.365.2

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第228067号

内 容 提 要

本书主要针对零基础的读者, 详细讲解小程序的搭建以及小程序的运营等知识。全书共有6章。第1章重点介绍了小程序诞生的原因以及小程序的发展历史; 第2章详细讲解了快速搭建小程序的方法; 第3章向读者阐述了小程序和互联网运营的关系; 第4章主要介绍了小程序运营的意义; 第5章全面分析了打造爆款小程序的策略; 第6章重点总结了小程序的营销推广策略。

本书可以作为对小程序感兴趣的个人以及企业的学习用书, 帮助读者快速全面了解小程序的搭建与运营。

◆ 编 著 肖 月
责任编辑 俞 彬
责任印制 马振武

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号
邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
大厂聚鑫印刷有限责任公司印刷

◆ 开本: 720×960 1/16
印张: 15.5
字数: 214千字
印数: 1—2500册

2018年12月第1版

2018年12月河北第1次印刷

定价: 49.80元

读者服务热线: (010)81055410 印装质量热线: (010)81055316

反盗版热线: (010)81055315

广告经营许可证: 京东工商广登字20170147号

2018年，互联网营销的下半场，线上流量增长速度再次放缓。互联网营销圈内的热点从“流量”变成了新零售、线上与线下融合（Online Merge Offline, OMO）、小程序和区块链。

马云在2016年的云栖大会上直言：“未来的十年、二十年，没有电子商务这一说，只有新零售这一说。”虽然很多媒体人还不能理解新零售的意义和价值，但京东、小米、永辉等公司已积极开展新零售方面的探索和尝试。从2016年到2018年，市场花了两年的时间理解和接受“新零售”概念，市场也终于接受“新零售是解决电子商务痛点的方案”这一观念，但在2017年之前，关于怎么解决电子商务和新零售交替迭代过程中消费者的消费场景和使用习惯等问题，答案还是模糊的。盒马鲜生、每日优鲜等尝试用升级的线上到线下（Online To Offline, O2O）、“线下超市+网上下单+快速直达”的方式来解决，但效果欠佳。这个时候，小程序出现了。

我认为“小程序就是新零售的解决方案”，而且这本书将会讲到小程序、新零售之间的关系，相信看到这里的你，已经开始对这本书感到好奇了。

这本书的内容不仅仅是关于新零售的，它更是一本短时间内就能让人学会开发、打造、运营小程序的书。我在本书中写了许多的案例和操作方法，只要照着做，许多成功经验都可以直接复制。

那么，这到底是一本什么样的书呢？



这是一本保姆级的，让没有开发技术基础的人都可以深度了解小程序，并且学会开发和运营小程序的书。本书虽然非常简单，但是却能让你从一个对小程序完全不了解的人，变得能充分理解小程序，知道小程序的意义，并且可以试着打造和运营自己的小程序。所以，如果你想了解小程序，但并不打算使用太多的时间，或者说你只打算买一本关于小程序的书，那么，看这本书就足够了。

同时，这也是一本可以让你举一反三，为你拓宽思路的营销手册。当你“吃透”了它，会发现营销推广其实也没有那么难。从小程序出发，学会品牌运营，才是这本书的真正目的。

编者

第1章 全世界都在谈的小程序到底是什么

1.1 小程序? 看起来似乎很复杂 /002

1.2 小程序其实很简单 /005

1.3 小程序为什么会诞生 /006

1.4 关于小程序的八大误解 /010

1.5 小程序的发展历史 /018

第2章 零基础, 学会搭建小程序

2.1 开发小程序的4种办法 /022

2.2 零基础, 如何搭建小程序 /026

2.3 最快两个小时, 小程序就能上线 /036

2.4 如何用法律保护原创小程序 /052

2.5 开发小程序时的常见问题 /055

第3章 小程序能为社会解决什么问题

3.1 崛起的小程序和消退的电子商务 /080

3.2 小程序、新零售、智慧零售和OMO /082

3.3 小程序, 连接一切 /087

3.4 小程序, 不止连接一切 /090

3.5 手把手教你“玩转”自定义分析 /104



第4章 小程序的战略价值

- 4.1** 只有小程序是不够的，你还需要公众号 /126
- 4.2** 小程序只是全平台战略的一部分 /143
- 4.3** 小程序能为企业和个人做些什么 /149
- 4.4** 剖析电商和工具类小程序的战略价值 /155
- 4.5** 小游戏的变现之路 /158

第5章 如何打造爆款小程序

- 5.1** 10个环节，21个维度 /163
- 5.2** 认真的运营规划，基本要这么做 /171
- 5.3** 用户难“搞定”，不妨试试这6个策略 /173
- 5.4** 小程序的隐藏功能 /177
- 5.5** 小程序蓝海突围？这几类小程序值得考虑 /182

第6章 小程序的营销推广其实并不难

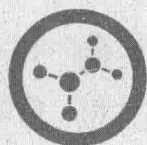
- 6.1** 推广策略十步走 /186
- 6.2** 营销理论太复杂，懂得这些就够了 /209
- 6.3** 预算？那必须好好聊聊 /210
- 6.4** 举一反三这种事，我会到处去说吗 /211
- 6.5** 小程序的用户运营 /213
- 6.6** 提高小程序的 ROI /216

写在最后 /218

附录一 小程序专有名词详解 /220

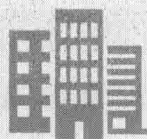
附录二 小程序常见30问及答案 /226

附录三 五大行业问题小程序解决方案 /239



第 1 章

全世界都在谈的小程序到底是什么





2018年被称为“小程序元年”，在这一年，游戏类小程序（即小游戏）的数量暴增，工具类小程序继续占据较高比例，餐饮、电商类小程序风头正劲。但全世界都在谈论的“小程序”，到底是什么？它是一个生态产品，还是一种开启更高级商业模式的秘密武器？

1.1 小程序？看起来似乎很复杂

从概念上来说，小程序有广义和狭义两种概念。

就广义概念而言，小程序是指提供轻量化服务的、不需要下载安装的移动端应用。比较主流的小程序有微信小程序、支付宝小程序、百度轻应用、小米直达服务等。

而狭义的小程序，指现在最热门的小程序之一，也是本书中所特指的小程序——微信小程序，如图1-1所示。

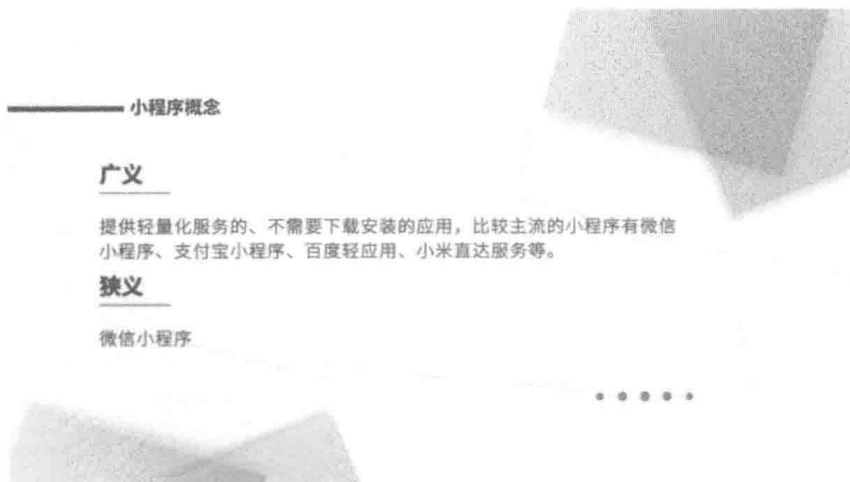


图1-1 小程序概念梳理图

在聊小程序的历史之前，有两个时间需要被记住，但它们既不是小程序诞生的日子，也不是小程序公测的日子。

第一个需要被记住的时间是2017年12月28日，第二个是2018年1月15日。

2017年12月28日，微信更新了版本6.6.1，并在启动页面重点推荐了小游戏“跳一跳”，这意味着，微信小程序的类目正式开放了“小游戏”。随着“跳一跳”的快速传播，也带“火”了之前长期蛰伏的微信小程序。打开微信，查看附近的小程序，就会发现，大约每50米就有一个小程序，如图1-2所示。

2018年1月15日，在微信小程序公开课Pro的现场，微信创始人张小龙玩起了“跳一跳”，并公布了“跳一跳”的小彩蛋——当你的“跳一跳”分数到达6000时，会获得一个“立地成佛”的称号。微信公开课Pro结束后的

2018年，被称为“小程序元年”。微信坐拥10亿用户，是流量之争的新切入口，这成就了小程序。2018年4月4日，第三方开发者推出的微信小游戏“征服喵星”通过审核，说明微信小游戏正式向全世界的开发者开放。此后，“最强弹一弹”“像素涂色”等非官方小游戏上架，并通过分享裂变拥有了上百万的玩家。2018年5月4日，微信公众平台对强制分享做出了限制，最大限度地保证了玩家的娱乐性，并减少了“垃圾”分享对社群和朋友圈带来的骚扰信息。

但小程序到底是什么呢？开放注册会成为大新闻，禁止分享也会成为大新闻。关于什么是小程序，除了官方概念，还有不少技术专家、开发“大牛”对其进行了解读。我曾经整合了官方概念和网络上关键意见领袖（Key Opinion Leader, KOL）的发言资料，整理出来一版比较全面、综合的小程序概念集合，具体内容如下。



图1-2 附近的小程序



微信小程序，简称小程序，缩写为 XCX，英文名为 Mini Program，是一种不需要下载安装即可使用的应用。全面开放申请后，企业、政府、媒体、其他组织或个人的开发者均可申请注册小程序。小程序、订阅号、服务号、企业号是并行的体系。2017年1月9日，张小龙在微信公开课 Pro 上发布的小程序正式上线。它实现了应用“触手可及”的梦想，用户扫一扫或者搜一下即可打开应用，也体现了“用完即走”的理念，用户不用担心是否需要安装太多应用的问题。应用将无处不在、随时可用，且又无需安装与卸载。对于开发者而言，小程序的开发门槛相对较低，难度不及 App 的开发。小程序能够满足简单的基础应用，适合生活服务类线下商铺以及非刚需低频应用的转换。小程序能够实现消息通知、线下扫码、公众号关联等七大功能。其中，通过公众号关联，用户可以实现在公众号与小程序之间相互跳转。

以上的介绍其实已经非常准确地概括了“小程序到底是什么”，可是就像高考前老师告诉学生的诀窍“只要能把整本书的黑体字倒背如流，就能拿到高分”一样，明明可以感知到这段关于小程序的描述是正确的，却未必能够清楚地知道“到底什么是小程序”，甚至会感觉“小程序实在是太复杂了，一堆的概念让人无法理解”。

更深一层的问题是，即便你已经把以上这段概念全部记住，但如“小程序跟 App 到底有什么区别”“小程序和 H5 有什么区别”“我做了小程序，是不是就不需要淘宝店了”“小程序的推广和营销应该怎么做”“我或者我的企业适不适合做小程序”“小程序到底有什么战略价值”等实战方面的问题，依然不能得以解决。

不过正所谓，有问题，就会有解决问题的人和方式出现。所以，就有了这本书。我把自己对 3 万个小程序的观察和分析整理出来，用简单易懂的语言，直白地为大家解决关于小程序的各种问题。那么，第一个要解决的问题就是“小程序的概念看起来很复杂”，接下来的章节，就是这个问题的解决方案。

1.2 小程序其实很简单

进入这一小节，“小程序的概念看起来很复杂”将不再是问题，因为我要告诉大家一个非常好的消息：“小程序其实非常简单。”大家可以把之前看到的关于小程序的概念和理解全部抛诸脑后，我用一张图来帮助大家理解和记住小程序到底是什么，如图 1-3 所示。



图1-3 小程序概念分析图

用一句话来概括这张图就是，小程序是介乎网站和 App 之间的，解决线上线下载场景问题的轻量级应用。

事实上，小程序的概念也正是如此，它就是这么简单。大家可以记牢，并把它告诉任何一个人。不过，由于小程序还属于新生事物，即便大家能够理解且记牢了这个概念，如果有对小程序并不了解的人试图与大家谈论小程序，大家会发现自己还是不太知道该如何向他解释这张图 and 这个概念的意义。所以接下来，我会把这张简单的图展开讲解，大家会发现非常多的深度内容。

第一个深度内容就是小程序为什么会诞生？



1.3 小程序为什么会诞生

想要真正找到这个问题的答案，就必须从两个方面去思考。首先是从技术开发层面，其次是从社会需求方面。

1.3.1 技术开发层面

从技术开发层面来说，小程序诞生的原因或许比较复杂，光是专业名词就会让人头晕眼花，本书将从互联网发展的角度进行讲解。互联网发展至今，根据开发系统和协议的类别，可以将互联网的发展分为3个阶段：开放协议阶段、封闭协议阶段、回归开放协议阶段。

这里我需要举些例子来为大家进行解释。

开放协议阶段，就是互联网最早诞生的百花齐放的阶段。所有的开发者都可以随心所欲地进行开发，大家可以理解为“想开发什么就开发什么，不会受到开发协议的限制”。

封闭协议阶段，就是现在的阶段。怎么理解呢？也就是，Android系统的App只能在Android的系统环境内使用，而不能在iOS系统中使用，同样的，Windows系统的软件，也不能够直接安装在搭载了Mac OS系统的电脑中。

回归开放协议阶段，这个阶段还没有到来，但是随着区块链技术的应用和大力发展，开发者受到的限制会越来越小，这个世界也将被迫再次回到“开放协议”中来。

如果上面的介绍让你感到困惑和难以理解，那么你可以选择从社会需求方面来理解小程序诞生的必然性和原因。

1.3.2 社会需求方面

到了2018年，互联网已经发展得相对比较完善，很多人已经开始利用手机和电脑来解决生活中各种各样的问题。想出门旅行，使用携程、飞猪订机票和酒

店；想去机场或上班，滴滴、优步都可以快速叫到出租车和服务态度不错的私家车；逛街购物，可以使用支付宝、微信支付、京东支付进行付款；不想出门，只需要使用饿了么、美团外卖等平台，美食就会在规定的时间内送到客户手中；想买海外的产品，只要打开亚马逊、网易考拉，就可以轻松购买到来自其他国家的产品。

对于移动端而言，现在主要的两个社会需求就是消费和效率。小程序要解决的，也就是它们。

一、消费

由于大公司之间的竞争关系以及各方都希望能够把用户留存在自己的平台，所以各家都在积极地开发属于自己的 App，这让用户的消费流程变得繁琐。比如，大家在微信群里和朋友聊天，有人分享了不错的商品，这些商品如果是来自淘宝，那么我们不得不复制淘口令或者储存商品的二维码，然后切换到淘宝 App 中进行下单，下单后，再回到微信群聊中。在这个过程中，消费者一共经历了 7 个步骤，如图 1-4 所示。

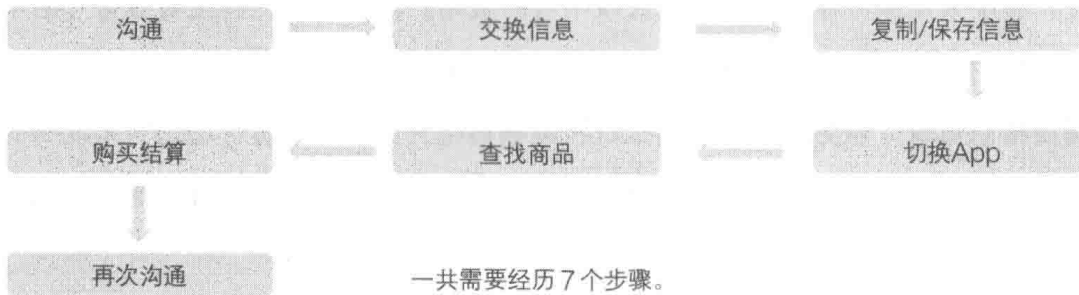


图1-4 微信购物的7个步骤

这 7 个步骤也非常好理解。

- (1) 沟通：在微信中与朋友交流、聊天，触发购买可能。
- (2) 交换信息：相互推荐商品和购买经验。
- (3) 复制 / 保存信息：复制淘口令 / 储存商品二维码。



- (4) 切换 App：从微信切换到淘宝 App。
- (5) 查找商品：在淘宝 App 中找到第 2 步中的商品。
- (6) 购买结算：支付商品订单金额。
- (7) 再次沟通：切换回微信 App，继续下一个话题。

整整 7 个步骤，如果说群聊中推荐的商品过多，那么切换、购买就会变得非常麻烦和机械。坐拥 10 亿用户的微信是各大厂商的必争之地，而在微信之中产生的订单，数量也极为可观。所以，为了解决微信沟通中所产生的购买需求，各大厂商开始各出奇招。

首先诞生的是微网站。微网站可以实现在微信中打开并购物的功能。这个概念短短流行了一阵之后，就没太大声响了。因为微网站依然需要用户进行注册、登录，和 PC 端的网站并没有太大区别。淘宝、京东等平台的便利和高效，让用户难以放弃淘宝和京东，而选择在一个微网站中注册会员并进行购买。同时，以“上线了”为代表的自适应网站，能够让用户 10 分钟就搭建一个 PC 端、手机端、Pad 端都直接适配的网站，也让微网站的局面显得非常不利。

接下来是服务号。作为微信公众平台的战略产品，张小龙曾经对服务号给予了很大的期望。服务号可以搭建商城，并且给用户推送信息。为了不打扰用户、提高信息质量，服务号每个月的推送次数被设定为四次。这看上去是一个优秀的解决方案，然而，一年又一年过去了，做得红红火火的账号，大多都是每日更新一次的订阅号。功能强大的服务号，却没有发展得特别好。

让服务号感受到巨大压力的是微店。微店是可以直接在微信中打开并完成购买流程的一款电子商城产品，更方便的是微店可以直接分享到朋友圈和微信群，既能分享整个微店，也可以分享单个商品，还可以在订阅号的跳转原文处插入微店的地址进行导流。在支付方式方面，微店支持微信支付、信用卡支付等。搭建微店的门槛也非常低，任何人都可以拥有自己的微店。有了微店，服务号的地位就更岌岌可危了。然而微店也存在着一些劣势，功能的单一和设计的单一，让大

部分微店都千篇一律，而且即便拥有在线客服、用户数据统计功能，因为是单一的产品，微店的用户留存做得并不好。

为了解决服务号的当前地位，也为了更有效地解决微信生态中的消费问题，小程序诞生了。这也是比较火爆、使用频率比较高的小程序往往是电商、餐饮、门店类的原因。

除了消费问题之外，小程序还要解决的另一个问题，就是效率问题。

二、效率

除了消费之外，所有能够用小程序解决的问题，大都可以叫做效率问题。这里举几个例子，大家即可清楚理解。

摩拜单车：用户只需要打开微信“扫一扫”就会自动跳转到小程序，甚至不需要先点开小程序就可以打开停在你面前的车，然后潇洒地骑走它。再也不需要切换到手机桌面，打开摩拜单车的 App，扫描二维码了。

肯德基：同一个门店内，用户只需要扫描一次小程序码，找一个座位坐下就可以开始点单，到号即可取走餐品。用户既不用站着排队，也不用跟点餐员反复沟通。下一次再到这个门店进行消费时，只需要在用过的小程序里打开它即可使用，甚至都不需要再次去扫描小程序码。

股票价格查询、汇率查询等功能则是小程序表现十分亮眼的一面，搜索股票名称即可立刻看到相关信息，输入货币名称就能够看到相应的人民币汇率。

饿了么：用户可以直接在小程序中找到相应的店家，直接下单，并把饿了么红包转发到朋友圈和微信群。不再需要切换任何 App，操作方便且高效。

但小程序毕竟是主打轻量级服务的，也为了避免小程序的风头压过原有的 App，小程序能提供的服务是有限的，比如摩拜单车的退还押金功能，就只有在 App 中可以实现。同时，小程序毕竟也是基于微信生态的一个应用类产品，它并不能解决各厂商之间的竞争关系，淘宝店中的产品，还是需要跳转到 App 来完成购买。图 1-5 所示为其他行业的小程序。



图1-5 小程序涵盖各行各业

1.4 关于小程序的八大误解

关于如何正确理解小程序，比较简单直接的一句话就是“小程序是新零售的解决方案”。但除此之外，大家也应该从更全面的角度去分析和理解小程序。目前，关于小程序，用户和小程序观察者有着八大误解，这些误解广泛地存在社交媒体和日常沟通交流中。让我为大家一一罗列并反驳它们。

1. 小程序就是功能不够全面的 App

因为小程序只能提供轻量化服务，很多功能不能在小程序中实现，而必须要在 App 中才能完成，比如共享单车的押金退还。同时，小程序和 App 的开发、运营团队即便都来自同一个公司，App 所占的内存也会大大高于小程序。于是，不少人想当然地认为，小程序就是功能不够全面的 App——功能少，所占的内存也更小。

这个观点主要的错误在于没有明白小程序和 App 所瞄准的服务和解决问题的侧重点是不一样的。App 为品牌和企业做的是用户管理和沉淀，而且 App 可以频繁与用户发生互动，App 与用户之间可以存在着“强关系”，比如一些资讯平台或新闻类 App，可以给用户推送用户感兴趣的内容，每天可以多次通过消息提醒等