

电商企业、电商运营者必备教科书



# 掘金小程序

5G时代小程序开发、营销、运营一本通



魏源 张恒 © 著

小程序是连接一切的利器

在5G时代将颠覆所有行业



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS



# 掘金小程序

5G时代小程序开发、营销、运营一本通

魏源 张恒 © 著



机械工业出版社  
CHINA MACHINE PRESS

5G 时代来了！5G 是大数据时代由一种质态向另一种质态的转变，是全面、多领域的变革。如果说 4G 时代的微信公众号颠覆了媒体和内容生态，那 5G 时代的小程序才真正有能力颠覆 App 生态。这也意味着 5G 时代，小程序的流量红利将迎来爆发期！

本书从小程序的概念、优势、颠覆性意义、发展趋势以及如何开发、营销及运营推广等方面对小程序做了全面而深入的解读，旨在帮助创业者、商家、投资者迅速掘金小程序风口，分享市场红利。

#### 图书在版编目 (CIP) 数据

掘金小程序：5G 时代小程序开发、营销、运营一本通 / 魏源，张恒著. —北京：机械工业出版社，2019.7

ISBN 978-7-111-63098-2

I. ①掘… II. ①魏… ②张… III. ①网络营销  
IV. ①F713.365.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 128944 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：刘怡丹

责任编辑：刘怡丹

责任校对：李伟

责任印制：孙炜

天津翔远印刷有限公司印刷

2019 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

170mm × 242mm · 15.5 印张 · 1 插页 · 186 千字

标准书号：ISBN 978-7-111-63098-2

定价：59.00 元

电话服务

客服电话：010-88361066

010-88379833

010-68326294

封底无防伪标均为盗版

网络服务

机工官网：[www.cmpbook.com](http://www.cmpbook.com)

机工官博：[weibo.com/cmp1952](http://weibo.com/cmp1952)

金书网：[www.golden-book.com](http://www.golden-book.com)

机工教育服务网：[www.cmpedu.com](http://www.cmpedu.com)

2019年4月，根据 QuestMobile 发布的《中国移动互联网2019 春季大报告》中的数据显示：“我国的移动互联网用户月活跃规模达到了11.38亿，用户人均单日使用时长接近6个小时，用户月人均使用10.2个微信小程序，同比增长了2.9%。”由此可见，小程序的发展正处在风口上。

雷军曾说过：“站在风口，猪都能飞上天。”在小程序的风口上，企业商家和创业者可以迅速积累大量财富。

有人预估，到2020年，小程序将突破1400万个，使用用户也将超过8.5亿。巨大的流量，能够给企业商家和创业者带来更多的机遇。尤其是对于电商行业，小程序的横空出世，给企业商家提供了一条新的客源渠道。

有数据显示，在2018年“618”活动期间，京东利用小程序渠道增加了40%的分享率。小程序上的新客数量同比增长了17倍，京东拼购的下单量同比增长了24倍。唯品会利用小程序获取新客的数量环比增长更是超过了500%。

在2017年“双十一”活动期间，蘑菇街通过小程序的新客成交比是App的4.2倍；小程序内的用户成交率比App高16.1个百分点；小程序内用户的购买速度是App的2.28倍；在小程序内直播达到的销售额是平日的28.57倍，而且很多直播间的重复购买率高达90%。

创业达人于小戈，更是利用小程序在2017年“双十一”活

动期间取得了两千多万的销售额，用户的复购率达到了47%以上。

由此可见，小程序的拉新和营销能力是多么强大。除此之外，小程序在很多行业都能发光发热，比如说社交类的小程序“匿名聊聊”，上线仅5个小时就获得了1700万的页面浏览量；工具类的小程序“群应用”，拥有千万用户，月活跃用户数超过百万……

随着5G时代的脚步越来越近，小程序不断改革，更新迭代之下，功能增加到了100多项，开放入口达到了60多种，包括用户分享、跳转、附近的小程序等多个重量级的入口。

这就意味着，小程序能够完美地将线上和线下结合在一起，为线下实体店带来更多线上流量。

举个例子，线下实体店可以开放“附近的小程序”功能，用户只要搜索关键词，就能搜索到店铺，因为距离近，就会促使用户到店完成交易。又比如，很多商超会开发线上购物小程序，并且将线上线下价格统一，用户只要在线购物，2小时内即可配送到家；用户还可以选择配送时间，不会再发生“无人收货”的窘境。用户购物期间节约了大量的时间成本，就会越来越倾向于使用小程序。

随着互联网的发展，移动应用的增长空间越来越小。正处在蓝海的小程序，恰好可以解决这个问题。它“无需下载，即用即走”的优势，能够为企业商家和创业者带来大量的流量。很多商业巨头，如微信、百度和阿里巴巴都看到了小程序的发展潜力，纷纷打造属于自己的小程序生态圈。

在风口上，从来不缺少创业者。如果你想要创业或者是想要进一步拓展客源，那么就一定要抓住小程序的红利期。你可以利用手中大量的线下商户资源或者想出更好的小程序创意，去细化运营，将更多的流量引到自己的小程序中。

当然，创业者不能仅凭激情和冲动去盲目开发小程序，要学会规划，明确自己的产品定位；要学会利用已有的成熟的小程序生态产品和运营体系，引流商业巨头的流量。在这个过程中，你可以不断学习他人成功的经验和技能，优化完善自己的小程序，延长其在风口中的生命周期。

本书共分为八章，全面而深入地介绍了小程序的内容、5G时代下小程序的红利、小程序的发展机遇以及小程序的各种营销理论和引流方案等，并重点解析了小程序将在5G时代迎来爆发，创业者以及商家该如何把握这波掘金机会，快速变现。

本书的亮点在于内容方面由浅入深，每个重要环节都通过插图、案例进行演示，能够帮助运营者在小程序的设计、界面、营销方式等环节得到启发，可以为运营者在开发小程序的过程中提供更多实战技巧和经验。

5G时代，小程序可以给移动互联网带来无限的想象力和影响力。所以，企业商家和创业者要尽快掌握这些能力，迅速提升小程序的沉淀用户数量和产品价值，为自身小程序的发展壮大抢得先机。

# 目录

## 前言

### 第一章

#### 小程序到底是什么 / 001

1.1 小程序的诞生，颠覆一个时代就这么容易 / 002

1.2 小程序的起源和概念 / 005

1.3 你能想到的只有微信小程序吗 / 008

1.4 小程序的特点 / 010

1.5 小程序的价值体现 / 014

1.6 那些你对小程序的误解 / 017

1.7 小程序连接一切，不止连接一切 / 020

### 第二章

#### 5G 时代，小程序的红利迎来爆发 / 023

2.1 5G 时代，将带来哪些改变 / 024

2.2 5G 时代，小程序将如何改变互联网生态 / 027

2.3 5G 时代，开发小程序还是开发 App / 030

2.4 小程序的千万级市场潜力 / 033

2.5 谁是小程序的未来受益者 / 036

2.6 哪些领域适合注册小程序 / 039

2.7 为什么小程序能引爆新零售 / 042

2.8 传统行业如何借助小程序实现移动化转型 / 045

2.9 小程序为品牌营销带来的三大机会 / 047

### 第三章

#### 掘金风口：

#### 小程序给创业者带来的机会 053

- 3.1 5G 来了，创业者如何抓住小程序带来的机遇 / 054
- 3.2 BAT 都有小程序了，创业者选择谁 / 056
- 3.3 小程序已经上线两年了，创业者还有发展前景吗 / 059
- 3.4 小程序 + 新媒体，创业者如何实现收益 / 063
- 3.5 小程序 + 轻功能，创业者升级新玩法 / 065
- 3.6 小程序八大赚钱模式，创业者该如何选择 / 069

### 第四章

#### 手把手教你制作一款获利的小程序 075

- 4.1 零基础，如何搭建小程序 / 076
- 4.2 精准定位，制定相应的开发策略 / 079
- 4.3 针对用户的痛点设计小程序 / 081
- 4.4 小程序应有的界面特性 / 084
- 4.5 制作小程序的两个思路 / 087
- 4.6 根据目标设计产品优先级顺序 / 090
- 4.7 小程序功能规划注意事项 / 092
- 4.8 学会用法律保护原创小程序 / 095



## 第五章

营销理论太复杂，懂得这些就够了 099

5.1 裂变式营销：营销的终极秘密武器 / 100

5.2 社群营销：以点及面扩大影响 / 106

5.3 心理营销：让用户主动分享小程序 / 109

5.4 微信营销：互动服务，提高回报 / 112

5.5 饥饿营销：控制供应，刺激需求 / 118

5.6 口碑营销：通过好评引来流量 / 122

5.7 内容营销：优化内容，增强吸引力 / 126

5.8 品牌营销：搭建品牌营销网络 / 130

5.9 用户营销：根据需求精准宣传 / 134

5.10 O2O 营销：打破限制，深度结合 / 136

## 第六章

疯狂吸粉引流，

小程序百万访问量的秘密 143

6.1 今日头条引流：深挖需求，带动传播 / 144

6.2 QQ 引流：学会巩固社交阵地 / 148

6.3 百度引流：善用流量大的入口 / 152

6.4 App 引流：通过应用引流 / 155

6.5 WiFi 引流：争夺热门移动端入口 / 158

6.6 二维码引流：扫码送礼，“码”到成功 / 160

6.7 微博引流：裂变传播实时信息 / 163

6.8 视频引流：信息直观，效果明显 / 169

6.9 知乎平台引流：兴趣平台，精准引流 / 173

6.10 支付引流：深挖移动金融流量 / 177

## 第七章

从搭建到变现，  
让你的小程序快人一步 181

- 7.1 知识付费时代，怎样利用小程序变现 /182
- 7.2 申请成为流量主，让小程序稳赚 /186
- 7.3 传统电商机会渺茫，社交电商快速创收 /189
- 7.4 小程序+公众号，打造服务闭环 /191
- 7.5 聚合碎片流量：打通线上线下“任督二脉” /194
- 7.6 提升内容质量，改善购买场景 /196

## 第八章

揭秘！爆红小程序背后的逻辑 201

- 8.1 拼多多：裂变模式的拼团和砍价 /202
- 8.2 肯德基：实现不排队的点餐 /206
- 8.3 大众点评：简约而不简单 /209
- 8.4 同程艺龙酒店预订：推客户端有更高的价值 /213
- 8.5 每日优鲜：玩转“互联网生鲜” /216
- 8.6 小红书：开辟“社交电商”新模式 /222
- 8.7 小年糕+：做影集就是这么简单 /227
- 8.8 欢乐斗地主：1.1亿用户的“欢乐时光” /231

# 第一章

## 小程序到底是什么

- 1.1 小程序的诞生，颠覆一个时代就这么容易
- 1.2 小程序的起源和概念
- 1.3 你能想到的只有微信小程序吗
- 1.4 小程序的特点
- 1.5 小程序的价值体现
- 1.6 那些你对小程序的误解
- 1.7 小程序连接一切，不止连接一切

## 1.1 小程序的诞生，颠覆一个时代就这么容易

2016年12月28日，腾讯高级副总裁、微信之父张小龙在广州亚运城综合体育馆举办了以“下一站”为主题的2017微信公开课PRO版，主要向大家讲述了微信小程序的研发情况和核心功能，如图1-1。



图 1-1

2017年1月9日，微信小程序正式上线。张小龙当天发表了朋友圈，简单地写下“2007.1.9”，配图是iPhone发布会的现场照片。

十年前的同一天，乔布斯发布了初代iPhone。十年后的2017年，张小龙选择在同一天上线微信小程序，一方面可能是他在缅怀乔布斯，另一方面是他对小程序寄予厚望，希望微信可以像苹果一样改变世界。

早在2016年1月9日，张小龙就启动了微信小程序的开发。他的团

队认为，微信不应该只是停留在订阅号或是公众号层面，不应该只拥有订阅和推送的能力，而是应该提供一种集成应用程序的能力。在最初的 Demo 做出来后，张小龙决定跳开公众号，去做一种新的应用形态，同时也可以改变 App 的存在方式。

演讲中，张小龙讲到了小程序的特点：无需安装、触手可及、用完即走、无需卸载。在这样的设定下，小程序看起来更像是程序，但是完全不同于过去 App 的出现形式，而是有着更加灵活的组织形态。

### 1. 无需安装

这个设计能够避免小程序像 PC 软件或是手机 App 那样占用太多系统空间，利用轻量化的设计，用户并不需要下载和安装就能使用，所以使用时会特别轻松和便捷，这是小程序最基础的特性。

### 2. 触手可及

这是张小龙在阅读比尔·盖茨写的《信息唾手可得》时感悟到的产品理念，他希望小程序能够实现智能化，比如说，利用小程序来控制台灯的开关；在博物馆中扫描二维码就可以得知藏品的详细信息等。

### 3. 用完即走

最能体现这个理念的地方就是餐厅，用户可以扫描餐厅的二维码打开小程序，然后进行排队或是点餐。当用户吃完饭后，并不需要再去考虑餐厅的小程序，这是一种真正不会影响用户的后续设计。

### 4. 无需卸载

张小龙设计了小程序的程序管理器，用户访问结束后，对应的小程序就会自动收入到微信中，并不需要用户进行卸载。微信小程序的推出，相当于用户的手机中拥有了成百上千个 App。

小程序的定位是：体验比网站好，比下载 App 更便捷。张小龙在设计之初就认为，小程序并不应该像普通软件那样布满广告供用户订阅，然后进行推送，而应该是像网页一样，立即向用户展现服务内容。但是众所周知，网站的内容和功能非常单一，用户体验往往都不尽如人意。

至于用户体验最好的 App，也有一些弊端。以往的 App 发布者会通过推广让用户下载他们的 App，但事实上，越来越多的用户每天只是使用几个 App，而不愿意去下载或是使用其他的 App。从这个角度看，App 不可能拥有像网站一样的超高访问量，使用时还需要安装和更新，这也是阻碍 App 发展的原因。

张小龙认为，如果从用户的角度来看，即时服务才是他们最需要的，所以微信团队在最初为了平衡网站和 App 的优缺点，建立了微信公众号平台。

但是很快张小龙就发现，公众号无法将餐厅、超市、宾馆这样的服务纳入其中，这也成为公众号最大的缺陷。公众号最初是基于订阅人数和推送来进行设定的，所以在实现 App 的功能方面非常不方便，微信似乎缺少了一种有效的载体，这便是微信小程序诞生的原因，它可以弥补公众号的不足。

有一次，张小龙在深圳机场发现，路边的广告牌有 80% 的广告都是微信公众号的二维码，而用户在访问公众号后，还需要再次下载新的软件或是跳转到新的网页，才能够访问公众号所提供的服务。这个设计让张小龙不太高兴，他认为用户很多时候不但无法直接得到公众号的服务，反而还要承受它的消息推送，这是非常不合理的。

基于上面的原因，张小龙认为，小程序需要吸取网站和 App 各自的优点，不仅能实现快捷的网站访问速度，而且还能实现 App 的功能。这其实也正是微信之父张小龙的“极简主义”，他不追求轰动效应，只追求简

单实用，不增加用户使用负担。

相比于很多 App 越来越卡顿和越来越复杂的操作界面，微信小程序坚持了极简主义的风格，仅将最为实用的功能保留下来，并不希望用户产生黏性，这样可以满足绝大多数低频用户的基本需求，同时还可以避免无谓的功能干扰。

两年多来，微信小程序发展十分迅速，小程序的数量和用户人数非常多。根据 2019 年 3 月 27 日酷客多发布的《2019 小程序电商行业生态研究报告》显示，截至 2019 年 1 月，微信小程序数量已经超过 230 万，每日活跃人数超过 2 亿，这也是张小龙和他的设计理念获得成功的最好证明。

## 1.2 小程序的起源和概念

2016 年 1 月 11 日，张小龙在广州举办“2016 微信公开课 PRO 版”时表示，微信团队计划开发“应用号”，这便是微信小程序最初的雏形。天奇阿米巴基金投资合伙人魏武挥则认为，做应用号，微信已经隐隐显出了它在未来成为一个 OS 的野心。

OS 是一种连接一切的底层，比如 PC 里的 Windows、智能手机里的苹果 iOS 和谷歌 Android。区别在于，Windows、iOS 和 Android 都基于硬件，而微信应用号瞄准数据，目的也是连接一切。

公众号面世后，在微信中展现的成效和传播速度都非常好，但是微信团队发现：越来越多的创业公司制作的第一个产品就是建立自己的微信公众号，而不是去开发一款新的 App，根本的原因就是 App 的开发和推广成本太高。

事实上，如果想要开发一款 App，不仅需要 iOS 团队，还需要 Android 团队，还需要购买服务器。对于创业者来说，招聘一个较强的技术团队本身就不容易，更别提后续对 App 的更新了。倘若费尽心力推出的 App 没有被用户接受，那么前面的所有投资都将付之东流。所以对于很多创业公司来说，往往是“望 App 而却步”。

张小龙曾说过：“我们的本意并不是要做一个只是传播内容的平台，我们一直说我们是要做一个提供服务的平台”。微信团队为了实现这个目标，曾经仿照公众号推出了服务号供企业使用。

2014 年开始，微信上涌现了以悟空理财为代表的一批“微信 + 金融”的服务号典范，他们将重点放在服务号与粉丝的互动上，让服务号成为企业与用户之间共同的垂直社区。

但是后续几年，服务号的成效并不明显，很多的用户并不愿意主动使用。张小龙也提到，大量的服务号打开率明显下降，比如使用人数已经从总用户数的 20% 下降到 8%。导致服务号衰落的根本原因是它能够实现的功能非常有限，难以像 App 一样满足用户的需求。

从用户的角度来看，每次更换一部手机，曾经的 App 就需要重装。有时候用户需要找某一个功能，还需要将之前卸载的 App 重新安装，这就导致 App 的重复安装率非常高。微信团队之前在微信钱包里加入火车票插件，就是针对这种低频需求设计的功能。

根据用户对应用的这些需求，张小龙在演讲中表示，他希望存在一种新的微信公众号的形态，在这种形态下，用户关注了一个公众号，就像安装了一款 App 一样，用户在浏览公众号的时候就像使用 App 一样。同时这个公众号平时不会向用户发送消息，就像 App 一样安静地待在那里，等用户需要的时候才会打开它。

很早之前，腾讯就已经在微信的内核当中加入了 X5 技术，而 X5 的



核心就是利用移动互联网的 H5 技术应用，从而更好地在微信生态圈内实现 App 的功用。

同时，微信官方已经通过一级菜单和微信钱包的二级菜单试验了很长时间的内嵌式原生类 App，技术层面上基本已经非常成熟，在微信生态圈内实现轻量 App 在技术上已经不是问题。

微信团队将这种新形态的公众号命名为“应用号”，张小龙希望它可以尝试让更多 App 以更加轻量、但又更好使用的形态存在于微信当中。应用号将从功能、二次开发的门槛上对公众号进行改造，摆脱 App 开发维护、渠道分发的高成本和高门槛，形成生态化的微信平台操作方式。

从另一个角度看，2016 年的移动支付中，阿里巴巴的支付宝对微信支付有很强的压制性，张小龙也希望通过开启“应用号”来占领一部分 App 开发商和分发渠道，这样微信支付才能与背靠淘宝的支付宝抗衡。

2016 年 9 月 22 日晚间，微信官方开始向 200 个微信公众号发出了“应用号”的内测邀请。那时应用号能够实现的核心功能是提供一些本地的 api 来供 H5 上面的 js 调用，这样可以提升应用的流畅度。

同时，微信也向这些内测开发者提供了视图容器（视图、滚动视图、Swiper）、基础内容（图标、文本、进度条）、表单组件（按钮、表单）、操作反馈、媒体组件、地图位置定位、设备（网络状态、系统信息、重力感应、罗盘）、界面（导航条、动画、绘图）等服务支撑应用。除此之外，应用号还向开发者开放了如登录、签名加密、用户信息、微信支付、模板消息等关键的微信接口。

应用号内测后，受到了创业者们的肯定。应用号有着非常低廉的开发成本和快速传播的特点，创业者可以很快将自己的产品进行线上市场推广，如果效果不好也可以用较少的付出对其进行改良，即使是重新打造一款新的应用号也并不需要太多时间。相较于开发 App，微信的应用号让创