

网上中国

2020年小程序交易总额有望破2万亿 小程序撬动大商机

本报记者 叶子

今年以来，小程序满足了防疫期间的服务需求，快速嵌入到远程医疗、在线教育、生鲜零售等行业。在政务民生方面，小程序也发挥了防疫数据收集、疫情资讯传递等重要作用。

小程序SaaS服务商即速应用近日发布的《小程序2020年中研究分析报告》显示，全网小程序数量超550万，日活超4.4亿，预计2020年小程序交易总额有望破2万亿。“用完即走”的小程序撬动了服务业数字化的大商机。

30万张，拉动2万多人到店购买……

此前，支付宝发布十大社会紧缺服务清单，并发起了“阿里小程序开发者召集令”，不到一周，就有超过1200名开发者主动参赛，开发疫情相关小程序满足社会需求。这些服务涵盖了政务民生、法律服务、医疗、公益、便民生活、物流配送、商家恢复经营等刚需场景，为生产生活的恢复与开展提供了极大便利。

未来小程序数量增长态势将继续加速。

记者了解到，目前支付宝数字生活平台上有超过170万个小程序，月活用户超6亿。阿拉丁发布的《2020年上半年小程序互联网发展白皮书》显示，微信平台小程序个数超320万，月活用户超7.3亿。目前，小程序的数量和用户活跃程度都很可观。

“用完即走”受到青睐

自2017年1月9日微信正式发布小程序至今，小程序平台已发展到11家，包括微信、美团、支付宝、百度、360等。这个不需要下载安装即可使用的应用，获得了多方青睐。

对用户来说，如今APP所占内存越来越大，手机的存储空间越来越珍贵，小程序不需要单独下载，用户扫一扫小程序码或者搜一下小程序名即可打开应用，体现了“用完即走”的理念，节省内存，使用方便。对开发者而言，开发一款小程序的成本比开发一个APP要低廉很多，效率却更高，使用体验方面与APP的差别并不大。

中财财经政法大学数字经济研究院执行院长盘和林接受本报记者采访时表示，除了以上两点，小程序还有一个显著优势，即小程序与社交软件关联紧密。实际上，为了增加用户黏性，许多产品和服务都在努力与社交平台挂钩，小程序可以在用户使用社交软件时随时被分享打开，有助于产品和服务的快速扩散。

艾媒咨询的数据显示，2017年中国小程序数量规模为58万个，到2020年预计将超1400万个，用户规模预计将超过8.5亿人。随着大流量平台纷纷布局小程序领域，更多类型的小程序将接入各平台，

助力数字化转型升级

近日，微信团队宣布微信小商店开放内测申请并支持直播带货，帮助更多中小微企业、个体创业者在微信生态中开拓电商业务。此前，支付宝宣布升级为数字生活开放平台，未来三年将引入5万服务商，帮助4000万户商家完成数字化转型升级。

不难发现，在政务服务之外，小程序与商业的融合程度正在不断加深。无论是小程序直播卖货，还是社区团购、外卖等，越来越多被验证的运营玩法被开发者深度利用，并获得红利。随着小程序生态的日趋成熟及良性发展，更多玩法和模式将被进一步挖掘。

有专家表示，中国先后经历了零售业数字化、制造业数字化、城市治理数字化，下一个阶段，服务业数字化将成为重点。2019年服务业占国内生产总值的比重达到53.9%，但只有相当小的部分完成了数字化转型。商家对于数字化的需求蕴藏着巨大商机，而小程序正好可以满足这个需求。

盘和林非常看好未来小程序的发展前景。他认为，随着小程序生态的完善，小程序发展空间将越来越大，引流作用越来越强，功能也会越来越丰富，这意味着未来小程序将吸引更多资本和企业加入。

轻松满足日常需求

线上买菜、问诊、打游戏、订外卖、查询健康状况……今年以来，你是否发现自己的生活与小程序联系得更紧密了？

“疫情还比较严重那段时间，家人都尽量少出门，我用小程序给家里买菜，方便得很！”大学生小赵说，后来她发现，无论是生活缴费还是线上购物，日常有什么需求，搜一搜小程序，基本能够满足。小赵还教会父母使用小程序骑共享单车、寄快递等，“不用专门下载一个APP，老人很快就学会了。”

疫情发生后，非接触的数字化服务需求激增，而走轻量化路线的小程序表现突出。

在支付宝平台上，某奶茶品牌推出的小程序“喜茶GO”上线仅两个月，累计用户访问超800万次，在支付宝端的交易额提升了50倍；提供搬家服务的易丰搬家小程序后台显示，每月用户通过支付宝小程序咨询搬家服务的达万次以上，转化率达30%；休闲食品零售品牌粒上皇通过线上发券引流到线下的模式，在20天时间内其小程序就曝光了600万次，领券量超



▲在上海市浦东新区企业服务中心办事大厅，工作人员指导市民通过手机小程序办理一网通办业务。

新华社记者 方喆摄
▲河北秦皇岛出入境边防检查站民警指导服务对象扫描“边检行政许可网上窗口系统”小程序。

曹建雄摄 (人民图片)

▲江西省赣州市章贡区出台企业用工激励政策，推出就业“小程序”发布企业用工需求。图为章贡区水东镇水东村工作人员指导辖区村民进行求职意愿填报。

胡江涛摄 (人民视觉)



为超高清视频搭建“高速车道”

“5G+8K”打开文娱新视界

海外网 李雪钦

“画面清晰、现场感强，让人仿佛身临其境！”随着5G的普及和发展，关于超高清视频产业的讨论热度不断上升。特别是8K超高清显示技术，已展现出丰富的应用形态，大大增强观众的临场体验感。专家认为，5G和8K这两种新型技术的相互融合和赋能，可以满足精细视频应用需求，助力文体娱乐消费升级。

带来视听震撼感受

8月8日晚，一场名为“繁华众声”的音乐会在国家大剧院上演，并通过“5G+8K”技术，在北京三里屯、王府井等多地的播放点同步直播。不少市民通过8K电视、5G手机等享受了一场科技与艺术相结合的视听盛宴：“8K画面非常细腻明亮，能看见演奏者的表情、服装的细节，真的是纤毫毕现，有身临其境的感觉。”“8K的显示效果太清晰了，连演奏员的头发丝儿都看得很清楚。”据悉，这是全球范围内首次在舞台艺术领域实现“5G+8K”直播，也是首次实现面向消费终端领域的大规模8K超高清网络“云分发”。

近日，“重返·万园之园”——数字圆明园光影感映展在北京首钢园举办。据悉，这场以“文化遗产+数字创意”为内核的沉浸式交互体验展，由清华大学研究设计，通过“5G+8K”高清影像、AI+AR等技术，重现圆明园消失的50余处美景，参观者可感受到全视域联动影像和全沉浸“时空仓”感官体验，体会“万园之园”带来的震撼。

“表面上是‘5G+8K’，其实是‘艺术+科技’‘产业+市场’的一次革新。”有专家表示，“5G和8K是天作之合，5G可以有效支撑8K超高清视频的传播，带来清晰的细节、观演的沉浸感与临场感，这种应用对于文体影音娱乐体验的提升是巨大的。”

为超高清视频注入新动力

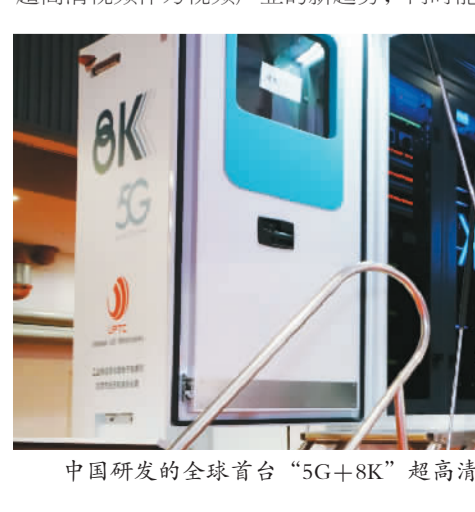
从数字化到超高清化，5G、8K还拓展了全媒体传播渠道，带来信息传播新业态。“5G+8K+卫星”的开创性组合已在今年全国两会直播中运用——通过卫星信号传送，利用5G+8K超高清视频信号，第一时间捕捉两会精彩瞬间，把两会声音迅速传递到三亚、威海、喀什、漠河4个城市，让观众耳目一新。今年5月，2020珠峰高程测量登山队成功登顶珠穆朗玛峰，“云攀登珠峰”直播活动也是通过5G+8K技术为观众打造深度参与“丈量”珠峰的沉浸式体验。

8K何时能进家庭？

“如果说5G是更为宽广的信息高速公路，8K就是顶级赛车，8K画面依靠5G可以更好更快地传输。在网络传输上，5G为具备大数据流量的超高清视频搭建起一条‘高速车道’。”有专家表示，5G要进入家庭和办公场景，最大的应用还是视频，其中超高清视频更被视为5G的核心应用场景之一。国家要求加快5G网络、数据中心等新型基础设施建设进度，也为以8K为代表的超高清视频产业注入新的动力。

去年，工信部等三部门共同印发《超高清视频产业发展行动计划(2019-2022年)》，提出大力推进超高清视频产业发展和相关领域的应用，探索5G应用于超高清视频传输，实现超高清视频业务与5G的协同发展。今年5月，工信部和国家广电总局共同组织制定的《超高清视频标准体系建设指南(2020版)》指出，超高清视频的技术演进不仅催生了芯片、内容制播、显示、传输等产业各环节的升级换代，还驱动了广播电视、安防监控、教育医疗、工业制造等行业以视频为核心的服务转型，预计到2022年，中国超高清视频产业总体规模将超过4万亿元。

5G技术也对8K电视的发展起到直接推动作用，康佳、海信、长虹、创维等众多厂商都在抢滩8K电视市场。那么，“5G+8K”超高清视频作为视频产业的新趋势，何时能从“体验”走向“日常”、进入寻常百姓家？专家认为，超高清视频产业仍处在发展初期，在内容供给、核心技术等方面还存在一些短板。



中国研发的全球首台“5G+8K”超高清视频全业务转播车在首届世界5G大会上亮相。本报记者 贺勇摄



日前，北京朝阳公园内两辆无人车与游客见面。其中一辆是移动售货车，名为“朝售售”，可随时随地提供无接触零售服务。另一辆是塑料回收物收集车，名为“朝收收”，该车一次可以回收300多个塑料瓶，容量很大。

两辆无人车的运营，既满足了疫情防控期间的无接触服务要求，也促进了垃圾分类知识与理念传播，引导了游客文明游园。图为北京朝阳公园内，无人驾驶塑料回收车“朝收收”正在行进中。

杜建坡摄 (人民图片)

互联网大咖秀

吴承翰：

让二手买卖更简单

海外网 吴倩



Carousell(旋转拍卖)是新加坡领先的二手电商平台，吴承翰(Lucas Ngoo)是该公司的联合创始人之一。

在加入旋转拍卖之前，吴承翰曾在新加坡国立大学和斯坦福大学(在加州硅谷的新加坡国立大学海外学院项目)攻读计算机工程专业，并担任过多年软件工程师，对科技产品有着敏锐的洞察力。

2012年，吴承翰和两位大学同学陈翊伟(Marcus Tan)及郭修瑞(Siu Rui)联合创办了旋转拍卖。在新加坡国立大学就读时，他们因为参加海外学院计划，曾到美国硅谷交流学习过一年，吴承翰正是在那时坚定了自己未来的前进方向：“在那一年中，我们亲眼看见公司如何利用科技大规模地解决问题，比如应用程序WhatsApp(瓦次普)当时只有60名工程师，却可以为全世界几百万的用户打造产品，那就是我们想要做的。”

公司创立后，吴承翰一直与工程团队在技术、架构和数据方向和策略方面密切合作。他致力于建设一支由世界级工程师组成

的团队，使旋转拍卖保持在行业前沿，最近又推出CarouPay(旋转支付)。

旋转拍卖让销售像拍照一样容易，购买像发送短信一样简单。在几年时间里，这家由3名大学生创立的电商网站快速成长，成为东南亚地区的电商黑马，并在新加坡、马来西亚、印度尼西亚、澳大利亚等地开展业务。

因为很清楚未来的发展蓝图，旋转拍卖从一开始就努力组建一支国际化的团队。吴承翰认为，营造一个能让大家畅所欲言的环境是非常重要的，就算一开始没有共识、中间有分歧也没有关系，“就是要引导大家提出建设性的意见，最后达成共识，这件事不容易，却是能让团队成功的关键。”

图片来源于网络