

7月29日，国内知名小程序数据分析平台阿拉丁发布了《2022上半年小程序互联网发展白皮书》。报告指出，多重因素影响下，小程序多平台布局成必然趋势，近8成企业已同时布局支付宝和微信。此外，公私域联动可更高效解决商家获客等问题，已成为行业共识。

当前市场环境下企业面临全方位竞争，商家更注重效率和风险控制。阿拉丁称，多个平台布局有利于扩大公域流量获取、拓展服务场景，实现降本提效，因此多平台布局是势在必然。阿拉丁数据显示，近80%商家已同时布局微信和支付宝双平台，其中，零售品牌类和生活服务类商家双平台布局比例分别达77%和70%以上。

根据阿拉丁白皮书，2022年上半年，微信、支付宝等多平台小程序数量累计已超750万，并呈现出一些显著变化，包括公私域联动成主流等等。其中，行业主要平台的小程序生态发展模式引人关注。

阿拉丁称，各大平台中，支付宝率先发力公私域联动、开放公域辅助商家自运营私域。对商家而言，平台流量充沛，适合商家快速起量扩张，降低拉新和促活成本，提升投入产出比。

以微信和支付宝两大小程序生态为例，不同平台的公私域运营各有侧重。据上述白皮书显示，支付宝运营重点在于App公域推广已成体系化，并与小程序私域运营联动。目前，支付宝首页搜索框、首页消息提醒、生活频道等8大核心公域流量已和小程序、生活号、商家群3大私域阵地互相打通。

微信的运营重点则更侧重品牌曝光、社交裂变等。目前其优势在于以公众号、社群、企业微信、小程序等形成的私域经营闭环。

编辑 宋钰婷

校对 柳宝庆