

# 十大手机厂商联合推出“快应用”

无需安装、即点即用、用完即走,与小程序功能很相似  
有分析认为,快应用“剑指”微信小程序



(资料图片)

据《新京报》报道,3月20日,包括小米、中兴、华为在内的十大手机厂商在北京联合召开“快应用”标准启动发布会。发布会上,十大手机厂商共同发布了快应用及其相关标准,并启动了快应用标准和即时应用生态联盟。快应用基于手机厂商自有的硬件和系统,用户无需下载安装APP,就能实现即点即用。有分析认为,快应用的目标直指小程序。

“移动互联网市场趋于饱和,硬件设备保有量增速显著放缓,用户增长红利逐步消失,市场开始进入挖掘存量用户的阶段,快应用的形态必将是未来的趋势。”小米副总裁、MIUI负责人洪锋在会上这样说。

## A 用户体验

### 快应用与小程序很像

此次十大手机厂商聚在一起推出的快应用,是在手机系统操作界面下,用户不用下载安装,就能实现APP的即点即用。用户可以通过安卓手机的多种入口使用快应用,比如在搜索栏输入想要使用的手机应用名称,之后点开带有“秒开”字样的快应用便可使用操作。例如,在手机搜索栏输入“饿了么”,页面将显示搜索结果,打开带有“秒开”标记的“饿了么”应用便可直接进入。

从这一点来看,快应用与微信小程序十分相似,小程序也强调“触手可及”“用完即走”。

手机厂商为什么推出快应用?据现场标准组织相关人员介绍,十大手机厂商看到了目前移动端用户和开发者的痛点——网页缺失很多接口,导致服务功能无法做到完备,用户性能体验较差。下载普通应用时安装的等待时间过长,下载后占用的手机空间较大,部分应用用户使用频率较低。

记者在现场体验到,快应用能提供包括账号、支付、push等能力,以及原生APP的体验,并且快应用的开发成本更低。快应用的场景拓展可以通过二维码直接切入线下场景。硬件厂商基于硬件系统为快应用提供除了通知栏、负一屏和信息流等入口外,厂商还支持搜索入口,包括外部搜索和应用内搜索。

各厂商还将通过开放自家的应用市场、浏览器、桌面快捷搜索、智慧推荐服务等流量入口,形成一个跨厂商、全终端、全场景的快应用流量体系。

## B 抢占市场

### 十大手机厂商携手打响“入口”保卫战

不少人都喜欢拿微信小程序和手机厂商联合发起的快应用作比较。微信小程序于2016年开启内测,去年1月9日上线第一批。

今年年初微信公开课PRO上公布的数据显示,截至2018年1月15日,微信小程序日使用用户数突破了1.7亿。当微信小程序活跃用户数超过10亿之际,小程序已经逐渐成长为一个新的分发平台。去年7月,微信创始人张小龙曾表示未来2年内,小程序将取代80%的APP市场。

APP Annie近日发布了2016-2021年市场预测报告。报告预计,2021年全球移动应用商店下载量将超过3520亿次,所有应用商店的总消费额将超过1390亿美元。国内安卓应用商店分为第三方应用商店和手机厂商应用商店两种,随着国产手机厂商的崛起,手机应用商店在用户规模、活跃度上正在

奋起直追。从盈利模式上来讲,手机应用商店采取和开发者分成、广告的模式。手机应用商店等互联网收入成为手机厂商的重要组成部分,媒体日前披露的小米招股说明书显示,2016年小米的收入组成中,79%来自于硬件,21%来自于互联网服务业务。硬件业务的净利润率仅为28%,而互联网服务业务的净利润率则超过40%。

十大手机厂商携手打响“入口”保卫战,一旦Web APP(类似小程序的轻应用)成为主流,提早站位可以带来先发优势。

跟小程序一样,快应用无需下载,即点即用。不同之处在于,快应用使用更为便捷,其依托于手机操作系统,可以用文字输入、语音输入的方式,直接调用快应用。小程序则是在微信APP之中,用户需要先打开微信才能唤醒。

## C 挑战腾讯

### 小程序被视为腾讯移动互联网的下一站

去年1月9日,微信低调上线小程序,此后一直默默无闻。直到几个月前,在“跳一跳”的带动下,小程序才重回公众视野。腾讯对小程序一直寄予厚望,小程序被看作是腾讯移动互联网的下一站。

腾讯应用宝是原生APP的分发商店,小程序就是要成为Web APP的分发商店。想要吃下Web APP这块蛋糕的互联网玩家不在少数,微信并不是第一个吃螃蟹的人。2013年,百度提出无需下载、即搜即用的概

念,试图解决用户候机内存不足的痛点,并曾借助移动搜索入口建立轻应用分发形式。不过,此后百度并没有打造出轻应用的入口。此后,UC、支付宝、小米等公司相继布局。

有分析指出,虽然小程序不需要安装,但由于很多内容需要从Web端读取,会消耗大量的手机流量。此外,用户在使用小程序时,很难同步查看微信消息,容易错过重要留言。小程序开发者将受制于微信的框架,例如在公众平台中,违反

规则的公众号被永久封号并不少见。小程序作为一个封闭在微信中的产品形式,一旦违背微信制定的规则,也会面临被下架的风险。

分析人士认为,安卓应用商店、APP Store的成功,是背后两个生态的成功。从目前的情况来看,Web APP生态还不够成熟。Web APP生态构建的初期,推广成本较低,然而恐怕在短时间内,开发者很难从Web APP获利,这将会影响他们的积极性。

携程微信小程序团队负责人曾对记者表示,“小程序可以为我们带来流量是肯定的,但有多大空间还需要市场去验证。微信小程序能给一些未下载APP的用户以体验的机会,当他们由低频转向高频时,依然希望他们前来下载APP。”

此外,用户习惯也还在培养中。王女士告诉记者,她平时使用小程序的次数很少,“手机上常用的APP就那些,我都下载过,直接用就可以了,何必在微信中使用呢?”

## D 行业观察

### 快应用未来胜算几何?

微信小程序与快应用最大的区别在于,快应用是手机系统自带的,更新十大手机厂商的最新系统便可使用。而微信小程序还需要下载微信才能使用。

“快应用核心还是满足用户的需求,减少用户使用一些低频率APP的时间,让用户体验更方便、更顺畅。”Counterpoint研究总监闫占孟认为,即便快应用

推出的重要目的有对抗微信小程序的考虑,但也并不太敢张扬。

记者注意到,快应用也不是新事物,此前百度、UC浏览器都曾推出“轻应用”,也都是基于Web APP,用户无需下载,直接在上述平台中“添加”即可使用。相对于快应用是手机系统自带的产品,百度或UC的“轻应用”是基于单一公司的客户端,

整体流量与用户不够。

“如果平台足够强,且提供的是一些交互性没那么强,不需要渲染很大的程序或者产品的话是可以的。但是目前这十大手机厂商有没有这个平台能力需要观察。毕竟十大厂商大部分主要以硬件能力,或者软件服务能力见长,而互联网化的平台能力一般。”资深互联网观察家丁道师认为,这种项目需要拥有

大流量、大用户的平台可以承担,比如BAT,目前国内也就微信小程序算比较成功。

此外,作为十大厂商共同推出的产品,未来的执行效果也至关重要。“未来快应用的前景,取决于联盟协议的具体规定。是否严格执行或者是否强制执行都值得关注,执行模式对于未来发展影响比较大。”闫占孟认为。(马靖 陈维城)