

腾讯“少子”，微信延迟退休

诞生12年，微信从早期的链接人、漂流瓶、摇一摇等功能上线，到中期的连接信息，公众号成为存在感极强的内容平台，到现在连接人与商品，小程序、视频号等功能被持续加强。这样的膨胀式成长，显然与张小龙想要的“用完就走”背道而驰。

延迟“退休”的感觉，微信能懂。作为一款推出12年的国民App，微信密集上线新功能：从视频号一年多的时间迭代17次，到最近新增图片+短文字的小红书化的内容形式，以及在广州和深圳两地上线的外卖服务，拓展商业场景。

微信向着超级App的道路一路狂奔。与此同时，它离张小龙曾经分享的微信的价值观——好的产品是用完即走，相去渐远。在“全村希望”的压力之下，微信的考量，越来越倾向如何留住“用户使用时长”。

看起来，微信很像少子、老龄化趋势下的东亚老人。在“新产品”青黄不接阶段，腾讯对抗站外涌现的流量“新势力”的每一轮产品形态的跟进，似乎都变成了微信的任务。

在腾讯没有找到下一个时代的站票前，微信，这张旧船票，被反复刷票。微信向超级App迈出的每一步，都拖着腾讯新产品问世艰难的孱弱步履。

01 种草成为时下很流行的内容模式，用户做消费决策前，经常会去小红书上查找笔记、攻略。

一众互联网企业都忙着上线“种草”平台。字节国内有可颂，日本有Lemon8，东南亚市场有sharee，阿里有逛逛，美团有珍箱，腾讯有企鹅惠买。

全新的公众号排版模式，微信向短内容更进一步。

张小龙表达过对短内容的遗憾：“一是公众平台在很长时间里只有PC Web版，这限制了内容创作者；二是公众平台最终成为以文章为内容的载体，但是其他的短内容的形式没有呈现出来。”

短内容的加入，可以缩短品牌在微信上种草向消费转化的路径。一些新消费品牌，

比如茶颜悦色、观夏、三顿半、闻献，会将公众号作为讲述品牌故事和调性的一种内容载体。微信也有商业基础。微信小程序的底层商业设施架构，已经可以聚拢用户的购买行为。比如，在小程序上点一杯咖啡，点一杯奶茶。

微信也有购物场景，尤其是对老年人而言，涉及到消费、支付等问题，多跳转一个App，就多一份风险，经历过微信红包、线上、线下的支付体验，这部分群体，容易接受在微信小程序购物的消费方式。

微信为用户提供了一个新的外卖选择渠道。而在腾讯最新的回应中，也提到上线门店快送并不意味着微信要下场做外卖。他们只是帮助消费者发现附近提供快送服务的小程序，具体履约将由商家负责承接。

虽然，微信的外卖服务更像是为外卖商家提供了一个中心化的流量入口，但是，微信的流量目前来看是不收取费用的，美团、饿了么等外卖平台是收取接近20%的佣金的。

微信孵化新的内容形态，在于其流量富矿的价值，毕竟它是拥有12亿用户的社交平台。在「门店快送」被正式推出之前，商家一直都在用小程序做外卖生意。2023微信公开课上，微信披露了相关数据：在全国连锁Top100的餐饮商户中，已有近六成开通了小程序外卖。尤其是在茶饮品类、瑞幸、喜茶、茶颜悦色等品牌，都依托小程序提供服务。

02 很少有App，能做到类似微信的国民度。

日前，重庆一位70岁的阿姨，想在超市门口领两个免费的纸抽，将手机给到工作人员，对方拿到手机一通操作。结果阿姨回家后，发现微信号被封了。阿姨对着镜头哭诉，两天没有看到微信，老同学、老朋友联系不上了，生活没有乐趣了，要孤独一生。

从阿姨的形容中，可以看出微信在中老年熟人社交中的影响力。

当视频号在2020年——短视频赛道尾声进场，并在两年内做到6亿日活，中老年

群体贡献了稳定的活跃度。

张小龙曾认为社交推荐是最符合人性的，“机器推荐我们尝试了很长时间，效果不太好。我跟团队说，要么你们降低内容的底线，要么你们认命做一个小众的严肃阅读产品……我一直很相信通过社交推荐来获取信息是最符合人性的。”

微信有12亿用户，积累了很深的流量池。早几年，微信拓展小程序的时候，有个说法叫微信互联网，苹果App store的生态系统，可以在微信上复制一遍。

一些开发者甚至一度认为，微信可以扛起反抗“苹果税”的大旗。当然，这些剧情从没发生过，微信的小程序功能，表现的很“佛系”，不强行推广，用户喜欢用就拿去用。张小龙一场微信公开课，基本上完成微信新功能的初期推广。后期社交网络上的传播、裂变，进行产品传播的二次发酵。

前几年，微信在传播上很克制，激动的是网络上的讨论声音。一直到视频号。

张小龙在2021年微信公开课上曾说：“视频号没有花一分钱去购买内容，将来也不想这么做。”

同其他平台强热点运营，用内容积累流量护城河相比，微信的强社交链路的优势在于，即便内容弱话题，也会因自身的社交关系，带来一定程度的传播。视频号的内容采购成本很低。去年，视频号在腾讯的内容库里翻找，找出明星线上直播演唱会的推广策略，五月天演唱会刷屏，重映周杰伦“摩天轮2013演唱会”演唱会，10分钟后，话题冲上微博热搜榜第一。

但也无法做到一分钱不花。毕竟，短视频平台不仅仅是内容播放平台，也是内容创作者的商业变现平台。对内容创作者而言，视频的制作成本偏高，需要创作激励。视频号投入50亿冷启流量包，并推出了“创作者激励计划”，对原创内容提供流量倾斜，并给予新人创作者5-100万流量包扶持。

03 同其他短视频平台的内容采购成本相比，微信的内容“支出”成本，相对低一些。微信的视频号跟其他平台的内容带动流量、

带动商业变现的方式也有所不同。

腾讯前员工小李，春节期间，拍摄一组关于新能源车春运的视频，在短视频平台获得不错的播放量。视频号播放达到了15万，同样的内容在抖音也有六七万。

小李近期尝试短视频内容。研究了两个月的视频号和抖音号，发现两个平台的差距之大，令他意外。

首先是流量。视频号的流量更泛，抖音号的流量更垂直。换言之，视频号可以更多元地展示人的特质，但抖音倾向一个号专注在一个方向，汽车就是汽车，美食就是美食。

在抖音，他似乎被标记成汽车博主，除了与汽车相关的内容，发布其他内容，只有几百到一两千的基础流量。类似的系统喜好，在视频号的表现则不明显。

其次是后台。抖音博主可以在后台查阅到详细的数据，比如2秒完播率、5秒完播率等关键数据，结合这些指标，小李可以清晰判断出每条视频受欢迎或者数据不好的原因，随后有针对性地进行调整。相比之下，视频号的后台数据维度就要薄弱很多，他很难第一时间从数据端察觉到内容的问题，也就没法及时进行内容调整。

短视频平台的变现路径，就是流量分配的过程，是平台用来卖广告划算，还是导向自家新业务划算，属于成本和收益的平衡模型。头部短视频平台在带货、本地生活等业务上的布局，来自于流量变现效率的考虑。

视频号的发力点，说是内容布局，更像是补充微信端流量到商业变现闭环中的内容形式缺口。

诞生12年，微信从早期的链接人、漂流瓶、摇一摇等功能上线，到中期的连接信息，公众号成为存在感极强的内容平台，到现在连接人与商品，小程序、视频号等功能被持续加强。这样的膨胀式成长，显然与张小龙想要的“用完就走”背道而驰。

但也没办法。腾讯的希望现在都押在了一款产品身上，微信只能继续狂飙，尽量延迟退休。



徐捷
Jane Shue
(301)-213-3051(C)
janeshue@gmail.com

金牌房地产经纪人



(301)-217-9667(O)



杨莉
Lily Yang
240-731-8116 (C)
lilyyanghomes@gmail.com

您的需要=我的需要 您的烦恼=我的烦恼 您的房子=我的房子 您的微笑=我的微笑

- *Silver Spring, 大型连栋屋, 双车库, 阳台, 6年新, 交通方便, 近FDA, \$398,000.00 最低要价!
- *Potomac, 银行拍卖! 独栋, 三层, 近6000sqft, 占地面积2亩, \$1,050,000.00, 低于市场价!
- *Va, Great Falls, 学区一流, 5房, 4浴, 3车库. 三层近7000sqft, 占地面积1.5亩. \$1,200,000.00. 10年新!
- *商业地产投资! 生意买卖! 铺位出租! 服务一流! 欢迎咨询! 1-008

券商代理
投资顾问

袁博士为您一一解答

- “股市跌宕, 债市低迷, 都有哪些避险资产?”
- “银行利息太低, 上哪儿找稳健高息的投资?”
- 市场联动型定期存款(本金FDIC insured)
- 如何给股票指数投资设立保护机制?

Dr. Ryan Yuan 15245 Shady Grove Rd
(410) 988-4451 Suite 310
ryuan@uprightplanning.com Rockville, MD 20850



5-161

Independent Financial Group, LLC | Upright Planning, Inc. | Registered Representative offering securities and advisory services through Independent Financial Group, LLC (IFG), a registered broker-dealer and investment advisor. Member FINRA/SIPC. Upright Planning and IFG are not affiliated entities.

纽约人寿

《财富》杂志美国百强企业之一
十位总统的共同选择

个人及公司保险

- 人寿保险 • 养老金保险 • 资产规划
- 伤残收入保险 • 长期护理保险

并且代理多家保险公司个人及团体医疗保险, 老人附加医疗保险

703-628-2608(手机) 703-723-1299(维州办公室)
Email: fyuan@ft.nyl.com



袁菲
Fanny Yuan
百万元圆桌终生会员
保险师协会会员
纽约人寿
优秀业绩奖会员
三十多年
专业经验

6905 Rockledge Dr., Suite 900, Bethesda, MD 20817-1817 5-071

Agent, New York Life Insurance Company



极信资本
Xuper Funding

3分钟轻松申请 生意周转最快 24小时到账

全美50州小额商业贷款
不查收入贷款、住房贷款、过桥贷款、SBA贷款

立即拨打: (888)510-1218

微信号: xpfunding 网址: www.xpfunding.com

做人讲诚信
贷款选极信



周芳
Amy Zhou
NMLS#212791

手机: 301-661-2169
办公室: 240-428-1723
amy.zhou@a-zmortgage.net

大华府地区资深贷款专家 A-Z Mortgage

当你购房需要贷款, 或者重新免息贷款, 只需一通电话:
301-661-2169

诚聘 欢迎有经验的 Loan Officer, Loan processor, 加入我们的团队。也欢迎 Realtor 来电咨询

751 Rockville Pike 17-18B, Rockville, MD 20852