

新时代·科技新物种

百度智能小程序： AI 赋能新机遇

罗曼 编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

百度智能小程序的开发、注册、设计、运营和内容生产如何进行？

平台引流、营销、用户获取及留存、品牌打造和成交转化如何展开？

本书通过“内容”和“实战”两条线帮助读者全面把握百度智能小程序运营与推广思路，快速把握运营新风口。

“内容线”从百度智能小程序的基础知识、注册发布、设计运营、内容生产、引流推广、营销技巧、用户留存、口碑打造、转化变现和行业案例 10 个方面，对百度智能小程序运营进行了全面讲解。

“实战线”对旅游出行、电商购物、健康医疗、休闲娱乐、影音媒体、实用工具、教育领域等多个小程序类别案例进行了解读，可使运营者快速看懂相关操作，快速入门，成为百度智能小程序运营高手。

本书结构清晰，适合对小程序感兴趣的运营人员、希望拥有百度智能小程序的运营者、百度智能小程序开发者及其他普通读者阅读学习。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

百度智能小程序：AI赋能新机遇 / 罗曼编著. —北京：清华大学出版社，2019

(新时代·科技新物种)

ISBN 978-7-302-52668-1

I. ①百… II. ①罗… III. ①人工智能—程序设计 IV. ①TP18

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2019)第 053595 号

责任编辑：刘 洋

封面设计：徐 超

版式设计：方加青

责任校对：宋玉莲

责任印制：沈 露

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈：010-62772015，zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者：涿州市京南印刷厂

经 销：全国新华书店

开 本：170mm×240mm 印 张：18.25 字 数：281 千字

版 次：2019 年 9 月第 1 版 印 次：2019 年 9 月第 1 次印刷

定 价：69.00 元

产品编号：082509-01



借用《必然》作者凯文·凯利的一段话：“人类的生活无时无刻不在改变，在当下，能最快、最激烈地促进这些改变的，就是科技。而这些改变，哪些是必然发生的，哪些又在我们预料之外？”结合现今实情，互联网全球化是必然的，但选择哪种网络不是必然的；四轮汽车出现是必然的，但 SUV 不是必然的；移动电话的发明是必然的，但 iPhone 手机不是必然的。

今天人工智能可以轻松战胜国际九段围棋高手，反过来，人工智能改变了人们下棋的方式，人工智能会为你当前要走哪一步提供建议，你也可以忽略建议采用自己的方式下棋，利用这种方式，世界上出现了更多的围棋大师。仅仅考虑这一点，可以说人工智能让人类的能力获得了提升，或者说，人工智能为我们承担了一部分思考，将更多精力留给我们思考关键的部分。这样看来，人工智能必将带来一场革命。

互联网的发展整体可以概括为 3 个阶段：第 1 阶段，是 PC 互联网，该阶段互联网的关键词是“信息”和“垂直”；第 2 阶段，由 PC 端转向智能手机端，即移动互联网，该阶段的关键词是“互动”和“社交”；第 3 阶段，将全面进入智能互联网时代。注入了人工智能的力量后，智能互联网对人们生活及商业模式的改变将会非常迅猛，也将会是颠覆式的。这也是今天我们发现很多商业生态和模式会很快被新的商业生态和模式所取代的原因。

小程序作为移动端应用程序的替代品，应用场景全面融入人们生活的格局已经形成。在移动互联网智能化即将全面到来的今天，小程序的全面智能化将

成为必然。

百度作为中国互联网巨头，很早就将目光投入人工智能互联网时代，如 2018 年百度大脑 3.0 正式发布、“多模态深度语义理解”及“从芯片到深度学习框架、平台、生态的 AI 全栈技术布局”完成。

百度这次着眼于全面开放心态，开放者通过简单的几段代码就可以将小程序全面接入百度大脑 3.0，享受百度的人工智能核心技术。而且百度一直以来就是传统企业推广宣传的首选阵地，因此企业在百度智能小程序拥有自己的平台具有天然的优势。

开发过 APP、公众号和微信小程序的我，是首批上线百度智能小程序的开发者，同时也是《微信小程序设计发布 + 营销运营 + 成交转化 + 应用案例》的作者，深知互联网的发展脉络。对于中小企业而言，尽早学习入驻百度智能小程序，可以搭上智能互联网的早班车，同时享受百度早期的流量倾斜红利。

《百度智能小程序：AI 赋能新机遇》这本书的推出，为企业家朋友和广大互联网运营者学习百度智能小程序的相关知识，特别是布局策略、建设方案及运营推广，提供了全面、系统、深入的指导，是一本不可多得的优质教程。

小程序领先者

微商通商学院院长

微商通联合创始人

微商通精选社交电商平台操盘手

王艺



这是一个充满新机遇的时代，也是一个机遇快速消逝的时代。很多时候，我们缺的不是机遇，而是能将机遇牢牢把握的魄力。

三五年前，APP 和微信公众号对于运营者来说，充满着机遇；近两年来，微信小程序和抖音短视频成为热门运营工具；而现在，市场上又隐隐出现了一种运营新风口，那就是百度智能小程序。

为什么百度智能小程序可以成为运营者的新机遇呢？其实，这个问题很好理解。

首先，伴随着微信小程序的发展，小程序这种轻便的应用程序越来越受到移动端用户的欢迎。支付宝也推出了自己的小程序，华为、小米、OPPO 和 vivo 等九大手机生产商则是致力于打造轻便的“快应用”。所以，轻便的应用势必也会成为应用市场的一种必然发展趋势。

其次，作为互联网巨头，百度公司不仅具有一般企业难以企及的影响力，同时也在发展过程中培养了大量核心用户。所以，作为其重点产品的百度智能小程序将得到百度公司的大力支持，这也为百度智能小程序的发展提供了充足的养分。

最后，与一般的小程序和轻便应用不同，百度智能小程序的开放性使其可以更好地连接其他应用。再加上人工智能（Artificial Intelligence, AI）的助力，也让百度智能小程序在融合科技的同时，具有了更多的可能性。因此，百度智能小程序比一般的小程序和轻便应用更具竞争优势。

可能许多运营者也是看好百度智能小程序的，但因为他们却一直没有系统的运营策略，所以犹豫到底要不要进入百度智能小程序市场。编著本书的目的

就是希望能将自身的运营策略传达给大家，让大家可以更好地把握百度智能小程序这个新机遇。

具体来说，本书对百度智能小程序运营的十大内容进行了详细的解读，从基础知识学习，百度智能小程序注册、开发，到如何进行用户引流、平台变现。可以说，即便是毫无经验的运营者，也能通过本书快速入门，成为一名百度智能小程序运营高手。本书的内容框架具体如下：

- 第 1 章 抓住新风口：智能小程序或将成为新机遇
- 第 2 章 拿到入场券：快速注册发布获得运营资格
- 第 3 章 一眼被记住：设计运营规范和个性的结合
- 第 4 章 王牌小程序：内容都应该这样来进行生产
- 第 5 章 告诉全世界：上下联动全面地宣传小程序
- 第 6 章 引燃小程序：多种营销技巧助力爆款打造
- 第 7 章 生人变铁粉：轻松搞定用户获取留存问题
- 第 8 章 品牌叫得响：高口碑助你成为用户的首选
- 第 9 章 轻松赚千万：掌握方法成交转化没有难度
- 第 10 章 人人皆可为：各行业均可做自己的小程序

本书是对百度智能小程序运营经验的精华总结，内容实用，在具体解读时，讲细、讲深、讲透。可以说，这就是一本零基础的百度智能小程序运营精华总结类实操读物。本书内容都是需要重点掌握的，并且是一看就懂、一学就会的。

当然，每个百度智能运营者面临的实际问题不尽相同，本书作为经验总结，或多或少可以为大家的运营工作提供一定的借鉴。但是，要想让百度智能小程序运营获得更好的营销效果，还得学会举一反三，在学习相关经验、技巧的基础上，打造出一套更适合自己的百度智能小程序系统运营方案。

由于编者知识水平有限，书中难免有不妥和疏漏之处，恳请广大读者批评、指正。

编者

2019 年 4 月



第1章 抓住新风口：智能小程序或将成为新机遇 / 1

1.1 三足鼎立：BAT 瓜分小程序市场 / 2

- 1.1.1 引路者：微信小程序 / 2
- 1.1.2 紧随者：支付宝小程序 / 3
- 1.1.3 破局者：百度智能小程序 / 5

1.2 基因剖析：智能小程序入门须知 / 6

- 1.2.1 概念释义：什么是智能小程序 / 6
- 1.2.2 出现原因：百度为什么要入场 / 7
- 1.2.3 发展历程：成长的智能小程序 / 7
- 1.2.4 功能特点：不是一般的小程序 / 8
- 1.2.5 开发群体：这些人群必须入驻 / 12
- 1.2.6 对比优势：与各类应用的异同 / 12

1.3 成长因素：智能小程序的发展动力 / 17

- 1.3.1 新平台：千亿级市场等待挖掘 / 17
- 1.3.2 易开发：百度为开发者提供便利 / 19
- 1.3.3 入口多：推广、引流非常方便 / 19
- 1.3.4 体验好：使用便捷且加载快速 / 26
- 1.3.5 内存少：不必占用太大的空间 / 27

第2章 拿到入场券：快速注册发布获得运营资格 / 30

2.1 注册须知：5项工作必须重点做好 / 31

2.1.1 入口找寻：找到官网注册地点 / 31

2.1.2 主体类型：根据实际做出选择 / 33

2.1.3 提交审核：填写资料等待结果 / 33

2.1.4 高级验证：通过审核创建账号 / 37

2.1.5 信息完善：给小程序打上烙印 / 41

2.2 发布步骤：5个步骤轻松完成上线 / 43

2.2.1 事前了解：查看开发的相关内容 / 44

2.2.2 下载工具：获取代码上传的渠道 / 44

2.2.3 开发打包：设计你的智能小程序 / 46

2.2.4 域名设置：根据提示配置服务器 / 51

2.2.5 版本发布：提交代码，审核上线 / 53

第3章 一眼被记住：设计运营规范和个性的结合 / 57

3.1 设计原则：3大要点着重把握 / 58

3.1.1 易用性：构架清晰流程明确 / 58

3.1.2 层次感：重点突出易于理解 / 61

3.1.3 重创新：结合组件展现奇思 / 63

3.2 设计要求：5个方面特别注意 / 63

3.2.1 布局：重视排版视觉优先 / 63

3.2.2 图片：清晰呈现追求质感 / 65

3.2.3 图标：辅助表达便于理解 / 66

3.2.4 措辞：称谓用词都需讲究 / 66

3.2.5 组件：参考标准正确设置 / 68

3.3 运营规范：6类事项必须遵守 / 75

3.3.1 注册：设好信息正确提交 / 75

3.3.2 功能：首页体现提供指引 / 77

3.3.3 行为：未经授权不得诱导 / 78

3.3.4	内容：符合法规拒绝虚假	/ 79
3.3.5	隐私：相关信息必须保护	/ 80
3.3.6	其他：多种规范需要遵从	/ 81
第4章	王牌小程序：内容都应该这样来进行生产	/ 83
4.1	素材类别：内容通常由这4种元素组成	/ 84
4.1.1	文字：走进用户心中	/ 84
4.1.2	图片：令人心身愉悦	/ 86
4.1.3	视频：一眼抓住目光	/ 88
4.1.4	音频：强烈的画面感	/ 89
4.2	方法传授：8种策略快速产出优质内容	/ 91
4.2.1	感情：让内容多一分温度	/ 91
4.2.2	真实：更容易被用户认同	/ 92
4.2.3	惊喜：一些好处必不可少	/ 94
4.2.4	包装：增加内容的附加分	/ 96
4.2.5	自产：让用户成为生产者	/ 98
4.2.6	测试：寻找内容未来方向	/ 100
4.2.7	习惯：固定版块带动节奏	/ 101
4.2.8	定向：制定长期运营方针	/ 103
第5章	告诉全世界：上下联动全面地宣传小程序	/ 107
5.1	线上推广：多种平台综合运用	/ 108
5.1.1	百度：充分利用自家平台	/ 108
5.1.2	抖音：流量庞大快速引爆	/ 111
5.1.3	微信：学会借助社交之力	/ 115
5.1.4	微博：先把自己变成网红	/ 117
5.1.5	QQ：老牌阵地必须巩固	/ 122
5.1.6	头条：抓住需求带动分享	/ 125
5.1.7	知乎：独到见解获取认同	/ 126
5.1.8	简书：优化作品内容致胜	/ 128

5.1.9	视频：图像内容更显直观	/ 129
5.1.10	音频：语言力量远超想象	/ 131
5.2	线下推广：主动出击才是王道	/ 132
5.2.1	门店：免费的宣传推广渠道	/ 133
5.2.2	沙龙：在社交中进行宣传	/ 133
5.2.3	活动：抓住各种宣传的机会	/ 134
5.2.4	二维码：“码”上就能做宣传	/ 135
第6章 引燃小程序：多种营销技巧助力爆款打造 / 137		
6.1	营销方向：6种策略必须做好安排	/ 138
6.1.1	娱乐：努力制造轻松氛围	/ 138
6.1.2	时尚：与时俱进引领潮流	/ 139
6.1.3	定位：服务特定受众群体	/ 141
6.1.4	个性：与众不同做出特色	/ 142
6.1.5	营销：充分带动用户分享	/ 143
6.1.6	场景：创造更多使用可能	/ 145
6.2	营销技巧：8种方法帮你快速引爆	/ 146
6.2.1	社交营销：充分利用你的粉丝	/ 147
6.2.2	口碑营销：创造好评积极引导	/ 148
6.2.3	文案营销：创意表达获取关注	/ 151
6.2.4	活动营销：宣传造势吸引注意	/ 153
6.2.5	借力营销：借助外力寻求共赢	/ 154
6.2.6	饥饿营销：控制供应促进销售	/ 156
6.2.7	用户营销：针对需求重点切入	/ 157
6.2.8	话题营销：根据热点提升价值	/ 158
第7章 生人变铁粉：轻松搞定用户获取留存问题 / 162		
7.1	极致体验：路人也能变成用户	/ 163
7.1.1	体验评估：为自己找好参照系	/ 163
7.1.2	优化服务：主动留好第一印象	/ 167

7.1.3	邀请设计：增加用户参与程度	/ 169
7.1.4	学习经验：善于借鉴，为我所用	/ 175
7.1.5	独特创意：创新体验增添乐趣	/ 177
7.1.6	潮流元素：引领时代流行趋势	/ 178
7.2	留存技巧：将用户牢牢地拴住	/ 179
7.2.1	留存因素：学会为成功找原因	/ 180
7.2.2	签到奖励：增加用户使用频率	/ 183
7.2.3	积分奖励：提升用户的积极性	/ 186
7.2.4	任务奖励：获取更多使用时间	/ 187
7.2.5	等级服务：积极培养核心用户	/ 189
7.2.6	适度让利：让用户觉得划得来	/ 191
7.2.7	赠送福利：提高用户的获得感	/ 194
第8章	品牌叫得响：高口碑助你成为用户的首选	/ 197
8.1	组成：品牌是企业实力的一部分	/ 198
8.1.1	收益：品牌直接关乎收入	/ 198
8.1.2	标志：品牌应更具辨识度	/ 199
8.1.3	延伸：品牌也是一种文化	/ 200
8.2	体现：品牌就是企业文化的直观表达	/ 202
8.2.1	团队精神：可以通过品牌彰显	/ 202
8.2.2	服务质量：通过品牌进行折射	/ 203
8.2.3	文化层次：借助品牌得以体现	/ 204
8.3	价值：品牌为小程序带来更大的价值	/ 206
8.3.1	经营：品牌始终是运营的核心	/ 206
8.3.2	升值：品牌使企业的资本增值	/ 208
8.3.3	地位：品牌是企业的经营追求	/ 209
8.4	战略：品牌的打造需要找到正确方法	/ 210
8.4.1	打造口碑：利用互联网提高忠诚度	/ 211
8.4.2	寻找方法：依托互联网增强知名度	/ 212

8.4.3 立足需求：获取持久的产品竞争力 / 214

第9章 轻松赚千万：掌握方法成交转化没有难度 / 216

9.1 电商：卖得越多赚得就越多 / 217

9.1.1 自营：卖多卖少都靠自己 / 217

9.1.2 入驻：借助大平台的力量 / 219

9.2 付费：有偿为用户提供内容 / 221

9.2.1 开课：开设线上付费课程 / 221

9.2.2 分类：设定会员独有内容 / 223

9.2.3 咨询：有偿进行答疑解惑 / 224

9.2.4 限免：开放部分免费内容 / 225

9.3 直播：将流量直接进行变现 / 227

9.3.1 礼物：粉丝直接给你收入 / 227

9.3.2 导购：增加电商产品销售 / 229

9.3.3 广告：软化需要重点把握 / 231

9.4 其他：能赚钱的就是好方法 / 233

9.4.1 版权：用IP获取“钱力” / 233

9.4.2 融资：本质上是曲线变现 / 235

9.4.3 社群：让用户为经济赋能 / 236

第10章 人人皆可为：各行业均可做自己的小程序 / 239

10.1 电商：买东西就是这么的方便 / 240

10.1.1 唯品会：全球精选，正品特卖 / 240

10.1.2 苏宁易购：为你的美好生活服务 / 242

10.1.3 寺库奢侈品：给你全世界的美好 / 243

10.2 影音：给你不一样的视听享受 / 246

10.2.1 爱奇艺：原创视频全网独播 / 246

10.2.2 电视猫：各种节目应有尽有 / 248

10.2.3 爱说唱：助你成为说唱歌手 / 250

10.3 资讯：一手轻松掌握天下大事 / 252

- 10.3.1 贴吧：更懂你的兴趣部落 / 252
- 10.3.2 优信二手车：省心，更安心 / 254
- 10.3.3 豆果美食：你要的菜谱，这里都有 / 256
- 10.4 出行：来一场说走就走的旅行 / 258
 - 10.4.1 携程旅行：小程序在手，说走就走 / 258
 - 10.4.2 百度火车票：高铁动车，任你选择 / 260
 - 10.4.3 五分钟旅游问答：解决一切旅游问题 / 262
- 10.5 直播：看见的就是正在发生的 / 263
 - 10.5.1 斗鱼直播：热门游戏应有尽有 / 264
 - 10.5.2 全民直播：年轻人爱看的互动平台 / 266
- 10.6 工具：小程序带来大大的便利 / 267
 - 10.6.1 快递直通车：随时查询，快速寄件 / 268
 - 10.6.2 优优好店：不卖货，却能给你优惠 / 269
- 10.7 游戏：永远拥有主流应用市场 / 271
 - 10.7.1 转一转：坚不可摧的铁三角 / 271
 - 10.7.2 数独游戏：有趣的数字排列 / 273
 - 10.7.3 天天小游戏：各种游戏任选 / 275

抓住新风口：智能小程序或将成为新机遇

学前提示

很多时候，我们缺的不是机遇，而是不能把握好机遇。在微信小程序诞生之初，很多人都不看好，而它却用自己的实力打了这些人的脸。

现在，又一种具有成为新风口潜力的应用软件——百度智能小程序出现了，你要不要抓住这个机会，为自己的未来争取更多可能呢？

要点展示

- 三足鼎立：BAT 瓜分小程序市场
- 基因剖析：智能小程序入门须知
- 成长因素：智能小程序的发展动力

1.1 三足鼎立：BAT 瓜分小程序市场

随着网络技术的发展和人们生活节奏的加快，人们上网的习惯正在发生着一些肉眼可见的变化。从 PC 端到移动端，从 APP 到小程序，正是因为看到小程序的良好发展前景，各大网络公司开始进军小程序行业。小程序市场也形成了微信小程序、支付宝小程序和百度智能小程序三足鼎立的局面。

1.1.1 引路者：微信小程序

微信小程序于 2017 年 1 月 9 日凌晨正式上线，它是一种无须下载、安装，只要点击进入即可使用的移动应用，而且部分小程序甚至可以达到媲美原生应用程序。也正因如此，许多人直接将微信小程序称为“简化版的 APP”。图 1-1 所示为微信小程序的图标。

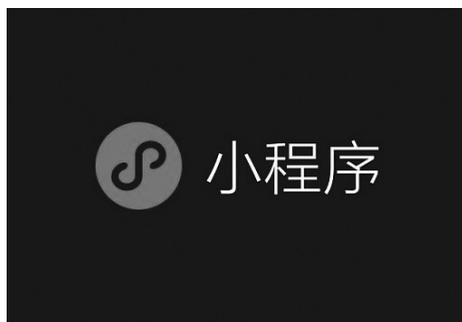


图 1-1 微信小程序的图标

微信小程序直接设置在微信中，用户只需①点击微信下方的“发现”按钮，进入“发现”界面，便可以看到“小程序”版块，如图 1-2 所示。②点击“小程序”按钮，则可进入“小程序”界面，查看附近的小程序、我的小程序和最

近使用的小程序，具体如图 1-3 所示。



图 1-2 “发现”界面



图 1-3 “小程序”界面

虽然微信小程序上线至今时间并不长，但是它却获得了许多骄人的成绩，这其中包括将“蘑菇街”电商品牌成功发展成国内一线品牌，诞生了曾经一度刷屏的“跳一跳”小游戏。它让人们的衣食住行变得更加便利化。

微信小程序可以说是小程序市场的引路者，也正是因为它取得的诸多成绩，才让支付宝、百度在羡慕之余，也开始向小程序市场发力。

1.1.2 紧随者：支付宝小程序

支付宝小程序是由支付宝建立的一个开放平台，虽然支付宝从 2016 年 9 月便开始开发类似于小程序的应用，但是直到 2018 年 4 月国家市场监督管理总局推出“电子营业执照”小程序，它才开始在一些地区上线试点。图 1-4 所示为支付宝小程序的图标。



图 1-4 支付宝小程序的图标

和微信小程序不同，支付宝小程序并没有在支付宝的显眼位置直接设置入口。图 1-5 所示为支付宝的“首页”界面，这其中便看不到支付宝小程序的身影。虽然如此，用户还是可以通过一定的操作找到支付宝小程序的相关内容。

例如，用户可以在搜索栏中①输入“小程序”，然后在搜索结果中②点击“小程序”应用，具体如图 1-6 所示。



图 1-5 支付宝“首页”界面



图 1-6 搜索“小程序”

操作完成后，即可进入“小程序”界面，查看常用的一些小程序，如图 1-7 所示。点击该界面的搜索栏后，则可看到支付宝推荐的一些小程序，具体如图 1-8 所示。



图 1-7 “小程序”界面



图 1-8 支付宝推荐的小程序

正是因为支付宝小程序上线比微信小程序晚，再加上还只在部分城市进行上线试点，因此支付宝小程序的开发还不够成熟，而许多用户也只有借充电宝和租共享单车时才会使用。因此，尽管借助支付宝的流量和巨大的影响力，支付宝小程序仍难与微信小程序抗衡。

1.1.3 破局者：百度智能小程序

2018年7月4日，在百度AI开发者大会上，百度副总裁沈抖宣布百度智能小程序正式上线。2018年9月25日，百度举办智能小程序媒体沟通会，同时宣布全面开放申请。由此，百度智能小程序开始走入大众视野。

而随着携程、爱奇艺、58同城、快手等品牌的加入，百度智能小程序在短时间内获得了飞速发展，这也让原本双雄争霸的小程序市场变成了三足鼎立的局面。图 1-9 所示为 3 种小程序的关键信息比较。



图 1-9 3 种小程序的关键信息比较

1.2 基因剖析：智能小程序入门须知

很多读者可能在看本书之前，对百度智能小程序的了解是比较有限的。为了增加大家对智能小程序的了解，本节对智能小程序的一些基本信息进行介绍，帮助大家更快地入门智能小程序。

1.2.1 概念释义：什么是智能小程序

说到智能小程序，我们更多的是指百度智能小程序，因为百度的小程序直接将“智能”作为关键词，而且像“长隆动物园”小程序便是通过 AI 技术，显示出它的智能性。图 1-10 所示为百度智能小程序的图标。



图 1-10 百度智能小程序图标

当然，在微信小程序中也有“智能小程序”这一说法，但是其中真正能够称得上智能的小程序还是比较少的。因此，在行业内，智能小程序和百度智能小程序基本上可以画等号。

1.2.2 出现原因：百度为什么要入场

当得知百度推出智能小程序之时，许多人都会感到疑惑。毕竟，随着微信小程序的快速发展，百度智能小程序已经很难赶超了。难道说，百度推出智能小程序仅仅就只是羡慕微信小程序的发展吗？百度智能小程序的出现主要有两个原因，具体如下。

1. 顺应时代

每个时代都有其特定的需求，而当前，用户对小程序这种轻应用的需求已经超过了 APP，这也是各大互联网巨头都选择投身小程序领域的重要原因。而百度智能小程序的出现，其实也就是顺应时代的需求。

2. 谋求发展

除了顺应时代需求之外，百度推出智能小程序也是希望通过这一举动，扩大百度的服务领域，从而通过功能的扩大增加百度的影响力，为百度的发展谋求更多的可能性。

这一点很好理解，毕竟随着用户从 PC 端到移动端的转移，各种 APP、微信、抖音等软件对用户的影响力逐渐加大，作为 PC 端霸主的百度在用户心中已经不复原来的地位。那么，百度如何重回霸主地位呢？此时，智能小程序就成为一个不错的选择。

1.2.3 发展历程：成长的智能小程序

任何事物的发展都需要一个过程，小程序的发展也是如此。事实上，第一个推出小程序的并不是微信，而是百度。因为早在 2013 年百度便推出了轻应用，这种应用和小程序的设计理念相同，两者强调的都是精致小巧，便于使用。唯

一不同的是，一个名为轻应用，而另一个名为小程序。

虽然百度很早就推出了轻应用，但是，因为当时正处于 APP 快速发展阶段，用户的需求侧重于各类 APP 的功能，而不是 APP 的轻巧和便利。所以，轻应用在当时并没有被市场所接受。

时间来到 2017 年年底，经过近一年时间的发展，微信小程序通过蘑菇街、摩拜单车、跳一跳等小程序显示出强大的发展力和影响力。或许是因为看到了微信小程序的发展态势，百度也将注意力转移到小程序上。

所以，2018 年 5 月在百度联盟峰会上，百度 APP 业务部总经理平晓黎便预告 7 月将推出百度智能小程序。2018 年 7 月 4 日，百度智能小程序如期正式上线。经过几个月的发展，百度智能小程序吸引了大量品牌入驻。

2018 年 11 月 1 日，百度宣布成立智能小程序开源联盟。爱奇艺、bilibili、快手和携程等成为首批联盟会员。

1.2.4 功能特点：不是一般的小程序

百度智能小程序的功能特点主要体现在 3 个方面，具体如下。

1. 更自然

因为百度 APP 和智能小程序的无缝衔接，所以使用百度智能小程序，用户可以获得更自然的使用体验。以订火车票为例，用户只需在百度 APP 中输入相关信息，然后进行一些简单的操作，即可完成订票。其具体操作如下：

步骤 01 进入百度 APP，在搜索栏中输入“百度火车票”，进行搜索。操作完成后，便可以在搜索结果中看到“百度火车票”智能小程序，如图 1-11 所示。

步骤 02 点击“百度火车票”智能小程序所在位置，进入如图 1-12 所示的“百度火车票”智能小程序界面。

步骤 03 在“百度火车票”智能小程序中选择时间、地点之后，用户只需点击“查询”按钮，便可进入图 1-13 所示的火车票订票界面，然后进行订票的相关操作。



图 1-11 搜索“百度火车票”



图 1-12 “百度火车票”智能小程序界面



图 1-13 火车票订票界面

2. 更智能

百度智能小程序为什么要在名字中加上“智能”这两个字呢？其中一个主要原因就在于相较于一般的应用程序，百度智能小程序要更智能一些。这种智

能主要体现在以下 3 个方面。

一是智能开发。百度向开发者开放了 3.0 的 AI 功能，开发者只需要几行代码，便可以调用完整的 AI 功能。图 1-14 所示为百度智能小程序向开发者提供的 AI 能力框架图。



图 1-14 百度智能小程序向开发者提供的 AI 能力框架图

二是智能互动。例如，“长隆 AR 动物园（体验版）智能小程序”通过 AR 渲染、图像识别和三维感知功能实现与用户的智能互动。其具体功能展示如图 1-15 所示。



图 1-15 “长隆 AR 动物园（体验版）智能小程序”的智能互动

三是智能推荐。借助百度的 AI 能力，通过大数据和自然语言分析，可以实现兴趣识别和意图识别，从而精准地将智能小程序推荐给目标用户，大幅增

加日活跃用户数量（Daily Active User, DAU）、订单转化和人均时长等，具体如图 1-16 所示。

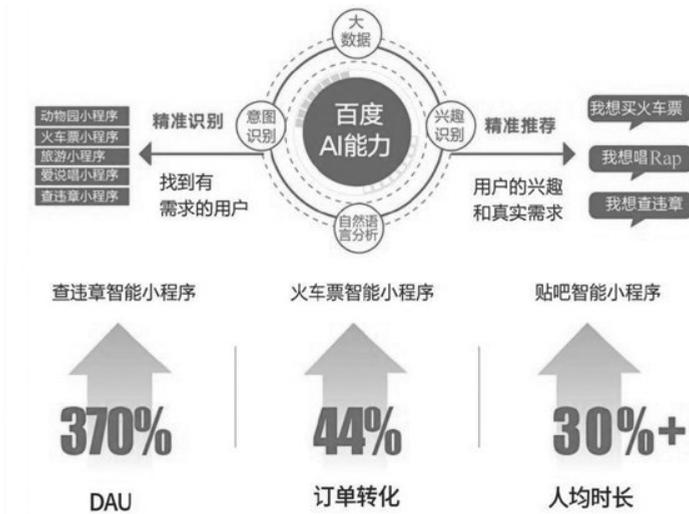


图 1-16 智能推荐

3. 更开放

与大多数应用软件的封闭生态相比，百度智能显然要开放得多。百度智能小程序的开放主要体现在两个方面：一是可实现高效迁移，将其他小程序快速接入百度智能小程序；二是智能小程序开发完成后，可以在百度系列 APP、浏览器和合作 APP 等进行多端运行。其具体体现如图 1-17 所示。



图 1-17 开放的百度智能小程序

1.2.5 开发群体：这些人群必须入驻

每种新事物的出现对一部分人来说就是一个新的机遇。那么，智能小程序的出现对哪些人群是有利的呢？有三大人群是必须要入驻智能小程序的，具体如下。

1. 其他小程序开发者

为什么其他小程序的开发者要入驻百度智能小程序呢？主要有两个原因。首先，其他小程序开发者因为有了开发经验，所以开发智能小程序相对来说是比较简单的；其次，在 1.2.4 节中提到，其他类型的小程序可以快速接入百度智能小程序，而且只需要修改几行代码便可以完成，操作起来非常简单。

2. 各类市场营销人员

智能小程序的出现相当于为各类营销人员提供了一个新的营销渠道，而且依托百度 APP 的巨大流量，只要营销得当，便可以获得不错的成交转化效果。另外，智能小程序开发简单，成本也比较低，退一步来说，即便成交转化效果不如预期，也不至于会因此亏本。

3. 对小程序有需求的人员

在看到微信小程序的快速发展之后，部分运营者因没有及时开发自己的微信小程序而后悔。而具有成为下一个新风口潜能的智能小程序现在已经出现在你的面前了，这个机会你要不要好好把握呢？

再加上百度智能小程序和其他小程序之间是可以快速转化的，开发一个小程序就相当于开发两个，甚至是好几个小程序。在这种情况下，如果对小程序有需求，开发便变成了一件非常划算的事。

1.2.6 对比优势：与各类应用的异同

很多时候，一种事物的优势都来自与其他事物的对比，而智能小程序与其

他应用相比有着诸多优势。本书通过与4类应用进行对比，展现微信小程序的优势。

1. 与 APP 的异同

智能小程序和 APP 的相同点就在于两者都是手机上的一种应用，都可以满足用户某一方面的需求。而两者的不同就在于 APP 的功能往往更加齐全，但是其所占的空间较大，没有下载就不能即时使用；智能小程序则是一种轻巧的应用，虽然可能功能不及 APP，但是随时可以使用，而且使用体验良好。

2. 与微信小程序的异同

如果要给百度智能小程序找一个最大的对手，那一定就是微信小程序了。那么，百度智能小程序和微信小程序有哪些异同呢？接下来从5个方面进行分析。

1) 主要入口

百度智能小程序和微信小程序都为运营者提供了许多内部入口，具体如图 1-18 所示。



图 1-18 百度智能小程序和微信小程序的内部入口

微信小程序的入口主要都在微信内部，而百度智能小程序除了百度 APP 内部的入口之外，还为开发者提供了大量的外部入口，具体如图 1-19 所示。



图 1-19 百度智能小程序的外部入口

2) 流量获取

一款应用能否取得预期的营销效果取决于其能否获得可观的流量。那么，这两种小程序是如何获得流量的呢？具体如图 1-20 所示。



图 1-20 百度智能小程序和微信小程序的流量获取方式

3) 生态模式

虽然都是小程序，但是在生态模式上，百度智能小程序和微信小程序是截然不同的。百度智能小程序的生态模式是比较开放的，而微信小程序则偏向封闭。这两者的区别类似于安卓和苹果的 IOS 的区别。百度智能小程序和微信小程序的生态模式具体如图 1-21 所示。



图 1-21 百度智能小程序和微信小程序的生态模式

4) 核心赋能

因为百度智能小程序和微信小程序的开发侧重点不同，所以两者在核心赋能方面也有一些区别。百度智能小程序侧重于 AI 与移动端的连接，而微信小程序则更多的是连接线上与线下，具体如图 1-22 所示。

5) 终极目标

一个公司采取某一行动，必然有其目的。百度推出百度智能小程序，微信推出微信小程序，它们为的是什么？目标又是什么呢？具体来说，两者的终极目标如图 1-23 所示。



图 1-22 百度智能小程序和微信小程序的核心赋能

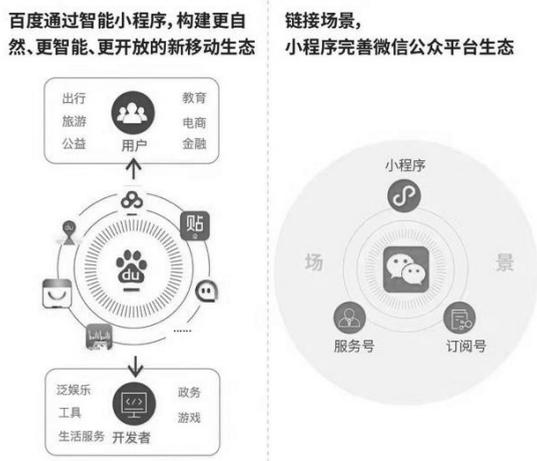


图 1-23 百度智能小程序和微信小程序的终极目标

3. 与支付宝小程序的异同

百度智能小程序和支付宝小程序主要的相同点是，两者都是在微信小程序

已成大势的情况下由大公司推出的应用软件。两者的不同点则比较多，主要包括以下3个方面。

首先，在特点上，百度智能小程序是AI智能的加持，以及平台的完全开放；而支付宝小程序则更多的是以提供工具性的小程序为主，小程序整体上偏工具性。

其次，从各自的优势来看，百度智能小程序主要在于AI智能融入，以及天然的搜索属性；而支付宝小程序则具有丰富的线上线下资源，可供运营者使用。

最后，这两种小程序也有着各自的劣势。智能小程序因为百度的属性，支付环节相对来说是比较弱的；而支付宝小程序则在社交方面存在短缺，并且因为大多数小程序用户参与度不足，所以流量转化效率偏低。

4. 与快应用的异同

快应用是由华为、小米、OPPO、vivo、中兴、金立、联想、魅族和努比亚这九大手机厂商基于硬件平台推出的新型应用生态。虽然它的名字叫“快应用”，但是和百度智能小程序一样，它也是无须下载安装，属于即点即用的应用软件。

两者的不同点就在于智能小程序是由百度推出的，但是因为其开放性，百度系APP和其他的一些合作方皆可使用，不会因为手机品牌而受到限制；而快应用则更多的是运用于九大手机厂商，在其他品牌的手机上是无法使用的。

1.3 成长因素：智能小程序的发展动力

一种事物是否有前景，关键就在于是否有足以支撑其发展的动力。从百度智能小程序来看，其包含的众多优势便构成了智能小程序的成长因素。

1.3.1 新平台：千亿级市场等待挖掘

从百度智能小程序支持做电商这一点来看，其能够给店铺运营者带来的最直接的益处就是提供了一个新的销售平台。一家店铺的发展速度从一定程度上来说取决于顾客的流量，而顾客的流量又与店铺提供的销售平台有关。

如果店铺提供的销售平台较多，那么即便每个平台的销量不太高，但是若将所有平台的销量加起来，数量可能也会比较大。而伴随着顾客流量和销售量的提高，店铺自然也会收益增加，名气变大。

对于实体店运营者而言，因为店面运营成本比较高，所以要想赚钱，就只能适当提高产品的价格。这样一来，产品往往很难获得价格优势，实体店也因此在与电商的竞争中逐渐处于下风。甚至有人曾经悲观地认为，在不久的将来，实体店很可能会消失。

而百度智能小程序的出现则为实体店提供了机遇。开发小程序之后，实体店的商家可以将产品拿到线上来卖，而且也可以向线下引流，并为用户，特别是店铺附近的用户提供更贴身的服务。所以，通过小程序这个载体，实体店的运营者不仅是在线上增加了一条销售渠道，而且对线下的宣传引流也会变得更加便利。

更为关键的一点在于，百度智能小程序是一个新的销售渠道，而且运营者可以在运营其他平台的同时，运营百度智能小程序。例如，苏宁易购便是同时运营了百度智能小程序和微信小程序。图 1-24 所示为“苏宁易购”百度智能小程序和微信小程序的相关界面。



图 1-24 “苏宁易购”百度智能小程序和微信小程序的相关界面

1.3.2 易开发：百度为开发者提供便利

百度智能小程序为开发者提供了许多便利，这不仅体现在可以将其他小程序转化为百度智能小程序，更关键的一点在于官网平台中为开发者提供了许多支持。图 1-25 所示为百度对开发者的开发支持。



图 1-25 百度对开发者的开发支持

例如，用户点击图 1-25 中的“开发者工具”按钮，便可进入图 1-26 所示的“开发”界面，该界面中不仅对开发的简易教程进行了说明，更提供了框架、组件、API、工具和调试等内容。



图 1-26 “开发”界面

1.3.3 入口多：推广、引流非常方便

百度智能小程序拥有众多入口，这也让它的推广、引流变得非常方便。本

书选择百度 APP 中常用的几个入口进行详细的解读，帮助大家更好地推广自己的百度智能小程序。

1. 个人中心

在百度 APP 中没有设置明显的智能小程序版块，因此要想使用智能小程序，必须找到一些合适的方法。其中，通过个人中心进入智能小程序界面相对来说是一种比较常见的方法。接下来对从个人中心进入智能小程序的步骤进行详细说明。

步骤 01 打开百度 APP，点击右下方的“我的”按钮，进入个人中心界面，在该界面的“常用功能”版块上方将出现一些百度智能小程序，具体如图 1-27 所示。

如果该界面中出现了用户想进入的智能小程序的图标，此时，用户只需点击对应的图标即可快速进入智能小程序。

步骤 02 如果图 1-27 所示的界面中没有用户需要的智能小程序，可以向左滑动智能小程序一栏，而在最后一个智能小程序图标的右方将出现一个  图标。此时，用户需要点击该图标，如图 1-28 所示。



图 1-27 点击“我的”按钮



图 1-28 点击  图标

步骤03 点击图标后，进入图 1-29 所示的“智能小程序”界面。在该界面中，用户可以通过搜索，以及“精品推荐”和“最近使用”版块进入智能小程序。

例如，用户点击“智能小程序”界面中的“爆笑漫画”，则可进入图 1-30 所示的“爆笑漫画”百度智能小程序界面。



图 1-29 “智能小程序”界面



图 1-30 “爆笑漫画”百度智能小程序界面

2. 百度搜索

在知道百度智能小程序名称的情况下，通过百度搜索的方式进入百度智能小程序，可以说是一种非常方便的方法。用户可以通过如下操作，利用百度搜索，进入百度智能小程序。

步骤01 打开百度 APP，点击“百度”界面上方的搜索栏，如图 1-31 所示。

步骤02 在搜索栏中输入需要使用的百度智能小程序，这里以“申通快递”为例进行说明。可以看到在输入栏下方将出现该智能小程序的选项，如图 1-32 所示。用户如果点击该选项，即可进入“申通快递”百度智能小程序。

步骤03 当然，如果直接搜索“申通快递”，则可在搜索结果中看到“申通快递_百度智能小程序”一栏，如图 1-33 所示。



图 1-31 “百度”界面



图 1-32 输入“申通快递”

步骤 04 点击“申通快递_百度智能小程序”一栏，操作完成后，即可进入图 1-34 所示的“申通快递”百度智能小程序界面。



图 1-33 “申通快递_百度智能小程序”一栏



图 1-34 “申通快递”百度智能小程序界面

3. 百度信息

在百度 APP 的推荐信息中，有时可能会出现一些带有百度智能小程序的信息，用户只需点击这一类便可以进入对应的百度智能小程序。

图 1-35 所示为百度 APP 中“推荐”版块的相关界面，可以看到在该界面的信息中，便有一条标有“爱奇艺视频 智能小程序”字样的视频内容，而用户点击该视频之后，便可进入图 1-36 所示的视频播放界面，在“爱奇艺视频”百度智能小程序中查看该视频的相关内容。



图 1-35 “推荐”界面



图 1-36 视频播放界面

当然，通过这种方式，用户直接进入的是某个视频的播放界面。但是，用户还是可以通过点击界面上方图标的方式，进入“爱奇艺视频”百度智能小程序的“首页”界面。

4. 下拉“百度”界面

上面 3 种方法应该是大多数用户使用百度智能小程序的方法，其实，除了这些方法之外，百度 APP 中还有一些进入百度智能小程序的隐藏入口。例如，下面要介绍的下拉“百度”界面便属此类。

具体来说，用户可以打开百度 APP，进入“百度”界面，然后下拉该界面，

操作完成后,在界面上方将出现“智能小程序”的相关标志,具体如图 1-37 所示。

而松开手之后,便可进入图 1-38 所示的智能小程序界面。在该界面中可以看到“最近使用”和“大家都在用”的一些百度智能小程序。用户只需点击需要使用的智能小程序的图标,即可进入该智能小程序。除此之外,还可通过点击  图标的方式,进入图 1-29 所示的“智能小程序”界面。



图 1-37 下拉界面



图 1-38 智能小程序界面

5. 扫描对应的二维码

扫描二维码也可以算得上是进入智能小程序的一种隐藏方法,具体来说,用户可以通过如下步骤,通过扫码进入百度智能小程序。

步骤 01 打开百度 APP, ① 点击“我的”按钮, 进入个人中心; ② 点击界面中的“扫一扫”按钮, 如图 1-39 所示。

步骤 02 操作完成后进入图 1-40 所示的“扫码”界面。

步骤 03 找到百度智能小程序的二维码, 将扫描框对准二维码并进行扫描, 便可以进入对应的智能小程序。图 1-41 所示为“智能小程序示例”二维码, 使用百度 APP 10.7 及以上版本扫描该二维码之后, 便可进入图 1-42 所示的“智能小程序官方组件”百度智能小程序界面。



图 1-39 “频道”界面

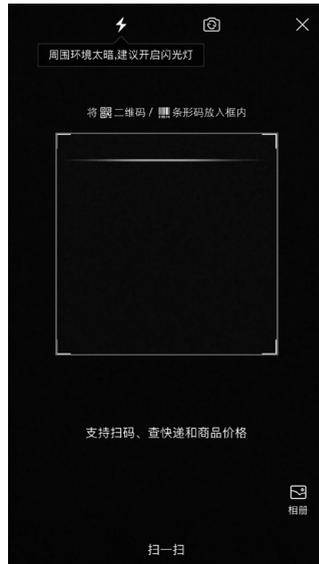


图 1-40 “扫码”界面



图 1-41 “智能小程序示例”
二维码



图 1-42 “智能小程序官方组件”
百度智能小程序界面

当然，运营者要想让用户通过扫码进入百度智能小程序，还需要设置二维

码，了解扫码打开智能小程序的相关操作。对此，运营者可以从智能小程序官网的“扫码打开智能小程序”界面了解扫码打开智能小程序的相关信息。



图 1-43 “扫码打开智能小程序”界面

1.3.4 体验好：使用便捷且加载快速

一款应用软件到底好不好，用户有着直观的使用体验。笔者说百度智能小程序的使用体验好，其中非常关键的一点原因就在于百度智能小程序的使用便捷，而且加载起来也非常快速。

因为小程序轻巧的自身属性，百度智能小程序的便捷性自然是不必多说，而百度智能小程序加载快速体现在内容点进去之后便可以快速加载出来。

以“爱奇艺视频”百度智能小程序为例，当用户进入图 1-44 所示的“频道”界面后，只需点击某个视频，便可以进入图 1-45 所示的“视频播放”界面，而且是秒播超清的视频。该智能小程序的加载速度由此可见一斑。

当然，需要特别说明的一点是，百度智能小程序的加载速度还是建立在用户网速的基础上的。如果用户的网速不佳，那么百度智能小程序做得再好也是不可能快速加载出来的。



图 1-44 “频道”界面



图 1-45 “视频播放”界面

1.3.5 内存少：不必占用太大的空间

由于部分手机（如苹果手机）是不能直接插内存卡的，因此其内存非常有限。而综观应用商店中的各种 APP，很多体积都超过了 100MB，这便让用户手机能安装的 APP 数量受到了严重限制。

视频类 APP 占用的内存在各类 APP 中并不是最多的，但是其体积也基本在 100MB 以上，有的甚至可以达到 200MB。图 1-46 所示为苹果手机“App Store”中“爱奇艺视频”APP 的相关信息界面，可以看到其“大小”达到了 180.9MB。

因为只有下载并完成安装，用户才能获取并使用 APP，所以体积大小对获取时间又会产生一定的影响。例如，用户①点击图 1-46 中的“获取”按钮后，系统会对“爱奇艺视频”APP 进行下载，并②显示下载进度，具体如图 1-47 所示。



图 1-46 “爱奇艺视频” APP 的相关信息界面



图 1-47 “爱奇艺视频” APP 下载界面

执行上述操作后，“爱奇艺视频”APP 已进入下载和安装进程。该 APP 的体积大小为 180.9MB，在网速较快的情况下，该过程可能仅耗几分钟；而网速不佳时，这个过程耗时可能会超过 10 分钟。所以，如果用户急切需要使用该 APP，就只能随着时间的流逝而备受煎熬。

同样是“爱奇艺视频”，如果用户使用百度智能小程序进入，则只需在“小程序”界面①输入“爱奇艺视频”，并在搜索结果中②点击“爱奇艺视频”，如图 1-48 所示。操作完成后，即可进入“爱奇艺视频”百度智能小程序界面，具体如图 1-49 所示。

所以，百度智能小程序的应用占用的内存比较小，基本上可以实现无须安装和下载，随时可用。这对于手机内存比较有限的人士及生活节奏日益加快的人们来说，无疑更加适用。

例如，有的视频只能在爱奇艺视频上播放，当手机用户没有下载“爱奇艺视频”APP，却又想在第一时间看到这些视频时，百度智能小程序就是不错的选择。



图 1-48 小程序中搜索“爱奇艺”



图 1-49 “爱奇艺视频”百度智能小程序界面

第2章

拿到入场券：快速注册发布获得运营资格

学前提示

百度智能小程序作为应用的一种，只有在发布后才能被用户看到，即在发布之后才相当于拿到了运营百度智能小程序的入场券。

百度智能小程序的发布是有方法的，如果运营者掌握一定的技巧，便可以快速注册，获得智能小程序的运营资格，及早抢占市场。

要点展示

- 注册须知：5项工作必须重点做好
- 发布步骤：5个步骤轻松完成上线

2.1 注册须知：5项工作必须重点做好

要想发布智能小程序，运营者首先必须完成注册工作，拥有一个属于自己的智能小程序账号。而在智能小程序注册的过程中，有5项工作是需要运营者重点做好的，本节分别对其进行解读。

2.1.1 入口找寻：找到官网注册地点

在做一件事之前，找到正确的入口是非常关键的，智能小程序的注册也是如此。通常来说，注册智能小程序最好选择官网界面。

我们如何进入智能小程序的官网界面呢？一般来说，大家可以采取两种方法，一种是在浏览器中搜索关键词“智能小程序”，另一种是直接输入官网的链接地址。下面，笔者就以第一种方法为例进行说明。

步骤01 打开浏览器，在搜索栏中①输入“智能小程序”，②单击右侧的“搜索”按钮，如图2-1所示。



图 2-1 搜索“智能小程序”

步骤 02 操作完成后，即可看到图 2-2 所示的搜索结果界面，在搜索结果的第一项便是带有“官网”标志的内容，选择该项结果所在的位置，并单击进入。



图 2-2 搜索结果界面

步骤 03 完成操作后，进入图 2-3 所示的“智能小程序”界面。可以看到，在该界面中有一个“入驻申请”按钮，运营者只需单击该按钮，即可进行智能小程序的相关操作。



图 2-3 “智能小程序”界面

2.1.2 主体类型：根据实际做出选择

在正式注册智能小程序之前,运营者有必要先了解智能小程序的注册范围。原因是只有在注册范围内的主体才能进行小程序的注册,而且每种主体对应的注册资料也是不尽相同的,具体如图 2-4 所示。运营者只需根据自身实际情况做出选择,并准备相应的资料即可。

不同类型的开发者所需的登记信息：包括主体信息、超级管理员信息两部分。

类型	定义	所需信息
企业	企业、个体工商户、企业相关品牌	1. 企业名称 2. 营业执照注册号 / 统一社会信用代码 3. 营业执照原件照片 4. 企业类型（企业、个体工商户）
政府	国内、各级、各类政府机构、事业单位、具有行政职能的社会组织等	1. 政府名称 2. 组织机构代码 3. 组织机构代码证原件照片 4. 确认公函
媒体	报纸、杂志、电视、电台、通讯社、其他等	1. 组织类型 2. 组织名称 3. 组织机构代码 4. 组织机构代码证原件照片
其它组织	公共场馆、公益机构、学校、社团、民间组织等机构团体申请	1. 组织名称 2. 组织机构代码 3. 组织机构代码证原件照片

图 2-4 各主体的相关说明及注册资料

2.1.3 提交审核：填写资料等待结果

虽然智能小程序的注册流程非常简单,但是运营者要想更快地获取智能小程序,还必须先熟悉注册流程。2.1.1 节中已经介绍了注册入口,接下来,我们需要做的就是执行相关步骤,提交资料,进行审核。具体来说,注册审核的步骤如下所述。

步骤 01 单击图 2-3 中的“入驻申请”按钮,完成操作后,弹出“手机短信”对话框。在对话框中①输入手机号和动态密码,②单击下方的“登录”按钮,如图 2-5 所示。



图 2-5 “手机短信”对话框

步骤 02 操作完成后，进入图 2-6 所示界面，单击该界面中的“申请开通”按钮。



图 2-6 单击“申请开通”按钮

步骤 03 如果运营者登录了百度账号，此时便会弹出“你已登录百度”对话框。在该对话框中单击“申请开通”按钮，如图 2-7 所示。

步骤 04 操作完成后，进入图 2-8 所示的“开放申请”界面。在该界面中①填写公司名称、所属行业、产品类别、计划接入的小程序名称和计划接入的小程序简介等信息，②单击下方的“提交审核”按钮。



图 2-7 单击“申请开通”按钮



图 2-8 “开放申请”界面

步骤 05 操作完成后，如果界面跳转至“开放申请”界面，同时显示“申请提交成功”，就说明相关资料已经成功完成了提交，具体如图 2-9 所示。接下来，运营者需要做的就是等待百度智能小程序官方的审核结果。

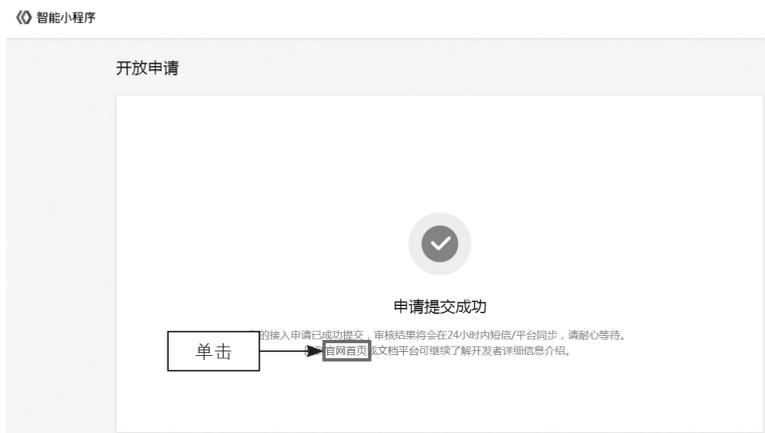


图 2-9 “开放申请”界面

需要特别说明的是，审核提交之后，百度智能小程序官方会在 24 小时内通过短信的方式告知审核，同时审核结果也会在百度智能小程序平台上进行公布。运营者只须关注相关信息即可。

另外，如果运营者不知道百度智能小程序的入驻流程，可以通过单击图 2-9 中的“官网首页”文字链接，进入百度智能小程序官网，查看百度智能小程序的入驻申请流程，具体如图 2-10 所示。如果运营者对流程中的步骤有疑问，也可以单击有疑惑的步骤，详细了解相关信息。



图 2-10 百度智能小程序入驻申请流程

2.1.4 高级验证：通过审核创建账号

审核通过后，运营者将会收到一条来自百度智能小程序的短信，具体如图 2-11 所示。



图 2-11 收到百度智能小程序的短信

打开短信中的链接之后，即可进入百度智能小程序的官网，同时界面中将显示“申请已审核通过”，具体如图 2-12 所示。



图 2-12 显示“申请已审核通过”

当然，运营者也可能收到申请未通过的通知，对此，运营者只需根据提醒进行相关调整即可。图 2-13 所示为由于信息不完整而未通过审核的相关界面，对于这种情况，运营者可以根据提醒，对信息进行完善，然后重新提交申请。



图 2-13 审核未通过通知

审核通过后, 运营者需要做的就是单击图 2-12 所示的“注册智能小程序”按钮, 注册自己的百度智能小程序, 具体步骤如下所述。

步骤 01 进入“选择类型”界面, 根据需开发的智能小程序类型, 单击对应类型下方的“选择”按钮, 如图 2-14 所示。接下来以企业类百度智能小程序为例进行说明。



图 2-14 “选择类型”界面

步骤 02 进入“填写资料”界面, ①填写“主体信息登记”和“超级管

“主体信息登记”相关信息。相关信息填写完成后，**②**单击界面下方的“提交”按钮，如图 2-15 所示。



图 2-15 “填写资料”界面

步骤03 操作完成后，进入主体信息提交提醒对话框，单击对话框中的“确定”按钮，如图 2-16 所示。



图 2-16 主体信息提交提醒对话框

步骤04 操作完成后, 进入“我的智能小程序”界面, 如果该界面中显示“信息审核中”, 则说明信息提交已完成, 如图 2-17 所示。



图 2-17 “我的智能小程序”界面

步骤05 审核通过之后, 将出现“创建小程序”的相关界面, 如图 2-18 所示。至此, 百度智能小程序的审核就完成了。



图 2-18 “创建小程序”的相关界面

2.1.5 信息完善：给小程序打上烙印

百度智能小程序创建成功之后，需要做的是完善基本信息，进行智能小程序的注册。我们可以通过如下步骤注册智能小程序，给你的小程序打上属于自己的烙印。

步骤01 单击图2-18中的“创建智能小程序”按钮，进入“智能小程序注册”界面，如图2-19所示。

图 2-19 “智能小程序注册”界面

在该界面中，运营者需要填写好4个方面的信息，具体如下。

1. 名称

百度智能小程序的名称长度应控制在4~20个字符，其中，一个汉字占2个字符。另外，命名具有唯一性，且不能使用违法、侵权及行业概括性词语。对于名称的填写，运营者可以单击“智能小程序注册”界面的“名称规则”链接，查看注册名称的规范。

2. 头像

百度智能小程序的头像不能涉及政治敏感和色情元素；格式方面可使用png、bmp、jpeg或jpg格式；图片大小应控制在120KB以内，尺寸应小于256px×256px。

3. 简介

简介应该是对百度智能小程序最具吸引力的部分进行呈现，其内容不能含有国家法律法规禁止的内容，且字数应控制在 5 ~ 28 个汉字。

4. 服务范围

百度智能小程序官方为运营者提供了快递与邮政、教育、医疗和政务民生等 20 余种服务类目，运营者只需根据自身服务范围进行选择即可。

步骤02 在“智能小程序注册”界面中①输入百度智能小程序的基本信息，②单击下方的“提交”按钮，如图 2-20 所示。



图 2-20 输入并提交基本信息界面

步骤03 操作完成后，进入“确认智能小程序信息”界面，并单击“提交”按钮，如图 2-21 所示。



图 2-21 “确认智能小程序信息”界面

步骤 04 操作完成后，进入图 2-22 所示的“我的智能小程序”界面，如果该界面中显示刚刚设置的一些基本信息，便说明百度智能小程序注册成功了。



图 2-22 “我的智能小程序”界面

在“我的智能小程序”界面中，运营者可以单击“添加管理员”按钮，对百度智能小程序的成员进行管理，如图 2-23 所示。



图 2-23 “成员管理”界面

2.2 发布步骤：5 个步骤轻松完成上线

在完成百度智能小程序的审核，拥有了账号之后，运营者需要做的就是发

布百度智能小程序。百度智能小程序的发布主要有 5 个步骤，接下来具体进行解读。

2.2.1 事前了解：查看开发的相关内容

百度智能小程序的开发是一个相对复杂的过程，为了避免因为无方向地摸索而浪费时间，也为了更好地获取百度智能小程序为运营者提供的各种资料，运营者在正式开发百度智能小程序之前，必须先查看开发的相关内容。

百度智能小程序官方网站的“开发”界面对简易教程、框架、组件、API、工具和开放服务等内容分别进行了说明，具体如图 2-24 所示。



图 2-24 “开发”界面

2.2.2 下载工具：获取代码上传的渠道

通常来说，自主开发百度智能小程序有两种途径：一是下载开发工具，在开发工具上直接进行开发；二是在第三方平台上开发，然后利用开发工具将代码包上传。可以看到，无论是哪种自主开发途径，都是需要下载开发工具的。接下来对开发工具的下載步骤进行具体解读。

步骤01 进入百度智能小程序官网后台的“小程序首页”界面，单击“开发者工具”文字链接。



图 2-25 “小程序首页”界面

步骤02 操作完成后，进入图 2-26 所示的“开发”界面，在该界面中选择对应的开发工具的版本。此处以“Windows 64”版开发工具的下载步骤为例进行具体的解读。



图 2-26 “开发”界面

步骤03 操作完成后，弹出“新建下载任务”对话框，在该对话框中对

名称和下载位置进行设置，单击“下载”按钮，如图 2-27 所示。操作完成后，如果在下载位置出现图标，就说明开发工具下载完成了。



图 2-27 “新建下载任务”对话框

2.2.3 开发打包：设计你的智能小程序

开发工具下载完成之后，运营者接下来就可以安心开发、设计百度智能小程序了。开发百度智能小程序的方法大致可以分为 3 类：一是直接外包；二是在开发工具上编码开发；三是借助第三方平台开发。

在上述 3 种开发方式中，外包不需要运营者亲自进行开发；在开发工具上开发需要熟悉编码，操作起来有一定难度；而在第三方平台上开发则可以借助相应的模板，快速完成开发，操作起来也比较简单。接下来以在“即速应用”平台上开发百度智能小程序的步骤为例进行具体说明。

步骤 01 进入“即速应用”平台首页，单击导航栏下方轮播栏中“首批百度小程序开发平台全新上线”下方的“立即查看”按钮，如图 2-28 所示。



图 2-28 “首页”界面

步骤02 操作完成后，进入“用即速应用”界面，单击界面中的“立即试用”按钮，如图 2-29 所示。



图 2-29 “用即速应用”界面

步骤03 操作完成后，进入“制作”界面，将鼠标指针停留在想要使用的模板上，单击“选择模板”按钮，如图 2-30 所示。当然，运营者如果要查看模板内容，可以用微信扫描二维码进行查看。



图 2-30 “制作”界面

步骤04 操作完成后，进入模板内容预览界面，单击界面中的“编辑模板”按钮，如图 2-31 所示。



图 2-31 模板内容预览界面

步骤 05 操作完成后，进入内容编辑界面，内容编辑完成之后，单击右上方的“发布”按钮，如图 2-32 所示。



图 2-32 内容编辑界面

需要特别说明的是，虽然在第三方平台一般都提供了可供直接套用的模板，但是每个运营者的实际情况都会有所不同。因此，在套用模板时还需将模

板上的信息都转化为自身信息。

步骤06 进入“基本设置”界面，设置名称、封面和 logo，单击“发布”按钮，如图 2-33 所示。



图 2-33 “基本设置”界面

步骤07 操作完成后，进入小程序管理界面，单击界面中的“打包百度小程序”按钮，如图 2-34 所示。



图 2-34 小程序管理界面

步骤 08 进入“打包百度小程序（内测中）”界面，输入 AppID、AppKey、AppSecret、选择分类等信息，单击下方的“打包”按钮，如图 2-35 所示。



图 2-35 “打包百度小程序（内测中）”界面

上面这些信息，大部分都可以直接从图 2-36 所示的“开发者 ID”界面中找到，运营者只需做简单的复制、粘贴工作即可。



图 2-36 “开发者 ID”界面

步骤 09 操作完成后，如果界面中显示“打包成功”，就说明代码包的打包工作完成了。而运营者要想通过开发者工具将代码包上传，需单击“下载”

按钮，将代码包先下载下来，如图 2-37 所示。



图 2-37 显示“打包成功”

步骤 10 操作完成后，界面中将弹出“新建下载任务”对话框，单击对话框中的“下载”按钮，如图 2-38 所示。

需要特别说明的是，在下载代码包时，千万不能改动文件名称，否则内容可能会出现一些变化。



图 2-38 “新建下载任务”对话框

2.2.4 域名设置：根据提示配置服务器

细心的读者可能已经发现了，在图 2-35 中，打包百度小程序时，“服务器配置”一栏便要求运营者配置小程序域名。其实，除了打包之外，运营者要

想将上传的代码包发布，也是需要对域名进行配置的。域名的配置比较简单，只需根据提示进行操作即可。以下是对服务器域名进行配置的具体说明。

步骤 01 进入百度智能小程序后台的“小程序首页”界面，单击界面中的“开发设置”按钮，如图 2-39 所示。

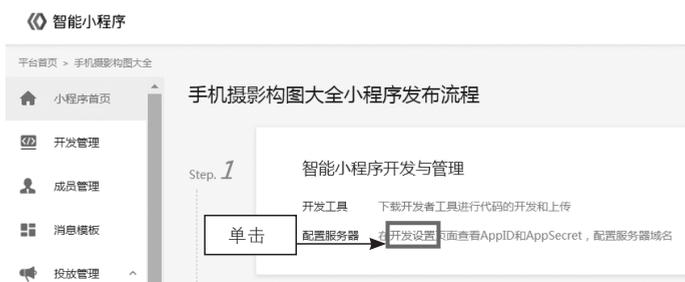


图 2-39 “小程序首页”界面

步骤 02 在“开发”界面中，找到“服务器域名”一栏，单击“开始配置”按钮，进入图 2-40 所示的“配置服务信息”界面，输入域名信息，单击下方的“保存并提交”按钮。



图 2-40 “配置服务信息”界面

步骤 03 操作完成后，在“服务器域名”界面中如果出现域名的链接，便说明域名设置成功了，如图 2-41 所示。可以看到，服务器域名也是可以修改的，但是一个月之内只能申请 5 次，运营者一定要把握好。

服务器域名

服务器配置	说明	管理
request的合法域名	https://	一个月内可申请5次修改，本月还可修改4次
socket的合法域名	wss://x	
uploadFile的合法域名	https://	
downloadFile的合法域名	https://	
		修改

图 2-41 “服务器域名”界面

2.2.5 版本发布：提交代码，审核上线

代码包下载和域名设置完成之后，接下来运营者就可以提交代码，让百度智能小程序审核上线了。具体来说，百度智能小程序的审核发布步骤如下。

步骤01 打开开发者工具，进入图 2-42 所示的界面，**①**单击“新建”按钮，进入百度小程序信息设置界面；**②**设置项目名称、项目目录和 APP ID；**③**单击下方的“完成”按钮，如图 2-43 所示。

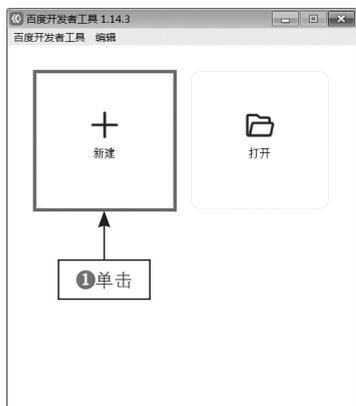


图 2-42 单击“新建”按钮



图 2-43 单击“完成”按钮

步骤02 操作完成后，进入开发者工具。运营者可以预览百度智能小程序内容，确认无误后，单击“发布”按钮，如图 2-44 所示。

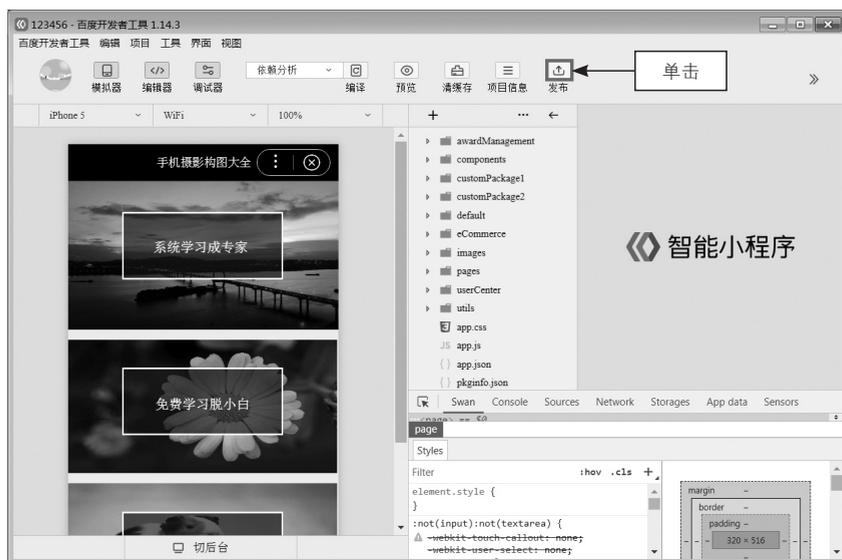


图 2-44 单击“发布”按钮

步骤 03 操作完成后，弹出图 2-45 所示的版本信息对话框，在对话框中 ①输入版本号，②单击下方的“确认上传”按钮。

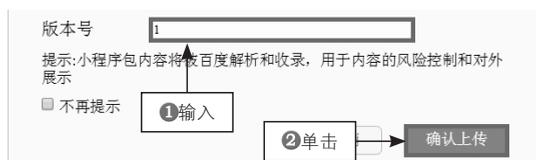


图 2-45 版本信息对话框

步骤 04 操作完成后，如果在开发者工具中显示“发布成功”，便说明代码包已成功上传至百度智能小程序后台了，如图 2-46 所示。

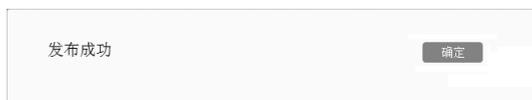


图 2-46 显示“发布成功”

步骤 05 操作完成后，进入百度智能小程序后台的“开发管理”界面，如果“开发版本”一栏出现刚刚上传的代码的相关信息，就说明代码包上传成

功了，如图 2-47 所示。



图 2-47 “开发管理”界面

步骤 06 单击“开发版本”中的“提交审核”按钮，进入图 2-48 所示的“编辑信息并提交审核”界面。在该界面中①输入测试账号、账号密码和版本描述等信息，②单击下方的“提交审核”按钮。



图 2-48 “编辑信息并提交审核”界面

步骤 07 完成操作后，页面跳转至“开发管理”界面。如果此时在“审核版本”版块中出现刚刚提交审核的代码包的相关内容，而且“状态”一栏显示“审核中”，就说明提交审核成功了，如图 2-49 所示。

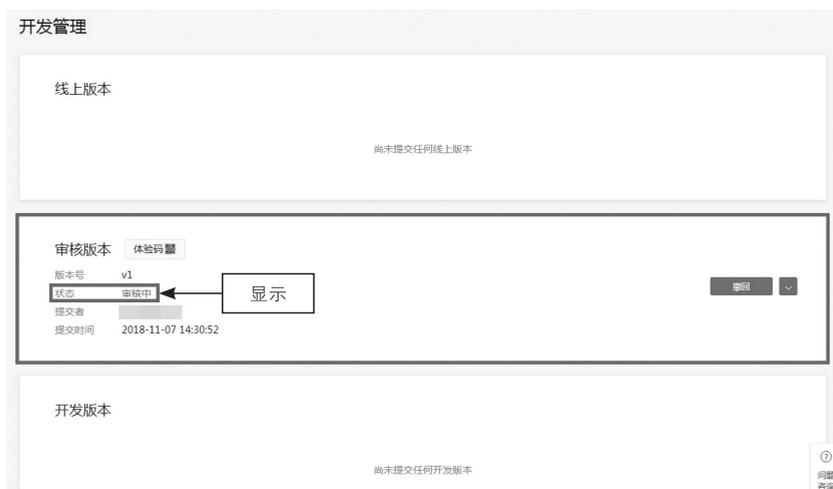


图 2-49 提交审核成功

步骤 08 审核通过之后，运营者只需在“开发管理”界面发布百度智能小程序即可。图 2-50 所示为“手机摄影构图大全”百度智能小程序开发版发布后的页面展示图。



图 2-50 “手机摄影构图大全”百度智能小程序的相关界面

一眼被记住：设计运营规范和个性的结合

学前提示

运营者在开发、运营百度智能小程序的过程中，需要考虑一个问题，市场上百度智能小程序有那么多，你凭什么让自己的百度智能小程序脱颖而出呢？

虽然要想让用户一眼就记住自己的智能小程序需要多方面的努力，但是，有两个方面却显得尤为关键，一是个性设计；二是运营规范。

要点展示

- 设计原则：3大要点着重把握
- 设计要求：5个方面特别注意
- 运营规范：6种事项必须遵守

3.1 设计原则：3 大要点着重把握

百度智能小程序官方提出了 3 个设计原则，而运营者要想让自己开发出来的百度智能小程序更好地通过官方的审核，就需重点把握官方提出的这 3 个设计原则。

3.1.1 易用性：构架清晰流程明确

虽然百度智能小程序是一种移动应用程序，但是因为使用场景的多样性，用户的注意力往往比较容易分散，或是被打断。对此，运营者需要做的就是通过清晰的导航和流畅的操作，增加百度智能小程序的易用性。

1. 导航清晰

百度智能小程序的顶部导航栏对于用户来说就相当于一张“地图”，用户需要通过这张“地图”知道自己现在在哪儿？因此，导航栏的标题应该清楚告知用户本页的核心内容。图 3-1 所示为导航栏标题名称的正确和错误示例。



图 3-1 导航栏标题名称的正确和错误示例

除标题名称外，导航栏的设计还有一项非常关键的内容，那就是导航栏的背景颜色。对于运营者来说，在导航栏背景颜色的选择上，应该给背景配备适合的颜色，对比度过弱，或是过于鲜艳的颜色都是不合适的。图 3-2 所示为导航栏背景颜色的正确和错误示例。



图 3-2 导航栏背景颜色的正确和错误示例

另外，很多情况下，百度智能小程序的底部菜单栏对于部分用户来说，也可以起到导航的作用。因此，当用户点击底部菜单栏之后，进入页面的顶部导航栏标题名称，应尽可能与所点击的底部菜单栏名称一致，具体如图 3-3 所示。



图 3-3 底部菜单栏与顶部导航栏名称的一致性

2. 操作流畅

对于一款应用软件来说，操作的流畅性可谓是非常关键的一种属性。在操作流畅方面，运营者需要重点关注两方面的内容，一是避免打扰用户的操作，二是提高用户的操作效率。

很多用户在使用一款应用软件时，都是带有自身目标的。所以，运营者应该通过引导，帮助用户更快地达到其目标，而不应该引导用户去进行与用户目标无直接关系的操作。因此，图 3-4 所示的打断用户当前操作，引导用户至无关界面的操作，应该尽可能地避免。



图 3-4 避免打断用户的当前操作

除了避免打扰用户之外，要保持操作的流畅，还应尽可能地减少用户输入。因为手机键盘相对较小，这就导致输入信息往往需要一段时间。对此，运营者可以通过为用户提供选择项的方式减少输入。

这一点，“汽车大圣违章查询”百度智能小程序就做得很好。该小程序在“车辆类型”一栏中便是为用户提供了一些选择项，提高了用户的操作效率，具体如图 3-5 所示。

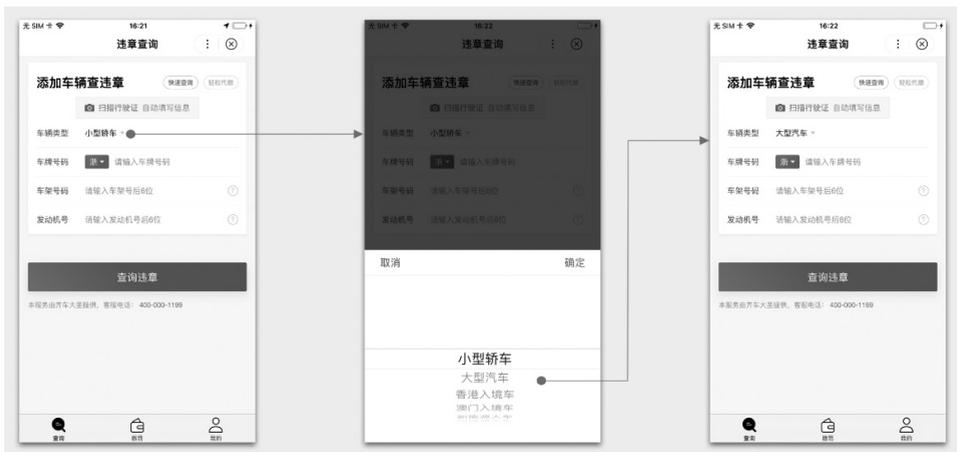


图 3-5 减少用户的输入内容

3.1.2 层次感：重点突出易于理解

许多运营者在开发一款百度智能小程序之后，都会尽可能地将自身重点信息进行展示，这样一来，你的百度智能小程序中所包含的信息总体来说是比较多的。尽管如此，为了让用户拥有更好的使用体验，运营者在设计百度智能小程序时还需做出层次感，突出重点内容，以使用户理解。

1. 重点明确

在进行内容呈现时，运营者需要让用户更好、更快地把握重点内容。对此，运营者可以通过字体、字号对重点内容进行突出。图 3-6 所示为百度智能小程序字体、字号设计的正确和错误示例。

除了字体、字号之外，运营者还可以通过排版对重点内容进行突出。图 3-7 所示为百度智能小程序排版的正确和错误示例。



图 3-6 字体、字号设计的正确和错误示例



图 3-7 排版的正确和错误示例

2. 主次分明

除了文字上的层次感之外，在操作的设计上也应该追求层次感。对此，运营者可以通过对操作的区别设置让主次操作更加分明。图 3-8 所示为百度智能小程序操作设置的正确和错误示例。



图 3-8 操作设置的正确和错误示例

3.1.3 重创新：结合组件展现奇思

虽然百度智能小程序对运营者的设计和运营都提出了一些规范，但是百度智能小程序官方对于机遇设计和运营规范而做出的创新行为还是比较鼓励的。另外，一款百度智能小程序要想从小程序市场脱颖而出，也少不了创新。

对此，运营者在设计和运营百度智能小程序时，可以结合百度官方提供的组件，以及自身的奇思妙想打造属于自身的个性百度智能小程序，用创新获取更多目标受众的关注。

3.2 设计要求：5个方面特别注意

在百度智能小程序的设计上，百度官方提出了5个要求，对于这些要求，运营者一定要特别注意，并且尽可能地按照要求来设计。

3.2.1 布局：重视排版视觉优先

很多时候，用户进入一款百度智能小程序的第一感受的来源，除了页面内容之外，更多的还是来自页面的布局排版。因此，运营者在设计百度智能小程序时一定要重视排版布局，优先考虑内容的视觉感受。

在布局排版方面，有几个方面需要特别注意。首先是内容边距。运营者需要为百度智能小程序选择合适的内容边距，该边距不宜过宽或过窄。图3-9所示为百度智能小程序内容边距的正确和错误示例。

其次是内容的排版方式。运营者应该考虑用户的视觉浏览习惯。通常来说，用户都是“从上往下，从左往右”浏览信息的，对此，运营者在设计百度智能小程序时可以尽可能地把主要的、重要的内容放置在屏幕的左侧。



图 3-9 内容边距的正确和错误示例

另外，为了更好地迎合用户的阅读习惯，在内容的排版方向上，运营者应尽可能地避免采用竖向排版和横竖排版混用的排版方式，具体如图 3-10 所示。



图 3-10 避免采用竖向排版和横竖排版混用

接着是字号的选择。百度智能小程序官方对于各场景的字号选择有着明确的要求。图 3-11 所示为百度智能小程序字号设计标准，运营者可以根据该标准选择合适的字号。

最后是字体颜色的选择。和字号的选择一样，百度智能小程序官方对字体颜色的选择同样有着相对严格的标准。图 3-12 所示为百度智能小程序字体颜色的设计标准，运营者可以根据实际情况选择合适的字体颜色。

48px	小程序	使用场景：如标题文字（最大字号）
36px	小程序	使用场景：一级重要信息（如模板标题、落地页正文、列表标题）
32px	小程序	使用场景：二级重要信息（如提示框内正文、tab动态文字、标题栏功能文字）
28px	小程序	使用场景：摘要等（如摘要、次级信息）
26px	小程序	使用场景：如列表辅助文字、普通功能操作标签、按钮内文字

图 3-11 百度智能小程序字号设计标准



图 3-12 百度智能小程序字体颜色的设计标准

3.2.2 图片：清晰呈现追求质感

许多运营者都清楚一个道理，那就是“一图胜千言”。相比于文字，图片往往更能快速吸引用户，并且也更容易在用户心中建立一个可视化的鲜明形象。因此，在百度智能小程序的设计中，图片的选择就显得尤为重要了。

运营者在选择图片时，首先要做到的就是使用清晰的图片，让用户可以清晰获知图片的内容；其次，不同类型的图片，在百度智能小程序中呈现的方式有所不同，运营者需要根据各类型的显示方式选择合适的图片。图 3-13 所示为百度智能小程序正常和加载状态下各类图片的显示效果。

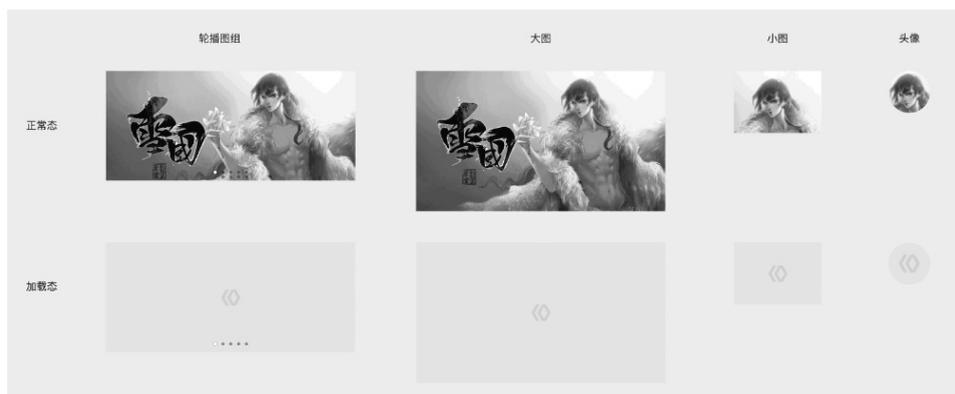


图 3-13 正常和加载状态下各类图片的显示效果

3.2.3 图标：辅助表达便于理解

图标可以在运营者的内容表达上起辅助作用，让用户更好地理解相关信息。在百度智能小程序中，各类图标的选择都有着严格的标准，具体如图 3-14 所示。运营者在设计百度智能小程序的过程中，只需根据该标准选择合适的图标即可。



图 3-14 各类图标的选择标准

3.2.4 措辞：称谓用词都需讲究

在百度智能小程序的措辞上，主要有 3 个方面需要特别注意，即称谓、用

词和标点。接下来分别进行解读。

1. 称谓

在称谓上，百度智能小程序应该尽可能地采用第二人称的“你”来称呼用户，这样做的好处就在于能够拉近与用户之间的距离，让用户感觉运营者好像是在和自己说话似的。

除了第二人称之外，有时候运营者也需要使用到第一人称，用以强调用户对内容或操作的知情权及操作权。例如，在电商类百度智能小程序中，运营者可能需要设置“我的订单”版块，用以呈现用户的订单情况。

虽然第一人称和第二人称可能运营者都需要用到，但是运营者仍需避免因混用而给用户造成困扰。例如，“在我的订单中修改你的地址”这种称谓的混用便很容易让用户疑惑。

2. 用词

从用词方面来看，百度智能小程序面对的是国内用户，因此，文字应该尽可能地用中文进行表达。而在文字的具体呈现上，运营者应该考虑到百度智能小程序面对的大部分受众只是普通用户，在用词上应该选择普通用户能够看懂的表达。图 3-15 所示为百度智能小程序表达用词的正确和错误示例。

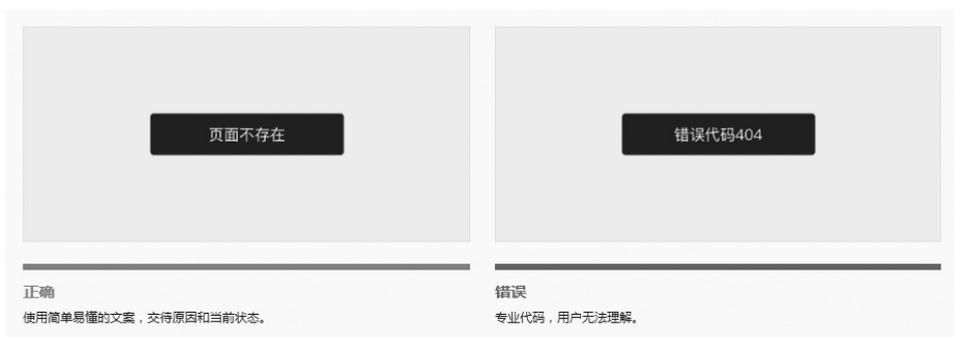


图 3-15 表达用词的正确和错误示例

3. 标点

标点符号看上去有些无关大雅，但是它却能直观地向用户传达运营者的表达意图。在使用标题符号时，运营者需要注意 3 点，具体如下。

- ①要使用中文全角标点符号。
- ②疑问句结尾时应该使用“？”。
- ③感叹用“！”表示，但是因为其表达的语气比较强烈，所以运营者应尽可能地避免在错误提醒时使用“！”。图 3-16 为百度智能小程序标点符号的正确和错误示例。



图 3-16 标点符号的正确和错误示例

3.2.5 组件：参考标准正确设置

百度智能小程序官网中为运营者提供了参考的标准，在开发百度智能小程序的过程中，运营者只需根据标准进行正确设置即可。接下来对顶部导航栏、底部标签栏、按钮、列表、输入、反馈提示和提示框的参考标准分别进行说明。

1. 顶部导航栏

百度智能小程序的顶部导航栏的框架由官方统一提供，用以指示当前位置，起到页面导航的作用。它始终在屏幕顶部，不会随着页面滚动而隐藏。百度智能小程序的顶部导航栏由 4 部分构成，图 3-17 为顶部导航栏的元素解构示意图。



图 3-17 顶部导航栏的元素解构

2. 底部标签栏

底部标签栏通常用于首页视图导航的切换。当然，除了首页之外，在其他页面中可能也会设置底部标签栏。底部标签栏位于页面底部，和顶部导航栏相同，它是不随页面滚动而隐藏的。百度智能小程序底部标签栏由两部分构成，图 3-18 所示为底部标签栏的元素解构示意图。

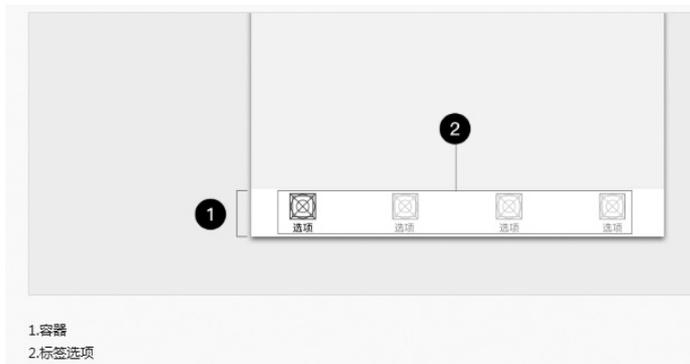


图 3-18 底部标签栏的元素解构

3. 按钮

在百度智能小程序中主要有两类按钮，一类是大按钮，另一类是小按钮。下面对这两类按钮的参照标准分别进行解读。

大按钮的高度固定为 88px (44pt)，圆角大小固定为 8px (4pt)。运营

者在自定义按钮文字时,应该尽可能地将文字长度控制在 8 个字符之内,因为字符太多会影响整体的观感。而各类大按钮的设置也有着一定的标准,图 3-19 所示为各类大按钮的设置标准。



图 3-19 各类大按钮的设置标准

小按钮高度固定为 56px (28pt)，宽度最小 114px (57pt)，圆角大小固定为 6px (3pt)。当小按钮内的文字较多时,运营者可以通过适度拉伸宽度的方式,增加小按钮的观感。百度智能小程序官方提供了各类小程序的设置标准,具体如图 3-20 所示。



图 3-20 各类小按钮的设置标准

4. 列表

列表是由多个等宽列表项组成,并按一定规律排列的连续条目序列,支持上下垂直滚动和响应点击操作。根据列表的内容排列情况,列表可以分为单行列表和双行列表两类,这两类列表的设置标准如图 3-21 所示。



图 3-21 单行列表和双行列表的设置标准

5. 输入

百度智能小程序的输入设计主要包括 3 方面的内容，即输入表单、文本输入框和键盘。接下来分别进行说明。

百度智能小程序的输入表单由一系列文本输入框组成，支持上下垂直滚动，用户输入信息并确认后，表单将提交输入结果。图 3-22 所示为百度智能小程序的输入表单示例图。



图 3-22 输入表单示例

文本输入框即可供用户输入文本内容的框型组件。在百度智能小程序中，

输入的文本内容类型不同，其显示的效果也会有所差异。图 3-23 所示为不同文本内容的输入显示效果。



图 3-23 不同文本内容的输入显示效果

输入键盘方面，百度智能小程序为运营者提供了两种类别的键盘组件，一种是默认键盘，另一种是纯数字键盘，具体如图 3-24 所示。在设计百度智能小程序的输入键盘时，运营者只需根据需求进行选择即可。



图 3-24 两种输入键盘组件

6. 反馈提示

反馈提示用于向用户提供其行为的简洁的结果反馈。它既不会阻塞用户后续行为，也不要求用户响应操作，在同步用户展现信息一定时间（可设置，不建议超过 7s）后便自动消失。在连续反馈的场景中，新的反馈提示会被优先展现。

在反馈提示设计的过程中，运营者需要重点把握两个方面的内容，一是反馈图标，二是提示文案。

在图文 Toast 中，反馈图标默认存在并设定为 Success。反馈图标应该将结果清楚地呈现给用户。当开发者不需要图标时，可去掉图标，使用纯文 Toast。图 3-25 所示为百度智能小程度反馈图标的正确和错误示例。

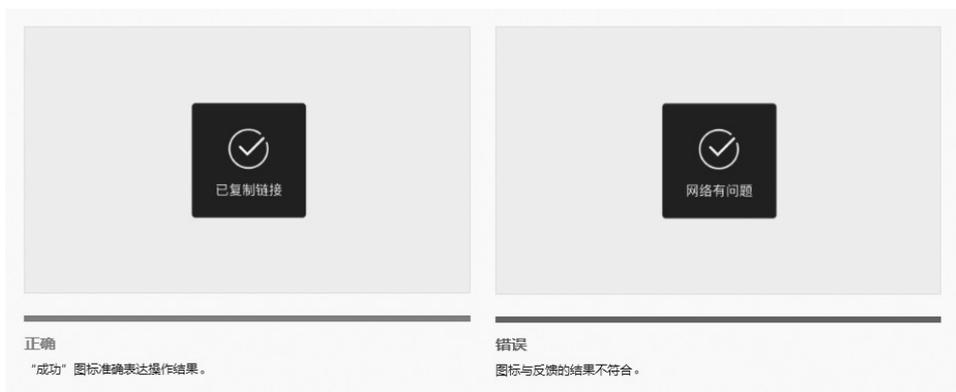


图 3-25 反馈图标的正确和错误示例

反馈提示的提示文案对字数有一定的要求，在图文 Toast 中，最多显示 7 个中文汉字，当中文汉字超过 7 个时，提示文案将显示不完全。所以，在设计提示文案时，应尽可能地将字数控制在 7 个之内。图 3-26 所示为百度智能小程序提示文案的正确和错误示例。

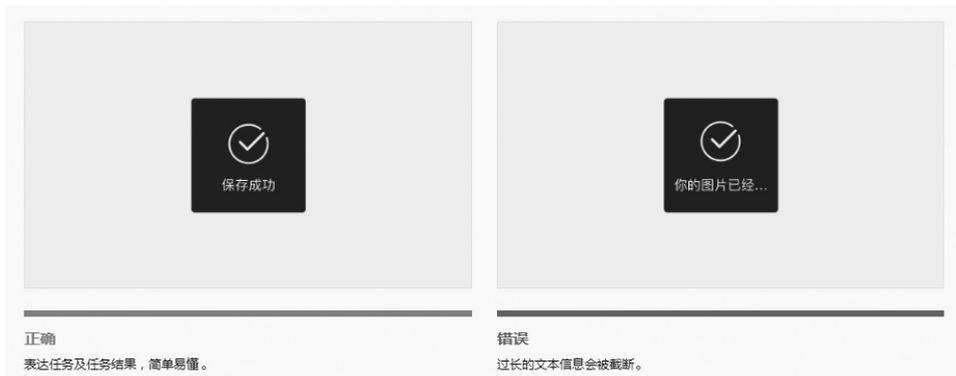


图 3-26 提示文案的正确和错误示例

7. 提示框

提示框主要用以告知用户接下来的操作的信息，可以起到提醒、帮助用户确认操作的作用。需要说明的是，因为提示框是在原界面的基础上直接弹出来的，它的出现会打断用户的当前操作。所以，如无必要，运营者应该减少提示框的设置。提示框由 5 部分构成，图 3-27 所示为提示框的元素解构图。



图 3-27 提示框的元素解构

而在提示框的设置方面, 需要注意两点。一是标题。提示框的标题应该尽可能地简短清晰。百度智能小程序提示框标题的正确和错误示例, 如图 3-28 所示。



图 3-28 提示框标题的正确和错误示例

二是内容。提示框的内容应该是对标题的补充, 而不只是一味地重复标题的内容。图 3-29 为百度智能小程序提示框内容的正确和错误示例。



图 3-29 提示框内容的正确和错误示例

3.3 运营规范：6 类事项必须遵守

百度官方为百度智能小程序的运营制定了一定的规范，这些规范大致可以分为 6 大类。对于官方的运营规范，运营者必须严格遵守。接下来，我们就来看看这些运营规范的相关内容。

3.3.1 注册：设好信息正确提交

部分运营者认为百度智能小程序正式上线之后，才可以算是开始了百度智能小程序的运营，因此他们在小程序上线之后才开始确定运营规范。其实不然，百度智能小程序运营规范中的第一项内容，就是注册的规范。

这一点也很好理解，因为注册中设置的部分相关信息会在百度智能小程序上线之后展示给用户。所以，注册信息与百度智能小程序的运营是密切相关的，对注册的相关内容进行规范也是很有必要的。

百度智能小程序的注册规范主要包括 3 大块内容。首先是注册名称规范，主要是一些关于注册名称的注意事项，具体如图 3-30 所示。

其次是注册提交规范，主要包括提交注册的条件及一些注意事项，具体如图 3-31 所示。

1. 注册名称规范

1.1 个人智能小程序名称注册时需注意：

1.1.1 个人类型智能小程序不允许使用易误导用户为企业、媒体类型智能小程序的名称。

1.1.2 个人类型智能小程序不允许使用企业、政府、团体、品牌、明星的名称。

1.2 媒体、企业、政府、其他组织注册时需注意：智能小程序名称建议使用您拥有权利的品牌词或机构名称，便于用户搜索查找。最好与所从事业务、或站点名称一致或相关，易于用户辨识、联想到对应的机构。

1.3 账号命名需注意：

1.3.1 在智能小程序注册时需要填写智能小程序2~10个字的名称，可以由中文，或中文与数字的组合组成，以表达智能小程序的特征。

1.3.2 不能使用特殊符号，繁体字，不能使用空格开始或结尾。

1.3.3 名称需保证其在领域具有唯一识别性和客观性，禁止侵权，禁止具有夸大性、广告性和误导性的名称。

1.3.4 名称不得为无意义的数字、字母、特殊字符。

1.3.5 不能使用触犯法律法规的名字作为智能小程序名称。

1.3.6 不能使用有害于社会主义道德风尚或者有其他不良影响的文字语言作为智能小程序名称。

1.3.7 不能使用带有民族歧视性的文字言语作为智能小程序名称。

1.3.8 不能使用涉及国家领导人、政治历史事件的名字作为智能小程序名称。

1.3.9 不能直接使用城市名、行业领域、等具有概念性概括性的词语作为智能小程序名称。

1.3.10 不能使用名称带有广告营销信息的词汇。

1.3.11 智能小程序名称不能带有『认证』、『验证』、『核验』、『官方』、『百家』、『百度』等字样。

图 3-30 注册名称规范

2. 注册提交规范

2.1 智能小程序注册入驻主体必须为百度注册用户。

2.2 您向平台提供的联系方式和主体信息应真实有效。

2.3 为保证服务质量，应避免批量注册、功能过于简单、重复提交相似功能的智能小程序。

2.4 智能小程序服务提供者应按照百度公司的要求提供相应的审批、备案等资质文件材料。

2.5 有合理理由认为您或您提供的智能小程序从事或为违法行为、非法活动提供便利、协助的，百度公司有权拒绝。

2.6 您未取得法定许可证件或牌照，发布、传播或从事相关经营活动的，百度公司有权拒绝。

图 3-31 注册提交规范

最后是注册时基本信息规范，包括基本信息的合法、合理性及填写信息的相关注意事项，如图 3-32 所示。

3. 基本信息规范

3.1 智能小程序提供的所有内容信息不得存在违反国家法律法规、违反公序良俗或侵害第三方权益的信息。智能小程序的名称、icon、简介、描述等信息均不得含有政治敏感、色情、暴力血腥、恐怖内容及国家法律法规禁止的其他违法内容。

3.2 用户授权放在需要展示用户相关信息的环节，请勿一开始就引导授权；未经授权不得使用第三方享有合法权益的商标、品牌标识等内容或与之相似的内容、信息、特殊标志，不得侵犯他人合法知识产权，也不得含有其他侵犯他人合法权益（包括但不限于肖像权、名誉权、隐私权、姓名权）的内容。

3.3 智能小程序的icon图片必须清晰，不得含有其他网站、商户的水印、图标、logo等，必须突出主题。

3.4 智能小程序的基本信息描述必须和智能小程序提供的核心功能相符，并保持实时更新。

3.5 智能小程序的名称、icon、简介等基本信息，相互之间必须有所关联。

3.6 智能小程序的名称和简介、描述中，不得混有商业化用语、热门应用名称、“国家级”“最高级”等广告法明令禁止或百度、百家号、熊掌号等使人误解该智能小程序和百度公司或百度关联公司具有关联关系及其他无关的词语。名称不得以电话、邮件、日历等广义归纳类、普遍且不具有识别性的词汇来命名，从而干扰搜索结果。智能小程序应用名称建议以：服务特效（服务地域/服务特色）+产品功能的形式。

3.7 智能小程序的核心功能必须和申请的类目匹配，不得标注、申请与核心功能不符的标签。

3.8 智能小程序所实际提供的服务和内容，需与智能小程序的简介一致，且不存在隐藏类目，不应超出智能小程序平台的类目范围。

3.9 百度公司将在合法权限和能力范围内对开发者发布的智能小程序进行发布审核，开发者应当真实、准确、及时地选择提交与实际服务相符的类目。开发者不得通过包括但不限于选择与实际服务不相符合的类目、修改或隐藏智能小程序的内容等方式避开、妨碍百度公司的发布审核。否则，一经发现开发者在审核上线后的智能小程序所实际提供服务的类目、服务内容与发布审核时提交的内容存在新增、差异的，百度公司有权视情况对相关智能小程序采取更为严厉的处罚措施，包括但不限于限制功能、对智能小程序进行下线处理，并有权拒绝再向该主体提供服务。

图 3-32 基本信息规范

3.3.2 功能：首页体现提供指引

功能是一款百度智能小程序的核心竞争力，需要在首页进行体现，并为用户使用该功能提供必要的指引。因此，无论是运营者，还是百度官方，对于百度智能小程序的功能都是非常重视的。

关于百度智能小程序的功能体验规范，百度官方提出了4个注意事项，具体如图3-33所示。

4. 功能体验规范

4.1 智能小程序的核心功能，必须在智能小程序首页得到体现。

4.2 智能小程序向用户提供基本的功能指引，应包括描述或截图等形式。

4.3 未经百度公司授权的情况下，不得提供与百度APP功能相同或者相似的功能。

4.4 未经允许或未经百度公司授权的情况下，智能小程序功能的使用，不得依赖于其他智能小程序，即不得以使用其他智能小程序为条件，也不得依赖于其他应用程序，即不得以使用其他应用程序为条件；也不得展示或者推荐其他智能小程序等。

图 3-33 功能体验规范

3.3.3 行为：未经授权不得诱导

百度智能小程序的运营可以算是一种整体的行为，而在这个行为过程中又包含了诸多具体的行为，如编写内容和发布内容、更新内容等。也正是因为运营过程中涉及许多行为，所以为了让运营更加有序进行，百度官方对运营行为进行了规范。

关于行为规范，百度官方主要对禁止诱导、分销欺诈及行为的合法、合理性进行了详细的说明，具体如图 3-34 所示。



图 3-34 行为规范

3.3.4 内容：符合法规拒绝虚假

随着网络技术的发展，我们不出门便可尽知天下事。百度智能小程序是面向广大网友的，相关信息一旦发布就有可能被广大网友看到。因此，为了让内容符合相关法律法规，百度对百度智能小程序的内容提出了一些要求。

对于内容的运营，百度官方主要对法律禁止的内容、违反规则的内容及其不符合规范的要求进行了说明，具体如图 3-35 所示。

6.信息内容规范

6.1 智能小程序不得发布、传送、传播、储存国家法律法规禁止的以下信息内容。

6.1.1 反对宪法所确定基本原则，危害国家安全、泄露国家秘密、颠覆国家政权、破坏国家统一、损害国家荣誉和利益。

6.1.2 反政府、反社会，或存在煽动性的涉政言论、散布谣言，扰乱社会秩序，破坏社会稳定。

6.1.3 煽动民族仇恨、民族歧视、破坏民族团结、破坏国家宗教政策、宣扬邪教和封建迷信。

6.1.4 展示人或动物被杀戮、致残、枪击、针刺或其他伤害的真实图片，描述暴力或虐待儿童的，或包含宣扬暴力血腥内容。

6.1.5 传播淫秽、色情或低俗信息，包括但不限于暴露图片、挑逗内容等，或包含非法色情交易的信息。

6.1.6 包含赌博信息的。

6.1.7 含有虚假、欺诈或冒充类内容，包括但不限于虚假红包、虚假活动、虚假宣传，仿冒百度官方或他人业务，可能造成百度用户混淆。

6.1.8 公然侮辱或者诽谤他人，揭露他人隐私，侵害他人合法权益的。

6.1.9 未经授权，擅自使用他人商标、版权内容等，以及其他侵犯他人合法知识产权的。

6.1.10 任何召集、鼓动犯罪或有明显违背社会善良风俗行为的。

6.1.11 其他任何违反法律法规的内容。

6.2 智能小程序的内容，也不得含有以下违反平台规则的信息。

6.2.1 主要为营销或广告用途（如内含空白广告位、招商广告等），或直接出现漂浮广告。

6.2.2 对用户产生误导、严重破坏用户体验，损害用户利益的谣言类内容。

6.2.3 测试类内容。

6.2.4 传播骚扰信息、恶意营销和垃圾信息等。

6.3 不得含有虚假、欺诈或冒充类信息，包括但不限于虚假红包、虚假活动、虚假宣传，仿冒百度公司官方或他人业务，或可能造成用户混淆的信息。

6.4 不得包含公然侮辱或者诽谤他人，揭露他人隐私，或侵害他人合法权益的信息、功能等。

6.5 存在违反与百度公司签订的、任何形式的服务协议、平台协议、功能协议的内容。

6.6 存在违反百度公司为相关软件、服务、功能等而制定的管理、运营规范、规则的内容。

6.7 其他涉及违法违规或违反平台相关规则的内容。

6.8 未经用户允许，不得代替用户修改、上传、下载、发表、分享内容。

6.9 智能小程序开发者，应设置过滤违法、违规等不当信息内容的机制，保证用户产生内容符合国家法律规定。

6.10 被投诉在智能小程序内存在不当内容时，需提供及时的响应及删除等机制。

图 3-35 信息内容规范

3.3.5 隐私：相关信息必须保护

在使用百度智能小程序的过程中，用户可能会填写一些隐私资料，也会产生一些使用数据。为了更好地保护用户的隐私信息，百度智能小程序对用户隐私和数据保护提出了规范。

关于用户隐私和数据规范，百度官方主要对数据收集和存储、数据使用、数据安全和地理位置的运营规范进行了详细的解读，如图 3-36 所示。



图 3-36 用户隐私和数据规范

3.3.6 其他：多种规范需要遵从

除了注册、功能、行为、内容和隐私之外，百度官方还提出了一些其他类型的规范。虽然这些规范看起来并没有前面那些运营规范重要，但是运营者在运营过程中同样也是需要遵从的。

其中，运营规范的第7条对百度智能小程序的内嵌网页规范的一些注意事项进行了说明，具体如图3-37所示。

7.智能小程序内嵌网页规范

- 7.1 开发者在智能小程序内嵌的网页必须已经履行备案手续。
- 7.2 开发者通过智能小程序内嵌网页所提供的服务，必须与智能小程序填写的类目和标签一致，也需和自身所提供的服务一致，且不应超出智能小程序平台的类目范围。
- 7.3 开发者在智能小程序内嵌的网页内容，不得发布、传送、传播国家法律法规禁止的和违反平台规则的信息。
- 7.4 开发者在智能小程序内，不得通过提供内嵌网页的方式，绕开或规避智能小程序的平台规则。
- 7.5 一旦发现开发者存在违反本条规范的行为，百度公司有权对其进行限制功能直至下线处理，并有权拒绝再向该主体提供服务。

图 3-37 内嵌网页规范

运营规范的第8条主要是对智能小程序中的商标与商业外观的使用事项进行了解读，具体如图3-38所示。

8.商标与商业外观

- 8.1 智能小程序必须遵守商标、版权等知识产权法律法规以及百度公司关于知识产权使用的相关规则。
- 8.2 使用他人商标、版权内容等涉及他人知识产权的内容需要在帐号申请时如实说明，并根据要求提供相关权利证书或授权证明等。非权利人或未经授权，不得使用他人享有合法知识产权的内容。
- 8.3 不得误导和暗示用户百度公司是该智能小程序运营者，或者误导和暗示用户百度公司以任何形式表示认可其质量、服务或与其存在合作关系。

图 3-38 商标与商业外观

运营规范的第9条是对百度智能小程序的可用性和完整性制定的规范，具体如图3-39所示。

9.可用性和完整性规范

- 9.1 您提交的智能小程序应该是一个完成品，要求可以打开、可以运行，且不得为测试版。
- 9.2 智能小程序不应造成百度APP客户端崩溃或程序本身崩溃。
- 9.3 不应存在严重Bug（如无法添加和打开、无法返回和退出、卡顿严重等）。
- 9.4 开发者应保证已发布智能小程序的使用流畅性、稳定性和安全性，若因智能小程序自身原因导致其向用户提供的服务中断且未能在百度公司认为的合理期限内修复的，百度公司有权采取包括但不限于限制功能直至下线处理，以维护良好的用户体验。
- 9.5 若智能小程序中存在帐号关系或付费内容，需提供测试号，包含账号和密码，保证审核者可以体验所有功能。

图 3-39 可用性和完整性规范

运营规范的第 11 条则是重点讨论百度智能小程序的支付规范，如图 3-40 所示。

11.智能小程序支付规范

- 11.1 若智能小程序内存在支付行为，需在智能小程序的简介中有明确的指示。
- 11.2 执行支付动作前，需在页面中对用户有明确的提示。
- 11.3 在智能小程序平台使用支付功能的，应当依照法律、法规等规范性文件的规定开展，不得实施非法吸收公众存款、集资诈骗等违法犯罪行为，或为违法犯罪行为提供协助。

图 3-40 支付规范

运营规范的第 12 条是对系统安全要求、API 使用、其他要求、授权登录和文件上传及下载等涉及技术实现的内容进行了规范，具体如图 3-41 所示。

12.技术实现规范

- 12.1 遵守智能小程序开发文档和开发规范中的规则和约定。
- 12.2 系统安全要求
 - 12.2.1 严禁利用手机系统、百度公司或其他软件或硬件的技术漏洞，一旦发现将回收智能小程序主体的账号资格。
 - 12.2.2 不得安装或运行其他可执行代码的程序。
 - 12.2.3 不得利用智能小程序传播病毒。
- 12.3 API 的使用
 - 12.3.1 未经百度公司允许，不得将我们的代码、API或工具出售、转让或转授给他人。
 - 12.3.2 不得对任何SDK或组件进行修改、转译或进行逆向工程，也不得将其用于制作衍生产品。
- 12.4 其他要求
 - 12.4.1 执行多任务时，使用后台服务仅限于几种目的：VoIP、音频播放、地理位置、完成任务及本地提醒等。
 - 12.4.2 不得改变原生用户界面元素和行为（如音量增减和静音开关或其他）。
 - 12.4.3 禁止视频、音乐、语音等多媒体的自动播放。
 - 12.4.4 不得在用户不知情的情况下，使用录音功能。
- 12.5 授权登录
 - 12.5.1 如果用户选择拒绝授权，您可以在用户表现出向您授予权限的意向后再次提醒他们。
 - 12.5.2 用户拒绝授权后，开发者有义务清除并不再继续使用该用户的百度头像、昵称等数据。
- 12.5 文件上传/下载
 - 12.5.1 需显式提示用户，使用uploadfile接口上传文件，不得重复多次上传相同文件。
 - 12.5.2 在移动网络下，不得在用户不知情的情况下，使用downloadfile接口下载过多文件。

图 3-41 技术实现规范

而运营规范的第 13 条则强调智能小程序的 UI 设计需符合设计百度智能小程序的设计规范，具体如图 3-42 所示。

13.智能小程序UI规范

应符合智能小程序设计规范，详情见 智能小程序设计规范。

图 3-42 UI 规范

王牌小程序：内容都应该这样来进行生产

学前提示

一款百度智能小程序能否脱颖而出，受到广大用户的青睐，其生产的内容起到了决定性作用。

内容的生产有一定的技巧，只要掌握了技巧，你的百度智能小程序也可能会成为百度官方推荐的王牌智能小程序。

要点展示

- 素材类别：内容通常由这4种元素组成
- 方法传授：8种策略快速产出优质内容

4.1 素材类别：内容通常由这 4 种元素组成

智能小程序的素材主要有 4 大类别，即文字、图片、视频和音频，这些素材类别各有各的优势，它们既可以凭借自身的优势独当一面，又可以互相联结从而形成优势组合。

本节将重点介绍百度智能小程序运营者如何制作走进用户心中的文字、令人身心愉悦的图片、一眼抓住目光的视频和画面感强烈的音频，打造优质的百度智能小程序内容。

4.1.1 文字：走进用户心中

制作能走进用户心中的文字，首先要从感性入手，要让文字具有人情味，才能让读者容易接受，进而让文字进入读者的内心世界，触动读者的内心。百度智能小程序运营者通过富有人情味和感染力的文字，可以制作触动人心的内容，从而让内容走进读者内心，达到触动受众内心的作用。

要想让文字触动人心，除了营造文字的感染力外，还要加强文字的说服力。文字的感染力能影响人的情绪，拉近与读者的心灵距离；文字的说服力能影响人的思维，拉近与读者的思想距离。文字的说服力重在逻辑性。

具体来说，打造文字组合的逻辑性可以从语言流畅、语句通顺、表达有条理、叙事有重点、便于理解和易于掌握这 6 方面入手。图 4-1 所示为某面膜的一则文案，其便是从叙事有重点和便于理解这两方面让文字组合具有了逻辑性，看到这些文字，女性受众会觉得祛痘很重要。

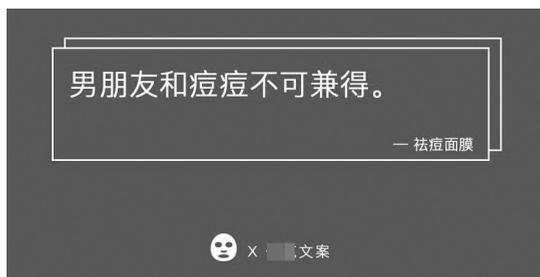


图 4-1 某面膜的一则文案

人们对事物的认识都是先由感官再到思维，先由感性再到理性的一个顺序，因此作者在进行文字写作的时候也要遵循这样一个顺序原则，先激发读者的感性情绪，再进行逻辑说理，但是不同的人在感性和理性的运用比例上存在一定的差异。

具体来说，感性通常运用于文案的首尾部分，且最多占 40%；而理性则通常运用于文案的中间部分，最少占 60%。

文字的人情味和感染力是属于感性层面的，文字的逻辑性和说服力是属于理性层面的，感性的文字能够触动人的心灵，理性的文字能够触动人的思想。百度智能小程序运营者在文字写作当中，应当做到感性和理性兼备，这样才能让读者感受到作者的情怀和智慧，自觉地对运营者产生亲切感和认同感。

图 4-2 所示为耐克的一则文案，在这则文案中，文字可谓起到了点睛作用。用户（特别是处在拼搏期的用户）在看到图中的文字后，便会很容易对拥有共同价值观的营销主体产生认同感。这样一来，出于感性需求，在看到相关文字之后，用户也会增加对该品牌的购买率。



图 4-2 耐克的一则文案

4.1.2 图片：令人身心愉悦

人们在紧张的日常生活中，对长篇文字的阅读越来越没有耐心，为了适应读者需要，不仅是自媒体，就连纸质媒体也都把重心放在了图片上。所以，如果媒体运营者在百度智能小程序中呈现的是令人身心愉悦的图片，那么，在内容呈现上便可加分。

令人身心愉悦的图片最直接的作用在于能够缓解受众的阅读和思考压力，它可以通过提升受众阅读兴趣和观赏性，推动百度智能小程序营销创新和整合，让受众对图片，乃至运营主体都留下深刻印象。

图片阅读的好处，在于内容的表现更形式化、表面化，能够降低读者的理解难度。科学家在对人的记忆的调查研究中就曾指出，人的记忆往往对图像和色彩印象更深刻，这也是为什么人们经常会产生对一个东西很熟悉但就是叫不出名字的感觉。

比较适合阅读的百度智能小程序图片，通常需要包含受众感兴趣的或者具有观赏性的内容。从这一点出发，百度智能小程序运营者应尽可能地选择搞笑的、有故事性的、有美感的或者有创意性的图片。

在吸引受众兴趣这一块，搞笑图片的效果是最直接的，通常受众无聊时就会拿出手机刷笑话和趣味图片，连刷一两个小时都笑不够。图 4-3 所示为一则营销图片，其便是通过文字和漫画人物的搭配快速吸引了受众的目光。

娱乐化是社会文化的一个发展趋势，搞笑图片、搞笑视频和经典段子在广大人民群众的生活中占有重要地位，毕竟处于和平年代的人们对苦大仇深的东西的理解能力比较弱，并且加上现实生活的枯燥和压力，所以这种表面化、浅显化的东西更能够让人接受。

百度智能小程序运营要做到的是，不能把自己的思想拔得太高，要尽量接地气、接近广大受众的喜好，同时又要保证一定高度的体现，因为自媒体人是受众思想的引导者。



图 4-3 文字搭配漫画的一则营销图片

百度智能小程序图片展示的轻阅读模式不仅能够方便读者的阅读和思考，对于百度智能小程序运营者的写作与编辑来说，也是一件不需要费多大力气就能讨好读者的事。它既能够让百度智能小程序运营者在文字的雕琢上少费些工夫，又能加深对读者的影响力，还能够在无形中扩大百度智能小程序的传播范围。

在当今时代，人们的阅读需求进入了轻阅读时代，除了一些做文献研究或者自己本身就是文字作家的人，在图片阅读和纯文字阅读的选择中，多数人会毫不犹豫地选择前者。

另外，为了凸显主题，百度智能小程序运营者可以在图片中运用少量文字进行说明。图 4-4 所示为耐克的一则文案，在这则广告中，通过文字对失败之后敢于“活出你的伟大”进行说明，并配以刘翔的头像，联想到刘翔在赛场上的经历，受众便很能理解“敢在巅峰从头来过”这个主题。



图 4-4 耐克的一则文案

4.1.3 视频：一眼抓住目光

视频是包括文字、图片和音频在内的百度智能小程序 4 大内容表现形式中最受欢迎的，与其他 3 大形式相比，视频表现形式更多元化，给人的感官体验更丰富，更能够带动观众的情绪。

视频内容的优势在于表现形式多元、表现内容多样、感官体验丰富、视听更直接和更有代入感等。一个包含优质内容的百度智能小程序内容往往能够吸睛无数，让其所在的小程序平台脱颖而出。

在百度智能小程序视频的制作中，最重要、最核心的是视频的表现内涵，就像写文章一样，限定的篇幅字数和内容框架要求达到了，100 分里只能得 20 分，剩下的 80 分就要靠文章的中心思想和文字表达的想象力、说服力、见解力去争取，这种写文章的中心思想放到视频制作中就称为表现内涵。

在信息化发展越来越广泛的情况下，每个人都可以通过电脑或手机做到不出门便知天下事。因此，观众的艺术欣赏水平和心理接受门槛也越来越高，这一点从国产电视剧、电影和综艺节目总是被观众拿出来指责不如国外水准的遭遇就能知道了。

当然也有例外，只要迎合了观众的趣味，即使艺术水平和制作水平算不上优质，也能受到观众的热捧，如 2018 年的网剧《镇魂》。

该剧中可以说没有一个一线演员，里面的特效被人吐槽说“最多5毛”，还有部分演员的演技堪忧。可就是这样一部剧，却在很长一段时间内持续在朋友圈刷屏。

看到这里，有的读者可能要问了，这样一部电视剧凭什么获得成功呢？主要是因为主演的用心演绎，再加上其中许多幽默的台词，让人觉得妙趣横生。

所以，吸睛的百度智能小程序视频不一定要是所谓的大制作，有时候只要迎合了受众的趣味，另辟蹊径，生产用户感兴趣的内容，就有可能取得意想不到的效果。

另外，在制作视频时，百度智能小程序运营者还需要明白一点，视频内容的简单性和视频篇幅的简短性是相辅相成的，毕竟要在几分钟内用视频画面对故事或事件做一个完整的大格局叙述是不太可能的，即使做出来也会显得粗制滥造。对此，运营者在视频内容制作时需要把握简单性原则，尽可能地把视频内容做得短小精悍。

这一点，百度智能小程序运营者可以参照《万万没想到》的做法。该视频中人物剧情多与历史名人和小说名人挂钩，如三国刘备与赵云、唐僧与女儿国国王，在借用经典情节的基础上，让观众一看就能厘清人物关系，同时再加上一些剧情反转手法，短短几分钟便构建起了一个搞笑短剧。

4.1.4 音频：强烈的画面感

音频是一种解放受众手脚的百度智能小程序表现方式，受众不需要一字一字地紧盯着看，甚至不需要用到眼睛，连手捧着手机、iPad 这样的动作都可以免除，只需要在听音频前轻触一下，就可以闭上眼睛，枕着手臂，用耳朵倾听。

百度智能小程序音频的优势包括操作自由度高、感官接受更生动、表现元素更丰富、表达更有人情味、更拉近听众距离等。一段感染力强的音频，往往可以让百度智能小程序运营者收获粉丝无数。

百度智能小程序音频的制作应以做音乐的要求作为规范，这就要求运营者重点把握好音频的时间长度、内容呈现、讲说方式及带给用户的感觉，从而提

高百度智能小程序音频的打开率。

从音频的内容来说，必须要让听众听得到有价值的东西，或是能逗乐，或是能启发，做音频一定要宁缺毋滥，不要拿小程序的声誉和形象去挑战听众的容忍底线。这一点，百度智能小程序运营者可以参考“蜻蜓 FM” APP 的做法。

就在《橙红年代》电视剧热播之际，“蜻蜓 FM”小程序就顺势推出了该电视剧的音频，图 4-5 所示为该音频的相关界面。因为部分用户对该电视剧比较感兴趣，再加上该音频又具有较强的感染力。所以，此音频推出之后没多久，收听量便达到了三千多万。



图 4-5 《橙红年代》音频的相关界面

当然，对于百度智能小程序的音频内容，不同的人感觉也会有所不同。例如，性格温和的人，听到温柔舒缓型的音频会感觉到舒服；性格大大咧咧的人，听到直来直去型和激情澎湃型的音频会感觉到舒服。

因此，音频感染力的强度往往也是因人而异的。百度小程序运营者要想提供感染力强的音频，首先还需根据用户需求提供内容。

虽然感染力强的音频能够增强平台内容的竞争力，但是听众对音频的感受