



## 红包褪色 支付博弈升级

延续了6年的红包大战如约而至,今年春节期间,各大支付巨头纷纷入局红包营销市场。记者了解到,支付宝依旧延续3年前“集五福”玩法,送出5亿元礼包;微信则重在产品更新,推出企业定制版封面;百度拿下2019年央视春晚独家红包赞助权,以10亿元刷新红包金额纪录。此外,银联云闪付也加入混战,推出长达一个月的“薅羊毛”活动。在热闹的红包大战背后,BAT各有自己的小心思,实则是用户之争、生态之争以及金融变现之争。

### 红包大战阵营扩大

大年三十22时18分,支付宝五福迎来开奖。来自蚂蚁金服的数据显示,1月25日至除夕的11天里,全国超过4.5亿人参与了集支付宝五福活动。和去年相比,今年参与集支付宝五福的人数同比增长了40%,其中,重庆、广州、深圳、成都、东莞5个地区人数增长最多。蚂蚁金服也表示,支付宝的用户下沉获得了显著增长。同时,今年全球有200多个国家和地区的海外华人参与集福,香港用户则第一次可以用自己的手机钱包扫福。

今年,在距离除夕还有19天时,百度宣布拿下2019年央视春晚独家红包赞助

权,成为继2014年和2015年的微信红包、2016年和2018年支付宝和淘宝红包后第三家在春晚发红包的巨头。在春晚当天,百度的红包发放总额为9亿元,创下了春晚红包金额的新纪录,加上集卡分1亿活动在內,百度今年的春节红包活动总金额达到了10亿元。截至2月4日24时,百度春晚红包观众互动达到208亿次。

对比来看,今年微信推出“春节专属红包封面”,不过,从使用规则来看,个人用户无法定制微信红包封面,只能领取和使用企业或境外定制的红包封面。企业微信的用户或者是企业可以在企业微信里面申请红包封皮。个人用户在发红包时能备注自己要说的话,还可以加上表情符号。数据显示,除夕至初五期间,有8.23亿人收发微信红包,同比增长7.12%。微信中发生的消息发送量较去年同期增长64.2%。

除此之外,银联云闪付也加入到这一阵营,在1月5日-2月4日长达一个月的时间中,使用云闪付App扫描云闪付或银联LOGO,领取最高2019元春节红包,每个用户每天可领取3次。与此同时,转账、信用卡还款也有红包,且每个红包都可以在消费中使用。每年的春节红包大战,总能掀起一场全民行动的热潮。

值得关注的是,今年也是断直连完成后的首个春节,所有涉及银行卡的支付请求都需要通过网联或银联完成。据记者了解,初一当天网联平台跨机构交易处理峰值超过4.4万笔/秒,0时0分3秒网络支付交易最为集中,网联平台系统成功率100%。

### 方式翻新 花样百出

春节期间的红包营销向来是各大BAT巨头所必争的,今年的玩法更是五花八门。2019年支付宝“集五福”活动在1月25日正式开始,集齐五福的用户将在除夕夜拼手气共分5亿元现

金红包,金额与去年相同,大部分用户瓜分到的红包金额约为1~2元。据支付宝透露,连续3年都在集五福的用户达到1亿,去年春节集五福的中老年用户为7000万。

除了传承五福活动,支付宝在今年还新增了花花卡、沾福气卡等趣味活动。从两张福卡的设置来看,拥有花花卡,就有机会抽取“全年帮你还花呗”的奖项;拥有沾福气卡,就有机会从支付宝好友那里复制出新卡。分析人士认为,该举措意在推广花呗以及到店付款,还可以加强支付宝好友互动。

百度App则搭载百度系十数款App加入,有集好运卡、团圆红包、春晚摇红包等新玩法,还与高科技AI技术相结合。从用户参与角度来看,今年央视春晚第一轮抢红包活动中,1000万个20.19元的中奖面较广,相比早年的微信和支付宝同类春晚红包,金额高出许多。但值得关注的一点是,度小满钱包(原百度钱包)为此红包活动唯一提现通道。

家在兰州的王先生告诉记者,周围有很多人推荐百度红包,但因为需要下载百度搜索App,还要将自己的银行卡绑定度小满钱包,觉得过于复杂,所以他没有参与这次抢红包活动。“本来就抢不到几块钱,还要把自己的信息重新绑定到一个新的平台上,没有太大的意义。”王先生说道。有不少网友也反映,抢红包过程中抽到的优惠券都要下载App领取,过于繁琐,不会为了2~3元绑卡提现。

### 硝烟过后 战果几何

热闹的红包营销背后,BAT们各有自己的小心思,实则是用户之争、生态之争以及金融变现之争。易观分析师王蓬博表示,支付宝的做法仍然是想把用户往线下引导。支付宝之所以想做社交,是因为支付宝的App存在打开频率较低的问题,支付宝一直

很害怕在线下支付场景中被微信的高频打开所甩掉。

自2014年微信红包横空出世以来,互联网巨头的春节红包大战已经持续了6年,红包除了增加平台黏性、用户数外,本质是对移动支付市场用户的争夺。

不过,自腾讯集团高级执行副总裁、微信事业群总裁张小龙宣布2017年微信退出红包大战后,微信就弱化了红包活动运营,今年春节微信在红包上的动作,也重在产品更新,推出企业定制版封面。有分析认为,腾讯金融业务正经历从C端流量向B端转道的关键期。而一直吃流量红利的腾讯金融业务,在转向B端赛道的过程中阻碍不小。一位支付机构人士表示,相比C端,对于聚焦于为B端用户提供服务的B端企业而言,腾讯的吸引力相对有限,很大程度上将考验其底层技术实力和B端资源拓展能力。

对百度而言,百度选在度小满金融独立的第一个春节发力红包大战,推广意味显而易见。不过,市场观点也认为,度小满金融在牌照方面与蚂蚁金服和腾讯相比并不占优势,在业务层面也缺乏拳头产品,亟须开拓市场,增强用户黏性。

(据《北京商报》)