



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。记者注意到，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。

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1亿活动在内，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和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）为此次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》）

