

红包大战冲击波:入口成命运咽喉

■ 本报记者 许意强

一场领跑移动互联网时代的战略级入口抢夺大战,已经在今年春节期间全面打响。最具代表性的便是阿里支付宝钱包的抢红包,以及腾讯的微信摇一摇和QQ红包,面向全民拉开的“抢红包”和“摇红包”游戏。

正如业内人士所说的,“在这场由阿里与腾讯联手打响的红包大战背后,全国人民获得的是抢红包和分享红包过程的快乐,送出去的却是每个人最重要的银行卡账号等信息绑定,最终将激活电视、银行、商业零售、餐饮、广告、市场调查等传统产业在移动互联网时代的新商业价值,还将完成两大互联网巨头从PC互联网向移动互联网时代的战略入口抢占。”

人家抢红包 阿里腾讯抢用户

今年央视春晚,最吸引人的节目,不是出现在电视屏幕上的那36个,而是在春晚直播过程中两场基于微信平台的“全国人民摇红包”活动。

这场发端于春节的“红包大战”,早在春节之前便将阿里与腾讯两大巨头的暗斗推向明争:由阿里支付宝钱包以抢红包的单兵作战,应对腾讯微信摇一摇和QQ红包的两大平台同时出招。

无论是阿里支付宝钱包的“全民抢红包”,还是腾讯的微信“全民摇红包”和QQ“让红包飞”,都不是简单地在春节期间为全民提供一个全新的娱乐游戏节目,其目的非常明确,就是要完成“移动互联网”的未来之战布局。

在业内人士看来,“这场战役核心,阿里和腾讯的目标就是要构建以金融服务为中心的全新生活应用场景。比如说,去饭店吃饭可以提前在手机支付宝或者微信等超级APP上订餐订位,吃完饭直接通过支付宝或微信支付。说白了,就是要通过移动支付取代传统的刷卡支付,从而完成对传统的商业零售、餐饮等一系列传统商业和生活服务类产业的重新定义。也就是互联网巨头口中的

红包大战背后,是阿里和支付宝在抢夺移动互联网的战略级入口——移动支付的市场份额。同时这也带动对商业零售、广告、餐饮、电视节目制作播出、银行金融等传统产业的冲击与颠覆。



全新商业生态圈。”

梳理PC互联网时代的商业发展轨迹不难看出,强化和拓宽移动互联网可持续发展的核心就在金融服务,而金融服务的核心就是移动支付这一入口。这不仅关系到移动互联网整个商业价值体系的重新建立,也承载着对众多传统行业商业模式的重新激活和定义的重任。

艾瑞咨询集团的数据显示:截至去年底,阿里支付宝控制中国82.6%的手机支付市场,腾讯财付通只占据10%的份额。而在2014年微信红包推出之前,财付通只占有4%的市场。新年的红包大战之后,第三方移动支付的市场格局是否会“应声而变”也值得关注。

得关注。

以生态圈名义 重新定义传统产业

这一轮红包大战的背后,无论是腾讯,还是阿里,没有明说的是,移动支付正是打开移动互联网时代大门的那把钥匙。无论是阿里为支付宝构建的一个以消费购物为中心的应用场景,还是腾讯借助微信和QQ两大平台建立的一个以游戏娱乐为中心的应用场景,双方都是要在抢夺用户后,完成“羊毛出在猪身上却让牛买单”的互联网商业模式创新。

(下转第十九版)

红包兵团集体狂欢 企业参战数量剧增

■ 本报记者 郭奎涛

2014年春节的红包是微信在唱独角戏,2015年春节的红包则俨然已经成为各大互联网平台和传统品牌商共同演绎的集体狂欢。

而且与第一年主要个人发红包不同,基于发红包蕴含的营销价值,红包平台联合各类营销主体发红包成为今年红包大戏中的独特风景,微信、手机QQ涉及的企业和明星接近40家,支付宝钱包品牌红包平台也吸引了小米手机、魅族、百事可乐大牌企业参与。

三大平台领衔

2014年春节,作为对抗支付宝的杀手锏,微信出其不意地推出了“新年红包”功能,在“我的银行卡”界面中可以直接进入微信红包的页面开始发红包,一夜之间就吸引了数亿用户将银行卡绑定微信,并推出了腾讯股价的大幅度上涨。

如此强大的威力注定其将成为兵家必争之地,今年春节假期尚未结束,各大红包平台就迫不及待地公布了各自的成绩。

微信官方数据显示,除夕当天,微信红包收发总量达10.1亿次,是2014年的200倍。其中,除夕夜22:34出现峰值,每分钟8.1亿次“摇一摇”,整晚微信春晚摇一摇互动总量超过110亿次,总计摇出5亿元微信红包。

新上路的手手机QQ也表现抢眼,依据自身庞大的用户基数,除夕当日收发总数为6.37亿次,超过微信该数字的六成。不过整体来看,小年夜至正月初五,QQ红包收发总量为11.6亿次,仅为微信同期的三分之一。

支付宝钱包则推出了趣味性较强的“口令红包”,它同样把“战争”安排在了除夕夜。当晚20时开始,每个整点支付宝首页都会上演一场“打地鼠”游戏。当天6.8亿人次参与这种抢红包游戏,收发红包总量2.4亿个,总金额40亿元。

尤其令人意外的是,阿里巴巴集团董事局主席马云如约发放了99万9999个红包。他在19日零点19分发出了首个中文口令红包,参与人数高达2998万,100万个红包在2分36秒内就被一抢而空。

虽然支付宝钱包将竞争目标直接瞄准了微信,但是从数据来看,微信收发总量大约是支付宝红包收发总量的4倍,即使是手机QQ距离微信也有很大距离,三大平台中,作为始作俑者的微信红包保持着遥遥领先的地位。

除了这三家大型红包平台,今年春节的红包大战中还有新浪微博、陌陌、网易云音乐、快的打车等诸多互联网平台的身影。

其中,新浪微博表现尤其抢眼。官方声称,微博抢红包总次数超过1.01亿次,日活跃用户首次突破1亿,其中有超过1500万网友抢到现金红包。其“让红包飞”上线以来,网友抽红包的总次数已经超过3.7亿,累计中奖人数已经超过4800万。

不过整体来看,今年的春节红包平台还是由微信、手机QQ和支付宝钱包主演,新浪微博等只能充当配角了,它们中的多数也没有公布具体数据。

企业红包蹿红

春节之前,各类平台的红包招商计划频遭曝光,也预示着今年的红包大戏将会更加丰富,各类企业红包层出不穷也确实证实了这一点。

作为红包的开山鼻祖,微信在企业红包上也先走一步,其在“摇一摇”红包中联合各类企业为用户发红包也成为今年春晚的亮点。据悉,摇一摇联手的企业超过10家,有京东、泰康、微店、陆金所等,累计约有5亿企业现金红包。

其中,发送1亿元红包的陆金所取得的营销效果尤为突出,其微信公众号的粉丝已在千万级别;国美在线也发出了金额不菲的优惠券,这直接带动了其wap端流量和销售额达到平时的3倍,订单数也接近平时的5倍。

除夕当天12点,QQ企业红包率先开抢,在微店、挖财、随手记、人人聚财、大众点评、京东购物、滴滴打车等十多家企业的助阵下,QQ红包除夕当天共发出60个4999元壕包和63056个尾数带“8”的现金红包。

不仅是企业,手机QQ的营销主体还包括了明星群体,包括范冰冰、李晨等十六位当红明星,从小年夜就开始派发明星红包,仅范冰冰的红包就吸引了超过3000万用户参与。

支付宝也上线了企业红包平台,从小年夜到正月初一,与品牌商户一起向用户发放约6亿元的红包。品牌商可以将自己的LOGO和红包口令一起发出,在微信朋友圈分享,吸引用户打开支付宝钱包领取红包,达到品牌曝光的效果。

除了支付宝自身的企业红包平台,快的打车、新浪微博、优酷土豆集团等阿里系公司也以支付宝钱包为支付通道,向自身用户发送多种形式的春节红包,这也提升了支付宝在春节红包中与微信的竞争力。

其中,新浪微博一家就有1541万微博网友分享了由央视春晚及39位明星与商家送出的1.01亿个红包,为提升新浪微博的活跃度贡献很大。

在这些红包平台和企业的影响下,各类公司也在自主给用户发红包以提升用户活跃度和黏性,这不仅包括新兴的互联网公司,还有银行、运营商传统行业。华夏银行手机银行在刚刚升级的新版中就特意加入了抢红包菜单,山东电信则创新性地向企业用户推出了流量红包服务,这都大大丰富了春节红包的内容。

延伸



16亿次微信和QQ红包,如何飞起来?

仅在今年除夕22:30人们通过微信平台送出的一波红包数量就达到了1.2亿个,而在2014年除夕夜最高峰值的微信红包派送量仅为2.5万个,两者相差4800倍,但微信红包并未出现大的操作故障。

■ 本报记者 许意强

除夕夜,当数以亿计的中国家团聚在一起享受“微信摇一摇”和“QQ抢红包”带来的欢声笑语之际,不为人知的则是早在一个多月前,名为“春晚前线指挥部”的超级团队便在腾讯公司悄然成立,这个由分布在北京、上海、广州、深圳四个城市,近20多个跨部门参与的超级团队,最终让微信和QQ两大平台的红包在春节期间顺利起飞。

截至2月19日凌晨,QQ红包收发总量6.37亿个,抢红包人数为1.54亿,通过QQ参与春晚投票的次数为6.7亿。微信摇一摇总次数达110亿次,平均每分钟8.1亿次,微信红包收发达10.1亿次,腾讯的超级团队累计保障了超过16亿次的红包起飞。

人们看到的只是这一组数据释放出来中国人对于摇红包、发红包的热情与交互。看不到的,却是腾讯这样一家本土互联网公司在大数据时代所建立起来的强大而完善的数据分析和处理能力,从而保证了一个超级平台的安全、高效、快速运转。

从2.5万到1.2亿的海量增长

在人们所熟知的微信红包和QQ红包背后,则是支撑两大红包产品的腾讯财付通支付平台。从除夕当天截止到央视春晚结束,财付通平台支撑微信和QQ红包16亿多笔交易,高峰时期的交易量达到每秒4.5万笔。

《中国企业家》记者从腾讯官方平台超

得的数据显示:仅在今年除夕22:30人们通过微信平台送出的一波红包数量就达到了1.2亿个,而在2014年除夕夜最高峰值的微信红包派送量仅为2.5万个,两者相差4800倍,但微信红包并未出现大的操作故障。

从2.5万到1.2亿的海量增长背后,4800倍的差异却始终如一,正是得益于一支分布在北京、上海、广州、深圳的腾讯超级保障团队,直接保证这一平台的人员就突破了100多人。还不算那些间接保障体系,以及海量的数据接收存储服务器。

“当数亿中国家庭享受着除夕团圆饭时,这一团队中的所有人都放弃与家人团聚的机会,一边观看央视春晚直播时,一边监控红包后台数据。”一位腾讯内部员工透露,当天团队中一个年轻的三口之家甚至将除夕年夜饭搬到公司,以简单的快餐解决完成了一家人团圆的愿望。

在这支超级团队中,超过八成成为年轻的理工男,他们分布在中国的四个城市,以“夜以继日”加班加点的工作动力,保障了整个红包平台的安全畅通,没有出现大规模的红包无法使用等差体验的情况。特别是在央视春晚22:33现金红包“摇一摇”高峰时期,平台的良好运营保障了这一功能的顺利实施。

更有意思的是,在当天央视春晚摇一摇送红包的活动中,一位腾讯保障团队的成员还幸运地摇到了888元的现金红包。

从快准稳到海量之道

早在2014年“双十一”的支付宝平台超

