

# 遊戲+祝福 「信」民樂融融



■阿里巴巴不甘示弱，其支付寶在春節期間亦大派新年紅包。圖為馬雲。

春節期間內地互聯網兩大巨頭騰訊(0700)創始人馬化騰和阿里巴巴董事局主席馬雲再度對決，微信推出春節搶紅包業務紅透了全國，有800萬網民參與搶紅包，涉及金額4億元。阿里巴巴支付寶不甘落後，春節期間向數百萬支付寶用戶發放了總計2億元的新年紅包。在雙方紅包大戰的背後，其實是在爭奪品牌影響力、電商和互聯網金融等業務。微信搶紅包十分有利騰訊的理財通，可更有效地對抗阿里巴巴的餘額寶，並在電商方面挑戰淘寶。

香港文匯報記者 李昌鴻 深圳報道

# 雙馬紅包鬥法 攻網上金融電商



■微信創新性地推出搶紅包活動，紅透了大江南北，從中突顯騰訊的影響力。圖為馬化騰。

## 手機支付安全惹疑慮

由於微信搶紅包需要綁定儲蓄卡，許多用戶擔心銀行卡安全而不敢綁定，而即使用戶搶到紅包後提現也遇到麻煩，需要長時間等待也得不到紅包現金，這無疑遭到許多用戶詬病。

深圳有一微信用戶李小姐向記者抱怨，她如果搶到紅包必須綁定自己的銀行儲蓄卡，否則無法提現。如果她自己給別人派紅包也要綁定其銀行卡，否則無法提現派紅包。但是，她又十分擔心微信綁定銀行卡帶來的風險，擔心卡裡的現金被盜或者轉走，因此，即便她綁定銀行卡，也是用金額最小的銀行卡綁定，一旦有更多的錢她便馬上購買微信理財通的理財產品。

針對人們對微信綁定銀行卡的安全擔憂，騰訊新聞發言人張軍在接受媒體訪問時表示，微信支付建立了多重安全防護可以確保用戶資金的安全。但是，內地像李小姐這樣擔心微信綁定銀行卡資金安全的人不在少數。

### 用戶抱怨紅包提現麻煩

而另一個讓人詬病的是，用戶感覺派紅包出去容易，而搶了紅包卻無法很快提現。記者在春節期間親自體驗看到，雖然自己先後搶了十幾個共計150多元紅包，但是，他將這筆錢提現後卻發現，儘管微信提示兩三天到賬，結果幾天後仍未到賬，這不免令其有些失望。

## 易迅交易額仍遠被拋離

此次微信搶紅包儘管令騰訊收穫巨大，並想借搶紅包綁定手機支付拓展其電商業務，但是，騰訊旗下的電商易迅與淘寶差距仍然巨大，去年易迅年交易額約200億元，而淘寶網已逾萬億元，因此，目前電商仍是騰訊的短板，短期將難以改變劣勢。

去年約200億 僅及淘寶2%

目前，在內地快速增長的電商市場上，淘寶、京東、易迅等是你追我趕，而蘇寧易購也在奮起直追。不過，淘寶去年的交易逾萬億元，而京東約2,000億元，但是易迅僅約200億元，蘇寧易購也僅200億元，因此，易迅年交易額不到淘寶的十分之一，也為京東的十分之一。騰訊在電商方面與阿里巴巴差距非常巨大，這也是困擾馬化騰的難解問題。

微信無疑給了騰訊一個機遇，通過搶紅包有大量用戶綁定銀行卡，微信提供精選商品的服務，即移動電商業務，記者進入精選商品看到，有金條、紅酒、名包和醫療器械等，價格從數千至百元不等，而未來手機移動支付的電商呈現高速發展態勢，年複合增長高達數成。因此，微信的普及和移動支付運用可以推動騰訊電商業務的持續增長。

### 微信移動支付結合電商突破

去年底，微信在移動電商方面便與小米合作，15萬台「小米手機3」在微信專場搶購活動僅用短短9分55秒便被搶購一空。完成了微信在移動電商領域的又一次成功試水。微信產品部副總經理張穎表示，微信希望在未來商業活動中扮演為各行各業和自身客戶建立深度連接的角色。因此，微信的移動支付和電商結合，無疑可以提高騰訊電商業務的發展速度。

### 四大電商 去年交易額比較

公司名稱	金額(人民幣)
淘寶網	逾萬億
京東	2,000億
易迅	約200億
蘇寧易購	約200億

製表：李昌鴻

## 騰訊手機支付 展巨大商機

在此次微信搶紅包業務，騰訊很好地提升了其影響力，而通過手機與銀行卡綁定，實現微信支付。而目前微信在國內有5億用戶，如果大多數用戶受搶紅包影響也進行與銀行卡綁定，那麼，對於騰訊來說將是巨大的營銷成果。通過微信支付，用戶可以實現手機充值、購買理財產品、彩票和商品等，未來將可以極大地增強騰訊的競爭力和中間業務收入等。正是這一利好消息令騰訊市值最近突破萬億港元。

此次微信搶紅包，讓許多手機網民認識了微信手機支付功能，無疑是給微信手機支付業務做了一個巨大的營銷廣告，成千上百萬的微信用戶通過綁定銀行卡而實現手機支付，其中，自然不僅僅是紅包。

### 推動網上金融電商業務

記者進入微信「我的銀行卡」中，看到在綁定銀行卡內，用戶可以實現手機充值、購買理財通、彩票、滴滴打車、精選商品、電影票、Q幣充值，以及派發新年紅包等。市場分析人士認為，未來，如果微信5億用戶有3億多通過手機購買理財通、手機充值和購買商品等，這無疑為騰訊未來互聯網金融、電商和手機支付等帶來巨大的商機，推動其收入大幅上升。

### 微信5億用戶力壓支付寶

相對於微信5億用戶而言，目前阿里巴巴的支付寶在這方面就落後不少，微信搶紅包的成功營銷無疑令大量用戶加入手機支付。截至2013年底，支付寶實名用戶已近3億，而手機支付用戶也僅超過1億，因此，未來，微信無疑將給支付寶帶來很大的業務衝擊。正是微信春節搶紅包帶來的巨大效應和未來眾多手機支付業務帶來的利好，騰訊股價在1月30日最高一度升至545港元，令市值突破萬億港元。而2月14日騰訊股價盤中刷新551港元，市值再度創出新高。

騰訊和阿里巴巴一直以來在電商、互聯網金融等方面展開了激烈的直面競爭，雙方歷來抓住每個時機大打品牌營銷戰，從而在競爭中突顯其影響力。為此，雙方在春節期間展開了激烈的互聯網派紅包廝殺。整體來看，擁有龐大用戶的騰訊微信，其搶紅包的影響力明顯勝過阿里巴巴的支付寶。

### 微信搶紅包影響遠勝支付寶

而在春節期間，微信創新性地推出搶紅包紅透了大江南北，許多網民樂此不疲，甚至搶紅包搶到午夜，除夕夜參與搶紅包活動的總人數達到482萬。儘管他們搶的金額並不多，從幾十元至幾角錢不等，但卻玩得意猶未盡。在此次搶紅包大戰中，微信有超過800萬用戶參與搶紅包活動，超過4,000萬個紅包被領取，平均每人搶了4到5個紅包，平均每個紅包金額在10元(人民幣，下同)左右，按照每個紅包金額最多10元計算，微信紅包交易金額約達4億元。

而阿里巴巴也不甘示弱，其支付寶派出的紅包在除夕一天就超過了5,500萬元，其中支付寶最近有一客戶給另一朋友發出全國最大的19萬元紅包，令市場震驚。春節期間，支付寶用戶發放了總計2億元的新年紅包，僅為微信紅包交易額的一半。儘管支付寶用戶派出的紅包金額平均在50元以上，但是，其在影響力也遠遜於微信。難怪當微信紅包紅遍全國時，馬雲驚訝地稱「珍珠港偷襲計劃」，並不得不承認微信紅包帶來的巨大營銷效果。

### 搶紅包擊鼓傳花 氣氛歡愉

農曆正月初十，深圳一港資企業正式開工，記者獲悉，該公司50多位員工都通過微信爭搶紅包，大家爭奪得十分激烈。為了增加娛樂和高興的氣氛，該公司高層派員連發五天給員工派發約30個紅包近2,000元，每次金額50至200元不等，每個紅包派20至30個人。由於其紅包是隨機派發，每人只得爭搶一份，先到先得，因此，員工們拚的是運氣和手機網速，搶得快的很可能金額最多，因而爭搶得十分踴躍，拚得不亦樂乎，他們甚至搶紅包搶到晚上12點多。

該港資公司文員劉小姐告訴記者，她春節期間搶了十幾個紅包，累計有200多元，儘管錢並不是很多，但這種歡愉的氣氛令她興奮。記者了解到，該公司許多高層和員工加入派紅包行列，一時間氣氛十分活躍熱鬧，具有很強的感染力。孫小姐表示，元宵節她會再向員工派發紅包，以增加歡樂的氣氛。深圳一旅遊公司老總邱先生，最近定向給其眾多員工每人發200元紅包，員工們爭搶十分興奮。

在中國海運網的微信群，有來自全國120多位的媒體記者和專家，本報記者看到，中國海運網CEO康樹春在農曆三十和正月初一至初五，共在群裡派發了近萬元，大家拚搶得十分積極。康樹春在群裡更提出他先發200元紅包，群裡爭搶最多的接着派發200元紅包，以此擊鼓傳花傳下去，有10多人參與派發紅包，引發許多會員積極地爭搶。而隨着元宵節的到來，內地微信搶紅包仍在進行，並再掀起新的高潮。

## 如何搶微信紅包？

微信推出的搶紅包引起內地用戶極大的興趣，但記者了解到，微信搶紅包在香港並不流行，一些香港用戶也不熟悉搶紅包、派紅包和提現等流程。其實，微信搶紅包流程並不難，重要的是在搶的過程中拚手氣和網速。

用戶進入微信後點擊右下欄「我」，並點擊「我的銀行卡」，輸入銀行賬號和支付密碼，綁定銀行卡後，申請提取現金，提現後點擊新年紅包，然後就可以給微信群友們派發紅包，發紅包時分拚手氣群紅包、普通紅包，而拚手氣群紅包最受歡迎，然後將自己設定的金額比如200元分20個紅包派發隨機分配，並輸入「新年大吉，馬到成功」等祝福的話語。

### 搶得快未必錢最多

用戶在微信群裡派發時，許多群友是紛紛爭搶着點擊「我給你派發了紅包」，先搶者先得，大家爭奪得十分激烈，不過，金額並不一定第一個搶到人最多，有可能是第二個或者第三個搶到紅包的人金額最多。而如果手氣好網速快便能搶到紅包，否則晚來一步，微信提示紅包已被搶完。



■劉小姐向人們展示其爭搶的微信紅包。李昌鴻攝



■微信搶紅包，拚的是手氣和網速，最先搶到的不一定金額最多。李昌鴻攝