

砸百亿红包,巨头野蛮圈地

借势春节习俗,相互屏蔽和恶性竞争却违背了互联网精神



本报记者 张頔
本报见习记者 周国芳

5700万元红包,手指戳断了也没抢着

继去年春节微信通过发放红包形式一战成名后,“发红包”成为了大家争相模仿的手法。今年,虽然还未到春节,各种抢红包的活动已层出不穷,其中,尤其以财大气粗的BAT(百度、阿里、腾讯)三巨头宣传幅度最大,花样最新鲜,手法也更复杂。

首先出场的是支付宝红包。11日上午10时,网友“人淡如菊”守在手机前准备体验一把“抢钱”的感觉。登录手机支付宝钱包客户端,顶端出现“倒计时”字样,“3.2.1”全屏幕倒计时开始。

“快来抢”、“戳我呀”、“我在这”,瞬间屏幕被左右晃动的红包小人占领。“人淡如菊”立刻进入“打地鼠”模式,猛戳屏幕十几秒后,弹出对话框“好可惜,没有戳中中奖红包”。

按照此前支付宝钱包“发钱时刻表”约定,11日10时开抢的是1000元现金、1亿元购物红包。然而,等待着拆红

包从11日开始,以支付宝和微信为代表的“红包大战”拉开序幕。根据宣传,从小年夜到正月初一,将通过支付宝钱包、微信、微博、QQ、百度钱包等各种智能手机软件、网络社交平台派送上百亿元。

继双十一之后,借势春节传统习俗发红包进行营销,互联网巨头俨然用资本又在造节,而这背后,正是互联网企业在移动支付上一轮的“跑马圈地”。

包的“抢包大军”却发现根本抢不着。

对于这场“红包雨”,有网友直接开炮,“手机都快戳碎了,手指头也快戳断了,一毛钱都不给我”,也有网友调侃,“中奖概率几乎等于六合彩”。

没抢到红包抱怨是人之常情,然而,抢到红包的“稀罕”人物也高兴不起来。“5元快的打车代金券”、“5元国际汇款券”、“欧洲游10元代金券”,本以为抢到红包是幸运,没想到是负担。网友“青春穷开心”吐槽:我都能去欧洲游了,还差这10块钱?原来几十亿红包只是看上去很美。

面对吐槽,记者从支付宝方面获悉,下午4点的时候增加了1200万现金红包,20点增加1500万现金红包,加上之前就定好的3000万,11日一共发放了5700万现金红包。其微博特别提到“由于参与人数实在太多,钱包君也不敢保证4点的活动大家100%能抢到,跪求大家别骂太狠”。

发红包事小,抢地盘是真

按计划,支付宝钱包从小年夜(2月11日)到正月初一(2月19日),共发放约6亿元红包。其中,现金超过1.56亿元,购物消费红包约4.3亿元。

对此,微信也“任性”地掏出5亿现金红包,还有超过30亿元卡券红包。不少社交工具也联合明星、企业加入红包大战,手机QQ要发30亿元红包,新浪微博预计也要发10亿元红包。

如此算来,各类互联网巨头给网民的红包将超百亿。为何如此重视红包大战,其实各自都有一把小算盘。

山东大学管理学院教授王德胜表示,官方数据显示支付宝活跃用户已超过1.9亿,这背后蕴藏着巨大的社交价值。支付宝钱包的社交功能弱,支付能力强,发红包可提高用户黏性,其中朋友间的口令红包更有助于提高支付宝钱包的打开率。

早在一个月前,继“亲密付”“晒十年账单”后,支付宝钱包低调上线“我的朋友”功能,探索利用支付打通社交关系。

烧钱背后是不规范的互联网生态

有评论指出,与其说这是一场红包大战,倒不如说是一场集传统节日、电子红包、企业商家、移动支付于一体的大型整合营销战。而跟滴滴打车与快的打车的烧钱大战一样,如今的红包大战如同之前打车大战的重演。但无论微信与支付宝如何烧钱发红包,归根结底都是腾讯和阿里对其社交移动支付领域的布局。

也有分析人士并不看好这种方式,滴滴打车与快的打车的市场份额并没有因为之前的烧钱而决出胜负,如果红包活动继续使用烧钱方式进行,可能会陷入胶着,并不一定有助于双方进行未来的战略性布局。

其实支付宝与微信在移动支付方面一直在明争暗斗,马年春节,腾讯通过抢红包事件激增了很多用户开启微信支付,以全民娱乐互动的方式开启了一个端口,可以说是一夜翻身,也是一种互联网创新的体现。

不过,“看到别人有,自己就要上”似乎成了中国互联网圈子里不成文的习惯。对于用户来说,免费发的红包当然越多越好,大家乐意看到巨头们争相烧钱。但是跟随模仿而来的却是

之所以微信和支付宝一样重视发红包,根本原因还是为了争夺移动支付市场。王德胜直言,发红包属于企业行为,必然存在着长远战略考虑,不可能“赔钱赚吆喝”。虽然都是推广自己的移动支付产品,但细节方面还是有些细微差别的。支付宝这次发放的红包侧重线下消费,实际上是想延续支付宝“双十二”时在线下消费方面积累的优势;加强支付宝账号的社交属性,则是另外一个想达成的目的。

相比支付宝,微信支付起步较晚,则更加侧重于推动新用户和绑卡数,有腾讯内部人士曾透露:观察微信红包一整年数据会发现,红包平时的交易额很有限,只有元旦、春节才会爆发,在特定时间拉动绑卡和新用户很有效。

王德胜分析,目前正处于互联网盈利模式的分化阶段,阿里、腾讯两家为增强各自品牌影响力互相竞争,发红包并非偶然事件,这是线上、线下商业相结合的手段。

相互屏蔽和恶性竞争这样划分地盘的做法。

这次,微信同样开始屏蔽平台上各对手的发红包行为,这一场景多少让人想起了此前的“3Q大战”。互联网企业拼得你死我活,动辄绑架大量用户做“非此即彼”的选择,实在有悖“开放共享”的互联网精神。支付宝只好选择“退一步”开通口令红包(相当于发红包密码截图到微信朋友圈或群聊中),以此突破了微信的封锁。

针对微信的“封杀”行为,上海大邦律师事务所合伙人律师游云庭在接受采访时认为,腾讯的自由应当是在不违反法律规定前提条件下的,但腾讯在微信里屏蔽了支付宝、虾米、网易云音乐实际违反了多部法律法规,影响到了数以亿计的个人和企业的合法权益。表现如下:其一,上亿用户的消费权益被侵害。其二,对被屏蔽的软件构成不正当竞争。其三,屏蔽竞争对手软件涉嫌垄断,滥用市场支配地位。

有分析人士称,对于中国的互联网企业,如何既保护好自己的知识产权,又不陷入滥用市场支配地位的泥潭,是面临的一个难题。



提个醒儿

非官方红包很可能是钓鱼软件

本报见习记者 周国芳

抢红包当然好,但在欢乐抢钱的同时,银行卡账户安全、个人信息保护等引起了不少网友的担心。

尽管大型的互联网支付平台会对用户的账户安全进行一定保护,但是互联网金融的安全问题仍然存在漏洞。11日,省城一家银行负责人提醒,红包分享的方法多,在抢红包时,一定要识别红包来源,确定其是否为官方红包,关联银行账户信息时,不要轻易输入取款密码。

该负责人表示,去年就有客户因抢红包被“钓鱼”软件盯上,最后造成财产损失,因此抢红包者一定要确认发红包的商家是否正规,特别是遇到要求提供大量隐私信息、填写支付密码等更要格外警惕。

此外,用户姓名、支付宝及手机号码等隐私信息容易泄露给红包发布方。虽在短期内没有影响,但这会大大增加用户支付账号被盗的风险。隐私如果被倒卖,用户还可能面临大量的骚扰电话、垃圾短信、营销微信号的广告骚扰,以及各种诈骗。

另外,手机支付时都会发送短信验证码,上述银行负责人表示,如果一旦校验码被手机的恶意软件拦截,支付的安全性也会受到威胁,为了将危险降到最低,建议客户设置转账的最高限额,或者选择余额低的银行卡进行绑定。

巨额红包开抢,催生不少所谓的“抢红包神器”。然而,这些软件也隐藏着潜在的不安全。因此专家提醒,不要轻易通过搜索引擎下载安装“抢红包”软件,谨防钓鱼欺诈链接的软件。

忙着抢红包,别冷落了家人

本报记者 张頔

“本来大家还有说有笑的,结果嫂子一说到要点红包了,我们几个年轻人都掏出手机来鼓捣,有的上支付宝戳红包,有的去QQ给明星点赞。大家都在手机上忙活,结果把两位老人晾在一边了。”11日,济南市民卢芳跟着丈夫回婆家过的小年夜,这样的场景让她有些担心,除夕夜发放网络红包的时间点更多,到时大家会不会只忙着抢那一两块钱的红包,而把家人冷落了呢?

出色的创意,以小博大的烧钱投入与病毒性传播,让互联网在制造节日、营造话题上具有天生的优势,因此在很短的时间内,网络红包能博得像“双十一”那样的高参与度。然而大家别忘了,网络红包毕竟是一种商业行为,因为红包背后绑定了企业和明星,所以要抢红包难免得被动去关注企业公号或为明星点赞。

在抢红包的背后是完完全全的商业逻辑,当很多人躺在沙发上捧着手机抢红包的时候,别忘了父母和孩子正在一旁,等着和你聊聊天。