转眼间已经到1月30日，离2019年的农历春节还有5天的时间，春节红包大战的“硝烟”越来越浓。今年各大互联网巨头也是动作频频，红包活动是一个接着一个，从28日起，百度开启史上金额最大的10亿春节红包活动；腾讯微视28日宣布推出视频红包的创新玩法，发出5亿元现金红包，为春节的年味加码；支付宝继续坚持“集五福”，瓜分5亿元；已经退出烧钱大战两年的微信支付，今年依然淡定，只给红包换了个封皮……

据华西都市报、封面新闻记者统计，截至1月29日晚，互联网巨头们的红包活动总金额已经超过了35亿元，堪称是史上最丰厚红包年。

扫二维码 看本文视频

互联网巨头狂发超35亿 春节红包大战硝烟再起

制图 杨仕成

哪些平台在发红包？

百度今年“接棒”淘宝春晚撒红包，发出10亿元的史上最大红包。支付宝则继续“集五福”。2019年“集五福”活动在1月25日正式开始，新增“花花卡”以及“沾福气卡”，集齐五福的用户将在除夕晚拼手气共分5亿元现金红包，金额与去年相同。值得注意的是，今年香港的钱包AlipayHK加入集福活动，支付宝也正借集福活动加速移动支付出海布局。

银联云闪付也于1月初推出了扫标识领红包活动。用户可使用云闪付App扫描云闪付或银联LOGO，领取最高2019元红包。

今年春节微信方面推出了“企业微信红包”，企业可定制微信红包封面，但目前似乎并无“真金白银”的撒红包活动。

1月22日，腾讯QQ公布2019新春活动——“福气‘袋’回家”。自1月28日至2月7日（大年初三），用户只要打开QQ平台参与活动就有机会领取到内有现金红包和卡券的“福袋”。不再鼓励用户低头拼手速，而是更强调分享和祝福。

除了BAT（百度阿里腾讯）外，抖音将与中央广播电视总台央视春晚进行深度合作。而新浪微博则推出“锦鲤红包”，联合明星、博主要掀起一波红包热浪。

平台春节发红包为了啥？

中国电子商务研究中心主任曹磊表示，网络红包除了增加平台粘性、用户数，巩固地位外，还是巨头移动支付布局的“利器”。

不管怎么看，这都是一笔“好买卖”。比如去年有1.68亿人集齐支付宝的五福红包，拼手气分享了2亿元红包，用户参透率达46.1%，可以说效果非常好，但仔细算下来，参与用户人均才获得1.2元，相对来说，平台开销并不算大。

还有一些用户，因为抢到红包金额较小，懒得提现。所以平台名义上动辄几亿元的“撒币”，实际付出或并没有这么多。

另外，一些平台称“撒币”几亿元，其实很多是和品牌商家合作的，很多以优惠或卡券的方式回馈。换句话说，用户只有消费了，才有机会获得优惠。比如微信推出的线下互动，QQ推出的40亿卡券等。

还有一个环节很重要，即提现环节。记者注意到，部分发放红包的平台在提现环节上设置了一些门槛或提现时间。如苏宁易购规定2月23号以后才能提现；今日头条要求2月28日前提现，逾期作废。

华西都市报-封面新闻记者 易弋力
综合北京晚报、中国日报、宗欣

百度“接棒”淘宝，拿下春晚红包互动权，攻势明显，意在为度小满金融导流；支付宝延续集五福的活动，从规则设置上，新增“花花卡”以及“沾福气卡”，意在补位社交短板，导流线下支付和花呗；而腾讯谋局B端业务的心思也体现在春节红包中，推出了企业定制红包封面。在分析人士看来，热闹的红包营销背后，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。

BAT红包大战背后的攻守道

百度为金融开路

在分析人士看来，百度“接棒”淘宝，拿下春晚红包互动权，攻势明显，意在为度小满金融导流；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。

百度选在度小满金融独立的第一个春节发力红包大战，意在抢占用户，为度小满金融导流。2018年4月28日，百度旗下金融服务事业群组宣布正式完成拆分融资协议签署，并启用新品牌“度小满金融”。

不过，在市场看来，百度虽自身有流量优势，但用户金融属性差，此外，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。在此背景下，带有流量与金融属性的红包营销成为百度的首选。

阿里的“生态”补位战

集五福活动在以往给支付宝带来了巨大的用户流量，今年仍延续该活动。支付宝正试图将集五福打造成春节营销的常规活动。据支付宝透露，连续三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。

为了集齐五福，不少用户在支付宝上加好友，求赠福。分析人士指出，支付宝想做社交，属于司马昭之心，集五福就是一个很好的场景，可以将支付宝的客户由一个个点变成互相交叉的面，最终改变客户的习惯，实现由支付向社交的转移。

此外，值得关注的是，支付宝今年推出花花卡以及沾福气卡，从两张福卡的设置来看，拥有花花卡，有机会抽取“全年帮你还花呗”的奖项，拥有沾福气卡，有机会从支付宝好友复制出新卡。对此，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。

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。

腾讯的“社交变现”战

近两年，腾讯一直在谋局B端业务，这份心思也体现在春节红包中。

借助社交平台，微信红包已经成为用户自发行为。今年，微信方面的红包举措比较低调。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。

一位支付机构人士指出，微信通过红包后来者居上，实现绑卡用户的大量增长后，通过大量的资金补贴使客户形成了习惯，成功地由社交场景向金融场景进行拓展，且腾讯金融牌照较全，是BAT中目前转型最成功的，也是支付宝的心腹大患。

王蓬博表示，红包还是用户运营的一个手段，各家根据不同需求，设置不同的规则。腾讯的金融业务在今年有很强的变现需求，不过，在B端布局上和蚂蚁金服相比，还是差了一个身位。从微信今年的红包举措来看，是想要撬动更多B端用户。

上述支付机构人士进一步表示，腾讯的优势在个人用户方面，B端商户对腾讯的需求在流量的导入，腾讯并没有形成一个很好的场景让B端商户对腾讯形成依赖。

据北京商报

2018年四川出口增速全国第一

1月29日，华西都市报、封面新闻记者从四川省商务工作会议上获悉，2018年全省商务经济保持总体平稳、稳中有进的良好态势，主要指标全面超额完成，商务服务民生的能力水平不断提升。2019年，四川力争商务主要指标规模位居全国前列、增速高于中西部平均水平。

2018年全年，全省实现货物进出口5947.9亿元、增长29.2%，再创历史新高。其中，出口增速位列全国第一；实际到位外资623.3亿元、增长11.1%；社会消费品零售总额增长11.1%，分别高于全国平均水平、年初预期2.1、1.1个百分点；服务业增加值增长9.4%，占全省经济总量51.4%，对经济增长贡献达53.5%，实现“双过半”。

全省进出口持续保持中西部第1位。进出口、出口和进口总额首次同时跃升至全国第10位，进出口、出口比2017年分别跃升1位、2位，3项增幅分别跃居全国第2、第1和第5位。

在自贸试验区建设方面，2018年四川省举办了首届中国自贸试验区协同开放发展论坛，联合全国11个自贸试验区发布协同开放“七点倡议”。开展“魅力自贸·开放四川”链动全球活动，加快产业集聚，累计新增企业5.3万家、注册资本7600亿元，外商投资企业628家，进出口947亿元。

四川省商务厅厅长刘欣表示，2019年要准确把握当前宏观经济“三个基本判断”：“稳中向好”的长期发展态势不可逆转、“稳中有变”是当前经济发展的阶段性特征、“稳中求进”的工作总基调不会改变。2019年，四川力争主要指标规模位居全国前列、增速高于中西部平均水平——对外贸易增速高于全国，社会消费品零售总额增长10%，服务业增加值增长9%，双向投资在稳定增长的基础上进一步实现结构优化、效益提升。

华西都市报-封面新闻记者 易弋力

自|杰|品|股

预期不变

问：周二沪指低开，盘中探底回升，收盘微跌，你怎么看？

答：受业绩爆雷以及盘中谣言的影响，早盘市场一度快速杀跌，随后在权重股的带领下止跌回升，盘面上题材股跌幅居前。截至收盘，两市涨停21只，跌停41只。技术上看，沪深股指下影线均超1%，沪指依然最强收盘时仍站在5日、60日均线之上；60分钟图显示，沪深股指收盘时守住了5小时、60小时均线，但60分钟MACD指标仍处于死叉状态；从形态来看，短期震荡调整在预期之中，沪指盘中最低也刚好在黄金分割支撑位2557点上方，只要周三不再跌破2559点，后市显然还将刷新年内高点。期指市场，各合约累计成交、持仓均增加，各期指合约负溢价水平整体有所缩减。综合来看，数据显示春节前后市场大概率走强，因此短期震荡并不能改变春节红包预期，市场仍将再度走强。

资产：周二按计划以3.01元卖出丽鹏股份10万股，以8.13元卖出英力特4万股，以7.27元卖出石化机械6万股。目前持有南玻A（000012）22万股，泰禾集团（000732）6.5万股，城投控股（600649）8万股，风华高科（000636）5万股，巨人网络（002558）3万股，润达医疗（603108）10万股。资金余额3432599.13元，总净值7490249.13元，盈利3645.12%。

周三操作计划：南玻A、城投控股、风华高科、润达医疗、巨人网络、泰禾集团拟持股待涨，风华高科拟先买后卖做差价并适当增加仓位。

胡佳杰

业绩“爆雷”接连引爆 警惕三类“雷”股

随着年报业绩披露逐步进入高峰期，相关业绩“爆雷”股也开始露出水面，部分上市公司的业绩，就像孩子的脸，说变就变。

周二盘中集体上演“爆雷”股，28日发布业绩下调公告的南宁糖业、科陆电子等多股跌停。29日，又一只大白马业绩爆雷了，这一次是保险巨头中国人寿。

据不完全统计，29日收盘后，已有高升控股、华录百纳、盛运环保、奥马电器、中国人寿、ST中南、银河电子、人福医药等十余家上市公司下修业绩或者预亏、预减。

白马股也遇业绩爆雷

1月28日中午，海陆重工发布公告称，公司子公司江南集成无法完成业绩承诺，商誉减值计提7.5亿元至8.5亿元，预计公司全年净利润亏损近2亿；此前公司预计全年净利润为1.46亿元至1.94亿元。

消息发布后，海陆重工从涨停板上跌落，回收日内涨幅，周二直接一字跌停惨淡收场。

1月28日，受到向下修正业绩预告的消息影响，ST冠福和盾安环境双双呈现出跌停走势。29日，盾安环境依然是一字跌停，而ST冠福则呈现涨停走势。与此同时，奥维通信、科陆电子等公告了2018年业绩“爆雷”的消息后，二级市场股价也都纷纷出现跌停。

按照规则，上市公司一般需要在1月底之前完成2018年度业绩预告的发布，目前来看，可能有大量公司在此期间集体“爆雷”。

1月29日，中国人寿发布2018年业绩预告称，预计2018年度归属于母公司股东的净利润较2017年度减少约161.26亿元到225.77亿元，同比减少约50%到70%。

对于业绩减少的原因，中国人寿在公告中解释称，主要原因是受权益市场整体震荡下行影响，公开市场权益类投资收益同比大幅减少。

万联证券喻刚认为，中国人寿净利润下降，主要是受资本市场波动与资产减值计提增加影响。从中国人寿两大主力产品三季度的持股情况来看，在2018年四季度均受到市场低迷影响，股价纷纷下跌。

“雷”股三大共性

截至29日，共有1843家发布了年报预告，116家发布了业绩快报，共有28家公司出现了业绩变脸的情况。除了亚夏汽车因重大资产重组出现业绩预增之外，其余27家公司均出现业绩下滑或者亏损的情况。

上市不足5个月的郑州银行就是业绩变脸的案例之一。在去年10月22日，公司对2018年净利润的预测为42.8亿元至47.1亿元，同比增长在0%-10%之间，但是在27日晚间称，公司业绩预计下滑27%-32%。

受此影响，郑州银行29日最低触及4.77元，报收于4.82元，距离“破发”越来越近。

除了业绩变脸，在这批公布业绩的1959家上市公司中，业绩亏损或者下滑的还有538家。其中，商誉减值、主营业务收入下滑以及坏账，三大原因成为了重要的影响因素。

在这些公司中，共有111家提到了商誉减值的问题。据统计，两市A股的商誉合计达到1.45万亿，商誉减值的隐患开始浮现。上文提到的海陆重工就是典型，其子公司存在商誉减值迹象，计提金额约7.5亿元-8.5亿元。而商誉减值造成跌停的不只是海陆重工一家。盾安环境、科陆电子等均成为了商誉减值的受害者。

当然，除了商誉减值这只黑天鹅外，主营业务不兴也难逃干系。福田汽车是年报预告亏损额第二的上市公司，预计亏损32亿元。其中它的宝沃业务广告促销费增长，销量下滑，业绩大幅增亏，大客车订单签订时间晚于预期影响了去年的利润，再加上汽车整体市场的低迷，使它出现了首亏的情况。

另外，预计亏损超六成市值（13.1亿-13.95亿元）的南宁糖业、“以肉偿债”的雏鹰农牧都是主业低迷致使公司亏损的代表。

第三个不可忽略的因素是老生常谈的坏账问题，以富临精工为例，预告亏损22.84-22.89亿元。其中升华科技的13.21亿元应收账款和应收票据总额，拟让公司计提坏账准备约9.1亿元。

综合新华社、证券时报

掘|金|龙|虎|榜

家电行业资金净流入

行业资金流向方面，10个行业资金净流入，其中家电、酿酒、房地产行业等行业资金净流入居前。51个行业资金净流出，其电子元件、通讯行业、电子信息等行业资金净流出居前。

龙虎榜显示，4只个股获机构净买入。

个股提示

罗博特科（300757）公司从事新能源设备的研发、组装生产、销售，LED及半导体领域相关生产设备、制程设备及相关配套自动化设备，自产产品的进出口业务，并提供相关技术服务。29日获机构净买入6395万元。

康跃科技（300391）公司主营业务为内燃机增压器的研发、制造和销售，主要产品按应用领域可以分为车用内燃机涡轮增压器、非车用内燃机涡轮增压器。29日获机构净买入4109万元。

华西都市报-封面新闻记者 刘旭强

下载封面新闻APP
浏览最潮最新资讯