

春节红包大战第七年：BATJ的变与不变



作为移动支付最激烈的主战场，“春节档”俨然成为最重要的存在，2020年春节即将如期而至，用户对红包的热情也丝毫未减。但北京商报记者注意到，在各大互联网企业纷纷入场的环境下，BATJ巨头却没有了更大幅度的动作，只将几个做得比较好的传统红包项目延续了下来，并将合纵连横作为新的获客手段。经过多年的培养，用户移动支付的场景搭建已基本完成，在分析人士看来，如果没有真实的消费场景或者消费场景较少，用户流失就会非常快，巨头们应让用户养成使用App的消费习惯，这样才能实现客户变现效益最大化。

巨头春节红包的PK“内核”

留住用户是核心

经过多年的习惯培养，用户移动支付的场景搭建已基本完成，不变的是用户黏性、活跃度竞争，变得是新玩法升级。如今，BATJ已将精力更多地投入到“修炼内功”“琢磨新方式”上，但能否持续将用户留住仍是面临的难题。

于百程强调，虽然红包春晚能够阶段性明显提升用户量，但是否能够将用户留住，还是依赖于平台和产品本身是否能持续满足用户需求。红包活动中最大的作用是获客，但红包却不是简单的营销活动，红包的获取和提现，往往和互联网公司的钱包功能绑定，因此如果互联网公司本身具有支付、消费、理财等金融相关业务，则更加能够发挥出红包活动的作用。

王诗强则认为，春节红包涉及范围较广，参与用户较多，实际每个参与者分到的钱很少，但是春节大家以娱乐为主，心态不一样。红包虽少，用户体验却很好。对于互联网巨头来说，此时参与春节红包大战，通过春晚拉新、激活流失已久的老用户、防止活跃客户流失等作用效果明显。

但他也同时提到，春节红包吸引的客户，如果没有真实的消费场景或者消费场景较少，用户流失非常快。此外，即使有消费场景，互联网巨头也需要进行二次、三次甚至更多次补贴将客户转化，让用户养成使用其App的消费习惯，这样才能实现客户变现效益最大化。北京商报记者 孟凡震 宋亦桐

互联网巨头此时参与春节红包大战，通过春晚拉新、激活流失已久的老用户、防止活跃客户流失等作用效果明显。

1 金融

互联网公司本身具有支付、消费、理财等金融相关业务，更加能够发挥出红包活动的作用。

2 拉新

即使有消费场景，互联网巨头也需要进行二次、三次甚至更多次补贴将客户转化，让用户养成使用其App消费习惯，这样才能实现客户变现效益最大化。

3 转化

BATJ客户基数足够大，很多客户已经绑卡，更需要客户转化，因此互联网巨头可以与各大商家联合营销。

4 联合营销

用户黏性仍是关键

春节红包大战迎来七年之痒，从今年的情况来看，提高用户活跃度、加大生态流量之争仍是巨头们发力的重点。与去年“接棒”淘宝春晚撒红包一样，今年度小满金融（原百度金融）仍延续了传统项目，转战地方卫视，连续第二年送春节福利。据了解，作为2020年北京广播电视台春晚独家特约合作伙伴，度小满金融将从1月21日起开启红包活动，连续7天为全国用户提供上千万个新春现金红包，抢占用户、为自身导流意图明显。而这并非度小满金融首次和春晚合作。2019年春节，在百度与央视合作发放春晚红包的活动中，度小满金融承担了从实名认证、绑卡签约到提现的全流程。

支付宝则继续延续集五福活动，在传统的五张福卡中特别新增了一张“全家福”卡，“全家福卡”正是在有机会开出“帮还全年花呗”大奖的“花花卡”基础上升级而来，中奖权益也加码成了“帮全家还全年花呗”。意在导流线下支付和自身产品花呗。

今年春节期间，微信依旧将视频玩法做出了“新花样”，微信红包里除了“红包”和“拜年红包”，又新增“视频红包”玩法，用户可以直接在微信向好友发送视频红包，目前，该功能已上线限时推广。除此之外，微视频红包还会在春节期间给用户送上5亿元现金红包。

“与往年相比，今年春节红包活动已经去魅，企业一窝蜂推出春节红包活动的盛况不再，只有几个做得比较好的传统红包项目延续了下来。”苏宁金融研究院院长助理薛洪言

在接受北京商报记者采访时表示，当前，用户增长红利已过，春节红包撒钱，发展注册用户容易，但后续留存难度大，整体效果存疑，导致很多企业春节红包活动热情不再。

合纵连横新玩法

收割流量只是“短暂”，留存用户才能“长久”！尽管红包大战的对抗有所弱化，但巨头参与的热情依旧没有消退，在流量红利见顶的当下，合纵连横就成了新的手段。以支付宝集五福为例，从2016年的“好友送福”、2017年的“AR扫福”、2018年的“福字传情”，到2019年的主打生态赋能，今年支付宝联合央企为用户送福，据了解，蛟龙号、雪龙号及南极长城站的科考人员通过贴福、扫福、集福，来庆祝中国年。

首份线下刷脸支付自律公约出炉

随着越来越多玩家入局，仍处探索阶段的刷脸支付也迎来进一步规范。1月21日，业内首个线下刷脸支付自律公约出炉，在安全管理、终端管理、风险管理、用户保护权益等方面进行详细规定，不但强调了用户隐私保护问题，还提出支持刷脸支付业务互联互通，避免一柜多机。值得关注的是，公约下发之际，已有巨头有所行动，微信支付告诉北京商报记者，目前正与银行、银联携手打造符合金融行业标准的刷脸支付产品。

三道防线 加固隐私保护

1月21日，中国支付清算协会官网正式发布《人脸识别线下支付行业自律公约（试行）》（以下简称《公约》），对人脸识别线下支付进行了一系列自律管理。北京商报记者注意到，《公约》主要针对线下特约商户通过专用受理终端采用人脸识别技术为用户提供支付服务，共分为六章30条，在安全管理、终端管理、风险管理、用户保护权益等方面进行了详细规定。

用户信息保护一直是刷脸支付考虑的一大重点问题，此次《公约》便着重提到，从人脸信息采集、存储、使用三个方面加固用户隐私保护。《公约》在第二章“安全管理”中强调，会员单位应建立人脸信息全生命周期安全管理机制。在采集环节，要坚持“用户授权、最小够用”；在存储环节，将原始人脸信息加密存储，并与银行账号或支付账号、身份证号等用户个人隐私进行安全隔离；在使用环节，收单机构、商户等中间环节不得复制或留存原始人脸信息，实现端到端的个人隐私保护。《公约》还明确，用户进行刷脸支付时，会员单位应采用支付口令或其他可靠的技术手段，通过国家统一推行的金融科技产品认证，实现本人主动确权，保障用户的知情权、财产安全权等合法权益。

“刷脸支付的安全性问题更多的在于个

互联互通 避免一柜多机

个人隐私泄露的风险，需要监管相关条例规范整个市场，针对不同的场景、商户，加强检查力度。而此次出台的《公约》，在个人隐私保护就是很关键的点，包括其中提到的不得截留人脸信息，对于重大缺失项要做到通知，刷脸支付需要技术口令等一系列的流程规范，都是比较完整的，也是刷脸支付行业的一大突破性进展。”易观金融行业资深分析师王蓬博称。

值得关注的是，除了用户隐私保护，此次《公约》提出的支持支付互联互通也引发业内热议。《公约》指出，会员单位布放和接入的刷脸支付受理终端应遵循金融行业管理及自律有关规定，支持刷脸支付业务互联互通，避免一柜多机，维护市场良好秩序，促进产业可持续发展。多位业内人士告诉北京商报记者，从这一条可以看出，继条码支付互联互通后，刷脸支付也将迎来互联互通，对行业是一大利好。

北京市网络法学研究会副秘书长车宁称：“互联互通可以从根本上促进市场良性竞争秩序的出现，一方面市场有了统一的标准，机构就可以在确定性和阳光下开展经营，避免机构间画地为牢，甚至出现头部机构滥用市场支配地位的情况；另一方面互联互通从经营行为和市场秩序入手，使企业放下包袱、轻

装上阵，有利于形成更加和谐的市场氛围”。

王蓬博也指出，正如条码支付一样，刷脸支付此前也是各自为政，如果能互联互通，将对行业产生巨大影响。不过他进一步称：“如果必须遵循互联互通的话，势必会影响微信、支付宝等机构构建的生态闭环，这类机构后期是否还有那么大动力去布设机具是一个疑问，且技术也需要做出一定更改”。

“战局”火热 已有机构行动

自2018年以来，支付宝和微信支付相继推出刷脸设备“蜻蜓”与“青蛙”，瞄准线下支付场景，并在不断加大市场投入和补贴。步入2019年，银联刷脸支付业务战略布局也明显提速。目前，微信支付也有最新动作。此次《公约》下发之际，微信支付方面告诉北京商报记者，目前正与银行、银联携手打造符合金融行业标准的刷脸支付产品。

不过，中国社科院支付清算研究中心特约研究员赵蔚指出，无论是线下场景还是线上场景，相关支付服务提供商和技术服务提供商都难以保证人脸特征数据的绝对安全性。因而，亟须在个人隐私数据保护法律制度中授权有关公共部门统一技术与安全标准，建立安全存储中国人脸特征与其他生物特征识别数据库，进而在源头上规范人脸特征的采集、分析、加工与使用，为金融机构和支付机构在未来规范发展基于人脸特征的金融与支付业务提供公共基础设施。

此外，除了安全管理方面，用户接受度也将成为巨头们下一步要攻破的难点。王蓬博称：“刷脸支付需要动态人脸识别，而这一操作过程相较于条码支付来说，用户使用提速并不明显，且大众的自我保护意识还是比较强的，因此用户的接受程度是一个难点，能否真正实现刷脸支付，还需要后续的市场去推动。”北京商报记者 孟凡震 刘四红

湖州银行冲刺IPO 大部队A股门外“候场”

北京商报讯（记者 孟凡震 吴限）在政策鼓励下，中小银行冲刺资本市场热情高涨。1月21日，北京商报记者从证监会官网获悉，湖州银行IPO申请材料已于1月20日获证监会接收。此前两日，新疆汇和银行在港交所发布H股招股书。在拟上市银行名单不断更新的同时，A股门外还有16家银行排队等待审批。分析人士指出，在资本金补充渴求下，中小银行希望通过上市融资来摆脱困境。

据了解，湖州银行在去年全面启动上市工作，当年3月向浙江证监局报送了首次公开发行股票辅导计划及实施方案材料，接受中国国际金融股份有限公司（以下简称“中金公司”）的辅导。中金公司1月13日发布辅导工作总结报告称，经过辅导，湖州银行各方面的运行已经基本完善和规范，具备发行上市的基本条件。据悉，该行拟申报上海证券交易所主板。

资料显示，湖州银行前身是湖州市商业银行，于1997年经央行批准成立。目前，全行下辖湖州、嘉兴58个营业网点，在职员工1000余人。从经营指标来看，该行2019年1-9月实现营业收入13.55亿元，净利润6.77亿元，同比增长16.4%；截至2019年9月末，该行核心一级资本充足率为10.1%，一级资本充足率为10.1%，资本充足率为13.55%。

此前两日，新疆汇和银行IPO也有了新进展。1月19日，该行在港交所提交H股上市申请，正式进军资本市场，这距离新疆银保监局批复同意该行港股上市只有3个多月时间。根据新疆银保监局此前批复，新疆汇和银行首次公开发行H股股票数量不超4.71亿股。该行前身是成立于2002年的奎屯市城市信用社，于2011年正式更名为新疆汇和银行，注册资本10.98亿元。招股书显示，该行资本承压，截至2019年9月，核心一级资本充足率和一级资本充足率均较上年末下降1个百分点至14.5%。

对于上市进展及业绩情况，北京商报记者

多次拨打两家银行年报中的电话，但截至发稿未收到回复。

事实上，近年来银行上市步伐明显加快，并于2019年呈现爆发式增长，年内共有江苏紫金农商行、青岛银行、西安银行、青岛农商行、苏州银行、重庆农商行、浙商银行和邮储银行等8家银行成功登陆A股市场。根据证监会披露的最新数据，截至2020年1月16日，共有16家银行排队冲刺A股IPO，其中13家银行处于“预先披露更新”名单。从银行类别来看，16家银行全部为中小银行，包括厦门银行、齐鲁银行、兰州银行以及回A上市的重庆银行、广州农商行等。

分析人士指出，中小银行扎堆上市主要还是为了补充资本，同时还可以提高银行的品牌价值。苏宁金融研究院研究员陶金表示，2019年以来，去杠杆从“减债务”渐渐走向“增权益”，增加直接融资比例是其中的重要体现形式，中小银行正是在此背景下集中上市。上市后中小银行能够获得更多的资本金，补充资本充足率，缓解资金压力和财务压力，提升经营稳健性。

监管政策的鼓励支持也是中小银行集中上市的一大动力。去年，国务院金融稳定发展委员会多次召开会议，强调丰富商业银行补充资本的资金来源渠道，重点支持中小银行多渠道补充资本。中信银行高级技术经理马超认为，当前银行业飞速发展期已过，之前追求规模发展的很多未上市银行面临资本充足率不足的情况，而IPO是补充资本的一个重要渠道。因此，此时IPO对于监管层来说利于维护金融稳定，对于中小银行而言能够补充资本，缓解资本金压力。

在当前激烈竞争下，中小银行如何提高竞争力？陶金指出，在当前激烈竞争下，以及积极拥抱监管、进一步深耕实体经济的过程中，中小银行需要开发大型银行未开发到的缝隙业务，就必须提高金融科技创新和应用能力，下沉到实际企业业务和场景中。