

淘宝参战推“亲情账号”、微信转攻线下

## 红包大战竞争转向 阿里腾讯各谋出路

本报记者 马秀岚 张靖超 北京报道

春节临近，一年一度的红包大战如约而至。

最初的两巨头却不再针锋相对，各家回归自身战略做设计。新玩家则众多，苏宁、今日头条等也加入其中。

QQ 强调运动与健康，推出“走运红包”，用户可根据“QQ 运动”的步数来领取红包；支付宝继续“集五福”的基础上加入了蚂蚁森林和蚂蚁庄园的玩法，开始强调年味；微信用户则是通过小程序码在微信指定的线下商家获得优惠红包。

### 红包战新亮点

据悉，在除夕当天，淘宝将发放总额超过 6 亿元的春晚红包和高价值特权商品。整个春节期间(2月11日~15日)将撒总值超过 10 个亿的现金红包。

从 2014 年微信红包上线后，每年春节成为腾讯和阿里移动支付竞争的战场。

2月5日当天，阿里和腾讯分别宣布了自家的红包战略。

支付宝宣布在春节前夕投入 5 亿元，继续集五福活动。活动 2 月 6 日启动，持续至除夕夜。用户最少得 1.08 元，最高可得 666 元。“AR 扫福字”在去年的基础上升级，“扫福字”“扫手势”都可获得福卡。让自己的亲朋好友在手机镜头前比出“五福到”的手势，就有机会获得一张福卡。

值得注意的是，除了上述获得福字的玩法，支付宝还增加“蚂蚁森林浇水”和“蚂蚁庄园捐金蛋”方式来集福。此外，还上线了“一字千金”红包活动，该红包形式主要是选字送祝福，不同字也代表不同的红包金额。

微信事业群总裁张小龙在 2016 年末宣布微信“摇一摇”红包的历史使命已完成。

微信今年虽未推出线上红包，但是开始强调线下支付。通过“摇摇乐”，用户在指定商家消费后即可通过小程序参与摇奖，最高可免单 200 元，还有机会获得随机金额的无门槛到店红包。

据了解，用户扫描店内“附近优惠”小程序码，就能快速查看和领取商家及品牌的春节优

值得注意的是，今年淘宝的红包计划成为其中亮点。除了首次与春晚合作推出互动红包玩法以外，淘宝的春节红包更是用绑定淘宝“亲情账号”可以“一人中奖全家中奖”的方式进行营销。

易观金融分析师王蓬博告诉《中国经营报》记者，今年的红包大战各家开始回归自身战略，说明红包大战的重要性和地位有所下降。“今年红包大战强调的已经不是移动支付本身了，商家关心的是绑定支付以后做什么。”艾媒咨询 CEO 张毅说到。

优惠券，大牌更低至 1 折起。

微信公关部相关负责人告诉本报记者：“小龙已经说过了，类似于我们之前跟春晚合作‘摇一摇’红包一样，商业性的原生红包我们现在不做了。因为我们还是想让春节回归到更本质的人情的交流，所以不去基于原生地去做一些商业化的太多腐蚀。”

据媒体报道，微信近期在部分用户的微信钱包的限时推广一栏中悄悄上线了“黄金红包”。此举实则是在为春节红包大战做准备。

而今年在两大移动支付竞争家之外，阿里系的淘宝也加入其中。据悉，在除夕当天，淘宝将发放总额超过 6 亿元的春晚红包和高价值特权商品。整个春节期间(2月11日~15日)将撒总值超过 10 个亿的现金红包。

活动期间，用户打开手机淘宝，即可获得 3 个待开红包，分享给其他用户打开后，分享者和被邀请者都有机会获得现金红包。除夕当晚，根据主持人广播指令进入手机淘宝，即可获得新春福袋。新春福袋里有现金红包和商品 1 元购特权资格。而在此过程中，如果按照提示信息操作，绑定了淘宝亲情账号，一人中奖，所绑定的家人也会一起中奖，从而实现奖品的成倍增加。

### 竞争焦点改变

往年不管是微信还是支付宝的竞争，其实际目的是让用户绑定银行卡，从而推广移动支付。

2014 年，微信红包在春节横空出世，此举被马云称为“偷袭珍珠港”事件。之后，支付宝也上线了红包功能。

而到了 2015 年，微信与春晚合作，用户通过微信“摇一摇”入口，抢超过 5 亿元现金红包。据媒体报道，除夕夜微信红包收发总量达 10.1 亿次；春晚全程，微信春晚“摇一摇”互动次数达 110 亿次。而支付

宝则与微博联袂，支付宝一共发放现金 1.56 亿元，购物红包 5 亿元。经此一役，微信支付开始成为支付宝的心头大患。

2016 年，支付宝和春晚合作，投入 2.69 亿元。同时支付宝还上线“集齐五福，平分 2.15 亿”的新玩法。富强福、和谐福、友善福、爱国福、敬业福的五张福卡通过加好友和互相分享的方式才能获得，也暴

露出支付宝在社交上的野心。但由于敬业福获取难度较大，甚至催生黄牛高价卖敬业福，最后只有 80 万人集齐五福。这一年，支付宝还推出“咻一咻红包”，加上最后的五福红包，共计 8 亿元，超过一亿人咻到了春晚红包。

微信红包则上线了一个短暂的玩法——红包照片。除夕当日，微信红包模糊照片刷屏朋友圈，同

时还启动 4 轮“红包雨”。

2017 年，微信选择退出红包大战，各大厂商纷纷推出了 AR 红包。QQ 的 AR 红包邀请商家来给粉丝发红包。支付宝则总结教训后，同样推出“AR 实景红包”，五福预算两个亿，最终 1.68 亿人集齐五福。

2018 年，进行到第五年，移动支付初级推广完成，红包大战对于巨头而言的作用开始转变。

“移动支付现在已经基本普及，一是线上红包已经完成吸引用户的这种功能，所以红包大战是作为历年正常的营销活动而已，重要性、用户参与度和关注度确实没有之前高。二是活跃用户量基本上已经到顶。”王蓬博说。

数据显示，2016 年第三方支付移动支付交易金额达美国的 50 倍，2017 年上半年，支付笔数 180 亿，同比增长 53%；支付金额 100 万亿元，同比增长 23%。2017 年全国 5.2 亿元支付宝用户的移动支付占比为 82%。而腾讯官方数据显示，腾讯移动支付的月活跃账户及日均支付交易笔数均超过 6 亿。

在张毅看来，今年商家关注的已经不是移动支付本身，而是考虑在绑定支付以后做什么。而往年不管是微信还是支付宝的竞争，其实际目的是让用户绑定银行卡，从而推广移动支付。王蓬博认为从今年来看，各家开始紧扣自身战略来做策划。



一年一度的红包大战如约而至。

本报资料室 / 图

### 紧系自身战略

淘宝在 2 月 1 日就上线了亲情账号，用户可以通过添加亲情账号，连接家中长辈、子女、配偶、情侣，实现全家人的流畅沟通和便捷支付。

支付宝今年在扫福字的基础上加入了蚂蚁森林和蚂蚁庄园的集福字的方式。蚂蚁金服市场部相关负责人告诉本报记者：“2016 年得福卡的方式是加好友，但用户认为我在帮你拉新用户，最后集不齐敬业福，分不到红包。所以去年再做五福，产品上做了很大改变，一切跟业务拉新挂钩的内容都不上。所以，去年得福卡的方式就是用户使用 AR 扫福字，集齐的人数有 1.68 亿。”

在上述蚂蚁金服市场部人士看来，红包大战的营销属性较重，是用红包去拉新、去抢用户，但用户集福呼声很高，已经将其看作一种过年的新玩法，因此为了给用户增添年

味，继续上线了集福红包。

在王蓬博看来，支付宝 2018 年集福方式增加了蚂蚁庄园和蚂蚁森林游戏的玩法，其实还是为用户熟悉支付宝产品，增加用户黏性。

微信实则是在线下支付这局棋上暗暗较量。“这其实是一个长期的活动。针对到春节的活动，我们会有一些新颖的形式，但是整体上都是基于微信支付的一些线下的场景拓展。不管是去赋能商户，还是给到终端用户一些更好玩的体验。”腾讯市场部相关负责人告诉记者。

王蓬博认为微信的红包策略诉求跟其整体的大战略是相同的。微信支付今年的主要战略就是在除了一二

线城市以外，拓展到三四五线城市。“今年他们主要的精力也都是放在了线下，因为现在能看到线下的移动支付市场还是要比线上要大很多。”

而张毅认为，微信过去一年主要推广产品是小程序，春节红包策略也与小程序进行了结合。

淘宝在今年的策略无疑成为今年红包大战的最大变化。红包大战中淘宝极力推广的亲情账号也成为重要的信号释放。实际上，淘宝在 2 月 1 日就上线了亲情账号，用户可以通过添加亲情账号，连接家中长辈、子女、配偶、情侣，实现全家人的流畅沟通和便捷支付。

“因为微信号称有 10 亿用户，淘宝号称 5 亿多。其实他们中间差的

就是这种老年或者中老年人，所以说今年淘宝的玩法是加入亲情账号，我觉得有一种原因是他对年轻人的开发已经到顶，也希望能够获取这部分中老年用户。”王蓬博分析。

张毅认为，淘宝跟春晚的合作实际上是通过这样的方式往淘宝引流。阿里现在确实存在一个问题，跟腾讯相比自然流量这块其实不足，腾讯天然有社交媒体的流量，阿里要通过其他渠道去引流。同时，淘宝目前主要是女性用户为主，本轮春节营销活动，相信其希望于此带动家庭其他成员参与到淘宝的消费。

记者查阅易观数据发现，淘宝 APP 2017 年 12 月活跃用户 44824.73 (万)，环比上月下降 3.11%。

## 环保高压牵动行业变局 深南电路暗存市场风险

本报记者 周昊 广州报道

跨入 2018 年，刚成功登陆资本市场不久的 PCB（印制电路板）龙头企业——深南电路股份有限公司（以下简称“深南电路”，002916.SZ）便面临着行业内

### 限排拉升原料成本？

承载电子元器件的印制电路板是组装电子零件用的关键互联件，因被绝大多数电子设备及产品使用，故而有“电子产品之母”的称号。近年来，国内珠三角、长三角地区已逐渐成为全球 PCB 的主要生产基地，但由于设计、生产工艺复杂，因此 PCB 生产过程中产生的废水含有大量的金属、有机物、氨氮等污染物。

2017 年 12 月 24 日，江苏省昆山市下达紧急通知，要求区域内 270 家工业企业自 2017 年 12 月 25 日起至 2018 年 1 月 10 日期间实施全面停产，由于影响重大，因此该通知并未实施，但限排的要求却依旧生效。据相关机构统计，昆山此次停产限排涉及 PCB 产业链企业共 62 家。2017 年 12 月 28 日，珠海市政府也紧随昆山之后发布了限排通知，多家 PCB 产业链企业亦被要求限产减排 30%。

值得注意的是，目前深南电路多家重要供应商均位于昆山、珠海及周边地区，一系列的限产减排措

的大变局。

自 2018 年 1 月 1 日起，环保税开征，将要求 PCB 厂商根据其排污、排气的具体情况交纳税费。早在 2017 年底，PCB 产业聚集区所在的长三角、珠三角部分地市便开始施行限排措施，深南电路

或许会导致公司原材料的供应出现紧张。据太平洋证券相关研报显示，深南电路铜箔主要供应商——昆山南亚旗下电解铜箔产能排名全球前二，2016 年该公司铜箔总产量为 8.1 万吨/年，铜箔基板总产量为 7603 万平方米/年；此次限产减排措施将分别导致昆山南亚 67% 的铜箔、57% 的铜箔基板产能受到影响，对处于下游的深南电路而言，原材料产能受限很可能导致价格上涨，从而影响到公司的生产成本。

深南电路招股说明书中提到，对于占主要成本构成的大部分原材料，PCB 厂的采购周期都在一个月以内，短期 3~5 天，且定价依据包括竞价报价、商务谈判和成本加成等模式，因此成本端的价格波动性强，上游原材料的供应情况和价格水平对 PCB 企业的生产成本往往产生重大影响。

然而此轮限排的地市也并非只有昆山、珠海二地。2018 年 1 月 5 日，上海印发《上海市 2018 年重

部分供应商亦处在限产减排名单之中。但对于环保税开征及上游企业限产给公司带来的影响，深南电路方面未向《中国经营报》记者作出回应，该公司表示，目前处于年报编制阶段，暂无法接受媒体采访。

点排污单位名录》，对全市开展了五类重点排污单位的筛查排查工作，深圳市 PCB 产业链工厂也在 2018 年初受到了环保部门的一系列排查。1 月 1 日，《环保税》正式实施之后，PCB 企业还需根据其排污、排气的具体情况缴纳税费。

PCB 信息网一名负责人告诉《中国经营报》记者，越来越严苛的环保要求将不断抬高企业的运营成本，目前暂没有成本涨幅的具体数据，但趋严的环保政策未来恐难有松动的空间。

对于此轮环保严查给公司带来的影响，深南电路向记者表示，目前公司处于年报编制阶段，暂无法接受媒体采访。但在深交所互动易平台上，深南电路曾向投资者回应称，若未来原材料价格出现大幅上涨，公司将通过技术创新等方式抵消其不利影响，或将原材料上承压压力向下游转移，但仍不排除对业绩造成的影响，对于环保政策监管的变化趋势，公司也在高度关注。

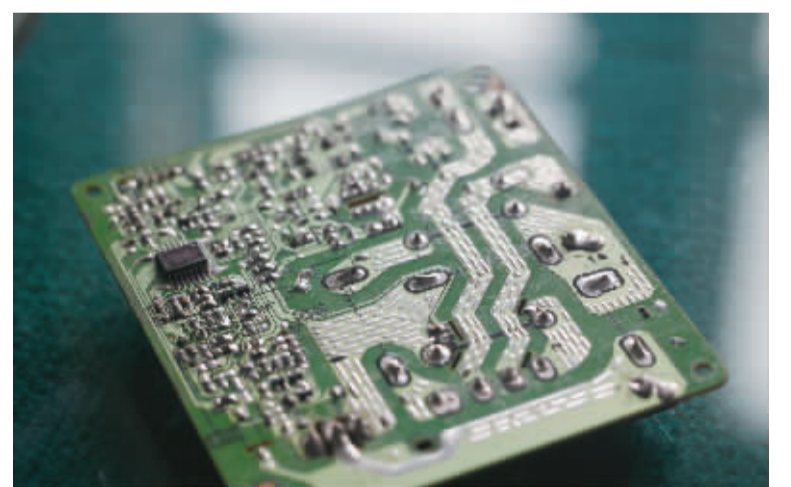
### 毛利、净利的双低困局

拥有中航背景的深南电路如今已是国内 PCB 行业的龙头企业。2017 年度，深南电路预计可以实现营业收入 55 亿元~59 亿元，与 2016 年同期相比增长幅度为 19.60%~28.30%；预计可实现净利润 4.1 亿元~4.8 亿元，同比增长幅度为 49.38%~74.89%。

高速增长的背后不仅有鲜花，也埋藏着 PCB 行业格局变局的暗流。

一方面，尽管深南电路将自己的市场定位在中高端产品，但与其他国内同行相比较，深南电路的毛利率、净利率却处于一个较低的水平；另一方面，受环保限产、成本上升等因素影响，目前国内的 PCB 产业已经开始呈现出向内陆转移的态势，各地产业园项目的落地以及行业内主流企业扩产项目的推进，均显示出未来 PCB 产业将处于一个产能的爆发期；对于成本上涨，毛利率、净利率却较低的深南电路而言，后续的竞争将日趋激烈。

深南电路招股书显示，2014 年~2017 年中，深南电路综合毛利率分别为 21.68%、20.65%、20.53%和 23.1%；相比之下，同行业上市公司综合毛利率分别为 26.33%、25.62%、27.2%、26.27%，深南电路处于一个较低的水平。另外，与国内主要竞争对手景旺电子（603228.SH）相比，深南电路在营收明显偏低的情形下，



环保税的征收或推升 PCB 原料成本。

本报资料室 / 图

净利润率却低于竞争对手。《中国经营报》记者统计发现，2014 年~2016 年间，深南电路净利润率仅仅只在 5% 左右徘徊，而景旺电子的净利润率却有 16%，低于同行的毛利率、净利率水平似乎与深南电路自身中高端的市场定位不太相符。

另外，受环保及成本上升等因素的影响，目前国内 PCB 产业已经开始呈现出向内陆转移的态势。太平洋证券分析师刘翔在相关研报中提到，以江西、安徽、湖北、成渝等地区为代表的电子电路产业园正在逐渐兴起，其中仅成渝地区便承接了约 60 余家 PCB 及其配套企业进驻，产能已超过 700 万平方米；而湖北黄石正在打造的全国第三大

PCB 生产基地在 2020 年将拥有 2050 万平方米的产能，年产值超过 400 亿元。

深南电路招股说明书中也提到，目前国内排名前十的 PCB 厂商中，有七家已经有明确的大规模扩产计划。据不完全统计，2016 年国内排名前十的 PCB 厂商产能总和约为 2146.81 万平方米，其扩产规模总额亦达到 938 万平方米。以 PCB 企业两至三年的建设周期来看，2020 年前后国内 PCB 行业将迎来产能的爆发期，届时 PCB 市场的争夺战也将更加激烈。对深南电路而言，若能在当前成本上升的环境下完成毛利率、净利率的回升，其在未来中高端市场上的竞争也将更具优势。