

随着春节的逼近，各家商家、银行、第三方支付等机构为了在年关前抢客户抢市场都纷纷推出了自己的发“红包”活动，而在热烈的红包抢夺大战下，就连传统银行也坐不住了，纷纷加入战斗。

节前最热莫过于红包 过年给红包，贯穿华夏历史的春节惯例，更被互联网赋予了新的色彩。如果说去年微信小试牛刀，今年红包大战无疑有着多重推动力量和目的：巨头互不相让、广告主推波助澜、台网联动新招。2月9日上午，支付宝宣布从小年夜（2月11日）到正月初一（2月19日），与品牌商户一起向用户发放约6亿元的红包。其中，现金超过1.56亿元，购物消费红包约4.3亿元。这一主动进攻的举动意味着红包大战从农历小年就开始打响，领先微信。同日，微信明确支招应对支付宝，宣布“摇一摇，抢红包”首轮活动会从2月12日21时开始，及至除夕和新年，送出金额超过5亿元的现金红包（单个最大红包为4999元），以及超过30亿元的卡券红包。紧接着，阿里麾下的新浪微博、陌陌、美团已经加入战团，尤其是新浪微博，新浪董事长兼CEO、微博董事长曹国伟亲自上阵，在微博向多位企业大佬的红包塞钱。江南春、杨元庆、王长田等人也玩起了“红包接力”。于是，微信的亲兄弟QQ也宣布将从小年夜到除夕夜发放30亿元红包（现金和卡券）。在两方争执不下时，相对抽离的百度也不甘示弱，其互联网金融业务百度钱包也表示发放“现金红包”。

在此之外，今年迅猛发展的互联网金融公司挖财、陆金所，也加入红包大战。2015年2月18日羊年大年三十的下午两点起，手机QQ将专门为挖财开启一小时新春红包专享通道，挖财向全国用户和他们的家庭、亲朋好友派发亿元红包，红包由现金和理财金组成。当晚，陆金所将出巨资获得春晚互动的赞助机会，联合微信红包摇一摇，发起疯狂撒钱运动。

传统银行也坐不住了周四，华夏银行红红火火“迎小年”正式对外推出的抢红包活动。该活动期间每天均推出一定数量的红包，红包金额随机产生，最低5元，最高1000元。平安银行推出的口袋银行最“羊”气拜年方式，是主要针对平安银行借记卡高级网银客户推出的反馈活动。

而浦发信用卡

中心的消息，该行将在春节前夕向全民派送超过1000万个春节现金红包，其中包括在其微信平台推出的共计100万个红包，以及通过支付宝钱包客户端发放1000万份浦发红包。据悉，此次活动不设门槛，无论是否持有浦发信用卡，都可参与抢红包活动。

广发

银行网络金融创新产品“月光宝盒”2月上旬正式上线红包功能。在新版月光宝盒中，用户可通过微信、微博、QQ、短信等方式给好友发送现金红包，领到红包的用户可提现至许愿基金或银行卡中。除了抢红包外，还有一些银行推出了手机银行抽奖、送黄金等活动，如民生手机银行的“送金喜”活动。

红包背后是移动支付市场激烈竞争 互联网金融企业和传统银行纷纷推出红包争夺战，一方面是为回馈新老客户，另一方面也希望通过红包活动绑定更多的客户，借此推广自己的微信账号和手机银行。对于传统银行来讲，类似活动同样能在一定程度

上拓展客户渠道。如华夏银行抢红包活动就要求，抢到红包的客户需在抢到之日起3天内(以华夏银行系统记录为准)在华夏银行移动银行或直销银行领取使用，过期作废；没有华夏银行卡的客户，可按照页面提示，注册直销银行后直接领取，已注册的可直接登录直销银行（客户端或电脑端）领取；有华夏银行卡的客户，可按照页面提示注册移动银行后直接领取，已注册的可直接登录移动银行客户端领取。实际上，银行和互联网金融企业推广抢红包活动，能够增加其微信账号的关注用户和绑定银行卡的用户数量，这种推广方式对于互联网金融企业来讲，成本不会高于他们通过其他渠道吸引用户的成本；对于银行来讲，微信银行已经推出一年有余，但根据银率网调查结果，用户使用微信银行往往只进行金融信息查询，绑定银行卡的用户仍然较少，抢红包活动无疑会激励用户为微信银行绑定银行卡。可以想见，2015年移动支付市场的竞争将更加激烈。当然不管巨头争得如何头破血流、你死我活，对于普通用户来说，天上真掉馅儿饼，没有比这再好的事情了。希望红包能再飞一会儿。