

除夕之夜,红包收发总量和参与人次等各项数据均创历史新高——

网络红包增添春节快乐元素

本报记者 陈静

咻一咻!刷刷刷!点点点!猴年除夕之夜,一个个小小的“红包”出现在人们的手机屏幕上,在微信和朋友圈,全家老小低头“戳”手机、起身“摇一摇”的视频成为热门。和吃年夜饭、看春晚一样,“抢红包”这一指尖上的新年俗为今年的春节带来了不一样的“新味道”。

“发红包的习俗加上移动互联网,让除夕这个团聚时刻成为了一个欢乐繁荣的经济时段。”中央财经大学中国互联网经济研究院教授欧阳日辉说。

红包数量创新高

各大互联网商家在农历正月初一就忙不迭地交出了自己数字惊人的成绩单,“和去年比”在其中屡被提及。

支付宝借春晚东风,让一张“敬业福”成为社交网络的热门话题。来自支付宝方面的数据显示,除夕夜支付宝“咻一咻”互动平台的总参与次数达到3245亿次,是去年春晚互动次数的29.5倍。

腾讯则在微信和手机QQ双线“作战”。在微信方面,除夕当夜红包收发总量80.8亿个,超过去年8倍,一共有4.2亿人次参与。在农历正月初一零点6分9秒,一秒钟就有40.9万个红包收发。在手机QQ方面,3.08亿除夕夜“刷一刷”共刷出1894亿次,QQ日消息发送总量200亿条,同时在线用户数达2.59亿人,各项数据均创历史新高。

百度也不甘落后。来自百度方面的数据称,截至农历正月初一中午12点,百度钱包福袋被开次数达112亿次,共发放出价值42亿元的福袋,其中现金达3亿元。

参与者都是赢家

市场研究机构速途研究院院长丁道师在去年春节假期后,曾专门写过文章,担忧网络红包会让年轻人成为“低头族”而冷落了亲情。“但今年‘全家老齐上阵’,情形已经大不一样。”丁道师表示,“抢红包”成了全民互动的新年俗,作为一项集体娱乐变成全家人联络

感情的新方式,移动互联网对人们生活方式的改变已无法阻挡。

相关数据也证实了他的判断。来自支付宝的数据显示,在“抢红包”过程中,三四线城市的参与用户占比达到了64%,江西赣州、河南周口、山西运城位列前三,明显超过一二线城市。支付宝方面表示,这不仅因为过去一年移动支付跨越地理鸿沟在全国范围进一步普及,更多人因而有机会接触“指尖上的红包”,也因为大量一二线城市的打工族们回老家过年,成为了移动支付的“科普小分队”。

去年的春节“红包大战”,微信被认为是最大的赢家。“但今年大家都是赢家,微信在红包数量上占据绝对优势,支付宝获得了用户社交关系链的迁徙,手机QQ和新浪微博则通过红包重新激活了用户,同时在线人数打破历史记录。在巨头之外,糯米、美团、去哪儿、携程都有自己的红包战略,同样获得了大量的流量和用户,抢红包作为新年俗,带来了多赢的局面”。

红包承载新期待

那么,“飞起来”的红包背后,又寄托着互联网公司怎样的期待?

以移动支付带动消费金融是一方面。市场研究机构中投顾问金融行业研究员霍肖彬表示,红包大战实质是对支付端的争夺,也就是互联网金融的入口之争,移动支付背后是巨大的消费金融市场,红包大战带来的流量有望激发理财产品的潜能。

O2O则是另一方面。丁道师表示,互联网公司选择春节这个时点发放红包,正是和互联网技术能够突破时间、地域限制的优势有关,“线下越是淡季,线上反而是旺季,移动支付入口的拓宽,也降低了用户使用O2O的门槛”。欧阳日辉同样认为,在中国人口大量聚合的时刻,红包互动让品牌商与用户加强连接,而这些连接在接下来的春节假日和此后的经济活动中将直接转化为消费,并拉动内需。

早在猴年春节到来半个月前,浙江义乌市场上就已洋溢着浓浓的年味:“福”字、灯笼等年俗商品和以“金猴闹春”为主题的毛绒玩具、春联年画琳琅满目……整个市场在凛冽的寒潮中显得分外火热。

“伊朗那边客户下的单子我还没有找到供应商,这几天得抓紧了。”义乌市帕米卡日用百货商行总经理伊萨克的订货电话不断。像伊萨克一样忙个不停的经营户并不少见。在义乌国际商贸城四区从事针织袜业生意的经营户方嘉斌告诉记者,这几天来进货的采购商来自全国各地。由于他经销的保暖裤能抵御零下30摄氏度的天气,生意格外红火。

据了解,这个全球最大的“世界超市”,现有营业面积550余万平方米、7.5万个商铺、180多万种小商品,2015年实现成交额982.21亿元,同比增长14.59%,成交额继续领跑全国各大专业市场。

近两年,得益于“义新欧”货运班列实现双向常态化运行、航空口岸获批开放、保税物流中心封关运行、义乌国际邮件互换局投入使用、“市场采购”贸易方式正式落地等一系列改革措施,义乌的市场活力进一步释放,为实现进出口逆势快速增长创造了条件。

出口贸易是义乌市场的强项,进口贸易、转口贸易却始终始终是市场发展的短板。在严峻的国际贸易形势下,义乌市场一方面通过练好内功,提升自身竞争力,另一方面又积极融入国家战略,充分利用国际贸易综合试点优势,主动对接“一带一路”,在促进外贸出口保持快速增长的同时,迎来了进口市场的新繁荣期。

来自义乌海关的数据显示,2015年前11个月,义乌实现外贸出口306.56亿美元,同比增长48.70%,其中市场采购贸易出口256.92亿美元,同比增长69.83%。为开创对外贸易的新繁荣期,真正实现“买全球货、卖全球货”,2015年以来,义乌把扩大进口贸易作为促进市场转型发展和持续繁荣的主要战略,出台了加快进口贸易发展的扶持政策,设立了促进进口贸易发展的专项资金,通过发挥现有物流、仓储、资金、信息等资源优势,弥补进口、转口这两块短板,推动出口、进口、转口贸易齐头并进。

记者在采访中了解到,为保证市场供需两旺,义乌特别注重线上线下两个市场的互促共荣。1月19日,义乌国际商贸城网商服务区的电商,为新春市场发起了新的冲刺。“这几天网店流量大,买保税产品的人很多,增幅达到四成左右。”“万营电商”的负责人刘小松说。

面对“互联网+”新业态,义乌顺应市场变化,建立了全球网货中心、电商园区,去年还出台了《关于提高跨境电子商务监管中心出口流量的支持政策》;探索“市场采购贸易+海外仓”的跨境电商发展新模式,并成立了跨境电商海外仓联盟,促进跨境电商业务快速发展。

据悉,通过网商营业执照发放、“义品牌”战略推广、跨境B2R电子商务平台上线等举措,作为义乌中国小商品城网商平台的“义乌购”,在2015年得到长足发展,在线交易额突破40亿元。

据义乌市电商办统计,2015年义乌市电子商务贸易实现交易额1511亿元,同比增长31%。其中,国内快递日均出货达146万票,同比增长54%;跨境快递日均出货达45万票,同比增长29%。目前,义乌市经工商部门登记的电子商务经营主体达35472家,同比增长67%。

得益于多年来的市场信用建设,义乌市场的诚信经营氛围更加浓厚,从输出产品到输出品牌,助推了市场的供需两旺,市场魅力不断彰显。最新的《义乌市场信用指数》报告显示,2015年1月至11月,义乌市场信用综合指数的月度均值为158.30点,为指数发布以来均值最高。

从“义乌制造”到“义乌创造”,从输出产品到输出品牌、输出标准、输出理念,义乌正通过转型升级,线上线下比翼齐飞,出口进口并驾齐驱,保持发展优势,推动持续繁荣。



值班站长日记

热闹的春运 平静的初一

2月8日 晴

北京站站长 杨冬雷

今天是农历正月初一,该我值守白班。早上8点,我准时来到站里的值班站长台,与上一班的同事交接,准备8点半正式开始一天的工作。从接班到下午6点半下班,值班站长台时刻不能离人,连吃饭、上厕所都需要大厅服务组的同事顶替一下。

每年的客流都有着相似的规律:年前特别忙,节前北京站最高一天的客流能保持在18万人次左右。除夕一过,客流就迅速下降。但即便如此,我们也不敢有丝毫的放松,必须坚守在自己的岗位上,这是一份责任。

千值班站长已经很多年了,记不清这是第几次春节值班。我的儿子很小,自从孩子稍微懂事之后,一到节假日我要值班,孩子都会挡在门口不让我上班。今天一大早,我要出门的时候,孩子就挡在门口。后来,还是奶奶哄了半天,我才出的门。心里虽然不舍,但工作就在那里,岗位就在那里。

虽然是热闹的春运期间,但这个农历正月初一还是相对平静。中午在单位食堂吃到了热气腾腾的饺子,一下子就有了过年的感觉。

(本报记者 冯其予整理)



2月8日,由四川华莹市组织的“欢腾的华莹”贺新春音乐舞蹈比赛在华莹山广场举行,来自全市各社区的120多名文艺爱好者,载歌载舞尽情展示自己的才艺,为欢度春节的市民奉献了一场精彩的文化大餐。

邱海鹰摄

新春民俗“惹人爱”

本报北京2月8日讯 记者郑彬报道:农历正月初一,全国各地节日气氛浓郁,人们在走亲访友、合家团聚之余,纷纷走出家门,参加各种旅游民俗活动。

春节期间,上海市推出了醉白池公园新春文化游园活动、宝山罗店彩灯节等多项传统民俗活动;辽宁大连增开了多家滑雪场,农(渔)家乐、乡村餐饮点纷纷推出各种体验游活动;山西平遥推出了“我们的节日,春节—平遥中国年”活动,游客在平遥古城不仅可以吃年夜饭、包饺子、贴窗花,还可以欣赏晋剧、秧歌等平遥特色表演。

数据显示,在山东,全省纳入监测的50个景区共接待游客77.2万人次,同比增长14.7%;旅游收入1162.3万元,同比增长15.5%。安徽黄山景区接待游客0.75万人次,同比增长8.7%;门票收入105.5万元,同比增长15.8%。厦门鼓浪屿接待游客5.7万人次,同比增长4.9%。

(上接第一版)一边是大城市的市民们休闲旅游需求得不到满足。陈向宏琢磨,能不能有一箭双雕的办法。

他决心在古村落原址上重塑以传统民居为特征的古镇风貌,打造文化休闲旅游产品的2.0版本——变静态保护为动态利用,变景观式旅游为体验式度假,通过提供更加优质的旅游服务,满足、引领人们的旅游消费需求,发挥旅游产业的拉动作用,推动当地经济发展和民生改善。“拿现在的话来说,这就是供给侧改革嘛。”陈向宏说。

彼时,一个“梦中小镇”的雏形已在陈向宏的心里埋下了种子,他难以抑制兴奋,不断地在办公室里踱步绕圈,灵感涌来,他便动手在图纸上速写下心中的小镇模样。

“有点儿‘无中生有’的意思。”陈向宏捧出一厚本他亲自手绘的蓝图,绘本上的庭院屋宇是北方的样式,小桥流水则有江南的基因。“北方人觉得这是南方,南方人觉得这是北方,不论哪里人,都能在这儿品味异乡的新奇,又能找到故乡的影子。与其说它是人工设计出来的,不如说它是属于每个人的梦中小镇。”

可是,梦想成真不是一件容易事。建设古北水镇,资金、土地、团队、模式……一个个问题接踵而至。对于陈向宏而言,资金并非难题,此前多个成功项目为他积累了底气,此外,小镇创意吸引力十足,IDG资本等投资者先后加盟。

摆在陈向宏面前最重要的问题,是如何做通村民的工作。“我们和村民合作,不是让他们为项目挪地方,而是和他们一起找一条长久的致富路。”陈向宏坦言,从设计规划古北水镇的那天起,就把“溢出效应”考虑了进去,投资项目不仅要重视商业回报,更要看社会效益。护古镇、强产业、富百姓,一举多得的共识,让政府、百姓和企业三方一拍即合。密云区古北口镇镇长李冬清晰地记得,司马台村原8个自然村的502户完成搬迁仅用了20天,新村建设只用了2年,村民回迁50天就顺利完成。

2014年,古北水镇开业,挑战也才刚开始。旅游产业竞争激烈,在陈向宏看来,队友比对手更重要。灵活、多元的股权结构,为古北水镇赢得一副“先手牌”。在股东名录上,除乌镇旅游股份有限公司外,还有IDG资本、中青旅控股股份有限公司、北京能源投资

长城脚下,梦在发芽

(集团)有限公司的身影。投资方代表、京能集团实业管理部主任田野表示,看好古北水镇这个项目是因为看好这个团队组合,IDG投资的财力支撑很坚实,中青旅的行业资源很丰富,而作为国企的京能集团与其他股东优势互补,“最重要的是,脱胎于乌镇模式的管理团队经验老到”。

为了摸准市场的“脉络”,避免模式输出水土不服,陈向宏和他的团队做足了功课,在运营上不断创新。针对当前旅游消费升级的新趋势,古北水镇在注重保护的同时,还原古镇活态,引入与历史文化、民俗传统相契合的业态,营造沉浸式文化休闲度假空间,为现代人寻一方心灵休憩的家园;针对北方市民周末出游多为举家出行的特点,古北水镇又接连推出了“亲子游”等多种家庭套餐;针对旅游淡季市场“冬眠”的空窗期,小镇正深耕冬奥主题,探索冰雪特色项目,同时,提升会议、论坛的服务内涵,在留住个人游、团队游的同时,开拓企业大客户。

尽管没做大规模推广,建成区域也只占规划的“半壁江山”,正式营业才1年多的古北水镇“悄悄”地火了。凭借社交网络的口碑相传和手动点赞,京津冀周边游客慕名纷至沓来,古北水镇成了“回头客”的“心头好”。“2015年,古北水镇共接待游客152万人次,旅游综合收入达4.6亿元,而实现这个数字乌镇整整用了10年。”北京古北水镇旅游有限公司执行总裁陈瑜信心满满。

借势布局 厚植市场 块状经济萌发新生机

古北水镇的生意越做越大,预期中的“溢出效应”开始逐步显现。络绎不绝的客流带火了水镇周边的民俗户。古北水镇景区内的住宿瞄准中高端人群,而周围的民俗户则着力于满足普通游客的需求,差异化的供给活了市场、

富了百姓。

来到改建后的司马台新村,一栋栋青砖灰瓦的两层小别墅映入眼帘,庭院式联排住宅既保留了北方农村民居的古朴风貌,又透露着现代元素的时代气息。景区周边500多户村民搬入了这里的新居,几乎家家户户都搞起了民俗接待。

走进“悦然居”农家乐的小院,户主蔡振革正在收拾屋子,见记者进门,他热情地招呼我们四处瞧瞧。呵!一楼是客厅和自住的屋子,二楼改建成3间客房,宽敞亮堂、窗明几净,有线电视、光纤网络、地暖系统一应俱全。蔡振革感叹:“要不是古北水镇项目进行村子搬迁改造,我根本想不到自个儿能住上别墅!”

蔡振革一家4口人,老宅168平方米,回迁时,按平均每人45平方米的面积标准迁入了172平方米的别墅。“拿老房子的补偿款买下这带装修的新楼,基本没花钱。村里还有大概三成人能富余下10来万块钱呢!”蔡振革说,除了小别墅,也有一些家里有老人和小孩的村民选择一旁的楼房公寓,他琢磨了一下还是决定要别墅。

“女儿大了在昌平上班,我和老伴闲来无事不如开个农家乐,现在的日子可比原来强多了!”蔡振革掰起指头算了笔账:以前家里种玉米,亩产四五百斤,一年1亩地也就收入七八百元钱,现在土地流转出去搞水镇开发,每亩地一年能得2000元,5亩地就是1万元,再加上农家乐的收入,年收入超过10万元没问题。

为了让自家民宿更有竞争力,蔡振革动了不少脑筋,他花了1万多元钱为每间客房都配上了独立卫生间。这钱不是个小数,别家犯了难,但蔡振革想得明白:住的条件好,来的客更多,这投资划算。“别看我满头白发,其实我才50岁出头,还年轻着呢,准备好好好干一番!”蔡振革摸着脑袋乐呵呵地说。

民俗接待前景看好,除了“坐地户”之外,不少“外来户”也相中了这块香饽饽。冯金凤的家在30多里地外的高岭