

红包大战再次打响 集福卡分享2亿元现金红包 “敬业福”被炒至99元，其实无需买

■记者 蔡平

最近几天，你的支付宝是不是很忙？“我这几天支付宝的提示一直不断，两三天就加了50多个好友。”支付宝用户欧阳铭告诉记者。

究竟是什么情况？

原来，作为2016年央视春晚独家互动合作伙伴，支付宝于日前上线春晚集福卡红包玩法。用户集齐5张福卡就有机会平分春晚支付宝2亿元大红包，此举瞬间点燃用户加支付宝好友的热情。

支付宝官方透露，全国数千万人次在支付宝群交换福卡、赠送福卡。而在万能的淘宝上，5张福卡中“稀缺”的“敬业福”价格已经飙升至99元。

集福卡分享2亿元现金红包

1月28日，支付宝吹响春晚红包前奏，上线“福卡”新玩法。

支付宝用户新添加10个支付宝好友，就能随机分配获得3张福卡。而只有集齐“富强福”、“和谐福”、“友善福”、“爱国福”和“敬业福”这五张福卡，就有机会平分春晚2亿

大红包。

记者体验发现，福卡是可以交换的，用户可将多余的福卡送给好友，也可以向好友讨要自己缺的福卡。

正因为此，支付宝“朋友”突然热闹了起来。支付宝官方透露，目前，全国有数千万人次在支付宝群交换、赠送福卡。

截至记者发稿时，已有2569个用户集齐了五福。按照规则计算，人均可以领到77851元。

“敬业福”卡被炒至99元

不过，在集福卡活动中，用户也发现了一个“bug”，“敬业福”普遍稀缺，微博上大家纷纷调侃拿不到“敬业福”是大家忙着抢支付宝红包，都不够敬业。

有集齐5张福卡的用户表示，自己是通过9个支付宝群的求福卡才找到了“敬业福”，“卖萌、刷脸、人情还有白花花的银子都用上了，好不容易，希望到时候集齐5张福卡的人越少越好，这样我们就能分到更多的现金。”

据说目前，支付宝发出的“敬业福”才几千张。哪里有需求，哪里就有市场。很快地，在



支付宝推出“集福卡”活动，与微信抢“朋友”。

万能的淘宝上，敬业福卡就成了抢手的宝贝，价格从一开始的5块钱飙升到99块钱，仍然一福难求。

记者以“敬业福”为关键词在淘宝网搜索发现，经营福卡销售业务的商家有50多家，福卡的价格从几元到几千元不等，最多的一家已经成交50笔。

不过，记者也发现，多家网店发出提示：敬业福缺货，请不

要拍。

那么，用户真的需要购买才能获得“敬业福”吗？

知情人士透露，支付宝会在除夕的春节联欢晚会期间送出大量的“敬业福”，没有必要掏钱买。“集齐的人数肯定很多，如果真的花几十元买一张福卡，最后有可能人不敷出。”参与抢福卡的用户袁先生如是表示。

行业观察

支付宝与微信再次“厮杀”

支付宝与微信的用户之争，从来就没有停止过。在外界看来，前几日微信突然出招“雾霾照片”，让支付宝心口一紧，此次支付宝的“福卡”更像是一种反击。

支付宝这边打得火热，而微信也没有坐以待毙。支付宝推出集福卡活动当天14时30分左右，集福卡所用的“口令令”就被微信朋友圈屏蔽。

不过，在业内人士看来，支付宝这第一仗打得还算漂亮。一夜间，大批的社交关系链大量流向支付宝。有很多用户为了收集福卡自发在支付宝里建群共享关系链。

这一创新玩法，成为了支付宝“收割”关系链的核武器。

在此之前，支付宝尽管推出了“朋友”功能，欲构建场景关系链，但人气一直不高。此次受“福卡”刺激，“朋友”用户数量大增。业内人士分析，以红包为支点，让用户逐步习惯在支付宝内与好友互动，加上超过4亿的实名用户群体，支付宝将直接杀入微信最为核心的社交腹地，实现“诺曼底登陆”。

温暖回家路，幸福中国年

温暖回家路，劲酒一路相伴。2016年，中国劲酒将继续携手中国之声共同打造温暖回家路春运特别节目大型公益活动，传递健康和祝福，传送平安和梦想，让爱的声音先回家。

过年的主旋律就是回家，回家看望牵肠挂肚的父老乡亲，回家寻找儿时的伙伴朋友，回家追忆那些青少年时候的纯真记忆。春节，一个饱含中国人丰富情感的名词，一个承载中国人独特记忆的符号。所以尽管回家的路是漫长的，是艰辛的，在外漂泊的游子们还是希望在春节能回家团聚，过年回家已成为所有华夏子孙的文化信仰。

春节临至，游子归乡。2016年，中国劲酒将继续携手中国之声共同打造温暖回家路春运特别节目大型公益活动，传递健康和祝福，传送平安和梦想，让爱的声音先回家。

温暖回家路，劲酒一路相伴

“温暖回家路”春节活动是由劲牌公司中国劲酒联合中国之声共同发起的大型公益活动。中国之声“温暖回家路”春运特别节目以“传递健康和祝福，传送平安和梦想”为出发点，自2009年起已连续创办了7年，累计影响受众数以亿计，一道道电波犹如一个个爱的音符，不仅让广大游子回



家的路变得温暖，旅途更快乐，更是为广大旅客与亲人架起一座温馨的桥梁，也使得劲酒一直倡导的“健康平安”理念愈加深入人心，因此获得了极高的社会关注度和品牌美誉度。

“温暖回家路”主要依托中国之声即时传播平台，将直播间设到各交通枢纽城市火车站，全天节目围绕春运话题、春运热点新闻和站前直播立体展开，还在春运期间通过“公益报时”、“难忘中国之声”等栏目倡导文明出行、礼让为他，同时还对春运中

所发生的幕后故事、感动故事、焦点人物进行深度采访宣传，从地面到空中，温暖回家路，让每一位旅客成为“温暖回家路”的参与者和受益者。

此次，劲酒·温暖回家路也正是顺应劲牌健康、积极的理念。保障旅客舒心返乡，做到进一步细化服务，给旅客提供更多健康与快乐。在熙熙攘攘的人流当中，送一句亲切的问候，给予一把热心的帮扶，都会给这个紧张的春运增添亮色和暖意。也正如劲酒有态度、有健康、有温暖初心，对身

边的消费者多些关爱，才能共同营造和谐有序的环境，共同发展进步。

随着猴年新春的临近，2016“温暖回家路”活动目前已正式启动，活动内容主要面向全国征集“回家的声音”音频或文字，主办方后期将精选部分“暖心”的文字或音频留言在中国之声面向全国播出，凡参加活动的即可获得劲牌公司提供的精美礼品一份。

春节回家，不要忘了给家人带一份健康的礼品。

劲酒品牌与公益事业同行

劲牌有限公司创建于1953年，历经六十余年的稳步发展，现已成为一家专业化的健康食品企业。产品从单一的白酒发展成为以保健酒、白酒和生物医药为三大核心业务的健康产业结构。拥有面积350亩的保健酒工业园、930亩的原酒生态园和1100亩的健康产业园，年生产保健酒的综合能力达到18万吨。

公益事业是一个有着社会责任心企业的灵魂，而劲牌公司对于公益事业的投入和专

注，已经超过了同行业中绝大多数成员，并且持之以恒地稳步发展着。劲牌公司对于公益的专注和理解，源自于强烈的社会责任感，深知财富来源于社会，机遇来自于社会，民营企业更应该懂得回馈和感恩的道理，因此劲牌公司从来没有懈怠过。多年以来，劲牌公司始终秉承“情系社会、共创繁荣”的企业理念，坚信公益的普世价值，通过可持续公益行为践行企业社会责任，让更多受益者成为爱心传承者，以企业小善带动社会大善，使公益正能量循环不竭，最终促成人人皆公益的全民之善。

劲牌公司主动将目光聚焦一年一度的春运节点，通过连续举办“温暖回家路”公益活动，再次彰显了劲牌公司强烈的社会责任感，也得到社会的广泛认可，不少参与活动的游子纷纷在活动主办方官网留言表达了各自的感激之情和心声：回家过年，一路有劲酒相伴，旅途不再寂寞。回家团聚，与亲人同饮一杯劲酒，过一个吉祥中国年。