

2017年中国网民春节红包 收发状况调查报告

(内部精简版)



研究方法

本报告主要采用行业深度访谈、桌面研究等方法，并结合艾媒咨询自有的用户数据监测系统及北极星统计分析系统等。

- 通过对行业专家、相关企业与2017春节“网络红包”参与者进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 根据艾媒咨询自身数据库、北极星统计分析系统和草莓派调研社区平台（Strawberry Pie）的相关数据分析。
- 艾媒北极星：截至2016年12月底，北极星采用自主研发技术已经实现对6.98亿独立装机覆盖用户行为监测。
- 面向全国针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询whd@iimedia.cn](mailto:whd@iimedia.cn)。

目录

1 / 2017年中国春节红包发展现状

2 / 2017年中国网民参与春节红包活动调查

3 / 2017年中国春节红包未来趋势预测



PART ONE

2017年中国春节红包 发展现状

各大平台“春节红包”布局方式解读

腾讯红包新玩法强调简单操作与互动性

2017年1月11日，腾讯正式对外公布“LBS+AR天降红包”新玩法：“天降红包”、“刷一刷红包”和“面对面红包”，并宣布在春节期间派发2.5亿元现金红包和价值30亿元卡券红包。当QQ用户进入地图后，可在设定地点发放现金红包，好友到达红包点120米范围内，“财神QQ”将在这一实景中从天而降，将现金塞进三个红包中，用户就有一次抽中现金机会。

支付宝“集福卡”玩法升级 趣味性增强

2016年1月18日开始，支付宝用户可以通过“AR扫‘福’字”、“参与蚂蚁森林”两种方式获得福卡。此外，支付宝还增加了“万能福”，可以替代包括敬业福在内的任何一张福卡，除夕夜22:18，每一位提前集齐五福的用户都将获得从几元钱到最高666元不等的随机现金红包。

微博红包加入直播与视频元素

除了腾讯和支付宝，作为国内较早推出新年红包的互联网平台之一，微博表示2017年新年红包活动亮点在于结合目前较为火爆的直播和视频元素，邀请网红、明星、垂直领域大V以直播红包和视频红包的形式与网友互动，发放红包。

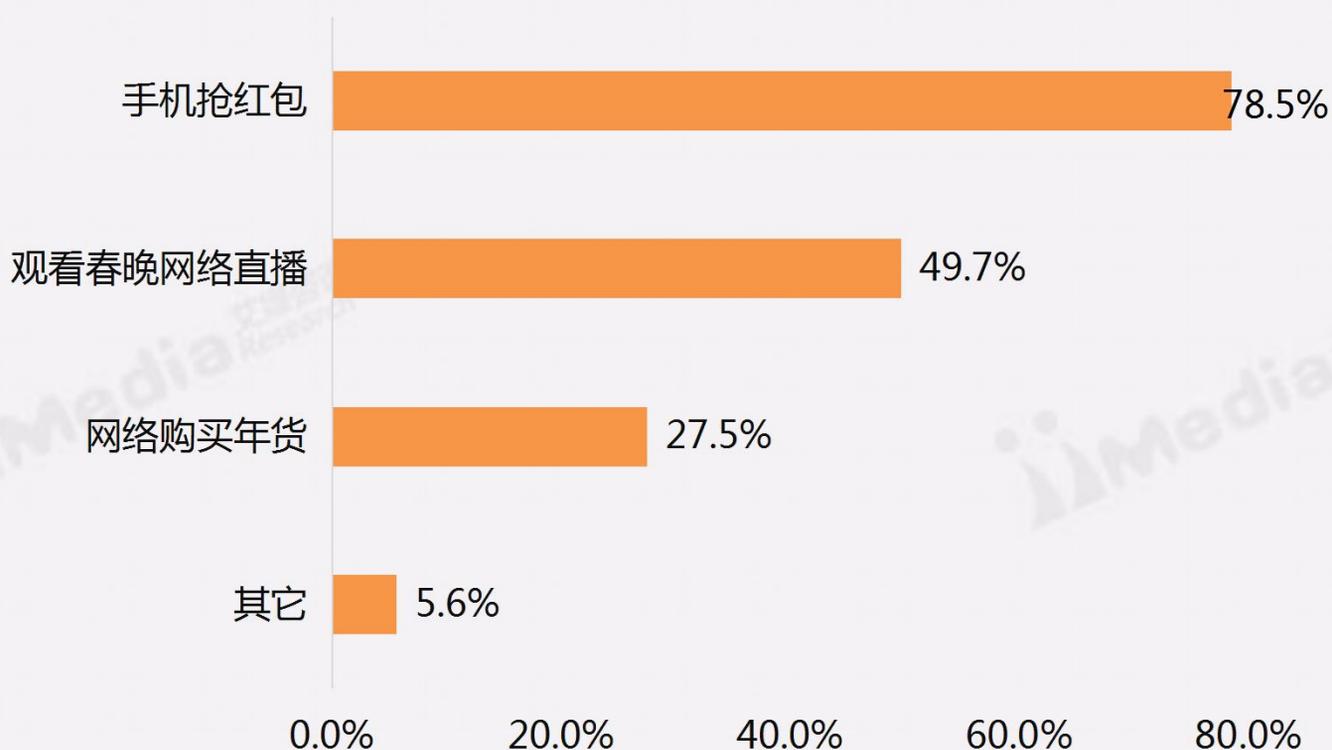
艾媒咨询分析师认为，腾讯与阿里纷纷在春节红包新玩法设计上与地图相结合，将抢红包延续到线下，来推广其移动支付功能。各大平台曾表示将停止的“春节红包”营销大战，2017年仍在继续。

春节期间手机抢红包依旧必不可少

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2017年春节期间, 78.5%中国手机网民参与手机抢红包活动, 49.7%手机网民在春节期间使用网络观看春晚直播, 27.5%网民利用网络购买年货。

艾媒咨询分析师认为, 移动互联网的普及、手机网民数量的增加为春节期间各种网络活动提供了巨大的市场基础, 抢红包等多样化的网络活动也丰富了人们传统的春节庆祝形式。

2017年中国手机网民参与春节网络活动分布

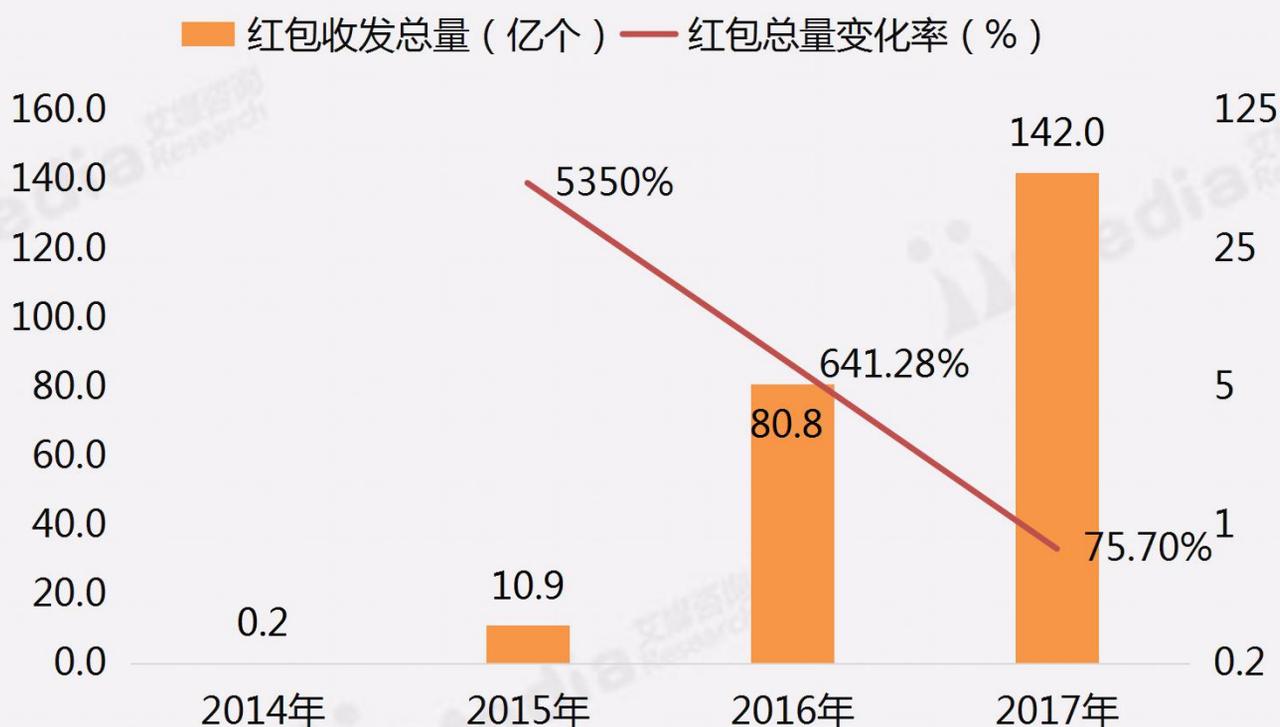


2017年除夕红包收发数量突破百亿个

据腾讯公开资料显示，2017年中国除夕收发红包总量为142亿个，较猴年增长75.7%，为近年来除夕红包收发总量的新纪录，但整体收发红包总量增速呈明显下降趋势。

艾媒咨询分析师认为，2016年中国手机红包参与者已经在年龄上呈现两极化扩散，不同年龄段用户均已习惯原有红包活动形式，阿里与腾讯在春节红包市场用户挖掘方面已经出现瓶颈，而AR实景红包的推出并没有给两家移动支付公司带来过大的市场回馈，未来腾讯与阿里在红包活动推广上应注重提升新产品的用户活跃度，而非扩展新用户。

2014-2017中国除夕当天微信红包收发数量变化图



数据来源：腾讯公司、艾媒咨询

2017年除夕红包收发数量TOP5排行

2017年中国除夕发红包数量TOP5省份排行 (亿个)



2017年中国除夕发红包数量TOP5城市排行 (亿个)



2017年中国除夕收红包数量TOP5省份排行 (亿个)



2017年中国除夕收红包数量TOP5城市排行 (亿个)





PART TWO

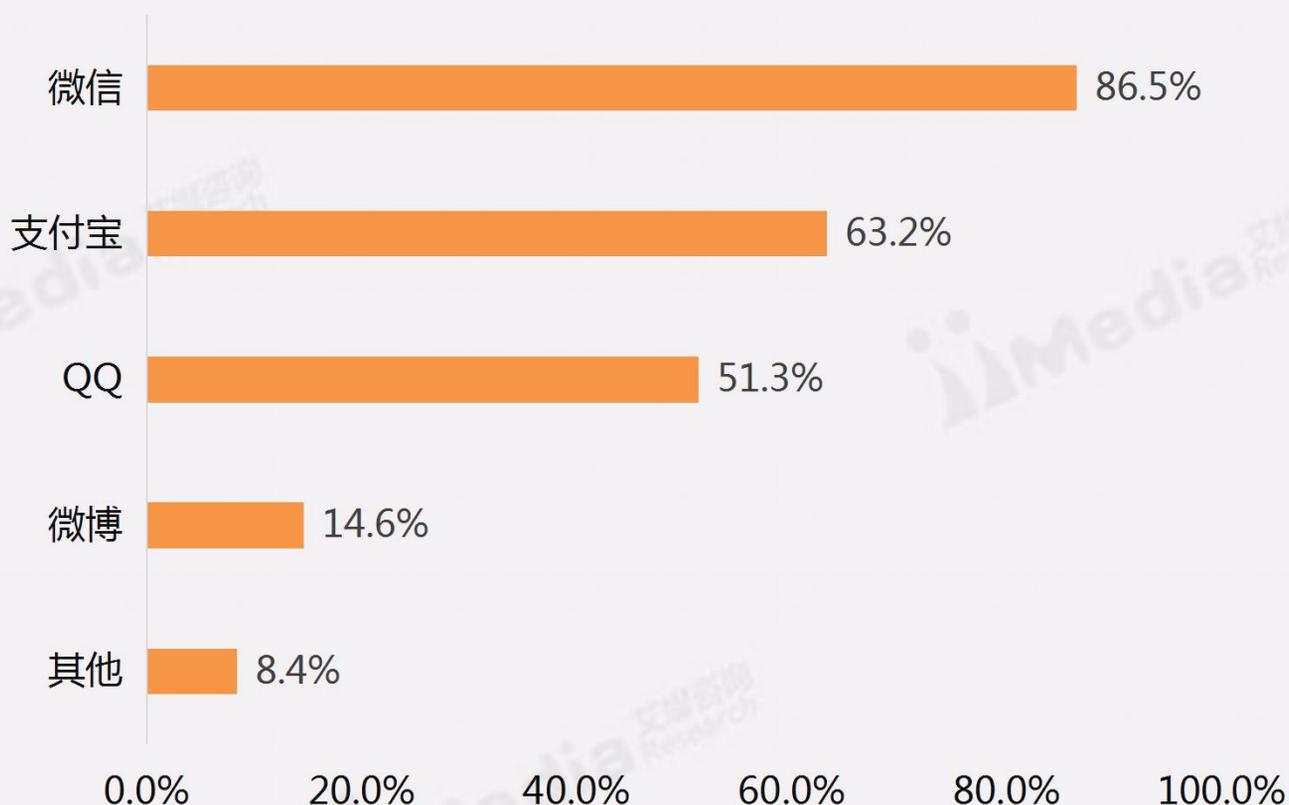
2017年中国网民参与春节 红包活动调查

微信昂首挺胸 继续引领春节红包主力

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年春节期间, 微信依旧是人们选择收发红包的主要渠道, 其占比为86.5%。支付宝红包依靠春节前期宣传, 引起了一部分用户注意, 使其用户占比增加至63.2%, QQ依然排行第三, 整体覆盖率较2016年有所提升。

艾媒咨询分析师认为, 经过近几年用户积累, 网民选择新年发送红包方式基本已经稳定, 不会发生太大改变。支付宝依靠“集福”规则设计, 在一定程度上使其社交属性有所提升, 不过相较于微信来说, 支付宝在用户间社交功能上仍然无法与之抗衡。

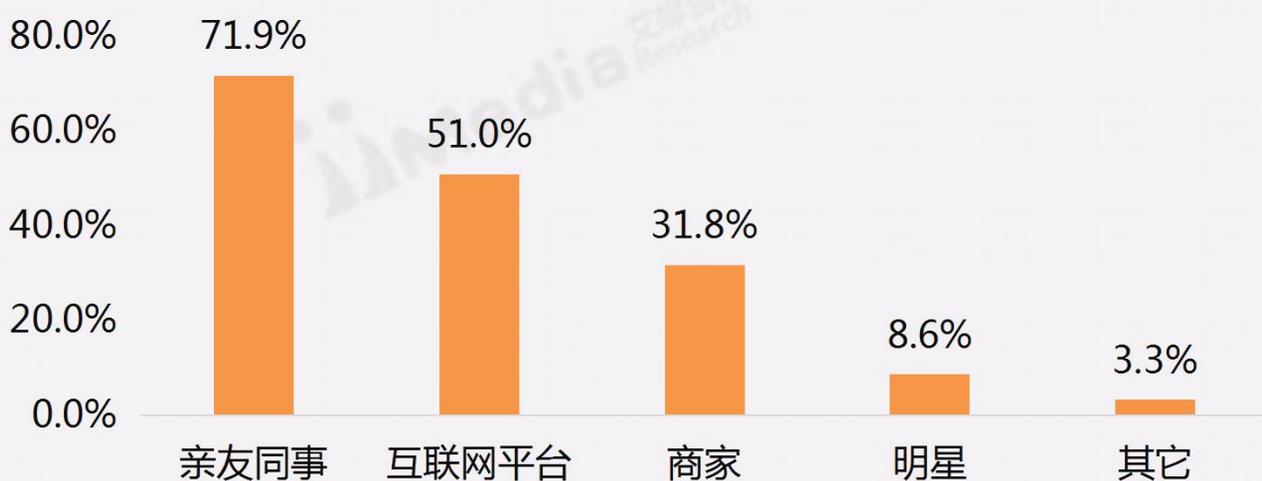
2017年中国手机网民参与收发“春节红包”渠道分布



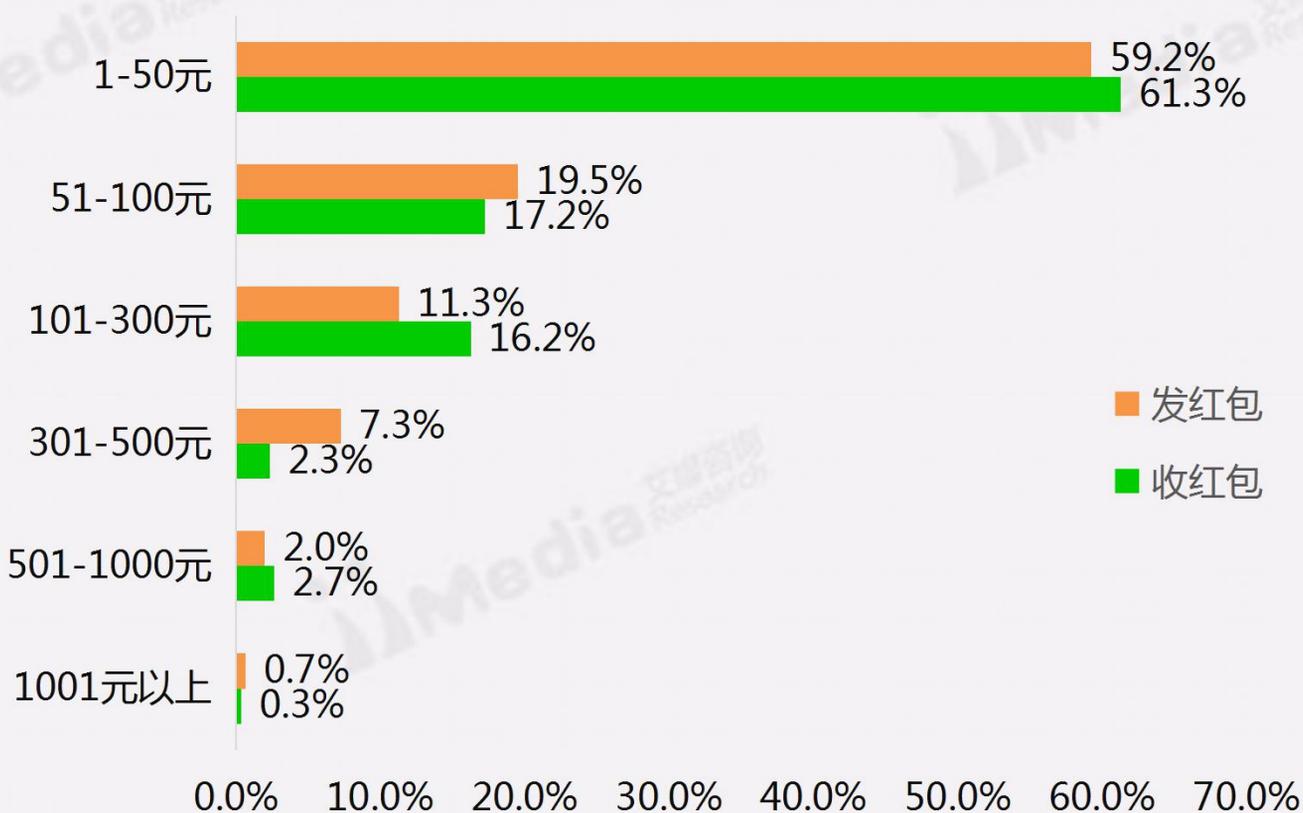
2017年网民发放红包金额普遍降低

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年春节期间, 71.9%网民收到春节红包源于亲友同事, 收到支付宝等互联网平台红包网民占比为51.0%。超七成网民主次收、发红包金额在100元以内。艾媒咨询分析师认为, 随着经济增幅减缓, 网民看住钱袋子意识增强, 2017年中国网民主次收、发红包金额总体较去年有所减少。

2017年中国“网络红包”参与者收红包来源分布



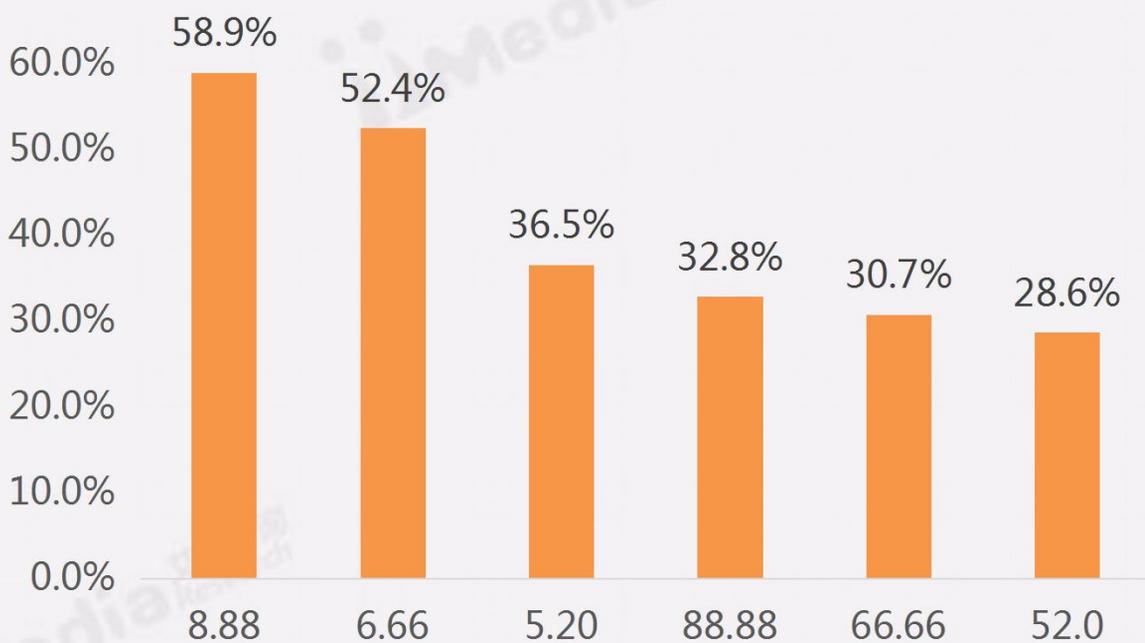
2017年中国春节期间网民参与“网络红包”单次收发金额分布



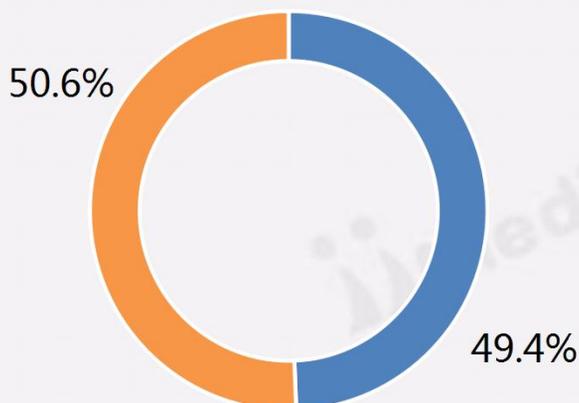
饱含深意的红包金额更受欢迎

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 8.88元为2017年春节期间最受欢迎的网络红包金额, 其次是6.66元和5.20元。红包金额虽然普遍不高, 但饱含着祝福寓意, 因此在春节期间, 红包金额成为传递祝福的另一种方式。男性和女性在收发红包时呈现出相对明显的性别差异, 男性更偏爱发红包, 女性则是抢红包的主力军。

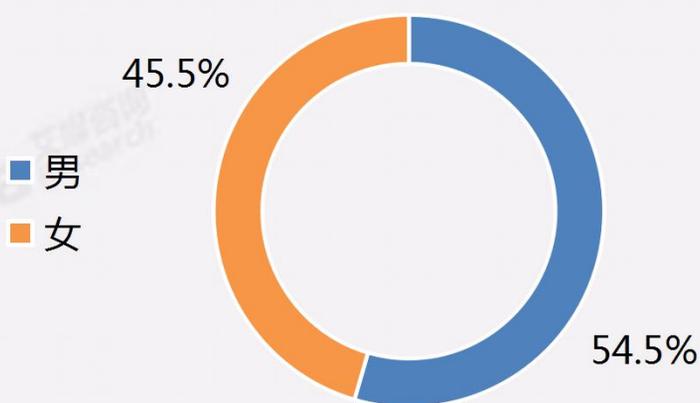
2017年中国春节期间“网络红包”金额受欢迎度调查



2017年中国收红包网民性别分布



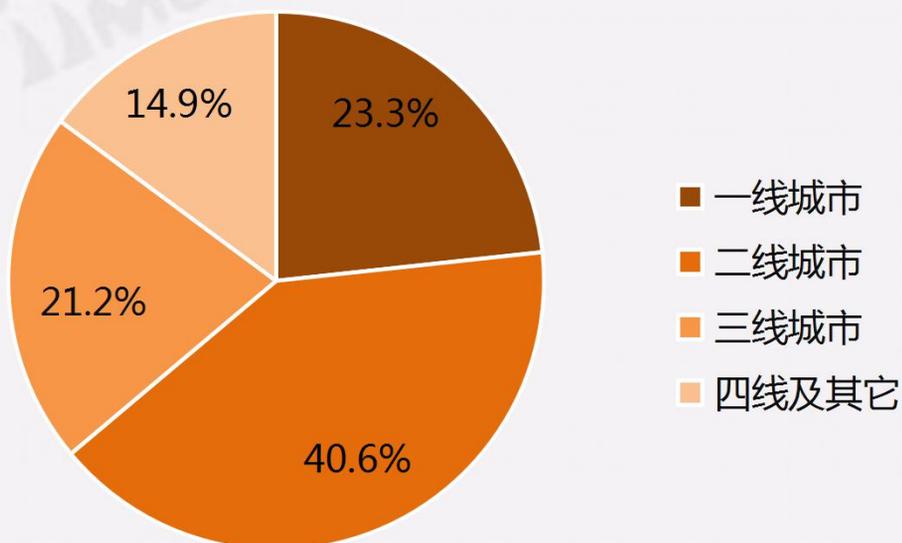
2017年中国发红包网民性别分布



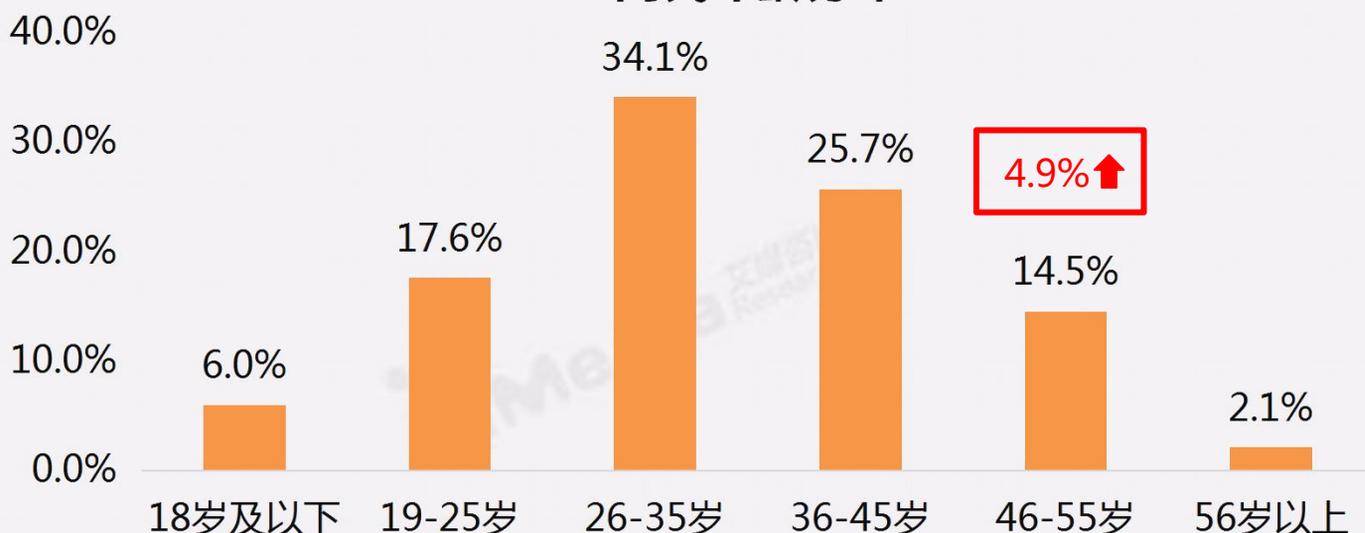
“手机抢红包” 老年人参与度明显提升

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2017年春节期间, 参与网络红包收发活动的手机网民中, 二线城市用户占比首次超越一线城市, 达到40.6%。26-45岁年龄区间的网民依旧为收发春节红包主力军, 46-55岁网民占比较2016年上涨4.9%, 网络红包参与者在年龄分布上明显由中心化像两极化转移, 全民参与度有所提高。

2017年中国参与收发春节“网络红包”活动 网民所在城市分布



2017年中国参与收发春节“网络红包”活动 网民年龄分布

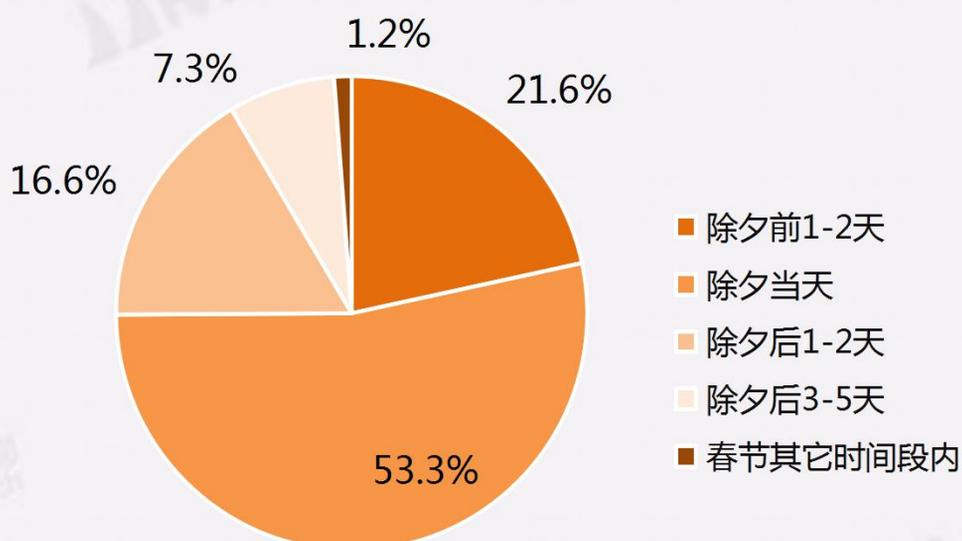


近四成网民除夕收红包在101-500元间

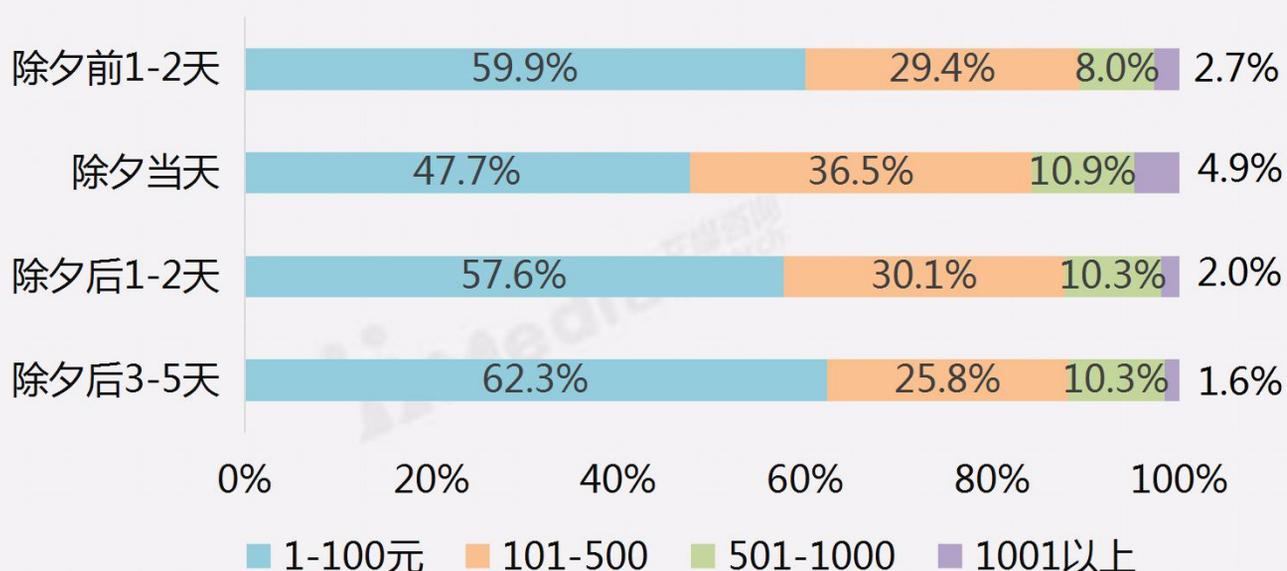
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 超五成网民在除夕当天内收到的“网络红包”总额最高。36.5%网民收到“网络红包”金额在101-500元之间, 除夕之后1-5天内, 网民收到“网络红包”金额普遍小于除夕之前1-2天。

艾媒咨询分析师认为, 除夕节日气息浓厚, 整体收发红包集中在除夕当天及除夕后1-5天内, 此段时间也是商家开展营销的最佳时期。

2017年中国春节期间网民收到最高总额“网络红包”时间分布



2017年中国春节期间网民收到“网络红包”总额分布

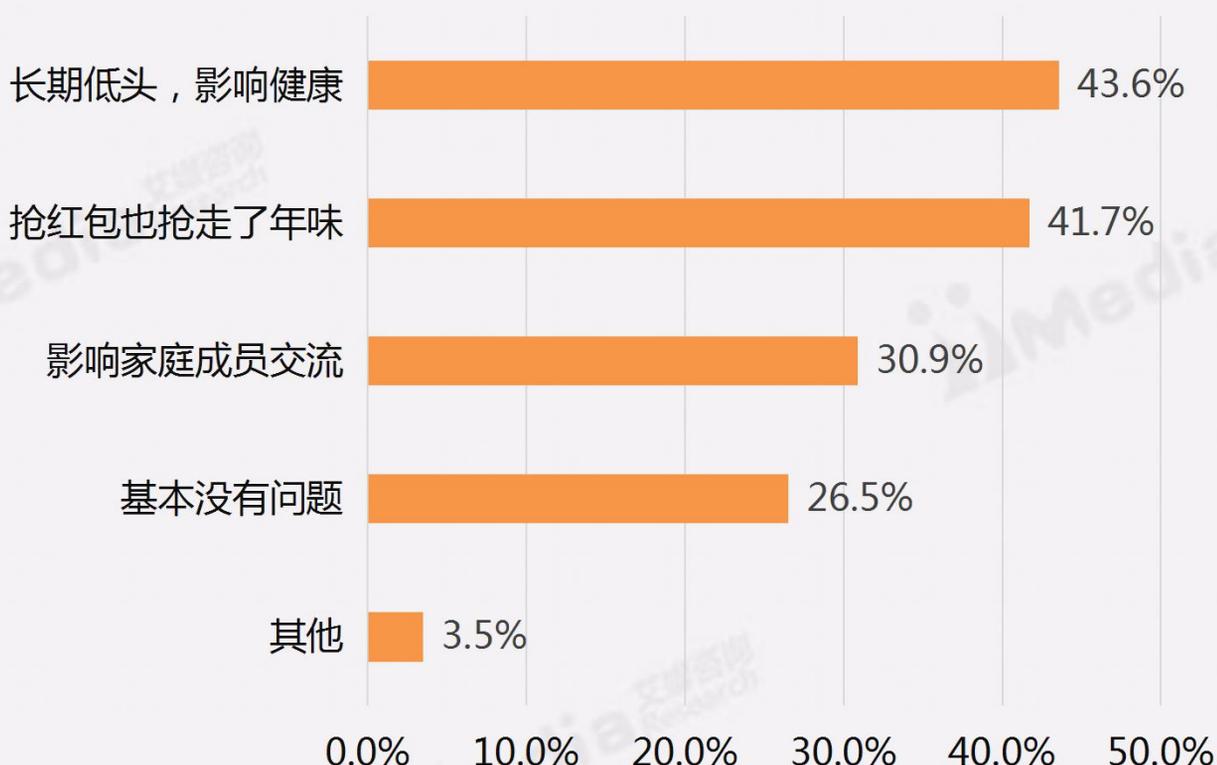


网络红包对传统年味造成冲击

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 43.6%参与春节红包收发网民表示, 春节期间通过“低头”手机抢红包, 影响身体健康, 41.7%网民认为收发网络红包与传统红包形式相冲突, 影响年味, 影响家庭成员间交流沟通也成为网民意见之一。

艾媒咨询分析师认为, 手机网络红包作为一种新兴春节庆祝方式, 拉近了用户之间互动, 但使得家庭成员之间交流变少, 各大支付平台企业在依靠新年红包来拓展用户市场的同时, 也应该履行其社会责任, 适当缓解网络红包对于传统年味的冲击。

2017年中国网民针对春节“网络红包”活动 存在问题分布

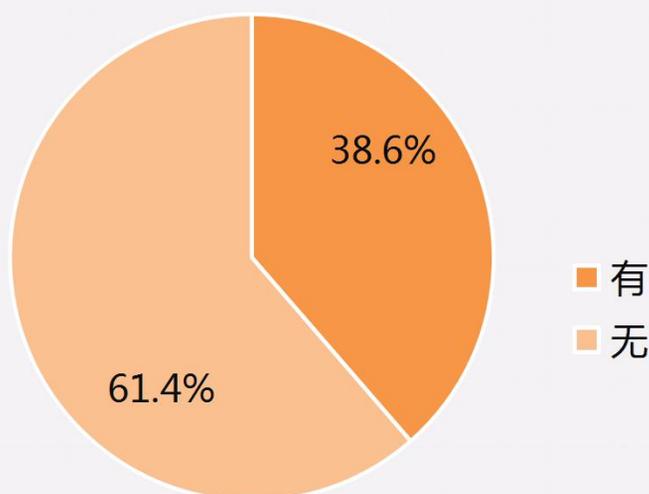


AR实景红包现多种漏洞 影响市场推广

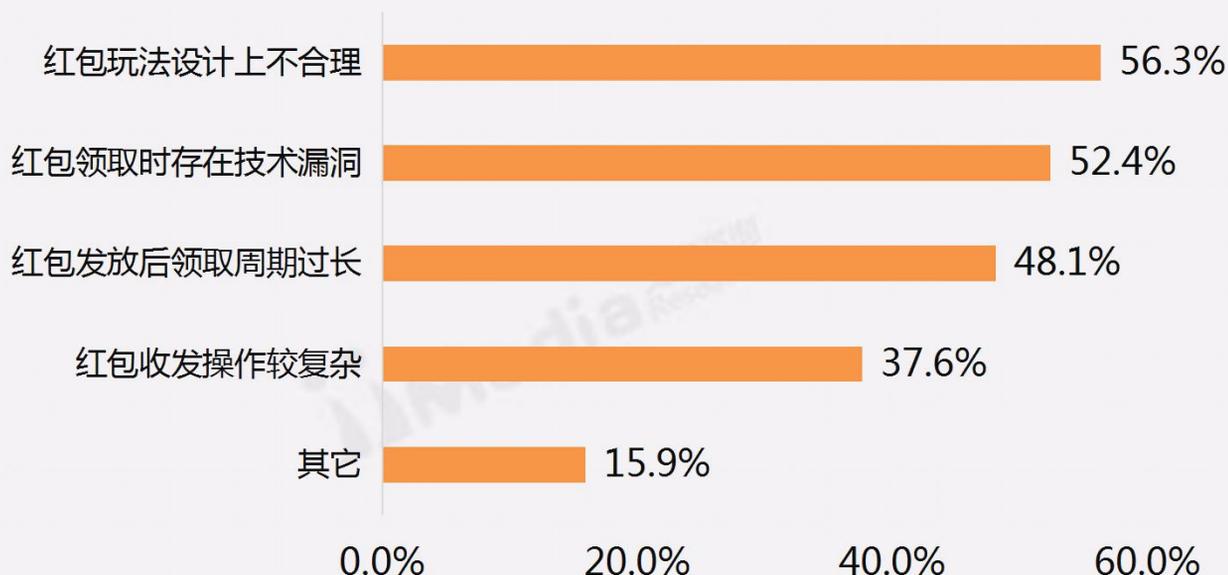
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 38.6%网民体验过AR实景抢红包新玩法。超五成网民表示在AR实景抢红包过程中, 玩法设计合理性和技术漏洞问题有待完善, 其占比分别为56.3%和52.4%, 红包领取时间过长, 操作复杂也是主要问题之一。

艾媒咨询分析师认为, 微信、QQ、支付宝在推出“春节红包”新玩法时, 一方面要保证足够的技术能力支持, 另一方面, 用户体验过程始终是决定产品是否能得以推广普及的关键。

2017年中国春节期间网民使用AR实景红包情况调查



2017年中国AR实景红包主要存在问题分布



微信红包根基稳固 整体评分最高

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 微信红包、QQ面对面红包安全性相对较高, 支付宝集福卡、AR实景红包则突出在趣味性较高。艾媒咨询分析师认为, 自支付宝集福玩法推出后, 网民通过扫“福”或互相交换福卡, 集齐人数规模普遍比2016年相同时限内人数多, 而AR实景红包的出现, 更是丰富了原有网络红包玩法, 整体来看, 支付宝红包玩法创意丰富。QQ面对面红包虽然安全性较高、玩法简单易懂, 但互动性及玩法设计上还有待改善。



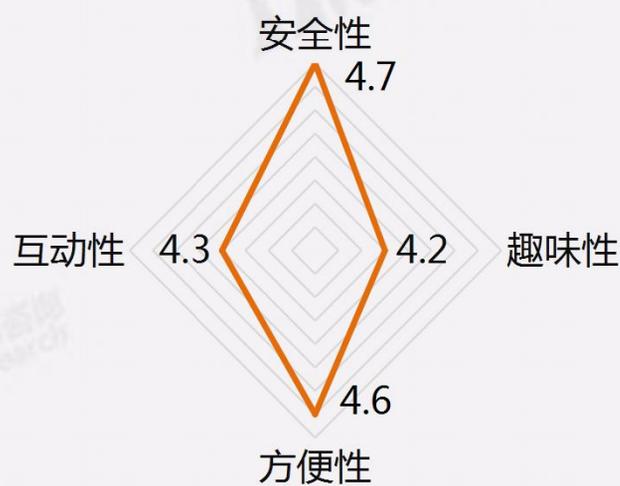
微信红包



支付宝集福卡



支付宝AR实景红包



QQ面对面红包



PART THREE

2017年中国春节红包 未来趋势预测

2017年中国“网络红包”未来趋势预测

1

“网络红包”与直播、视频等创新元素相结合

2016年直播行业爆发，各大平台纷纷通过视频和直播进行营销，春节期间，红包也会逐渐成为视频和直播行业标配。未来网络红包新玩法设计上，将会更多地融入当下创新元素，在发放代金券、现金红包等活动基础上，打造新玩法，赢得用户市场，并激发出更多的新型自我营销手段。

2

互联网巨头推出黑科技助兴红包大战

2016年末，QQ和支付宝陆续推出“LBS+AR+红包”结合，玩法创意新颖，但是自AR红包推出以来，不断受到用户吐槽，不难看出双方推出的AR红包技术尚未成熟。艾媒咨询分析师认为，各大支付平台在未来的红包玩法设计上仍有较大提升空间，平台企业应考虑技术沉淀，提升红包大战趣味性。

3

“网络红包”理财成支付平台巨头突破点

据腾讯公开资料显示，2017年春节期间网民收发“网络红包”总量超过百亿个。艾媒咨询分析师认为，腾讯、阿里等支付平台未来可以通过巨大的“网络红包”收发量及收发金额，利用大数据算法，为用户推出个性化理财服务，为平台及用户实现双赢的同时，提供一个安全的理财环境，保障用户利益。



北极星应用统计分析平台是在广东省政府省重大科技专项支持下研发的专业、独立的第三方移动应用统计分析平台，支持Android、iOS等主流平台。

北极星系统通过专业的技术手段助力开发者统计和分析流量来源、用户行为、用户习惯、进行用户画像并与运营商大数据对接，充分利用运营商精准LBS能力、用户深度透视能力、用户消费能力，帮助开发者利用数据进行产品、运营、推广策略的决策，改善产品设计，透视运营指标，提升推广效率。

ADiiMedia艾媒移动广告监测系统由全球领先第三方数据研究机构艾媒咨询独家研发，系统针对移动端广告特性，通过全流程数据记录跟踪、复合反作弊算法，结合用户大数据标签分析，实时提供公正独立的广告监测与优化服务，帮助广告主、代理公司及数字媒体有效分析提升营销效果和投资回报。目前支持微信公众号、微博、网页、APP、H5等多种媒体广告监测。

ADiiMedia系统正在为国内外的过百家知名品牌提供产品及服务，包括微软、高通、百事、华为、联想、王老吉、格力等。

服务网址：<http://bjx.iimedia.cn/> 接入咨询：mwj@iimedia.cn

艾媒 ● 大数据解决方案

围绕“互联网+”主题，依托艾媒集团的整合传播营销与互联网行业大数据挖掘的资源优势，为寻求互联网转型的传统企业以及互联网创业企业提供业务咨询，整合资源，提升客户价值。



法律声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）调查和制作，报告版权归属于艾媒咨询集团控股有限公司（中国香港）；报告中所有的文字、图片、表格均受到中国大陆及香港特别行政区知识产权法律法规的保护，任何非商业性质的报道、摘录、以及引用请务必注明版权来源；iiMedia Research（艾媒咨询）会向国家相关政府决策机构、知名新闻媒体和行业研究机构提供部分数据引用，但拒绝向一切侵犯艾媒著作权的商业研究提供免费引用。

本报告中的调研数据均采用行业深度访谈、用户调研、桌面研究得到，部分数据未经相关运营商直接认可；同时本报告中的调研数据均采用样本调研方法获得，其数据结果受到样本的影响，部分数据可能未必能够完全反映真实市场情况。因此，本报告仅供个人或单位作为市场参考资料，本公司不承担因使用本报告而产生的法律责任。在未接受本声明前，请不要阅读本报告。



因为专注， 所以专业！

Since 2010, We focus on mobile Internet!



艾媒咨询集团
iiMedia Research Group

全球领先的移动互联网
大数据挖掘与分析机构