聚焦春节档

春节档红包金额升至近百亿元 互联网巨头轮番加码“内卷”化

本报记者 谢若琳

2月3日晚，腾讯开始灰度上线视频红包功能，用户可以通过微视发视频红包给自己的好友。据了解，微视在春节期间还推出了多种红包玩法，用户可以参与瓜分5亿元奖金。

事实上，互联网巨头之间的春节红包战已经打响，抖音、快手、百度、淘宝等先后参与其中，与微视红包不同的是，这几家巨头参与的是除夕夜春晚的红包活动。

自2015年以来，春节红包成为互联网企业的必争之地，随着越来越多的巨头参战，“内卷”也随之而来。Show-Fin智库、支付百科创始人寇向涛在接受《证券日报》记者采访时表示，“从一定程度来说，参与春节红包战的产品品类有重叠，已经产生了‘内卷’。”

五巨头砸近百亿元

距离春节还有一周的时间，互联网企业的相关营销也已启动，最受关注的当属红包战。

往前追溯，2015年微信与春晚合作，微信“摇一摇”红包引发全民互动狂欢。数据统计显示，2015年除夕当日，微信红包收发总量达到了10.1亿次，在20时到凌晨的几个小时里，春晚微信摇一摇互动总量达到110亿次，互动峰值出现在22时34分，达到了8.1亿次/分钟。冠名春晚红包活动后，一个月时间里，微信月活跃账户达到了5.49亿户，比2014年12月末增长了10%，包括QQ钱包及微信支付绑卡用户，账户总数超过了1亿。

此后，春节档发红包成为互联网企业争相抢夺的重要战地，红包金额也不断攀升。

据了解，今年春节档期间参与红包战的产品主要是抖音（20亿元红包）、快手（21亿元红包）、百度（22亿元红包）、淘宝（20亿红包+清空4万个家庭购物车+一位锦鲤大奖）和微视（5亿元红包）。红包金额从2015年的5亿元到2021年的近百亿元，也不过才是7个年头儿。

在传统节日春节中，发红包是一个被广泛接受的习俗，在春节期间搞活动拉流量也成为互联网平台实力的象征。

上海财经大学电子商务研究所执行所长崔丽丽在接受《证券日报》记者采访时表示，由于疫情反复导致今年人们仍旧无法完全正常出行和开展大规模家庭聚会活动，因此线上娱乐又成为今年春节假期的主流，以内容见长的各平台纷纷加入，一方面企业想要在春节长假期间占据更多的活跃用户与流量，另一方面是看中春节假期之后用户对于平台的延续性使用。

“春节红包是一把双刃剑，因为春节期间具有大量流量，如果你不抢可能就被友商抢了，那战略负责人要背责任的，但也不代表抢了流量就能有很好的转化，曾经也有某巨头参与春晚红包获得巨额流量后留存率却不高。”一位不愿具名的前互联网分析师表示。

泛视频产品“内卷”化

事实上，今年红包战的参战格局有很大不同。除淘宝外，绝大多数新参与者为泛视频产品。其中，百度是通过与YY直播联动发送红包，这也是百度宣布收购YY直播后，双方首次公开联动。

对于泛视频产品参与红包战的目的，寇向涛认为，互联网巨头参与春节红包战的目标不仅在流量和市场，支付、社交也是其突破的目标。

崔丽丽认为，泛视频产品在春节期间发红包的目的首先是争夺眼球，可以占用更多活跃用户的时间和流量，吸引他们观看平台的内容，另外可以间接地为后续业务变现积累数据和提供可变现的流量。

此外，同类应用巨头同时参与一项活动，不排除“内卷”的可能，崔丽丽表示，真正能通过“红包”这样的方式吸引来的新用户，往往要么是羊毛党，要么就是变现价值不大的非核心客群，要想成功让这部分用户进行价值转化还需要有更硬核的产品或者服务，如果平台后续没有做好“硬核”的部分，那也只能被“卷”了。

深圳市思其晟公司CEO伍岱麒在接受《证券日报》记者采访时表示，与微信、支付宝相比，某些非沉浸式的应用并不是生活中的高频应用，可能会有用户抢完红包后发现用不到这些应用进而卸载，因此如何留存是这些产品应该考虑的。

离岛免税政策加码 海南开启新春度假“买买买”模式

本报记者 向炎涛

春节临近，家住武汉的刘女士已经开始了“度假模式”。2月3日，她带着儿子飞抵三亚，准备一边享受阳光沙滩海水，一边“买买买”。

“往年这个时候我们都会出国旅游，现在国外出不去，而三亚环境好、疫情控制得也好，最重要的是可以逛免税店，加上机票便宜，我们就赶在过年前来度假几天。”刘女士对《证券日报》记者说。

事实上，自去年7月份实施离岛免税新政以来，海南早已成为不少国人休闲度假的不二之选，海南的免税消费额也持续攀升。2月4日，商务部新闻发言人高峰介绍，据海关统计，2020年海南离岛免税全年总销售额274.8亿元，同比增长103.7%；免税购物实际人次448.4万人次，同比增长19.2%；免税购物件数3410万件，同比增长87.4%。

离岛免税政策不断升级

据海南省商务厅通报，今年1月份，海南省9家离岛免税店总销售额40.5亿元，同比增长168%，免税购物人数、免税购物件数均实现大幅增长。

今年1月31日，海控全球精品(海口)免税城、深免海口观澜湖免税城两家离岛免税店正式开业，首日分别实现销售额2351.8万元、314.3万元。至此，海南省已营业的离岛免税店共9家，既有市内店，也有机场店。全省离岛免税经营主体除中免、海免(中免控股)外，还增加了海旅投、海控全球精品公司、中服和深免，市场主体日趋多元。

而离岛免税的优惠政策也在不断升级。2月2日，财政部、海关总署、税务总局联合发布了《关于增加海南离岛旅客免税购物提货方式的公告》，提出离岛旅客购买免税品可选择邮寄送达方式提货；岛内居民离岛前购买免税品，可选择返岛提取。近日，中共中央办公厅、国务院办公厅也印发《建设高标准市场体系行动方案》提出，完善引导境外消费回流政策；增加海南离岛免税城市和门店。

“邮寄开通，对于我们瓷器等工艺品的销售无疑是一大利好。”中服免税店有关人员告诉《证券日报》记者，中服三亚国际免税购物公园引入的瓷器、钟表等工艺品是其他岛内免税店没有的，包括德国黑森林特色产品赫姆勒钟和咕咕钟系列、英国百年高端瓷器产品Wedgwood等。目前中服三亚国际免税购物公园已经率先开通了免税品邮寄业务，游客不仅可以将商品直接邮寄回家，岛内居民也可以选择返岛后提货。

上市公司掘金海南免税市场

离岛免税政策不断升级之下，海南免税消费市场迅速扩容，海南也成为各大上市公司“掘金”之地。中国中免日前发布2020年度业绩快报显示，报告期内，公司实现营业总收入526.18亿元，较上年同期增长8.24%；实现归属于上市公司股东的净利润61.17亿元，较上年同期增长32.07%。《证券日报》记者测算，中国中免2020年四季度净利润增幅达582%。

对于业绩增长的原因，中国中免表示，主要是受2020年7月1日海南离岛免税新政实施的影响，公司离岛免税业务同比实现较大幅度增长，特别是毛利率较高的奢侈品箱包、腕表和贵重珠宝的销售同比大幅增长。

据《证券日报》记者了解，去年6月份，中国中免收购海南省免税品有限公司51%股权事项完成股权过户及工商变更登记。目前中国中免在海南省拥有三亚海棠湾免税店、海口美兰机场免税店、海口日月广场免税店、琼海博鳌免税店等4家离岛免税店，以及在三亚增设的2家市内免税体验店。

中国中免方面告诉《证券日报》记者，目前公司在海南的在建项目包括海口市国际免税城，此外，海口美兰机场T2航站楼投入使用后，将开设一家机场免税店。

事实上，除了免税龙头中国中免，多家上市公司正通过参股、投资等方式“抢滩”海南免税市场。1月15日，王府井发布公告称，公司于2021年1月15日与海南橡胶签署投资合作协议，分别出资成立免税品经营公司及日用免税品经营公司，用于发展运营海南省岛内免税项目和岛内日用免税品项目并开展免税品经营管理。

1月25日晚间，居然之家发布公告披露多个参与海南省免税经营的事项，其中包括居然之家下属全资子公司与海南旅投黑虎科技有限公司约定合资成立海南旅投居然日用消费品免税有限公司，共同在海口店开展日用消费免税品经营等业务。同时，居然之家下属全资子公司三亚居然之家购物中心将约4.7万平方米的物业出租用于开设海旅免税城和开展配套经营服务，海旅免税城现为三亚市区内面积最大的离岛免税店，现已开业。

免税企业应提高服务质量

在业内人士看来，海南推出离岛免税政策无疑有利于促进境外消费回流。中国人民大学助理教授王鹏对《证券日报》记者表示，随着中国居民收入增加，未来有出境消费需求的人群比例会进一步增加，免税消费市场空间是非常巨大的。目前全球疫情背景下，出国风险系数、麻烦程度增加，而海南集休闲度假康养购物于一体，多重因素共同促进了海外消费回流。

但王鹏同时指出，目前海南不同免税店之间仍处于低水平竞争，同质化程度较高。“大家没有打出自己的特色，不同免税店、不同地理位置、不同品类品牌的领域场景不一样，相关特征是不一样的。各大免税店可以全品类运营，但是一定要突出特点。否则容易低水平重复竞争，打价格战。”王鹏表示。

在商务部研究院国际市场研究所副所长白明看来，海南离岛免税政策目前还处于导入期，未来更重要的是在离岛免税政策的拉动下，逐渐提升海南国际旅游消费中心的吸引力，更大的拉动当地消费。

“海南国际旅游消费中心是一个套餐，免税购物只是这个套餐中的一道小菜，我们还要看很多主菜，比如开展的旅游业务、运营主体、游客数量、旅游项目等，这些是综合实力。通过一道菜来提升整体竞争力，才能够让整个套餐盈利。”白明对《证券日报》记者说。

在白明看来，免税与假期的吸引力是叠加的，海南很早就控制住疫情了，今年春节显然会有利于海南旅游业的发展。但是国外疫情总有一天会控制住，未来大家会回到同一起跑线上，到时候比拼的是服务质量和整体竞争力。对于投入免税业务的上市公司，要提升服务质量，实行差异化竞争，做到产品差异化、服务差异化。

到手的年终奖 买股不如买基

赵子强

还有4个交易日就到牛年春节了。对于已经拿到年终奖的股票投资者来说，买什么就成了不大不小的幸福烦恼。

据智联招聘最新发布的白领年终奖调研报告显示，2020年全国白领年终奖平均值为7826元，而有逾五成受访者表示会直接投资股票，或混合型基金、股票型基金等权益类理财产品。近几天，也有不少朋友主动联系笔者，核心问题都是“有什么好股？”笔者给出的友好建议均是：买股票不如买基金。原因有三：

首先，投资看似简单，其实专业性非常高，需要专业人士来做。

众所周知，价值投资是目前主流投资方式，听起来很容易，其实细想起来价值的评定真的不简单。投资者常常以为低估值就是价值投资，事实并非如此，不然市场上那么多破净股和估值PE不足10倍的公司为什么不能迅猛上升。专业投资人观察一个企业是否有投资价值，通常要从行业赛道入手，从产品竞争力分析，从企业文化理解，从现金流折现观察，从三大财务报表建模，从市场表现发掘，而大部分的投资者并不具备上述能力。

而专业性刚好是基金拥有的优势，他们投入了大量资源，用科学的方法对股票进行研究、实地调研与跟踪，并进行组合管理等。一个公募基金通常有几十人的投研团队，且多为名校毕业，同时还能获得大量券商分析师的大量投资研究报告。即使是一个阳光私募也通常配有大量投研团队，且创始人在市场中，多为打拼多年成绩不斐的投资界佼佼者。

同时，基金得到了严格监管，信息透明。中国证监会对基金业各种有损投资者利益的行为进行严厉打击，强制基金进行充分的信息披露，这让投资者投资基金时多了层安全防护。

其次，基金组合配置多，能适应投资者不同偏好和投资目标。

目前，基金类型众多，有非货币型、货币型、股票型、混合型、债券型、QDII、FOF、商品型等，其各类型下又多有细分。投资者可根据自身风险承受力自行配置，总有一款基金适合。

不过，如今选基金也的确不容易。今年年初，市场传出机构抱团解散的声音，实质是基金经理的分歧加大。去年大家都押宝新能源一定赚大钱，结果并没有那么如意，连深证成指都没能跑赢，而本周二到周四的连续长阴更是逼着基金经理们分道扬镳，互道平安了。

当然，若是基金就无脑买进，其中的风险不一定比无脑买股票小。比如有些原油类QDII基金最近1年总回报亏损超过41%，且有5只之多。即便是普通股票类基金，也有某量化基金在2020年这个公募基金收益大年里亏损，同时，还有包括至少8只基金跑输大盘。这就是另一个话题了，今天暂且不说。

最后，股票市场的中长期向好趋势不变，买偏股型基金胜算高于买股票。

决定基金特别是股票型基金上涨的是股票市场动向，而目前机构普遍的判断是股市中长期整体向好。中信证券、中信建投均认为一季度A股或将有所表现。中信证券预计2021年中证800盈利增速将达14.7%，其中非金融板块盈利增速高达24.9%，2021年A股将经历慢涨“三部曲”，一季度、四季度股市表现更好，局部的结构性信用风险仍值得关注。中信建投则预测2021年A股最主要行情在一季度。

既然股市向好，为什么不直接买股票？除了之前提过的专业性问题以外，数据统计也显示出股票投资胜算低于公募基金。据iFinD数据，2020年以前成立的8444只基金，在2020年实现盈利的达到8173家，占比96.79%，而A股市场2020年实现上涨的个股仅有2157只，占有交易A股总数的52.34%。而546只普通股票型基金，有545只实现盈利，占比99.82%，从实现盈利角度看，投资基金比投资股票盈利几率高出太多。

相信专业的力量，长期看胜率更高。所以，把基金放到年终奖买入清单第一栏，对于普通的投资者来说，起点就不差。

搜狐重回盈利轨道 张朝阳反思称管理要“深入一线”

本报记者 许 洁

2021年2月4日，在北京的搜狐媒体大厦18层，搜狐公司董事局主席兼首席执行官张朝阳略带欣喜地宣布，经过不断的产品创新和技术升级，并对成本费用进行严格控制，搜狐2020年第四季度及全年业绩均实现了盈利。

张朝阳表示：“第四季度，公司在网络游戏方面获得了惊喜，并且视频和媒体业务没有拖后腿，公司已经重回盈利轨道。”

“如果说2019年是搜狐喘息的一年，2020年则是卯足劲的一年，我希望2021年是爆发的一年。”张朝阳在接受《证券日报》记者采访时如此表示。

游戏业务依然是重要支柱

搜狐2月4日发布的财报显示，2020年第四季度总收入为2.53亿美元，较2019年同期增长34%，较上一季度增长60%。其中，品牌广告收入为4200万美元，较2019年同期持平，较上一季增长2%。在线游戏收入为1.96亿美元，较2019年同期增长49%，较上一季度增长94%。归于搜狐公司的非美国通用会计准则持续经营业务净利润为5300万美元，上年同期净亏损为600万美元，上季度净亏损为700万美元。

再看2020年全年，搜狐总收入为7.5亿美元，较2019年增长11%。品牌广告收入为1.47亿美元，较2019年下降16%。在线游戏收入为5.37亿美元，较2019年增长22%。扣除畅游2020年第二季度预提所得税影响后，归于搜狐公司的非美国通用会计准则持续经营业务净利润为5100万美元，2019年净亏损为1.28亿美元。

搜狐预计2021年第一季度，品牌广告收入在2700万美元至3200万美元之间，较2020年同期增长5%至25%。在线游戏收入在1.37亿美元至1.47亿美元之间，较2020年同期增长3%至10%。归于搜狐公司的非美国通用会计准则净利润在500万美元至1500万美元之间。

从上述财报数据可以发现，自去年9月份宣布向腾讯出售搜狗之后，搜狐财报中的主营收入由在线游戏和品牌广告两块构成。其中，游戏是搜狐的重要收入支柱，品牌广告收入虽有增长，但从收入规模看，不及游戏业务的30%。

在张朝阳眼中，公司在游戏业务上取得的成绩属于“惊喜”。他还透露，2021年要推出移动端的“俄罗斯方块”游戏，而搜狐的媒体业务则是达到了此前预期的上限。

张朝阳表示：“搜狐媒体和搜狐视频方面，我们致力于生产和分发实时可靠的新闻及优质内容，巩固搜狐作为主流媒体平台的核心竞争力及公信力。通过对视频直播不断迭代，将其整合到搜狐矩阵中，并广泛应用于多种内容营销活动，进一步驱动了搜狐媒体门户和视频的媒体价值升级。因此，第四季度品牌广告收入达到了此前预期的上限。畅游方面，由于推出的天龙八部端游怀旧服表现稳健，在线游戏业务表现良好，收入超过此前预期上限。”

但如果公司的收入严重依赖“游戏”这一现金奶牛，会不会影响搜狐业绩的稳定？对此，张朝阳表示：“不是说游戏做好了，这个公司就赚钱了，不是这个概念。而是媒体平台这几年的调整已经走上了比较健康发展的道路。亏损大幅收窄背后其实做了很多工作，平台间的竞争是很艰难的，所以要靠产品创新。现在媒体平台还处在先把成本降下来，收入保住、亏损减少的状态，一旦平台做大了，希望搜狐新闻、搜狐视频能够重展雄风。”

期待“爆款”产品

此前，张朝阳一直对记者强调搜狐的大平台战略，“我们现在的目标就是要把平台做大。”

对于什么是大平台？张朝阳对记者表示：“现在PC端，还有手机端的搜狐、搜狐新闻客户端、搜狐视频的总用户规模加起来是不小的，但我们也希望在一个App上有一个单一的爆发。因为做大不是叠加的，而是单个，有一个业务是别家没有的，是非常好的，大家都在用的话就是做大。”

如何做大平台？张朝阳给出的答案是，加强搜狐新闻和短视频的算法，在分发上也会有产品迭代。不过平台的成长不会通过“砸钱”实现，“我们的目标就是App的DAU增长不是靠钱砸出来的，而是靠产品创新实现。当DAU以及用户增长促进收入继续增长，形成规模，媒体视频业务就能盈利。”

搜狐是否已经有了像张朝阳所希望的具备爆发力的单一产品呢？张朝阳称：“中国的网民数量是非常多的，红利是非常大的，而且一个产品你要不断迭代，不断打磨，这个创新一定是好几年的打磨。我们还在继续打磨。”

事实上，搜狐曾是中国领先的互联网媒体、搜索、在线游戏集团，先后拥有搜狐公司、畅游公司（2020年4月18日，搜狐公司宣布完成畅游私有化）和搜狗公司三家美国上市公司。“搜狐”在中国也是家喻户晓的名字，曾是2008北京奥运会互联网内容服务赞助商。这些都构成了搜狐的高光时刻。但近几年，搜狐也确确实实错过了许多风口，对此张朝阳毫不避讳，他反思说：“早年很多产品没做好，是因为自己没有深入去一线。”

因此，当记者提到“直播”两个字时，张朝阳顿时来了兴致，“明天还会带货，明天要包饺子带货。”在搜狐视频App上，张朝阳有自己的账号，几乎每天都有一个直播。

2020年，搜狐的多场直播都取得了不小反响，无论是邀请“姐姐”同台直播、“Charles的好物分享”，还是《Boss1+1》高端访谈、搜狐5G科技峰会以及视频分屏直播四地搜狐马拉松的模式，都给搜狐内容产出以及营销方面带来了比较好的提升。

因为参与过太多场直播，张朝阳对直播的细节也非常了解：“带货，你必须在第一线。直播间，你的小推车怎么弄，打赏怎么弄，弹幕字体的大小，弹幕的设置，PUSH下行的速度，很多细节。所以，我的很多场带货，会请一些明星，做一些综艺类的好看好玩的东西，在这个过程中让明星讲他的好物分享，这让很多品牌广告商眼前一亮，也愿意给我们投广告，对我们有很好的帮助。”

“我觉得管理的概念，不是坐在办公室里面，形成一个巨大的战略决策，决策完了就执行，然后就不用管了。尤其互联网公司不能这样，一定要身兼数职在第一线。只有在第一线，你才能够真正去抚摸用户和产品的脉搏，感受其中的细节。”张朝阳表示。

上交所发布关于2021年春节休市安排的公告

根据《关于上海证券交易所2021年全年休市安排的通知》（上证公告〔2020〕48号），上海证券交易所（以下简称“本所”）现将2021年春节休市有关安排通知如下。

一、休市安排：2月11日（星期四）至2月17日（星期三）休市，2月18日（星期四）起照常开市。另外，2月7日（星期日）、2月20日（星期六）为周末休市。

二、为保证节后交易的正常进行，本所定于2021年2月16日（星期二）9:00-12:00进行交易系统（含竞价撮合平台、综合业务平台、衍生品交易平台、港股通平台和固定收益平台）连通性测试。

三、有关清算事宜将根据中国证券登记结算有限责任公司的安排进行。

请各市场参与人据此安排好有关工作。

上海证券交易所

二〇二一年二月四日

深交所发布关于2021年春节休市安排的通知

根据《关于2021年部分节假日休市安排的通知》（深证会〔2020〕775号），现将2021年春节休市有关安排通知如下。

一、休市安排

2月11日（星期四）至2月17日（星期三）休市，2月18日（星期四）起照常开市。2月7日（星期日）、2月20日（星期六）为周末休市。

二、清算交收

节假日期间清算交收事宜，按照中国证券登记结算有限责任公司的有关安排进行。

请各市场参与人据此安排好有关工作。

深圳证券交易所

2021年2月4日

全国股转公司发布关于2021年春节休市安排的公告

根据《关于2021年部分节假日休市安排的通知》（股转系统公告〔2020〕938号），现将2021年春节休市有关安排通知如下：

一、休市安排

2月11日（星期四）至2月17日（星期三）为节假日休市，2月7日（星期日）、2月20日（星期六）为周末休市。2月18日（星期四）起照常开市。

二、为保证节后交易正常进行，本公司定于2021年2月16日（星期二）9:15至11:30进行交易系统联调测试。

三、有关清算事宜，根据中国证券登记结算有限责任公司的安排进行。

请各市场参与人据此安排好有关工作。

全国股转公司

2021年2月4日

本版主编 沈 明 责 编 陈 炜 制 作 曹秉琛

E-mail:zmzx@zqrb.net 电话 010-83251785