

短信——微信——红包——那啥

# 新媒体刷新春节民俗

本报记者 刘 晓



## 红包大战愈演愈烈

距离春节只有几天的时间，阿里巴巴与腾讯的红包大战已经白热化。除了“五福红包”外，支付宝今年斥重金与央视春晚合作，试图收复在红包领域的“失地”。微信也延续着自己的强势表现。2015年春节期间，微信红包收发总量达到32.7亿次，其中除夕当天超过10亿次。而据预计，今年春节微信

红包收发次数将突破百亿次。事实上，2016年的红包布局早已开始。此前，微信在朋友圈短暂推出“发红包看照片”功能和“摇一摇红包”活动，就是为春节红包高峰设置的压力测试。几乎同期，支付宝也进行了数次抢红包的“演习”。归根结底，抢红包作为一款互联

## 你未唱罢我已登场

在微信拜年和手机红包席卷全国之时，“大明湖畔”（隐喻“昔日风光”）的短信似乎已经逐渐被遗忘了。从2013年开始，短信拜年数量进入负增长。据工信部数据显示，去年除夕当天手机短信发送量约82亿条，比2014年下降了25%。不出意外，今年这一数字还会继续降低，甚至有被“腰斩”的可能。显赫一时的手机短信在“拜年江湖”独领风骚只有不过十几年的时间。短信如“秋扇”被捐，微信拜年和手机红包又能坚持多久？接下来独领风骚的会是“那啥”？暂且搁置疑问，不妨看看是什么影响着新媒体与春节的互动历史。技术因素是显而易见的。智能手机的普及与移动互联网的发展改变了

以短信为主的拜年方式，正如短信曾取代过的电话、口头拜年。2015年，与除夕短信量下降并行的，是移动数据流量的“暴涨”。尤其是随着4G网络的普及，今年的除夕数据流量极有可能翻番。社交也是影响因素之一。在新的社会形态下，人与人之间的交往更加紧密和频繁。而从电脑到手机，从短信到微信，交往的方式更加丰富。因此，手机红包的风靡，与其说是无中生有，不如说是追随社交方式进化顺势而生。由新媒体迭代而产生的新产品、新技术，本身就带有特殊的文化印记，一旦与春节的习俗结合，就能够释放出巨大的影响力，从而为传统民俗增加新的意义。

## 未来蕴含无限可能

可以想见，手机红包仍将在春节期间保持较高的热度和增长率。不过，这并不影响人们展开想象的翅膀。未来，新媒体将如何进一步地与春节习俗融合，创造出更有趣的新形态？立足于春节场景的创新和拓展仍将是主要的战场。此前，新媒体已经改变

了拜年、发红包、买年货等习俗的呈现方式。那么，在放鞭炮、对春联、看春晚等传统活动中，新媒体能否寻找到的空间？例如，短视频有望在近年迎来爆发，如果与拜年、春晚结合，有可能擦出怎样的火花？这些美好的畅想若要实现，离不开

“在吗？”“没有‘敬业福’。”近日，支付宝的“五福红包”在社交网络中赚足了眼球——通过加好友或互相交换，集齐“富强”“和谐”“友善”“爱国”“敬业”五张福卡，就可以分享2.15亿元的奖金。其中，数量最少的“敬业福”让网友垂涎三尺，因此也闹出了不少“段子”。春节前夕，指尖上的红包大战再次上演。与前两年相比，今年各路豪强下手更早，花样翻新。历经几年的推广和体验，春节抢红包似乎已渐成常态，有人形容，抢红包大有成为春节“新民俗”之势。从短信到微信拜年，从实体红包到手机红包，媒体技术的革新在影响和重塑着春节的传统民俗。其速度之快既令人惊叹，也让人思考：未来，还会有什么“脑洞”或“黑科技”为传统的春节民俗注入新的内涵？

网产品，目的还是吸引和留住用户。不过，作为社交平台的微信更希望借红包绑住用户的银行卡，在更多的场景支付领域开疆辟地；而作为支付平台的支付宝，更侧重于切入社交领域，以提高用户的依赖性，围绕支付宝打造生活圈。

两年前悄然诞生的抢红包，无心插柳般地改变了数亿中国人的春节生活。边看春晚、边抢红包，迅速成为喜闻乐见的“新民俗”。



技术革新的支撑。如果说智能手机的作用已经趋于饱和，那么进入爆发元年的虚拟现实技术，是否能为春节带来更炫酷的元素，从而使“抢”红包、“现场”看春晚成为可能？不过，再大的“脑洞”也必须立足于传统的春节文化之上。新媒体之于春节的作用，并非颠覆，而是锦上添花。如何让亲情的团聚更加温暖，让祝福的传递更加真诚，才是新媒体需要解决的最大痛点。

## 郑家纯捐3亿元人民币支持网络安全人才培养和奖励

本报电 2月2日上午，全国政协常委、周大福企业有限公司主席、新世界发展有限公司主席郑家纯先生向中国互联网发展基金会网络安全专项基金捐赠仪式在京举行。中央网信办副主任、国家网信办副主任王秀军，教育部副部长林蕙青出席仪式并讲话。郑家纯先生此次捐资3亿元人民币，主要用于奖励网络安全优秀人才、优秀教师、优秀标准、优秀教材，资助网络安全专业优秀学生的学习和生活，支持网络安全人才培养基地等工作。捐赠仪式上，王秀军指出，没有网络安全就没有国家安全，没有网络安全人才就难以保障网络安全。网络的快速发展，迫切要求我们解放思想、创新机制，国家和社会共同投入，加快网络安全人才建设。郑家纯先生的捐款不仅对国家网络安全人才队伍建设乃至整个网络安全工作具有重要意义，也是创新机制利

用社会力量支持国家网络安全建设的一次典型示范。林蕙青指出，网络安全人才培养需要社会各界大力支持、共同推动。郑家纯先生捐资网络安全专项基金，鼓励网络安全人才培养，这是对教育事业的很大支持，也是对相关领域高校师生的很大鼓舞，将有力促进国家网络安全人才队伍的建设和发展。据了解，郑家纯先生一向热心于各类教育和慈善事业，多次捐助希望小学、贫困儿童及大学生、文化教育等公益事业，累计捐款达24亿元人民币。中国互联网发展基金会理事长马利，四川大学、西安电子科技大学、北京邮电大学、上海交通大学、解放军信息工程大学等高校负责人，中央网信办、教育部、国家标准委有关负责同志以及专家代表参加捐赠仪式。（宋鹏）

## 亿赞普与哈萨克斯坦央行合建人民币—坚戈清算系统

本报电 1月28日，大数据公司亿赞普集团与哈萨克斯坦中央银行签署战略合作协议，双方合作在哈萨克斯坦建立坚戈—人民币清算系统。哈萨克斯坦与中国相邻，也是“一带一路”沿线国家重要枢纽，处于欧亚的“中心地带”。亿赞普旗下钱宝将在哈建立银行卡清算网络，除联合当地商业银行发行个人信用卡外，还提供人民币—坚戈清算系统，在双方央行建立的货币互换协议框架内，为双边贸易及中国在哈企业提供坚戈—人民币直接清算。中国企业以往在本地收入的本币依赖美元作为中间货币清算，但过去一年，哈萨克斯坦坚戈对美元大幅贬值，中国企业手中的本币价值大幅缩水，损失惨重。此次重庆钱宝与哈萨克央行合作建设的清算系统将很大程度解决这种风险，中国商人赚的钱能及时兑换成人民币转回国内或进行再投资，意义重大。哈萨克央行相关人士表示，这种合作也有利于维护坚戈稳定。

## 文艺创新需要真正的“互联网+”

徐金琪

2月1日小年夜，央视用一台具有时尚感的网络春晚让电视屏幕进入了“过年”的节奏。这一届网络春晚有很多创新和高科技的应用，其中使用互联网视频云技术打造的“实时欢唱”互动环节是最大的亮点。电视节目在2015年不断加大创新力度，综艺、真人秀作品层出不穷，而央视更是把这种创新意识深入到晚会层面。创新，是当下中国的时代主题，也是文艺创作的内在需求。文艺工作创新的路径何在？在互联网迅猛发展的今天，真正的“互联网+”是文艺创新的路径之一。把文艺与“互联网+”结合不是赶时髦，文艺的“互联网+”不是传播途径的简单扩大，也不是呈现载体的简单改变，而是角度的变化、思想的更新迭代、新技术应用下的思维转变。艺术源于生活，今天的生活已经被移动互联网深刻而又细致地改变，成功的文艺

作品就是要能够准确而又生动地反映互联时代的特性。文艺的“互联网+”实质是贴近最鲜活的生活，只有打上时代的烙印才能是永恒的经典。文艺作品也要借鉴互联网思维打造“魅力人格”，要在文艺作品中看到立体的“人”。一个节目的核心看点是什么？从电视节目来看，绝对不是简单的节目模式，也不会是绚丽的灯光、舞美、服装和道具。能够吸引观众的，是让人记忆深刻的人物、故事和命运。互联网也是如此，但它比电视更贴近观众，所以也提出了一个更明确的概念——“魅力人格”。成功的互联网节目，不但要以人为中心，更要突出人的魅力，比如“罗辑思维”。文艺创新要借鉴互联网的用户思维，从大众传播转入分众传播。目前，很多传统媒体都开始了新媒体转型或多媒体融合的尝试。在这些尝试的过程

中，最大的障碍之一就是从受众思维到用户思维的改变。以往我们文艺创作考虑的是单向传播，以创作者为核心，创作者和受众的地位并不平等；而互联网时代的文艺创作必须以接收者的需求为出发点，用户是一切的基础，创作者与用户之间是平等的分享关系。另外，互联网的用户以兴趣划分成若干族群，这也让文艺创作必然走向分众化。最后，“技术驱动”的互联网理念和“内容为王”融合，才能创作出“互联网+”的文艺作品。现在的互联网已经不是大一统的概念，是分成不同传播终端的互联网，不同终端的不同传播方式决定了内容的差异性。因此，现在说文艺创新，肯定要细化到不同终端的内容上，做针对性创新。技术驱动是互联网的发展理念，只有坚持内容与技术相融合，才能生产出真正的互联网内容。



图为谢萌（右三）率领员工代表在生物多样性保护倡议书上盖章

### 海洋馆渗透互联网基因

“在互联网领域，正佳从2005年开业伊始，就不断探索尝试，包括大数据、跨境电商、移动互联。”日前，全球规模最大的室内空中极地海洋馆——广州正佳极地海洋世界正式开业，启动了未来十年转型的“揭幕大戏”。正佳集团副董事长兼执行董事、“80后”的谢萌从乔治华盛顿大学金融学专业毕业，对于互联网领域的新事物格外敏感。“跨界、想象力”是谢萌用的最多的词语。他告诉记者，正佳极地海洋世界的设计、管理和发展都渗透着互联网的基因。在购物中心盖一座大的海洋馆，这听起来有些不可能。但是，从筹划、调研到实现，不到两年的时间，正佳投入6.8亿元，建造了总建筑面积超5.8万平方米、拥有共500种超3万只极地海洋动物的海洋馆。记者当天在现场看到，展馆内设有22大主题展区，从星梦穿越到深海奇观、从海盜湾到白鲸音乐厅、从5D环幕影院到生态多米诺、从扫描二维码参与互动话题到与“声动”屏幕中的小海豚聊天……展区内不但有大型亚克力单体水族展示缸、长达20米炫彩水母长廊、360度超大广角海底隧道，更有乌克兰水上芭蕾舞团带来的殿堂级美人鱼秀。谢萌说：“正佳极地海洋世界希望通过在城市中心营造出海洋世界，把海洋带到广大市民身边，拉近城市人群与自然生物之间的距离感，提供一个寓教于乐的宣传平台和科普窗口。”“什么能给大家更丰富的想象力？大自然。人和海洋，人和动物，人和自然之间是天然的亲近。广州常年盛夏，能不能创造出一个极地的完全反差性的环境？这会是一个非常震撼的商业体验，这是正佳广场重构商业生态，从Shopping Mall转变为Shopping Park的最关键的一步。”谢萌说。

## 谢萌：“+互联网”带来超级体验

本报记者 徐 蕾

### 跨境电商“迎合”购物需求数字化

“很早的时候，正佳就做了一个专业的商业地产大数据平台——‘方橙’，专注于商业地产B2B服务，通过大数据和互联网方式，使购物中心招商、品牌拓展更高效合理地达成交易匹配。”谢萌告诉记者，现在面临互联网大潮对零售业的席卷，正佳广场正在积极通过“+互联网”进行业态调整。“在国内购物中心，最大的问题是同质化严重。正佳多年来一直在做差异化经营，运用高速、高效的数据网络，在海量的商品信息和用户信息中，挖掘顾客的消费行为，并将此投入到实际的运营和管理中。”谢萌毫不讳言，在电商快速化扩展的时代，零售商业始终备受压力。“过去这一年，跨境电商形势大好，正佳集团决定进军跨境电商领域，并尽快在正佳广场筹建首家跨境电商体验店。”谢萌说，正佳跨境电商将凭借该集团强大的供应链，提供更丰富更优质的进口商品。“正佳做跨境电商最大的优势，首先是传统零售的销售基础，其次是商品更具保障，另外，实体商业中心在供应环节资源更丰富，而且可以利用大仓进货，加快配送速度。”“未来，正佳会加快‘+互联网’的步伐，‘迎合’购物需求数字化，积极进行业态调整，放眼全球，做超级体验的购物中心。”谢萌笑着说。



图为正佳极地海洋世界一景