

## 2026 春节红包大战前瞻

## 15 亿元红包背后的 AI 超级人口卡位战

2026 年央视春晚舞台上,舞美设计将计划通过 30 米数控矩阵屏与地屏联动,配合 AR 技术呈现数千匹虚拟骏马奔腾而出的震撼场景,“科技添翼”的主题表现得淋漓尽致。

而在亿万用户的手机屏幕上,另一场没有硝烟的战争正在上演。大厂们正用真金白银将 AI 助手推向春节这一中国社会最大的流量入口。

腾讯元宝的 10 亿元现金红包将在 2 月 1 日准时上线,百度文心助手的 5 亿元红包活动已于 1 月 26 日启动,火山引擎则通过成为总台春晚独家 AI 云合作伙伴,在技术层面深度参与这场年度盛事。

当烟花散去、红包领完,用户手机里留下的不是一堆即将被遗忘的应用图标,而是能真正融入日常生活和工作流程的智能助手。

■新快报记者 郑志辉

## 三巨头发力,路径各显神通

字节跳动旗下的火山引擎成为 2026 年总台春晚的独家 AI 云合作伙伴,这一消息实际上早在 2025 年 12 月 28 日就已公布。

百度与腾讯则在 1 月 25 日几乎同时发布了春节活动。百度宣布自 1 月 26 日至 3 月 12 日,用户在百度 App 使用文心助手有机会瓜分 5 亿元现金红包,并成为 2026 北京台春晚首席 AI 合作伙伴。

腾讯同一天宣布将在元宝 App 内发放 10 亿元现金红包,次日更由腾讯公司创始人马化腾亲有地亲自发声、高调开启“元宝派”社交 AI 玩法的内测。

这种时间上的安排显示出三家不同的战略节奏:字节跳动最早抢占春晚技术合作制高点;百度选择与地方台春晚深度绑定;腾讯则用高额红包结合社交新玩法后发制人。

今年春节红包活动呈现出明显的差异化特征,三家公司分别选择了技术底座、场景渗透和社交裂变三条不同路径。

字节跳动走的是“技术底座”路线。火山引擎作为总台春晚独家 AI 云合作伙伴,将基于多模态大模型和云计算技术,深度参与到春晚节目、线上互动和视频直播中,旨在向企业和行业客户证明,其 AI 云服务具备支撑国家级应用的技术可靠性和成熟度,以此争夺高速增长 AI 云市场。

而豆包是“互动人口”,它作为面向

C 端用户的 AI 助手,将成为观众参与春晚互动、领取福利的主要交互界面。其玩法据业内推测,很可能超越传统的“点击抢红包”,升级为“对话式”和“创作式”的互动。其目的也再清楚不过:通过春晚这一流量顶峰,最大规模地引导用户接触和使用豆包,目标是将其从“工具”转化为“习惯”,抢占 AI 时代的核心入口。

作为移动互联网时代红包玩法的开创者与深度参与者,腾讯在低调数年后,创始人马化腾于日前的内部员工大会亲自安利“元宝派”AI 社交新玩法,结合元宝针对性的 10 亿元现金红包激励活动,他明确表示,“希望此举能够重现 11 年前的微信红包的时刻”。

据悉,元宝 App 活动设置了万元小马卡、现金红包和分享红包等红包形态,用户每天上元宝 App 都能领现金红包,通过做任务可抽更多红包,并有可能率抽中限量 100 张价值 1 万元的现金小马卡。此外,分享红包支持转发给微信、QQ 好友和社群。这一设计巧妙利用了腾讯的社交生态优势,通过社交关系链的互动促进传播,走的是一条典型的“社交裂变”路径。

元宝派脱胎于腾讯会议里的 AI 探索和尝试,致力于打造能让 AI 与用户群体共同娱乐、协作的“社交空间”,同时腾讯将向元宝用户开放 QQ 音乐、腾讯视频等海量内容,用户可以在元宝建立自己的“派”,实现和好友一起看、

一起听,还可以和元宝实时互动聊天、开启全新的 AI 社交体验。

马化腾对元宝派的社交探索给予了厚望,“我自己也在内测,我们的元宝也会引入一个新的和我们特点结合的社交功能。元宝派未来可能还会再设计一些通信的功能,我们先结合自己的优势,社交通信以及我们的关系链营造一个好的氛围。”

百度选择的是“场景渗透”策略。百度宣布,自 1 月 26 日至 3 月 12 日,用户在百度 App 使用文心助手,有机会瓜分 5 亿元现金红包,最高可获得 1 万元奖励。1 月 27 日至 2 月 21 日期间,百度搜索的小红书账号将于每日 20 时发布线索,开展“看马图猜口令词”活动。用户只需在文心助手内输入猜中的口令词即可开启隐藏红包彩蛋,最高有机会获得 1088 元、888 元、666 元不等的大奖。

除了 5 亿元现金红包,百度推出了近百种春节主题 AI 玩法,几乎覆盖了春节期间的所有传统场景。从 AI 春联创作、AI 写真到 AI 测运势、AI 夸夸,百度试图让 AI 助手渗透到用户春节生活的每一个细节中,成为节日期间的智能伴侣。

此外,记者还从阿里巴巴方面获悉,阿里千问除了已经宣布的赞助 B 站跨年晚会和江苏卫视春节晚会外,春节档的千问 App 的营销也在紧锣密鼓地准备中。

企业所处的竞争阶段和资金储备。

他强调,评估这轮红包成效,不能只看短期 DAU 增长,还需观察中期留存、用户口碑以及长期生态壁垒的构建能力。综合来看,春节红包更像是 AI 应用进入大众视野的一次集体亮相,而非决定胜负的关键一战。

也有 AI 行业投资人直言,对这些互联网巨头而言,10 亿元、5 亿元级别的红包投入,本身并不是核心问题。“这些钱不考虑回报都行,这是一场谁都不能落下的竞争”。

盒马广东火力全开  
广州白云、佛山顺德  
双店齐发

新快报讯 记者郑志辉报道 记者日前从盒马了解到,其将在广东再开两家盒马鲜生门店,分别在广州白云万象汇和佛山顺德中海汇德里。据悉,盒马鲜生白云店选址白云区机场路万象汇,门店周边覆盖 1300 余小区,人口基数庞大并以外来务工人员为主,形成了活跃的消费市场。

记者调研还发现,盒马万象汇店周边 3 公里范围内约有 7 个生鲜平台前置仓,永旺、麦德龙、苏泊等 3 家线下超市,6 个传统菜市场,居民对肉菜和熟食类商品形成了良好的消费习惯和品质认知。

盒马广州万象汇店店长吴伯朝,是盒马来到广州之后的第一个店长,他表示,结合周边以家庭和年轻上班族为主的用户特征,重点打造烘焙、海鲜熟食和工坊快手菜三大品类。考虑到周边 5 公里范围内以传统市场为主,缺乏网红属性,盒马可以充分利用万象汇购物中心的品牌效应,通过线下商品力和购物体验感,吸引更多周边消费者。

同时,盒马在顺德的首家门店落地北滘中海汇德里。作为广州地铁 7 号线美的大道站上盖的 TOD 商业综合体,交通优势为盒马吸引了跨区域消费流量。“广州地铁 7 号线西延顺德段现已开通,广佛两地通勤更加便捷,为商业发展带来了源源不断的人气与商机。”

盒马在东莞的“双核驱动”格局也日益成熟。2025 年 12 月 28 日,盒马在东莞的第二家门店于万象滨海购物村开业。盒马广佛莞中珠区域负责人廖榜鹏表示,三家新店落地,盒马在大湾区已开出超 50 家门店,覆盖广州、深圳、佛山、中山、珠海、东莞等核心城市,形成更加密集的“盒区房”网络。

支付宝集福 2 月 3 日启动  
稀有福卡和主题福卡  
可提前抢

新快报讯 2026 年“支付宝集福啦”活动将于 2 月 3 日正式开始,一直持续至 2 月 16 日除夕夜。即日起至 2 月 2 日晚上 10 时,上支付宝搜“集福啦”或“抢头福”,即可提前选定心仪主题,解锁 3 张主题福卡,其中有机会得 1 张稀有福卡。

据悉,今年共推出 19 套主题福卡,除经典五福外,还有 18 套全新主题福卡上线,涵盖王者荣耀、原神等热门游戏 IP,小马宝莉、赞萌露比、奶龙等卡通潮玩,以及电影《惊蛰无声》、《乡村爱情》等影视 IP,兼顾不同圈层用户喜好。

(郑志辉)

## 专家把脉:烧钱能否烧出 AI 未来?

难得高调的马化腾这次能如愿吗?

工信部信息通信经济专家委员会委员盘和林分析说,从玩法看,元宝采用先预约,然后每天签到完成任务的引流模式,不只是给 AI 大模型吸引用户,更是以腾讯元宝为核心,向腾讯生态的其他应用引流。

在盘和林看来,有了 10 亿元现金助力,今年春节使用腾讯元宝的用户或将大幅度增加。与此同时,由 AI 生成的各类新年祝福、图片、视频等,将刷屏网络,这既是一种新的 AI 普及方式,也将

产生一种新的“AI+”社交模式。

资深电信行业分析师马继华表示,“十年前,微信支付正是通过春晚红包营销方法推广起来的,手机淘宝、支付宝、抖音、百度等都曾利用这一合家欢场景进行互动。这次,AI 个人应用 App 显然都是想‘照葫芦画瓢’再来一次。不过,十年过去了,同样的方法是否还会有效,值得进一步观察。”

艾媒咨询 CEO 张毅认为,腾讯 10 亿元属于“追赶型投入”,而百度 5 亿元更偏向“防御型投资”,其合理性取决于



VCG 供图



更多优质数智资讯  
请关注新快数智视频号及新快网数智频道