

腾讯支付宝对垒 巨头打响红包大战

AI新招和生态打法

腾讯官方预告,将在2月1日上线春节活动,用户上元宝App,可分10亿元现金红包。北京商报记者实测发现,将元宝App更新至最新版本后,打开App已能看到主页的预约卡片,点击后就可以进入春节会场预约页面。

不同于腾讯的AI新招,蚂蚁旗下支付宝的“集福”作为持续11年的固定新年动作,今年更为侧重的仍是生态打法。

1月27日,支付宝官宣2026年“集福啦”活动预热启动,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。为了让用户提前感受新年氛围,即日起至2月2日晚10点,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,其中有可能会得1张稀有福卡。待正式活动启动后,集福接力开启。

相较腾讯和蚂蚁,京东则锚定春运刚需,通过支付场景破局。1月27日,京东相关负责人向北京商报记者透露,在年货节期间,京东支付、白条携手12306带来“十万份车票免单天天抽”活动,还叠加支付立减,用户选择京东支付或京东白条购票,每日还有机会享车票立减,单笔最高可减298元,让不少用户在回家路上就提前感受到年味。

素喜智研高级研究员苏筱芮指出,今年的巨头春节红包营销战各有特色,支付宝携手热门IP,更偏文娱,将“集福卡”这一动作与支付品牌进行长期、深度绑定,在深入用户的同时增加年味趣味性;腾讯则联动元宝,结合官宣10亿元红包的消息看,表明其正在拥抱当下火热的AI趋势;从营销投入方向与链接机构看,三者当中支付宝侧重与多元合作伙伴链接,腾讯侧重于巩固集团内部自营生态。

距离除夕不足一月,巨头间的春节数字红包营销战已提前上线。1月27日,支付宝官宣2026年“集福啦”活动预热启动,而在两天前的1月25日,腾讯官方也发布“春节分10亿元现金”的通知。除此之外,京东也宣布,与12306合作带来“十万份车票免单天天抽”活动……从线上到线下,从福卡到红包,从消费到出行,各巨头的春节营销战全面升级。



从流量争夺向心智占领

年年都有春节营销战,但年年打法都有不同。“集五福活动已进入第11年,这一活动超越了单纯的营销,在技术与体验的不断创新下,联合众多合作伙伴打造了轻量、有趣、充满参与感的数字新年俗互动场景,每年吸引数亿人参与。”支付宝相关负责人告诉北京商报记者,今年依旧会有大家熟悉的环节和惊喜彩蛋,具体细节将于2月2日官宣。

而从10亿元真金白银背后,不难看出腾讯今年的春节战略重心落在了AI身上。除了红包AI新玩法外,腾讯也在尝试社交AI新玩法。据腾讯内部人士透露,元宝即将上线全新玩法,目前已低调开启“元宝派”内测。

苏筱芮认为,今年巨头在红包发放上,腾讯的元宝产品AI属性更为突出,“红包+社交”的营销路线,在过往已被腾讯得到过成功应用,结合当下元宝产品全面介入腾讯集团内容生态的情况看,不排除其期望复现当年微信红包的盛况,同时也反映其

试图借助春节这一社交互动旺季来强化元宝AI的渗透率,助力其“AI社交”路线得到更有效地延展。

从2026年春节红包营销战来看,也能窥出不同平台之间的战略重心差异化,整体趋于生态化与长期主义。正如联储证券研究院副院长沈夏宜提到,围绕春运场景的车票立减、免单等活动,本质上是把营销嵌入到居民春节期间的真实刚需中,而不是创造一个独立的营销场景。这种“生活化红包”既能降低用户参与门槛,也更容易转化为长期使用习

惯,从而提升整体营销的效率和效果。总体来看,今年的红包战正在从“拼规模”转向“拼精细化运营和场景理解”。

考验留存能力

每年的春节营销,实则是一场入口型竞争,而在获取增量之后,竞争焦点如何从“红包力度”转向“价值供给”,是平台的下一步。

联储证券研究院研究员魏争指出,今年红包活动中的AI应用更多体现在后台逻辑和用户体验设计层面,而非简单的技术展示。背后的核心考虑是,在流量红利趋于见顶的背景下,通过技术提升体验和效率,比单纯加大补贴更具可持续性。

“红包战的背后往往伴随着红包发放—到达钱包/账户余额—完成提现/消费的资金链路,因此,各大平台配套的支持技术与支付留存能力将直接影响到红包营销的效果。”苏筱芮说道,在获取增量并留住存量客户的同时,各平台也需要关注营销宣传的合规性,向平台用户清晰、透明地展示活动规则,已设定好的规则不能轻易更改,否则会在消费群体中带来适得其反的效果。

有人说,红包活动具备向金融场景延伸的天然通道,巨头间的营销战是否意味着金融战?实则不然。博通咨询首席分析师王蓬博指出,从当前来看,各平台仍以生态协同为主,未大规模向直接金融转化。例如,腾讯强调Fint业务以安全为先,元宝现阶段聚焦用户习惯培养;支付宝则依托集福形成的长期参与机制,间接支撑其支付、理财等金融服务的渗透。建议保持活动的社交属性与普惠定位,金融转化应基于用户自主意愿,避免模糊风险边界或利用节日情绪进行不当营销。

北京商报记者 刘四红

人社部:将出台应对AI促就业文件

人力资源和社会保障部1月27日举行例行新闻发布会,进一步披露了2026年在高校毕业生群体就业、创业带动就业、就业权益保障等方面的具体部署。人社部还透露,将出台应对人工智能影响促就业文件。专项文件的出台有望通过主动的政策引导,最大限度地挖掘人工智能创造就业的正面效应,让技术进步的红利更多转化为就业提质扩容的动力,实现技术与就业稳定的良性互动。



越来越多“新赛道”被认证

数据显示,2025年,人社部发布无人机群飞行规划师等17个新职业,生成式人工智能系统测试员等42个新工种;颁布73个国家职业标准;全面推行工学一体化技能人才培养模式,累计1000所院校参加,建设101个专业,培训教师3.2万余人次;深入推进产教融合校企合作,累计建设100个技工教育联盟(集团)。

与前两年相比,2025年的新工种明显增加,是近年来数量最多的一年。对此,人社部职业能力建设司相关负责人在接受媒体采访时回应称,这说明前些年认证的新职业比较准确,呈现了良好发展的趋势。同时随着新技术得到更广泛深入地应用,原有职业的内涵更加丰富,职业之下的分工更加细化。例如,在“生成式人工智能系统应用员”职业下增设“生成式人工智能系统测试员”工种,在“动画制作员”职业下增设“生成式人工智能动画制作员”工种。

据了解,人社部认定的新职业将被纳入国家职业分类大典,相关从业者将能够按规定享受国家有关政策待遇。后续,人社部门还将开发制定相应的国家职业标准,

为企业、培训机构等开展职业教育和培训,为人评价提供指导。

新闻发布会上,人社部职业能力建设司副司长翟涛表示,2025年,人社部以“技能照亮前程”培训行动为牵引,开展大规模职业技能提升培训,全面推行“岗位需求+技能培训+技能评价+就业服务”联动模式,增强培训质量和效果。全年开展补贴性培训超过1100万人次,帮助劳动者实现技能就业、技能增收。“2026年,将实施五项培训行动。在去年工作基础上,进一步针对重点群体和重点领域,组织实施青年技能提升、农民工康养服务技能提升、低空经济技能人才培育、新能源汽车技能就业和人工智能技术技能提升等五项培训行动,使培训更好服务于产业发展等。”

政策接续完成系统支撑

此次预告出台应对人工智能影响促就业文件,恰逢人工智能技术从技术研发向产业深度渗透的关键阶段。“人工智能作为新一轮科技革命的核心驱动力,正从多维度重塑就业市场,带来替代与创造并存、转型与升级共生的深刻变化。”经济学家、国研新经济研究院创始院长朱克力对北京商报记者表示。

“人工智能的替代效应本质上是任务替代而非岗位替代。让人工智能技术发展成果更多更公平地惠及全体人民,使人们共享人工智能带来的高质量就业,需要多方协同发力。”一位业内人士告诉北京商报记者,劳动者应积极主动提升就业技能,这是应对人工智能影响的关键举措。人不是被人工智能替代的,而是被善用人工智能的人替代的;政府应加大人工智能教育和培训投资,降低培训参与门槛,尤其要完善终身教育体系,帮助劳动者完成迈向高质量就业的转型升级;此外,企业要主动承担用工责任,在推进人工智能技术应用的同时,做好员工在岗培训与转岗安置,探索更灵活的工作制度,同时积极培育人工智能相关新岗位,释放产业发展的就业潜力。

人社部方面还表示,将制定《新就业形态劳动者基本权益保障办法》,进一步明确新就业形态劳动基准和企业劳动保护责任。对于高校毕业生等青年群体、农民工群体是就业重点群体。发布会上披露,将强化重点群体就业支持,印发高校毕业生等青年就业文件,出台统筹城乡就业体系意见,建立常态化防止返贫致贫就业帮扶机制。启动实施第五轮“三支一扶”计划。

北京商报记者 程毅

新修订药品管理法实施条例公布 儿童药罕见病药迎创新激励

1月27日,新修订的《中华人民共和国药品管理法实施条例》(以下简称《条例》)发布,将于2026年5月15日正式实施。这是自2002年公布施行以来,该条例首次进行全面修订,旨在总结近年来药品监管改革经验,细化药品管理法规定的制度措施,深化药品监管改革。《条例》明确国家支持儿童用药品、罕见病治疗用药品创新和研发,首次引入儿童用药品及罕见病药品市场独占期制度。

《条例》在药品研制和注册制度方面作出系统性完善,为医药创新提供了更为明确的政策支持。针对药品产业创新发展需求,《条例》明确提出支持以临床价值为导向的药品研制和创新,鼓励研究和创制新药,支持新药临床推广和使用。

国家药监局政策法规司司长张琪介绍,现行条例是2002年公布施行,曾有3次对个别条款进行修改,这次修订是条例施行23年来的首次全面修订。

据介绍,与23年前相比,我国药品研制、生产、流通、使用各环节都发生巨大变化,法律法规制度也需要顺应变化,修订完善。

在具体政策设计上,《条例》拓展了药品试验数据保护制度,首次引入了药品市场独占期制度,对符合条件的儿童用药品、罕见病治疗用药品给予市场独占期,同时对含有新型化学成份的药品等实施数据保护。

具体来看,对符合条件的罕见病治疗用药品,药品上市许可持有人承诺保障药品供应的,给予不超过7年的市场独占期。药品上市许可持有人不履行保障药品供应承诺的,市场独占期终止。

对含有新型化学成份的药品以及符合条件的其他药品的上市许可持有人提交的自行取得且未披露的试验数据和其他数据实施保护,任何人不得对该未披露的试验数据和其他数据进行不正当的商业利用。

在业内人士看来,这些措施直接回应了创新药研发周期长、投入高的特点。

在注册审评审批流程方面,《条例》设立

突破性治疗药物程序等药品上市注册加快程序,建立药品再注册程序,规定处方药、非处方药转换机制,优化了药品全生命周期管理。

此外,药品上市许可持有人的责任更加明确。《条例》要求持有人建立健全药品质量保证体系、药物警戒体系,全面评估药品生产过程中的变更对药品质量的影响,定期对药品开展上市后评价,体现了从源头到终端的全程监管思路。

药品网络销售监管迎来重大变化。《条例》首次明确药品网络交易平台“企业主责、平台把关、全程管控”原则,明确和压实药品网络交易平台在互联网药品销售行为中的责任和要求。

国家药监局药品监督管理局司长李江宁表示,《条例》对平台的相关义务进行了进一步细化,要求平台要建立专门的机构,配备专门的人员,建立相应的制度体系,来对入驻商家和发生在平台的药品交易行为进行管理。比如平台要严格地审核商家药品销售的资质,要对在平台销售的药品的有关信息进行认真检查,同时还要留存相关的管理记录。

中药产业链管理从源头得到规范。《条例》首次明确“鼓励实施中药材生产质量管理规范”,从源头规范和提升中药材发展水平。《条例》首次从法规层面明确省级地方政府应结合实际制定规划,鼓励中药材生产质量管理规范的实施。

李江宁介绍,截至目前,我国已有475个中药材种植基地符合了中药材质量管理规范的要求,种植面积超过124万亩,可以提供超过100种中药材,供中药生产企业和中药饮片生产企业使用。

医疗机构药事管理同样得到强化。《条例》支持配制儿童用医疗机构制剂,满足儿童患者用药需求,同时细化了医疗机构制剂管理制度,明确了配制审批流程和调剂使用条件、程序。

北京商报记者 王寅浩 宋雨盈