

# 微信红包折射的互联网思维及其在养猪业上的可能应用

喻正军<sup>1,2</sup>

1.湖南新南方养殖服务有限公司,长沙 410000;2.湖南中岸生物药业有限公司,长沙 410100

**摘要** 2015 年春节,红包是最热门的话题。微信、支付宝等网络运营的品牌战略催生了红包心态,折射出国民众生相,对传统行业来说也是商机,养猪业的人才培养模式、生猪和种猪销售模式、“品牌肉”销售模式及养殖相关物品价值链条均有可能应用互联网思维进行商业运营。

**关键词** 微信红包;互联网思维;养猪业

“你摇到了吗”?这绝对成为 2015 年的年度热词,除夕那天晚上,“微信摇一摇”、“微信红包”、“拼手气红包”、“普通红包”让众人疯狂,你疯狂了么?你为何那么疯狂?这疯狂的背后是什么?作为一个兽医工作者,笔者参与了红包的活动,原因是有必要跟兄弟们互动一下,但互动之后却陷入了沉思。

## 1 红包的由来和含义

至于红包习俗从什么时候开始的,笔者查阅的文献众说纷纭,确切时间无法考证。

一般情况下,春节拜年,长辈将事先准备好的压岁钱分给晚辈,据说压岁钱可以压住邪祟,因为“岁”与“祟”谐音,晚辈得到压岁钱就可平平安安度过 1 岁。压岁钱有 2 种,一种是以彩绳穿线编作龙形,置于床脚,此记载见于《燕京岁时记》(1900 年);另一种是最常见的,由家长用红纸包裹的钱。压岁钱可在晚辈拜年后当众赏给,亦可在除夕夜孩子睡着时,由家长偷偷地放在孩子的枕头下。民间认为分压岁钱给孩子,当恶鬼妖魔或“年”去伤害孩子时,孩子可以用这些钱贿赂它们而化凶为吉。派发红包给未成年的晚辈,是表示把祝愿和好运带给他们。红包主要意义是在红纸,因为它象征好运。因此,在传统意义下,一个人包的红包数量是有限的,仅仅限于接触得比较紧密的晚辈。

## 2 微信团队的数据统计

根据微信团队统计的数据,除夕当天,微信收发信息总量为 143 亿次,朋友圈信息总量为 2.6 亿次,全球摇一摇总次数超过 110 亿次,除夕那天 22:34,那 1 min 春晚摇一摇的峰值是 8.1 亿次,春节期间,全球有 185 个国家在摇,摇一摇的距离可以往返地球至月球 370 万次;春节,微信发出 1.2 亿个红包,共 5 亿元;峰值的时候,每分钟有 55 万个红包被发出,165 万个红包被拆开。

## 3 微信等一批互联网大亨到底想干什么

毫无疑问,微信团队是十分棒的,他们从 2013 年的红包小试到 2014 年春节大放异彩,无论从创意、策划、运营、攻关和公关,还是结果、危机处理和成就上,都十分了得,再次颠覆了互联网行业,估计多项数据可以打破吉尼斯世界记录。

上述结果也好,成就也罢,确是微信想要的,但微信真正想要的,很多人已经想到,是绑定用户的银行卡,据网上流传的一组数据:仅仅 2 d,微信就绑定个人银行卡 2 亿张,干了支付宝 8 年的事!这就是传说中的互联网金融!

这只是微信和支付宝等网络运营高手的目的

收稿日期:2015-04-22

喻正军,男,博士,湖南新南方养殖服务有限公司董事长,湖南中岸生物药业有限公司总经理。

之一,另外,就是“品牌战略”,“微信红包”、“支付宝红包”、“其他小弟红包”背后的品牌运营价值,暂时没人评估,也还没办法评估,但真正的效应正在发酵,有人估算这个春晚囤积的钱,笔者认为,再多也是小钱,因为还没有产生具体的消费,品牌战略应该是放在首位的!

另外,是大数据的初步测试,初步的 PK,除了盈利的目的,大数据的发展,也给造福民生带来希望。微信团队的数据分析,就是准确的大数据,可以用来指导经济趋势和投资方向。

#### 4 “红包心态”

春节的这波效应,笔者起了个名字,姑且叫“红包心态”。网上有关于红包折射出的国民心态的文章,分析及时、内容深刻。笔者也对传统红包、新南方红包、互联网红包折射的心态作一个比较,不全面,但能窥见一斑(表 1)。

笔者的分析可能不全面,但不难看出,互联网红包跟其他红包相比,形式和内容都发生了实质性的变化,互联网红包演化成互联网大亨用中国传统的“红包习俗”来作工具,开发出创新性营销手段,作为受众,产生了或者本身就存在的“红包心态”,这是一种什么样的心态,不妨大胆猜测:游戏?刺激?追求时尚?消磨时光?跟风?无所事事?加强联系?赚钱?应该都有吧!具体比列,不好说。更深层次的考量,可能是时下的浮躁之心和压力甚重造成的。例如,笔者公司的员工在玩“微信红包”的时候,表现出的异常放松和兴奋状态让笔者陷入深深的思考。

其实,喝酒也好、打牌也好、麻将也罢、红包也

行,把握尺度至关重要,春节期间,认清一个概念“谁是最重要的人”,是自己和家人的互动,而不光是自己脑袋的麻痹!

#### 5 危机:红包心态折射的国民众生相

如果“红包心态”折射出国民众生相这个命题正确的话,那时下真正能创造生产力的群体陷入了集体浮躁,来自各个方面的压力让他们无所适从,身体回到了家乡,回到家中,但精神还处于紧张或者亢奋状态,大家需要找东西来麻醉自己的神经。过去,人们大多选择了酒精、扑克和麻将(当然,并不全部都是麻痹,这也是联络感情的方式之一);今年,大多数的人在除夕这天,选择了互联网带有游戏性质的“微信红包”或者叫“互联网红包”。

微信公众号“环球人力资源智库”中《红包折射出的国民众相》这篇文章分析得很好,分析人们拥抱互联网的原因是“对网络环境的逐渐认可、趋利心态、娱乐心态和弥散在网络上的人情味”等,都分析得入木三分。

#### 6 商机:领先半步的领先

微信红包效应,表面上看,是微信团队利用春节人们收发红包的习俗,制作了一款不用太动脑筋、不“大伤筋骨”、简单易行的游戏,实际上是利用了时下人们的游戏或空虚心态,运用互联网技术结合领先半步的思维模式完成的一系列创举。

从时下人们的心态出发,完成一系列的商机,必须具备几个条件:1)传播面足够广,最好能够跟网络搭上关系,可以利用的平台有电视、网站、微信

表 1 各种红包的功能性相关概念描述

类型	红包简介	红包功能	针对对象	发红包人的想法	收红包人的想法	范围	备注
传统红包	见红包的由来和含义	传统、压岁、面子、祝福	长辈、晚辈	作为传统习俗,出于面子,出于祝福,包个红包,祝福晚辈	十分幸福,有长辈关爱,接受祝福,用来买玩具和学习用具	亲属关系特别好的同事	小范围
新南方红包	写文章、总结、经验、感受发微信朋友圈,根据转发量得红包	激励、总结、交流、学习	所有员工、部分客户	激励员工写作,学习和总结,主要推动公司的文化宣传建设	写点总结,比较烦,但写了有红包拿,对自己有点好处,试试	新南方公司的员工,部分紧密客户	较大范围
企业红包	现金、购物卡另一种形式	员工福利	针对员工	企业福利激励大家	有总比没有好	公司内部	小范围
互联网红包	微信红包、支付宝红包等	互动、刺激、炫耀、打发时间	功能手机用户非老人小孩	互联网商家:绑定银行卡、品牌战略、大数据测试大家互发:好玩、刺激、时尚、消磨时光、无顾忌		全球	特大范围
其他红包	红纸包的不等金额的钞票	感谢、求人其他目的	一方有求于另一方	希望事情办成或感谢对方帮忙	心情复杂、难以琢磨	点对点	极小范围

和 qq 等;2)足够简单,可以在简单易行的界面上或者介质上操作完成;3)可以让大家放松心态,加上传统的游戏类节目出现,应该更受欢迎;4)让参与者占点小便宜,并且容易兑现。

互联网大亨应该利用这些心态,尝试在传统文化领域、知识技能教育领域做点事情,在碎片文化盛行的今天,更加应该合理引导大家去学习传统文化和知识技能,让人们的内心逐渐沉静下来,回归本然。但能否在缺失的这些方面带来领先半步的惊喜,笔者还在思索中。

## 7 契机:如何拥抱互联网

华为《用数字赢未来,数字化重构新商业》的行业趋势报告提出,未来的企业,无论从事什么行业,也无论企业的规模大小,首先是一个“高科技企业”,不能充分利用信息技术实现业务升华和改造的企业,在信息时代是没有生存空间的。

不用担心,也不要紧张,互联网思维没那么复杂,也没有那么可怕!但也没有那么简单!笔者跟一些互联网团队的成员交流,他们也陷入了迷茫期,下一步如何发展,广大的互联网从业人员并非全都十分清楚。因此,笔者认为,马云和马化腾现在做的事情,是互联网刚开始的阶段,还有广大的空间和大片的处女地等待我们去开垦。特别是农牧行业,在互联网发展方面,才刚刚起步。

如何拥抱互联网:1)心态上开始重视。认识技术革新带来的行业发展和未来大趋势;2)让互联网参与价值的传递和创造。互联网的追溯系统是价值传递的过程,工业产品的互联网组装已经形成价值创造的部分,农牧行业如何形成价值创造,需要思考;3)积极参与大数据和相关平台的构建。据笔者了解,这些已经在行业中悄无声息地起步;4)用互联网来了解用户思维。互联网之所以取得巨大成功,关键是用户体验,也就是用户真正感受到的东西;5)相关行业形成战略同盟。上下游产业的合作有时候也是信息链的组成部分。

## 8 互联网思维在养猪业上的可能应用

### 8.1 人才培养模式

伴随互联网技术和人工智能等技术的发展,

未来的人才培养模式将发生质的变化。网络在线培训、专人定制的互联网培训、适用的 APP 个性化服务、计算机模拟的场景培训、远程在线的机器人培训等趋势都有可能出现。新的培养模式适用于各种人才,打破了地域等各个方面的限制。为人才培养的快速、便捷和个性化需求提供了技术保障。

### 8.2 生猪和种猪销售模式

传统的生猪和种猪销售模式,都需要客户到猪场,很多时间都浪费在路途上,不利于客户了解和成交,新型的互联网思维将打破这一局限。带有传感器和各种探头的种猪销售系统与互联网思维相结合,将有可能取代传统的种猪销售模式。新模式的出现,有利于提升选择的效率,有利于种猪的营销和推广,更加有利于猪场的生物安全建设,也节约了大量的销售费用,避免了中间的交易黑幕,是个十分有前景的互联网思维应用。

### 8.3 “品牌肉”销售模式

严格意义上来讲,我国的品牌肉销售还存在着严重的误区,真正做得好的,没有多少家,诚信、经济形势和收入水平、品牌意识和消费习惯等多方面的因素决定了这一现象。

能否以“互联网思维”、“游戏心态”来锁定新的客户群体?面对 80 后、90 后的消费者,需要有全新的销售模式,是否可以开发出一款经典游戏,让人们在网络游戏中感受到消费的乐趣,一边玩游戏,一边可以赚取到一定数量的猪肉。而且是真的赚到一定数量的猪肉(邮寄给这些客户),他们的感受不一样,这种用户体验也肯定不同。

### 8.4 养殖相关物品价值链条

未来是一个数据重构商业模式、流量决定未来的时代,未来物品的销售和流通肯定发生质的变化,采用淘宝模式,还是其他销售组合模式,如何借助互联网思维,如何利用追溯系统、物流系统,如何使得价值传递,值得我们探索。

面对一个多变的时代,需要不断学习,持续学习,积极拥抱互联网,让互联网发挥积极正面的作用,是每个从业者该思考的问题。明天会发生什么样的转变,谁也不能确定,只有持续学习,方能跟上时代发展的步伐。