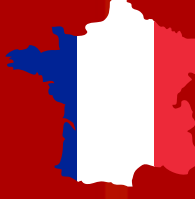
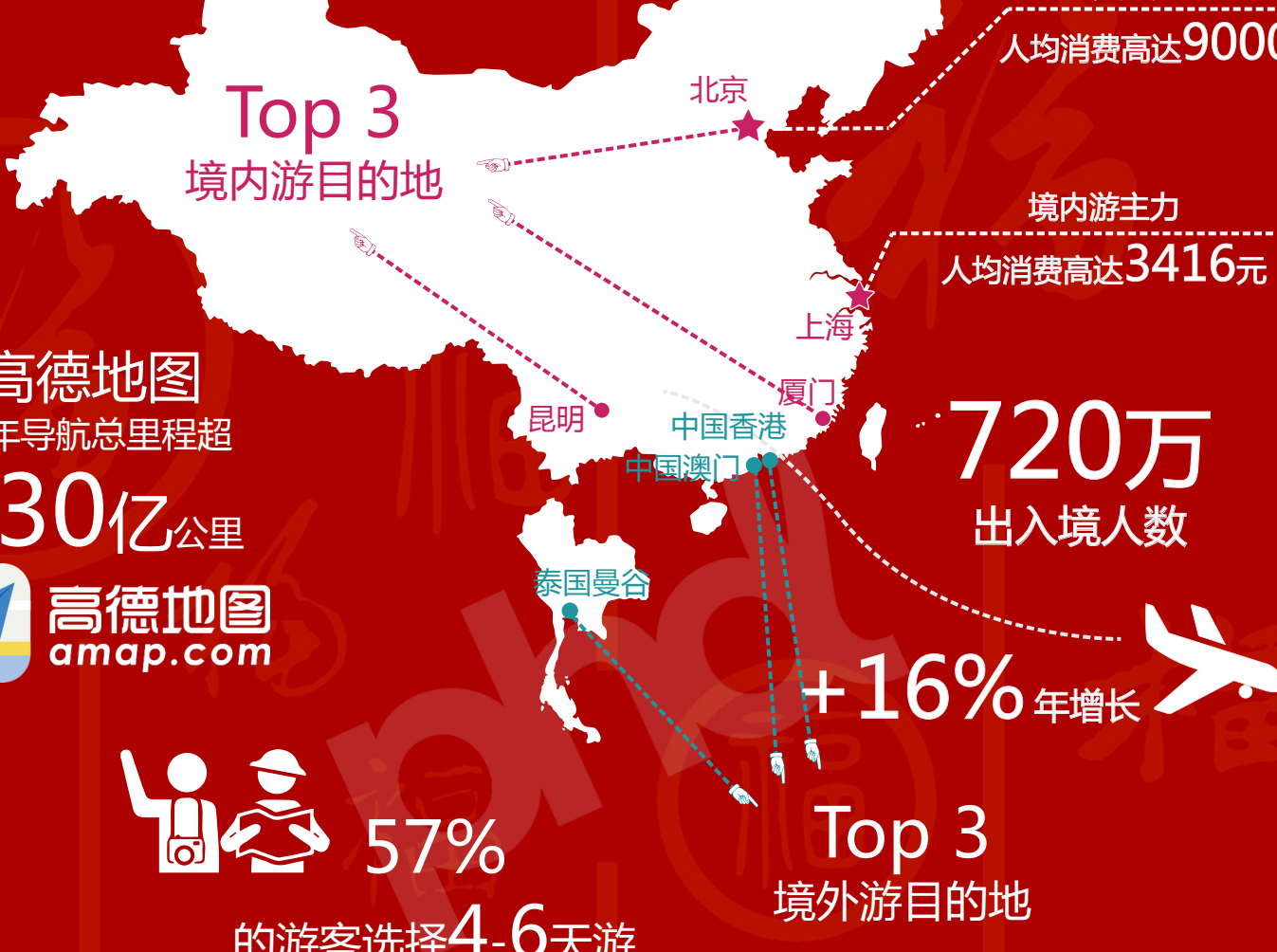


2019 春节

春节在中国农历里标志着新一年的开端。不只在中国，在新加坡，韩国，泰国，日本，越南和其他拥有大量华裔群体的国家也会庆祝春节的到来，其中包括了马来西亚，印度尼西亚，菲律宾和澳大利亚。2019年是猪年。

出行

4 亿
中国人口在春节期间出行



法国成为第一个
跻身微信支付前十大市场中的欧洲国家



微信支付

媒体

央视春晚

5小时

30%
收视率

全国春晚收视率前三的省

45.84% 41.36% 41.01%



拼多多共购买了
77.5秒
春晚时段广告
位居榜首

春晚广告主所属行业
前三名



11.7亿
用户观看



36%

数字媒体平台

32%

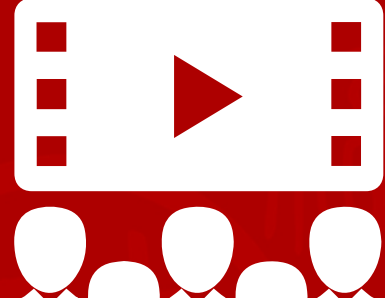
快消

9%

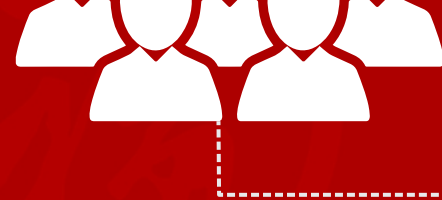
消费电子

9%

交通运输



票房累计将突破51亿



预计将有
8500万人次
观看郭帆导演的流浪地球



Baidu 百度

百度发放的
十亿红包
在其20个app中产生了
208亿互动量。



Alipay

2.8亿用户
完成了阿里巴巴集五福活动

仅有810万
成功收集了十张百度好运卡

购物，娱乐和送礼



春节期间全国消费
突破万亿大关
达到1.005万亿
8.5% 年增长



线上消费
40% 年增长

JD.COM 京东

京东春节期间
交易额年增长
42.72%

每日
优鲜

智利车厘子销量
在每日优鲜上
年增长32倍



采买年货人群中
80后
年增长
270%

90后
年增长
350%

8.23亿
微信用户使用了虚拟红包，
年增长7.2%



节前植发人群中
有57%
是90后

京东销售额排名前五品类



最受欢迎的休闲娱乐项目

30岁以下

30岁以上



接受和发出最多微信红包的3个城市是



北京



成都



重庆



品牌营销活动



一个桶



科技巨头苹果联袂导演贾樟柯在春节前夕制作了一部短片，全程使用iPhone XS拍摄。故事讲述了一个在城市打工的男孩回村过年的经历。回城时，男孩母亲用一个白色塑料桶装满了家乡特产，要男孩带回去。这表面看来是一份沉重的行囊，但却隐喻了跨越距离且脆弱但并未被破坏的亲情。



啥是佩奇？



张大鹏执导的小短片《啥是佩奇》讲述了一个农村老大爷的孙子想要一个神秘的佩奇作为新年礼物，老爷子经过多方打听，最终自己为孙子做出了一个独一无二的佩奇的故事。作为贺岁片《小猪佩奇过大年》的先导片，《啥是佩奇》由阿里影业制作并在线票务平台淘票票上发布。在发布的一天之内就到达了3100万的观看量。



欢逗彩虹



彩虹糖巧妙利用对年轻人来说最不舒服的春节时刻，编导了一出轻松有趣又有些出人意料之外的故事，新生代明星王一博主演。故事中男孩正在被三姑六姨盘问隐私问题，突然，男孩选择以说唱的形式——反击。令人没想到的是，男孩的叔叔也用说唱回应。通过这一来一往，叔侄间发现了彼此更多的相同点而非不同点。以此鼓励年轻人要勇于沟通，表达自我。



春节啤酒



百威英博联合阿里巴巴和拳击猫为中国消费者研发了一款新产品。通过阿里巴巴大数据研究显示，许多消费者对橘子和巧克力的混合口味很感兴趣。因此百威英博在春节前生产并上市了相应口味的啤酒。