



## 赴俄机票价格跳水 法国、克罗地亚变网红 后世界杯 旅游市场行情升温

本报讯(记者 谢舒奕)世界杯结束了,从激烈赛场上衍生出来的旅游热度才刚刚升温。记者获悉,眼下前往赴俄罗斯的机票价格出现跳水,法国、克罗地亚等则成为短期热度攀升最快的网红旅游地,搜索量、机票价格均出现暴增。

“世界杯期间从莫斯科到索契的价格一度上涨至平日的11倍,如今赛事一结束,就连赴俄机票价格也出现了断崖式下跌。”据资深旅友张波介绍,此前,开幕式次日葡萄牙对西班牙小组赛在索契举行,6月15日当天从莫斯科直飞索契航线的经济舱含税价格一度飆至4000元以上,是平常的11倍,这让不少从莫斯科转机的球迷咬着牙花商务舱的钱坐经济舱。而眼下,记者在去哪儿网上搜索“8月18日起飞、8月26日返回”的上海往返莫斯科的直飞含税机票,低至4401元。

随着法国队夺冠,“市民对法国旅游的兴趣度、咨询度明显提升,相关旅游机构也纷纷就产品设计方面作出更多考虑。”宁波旅游协会旅行社分会人士告诉记者,2018年是“中欧旅游年”,作为欧洲传统旅游胜地的法国,在此契机下,更是吸引了众多游客的目光。自上海出发的“法国+瑞士12日游”“法国+香波堡+南针峰+勃垦第酒庄12日游”“法国+意大利阿玛菲海岸全览+庄园酒店12日游”等线路都卖得不错。

相比之下,克罗地亚迎来的则是“意外之喜”,球队击败英格兰进入决赛后,“通过去哪儿平台搜索国内前往克罗地亚首都萨格勒布的搜索量暴增至前一天的2倍。”网站有关负责人表示。相关数据显示,今年暑期境外目的地热度提升最高的排行榜中,克罗地亚排名第二。记者搜索发现,昨晚决赛结束后,克罗地亚方向机票价格已经水涨船高。“8月4日起飞、8月12日返回”的北京往返克罗地亚首都萨格勒布的中转航线,含税最低价格攀升至9500元左右,是上一周搜索价格的近2倍。

此外,来自马蜂窝旅游大数据显示,沙特阿拉伯、乌拉圭、冰岛、巴拿马在世界杯亮相后,旅游关注度涨幅均超过300%,哥伦比亚和墨西哥的涨幅也达到了273%和95%。

## 华帝兑现“法国队夺冠退全款”承诺 宁波经销商 备好百万元现金

北京时间昨晚法国队捧起大力神杯,这也意味着,华帝厨电“法国队夺冠退全款”套餐就要兑现了,而为了营销放出此大招的华帝,是否已经做好了掏钱准备?

### 华帝兑现“夺冠退全款”

今年5月30日,法国足球队官方合作伙伴华帝承诺,凡6月购买“夺冠套餐”的消费者,都可享受“法国队夺冠,华帝退全款”的福利。

昨天,在法国队夺冠的同时,记者注意到,华帝已经率先在天猫、苏宁易购、京东等线上平台兑现退款承诺,同时发出退款流程公示:“符合条件的顾客,10个工作日内完成退全款(返平台购物卡)。”

根据华帝天猫旗舰店、苏宁易购旗舰店的流程公示,在指定的订单付款和发票开具时间内,购买了烟灶套装i11089+i10046B和i11090+i10042B、热水器i12033-16、洗碗机XWMJ-40GB03V这四款指定产品的消费者,即可“退全款”。华帝的平台系统将根据审核结果,从7月20日开始,陆续将参与“退全款”的发票金额,通过平台购物卡的形式充值到顾客购买“夺冠套餐”的账户中。

据悉,在此次世界杯营销活动期间,“夺冠退全款”指定产品的销售额预计约为7900万元。

### 宁波经销商备好百万元现金

华帝这场全民关注的营销活动,宁波市场的表现和兑现情况如何?昨日,记者了解到,宁波共有110个华帝门店(专柜)参与此次活动,宁波大区经销商已经准备好了近百万元现金退款。

华帝宁波(舟山)大区负责人齐献策告诉记者,宁波线下门店共有2款产品参与该项活动,售价均为4999元,分别为651AE+866B1和660AE+866B1烟灶套装。在6月1日~7月3日促销期间,宁波地区110个华帝门店(专柜)销售出近280套,共计销售额近百万元。

“接下来一周时间,我们会陆续通知符合条件的客户。消费者只需提供协议、发票、身份证复印件,就能退发票金额全款。我们已经准备好了近百万元现金退款,预计会在7月24日左右全部完成退款。”齐献策告诉记者。

据了解,此次独树一帜的营销活动,的确为华帝带旺了人气,对于6、7月份的厨电销售淡季而言,销量拉动提升明显,据悉今年6月宁波地区销售额同比增幅近600%。“这样的销售成绩在往年是不可想象的。”

### 即使退全款,华帝也不亏

全额退款额达到7900万元,不少“吃瓜群众”担心,华帝会不会“亏大了”?

据介绍,此次营销活动线上直营的免单由华帝品牌方承担,线下主要由120家一级经销商承担,品牌方会给予经销商其他补贴。

“返还的费用尽管不菲,不过都在我们的风险控制与年度营销预算内,不会对公司业绩产生影响。”齐献策表示,“夺冠套餐”的产品选择有限,这些产品在宁波市场的销售占比只有27%,活动成本在可控范围内。

从销售情况看,7月4日华帝股份发布公告称,此次活动期间线上线下零售额共计10亿元以上,其中线下渠道7亿元以上,同比增长20%左右,线上渠道3亿元以上,同比增长30%以上。据华帝财报显示,2017年华帝营收为57.3亿元,也就是说,此次世界杯营销的销量占2017年全年的17.4%。

从损失情况看,华帝方面表示销售商和公司总部承担的成本只是指定产品的生产成本和部分促销费用,而非终端零售额。数据显示,需要退款的7900万元,其成本仅占华帝股份2017年16亿元销售费用的约1.8%。 记者 史妮超

### ■ 相关新闻

## 宁波也有企业推“夺冠免单”营销

本报讯(首席记者 孙美星)世界杯开赛以来,华帝、美菱、万和等家电企业先后推出“夺冠免单”营销,吸引了不少消费者关注。宁波家电企业也不甘落后。

上周,位于慈溪的宁波祈福电器有限公司宣布推出“法国队夺冠,祈福退全款”活动。在规定时间内在其官方商城内购买“夺冠产品”,如果最终法国队夺取本届世界杯冠军,参与活动的用户可凭有效购买凭证申请全额退款。退款的对象限活动结束后售出的前20台,相关“夺冠产品”是一台速热饮水机,售价为598元一台。

实际上,从世界杯开赛以后,祈福电器就推出了一系列与相关的营销活动,刚开始的活动是梅西、C罗和内马尔这几个球星只要进球就送礼品。不过因为这几位大牌所在的球队早早出局,这项活动没有持续太久时间。

“这次推出的‘法国队夺冠退全款’活动,算是蹭最后一波世界杯热点。”公司总经理方曙光说,最后法国队夺冠,公司也于7月16日一早启动了退款流程,为20位顾客退回了购买相关产品的费用。

对于此次营销的效果,方曙光觉得挺满意。“通过这种互动对赌的营销方式,企业投入不大,一方面增加趣味参与性,另一方面确实有一定的消费拉动力。”他说,借世界杯营销收获不少,企业积累了相关营销经验,也增加了品牌影响力。不过蹭热点营销虽然短期能带来一定的关注度,从长远来看,好的产品还是营销的根本。