

法国夺冠退款7900万,世界杯营销期间股价跌幅超两成

华帝要赔哭? 其实偷笑还来不及

四年一次的世界杯,企业和品牌都铆足了劲想要蹭一下这个大热点。而今年,厨电品牌华帝“法国队夺冠,全额退款”的营销方案吸足了眼球。就在决赛结束前,法国队大局已定的情况下,华帝发布了退款流程,再度引发朋友圈刷屏。根据华帝方面披露的数据,“夺冠退全款”涉及的金额预计为7900万元。不少网友戏称,这回华帝要“赔哭了”。不过,买的没有卖的精,通过这次营销,在国内厨电行业还处于二线阵营的华帝,知名度大幅提升,并且这段时间线上线下的销售额预计超过10亿元,即使刨去赔出的7900万,还大有赚头。

现代快报/ZAKER南京记者 王静



制图 李荣荣

赔了 要赔7900万 网友都替华帝肉疼

世界杯还没开打,蹭热点的公司已经摩拳擦掌。5月30日,国内厨电品牌华帝发布了一则营销方案:“若法国队在2018年俄罗斯世界杯中夺冠,则对6月1日0时至2018年7月3日22时期间购买华帝指定产品并参与‘夺冠退全款’活动的消费者全额退款。”

这个热点蹭得高明,也引得各家纷纷效仿,比如美菱和万和也推出了类似的方案。其中,美菱选了比利时,万和选了阿根廷。

进入淘汰赛后,法国一举拿下阿根廷,拿到八强席位。不少网友调侃:“梅西终于不慌了,华帝要慌了。”到了7月16日凌晨,法国队终于捧起大力神杯,华帝也兑现承诺,发布了退款流程。

据华帝披露,“夺冠退全款”分为线下和线上两部分,其中线下零售终端退款金额预计约为5000万元,由经销商承担,线上退款金额约为2900万元,由华帝公司总部承担。7900万全退,网友纷纷表示,替华帝肉疼。

不仅如此,宣布营销方案后,从6月1日起到7月16日收盘,整个世界杯营销期间,华帝股份的股价跌幅超过21%,市值缩水超36亿元。

如此一算,华帝岂不是赔大了?

赚了!
!

总销售额超10亿,退款只是小菜

要真是替华帝担这个心,就太天真了。表面上看,7900万元的退款并不少,但看了华帝的销售数据,你就知道这钱花得值了。7月5日,华帝股份发布公告,活动期间,线下渠道总零售额预计约为7亿元以上,同比增长20%左右;线上渠道预计约为3亿元以上,同比增长30%以上。

年报显示,华帝股份去年毛利率在45%左右,按照世界杯营销期间10

亿元销售额粗略计算,这部分销售额的毛利达到了4.5亿元,覆盖这波退款成本绰绰有余。

并且,7900万元的退款是以零售价计算的,实际成本还远远不到7900万元。

如果仅仅是销售提增带来利润的增长,你真的太小看华帝了。世界杯期间,家电行业里的空调、电扇、冰箱和电视会迎来一波销售的小高峰。而厨

电在夏季并不是销售旺季。华帝、万和选择在此之间用借势营销的方式拉动销售之外,还能起到去库存的作用。

现代快报记者也注意到,华帝这次的“夺冠退全款”不少是套餐的模式,除了销量比较好的吸油烟机和灶具,购买套餐还要搭售热水器。有网友就在华帝的官微下留言:“华帝下了一盘好棋啊,增加了现金流,还完美清了一波库存。”

眼球赚大了,这样的营销性价比高

最让大家津津乐道的还是要数华帝这波营销的超高性价比。世界杯期间,最高级别的营销就是花重金成为世界杯的赞助商。今年,万达、海信、蒙牛、VIVO、雅迪、帝牌、指点艺境共7家企业成为世界杯赞助商,据悉,7家中国企业的广告赞助费高达8.35亿美元,折合人民币约55亿元,平均每家要花近8亿元。

最郁闷的是,钱花出去了,效果并不一定好,很多人可能根本就没注

意到。而华帝呢,3月份宣布,成为法国队的官方赞助商,用擦边球的方式,顺理成章地做起了借势营销。就算你不关心世界杯,也多少在朋友圈、电梯等地方看到或听说到了法国队夺冠,华帝退全款。

通过这波营销,华帝的知名度一下子就提高了,最终退款更是树立了“说到做到,讲诚信”的形象。华帝的官方微博下,不少网友对华帝及时发布退款流程的行为大为称赞。

这在资本市场上也得到了体现。7月16日,华帝股份最高涨幅超过了7%,尽管下午有所回落,但截至收盘,仍报15.18元,涨幅3.97%。一天时间,华帝股份的市值就拉升了超过5亿元。有分析师告诉现代快报记者,华帝之前股价下跌跟大盘走势不好有很大的关系,再加上7月初的时候,华帝因为华北经销商失联的消息一度跌停。他认为,在营销上的这波操作,短期内不排除给华帝的股价带来一波上涨。

因应贸易新形势,推动开放新格局 ——南京地区跨境人民币政策宣传交流会成功举办



为应对当前国际贸易投资新形势,推动跨境人民币业务发展,促进市场主体树立正确的汇率风险管理理念,更好地服务实体经济,江苏地区银行外汇业务和跨境人民币业务自律机制、人民银行南京分行、江苏省银行业协会,于7月10日在南京联合举办跨境人民币政策宣传交流会。

本次交流会由中国银行江苏省分行贸易金融部吴骏总经理主持,人民银行南京分行货币信贷管理处处长戴俊、副处长严仕锋、调研员蒋文,南京市商务局外贸处处长杨润琴、江苏地区自律机制秘书长中国银行江苏省分行副行长徐效强、江苏省银行业协会副秘书长张辉、中银香港高级经济研究员应坚,以及40家自律机制成员银行与南京地区对外贸易投资规模较大的前100家外向型企业代表参会。

中国银行江苏省分行副行长徐效强代表江苏地区自律机制秘书长单位及本次活动的主要承办方发表致辞,他回顾了跨境人民币业务的发展历程,指出江苏地区自2010年开展跨境人民币业务以来,各金融机构在人民银行南京分行、江苏省银行业协会的悉心指导下,充分把握政

策机遇,着力开展跨境产品创新、提升跨境金融服务能力、完善跨境金融支持体系,全力支持省内企业在全球范围内获取资源、开拓市场,促进产能合作及转型升级,跨境人民币业务实现较快发展。

人民银行南京分行货币信贷管理处处长戴俊用“速度惊人”一词概括了跨境人民币业务的发展态势,他指出在江苏地区跨境人民币业务推动取得显著成就的同时,全省跨境人民币收付金额占跨境收支总量、跨境人民币货物贸易收付占海关进出口总额、办理跨境人民币业务的企业占所有国际收支业务企业的三个占比仍有较大的提升空间。下阶段,人民银行将需进一步推进贸易投资便利化,支持市场主体依法合规、可持续地开展跨境人民币业务。

人民银行南京分行货币信贷管理处副处长严仕锋结合贸易领域新形势进行跨境人民币业务培训,就跨境人民币业务的发展与现状、最新政策、主要优势与典型案例进行了精彩的讲解,重点阐述了跨境人民币结算之于企业的七大优势:一是规避汇率风险有力手段;二是节省汇兑、锁汇等财务成本;三是获得政策上的便利;四是减少汇兑环节,加快资金周转;五是财务核算清晰,便利运营管理;六是有助于企业应对外部风险;七是有利于我国外向型企业的长远发展。

苏美达集团、博西集团分别作为中、外资企业代表就跨境人民币业务在企业实际经营中的运用进行了经验分享。中银香港高级经济研究员应坚就国际货币新体系、跨境资金流动与人民币汇率、香港离岸人民币市场的发展、

风险对冲及财资产品等展开专业解读,他还结合全球新兴经济体持续走弱、美国贸易保护主义抬头、重要经济体间贸易摩擦升温的严峻形势,深入探讨了离岸人民币市场等热点问题。

本次跨境人民币政策宣传交流会因应贸易新形势,深入解读了跨境人民币新政策、新挑战、新机遇,不仅是交流会、培训会,更是动员会、推进会。新形势下,江苏地区银行外汇业务和跨境人民币业务自律机制将在中国人民银行南京分行、商务主管部门的关心指导下,紧随国家发展战略,积极把握政策走向,切实贯彻新发展理念,探索理念模式新突破,实现跨境业务新发展,以高效服务江苏实体经济、促进贸易投资便利化,助推江苏开放型经济行稳致远。

通讯员 刘逸钦