

车企重金押注世界杯 到底看中了啥?



车企征战世界杯:大众包揽7支球队,中国车企也赞助了1支

世界杯赞助体系分为三个层级:国际足联合作伙伴(FIFA Partners)、世界杯赞助商(FIFA World Cup Sponsors)、区域支持者(FIFA Regional Supporters),分别对应顶级、二级和三级赞助权益,层级越高,费用越高,权益越高。

官方信息显示,本届世界杯的FIFA Partners共有7家,其中,现代汽车是唯一的汽车厂商。据此前媒体报道,世界杯合作伙伴的费用每年约1.5亿美元。

此外,上汽名爵(MG)赞助了韩国队和克罗地亚队。现代汽车还为全体球员、贵宾、赛事官员和媒体记者提供446辆乘用车和休闲车(RV)、170辆商务车,共计616辆官方用车。

值得一提的是,这些车型都是新能源车型,主要包括纯电动汽车 IONIQ(艾尼

氪)5、捷尼赛思GV70 纯电版、Santa Fe混合动力汽车(胜达混动版)和氢能电动巴士 Elec City等,这也是世界杯官方用车首次投入环保车型。

此外,大众汽车是赞助入围本届世界杯球队数量最多的车企,赞助的球队共有7支,不仅有一届世界杯的冠军法国队,还有荷兰、德国、乌拉圭、瑞士、美国、澳大利亚队。据统计,这种广撒网式的赞助,让大众系球队夺冠的概率提升至21.7%。

另外,上汽名爵(MG)赞助了威尔士队。备受关注的是,MG是百年英国运动汽车品牌,2005年被南京汽车集团有限公司收购,2007年收归上汽集团,在英国有广泛的影响力。据悉,MG曾赞助威尔士队,并于2019年正式成为威尔士队的官方合作伙伴。

成为FIFA官方赞助商。

随后,现代汽车收获满满。数据显示,2002年韩日世界杯举办后,其在美国市场的销量便大涨40%,品牌认知度从32%一举跃升至67%。巨额赞助费的确为现代汽车带来了品牌知名度与销量的提升。

另外,世界杯对汽车品牌商的传播赋能是在相当长的一段时间逐步释放的,其原因在于汽车是高单价重决策消费品,不像耐克、阿迪达斯等品牌的产品具有冲动消费的属性,广告效果能够迅速反映到销量上。

为啥青睐世界杯? 吸引中年人和年轻人,提升品牌知名度和销量

那么,车企为啥如此青睐世界杯呢? 对此,有业内人士分析称,世界杯对一家布局全球市场的车企有着极高的营销价值,向世界杯借势后,可以提升品牌在全球范围的影响力,从而促进其市场份额和营收的提高。

北京特亿阳光新能源总裁祁海坤分析指出,车企赞助世界杯和热门体育赛事,是多年来惯用的营销手段。体育赛事受众群体广阔,尤其是世界杯等全球级别的赛事,不仅是球迷,哪怕不懂球的观众也会被氛围带动,车企赞助有助于提升品

观点/ 不能迷信世界杯效果 切不可本末倒置

“赞助世界杯是借势用力,可以提高企业在全世界范围的品牌影响力,但千万不可把巨额赞助简单地看成是全球营销和市场炒作的噱头。”经济学家、中国商业经济学会副会长宋向清认为,海外市场具有国别、族群、制度、生活习惯和文化等多方面的复杂性,对于品牌国际辨

识度不高的中国企业来讲一定要先把产品做好、把服务做好、把渠道做好、把平台做好,夯实基础是第一,借力全球顶级赛事是在做好基本功前提下的顺势而为,决不可本末倒置。

另外,还有业内人士向红星资本局指出,“车企赞助世界杯看重的是全球影响

力,营销效果仍然要落到车企的硬实力上,中国车企不能迷信世界杯的效果。目前绝大部分中国车企还是以国内市场为主,因此最多选择成为区域赞助商就够了,自己搞活动蹭热度不失为好选择。”

成都商报-红星新闻记者 吴丹若 综合每日经济新闻、潇湘晨报、国际金融报等



根据国家有关部门的最新规定,本手记不涉及任何操作建议,入市风险自担。



躁动!市场变盘在即

昨天招商证券在召开策略会,大盘略微翻红,另外两大指数探底回升,有一种招商证券策略会“魔咒”不攻自破的感觉。不过,盘面因为中字头大涨的影响,指数是有所失真的,沪深两市涨跌幅中位数为下跌0.72%。

中小盘股杀跌相对较猛,尤其是医药股,连续两日大跌。虽然达哥也提前预判到了,但没躲开杀跌的人,这两天的回撤可能比较大。由于这个方向之前资金介入比较深,短期回调后大概率是会有修复的,对于医药大涨的细分方向,达哥目前的观点就是他们在构筑震荡的过程中,接下来震荡的区间会逐渐清晰。

昨天中字头继续领涨,看了下涨幅榜,50多只涨停的个股中,有十几家都是中字头,给人的感觉就是只要公司的简称里面有个“中”字就能涨。前晚,各卖方建筑团队都在猛推大基建。

其实昨天不少公司和大基建没有关系,目前达哥看到中字头概念里的中军应该是中国交建。由于板块拉升迅速,没有先手的最好就不要去追,可以等分化以后去寻找回调的机会。相比较来说,达哥更看好中字头概念对于某些板块的带动,比如基建、金融等,倘若只是拉中字头,效果可能并没有那么好。

新能源赛道回暖,光伏板块活跃,成为午后市场反弹的重要力量。国家能源局22日发布的数据显示,截至10月底,太阳能发电装机容量约3.6亿千瓦,同比增长29.2%。光伏板块指数今天中阳反包,量能有所放大,短线有企稳迹象,但不能就此断言其能够带动一波行情,短期起码得有两天的持续性才行,不然就还是震荡格局。

中证1000指数中,有不少个股都和新能源赛道相关。从前天中午开始,中证1000指数

就是45度一路往下的走势,一般来说,维持这种斜率的时间都不会太长,容易出现反弹的走势。所以对于昨天的反弹,达哥并不意外,今天或还能持续,但防守位就是昨天的低点。

短线情绪方面,随着午后市场的探底回升,市场出现了两只地板的个股——云中马和声讯股份,这对于情绪回暖来说显然是好事。不过昨天跌停个股或跌幅超10%的个股接近30只,今天着重关注这两只地板个股的延续性,同时关注其对于所在板块的带动效应。倘若赚钱效应还能持续,那么大概率会带动整个市场情绪面的回暖。

综合昨天市场的整体情况,达哥觉得主要有以下几点需要注意:

首先,市场短期大概率面临变盘。从上证指数30分钟K线图来看,多根K线连续重叠在一起,构成了一个比较窄幅的震荡区间;从更小规模15分钟级别来说,这几天也是一个上有压力、下有支撑的震荡结构,大级别套小级别都在震荡,就是一种非常典型的震荡结构,大概率快到变盘的时间点了。

其次,从各个板块的表现来看,有一种非常躁动的迹象,比如医药、中字头、光伏等,涨跌的速度非常快,尤其是创业板,盘中受板块的影响更是急上急下的。这些都说明市场已经处于要变盘的节奏,要提前做好应对策略。

再次,要控制好心态。市场急上急下的节奏,很容易让大家心理失衡,面对这种盘面,调整好心态是关键,然后再去找自己觉得把握高的交易。对于那些可做可不做的交易,完全可以不做,只做那种有信心的交易。回避高位品种,盘中如遇调整到支撑位的个股,可适当低吸,仓位要留有余地,整体持股轮动待涨为主。(张道达)

国家烟草专卖局: 每人每次异地携带电子烟烟弹不超90个 专家称,利于打击非法交易

红星资本局11月23日消息,国家烟草专卖局发布通告称,对每人每次异地携带电子烟产品、雾化物、电子烟烟碱等限量寄递的通告:一、寄递电子烟产品每件限量为烟具2个;电子烟烟弹(液态雾化物)或烟弹与烟具组合销售的产品(包括一次性电子烟等)6个,合计烟液容量不超过12ml。二、寄递烟液等雾化物及电子烟烟碱每件限量为12ml。三、上述产品每人每天限寄一件,不准多件寄递。

此外,国家烟草专卖局还提到,跨境限量寄递也参照上述规定执行。11月23日,电子烟行业专家陈中表示,此举有利于打击非法交易。电子烟的快递将受到严格限制,而且仅限于快递国际电子烟,非法电子烟不允许流通,更不允许快递。后续各家快递公司严格执行将是关键。

成都商报-红星新闻记者 强亚铄

莲花清瘟“断货”后出现涨价 有药店售价涨超50%

11月23日消息,红星资本局注意到,莲花清瘟在经历“缺货”风波后出现了涨价。

红星资本局在美团上搜索“莲花清瘟”发现,部分药店对莲花清瘟胶囊均有不同程度提价。其中,0.35g×48粒/盒规格的莲花清瘟胶囊涨价幅度明显,有位于吉林的药店工作人员告诉红星资本局,上述规格的莲花清瘟胶囊在此轮涨价之前的售价为30元/盒,在本月中旬“缺货”风波后涨至35元/盒。红星资本局注意到,有位于广东省河源市的药店,目前0.35g×48粒/盒规格的莲花清瘟胶囊售价为46元/盒。若以以往约30元/盒的普遍售价计算,已提价超50%。

对于涨价的原因,有药店工作人员告诉红星资本局,“莲花清瘟最近是涨价了,近期买的人特别多,厂家那边定

价涨了,货也订不到,那肯定在价格上有所调整。”也有药店的员工告诉红星资本局,“进货价格贵了。”

对此,红星资本局向莲花清瘟生产商以岭药业(002603.SZ)发去采访提纲,截至发稿未有回复。根据此前报道,石家庄部分药店所售的莲花清瘟颗粒及胶囊都出现了断货情况。此后,因莲花清瘟出现缺口,为加大马力生产,以岭药业急招大量短期工,用于中药挑选、药盒包装等。

值得注意的是,以岭药业曾对外表示,公司近两年一直在做产能提升工作,生产基本上是跟着销售进行安排,尽全力保市场供应,且未来莲花清瘟没有涨价计划。

成都商报-红星新闻记者 邓凌璐

“发疯文学”带动“疯狂销量”? 汪小菲的麻六记两天销售超500万元 争议中收获不小但仍有竞争

在网传“大S(徐熙媛)起诉汪小菲拖欠生活费”后,11月21日,一天时间内,汪小菲连发20余条微博,提及人数不下5位,其微博内容被网友称为“发疯文学”。

随后,汪小菲母亲张兰在直播间爆料,看戏的网友从社交平台涌入张兰直播间、麻六记直播间,“疯狂”购物,直接让麻六记直播间的场均销量和销售额翻十倍。11月21日至22日两天时间,麻六记酸辣粉更是卖上了500万元,日环比涨超300%。

微博和直播间爆料 带动酸辣粉销量“疯涨”

对于网传的“大S(徐熙媛)起诉汪小菲拖欠生活费”,汪小菲和其母亲张兰分别通过微博和直播间给予回应。有意思的是,张兰在直播间时,手里同时展示着麻六记的商品,从酸辣粉到萝卜干再到花椒鸡,一应俱全。时不时还有工作人员的画外音:“4600单没有了!”

红星资本局注意到,在汪小菲母亲和大S家庭唇枪舌战时,麻六记直播

间的热度与带货战绩出现了“疯涨”。

据蝉妈妈数据,麻六记直播间在10月20日-11月20日的场均观看量为9.6万,场均销量为1000-2500,场均销售额7.5万-10万。在11月21日、22日两天,麻六记直播间场均观看量涨至117.7万,场均销量为2.5万-5万,场均销售额为100万-250万。11月22日上午10:20开播的直播销量甚至超7.5万,销售额超250万。

不过,11月21日-22日两天,麻六记的256g桶装酸辣粉预估总销量达10万-25万件,预估总销售额达500万-750万。11月21日,麻六记酸辣粉销量环比涨超400%,22日环比涨超300%。

11月23日,麻六记酸辣粉在抖音电商的“螺蛳粉爆款榜”中排名第一。

线下起家线上赚钱 汪小菲心中的第二次“真正创业”

“北京食通达科技发展有限公司董事长、麻六记品牌创始人”是汪小菲的微博简介。

在经手俏江南、兰会所之后,麻六记是汪小菲在餐饮业的重要创业项目。在接受《中国企业家》采访时,汪小菲将麻六记称为自己第二次真正创业。

据天眼查APP,麻六记所属公司为北京麻六记餐饮管理有限公司(以下简称“北京麻六记”),成立于2020年8月,汪小菲是这家公司的董事。宋娜为该公司法定代表人,持股64%,于2020年9月18日变更成为自然人股东。

据麻六记公众号,品牌主打传统川菜,主打菜品包括毛血旺、辣子鸡、水煮鱼等。11月23日,大众点评显示,麻六记客单价在100元上下。

据了解,麻六记首店于2021年初开业。2022年6月,汪小菲发微博称,麻六记已在国内开业十五家门店。麻六记最近一次站在聚光灯下,还是在今年5月,网传“汪小菲哽咽透露麻六记营运出状况”,不过,随后汪小菲便澄清。

当时汪小菲表示:“麻六记线上的销售和外卖远超线下店营收。线上最火的是酸辣粉,抖音销量超过31

万。”也是因为线上的业绩,汪小菲开始将麻六记定位为“食品公司”,不再局限于线下连锁餐饮店。

有趣的是,2022年6月,餐饮分析师林岳对界面新闻预估,麻六记平均单店年收入估计可达到600-800万元。而麻六记直播间在11月21-22日,场均销售额就能到100万-250万,日均销售额达250万-500万。

虽然麻六记因张兰、汪小菲母子的宣传及近两天的争议有所收获,但其面临的竞争并不小。在人均100元上下的连锁川菜品牌中,眉州东坡、大蓉和、陈麻婆豆腐、撒椒、峨嵋酒家等企业林立。即便是线上直播卖货,其酸辣粉、萝卜干及预制菜赛道,也不乏专业玩家。留下这群涌进来的流量用户,是汪小菲接下来的头等大事。

据天眼查APP,今年10月,北京麻六记餐饮管理有限公司顺义分店因采购不符合食品安全标准的原料,被罚款9100元。

成都商报-红星新闻记者 俞璐 张露曦