

商家“大战”世界杯

世界杯还未开幕 京城众多行业纷纷抓住商机 提早展开促销大战

一年一度的世界杯不但是球迷的节日，也是商家的狂欢节，今年也不例外。借着体育赛事捞金已经成为商家的传统项目。商场、超市、家电卖场、快餐店、酒店、旅行社、售楼处等等，与世界杯相关的促销活动或广告都会映入你的眼中。那么，世界杯期间，您能借促销买到啥？记者为您做了相关调查。



电商 家电、手机、美食“超值”

从已经公布的电商促销活动看，电商有关世界杯期间的促销，主要围着家电、手机、美食进行。

记者了解到，世界杯期间，京东家电与手机均展开大力度促销。据介绍，6月9日-14日，京东家电开展“激情视界杯，疯狂大满减”主题促销活动，包括

1号店在世界杯期间，啤酒

“疯狂满减活动”，满1000减100、满2000减200、满3000减300，上不封顶。此外，还有“秒抢活动”和“玩游戏抽电视活动”。手机促销方面，6月13日-17日，京东手机将展开“猜球赢特价手机”及“世界杯热销手机大推荐”活动。

1号店在世界杯期间，啤酒

饮料等千款美食酒饮5折起——

为了让爱球的吃货们尽情囤货

积累能量，1号店开启“食”界

杯，统一、王老吉、可口可乐、哈

尔滨啤酒、康师傅等世界大牌站台助兴，咖啡茶叶、休闲零食、啤酒饮料等千款美

食酒饮5折起，还有20台iPad air每天送等活动，让球迷们轻

松备战世界杯。

为了让女球迷可以吃爽的同时又无损美丽，1号店在“女人的世界杯”期间，准备了进口零食饮料、方便速食、坚果蜜饯、饼干糕点5折抢，爆款零食第二件半价、肉类零食及方便速食满减优惠等诸多美食诱惑。

家电业 大屏幕电视促销力度最大

每逢遇到重大国际体育赛事，都是各大家电厂家难得的销售旺季，其中画质清晰的大屏幕电视无疑成为消费者追捧的主角。

记者7日在国美、苏宁等家

电卖场看到，近期大屏幕液晶电

视的销量有20%左右的增加。

“很多家庭都赶在世界杯之前选

择了换掉家中的小电视。”一位

销售人员介绍，大屏幕电视播放大场面画面时的震撼力肯定是最小屏幕电视没法比的，所以每年世界杯、奥运会前都会迎来电视以旧换新的小高峰，这种势头至少要延续到开赛后的头几天。

记者注意到，一些彩电厂家甚至推出了专门为世界杯量身打造的新产品。TCL的一款

4K电视就被命名为“球迷专属”。除了电视在卖场里大出风头，还有很多搭车电视的小电器也赶在世界杯前亮相。漫步者就赶在世界杯前推出了一款专门“傍”着电视卖的电视音响“糖果豆”，专门为了让球迷在欣赏球赛时能更真切地体会到现场音效。另据记者了解，针对近期

人们看电视时间增加的特点，一些精明的商家明显加大了电视广告的投放力度。美的的一款新型安全灶就斥巨资赞助央视在世界杯期间开播的新节目《喜乐街》。据了解，美的上一款新产品蒸汽油烟机就是通过这种模式推广，取得了销售翻番的业绩。

麦当劳近日宣布其首款巴西风味菜单热力出炉。12款限

量版世界杯薯条盒也在全球首次推出，在世界杯专题活动中，麦当劳薯条盒（中包及大包装）在全球首次从经典的红色，变身为12款大胆、醒目纪念版插图。麦当劳同时表示，世界杯比赛期间，将为球迷打

造日夜不停的“球迷加油站”。届时在全国将有超过620家24小时餐厅提供赛事全程直播，还会在直播时段推出鸡翅促销，此外，24小时麦乐送订餐手机应用也在安卓商店和苹果应用商店全新上线，用户可免

酒店旅游业 世界杯主题游七八万元起步

除了在“家”看比赛，对于不少铁杆球迷而言，去世界杯的现场才是体验的极致。记者从一些旅行社的产品推介信息了解到，世界杯专题线路大致可分为观赛团和半决赛决赛观赛团两档。从今年的价格行情看，前者的价位多从7-8万

元起步，而半决赛、决赛团的起步价则接近18万元。根据具体日程线路及档次规格，目前世界杯主题游价格范围自7-8万、10余万至22万、28万，甚至77万元不等。不过，迄今为止今年的世界杯线路并没有呈现火爆的行情。

记者的调查显示，高档星级酒店也没有放过四年一遇的世界杯商机。如北京丽思卡尔顿宣布特别推出一系列的世界杯美食活动，包括香溢餐厅特别开放以世界杯为主题的户外平台；以意大利皇冠酒区命名的“巴罗洛”餐厅则由厨师长

楼市 世界杯期间楼盘促销力度不大

和啤酒、炸鸡不同，世界杯对地产商而言，就是典型的楼市毒药。从以往几届世界杯的统计来看，由于密集看球，买房人相应看盘的时间就少了很多。有业主今年甚至喊出了“看世界杯坐等开发商降价”的口号。尽管如此，但为了应景，开发商多多少

少都做了一些世界杯的营销安排。从优惠力度来看，各大开发商基本上没有特别的优惠。记者走访了部分大兴、房山的楼盘，售楼处活动最多的就是球赛竞猜。不管买不买房，到访者都能填一张冠军竞猜单子，放到奖箱内，等世界杯冠军诞生

后，猜中的都可以领一份纪念品，大多是电吹风、加湿器之类的小家电。个别项目提升了一些吸引力，猜中冠军且买了开发商项目可以凭奖券抵5万元。从奖金来看还真不少，但估计满足两项条件的人并不多。还有一些开发商启动了一些业主自拍活

动，只要购房人将和世界杯有关的自拍照传给项目官方微信，就能在世界杯期间参与抽奖。另有一些开发商在售楼处搭建了一些小型的球场，专门供孩子们踢球，到了周六还组织一些有奖射门的互动小游戏，希望增加一些世界杯气氛。

零售和餐饮业 零食、饮料等借机促销

“兵马未动，粮草先行”，世界杯还未开幕，京城各大商超早就瞄准了销售的夜间观赛必备“粮草”的商机，上百种零食正在举行促销活动。最卖力促销的要数啤酒了，记者在多家商场和超市看到，过道、入口等重要堆头位置纷纷被啤酒占领，而且还挂出了“2014足球嘉年华”、“欢乐球迷周”等广告牌。世界杯促销招贴画上指引顾客最畅销的商品是：啤酒、饮料、薯片、开心果、葵花子、烘焙杏仁、烧烤鳕鱼片、椒盐花生等。

某啤酒品牌代理商透露，“一般情况下，每年的七八月份才是啤酒的销售旺季，而今年我们提前印刷了大量优惠券，都是想在6月中旬世界杯来临前为自己的产品进行预热，抓住世界杯期间的黄金销售期。”

朝阳路的一家名为“很久以前”的烧烤店内，顶棚上挂满了各个参赛国家的国旗和足球装饰品，绿色调的嘉士伯宣传单，一侧幅写着“嘉士伯促销9元一瓶”。红色调的百威的画片也挂在空中与嘉士伯同台打擂。

“临时招聘了5名服务员迎战世界杯”，什刹海某酒吧的经理告诉记者：2010年世界杯时也是夜间比赛多，这次多数场次都要到凌晨，为了“不掉链子”必须多雇人，服务要跟上。上次，比赛期间一晚上能有3万多元的流水账，这次的目标是5万元。

相关新闻 世界杯门票代理商 涉嫌垄断案已中止调查

7日，国家工商总局相关负责人透露，北京盛开体育发展有限公司因借助巴西世界杯门票的大中华区独家代理权，在门票销售过程中存在捆绑酒店、参观景点等问题被国家工商总局调查，现该公司主动整改，国家工商总局决定中止调查并监督整改情况。

盛开公司是2014年巴西世界杯门票的大中华区独家代理商，但该公司在门票销售过程中却捆绑酒店、参观景点等，门票加上住宿费等，被卖到了9.8万元。在媒体曝光后，3月19日，国家工商总局迅速抽调人员，对位于工人体育场北路8号院内的盛开公司启动反垄断调查。

工商执法人员调查发现，世界杯门票分成面向公众的普通票和面向高端商旅客户的官方票务计划款待套餐门票(以下简称款待套餐)两种。盛开公司在中国内地从事款待套餐的相关业务，将款待套餐与巴西当地的酒店住宿、交通以及旅游服务作为组合产品对外销售。截至今年3月19日，共销售组合产品390套，销售款待套餐54张。调查发现，该公司在销售中并未明示消费者可以单独购买款待套餐，部分工作人员还在销售过程中明确向消费者表示不单独出售款待套餐。

盛开公司在接受调查后，已承认“错误”，并提交《履行承诺情况的书面报告》，将进行一一整改。据悉，国家工商总局已授权天津市工商行政管理局对当事人在销售款待套餐期限(2014年7月13日)内履行承诺的情况进行监督，如果该公司在销售款待套餐期限内履行承诺，将对本案终止调查。

(据北京青年报)