

营销经典 | YingxiaoJingdian

0 元机票 春秋航空“甩飞刀”

□ 朱琼华

10月17日，春秋航空新闻发言人张武安向记者介绍，确实开通“零”元机票促销航班，每班载客为180人，其中“零”元机票不超过50张，时间持续两个月。该机票从开卖一天半以来，卖出机票1000多张。

以“零”元机票刺激萧条的中日航线，到底能否盈利？春秋航空此举如同甩了一把飞刀，引来业界一片哗然。

低调促销

相对于春秋航空“199元”、“299元”机票高调的促销活动，此次上海往返日本佐贺、香川两地的“零”元机票显得颇为低调。

张武安介绍，上海往返日本佐贺的航班，在国内只有春秋航空单独运营，一般上座率达到80%；自从钓鱼岛事件以来，中日航线客源大幅缩减，该航线客座率迅猛下降至40%至50%，甚至面临着停飞的危机。而在这样的背景下，国航、南航、东航等航空公司纷纷调整运营，部分对日航线或取消或暂停。

“专业”与“用心”

——机集团北奔重汽公司创新服务之路

□ 殷雷

面对持续低迷的重车市场，服务在营销工作中的重要性越发凸显，北奔重汽公司始终致力于突出“用心服务”品牌及内涵的创新，通过“专业”与“用心”的服务承诺和一系列差异化的举措来感动用户，以优质服务赢得用户对北奔重卡品牌的忠诚，通过服务使北奔重汽公司服务理念得到进一步传承与发扬。

对北奔重汽公司而言，面对持续低迷的重车市场和激烈的市场竞争，同质化的服务已经越来越没有市场，要想以市场为中心保持稳健发展必须考虑如何通过服务来增强自身的竞争力，如何在市场竞争中占得先

上汽大通 上市一周年之发现篇

□ 姚蔚

上汽大通于去年9月5日下线后，在该月底正式在经销店中亮相，距离现在刚好一年时间。在上市的一年时间里，上汽大通V80共销售了6000多辆车。根据欧系轻客一年10万辆的市场销量，上汽大通目前约占6%的市场份额。

上汽大通在上市一周年期间进行了一系列的促销以及试车体验活动。各大媒体对此都有报道，笔者在这里不想赘述，只想讲几点自己在活动中的发现。

发现一：上汽真有钱

上汽财大气粗，这一点众人皆知。但笔者来到上汽商用车公司无锡生产基地，也就是专门生产大通V80的无锡工厂参观后，依然感叹：“上汽真有钱。”

上汽投资之大手笔，在生产车间就能得到印证。在上汽大通的总装车间，有两条生产线，共29个工位都采用地板式流水生产线，也就是连工人带车都在移动的地板上，包括工人身旁的工具台等都是跟车一起移动的。一般的工厂，特别是商用车工厂的流水线，往往是车在传送带上慢慢移动，工人站在旁边的地上，手上一边干活，脚下一边配合流水线的速度慢慢前行。显然，地板式的生产线，减少了工人的劳动强度。工人在一辆车上进行操作时，脚下可以完全不动，等一辆车的工序完成后，再走到下辆车车即可。不过，可以肯定的是，地板式生产线的投资额要高于普通的生产线。

在国内航空纷纷取消或暂停日本航班之际，春秋航空推出赴日“零”元机票，在圈内引起轩然大波。



“春秋航空如果停飞，那么上海往返佐贺的通道就切断了。”张武安表示，这件事情对日本佐贺县政府的震动很大。最近，日本佐贺政府专门有一个考察团来上海考察，主动提出不要停掉该航线，并表示主动向佐贺当地人介绍上海目前的良好状况。

张武安介绍，“零”元促销活动在 日本佐贺、香川分别有开展，但是在上海没有开展活动，在春秋航空官方网站机票预订，有显示“零”元机票的项目。而对于传言称“零”元机票航线，春秋航空方可以获得日本佐贺政

府的补贴，张武安未予置评。

客源博弈

“零”元机票，如果没有补贴，如何盈利？

“这个账很难算清楚。”张武安说。不过，在笔者的追问下，他还是粗略地算了一笔账。

首先，所有航空公司存在共同的运营成本：第一，燃油费，占运营成本的40%至50%；第二，固定的机场费，包括飞机起落等；第三，飞机折旧费，以及飞机的利用率；第四，飞行员、行

另外，服务人员面对国内及海外各个服务站，积极推动维修人员的素质培训，积极推进维修手段的升级和各项服务措施的推出，确保服务始终保持在较高的专业水准上。目前，北奔重汽已形成了较为完善的培训系统平台，形象、易懂、便于操作的培训教具及实训台，极大地增强了培训效果。公司领导、广大业务人员经常深入服务站现场进行业务指导，信息沟通、交流体验等活动都受到了服务站和客户的好评。这些活动既是北奔自信的一种表达，更是对服务站、广大用户的一种承诺，它最终体现的仍是北奔人对用户的用心之诚意。

“用心”——服务秉承的态度

与“专业”并举，“用心”是完成售后服务工作需要秉承的态度，是我们做好一切工作的内心始发点。近年

来，北奔重汽公司与服务商共同举办了大量的现场维修体验、车辆维护保养知识讲座，细化服务项目具体流程；通过举办产品推荐展示、与服务站和消费者沟通等活动，大大推动了服务工作的开展。2012年8月31日至9月10日，北奔重汽公司首次举办了内蒙古地区服务技能比武大赛，内蒙古地区50余家服务站精选了50余位优秀服务高手参加。大赛的成功举办，进一步提高了服务站车辆维修质量及服务人员维修技能。服务理论与实践大练兵、大比武，不仅是一次北奔服务站业务人员知识竞赛活动，同时也是对各服务站工作的鼓励及回馈。当然，随着客户实际用车需求的不

断变化，服务大练兵活动的内容也在不断丰富创新，后续将在“服务品牌化、标准化、流程化”等方面进一步加大创新力度。在海外服务方面，公司加大对海外经销商管理与支持，

并加大对经销商及用户服务的监管和回访，使其反馈的信息更为完整、真实。继续加大对经销商的回访，每周由国外调度对经销商进行电话或邮件回访，询问其在各方面存在的问题，并给予及时处理。根据市场情况和销售工作的要求，对重点经销商和用户给予驻点服务支持。将“用心服务”的品牌理念植根于客户心中，切实让广大的北奔用户真正体验和感受到北奔人的诚意和诚信。

如今，北奔重汽不仅建立了完善的营销网络，更是通过提供用心的、诚挚的售后服务，不断提升用户对北奔重卡的满意度和忠诚度，最大限度地满足了北奔用户在用车环节上不断上升的需要。“市场严冬”的到来，丝毫没有阻碍北奔重汽向前发展的信心，因为用户对北奔重汽的信任，始终是北奔重汽在激烈的市场竞争中立于不败之地的不竭源泉。

到，MAXUS是2004年LDV公司与通用旗下的韩国大宇汽车，用5年时间，超过5亿欧元资金，打造出的一款全新的车型。记者计算了一下，2004年欧元与人民币的汇率应该在10元以上，也就是说V80原型车的开发费用超过了50亿元人民币。对于国内的商用车而言，十几亿、二十几亿元的开发费用，已经算比较高了；而50亿元的开发费用，在国内的商用车里，似乎是绝无仅有的。



发现四：上汽收购价格低廉

记者查看了大量关于收购价格的报道，发现上汽自己并没有披露具体的收购价格；而各类媒体的报道，对于收购价格有着统一的口径，那就是2亿元人民币左右。对于这个收购价格，上汽并没有反对或者否认一类的声明。

通过了解，上汽的收购，不仅包括耗资5亿欧元开发费用的MAXUS车型，还有其他的知识产权、全套的图纸、设备、模具、工装夹具等等，而且上汽的收购是排外的，也就是说LDV所有的软件和硬件只能转让给

等促销价格，也有900元，也有2000元的。”张武安介绍，大概平均机票在700元左右。

按照上述数据计算，如果客座率为100%，春秋航空每月销售机票、燃油费、机场费产生的收入（下称“票务销售收入”）约为1044万。

从表面上看，50张“零”元机票，如果按照700元每张的价格算，一个月“让利”的机票收入的金额为50×56×700元，为196万。

但是，这些“零”元机票，需要向乘客收取燃油附加费和机场费，这部分收入为50×28×（560+470），等于145万，“如果不采取这个促销活动，就不能产生这部分销售收入”。

按照上述逻辑，如果该活动没有带动客源，原本40%（180人×0.45，为81人）的客源购买“零”元机票50张，那么就减少收入196万；如果这50人为新增增加的客源，那么就增加收入为145万。

“零元机票肯定是亏损。我们期望通过这个促销活动，带动两条航线萧条的市场，未可知能否恢复到足够高的客座率。”张说。

面对网友质疑网易通过“剧透”的方式进行推广营销，林华松表示，此次的照片完全是网易员工的个人行为。而资深互联网分析人士洪波认为，企业的营销行为与创始人的性格相关，而从丁磊入行互联网十几年的历程来看，他并不是一个喜欢炒作的人，“他连微博也只是关注，不发布什么观点，和其他一些互联网老总完全不一样”。

洪波同时表示，丁磊所投资的生猪养殖与目前所从事的互联网行业完全不同，“他的猪肉能够影响到的人非常有限，不太可能像现在一样几千万上亿的人成为他的用户”，因此丁磊没有必要为了推广自己的猪肉而进行炒作。而有网友认为，无论网易是否借猪营销，至少已经赚到了足够的眼球，也多少达到了营销的效果。

猪肉“内测” 网易“借猪”做营销吗

□ 王琛

日前，一张碟子里盛着几片猪肉的照片在网络上受到疯狂转载。一张普通的照片、几块看上去并不美味的猪肉，因为碟子上印着的网易LOGO而引起了各方的关注。

丁磊投资生猪饲养从第一天起就受到普遍关注，而此番“微博爆料”也被很多人解读为网易的微博营销。

丁磊本人也参与了“内测” 网易农业事业部市场经理林华松向记者证实，该图片确实来源于网易的一次猪肉“内测”，是两周之前“杭州研发中心一位参与试验的普通员工用手机拍的”。他还说，这并非网易对其猪肉的第一次试验，此前网易内部就已进行过2-3次相关“内测”，甚至网易CEO丁磊本人也曾经参与。

据了解，网易的养猪场选址浙江省安吉县，从当地农民手中租赁了1200亩土地，使用年限是25年，第一批猪应该有6000-10000头。

“目前猪场还在建设，预计年底建成”，林华松说，网易的养猪计划目前正在按照原定计划进行，消费者最快也要到明年上半年才能吃到网易出品的猪肉。而面对网友“求猪肉内测码”的要求，他表示目前的试验只在网易公司内部进行。据了解，网易所饲养的生猪为杂交品种，公司为此专门聘请了相关专家进行培育，“品种和饲养方式都会和其他的猪有一些区别”，但被问到“内测”的猪肉质量结果是否达到了网易团队及丁磊的预期时，林华松表示不便透露。

网易否认微博营销

面对网友质疑网易通过“剧透”的方式进行推广营销，林华松表示，此次的照片完全是网易员工的个人行为。

而资深互联网分析人士洪波认为，企业的营销行为与创始人的性格相关，而从丁磊入行互联网十几年的历程来看，他并不是一个喜欢炒作的人，“他连微博也只是关注，不发布什么观点，和其他一些互联网老总完全不一样”。

洪波同时表示，丁磊所投资的生猪养殖与目前所从事的互联网行业完全不同，“他的猪肉能够影响到的人非常有限，不太可能像现在一样几千万上亿的人成为他的用户”，因此丁磊没有必要为了推广自己的猪肉而进行炒作。

而有网友认为，无论网易是否借猪营销，至少已经赚到了足够的眼球，也多少达到了营销的效果。

海尔的售后 真是完美

不久前，我在海尔空调专卖店购买一台热水器，约定次日早上9:00准时上门。次日两位海尔师傅准时来到。两位师傅进门后，正在开始准备安装的预备工作时，很是不巧我们家所在的小区突然停电了，于是我就留下了他们的电话，让他们先回去。

转眼到了11:30，电来了，我下去买菜做饭，一出小区大门我惊呆了，看见两位师傅就在门边。他们说服务部离这里很远，怕我们打电话的时候赶不回来，就没有走。我感到很难为情。马上带着来到家里，他们一丝不苟地穿上鞋套进了门，任凭我们怎么劝，他们也不肯喝一口水。不到一个小时这台热水器就安装好了，那热水器安装得真是横平竖直很是漂亮，地上产生的垃圾也被他们收拾得干干净净的，两位师傅又给我们讲了一下使用方法和使用常识及一些小故障的排除，最后把机器擦拭得锃亮干净。以前只是听说海尔的服务如何好，我都有点不太相信，这次我真的信了，服了——海尔的售后真是完美。

（文文）