

M 红星·美凯龙
MACALLINE

25 周年 创享家居之美

幸福来签手

济南站 2011.9.10-9.12

9.10盛大启幕



幸福来自“附加值”

□刘亚伟

“这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代。”若要用一句话来概括济南家居行业当下的境遇，狄更斯在《双城记》中的这句名言，怕是再合适不过。

说“最好”，因为济南的消费力强，市场尚未饱和，发展的空间还很大。去年红星美凯龙第七代 shopping-mall 刚亮相济南，一些国际知名品牌立即抢驻位于七层的卢浮宫馆，轻松占领济南的高端产品市场。说“最坏”，因为各大家居卖场纷纷落户济南，竞争异常激烈，销售模式必须推陈出新、拒绝暴利。

今年7月份起，红星美凯龙济南商场拉开了高密度营销季的序幕，无论7月初的“夜宴”，7月末的“奢侈品&名家居折扣私享

会”，还是8月份的“疯狂的木头”木质家居热卖会，都让竞争对手赞叹不已，这些营销活动不再是简单的降价大促销，反而有了一些文化味儿。尤其是红星美凯龙即将推出的三十多名总裁签售——幸福来“签”手活动，更是把活动引向消费者的心理感受，让消费者与商家一起思考幸福的意义。

说到“幸福”，这真是人类有史以来最引人入胜的话题。其实，生活中并不缺乏幸福的元素，饥肠辘辘时，吃饱肚子是最大的幸福；生命受到威胁时，平静的生活是最大的幸福；当分离成为常态，厮守一起是最大的幸福；居无定时时，有一个让身心停靠的港湾是最大的幸福……说到底，幸福没有统一的标准，不

能量化，不能强行规定，满足了人此时此刻的物质需要便可称为幸福。9月10日，红星美凯龙将要举行盛大的总裁签售活动，对于饱受商家价格战忽悠之苦、想用最实惠的价格买到心仪产品的消费者来说，能够得到实实在在的让利就是一种幸福。

物质上的满足是幸福，但是，现代人的幸福感远不止于此，有时候还会显得过多，即“幸福过剩”。就像有些人需要从蹦极运动等刺激的活动中寻找幸福，不然就会影响整体的幸福感和生命质量一样，幸福与物质不是绝对必然的关系。商品销售也是如此，质量优、价格低、服务好基本上满足了客户的需求，商家从营销规律上讲是无可挑剔的。但是对于追求购物的附

加值、在意购物体验的客户来说，一种刺激的、另类的、充满新意的销售创意，才是赢得现代客户的制胜手段。红星美凯龙在近期发行的“幸福护照”也正好迎合了部分消费者的需求。

去年上海世博会给人留下过深刻的印象，那是一段有趣的旅程，护照则是旅程的一个见证，具有很强的纪念意义。幸福来“签”手活动中，护照持有人不仅能够得到产品总裁亲笔签名后的超低折扣，红星美凯龙商场总经理再次加签，更能享受“惊喜折上折”的优惠，这些环节会给购物带来许多惊喜。虽然护照只是优惠的一个小形式，但是很多时候，形式不只是形式，它还是“有意味的形式”，可以给消费者带来独特的心理感受，以及由此而来的幸福感。