“设计尖货节”引领消费升级

9月伊始，红星美凯龙动作频频。

9月1日，鲁班设计尖货节开启，全球设计尖货与梦幻明星阵容同台，共襄家居潮流跨界盛举。

9月2至3日，鲁班设计尖货节大促开启，红星美凯龙完成了42.36亿元的商户销售收入，整体增长311.50%，刷新近年来增长纪录。

青年报 姜卓

甄选全球设计尖货

鲁班设计尖货节借助鲁班这位象征匠心与创新精神的历史人物，从林林总总的设计尖货里选出40件作为登场代表，并分别对应“个性至上”、“天性自然”、“未来之选”、“当代贵族”四个社群人设，让人和物之间发生精挑细选、万中取一的非凡关系。

为了给鲁班设计尖货节献礼，让设计尖货重塑更多人的世界。在盛典上，红星美凯龙董事长车建新和代言人高圆圆一起点亮屏幕上红星美凯龙全国150个城市，214家商场，正式开启鲁班设计尖货节全国大促。

数据显示，鲁班设计尖货节大促期间，整体会员消费人数3.43万，会员实际支付金额14.93亿，会员平均客总价达到4.35万。这也映射出在消费升级大背景下，消费者愿意投入更多来获得更高的品质生活。

现今，随着新中产的崛起，更多的消费者不再需要廉价平庸的家居产品，基于此，红星美凯龙一直遵循“尖货零售”的思路，甄选全球设计尖货，以体验和服务为支撑，通过线上线下的一体化融合，满足新中产消费升级需求。

为了甄选全球设计尖货，红星美凯龙推出了设计尖货的评选标准——鲁班指数。围绕用户选购家居时最为关注的外观、材质、工艺、功能、内涵等5个方向，鲁班指数从“美颜、良材、精工、妙用、格调”等5个维度，评判家居产品的匠心与创新。以此提升中国人的居家生活品味，并推动上游制造业升级，推动家居行业的供给侧改革。

设计尖货无疑是这次大促取得亮眼成绩的王牌。红星美凯龙还整合设计师和家装公司场景化呈现设计尖货，为消费者者缔造品质生活。

SCRM再造商业新模式

“尖货零售”为重体验的垂直行业指明了新零售之路。事实上，红星美凯龙从未停止探索新零售模式和路径。

据悉，早在2016年，红星美凯龙就依托有着天然社交属性的自媒体构建了一套营销闭环——SCRM（社交化的会员营销），打通了从“传播-蓄客-互动-消费-蓄客”的各个环节，实现了线上线下的有效互动。

互联网时代，零售企业业务模式及运营方式被社交化重构。此次大促活动期间，借助会员体系的社交化运作，红星美凯龙实现了规模浩大的营销总动员。

红星美凯龙制作了一套H5模板，每个商场把爆款、券包、优惠信息等组合成不同的H5进行投放。就是这款看上去简单的H5吸引了3.9万名导购员工参与自发传播，吸引120.72万次阅读，关联销售4.63亿。社交化业务模式增强了商户、导购员与消费者的双向交流，实现了全员全程的赋能和激励，释放了他们的主动性，也将更多的创新带入零售业务中。

作为新的模式，新零售的社交化为零售行业提供了新的机会和路径，带来新的发展优势。未来红星美凯龙还将带来哪些新零售新玩法，我们拭目以待。

“金九银十”家装正当时 一站式家居省时省心

青年报 王娟

立秋过后，初秋的凉意愈加的浓烈，“金九银十”的家装消费却逐渐“热”了起来，迎来了销售旺季。然而，家装消费作为家庭消费的大事，从装修到家具，质量、款式、价格都得再三斟酌。据了解，知名品牌汉森家居给消费者提供从建材到装修施工、从家具到生活用品的一站式整体空间解决方案。

作为家装中最重要的一部分，硬装不容马虎。市面上的装修公司报价方式各式各样，往往令人眼花缭乱。从选择设计师、装修公司，到对每一项建材品质的把控，都需要投入巨大的时间成本和精力，更别提为了买到心仪的软装极有可能会跑遍全城。

在汉森家居，一切都将变得轻松简单。据了解，汉森家居根据不同人生阶段对居住环境的需求不同，打造了15个标准空间方案及6个实景样板房，分别适用于新婚，婴儿（0-1岁），婴儿（1-3岁），幼儿（3-7岁），小学（7-13岁），初高中（13-19岁）等6个不同人生阶段。基于家庭结构及人生阶段的空间解决方案，和所见即所得的样板间，让消费者耳目一新，可以从中获取灵感，甚至原样复制。

除了可以体验多样家庭空间，还能通过720VR（虚拟现实），即刻看到符合户型和喜欢风格的3D效果图，获得家装灵感。而为了更合理的计价，汉森家居将基准包与厨房、卫浴分开报价，另外还有多种软装设计可选。还有专业的整装设计师提供1对1的咨询服务，可以根据不同消费者的预算、个性喜好等需求，提供价格透明、设计合理的专业整体装修方案。

据了解，汉森家居还为消费者提供厨房、客厅、餐厅、卧室、儿童房、书房、卫浴等各个空间的家居用品。值得一提的是，在把橱柜统称为料理台的橱柜市场，汉森导入了“系统厨房”、“智能厨房”等术语，把效率低下的厨房改造成集收纳、烹饪、分享交流于一体的系统厨房，它不仅仅是主妇专属，更是一个便捷又美丽的家人交流的重要空间。

想要更充分地利用空间，汉森家居推荐的客厅收纳法则讲究的是美观而又充满生活乐趣。客厅里有两大件储藏收纳利器：电视柜和书柜，将二者结合，打造一套墙体组合柜是客厅收纳的最佳方式。汉森家居为有孩子的家庭想得更周到，推拉柜门上可涂鸦，孩子可以尽情释放创意灵感。除了以上推荐，汉森家居体验馆还有千款优质商品，目前开业大促正在进行中，无论硬装还是软装，到汉森家居都可以一站式搞定，省时省心。

■资讯

拉菲《味觉传奇》纪录片发布

9月6日，拉菲罗斯柴尔德集团宣布旗下传奇系列葡萄酒与中国八大菜系文化与传承、中华美食与葡萄酒搭配的纪录片《味觉传奇》正式发布。

据了解，在中国，有越来越多的年轻人和中产阶级愿意以葡萄酒作为佐餐搭配用酒，然而对于如何搭配才能更好的体现出葡萄酒与菜品的味道，许多食客往往饶有探索的趣味，却总是一知半解。于是，这部《味觉传奇》系列纪录片作为中餐配酒的搭配指南，应运而生。

据悉，这部纪录片由《舌尖上的中国》的知名美食家董克平和小宽担任顾问，邀请香气共和国创始人小皮老师开启东膳西酿的探索之旅，寻访八大菜系的发源地，探访包括屈浩、周晓燕、兰桂均、叶新伟、梁建宇等16位各菜系名厨，发现中华美食与传奇系列葡萄酒的精彩搭配；首支预告片已于9月9日在全网络平台推出；随后，16集完整纪录片也将陆续上线。

拉菲集团负责人表示：“于消费者，这无疑是一部有趣的餐酒指南，也是权威的发布，让大家可以系统地了解中餐与传奇系列葡萄酒的搭配之道。《味觉传奇》系列纪录片的诞生，是拉菲罗斯柴尔德集团回馈中国市场的一份礼物。” 青年报 王娟

亚阁越南餐厅在沪开业

日前，Pho Asia亚阁越南餐厅在上海长宁来福士又添一家新店，这是迄今为止Pho Asia亚阁继人民广场来福士店、闵行虹梅路店后的第三家主打新鲜美味的越南餐厅，也为炎炎盛夏的上海增添一个凉爽健康饮食的好去处。

据了解，Pho Asia亚阁秉承一贯的“新鲜”理念，坚持用高品质的食材烹饪美味，呈现出精致可口的越南美食。其主打菜中，“和牛火车头”的用料就是精选来自澳洲的和牛，以及熟牛肉、牛筋、金钱肚、牛筋丸和牛百叶等，配以Q弹河粉及熬制24小时的优质高汤，成为点单率最高的菜品之一。

对于中国的食客来说，越南菜并不陌生，但若想吃到新鲜可口的纯正越南佳肴并不容易。据悉，在Pho Asia亚阁，除了有经典的“和牛火车头”河粉外，还有地道的越南烧烤、越南咖喱以及西贡春卷、米纸卷等越南美食。Pho Asia亚阁将街头小食搬进高档餐厅，让食客体验异国美食的同时，更了解饮食文化以及背后的美食故事。

青年报 王娟