

M 红星·美凯龙
MACALLINE
创享家居之美



爱家专区

爱家总动员

日前,两组以“爱家”为题材的公益宣传片登陆央视黄金时段,分为孩子版本和父母版本,都以“亲情经不起等待”为主题,强调人们对红星美凯龙所倡导“爱家日”的情感共鸣,旨在唤起人们对亲情的重新审视。12月3日,郑州红星美凯龙爱家日正式拉开帷幕,红星美凯龙联合中原五大媒体组成“幸福缤纷色”五色方队,开展系列爱家活动,用真情感召大众,呼唤大家“用爱行动、刻不容缓”。

晚报记者 熊维维/文 赵楠/图



红星美凯龙联合中原五大媒体组成“幸福缤纷色”五色方队,系列爱家活动展开。

和大商交流 秀宝宝才艺 关注山区儿童

郑州红星美凯龙延伸爱家文化 “幸福缤纷色”五色方队正在行动

爱家宣传片
公益形式唤醒爱家情结

“乖,爸爸要工作,下次再让你骑大马啊!”

“等妈忙过这一阵儿,一定带你去游乐园!”

“爸真没时间,让你妈去开家长会吧!”

在孩子版本中,孩子的形象会随着时间流逝慢慢融化掉,意在强调子女的成长经不起等待。爱家日公益宣传片播出以后,多数父母深受震撼,表示自己曾经也忽略过孩子的成长。社会竞争日益激烈,为人父母者在忙碌事业时,孩子也在步步成长,长时间的忽略,会丢失父母在孩子心中的位置。“所有的失落和空缺到最后一定会集中爆发,”年近不惑的王先生提到,“因为儿子的成长阶段陪伴太少,现在他有事很少与我交流。”父子的血缘关系密不可分,但后天的关怀也极为重要。

树欲静而风不止,子欲孝而亲不待。父母版本的爱家日公益宣传片表现的是已近老年的亲人们对天伦之乐渴望。

“爸,等明年休假,我哪儿也不去,就在家陪您。”

“等买了房子,就接你们过来享享福。”

“妈,等十一回家,我一定给您买个按摩椅。”

整个公益宣传片通过倒叙的手法,在一颗颗冰融化的水滴,又回到冰身上时,用冰块雕刻的一家三口,跃出画面,其乐融融地享受天伦,仿佛时光倒流一般。可是时光一去不返,我们还能再用“等到什么时候,我再如何如何”这些空头支票来回应父母亲情吗?亲情无法等候,爱家不要口号,只要行动。

日前,这两则宣传片登陆央视黄金时段,也在郑州电视台(ZZTV-1和ZZTV-2)播放,它们通过公益的形式唤醒人们对家的关爱,不仅表明红星美凯龙在品牌文化上进行了大胆的创新,也充分说明红星美凯龙对公益的持续关注,并以实际行动践行企业公民的社会责任。

幸福缤纷色 五条线路放大爱家文化

12月3日,郑州红星美凯龙爱家日正式拉开帷幕。红星美凯龙不仅要传递消费者,更要联合中原五大媒体组成“幸福缤纷色”五色方队,分别走访不同城市,展开“爱家中原行”,五条走访线路,在河南地图上辐射出一个“心”形,将爱家文化放大,把爱小家扩展、延伸为爱祖国、爱大家。仪式现场,中原五大媒体代表先后介绍了各自的行程安排和活动意义,并用真情感召大众,呼唤大家“用爱行动、刻不容缓”。

12月3日下午,红星美凯龙粉队和大商新玛特郑州店进行了深入的沟通和交流。“我们一直以来和红星美凯龙都有合作,希望通过这次会议能够加深了解,相互学习共同进步,也为以后的合作寻找新的契机。”大商相关负责人表示。

12月4日下午,红星美凯龙蓝队走

进了河南农业大学林学院,红星美凯龙意在通过学习木材知识,提升品牌服务质量,构建理论与实际相结合的学习型企业,同时也为大学生提供展示平台、就业选择。

而同时,红星美凯龙其他系列活动也在筹备中,红星美凯龙银队将举办花朵宝宝才艺秀,可爱的宝宝是家庭中最需要呵护的花蕾,爱家就要从关注、关爱孩子做起;红星美凯龙黄队将走进贫困山区,关注苦学儿童,向山区儿童捐赠巨额外物资,为他们送去冬天里的第一缕阳光。此外,红星美凯龙粉队还将见证百对新人幸福婚礼,将爱家之情延续下去。红星美凯龙红队也将走进红旗渠和南街村,学习他们矢志不渝、艰苦奋斗的伟大精神和先进的管理经营理念。

销量大攀升 活动前奏期待更多收获

爱家日启动仪式当天,现场气氛格外火爆,商场内客流不息,尤其参加买断的品牌店内更是人满为患,不少营业员表示“忙不过来”,有商户坦言:“实在没想到,今天人太多了,真恨不得咱是三头六臂。”而更多商户因为做足了充分准备,即便在客流高峰时段,他们也应对自如。推出每片瓷砖3元的鹰牌陶瓷,在被问及活动效果时,负责人不无得意地表示:“红星每次活动我们都有参加,根据以往经验,我早已料到这次会忙得不亦乐乎,所以提前从其他商场调派营业员过来,这就叫有备无患,活动效果很好,希望圣诞、元旦再搞一次。”而没有参加买断活动的商户也难掩窃喜之情,表示强大的客流让他们坐收渔利。

消费者也一致表示:“搞活动就应该实实在在的,看到红星美凯龙黑压压的一片人,其他商场冷冷清清,我就更愿意到红星美凯龙来,买得放心,也不用担心售后服务。”据红星官方数据统计,12月3日当天,郑州商场业绩总量与去年同期相比又迈上了一个更高的台阶,各项指标均有突破性进展。

对于爱家日活动的整体效果,红星美凯龙负责人表示:“爱家日活动将会持续一段时间,12月3日只是一个小小的前奏,真正的爆发阶段尚未到来,不过就这两天来看我们已经取得了非常理想的效果,我相信经过这次铺垫,在接下来的活动中,我们也一定会收获更多,也一定带给消费者更多惊喜。”

爱家行动

用爱行动 刻不容缓
爱家时间大测试敲响

11月24日,“爱家时间计算器”APP应用上线,正式拉开2011年“爱家日”的序幕。这场以“爱家日,用爱行动刻不容缓”为号召的活动从网络火爆起来,蔓延到无数人的心中。在对家的情感拷问中,人们反省的不仅仅是现代人对家的忠诚度,更重要的是,“用爱行动刻不容缓”这一口号融化了现代人对家的情感需求。

爱家时间计算器
用数字敲响爱家警钟

“爱家时间计算器”日前在网上火爆异常,而此项游戏也很简单,在指定页面上进入“爱家计算器”的应用网页上,选择自己的年龄与性别,再选择测试的目标对象,对象可以是父母、爱人或孩子等,再根据提示输入目标对象的年龄以及你每天(或每年)能陪伴的频次,最后得出你的“爱家时间”。

游戏一经推出,引发了都市白领一族的热情参与,而最令人震惊的是测试结果的数字单薄得可怜。以而立之年为例,父母年过六十,每年回家一次,这仅有的一次回家时间还要被好友、同学瓜分不少,以父母能到百岁为限,在未来40年的人生中,能与父母相处的相处时间还不到365天。

目前,该测试已吸引了众多粉丝。有网友表示:“爱家计算器算出的不仅仅是几个简单的数字,更是敲响我们心灵的警钟,让我突然间认识到家人是如此重要。”

爱家日温情蔓延
名人爱家更多感动

不只平凡人为爱家的情感感召,还有更多的社会名人加入到了爱家行列,形成了全民爱家行的氛围。

印象系列导演王潮歌、著名心理学家张怡筠等,纷纷测试爱家时间计算器,惊呼可以陪伴家人的时间屈指可数,范玮琪的母亲也在微博上转发表示,“时光荏苒”,可以陪伴家人的时间实在太少,应该珍惜。

12月3日“爱家日”当天,冯绍峰、李晨、袁岳、张怡筠等演艺文化名人现身说法,在新浪微博参与爱家话题微访谈。

一直忙于工作的袁岳特别分享了他的爱家故事。他说:“过去的几年中我会为大家家庭中的每位家庭成员安排每年定期体检,今年我开始组织‘大人休闲秋游’和‘孩子见识夏游’。”不少名人纷纷感慨,我们不只要用情感与情绪去爱家,还应用心观察家人的需要,与家人沟通,为家人的成长创造健康阳光的条件。

爱家日温暖开启
用爱行动刻不容缓

“老爸一直帮我照顾宝宝,自己牙疼低烧一个星期也不吭声,怕我不能安心工作。”

“刚毕业那会儿工作很难找,家人瞒着我东奔西跑地打点,回来还装作若无其事。”

“失恋以后,妈妈悄悄把前女友的东西都收起来。”

……

常有人说,大爱无言。亲人的付出往往细腻而温暖,不求回报。一位被访者告诉记者,在她很小的时候住在操场旁的筒子楼,有一年夏天特别热,她总是吵着不肯睡觉,于是父亲用席子捧着,在操场上一夜一夜地疾走,直到徐徐的凉风伴她渐渐入睡。

而习惯于被爱的我们,究竟做过多少让亲人哪怕仅仅是感到温暖的事呢?

12月3日,红星美凯龙倡导的爱家日温暖开启,在对家的情感拷问中,人们反省的不仅仅是现代人对家的忠诚度,更重要的是,“用爱行动刻不容缓”这一口号融化了现代人对家的情感需求。在不断变化的市场和社会环境下,红星美凯龙通过“爱家日”这一载体,尝试与消费者达成新的沟通,以家庭价值观为核心,用行动感召社会公众。12·3,让我们行动起来,持续爱家。