



各式各样的VIP卡令人眼花缭乱。本报记者 吴凡 摄

甫一面世，VIP卡确实满足了少部分高端客户的优越心理，也满足了企业们留住客户的心愿。但随着这种方式被迅速复制，VIP会员制不再是大公司的专属，商场、超市、美容院、酒吧、咖啡馆、宾馆、服装店，甚至街边的一个饮品店、饰品店都开始推行自己的VIP卡。于是，不管你有钱没钱，随时都会变成某一个商家的贵宾。

#### VIP卡?钱包里一堆呢

“卡控”也是一个不算太新鲜的词语，钱包里放着双位数字以上的卡片的市民不在少数。37岁的公务员张佳新说，她每天会带着30多张的卡片上下班，然而经常用到的只有3张。

“身份证、潍坊银行的银行卡、佳乐家超市的会员卡。”张佳新的30多张卡中，除各银行的银行卡、身份证、医保卡以外，最多的就是各种店的VIP卡。

“快餐店、服装店、烤肉店、化妆品店、美容院、理发店。”张佳新掰着手指，一个一个的数算着，“都是VIP卡，样子做的好看，哪天都有可能用到。”

张佳新说，这些VIP卡的来历，大多数是在逛街时偶然得到的，“有的是店里搞活动免费办，有的是吃过一份饭，做过一次头发，消费的数量达到一定的额

度，送给我的。”

张佳新曾丢弃过一些VIP卡，“有些小店发给我的卡片，质量花纹都不好看，放包里还占空间，所以就扔掉了。”对张佳新而言，VIP保留与否的依据，并非是根据它的性价比，而是样式。

“好看的留下来，不好看的就不要了。”除个别经常使用的VIP卡以外，张佳新似乎并不觉得VIP卡能让自己真得“重要”起来，“有没有这些卡，优惠并没有多大的差别。”

一张VIP卡的使用价值，从它原本代表的“重要”身份，变成了仅仅依靠花纹、样式估量的价值。这种现象，随着VIP卡的轻而易举得，变得愈来愈明显。

#### 有卡没卡区别不大了

VIP卡发行者的门槛一降再降，持有VIP卡的人也越来越多，VIP卡的价值也逐渐褪去身上闪

烁的光芒。很多VIP卡持有者，也不再认为，对发卡的店方，自己是一个“非常重要的人”。

张佳新说，她的手里有一张美容院的VIP卡，“我是老顾客，这张卡是店庆时发到我手上的，当时店里的服务员给我打了电话，说给赠送给一些老会员。”

张佳新开车领到了这张VIP卡，“卡里有900元美容费，但是不能够一次性消费，每次只能使用一部分。”张佳新说，其实就是打折，只不过换了一种说法，“这是我在这家店里的第二张VIP卡。”

第一张VIP卡，是张佳新从朋友那要来的卡，“这两张卡一个是享受优惠打折，一个是使用能抵消一部分费用，但不享受打折。”把两张卡做一下对比，优惠的差距非常有限。

手里的VIP卡在不断的增加，但是持卡者却并未感到贵宾的身份，反而有种被“绑架”的束缚感。在潍坊学院门口，很多学生很容易看到这样的场景：有人在沿路发放各种各样的优惠VIP卡，发到手里后，又被弃置于路边。

有人算了一笔账，出门逛街之前，不但要带几个商场的VIP卡，还要带常去的服装品牌、化妆品的VIP卡，吃饭、去KTV就还得带几张卡。更不用说各家银行抢夺客户办理的各种信用卡、联

从大公司到小商贩 各种VIP卡满天飞

# 今天，你被贵宾了吗？

本报记者 赵松刚 刘蒙蒙

名卡了，再加上各个超市卖场的团购卡、积分卡，钱包里经常是“卡满为患”。

“有或者没有，根本不能够给我们带来什么。现在的团购，比使用VIP卡更加的便宜，但是，团购的时候可是不能使用VIP卡再打折的。”在山东呼叫中心上班的赵女士说，VIP随便都能得到，如果确实能带来很大的实惠，商家不会把门槛降得那么低。

#### 徒有虚名的“贵宾”待遇

一名业内人士称，VIP卡的使用，在当今已经泛滥成灾，它原本代表的“非常重要的人”的身份和贵宾式待遇，早已不在，“持有它，徒有虚名，实际使用的意义已经不大了。”

另外，VIP卡都标榜可以享受折扣优惠，实际上意义并不大。消费者在活动的时候购物，VIP卡则“临时失效”，又不能用VIP卡打折。即便商场不做活动，专柜平时都有活动，折扣比贵宾卡的折扣低得多，VIP卡形同虚设。

“一些卖场的专柜，无论是否有商场的贵宾卡或者是品牌的VIP，只要你有足够的耐性，尽管对着导购小姐软泡硬磨，态度好一些，最后都能拿个折扣价。”赵女士说。

另外，VIP卡的发行，大多被

当成一种捆绑消费者的方式，作为商家吸金的一种手段。至于其原本的价值，根本不在商家的考虑范围。VIP卡的不VIP待遇让很多卡都处于沉睡的状态。

从目前的情况看，现在商家所推行的VIP卡，大都还停留在折扣、积分和参加促销活动等价格层面及短期利益上的优惠，甚至只是一个徒有虚名的“束缚”。商家在推行VIP卡时，往往忽略了由会员制引申出的注重特色化和差异化的定向营销方式。

业内人士称，为应对日益激烈的商业竞争，加强顾客的忠诚度，不少商家都把目光瞄在了推广VIP计划上。作为会员享受的优惠条件有商品的折扣、消费积分返利、免费停车及参加商家为联络感情而组织的联谊活动等。

“可是，这些都是商家的促销活动，其折扣点的多少都是商家自行规定，只要没有违背VIP卡上的协议，商家便没有违约。”这名业内人士称，随着VIP卡的泛滥，很多VIP卡徒有虚名，早已丧失以前的贵宾卡的身价，仅是一种拉拢客户的手段而已。

原本代表一种消费身份的VIP卡，在利益的驱使下，其所要承担的意义发生了戏剧性的改变，门槛一再的降低，最终成为一位徒有虚名的“非常重要的人”。