

相关链接

越来越多美国人
热衷使用优惠券

越来越多美国人像约德和奈特那样把使用优惠券当做维持日常生活的重要手段。

TLC有线电视网播放的真人秀节目《极限优惠券》大受欢迎,从今年5月28日开始播出第三季。节目参加者比赛谁能靠使用优惠券用最少的钱买到最多的商品,TLC节目制作部主任霍华德·李说:“这档真人秀节目因为现在的经济状况而深入人心。”

美国《华尔街日报》2010年3月发表文章,题为《艰难时世使优惠券成为最新极限运动》。市场推广专家马修·蒂利说,优惠券使用量2008年以来增加了几乎35%,去年消费者使用35亿张优惠券购买大包装产品,比2010年增加6.1%。

优惠券网站大大提高了优惠券的使用。消费者权益专家吉尔·卡塔尔多说,2008年以前优惠券网站屈指可数,经济衰退发生后,这类网站不断涌现。约德和奈特居住的爱的爱达荷州首府博伊西至少有6家类似“绝妙节俭”的网站。

由于消费者喜欢在这类网站上分享产品和服务使用心得,给予好评或差评会产生相当大影响,所以不少企业主动与这些网站合作。拥有包括艾伯森连锁超市在内多家连锁超市的休珀瓦卢公司设立了“社交媒体协调员”这一职位,专门负责与这些网站经营者联系,经由他们发布促销信息。

英国“优惠券达人”
专程赴纽约“取经”

不少人会收集优惠券以备不时之需,英国“超级优惠券达人”则主动出击,每周花费大量时间寻找优惠,乐此不疲。

28岁的作家埃尔·琼斯住在曼彻斯特,常用优惠券买东西,把家里塞得满满当当:碗柜里面有20个茄子,冰箱里放着45根小胡瓜、阁楼里有数十罐豆子和西红柿罐头、衣橱里储存着90卷卫生纸,就连车后备箱也不放过,放着10罐防冻液和12听茭角罐头。

琼斯在个人博客“一名节俭的太太”上发表多篇文章,大谈省钱之道。她写道:“便宜到近乎不要钱的东西我都想要,这是人的天性。我向自己发出挑战,当找到便宜得不可思议的商品时,几乎会高兴得叫出声来。”琼斯说,她的原则是:没有优惠券就不买。

英国痴迷于优惠券的中产阶级女性越来越多,她们收集优惠信息的狂热程度令一般消费者望尘莫及。

不少“达人”有购物计划后,会先上网比价,寻找最低价格或最划算折扣。为了省下更多钱,一些英国女性甚至不远万里前往美国纽约,参加当地组织的省钱经验交流研讨会。

优惠券网站Wowcher常务董事罗兰·布赖恩说,消费者对如何花钱越来越精打细算,“眼下经济不景气,购买商品或服务时若是能省钱70%甚至更多非常有吸引力”。

合作办“绝妙节俭”网站 每人月入一万多美元
“优惠券达人”变省钱为赚钱

说美国人凯茜·约德和莫妮卡·奈特是“优惠券达人”并不为过。她们竭尽所能收集和使用优惠券,以此为购物最大乐趣。她们摸索总结出一大套使用优惠券省钱的诀窍,并且创办优惠券信息共享网站,吸引了众多商家和消费者关注。

最初她们只是靠使用优惠券省钱,如今已经发展到靠传授使用优惠券经验赚钱。



奈特和儿子在整理优惠券



约德夫妇和他们的七个孩子



约德家冰箱放满优惠券买来的牛奶

优惠用到极致

不少人不屑使用优惠券,觉得省不了多少钱。但是家住美国爱达荷州博伊西的约德和奈特认为,坚持不懈使用优惠券,累积省下来的就不是小数。她们擅长把商家优惠、厂家优惠、折上折、双倍优惠等组合使用,最大限度达到省钱目的。

一个周二晚上,约德和奈特来到一家艾伯森连锁超市。这一天是超市“双倍优惠”促销活动最后一天,优惠券票面省钱数额可以翻倍。奈特走到一种售价1美元的真空包装吞拿鱼前停下。凭优惠券买这种鱼可以省50美分,逢“双倍优惠”活动可以再省50美分,也就是说可以免费获得。

奈特兴奋地把约德叫过来。约德全家都爱吃吞拿鱼,她2009年一次逛商场时看到这种鱼打折卖5美分,买了150包,全家吃了一年半,好在鱼的保质期长达3年。

这一次不要钱,约德更不会错过。不过,她猛地想起了带买这种鱼的优惠券,于是立即掏出电话告诉丈夫罗曼优惠券放在家中什么地方,让他开车送过来。

趁等待的工夫,约德和奈特继续沿着货架“淘宝”,在乳制品区有发现:一种大品牌酸奶一包10杯卖6美元,用优惠券省1美元,因“双倍优惠”可以再省1美元。两人毫不犹豫各自在购物车里装了一些。

说起买到的划算货品,两人滔滔不绝。2010年,她们发现一种6盒装的麦片卖3.54美元,凭购物收据可以从一家名为“卡塔莉娜市场推广”的企业换取4美元现金,相当于每买6盒麦片赚46美分。奈特得意地说那次她买了60盒麦片,约德买了162盒。

创办省钱网站

奈特和约德家的收入相当一部分来自她们创办的网站“绝妙节俭”,一个发布优惠券信息、分享优

惠券使用诀窍的网站。

网站的诞生源自约德家几年前的艰难处境。2008年初秋,约德每周在一家幼儿园工作3天,同时在当地青年足球联合会兼职账目,丈夫罗曼则给一家为电工供货的批发商打工。两人辛辛苦苦仍入不敷出,当时家中有6个孩子,5张信用卡已经刷爆,欠债4万美元。

约德收听一个介绍理财的广播节目后,记住了主持人说的一句话:“你必须制定花钱计划,否则钱将离你而去。”不过夫妻俩制定花钱计划时并未考虑优惠券的事。“以前我一直认为优惠券是破烂,是愚蠢且浪费时间的玩意。”约德说。

一个偶然的机会,约德改变了对优惠券的看法。那天下午,她上网搜索怎么做经济实惠的饭菜,碰巧看到一些女人发布的照片,拍的是她们用优惠券买到的划算东西,让她颇为心动。

约德和奈特当时是教堂下属一个针对女性的慈善机构成员。约德建议机构主管创建一个网站,发布一些对女教友有帮助的购物优惠信息。主管对这个建议不以为然,于是约德自己建起网站。

奈特一直是个节俭的人,不看付费电视,不买健身俱乐部会员卡,不买新车,经常留意商品打折信息。得知约德建立这个网站后,奈特一发现便宜货就告诉约德,这样坚持1个月,2008年11月开始两人共同经营这个网站。

网站最初叫“博伊西划算宝贝”,因罗曼觉得名称“粗俗”,改叫“绝妙节俭”。约德和奈特最初只是把从报纸和网络搜集来的优惠信息发布到网站上,后来开始分析这些信息,标出特别划算的优惠,让网友可以迅速找出最适合自己的信息。同时网站还会提醒优惠券到期日。

网站最初点击量平均每天只有几百次,如今达到3万次,优惠信息涵盖15个州,产品种类繁多,从纸尿裤到音乐会门票应有尽有。网站

知名度提升引来商家寻求合作,其中不乏亚马逊、亿贝这样的大企业。

彻底摆脱困境

如果没有奈特,网站恐怕早已夭折。因为网站办得刚有起色时,约德就因为意想不到的原因中断了工作,网站不得不靠奈特一人维持。

约德和丈夫在生了6个孩子后采取了避孕措施,却在2009年1月发现怀上第7个孩子,当时最小的孩子才7个月大。

“那个打击真够大的。”约德说,“我没有时间养孩子,我们要还债,要搞定财务,老天爷干嘛要再给我一个孩子?”

这个孩子打乱了约德的计划。为了加快还债进度,她打算把在幼儿园工作的时间延长一倍。谁知,新的打击接踵而至。罗曼2009年4月失业,那年夏天他们停止还信用卡账单,次年春季开始拖欠还贷。银行发出最后通牒,如在限定日期前还不上钱,就要收走他们的房子。

约德申请修改还贷协议,争取暂时减少或延迟还贷,但是因为她和丈夫几乎没有任何收入而没有资格申请。债务咨询师告诉他们,除了申请破产没有其他出路。奈特觉得,应该做些什么帮助约德赚钱。

多亏奈特的坚持,网站2009年全年收入7700美元,到2010年9月,一个月收入就达6400美元。约德那个月从网站挣得1600美元,获得申请减少或延迟还贷的资格。1年后,他们完成冗长的修改还贷协议程序,还清2张信用卡的债务,开始还另外3张信用卡。

网站眼下年收入20多万美元,雇用13名兼职员工,约德和奈特每月各从网站挣1万多美元。

奈特的丈夫马克曾经看不起两个女人的省钱生意,说她们纯粹是在浪费时间。“我没有看到网站的潜力,当我发现网站不仅与朋友分享免费商品信息而且能赚钱时,才认识到值得花那些时间。”马克说。

开班传授经验

为了扩大网站影响并与更多人分享省钱之道,奈特和约德开设培训班,传授使用优惠券的秘诀,包括如何收集、整理和使用优惠券。

约德告诉学员们,要把收集和使用优惠券看作“能带来额外收入的兼职工作”。按她的计算,经常使用优惠券可以帮助一个普通家庭每年省至少1000美元。她家曾经每个月花1000至1200美元,而在大量使用优惠券后降到400美元。

约德说,她极少买全价商品,都是等降价或有优惠券才出手。奈特没这么“理智”,有时碰到自己真正喜欢的东西比如碎巧克力曲奇饼,不优惠也会买。

约德和奈特不仅培训学员购物技巧,还提醒她们注意“优惠券道德”,即不能为了获得优惠券做不道德的事。她们举了一个反面例子:曾有一名妇女指使3岁的孩子偷偷抽出邻居家报纸印着优惠券的夹页。

她们列出使用优惠券的准则,包括对收银员友善、不要因为结账时使用优惠券耽误太多时间等。

美国调查机构尼尔森公司发现,多数男性不爱用优惠券,83%家庭的采购由女性完成。尽管约德和奈特都尝到用优惠券的甜头,但她们的丈夫都不爱用优惠券,嫌麻烦。

约德和奈特因为“绝妙节俭”网站的成功成为各自家庭的主要收入来源,不过这份收入来得并不容易,有时一周要工作79个小时。

这份辛苦给两人带来金钱和精神上的满足。约德说,在家里做多少事都不会获得家人表扬和感谢,网友会在网站留言,感谢她们分享宝贵的持家经验,帮助她们渡过困境。

约德的丈夫罗曼已经习惯妻子花大量时间工作,自己心甘情愿当“家庭主夫”。他说:“我没有大男子主义,不会坚持必须怎样分工。如果为了养家需要夫妻转换角色,那就转换好了。”