

离婚后婚纱照怎么办,有人专门这么干

把“麻烦”放进粉碎机,已完成400多单销毁业务

文/片 记者 陈晨 王开智

七成客户是女性

刘玮是个生意人,他不避讳,开展销毁婚纱照这项业务,就是为了赚钱。刘玮的合伙人此前从事物品销毁行业,2022年有了转向个人隐私物品销毁领域的想法。刘玮加入后,经过考虑和调研,最终确定了婚纱照销毁这块空白领域,销毁中心建在了距北京不远的廊坊。

离婚后怎么处理婚纱照?刘玮团队做过一个简单调研,发现通常男士不太当回事儿,女士更为在意。因此目前的客户中,有七成是女性。“有人到现在还留着,当然只能藏起来,不敢公开。还有人放在父母家,但这对父母来说也是一种伤害。”刘玮说,把婚纱照扔了也是一种处理方式,但脸还在上面呢,暴露隐私。尤其在农村,邻里更为熟悉,容易招惹口舌是非。烧了也非一种妥善处理方式,一是现在婚纱照的材质以亚克力为主,烧不坏不说,还会冒黑烟。再者不管城市还是农村,随意焚烧物品都不被允许,不环保。

刘玮团队瞅准行业空白,做起了婚纱照销毁生意。把这个“麻烦”放进粉碎机,变成碎片,再送进电厂高温溶解,让它彻底消失在这个世界。

“妥善,安心。”刘玮说。

400多个离婚故事

今年3月至今,刘玮团队销毁的婚纱照有400多单,背后是400多个离婚故事。

不过刘玮的职业原则是不打听客户隐私和不催单。客户愿意讲,他就听着,不开口,他也不会问什么。有需求的客户通过社交平台联系刘玮,沟通好后,将想销毁的婚纱照或其他物品寄到廊坊的销毁处置中心。刘玮会将开箱、喷漆以及粉碎的过程拍下来发给客户。之后碎片会被送到电厂,烟消云散。

为健康“骨”劲

牡丹区中医医院开展义诊活动

通讯员 赵文雯

12月8日,菏泽市牡丹区中医医院专家义诊团在党委书记李志君的带领下,走进市老年大学开展健康专题讲座及义诊。

医院专家向群众讲解骨质疏松发生发展过程,就发生原因,主要表现和治疗手段等进行深入讲解,并为老人提供骨密度筛查、耳穴压豆、针灸、问诊把脉等中医诊疗,发放健康科普资料。此次活动,让更多中老年人了解到骨质疏松防治的重要性,增加了他们在骨质疏松预防和治疗方面的知识,最大限度减少了骨质疏松对中老年人的危害。

离婚后,之前拍的婚纱照怎么处理?扔了,暴露隐私;烧了,材质不允许,也不环保;带走,是个麻烦;放父母家,父母看了也不舒服。生意人刘玮提供了一个办法:花一百多块钱,专业、妥善、安心地销毁。喷漆、粉碎、溶解,经过一系列程序,被嫌弃的婚纱照和不想要的爱情一起,烟消云散。



婚纱照被销毁成碎片。

41岁的刘玮早已进入婚姻殿堂。被问及这么多婚纱照在自己眼前变成碎片,有没有对婚姻产生新的感悟时,刘玮回答得很干脆,“没有”。刘玮坦言,面对最初销毁的几单,自己有过触动,但这里面更多的是好奇,“为什么没拆封就寄过来了?”“还有同性恋人的照片”……

第一笔订单来自福建,4月初,一位女士将自己的婚纱照连同一双婚鞋,一块寄了过来。刘玮觉得这位女士特别果敢,“运费补贴也没要,她说怎么处理都行。”

客户可以通过视频或者监控探头实时观看销毁过程,但也有客户选择现场观看。那是一位来自廊坊的女士。离得近,她自己驾车,将婚纱照送到了销毁处置中心。在刘玮看来,这位女士已经释然。从箱子往外拿婚纱照时,她偶尔讲一下拍这张照片时的情况。看到婚纱照变成碎片,她也拿出手机拍了下来。

有位太原的男士,在婚纱照被销毁后,又给刘玮发了一个红包,要给工人买烟。刘玮当时感觉,正常的销毁费用已经不足以表达这位客户当时的心情。

一位北方女孩,寄来了5本日记。它们被胶带缠在了一起,扔进了粉碎机。还有客户在喷漆环节提出只喷自己不喷对方,让对方的脸直接被粉碎……

行业竞争少,市场存量大

起初几个月的单量特别少,经客户同意后,刘玮将一些销毁视频发到社交平台,越来越多人找了过来。“近两个月单量变多,最多的一天接到了十几单。”不过刘玮说,想要回本,需要至少一年时间。

“在我这里,这就是一门生意。”刘玮介绍,收费标准59元起步,按重量收费,25公斤收费159元,超出按一公斤8元收费。不过超过25公斤的婚纱照并不多,刘玮觉得,大部分客户只要花100多块钱,就能满足销毁婚纱照的心愿。

销毁婚纱照的意在哪?网上的舆论两极分化。有人拍手叫好,有人骂得难听。

对刘玮来说,这件事除了赚钱,还能获得成就感。刘玮认为,自己团队是销毁婚纱照领域的先行者,如果做成了,不敢说全国,最起码也能成为华北地区的第一,“这不也相当厉害了吗?”

刘玮很看好婚纱照销毁行业的前景,竞争者不多,市场存量巨大。这个行业有门槛,目前鲜有人涉足。刘玮还留意过,北京近3年的离婚夫妻将近18万对,而他的市场面向全国。

在评论区,刘玮看到了这项业务对客户意义,“销毁婚纱照,是一种仪式感,是客户告别的里程碑,也是一个新的开始。”

百元可以买什么?或许只是一斤果脯。近日,不少市民表示,零食动辄上百元,实在吃不起。“零食刺客”再次进入人们视野。济南零食市场如何?记者做了探访。

文/片 记者 史安琪

零食店: 按“两”标价挺普遍

近日,在泉城路世茂广场一楼的走廊处,记者发现卖奶酪、果脯的摊位。“可以试吃,我们10斤牛奶才能生产一斤奶酪。”一位商家吆喝道。该摊位售卖的物品有牛肉干、果脯、奶酪等,其中,果干、奶酪、陈皮话梅98元/斤,成袋山楂68元/斤,“每袋有七八块山楂,一包大约七八块钱。”

恒隆广场一家零食店,所售商品也不便宜。这是一个全开放式的摊位,陈列着百余种零食,包括果干、巧克力、软糖等。记者以36.9元买了一小袋重量约1两的古早味梅肉。这袋话梅拿在手里重量很轻,数量肉眼可见的少,细数发现竟只有46颗。每颗话梅并不大,平均下来每颗约0.8元。“现在购物不能只看数字,还得看对应的重量单位。”一位正在购买的顾客提醒。

记者注意到,恒隆的这家商店的价签不是按1斤来标价,而是按每50克,也就是一两多少钱来计算的。其中,原味梅肉19.8元/50克,杏脯10.8元/50克,凤梨干13.8元/50克,特级迷你梅肉28.6元/50克……如此计算下来,这些果脯一斤都得破百元。

此外,在世贸内某知名奶糖店,其价签同样是按每50克计算,所有口味的奶糖,均售价为5.9元/克。“现在很多商家都会按照50克标价,这样看起来价格便宜,顾客如果觉得价格不合适,可以不买,我们不会强迫。”该店店员说。

业内人士: 小计量标价增加购买欲

随后,记者联系到一家卖散货的商家曾先生。他表示,散货商家和定量装的商家经营模式不一样。“按照50克标价的商店,大多售卖的是定量装产品。”曾先生解释,比如一小包是30克,他们会根据小包的重量,制定相应的价格。



◀ 商场内按照50克标价的零食。

如此换算成一斤的话,价格就会较高。“这是定量装商家的经营模式,从一开始就固定下了。”

曾先生坦言,商家按照50克标价是打了一个“马虎眼”,其实是属于诱导消费。当消费者看到十几块钱的商品时,从心理上会觉得商品价格并不高,购买欲会增加。“我们有些商品标价也是上百元,不少顾客就会望而却步。”

曾先生表示,有些消费者对于价格比较敏感,为了迎合市场,有商家就会选择按照50克多少钱来标价。“现在只是要求商家明码标价,但并没有明确要求以何种方式定价,所以这不属于欺骗消费。目前没有相对应的部门进行监管,也没有明确条文规定,固定的标价方式。”

专家: 不算欺骗是误导

“商家用小计量单位标价,不能算欺骗,但是算误导消费。”山东建筑大学市场营销系主任徐晓慧表示,即使国家没有对定价做明确要求,但却不符合市民的问价习惯。“商家抓住了消费者碍于面子的心理,从长远来看,下一次消费者则会注意看标价,就不一定买单了。”徐晓慧称,对于品质高的高价产品,商家更需要让消费者感到物超所值。

对于商家误导性标价,徐晓慧表示可以用经济学的“价格需求的弹性”来解释。“对于一般商品来说,应是价格富裕弹性的。”徐晓慧表示,商品价格下降,则销量上升。但一般价高的商品会开在高端商场中,客流量群体较稳定,价格对于商品的销量影响较小,也存在一些价格歧视的现象。

其次,徐晓慧认为,此举是商家打“擦边球”,利用信息不对称误导消费者。“消费者无法在短时间内,搜索所有的商品信息。”徐晓慧表示,商家如果是按照小计量单位标价,则需在店面明显位置标注,并且对顾客作出提醒,“商家可以增大加粗字体,让消费者看清楚价格,或店员主动告知,顾客在购物时还是要仔细辨别标价”。

看似物美价廉,实则套路满满

零食按「两」卖,一买动辄上百元