



情感周刊



找记者 上壹点

A10-11

齐鲁晚报

2020年11月8日
星期日

知
心
事
做
自
己

编辑：徐静
美编：继红

央视新闻报道：今年的“双十一”来得有点早，速度有点快。第一波“抢先购”刚刚开始，“尾款人”的话题便冲上热搜。而且，今年的“玩法”更多，可谓“套路渐欲迷人眼，规则难倒尾款人”。消费者实惠囤货、种草拔草、火爆消费，说到底都是对生活的精打细算，是对美好生活的那股“热乎气”，商家千万别让计算变成算计，要知道，消费者有“心气”，商家才有人气。



要消费，不要消费主义

舒平

双十一背后的心理游戏

我家楼东头，有一棵高大的五角枫，树姿优美，深秋时分，满树金黄叶片，像碎金一样，被阳光照得闪闪发亮。我几乎每一天都要站在窗上看它几遍，这几日，冷风持续，吹得树叶瑟瑟发抖，金色叶片掉了一地，冬天就这样来了。

“听说，今年冬天会很冷。”放学接孩子的时候，家长们聊天，话题也从辅导班转移到了“你穿保暖裤了吗”。果然，家长们关心的总是最核心的问题。“今年冬天会更冷吗？”11月5日，国家气象局召开新闻发布会回应，今冬总体冷空气比较频繁，势力偏强，北方可能出现大范围低温雨雪天气过程。

“得赶紧买一件羽绒服！”这是我的第一反应，人，在某一时刻，身上的动物基因很容易就显现出来，储物过冬尤其明显。在暖气没来之前的这段时间，太阳一落山，更觉寒意袭人。家里肉的消耗量开始大了，要知道，超市里的排骨已经到了50多元一斤，肉痛肉痛，就是买排骨时候的感受。觉得贵的还有衣服，商场里随随便便一件羽绒服都好几千，不买，如何抵御这北方的寒风？

窘迫中，还好有网购，还好有双十一。人同此心，千千万万的家庭妇女，汹涌到网络商城，创造了一年又一年的双十一购物传奇。这一切，真的是像心理专家所说的“跟风心理”吗？是，“败家娘们”不是白叫的，但更多的人，还是对双十一抱有所谓全年最低价的心动。

今年，众所周知，在“宅经济”的催化下，直播卖货呈爆发式增长，从10月21日0时开始，两大头部主播薇娅、李佳琦的直播间里，观看人次已过亿，热门产品几分钟全部售罄，疯狂的数据背后是消费者狂热的购物需求。

深谙消费者心理的商家，却在这时候玩起了“猫和老鼠”的心理游戏。每天，睁开眼睛就能看到或听到铺天盖地的商家广告，疯狂轰炸，强烈地给消费者心理暗示：OMG，买它！Facebook早期工程师杰夫·汉默巴彻说：“我们这一代人中最优秀的头脑，都在思考如何让人们点击广告，这太糟糕了！”

更糟糕的是，广告大饼画得越来越大，越来越诱人，实物却并没有以友好的诚意送到饥肠辘辘的我们手里。各大APP争奇斗艳，让利、满减、返券、尾款、

养猫盖楼、组队PK……迷人的香饵像肥皂泡一样吹出来，五光十色，色彩斑斓，我们跟在后面跑啊跑，追啊追，直到眼也花了，心也累了，还怀疑自己智商不够。

于是，“被双十一逼疯的我”这一话题，以3.5亿的阅读量登上了这几天的微博热搜。“不买吧觉得错过了省钱的机会，买吧也不知道到底怎么买才能省钱！”这滑稽的烦恼，这莫名其妙的焦虑，说到底，是我们被牵着鼻子，卷入了一场实力悬殊的心理游戏。

消费越多焦虑越多

“它来了，它来了，双十一它带着比奥数还难的购物规则走来了！”用奥数来形容今年的双十一规则，有点夸张，但今年双十一规则难，却是事实。既然，“猫和老鼠”的游戏已经开始，总有人会锲而不舍地玩下去。

在11月1日“抢先购”开始11分钟后，某宝平台上100个品牌的成交额突破1亿元人民币大关。与此同时，某东的首日全天成交额同比增长超90%。刀光剑影，双十一的江湖还在，血拼的人也还在。

只不过，当年双十一，那简简单单的打折让利，已像黄鹤楼的黄鹤一去不复返。美国佛瑞斯特研究公司的高级分析师王晓峰说：“这将有史以来持续时间最长、最复杂的双十一。”

“我只想简单地买点东西！”
“真快要烦死了，感觉被消费主义绑架了，讨厌这种感觉！”

“预售、定金，已经造成了我的焦虑，所以，干脆不玩这个游戏了！”

商家不是傻子，消费者如此庞大的吐槽，他们不是看不到，看到了，却还是要和我们玩“猫和老鼠”的游戏，一定是有更大的利益驱使他们，在疯狂逐利的路上越跑越远。这时候，指望商家停下来，简单点，打折的方式简单点？几乎不可能！

前几天，某购物平台宣布今年将退出双十一大战，退出这个鼓吹过度消费、为销售数字狂欢的双十一，这让大家耳目一新。中国消费者协会也提醒广大消费者，坚定理性消费心态，切记量需而入。我举双手赞成，双十一少来一些套路吧！我们要消费，但不要消费主义。

那么，什么是消费主义？“你消费什么就变成了什么”，“坚持敷一款昂贵的面膜，就能改写命运”，“选了这款吸尘器，就可以摆脱家的束缚”……把花钱和人的价值进行捆绑，这就是消费主义。被点燃的欲望越多，焦虑就越多，进而有了更多的超负荷消费，在年轻人中的确是需要警惕的事。

大家一定记得，前一阵子上海“拼团名媛”大火，各路评判的声音都有，是虚荣的拜金女也好，是“机智”的消费主义也好，褪去浮夸的光环，其实更像一个高配版“拼多多”。奥地利作家斯蒂芬·茨威格在《断头王后》中评论玛丽·安托瓦内特的话，“她那时候还太年轻，不知道所有命运馈赠的礼物，早已在暗中标好了价格”，用在她们身上也很适合。

但是对于大多数还不够富裕的人，对于养家糊口的人，熬夜费神等着双十一打折，我相信，她们更多的是对生活的“精打细算”，是对“美好生活的热乎气”，是不得已而为之。近来还有一个词十分火爆，那就是满眼自诩的“打工人”，对于“打工人”，挣钱不容易，好不容易一年一次双十一来了，想欢乐购物，却从“尾款人”返祖到“吃土人”，也一定不是多么美好的体验吧？

用时间交换便宜值不值

更可怕的是，现在的双十一不但盯着你的钱包，还盯着你的时间。

群众的眼睛雪亮，双十一便宜吗？肯定还是便宜，但要占这个便宜，对不起，拿时间来交换。时间是流量，也是金钱。这，也是双十一的游戏规则，不管我们多么不喜欢，它已经开始了。

北京大学管理学教授肖兴将企业分成“价值创造”“资源占有”以及“权力寻租”三种类型，表现在双十一上的演变上，在需求端，双十一已经从最初的让消费者享受最实际折扣的“价值创造”，慢慢成为了用最复杂的玩法将消费者困在平台上的“资源占有”，这也解释了为什么平台都患上了流量焦虑症，因为流量就是资源，有了资源就产生了交易。

而白天辛辛苦苦做“打工人”的我们，一边吐槽商家的套路，一边继续熬夜，真金白银买买买，就真的被套路裹挟，束手无策，一点办法也没有吗？并不是。最简单的办法，就是放轻松，不焦虑，买买买之前，先思考“你要的是什么”。

“世界那么大，一起买买买！”11月4日，第三届进博会盛大开幕，全球首款全碳纤维超级跑车、意大利帕尔马火腿、德国慕尼黑啤酒……漂洋过海来到了上海。但是，最火爆的却是医疗器械及医药保健展区，世界排名前十的制药企业和世界排名前十四的医疗器械企业悉数赴约，可谓与我们的健康息息相关。

另据人民网舆情数据中心发布的《互联网平台“直播+”赋能研究报告》，2020年，直播所带来的蝴蝶效应旋风正席卷各行各业。在刚刚过去的双十一“抢先购”中，薇娅、李佳琦推出的洗发护发产品备受追捧，要美，更要健康，也成了新趋势。

健康第一，所以，今年双十一，还是不要熬夜去抢购了。不只是不熬夜，也不要花太多的时间在琢磨打折上，因为时间和健康都很宝贵。趁早科技创始人潇洒姐王潇把时间分成了五种：生存时间、赚钱时间、好看时间、好玩时间、心流时间，很好地构建了时间的秩序，大家可以试着更科学高效地分配一下我们的时间。

儒家也有一句话可以用，叫“切己体察，事上琢磨”。一天24小时，要记得把我们的时间和精力，放在我们可以选择的事情上，以及对真正重要的事情上。用放松的心态理性购物，只买自己最需要和最开心的，不浪费金钱，也不浪费时间，过一个愉快的购物节吧！

