



你剁手了吗?

“买买买”背后的心理原因

据悉,今年双十一天猫成交额 4982 亿元。双十一狂欢,从 2009 年 11 月起,只花了十年时间,就从一个只有 27 家商户参与的打折日,变成了一个全民狂欢的消费节,今年更是从 11 月 1 日就开始拉开战线。

面对逐年攀升的成交额数据,我们不禁思考:真的是我们的消费能力,相比十年前有了如此大的提升吗?是什么让每年的交易额都超出预期呢?为什么我们喜欢买买买?这个背后到底是什么在影响我们?

撇去消费能力的提高,消费方式的多元化,商家铺天盖地的硬广轰炸消费者的眼球,软广占据消费者的心智,更重要的是双十一通过各种方式激发了我们的消费愿望。“买买买”的背后,还隐藏着以下心理原因。

稀缺性冲动 美国旧金山州立大学心理学副教授瑞安·豪威尔 (Ryan Howell) 认为,购物的冲动是一种本能。即使现在物质并不匮乏,但是在面对稀缺品的时候,人们与生存有关的焦虑感仍会被唤醒,导致我们去拥有这些稀缺的东西。当我们看到 50% 折扣标签,稀缺性冲动就被启动了。

锚定效应——“占便宜”的安慰心理 锚定效应,指的是人们在做决定或下判断之前,容易受到之前的信息影响。双十一最大的卖点就是疯狂折扣,相当于给每个人抛了一个大折扣的锚。基于此,双十一前许多商品通常都会出现一个价格先涨后降的现象,为的是在我们脑海留下高价印象,让我们的判断产生偏误,觉得不占便宜就要等到明年“双十一”了。

麦克斯韦尔定律——这一次,我可能是幸运的 如果说墨菲定

律告诉我们:我为什么这么倒霉?那么与之相反的麦克斯韦尔定律就会在双十一之前提醒我们:说不定下一个最幸运的就是你。这就是很多商家的必杀技——秒杀竞争机制。零时零分零秒,盯着屏幕疯狂秒杀的你,愣是活成了商家最爱的模样。若秒杀成功,会有种幸运从天而降的感觉,带着被鼓励的心情继续购物;秒杀失败也无所谓,只能怪网络太差,继续疯狂竞争其他商品。

“损失厌恶” 心理学家丹尼尔·卡尼曼提出了“损失厌恶”理论,是指人们在面临获得时往往小心翼翼,不愿冒险;而在面对损失时会很不甘心,容易冒险。人们对损失和获得的敏感程度不同,损失时的痛苦感要大大超过获得时的快乐感。商品如果不打折,不购买并不会给我们带来损失,但双十一的降价噱头会打破这种平衡,促使我们去“买买买”,来减少损失。

思维定势心理——不买东西怎么对得起双十一 思维定势,又称惯性思维,是由先前的活动而造成的一种对活动特殊心理的准备状态或活动的倾向性。年年到除夕,合家看春晚,年年双十一,电商大扫购。这似乎在每个人心中已经成为了默契的思维定势,而购物也成了一种深入骨髓的习惯。

“从众”心理 从众 (conformity),指个人的观念与行为由于群体的引导或压力,而向多数人相一致的方向变化的现象。心理学家认为,从众的原因之一是“行为参照”:当缺乏适当行为的知识或遇到不明情境时,人们会



通过他人的行为来作为自己行为的参考,而多数人的行为,自然是最可靠的参照系统。所以,即便我们并没有什么需要购买的东西,但在身边的人都跃跃欲试,疯狂抢购时,我们的手指也会按下购买键。

那么,如何不被双十一潮流左右呢?

1. 购买之前询问自己这件物品我是否有用,或者是不是必须购买;
2. 购买时要思索使用率,仅仅用了一两次就搁置,并可以用其他物品替代的商品自然是不用购买了;
3. 控制自己的欲望,要在自己能力范围内合理消费,拒绝超前消费。

古希腊哲学家德谟克利特说过:幸福是一种通过对行为和享乐的节制,对愿望的制约及避免对世俗占有欲的竞争而获得的一种安宁快乐。只有当找到自己真正的内心需求,才能在根源上对物质欲望降级。“消费”可以当成是暂时喘一口气的一根稻草,但我们仍然需要通过明确需求来调整自己的内心,找到属于自己安定的力量。

宁波城市职业技术学院
心理健康教育中心 杨甜

心理辞典

墨菲定律——

为什么你担心的事,总会发生?

不知道你有没有过这样的经验:在超市买东西,结账时你发现旁边的柜台结算速度很快,可当你移过去时,原来那一队的人,却很快结算完了;上班忘记关水龙头,你觉得快迟到,就放弃回家再检查一下的想法,结果果然漏水;等公车时,你要等的那一趟迟迟不来,不等的却接二连三……这其实就是墨菲定律。墨菲定律,是一种心理学效应,由爱德华·墨菲提出。

墨菲定律的原句是:如果有两种或两种以上的方式去做某件事情,而其中一种选择方式将导致灾难,则必定有人会做出这种选择。换句话说,如果事情有变坏的可能,不管这种可能性有多小,它总会发生。

爱德华·墨菲之所以提出这个效应,是因 1949 年他和他的上司斯塔普少校,在一次火箭减速超重试验中,因仪器失灵发生了事故。他发现,测量仪表被一个技术人员装反了。所以,他得出的教训是如果做某项工作有多种方法,而其中有一种方法将导致事故,那么一定有人会按这种方法去做。

之所以出现这种情况,可能的原因有:

1. **“虚幻关联”** 1996 年,科学家罗伯特·马修斯发现,人们擅长“虚幻关联”。比如堵车时,总以为自己所在的车道是最慢的,我们更倾向于记住不好的事,这和我们的本能和生存意识有关。

2. **概率原因** 假如在超市,总会感觉自己排的队很慢。原因在于,假设 11 条通道,你有 1/11 的几率排到最快的,但有 10/11 的几率排到慢的。很多定律给大家的感觉总是那么准,其实多半都是感觉上与实际情况所存在的偏差导致的。

3. **心理暗示** 当你某件事过分关注,就会形成一种心理暗示,当这件事情真正发生时,影响程度就会被放大,导致你的反应比平时更激烈。

墨菲定律提醒我们做事时应更加谨慎仔细,不要嫌麻烦,多检查两遍;此外,用刻意的练习和思考提升预知能力。

国家二级心理咨询师 孔自来

中国最具影响力专业报品牌 中国十佳卫生报

大众卫生报

服务读者 健康大众

全年定价 **168** 元
邮发代号 41-26

全国邮局均可订阅 邮局收订电话: 11185



征订热线: 0731-84326226 广告热线: 0731-84326448 地址: 长沙市芙蓉中路442号新湖南大厦47楼