

为什么购物时总是控制不住自己“买买买”的欲望？

为什么明明只想买一包纸巾却扛回了一大包的零食？

生活中我们常常会有这样身不由己的购物体验，你以为是自己控制力不够？

错，还是因为读书少。

今天就为大家推荐一篇文章，介绍日常购物中经常用到的经济学技巧，看完后再也不要被那些心机店商诱惑啦！



买买买停不了 是因为经济学得少

每一个超市
都是一个猎场

掏钱包前问自己三个问题

今年回国期间，我陪我妈去过一趟超市，买一些零食还有国外管制的消炎药。那是一间当地的卖场，门脸熙攘，嘈杂混乱。

然而走进没几步，我就立刻察觉到了这件超市的独特气场。

我凝目开始观察。

这店出入分门，右进左出。人群中大多数人惯用右手，这样的分布结构便于人们从货架上拿东西。

入口处的装修色调偏冷而悦目，会减慢人的步幅。一旦大多数顾客下意识开始缓步，走太快就会显得格格不入。

平均身高的水平视距摆着高利润的商品，这是零售业的基本常识。可是在儿童水平视距上摆上零食和甜品，让我不禁暗赞了一句老板好身手。

每一个超市都是一个猎场，你可能是猎手，也可能是猎物。

行为经济学和心理学发展到了今天，我们早就认识到了“理性人假设”的天真。消费者在购物的时候从来都不是理性的，商家们明白这一点，而且不断在利用顾客的不理性。



三湘都市报
微信公号“轻报纸”
看E报。



扫一扫
了解更多超市秘密。

1 为何这样卖

只有当你知道商家在如何影响你的判断，你才能排除这些干扰，做出正确的选择。

例如超市的生活常用商品往往在店内最深处。鸡蛋，牛奶之类的产品能吸引你逛完整间店。

舒缓的音乐和明亮的装修可以延长顾客的逗留时间，这往往就意味着更高的销售额。

大型超市的地砖从来不是统一的。在高利润的几排货架区，地砖会有让人感觉“高级”的材质和花纹。

如果还有行家指点，这里的地砖会略有不平，这样当顾客推车经过时，会下意识的减慢速度。

店家的心机还远不止于此。高手会在商品价签上删掉“元”“¥”等符号和字眼，一个单纯的数字价格会减少商品和钱的逻辑关联。

根据TIME杂志上的统计，使用“\$”符号价签的罐头汤，每103个顾客才会有一个购买，而改用纯数字的价签，每14个客人就有一个购买。

对超市来说更高的利润，对顾客来说就是不太划算的支出。因此每次我逛超市，都会利用超市的设计，在边边角角的货架找性价比，在推车时保持速度均衡，永远不碰在收银台排队时手边的那几样商品，那是全超市利润最高的存在。



2 本身的价值是什么

这是个很好理解的理论，我们在买东西的时候，支付的不光是东西本身的生产成本，还有包括广告，人工，地租等等在内的价格。

所以我每次回国去药店买药，都会要求药店店员帮我推荐，然后把他们推荐的品牌全部排除。原因很简单，药品的回扣是公开的秘密，店员推荐给我的药一定是他们收回扣最多的药。

如果同样的价格，一种药多支付了回扣给店员，那它的质量一定会比较差，不然就无利可图。

同样的道理，那些流量很大销量很广的快消品，比如可乐，每一个产品中的附加成本就很低，买起来比较划算。我无法知道每样货物的生产成本，但是我大概可以猜出它的附加成本，而附加成本过高的商品往往不太划算。

3 对我的效益是什么

不客气的说，大多数人在消费时并不清楚货物本身的价值。很少有人真的知道一件家电的成本，但是如果把冰箱A和一个功能相似但是贵30%的冰箱B放在一起，人们自然会想要买冰箱A来占便宜。

你不可能了解每一个你要买的东西，但是你可以了解你自己。在购物时建立自己的效益体系会让你受益。最简单的方法就是找一个能持之以恒带给你快乐/幸福的货物，以它的价格为标杆来衡量其他消费是否值得。

比如，你最喜欢吃街角的四川火锅，每次去吃要花200块，你觉得价格合理并且心满意足。那么，每当你无法决定是否要买新东西的时候，就可以把它换算成火锅。

一台PS4不再是2000块，而变成了10顿火锅，你不需要真的知道PS4的成本，但是你知道10顿火锅是至高荣耀，可能就会冷静下来不要买PS4了。这种购物理念不一定能帮助你买到客观上最物美价廉的商品，但是一定是给你带来极高效益的商品。

同理，在追你的女神的时候你想送她一个大牌的包包，然而这个包可能价值50顿火锅，而你认为女神带给你的快乐大约只有30顿火锅，那么，你真的会……孤独终老。

总之，完全理性的购物是不存在的。既然我们无法从货物角度选择，那么，我们可以站在卖方的立场破解心理暗示，然后以生产者的立场衡量广义成本，最后回归自己内心的体验来做出购买决定。

■温义飞