

Consumer Psychology
快乐★职场★消费

消费

每天要懂的 消费心理学

跃青 编著

Yueqing Bianzhu



如果懒于阅读文字★直接看漫画好了

想知道是什么在影响你的消费吗？本书揭示消费背后的奥秘。

如果你是购物达人，那你找到知音了。

每天学会一点点，让你掌握购物必杀技！



 外文出版社
FOREIGN LANGUAGES PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

每天要懂的消费心理学/跃青编著.

—北京: 外文出版社, 2010

ISBN 978-7-119-06583-0

I. ①每… II. ①跃… III. ①心理学—通俗读物 IV. ①F713.55-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 137051 号

出版策划:  外语出版社

责任编辑: 钟文

插图创作: 邓婷

装帧设计: 刘敬伟

印刷监制: 冯浩

每天要懂的消费心理学

跃青/编著

©2010 外文出版社

出版发行: 外文出版社

地址: 中国北京西城区百万庄大街24号 邮政编码 100037

网址: <http://www.flp.com.cn>

电话: (010) 68320579/68996067 (总编室)

(010) 68995844/68995852 (发行部)

(010) 68327750/68996164 (版权部)

制版: 刘敬伟

印制: 三河市航远印刷有限公司

经销: 新华书店/外文书店

开本: 880mm×1230mm 1/32

印张: 7.5

字数: 160千字

装别: 平

版次: 2010年8月第1版第1次印刷

书号: ISBN 978-7-119-06583-0

定价: 26.00元

建议上架: 心理·励志

版权所有 侵权必究 如有印装问题本社负责调换 (电话: 68995852)

前言

消费始终伴随生命的进程——从摇篮到墓地，但是消费心理学却不是每个人都懂。

贴上 9.9 元的东西一定比标价 10 元的商品卖得火吗？

商场的试衣镜为啥要斜着放？

为什么人们去逛街的时候，走的路线不一样，购买的商品就大不同呢？

为什么售货员总是对你说“咱们”？

……

这些问题你可能早就注意过了，但是你明白其中的道理吗？其实这就是消费心理学的内容。《每天要用的消费心理学》，为你揭开这些消费中的小秘密！

一般情况下，人们对于与心理学挂钩的东西总是避而远之、讳莫如深，很多人会把它与“神秘”、“深奥”、“难懂”等词语联系在一起，因为人的心理千变万化。它就像一个调皮的精灵，它存在于日常消费中的时时处处，却又总是和人们捉迷藏，以至于人们对它熟视无睹。

但通过大量的试验以及经验的总结证明，人类的心理活动仍然是有一定规律的，事实上人们对心理现象都很熟悉，只不过缺乏科学的理解，觉得神秘罢了。因此迫切需要一条合适的纽带将消费心理学科学性地运用到我们的现实消费活动中。而本书正是这条纽带。

本书不会给你高深的理论，只是从日常生活的一些消费琐事中，发掘一些你不曾注意的，曾经困惑的，或者没有深入思考的问题，并从心理学的角度加以解释，发掘出消费的小秘密，令你醍醐灌顶、豁然开朗。消费心理学与你的消费活动密切相关，想必会让你耳目一新。本书还有一个最大的特色，即针对一些消费误区、陷阱，给出一些合理的建议，让你把消费看透，从而使生活更加有声有色。

通览全书，你就会明白你的消费行为是被怎样一些微妙的因素控制着、引导着。作者从专业心理学的角度来探究你非理性购物背后的真正原因，分析造成你金钱流失的罪魁祸首。在这里，每个人都能找到自己的影子。

阅读本书，它会告诉你如何确立消费的品位，把握好消费的准则；引导你理性地购物，控制自己的消费开支；提示你如何少消费、多购物，实现超值购物；帮助你识别商品质量，买到自己最中意的商品；提醒你防范消费陷阱，不被虚假广告欺骗；为你科学理财出谋划策，为你的消费献计支招。让你摆脱非理性的窘境，避开商家促销的陷阱，过上富足、快乐的生活！

每天要懂的消费心理学

CONTENTS

第一章 消费中的情感心理学

女人为啥爱逛街

整容上瘾为哪般

你是怎样成为购物狂的

帮你戒掉冲动购物的“瘾”

你的诚实行为会受道德情感的约束

情感依托让女人比男人更爱旅游

为什么有些人不易受广告影响

消费习惯相反更易成为夫妻

为什么退休后反而买大房子

都知选礼品难，为什么不直接给钱

我们为什么会花钱买惊吓

逆反心理让我们偏不买

选择越多，我们越难以选择

买名牌其实是一种自我认同

安全感是人们热衷于购房的重要原因
为什么别人买到的更便宜
电梯平面电视广告为什么不被排斥？
为什么最后你买的还是第一眼看到的

第二章 消费中的博弈心理学

为什么商家喜欢打出“最后”通告
套装礼物为什么卖得好
“沙子”换“金子”的智慧
酒吧花生米为什么免费
你为什么会留下“试用”产品
为什么我们会在差的物品上花更多的钱
同样是畅销，定价标准却相反
为什么商品的价格提高反而卖得更好
微小让步，会更容易成交
为什么气球不送给老人
儿童消费的普遍心理
偏好逆转的秘密
广告元素的情感牌
先看西服，还是先看衬衫
你中了“中杯效应”的计吗
用新招吸引人们的好奇心
有时优缺点均讲更有利
“承诺和一致原理”引导消费者自我说服
“看上去很美”并不可靠

第三章 消费中的概念心理学

持卡人的百态心理

刷卡消费“心不疼”

宠物消费需要成熟和自律心理

与文化消费相比，人们更倾向于物质消费

是不是凡是孩子的消费就让你失去理性

自由选购会让你消费更多

为何情人节的玫瑰很贵仍有很多人买

岁末大降价背后有隐忧

“边际效用”与物以稀为贵

饮食消费中的阶层差异

AA制反而让每个人消费的更多

为什么超市的瓶装饮料比普通店的要贵一些

电影院的爆米花为什么卖得贵

买套票，让你漏掉了什么

第四章 消费中的崇拜心理学

为什么国货不敌洋货

电视购物广告瞄准消费者心理

天价货，卖的是什么

天价号码源于数字崇拜

为何期望顾客获悉自己的电视广告

名牌效应影响消费者购买选择

为什么商家多用明星做代言

为什么广告恶俗，产品依然畅销
影响网上购物的心理学分析

第五章 消费中的从众心理学

广告中的性暗示迎合消费者心理

为什么没有更多人穿粘扣带的鞋子

教育消费心理的非理性倾向

“尝试”让购买变得更容易

人为什么经不住排队的诱惑

商家为什么不愿意多开放收银台解决排队

第六章 消费中的求廉心理学

为什么许多人爱买打折商品

“小财心态”引导意外消费

为什么很多人爱讨价还价

“打响”讨价还价的心理战

你是不是爱买价格以 9 结尾的商品

“免费续杯”的吸引力

“原始价格”干扰你买了不适用的物品

你为什么买了自己并不需要的东西

你会在过去的投入上花费多少气力

反季节旅游为何会兴起

一元店为何生意红火

第七章 消费中的攀比心理学

什么女人愿意忍受高跟鞋带来的不适感
频繁更换手机背后的心理需求
被物欲喂大的儿童消费胃口
为啥女人总嫌化妆品贵却还是要买
奢侈品消费怪圈——只买贵的，不买对的
莫让人情消费成负担
为什么总觉得别人先买下的衣服是最漂亮的

第八章 消费中的环境心理学

为女装店要找个“好位置”
商场试衣镜为啥斜着放
超市的布局激起顾客“潜在的消费”
购物路线影响你所购的商品
女装为何比男装楼层高？
为什么超市的口香糖紧贴收银台
音乐促进了你的购物欲望
气味营造的消费者购物氛围
“7秒钟定律”与产品色彩
商场温度与顾客购物欲
橱窗设计对顾客心理的把握
为什么售货员在销售东西时总是称“咱们”
服务态度对消费者的影响有多大
碰触，让你在商店待得更久
微笑服务会让你消费更多
卖场内部环境设计中的色彩心理学

第九章 消费中的智慧心理学

打折与返券，你选哪个

“零钱效应”与消费习惯

旅游消费中的“心理陷阱”你躲得过吗

为什么意外之财会使人产生不可思议的行为

是什么让你不断购买彩票

钱和钱是不一样的

股票与赌博中的“控制错觉”

不要每次都想赚大钱

投资中我们恐惧的到底是什么

第一章

消费中的情感心理学

女人为啥爱逛街

心理学关键词：心理满足感

世界上有什么是女人最钟爱而男人最痛恨的，答案是：“逛街”。这也是两性心理差异的典型体现。为什么会造成这种差异呢？女人想从逛街中得到什么呢？一般来说，女性逛街，会从中体验到一种心理满足感，即使没有购买行为，也能享受这一体验。

◆过程满足感

从心理学的角度讲，女性购物是为了享受过程，而男性购物则是为了达到结果。

女人逛街的乐趣在于走过各种各样的柜台，在并不是预先想买的商品中翻看，问了价却不掏钱。这对于买东西直来直去的男性来说是一种最大的心理折磨。所以男人陪女人逛街时间问得最多的一句话是，你到底是想要买什么？

这种购买模式，对于女性的心理健康是很有好处的。其实，这是许多女性共同的心理活动，在心理学上称为“知晓心情”，也就是说，女性获得满足感并非要通过购物这个结果来实现，了解商品的价格、品质也同样能给女性带来满足感。商场里的商品比如珠宝、服饰，通过灯光的烘托，合理的搭配，都显得很美。女性爱逛商厦的一个很重要的动机，就是去欣赏这些美，从而体

验到一种赏心悦目的快乐感。另外，有的女性借着触摸物品等活动来消除心中的郁闷，即使不购买，她们也会有一种拥有感。

◆认同满足感

女性喜欢逛商场，还出于一种“群体认同心理”。她们在单位、家庭、学校等环境中，所接触的多半是男性，常常是绷紧提防之弦。而在商场里，所见到的大部分为女性。虽然彼此不发生言语交往，但却可以通过共同的行为来达到间接的交往，从而获得一种快乐而轻松的心理。

◆交往满足感

女性逛街，一般都喜欢结伴而行，通过购物模式，和好友进行人际交往。比如买东西时朋友之间互相提供参考意见。这种人际交往方式更轻松，相互之间更容易获得人际交往的满足感。

因此，大多数女性都会认为抵御商场的诱惑是件很困难的事情，但是，尽管困难重重，我们还是需要尝试控制自己的消费。下面五个简单的小办法可以帮助你。

1. 只带现金

当准备去购物的时候，事先决定自己的预算是多少。就带那么多现金出门，把银行卡、信用卡留在家中。

2. 自己逛街

和朋友们一起逛街往往意味着会多花钱——你会被劝说买一些自己不喜欢或是不需要的东西。因为女性受外界因素影响的几率较大，容易产生从众心理，面对同伴的热心捧场、百般赞扬，很少有人还能保持理智。所以最好还是自己逛街，但如果你一定要有人陪，那就要认真选择同伴了。

3. 换种方式过周末

如果周末的某天成了你生活中约定俗成的购物日，那么就不妨在这天安排点儿别的活动，不要在商场附近出现，不要安排和购物有关的事情。

4. 买些小玩意

如果你无法适应两手空空回家的状态，那就买一些你自己喜欢的鲜花、浴盐或是沐浴油满足自己内心的渴望。这些小东西既可以对抗欲望，又不会花掉太多的钱。

5. 状态好的时候再逛街

千万不要在自己饥饿或是不开心的时候逛街。饥饿的胃会指挥你的大脑将购物篮里装满错误的食品，而只有情绪好的时候，你的理智才能阻止自己做出错误的决定。

整容上瘾为哪般

心理学关键词：低自尊

爱美之心，人皆有之。随着医学的进步，整容手术已经成为许多爱美人士追逐的“法宝”。然而，有人整容上瘾，似乎镜子里的自己永远少挨了一刀。那么，选择整容的背后有着怎样的心理诉求呢？

心理学家认为整容的真正原因其实是拒绝自己、拒绝自己的身体。

自尊是自我系统的核心成分之一。缺乏自尊的人，即使长相不错，也不能接纳自己。只有当她们永远年轻漂亮、又有成就，经常被他人赞美，她们才会觉得自己是价值的人。因此，她们

容易挑剔自己的相貌，也不怕在自己脸上、身上动刀子。

低自尊的人会寻找不同的提升自尊的手段，其中有的是整容狂(通过美丽来寻求他人认可)；有的则是工作狂(通过事业上的成就来肯定自我价值)；据心理学家分析，还有一些专事奉献牺牲的人士，如修女，其实是通过别人对自己道德上的肯定进而来肯定自我的。当然后两者属于对社会有利的升华行为，与整容不可相提并论。

要知道，虽然外貌与自尊有一定关系，但自尊决不仅仅取决于姣好的容貌、苗条的身材。有不少长相不俊美的人照样生活得乐趣十足，因为他们拥有正确的认知方式。针对整容成瘾者心理行为的各个环节，可以从下面几个方面“刹车”。

◆改变认知方式

整容成瘾者的认知是不完整的，可以称之为盲目的乐观主义者。就像炒股只想着赚钱一样，她们一厢情愿地以为整容带来的只是漂亮，对失败的风险估计不足。因此，要在整容前帮助她们认识到这是一个有风险的行为，她们是否有足够的准备去承担毁容的风险。

◆遏制冲动的行为方式

整容成瘾的人多半也是购物狂，她们容易头脑发热，被推销员或广告的花言巧语所打动。最有效的改变方法就是不要立即做决定。等一个月以后再考虑，被激情拉紧的缰绳就会松懈，能够理性的思考整容这个问题。

◆停止反刍式的思维

有的时候我们的思维容易粘滞在某件事上，转不过弯，称为“强迫性”。比如总觉得自己手脏，反复洗手就是常见的“强迫

行为”。与此类似，整容成瘾者的思维也常常停止在要把自己变得更美的焦点上欲罢不能。可以用转移注意力的办法帮助她们去关注其他的事情。

◆建立内在的自尊

爱自己、接纳自己当然是最重要的步骤，也是最难的。心灵的重塑工作最好在心理咨询师帮助下去完成，不仅能解决整容问题，还能一并解决个性中的其他问题。

◎趣味测试之——你最满意自己的那一个部位？

一天你做了一个怪梦，梦到自己来到一个奇幻的庙宇之中，看到堂前竖立着庄严的佛像，突然间从佛像上发出一道强烈但又和煦的光芒，使你目眩神迷，你想这道光芒是从佛像的哪里发出来的？

- A. 脑袋后头
- B. 脸
- C. 手
- D. 身体

解答：

- A. 脑袋后头

你以你的聪明和理性自豪，如果遇到不错的对象，你相信你可以以这一项来折服他(她)。

- B. 脸

你应该长得很不错！是不是常常被人“一见钟情”呢？你最有自信的就是你的仪表和气质。

C. 手

相信你应该是很受朋友欢迎的人吧！细心、体贴入微是你最迷人的地方，也许你不是长得很出色，可是只要经过长久的锻炼，很少有人可以逃离你的迷魂阵。

D. 身体

你对自己没什么自信，你认为自己在外表上只是个平凡人，希望别人能在日常生活中慢慢观察出你的长处。

你是怎样成为购物狂的

心理学关键词：强迫性购物行为

商场是一个豪华而又休闲的场所，五花八门的商品时时刺激着我们的购买欲。如果你完全不需要某种商品也非要购买，或者买不到某种商品就无法忍受，那么，你可能就是一个真正的“购物狂”了。

要识别你是否是购物狂，请先做如下心理测试：

★

一个月内有 20 小时以上的时间在逛街；

★

半年内信用卡被刷爆 5 次以上；

★

经常因购物而使薪水入不敷出；

★

看到喜欢的东西后，必须在第一时间买下它；

✱

买不到想要的东西就难以忍受；

✱

经常在不需要某种商品时也会控制不住地买下它；

✱

经常一回家就对自己买的东西感到后悔；

✱

经常发现自己购买的东西被你置之不理；

✱

认为购物是犒劳自己的最好方法；

✱

每每有人约你逛街，大多是对方两手空空而自己满手纸袋地回家。如果以上有 3 条状况符合你，恭喜你！你是一个彻头彻尾的购物狂！购物狂行为在心理学上被称为“强迫性购物行为” (compulsive buying behavior)，指的是一个人无法控制自己的购物欲望，疯狂消费，而不考虑后果。那么究竟哪些因素导致了 你变身“购物狂”了呢？

1. 焦虑

性压抑、嫉妒、紧张、劳累、孤独等都会导致人们无目的地购物。在这一消费群体看来，无论是什么样的事情，“去大肆采购一番，然后想尽办法把钱花光，心情也就好了”。似乎在不如意的时候，购物和大把地花钱是他们来缓解压力、平衡情绪和宣泄无奈的最佳方式。

心理学家认为，有强迫性购物行为的人，往往是因为在焦虑情绪之后，每当遇到压力，都习惯性地采用同样的购物行为方式