

站在消费者的角度上讲解商品定价的秘密及手法，
让大家都成为“聪明”的消费者

价格心理学

挣钱老板不告诉你的价格真相

【日】坂口孝则◎著

冯莹莹◎译



新世界出版社
NEW WORLD PRESS

心理学课堂 | 04

价格心理学

【日】坂口孝则◎著

冯莹莹◎译



图书在版编目(CIP)数据

心理学课堂. 4. 价格心理学 / (日) 坂口孝则 著;
冯莹莹译. —北京: 新世界出版社, 2014.2

ISBN 978-7-5104-4865-2

I. ①心... II. ①坂... ②冯... III. ①价格学—商业
心理学—通俗读物 IV. ①B84-49

中国版本图书馆CIP数据核字(2014)第021445号



价格心理学

作 者: [日] 坂口孝则

译 者: 冯莹莹

责任编辑: 刘丽刚

责任印制: 李一鸣 高 金

出版发行: 新世界出版社

社 址: 北京西城区百万庄大街24号(100037)

发行部: (010) 6899 5968 (010) 6899 8733 (传真)

总编室: (010) 6899 5424 (010) 6832 6679 (传真)

<http://www.nwp.cn>

<http://www.newworld-press.com>

版权部: +8610 6899 6306

版权部电子邮箱: frank@nwp.com.cn

印 刷: 北京旭丰源印刷技术有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 880 × 1230 1/32

字 数: 450千字 印 张: 38.25

版 次: 2014年5月第1版 2014年5月第1次印刷

书 号: 978-7-5104-4865-2

定 价: 150.00元(全五册)

版权所有, 侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页等印装错误, 可随时退换。

客服电话: (010) 6899 8638

前言

获得无限财富的秘诀——价格心理学

我也不知是从哪里听来的这个让人不可思议的传闻，据说有一种方法能使任何人变成大富翁。

到目前为止，我的周围的确也有过几件类似的事例。比如，网上电子商务就标榜通过它能获得无限的财富；股票投资商也说只要能破解股票市场的潜在规律就一定能赚大钱；还有人标榜通过买卖信息来赚钱，即凭借自己在获取信息方面的一技之长来赚钱，这样即使不工作也可以维持生活。可悲的是，这些方法不仅没有给那些亲身实践者带来无限的财富，反而使他们陷入了痛苦的深渊。

但是，这次我听来的这种“对任何人都行之有效”的方法在理论上的确是可行的，那个讲述者眉飞色舞、口若悬河地给我介绍了这种赚钱的方法，即通过“烧钞票”来获取财富。

“烧钞票？”

现在，在日本银行能将破损的纸币换成新纸币。那么，如果保留半张纸币是否可以换取同等面值的新纸币呢？很遗憾，这是

不行的。根据日本银行提出的标准，纸币的剩余面积必须要大于 $\frac{2}{3}$ ，才能够换取同等面值的新币。如果纸币的剩余面积在 $\frac{2}{5}$ 到 $\frac{2}{3}$ 之间的话，只能够换取到原来一半面值的新币。如果纸币的剩余面积小于 $\frac{2}{5}$ 的话，其剩余的面值就相当于零。

我们来设想一下，由火灾所造成的纸币破损该怎么处理呢？假设那些纸币不是因切割而损坏的，而是被烧掉了，如果银行能够认可那些灰烬就是纸币的话，那么就能够算出全部灰烬的面积。

其具体方法是，先准备3张纸币，然后烧掉每张纸币的 $\frac{1}{3}$ ，接着检出其中的两份灰烬并且归拢一处，这样就相当于得到了之前所说的 $\frac{2}{3}$ 面积的纸币，于是一枚神奇的“新币”就这样诞生了。不过为了安全起见，不要重复烧之前已经烧过的地方，也可以将纸币数从4张变为5张。这种从无到有创造“财富”的理论使得“钱生钱”的设想得以成立。

怎么样，十分有意思吧！其实获得无限财富的秘诀就在于金钱自身！

难道已经有人通过这种方法变成了富翁吗？这当然是不可能的，甚至听都没有听说过有人亲身实践过这种方法。这种不入流的赚钱手段虽然听起来很有趣，但其敛财方法太过齜齜。对一般人而言，绝对没有勇气通过烧钞票来蒙骗国家公共机关。这种方法的最荒唐之处是，鼓吹通过损毁钞票能创造出更高的价值。

可是，在我听到这个方法不久后，我又听到了一个完全不同的版本。那就是“通过分割钞票来获取财富”，当然这只是个比喻，其真正的意图并不是这样。所谓的“钞票”其实是暗指“股份”。

前一段时间，很多企业都在进行股份的多次分割。比如，将市值100万日元的股份分割成100份，来发行面值1万日元的股票。以普通人的角度考虑，这种敛财方法似乎没有不妥之处。可是，仔细想想就会发现，印刷出这些股票是需要一定时间的。也就是说，在这段时间里股票市场的各种信息作为一种无形的股份也理应被分割给股民，可是这种股份实际上却是不存在的。在出现供求不平衡时，可能就会出现短暂的供不应求，股价也会跟着上涨。此时，企业老板可以通过卖出自己所持有的股份来实现一夜暴富。这就是刚才所提到的“通过分割钞票来获取财富”的实质。

当然，这种股份分割的方法仅仅是一个简单的例子。其实在这个世界上，仅存在两种人——“给别人设下陷阱的人”和“落入陷阱而被别人操控的人”，你如果能读懂别人的心理，就可以轻松的躲避陷阱，相反，就只能被别人操控。

其实我们大多数人通常都属于后者，在此简称为“我方”。属于“我方”的这类人每天在公司上班，赚取每个月二三十万日元（折合人民币1万~2万）的辛苦钱，空闲时兴致勃勃地收看电视里的搞笑节目，在超市为10日元的差价而斤斤计较，一边看着电视播出的棒球比赛一边喝着啤酒，就这样日复一日地生活。虽然这种生活方式不能获得巨大的财富，但却能感受到这种生活的充实感与幸福感，并且最重要的是，享受到了只有公司职员才有的零风险安全感。

与之相比，那些给别人设陷阱的人，简称“敌方”，一般都有自己的企业，并要亲自管理企业，要经常考虑商品、服务等具

体事项，在不断承受风险的过程中赚钱。有的企业在创业之初，年收入还不到100万日元（折合人民币8万），有的企业承担的是令人难以想象的重体力活。可是，通过出售股份、周转所得资金等方法却可以使这个企业在一个月，甚至是几秒钟内就赚到相当于一般公司职员一年的薪水。

我要说的并不是哪种赚钱方法更好，这只不过是“两方人”所处的环境不同，他们各自的心理也迥异罢了。可惜的是，我是属于“我方”阵营的人。我并没有打算批评“敌方”的人，因为这只是个人所喜欢的生活方式不同罢了。

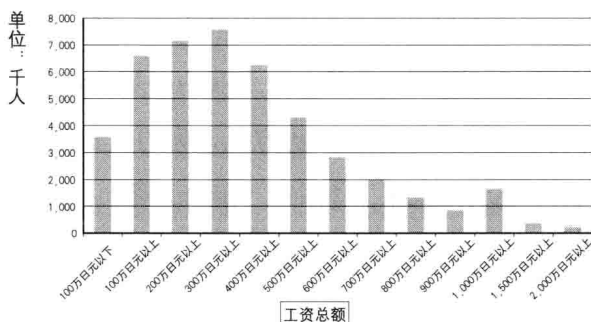
但是，请大家最好牢记一点，“敌方”的那些人一直在不断地制造各种各样的商品陷阱，用价格战来攫取超额的利益，盘算着各种赚钱方法。因此，简单地了解一下他们设陷阱的手段和赚钱方法，掌握他们赚钱的心理机制，会成为消除“敌我双方”隔阂的捷径，你也可以在这场价格战中变被动为主动。这就是本书真正要讲的内容——价格心理学。

你的年薪与预期相符吗？

虽说这个问题有些唐突，但是你的工资在日本究竟处于什么位置呢？估计你的年薪可能在200万～2000万日元（折合人民币16万～160万）之间，下面请看图1。

■ 图1

5000万人的工资分布图



如图所见，工资的分布并不是以平均值为中心的对称分布，左侧的分布比较靠近最高点，整体分布呈现出一种不规则形态。看到此图，我不由得再次感到震惊，原来在日本还有这么多人的年薪低于200万。

假设在日本获取工资的人数正好是5000万，你的工资排名可以由以下的计算公式导出（详见图2）：

■ 图2

不同工资的参照系数列表

种类	工资额	系数①(千人)	系数②(千人)	系数③(万日元)	系数④
1	100万日元以上 ~ 200万日元	45,981	7,384	100	100
2	200万日元以上 ~ 300万日元	38,597	8,005	200	100
3	300万日元以上 ~ 400万日元	30,591	8,431	300	100
4	400万日元以上 ~ 500万日元	22,180	6,968	400	100
5	500万日元以上 ~ 600万日元	15,192	4,809	500	100
6	600万日元以上 ~ 700万日元	10,383	3,188	600	100
7	700万日元以上 ~ 800万日元	7,196	2,232	700	100
8	800万日元以上 ~ 900万日元	4,964	1,482	800	100
9	900万日元以上 ~ 1,000万日元	3,482	982	900	100
10	1,000万日元以上 ~ 1,500万日元	2,500	1,845	1,000	500
11	1,500万日元以上 ~ 2,000万日元	654	406	1,500	500

*以5000万人为基数来校正各类中所占的人数

*各类中的排列顺序要用一个更加复杂的计算来推导，在此仅由简单的计算导出

$$\text{工资排名} = \text{系数①} - [\text{系数②} \times (\text{工资} - \text{系数③}) \div \text{系数④}]$$

虽然计算过程稍显复杂，但并不难计算（系数①是指各类初始的排列顺序，系数②是指各类中包含的人数，系数③和系数④是用来校正各类内部的排列顺序）。如果有演算纸和电子计算器的话，几分钟内就能算出结果。比方说，你的工资是320万日元（顺便提一句，这正是我在工作后第一年的工资），符合图2中的第3类，系数①就为30591，系数②为8431，系数③为300，系数④为100。于是你的工资排名为：

$$30591 - [8431 \times (320 - 300) \div 100] = 28905 \text{ 千位}$$

因为以上公式是以千为单位的，也就是说在5000万获取工资的人中，你的工资排名为第2800万位。由此也可以看出，年薪在300万日元以下的人差不多有2000万左右，换句话说，有相当多的人是属于图1中的左侧人群，这也正是左侧分布比较接近最高点的原因。

当然，你也可以将公司效益最好时所发放的年薪带入该公式进行计算。比如，你获得的年薪为600万日元（折合人民币50万），此时你的工资排名为第1000万位。事实上，确实有相当一部分人，他们毕业于名牌大学，但是年薪充其量也就600万日元左右。虽然他们所就读的大学之间的排名会有百分之几的偏差，但是他们的年薪在很短的时间内就能够进入总排名榜前20%的行列。

我们还可以试着进行同样的计算，比如，对于工资为2000万日元的人来说，他属于图2中的第11类，如上方法带入相应的各种系数，可以得出：

$$654 - [406 \times (2000 - 1500) \div 500] = 248 \text{ 千位}$$

也就是说，他的工资排名大致在第25万位，同时还说明，工资在2000万日元以上的人大概有25万左右，这类人属于社会中相当富有的阶层。不过在日本，这样的人是否真能达到25万，就只能取决于个人不同的评价标准了。

我之所以在一开始就提出工资排名，是想让大家准确把握自己所处的位置。因为，几乎没有人能够毫不隐瞒地告诉我他的年薪是多少，当然也就不知道自己的收入到底处于什么位置，大家只是“急匆匆地把工资揣入兜里了事”。

看到这个排名后，那些一直认为自己的工资水平比较高的人可能会发现，原来自己的年薪远远低于预期。基于这种反思，有些人会从第二天开始，重新评估日常支出，并且采取措施改善生活方式，以降低生活费用。

今后，日本将迎来超老龄化的社会，每个人用于养老的钱可能会根据不同的计算方法而各有差异，但一般情况下都在2000万~3000万日元（折合人民币160万~250万）之间。但是，由于现在的人绝不允许养老金有丝毫差错，所以保险起见可将其设定在3000万~5000万（折合人民币250万~410万）日元之间。

同时，可由以下公式计算出养老所必需的储蓄金：

$$\text{「收入-支出+资产运作收益=储蓄金」}$$

这个公式计算起来相当简单便捷。同时，这个简单的公式也告诉了我们一个非常简单的事实。那就是，如果想增加存款量，要么增加收入，要么缩减支出，要么提高资产运作收益，除此以

外别无他法。

能够积攒5000万日元的养老金是最理想的，可是实际上仅有百分之几的家庭能真正实现这个梦想。并且，这个榜单也告诉了我们一个事实，当你的工资排名并不位于总排名榜的前百分之几时，想要以此安心养老是相当困难的。

如何才能不当“负翁”

通过刚才的收入排名我们了解到，“收入-支出+资产运作收益=储蓄金”中的“收入”到底处于何种位置，当然这只是有关收入的一个侧面罢了。

我们可以试着这样考虑，你所进行的商业运作就是将自身作为一种人力资本投入到劳动市场，以赚取“储蓄金”为利润回报。如果客观评价的话，你卖出的价（=收入）可能并没有那么高。可是，通过降低成本（=支出）却能够实现利润的高回报。

本书关注的并不是“如何增加收入”，也不是“如何提高资产运作收益”，而是通过对商家制定价格的心理等方面的分析，告诉那些脚踏实地生活的人“如何缩减支出”。

我想，肯定有人想尽了一切办法让500万日元年薪中的100万变成为“储蓄金”。通常，人们的储蓄习惯是年薪的20%。如果能持续保持这个比例，就能增加100万日元的储蓄金——前提是能够成功地缩减支出，换句话说，相当于又得到了一份工资100万日元的工作。虽然高薪阶层的人可以通过获取高薪来增加储蓄金，

但一般的工薪阶层却可以通过缩减支出来达到同样的目标。

本书的目的是向读者传授商品价格的秘密及商家如何给商品定价，剖析商家的价格心理，即解析企业赚取利润的各种环节，让读者了解生活中的种种陷阱。其中，详细介绍了我所熟知的进货、供货环节中的各种内幕。

同时，我还希望本书能成为降低成本、提高企业效益的独门秘籍，使企业决策人、私营企业主通过阅读它来更好地把握商品生产及销售的各种环节。这本价格心理学还可以帮助消费者更好地了解日常生活中商品的价格奥秘，如果你的目的是“缩减支出”“成为聪明的消费者”的话，就必须清楚地了解卖方的种种销售逻辑与具体销售环节。

当然，你可能会问，那些进行打折促销活动的家电专营店的店员是不是都清楚其中的奥妙呢？我可以告诉你，绝对不可能。他们只不过是为了实现企业获利而按照某种规则在工作。如果阅读了本书，他们就会彻底领悟到自己按照公司指示所进行日常工作的具体意义。

例如，有些家电专营店的商家肯定会纳闷：“为什么有些店的打折商品仅比我家便宜1日元。”这是不是说明，有些公司表面上看是做亏本买卖，实际上却是赚钱的呢？

如果读者能够理解书中所提到的“极限效益”与“机会效益”的思维模式，就会逐步认清之前所忽视的种种商业环节，这些其实都是商家通过操控消费者的消费心理来制定的价格战。通过此书，企业员工能够重新认识自己工作的实质意义，消费者能

够在讨价还价时立于不败之地。

本书不仅揭示了生活中各种商家在经济活动中制定价格时的心理策略，介绍了各种商品的进价，还介绍了商品结算的窍门、企业使顾客购买商品所使用的各种手段和心理诱导、一些恶性营销的实例，以及面对这些问题时如何来实现个人及企业的支出最少、成本削减。掌握这些技能并不需要你事先具备专业的知识，你只要能了解商家的这些价格心理手段，你就能轻松应对生活中的各种价格诱惑。

同时，本书若能启发大家对以上种种商业构想加以灵活运用，利用价格心理学重新思考如何创造新的商机，如何用一种全新的方法提高效益、降低成本，对我而言就是十分欣慰的事情了。

我期待本书能为人们实现更加美好的生活而尽到微薄之力。

坂口孝则

2009年10月

Part1 为什么麦当劳的汉堡包只卖

100日元也能赚钱？

第1章 通过差价来创造效益的设想

- ◇ 从大龄自由职业者到有钱人 · 3
- ◇ 营销必杀技——巧借资源获利 · 6
- ◇ 世界上最简单的营销 · 7
- ◇ 家电专营店的宿命——时刻置身于无比残酷的低价竞争中 · 11

第2章 获利陷阱就是“任何事都闭口不谈”

- ◇ 麦当劳“反其道而行之”的经营策略 · 16
- ◇ 100日元汉堡包背后暗藏的“陷阱” · 21
- ◇ 为什么会出现一次性的店长？ · 26
- ◇ 将被扔掉的“东西”变成“钱”——“商品甩卖”的陷阱 · 29

Part2 迪士尼乐园除向顾客出售梦想 外还有其他什么东西？

第3章 固定支出型企业的获利陷阱

- ◇ 米老鼠头饰给我的启示 · 37
- ◇ 能让顾客多次光顾的生意才是最赚钱的生意 · 40
- ◇ 盈亏分界点是企业的生命线 · 43
- ◇ 如何让顾客掏出钱包里的钱？ · 49

第4章 通过“极限效益”来增加销售额的定价方法

- ◇ 如果降价后依然卖不出去 · 52
- ◇ 为什么商家即使亏本也要将商品卖出去？ · 58
- ◇ IT公司的经理为什么乐于频频露面？ · 63

Part3 为什么航空公司及家电专营店 随意向顾客发放积分？

第5章 爱上便宜货，追求积分的代价

- ◇ 通过大幅度降价来“赚钱” · 71
- ◇ 分手和热恋各自暗含的隐性成本 · 76
- ◇ 利用隐性成本来创造价值 · 80

第6章 积分大战谁是赢家

- ◇ 积分制给消费者带来了什么？ · 83
- ◇ 追求低价，会付出代价 · 89

第7章 积分制暗藏的获利陷阱

- ◇ 积分只增加了商家的盈利机会 · 93
- ◇ 积分制与最大折扣的一线之隔 · 93

Part4 所有的商品价格都暗藏着 商家的某种意图

第8章 商品的获益率是多少？

- ◇ 让我茫然不解的问题 · 105
- ◇ 如何最大限度地吸引顾客？ · 107
- ◇ 解剖高档商品的利润陷阱 · 114
- ◇ 为利润而冒的风险 · 120

第9章 开店策略——胜利的公式

- ◇ 新店的店址是选在繁华地段还是僻静地段？ · 122
- ◇ 私人企业VS大型企业的胜负概率 · 128
- ◇ 商场的定律是“胜者为王” · 132
- ◇ 为穷人设计的生存策略 · 134

第10章 定价陷阱

- ◇ “防不胜防”的定价手段 · 138
- ◇ 瞄准人性弱点的服务——无偿使用 · 143

Part5 秘而不宣的营销手段

第11章 营销人格的丧失——一名男子的亲笔记录

- ◇ 这是一段让我备感羞耻的经历 · 151
- ◇ 欺骗 · 160
- ◇ 洗脑 · 166

Part6 无人问津的小吃依然 能存在下去的理由

第12章 由支出环节的不同而产生的反常现象

- ◇ 我记忆中的天空 · 181
- ◇ 再次感受“敌方的世界” · 184
- ◇ 弱者的胜利宣言 · 187
- ◇ 神奇的夜总会女招待得到了什么？ · 191

第13章 以“非成本价主义”来重新审视家庭用度

- ◇ 低收入人群的可取之道 · 198
- ◇ 为经济困难人士设计的节约费用、削减成本的方法 · 204
- ◇ 以“吝啬鬼”和“慷慨者”都想达到的最终目的为目标 · 209