

[法]尼古拉·盖冈 (Nicolas Guéguen) 著
胡婧 舒静 译

“剁手” 心理学

如何在与客户的心理博弈中，
获得更多

Métro, psycho, dodo –
Tous nos comportements quotidiens décryptés

99%的成交，
是在心理博弈中完成的

当顾客买东西时，他在想什么？
买的真的没有卖的精吗？
如何在客户心中种下一片草原？

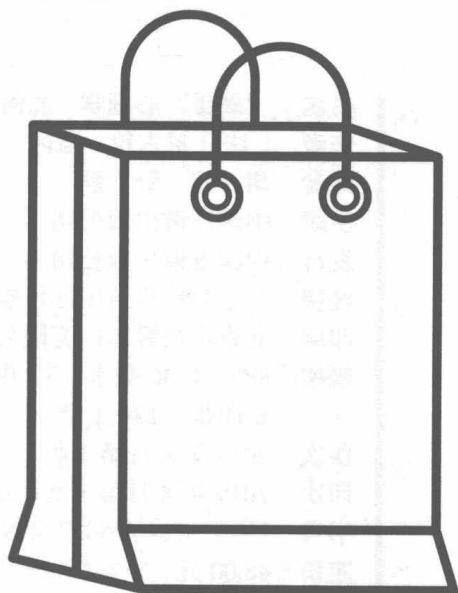
9大维度 82个技巧 10大常见心理学定律
一本书教你洞察客户微妙的心理，轻松成交

中国友谊出版公司

“杀手” 心理学

如何在与客户的心理博弈中，
获得更多

[法]尼古拉·盖冈 (Nicolas Guéguen) 著
胡婧 舒静 译



Méto, psycho, dodo -
Tous nos comportements quotidiens décryptés

中国友谊出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

“剁手”心理学：如何在与客户的心理博弈中，获得更多 / (法) 尼古拉·盖冈著；胡婧，舒静译. — 北京：中国友谊出版公司，2019.8

书名原文: Métro, psycho, dodo Tous nos comportements quotidiens décryptés
ISBN 978-7-5057-4791-3

I. ①剁… II. ①尼… ②胡… ③舒… III. ①消费心理学 IV. ①F713.55

中国版本图书馆CIP数据核字 (2019) 第144189号

Originally published in France as:
Métro, psycho, dodo. Tous nos comportements quotidiens décryptés
By Nicolas Guéguen
© 2016, Dunod, Malakoff

书名 “剁手”心理学：如何在与客户的心理博弈中，获得更多
作者 [法] 尼古拉·盖冈
译者 胡婧 舒静
出版 中国友谊出版公司
发行 中国友谊出版公司
经销 北京时代华语国际传媒股份有限公司 010-83670231
印刷 北京市松源印刷有限公司
规格 880×1230 毫米 32 开
8 印张 194 千字
版次 2019 年 8 月第 1 版
印次 2019 年 8 月第 1 次印刷
书号 ISBN 978-7-5057-4791-3
定价 48.00 元
地址 北京市朝阳区西坝河南里 17 号楼
邮编 100028
电话 (010) 64678009

前言

社会情境中的心理学旨在研究日常生活中包围着我们的各种信息、物品、人物和事件是如何改变我们的感官、判断和举止的。在这本书中，我们将通过平常生活中大量的例子认识到：不是所有的事情都是预先确定好的，我们的行为会根据我们见到的人、收到的信息、看到的图像以及闻到的气味而改变。事实上，我们生活中的许多领域都会受到环境因素的影响。例如，消费者会被商场里的气味、光线和播放的音乐所影响；在工作地点或学校，从窗口看到的景色会对我们的心情、工作和学习效率有影响。我们还发现，即便是在我们找对象的时候，视觉因素和嗅觉因素也会干扰我们的判断。我们在社会交往中也受到诸多因素的影响，尽管我们往往察觉不到自身对它们的敏感性。比如，对话者的衣着外貌会影响我们对对方的态度，还会导致我们更轻易地拒绝或接受此人对我们提出的请求。此外，来自他人非语言范畴的行为也会影响我们对此人的印象、评价以及与之互动的方式。一次触碰、一个微笑、一个眼神在日常生活中显得如此平凡，以至于我们常常会忽略它们的影响力。

然而有研究表明，一个商贩在与顾客有肢体接触的情况下会更容易卖出商品；一个想搭顺风车的人若脸上挂着微笑，则可以在马路边少等一段时间。最后我们还能了解到，当我们要做出一个决定的时候，仅仅是存在于我们周遭环境中的物体都有可能干扰我们的选择。也就是说，影响因素无处不在，只是我们没有意识到而已。本书分为数个章节，每个章节都会探讨为数众多的影响因素之一，并借此向你展示：任何微小的细节都会对我们产生影响，而我们也很少会单纯地根据理性或情感做出一些决定或行为。

目录

CONTENTS

1

音乐和声音对人的影响

- 01 为什么听高分贝的音乐能使我们喝更多的饮料？ /003
- 02 音乐能使人们在公共场合的言行举止变得温和吗？ /006
- 03 为什么在一家商店里播放古典音乐或流行音乐会使得销售额攀升？ /008
- 04 为什么当你聆听一首莫扎特的奏鸣曲时，比起一般的葡萄酒，你会更想品尝一杯拉菲酒庄的红酒？ /010
- 05 为什么当你听到手风琴的琴声时，你会购买法国产品？ /013
- 06 为什么不同风格的音乐会对于购买行为产生影响？ /017
- 07 为什么人们要在露天集市播放音乐？ /020
- 08 为什么音乐会对于来电者的等候时长有影响？ /022
- 09 你知道吗？超市播放的快节奏音乐会加快你购物的速度。 /024
- 10 如何让顾客在餐厅里待得更久并且消费得更多？ /026
- 11 为什么你会在听到快节奏的音乐时喝得更多、更快？ /028
- 12 你知道吗？你的心跳频率与你偏爱的音乐节奏相同 /030
- 13 为什么快节奏的音乐有利于记忆？ /032
- 14 分贝与行为 /034
- 15 妈妈，我需要安静！ /037
- 16 鸟声啾啾，水声汨汨 /039
- 17 为什么声音具有镇静效果？ /041
- 18 为什么有些人的噪音会让我们神魂颠倒？ /042

2

色彩、光线和温度对人的影响

- 19 为什么当你感觉热的时候，你会选择穿冷色调的衣服？ /051
- 20 为什么是进入“白”热化状态而不是“黑”热化状态？ /052
- 21 为什么你更喜欢用蓝色而不是红色的玻璃杯来喝冰汽水？ /056
- 22 为什么同一种奶酪在法国是白色的，在西班牙却是黄色的？ /058
- 23 为什么黑白广告不吸引眼球？ /060
- 24 你知道吗？一家商场的照明条件能够影响你的购物行为 /062
- 25 你是照亮我生命的一缕阳光 /065
- 26 风雨过后是晴天 /069
- 27 我们在暗处的行径 /071
- 28 思绪如浮云 /074

3

气味对人的影响

- 29 为什么某种气味会唤起你的童年？ /079
- 30 为什么在你最喜爱的餐厅里有种能让你增加消费的气味？ /081
- 31 为什么在面包店前会散发出热面包的香味，在肉食店前会弥漫着烤鸡的香味？ /084
- 32 爱的讯息会弥漫在空气中吗？ /087
- 33 基因的吻合度能通过体味来分辨吗？ /090
- 34 男子气概可以用鼻子嗅到吗？ /092
- 35 我们能从体味判断出对方身体的对称度吗？ /093
- 36 你感觉如何？ /095
- 37 气味能强化身体机能吗？ /098
- 38 芬芳的气味能使人变得乐于助人？ /100

4

语言和用词对人的影响

- 39 为什么外婆煮的咖啡总是那么好喝？ /107
- 40 你确定自己买了一件很划算的商品吗？ /109
- 41 为什么当你可以拒绝一件事的时候，你却选择接受？ /112
- 42 为什么说物以稀为贵？ /116
- 43 涓涓溪流一定能汇聚成江河吗？ /121
- 44 为什么我们要在见面时问对方：“你今天顺利吗”？ /123
- 45 你更青睐漂亮的、聪明的还是性感的女人？ /127
- 46 我们可以把内心隐秘的想法大声说出来吗？ /129
- 47 我们会对自己的一言一行产生自恋情结吗？ /132
- 48 男性的幽默感对女性而言重要吗？ /135
- 49 他竟然还记得我！ /139

5

视觉和图像对人的影响

- 50 为什么你看一张陌生人的照片超过十遍以后，便会对照片上的人产生好感？ /145
- 51 让你久等的东西会在你眼里变得更有吸引力吗？ /147
- 52 为什么做广告的人要往你的邮箱里塞满小广告？ /149
- 53 为什么插播广告的时机最好选在《爱情故事》之后，而不是《闪灵》之后？ /151
- 54 为病人止疼的植物 /152
- 55 借助视野中的大自然实现精神越狱 /155
- 56 与其看着窗外发呆，尼古拉最好专心学习！ /157

6

身材和外貌对人的影响

- 57 为什么说“佛靠金装，人靠衣装”？ /161
- 58 不管黑猫白猫，到了夜里都是灰猫？ /163
- 59 短发比长发更好吗？ /164
- 60 人类更偏爱金毛宠物？ /166

7

非语言范畴的行为对人的影响

- 61 为什么一名女服务员在笑脸相迎的时候能比她板着脸的时候收到更多的小费？ /171
- 62 为什么当他人直视你的眼睛时，你会更愿意接受对方的请求？ /172
- 63 为什么直视他人的眼睛会给对方留下好印象？ /175
- 64 我们该用怎样的眼光去看别人？ /178
- 65 眼神具有鼓励作用吗？ /181
- 66 为什么服务员要将身体略微倾向顾客？ /184

8

自我影响：当我们被物体、环境和我们自己操控时

- 67 为什么向他人展示自己的正面形象是要付出代价的？ /189
- 68 为什么一个复述顾客订单明细的服务员会收到更高的小费？ /190
- 69 为什么在看到某家餐厅座无虚席的照片后，你也会想去那家吃晚餐？ /194
- 70 为什么你会欣赏一个和你有共同之处的陌生人？ /196
- 71 他让我想起了某个人！ /202
- 72 带上鲜花诉衷肠！ /206
- 73 为高考加分的绿色植物 /210
- 74 工作没效率？养盆绿植吧！ /211
- 75 绿色盾牌 /215

9

循序渐进的影响

- 76 肯为小善者必能施大善 /221
- 77 你知道吗？你在一个慈善组织的网站上浏览的时间越久，就越有可能给该组织捐款。 /225
- 78 不能施大善者必可为小善！ /227
- 79 为什么销售员总是先向你推荐最贵的售后服务？ /230
- 80 为什么一旦我们答应了某件事，就很难再说“不”了？ /234
- 81 为什么你明明要买蓝色的鞋子，最后却买了红色的？ /238
- 82 为什么你要答应给保罗买玩具消防车作为圣诞礼物？ /242

音乐和声音对人的影响



音乐、声音和噪音无时无刻不围绕着我们。当我们进入一家大型超市时，常常会有音乐萦绕在耳畔，在酒吧或餐厅亦是如此。还有就是在一些出售纯天然产品的商店，我们往往会听到像流水声或鸟鸣声这样的背景音乐。播放这些音乐的首要目的是营造一种让顾客舒适的氛围，但也有研究表明，这样的做法会影响顾客的购买行为。也就是说，若我们调整音乐的风格、节奏或音量，人们的行为方式也会随之改变。我们还了解到，声音和音乐可以

用来减轻疼痛和缓解焦虑，比如我们在牙科诊所候诊或即将接受一个小型外科手术的时候，某些声音便可以在极大程度上发挥它的镇定作用。最后值得一提的现象是，人的噪音及其音调的各种变化能够影响我们对他人的评价方式。有些人的噪音会比其他人的更具有吸引力，而且还能帮助我们判断不同人的个人特征。在声音的世界里，任何现象的存在和发生都有其特殊的含义，而我们就在这样的大环境里不断地演进发展。

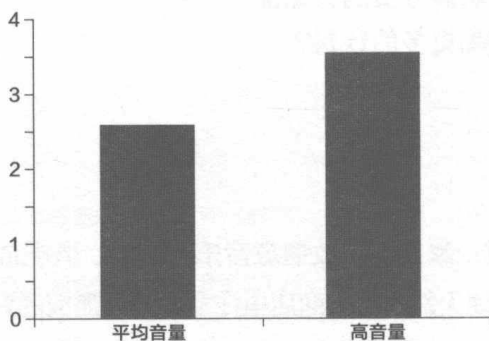
- 01 为什么听高分贝的音乐能使我们喝更多的饮料？ /003
- 02 音乐能使人们在公共场合的言行举止变得温和吗？ /006
- 03 为什么在一家商店里播放古典音乐或流行音乐会销售攀升？ /008
- 04 为什么当你聆听一首莫扎特的奏鸣曲时，比起一般的葡萄酒，你会更想品尝一杯拉菲酒庄的红酒？ /010
- 05 为什么当你听到手风琴的琴声时，你会购买法国产品？ /013
- 06 为什么不同风格的音乐会对购买行为产生影响？ /017
- 07 为什么人们要在露天集市播放音乐？ /020
- 08 为什么音乐会对来电者的等候时长有影响？ /022
- 09 你知道吗？超市播放的快节奏音乐会加快你购物的速度。 /024
- 10 如何让顾客在餐厅里待得更久并且消费得更多？ /026
- 11 为什么你会在听到快节奏的音乐时喝得更多、更快？ /028
- 12 你知道吗？你的心跳频率与你偏爱的音乐节拍相同 /030
- 13 为什么快节奏的音乐有利于记忆？ /032
- 14 分贝与行为 /034
- 15 妈妈，我需要安静！ /037
- 16 鸟声啾啾，水声汨汨 /039
- 17 为什么声音具有镇静效果？ /041
- 18 为什么有些人的噪音会让我们神魂颠倒？ /042

01 | 为什么听高分贝的音乐能 使我们喝更多的饮料？

有谁走进过一家从不播放惬意音乐的商店、酒吧或餐厅呢？你有没有在一些出售纯天然产品的商店里注意到其间播放的有着乡野气氛的背景音乐，或在大型商场的鱼肉柜台听到浪花拍岸和大海的声音？通常只需转动旋钮便可轻易调节的音量很少作为消费心理学的研究课题。然而，我们了解到，音乐能根据其音量的大小引起不同的消费行为，并且能用来减小或扩大某些商业场所发出的噪音。

低调沉静或响如雷鸣，调节乐曲的播放音量绝对是再容易不过的一件事。在某些场所，音量的强度旨在烘托出某种气氛，甚至是传达某种概念。在另一些场合，音量低且特征不明显的音乐是为了表达另一种气氛，体现另一个场所的特点。近期的一些研究表明，音量似乎对消费者的行为有影响，但具体应该将音量调到多高却取决于很多因素。

盖冈·勒·格莱克和雅各布于 2004 年在一些酒吧通过改变音乐的音量完成了一项实验。由于实验周期长达数周，因此某些对实验结果构成影响的因素得以控制。而且实验仅于每周六晚间，在一些年轻人出入的酒吧里进行。人们在这些酒吧里播放了风格相同的音乐，音量被设置为 72 分贝和 88 分贝两种不同的音量。所谓“平均音量”指的是通常在酒吧里测得的分贝值。此处测得的分贝值之所以很高，是因为进行这项实验的酒吧都比较拥挤喧闹，有时甚至嘈杂混乱。一些低调的观察员会坐在酒吧里，他们的任务是观察那些同样坐在吧台内的顾客从进入酒吧开始，一直到离去过程中的行为表现，然后将这些顾客在该过程中所点的饮料杯数记录下来。



饮料消费在不同音量下的平均数量

播放比平时音量更高的音乐能够导致饮料消费的增长，该结论不论男女都一样适用。据推测，高分贝音乐可能会在上述情况下产生一种所谓的“过度激活效应”，这种效应既是生理上的又是心理上的，它能够刺激人们去购买更多的饮料。

这项假设在进一步的研究中得到了证实。研究人员完全仿照上一次的实验模型进行了另一项实验，不过这一次，他们只观察那些点了啤酒的顾客。除了饮用量之外，顾客喝每杯啤酒所用的时间，以及喝完一杯所用的次数也成了观测目标。

饮料消费在不同音量下的特点

	平均音量	高音量
啤酒杯数	2.6	3.4
喝完每杯啤酒所用的 平均时间（分钟数）	14.51	11.45
喝完每杯啤酒所用的 次数	7.02	7.18

播放高音量音乐会导导致酒精饮料的过度消费，该现象在此处得到了证实。同时我们也观察到，顾客喝每杯啤酒所用的时间

根据音量的不同，统计出的数字也不一样，但他们喝完每杯啤酒所用的次数大致不变。这就意味着顾客在喝每一口啤酒时，饮下的量并没有增多，但两次举杯饮用之间的时间间隔却缩短了，这就使得一杯啤酒被更早地喝完，并促使顾客更快地去点下一杯。这样的结果很符合过度激活效应的推测：在提高音量的情况下，一个人会用更快的速度去完成惯常的饮用行为。

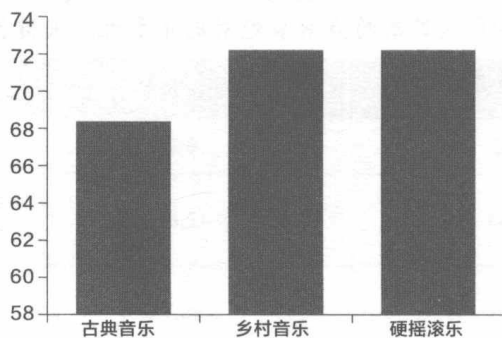
结论

在某些背景和情形下，播放高分贝的音乐会促进饮料消费的增长。需要注意的是，尽管这个实验突出了高音量对购买行为的积极影响，但真实的情况却并非总是如此，因为音乐的播放场合也是相当重要的一个因素。在很久以前进行的一项有关音量特性的研究中，该隐—史密斯和科诺在 1996 年发表的研究结果中并没有明确指出在商店里播放音量更高的音乐会刺激人们的购物欲望，他们的发现是，提高音量会缩短顾客在商店里的停留时间。同样的，拉莫斯在海滨大道上的一家相当幽静的餐厅里观察到，当音乐的播放音量较低时，人均消费为 21.63 美元，而播放音量较高时却只有 18.57 美元。这两个例子再次说明，音乐播放的场合，以及该场所人群的特点有着绝对的重要性。关键就在于找到最适合于该场所的音量。

02 | 音乐能使人们在公共场合的言行举止变得温和吗？

噪音是造成我们现代社会中不适感的主要原因之一。预防和控制噪音的活动要定期举办，甚至被列入了某些政客的规划纲要之中。对众多商业场所的研究表明，噪音对顾客有着非常负面的影响。一个公共场所的负责人控制音乐的音量或减小机器的噪声是容易的，而对付顾客制造的噪音可就复杂了。当然，减少这种可憎的环境噪声也是非常值得我们关心的问题，因为它除了会对员工造成不利影响，还会导致顾客过早离去，进而减少消费。

多斯于 1995 年开展的一项研究就试图了解音乐是否真的能被用来增强或减弱顾客发出的噪音。在一所美国大学的校园餐厅里，研究者们曾在预定的不同时间段内播放不同的背景音乐。乐曲涉及三种不同的风格，分别是古典、乡村和硬摇滚，且每次播放的音量都相同，每段音乐持续 30 分钟，播放 10 分钟之后，研究人员便会去餐厅的中央测量人们谈话的音量。



根据不同音乐风格测得的平均谈话音量

从统计学的角度而言，虽然每次实验的条件都是有差异的^①，但对结果的影响不大。与硬摇滚乐相比，古典乐最有效地减弱谈话的音量，其次是乡村乐。需要再次强调的是，每段音乐的播放音量都是相同的。也就是说，乐曲风格确实能影响人们谈话声音的高低。

我向您推荐本餐厅的鲱鱼，
上菜时会为您配上一曲
舒伯特^注的音乐！



注：《鲱鱼》是奥地利著名作曲家舒伯特的经典作品。

画者：马拉伊

结论

为什么古典音乐有助于降低一间餐厅里顾客发出的整体音量呢？查尔莫斯、奥尔森和茹科夫斯基于1999年在英国的一些学校食堂里进行了一项研究后得出结论，这很有可能是因为该风格的乐曲有舒缓镇定的效果。他们还指出，较不播放音乐而言，播放古典音乐能够非常显著地降低孩子们在食堂里发出的噪音，并减少某些不文明的举止，如未经许可就离开餐桌、不叠餐巾、吃相不雅，等等。这证明，古典音乐真的能使人们在公共场合的言行举止变得温和。

① 因为在不同时段，咖啡厅里的顾客数量和顾客类型不一样。