

贩卖焦虑背后的算命思维

观点
提要

商家这种贩卖焦虑的宣传方式,是各电商平台的惯用手法——先是捕捉到某个社会痛点,然后加以放大,最后把自己的商品宣传成消除痛点的“解药”。这样的套路看起来并不新鲜,却屡试不爽。如今这套路美其名曰“互联网思维”,是算命思维的升级版,但大致思路其实是一样的。

继洋说事

□ 王继洋

据《工人日报》报道,针对中小学生等未成年人观看电脑、手机等各类电子屏幕的时间增多,视力受损风险明显增大的“商机”,不少商家千方百计“套路”家长为孩子购买价格更高的“护眼神器”防蓝光眼镜。多名眼科专家和行业人士表示,当前蓝光危害被显著放大,“防蓝光”产品功能被夸大,部分产品质量堪忧,消费者权益难以妥善保障。

说实在话,由于疫情,孩子在家上网课的那段时间,相信很多人都担心其视力受到影响,而商家很显然捕捉到了这一社会痛点,适时购买“护眼神器”其实很正常。问题在于,商家在贩卖

焦虑的同时,明显有夸大宣传的嫌疑——诸如“阻隔屏蔽约95%蓝光”“有效预防近视”“线上听课专用”“网课专用减缓近视”“网课伴侣缓解视觉疲劳”之类,过度解读蓝光危害,吸引家长购买防蓝光眼镜。

事实上,按照专家的说法,蓝光导致近视的说法没有科学依据。未成年人盲目使用防蓝光眼镜,反倒可能有损视力、伤害生物节律,而且过度拦截蓝光,会影响褪黑素分泌,干扰睡眠。

商家这种贩卖焦虑的宣传方式,是各电商平台的惯用手法——先是捕捉到某个社会痛点,然后加以放大,最后把自己的商品宣传成消除痛点的“解药”。这样的套路看起来并不新鲜,却屡试不爽。

其实我以前读小说的时候,发现贩卖焦虑可以算得上是一

种“传统文化”,自古有之。比如算命,就是用贩卖焦虑的方式赚钱。其实随便一个人,都可以去摆摊算命。当然了,你得把自己简单包装一下,穿得越道貌岸然越好,摆一地摊,然后整个广告牌,上面写着四个大字:免费算命。

一看免费,肯定会有人来试探一下。这个时候,你问他一些简单信息之后,冥思一会,然后高深莫测地告诉他:“你在一周内必会遭到灾运,可能是一些并不起眼的灾运,但这周你不破除的话,这灾运会跟着你一辈子,且越来越大。等你发觉了后再来找我吧。”

你这么一说,他肯定不信。但随后的一周,他会处于自己随时可能遇到倒霉事的心理暗示中。而现实生活中,谁一星期遇不到几件倒霉事呢?一旦遇到

了倒霉事,他会觉得算命先生算得很准,大概率会回去找你。这个时候,你就可以告诉他,算命免费,但确实是要收费的。这个时候,你价格随便开,他基本都会付钱。而不来回顾你生意的人,由于没交过钱,所以也不会回来找你麻烦。你看,这套路是不是似曾相识?

是的,如今这套路美其名曰“互联网思维”,是算命思维的升级版,但大致思路是一样的。

破解这样的套路并不难,你只要有自己的独立思考,别被商家牵着鼻子走就好了。就像如今广为流行的养生,其实有规律的锻炼和合理的饮食,再加上心情的调控,胜过绝大多数的保健品。遗憾的是,商家贩卖的焦虑无处不在,很多消费者都被带偏了……

“共享头盔”体现管理智慧

□ 戴先任

据中新网报道,在“安全头盔”大幅涨价的情况下,四川宜宾南溪区于近日推出“共享头盔”,无抵押并免费向交通参与人“共享”,既方便了群众出行,又为群众节约了开支。

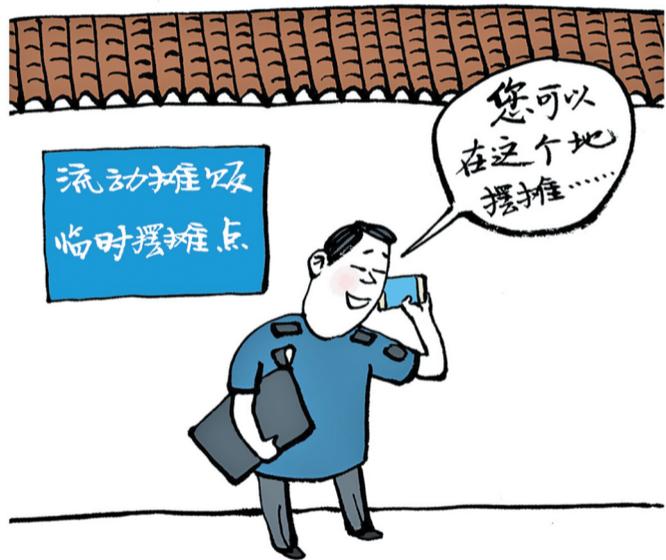
公安部交通管理局于今年4月部署全国开展“一盔一带”安全守护行动,倡导摩托车、电动自行车驾乘人员正确佩戴头盔,这让头盔市场需求短时间内猛增,头盔价格出现暴涨,甚至出现“一盔难求”的现象。一些摩托车驾驶员、电动车驾驶员买不到头盔的情况也不少见。

宜宾南溪区道安办、南溪交警大队借鉴“共享模式”,推出“共享头盔”,在当地“警保点”向附近群众免费出借。“共享头盔”对于那些暂时因为各种原因没有头盔的驾驶员,能够起到“救急”的作用。有利于缓解“一盔难求”的问题。“共享头盔”与其他的共享模式不同,无需押金,不用支付使用费,是纯公益性性质。“共享头盔”的使用期限为7天,7天之内借用人可以随时归还。“共享头盔”为骑行出行的市民提供了方便。头盔本是私人用品,通过头盔“共享”,让这些“共享头盔”发挥了更大效用,而这也有利于压制暴涨的头盔价格。同时,通过免费出借,也是对市民进行普法宣传的良好契机,能够让市民意识到戴头盔骑车的重要性。

各地在执行“一盔一带”行动时,也需要多一些“共享头盔”这样的“创新执法”。做好“一盔一带”,是守护道路交通安全,严格执法很有必要,但执法部门在执法时也不要显得太过“生硬”,多一些“共享头盔”这样的思路,为出行市民提供“共享头盔”,这也让政策实施有了“缓冲期”。

“共享头盔”体现了管理智慧、执法智慧。将“共享模式”用于执行“一盔一带”行动,很有创意。“共享头盔”给市民提供了更多选择,不是原则的“退让”,更无损执法权威,而让执法多了几分温度;执法要能“刚柔并济”,执法惩戒不是目的,落实好“一盔一带”,保障道路交通安全才是目的。所以,不仅是执行“一盔一带”行动,在城市管理、治理过程中,都需要多一些“共享头盔”这样的“创新管理”“创新执法”,才能达到更好的执法效果、治理效果。

不过也要注意,头盔与其他“共享物品”相比,更私人,在共享过程中,可能会频繁戴于不同人的脑袋上,而现在仍是疫情防控期间,疫情防控常态化,就要防范“共享头盔”增加病毒传播的风险。所以,在“共享头盔”出借之前和回收之后,要能严格做好消毒工作。要避免“共享头盔”衍生出其他问题,这样才能让“共享头盔”更好共享,而不至于消减政策效力,不至于“帮倒忙”。



大众报业集团十大名牌专栏

诗评画议

城管喊话小商贩,规定地点可摆摊。
免收租金惠民生,大伙一起来赚钱。

绘画 王怀申 配诗 王继洋

城管喊商贩来摆摊啦!日前,江西九江瑞昌市不少小商贩,就接到了城管队员打来的电话,主动动员他们到指定地点摆摊经营。不少摊贩主接到城管队员的电话时有点惊讶:“摊子要出租金吗?”得到的回应是“不需要出租金,不过要在规划指定的地点摆摊。”得知消息属实,一名摊贩主表示:“我要叫上其他人也来摆。”据6月4日央广网

“外卖拉动餐饮营收七成增量”的丰富启示

观点
提要

稳就业为“六稳”之首,保居民就业为“六保”之首,外卖业务拉动餐饮业高质量发展,新经济、新业态更好发挥促进服务业、制造业增长的作用,重点之一要体现在对稳就业、保居民就业的贡献上。外卖业务延长了餐饮行业的产业链,其中至关重要的一环,就是创造了大量就业岗位的外卖配送。

□ 赵姜

中国贸促会研究院日前发布《外卖业务对餐饮业高质量发展的作用研究》报告认为,外卖业务对餐饮业高质量发展的首要作用是培养了消费者,从需求端为餐饮行业创造了更多市场机会,最直接的作用是促进餐饮业营收和利润增长。报告数据显示,2019年外卖对餐饮业企业利润增量的贡献同比增长56%,餐饮业总营收与总利润的增量中,分别有75%和65%是由外卖拉动的。

餐饮业是传统生活服务业的典型代表,外卖是新经济、新业态、新模式的典型代表。上述报告聚焦近年来外卖业务对餐饮业发展起到的重要作用——为餐饮业培养了大量消费者,大

幅拓展了市场空间,促进餐饮业营收和利润显著增长等,外卖业与餐饮业之间的这种关系,也是新经济、新业态与传统生活服务业之间关系的典型体现。从这个意义上说,全面研究外卖业务对餐饮业高质量增长的作用,对于新经济、新业态更好发挥促进服务业、制造业等高质量增长的作用,具有丰富的启示意义。

新冠肺炎疫情发生后,餐饮业受到空前巨大的冲击,上述报告未直接涉及这一情况,但报告总结的“外卖成为促进餐饮业营收和利润增长的重要因素”,在疫情发生后仍然有直接的体现——甚至可以说,在疫情条件下,外卖对拉动和保障餐饮业发展发挥了更突出的作用。外卖平台为此出台了系列帮扶举措,

投入了大量资金补贴、流量红包、金融服务等各种资源。如美团外卖平台先后推出多轮帮扶措施,向餐饮商户提供扶持资金、佣金返还、优惠贷款等,从增加外卖营收和稳现金流等核心痛点,助力商户复工复产和餐饮业复苏。

稳就业为“六稳”之首,保居民就业为“六保”之首,外卖业务拉动餐饮业高质量发展,新经济、新业态更好发挥促进服务业、制造业增长的作用,重点之一要体现在对稳就业、保居民就业的贡献上。外卖业务延长了餐饮行业的产业链,其中至关重要的一环,就是创造了大量就业岗位的外卖配送。美团发布的《2019年外卖骑手就业扶贫报告》显示,截至2019年底,累计

720万名外卖骑手在美团平台实现就业增收,其中2019年为398.7万人,25.7万人为建档立卡贫困人口,25.3万人实现脱贫,脱贫比例达98.4%。

“外卖拉动餐饮营收七成以上增量”,让人们看到了新经济、新业态全面赋能传统生活服务业的力量,进而看到了新经济、新业态助推传统业态对冲疫情影响、加快复工复产的再造之功,以及对统筹推进常态化疫情防控和经济社会发展能够发挥的积极作用。为充分发挥这些作用,国家应进一步研究完善支持数字经济、平台经济发展战略,对新经济、新业态实行包容审慎监管,打造有利于新经济、新业态高质量发展的营商环境和法治环境。