

“盲盒”收藏,动手集齐一整套

自动贩卖机遍布商圈 不确定性获得成就感

趣玩

笔者上班,邻桌的姑娘递给我一托盘,有一个个的纸盒子。告诉我,快来抽一枚,这是“盲盒”。打开一看,是个精致的玩偶。无独有偶,周末闲逛大宁国际,居然发现商场里放置了一台这样的“盲盒自动贩卖机”,有不少往来的市民驻足,扫码支付、抽取盲盒。

价格比扭蛋贵 买买买却停不下来

什么是盲盒?看似是一个新名词,其实和小时候吃小浣熊干脆面里的水浒卡或是扭蛋一样。但买的时候不能拆盒,属于盲猜,靠盲猜来探探盒子里的玩具,究竟是啥?一般来说,盲盒总是成系列出现,可能是动漫、影视作品的周边,也可能是由设计师单独设计出来的角色。

玩盲盒看起来并不像玩手办一样烧钱。在市场上,一般的盲盒价格是50块左右,扭蛋则是20至50块不等。

对于喜欢抽盲盒的人来说,收集盲盒不是为了获得经济收益(比如将来拿来卖钱),而是为了感情。通过抽盲盒,可以想起自己喜欢的IP,感受到自己与喜爱的角色之间的联系。不过,除了为喜欢的IP贡献一份力量,拆盒子时候的快感也是一个开始玩盲



盒的原因,跟有些人喜欢拆快递是一个道理。

买买买,买到停不下来的时候,发现钱已经花掉了不少。一个靠猜的盒子到底有啥有这么大魅力?有人说,拆盒子真爽,不知道里面是啥更爽!盲盒更像是拆礼物,每拆一个盲盒,都是打开一扇神秘的大门。

爱上“拆礼物” 一定要集齐一整套

越是不确定里面是什么,就越会反反复复地抽盲盒。“人们更多的是因为不确定的刺激而重复一

项任务,而不是为了那些已经确定的刺激。”芝加哥大学布斯商学院的奚恺元教授和香港中文大学商学院的助理教授沈璐希在他们的研究中写道,“是不确定的刺激加强了重复决策。”

当不确定性带来的不悦,转变为确定性结果带来的满足感时,消费者的心理感觉便会变好,甚至比直接给的结果更加好。一来二去,人们就爱上了这种“拆礼物”的感觉。这就是不确定的刺激能推动行为的原因之一。

在发表于《消费者研究杂志》的这项研究中,研究人员在香港和芝加哥进行了四次实验,发现不确

定的奖励在实验室和真实环境下都能持续激励消费者,不论体量的大小。

有些同好可能有点“强迫症”,抽盲盒一定要集齐一整套。更有甚者会认为连隐藏款一起拿到才算完整的一套。

为了达到目的,他们会一个接一个地抽。好不容易集齐了一套,又开始收集另一套,如此循环往复。对于这些人而言,收藏是一种追求,一种永远无法达成的终身追求。

收集盲盒,有时能给人带来一种心理安慰,比如集齐一套盲盒之后一种成事圆满的“安全感”。

享受快乐 通过社交收获友情

人生就像一盒各式各样的巧克力,你永远不知道下一块将会是什么味道。除了人生,盲盒也是这样。惊喜或是失落,就在开盒的那一瞬间。而一旦打开一个,就情不自禁会上瘾,开上十个二十个,因为你永远不知道打开下一个盲盒会是什么,所以就会一个接一个地买,直到买到自己喜欢的那个或是隐藏款。

盲盒的购买方式可以让收藏更加有趣和激动人心。在圈子内小有名气的收藏者,可以通过这种方式增强对自己的认同感。收集东西,还可以成为获得成就感的代替渠道。

抽盲盒时,如果抽到不想要的角色,或重复抽到同一个角色是家常便饭。这时,很多人选择在网上甚至在店里蹲点来跟其他人交换盲盒,在体会到抽盲盒的快感同时,说不定还能通过社交收获一份友情。

露丝·福尔马克在其发表在《社会行为与人格》期刊中的论文中表示,收集东西对建立与他人的联系很有意义,收藏者可以跟其他的同好建立来往。这不,盲盒就印证了这个观点。

在消费愈发不依赖于产品功能的今天,如何触动人心并激起消费者的感情才是制胜的关键。盲盒就很好地利用了这一点,它已经成为一种流行文化潮流,构成了“粉丝文化”的一部分,也成功抓住了消费者的心。文/陆燕婷

网购骗局花样翻新

警方提醒:小心热情“客服”

公益

近期,一些不法分子冒充客服以“货寄错了,请寄回调换,将会支付邮费费用和一定补偿费”为由实施诈骗。警方提醒,要多加留心,有时候看似热忱的服务背后往往就是一个骗局。

今年5月,南京市浦口区居民杨某在网上购买了一个电脑显示屏。隔了数天,快递员将货送到了杨某手上。当天下午,杨某收到购买电脑显示屏的电商平台“客服”发来的一条信息:“尊敬的亲,您好!我是您网购商品商家的客服人员,今天您买的货是否收到?如果收到,请务必不要打开包装,我们的货可能存在

发货快递方面的失误……”

杨某问为何厂家会存在发货的失误,对方解释:“我们的品牌销量很大,因人手有限,每天很多进出的货品和返修货品都是由一个人负责,发货员一时疏忽,把返修的货品给您寄来了。为保证客户的权益,也为我们品牌的名誉考虑,请您将货重新寄回,我们会为您重新发货,您邮寄的费用我们会在收到货物后给您返现,并给您适当的补偿……”

杨某随后根据对方提供的地址,让快递公司将货物打包寄了回去。

过了几天,杨某发现之前联系的客服没有跟他联系,更换的显示屏也没有寄来,随即向先前购货的网店客服人员询问更换显

示屏的情况。客服人员说,网店寄出的都是新电脑显示屏,且杨某提供的寄回地址也不是店里的地址。意识到被骗,杨某随即报警。

警方提醒,骗子采用“广撒网等鱼上钩”的诈骗方式,用注册的网购平台聊天软件向平台用户发出信息,最终的目的就是骗货,然后将赃物转卖。因此网上购物遇到来路不明的“客服”,切记不要打开这些人给出的网址链接,也不要相信他们所发的任何消息,不给诈骗分子进一步设圈套的机会。

同时,网购时应知晓购物、退货的一般操作流程,不要相信购物网站以外的联系平台或者方式,操作前请寻找官方客服核实。文/沈汝发

尚嘉中心六周年庆推多重活动

购物

2019年9月19日,尚嘉中心将迎来以“Sixth Sense”为主题的六周年庆。

为回馈广大消费者,尚嘉中心推出多重优惠好礼,尤其是加大了餐饮折扣活动的力度。9月19日当天,众多餐饮品牌推出晚市美食半折的惊喜优惠,其中绝代芳华、阿福神烤肉、珍宝海鲜、吉麓缘、尚莊等知名餐厅悉数在列。

9月19日至10月7日活动期间,恰逢2019上海购物节,尚嘉中心作为本届购物节的首店站、商圈嘉年华购物专线,推出满额赠礼、礼券兑换、惊喜抽奖、积分翻倍等优惠活动。如9月19日至20日,线上限时抢购666元抵用1500元通用券,66元抵用200元的餐饮

券;9月19日至22日,消费满额即可获赠CELINE钱包、Montblanc钢笔等精选好礼,还有机会参与抽奖活动;更有全场商户消费6倍积分;10月1日-7日,消费满额还可获神秘好礼。

除了满足消费者吃喝玩乐的基本需求,尚嘉中心长期以来还通过形式多样的音乐表演和精彩纷呈的文化艺术活动拉近与消费者之间的距离,营造出浓厚又轻松的艺术氛围。

此次六周年庆之际,不仅推出了Weekend Melody周年庆特别版演出,邀请不同风格的乐队现场演奏世界名曲,还携手法国插画艺术家在L1层呈现巴黎文化街景。在悠扬的旋律中,静看巴黎街头的艺术文化,穿梭于一线时尚品牌的空间里,感受商业与艺术完美融合,体验独特的时尚气息。文/杨伟博

秋季皮肤干燥怎么办?

养生

进入秋季,如果你的整张脸感到紧绷,没有湿润感,甚至出现掉皮、脱屑的现象,身体其他部分的皮肤也呈现出干巴巴的状态,沐浴后有发痒的感觉。那么,你的皮肤已经在给你敲警钟了。

秋天气候干燥,皮肤也变得干燥甚至皴裂。此时补水是重中之重,平时多喝水,还可以在白开水中加入适量的盐或蜂蜜。秋天干燥易便秘,饮食上应多食富含膳食纤维的食物。如地瓜、白菜、芹菜、豆芽、香菇、海带、紫菜、卷心菜、胡萝

卜、魔芋等。而辛辣食物也会加重便秘,所以要少食。

秋天天气比较干燥,应该选择温和和保湿的护肤品,适宜的护肤品是护肤成功的根本保证。随身带上一瓶保湿喷雾,时常喷一喷皮肤,保持肌肤湿润。洗澡时水温应适度避免过热,沐浴后应及时涂抹无刺激的润肤乳。在家中添置一台加湿器,尽量少开空调,保持室内空气的湿度。

熬夜也是导致肌肤缺水的最大诱因,会让皮肤出现松弛缺水等问题。为了肌肤着想,一定要保证充足的睡眠时间。进入秋季,气候凉爽适宜,但秋日阳光的“威力”不可低估,紫外线依然较强。因而,秋季外出时仍需做好防晒工作。

苏宁之夜,传递企业文化与活力

风采

热烈、激情、奔放,全场沸腾。上周,苏宁职工迎来了一场大型的朋友圈刷屏活动,主题是“2019苏宁之夜”。一贯低调的“掌门人”张近东现身晚会,以一首粤语歌曲《只想一生跟你走》压轴演唱,惊艳全场。张近东说,选唱这首歌,是要感谢25万苏宁职工的砥砺前行与不断超越,感谢一路同行的合作伙伴;同时,今年也是新中国成立

70周年,借此机会感谢祖国,祝福祖国繁荣昌盛。

每一年的“苏宁之夜”都是苏宁人自己的舞台,自编、自导、自演,但是舞台美,效果赞,科技炫,现场炸裂,不输任何大型演出。今年的晚会主题是“进阶”,进无止境,永趋极限,寓意苏宁在不断的迭代、创造与自我革新中焕发活力,行进不止。

晚会历时近三个小时,有90后新生代的劲歌热舞,有一线人员的真情讲述,还有职工家属的倾力助演,从小品到情景

剧,从诗朗诵到歌舞表演,10多个节目精彩纷呈。

2019年以来,苏宁大动作不断:拿下万达百货37家门店,收购家乐福中国80%股份,把60多家OK便利店收入囊中;苏宁物流在社区及乡镇加速下沉,进一步完善末端场景的全覆盖、全触达;苏宁零售云已在全国布局3800多家;苏宁首家全数字化视觉无人店开张;苏宁社交电商爆发式增长,覆盖用户超过5个亿……标志着其正进入互联网转型以来的快车道,也是智慧零售精细化发展的新阶段。文/陆燕婷