

>>>特别推荐



购物中的数学

赠一是指你掏400元可以买2辆,但你掏200元买不到一辆。如果你此时确实需要2辆自行车,那相当于半价;如果你只需要1辆自行车,另一辆买回去也只能放着了。

与此类似,一些快餐店等近些年打出第二杯半价的广告,给人留下“第二杯打五折”这样颇具诱惑的印象。稍微想一下,我们就不会被五折所蒙骗。第二杯半价是指你已经买了一杯,再买第二杯时价格是原价的一半,也就是你必须一次买两杯,这就是明显的捆绑销售了。而这两杯实际的折扣是 $(1+0.5) \div 2 = 0.75$,也就是打七五折。对于饮料这种成本很低的商品来说,商家还是可以赚很多。

捆绑销售有点薄利多销的味道,商家充分利用了消费者求划算的心理。当然这并没有什么不好,尽管实际上他们更赚钱了,但毕竟商家还是让利了,给消费者也带来了一些好处。而关键的问题是,你是否真的需要买这么多?

购物赠券和减免

近年来,大城市商场之间的竞争越来越激烈,商家的竞争手段也越来越多样化。相对于传统的打折、减价、买一赠一,现在很多商场刮起了一股“满就送”的旋风,譬如购物满200元送100元购物券、满500元送300元购物券等。

满就送的策略让消费者产生一种心理错觉。譬如满200送100,给人的感觉是200元的东西打折成100元,相当于打五折。而事实上商家收200元,给300元的货,实际上是打六七折。而且这六七折还是个理想状况,因为对于商家送的100元购物券,消费者很难正好找到价值100元的所需要的商品,而购物券不找零不兑换,还要求在很短的时间内消费掉。

消费者拿着100元的购物券,要么拿一个七八十元钱的商品了事,要么为花完商家送的100元自己再贴钱。假设此时商场中只有120元和80元的商品可供选择,消费者更多时候会选择后者。因为对于消费者而言,这100元的购物券像是白白得到

的,损失20元也没有关系,但同等情况下要再付20元就需要考虑了。商家利用消费者的这种心理,将一批价格低于80元的货物或积压处理品放在80元这一档,再算上未找回的20元,利润就进一步提高了。

商家还会在定价上动心思。现在很多商品的价格都是以8或者9来结尾的,99元和101元感觉相差很多,实质只差2元而已。例如一条裤子299元,满200送100时,你花299元买了399元的东西,相当于打七五折。你总会有一个零头享受不到减免的优惠。消费者的心理错觉所导致的误差在20个百分点以上!

类似地,有些商家采用满100减50的策略,也就是50元能买100元的东西,相当于打五折,确实要比满100送50优惠些。但你也不要高兴太早,商家是不会让你这么轻易得到好处的。还是买那条299元的裤子,按照满100减50,你需要花费199元,相当于打六七折。而如果是满99减50,那么这条裤子149元就能买到,相当于打五折。商家的这种策略,还能吸引消费者为了凑整填补差价,买一些原本并不怎么需要的东西。

摘自《课本上学不到的数学I》,上海科技教育出版社出版

>>>ABOUT书

《课本上学不到的数学I》

《课本上学不到的数学I》是“初中科学拓展阅读丛书”中的一册。这套丛书以课程标准为依据,从现行教材拓展出去,以科学读物的形式呈现与教材知识点(概念、公式、科学家等)相关的内容,内容鲜明,富有吸引力,不仅增加了学生的学习兴趣,而且帮助学生举一反三,将学习内容融会贯通。

一名剑客去拜访武林泰斗,请教他如何练就非凡武功的。

武林泰斗拿出一把很短的剑,说:“多亏了这把剑,我才有了今天这样的成就。”

剑客大为不解,问:“别人的剑都是三尺三寸,你的剑才一尺来长。俗语有云,一寸长,一寸强;一寸短,一寸险。拿着这样短的剑,无疑是处于劣势,你怎么还说这剑好呢?”

武林泰斗说:“兵器越长,攻击范围就越广,攻击威力也大;兵器越短,就必须越接近对方才能进行攻击,需要承受更大的风险。正是因为兵器上我处于劣势,我才会时时刻刻想到,如果与别人对阵,我是多么危险,所以我充分挖掘短剑的优势:快速、小巧、灵活,适用于突袭对手,以剑招之长补兵器之短。这样一来,劣势就转换成优势了。”

那么武功低的人有没有可能爆冷,反败为胜呢?要看情况。如果对手武功远高于你,或者说你会的武功对手全会,那基本上没什么赢的可能。但如果对手狂妄,把主动权交给你,也不是一点机会也没有。比如《倚天屠龙记》中,张翠山的武功远不如金毛狮王谢逊,但他却用比写字

的方法让谢逊服输。

买一赠一和第二杯半价

可能你不相信,在购物的时候,你就处于劣势。首先是信息不对称。商品的质量如何,你清楚吗?商品的进价如何,你清楚吗?商家把商品标价为199元,仅仅是为了让你觉得不到200元比较简单吗?要知道商家可是无时无刻不在关注市场,研究消费者心理的!下面先说说两个常见的商家噱头。

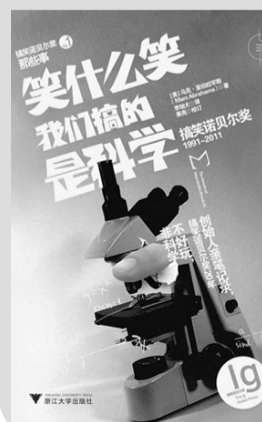
商场购物,常会看到买一赠一的广告。这是不是相当于半价呢?不能这样简单地理解,其中玄机很多。

首先你要弄清楚,“1=1”吗?要知道买一赠一中的两个一未必是指一样东西。前面的一,很好理解,就是你要买的东西。后面的一,还是问清楚一点为好。买九牛送一毛,就是商家最常用的伎俩。买双高档皮鞋,送你双鞋垫;买件高档西服,送你个衣架。有时,看起来赠品的价值不低,但赠品出现质量问题一概不退不换,消费者上了当也无处可说。

即使是送一件与买的一模一样的东西,买一赠一也不完全等同于半价,而是捆绑销售。譬如400元一辆的自行车,买一

>>>至in榜

笑什么笑,我们搞的是科学



标签: 科学/马克·亚伯拉罕斯/幽默

看点: 搞笑诺贝尔奖自1991年开创以来,给全世界人们带来了20多年的欢乐。本书为搞笑诺贝尔奖创始人马克·亚伯拉罕斯对搞笑诺贝尔奖的亲笔描述。科学家们用严肃的科学方法来研究看起来非常不严肃的问题:有科学精神,有幽默感,世界才这么美好。

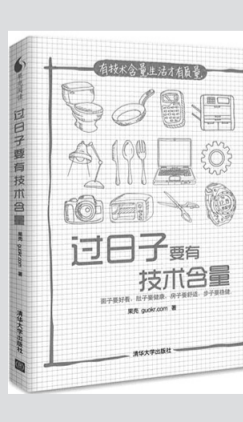
再冷门的问题也有最热闹的答案



标签: 科普/问题/冷知识

看点: 我们都曾梦想过成为万事通,能应付朋友提出的所有问题;我们也曾时不时冒出古怪问题,它们中绝大多数都未获解答。在互联网时代,当大家汇聚在一起,真有可能无所不能。在这本书里,科学松鼠会和朋友们一起打造了一位“问不倒先生”Dr. YOU。

过日子要有技术含量



标签: 生活技术/果壳网/通俗

看点: 衣食住行是我们最日常的生活,看似平淡,但如果想要更好的生活质量,那么多了解其中的技术信息,消除一些技术方面的误会,就很必要了。最普通的生活离不开最基础的科技,果壳网用通俗的语言为读者提供这些信息,享受生活需要有技术含量。