

选题（20%）	说理（60%）	文笔（20%）	总分

作者：王钰琪

学号：W19194037

学校院系：国家发展研究院

提交日期：2020 年 12 月 15 日

从双十一看区别定价

十年前我们提到 11 月 11 号，第一反应是光棍节；如今我们提到 11 月 11 号，第一反应却是购物节。其实光棍节这样一个被迅速创造出来的新生节日，傍上“脱单”这一永远不会过时的话题，本来有望成为一个全国性的狂欢节，甚至成为我们这个时代的独创成为未来的“传统节日”流传下去。

如果不是另一个节日突然崛起的话。

是的，它就是双十一购物节，热衷网购的我“不幸”与它结下了“孽缘”。作为淘宝双十一的老客户，进入大学后的每一年，我都会发誓再也不剁手了，但是每一年，我依旧会参与这场购物狂欢。

最近我越来越感觉到，双十一，它在“进化”。

在三年前，好像还只有津贴、满减和预售。

近年来淘宝愈加“花里胡哨”，从各个店铺提前二十天就开始群发消息“风声满楼”，消费者就应该预感到山雨欲来。去年它显然使出了十八般武艺，有人统计过，要想在去年双十一拿齐优惠，有盖楼等等七种操作。今年不仅把双十一扩展成了四天（好吧我忘了去年是不是），更是开发出了养猫玩法，引得我身边比较闲的同学纷纷加入养猫大军，逢人就要扫码助力、秀秀爱猫，猫猫战队比拼更是全力以赴、“殚精竭虑”。

而在十年前，你只需要——零点抢单。

去年，在两个学校之间跑着修三十几个学分的我，在我舍友兴冲冲地找我帮她“盖楼”前，我都不知道各种群里的 PK 链接是什么。后来本着“节俭”，我不禁也想省省钱，但当我发现每次领的红包还不到一块钱时，我再也不愿意把时间花在这种杯水车薪的“薅羊毛”上——当时也正值我的期中考试周。

今年，结束了保研的兵荒马乱后，这学期我只有一个学校的八个学分的课。当我哥们老橙子跟我炫他的爱猫时，我也紧随脚步加入了他的猫猫战队。闲的时候每天把任务做满，但是有事时几天都不打开淘宝，我做了更重要的事，拿了 30 多块钱红包，就是有点遗憾我的猫猫没有满级。老橙子的生活就比较平淡、悠闲，最后他获得了满级的猫猫和 100 多块钱的补贴。

追求利益最大化的商家显然早就发现了，去年和今年的我、我和老橙子，是不同的消费者，并已经想好了对策来最大限度榨干我们各自的消费者剩余——比如，今年我有足够的时间和淘宝“周旋”，老橙子的时间甚至更充足；但在去年我着急复习又想买新衣服时，商家的满减津贴就足以让我付款；更忙一些的人，则根本不会特地凑双十一的热闹。从去年到现在我并没有暴富，也没有破产，老橙子一直在做家教攒钱，而且他基本上不买买买，所以差异绝不是贫富。是什么呢？是对时间成本的敏感度和支付意愿。

如果把淘宝看作一整个垄断厂商，把“优惠”抽象、简化为一种商品，淘宝作为垄断者已经不是价格接受者而是价格制定者了，那么他可以选择统一定价或者区别定价。

如果选择统一定价，无论把价格/优惠定为多少，总会有一部分人拿了“意料之外的财富”，即价格比支付意愿少的部分，这部分内容即消费者剩余。

那么淘宝肯定会想：要是这一部分我也能拿到就好了。

商家吃掉这一部分的办法，就是区别定价（价格歧视）了。价格歧视分为一级价格歧视、二级价格歧视、三级价格歧视。

最理想的情况是，商家对每个消费者收取其相应的最大支付意愿（一级价格歧视）——相当于店家去跟每一个消费者议价，但这显然不现实。

商家还是会想着知晓消费者的最大支付意愿，从而收不同的价。但这样做，在个人看来，至少有两个问题：其一，商家无从得知消费者的最大支付意愿，就算是粗略地知道也很难，而且消费者在知道商家的小心思后，会“装穷”从而降低对自己收的价；其二，在我个人看来，如果消费者相互串通，且不说会投诉甚至控告商家这种不公平行为，被收高价的消费者会选择找被收低价的消费者“代购”，这样一来，商家还是刮不到那块儿消费者剩余。那退一步，我不要精细到每个消费者了，我就把顾客分为贫富两种呢？实际上，还是避免不了这两个问题。

买的不如卖的精，商家的做法是把选择权交给了消费者，让消费者自己给自己分类（二级价格歧视），自己走向自己所属的消费人群。平常，商家没法知道一个个 ID 背后到底是什么样的消费者，只知道哪些人“买了”，但其实还有一大批人在买与不买之间纠结着。“再便宜一点就好了”，哪些人会这样想，他们想便宜多少，这是商家想要区分和明确的。

2000 字

于是每年的双十一，商家就得到了区分消费者的契机：商家通过设定一个足够长的等待时间（或者足够复杂的机制，总之是要让得到优惠变得麻烦），让消费者选择是否愿意用时间换金钱（或反之）。如果消费者选择耗时耗力，那么说明他对时间成本不敏感，对价格敏感，那么可以让他们用时间换优惠（兑换量也是消费者自己决定的），相当于降价；如果消费者选择不等待，那他对时间成本很敏感，可以以原价卖给他，避免统一优惠的损失。

双十一的玄机，你参透了吗？■

**WORD 批量转 PDF 工具-未注册 注册码购买 QQ: 3049816538(注册后本
文字和以下内容消失)**

**成都购房咨询, 大专本科成都落户咨询, 成都社保代缴咨询 QQ:
3049816538**

2000 字