**圆桌派第四季第9集 “血拼”：买、退、换、闹**

语录摘读一：

广告的基本原理就是，让你觉得你能跟那个一样。

语录摘读二：

感性的这个力量，人真是容易自欺欺人的。

语录摘读三：

有一句台词叫做世界上最具有号召力的事情莫过于一个好的故事。

语录摘读四：

我很早年之前在台湾电视上经常见这种语气，就说我的天哪，是吗，什么小助理披头散发要抢到最后50份，哇这么便宜，什么什么，还有个叫什么蓝，王子才能配得上的这个颜色，他有很多语词。

因为词语能在你脑电波产生一种东西的。

语录摘读五：

有个名词叫口红产业。

就是200块钱，那我买，反正我也要买口红，他说而且呢口红不像别的，没有技术难度，它不像别的化妆，只要自己一擦，马上对你整个面色改善非常大。

语录摘读六：

我看到这种服务态度，假如能够把它扩散出来，用在餐饮业，用在各种的特别服务行业也好，商品行业也好，这个社会文明才会进步，而不是老实开个店或者说卖个货，你愿者上钓，来就来、不来就不来，我觉得用这种网红产业这种服务态度才是对的。

语录摘读七：

为什么这些网红，他必须要非常短的时间内累积到大量的粉丝，因为这个东西这些粉丝变心太快了。

所以网红的淘汰率非常高，包括带货网红也一直都是个迷思，其实这个东西不只是国内，比如说国外也有，youtube上面的有很多youtuber，他们那个替换率非常高。

语录摘读八：

凡是会这么喊的（非常夸张的带货），他就是卖个橡皮擦，卖个尺。

但是他通常很少见到他们卖几十万的表，用很夸张的方法来卖。

语录摘读九：

我经常跟我女儿说，我说不要哭，哭没有用，但是我觉得她长大以后一定会发现我这句话是错的。

语录摘读十：

怎么样能够大家都挺体面的把这事儿解决。我觉得目前暂时很难，闹有时候是真有用。

语录摘读十一：

周轶君：你在淘宝开个新业务，专门帮人闹。

马家辉：替人维权。

语录摘读十二：

我觉得所有这种情况是有问题的，就是因为凡是一个事情要去到闹的地步才能够得到解决，就像我刚才举那个例子，其实说明你平常的这方面的制度应对准备有问题，这个制度只是公司制度或者各行各业自己的制度，对这种情况的预估太低。

语录摘读十三：

因为理论上讲，就如果你消费够高的话，你得到那种服务或者那种店愿意在这种事情上面的亏损的预算空间都很大。

语录摘读十四：

我觉得这个就是你在什么样的地方消费，你付出多少钱，它为了要解决你任何不满，通常的预算的代价就会越高越高。

语录摘读十五：

香港的另一面就是其实真的是有很多服务很糟，并且这种服务招糟是大家心甘情愿被他服务糟的店，比如说有些店，香港很多名店，尤其那种吃牛吃面、喝粥的店，好几家这种店都是出了名服务态度糟，然后大家还要去，就是他家东西真好吃，乃至于久而久之，甚至这个东西会成为一种神话。

我见过几个有名的美食家，一些老前辈就写说这家店服务态度极恶劣，但是他能那么恶劣，就说明他家东西真好，所以这就变成一个神话了。

语录摘读十六：

之前的一种经济学理论认为市场上的人都是理性的，比如说你一定要买便宜的，对吧？你不会故意找别扭，不会故意找骂你的店去吃，这叫理性。但是后来又出现一个经济学的理论，就发现了生活中充满了非理性的现象。

语录摘读十七：

现在社会上就这两种人嘛，大家都在这个流量的圈子里面，然后那东西你要不要，其实你也不是很清楚，然后你就会扑上去，我看到乌泱泱的那个队伍排着，我想这些你们都真的需要这些东西吗？

语录摘读十八：

这个流量的这个圈，这个怪圈把你弄的就是一种非理性消费，你关注的是那几个东西，可能你根本就不需要。

语录摘读十九：

非理性是带来流量的一个招儿，非理性有可能是你发自内心的，但也有可能是被别人忽悠起来的。咱们回到理性。