

两个表象背后的国家逻辑！

原创 燕梳楼 燕梳楼 2023-09-16 22:00 发表于江苏



本文音频，请点击收听

燕梳楼 8分钟



作者 | 燕梳楼

今天周末，咱们唠唠嗑。

这阶段舆论最火的两件事。一是华为逆袭，捅破美国制裁网；二是李佳琦翻车，国货联袂蹭热度。

两件事我都表达了看法，有的发在了这里，有的发在了燕台上。这两者看似无关，实际背后有一条隐蔽的逻辑线，那就是中国人的民族觉醒。

由于长期伏案写作，腰椎颈椎都有病，所以咱们就把深深的事浅浅的说。前两天把笔墨都给了华为给了科技，今天我们就谈谈国货之光，谈谈新消费主义。

可能所有人都没有想到，因为李佳琦一句“国货很难的”，没有带火花西子，却把蜂花送上了热搜第一。结果李佳琦掉粉100万，蜂花跟在后面捡粉50万。

就在李佳琦翻车第二天，蜂花就连夜推出了79元洗护套装，还不忘配文说，不管工资涨没涨，反正蜂花没涨价。这内涵的是谁，明眼人都明白。

同样是79元，花西子眉笔每克算下来比黄金还贵，但人家蜂花79元满满3大瓶整整5斤半，能把人砸晕。在中国人不坑中国人方面，蜂花主打一个实诚。

就是这79元，也是网友给逼的。原来他们确实也有一个75元的套餐，但网友不买账，说你得涨4块，必须涨到79，咱也不差这4块，就想买贵的。

网友都这么热情了，那就涨吧。结果涨到79块反而大受欢迎，直播间一下就涌进了好几万人，3天就卖断了货，可见网友的热情程度。

换一句话说，面对越来越精致的商业包装和资本运作，消费者更愿意为一身土味的国货买单。不仅是因为便宜，更是一种价值观的共情。

一大瓶洗发液才18块钱，现在市场上还能找到几家像蜂花这么便宜的洗发液？但很多读者说超市根本找不到，好吧，我把链接放在这里了，[点击“蜂花”即可获取](#)，拿走不谢。

作为老牌国货，创建于1985年的上海蜂花，曾经是一个时代生活品质的象征。当年读书时每次我都偷偷用肥皂洗头，特别羡慕用蜂花的同学。

那时我就在想，什么时候我也能像他们那样用上蜂花啊。结果几十年过去，随着国外日化品牌涌入国内市场，还没等我来及用上蜂花，蜂花就被他们无情地挤下赛道。

2021年，蜂花一度传出破产传言。后来董事长在直播间也确实哭穷过。但网友们垂怜当年的蜂花雪月，又生生把蜂花从生死线上拉了回来。

但蜂花还是不知道涨价，坚持36年不换包装，丑到哭。价格更是低到尘埃，10年时间房价都翻一翻了，但人家蜂花只涨了2块钱，爱买不买，我就是便宜货。

为什么蜂花坚持不涨价？按照其老板顾锦文的话说，与其花大成本大量投入广告，请明星代言，还不如靠产品质量取胜，让利给消费者。

这也是他们为什么不怕得罪李佳琦的原因，反正也请不起。除了不花广告不请代言，他们还有一个节省成本的办法，那就是不搞花里胡哨的包装。

只有18块钱一瓶的洗发水，还要什么包装？包装难道不是羊毛出在羊身上？所以大家开始吐槽蜂花的包装，快递盒子从来没有一个正经的。

有的是方便面的，有的是抽纸的，还有的是卫生巾的，反正各种箱子都有。有网友质问客服，为什么我的箱子是烂的？结果客服说捡的时候没烂呀，直接把网友笑晕。



因为连包装钱都省，蜂花也由此获得“互联网捡破烂顶流”的称号。但蜂花一点也不羞躁，主打一个经济实惠，穷得坦坦荡荡，抠得理直气壮。

但没有钱打广告不代表不需要打广告，毕竟酒香也怕巷子深。蜂花有蜂花的办法，那就是到处蹭热度，张小泉出事他蹭，海飞丝出事也蹭，潘婷曝出负面他还蹭。

反正哪里有热点蹭哪里，而且是公开蹭。李佳琦带货花西子翻车，他也不管人家一夜掉粉心情怎么样，直接就跑到直播间留言说，我能不能在这里捡粉呀。

结果李佳琦掉的100万粉，被蜂花捡走了一半。而上架的洗护套装，3天就卖断了货，产能明显跟不上消费者的热情了，气的花西子直翻白眼。

苟富贵，勿相忘。面对排队支持的网友，蜂花坦白相告，没货了没货了，大家去买其它国货品牌吧，把“先富带动后富”的气质拿捏死死的。

蜂花蹭李佳琦的热度，然后一帮穷亲戚就开始蹭蜂花的热度。洁柔、白象、周黑鸭纷纷表白蜂花，以后不要捡纸盒了，哥这里有，管够。

莲化味精也连夜爬起来加班，上架了79元的套餐。关键是这货确实太便宜了，79元能吃几年，但抵不住网友我要我还要的热情，只买贵的不买对的。

搞笑的是年轻一代的厨宝宝们压根就不认识莲花味精，有的以为是饮料，有的以为是食盐，还有的以为是感冒药，感觉进了连花清瘟的直播间。

虽然但是，莲花还是蹭到了热度，成功捡到了30万的粉丝。这也极大刺激了沉寂已久的国货品牌，一大波显眼包开启了蹭蹭蹭模式。

44岁的郁美净也被网友催急了，连夜注册新帐号入驻抖音和小红书，上架79元的洗护套餐。董事长史滨亲自献身直播间，跳舞感谢网友支持。



网友也惊呼，原来郁美净还活着。凭借这一波热度，郁美净成功圈粉85万，高兴的手舞足蹈，我有粉丝了！有粉丝了！这泼天的富贵终于轮到我了。

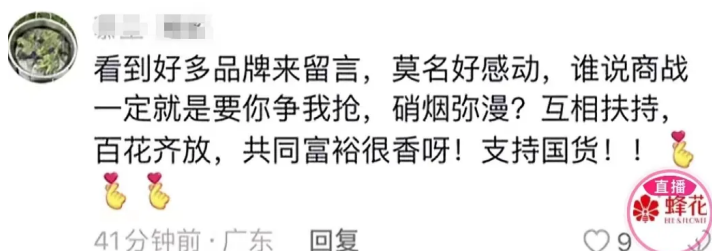
最离谱的是白猫和活力两个国货。白猫据说是临时开的直播间，连主播都没找到。而活力28的直播间，只有一群大叔大妈，根本不知道怎么运营。

不会搞镜像，就反着拿纸用手电筒照着；晚上也不关，犯困守着；最搞笑的是，网友说直播间小黄车没了，大叔说小黄车被保安推走了.....

就是这样一帮连运费险都不会操作的大叔大妈，凭借着网友们的热情，竟然晋升为新星主播第一名，直播间多款产品被“抢光”。

运动品牌鸿星尔克也不甘寂寞，由于单品价格确实没办法打到79，他们就在直播间卖起了上海硫磺皂、蜂花洗发水、白象方便面，拼命为同行赚吆喝。

短短几天时间，蜂花、莲花、汇源、白象、倍舒特、贵人鸟、片仔癀、蜜雪冰城，这些沉寂多年的国货全出动了，喜之郎因为来的晚，还被骂笨蛋，现在才来。



看着这些便宜又接地气的国货品牌，互帮互助抱团取暖，不知道为什么我笑着笑着就哭了。都说商场如战场，但他们第一次让我感受到商战的良心与温暖。

这些年我们打开国门，大量外资企业涌入中国，给我们带来消费升级的同时，也极大冲击了国货品牌的生存空间，蜂花、活力28都曾面临破产。

是的，他们不会营销，也不会包装，甚至连上网直播都不会，但他们始终坚守着自己的理想和初心，如果巅峰留不住，那就重走来时路。

他们没有像某西子那样改一个日本化的名字，也没有搞和西方联合建厂的噱头，他们只知道把成本压到最低，把质量做到最好。

几十年如一日，他们坚持不涨价。十几块钱一瓶洗发水，几块钱一袋味精，在套路满满的商场大潮中，还有多少这样的良心国货？

看看被资本冲蚀最严重的医药业，几块钱一瓶的退烧药都不卖了。看看被营销玩脱手的白酒业，还能买到几块钱一瓶的酒吗？

无论是华为手机的抢购潮，还是老牌国货的再次翻红，实际上都意味着国人的消费现实主义开始觉醒，开始思考消费价值。

他们终于透过光怪陆离的表象，看到了资本运作和花式营销下的渣男本质，也看到了国货寂寥之下的赤子之心。

我们支持华为，就是在支持中国的科技崛起；我们支持国货，就是在支持中国的民族复兴。

我们本身就是如假包换的国货，更应该懂得支持华为、支持国货的意义。

科技与经济的双重崛起，才是对美国为首的极限封锁下的双重打击。

在这波诡云谲的国内外复杂局势下，我们的民族从未如此清醒。

接住这泼天的国运吧，中华有为，驰而不息！



- End -

位卑未敢忘忧国！



@关注和转发，就是最大的支持@

为防失联，请添加作者微信：

ydx20212022



燕梳楼

只为苍生说人话，位卑未敢忘忧国

798篇原创内容



公众号



燕梳楼

“ 位卑未敢忘忧国！ ”

 喜欢作者