www.shfzb.com.cn

买起来比现代人还疯狂

古人也有"双十一""购物节"

每年临近 "双 11" "双 12" "年末大促"这些购物节时,我们都在内心告诫自己:理性消费,不要被商家的打折促销所迷惑。

然而,心里说着"不要", 手却很诚实,一不小心就又掉 进了"买买买"的"大坑" 里。有时真想穿越到古代,看 看我们能不能逃过此"节"?

古人的购物车里都有什么?

很遗憾,即使我们穿越到了古代,也还是难逃此"节"。在古代,就有类似"618大促""双11"这样的购物节,只不过这些购物节被统一称之为"重日节",如一月一的元旦、二月二的春耕、三月三的上巳、四月四的夏凤、五月五的端午、七月七的七夕、九月九的重阳……这些用来集中购物的节日又被称之为"集期",先秦时就已存在。

"集期"通常是在某个指定的交易场所进行,如"市""集""墟""场""街"都是集期的产物,也就是我们现在购物节使用的电商平台。

既然有了"平台",那么古人的购 物车里究竟都有些什么呢?

于古代富人而言,购物节又相当于奢侈品牌新品发布会,那么他们的购物车里自然都是些奢侈品,最频繁出现的是稀有的纺织品,如丝绫、锦、绸、缎等,但这些商品的昂贵不在于商品的本身,而在于商品的增值服务。

古代富人只穿高级"私人定制", 先选好面料,然后根据体形以及季节, 设计出相应的款式,再配之以匠心独运 的刺绣,绝对不会出现撞衫的尴尬。

同样,珠宝也是古代富人最爱的私人定制物品之一。在购物节,很多商家接受"来料定制",消费者提供黄金珠宝等原材料,商家再通过设计,给消费者打造一整套首饰,工艺非常精致。

当然,古代富人不会轻易满足于吃穿用度,精神上的追求也是无限的,他们的购物车里还常常有很多艺术品,如字画、瓷器、绝版藏书、乐器等。

不过更令人震惊的是,在唐宋经济繁荣时期,在集期这个购物节里,古代富人还玩起了"海淘"。众所周知,古人最喜欢的事情就是沐浴熏香,谁要是有独特的香料,那简直是璀璨的富人光环!

有需求就有市场,唐代有个名为冯 若芳的海盗,嗅到了商机以后,专业打 劫波斯的海船,专攻香料,以独特的沙 龙香水俘获万千女性的心,从此发家致 富,成为了当时的"海淘"皇冠卖家。

集期这个购物节,初衷是"致天下之民,聚天下之货,交易而退,各得其所",富人再会玩,我们老百姓也得不忘初心,除了日常普通的集市,如"早





藏于辽宁省博物馆的画作《姑苏繁华录》

市""夜市""庙会"等,还有一个集市叫做"穷汉市",相当于现在的二手货交易平台,"九块九包邮专区",也就是穷人买东西的地方。

穷人同样会购买日常的衣服鞋帽等生活用品,但更多的是食物,毕竟穷人的"恩格尔系数"比较高,宋代孟元老在《东京梦华录》中写道: "先数日,市井卖冥器靴鞋、幞头帽子、金犀假带、五彩衣服。以纸糊架子盘游出卖。潘楼并州东西瓦子亦如七夕。耍闹处亦卖果食种生花果之类。"

有趣的是,无论是古代的富人还是穷人,购物车的主人竟然大多还是女人,《醉翁谈录》就曾侧面描写过七夕节的乞巧市,人多到"车马嗔咽""车马不通行,相次壅遏,不得复出,至夜方散",果真在"买买买"这件事上,妇女永远顶起了大半边天。

古代商家的营销手段

很多时候,原本我们并不是很想买的东西,往往是因为商家的活动和宣传而动了心,从铺天盖地的广告到打折促销,再到现如今的直播,很少有消费者能够做到"全身而退",殊不知这些商家的营销手段都出自古人的生意经。

古代商家搞促销,浮夸的广告自然 少不了,最有名的莫过于"吟叫",相 当于我们今年最流行的直播购物。尤其 是宋代商人,对于"吟叫"非常有一 套,高承就曾在《事物纪原·博弈嬉戏》 中有过记载:京师凡卖一物,必有声 韵,其吟哦俱不同,故市人采其声调,闲以词章,以为戏乐也。今盛行于世, 又谓之吟叫也。

在京师,只要有市场,就必定有叫卖声,而这些叫卖声都各有特点,讲究文案与音律,比起我们"五块五块,清仓大甩卖"以及某拼购平台洗脑的主题曲,内涵与格调都不知上升了多少个台阶。广告再浮夸,价格没有优势也是万万不行的,毕竟大家都想在这些促销活动里买到物美价廉的产品,这才不辜负大家因深夜"剁手"而长出的黑眼圈。

古人怎会不知道这些?

有句古语叫做"贪三廉五",出自《史记·货殖列传》,大概意思是作为商家要大气,贪图利润的人只能赚取30%的利润,而讲究薄利多销的人,却能赚50%,所以很早之前就有了"削价",又名"降价"。

"商业之父"范蠡曾在接受"财经节目"访谈时,划出了重点:贵出如粪土,贱取如珠玉。

在商品值钱的时候,一定要加强推销,赶紧出手,商品一旦过气,只会变得分文不值,正因如此,商家们的打折促销、优惠折扣才会如此疯狂。

除去广告、打折这些营销手段,古 代商家对自己也有目标与任务。单靠老 客户可不行,必须要有持续不断的新顾 客,商家才能有未来。现代互联网电商 平台有个词叫"拉新",即用各种促销 满减优惠券或者礼物吸引新顾客,为了 使目的不太明显,年年都会设计新游戏。而古人除了发放"红票"以外,也会设计游戏,最有名的莫过于"关扑"。

"关扑"相当于我们现在的抽签转盘摸奖,用预售商品作为彩头,按照约定的方式,如转盘、抛铜钱、套圈,只要投中了就可以免费或低价得到商品,这种营销方式恰好抓住了大众贪便宜的心理,甚至让人上瘾,很多人沉迷于此,危害程度极高,于是宋代政府对此进行了限制,只允许在"元旦""寒食""冬至"三天使用,其他时间一律算作"非法赌博"。

古代购物节的服务

在古代,清空购物车也不是一件容易的事,毕竟想买的东西无限,钱包有限。为了促进销售,古代商家也支持类似信用卡、花呗等的付款方式,也就是传说中的赊账。

古代的赊账与我们一样,通过考核 个人的资产收入等情况,决定赊账的额 度与期限。很多古代富人出门就没有付 钱的习惯,因为是大户人家,住哪儿, 做什么的,整个城都知道,消费只挂 账,到了月底,商家整理好账单,提供 上门收款服务,所以于富人而言,赊账 又叫月结。

而一般老百姓没有雄厚的财力,自然不能像富人那样直接月结,购物节里看上了大件,又没法付全款,于是就选择了账单分期。与商家商量分期的期数以及每期还款利息,再将自己暂时用不着的贵重物品作为抵押,以此实现"花明天的钱,圆今天的梦"。

若是在购物节,遇到买家不够给力,古代商家还有一个服务叫"撤暂",不管买家需不需要,一律免费试吃试用,相当于我们现如今的"七天无条件退换"。因为成本的原因,所以撤暂这样的服务多用于食品类。

既然购物车加满了,促销的红票拿到了,没钱结账的尴尬也解决了,剩下来的就是送货问题。

古代"买买买"以后,需要对包裹朝思暮想吗?需要!毕竟古代购物节当天门市与摊位的面积都是有限的,货品不一定都会陈列出来,仓储空间也极为有限,所以一般商家都会有免费送货上门的服务,在古代又被称为"送利"。这个由商家免费送货上门的服务多用于古代购物节的现货,而更多的古代人会选择期货,也就是下了订单,付了预售定金,待商家把货制作完成后,才可收货。这样的期货往往十分贵重,作为商家,不得不把这项艰巨的任务交给民间的快递公司,也就是传说中的私人镖局,因为驿站只允许官方使用。

古代私人镖局承担了购物节大量的 包裹快递工作,因为需要投入的人力成 本巨大,所以古代私人镖局只接受贵重 物品的运送,而古代的快递小哥除了会 认路和联系客户以外,更重要的是武功 高强,能打!毕竟,古代治安不如我们 现代,动辄出现劫匪,若是不能打,别 提保价赔损了,单是保住小命都危险!

(综合整理自《扬子晚报》、光明网)