

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

WELCOME

# 同伴压力

2020 - ALL  
RIGHTS

INITIATIVE

# 目录

## Contents

01

天价炒作现象

02

炒作表象背后

03

同伴压力

## 课前热身：

你最喜欢的运动是？

你最喜欢的是选手是谁？

你知道他穿什么鞋吗？

(当然，这个运动需要穿鞋)



# 恒泰证券

HENGTAI SECURITIES  
投资者教育基地



1

# 天价炒作？

## 天价球鞋



Nike Air Mag



源自经典科幻电影  
《回到未来》  
全球限量 89 双  
人民币 810000 !



发布机构：中国社会福利基金会

### 免费午餐

已募善款：**265298162.94** 元

募捐方案备案编号：53100000500019795AA17099

参捐人数：**63456377** 人参与捐助

项目时间：2016-05-24 至 2022-03-31

我要捐助

### 项目介绍 善款去向

#### 4元，改变的不只是一顿午餐

中午，下课，湖南新晃县步头镇中心完小的孩子们排队到食堂吃饭。午餐一共四个菜，两荤两素。在此之前，大多数的孩子们需要从家里带饭过来，中午就着已经凉掉了的菜把饭囫圇吞进肚子里。有了免费午餐，小雨（化名）、小峰（化名）两姐弟现在上学再也不用自己带饭。晓雨的父母在外面打工，为了照顾两姐弟上学，奶奶到学校附近租了房子。上学费用除了爸爸打工寄来外，还要靠爷爷种地才够，两姐弟吃上免费午餐后给家里解决了很大的负担。

与此同时...公益午餐 4 元一顿，足够一个 500 人的小学一年多的午餐费



恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地



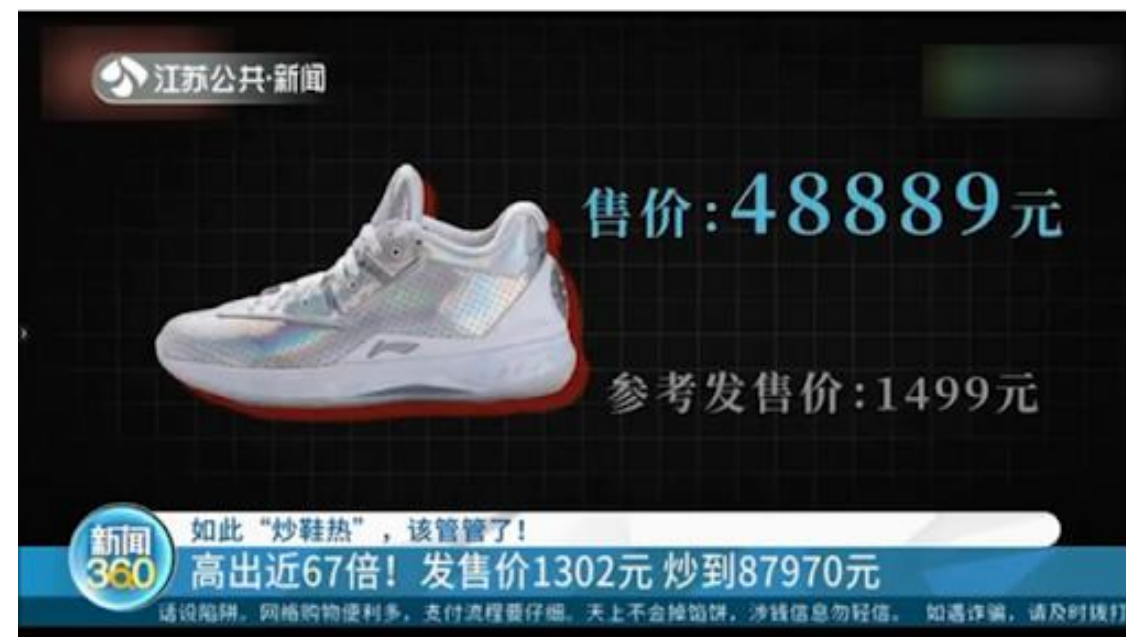
**甚至...有很多关于球鞋文化的搞笑视频  
(请勿当真)**

2020 - ALL  
RIGHTS

INITIATIVE

## “炒鞋”行业

巨大的利益催生了一个新的行业



# 为什么这个行业兴起了？

## 恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

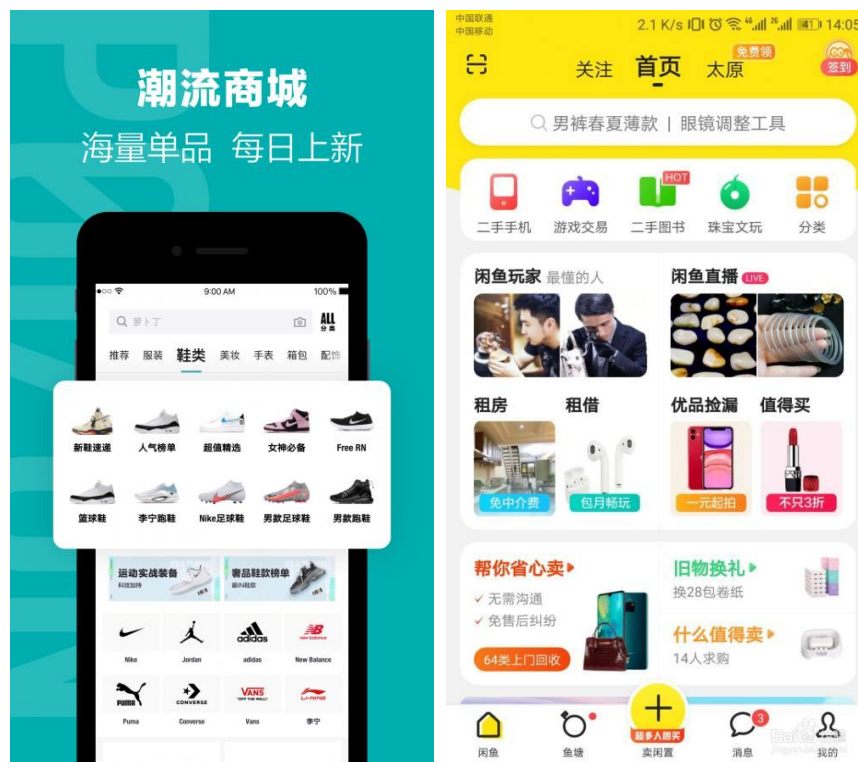


### 买家

身份标签

运动爱好

渴求升值



### 平台 流量 / 盈利

### 卖家

有利可图

稳赚不赔

需求巨大





2

## 炒作背后

## 我们炒的是鞋吗？

### 小组讨论 2 min

- 1.炒鞋时，谁是最大赢家？
- 2.你觉得那些鞋子真的值这么多吗？
- 3.大家为什么要买这么贵的鞋？



# 消费者心理分析

## (1) 稀缺性 —— 物以稀为贵

炒鞋能够成为一种热潮，稀缺性是必要条件。由于球鞋发售量有限，购鞋人数远远超过发售数量，“一鞋难求”成为常态。

伦敦 & 东京奥运会男子81 公斤级举重冠军

传奇名将吕小军限量同款举重鞋

2020  
ALL  
RIGHT

1

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地





# 消费者心理分析

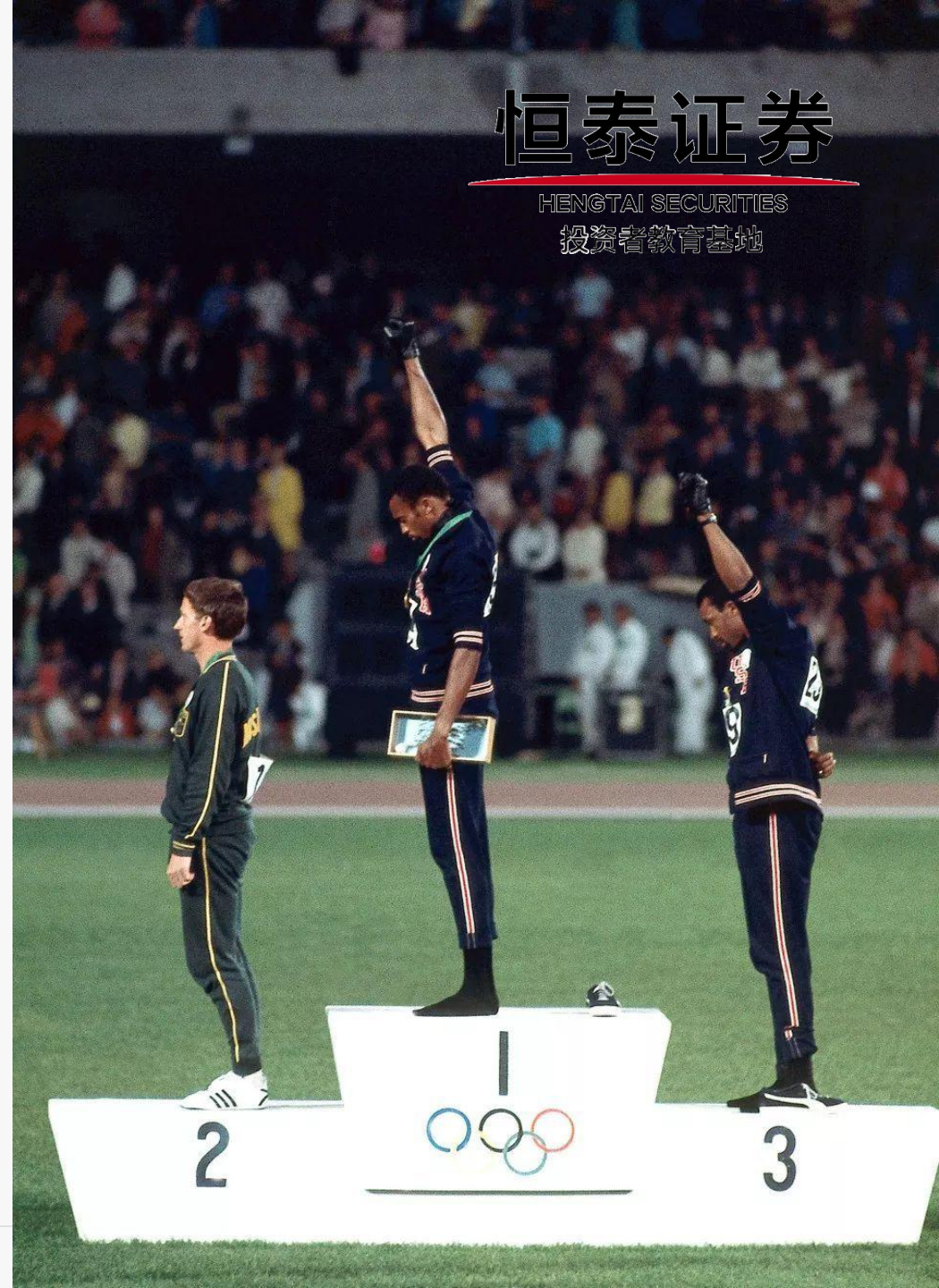
## (2)符号性 —— 象征意义

球鞋不仅是运动文化的符号象征，甚至可以作为社会文化的一部分。

1968 年墨西哥奥运会，Tommye Smith 打破世界纪录，在加冕时高举戴着黑色手套的右拳，来抗议黑人所受到的不公待遇。而特殊时刻总会被镜头记录下来，Tommye Smith 脚旁的那双 Suede 也因为这张象征黑人权利的照片被大众铭记。

2000-2004  
RIGHTS

1





# 消费者心理分析

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

## (3) 卷入性 —— 击鼓传花

某球鞋 App 评分量 127 万，日均下载量 8-10 万，总下载量超千万。

鞋圈大 V，评测自媒体年入千万。各类社交媒体和平台应运而生，一个小众爱好群体冉冉升起。



## 由来已久

新时代的年轻人炒鞋，可能是因为他们比较熟悉球鞋极其相关的文化。球鞋也容易估价、交易起来也比较方便。相对来说，球鞋也远比名表名车便宜。

但总体而言，工业化制成品无论用怎样的手段营销，仍然是批量化流水线产品。

饥饿营销只能制造**心理稀缺效应**，不可能制造真正的**价值稀缺性**。

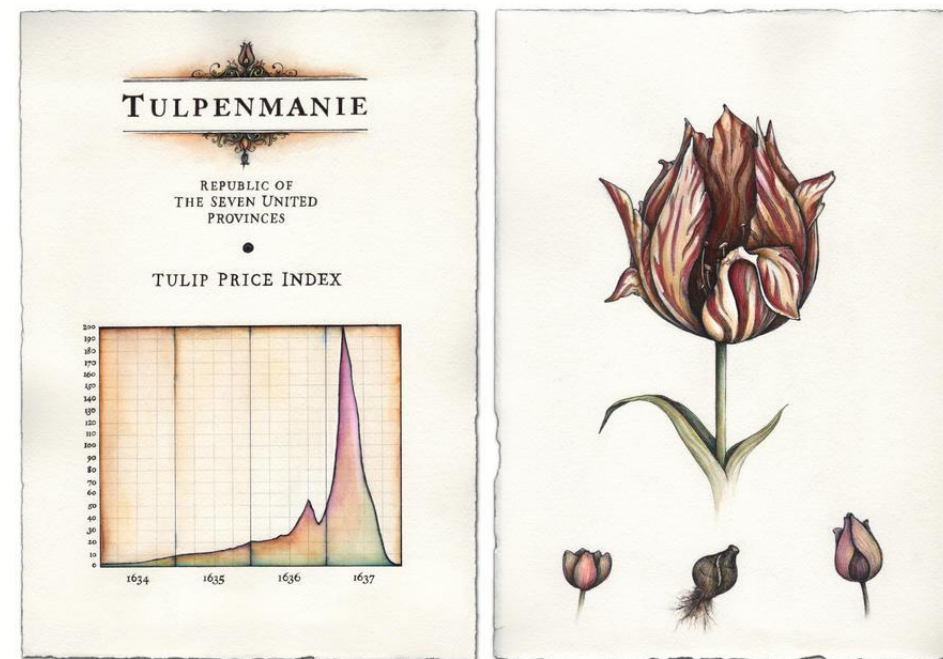


猜猜这幅图是什么意思？

## 郁金香泡沫

在M·戴许所著的《郁金香狂热》  
1637年2月初，价格突然暴跌。  
与真是有暴跌的拥趸是找不到买  
家。1636年，据一裸体得玩一千盾无  
的郁金香款却又首贷债务的人据  
说达到3,000人。荷兰各都市陷入  
混乱。一个银制杯子、一包衣服、  
一张附有床垫的床外加一条船。”

炒作为什么会影响个人心理活动呢？



郁金香狂热 (Tulip mania)



3

# 同伴压力



## 社会性动物

社会看不见也摸不着，但是带来的影响是实实在在的，社会有大有小，全人类可以共同构成大的国际社会，一个社区，一个班级也构成了小社会。

人是社会性的动物，意味着我们居住在“社会”里，并且无时无刻不在被“社会”影响和改变着。

**当然包括消费这样的行为。**



## 同伴压力

**同伴压力:** 你的同伴群体对你带来的各种影响和压力

**同伴:** 和你年龄相仿的群体

渴求融入集体，进行社交，被认可被赞许，是一种人类本能。

不论是消费，还是其他的日常活动，我们都在不知不觉中被群体中的其他人影响着。



## 同伴压力分类

**从众型同辈压力**是因害怕被同辈排挤而放弃，顺应别人的选择，即迫使你“与同伴保持一致”的压力。比如要拥有类似的价值观，相同价位的物品等，都属于从众型同辈压力。

**竞争型同辈压力**是指与自己年龄、地位、所处环境相似的人，取得的成就所带给自己的心理压力，即迫使你“变得优秀”的压力。这种压力促使你在与同伴的比较和竞争中要胜出，如果无法胜出，就会被人轻视，变得自卑。



我好菜啊 I am so  
vegetable

在某些层面上，校服是一种保护机制，保证每个人都最大限度的融入集体，拥有归属感和认同感。

**假如没有校服会发生什么？**

小组讨论：

**参考角度：从众型同辈压力  
竞争型同辈压力**



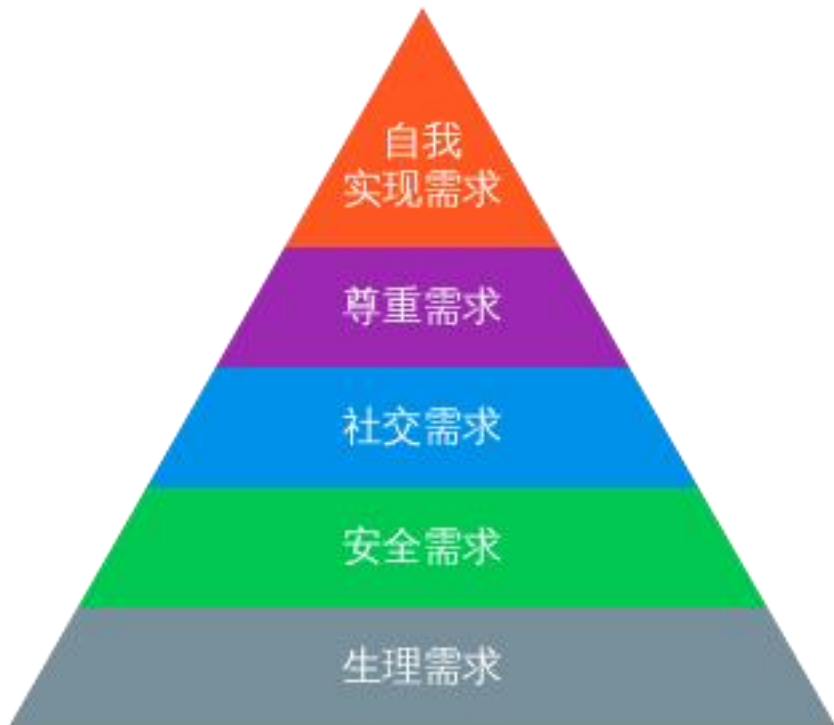


在某些层面上，校服是一种保护机制，保证每个人都最大限度的融入集体，拥有归属感和认同感。

- 1.为老师管理方便，为学生安全考虑；
- 2.增强个人归属感和集体融入感；
- 3.为学生/家长节省服装方面的费用；
- 4.杜绝攀比、跟风、炫耀等不良消费习惯；



## 消费类型区分



马斯洛需求层次

审美情趣、自我价值

可选消费：吃饱穿暖  
关注文化和潮流  
非必需品为主

必选消费：吃饱穿暖  
关注功能和价格  
生活必需品为主

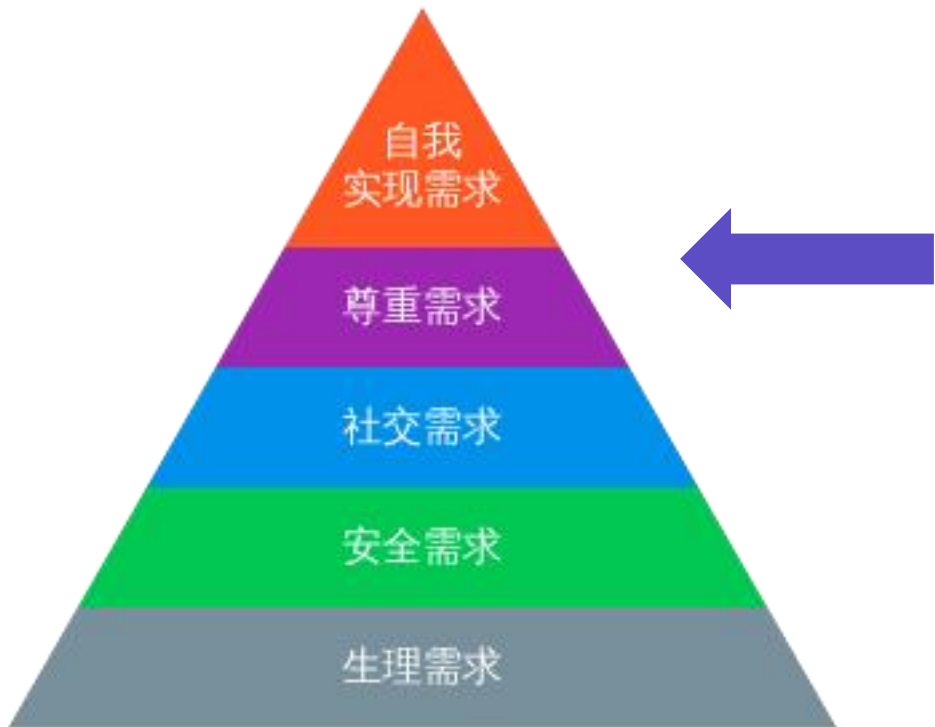
## 消费类型区分

### 审美情趣、自我价值

球鞋已经脱离了简单的运动实效性功能，而走向了符号化的道路。

大家爱的不仅是球鞋本身，更是它的贵，以及高价背后彰显的自我审美品位与财力阶层代表。

更有甚者，以此来区隔，最特殊的“我”与最普遍的大众。



马斯洛需求层次

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

**“消费是体现自我认同的途径”**



# 课后作业--欲望整理卡

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地



1.利用马斯洛需求层次，列举出 5 个与之相对的消费场景：比如典型的消费场所和所购商品（服务）；

2.整理自己最近想完成的事情和自己的剁手清单，看看他们属于第几级？哪个部分可以删除？

2020 - ALL RIGHTS

特斯拉CEO马思克

INITIATIVE



恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

再见！

*See U!*