

关注

末日船票、末日急救包、末日书籍……

2012年12月21日,一个所谓的“预言”成为商家疯狂炒作的噱头 “末日经济”,有没有撞了一下你的腰?

随着玛雅人传说中的2012年12月21日“世界末日”的临近,末日船票、末日书籍、末日急救包、末日取暖器……只要是稍稍跟“末日”两个字扯上点关系,都成了商家炒作的“新宠”。

虽然,12月21日已经被证实并不是“世界末日”,但对于嗅觉灵敏的商家们来说,无论是实体店还是网店都纷纷借着这个噱头,把“末日”包装成了“狂欢日”。这边是商家们忙着炒概念,赚得盆钵满盈;那边则是消费者慌着追赶潮流,似乎不在“末日”狂欢一下,都不好意思出门跟人打招呼。

继“光棍节”后,“世界末日”无疑再次成为商家借势“造节”的成功案例,而在它背后,折射出的更深层次的意义或许是经济现象的娱乐化。

见习记者 赵柳影

记者 范建春/文 记者 马健/图



一位市民网购时收到店家赠送的“船票”

商家 线上炒商品,线下炒概念

关于“末日狂欢”的炒作早在12月初,就已经在网上铺天盖地,打开淘宝页面,输入“末日”两字,出来的产品信息高达67193件,逐一查看,以末日船票、末日急救包为最多。

一张张制作精良的蓝色诺亚方舟登船票,成为“末日商品”中最受欢迎的,不仅有纸质的,还有卡片式的,价格从几元到几十元不等,并且大多数网店的船票都以套票形式出售,总共两张,供一男一女登船。

在大多数船票的正面,都清晰地标注着“2012年12月21日”这个日期,背景也多以蓝色的地球为主。在船票的背面则留有填写登船者个人信息的地方,还有登船的时间、地点等,不仅如此,有的船票在右侧,还印有二维码、芯片等,让整张船票看上去非常正规。

“从上半年开始,末日船票就已经开卖了,只不过最近的销量太火爆,我们都没想到。”昨日,一家专卖末日船票的店主说,他们近一个月的销量高达1.1万张,购买者多以年轻人为主。

而末日急救包由于价格比较贵,销量上万的不多,但至少也都上百件。“急救包里有救生绳、地震帽、求生哨、压缩饼干等物品,平时出门旅游也都用得到,所以买的人还比较多,大都是男性顾客。”一位山东的店主说。

同时,对于“末日商品”的炒作,不仅仅是网商们的专利,实体店也逐渐加入进来。昨日,在东明路、顺河路,记者发现街边的不少服装小店门口,都竖着牌子,上面写道:末日狂欢,疯狂促销,店内衣服一律八折。

此外,郑州的一些饭店也开始炒概念,用船票当做优惠券发给市民,借此刺激大家的消费欲。不仅如此,“末日游”和“末日书籍”也搭上了这班车,受到市民的大量关注。

消费者 觉得好玩,并不相信末日

“末日狂欢”被炒得沸沸扬扬,可是消费者对此是什么看法呢?大家真的会相信2012年12月21日是“世界末日”吗?昨日,在采访中,记者询问了不下20位市民,大家的答案都很一致,称不相信。

今年28岁的赵先生的看法代表了大多数市民的观点:“大家肯定都不会相信12月21日是‘世界末日’,专家已经辟谣了,但是大家之所以仍这么热衷于‘末日狂欢’,多数是出于好玩的因素。”赵先生说,关注这个日子的几乎都是80后、90后,他们更多的是追求猎奇的心理。

专家 商家借势的又一个“造节”现象

此前,针对“末日”被大肆消费的现象,不少专家都给出了自己的看法,记者整合发现,大部分专家的观点都很一致,认为“世界末日”其实是商家借势的又一个“造节”现象。

“对于‘世界末日’,大家完全可以抱着游戏或者开玩笑的心态,不用太过担心,答案到21日这一天自会见分晓。”河南省商业经济学会常务副会长宋向清说。而对于“末日经济”的炒作,他认为这是一部分很睿智、很精明的商家利用“世界末日”这个噱头,在特殊时期的特殊营销。

宋向清说,从市场角度来讲,这个炒作是具有合理性的,但是它不具有持续性,等

“我上周就买了两张船票,其中一张要送给我女朋友,但这并不代表我相信‘世界末日’的到来,只是想借此表达我对女朋友的关心和爱。”正在上大四的袁同学说,他们同学不少都在网上购买了船票或者其他末日商品,但他们考虑更多的是在12月21日这一天跟谁共度这个传说中的“世界末日”,又要在这一天做些什么。

袁同学告诉记者,他跟几个朋友都已经约好了,要在12月21日这一天,每个人都要鼓起勇气完成一件自己原来不敢做的事情,或者达成一件自己的心愿,以此来纪念这个平常又特殊的日子。

到21日这一天过去,这种炒作也就自然而然会停止。“如今,市场竞争越来越激烈,为了生存,商家们不得不想方设法地寻找和创造亮点,来刺激消费,‘世界末日’也是如此,商家利用这个噱头来迎合年轻人,尤其是年轻情侣们的需求,来达到赚钱的目的。”宋向清说。

同时,一些从事管理、营销等相关专业教育的高校教师表示,“世界末日”本身没有科学依据,市民不应盲目恐慌,消费也应保持理性。眼下,与“末日”相关的商品热销,虽然不排除“有备无患”的理由,但也从另一侧面体现出市民的盲目从众、逐热的消费心理。

记者评述 经济现象正在被娱乐化

网络经济时代就是一个概念炒作的年代,因为没有概念的创新,就没有眼球的关注。

眼球经济时代就是一个娱乐化的时代,因为要博得眼球的关注,即使经济现象,也要像演艺界一样,人人都要轻松地参与、快乐地共享。于是,一些经济现象开始走在被全民娱乐化的路上,比如光棍节,比如“末日经济”。

“光棍节”火了,火得炙手可热;“末日经济”也火了,火得不在网上淘点什么都不好意思跟人打招呼。

打开媒体,一长串有关经济领域的新闻正在被娱乐侵占,比如王石离婚了,长江商学院戏剧性地出名了;比如京东和苏宁打起价格战了,电商概念反而全民普及了。

不过,从经济化到娱乐化,其中折射出的是社会的理性和进步。

比如在表现形态上,相比于经济,娱乐更让人轻松,娱乐明星在舞台上卖力地跳着唱着,观众在台下跟着音乐的节奏和旋律挥舞着荧光棒一起歌唱;而经济现象也是提供了一个平台、一种机会,它能够短时间迅速聚集大众,在第一时间找到相匹配的受众,完成和真实市场的对接。

我们可以说这一切都是“炒作”,但是,从一定意义上说,“炒作”其实是一种智慧的体现,因为不是任何人都“炒”、“炒的好”的。我们很难想象,这个世界如果没有了炒作,人类社会将会怎样?因为在这个信息和知识爆炸、文化多元的时代,我们的生活看上去是轰轰烈烈,实际上是相当平淡。如果没有“炒作”这把火,让大家知道、让大家记得、让大家去消费和体验,不仅无法使生活增添光彩,甚至好的电影、好的音乐、好的电视节目、好的艺术、好的风景都不会在第一时间得到更多大众的关注和欣赏,会失去市场的支持。

所以,面对经济现象的娱乐化,我们需要抱着轻松的心态,不必纠结于其中的利害关系。只要消费者高兴,娱乐一下又何妨?

健康栏目

刊登内容:医药、医院、医疗器械、消字号、健字号产品等。订版电话:18939257989

琦盛广告独家代理

胃肠检查不插管 检查费仅收40元

自即日起举行献爱心专家会诊活动,免专家挂号,药费优惠15%。
胃肠是人体的第一道防线,防线一旦被破坏,直接影响人的生活质量,还会并发消化道溃疡、出血、穿孔等,甚至胃肠部恶变,严重时危及生命。
为解决这一难题,本院巨资引进彩色高清晰度胃肠显像仪,不插管,无痛苦,该系统在专用的胃肠显影剂下,对胃部及十二指肠进行多角度详细检查,提前发现胃肠癌变的提前癌变。无论炎症、溃疡均可一步到位明确诊断。胃肠检查费仅收40元,同时免费对肝、胆、脾、胰、肾、膀胱、子宫等十几个器官一次性全面

检查,节省了患者逐个器官检查的高额费用,为临床对症治疗提供了科学的诊断依据。在确诊基础上对慢性胃炎、浅表性、萎缩性胃炎及十二指肠溃疡、腹胀、腹痛、腹泻、结肠炎、便秘等,由胃肠病专家分型对症下药,综合全面治疗,预防癌变的发生,恢复和保持胃黏膜的完整性,使慢性胃炎的各种病变得以修复,防止胃肠病的复发(切记检查前空腹4小时)。
专家热线:0371-67437592
地址:郑州市建设东路24号,火车站广场北側乘西线101路公交车,市内乘9、103、104、50、52路公交车到炮院医院站下车路南医院二楼即到胃肠病治疗中心
网址:www.zzwck.com

“老秘通”宜补不宜泻

老中医真传【老秘通】,以补为通,通补结合,专治顽固性便秘、分娩后便秘、习惯性便秘等。
药王孙思邈指出:“年高者气血双虚而便秘,治则以益气养血为根本。”【老秘通】,国家药品管理局审定通过专治老便秘产品。【老秘通】集结18位中华名老中医毕生临床经验,精制而成,具有益精血、补肠道、排毒清宿便之功,快速恢复肠动力。实现补气养血、以补为通、通补结合”的科学康复之道。
服用当天,小腹就有微热的感觉,胃腹胀满不适减轻;第二天,排出软便。坚持使用,胃肠内火尽泻,腹胀、口臭、嗝气等症消除。“大肚子”逐渐变小,高血压、高血脂得到改善,色斑、痔疮

逐渐消除。即使停用,便秘也不易再反复。
【专家点评】【老秘通】仅从产品配方就完全有别于其他便秘产品,以治秘三精为君药,无西药泻药成分,无依赖,不仅能使老便秘康复,还能使老年患者气血充盈,精神面貌改善,心情愉快,延年益寿。
承诺书:1.服用5天,不能顺利排便,退药退货;2.保证绝不含泻药成份,假一赔十。
答谢5年来新老顾客 买2赠1
电话:0371-55802615 诚招省内各地市代理商
地址:同福堂大药房(黄河路市五院对面)/中原商贸城南门一楼医药部(碧沙岗公园西门)/百佳国药堂(经三路省人民医院西门对面)/上街,康乐福大药房 铝城公园东北角烟草局楼下)