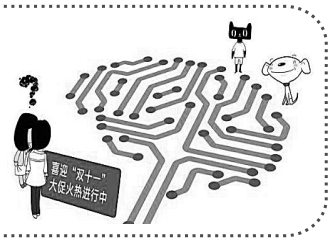
“双11”：没有“奥数”功底，你敢应战吗

“双11”就要到了，与往年主要靠拼手气、拼网速的玩法不同，今年“双11”期间，“剁手党”们要想买到物美价廉、心仪已久的产品，还要比拼智力、体力。网友们登录购物APP或网店发现，今年众商家促销活动的内容纷纷推陈出新，规则更加复杂。例如预售、定金膨胀金、满减红包、返现券……网友们纷纷吐槽：“简单粗暴的直接打折活动已经很难见到了，买个百十元的东西，得花几个小时研究各类规则”、“没有‘奥数’功底已不敢应战”、“‘双11’套路深，数学不好的我不想买了”……你有“双11”的购物经历吗？对越来越看不懂的“双11”促销活动，你是怎么看的？你心中期许的“双11”应该是什么样的？



花哨促销不靠谱

——■史久爱（民 权）

今年“双11”的促销早已经打响，而我对如此花哨的促销活动却一点不感兴趣。就在昨天，女儿打来电话，说是想在“双11”给我网购一套保暖内衣，还说“预付定金后，不但尾款支付时可翻倍抵现，还有优惠券可以领取，没准就等于白送了呢”。女儿话音未落，我就急忙嚷了起来：“打住，快打住！别做白日梦了，越复杂的促销手段越不靠谱，越是陷阱！因为商人追求利益最大化，哪里利益大，就往哪里投资，这是商人的基本原则！‘双11’是购物的黄金期，他们想借机利用花哨的促销手段做诱饵，诱人上钩的。这你应该懂的啊？傻瓜啊，世上根本没有赔本赚吆喝的商家。”见说服不了我，女儿只好作罢。

记得两年前的“双11”前夕，见许多朋友在电脑前目不转睛地伺机秒杀自己心仪的物品，原本不热衷网购的我也有了一丝心动。后来，随着各大商家愈演愈烈的让利促销活动及周遭疯狂来袭的抢购热潮，加上贪图便宜的思想在作祟，我也买了条裤子和一件上衣。在我望眼欲穿地等待了几天后，发现到手的衣物竟是次品，从面料到做工都极差，水洗后，不仅褪色还缩水。此次购物经历，极大地挫伤了我网购的积极性。如今，我基本不在网上购物。与其费心费时地网购些毫无用途抑或只能作为摆设的物品，不如坐下来喝杯香茶、听听音乐或侍弄一下花草有意义呢。

尽管如此，我依然喜欢“双11”这个节日，因为喜欢逛街的我可以多去几个实体店，比较着选购那些真正打折了的商品，哪怕折扣很少，但那是实实在在的让利，我心里踏实，质优价廉，售后服务好，让人有安全感。

心静自然凉

——■冯 燮（陕 西）

商家、厂家是追求利润最大化为最终目的的，他们不是社会慈善家，不会干亏本买卖的。为了获取利益，赢得消费者，他们使出浑身解数，制造了满天的虚拟“馅饼”，让你垂涎欲滴，当你上钩之后，再给你一刀。有道是“买家没有卖家精”，确实不假。

有人说，商人是刮风的能手，他们令市场“树欲静而风不止”。“减价风”“打折风”“抽奖风”“赠送风”，什么“秒杀”“半价”“送红包”……今年又花样翻新，来了个定金膨胀金、各类满减红包、直降红包、返现券等优惠券以及7天或30天保价政策……“馅饼”满天飞，消费者的福气真的就那么大吗？

有道是“心静自然凉”，无论商家这些“风”刮得手段如何新鲜，“风”力如何强劲，所谓的规则制定得如何隐蔽，无非是抓住了消费者爱吃“馅饼”的弱点，给你温柔一刀。所以消费者还是冷静一点为好，以平常心来对待商家的种种促销手段，别想着天上会掉馅饼，这样也就能避免落入他们所设下的陷阱。

不当“剁手党”

——■田晓泉（平顶山）

不管何时何地购物，只买东西，不买后悔，不把自己买成“剁手党”，“双11”也不例外。

那么，购物之前，要弄清或者列出自己需要买的商品，购物时只挑选自己需要的。不能跟着花里胡哨、拐弯抹角、不断改头换面、还很费脑的销售“策略”转，那样不出意外的话，很快会买回一堆几年也难得用上一次的商品，或者是超出自己实际需要的商品，把自己变成悔恨交加的“剁手党”。

有比较才购买，特别是选购价格不菲的商品的时候。要和同类商品的款式、质地、价格进行比较，要和同一商品平时的价格进行比较，要和不同网站不同网店的同一商品进行比较，要和实体店的商品进行比较，如此才能买到物美价廉的商品，才能买得称心如意。

买东西买到想“剁手”，买些自己不用或者很少使用的商品，背离物尽其用的原则，有贡献于抬高物价、交通拥挤、奢靡之风、挥霍浪费。

“双11”，理性消费，只买对的。

“双11”要消费不要浪费

——■梁 正（江 苏）

去年“双11”时，妻子交待我给她买一套保暖内衣，一开始，我输入了保暖内衣进行搜索，因为早就在淘宝网上搜索过了，对于保暖衣的价格大致已经基本有数了，便选中了一套满意的，加入购物车。又给自己挑了一件羽绒服，实体店铺随便一件都是七八百元。搜索了近半个小时，终于选中了一件四百多元的放入了购物车。再看看有没有妻子想要的其他东西，针织衫、呢子外套等一件件地飞入我的购物车。

晚上，我和妻子又进了几家店铺，陆陆续续选了许多小东西，一天下来，搜索、比价、秒拍，不知不觉，竟然挑了五千多元的东西，我俩抓紧时间，争分夺秒，终于在零点完成了所有的订单付款。七八天后，陆续收到了网上买的东西，才发现网上中意的东西，收到货后并不是很满意。花了这么多钱，看似精打细算，实际浪费得更多。

网购可以，但必须把握住度，避免过度消费。有些消费者见到打折物品便蠢蠢欲动，买到家里看着一堆“战利品”欲哭无泪。今年，我和妻子决定要科学消费，理性购买商品，但也不从此“金盆洗手”，毕竟它是科技发展时代进步的产物。“双11”，要该出手时要出手，理性出手显身手。

◆下期话题

“中年油腻”引热议，你怎么看？

前不久，大家恍然发觉，“80后”已经离中年不远了，“中年危机”似乎就在眼前。接着，冯唐的一篇《如何避免成为一个油腻的中年猥琐男》又刷了屏，文章直指现在的中年男子普遍存在体重增加、啤酒肚、手拿保温杯等“油腻”特征，有人认为文章的叙述十分到位，但也有人认为，人到中年，是成熟稳重的开始。对此，你是怎么看的？你眼中的“中年油腻男”是怎样的？你认为如何才能避免成为“中年油腻男”？

商家套路深，购物需谨慎

——■李 炜（郑 州）

“双11”已对市民的消费生活产生了非常深的影响。早在半个月前，各大电商已开始为“双11”预热。天猫、京东、聚划算等商家的广告铺天盖地，“八仙过海，各显神通”，赚取众人眼球。

有句老话，“从南京到北京，买的没有卖的精”，此话不假啊，商家套路深，稍不留神，就让你“上一当”。吸取往年的经验教训，在此有必要给消费者提个醒，擦亮眼睛，消费需要理性。

首先，参加“双11”的一些品牌商很大原因是出于清理库存、加快货物周转和资金流转。商家所谓的“五折促销”不过是把库存货拿出来促销；而其网页上包含一些并未打折的新品，实足赚取了眼球和流量。此外，在一些品牌商的推广页面上，打折商品和涨价商品联动销售。

其次，很大一部分商户在“双11”前两周已调高新品价格。一些网站宣传声势非常浩大，从电视到网络，到处都能见到“双11”的广告，不少商家标榜“双11”期间的价格将是一年最低，这让广大消费者充满了期待。我就曾遭遇到过，此前加入购物车的49元的一件衣服，到“双11”已经涨到108元。

再次，以某样“特价商品”吸引客户进店消费，从而带动别的商品销售，这种促销手法也不鲜见。

最后，在“双11”购买的产品，客服会和你沟通好，因为物流压力，发货会在一周之后或者指定时日寄出，可事实上，“双11”网购一个月才能收到商品的消费者不在少数。“双11”同时也是一场快递混战，之前，有快递公司就传出要涨价的消息。而这笔钱是该由商家支付，还是转嫁到消费者身上呢？恐怕是“羊毛出在羊身上”吧！

11月11日，原本是一个平凡无奇的日子，但是这些年被商家冠以“网购狂欢节”噱头后，就成了商家集中销售、消费者集中扫货的日子。铺天盖地地造势，造就一个个销售奇迹的同时，消费者也发现“双11”价格存在着很多“猫腻”，有些商品明显“雷声大雨点小”，实际折扣和让利并不像宣传的那么给力，理想与现实差距还挺大。

“双11”购物，也要有个“度”，一旦达到“疯狂”的地步，就适得其反了。看到自己喜欢的物品，一时“冲动”就买了下来，而买回来才发现“利用率”并不高。所以说，我们需要一个理性的消费心态，正确认识网购行为，本着“一看，二比，三采购”的原则，生活中就不会平添那些无谓的烦心事了。

连载

商丘姓氏探秘

■刘秀森

71 范姓业绩（1）

范姓渊源，据《姓纂》记载：“帝尧裔孙刘累之后，在周为唐杜氏，周宣王灭杜，杜伯之子温叔奔晋为士师，玄孙士会，食采于范，遂为范氏。”

另外，也有源于楚国范地的范姓、源于西南夷的范姓和源于其他少数民族的范姓。范不是源于商丘的姓氏，但自古以来，范姓就与商丘结下了不解之缘。

春秋时越国上将军范蠡，帮越王勾践伐吴胜利后，他的老师——宋国人计然告诉他：“越王为人长颈鸟喙，可与共患难，不可与共乐。”（《计然传》）

于是，在越王勾践将要对范蠡嘉奖时，范蠡激流勇退，离开越国，后来到了齐国，齐国国君要拜他为相，不受，来宋国陶邑经商，成了商丘人。范蠡曾说：“计然之策七，越用其五而得意。既已施于国，吾欲用之家。”（《史记·货殖列传》）当时，宋国陶邑地理位置优越，被誉为“天下之中”，交通便利，商业辐辏天下。范蠡选择这里作为自己的第二故乡，定居下来，自称“陶朱公”。一家人除耕种和养殖外，范蠡将主要精力用在商品经营上。《史记·货殖列传》说他“候时转物，逐什一之利，十九年之中，三至千金”。记载他经商原则的《陶朱公商训》用简单的语言阐述了他经商的原则：“欲从商，先为人”，待人接物、规矩方圆、诚信为本、勇于决断。他经商仅“逐十一之利”，薄利多销，贾法廉平，不损人利己。其商德不仅为当世称赞，而且为后世颂扬，因此被称为“商圣”“经营之神”。司马迁在《史记》中对他高度评价说：“十九年之中三致千金，再分散与贫交疏昆弟。此所谓富好行其德者也。”

据民间传说，范蠡居陶经商的时代还没有衡器，市场上很多货物的交易都是估计份量，很难做到公平。范蠡便设想制造一种能测定货物重量的工具。一天，他用桔槔从井中汲水。桔槔是当地常用的汲水工具，是运用杠杆原理设计制造的，即在井边竖一高高的木桩，再将一横木绑在木桩顶端；横木的一头吊水桶，另一头系上石块，此上彼下，轻便省力。他受到启发，回家模仿桔槔，用一根细直的木杆，一头拴上吊盘，用以盛装货物，一头系一斧头作为砣，再用木桩把木杆支撑起来。实验发现，吊盘的货物越多，斧头就移得离支点越远，这样才能保持木杆平衡。他把货物的多少与斧头移动的距离一一作了记录，且在木杆上刻出标记。为使用方便，他把一只斧头的重量定为一个单位——斤（“斤”本来就是斧头的意）。但是，比斧头轻的东西怎样秤量呢？他苦苦思索了很长时间。

一天夜里，他观天象，天空星宿的排列给他带来了灵感。于是他便将杆上一斤的距离平分为十三份，用南斗六星和北斗七星做标记，一颗星代表一两重，十三颗星代表一斤。为表现它的公平，他给这一工具起名叫“秤”。

从此，市场上便有了计量货物重量的工具。但这种秤必须把木桩固定在地上使用，对于坐商还可以，而对于行贾使用起来就很不方便。于是他又对秤进行改造，在秤杆支点上钻个小孔，小孔穿上麻绳，用手来提。这样一来，秤的使用和携带就方便了。

后来，他发现一些心术不正的商人卖东西时缺斤少两，克扣百姓，便决定把秤再作改进，警告奸商用秤要公平心正。他改秤杆白木刻黑星为红木嵌金属星，并在南斗六星和北斗七星之外再加上福、禄、寿三星，以十六两为一斤。他告诫商人，经商必须光明正大，不能赚黑心钱。并说：“经商者若欺人一两，则会失去福气；欺人二两，则后人永远得不了俸禄；欺人三两，则会折损阳寿！”这样一来，即使是唯利是图的奸商，卖东西时也不敢缺斤短两了。

就这样，秤这种计量工具一代一代地流传下来。据史料对照，范蠡在宋国发明的秤比罗马大秤要早二百多年。

范蠡胸怀天下，决心将自己的体会与经验写出来，让更多的人参考，走上致富道路。他在总结民间养鱼经验的基础上，结合自己的养鱼实践，写出《养鱼经》一书，传播养鱼技术。1999年出版的首部《中国古代动物学史》称陶朱公《养鱼经》“是世界上最早的养鱼专门文献，也是养鱼的始祖，对世界养殖学史来说是有重要价值的文献”。

范蠡死后，被举为“商圣”，敬为“财神”。（188）