



9.9元、29.9元、99元…… 你会为“9”买单吗？

——“2024有意思的消费现象”系列报道之二

株洲晚报融媒体记者/易蓉

理性消费浪潮下，省钱成了当下不少年轻人消费的主旋律，而一种神奇的价格尾数“9”，吸引着不少人“剁手”。

9月9日，记者走访市区多个商场、超市发现，无论是衣物、日用品还是饮品，价格标签上充斥着各种以9结尾的数字，打开手机点饮料外卖，观看一场直播带货，从9.9元到99元，此类价格的商品一次又一次地跃入眼帘，几乎成为了直播带货的标配。

这类价格为何如此普遍？它是如何在商家和消费者之间建立起一种默契的？有何“魔力”？

【分析】尾数定价产生特殊心理效应

这个价格为何如此普遍？它对刺激消费究竟有什么样的魔力？

记者了解到，将价格末位定为“9”的方式，属于尾数定价策略的一种尾数定价，即给商品定一个以零头数结尾的非整数价格。利用“尾数定价”，可以使消费者产生某些特殊的心理效应。

“首先是感觉便宜。”采访中，一位业内人士表示，以标价99.99元的商品和100.05元的商品为例，虽两者相差不足0.1元，但前者给购买者的感觉是还不到100元，后者却使人认为100多元，因此前者给消费者一种价格更便宜的感觉，使之易于接受。

毕竟，在消费者的心中，每增加100元就意味着

迈入一个新的消费心理门槛，需要重新评估和决策。“在消费行为中，价格的心理门槛起着至关重要的作用。消费者在面对接近心理门槛的价格时，往往会变得犹豫不决，内心斗争激烈。而99元这个价格，巧妙地规避了100元的心理门槛，让消费者在心理上感到更加舒适和安心。”一位连锁超市负责人告诉记者，“这种属日常经济学内容，上岗培训时候都会有所涉及。”

其次是精确。带有尾数的定价可以使消费者认为商品定价是非常认真、精确的，连几角几分都算得清清楚楚，进而产生一种信任感。同时，“9”寓意还吉利，长长久久，符合不少消费者的消费心理。

有人在担心“9.9元”背后的商品品质。

“现在有些餐饮店推出9.9元一盘的牛肉菜品，确实价廉，但我也会纠结这个牛肉的品质。”00后李婷刚开始也秉承着“不到10块钱的事，扔了也就扔了”的心理，9.9元一度是她“闭眼入”的选择。

但实际上，所谓的低价不一定都是“真香”。

明明是想着花小钱买到便宜又实用的好东西，但如果一些粗制滥造的产品藏在低价促销的外衣下，消费者买回家，不仅因为不实用而要放在家里占地吃灰，而且也浪费了不少钱。结果就是从“贪便宜吃大亏”变成了“贪小便宜吃小亏”。

“不会单纯因为‘9’就便宜的心理暗示买单，而是要真正获得花小钱办大事的体验。”她说。

90后白领刘忻又开始了被“9”吸引“剁手”的一天。在早晨，刘忻会享用一杯仅售9.9元的瑞幸咖啡；在中午，则会选择13.9元的麦当劳套餐来消除饥饿；到了晚上，她和同事们甚至会前往超市争抢那些9.9元的剩余食物组成的“盲盒”，乐此不疲地度过这个充满“节俭”的一天。

“划算又不失生活品质，很符合年轻人的消费观。”刘忻说。

同样被“9”结尾的价格充斥的还有各类日常生活用品。

“花40多块钱买了一把手工藤织小靠椅，真的是划算。”上周末，喜欢精打细算的家庭主妇赵欢欢在逛超市时，买了两把小靠椅，椅子价格是49.9元/把，与50元只差0.1元，但她总是会觉得自己只花了40多块钱，淘了手工椅子很划算。

在一知名主播的直播间里，她也花69.9元抢到了床上用品四件套，入秋后就铺上床，觉得品质和价格一样美丽。

消费降级大背景下，商家都在想尽办法刺激消费，采取一种“9”结尾的价格吸引力则尤为普遍。

近日，记者走访市区各大商超发现，不少产品进行打折促销，而促销定价多以各种“9”结尾，比如“小鸭仙”的鸭脖、鸭掌等售价为9.9元/袋，“君乐宝”的某款酸奶促销价为9.9元/3杯，一些洗浴用品促销价分别是25.9元/瓶、39.9元/瓶。此外，在奶茶店、咖啡店、火锅店也经常可以看到9.9元/杯的饮品和菜品。

这个神奇的数字频频出现，仿佛有一股不可见的力量，在引导着消费者的购买决策，受到了更多年轻消费者青睐。

【现象】不少商品价格都以“9”结尾



超市里都是“9.9元”“19.9元”价格标签的商品。
株洲晚报融媒体记者/易蓉 摄

记者手记

“9块9”热潮下的冷思考

在近期的消费市场中，生活变成了一座无处不在的“9块9折价店”：从奶茶到轻奢餐饮，以至高端酒店，几乎所有的商品都以个位数的价格吸引着消费者。在这个物价以“9块9”为基准的时代，纳入这种消费观的消费者，十分容易被低诱惑而产生幸福感。他们把每一次的消费都看做是“赚到”的机会，甚至出现了“穷鬼套餐”这样的概念，不再需要费力去追寻折扣。这样的消费方式让人感到无比轻松，许多人不再需要深思熟虑，只需选购那些看似便宜的美食，便能体会到生活的乐趣。

但问题是，长久以往，这样的消费能否支持起行业的健康发展？以当下竞争最为惨烈的餐饮为例，经济繁荣与美食文化正经历着一场深刻的变革，随着平价餐饮的崛起，行业生态与消费者习惯也在不断重塑。我们不仅要警惕这种看似便利的9块9消费模式可能带来的健康隐忧，更要审视其对餐饮行业的长期影响，在这些平价消费盛行的时代，只有那些将品质与价格结合得恰如其分的品牌，才能获得真正的消费者信任。

幸好有你！164万元涉诈资金被成功拦截

——攸县农商银行成功堵截一起对公账户电信网络诈骗

株洲晚报融媒体记者/王军 通讯员/左振华



攸县农商银行收到的锦旗。
通讯员供图

“反诈护企展风采，及时止损暖民心。”9月9日，攸县农商银行收到两份特殊的礼物——广西某木业公司送来的锦旗和广西贵港市公安局覃塘分局发来的感谢信，感谢该行第一时间拦截涉诈的164万元资金，并协助当地警方打击电信网络诈骗。

故事，要从一笔大额到账说起。8月26日下午3时，攸县农商银行临柜工作人员彭祯在处理小额到账时，发现一笔由广西某木业公司汇至攸县高新区某电子科技企业的200万元跨行转账，数额较大，且木业和电子科技两个行业关联性不大，于是立即警觉起来。

“通过核对流水和交易明细，我们发现两家企业账户资金往来与经营范围明显不相符，且前期也无交易记录。”彭祯立即将这一情况汇报，通过电话和微信联系该企业企业法人无果后，银行在第一时间对该账户进行紧急止付。

就在这笔200万资金到账的短短20分钟之内，已有3笔共计36万元的资金被跨行跨省转出，涉及不同交易对手。“我们兵分两路，一边安排客户经理到攸县高新区电子科技企业了解情况，另一边安排工作人员联系资金流出方的开户行，请求对方协助采取紧急管控措施。”攸县农商银行运营管理部总经理石兰意识到，“与时间赛跑”才能把损失降到最低。

直到银行工作人员上门，攸县高新区某电子科技企业负责人才意识到，企业银行账户已被广西某地电信诈骗犯罪团伙控制。原来，该企业最近遇到资金周转困难，向银行申请提高贷款额度遭拒后，在抖音平台搜寻并关注了网贷相关博主，泄露了相关信息，在对方

的“指引”下轻信了可以通过“刷流水”成功办理贷款。

广西某木业公司也发出了请求。该公司财务人员手机被犯罪人员通过“共享屏幕”掌控并转出200万元，流入方正是攸县高新区某电子科技企业，请求攸县农商银行对人对账账户进行紧急冻结。

“前期的有效管控，让我们有信心去挖掘更多线索。”顺藤摸瓜，攸县农商银行与3笔可疑资金流入开户行取得联系，协商建议对账号实行管控，并将“犯罪嫌疑人有意可疑资金用于购买黄金”的信息，及时提供给当地公安机关并报案。

次日，早已布网蹲守的广西贵港公安民警，当场抓获3名犯罪嫌疑人。由于攸县农商银行及时采取冻结措施并协助破案，164万元涉诈资金被成功拦截，阻止了犯罪嫌疑人进一步转移资金，为客户避免了更大的经济损失。

“认真细致、高度敬业，真不敢相信一家外省的银行能帮我们挽回这么多损失。”将锦旗送到攸县农商银行，广西某木业公司负责人张经理难掩激动之情。

事实上，守护百姓“钱袋子”，攸县农商银行一直绷紧“敏感神经”。该行将“反诈工作”列入每周例会，构建“银警”“银银”深度合作机制，持续加大电信网络诈骗堵截力度，不让一笔可疑交易从手中漏过，仅今年前8个月就向公安移送涉诈可疑账户及线索共计21户，柜面拦截异常开户3户，拦截异常转账2笔，说服客户主动上交涉案资金9笔。

“筑牢阻击电信网络诈骗的‘防火墙’，我们义不容辞！”望着荣誉墙上新增的锦旗，攸县农商银行运营总监罗政华笃定地说。

株洲电工弓号伟和他的墨西哥徒弟

株洲晚报融媒体记者/高晓燕 通讯员/康维超 张灿强

9月9日，在中车株洲电力机车有限公司墨西哥克雷塔罗工厂，校线耐压班班长豪尔赫·亚历杭德罗(Jorge Alejandro)在组织召开班前会，简要分享了自己的成长感悟。两年前，他加入墨西哥轨道交通装备有限公司，遇到了中国师父弓号伟，两年后的今天，他也当上了两名徒弟的师父。一场跨越国界的师徒情谊，一段中国师父与外国徒弟的故事，被更多人知道。

弓号伟是中车株机的一名电工，为执行墨西哥城地铁1号线车辆本地化制造项目，2022年5月来到墨西哥，负责校线耐压班本地化员工培训、班组管理指导工作，自此与豪尔赫“师徒结对”，结下一段深厚情谊。

语言障碍是这对师徒面临的首个挑战。豪尔赫不会说英语，弓号伟“头都大了”。在最初的交流中，“Si”和“No”（“是”和“否”）几乎成了他们对话的主要内容。“既然他不会英文，我就学习西班牙语吧。”弓号伟是个不服输的人，积极参加公司西班牙语培训，尝试用西班牙语与徒弟交流。他的笔记本上，也记满了日常用语。如今，弓号伟西班牙语越来越好，“交流更加顺畅了。”

校线耐压工序最大难点是，从几万根线中快速找到问题电缆。为了让徒弟尽快“上手”，弓号伟教他记住设备、连接器、端子的点位，并在车上查找、识别。查找故障时，弓号伟便带着徒弟，现场“把脉”，分析故障原因，使用检测仪器，总结查找方法。经过3个月的学习，豪尔赫可以独立解决90%以上的故障。

师徒磨合的过程也不是一帆风顺。由于缺乏地铁制造经验，豪尔赫初期时常犯错。一次班后清点工具时，少一个扳手，为此弓号伟严厉批评了豪尔赫。第二天，豪尔赫找到师父说：“不想当班长了。”师徒关系一度跌至冰点。弓号伟冷静反思：“我需要更多耐心和改进方法，给徒弟更多成长空间。”此后，师徒关系得到改善，豪尔赫的技能水平也日益精进。

工作之余，弓号伟经常分享在国内的照片，有家人、朋友和他的中国徒弟。豪尔赫心怀向往，希望



豪尔赫和他的徒弟在一起。
企业供图

弓号伟正在为豪尔赫解答疑问。
企业供图

“有一天去中国看看”。2024年1月，作为公司骨干员工，豪尔赫被选派到中车株机学习交流。坐城际动车、看生产车间、体验中国文化……豪尔赫像打开了新世界一样，一路都是“Amazing!”(惊讶)”。他说：“感谢公司给了我这个机会，感谢师父让他成长。能为家乡造地铁，感到很自豪！”

如今，豪尔赫已能独当一面，不仅技能水平高，班组管理得也井井有条，还有了自己的两位徒弟。弓号伟用“三人行，必有我师焉”“青出于蓝而胜于蓝”等中国古话，与豪尔赫分享“师带徒”经验。豪尔赫对待徒弟，也如同弓师父一般耐心、用心。他说：

“我要把所学都教给我的徒弟，这就是师父所说的‘传承’”。

墨西哥城地铁1号线整体现代化改造项目是中国中车首个海外“系统+”项目，也是中企在墨西哥参建的重大民生工程。项目伊始，墨西哥轨道交通装备有限公司便推进“五本模式”（本土化制造、本土化采购、本土化用工、本土化维保、本土化管理），以本地化制造技术平移为重点，通过“师带徒”等方式，为墨西哥培养了200多名轨道交通装备产业人才，留下了一支“带不走的队伍”。目前，已完成27列车辆本地化制造，助力墨西哥城地铁1号线焕然一新。