

网红店前为啥排起长队

2025年05月04日 09:01 来源：经济日报



网红店因在社交平台广泛传播而走红，通常人气火爆、排队者众。有些开着导航都要找半天的店，却能吸引诸多消费者特别是年轻人前去打卡。

人们为什么愿意花时间排队？

稀缺性是一个很重要的因素。当某种商品数量有限时，人们倾向于认为其具有更高的内在价值或独特属性。这种心理效应使得消费者愿意支付溢价。正因如此，许多网红店采用限量销售或限时营业的策略来营造“机不可失”的紧迫感。比如成都有家“罚站”咖啡，室内不配桌椅，每天营业5小时，过时不候。即便价格比普通店要高，有的消费者也愿意排队一试。

移动互联时代，人们往往通过观察周围人群的行为来获取信息。很多人看到朋友圈或社交媒体上其他人晒出某家网红店的照片，便会产生试一试的想法，这便是网红商品的社交属性。一些网红店以其独特的装修风格、新奇的产品造型而出名，吸引了消费者排队购买。人们在社交媒体分享商品照片并加上店铺定位，既展现了自己的潮人形象，满足了年轻人分享生活的欲望，又使更多人慕名而来。

所以说，社交效应和从众心理在消费者排队行为中也发挥着重要作用。

此外，品牌溢价背后的情绪价值也影响着年轻人的选择。有些网红店通过其品牌故事，向顾客提供情绪价值，充当人们的情绪“解压阀”。它们也许是唤醒内心童真与美好的玩偶铺子，或是在繁忙工作之余得以休息放松的“松弛感”小店，抑或是能够倾听烦恼、排忧解难的情感“树洞”……

对年轻人来说，网红店带来了新鲜感和社交乐趣，但也不乏有些店铺对其品牌过度地进行炒作和营销，让消费者产生了较高的预期，却在排队几小时买到商品后有了明显的心理落差。

传统消费看重性价比，而在“网红经济”中，年轻人更注重体验感。追求新鲜事物本没有错，关键在于保持清醒的判断。跟风的热潮终会褪去，消费决策中理性的权衡与选择，始终是生活中值得品味的经济学课题。

单词:	chuánbō 传播	xīquē 稀缺	xiàoyìng 效应	yíngzào 营造
	jǐnpò 紧迫	jíbiàn 即便	mù míng 慕名	jiěyā 解压
	huànxǐng 唤醒	sōngchí 松弛	chǎozuò 炒作	qīngxǐng 清醒

讨论: 1. 你如何看待网红店利用稀缺性原理吸引顾客的策略? 这种策略是否有效, 为什么?

2. 你认为网红店带来的社交效应和从众心理对年轻人的消费行为有多大影响? 这是否是一种理性的消费方式?

源新闻: <https://www.chinanews.com.cn/sh/2025/05-04/10410276.shtml>

音声 URL : <http://ttn.co.jp/sound/text/files202506231750649114.mp3>