

宁波有不少女性 爱买口红却不常用

彩妆柜台口红销量遥遥领先 常有顾客十几二十支地买

心理专家:适当收集同类物品问题不大 就是要警惕发展成强迫性购物行为

“我老婆常年素颜,可平时有事没事就爱买口红,很少见她用。”“我的一大爱好也是买口红,以后会不会‘泥潭深陷’啊!”“这是收集癖还是患购物瘾啊”……昨天,一则“女出纳挪用200多万元公款狂买1000支口红”的新闻在朋友圈疯转,也引得宁波不少女性心头一惊。

都说口红代表女人最隐蔽的欲望,宁波女性对口红到底有多爱呢?人鱼色、唐嫣色到底指什么?女性为什么偏爱买口红呢?记者昨天对此进行了采访。

A 事件 | 女出纳挪用公款买1000多支口红

据媒体报道,3月31日,26岁的“小花”到温州公安局龙湾分局自首。小花是龙湾一家公司的出纳,私自用掉公司200多万元公款,大部分用来购买口红,藏在家里的口红足有1000来支。

小花说,买过多少口红,已经

记不清了。有些用了,有些不喜欢扔了,剩下1000来支只是其中一部分。她说,自己小时候就喜欢漂亮的东西,尤其口红,但那时没有。“就觉得好看,看到网上口红图片颜色漂亮,就受不了,想买。”

她买口红也没有特殊偏好,流

行、时尚、限量的就买,有时同一款每种色号都买一支。比如价格昂贵的萝卜丁就一口气买了20多支。“其实我平时不怎么化妆,都是素颜,这些买来很少用!”小花说,这些口红里,只有一小部分用过一两次。



严勇杰 绘

B 调查 | 3成多年轻女性有10支以上口红

“看到这条新闻,我就想到我老婆了。虽然没有女出纳这么夸张,可也特别爱买口红。”市民朱先生笑着说。

他的妻子吴女士平时很少化妆,最多只是涂点BB霜,“买口红算是我的一大爱好吧。自从前几年买了第一支香奈儿口红后就上瘾了。心情好想买口红,心情不好也想买口红,发工资了想买口红,过年过节也想买。”

吴女士平时挺节约,唯独买

口红怎么都戒不掉。“中间戒过几次,甚至都送人或者当闲置转让了,可隔一阵,又开始买了。”她说,早已记不清自己有多少口红,但闲来无事或者心情不好的时候,一根根把玩,有巨大的满足感。

吴女士说,她的口红总数肯定不下300支,绝大多数没有用过,就以欣赏为主。

昨天,记者做了一个小调查,询问女性朋友有几支口红,一共

有41位后女性参与调查,4位女性表示,只有0-2支口红,剩下的37人,至少有5支口红。其中,15人表示有10支以上正装口红。还有好几个人表示:很多,没数过。

在广告公司工作的王小姐说,自己一年下来化妆的次数不超过5次,但有50多支口红。“和用不用没关系,就跟别人集邮一样吧,为了乐趣。很多喜欢的,试色都舍不得。”

口红销量遥遥领先,常有顾客一次买20多支

宁波女性有多爱买口红呢?美妆柜台的销售商颇有发言权。秦先生是银泰天一店一个彩妆品牌的销售商,该品牌并不以口红见长。他说:“口红类产品肯定是卖的最好的。从销量上来说,会是粉饼等其他产品的3倍左右。”

这两年在美妆界刮起旋风的YSL,口红销量更是遥遥领先,一些热门颜色已经断货。“选礼盒装的顾客很多,现在柜台有镶嵌式

的4支装的,也有随意装的。随意装的,一个礼盒可以放下10支口红左右。”销售人员告诉记者,年轻女性在彩妆中偏爱口红。碰上商场做满赠活动的时候,经常有顾客一次性买很多。其中,24支、10支、8支这样的组合最受欢迎,单支售价为320元。

“星野家”在宁波有多家美妆门店,负责人袁野女士说,虽然没有做过具体统计,但是彩妆中,口

红销量肯定是最好的,接受度高。

采访中,记者了解到,买口红的顾客中,还有相当一部分年轻男性。业内人士说:“男士选彩妆做礼物的时候,大多数都会选口红,而不会选粉饼、眉笔、睫毛膏这些。”

也常有顾客用口红对应的色号来传递感情,比如DIOR的520色、999色口红和YSL的52、01、13、14号口红,都颇受欢迎。

心理专家: 警惕发展成 强迫性购物行为

宁波大学应用心理学兼职硕导徐晓虹说,像女出纳那样挪用公款买口红已经是职务犯罪,也需要追本溯源地进行心理治疗。

年轻女性特别喜欢买口红,算是恋物症吗?“这不是恋物症。”徐晓虹解释,恋物症属于性偏好障碍,比如常见的男性喜欢收集女性的内衣等。原因往往是成长过程中被当异性抚养等,这不是道德问题,而是一种心理障碍。

“爱买口红、爱买包,是很多女性,尤其是年轻女性都有的行为。”徐晓虹说,这更多的是一种收集的爱好。跟很多小孩子喜欢收集橡皮一样,在承受范围内,多收集一些同类物品并没什么问题。她说,爱好收集的人往往缺乏安全感,在有个阶段在某方面没有得到满足,所以才会加倍弥补。

“一席阳光”心理咨询中心负责人、国家二级心理咨询师杨浩说:“对爱好收集的人来说,这一物品有着特殊指向意义。比如,口红对她们来说,不仅是功能意义上的口红,更是为了满足某一方面的心理需求,尤其是之前某个阶段没被满足的某种心理需求。”

很多女性会把口红等当成“战利品”发在网络上,这有助于在网上塑造一个更完美的自己,得到想要的评价。这些,会促使她们继续收集、购买。这个过程,本身就是取悦自己、自我满足的过程。

他认为,在个人承受范围内,收集同类物品、培养爱好是件正常的事。“只是要警惕发展为强迫性购物行为,上瘾到无法自拔。比如,第一个月买3支口红得到满足,半年后需要一次买20支得到满足。原来的满足感会麻木,需要更大的外在刺激带来快感,这就要引起重视了。案例中小花的行为就是典型的强迫性购物行为。”

记者 王颖

C 探究 | 为什么爱买口红?并非是因为“口红效应”

说到买口红,很多人都会和学经济的朱先生一样,反映到“口红效应”这个经济学的术语上来。

“口红效应”通俗地说,是指因经济萧条而导致口红热卖的一种有趣的经济现象,也叫“低价产品偏爱趋势”。在美国,每当在经济不景气时,口红的销量反而会直线上扬,因为人们仍然会有强烈的消费欲望,所以会转而购买比较廉价的奢侈品。

不过,在昨天的采访中,商家和爱买口红的年轻女性几乎都否定了这一论断。

袁野说,口红在彩妆中的地位

和洗面奶在护肤品的地位比较像,都是接受度比较高的产品。比如,只买一件彩妆的话,顾客很可能不会买睫毛膏、眼线笔,而是买口红。而且,口红的颜色多,能够满足女性不断求新的心理特征。

秦先生说:“一支口红,可以在着装等相同的情况下,快速改变一个人的气色和气质,变化性、搭配性强,所以销量最好。当然,口红的定价也比较能让人接受。”

比如,一个年轻女孩穿着小黑裙,画着粉色调、自然色的口红,是淑女的;画烈焰红唇,是性感妩媚的;画流行的“大姨妈色”“吃小孩色”等,又完全是不一样的感觉了。

田女士说,买这么多口红,自然不是出于实用。其实,常用的只是几支自然色的,大可以用完了再买。可自己还是会好奇地买一些压根不会使用的“姨妈色”等夸张颜色的口红,只为乐趣。

几位受访者都提到,影视剧和广告对推动口红销量可以说是功不可没。电视剧《来自星星的你》、《蓝色大海的传说》捧红了“星你色”“人鱼色”口红,热卖到长期断货,《锦绣未央》捧红了“唐嫣色”,春晚又让董卿口红上了热搜……和过去不同的是,现在这些口红信息随着新媒体快速发酵、传播,让更多人愿意掏腰包。