

# 为什么“免费”反而让你花更多钱？

## 政经入门课

“免费领取30天会员”  
“买一送一，第二件0元”  
“到店即享免费礼品”……  
免费的招牌总能吸引人们的目光。但你是否有一种经历：以为“免费”是薅羊毛的好机会，却常常在不知不觉中花了更多钱？这背后，藏着一套被称为“免费陷阱”的消费诱导逻辑，它利用人性弱点和经济学规律，让人们在“占便宜”的错觉中主动掏腰包。

## 如何避开“免费陷阱”？

首先要计算“机会成本”，问自己是否需要付出时间、精力、隐私等隐性成本。



其次要关注“核心需求”，不要为了“免费”买不需要的东西。



比较商品历史价格，判断“买一送一”的单价是否合理。



制图 王思祺

### 『免费陷阱』的经典套路

“免费陷阱”通过多种组合策略，让消费者从“被动接受免费”转向“主动花钱”。

最常见的套路是“免费引流+付费转化”，用小利钓大钱。在利用“免费品”吸引流量后，再通过关联消费盈利。比如奶茶店的“免费送小料”需要你先买一杯奶茶；健身房的“免费体验周”会在体验中推销几千元的年卡；线上课程的“免费试听”目的是让你购买完整课程。

这里的关键是“免费品”和“付费品”的强绑定——你想要免费小料，就必须为奶茶付费；你想继续享受课程，就必须为完整内容买单。此时，“免费”不再是福利，而是引导消费的诱饵。

“免费赠品”或者“买一送一”，这些方式看似免费，实则“高价拆分”，商家可能早已悄悄提高单价。比如某品牌面膜平时单价10元一片，“买一送一”时标价20元一片，看似第二件免费，实则你花20元买了2片，与平时总价一样；“买手机送耳机”看似耳机免费，但手机定价可能已包含耳机成本——你以为“白拿”了耳机，其实早已付了钱。

除了直接花钱，“免费”还可能让你付出隐性成本。比如“免费领洗衣液”需要你转发朋友圈、拉好友助力，这本质是让你为商家做“免费推广”；“免费注册会员”需要填写个人信息，商家会将这些数据用于精准营销。

还有“免费游戏”的“时间成本”——你不用花钱买游戏，但为了解锁道具需花大量时间刷任务，而游戏厂商则通过广告、玩家充值等方式赚钱。你的时间，早已被转化为商家的利润。

### 如何避开『免费陷阱』？

“免费陷阱”的本质是利用人性对“零成本”的偏爱，模糊了“收益”和“成本”的边界。想要避免被套路，我们需要用理性思维压抑“占便宜”的冲动。

首先要计算“机会成本”，因为免费的可能是“最贵的”。经济学中“机会成本”指的是为了得到某种东西而放弃其他东西的最大价值。比如你在工作时间花1小时排队领“免费鸡蛋”，就放弃了用这1小时工作的收入。如果你的时薪是50元，那么“免费鸡蛋”的实际成本就是50元，远超鸡蛋本身价值。

遇到“免费”时，先问问自己需要付出什么？时间、精力、隐私，还是后续消费？这些付出的价值是否超过了免费品本身？想清楚机会成本，就能避免因小失大。

其次要关注“核心需求”，不要为了“免费”买不需要的东西。很多人掉进“陷阱”，是因为被“免费”诱惑，买了原本不需要的商品。比如为了“免费送的锅”买不常用的厨房电器；为了“第二件免费”买超出需求的洗衣液，最后放过期。

此时，不妨用“核心需求法”过滤：“我真正需要的是什么？免费品是否是我必须的？如果没有免费诱惑，我会买这件付费商品吗？”如果答案是否定的，再便宜的“免费套餐”也尽量不要碰。

### 看穿『免费』背后的定价套路

面对“买一送一”“免费赠品”时，不要只看表面，要拆解商家的成本结构。比如查商品的历史价格，判断“买一送一”的单价是否合理；对于“买A送B”，思考B的成本是否已包含在A的定价中。

比如某品牌“买衬衫送领带”，如果衬衫平时卖200元，活动时卖250元送领带，而领带市场价是50元，那么本质上你还是花250元买了衬衫和领带，并没有真正“免费”。拆解成本后，就能识破定价套路。

“免费”从来不是天上掉馅饼，很多时候是商家精心设计的消费策略。它利用人性弱点，让人们在“零成本”的错觉中，主动付出金钱、时间或隐私。

经济学告诉我们，天下没有免费的午餐，大部分“免费”最终会以其他形式让你买单。要想不被“免费”诱惑花更多钱，需要用理性思维判断需求、计算成本——只有这样，才能避开“免费陷阱”，买到真正需要又划算的东西。

华西都市报·封面新闻记者 杨旭斌

综合大众科普网