今年“双十一”，“防剁手”类小程序走红

让陌生网友审批花钱，靠谱吗？

“今年‘双十一’，实行审批制。”10月21日，网名叫作慧慧的网友在社交媒体上发帖，给自己的“双十一”购物立了条规矩。

所谓“审批”，并非公司制度，而是她的购物流程。她把想买的商品连同价格、理由和替代方案提交到一款小程序，由陌生网友投票“通过”或“驳回”。网友投票时还需留言说明支持或反对购买的理由。

这个玩法近期在年轻人中流行起来，一批消费审批小程序也随之走红。陌生人一句“不批”，真能让购物车停下来吗？你会把自己的消费交由陌生人“做主”吗？



现象 买不买？陌生人来“审批”

“双十一”临近，购物车里的商品越攒越多，下单前的犹豫也随之增加。

最近，一个名叫“钱包请等等”的小程序火出圈，上线9小时吸引30余万人参与，不到两个月就产生百万张“审批单”。这类小程序的玩法很简单，主打“三思而后买”——想购物，先“审批”。用户可匿名提交商品、价格及理由，并将审批单发给亲友群，或丢进公开的“审批广场”，由大家投票决定“通过”或“驳回”。

大学生陈语杉（化名）加购了一只红色斜挎包，打算在看演唱会的时候背，却迟迟没有下单。“红色足够亮眼，但能不能融入日常穿搭？如果只能在少数场合使用，这笔钱花得值不值……”喜欢归喜欢，陈语杉还是有些拿不定主意。

陈语杉决定让“消费审批”小程序上的陌生人来帮她决定“买不买”。提交“审批单”不到10分钟，七八条回复涌现，有人觉得红色并不难搭配，也有人提醒她留意皮质和价格，建议再多比较几家。这些来自陌生人的回复，为陈语杉提供了新的参考。

多次使用小程序的用户慧慧，感受更具体。“真的好用。我试过一口气发两个申请：一个问要不要买高跟鞋，大家说不好看、价格也高，给驳回了，我立刻从购物车里删了；另一个问要不要买头盔，不少网友留言说安全装备不能省，贵一点也值得。整个过程很有意思。”慧慧说。

比起投票结果，慧慧更在意等待投票的那段时间。“提交之后总忍不住反复点开看评论，等待的间隙，自己其实已经在掂量，是不是非买不可。”在她看来，陌生人审批独特的价值，在于跳出熟人社交滤镜。家人朋友要么碍于情面，不愿直白指出消费的不合理，要么消费偏好差异过大，给出的建议很难贴合自身真实需求。眼下，她正梳理“双十一”清单，打算把待购商品逐一提交，接受网友集体“审批”。

慧慧自己也会审批别人的购物申请。此前有网友计划花2000多元入手美容仪，理由是居家护理，省下美容院开销。慧慧投了驳回，留言提醒：美容仪很容易闲置吃灰，不妨先坚持用完手头护肤品再考虑。她说，短短一句留言，或许就能帮别人省下一笔不必要的开支。

来自广东广州的吴浩民（化名）认为，这种“消费审批”机制，适用于那些“看着很心动，却不确定有没有必要”的商品。他提交过一件非刚需、单纯因为好看而心动的物品。在自己分不清是真正需要，还是一时“上头”时，他希望借助第三方的视角，看看这笔消费在别人眼里是否值得。

但投票并不总能让人冷静下来。吴浩民也遇到过意见两极分化的情况：一部分人认为可以买，另一部分人则强烈驳回；还有时候，大家一起起哄，集体给某件商品投下赞成票，把购买欲推得更高。

“审批”在这时就呈现出一种矛盾：它原本是为了降低冲动消费，却也可能通过他人的认可，让人更加冲动。

追问 年轻人为什么发起“审批”？

小程序“钱包请等等”的开发者火山（化名）是位26岁的产品经理，在几乎没有编程基础的情况下，用8天时间，边学边摸索做出了这款小程序。她知道，小程序实际上“管”不了用户的钱包，“用户是想听意见，不是真把钱包交给别人管。即使申请被驳回，想买的话照样能买。所以，审批者手里，其实是没有‘实权’的。”

但恰恰是“没有实权”，让这件事“轻”了下来。一方拿不定消费主意，另一端则是提供建议的热心人，“没有强制力的审批，对两端都不构成心理压力。”

“让别人参与决策，会带来一种‘即使买错也不是我一个人负责’的心理缓冲。”国家二级心理咨询师王翠芳认为，陌生人审批会有一种距离感和规则感，意见更像“可参考的信息”，能在冲动和下单之间起到缓冲作用。

“用户把价格、理由、替代品写出来时，其实也在厘清自己的消费思路。”火山观察下来发现，很多人会“冲动消费”，而减少这种消费行为，缺少的往往是一个停下来思考、缓冲的过程。“钱包请等等”小程序，就像是一个让人“停一停”的按钮：用户在发起审批的过程中，冲动消费的念头往往就消退了一半。

此外，小程序也给不同的人提供了一个交换观念的平台。“虽然陌生人未必比你更懂你的生活，但常常能补上一个你从没想过的角度。”火山说。即便不同消费水平的人意见相左，用户也能从中反思自己的消费观念。还有热心用户会为价格昂贵的消费品找出“平替”。小程序不仅成为交换消费意见的地方，也成了一个获取信息和咨询的渠道。

有网友表示，审批别人申请的过程，自己也会吸取别人的意见，认真考虑自己要不要买。也有人调侃：“沉迷审批流程，平时上班都是被批的。”

剖析 满足“被看见”的渴望

让这个小程序热起来的另一个重要原因，是它提供的情绪价值。

“失业两个月，和父母吵了一架。今天奶茶买一送一，想买。”小程序里，一张16元奶茶审批单的购买理由这样写道。这一次，网友没有理性劝阻，而是纷纷通过审批，再送来安慰，“心情不好了就该喝”“祝你天天开心”……审批单在这里不再只是一道“该不该买”的判断题，而成了生活里的一种慰藉。

这不是个例。有人为一个生日蛋糕发起审批，等来的不是该不该买的判断，而是一整屏“生日快乐”的祝福；有人鼓起勇气写下“想一个人吃火锅”，下面全是陌生人的撑腰和关心。有网友被感动后专门发帖：“在匿名平台上也能得到这么多温暖的回应吗？大家明明都是陌生人啊……”

平台上还有另一种“抽象”的热闹：一件价值168元的三文鱼泳衣，申请理由是“在泳池里变成一块肥美三文鱼”，网友一边乐一边欣然通过；有人申请花费数亿“合法购买宇宙飞船”，也被大家无厘头支持。温暖的、搞怪的申请混在一起，让平台有了“人味儿”。

买什么、为什么买的背后，往往承载着一个人的生活状态和情绪。网友通过或不通过，就不只是在审一笔消费，也是在接住一个陌生人的情绪。

提醒 审批只是“缓冲阀”，理性消费终究不能“外包”

购物审批小程序能够快速出圈，核心吸引力不是精巧的代码，而是它踩中了当下年轻人对抗冲动消费的心理。

全球顶级咨询公司埃森哲2026年发布的《中国消费者洞察报告》显示，82%的年轻消费者开始存钱或减少非必要支出。埃森哲商业研究院研究总监邓玲在接受媒体采访时表示：“今天的Z世代非常关注确定性。在充满不确定性的环境中，他们作任何决策时都会考虑‘这能给我带来什么’。这种对安全感的追求，体现在方方面面的行为上。”

审批真正起效的核心，不是陌生人的一票否决，而是这套机制人为制造出的冷静期。有用户坦言：“光是认真写完申请理由，梳理价格、用途和平替方案，冲动就已经少了大半。”填写申请的过程，本身就是一次自我复盘。大促满减、限时秒杀营造的紧迫感，容易让人产生消费冲动，而等待网友投票的时间里，恰好给情绪降温，等兴奋劲过去，不少人就打消了下单念头。

在中国社会科学院社会学研究所研究员李春玲看来，Z世代消费正在出现一种“新节俭主义”取向，从为符号和面子付费转向为真实需求和内在体验买单，即“不该花的一分不花，该花的一分不省”。这种取向在逻辑上与年轻人愿意接受外部审批、主动设置消费关卡的尝试相通。

对年轻人来说，把购物车交给陌生人审一审，或许能拦住一次临时冲动，但长期来看，收支怎么安排、需求如何甄别，还是要回归自身理性。消费审批小程序的走红，是年轻人自我约束的新鲜尝试，工具可以成为情绪缓冲，但理性消费从来没有捷径。

（综合《中国青年报》《大众日报》《钱江晚报》）

小贴士

怎么正确使用消费审批

消费审批的价值，不在于把下单的决定权拱手交给陌生网友，而在于为自己设置一道理性的缓冲。用得恰当，它是抵御冲动、回归真实需求的帮手；用错方式，则不过是寻求认同的一场表演。要让这道刹车真正发挥作用，不妨掌握以下6条使用要领。

1. 先做分类，不是所有消费都需要审批

日常小额刚需，比如买菜、普通日用品，不需要发帖审批，本身金额低，决策简单。中等金额，比如几百到几千元，非刚需、容易冲动种草的品类，适合用消费审批。大额支出，万元以上或者涉及长期负债，除了网友意见，还必须结合家庭财务计划，不能只靠网友投票。

2. 信息尽量客观完整，不要带有强烈倾向

很多人发帖时，文案写满对这款产品的喜爱，通篇都是优点，本质上内心已经决定要买了，只是想找网友认同，这种审批就失去意义。正确做法是客观陈述：预算、现有同类物品、预估使用频率、每月结余、这笔支出对本月财务的影响，同时主动列出自己担心的缺点。

3. 甄别网络评论，建立自己的判断标准

看评论的时候，区分几类信息：真实长期使用者的经验、专业参数信息，这类参考价值高；单纯主观好恶、情绪化反对，只做参考。核心判断标尺永远是自己的真实需求和财务承受能力。

4. 设置冷静周期，审批之后不要立刻下单

就算评论区大部分意见同意购买，也建议再等待3到7天，二次确认。

5. 保护个人隐私，对敏感财务信息做脱敏处理

不需要完整公布全部存款、家庭全部收入，只需要说明大致可支配结余、固定支出情况。

6. 区分真实个人帖和营销伪装帖

看账号历史内容，如果账号长期只发同类产品种草，评论区出现大量统一话术的推荐，就要警惕。

（综合大象新闻、荔枝新闻）



声音

“我花钱，你做主”是理性消费的可贵探索

◎ 苑广阔

想花15元买杯杨枝甘露，要等网友审批通过；追演唱会想买1300多元的内场票，要找网友问问值不值……最近走红的“钱包请等等”小程序，把年轻人的消费决策拉到了公开平台，陌生网友化身“审批员”，投票决定能不能下单。

许多人初见此景，或许会觉得好笑：现在年轻人怎么连支配自己的钱都做不了主？实则大可不必如此想。这是被冲动消费“伤过”之后，找了个可靠的“缓冲阀”。此前多少人受直播间的限时优惠吸引，头脑一热便下了单，快递拆封后就后悔。单凭意志力硬扛消费冲动，多数时候难以奏效，毕竟商家的营销话术专挑人们情绪上头的几分钟设计，即便自我劝慰“再想想”，大概率转身便输入付款密码。

网友审批的本质，正是给这股冲动劲儿踩一脚刹车。你说要花139元买一只小包，审批的网友不会向你讲“你值得更好的”这类营销鸡汤，只会实在提醒你：容量小装不下伞、同价位有质量更好的款、家中现成的环保袋用着更方便。这些全是大家亲身踩坑攒下来的真实经验，三言两语便能把被营销撩起来的消费欲拉回地面。等十几条审批意见看完，那股上头的劲过去了，你自己都会觉得：好像确实没必要花这笔钱。这就是年轻人自发搞起来的消费互相监督：你替我把关，避免乱花钱；我为你建言避开消费陷阱，最终大家都能把钱花在真正需要之处，少买闲置之物，少做“冤大头”。

“消费审批”依靠社交互动来实现，也能让参与者在“申请”与“审批”之外获得更多的情绪价值。申请者通过“消费审批”，将消费纠结、困惑公开化，获得陌生人的关注和帮助，可以感受到一种社交善意。如果审批者能给予申请者理解、共情或祝福，申请者就能感受到社交暖意。对一些审批者而言，能像“批阅奏折”一样审批他人的消费申请，发表意见并投出一票，为他人的消费生活奉献一点力量，也能获得一定的成就感、满足感。

说到底，“消费审批”是消费决策导向的消费社交，折射出不少消费者的选择困惑，也反映出消费者通过社交互动方式，追求更合理的消费决策的开放心态、积极心态。这是消费理性在网络时代升级的表现，无论对消费者个人，还是对市场和社会，都是一件好事。



本版图片由AI生成