

<<我们90后>>

图书基本信息

书名：<<我们90后>>

13位ISBN编号：9787308093316

10位ISBN编号：730809331X

出版时间：2011-10

出版时间：浙江大学出版社

作者：袁岳、张军

页数：213

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<我们90后>>

内容概要

集万千目光于一身的80后已走在奔三超三路上，90后带着更多的新鲜感和神秘感也登上了舞台。80后、90后虽具有很多共同特点，但如果你把他们混为一谈就会大错特错。

作为90后，你是否对自己所属的这个族群，有清晰、全面和深刻的认识？

作为90后的父母，也许你已经比其他代际的父母都更了解子女与子女有着更亲密的关系，但离开你视线范围内的他们，是怎样的，你知道吗？

作为90后的领导，也许你已经做好了迎接职场生猛一代的心理准备，但与90后相处的策略和技巧，你准备好了吗？

作为商家，也许你已经看到了90后已经带来或即将带来的商机，但，90后喜欢什么不喜欢什么，你看透了吗？

袁岳和张军主编的这本《我们90后》全面剖析90后的人生观、价值观、世界观，他们眼中的婚姻和爱情、成功和幸福，他们的圈子和追崇的文化，他们的生活方式和消费行为，他们的情绪情感和压力。

《我们90后》是一本书让你全面读懂90后！

作者简介

袁岳，零点研究咨询集团董事长兼总裁，东方卫视第一财经“头脑风暴”著名主持人。

北京大学社会学博士，哈佛大学肯尼迪政府学院MPA，西南政法大学法学硕士，2007年耶鲁世界学者

。中国信息调查协会副会长，北京科技咨询业协会理事长，世界专业研究人士协会（ESOMAR）中国区代表，国际管理咨询机构协会（AMCF）副主席兼中国区代表，北京留学生商会副会长，哈佛校友会副会长，世界园艺博览会文化艺术委员会委员，中国国家标准委员会社调市调标委会委员。

清华大学、南开大学、西南交大、中国传媒大学、中央美术学院等高校的兼职教授、EMBA/MBA/MPA兼职导师。

张军女士

零点研究咨询集团业务总裁，零点远景网络实验室董事长、资深合伙人，欧洲民意与市场研究协会中华区代表，美国市场营销协会会员，中国市场营销协会会员。

美国乔治华盛顿大学工商管理硕士(市场营销专业)、中国人民大学经济学硕士，具有14年市场调查与咨询工作经验。

在汽车、房地产、耐用消费品、快速消费品等行业进行过大量品牌、新产品开发、市场进入以及营销与传播策略的调查与咨询服务。

曾就品牌管理、中国消费群体文化，新产品开发等主题在多家国内外公司及会议进行培训与演讲。

<<我们90后>>

书籍目录

序一 当90后长成

序二 快乐的力量

自我认知：有压力，但快乐、自信

青春：强健体魄让位绚丽外表

骄傲我的骄傲

淡定快乐的90后

成人礼前“遭遇战”

成功观：不求功成，但为过程

成功：过程比结果更重要

草根正当道

幸福：从“小我”及“大家”

以淡定求平衡的职场新秀

婚恋观：婚姻与爱情是两码事

婚与恋：恋得爽快，婚要谨慎

同志：90后叛逆者的红苹果

国家观：无论如何，我爱你！

美国左边，日本右边

中国，我爱你爱得深沉

消费观：崇尚“我”标签的“经济人”

消费：谁说我们不算计

消费决策：由“我”及“家”

引领90后消费，你可以更出位

钱不够？

去网购！

80后、90后消费差异面面观

社会关系：笃信品行、平等和才华

父母，依靠与理解

亦师亦友还是经典款

从青苹果到象牙塔：烦恼进化，兴趣衰减

“求真、务实”择友观

Who is my super star？

青春不死圈子永存

公益：社交混搭型，浅尝暗恋式

网络生活：活在私密空间里

Have fun，放松不放纵

虚拟世界，谁来做我的“麻吉”

网络热潮，深呼吸

90后的最爱：玩味刺激，热爱极催

浅尝深醉，“乐识”主义正当道

玩味刺激的广告风正劲

我只想这样简单地长大

我的穿越我做主

<<我们90后>>

中国风强势登陆
90生人潮榜
形形色色90后：横看成岭侧成峰
90后女性：爱家的新独立女性
无畏可以走多远
千城一面道不尽
个性90后，兼容并包
未来：银色翅膀，飞向金色未来
90后眼中的未来10年
一个典型90后的典型一天
后记

章节摘录

骄傲我的骄傲，生活我的生活 一份90后的简历，特长一栏里写着：“善于研究淘宝的主题商品；善于观测星空；会跳国标舞”。

可能你会觉得把“逛淘宝”当做特长简直是个笑话，但你也许还没意识到，能力的定义始终在随着时代而进化：60年代是干活麻利，工分多挣；70年代是又红又专，一呼百应；80年代是主意活泛，能折腾、有产出；90年代是托福高分，海外镀金。

所以，你可别轻易对这份简历撇嘴，说不定咱们真的到了网购能力要摆上台面的时候呢。

但换句话说，进化归进化，敢大摇大摆地把这样的“特长”归为竞争力，需要的自信心可不是一点半点，能做到的恐怕也非90后莫属。

本次调查显示，90后对自己各方面能力都给予了肯定，其中在生活自理能力与人际沟通能力上自我评价相对更高，六成多（63.7%，60%）打分在80分以上；相对而言，在洞察问题、组织领导、决策能力等更需阅历的方面自我评分稍低，但达到80分以上的也均有四成。

看到这样的结果，90后的父母和老师们也许会大跌眼镜吧？

不会炒菜、懒得做饭、洗衣论斤、洗碗论筐、不屑砍价、月月精光的90后们，竟然把生活自理能力排在了首位。

究竟这些在前辈眼中“四体不勤，五谷不分”的乖张小子们是怎么想的？

——其中奥妙在于“自理”依旧，而“生活”已然不同。

在90后眼中，洗衣做饭已是无足挂齿的小事，独立自主地经营酷派生活才是正解。

“本人90后，主流，具团队精神，最近打算去老挝露营，有没有人同行？”

发帖的牛牛是一个典型的90后，热衷户外运动，希望自己的旅行经历越酷越好。

他骄傲地说：“无论去哪里，我都可以跟当地人一般，自如地在地铁里穿梭来去，并且找到又便宜又好的住所。

”曾经在尼泊尔安娜普娜山的徒步行，是他旅游生涯最难忘的一段经历，一谈起这件事，他就眉飞色舞。

“安娜普娜山健行有三条热门线路：一是布恩山小环线6天，二是安娜普娜大本营10天，三是大环线1个月。

我选的是第二条线路。

爸妈不能理解，也不放心，认为去那究竟有什么可看的，我告诉他们，乐趣就在翻山越岭。

当妈妈发现我可以把旅程安排得很好，她觉得很惊讶，也因此对我更放心了。

”也许可以这样说，90后口中的“自理”，已经跳过了“油盐酱”的物质生活，直奔“诗酒花”的精神生活而去了。

当人们担心这群小皇帝是否需要保姆去陪读大学时，他们已经独自走上了远行的路。

在指责与怀疑中成长时他们，更具反叛的勇气和逆境向前的意志力，批评与质疑没有打击他们对自己的赞赏，反而更加激发他们对自己能力的挖掘。

生活的理想模式已经完全不同，但同样是生活，又何必计较是哪一种！

倒是作为前辈的我们需要仔细观察、谨慎思考，挖掘他们徒步穿越、发行专辑、制作杂志背后的那些闪亮财富。

网络泡沫化的社交能力 本次调查中，有六成90后对自己的人际交往能力给予了80分以上的评价，仅次于生活自理能力。

同样，90后心中“人际交往能力”的内涵也已经发生转变。

事实上，当我们开始拥有线上线下两个世界的时候，就应该预见到今天社交模式的变化。

从电子邮件到即时通讯，从BBS到社交网络，从博客到微博，虚拟世界的社交模式快速裂变。

2010年7月，Facebook创始人马克·扎克伯格宣布“电邮已死”，而如今甚至有专家预测，短信即将在这一代人手中消失。

网络社交的泡沫迅速膨胀，新新人类又怎能不紧追潮流。

90后李毅星的房间几乎没有白天黑夜的差别。

<<我们90后>>

任何时候光临，必有一台电脑在窗帘微开的幽暗室内闪烁。

下载视频、MP3，玩游戏，泡论坛，查资料，QQ，SNS网站，跟国内和国外的朋友们聊天。

他去过的地方不多，却拥有全国各地甚至世界各地的朋友。

“北京、上海、武汉、杭州，太多了，我们交朋友也不大看别人来自哪里，兴趣相投就会加好友聊天。

”90后一代“生在电脑前，长在网络中”。

他们是技术时代的宠儿，靠一根光纤电缆就能轻而易举地跟世界各个角落、各种肤色的陌生人结识，人与人之间的距离在渐渐突破“间隔6人”的原则，他们为地球村做出了最真实的解读。

“没人上街，不等于没人逛街”，淘宝的广告语恰到好处地提示了90后作为“网生代”已经坐拥丰富的社交资源，完全转入了“宅生活”。

网络购物、网络会友、网络相亲、网络提问，甚至利用社交网络找工作，凡是需要与人打交道的活动，现在几乎都能通过网络完成。

“听说海南香蕉降价，上淘宝吧”；“想念小邓子了，去人人看望她吧”；“桃花运不佳，上‘百合’还是‘珍爱’呢？

要不还是发微博求关注吧”；“经常在我那里偷萝卜的那谁，好像是楼下公司的HR呢，不如传个简历吧”；“BETTY雅上次在空间晒了她做的红烧肉，周末我要请教下”……在信息高速公路四通八达的今天，只有想不到的人，没有联系不到的人。

90后作为含着网线出生的一代，或许已经习惯并将继续保持这种社交方式。

皮尤研究中心2010年的调查结果显示，67%的受访者预测，出生于20世纪80年代和90年代的人到2020年仍将积极使用社交网络。

为了保持联系，并充分利用社交、经济和政治机会，他们将继续“披露大量个人信息”。

网络已经为他们建立圈子和个人声誉提供了渠道，经过充分的经营，这个网络与现实的网络或许一样不容舍弃。

但关上路由之后，有人开始担心90后的线下社交能力是否跟线上一样出色。

当不能再敲“囡”字、不能发送表情、送礼物不能用Q币、买东西不能用旺旺，90后能否一样应付自如？

网络泡沫化了90后的“社会交往能力”，而网络沟通的技巧不能简单迁移至现实生活中，他们对现实生活中的“人际沟通能力”是否也感觉良好呢？

本次调查发现，90后大学生对自己人际交往能力的自我评价低于中学生（80分及以上的比例分别是：大学生54.9%，中学生65.2%），而通常人们认为，大学中的社交环境能够部分折射现实生活，在其中生活的三四年，对90后现实人际交往能力是一个预检验。

或许我们可以大胆推测，自评的下降，正是虚拟世界在向现实世界交接社交责任吧。

……

<<我们90后>>

编辑推荐

“世界是我们的，也是你们的，但最终是他们的。

”当70后从迷茫中走向世俗，80后在房奴、车奴的身份中挣扎，90后，一个崭新的群体正在走向历史的舞台。

在90后的字典里没有苦难，没有落后，他们自接触这个世界起，看到的就是一个蒸蒸日上、愈加强大的中国。

他们眼中的中国是世贸组织成员的中国，是金融危机中坚挺的中国，是成功举办举世瞩目的奥运会的中国，是全球GDP第二的中国。

袁岳和张军主编的这本《我们90后》全面剖析90后的人生观、价值观、世界观，他们眼中的婚姻和爱情、成功和幸福，他们的圈子和追崇的文化，他们的生活方式和消费行为，他们的情绪情感和压力。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>