

<<巧做年轻人生意>>

图书基本信息

书名：<<巧做年轻人生意>>

13位ISBN编号：9787513612531

10位ISBN编号：7513612536

出版时间：2012-1

出版时间：中国经济出版社

作者：陈亮

页数：103

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>

## <<巧做年轻人生意>>

### 前言

与年轻人一起成长 一个时代有一个时代的最强音，一个时代有一个时代的特色。

中国改革开放的30年，也是中国营销逐渐发展与升级的30年。

作为一个营销策划人，我们很明显地意识到：现在已经不再是10多年前一个点子就畅行天下的时代，也不再是几年前的大而全吃“大锅饭”的时代，营销策划开始走“小、专、精”之路。

在给公司重新定位的时候，我知道，要想让自己寻找到一片“蓝海”市场，就必须去审视中国的企业，中国的市场，中国的消费人群乃至整个中国目前所处的时代特点。

在一次场地审视和寻解答案的过程中，我越来越感受到：得年轻人者得天下！

放眼今天的中国市场，不难发现：麦当劳、肯德基等餐厅中年轻人为主要角色，电影院、音乐会几乎快成为年轻人的专利，欢乐谷、世界之窗、游乐园成为年轻人的天下，互联网、电子商城依靠年轻人日益壮大，而苹果电脑、单反数码相机也因年轻人引发了高科技热……这种种外来的、现代的产品都得益于年轻人这一独特的消费人群。

他们抑或刚出大学校门还是收入不稳定的蚁族，他们抑或因为家庭背景强势是挥金如土的富二代，他们抑或是整日奔波工作的白领，他们抑或是通过创业小有成就的创业者，他们会在开心网偷菜，他们会建立QQ群社交，他们会整日待在家里成为宅男，他们遇上节假日会到处旅游；他们热衷于混搭、山寨，他们追捧日韩美明星，他们听各式各样各种语言的歌曲，他们守候在电视机前看激烈的NBA或者肉麻的偶像剧……这就是年轻人，年轻人通过一个又一个行为，引发了一个又一个文化，进而形成了一个又一个经济。

而这一切，无不昭示着我们：年轻人来了，年轻人的经济风暴来了。

在中国的消费市场中，有无数个产品和行业都与年轻人有着密切的联系，即便是针对小孩的儿童用品也是年轻人买的，针对老人的老年保健用品也是年轻人送的，更不用说那些针对年轻人的产品了。

在10多年的市场营销和消费者调查过程中，我也深刻地意识到，年轻人已经成为企业开辟市场、撬动整个市场的一个有力支点。

最后，我希望，本书可以为中国企业带来一些有益的启示，可以为中国企业群体整体性成长和壮大带来更多的可能。

陈亮 2011年8月

## <<巧做年轻人生意>>

### 内容概要

社会消费的年轻人化从未停息，80后、90后作为主要活跃分子开始登上这个大舞台，年轻人关注最多的产品种类有哪些？  
年轻人讨论最多的兴趣爱好是什么？  
年轻人最喜欢的品牌是哪些？  
哪些奢侈品牌最受年轻人喜欢？  
哪些营销策略最能打动年轻人？  
通过年轻人的生活和消费现象，寻找到行为背后的原始驱动力。

## <<巧做年轻人生意>>

### 作者简介

陈亮

中国年轻人营销第一人，陈亮年轻人营销机构总裁，致力于年轻人营销与传播沟通，专注于以年轻人为主消费群体的企业品牌营销咨询研究，10年营销实践总结出适合成长型企业的跨媒营销模式，独家推出按效果付费的合作商业模式，致力于打造年轻人主群体和品牌年轻化的伟大企业品牌。

创业17年，获“2005—2006中国最具影响力广告传媒经理人50强”“2008中国最优秀十大营销策划人”

。

曾为民族饮料翘首健力宝年轻运动饮料、年轻人群的旅游王国广州长隆旅游王国、时尚休闲小食品领导者无穷鸡翅小食品、年轻保健品完美日化集团、白领经济轿车比亚迪汽车、前卫包装年轻一代的银子弹啤酒、青少年教育产业诺亚舟学习机、健康饮料苹果醋类、时尚调味品鸡汁领导者嘉豪股份等30多个行业、100多家企业提供营销咨询与品牌策划传播服务。

## <<巧做年轻人生意>>

### 书籍目录

#### 第一部分：巨大的年轻人市场

- 1.年轻人市场有多大
- 2.年轻人的消费心理和行为特征
- 3.年轻人消费潜力巨大
- 4.年轻人市场具有弹性

#### 第二部分：年轻人的消费价值观

- 1.明确年轻人的特征，抓取内在消费需求
- 2.年轻人消费什么
- 3.年轻人的吃、穿、用、乐
- 4.年轻人的消费价值维度
- 5.求新求变是年轻人消费价值现的本质

#### 第三部分：年轻人市场的营销策略和方法

- 1.竞争激烈的市场
- 2.年轻人的营销策略
- 3.创新的年轻人市场营销永恒的话题
- 4.求新求变不等于标新立异
- 5.年轻人的营销传播沟通策略
- 6.年轻人营销软传播的类型
- 7.价值观强烈的消费者小众沟通传播
- 8.年轻人营销也可以低成本
- 9.准确定位，创造差异化
- 10.话题营销的力量

.....

#### 第四部分：案例分析

结束语

## <<巧做年轻人生意>>

### 章节摘录

版权页：插图：中年轻人消费者分析：这个年龄阶段的年轻人开始进入人生中的重大转折期，在消费过程中，既有一般年轻人的消费特点，又具有这个年龄阶段的特殊性。

在消费需求构成上，这个年龄阶段的人大多已结婚成家，有自己的子女，因此在需求构成和顺序上，家庭的需求数量最大，小孩的需求最重要，其次才是穿着和食品。

在消费需求倾向上，这个阶段的人事业开始逐渐稳定，收入也非常可观，因此他们对物质商品的要求标准也明显升高，开始追求精神的享受，注重档次和品质，价格因素倒放在次要位置上。

大年轻人消费者分析：这一部分人收入、身份进一步发生明显变化，因此在购买心理和行为上也与其他消费人群有明显的不同之处。

因为年龄的成熟，他们在长期的消费生活中形成了比较稳定的态度倾向和习惯化的行为方式。

他们对品牌偏好一旦形成，就很难轻易改变。

因为消费心理的成熟，他们在购买产品的过程中更注重实际，以方便实用为主，要求提供方便、良好的环境条件和服务。

因为生理机能的演变，这年龄阶段的消费者开始对健康更加关注，对健康食品和用品的需求量也大大增加，需求结构开始发生变化，在穿着以及其他奢侈品方面的支出大大减少，而在健身娱乐、特殊兴趣嗜好、旅游观光等方面的消费明显增加。

## <<巧做年轻人生意>>

### 编辑推荐

《巧做年轻人生意》：年轻人关注最多的产品种类有哪些？

年轻人讨论最多的兴趣爱好是什么？

年轻人最喜欢的品牌是哪些？

哪些奢侈品牌最受年轻人喜欢？

经济越发达，社会越进步，人们的需求就越细化，因此，做小生意的人应该独辟蹊径。

致力于经营人无我有的商品和服务，巧占市场盲点，小钱是大钱的祖宗，“赚”了年轻人才算智商。手上小钱能变成活钱，赚钱通道投入越少赚得越多，每个做生意的人都会有自己的生意目的和做生意的方法。

<<巧做年轻人生意>>

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>