

企業人動腦系列
B **BUSINESS** 109

林敏生 / 編譯

感性消費・理性消費





書泉出版社

企業人動腦系列
B
BUSINESS 109

林敏生 / 編譯

感性消費・理性消費

—掌握消費市場的動向—

感性消費・理性消費

定價：150 元

—掌握消費市場的動向

中華民國 78 年 5 月初版

編譯者 林 敏 生
發行人 楊 榮 川
發行所 書 泉 出 版 社
局 版 產 業 字 第 1848 號
臺 北 市 銅 山 街 1 號
電 話：3 9 1 6 5 4 2
郵政劃撥：0 1 3 0 3 8 5 - 3
印刷所 茂榮印刷事業有限公司
板橋市双十路2段46巷22弄11號
電 話：2 5 1 3 5 2 9

(本書如有缺頁或倒裝，本公司負責換新)

出版者的話

企業經營大方針的決策，靠學識與智慧；而經營管理實務的推動，則需能力與經驗。

學識可以從書籍閱讀中吸收，但經驗却是長年累月，嘗試錯誤的成果，唯有在不斷的實際工作歷練中，才能獲取。然而，一個人終其一生不能花太多寶貴的時間去嘗試錯誤，否則那將是一種無謂的浪費。吸取別人的工作經驗，才是企業經營成功的捷徑。

自身經驗的累積，靠時間；而他人經驗的吸取，賴口傳。時間，一個人擁有的有限；口傳，有其空間上、人際上的限制。如何將專家的寶貴經驗匯聚，供人所用，是本公司努力的目標，亦是本系列叢書出版的宗旨。我們實無意在已經是汗牛充棟的學理性書籍上再插一脚。那是學院派學者的職責。

本系列叢書，以實務為主導，以經驗為內容，企圖在理論的基礎上，融入實務的經驗；不空談學理，而著重實際作法。本叢書的作者，都是各該行業、各該職務擔當者中的佼佼者，他們憑其經年累月的工作歷練，提供了寶貴的經驗以及可行的具體方法。

在範圍上，遍及經營管理的各個層面，包括行銷、生產、研究發展、人事、財務等。在選材上，除了國人的精心創作外，大部分選自美、日的這類佳作。在敘述上，盡量口語化、通俗化，避免學院派的艱深用語。我們希望藉著本系列叢書的出版，提升工商界經營管理的品質——「計劃」周詳、「組織」合理、「用人」適切、「指導」有方、「控制」得宜。

推介本書

觀察最近的消費動向，不免有一種預感——目前，人（消費者）與物（商品）之間，即將誕生新關係。

在現代這種高度成熟化的消費社會中，人們對商品的選擇有非常苛求的一面，也有遊戲化和休閒化的另一面。消費活動中就存在着企業與消費者之間展開遊戲之層面，但是這種遊戲在最近數年間已急速的複雜化、高度化。

首先是，遊戲者的技巧高明了，另外，企業的產品開發力和銷售力也顯著提高。而，包括青少年和家庭主婦的消費者在經濟方面的能力也更豐富、更多彩多姿，同時他們也熟知商業手法。要想在消費市場這個舞台上反覆擴大的激烈競爭中獲勝，掌握住變幻自在的消費者，必須培養銳利的時代感，而且，試着去發現接近消費市場的新「定石」。

本書可以說是「建議書」，我們在書中提出一些相當大膽的建議。

其中之一是：嘗試以數字來掌握消費者的「感性」。並非像以前的「以感性敘述感性」，而是對感性下明確定義，藉着對於量的測定，使感性自流行語的層次提高一步，成為市場戰略的武

器而加以活用。只是，並非只以感性為主，更重視理性的要求，從兩者的平衡點或區分點來面對現代的消費。

另外一項建議是：關於「場景消費」的新觀念。在高度成長期那種「製造就能賣掉」的時代，被生產之物和被消費之物之間，亦即產品和商品之間，並無很大差距。但是，現在這樣能提高生產力，且可多品種少量生產的時代，在市場上，購買者的自由度提高，已由消費者選擇、淘汰商品。但是消費者選擇的並非商品本身，而是包括設計和名氣在內的商品之意義，以及商品被使用的「場景」和TPO（時間、地點、情況）。

這種觀念出自製造廣告的作業現場。藉商品所使用的場景之不同，該商品所有的生活上意義、氣氛也會不同，似此，不需要記號論的論證，屬於生活者的我們在日常皆能實地感受到。在此意義之下，創造左右商品意義性的場景，在今後就具有更重要的一面，這種商品的景觀創造、場景創造，才是廣告的重要功能。

「感性與理性」和「場景消費」是本書的一貫主題。我們的基本觀念是：愈強調感性的商品，場景愈受重視！

本書全體由三大部份構成：在第一部份中，闡明生活者所編織的現代生活傾向，展望消費市場的動向；在第二部份中，利用獨自的調查資料，使用「感性與理性」這種二元化的指標（尺度），從實證上來掌握消費心理；在第三部份中，提示擬訂新市場戰略的方法，提供能因應時代變

化的商品開發或市場開拓之暗示！

本書是由「電通市場戰略研究會」的今川淳（市場企劃部）、森住昌弘、多田正仁、砂子一雄（同上）四人分別執筆。這個研究會是電通市場局市場企劃部的職員所成立的組織，本書是其活動成果之一。

企業人動腦系列

以實務為主導，以經驗為內容，企圖

在理論的基礎上，融入實務的經驗……

【3F01】 圖解式經營分析

葛東萊 編譯
定價一五〇元

要想掌握公司的成績，就必須瞭解經營分析。本書謹慎地選出主要的財務比率計算方式，並輔以圖解式說明。目的在幫助讀者瞭解經營分析，並能實際靈活運用，以追求利益。只要懂得加減乘除，您就有資格閱讀本書。

【3F02】 圖解式經營計劃

葛東萊 編譯
定價一五〇元

企業要生存，就須不斷創造利潤。本書以淺顯的文字配合簡單的圖表，幫助讀者找出適合於企業的經營計劃，再計劃出目標利潤及銷售收入，然後直向此一目標邁進。即使是初學者，也能藉著本書作出完善的經營計劃。

【3F03】 定點巡迴行銷術

林敏生 編譯
定價一五〇元

「行銷」是極高深的一門學問，行銷人員除了必須隨時保持挑戰精神外，更須有正確的營銷技巧。本書主要是估價表及一些營銷技巧的介紹，目的在幫助定點巡迴及直接銷售的營業人員，能不斷的創造佳績，脫穎而出。

【3F04】 損益平衡點分析

洪騰岳 編譯
定價一五〇元

損益平衡點是企業家不可不知的經營指標。本書包括了損益平衡點的基本理論、利用場合與方法，並網羅了許多具體的應用方法，輔以各種圖表，可使企業迅速得知自身環境的變化，並能據以擬定因應策略的正確方針。

〔3F05〕 如何靈活調度資金

郭 蕙 編譯
定價一五〇元

「資金調度」是決定企業成敗的關鍵之一，也是一般企業最感棘手的問題。本書以簡單的實例，詳盡解說資金調度的觀念及結構。即使是初任財務工作者，詳閱本書之後，也能了解資金調度的訣竅，繼而成為理財高手。

〔3F06〕 全面品管入門

葉德芬 編譯
定價一五〇元

「全面品管」的新觀念，是企業中的每個部門、全體員工均以科學方法共同參與品質的管制工作。本書除就全面品管的意義、目標、概念、推進方式等，作深入淺出的解說，並介紹各類型企業及企業各部門的品管方法。

〔3F07〕 掌握生產流程

林敏生 編譯
定價一二〇元

日本式經營的完善，以及產品的優異，完全來自其嚴密的生產流程掌握。本書除就生產管理的意義及程序詳加說明外，並介紹各種類型的管理技巧。期望讀者能瞭解並實際運用生產管理的知識，再推廣至公司每一階層。

〔3F08〕 求職與面試

戚大任 編譯
定價一二〇元

現今就業機會越來越艱難，如何在眾多求職者中脫穎而出，已是一門高深的學問及技巧。本書重點為求職過程的關鍵——面試，並針對「禮貌」這項課題，從各個層面加以探討。旨在幫助求職者掌握最有利的表達方式。

〔3F09〕 成本計算簡析

林敏生 編譯
定價一五〇元

成本計算能反映出複雜的生產過程。若能掌握成本概念及其計算方式，將有助於任何企業的經營。本書依序以實例解說成本計算過程中的各個步驟及其基礎知識。詳讀本書，即可輕易地應用於任何生產方式的成本計算。

〔3F10〕 自我啓發

戚大任 編譯
定價一〇〇元

「自我啓發」是人類成長的推進器。為了適應現今瞬息萬變的工作環境，個人人生觀即應有適度的修正。本書以新的方向介紹自我啓發的內容及方法。期望讀者在研讀之後，能身體力行，繼而再創造充實、幸福的人生。

〔3 F 11〕 新產品開發

林敏生 編譯
定價一二〇元

企業為了脫離「零成長」的恐懼。唯有藉助尖端技術，再加上高度複合型、創造型的開發，全力推出「特別優異的產品」，以強化需求，提高銷售額。本書即包括完整可行的暗示及啓發，必將有助於新產品開發之推進。

〔3 F 12〕 冠軍推銷員

林慶玲 編譯
定價一二〇元

要想成爲一個具有銷售能力的企業，就須使其銷售部門組織化，並賦予行動動機，加以激勵。本書內容涵蓋了推銷活動的各個層面，諸如開發推銷員的潛能、提高商談的技巧、以及商談後的處理等等，皆有詳細的說明。

〔3 F 13〕 戰略經營

陳湘碧 編譯
定價一二〇元

所謂戰略經營，即因應世界變動的經營。不僅是經營戰略或戰略計劃，亦包括構想、推進者、系統、風格等，是組織發揮整體戰略性，因應人力的經營。本書詳盡地解說戰略經營的概念與實踐方法，為實務上最佳參考。

〔3 F 14〕 銷售心理學

李學熙 編譯
定價一〇〇元

促銷是一種經常創新的市場活動，也是心理學的應用範疇。必須講求溝通內容，應用傳播媒體，隨時滿足促銷對象的需求。本書不僅論述促銷的技術層面，並從各個角度分析促銷在現代社會及經濟生活中應如何的展開。

〔3 F 15〕 無缺點的存貨管理

鄧蕙 編譯
定價一九〇元

無缺點的存貨管理，是企業經營的利器之一。本書的中心論題為「存貨適中化」，除了介紹存貨適中化的實踐方法，並以簡單實例加以彙整解說，期使本書可作為企業內部進修，業務改善，及推行「存貨適中化」的範本。

〔3 F 16〕 迎向「新階層消費」時代

林敏生 編譯
定價一五〇元

近年來，消費者的「欲求」及「購買力」已大幅轉變。企業界不斷推出新產品，但消費者已不復以往的熱衷。本書即針對此種改變，探討供給者因應新消費趨向的方法，並兼論「新消費結構」及新經濟社會結構之關係。

〔3F17〕 給新鮮管理人

林慶鈴 編譯
定價一五〇元

追求人性的經營管理已逐漸抬頭，如何引導部屬自主地發揮其工作潛能，已成為管理的真諦。本書由各種角度提供初任管理者84個管理要點，每一要點均落實於日常生活之中。堪稱為一本與智慧相結合的管理入門經典。

〔3F18〕 企業參謀

林敏生 編譯
定價一〇〇元

商場如戰場，企業必須擁有戰略性思考的參謀集團因應之，所謂戰略性思考的集團，乃是由領導人員組成，處於組織內，具有強烈的客觀性及獨立性之參謀集團。不僅具有秘書的功能，且為企業中樞，以發揮各種功能。

〔3F19〕 企業經營13致命傷

劉登初 編譯
定價一二〇元

本書將一般經理人最常犯的錯誤統歸為十三項。這些老掉牙的錯誤常是許多病入膏肓的企業的病癥所在，卻不過是決策體系型態、素養及判斷方面的普遍問題。經由十三致命傷學習到成功經營的方法，是本書最大目的。

〔3F20〕 企畫書、提案書之製作

崔湘山 編譯
定價一二〇元

企畫沒有絕對的好與壞，具有說服力且能被採納的企畫書，就是成功的企畫書。本書蒐集了許多資料，以公司的職員、事務員為對象，介紹各種企畫書及提案書的製作方式。參閱本書，您將可以完成一份滿意的企畫書。

〔3F21〕 計畫與執行

葉德芬 編譯
定價一二〇元

計畫若不付諸實行，則只是畫餅充飢而已。本書以企業人的日常工作為目標，將焦點置於「有計畫的思考、方法」上，說明如何在面對工作時，有計畫地去思考、觀察，並進一步擬訂周全而詳實的計畫，繼而付諸執行。

〔3F22〕 靈活的經營智慧

陳湘鈞 編譯
定價一二〇元

經營智慧的靈活運用，是企業成功的保證。本書作者針對現代企業經營的各項挑戰課題，從各種角度去分析、研究，並提出心得——有效的經營是金錢、人力與時間的密切配合，再從經驗中發展出屬於自己的經營智慧。

〔3 F 2 3〕

企業成熟期的成長戰略

洪騰岳 編譯
定價一五〇元

最近企業經營的風險與日俱增，而在戰略家眼中，正是反映「機會的來臨」。今後決定企業勝負的關鍵在於，能夠冷靜分析成熟社會的獨特現象，並活用各種經營方法。馬金賽顧問公司將引導進入一個嶄新的管理世界。

〔3 F 2 4〕

企業成熟期的差別化戰略

洪騰岳 編譯
定價一二〇元

差別化戰略是企業成長的最大利器。所謂差別化，即對消費者需要所採行的戰略，它可使企業經營穩固，且不論企業的規模大小，均能適用。本書是馬金賽顧問公司的另一巨獻，將會指導您率先採用大膽的戰略來迎戰。

〔3 F 2 5〕

企業變革期的體質轉換戰略

洪騰岳 編譯
定價一二〇元

在優勝劣敗、利益掛帥的自由主義經濟體制下，企業體質的轉換較之體質的強化，更形重要。本書係作者及企業學者專家們，將各人經驗佐以實例，闡述變換企業體質之各種策略，期能有助於國內各企業的改革及成長。

〔3 F 2 6〕

圖解商店經營術

許麗鳳 編譯
定價一五〇元

「門庭若市」是商店經營者的期望。而招徠顧客則是商店經營者必須學習的技巧。本書強調商店中存在的三個空間——店員、商品、顧客之間的互相配合及善加運用，以掌握顧客對商店的觀感，在激烈的競爭下獨占鰲頭。

〔3 F 2 7〕

新點子·腦激盪

許麗鳳 編譯
定價一二〇元

新產品的開發，必須建立在獨特的技巧及目的上，且應配合時代的導向而日新月異。「不斷革新」才是商品開發獨一無二的法門。本書除了提供最前衛的訊息外，亦包含有各種重要的理論，足供讀者之參考與實際運用。

〔3 F 2 8〕

人性的經營智慧

陳靜萱 編著
定價一二〇元

追求魄力與智慧的源流，是企業經營的基本素養。本書係作者以個人的各種交流、經驗、智慧、知識為中心，加以各種角度觀察現實所獲之心得，在儘可能寬廣的視野下，所披瀝出的所謂村田式的調理法及思想表達法。

〔3 F 2 9〕 創新的企畫力

許逸雲 編譯
定價一二〇元

若要提高商品銷售量與服務品質，就必須要有創新的企畫及策略。本書為作者的經驗談，分別就企畫的意義、企畫力的增強與訓練、企畫的擬訂等，設章討論。目的在幫助讀者把握契機，善用企畫力，使企業邁向成功。

〔3 F 3 0〕 需求預測入門

方世榮 校閱
定價二七〇元

從事企業經營管理與市場預測工作者均瞭解，唯有供需相等，才能創造出最高利潤。故精確的需求預測是企業生產的第一要務。本書特點為深入淺出，對每一種預測方法均舉例作詳細的計算與說明，俾讀者能活用於實務。

〔3 F 3 1〕 總務管理

簡錦川 編譯
定價一二〇元

我國企業界對總務管理並不十分重視，有關書籍亦十分缺乏。作者有鑑於此，乃著手編譯此本入門經典，以期帶動國內研究風氣，俾有助於各企業的成长。本書取材新穎，內容豐富，確為從事總務業務者的最佳參考書。

〔3 F 3 2〕 市場預測方法一百種

方世杰 校閱
定價二五〇元

針對瞬息萬變、錯綜複雜的市場作精確的預測，俾採取相應的經營策略，是企業經營的第一步驟。本書根據現今市場的實際情況，闡述市場預測的理論，並以實例解說一百種的預測方法，實足供國內企業之參考及應用。

〔3 F 3 3〕 租賃還是購買

方世榮 校閱
定價一五〇元

租賃是近年國際間開始流行的一種貿易及資金融通方式，幾乎各種資產都可透過租賃而獲得。本書為國內第一本全面性介紹租賃各種問題的入門書，其內容豐富，理論與實務並重，足供企業作租賃還是購買之正確決策。

〔3 F 3 4〕 利息·分期付款· 養老金的計算

楊煒煌 編譯
定價一〇〇元

「利息」這個用語隨時發生在日常的生活範疇中，將利息計算的概念融入生活，是現代人必備的技能。本書除了對利息作詳細的剖析，並對每日存款餘額、單複利儲蓄存款、貸款，乃至養老金等諸問題，作有系統的介绍。

〔3F35〕 經理人的藝術

方世榮 校閱
定價一五〇元

經理人的異人特質——經理人藝術，可使任何人的經理生涯步入坦途。作者以一百多位事業有成的經理人的口述重點，著成本書，並歸納成四點神奇公式——不辭勞苦、使巧動兒、滿懷熱情及提供服務，俾造就成功的經理人。

〔3F36〕 贏得優勢

編燦煌 校閱
定價二三〇元

本書為美國著名管理學家Tom Peters繼「追求卓越」後的另一著作。作者針對中小企業提出更具普遍性的三項管理原則——面向顧客、不斷創新、以人為中心，是企業管理理論的再探索、再思考。值得您深入研讀。

〔3F37〕 豐田式現場管理

李常傳 編譯
定價一五〇元

日圓上漲的時代急速來臨，為謀求精打細算，降低成本，的呼聲又再度提高；以致「豐田式生產」的真正價值，更受重視。本書十年前即已造成轟動，此次的全面增修，使其內容與現今局勢相符合，必有助於企業的躍昇。

〔3F38〕 成本管理

楊燦煌 編譯
定價一八〇元

近代由於教學及統計技術的進步，使得成本資料不僅可提供企業經營的參考，尚可透過資料的比較及分析，作好成本預測及成本規劃，進而達到成本控制的目的。本書目的即在使成本管理成為企業提高效率的方法之一。

〔3F39〕 行銷實務

張希誠 編譯
定價一二〇元

企業行銷是企業經營的最重要課題之一，行銷活動因此必須更周詳、更技巧地展開。本書為數位行銷研究員勤力之作，係以完整的架構，就企業行銷的整個過程，有系統地分章討論。立論新穎、淺顯實用為其最大特色。

〔3F40〕 目標管理實務

呂山海 編譯
定價一二〇元

最近許多企業計劃引進的「目標管理」是一種以新經營觀念為基礎的企業管理制度。此制度可使企業的業績明顯提升，並帶動人力的完全發揮。本書就目標管理的引進及推展方法，加以具體的說明，俾助各企業的成長。

〔3 F 4 1〕 風格獨特的小店經營

致 編 編譯
定價一八〇元

如何才能使小店鋪風格獨特、經營成功？本書為了使一心想擁有屬於自己的店鋪，卻對經商一無所知的讀者，也能掌握創業的成功秘訣，故將各類小店的經營過程鉅細靡遺地加以闡述。詳讀本書，您的小店必定宏圖大展。

〔3 F 4 2〕 精打細算

致 編 編譯
定價一五〇元

身為上班族，若能在日常生活上精打細算，則將更具信心。本書旨在幫助讀者增進計算能力，安度各種狀況。其中不乏古老的計算方法，也時有先進的投機之道。只要您隨時加以運用，必能成爲一個滿足快樂的上班族。

〔3 F 4 3〕 實戰外匯及債券操作

簡錦川 編譯
定價二〇〇元

企業經營者爲了規避外匯、利率及價格風險，且能有利地運用中長期資金，實有必要充分明瞭各種金融商品之特性及操作技巧。本書旨在幫助讀者認識最新的理財工具，並據此瞭解最新操作方法，俾實務上能靈活運用。

〔3 F 4 4〕 期貨交易技巧

薛華業 編者
定價一五〇元

一般人總以爲期貨交易是帶有賭博性的投機生意，事實上它是一門頗爲嚴肅的學問，其經濟功能是不可忽視的。本書以淺顯的文字敘述，對期貨業務作深入的探討，期有助於準備踏入或初步涉足期貨市場者之實際操作。

〔3 F 4 5〕 外匯操作技巧

童 樞 編者
定價一五〇元

從事進出口貿易及外匯業務者，常無法深入瞭解外匯買賣中的一些技術性問題及各種匯價的計算。本書以實例解說方式，詳述匯率的訂定、掉期交易與套利買賣的實際操作、複利率及各種匯率的計算等等。極具參考價值。

〔3 F 4 6〕 市場調查實務

黃偉強 編者
定價一五〇元

市場調查是推銷業務不可或缺的工作。而一些未配置專門人員的中小企業，常感事倍功半。本書作者以客觀的態度，透過全面地、辯證地觀察與思考，介紹各種基本且常用的市場調查方法及技巧，足供有關人士之參考。

〔3F47〕 進出口貿易新技術

錢益明 編者
定價一三〇元

貿易糾紛的發生，常會阻礙交易的進行，而糾紛處理的不當，更足以造成貿易雙方的兩敗俱傷。本書詳盡的介紹有關貿易糾紛的基本知識及各種處理方法，俾供各企業之參考，以求達到防止糾紛及正確處理糾紛之目的。

〔3F48〕 進出口貿易糾紛的處理

錢益明 編者
定價一三〇元

價格、運輸、保險及支付為國際貿易的四大支柱。近年來，與此四大條件相關的國際貿易慣例及交易程序，有了大變化。本書將當前發展的最新情況作一綜合介紹，理論與實務兼顧，可供從事進出口貿易者之參考及應用。

〔3F49〕 新女性：風尚的主流

彭梅蘭 編譯
定價一五〇元

不瞭解消費者就難以談商業，而不考慮到女性，也就無法確知消費者的動向。本書從各個角度探討女性及消費者的斷層面，藉著女性這面鏡子，洞悉社會的變化與趨勢，足供想要瞭解女性，或商業對象為女性者之參考。

〔3F50〕 市場登陸戰略

張希誠 編譯
定價一二〇元

經濟情勢的驟變，使得科學的行銷策略益受重視。各企業開始轉守為攻，展開新產品上市的一些攻擊及防禦戰略。本書基於此種體認，以實例說明推展新產品的最新科學方法，俾供各企業從各個角度重新檢討行銷策略。

〔3F51〕 熱門商品開發法

簡鴻業 編譯
定價一二〇元

商品是否具有魅力，為企業成功與否的關鍵之一。企業若能開發有魅力的商品，則其促銷將不費吹灰之力。本書就熱門商品開發的構想、啓示及技術等秘訣，詳加討論，輔以簡單事例及圖表，期有助於各企業之商品開發。

〔3F52〕 工廠工程管理

楊燦煌 校閱
定價二二〇元

日本工廠設備製造業的驚人發展，導因於製造技術及工廠工程管理的長足進步。本書就工廠工程管理的體系，包括生產場所的計劃、設計、建造及設備維持等，詳加論述，並述及相關問題及方法，實務上極具參考價值。