

NIAN QING PAI
YING XIAO

年轻派营销

如何对**80、90**
后消费者进行营销

@陈亮年轻派◎著

中国第一部深度解读80、
90后消费价值观和
品牌年轻化趋势的深度著作



年轻派营销咨询10年跟踪
消费趋势及营销咨询心得



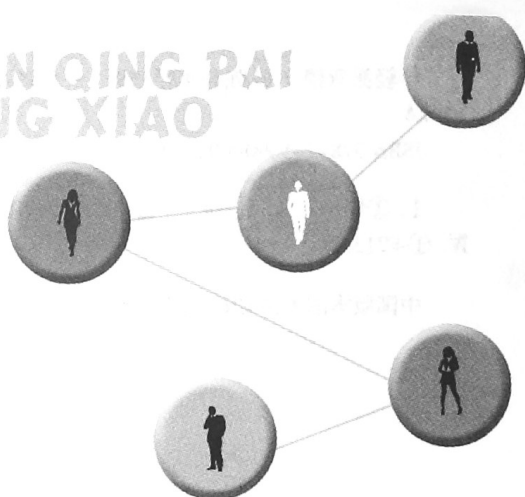
企业家消费趋势
前瞻预测，
针对营销领域
必然重视的消费群体



014036350

F713.50
879

NIAN QING PAI
YING XIAO



年轻派营销

如何对80、90
后消费者进行营销

@陈亮年轻派◎著



F713.50
879

当代世界出版社



北航

C1715765

图书在版编目 (CIP) 数据

年轻派营销 / @ 陈亮年轻派著. —北京: 当代世界出版社,
2014.4
ISBN 978-7-5090-0931-4

I. ①年… II. ①@… III. ①市场营销学
IV. ①F713.50

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 204148 号

年轻派营销

作 者: @ 陈亮年轻派
出版发行: 当代世界出版社
地 址: 北京市复兴路 4 号 (100860)
网 址: <http://www.worldpress.org.cn>
编务电话: (010) 83908456
发行电话: (010) 83908455
(010) 83908409
(010) 83908377
(010) 83908423 (邮购)
(010) 83908410 (传真)
经 销: 新华书店
印 刷: 北京普瑞德印刷厂
开 本: 710mm × 1000mm 1/16
印 张: 16
字 数: 210 千字
版 次: 2014 年 4 月第 1 版
印 次: 2014 年 4 月第 1 次
书 号: ISBN 978-7-5090-0931-4
定 价: 36.00 元

如发现印装质量问题, 请与承印厂联系调换。
版权所有, 翻印必究; 未经许可, 不得转载!

作者简介

谨以此书献给我的母亲

1960年10月10日出生

1982年毕业于广东工业大学

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

现为广东工业大学教授

作者简介

年轻派营销第一人陈亮先生

中国领先的新一代营销咨询机构总裁

陈亮·年轻派营销咨询机构是中国第一家细分专注年轻人（80、90后人群）消费策划与企业品牌年轻化的营销咨询公司，是中国新一代营销咨询策划团队，也是国内为数不多的能将传统营销与网络营销完美结合打造，首家可效果付费的策划咨询专业团队。

公司旗下拥有陈亮·年轻派营销企划（品牌策划营销包装）、年轻人在线销售（网络渠道与电子商务销售外包）、陈亮跨媒体广告传播（跨媒体传播代理）等子公司，并参与企业实体投资，参与投资有西堤岛咖啡集团－特色咖啡连锁品牌、余师傅烤鱼连锁、爱旅游网等企业，致力于打造本土优秀的新一代营销咨询传播集团。

营销策划大事记

2002年，携手星华包装，打造企业整体产业链，2009年广东区域销售达1.5亿；

2003年，与民族饮料翘楚健力宝年轻运动饮料合作，为健力宝品牌激发全新活力；

2004年，服务并学习广州长隆旅游，整合集团资源推“节日季”，打

造旅游王国旗舰；

2005 年，服务无穷鸡翅小食品，从销售额几千万到 2009 年的 6 亿元，成就休闲食品帝国；

2006 年，服务比亚迪汽车股份经济白领系列车型，大战汽车行业，2009 年汽车成功销售 40 万辆；

2007 年，包装银子弹啤酒，使之从默默无闻到年轻人时代啤酒领导者，成为单品盈利超高的啤酒；

2008 年，合作青少年教育产业诺亚舟教育科技，使企业产业升级进入学校教育产业；

2008 年，打造健康饮料某苹果醋企业，提升形象，使其成为苹果醋重复消费度最高单品类；

2009 年，协助时尚调味品鸡汁类领导者嘉豪股份，营销成功升级，企业高速循环发展；

至 2013 年，参与服务企业 100 多家，涉足 30 多个行业。

具体业务模块

营销咨询 / 市场调研 / 品牌定位 / 商业模式 / 产品结构 / 品牌形象 / 营销策略 / 广告传播 / 网站策划 / 淘宝运营 / 网络营销 / 网络效果营销 / 网络公关 / 网络广告传播投放 / 网络招商 / 销售外包

营销传播 / 推广定位 / 竞争分析 / 传播策略 / 战术落地 / 媒介分析 / 广告投放 / 广告创新顾问 / 植入营销等

登陆官方网站：www.51kuamei.com

登陆视频博客：www.kuamei.com.cn

新浪微博：@ 陈亮年轻派

各界赞誉

在可怕的顺德人后面，在广告营销行业，出现了“可怕”的陈亮。从销售职业一路发展而来，不断修炼和提升，最终成为卓越的营销专家。希望陈亮所带领的新一代营销咨询公司成为业内“可怕”的公司，成为业内特色的新锐公司！

张鼎健

著名策划人，旅游营销专家，美籍华人企业家

陈亮和他的团队是我们营销发展上的合作伙伴。从最初的几个亿到我们去年营业额已到15亿的市场规模，陈亮的团队作为专业的品牌服务团队，体现出了专业的策略把控能力，希望今后能合作出更好的成绩。

郭伟钦

中国焗鸡行业领军品牌，无穷盐焗鸡食品董事长

“得年轻人者得天下”，这是陈亮年轻派团队向当今营销界喊出的最强音，也是将改变未来中国众多行业与品牌格局的大趋势。陈亮年轻派已经走在年轻一代消费者营销的前沿，企业界的朋友们可多借用他们的智慧，让自己的品牌满足年轻一代消费者的需求，与时代同行。

邹伟强

著名企业高管，原神舟电脑大中国区总经理

作为新一代的品牌咨询专家，陈亮带领年轻派营销团队，树立起专注 80、90 后年轻派消费的方向，还打通了传统营销与网络营销的融合，通过品牌年轻化、品牌电商化等重要战略，有效地推动了中国企业创建强势品牌的营销实践。

翁向东

中国高端品牌创建专家，上海杰信咨询总经理

不管你喜欢不喜欢、愿意不愿意，@ 陈亮年轻派来了，仅仅一本书、一堂课，他就给我们上百名管理人员带来强烈震撼和影响。怎样剖析 80、90 后消费特征，加强企业品牌构建，对让年轻消费者深度认同唯客这个快速崛起的全国首创量贩式快餐企业具有非常大的实际意义。谢谢 @ 陈亮年轻派对我们的指导和分享。

张宏生

唯客餐饮集团董事长

市场变化之快，很多人未必真正适应，并非因经验不足，而是缺乏在新机遇面前的学习和改变能力。陈亮和他的团队，应该算是这方面的前行者。认识他这么多年，从广告传播到整合营销，从传统业态到网络世界，一步一步追上时代的速度。定位于细分市场并坚持下来，相信一定会有收获的一天。

周小文

凯睿咨询公司合伙人，尚透社设计师平台网站创始人

陈亮年轻派的品牌营销你学不会，所以建议企业可以直接找他服务和咨询。

方立军

金鼠标网络营销盛典主席，网赢天下网首席架构设计师

陈亮先生多年专注营销，见解独特，功力深厚。每每与他交流分享，总能擦出火花产生共鸣，实乃国内顶级营销高手！

林健锋

著名实战派营销专家，高尔夫畅销小说《手腕》、《向媒婆学营销》作者

营销视野年轻化、沟通策略年轻化、营销事件年轻化、用户挖掘年轻化，陈老师的年轻派营销机构总是让业界耳目一新，又善于结合、挖掘和优化互联网营销的年轻化商业价值，是国内当之无愧的品牌年轻化整合营销领先者！

尹志强

社会化微营销专家，和合互动创始人

企业品牌推广的实战专家我认识很多，资深的媒体人也不少，但能把一线营销实战经验与媒体行业理论相结合的不多，而能自成一家之言出书传播的就更少。陈亮及其“派营销”，实为一代宗师，立一家之言。

周立

南方媒体联盟总经理

这是一本集中国营销之大成的创新著作，是中国企业家观察市场应该认真研究的好作品。

申音

《创业家》杂志前主编，NTA 创新传播创始人，畅销书《商业的常识》作者

鸟无森林难唱歌，人无知音力单薄；弱势阶段需助力，企业归海鱼跃波；伙伴精英叫陈亮，商海百战助洒脱；效果付费新风范，助你乾坤更壮阔。

万琼贺

知名作家

深信所有的营销心得与趋势判断，以及对新生代主流消费者的研究，都是基于自身服务过的客户成功经验的悟道。陈亮将这些营销财富无私分享，对营销界是一种难得的贡献，尤其为当下务虚居多、营销概念纷飞的环境带来一股扎实的正气，让人受益匪浅。

颜圣仁

《南都周刊》《南都娱乐周刊》娱乐事业发展中心总监

认识陈亮到现在整 10 年，他每年都在进步，每年都在飞跃，每年都在上台阶，如同我所从业的主持人行业，需要每年都积累学习和提升。他从业的专业是帮助企业品牌上台阶的伟大事业。

任永全

广东电视台知名主持人

陈亮是中国少有的专注于年轻人市场的营销专家，基于数年如一日的对年轻人消费心理和行为的深刻洞察，提炼出了一套卓有成效的针对年轻人市场的营销理论与方法。数十个成功案例证明其有效性与实用性，它是中国营销界的宝贵财富。

刘波涛

《新营销》副总编，资深媒体人

巧的是，我和陈亮既是同乡也是同岁，同样思维敏捷、眼光犀利，同样不拘一格、不落窠臼。

我采访过行业内的叶茂中和王志纲，深知二位标杆性人物的“开创性”与“独特性”，这两个词同样是我对陈亮的印象，他与时俱进地关注到 80 后 90 后的这部分人群和市场，与他们同呼吸共命运。他的研究求真务实，自成一派之势，他的作品时鲜新锐，自成一家之言，值得品鉴与回味。

用一句话与陈亮和诸君共勉：未来是属于你们的，也是属于我们的，但最终是属于我们的。

袁强

中央电视台《奋斗》栏目导演，资深记者

有价值，有高度，有积累，是北大办学的基本哲学，陈老师是我们北大的总裁授课教授，是真正负责的专家教授，与我们办学的理念一脉相承，希望陈老师和我们一起用书籍、授课、总裁研修等方式影响和成就更多的企业家。

李镜

北京大学商道智慧课题研究中心主任，深圳商道智慧文化发展公司负责人



年轻人的市场有多大，首先取决于究竟该如何去定义年轻人。

单纯从年龄层次上来划分，未免显得太过狭义。时间是永远都在变化的数值，存在这个数值的市场也始终是动态的，这也就给研究年轻态的市场和市场营销行为带来不可胜数的困难。而一次真正的市场营销行为并不应该仅仅针对某个年龄层——尽管从这个层面上来讲，某年龄层的人群通常具有相类似的审美观点和消费理念——一个人的消费方式并不是受年龄决定的。真正起到决定因素的是观念。

也就是说，要做年轻态营销，就必须去寻找在观念和心态上始终保持年轻的消费群体。这一类人或许从年龄上来说已经并不年轻，但正因为他们和社会长时间的接触，才能对流行保持着高敏度的触觉。于是也就顺理成章地牵扯出第二个问题：年轻态营销到底要卖什么？

成功的营销行为是建立在成功的商品基础上的，这就像是一座大厦的基石，是决定之后一切计划和行

动的前提。一个生产企业在决定生产什么样的产品之前，恰恰又是受到消费群体的消费观念和消费需求的影响，由此也就形成了一条无形的循环链接：

消费者产生需求——企业根据需求去生产产品——产品试用于消费者并由此产生反馈信息——企业根据反馈信息对已有产品进行调整，或借用新技术推出新产品——继续试用于消费者并产生反馈信息。

在一件商品的生命周期中，这个循环过程是无限不重复的，且营销行为充斥在每一个环节中。真正的年轻态，是要调动所有的资源和手段促使每个环节都始终以积极的状态运转，从而促进下一个环节以最快的速度产生并向前发展。

简单来说，年轻就应该是一种活力，一种敢于打破现状的创新。正像是刚刚出土冒芽的小草一样，年轻态是具有向上精神的状态，这也是年轻态营销区别于其他常规营销行为的重点所在。要做年轻态营销，就要从根本上上手，从生产环节到销售环节，每一处都把年轻人要有的态度放进去。

再返回来说，时尚、潮流……永远都不要把这些看似只和年轻人沾边的词汇被年龄的范围给拘囿住，否则你所倡导的年轻态营销恐怕只能是一潭死水，且还要面临着随时被新一代年轻群体淘汰的危险。

永远要记住的是，好的营销行为不是在顺应市场，而是在改变市场上的销售法则。优秀的年轻态，最终的结果是把所有人以及所有环节都化作年轻状态，把不可能变作可能，这才是关键所在。

本书的酝酿和编写历时3个年头，最要感谢的是妻子和宝宝的陪伴。当然还有更多支持帮助的企业家、媒体等朋友。

再次感谢读者的支持，本书的尾页为你准备了丰厚的礼物，期待着你翻开我为你谋划已久的梦想、欢笑和期待。

陈亮 2013年12月8日于广州



01 巨大的年轻态消费市场 ——才刚刚开始

一个最懂得如何花钱来满足自己的群体 // 003

消费需要保持年轻态 // 006

锁定最有购买冲动的人 // 010

从“山寨”到草根 // 013

紧紧追随年轻态的消费观念 // 015

02 动荡的消费浪潮 ——席卷全世界

“打工一族”的消费苏醒 // 021

80后，是一种态度 // 024

拥有更多对未来的主导性 // 027

年轻，是什么？ // 030

不做老少通吃的汉堡 // 034

习惯他们的语言和沟通方式 // 046

变革之精神 // 050

既是狼来了，又是浪来了 // 054

03

坚持自身的年轻态 ——8大品牌市场攻坚战

苹果难咬——关于“个体”的争辩 // 061

Dreamtimes——年轻“梦”时光 // 065

可口可乐——喝出“年轻”的口感 // 069

美邦凶猛——不走“寻常”路 // 073

天翼飞 young——年轻“活出样” // 077

新东方学英语——Yes, you can! // 080

魔兽战场——创造最伟大的“娱乐” // 083

中国好声音——“梦想”永远都有翅膀 // 087

香奈儿——奢侈品多维度乘积的“品位” // 090

品牌年轻化战略 // 095

价值观营销的关键 // 116

04

线上的年轻态生活 ——“人肉”传奇

无处不在的虚拟触手 // 124

没有“免费”的馅饼？——品牌推广术 // 128

自由、变革、梦想 // 132

虚拟 VS 现实 // 135

微博，微信，带你走进 2.0 // 139

十面埋伏狙击战 // 154

捆绑销售“鼠标手” // 159

线上营销经 // 164

05

品牌年轻态

——对未来有着概念化态度

百事可乐的年轻态之路（品牌战略年轻化） // 171

无穷：插上年轻的翅膀飞翔（品牌消费年轻化） // 177

长隆集团：娱乐营销的经典样板（品牌娱乐营销） // 181

银子弹啤酒：借体育营销之手敲开国门 // 185

菲星数码：打造平价蓝海（精明消费打动年轻消费者） // 196

06

三大品牌实战年轻态

——更复杂的故事往往发生在实践中

全媒体加速品牌战略升级——华生堂苹果醋 2009 年传播定位纪实 // 203

不一样的黑卡，不一样的世界——黑卡饮料广告创意 // 214

借助网络打造消费者俱乐部——嘉豪食品网络营销沟通纪实 // 221

结语：这个人人都想更年轻的时代 // 232