

打开她们的荷包

如何透视女
性的消费心理



序

民众六大消费：食、衣、住、行、育、乐等的家庭支出占了家庭所得的70%以上，而其中又以衣、食为主。在这衣食两项中，女性掌握了绝大多数的主导权。

因此，我们如果说，谁能打开女性的荷包，谁就有本事主宰市场。

在犹太人的商法开宗明义章中，“赚女人的钱”，是犹太人致富的不二法门。也只有在女人身上才能挤出超值的“油水”。犹太人崇尚“吃软”不吃硬，只有赚女人的钱才有高额的利润。

犹太人为什么主张做生意，就先要赚女人的钱？理由何在？

一、民众消费市场都操纵在女人的手上。

民众消费品以衣食为最大。

我们不妨放眼在百货公司、超级市场和传统市场看去，大多数是女人的天下，就算是有男人点缀其间，也算是极少数，而且还可能是女人的跟班和脚夫。

的角色。

80%以上的女人，几乎垄断了家庭衣食消费主张的选择权。

二、女人天生具有更多样的消费倾向，和难以满足的需要。

女人以婚姻生活为重心，为了争取美满的婚姻生活，她们必须保住青春和美丽。

婚前，忍饥受冻，只为了保持美丽的青春，以便在同性的竞争中获取特定异性的青睐，她们把大部分的收入用来支付美容有关的费用，包括支付多两倍于男性所需的置装费用。

婚后，为了挽住丈夫的心，也为了虚荣心，并担心黄昏向晚、美人迟暮，极力保持、维护良好的风采，吸引丈夫能“天天回家吃晚饭”，同时也不致被左邻右舍的女人“比下去”。

为了达到这样一个很难设定“青春而美丽”要求的标准，女人会付出可能支付的一切。

这一特点，足以使女性在市场上作非理性的关注，而使商人产生暴利。

三、女性天生的本质，使她们无法克制自己的购买欲。

女性天生是弱者，需要各式各样的安全保护和武装。她们较缺乏赚钱的能力，所以必须把钱“用在刀口上”而斤斤计较、吃不了亏。可是偏偏不精于成本计算，常常成了商人眼中的“凯子”。

多样的欲求、无止境的贪念，起因于天生视野的狭隘。使她们支付额外的代价去补偿自己心理上的匮乏感。

天生的感性、对爱与幸福的执著，使她们比男人付出更多“或许不必要的”支出。

光是上述三个理由，使我们不得不佩服犹太人这种经典之义。

打开女性的荷包，几乎可以说握住了 75% 的民有家庭财富。

您说，我们如何能不去努力探索、透视女性的消费心理，以掌握自己的财运？

本书纯粹是在商言商，我们无意以挖掘女性的内心深层的一面为乐，毕竟种种弱点也非仅女性专利，五十步固不能笑百步，但只因女人不但在这方面的特征较突出。

而且最重要的是，女人主宰了家庭消费的大权，

女人无罪。女人只因“怀璧”而罪。

因此,根据资料编著这本书言词尽管充满男性沙文主义,对女性的行文用词有所不逊,但其目的是为了女性消费习性、市场研究的方便。请多谅解。

本书最大的特点在于每节之后,特别批注“点评”,这些点评都是作者在市场点评的经验观点和法则,相信经验丰富的读者或许会有意犹未尽的感觉,因此,我们特别留白,以任贤明读友共谈之。

欢迎不吝指教。

目 录

序.....	(1)
--------	-----

第一章 女性的消费习性与天生本质相关

.....	(9)
有的女人小气只因不具赚钱的能力	(11)
多样而无止境的欲求和贪念	(15)
天生无法守住任何秘密	(19)
具有潜在的被迫害意识	(22)
始终处于被动的习性	(27)
像蝌蚪一般的群游性	(30)
她们都是和平天使的化身	(33)
女性能够自外于社会脉动而自足	(36)
富有超强适应性和坚韧的耐力	(40)
为了亚当 夏娃才听任蛇魔的诱惑	(42)
女性创造需求 男性创造市场	(45)

第二章 女人脑筋里究竟在想什么.....

有些女人惟恐吃亏	(49)
遍寻不着梦中的白马王子	(53)

结婚是女性人生中最重要课题	(57)
喜欢听别个女人的丑闻	(60)
自杀未遂是扭转劣势的杀手锏	(63)
两性中性化的倾向将是未来消费主流	(66)
世家子弟常令女性仰慕	(71)
美人迟暮之忧	(75)
最难伺候是三千烦恼丝	(79)
口是心非乃因刻意回避理性	(82)
既期待新奇事物又怕受到伤害	(84)
难掩强烈的占有欲	(86)
在异性前厌恶的话题	(88)

第三章 女性天生最大的弱点	(91)
经不起爱情与幸福的诱惑	(93)
男人多担代只因女人优柔寡断	(96)
崇拜权威是女性的特长	(100)
有些女人爱贪小利	(102)
借自我暗示和自我催眠去委屈求全	(105)
有些女性缺乏逻辑思维能力	(109)
经不起商业广告的诱惑	(112)
不要期待女性会去动用工具箱	(115)
再详细的地图也找不到去路	(118)
母爱易使女性失去平衡心	(122)

加、减、乘、除数不清简单的算术	(125)
在音乐中易于松懈	(127)

第四章 如何打开女人的荷包 (131)

打开荷包前的每个节奏	(133)
令女性窝心的推销术	(136)
突显商品价值与实用的特色	(138)
擅用而不滥用女性的虚荣心	(141)
有零可找的订价魔术	(144)
色彩的致命吸引力	(146)
她们总爱走在季节的前端	(151)
掌握流行的周期	(154)
扩大包装盒的使用效益	(156)
满足女性对未知事物的好奇和憧憬	(159)
不让青春留白	(162)
偏爱柔美的园曲线	(164)
对身边的芝麻小事感兴趣	(166)
长期憧憬着婚纱的娘子军出手阔绰	(169)
摸不到看不见的东西不买	(174)
喜爱风花雪月	(177)
如何让成群结伴的女人缴械	(180)
平常心看妇人之仁	(184)
无法相信有无懈可击的商品	(187)

第五章 女性消费市场的新策略	(191)
领略从疯狂消费到资源耗竭的产经变局	(193)
吸引女性的三大广告要领	(196)
发挥最大广告效果的五项原则	(198)
女性商品 市场的未来展望	(203)
掏女人荷包以外也应负有社会责任	(208)
后 记	(213)

第一章

女性的消费习性 与天生本质相关

有的女人小气只因不具赚钱的能力

如果你公然地说：“女人天生就是非常小气！”势必会遭到她们伶牙利齿的反驳。所以，到目前为止，还没有人敢当着女人的面前说：“您很小气！”不过，普遍她们这种小气的印象，只缘于她们缺乏赚钱能力。

没有收入的能力（不一定是女人），就需要开源节流、控制支出，除此而外则无他法。这与社会结构或性别没有多大关系，只要是没有能力确保固定收入，就不得不小气些，何况是她们特别细心。

究竟女人小气到何种地步呢？举个例子来说：

目前每个家庭都有电冰箱，如果你仔细看看里面，首先你会发现，里面堆满了凌乱的东西；而且还有已经腐烂、发霉、甚至发出异味的食物纷杂其间。

以火腿来说，可能早在一个月前就摆在里面了。有一天，丈夫突然拿出来准备下酒菜：

“哎呀！那可能吃不得了！”妻子在一旁大叫着。

丈夫听了，紧跟着回问：“既然不能吃，为什么不

拿去倒掉呢？这会出人命的！”

当妻子的总是会说：“前两天我看时，还没有全坏了呢！”

你懂吗？女人就是这么奇怪！不管任何东西，除非等到完全坏了、没有用了，否则他们是不甘心放弃的。这就是所谓“死心眼”，这种心理，男人是无法理解的，但女人本身则非常清楚。

不信你把上述“冰箱的事情”拿来问问你身边所认识的女人，她们一定都会说：“这种心德我们了解！”所以，你也无需去怪她们把不能吃的东西还摆在冰箱里，她们就是这样。

当你到外面打麻将，喝酒玩乐到三更半夜才回家，太太一定会不高兴。如果你身为男人，这时候就应该担当先发制人，在进门以后就直奔厨房，突然打开冰箱（找水喝），把里面的东西一一地抓出来说：

“咦，你看，这是怎么回事？我在外面流血、流汗地赚钱养家，你却如此浪费，你说！你怎么给我交待？”如此大叫几声，把里面半坏的食物丢出来，这就是抓住女性弱点的一种巧妙战术。

大多数家庭的冰箱，都放有无用的食物，这就正告诉我们：女人都是小气的——这是毋庸置疑的事情。

仅管如此，你还应该记住：你如果当着面说她，

一定会惹她生气的。她一生气发火,谁也拿她没办法,只有希望她们自己能了解自己这种小气心理的原因何在!

其实小气并不坏。女人生于计算,如果上市买鸡蛋,买二个是四角,而买一打为二元四角,平均每个二角,此时,除非台风警报,她们不会买一打,然后剩下多余的十个在冰箱等着发臭。

作者点评：

冰箱塞满了超量的存货、揭示出女人粗糙的成本观念。凡是经营批发店，只要算准女性对家常用品最大的存货容忍量，并以其容忍量做为销售最低单位，并比照一般市价的八成出售（假设零售成本为市价的70—75%），必会带来可观的销售量。

小气的女人置身在批发店中，会暂时失去智慧，而成为出手大方的阔客。

但是最低销售单位所包装的数量要计算得精准些，不要太小或太多，少则成本降不下来，多则吓跑她们。

读者点评：

多样而无止境的欲求和贪念

一般说来，女人不但小气，通常也很贪心，这并不是有意要把女人的缺点数落无遗。

事实上，小气和贪心本来就是一体两面的。所以没有哪一个女人不贪心，只不过是程度上的不同罢了！不过，如果因而造成贪婪无度的倾向，那问题可严重了。

从客观角度来看，如果处处表现得爱贪小便宜，这一定是一个充满欲望的女人。喜欢贪小便宜的人，都有着强烈而多样、而且难以满足的需求——这是她们的共同特性。

以旅行来说，目前正掀起国内外旅游的热潮、年轻的女性，表现得更为积极，一旦得到海外旅行的事情，马上就坐立不安。这表现出她们的欲望之深，不管到那里，总希望自己比别人特殊。即使她们旅行到了目的地，也不会就此感到满足，总想再找另一个别人未曾到过的地方，独自享有与其不同的体验，以便炫耀同伴，才会感到心满意足。

这种贪婪无厌的表现，就像小孩子一样，不会固定在一个地方玩太久，凡是到每一个地方，总是走马

看花拍照留念存记，并想尽量利用时间，她们不会放过一分一秒。

这就像是一个人同时拿着棉花糖和巧克力棒，问一个小孩子要哪一样？小孩子一定会伸出双手表示全部通通要。

我们在这里所谈的问题，不仅仅是“贪心”这一点，另外还有其他更重要的地方，不容忽视。亦即女人想保持自己的地位以及一切有利的优势：甚至想独自享受阳光、风景、食物等美好的事物。从这里就可以充分地看出，女人自私自利的心理。

当然，如果让太多人知道事情的面貌，那么女人爱夸耀的短处就无所用武之地。而且，大部份的女人都有一种强烈的倾向——她们回到娘家时，都会向亲朋好友显示自己的一切。

女人这种心理，表现在感情“占有”方面，那更不用多说。比较男人不潇洒的是，男人在得不到特定的女人时，通常会“移情”、“假借”，而替代过去。女人则否，她们总爱钻牛角尖、不肯罢休，而且只要是自己想要而要不到的，那么别的女人也休想染指，否则……