

企業人動腦系列  
**B** BUSINESS 49

 書泉出版社

博報堂生活  
綜合研究所 編  
彭梅蘭 譯

# 新女性：風尚的主流

——  
透過女性瞭解消費者的動向



  
書泉出版社

企業人動腦系列  
**B**  
**BUSINESS** 49

15週年紀念  
1973-1988

中南圖書公司

彭梅蘭 編譯

# 新女性：風尚的主流

——透過女性瞭解消費者的動向

---

新女性：風尚的主流

——透過女性瞭解消費者的動向

定價：一五〇元

---

中華民國 77 年 5 月初版

---

原編者 博報堂生活總合研究所  
編譯者 彭 梅 蘭  
發行人 楊 榮 川  
發行所 書 泉 出 版 社  
局 版 臺 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  
板橋市雙十路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滙聚，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

### ——透過女性來瞭解消費者的動向

以現代的情勢來說，不瞭解消費者就難以談商業，同時，不考慮到女性，也無法知道消費者的動向。這是日本博報堂生活總研設立以來的一貫想法，也是研究的主题。目前「女性的時代」即將要進入第二階段，因此該社整理出版了此系列的「女性書籍」。

回顧戰後四十年這段短期間，女性的地位已起了相當大的變化。首先，戰後民主主義的導入，使得男女平等思想普及，選舉權制度也因而改變。其次在經濟高度成長期。以男性為中心的社會上，女性不論是在企業或家庭方面，都以得力助手的角色存在。另外一方面，家事的簡便化、小孩數目的減少、高學歷女性的增加等，使得女性的生活方式都有顯著的變化。我們可以說這些變化都是因為女性本身要求要有「與男性平等」的自由、待遇、及地位而產生的結果。

到了今天，「女性的時代」又有了轉變。但並不是女性的權力已衰弱的意思，而是說在固定方向爭求已有一段時間的女性權力，漸漸的已改換了爭求的方向。亦即從「挑戰」（向男性挑戰）、「解放」（從束縛中解放成自由）、「模倣」（每人都有機會）等的階段，進入現在「設定自己的目標」的階段。這在工作方面或在家事方面都可以明顯看出。正因為這種形式的轉變，我們可以說現代的女性，是懂得如何靠自己來發現自我實現場合的自立女性。

以上述的觀點為基礎，本書首先將「女性的時代」第一階段作個結論。包括日本生活總研設立以來的六年間，從各個角度所發現的女性斷層面，及消費者的斷層面等。同時也提到各種觀察女性的方法。想要瞭解女性的人，或者是商業對象為女性的人，可以藉此得到很好的參考。

接下來本書繼續描述將要進入第二階段的「女性的時代」的徵兆，也就是女性不僅追求「解放」，同時也開始向著「目標」前進的一種精神與態度。相信這必定是今後女性生活形態的主流。

本書既不是單純的女性市場書籍，也不是抽象的女性論書籍。而是想透過女性這面鏡子，來瞭解社會的變化和趨勢，進而研究未來的動向。

## 好書推薦!!

### 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。企業界不斷地推出新產品，但是，消費者已不復以往的熱衷。本書即針對此種改變，探討供給者對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。相信本書所提供的某些創意或啓示，將有助於掌握消費行爲。



## 主要內容

- 女性的時代
- 女性的最新動向
- 值得注目的女性
- 今後女性發展的方向

新女性：風尚的主流 目次

開序 女性的時代

- 觀察女性即可瞭解生活方向 / 1  
昔日弱者今日強者的女性 / 2  
女性是新需要主義者 / 5  
商業社會亦要求「女性的觀點」 / 6  
女性的生活從平準型進入特化型 / 7  
女性的社會參與 / 8  
女性的VIP志向增高 / 10

何種類型的女性值得注目 / 16

## 1 章 女性的最新動向

1 女性的財力…………… 25

女性的財力增大 / 25

靠著信賴度購物的女性 / 27

衝動購買行動以喜好購物的中年女性居多 / 30

購買的瞬間所考慮的事情 / 32

2 女性與服務業…………… 36

女性與服務業的關係 / 36

家事的外部化與內部化 / 37

家庭服務業的市場度 / 38	
I B 指數較高的三〇年層 / 39	
職業主婦依賴服務業 / 41	
希望他人代勞的家事項目 / 43	
<b>3 女性與情報</b> .....	<b>46</b>
女性的情報消費方式 / 46	
女性雜誌漸漸轉變為生活手冊 / 47	
女性最有興趣的四種情報 / 49	
女性對情報感興趣的理由 / 53	
情報材料的組織方法 / 56	
<b>4 女性的「變化欲求」</b> .....	<b>59</b>
行動能源來自變化欲求 / 59	
女性追求小而現實的變化，男性則相反 / 61	

四〇年層的女性也希望有變化 / 63

領導變化的是二〇年層和四〇年層的女性 / 64

變化欲求的三大領域是住居、裝扮、學習 / 66

脫離日常行動增加的有「衣生活」「食生活」「遊

玩」「交際」 / 67

**5 女性的不安**.....71

這是自己的人生 / 71

走出家庭也不安、留在家裏也不安 / 72

生活階段改變、不安也隨著改變 / 74

變化產生不安、不安促使變化 / 79

**6 女性的禁忌**.....83

束縛女性的倫理觀 / 83

違倫意識的轉變 / 84

2 章 值得注目的女性

放下家庭出外工作的禁忌感／	86
越是禁忌越想嘗試／	88
沈迷於宗教的女中學生／	91
社會的無境界化拭去禁忌感／	93
<b>7 女性與街市行動</b> ·····	<b>94</b>
街市情報的轉變造成女性主導型街市行動／	94
佔滿雜誌版面的女性街市情報／	96
穿梭型與繞圈型的街市行動／	98
決定女性街市行動 P F 動力學／	103
到「購買感覺」不錯的街道去／	105

1 灰姑娘型的主婦……

109

主婦的時間分配／109

女性們嘗試著享受夜晚／111

夜間外出的名義／115

受到限制的灰姑娘／117

以自立的時代爲目標／118

2 將興趣商業化的女性……

122

將興趣商業化的女性誕生了／122

因爲喜好而將其商業化／123

興趣商業化的商店多位於住宅街／125

興趣商業化的夢想與勞苦／126

興趣商業化的商店可分爲四類型／127

興趣商業化的形式／130

3	遊育母親.....	132
	進步的育兒服務業 /	132
	第二教育費已成爲必要經費 /	135
	小孩的海外體驗已成常事 /	137
	遊育母親的眞實心意 /	138
	聽聞過多、關心過多、比較也過多的遊育母親 /	139
	環境與意識的變化產生遊育事業 /	141
4	夫妻均等.....	144
	受注目的上班族夫妻 /	144
	夫妻的時間管理 /	145
	夫妻的家計管理 /	147
	漸漸樂意做家事的丈夫 /	149
	今後上班族夫妻以均等爲目標 /	151



5 兼職主婦……………155

兼職的特性／155

經濟的理由與自立的願望產生了兼職主婦／158

兼職主婦自己和家庭都有變化的徵兆／159

在服務業工作又利用服務業／162

兼職主婦的決算狀況／163

6 休閒女性……………166

享受平日和閒暇生活的家庭主婦們／166

非有閒女性而是休閒女性／168

四十年層的女性喜好小型變化／170

熱中寶塚歌劇的休閒女性／172

家庭主婦是休暇女性的後備軍／175