

NÜXING XIAOFEIGUAN

女性消费观

◎〔香港〕梁凤仪著

了解女性的消费观，
窥透女性的弱点，
掌握对女性的推销术，
就能做好女性的生意。
想做好女性生意者要读，
身为女性者更要读。



梁凤仪理财丛书

● 中信出版社

1123 \ 24

96
C913
26

女性的消费观

梁凤仪 著

中信出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

女性的消费观/梁凤仪著. —北京: 中信出版社, 1996. 1
(梁凤仪理财丛书)

ISBN 7-80073-111-1

I. 女… II. 梁… III. 女性-消费-经济思想 IV. C913. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 18754 号

梁凤仪理财丛书

女性的消费观

著 者	梁凤仪	开本	787×1092mm 1/32
责任编辑	罗伟尧	印张	4.5
责任监制	肖新明	字数	77 千字
出 版 者	中信出版社 (北京朝阳区 新源南路 6 号京城大厦 邮编 100004)	版次	1996 年 1 月第 1 版
承 印 者	北京新华印刷厂	印次	1996 年 1 月第 1 次印刷
发 行 者	中信出版社	书 号	ISBN 7-80073-111-1 F·84
经 销 者	新华书店北京发行所	印数	00001—20000
		定价	8.50 元

京权图字: 01-95-684

版权所有·翻印必究

目 录

一、女性的消费观

女性的钱易赚.....	3
女性爱花钱.....	5
女性爱逛百货公司.....	7
女性挥金如土.....	9
女性常乱购物	11
购物令女性产生快感	13
男赚钱女花钱	15
女性爱美	17
女性的专有特性	19
女性的假经济观念	21
女性对经济欠认识	23
女性爱崇拜英雄	25
女性喜爱性感时装	27
女性购物看心情	29
女性爱听是非	31
女性爱迷偶像	33

女性爱嫁入豪门	35
---------------	----

女性爱装扮	37
-------------	----

二、女性的弱点

女性有节俭情意结	41
----------------	----

女性容易上当	43
--------------	----

女性爱炫耀	45
-------------	----

女性爱虚荣	47
-------------	----

女性抉择力弱	49
--------------	----

多谢女性虚荣	51
--------------	----

女性细心多疑	53
--------------	----

女性易受怂恿	55
--------------	----

女性爱宣扬消息	57
---------------	----

女性是好推销员	59
---------------	----

女性比男性小气	61
---------------	----

女性天生执著	63
--------------	----

女性重官能感受	65
---------------	----

女性爱憧憬	67
-------------	----

女性爱幻想	69
-------------	----

女性执著回忆	71
--------------	----

女性怕老	73
------------	----

女性爱贪便宜	75
--------------	----

女性占有欲强	77
--------------	----

女性易受环境影响	79
----------------	----

目 录

女性重购物量	81
三、对女性的推销术	
勿骗女性	85
引女性上钩	87
推销术首在语言	89
广告忌重社会性	91
不必放长线钓大鱼	93
用貌美的推销员	95
投女性所好	97
广告不妨夸大其辞	99
利用女性的“崇男”心态	101
必须擅听潜台词	103
利用女性的好奇心	105
说服女性妙方	107
女性爱迷信	109
女性多口是心非	111
女性爱甜言蜜语	113
女性爱诚意推荐	115
女性韧力大	117
女性喜欢白、黑、红	119
女性喜自圆其说	121
女性重触摸	123
女性爱包装	125

女性的消费观

女性价格·····	127
满足虚荣心·····	129
切忌复杂·····	131
女性善变·····	133

一、女性的消费观

女性的钱易赚

世界上什么人的钱最好赚及最容易赚？答案一定是：女性的钱。

世界上什么人的钱最好赚及最容易赚？

答案一定是：女性的钱。

我曾经在多年前跟本城的富豪郑裕彤先生闲聊，提到了他地产王国以外的一个历史悠久的珠宝事业，郑裕彤先生对我说：

“珠宝生意不宜放弃，除了它是保值的一种投资外，主要是女性的钱很好赚。”

郑先生的意见，最大的雷同者是犹太人。

我读过一本关于犹太人经商策略的书，其中提及犹太人做生意做得棒，其中一项信条就是以女性为经营对象。简单点说，十个犹太人，十个都会同意只要有办法打开女性的钱包，就能发达了。

事实证明，犹太人与中国人在商场上一直是所向披

靡、眼光独到的。

只要我们细心地想一下，家庭中的女性在日常生活中，作主安排衣食住行等消费所占的比例是若干，就能意识到商人只要能获女性顾客的欢心，就可以得到什么利益。据我阅读过的书报，在这方面的统计，所得的结果是，高达百分之七十以上的家庭开支，操纵在女性手上，比例是极可观的。

女性爱花钱

**男性的兴趣在赚钱，女性的
兴趣则在花钱。**

只要我们客观地观察一下生活，不难发觉一个普遍的现象：男性的兴趣在赚钱，女性的兴趣则在花钱。

即使是有能力赚钱的妇女，依然是花钱的能手。

要解释这个现象其实不难，最基本的原因是天生男女有别。除了体型上一看便能分别男女之外，很多典型个性也是男女之间的分野与区别。正如一般人所说，男性比较大方豪爽，女性比较小气细腻，男性看重事业，女性迷醉爱情等等，完全是不能解释，亦毋须解释的两种典型个性。

女性的先天个性是喜欢买东西，对衣、食、住、行等各方面的需要，固然非买不可，就是在实际维生需要之外的很多东西，女性都乐于花钱添置、拥有。

同样，先天的环境也有助于女性养成这种购物的习惯。

女性的消费观

最简单不过的是男性管“养家”，那是指提供经济来源，而女性管“持家”，那就是名正言顺的要决定及进行购买生活上的所需品。在天性的催促下，女性更可以肆无忌惮、理所当然的发挥购买欲。

直接点说，单在持家方面，就得与花钱购物挂钩，否则等于没有尽本分。

女性爱逛百货公司

女性的先天个性就是喜欢购买东西，十个女性有九个是无时无刻地都有一种不买白不买的冲动。

无可否认，女性的先天个性就是喜欢购买东西，十个女性有九个是无时无刻地都有一种不买白不买的冲动，例子真是不胜枚举。

最有趣的一次发生在我身上的经历，是这样的：挚友去日本开会，我同行。二人公干之后有两天假期，于是作了君子协定，各人自选心爱节目，由对方相陪一天，以示公平。

挚友决定参观京都的各处名胜，顶着烈日，拖住我探访那些千篇一律的日本寺庙，他是兴高彩烈，我是苦口苦脸，捱足了一天的苦，终于候至云开见月明的翌日，由他陪我逛百货公司去。

哈哈，一走进商店内，我就精神奕奕，越走越起劲，身旁的他，没有走上两小时，就有头晕目眩吃不消的感觉。

以上的这个典型经验，实非夸张，更非专利，与很多女性朋友谈起来，均异口同声表示遭遇雷同。

无他，全是天性使然，男性天生不喜欢购物，女性天生钟情逛百货公司。最重要的一点是不管有没有购物目的，逛百货公司甚而是超级市场，也会乐不思蜀，流连忘返，于是无事出街少破财的现象多在女性身上发生。赚女性钱不是很容易吗？

女性挥金如土

**每年美国女性花在不必要及
搁置不用之物品上的总值是几十
亿美元。**

我读过一本外国的女性杂志，有篇非常有趣的文章，分析为什么世界上最容易发达的方法就是想办法打开女性的钱包。

作者访问了很多在美国以经营消费货品生意为主的企业家，收集了他们的意见，归纳出女性钱最好赚的理论。

最明显的理由是女性比较愚昧，这令我阅后颇为生气，可是在大标题之下，有一段文字的大意是：

“如果你是女性，请扪心自问，有否在逛街时见到物品，就有不买白不买的心态？有否检讨过屋子里，有没有买了回家来，即搁置一旁，从没有用过的东西？相信只要凭良心提供答案，那么女性在购物时所表现的愚昧就不可否定了。”

那本杂志的作者还提供了—个惊人的数字，说每年美国女性花在不必要及搁置不用之物品上的总值是几十亿美元。

那就是说此等货品的制造商与销售商所得到的生意额，有一个相当大的百分比是依靠女性经常在情绪冲动下作非理性购物所得。前任著名的美施百货公司总裁说：

“我从来不会责怪吾妻那种莫名其妙地买一大堆东西回家来的习惯，因为女性没有了这种愚蠢作风，我们的收益肯定下降。”