

<<消费达人>>

图书基本信息

书名：<<消费达人>>

13位ISBN编号：9787806468616

10位ISBN编号：7806468617

出版时间：2005-8

出版时间：上海文化出版社

作者：梁夕

页数：182

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<消费达人>>

内容概要

《消费达人》一方面从消费者自身的角度出发，阐述了应该如何树立健康理性的消费观念，做好自己在消费前期的思想工作，如何甄别假冒伪劣商品，避免上当，并就如何选择最适合自己的投资性消费以及消费时的比较问题，给出了知识上的准备；另一方面从商家的角度出发，分析他们的想法以及战局的布置，从而给出了相应的应对方案。

<<消费达人>>

作者简介

梁夕，历史学学士，经济管理学硕士，目前任职于某著名投资公司，任高级主管。曾在多家跨国公司工作，并为多家大型企业提供管理与财经资讯，已有多部相关著作及译作问世。

<<消费达人>>

书籍目录

第一章 树立健康理性的消费观/1第一节 用理财的观念去消费/2 第二节 成功的理财者就是消费达人/5
第三节 理性消费与非理性消费/10第四节 千万不要让情绪左右你的消费行为/22第二章 识破商家陷阱/27第一节 商战是针对竞争对手的战争，更是针对消费者的战争/28第二节 商品降价促销的五大原因/31
第三节 商品促销的主要手段及陷阱的应对/36第三章 如何甄别假冒伪劣商品/49第一节 假冒化妆品巧识别/50
第二节 征战电器配件/53第三节 食品消费打假/57第四节 家居装潢须知/63第五节 珠宝购买常识/69
第六节 其他(服装、皮包的鉴别)/76第四章 学会投资性消费/79第一节 大众投资——消费，也可以很赚钱!/80
第二节 折扣店——品牌背后的剩余价值/85第三节 转手倒卖存小费——学生族首选/87
第四节 书中自有黄金屋!学历等于价值!/90第五章 消费时的比较法则/93第一节 货比三家不吃亏/94
第二节 选择某一类商品，注意性能价格比/100 第三节 根据目前的实际情况，选择最佳方案/103
第四节 价格会随时段波动的物品选购问题/108第五节 比较时要适当考虑商品背后的荣誉价值/111
第六章 消费达人实战技法/ 117第一节 杀价艺术/110第二节 购买高价商品的消费兵法/144
第三节 购买中低价商品的消费兵法/157第四节 如何购买奢侈品/160第五节 走出消费误区/163
第六节 如何面对网上订购和邮购/171后记/182

<<消费达人>>

章节摘录

书摘 商战不仅是针对竞争对手的战争，更是针对消费者的战争。

这点对于战争双方以及被当作战利品的消费者而言都是心知肚明的。

在这一潜藏游戏规则的背后，经销商们无所不用其极，在站稳自己的市场占有率的同时，还推出一系列的亲民策略，吸引更多的消费者前未消费。

根据零点调查公司的最新调查报告显示：近几年来，消费的主要群体以及他们的观念已经发生了巨大的转变。

首先，主力消费群体的年龄逐年下降，由原来的27岁至35岁下降为现在的23至32岁。

这种现象表明有感于近期的经济不景气，中年族群已经开始从盲目消费的误区中走出，开始了精打细算的理性消费。

其次，女性消费市场比男性市场大得多。

个人的收入虽然限制了消费的层次，女性虽然作为一个相对低收入的群体，却占领了大片的消费市场。这是一个长久以来便存在的现状，现在更在商家的不断挖掘下愈演愈烈，成为商家必争的一个最大战场。

最后，越来越多的人偏向于存钱留老本。

在经济及就业、养老的压力下，人们开始对自己今后的生活未雨绸缪起来。

存钱留老本、吝啬过日子成为一般家庭生活的真实写照。

针对这些现象，商家们更是开动脑筋，拼命地寻求客源。

作为家庭生活密不可分的一部分，便利店间的竞争尤其显得激烈。

由于出售的商品多以日常生活用品居多，因而盲目的价格战，只会让商家大伤元气，所以商家们想出了“第二件折扣风潮”这一促销模式，通过购买第二件同规格商品可享受一定折扣的策略，推动了商品的销售。

这种促销方式，一经推出便大放异彩，大宗宝特瓶饮料“第二件折扣风潮”，就让不少商家坐收渔利。

因而，一些大型的连锁便利店更是趁热打铁，趁机推出了点数卡、预付卡的折扣活动，如：统一超市的电话预付卡第二张八八折、莱尔富便利商店推出的网络游戏点数卡第二件八八折等都是这之中的代表作。

商场如战场，在信息飞速传播的当今社会，商战的惨烈程度一点也不比硝烟弥漫的战场差，而且可以说其中的尔虞我诈、勾心斗角的竞争情况比战争所笼罩的气氛更加浓烈。

在不断摸索与试验中，商家终于摸出了一套有效的促销模式。

利用这套，他们不仅达到了打击、压制竞争对手，吸引更多的消费者的目的，而且还直接带动了商品销售数量的增长，增加商品的知名度与市场占有率，提升商品品牌形象，加快商家资金回笼，获得了商家与消费者之间的“双赢”。

可以说，正是促销的多样性发展，成就了现代商业的繁荣。

同样的，也正是促销的长足进步，将消费者手中的金钱越来越多地吸引到市场消费中来。

不过需要留心的是，由于现在商家的促销手段五花八门，无所不用其极，所以难免会有“鱼目混珠”的情况出现。

为了在最大程度上维护消费者的利益，所以我们有必要系统了解一下商品降价的五大原因，从而抓住真正的机遇，从与商家斗智斗勇的消费过程中脱颖而出，得到真正的实惠。

P28-30

<<消费达人>>

编辑推荐

《消费达人》：六大步骤教你成为消费购物的真正高手，一本教你如何省钱购物的消费宝典，让你绝对不多花一分冤枉钱。

只要你掌握了《消费达人》给你提供的消费诀窍，那么你就可以成为消费达人。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>