



江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正



# 消费者行为学

主讲：赵卫宏

江西师范大学商学院

2011-12-2





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

# 家庭与消费者购买行为

住户的类型

家庭生命周期与营销策略

家庭决策过程与营销策略





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

家庭与住户的区别：





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 家庭住户的含义

**家庭住户：**一个由两个或两个以上相关的人构成的住户单位，其中一人（户主）拥有或租住他们的住房。

**住户（家户）：**生活在同一住宅单元里的人所组成的群体。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 营销意义

对大多数产品，家庭/住户是基本消费单位。

**E.g.** 大件商品如家具、家电以及其它家居日用商品和食物等等。

个人的消费模式，往往与家庭其他成员的消费模式密切相关。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

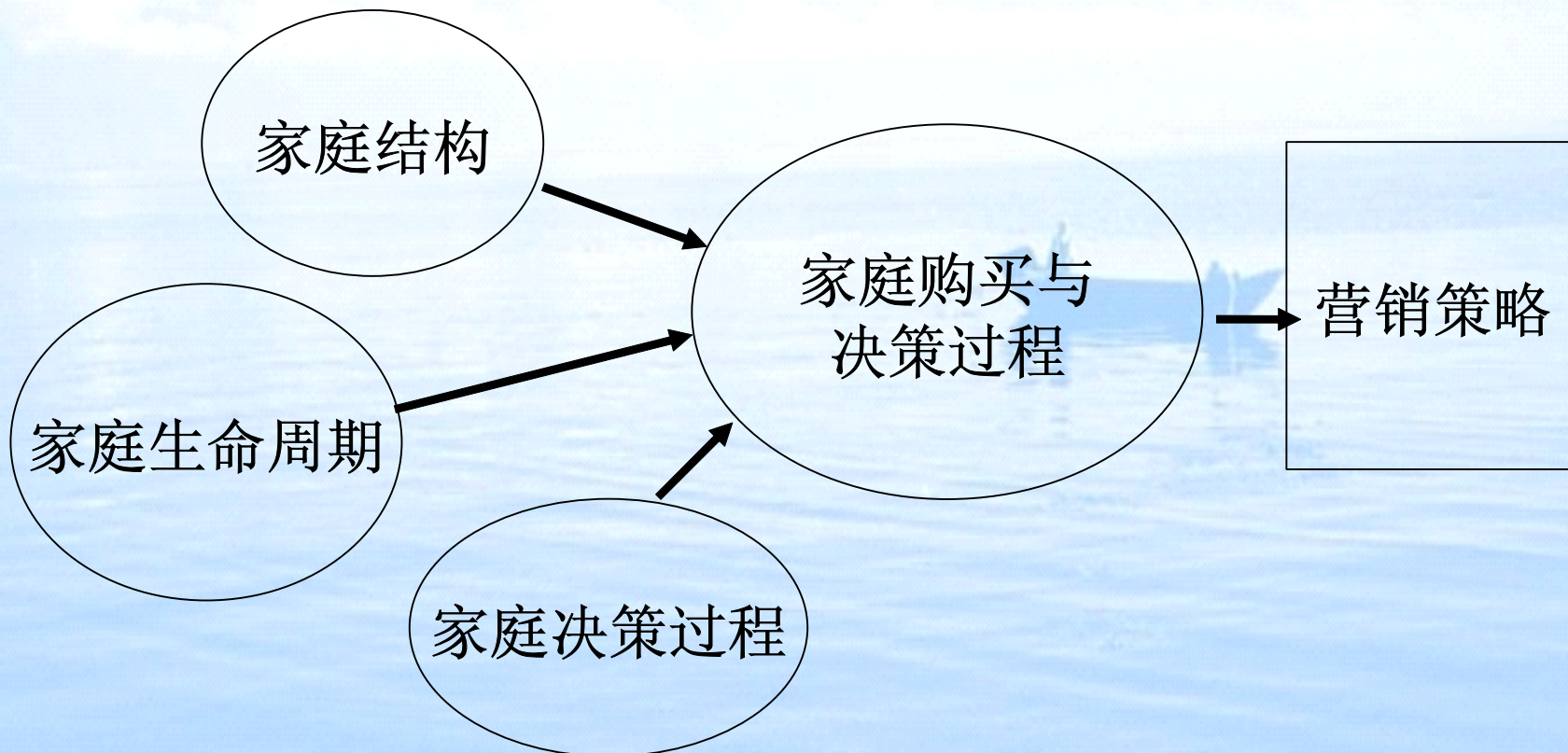
## 结论

👉 营销者应当  
将家庭/住户作  
为一个消费单  
位。





# 家庭影响大多数消费决策





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 第一节 家庭与住户

家庭

住户

家庭规模、结构和户主性别

现代家庭的发展







江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 一、家庭的类型

**核心家庭：**是指由两个异性成年人组成的家庭，他们同自己的孩子或收养的孩子保持着合法的关系。

**扩展家庭：**包含了核心家庭以及其它亲戚。  
**E.g.** 印度 & 中国。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

**混合家庭：**是指由一对夫妇、他们的孩子以及他们以前的孩子所组成的家庭。

**非家庭住户：**一个对独自居住或者与同他没有亲属关系的人住在一起而构成的住户。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 二、家庭规模、结构和户主性别

**规模：**从世界范围内看，家庭规模呈逐渐缩小的趋势。

**结构：**现代社会，核心家庭越来越多。

**户主性别：**我国的户主类型和西方有较大的不同。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

### 三、现代家庭的发展

核心家庭成为现代社会家庭的主要形式。

混合家庭的数量在增加。

在发达国家，单亲家庭、单身家庭等非传统家庭形式大量出现。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

什么样的企业尤其需要  
注重家庭的类型、规模以  
及结构呢？

除了家电、家具、日用  
品及食物以外，还有房地  
产商、汽车制造商、保险  
商，医疗服务，疗养院，旅  
行社、餐饮业、宠物店、  
通讯业、家政业等。

思考





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 雪碧杂技家庭篇





## 第二节 家庭生命周期与家庭人员角色

传统的对家庭生命周期的观点：



人们在**20**岁出头结婚，然后生育几个孩子。等到孩子们长大成人开始建立自己的家庭时，最初的这对夫妇也到了退休的年龄，最后，男子先去世，女子也在几年以后去世，这就是家庭生命周期。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

根据你对实际生活的了解，你认为家庭生命周期包含了哪几个阶段呢？







江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 一、家庭生命周期（**HLC**）的含义

随着时间的推移，根据成年人的年龄、婚姻状况、孩子的有无和年龄大小来区分住户经历的阶段，就是家庭生命周期。

家庭生命周期（**HLC: household life cycle**）





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正



在不同的生命周期阶段，财务状况和消费行为会有什么差异呢？





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 二、传统的家庭生命周期

单身  
新婚夫妇  
满巢**1**  
满巢**2**  
满巢**3**  
空巢  
解体

阅读**P334-P337**“家庭生命周期”





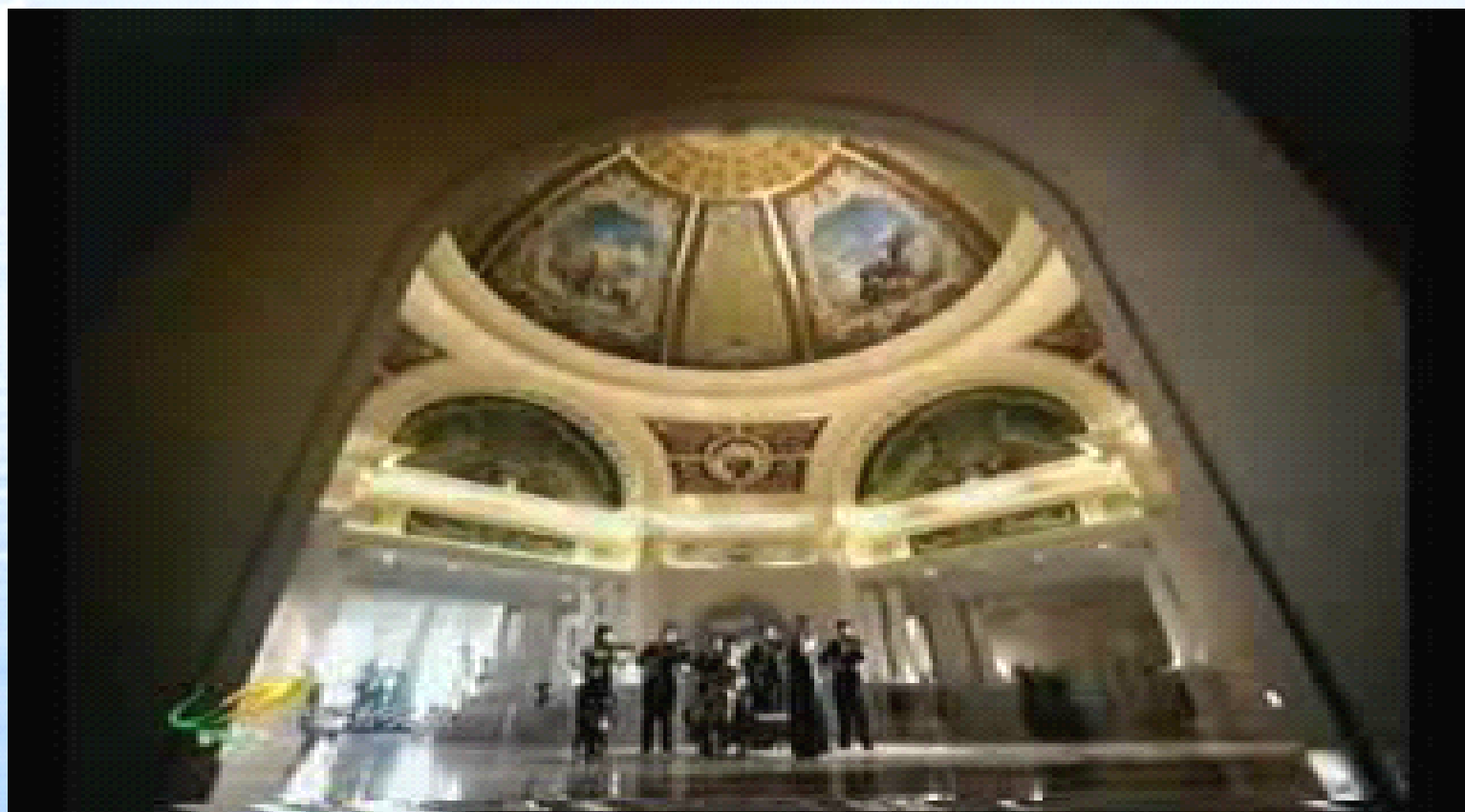
江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 碧桂园凤凰城





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

### 三、基于家庭生命周期的营销策略

家庭生命周期可以用来细分市场，并为目标市场制定了适当的营销战略。

当一个人经历**HLC**的不同阶段时，社会阶层会为他提供解决问题的方法。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 思考

对于以下产品： 度假和娱乐（对年青单身、满巢I和满巢II及老年单身家庭是否有所区别，如果结合上中层社会来考虑呢？）

家具

方便食品

在营销策略上是否应有所区别。





# 江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

## 振奋精神

静思笃行  
持中秉正

### HLC/社会分层矩阵

HLC阶段	社会阶层					
	下下层	上下层	工人阶级	中层	下上层	上上层
年轻单身						
新婚夫妇						
满巢1						
满巢2						
满巢3						
空巢						





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 第三节 家庭购买决策

家庭购买不同于一般的组织购买。

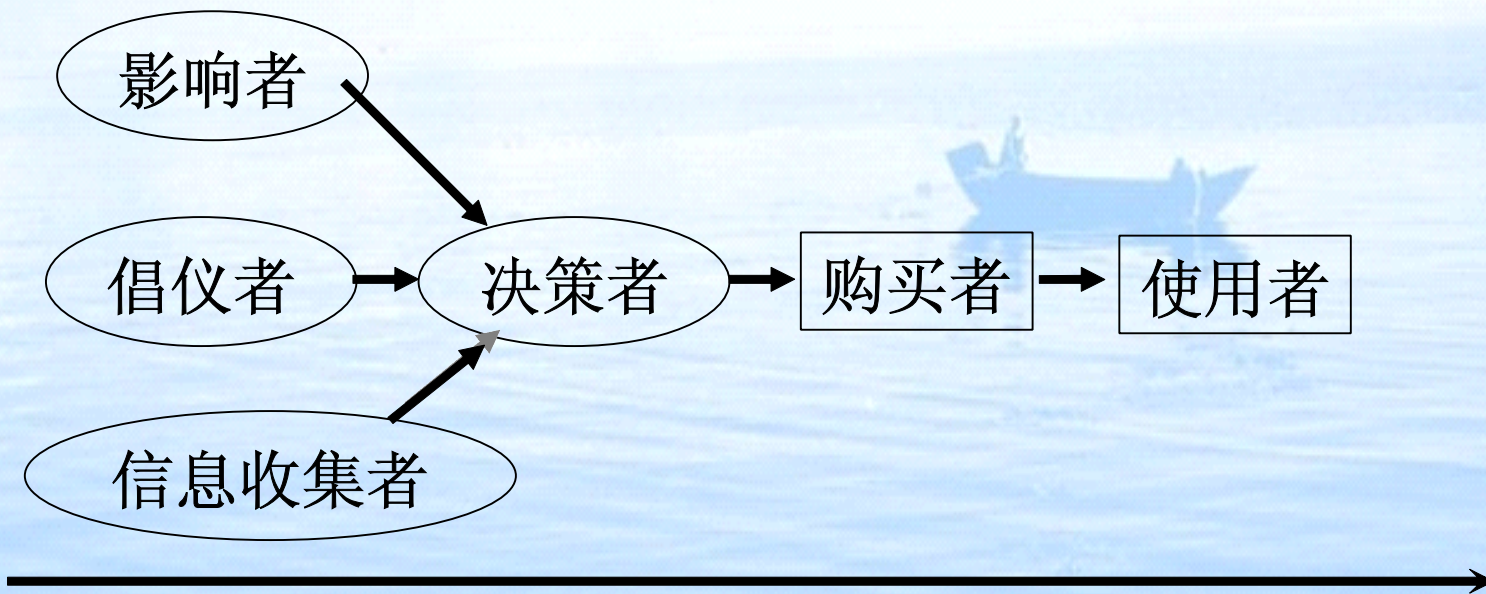
家庭购买隐含了感情的因素，从而影响家庭成员之间的关系。







# 一、家庭购买角色





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 结论

在家庭购买决策中，主要的产品使用者也许既不是决策制定者又不是购买者。

因此，营销人员必须判断影响家庭购买决策的角色是由哪些成员组成。





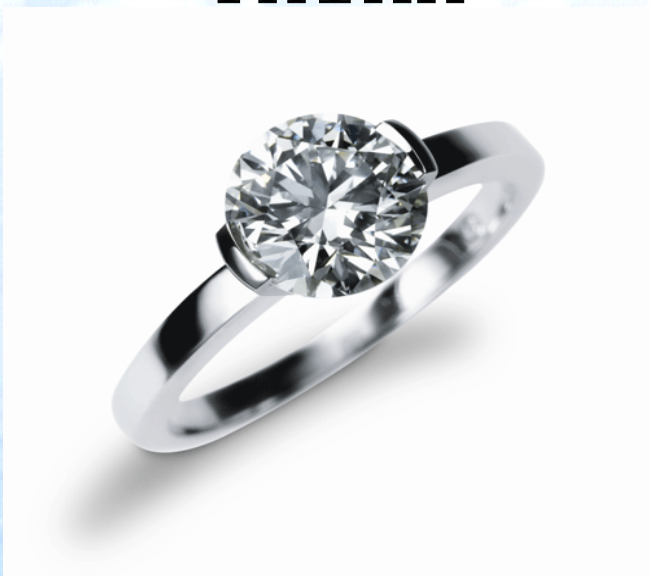
江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

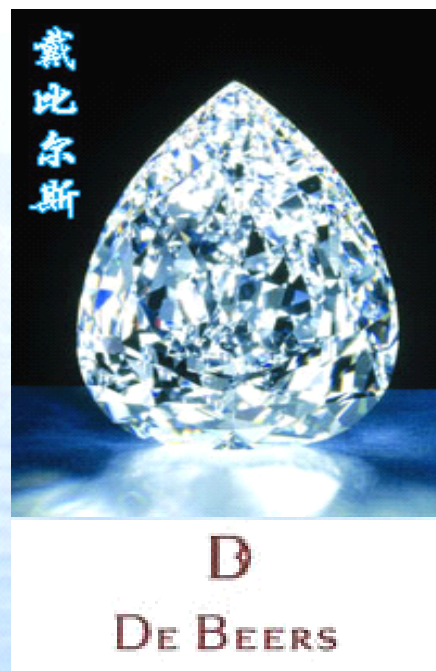
振奋精神

静思笃行  
持中秉正

Think



钻石恒久远，  
一颗永流传。



儿童食品、钻石等妇女首饰  
你针对谁做  
广告才有效？





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

# 伊利





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 二、家庭购买决策方式

家庭决策方式是营销人员非常关心的问题。

丈夫、妻子和孩子他们分别在家庭购买决策中的地位和作用怎样呢？





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 家庭购买决策的四种方式

**妻子主导型：** 清洁品、厨房用品、食品

**丈夫主导型：** 人寿保险、汽车

**自主型：** 饮料、烟酒

**联合型：** 孩子上学、装修、度假、买房





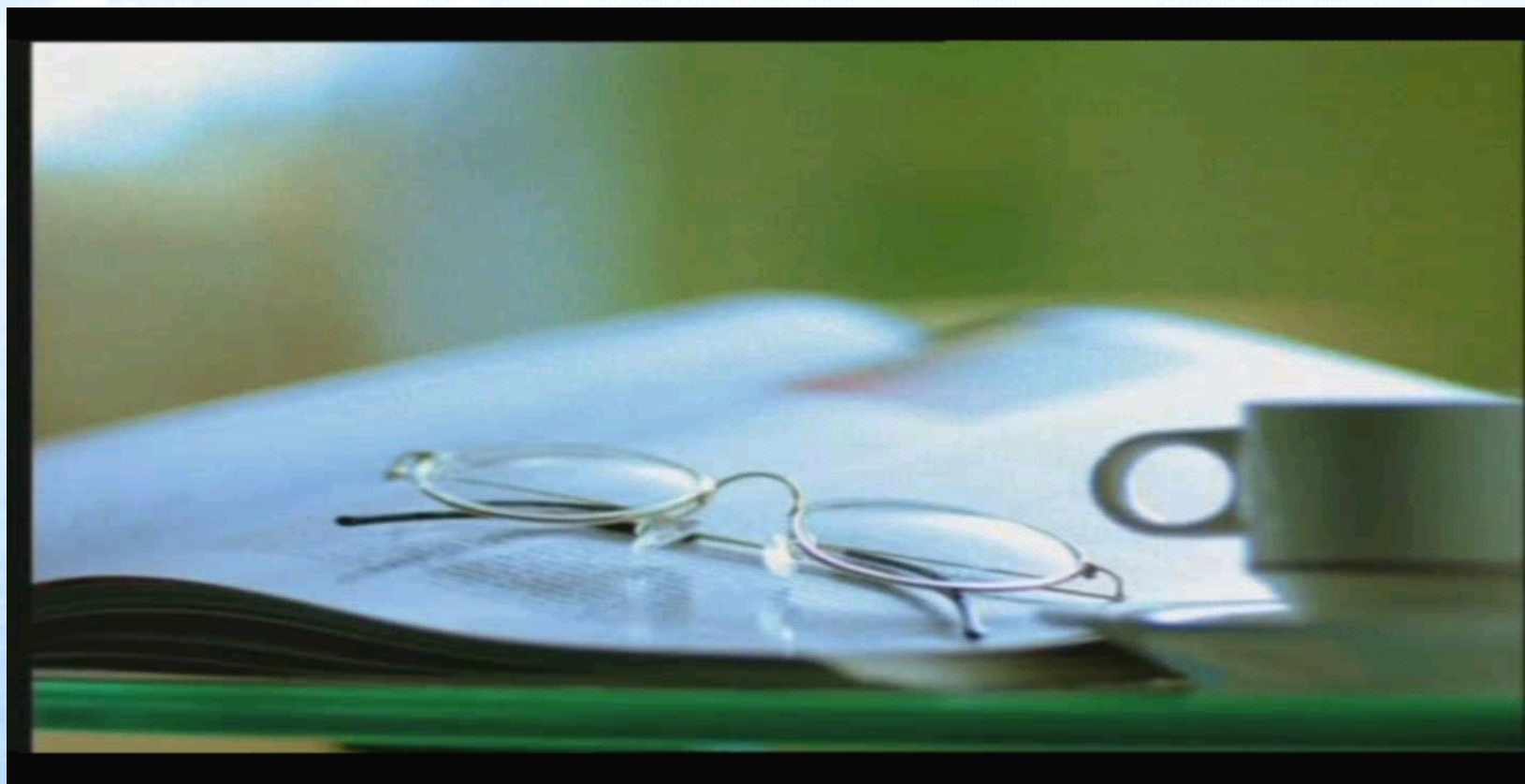
江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 澳柯玛家庭影院





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

### 三、决定家庭决策方式的因素

文化和亚文化

角色专门化

家庭决策的阶段

个人特征

介入程度及产品特点







江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 四、妻子、孩子在家庭决策中的作用

- 妻子、孩子在家庭购买决策中的作用不可忽视。

有人说：“要赚钱就赚妇女和儿童的钱。”





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 五、家庭购买决策与营销策略

三步曲：

确定在决策的每一阶段，有哪些家庭成员参与。

确定他们动机和兴趣之所在。

制定能满足每位参与者需要的营销策略。





# 江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

## 振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## 建立在家庭决策过程基础上的营销策略

细分市场 决策阶段	涉及的家庭成 员	家庭成员 的动机和兴趣	营销战略和战 术
认识问题			
搜集信息			
评价选择			
购买			
使用/消费			
处置			
评价			





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

## Homework

- 去汽车城，访问两个不同汽车经销商（日产和别克）的推销员。弄清各自的主要目标市场及其所处家庭生命周期的阶段，解释原因。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行  
持中秉正

The End

