

文章编号: 1001-148X (2007) 03-0034-03

消费需求主要变化趋势浅析

崔 迅, 张方步

(中国海洋大学 管理学院, 山东 青岛 266071)

摘要: 消费是生活的手段之一, 消费需求受到个人生活需要和生活追求及其满足程度, 社会、经济、文化以及消费环境与条件等因素影响。随着这些因素的变化, 顾客消费需求呈现出广泛化与高度化、情感化与感性化、个性化与多样化以及复合与关联化等的变化趋势。

关键词: 消费需求; 变化趋势; 需求生态体系

中图分类号: F126.1

文献标识码: A

The Trend of Consumption Demand Diversification

CUI Xun, ZHANG Fang-bu

(School of Management, Ocean University of China, Qingdao 266071, China)

Abstract: Consumption is one of the living means. Consumption requirement is affected by many elements including not only personal demand and interest and satisfaction, but also society, economy, culture and consumption condition and qualification. With the change of these elements, customer consumption demand tends to be comprehensive and high, emotional and sensible, multiple and associated, together with the features of individualization and diversification.

Key words: consumption demand; trend; demand of ecosystem

消费需求是为满足生活需要, 对具体产品具有购买能力的欲望^[1]。分析、研究消费需求是企业制定市场经营战略与策略的前提, 也是市场营销理论研究的基础之一。把握消费需求变化趋势, 可以为企业创造战略优势; 挖掘潜在需求, 开辟新的市场; 应消费趋势而动有助于提高企业形象^[2]。同时, 也是企业经营管理创新的重要源泉之一。笔者试图通过对影响消费需求变化的主要因素分析, 探讨顾客消费需求的主要变化趋势。

一、影响消费需求的主要因素及其变化特点

消费是顾客满足生活需要, 生存及提高生活质量的基本手段。消费需求取决于消费欲望和购买能力。购买能力主要决定于顾客的经济状况, 消费欲望则主要由自身需要、价值观和生活价值追求及其满足状况等来决定。而这些因素又受到社会物质、文化等环境与条件的影响。

(一) 整体经济水平提高与个人经济心理预期的复杂化

经济状况决定人们的购买能力, 也影响其消费欲望。现实经济收入水平是决定购买能力的直接因素之

一。同时, 也影响着顾客消费的选择及其结构。另外, 经济预期也对人们消费欲望和消费选择有着重要影响^[3]。在社会整体经济状况不断改善的同时, 随着市场经济发展的不断深入, 影响个人经济预期因素的复杂化, 其个体差异性不断提高。经济状况的变化和经济预期的个性化, 是使消费需求及其结构多样化、复杂化的重要影响因素之一。

(二) 生活环境及条件的变化

1. 社会、经济的发展, 物质、文化生活水平的逐步提高, 人们摆脱基本生活条件的约束, 生活追求领域、范围逐步扩大, 层次不断提高。

2. 科学技术及企业经营水平的提高, 不断刺激着新的消费欲望的产生。首先, 开发、满足社会需求手段、能力不断增强, 新产品的不断涌现, 产品生命周期逐步缩短, 现实消费需求不断被满足, 刺激着人们新的消费追求; 其次, 企业唤起顾客潜在需求为现实需求的能力与水平的提高, 也是促进消费需求变化的重要因素之一。

3. 满足需求手段的丰富, 也使得生活需求越来越复杂化。满足某种生活需要由过去注重对某一产品或服务的单项消费效用的追求, 向追求生活质量的复

收稿日期: 2006-07-16

作者简介: 崔迅 (1962-), 男, 河北石家庄人, 中国海洋大学管理学院教授, 副院长, 留日博士。研究方向: 市场营销; 张方步 (1982-), 男, 山东青岛人, 中国海洋大学管理学院硕士研究生。研究方向: 市场营销。

基金项目: 山东省社会科学基金资助项目《顾客价值链营销战略研究》, 项目编号: 04CJJ04。

合性、系统性需求转变,使生活需求的复合化、复杂化程度逐渐提高。此外,由于商品的“泛滥”,顾客消费决策的时间、精力成本增加,也使人们对产品(或服务)非功能性需求的程度提高。

4. 工作、学习、生活压力增大与缓释心理压力的环境、条件的变化。由于追求更高的生活质量和社会地位,激烈的社会竞争,不断加快的生活节奏等,升学、养育子女、赡养老人以及工作等心理压力增大,对身心调节的需要增强的同时,直接、自然缓解压力的环境与条件又受到种种限制。如,住房的社会化、核家庭化、竞争等引起的邻里、家庭成员及同事之间关系的变化等,人与人之间的沟通内容或环境、条件受到一定影响,以及社会和个人对行为文明要求程度的提高,又制约着人们用更直接、更“淋漓尽致”的方式表达某些意见或发泄情绪等。人们往往需要通过消费活动或直接以消费的方式,有意或无意地缓释压力或发泄某种情绪。在消费活动中对满足某些心理需要的追求程度增加。

5. 环境污染、能源等资源问题日益突出,消费中对安全、环保以及节约资源的意识不断提高。

(三) 社会文化、价值观的多样化

1. 各种形式的经济、文化活动交流,交通、信息与通信手段的发达,促进各种文化的交融和价值观的多样化,也直接影响、刺激人们对生活的追求和对具体产品的欲望。

2. 思想、行为约束的不断松缓,创造了自由追求的精神空间。为获得生存与发展的必要条件,个人需要依赖于某个或数个团体。而团体需要通过某种约束,使团体成员“团结一致”。随生活条件的不断改善和社会经济、文化的多元化发展,这种“依赖”与“约束”的意识和程度日趋减弱。个人对特定群体(如家族、家庭以及所就职的组织等)的依赖程度逐步降低,而传统的国家以及群体对其成员的约束也在不断放松^[4],有助于人们对生活的多元化与个性化追求。

3. 生活领域、范围的扩大与归属群体的多样化,促进了价值观以及生活追求的多元化。生活领域的扩大和层次的提高,以及思想、行为约束的松缓,在对特定归属群体依赖程度降低的同时,人们往往有意识、无意识地归属于更多的有形或无形的群体,如有组织的社会团体,或“追星族”、“球迷”、“汇友”、“股民”、“彩民”等等。在这些群体中一般具有更大的自由度,更有利于成员个性和能力的发挥以及成员之间相互直接或间接的影响,不同程度地影响着价值观及生活方式与生活追求。

(四) 个人需要与动机的变化

需要与动机是影响消费需求的根本因素。

1. 心理需要层次提高。生活水平的提高,人们心理需要层次也在不断提高,生活越来越复杂化。“从更一般的意义上说,在高级需要层次上,生活变得越来越复杂了。寻求尊重、地位比寻求友爱涉及更

多的人,需要有更大的舞台,更长的过程,更多的手段以及更多的从属步骤和预备步骤。在友爱的需要与安全需要相比较时,也同样存在上述差异”^[5]。显然,与满足生理、安全等较低层次需要相比,满足尊重或自我实现需要,人们追求的角度、领域会有较大的差别,而对于同一个人,则可能需要在其生活的若干领域,通过更多的手段去满足这些需要。同时,随着需要层次的提高,精神、情感需求的比重也在增加。

2. 自我观念与社会意识的变化。自我意识影响行为动机和生活态度与方式。一般生活条件得到满足之后,人们开始更加关注自我存在的价值和意义,关注在社会关系作用下的自我。对于多数的、政治的、甚至是科学的权威不再像以前那样被信奉,倾听内心需求的自我概念的重新定位改变了单一的生活需求模式。人们对生存、安全的追求,更多地转移为对人生意义的追求。自我观念逐步得到强化,其包括:实际的自我(我现在是什么样)、理想的自我(我想成为什么样)、私人的自我(我对自己怎样或我想对自己怎样)和社会的自我(别人怎样看我或我希望别人怎样看我)^[6]。这种自我观念,特别是“社会的自我”观念的强化,对自我存在的社会价值和意义的追求,人们生活行为中的社会观念和意识也在增强。

3. 消费动机的多样化。随着生活需要满足水平的逐步提高和生活态度及方式的改变,直接或间接的生活、消费经验的丰富,消费心理的不断成熟,其生活追求形成了“基本追求”→“求同”→“求异”→“优越性追求”→“自我满足追求”的基本变化过程^[7]。在基本生活需要得到满足之后,从追逐潮流、显示个性,到体现品位、追求自我满足。心理追求逐步向高层次发展,生活及消费动机也在不断多样化。

二、消费需求的主要变化趋势

由于上述等因素的变化,顾客生活追求及消费需求必将随之而发生变化。其基本趋势可以概括为以下几个主要方面。

(一) 广泛化与高度化

首先,随生活水平的提高,生活领域不断扩大,生活方式多样化,消费生活的范围不断扩延,其需求的领域逐步扩大;其次,心理需要层次的提高,在对具体产品、服务的消费上,追求、关注的方面也来越广。在满足个人自身物质、生理需要的基础上,逐步追求更广泛的社会及自然环境等作用关系中的种种需要。随环境的变化和一系列条件的满足,人们具备或正在具备追求更高层次生活的愿望和能力。顾客由对生存的需求更多地转向对享受和发展的需求。顾客消费结构及需求层次不断提高。

(二) 情感化与感性化^[8]

心理需要层次的提高,对精神需要的程度不断增强。而且,由于技术水平的提高,产品质量、性能等物质指标差异化程度越来越小,情感在购买决策中的

权重越来越大。由高情感的需要导致感性消费的需求。将消费活动与自我概念密切关联,作为追求共情(情感上的共鸣)、体验、展示能力或风貌等的舞台。

(三) 个性化与多样化

心理追求上,由于更多的人“求异”或“优越性追求”、“自我满足追求”,或为表现个性,或为自我满足,追求个性独立、自由和产品、服务的专属性甚至唯一性趋势的愈加明显。

需求的多样化是高层次化、个性化、情感化的直接结果。随着心理需要层次的提高,需求变得越来越复杂、多样。特别是对于不同的个体,在情感、精神的追求方面将会表现出更大的差异。第一,对同一种生活行为,不同个体表现出千差万别的追求。物质短缺时代,对某项产品或消费属性的需求较为集中。随物质、精神生活水平的提高,需求属性开始呈现出多样性。整体上追求的属性增多,而不同个人的各种需求属性权重的差异性越来越大。第二,同一个体为满足某一生活需要表现出更多的需求。如为满足休闲的需要,可以有传统的聊天、散步、运动、读书等,还可以有旅行、健身、网上冲浪、电子游戏、购物等多种选择,由生活情景等不同表现出多样性。第三,对于同一顾客,在不同的生活领域其追求的差异性也变得愈加明显。由于生活方式的多样化,人们在不同的生活领域可能表现出不同的生活方式,进而相应的消费需求也会呈现出差异性和多样性。

(四) 健康化与绿色化

由对生活质量的追求人们更加关注自身身心健康。在注意生理安全、健康的同时,对心理、精神的健康关注程度逐步提高。追求舒适、享受,更多地利用休闲、娱乐消费或日常消费活动充实生活内容,调解身心状态。并逐步由关注眼前的小的健康环境到关注长远的社会大环境,注重环境保护、节约资源等绿色消费意识与需求将会不断加强。

(五) 复合与关联化

一方面,对某一消费活动的需求,往往是功能性、心理性以及社会性等需求的复合体,由顾客个体情况及生活场景等的不同其权重有所差异。另一方面,各种需求之间关联性增强,形成生活需求生态体系。人们生活价值追求和生活需求在向多样化、个性化发展的同时,社会分工的日益扩大,社会机构也日趋复杂,满足生活需要的追求目标与手段的结构也在不断的多元化和复合化(网络化)^[9]。形成由相互影响和作用的不同需求环节组成的生活需求生态体系。围绕顾客不同的生活追求,客观上已经或正在形成由相关产品、服务组成的各种类型的“产品生态圈”^[10],企业产品、服务的销售状况将与所在生态圈的状态及其在其中的地位和作用密切相关。营造产品良好的生态环境,应该是企业市场经营的重要任务之一。

三、结语

顾客首先是“生活人”,消费是其追求生活质量

的手段之一,消费需求决定于生活环境、条件及追求。顾客生活是一个包括了物质与精神、个人与社会等的作用体系,由此顾客的各种消费需求组成随社会环境、条件及个人生活追求变化的生态系统。企业经营的产品或服务,只可能作用于这个需求体系中的一个或数个环节。企业需要站在顾客生活的角度,从物质与精神、生理与心理以及个人与社会等多个维度,系统地研究顾客消费需求。通过使企业产品或服务更能满足顾客生活需要,来提高其竞争和盈利能力。

参考文献:

- [1] (美) 菲利普·科特勒. 营销管理(第11版)[M]. 上海: 上海人民出版社, 2003: 14.
- [2] (美) 杰格迪什 N. 谢斯、本瓦利·米托. 消费行为学(第2版)[M]. 北京: 机械工业出版社, 2004: 72-73.
- [3] (日) 板东慧. 21 世紀ライフスタイル革命[M]. 东京: 劲草书房, 2002: 49-51.
- [4] (日) 板东慧. 21 世紀ライフスタイル革命[M]. 东京: 劲草书房, 2002: 47-48.
- [5] 成明. 马斯洛人本哲学[M]. 北京: 九州出版社, 2003: 60.
- [6] (美) 德尔·I·霍金斯. 消费者行为学[M]. 北京: 机械工业出版社, 2004: 398-399.
- [7] 崔迅. 顾客价值链与顾客满意[M]. 北京: 经济管理出版社, 2004: 20.
- [8] 江林. 消费心理与行为[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 2002: 92-97.
- [9] (日) 青井和夫. 社会学原理[M]. 北京: 华夏出版社, 2002: 50.
- [10] (日) 田坂宏志. これから市場戦略はどう変わるのか[M]. 东京: ダイアモンド社, 2000: 89-100.

(责任编辑: 吕洪英)



欢迎订阅 《商业研究》杂志

经济类全国中文核心期刊 1958 年创刊

国内外公开发行

统一刊号: CN23-1364/F

国际标准刊号: ISSN 1001-148X

国内邮发代号: 14-71

国外发行代号: C4520

定价: 10 元/册

地址: 哈尔滨市道里区通达街 138 号

电话: 0451-84603293 84866358

84840413

邮编: 150076

消费需求主要变化趋势浅析

作者：[崔迅](#)，[张方步](#)，[CUI Xun](#)，[ZHANG Fang-bu](#)
作者单位：[中国海洋大学管理学院, 山东, 青岛, 266071](#)
刊名：[商业研究](#)[PKU](#)[CSSCI](#)
英文刊名：[COMMERCIAL RESEARCH](#)
年，卷(期)：2007，""(3)
被引用次数：1次

参考文献(10条)

1. [菲利浦·科特勒](#) [营销管理](#) 2003
2. [杰格迪什 N 谢斯](#), [本瓦利·米托](#) [消费行为学](#) 2004
3. [板东慧](#) [21世纪ライフスタイル革命](#) 2002
4. [板东慧](#) [21世纪ライフスタイル革命](#) 2002
5. [成明](#) [马斯洛人本哲学](#) 2003
6. [德尔·I·霍金斯](#) [消费者行为学](#) 2004
7. [崔迅](#) [顾客价值链与顾客满意](#) 2004
8. [江林](#) [消费心理与行为](#) 2002
9. [青井和夫](#) [社会学原理](#) 2002
10. [田坂宏志](#) [うなれぐ市場戦略うなれぐうなれ](#) 2000

相似文献(10条)

1. 期刊论文 [叶萍](#) [农民工消费需求及消费变化趋势实证分析](#) -[商业时代](#)2010, ""(18)
占我国人口近1/10的农民工的消费潜力已使农民工成为城镇、农村居民之外的消费“第三元”.研究农民工消费行为,将这个特殊群体的消费纳入政策范围,无疑具有重要的现实意义.本文以广东农民工为例,分析其消费需求及消费变化趋势,以期对改善农民工消费结构和提高我国农民工消费水平有所启示.
2. 期刊论文 [郇舒宏](#), [齐俊波](#), [TAI Shuhong](#), [QI Junbo](#) [浅析消费需求主要变化趋势](#) -[吉林农业科技学院学报](#) 2008, 17(4)
人们的日常生活离不开消费,随着生活条件的不断提高,顾客的消费需求也呈现出多种变化趋势.
3. 期刊论文 [周欢](#) [经济发展中的消费需求研究](#) -[经济问题探索](#)2010, ""(2)
消费是人类通过消费品满足自身欲望的一种经济行为.消费经济学作为经济学的一个分支,在20世纪30年代以后得到发展并在50年代以后逐步成熟.从消费的这个意义层面来看,消费行为构成了当代文化至关重要的源泉.本文试图通过对消费理论,消费文化的研究,在理解消费内容、消费类别的基础上,对影响消费需求的主要因素进行研究.同时,在综合国内外差异的基础上研究适用于我国的消费需求理论,研究总结出我国消费需求的变化趋势,以解决我国关于消费需求方面的问题.
4. 期刊论文 [林俐](#), [洪碧君](#), [王英枝](#) [当前医疗服务消费需求变化趋势分析与对策研究](#) -[卫生软科学](#)2007, 21(1)
为了明确当前医疗服务消费需求的变化趋势,笔者运用某三级甲等医院2003~2005年的“十大满意事件”评选活动资料统计分析,引进“服务产品”理念,以患者“满意”和“不满意”作为衡量医疗服务产品消费的唯一标准,从而探索医疗服务与质量、创新、服务、文化四大关系,增加患者对医院的信任感,培养医院潜在的忠诚顾客,不断满足患者需求,从而推动医院管理及其医疗服务水平上新的台阶.
5. 学位论文 [李伟](#) [试从我国城镇居民消费结构的变化趋势论文化消费的发展与对策](#) 2000
本文力求从中国城镇居民消费结构的变化趋势中,探寻物质产品生产与消费和精神文化产品生产与消费和谐发展的可能性,并适当讨论中国文化消费的现状、存在的问题与对策.由于我国对文化消费的理论和政策研究相对薄弱,无形中增加了本文调研与创作的难度.本文共分为四个部分:第一部分是引言——问题的提出.社会主义生产的根本目的是为了人民群众日益增长的物质和文化需要.我们要为实现这一根本目的创造条件,提高我国居民消费水平,优化消费结构,使人民生活状况得到根本改善.作者通过计算1990年以来最终消费需求、总投资需求和净出口三者对我国经济增长的贡献率发现,除个别年份外,最终消费需求对经济增长的贡献起着主导作用.中国有着巨大的消费市场,消费需求对经济增长的拉动作用更显重要.
6. 期刊论文 [消费需求变化趋势](#) -[农村养殖技术](#)2002, ""(19)
社会生产力的发展,买方市场的确立,收入水平的提高,使人们的消费观念、价值导向、行为方式等方面发生了重大变化,消费需求呈现出新的特征和态势.
7. 学位论文 [刘二丽](#) [开拓农村消费市场的制约因素前景与途径研究](#) 2000
全文分五章展开论述:第一章概述了与该研究有关的六个理论,将这些理论作为全文研究的理论基础;第二章客观分析了中国农村消费市场的现状特征,认为中国农村消费市场具有潜力巨大、需求结构变化明显、消费需求呈现多样性、发展不均衡等特点;第三章简单分析了农民收放、农村流通体系、产品适需程度、农村消费环境等因素在开拓农村消费市场中的作用,在此基础上,详细阐述了每一因素的现有状况对开拓农村消费市场的制约;第四章利用1998年湖北省3200户农村住户抽样调查分组资料,借助ELES模型,定量分析了农村居民消费需求的变化趋势,基于上述分析,指出未来几年农村消费市场的需求前景;第五章结合前文的分析,有1针对性地提出开拓农村消费市场的有效途径.
8. 期刊论文 [范法明](#), [郭志军](#) [消费需求变化趋势及顺应对策](#) -[商场现代化](#)2001, ""(1)

进入90年代以来,我国的市场供求关系发生了历史性的转变,由长期的供不应求转为供过于求.买方市场的初步形成使得需求约束成为经济发展的主要矛盾.如何刺激消费的稳定增长,如何扩大消费领域,已成为全国上下都关注的重要课题.笔者试图通过分析国内市场需求变化的趋势,了解消费者真正的需求动态,从而为提供产品和服务的商家提供信息,达到促进消费增长、发展经济的目的.

9. 学位论文 [张方步](#) [知识经济下的消费者需求变化趋势与企业产品策略研究](#) 2007

人类社会在经历了农业经济、工业经济形态之后,正在大踏步地跨进知识经济时代.经合组织在1996年发表的一篇题为《以知识为基础的经济》的报告中指出,知识经济是建立在知识和信息的生产、分配和使用之上的经济.专家们预计,知识经济将占据21世纪国际经济的主导地位.

在知识经济浪潮下,消费者需求,产品特点和相应的产品策略必将随之发生变化.本文认为知识经济条件下消费者需求的变化呈现广泛化与高度化、情感化与感性化、个性化与多样化、健康化与绿色化、便利化与快捷化、复合化与关联化等的趋势特征,产品具备了新经济下的新特点,企业产品策略要考虑到消费者需求和产品特点的新变化,赋予产品高层次、情感化、个性化、绿色化、便利化、复合化的特性.

本文的研究思路是从知识经济的理论探讨出发,深入研究知识经济的背景、发展和成熟的过程,研究知识经济的主要特点,从宏观到微观,探讨知识经济对消费者需求变化因素的影响,总结消费者需求变化的主要趋势.并通过分析产品变化的一般特点,将消费需求变化与新的产品特点相结合,探讨在知识经济条件下的产品策略.本文共分为五个部分:

第一部分通过对美国新经济的有关情况的探讨,引出知识经济的主题.结合对知识经济背景、产生原因,以及有关理论研究的综合分析,总结出知识经济的主要特征.

第二部分着重于消费需求变化趋势的研究.结合知识经济特点及影响的分析,研究影响消费者需求变化的主要因素.通过分析这些可能引起消费者需求变化的物质、文化、社会、自然、技术等环境,以及消费者个人心理等因素的发展、变化,从而总结出消费者需求变化的主要趋势.

第三部分结合知识经济的特点和消费者需求的变化分析知识经济下产品变化的一般特点.

第四部分通过以上分析的结果,探讨企业产品策略.并根据消费者需求的主要变化趋势探讨相应的产品个性化、情感化和复合化策略.第五部分是关于本文的总结.

10. 期刊论文 [屠文娟,陈浩](#) [江苏省城镇居民消费需求实证分析-现代经济探讨2002,""\(7\)](#)

扩大城镇居民消费需求对于拉动GDP增长具有重要的现实意义.本文对江苏省城镇居民的消费需求进行了定量和定性分析研究,并预测了未来的变化趋势.针对江苏城镇居民现阶段消费结构的特点和变化趋势,结合制约消费的影响因素提出了若干对策和建议.研究结果对于推动江苏城镇居民消费升级,进而扩大江苏消费需求,拉动江苏经济增长具有积极的意义.

引证文献(1条)

1. [邵舒宏,齐俊波](#) [浅析消费需求主要变化趋势](#)[期刊论文]-[吉林农业科技学院学报](#) 2008(4)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_syyj200703012.aspx

授权使用: 东北师范大学图书馆(dbsdt), 授权号: 1eb4c3a7-f648-417a-964e-9df400f5b165

下载时间: 2010年9月17日