

消费心理分析

-----儿童、青年、老年



消费心理学分析



儿童的消费心理

- 儿童期是个体消费的依赖期，他们的消费内容，很大程度上由成人作出选择，而他们的购买能力和购买意愿等，都不同程度地依赖家长的帮助。
- 影响儿童购买玩具的重要因素：**WAWATOU** ①.玩具有安全性；②.玩具有助于技能和创造力的培养；③.玩具对孩子的吸引力；④玩具的年龄特征。（前两个是以家长购买心理为主，后两个因素才是儿童的购买心理。）
- 儿童的消费特点：**A.**消费能力逐步提高；**B.**消费需求日益复杂；**C.**儿童消费的模仿性强,趋同心理明显





心理学分析

由生理性需要向带有社会内容的需要转变

刚出生的婴儿，主要以生理性的需要为主，随着年龄的增长，他别是社会环境的影响，儿童消费需求的范围逐渐扩大，从上幼儿园开始，社会的影响逐渐增大。



消费心理学分析



消费需求日益复杂

随着年龄的增长，儿童消费内容和范围逐渐扩展，由过去满足纯生理性需要的单一生活必需品，逐渐向满足心理需要，社会需要的消费品扩展，对商品的质量外观颜色和功能逐步产生了更高的要求，希望购买的商品不仅好玩而且好用，消费动机日趋多样化，随着年龄的增长，求美求胜的动机逐渐处于主导地位。



消费情绪从不稳定到比较稳定

在儿童初期，消费情绪变化较大，一旦需要得不到满足，就大哭大闹，对消费对象时而喜欢是而不喜欢，并且易受他人影响。婴幼儿时期其消费情绪是极其不稳定的，随着年龄的增长，儿童的情绪控制力逐渐增强，消费情绪从不稳定发展到比较稳定。



消费心理学分析

■ 由模仿性的消费转变为个性化消费

儿童的模仿性非常强，尤其在学龄前，别的小朋友有的零食，玩具等自己也要有，一定要让父母设法买到。随着年龄的增长，其自我意识不断增强，模仿性逐渐被个性所取代，购买行为也有了一定的动机和目标。



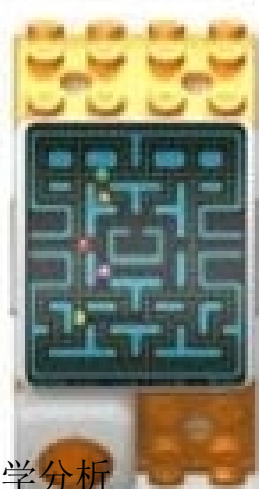
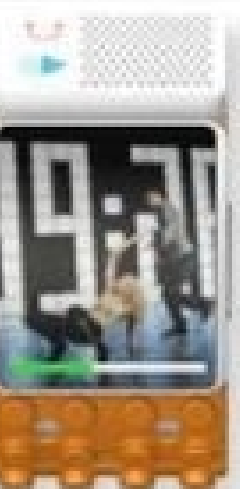
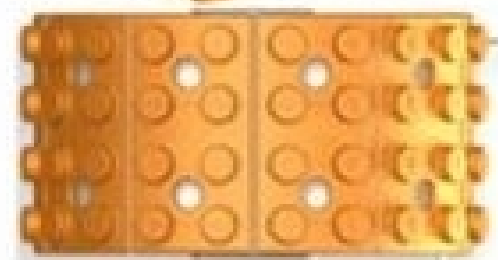




消费心理学分析

 赛博士梦工厂
DreamCybot.com

www.ChinaVisual.com 视觉中国



消费心理学分析





青年的消费心理

- 青年人,他们可以独立掌握自己的消费开支,消费能力相对最强,但是,生理成熟并不意味心理的成熟,表现为独立性和依赖性共存,强烈的求新,求异,与识别能力低的矛盾.情绪热情奔放,追求时尚和缺乏理智判断的矛盾以及理想与现实的矛盾.
- 经常表现为这样的情况:人家没有的想要有,人家有的要跟着有,人家都有的不想有.购买动机的炫耀欲和同调性也很突出.
- 青年人是时髦产品的最主要的顾客,青年人求美,求名的心理亦强烈,他们欣赏美,创造美.他们购买的商品,不但要求产品造型美观,还注重包装,装潢,色彩的美感.

青年消费心理

- 青年消费者人口众多，也是所有企业竞相争夺的主要消费目标。因此，了解青年消费者的消费心理特征，对于店铺的经营和发展具有极其重要的意义。一般来说，青年消费者的消费心理特征具有以下几点：



追求新潮的青少年往往一看到新款式的数码产品等就想购买

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/295130041101012010>