

<<富人的钱最好赚>>

图书基本信息

书名：<<富人的钱最好赚>>

13位ISBN编号：9787501790623

10位ISBN编号：7501790620

出版时间：2009-6

出版时间：中国经济出版社

作者：陈玉辉 编

页数：214

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>

## <<富人的钱最好赚>>

### 内容概要

中国已经有了一个庞大的百万富翁群，并且规模在逐年扩大。

而富人阶层所追求的生活方式和消费方式，更为众多商家们提供了充满诱惑的无限商机。

摸透富人的心理，握住富人的手，赚富人的钱，正渐渐成为时尚，更是投资创业的一个极好的机会。

本书从中国的富人群体的特征、心理、消费习惯、消费倾向和专项营销等方面进行了详细的叙述和分析，既可以满足一般企业的客户营销需求，也可以成为高级管理人员制定企业战略的参考。

## &lt;&lt;富人的钱最好赚&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 庞大的中国富人群 中国拥有世界上最快速增长的富人群 富人的钱最好赚 中国富人的特点 中国现阶段富人的发家史 “知本家”，经济时代的英雄 暴发户，财富积累的先行者 第二章 摸透富人的消费心态 中国富人的生活状态 中国富人的消费心态 主流富人：追求美国梦式的消费 高端富人，炫耀式的消费心态 新富人群：千差万别的消费心态 中国新富人群的大消费趋势 富姐，富人群中的靓丽风景线 第三章 奢侈品行业的蓬勃商机 中国已经成为奢侈品最大买家 中国奢侈品牌的消费主力：成功人士 消费目的：显示身份获取认同 消费态度：逐渐理性和宽容 渴望奢侈是人性的一种本能 奢侈品牌的内在涵义 未来的奢侈品，将追求必需品 精心打造优越奢侈的形象 设计奢华包装和精美外观 强烈追求个性化和品牌创意 渲染富贵的文化价值 打造超一流的品质 采用撑竿跳跃定价法 只为有钱人服务 信奉知名度高于一切的法则 第四章 高级定制：另一种生活品质 高级定制：另一种生活品质 只属于我的服装 高级定制由来已久 怎样才算是高级女装？ 揭开高级服装的秘密 中国，顶级品牌的必争之地 第五章 方兴未艾的顶级私人服务 私人服务商机无限 私人理发师 私人健身教练 私人保镖 私人医生 私人律师 私人心理顾问 宠物的私人服务 其他私人服务 第六章 富人们的豪宅名车 富豪最喜欢到哪买房 私人度假豪宅，看得见风景的房间 城市高端住宅，投资的新风尚 豪华酒店在中国的“野蛮生长” 抓住城市高端住宅的三个趋势 营销豪宅，赚富人的钱 高端家居产市场潜力巨大 抢占高端家居的空白点 顶级豪车在华销售逆市增长 有多少人愿意把钱“扔向大海” 私人游艇，真正的富人消费 中国特色的游艇营销 私人飞机的爆炸式增长 私人飞机，小时候命的空中奢华套房 第七章 富人们的美酒佳肴 像贵族那样吃 雪茄的神秘奢侈力量 雪茄的定制与收藏 新概念型私家酒窖的革新 第八章 富人用钱买生活 高级会所 富人在会所里做什么 富人的高端玩具 中国富人的海外旅行高消费 为富人的旅游服务 私人博物馆 富人的户外运动 富人的培训班 高尔夫=富人俱乐部 奢华的社交——马球 中国富人的慈善事业 富人休闲产品的开发 第九章 生财有道，私人财富管理 富人的五种理财观 顶级的私人银行服务 富豪渴望私密理财 保险箱藏宝在富人中流行 富人的投资心态 葡萄酒的另类投资之路 葡萄酒的投资收益稳定 葡萄酒投资的四大方式 钻石投资成新宠 中国富人急需遗产继承服务 新兴的继承人教育服务 第十章 做好富人的营销 富人如何花钱 高收入并不代表乱消费 学会观察富人 抓住富人的心态来营销 富人的“全面体验消费” 采用会员营销，设置会员访问激励 配套经营产品的差异化定位 准确定位品牌

## &lt;&lt;富人的钱最好赚&gt;&gt;

## 章节摘录

第一章 庞大的中国富人群中国现阶段富人的发家史中国富人致富的原因简而言之是“市场化的结果”，可以分为四个阶段：第一阶段：市场化的最早期，是流通领域的市场化。

最主要进入这一领域的是待业青年，甚至两劳释放人员等城市边缘人群，相对文化层次较低。

在80年代中期，他们以个体户之名而存在。

企业推行承包制以后，他们或敢于承担风险的人走上“先富起来”的道路；或从国家落实各项政策而得到一笔补偿资金并借其受益；或借国家鼓励私人经济发展时机先“下海”。

他们通过相对简单的方式迅速获取财富，由此形成了中国的第一批高收入群体。

第二阶段：生产资料领域的市场化。

这一时期开始于80年代中后期，当时国家实行部分生产、生活资料和贷款价格的“双轨制”政策是促成这一领域市场化最重要的动因。

钢铁、木材还有土地等等在计划内外的倒腾，十分容易取得超额利润。

这一特殊群体因此而享用了价差带来的6000亿元财富，这样就诞生了中国的第二批高收入者。

第三阶段：金融领域的市场化。

随着金融债务、上市公司的大量出现，中国又诞生了第三批高收入者。

他们是20世纪80年代末、90年代初期最早涉足证券市场的投资人和证券从业人群，是房地产业投资人，也是倒卖各种指标、出口配额等人群。

第四阶段：知识与技术市场化。

发生于90年代中期的这一过程，比前面的所有过程来得更为迅速。

他们是科技技术成果转化获益者，也有相当多的特殊职业者，如影视明星、体育明星、作家等。

这些富人群体所获得的财富是在市场经济条件下的致富舞台上获得的，有合理的因素也有不合理的因素。

但由于选择了走社会主义市场经济的道路，就意味着要接受贫富差距的客观事实——市场竞争优胜劣汰必然造成贫富差距。

时事造英雄，能够光明正大跻身于社会顶尖的富人俱乐部，是当之无愧的成功者。

财富的积累一般来说都需要依靠一定的资本。

目前中国的富人之所以成功，主要依靠三个因素：一是货币资本和智识资本，一是权力资本，此外还有“第三种力量”——人际关系及名誉等无形资产。

第一类富人是靠勤劳和智慧致富。

在这类富人阶层中，其绝大多数是通过自己的努力，靠发挥聪明才智，积累起雄厚的财富。

他们一部分是靠办实业起家的，也有人靠贸易发迹的，也有靠信息起步的。

无论他们致富手段是如何形形色色，但共同之处是抓住了机遇，看准了就干。

这些人都是通过为社会创造了巨额财富而富起来的。

这些人致富，富得比较辛苦，富得也比较平稳。

他们不是一夜暴发，而是通过多年资本积累和滚动富起来的。

中国有产者靠勤劳致富的占绝大多数，他们比较能够较长时间地活跃在中国成功企业家的舞台上。

国家所提倡的勤劳和诚信致富就是指这类人勤奋刻苦、踏实肯干，不断地搜集资讯，善于掌握新知；不断地学习别人的经验，因为成功最重要的秘诀，就是学习别人的经验。

对于商界群雄，这几方面值得借鉴。

谁是中国最富的人？

2008年，中国迎来改革开放30周年，而“胡润百富榜”系列及“慈善榜”则从一个侧面记录了这30年当中最精彩的10年！

50人的富豪榜（1999—2000年）1999年，红色资本家荣毅仁家族成了当仁不让的首富，而牟其中则是第一位落马富豪。

2000年，荣毅仁家族蝉联了首富。

100人的“百富榜”（2001—2004年）2001年，从事饲料行业的刘永行、刘永好兄弟当上了首富。

## &lt;&lt;富人的钱最好赚&gt;&gt;

杨斌、仰融依次位列第二，三位。

2002年，荣智健家族再次当上首富。

这一年排榜时明显感到企业家的压力比往年大，因为今年杨斌、仰融出事；年中还曾炒过一段富豪不交税的新闻。

2003年，在32岁的IT精英丁磊当上首富的同一天，“神五”凯旋，杨利伟当上了中国的航天英雄。

榜单也开始多元化，首创了“IT富豪榜”、“强势榜”、“2003资本控制五十强”和“2003房地产影响力人物五十强”。

2004年，黄光裕当上首富。

这一年，国美、物美、苏宁先后上市，永乐也在上市途中，“零售富豪榜”对这个行业重新进行评估。

400人的“百富榜”（2005年）2005年，黄光裕蝉联首富。

上榜富豪400位，门槛为5亿元。

他们的总财富相当于2004年中国GDP的4%，10月12日，榜单发布，同一天“神六”发射。

高涨的油价已成为最热门的经济问题，出现了“能源富豪榜”；随着上榜富豪的大幅增加，又出现了“金融富豪榜”。

500人的“百富榜”（2006年）2006年，张茵成为中国第一位女首富，她也是全球最富有的女白手起家者。

500位上榜富豪的总财富相当于2005年中国GDP的6%，35位女性上榜，这一现象直接催生了“女富豪榜”。

“钢铁富豪榜”直观显示民营钢铁企业发展的两种模式：产业链一体化和并购重组。

房地产业造就了最多的富豪，“房地产富豪榜”是所有行业子榜单里门槛最高的。

800人的“百富榜”（2007年）2007年，26岁的杨惠妍以财富1300亿元成为首富。

75位身价突破100亿元，800位上榜富豪的总财富相当于2006年中国GDP的16%。

这一年，增加了四个榜：“医药富豪榜”，因为人们更关注健康了。

“套现富豪榜”是看谁的现金多。

中国菜很好吃，“餐饮富豪榜”首富“味纤拉面”掌门人潘慰卖的竟然是日本面条。

2008年北京开奥运会，“服装富豪榜”，李宁以财富110亿元排名第三。

2007年中国股市“全民狂欢”。

1000人的“百富榜”（2008年）2008年，将不再是真正意义上的百富榜了，而是“千富榜”。

首富还没有最终确定，但可以肯定的是，富豪的财富相比去年有大幅缩水。

在20世纪的最后20年里，中国社会发生了巨大的变迁。

其中最为人瞩目的是，在原有的社会人群中，出现了一种新型人群。

如今正以每年8%速度飞速增长的中国经济，在中国造就了一个懂得将机遇转化为财富的新阶层。

他们中的85%集中在25~39岁，多出生于20世纪60年代中后期和70年代；在教育程度分布上，75%接受过大学以上教育，具备良好的知识素养；在职业分布上，近50%为企业中高层管理者、专业技术人员和政府公务人员，涵盖社会主流群体和中间阶层。

中国新富的财富主要由稳定的高薪收入、住房、金融资产以及价值较高的家庭耐用消费品构成。

其中，90%拥有自己的房产，78%拥有汽车，100%拥有各种金融资产。

中国新富在消费方面具有极强的品牌忠诚，对索尼家电、IBM笔记本电脑、欧米茄手表、香奈尔香水、世界商业评论（中文版）、假日酒店（Holiday）、德国汉莎航空等国际品牌情有独钟。

这是一个拥有大量可支配收入、在社会中具备举足轻重影响力的消费群体，广受媒体与研究机构的关注。

从年龄构成来看，这一人群大致可以分为三代：上世纪四五十年代出生者，他们教育水平较低，但敢于冒险，通过从事贸易致富；上世纪五十年代末、六十年代初出生者，他们大多通过电子业和服务业积累财富，构成了今日新富的主体；上世纪六十年代末、七十年代初出生者，他们主要通过信息业和科技行业获取财富，被称为“IT英雄”。

他们大批涌入高收入群体，成为高收入群体的一份子，使这个群体的社会构成发生了根本的改观，人

## <<富人的钱最好赚>>

们将其称为“新富人”。

他们获取财富的途径、他们的社会政治心态和社会政治地位以及他们与其他社会群体（尤其政府官员）之间的关系也随之改变。

这一群体的形成过程、生活方式及媒体消费习惯，都是商家们需要探究的。

在这一新富群体中，以下几类人群在高收入群体中的比例不断上升。

第一类人是部分原国有、集体企业负责人或管理人员。

国有、集体企业改制使大批原国有、集体企业负责人或高层管理人员成为企业主或股东，他们拥有一定的企业资产和较高的收入。

第二类人是借助权力背景下海经商的人。

这些人因拥有权力资源而较易在商界中取得成功，从而积累了一定的财富并获得较高的收入。

第三类人是三资企业特别是跨国公司的中高层管理人员及专业技术人员。

有许多外资企业用中方雇员取代来自海外的雇员担任中高层管理人员和专业技术人员，这些人往往有很高的收入，其中有些人还参与分红或拥有股份。

第四类人是原先的专业技术人员下海经商。

知识分子下海经商特别是高等学府教员下海经商是中国很独特的现象。

大批中青年专业技术人员下海创业，加入了高收入群体。

这类人常常被称为儒商。

第五类是社会上层，由政治精英和改革开放以来富裕起来的人群构成。

他们通过权力运作来获取财富。

高收入群体当中有相当一部分人是通过直接或间接地运用权力来致富的。

这一新富群体是改革开放后出现的新阶层，成长迅速，目前在中国城镇人口中，约有四千万人。

他们占有知识资本及职业声望，以从事脑力劳动为主，主要靠工资及薪金谋生，具有谋取一份较高收入、较好社会环境及条件的职业就业能力、和相应的消费能力，有一定的闲暇生活质量，对其劳动工作对象拥有一定的支配权，具有公民公德意识及相应社会关怀的社会地位分层群体。

<<富人的钱最好赚>>

编辑推荐

《富人的钱最好赚》由中国经济出版社出版。

<<富人的钱最好赚>>

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>