1.消費者群體形成的原因

消費者群體的形成是消費者的內在因素和外部因素共同作用的結果。

1. 消費者因其生理、心理特點的不同形成不同的消費者群體

消費者間在生理、心理特性方面存在差異，這些差異促成了不同消費者群體的形成。根據消費者自身生理及心理特點劃分的各個消費者群體之間，在消費需求、消費心理、購買行為等方面有著不同程度的差異，而在本群體內部則有許多共同特點。

(2)不同消費者群體的形成還受一系列外部因素的影響

這些外部因素包括:生力展平、化景、民族、宗教信仰、地理氣候件等，它們對於不同消費者群體的形成具有重要作用。

不同的職業導致人們勞動環境、工作性質、工作内容和能力素質不同，心理特點也有差異，這種差異必然要映到消費習慣、購買行為上來。此外，文化背景、 民族、 宗教信仰、地理氣候條件等方面的差異， 都可以使一個消費者群體區別於另一 個消費者群體等。