

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

图书基本信息

书名：<<用棒棒糖卖洗衣机>>

13位ISBN编号：9787229023454

10位ISBN编号：7229023459

出版时间：2010-6

出版时间：重庆出版社

作者：方圆，王晖龙 著

页数：220

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>

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

前言

慧眼识真相你知道超市里为什么会有节日促销吗？

你知道他们是怎么用棒棒糖卖掉洗衣机的吗？

你知道自己为什么会买不需要的东西吗？

你知道赌徒总是输得精光的深层次原因吗？

你知道不能借钱给朋友背后的道理吗？

你知道人们对爱情和婚姻总是做最坏的打算吗？

你知道为什么没钱不幸福而有钱了还是不幸福吗？

你知道真正的幸福是自由地支配时间和精力吗？

你知道幸福与网络、读书这些因素存在联系吗？

……本书将会为你分析这些问题的答案，告诉你事情的真相。

本书不仅仅是要告诉你这些真相，本书还想通过这些已经展示的答案和分析，让你自己对本书尚未涉及到的生活现象进行分析和揭示，本书的目的在于授“君”以渔。

那么，这究竟是一本什么样的书呢？

这是一本有关经济学的书。

经济学？

！

别害怕，这本书里没有吓人的术语，没有复杂的公式，更没有难以理解的语言，它只是生活里的小故事和小智慧。

我们为你揭示的是生活中时时伴随在你左右的价格、金钱、交易的真相。

这也是一本有关心理学的书。

心理学？

！

不要慌，这本书里不涉及深奥难懂的概念，不涉及枯燥乏味的实验，更不会陷入神秘怪异的圈子里，它只是日常生活和现实状况的直观反映。

我们为你揭示的是人们司空见惯的想法、行动、作为的真实原因。

当然，这还是一本故事书，本书收录了许多有趣的例子，以短小的篇幅，从你熟悉的生活场景——超市、客厅、餐厅、电影院等场所出发，谈论你感兴趣的话题——价格、产品、朋友、爱情、幸福等内容。

本书旨在还原事物的本质，为你展示生活本来的面目，最终的目的是让你拥有一双慧眼，让你通过对所见、所闻、所感到的事件和行为的分析，了解事情背后的真相，对你所处的世界万事万物能够了然于胸，对你所经历的世间万千气象变幻能够恍然大悟。

这本书适合那些想要探寻日常生活现象背后玄机的人阅读，这本书也适合那些想要通过少量阅读就对经济学和心理学常识有所了解的人，当然，这本书也适合于把阅读当作一种休闲的人士。

如果你正在犹豫是否趁商场打折而去扫货，如果你正在考虑去哪里卖一台电脑，如果你正在疑惑算命先生对你说的话是否可信，如果你正在为是否借钱给朋友而为难，如果你为爱情与婚姻究竟是怎么回事而正伤脑筋，如果你正在思索人生的幸福之舟在哪里，那么，请翻开本书阅读吧！

一次趣味阅读之旅即将在你眼前展开。

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

内容概要

一本让你生活得更睿智的趣味经济学读本！

你也可以成为生活中的经济学家：生活中时时伴随在你左右的价格、金钱、交易的真相，人们司空见惯的想法、举动、行为背后的真实原因。

告诉你那些司空见惯日常现象背后的秘密！

绝对让你大吃一惊！

你知道超市里为什么会有节日促销吗？

你知道自己为什么常常会买不需要的东西吗？

你知道人们为什么会相信流行的星座说法吗？

你知道公交车门口总是最拥挤的原因吗？

你知道赌徒总是输得精光的深层次原因吗？

你知道不能借钱给朋友背后的道理吗？

如果你正在犹豫是否趁商场打折而去扫货，如果你正在烦恼究竟该不该跳槽；如果你正在为爱情与婚姻究竟是怎么回事而大伤脑筋，如果你正在思索人生的幸福之舟在哪里……

本书从行为经济学的角度出发，为读者揭示生活中时时伴随在你左右的价格、金钱、交易的真相，人们司空见惯的想法、举动、行为的真实原因。

并且，所有这一切不是通过深奥难懂的经济学或心理学来进行阐释的，而是许多有趣的例子，从你熟悉的生活场景——超市、客厅、餐厅、电影院等场所出发，谈论你感兴趣的话题——价格、产品、朋友、爱情、幸福等内容。

本书除了为读者还原日常生活中司空见惯的现象背后的本质，为读者展示生活的本来面目之外，更加注重告诉读者如何拥有一双慧眼，让读者在阅读本书之后能够对自己所见、所闻、所感到的事件和行为进行分析，了解事情背后的真相。

从而，能够在自己为某件事情犹豫不决的时候，真正做出理性的决断。

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

作者简介

方圆，硕士学历，近十年一直从事图书出版工作，主要负责图书项目的运作，为多套图书的主编。

王晖龙，出生成长在内蒙古，汉族人。
毕业于北京某高校的理科专业。
爱好读书，出版作品多部。

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

书籍目录

序言：慧眼识真相第一章 超市里的学问 超市里的节日促销 用棒棒糖卖掉洗衣机 产品降价带来销量大增 需求弹性 产品价格越高，买的人却越多 购物返券，却不直接打折 产品降价不一步到位 天天平价，却不样样平价 顾客在购买心理 “事与愿违”的销售结果 人为什么会买自己不需要的东西第二章 你对价格敏感吗 机票打折，火车票却不打折 预约打折，直接上门却不打折 优惠券发给了“不需要的人” 亚马逊的涨价券 价格歧视 公交车便宜的真实原因 看不懂的出租车计费方式 稀缺性 畅销书特价，热门电影却会涨价 钻石很贵，水却很便宜 空气无限多，却有收费氧吧 人为制造的短缺 从“郁金香”到“向日葵”第三章 每个人都有一个心理账户 赌场上，到底输了多少 损失与未得，感觉大不同 心理账户 出租车司机的心理账户 刷卡消费 拥有时与失去时，感觉完全两样 现金变成度假，为什么反而高兴 省钱一样多，行为却不同 大钱小花，小钱大花 送礼的讲究第四章 认知上的偏差 送礼时，礼物越贵越好吗 顺序也会影响判断 一个无关的参考 认知偏差 黑比白贵，苹果笔记本的颜色也值钱 乔布斯6大谎言 从众心理 责任分散 堵车问题的背后 限行并非最佳决策 拥挤的公交车门口第五章 真的假不了，确实如此吗？

算命的“复兴” 流行的星座说法 证实偏见与后视偏见 命在天定，而事在人为 星座相配与八字不合 期待效应 自我期许的力量 冷眼看股市第六章 偏离还是回归 计划总也赶不上变化 过于自信 过于自信的优点 锚定效应 “维多利亚的秘密”的秘密 表扬和批评，哪个更有效 中值回归 滥用概率规律第七章 过去决定了现在？

换工作，却不换行业 路径依赖 火箭助推器，由两匹马屁股的宽度决定 戴尔模式 相似的物品，不同的规格和标准 百事可乐的名人广告策略 权威效应 走入误区的名人广告 名人广告的原则 广告代言的罪与罚第八章 人际交往的背后 为什么不能借钱给朋友 借钱的学问 帮助朋友不是为了结个仇人 个人空间理论 与同事相处之道 怎样与难缠的同事打交道 同性与异性，区别对待 异性效应第九章 爱情的迷局 爱情本身是一场交易 爱情中的博弈 能够相信一见钟情吗 爱情为什么总以悲剧收场 爱情是两个人需求的互补 爱情有效期 结婚的动力在哪里 同居与离婚 男人爱撒谎，红颜多薄命 人们总是把婚姻做最坏的打算第十章 幸福从何处来 有钱才谈得上幸福 有钱却不一定幸福 幸福与经济学 时间、健康与幸福 真正的幸福是自由 利基与人的自由 利基时间 网络对幸福感的影响 读书与幸福 写在最后：要不要买下这本书

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

章节摘录

你微笑着送走那个年轻女士后，又一次与全家人共享了棒棒糖的美妙滋味，同时，你们全家人坐在一起，“研究”了超市的宣传海报，并且最终真的认为，那位超市女孩推荐的产品物超所值，考虑了一下之后，你决定将自己家里的洗衣机送给父母，重新再买一台新的。

第二天下班以后，你们全家人就迫不及待地来到了那家超市，买下了那台洗衣机，有趣的是，超市方面同时送给了你相当于前两次三倍数目的免费棒棒糖。

优惠券总是发给了那些“不需要的人”，这也就是为什么很多餐厅、娱乐休闲场所不在自家门口发放优惠券，而是在距离门店较远地方发放的原因，因为已经到了店门口的顾客不需要进行争取也会原价消费，而那么“远处”的人，优惠券对他们有着巨大的吸引力。

电子账户上资金的变化，比从口袋里直接掏出现金支付给对方，给人们的刺激要小得多，这也许就是刷卡消费流行的缘故吧。

越来越多的大型超市、商场、餐厅都开始接受银行卡（当然包括信用卡）刷卡付款，人们在享受便捷的同时，是不是也发现自己的购买欲望更强烈呢？

觉得算命先生的话“很准”的原因，就是巴纳姆效应在自己身上发挥了作用。

在人们认识自我的时候，容易被共性欺骗。

人很容易相信一个笼统的、一般性的人格描述，即使这种描述十分空洞，仍然认为它反映了自己的人格面貌。

心理学家在一个研究中发现，如果要评价自己的驾驶水平在一群人中的位置，90%的人都说自己的驾驶技术要在平均水平以上，而很少有人说自己比平均水平要差。

但是事实上，根据平均水平的定义，只能有50%的人的驾驶技术高于平均水平，而另外一定有50%的人的驾驶技术低于平均水平。

要不要买下这本书，要看你究竟怎样理解友谊、爱情和幸福。

我相信，在当今的时代里，已经没有人把朋友定义为非得是现实中天天见面的熟人，如果你通过阅读本书，觉得作者与你心有灵犀，那么也可以称得上是朋友了。

你对爱情和幸福的理解，同样可能影响你是否购买本书，有的人觉得能够阅读一本好书是幸福的事情，而有的人却不这么认为。

.....

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

媒体关注与评论

我承认，我是被这个书名给吸引过来的。

看了这本书，有一种“上当”的感觉，因为从头看到尾，我没有发现作者提供一丁点的“阴谋诡计”，反而是把我们平时想也没想过的现象，进行了分析，给出了这些现象之所以存在的原因。

虽然“上当”，却觉得很值，因为有所收获。

还想说的是，开始看这本书的时候，本来是想要休闲一下随便翻翻的，没想到作者太狠了，每一节的最后都故意设置一个悬念，害得我不得不继续读下去，结果是一口气就看到了最后一页。

——网友 呜呼呜呼 我以前也读过一些类似的书，但这本书给人的感觉很新颖。

虽说有些故事或是理论以前听说过，但从来没有像作者那样进行过思考。

在看了这本书以后，最大的影响就是，当我去超市的时候，看到超市里货架的摆放和纷繁复杂的价签，我自己就会禁不住琢磨超市这样做的原因，并且大多数时候能够思考出一个不错的答案来；有时还能看出来他们做得不好的方面，神了！

——网友 饱人 这本书讲到爱情和幸福的部分，实在是给了我太多的惊喜。

我一开始看到那样的标题，本来是嗤之以鼻的，但还是没控制住好奇心去读了一下，没想到还真的被作者给说服了，原来爱情、幸福也可以那样去理解。

希望大家都能拥有一份好的爱情，希望大家都幸福，祈祷中！

！
！

——网友 罗曼蒂克娃 这本书的后记是我所见过的最雷人的后记，但是它很特别，我喜欢。

——网友 后现代

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

编辑推荐

1. 当今社会阅读中最流行的通俗经济学读物与通俗心理学读物的联合体,《用棒棒糖卖洗衣机:司空见惯背后的玄机》对这两门显学进行了最好的糅合,内容为与人们日常行为紧密相关的行为决策范畴。
2. 《用棒棒糖卖洗衣机:司空见惯背后的玄机》通过对事情真相的揭示,对当事人的双方都给予启示。如在产品销售过程中,既有对消费者有用的提示,也有给商家提供的建议。
3. 《用棒棒糖卖洗衣机:司空见惯背后的玄机》涉及大多数人们感兴趣的话题,但又不至于庞杂无序,整本书连贯一体,给人最愉悦的阅读体验。

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

名人推荐

我承认，我是被这个书名给吸引过来的。

看了这本书，有一种“上当”的感觉，因为从头看到尾，我没有发现作者提供一丁点的“阴谋诡计”，反而是把我们平时想也没想过的现象，进行了分析，给出了这些现象之所以存在的原因。

虽然“上当”，却觉得很值，因为有所收获。

还想说的是，开始看这本书的时候，本来是想要休闲一下随便翻翻的，没想到作者太狠了，每一节的最后都故意设置一个悬念，害得我不得不继续读下去，结果是一口气就看到了最后一页。

——网友 呜呼呜呼我以前也读过一些类似的书，但这本书给人的感觉很新颖

。虽说有些故事或是理论以前听说过，但从来没有像作者那样进行过思考。

在看了这本书以后，最大的影响就是，当我去超市的时候，看到超市里货架的摆放和纷繁复杂的价签，我自己就会禁不住琢磨超市这样做的原因，并且大多数时候能够思考出一个不错的答案来；有时还能看出来他们做得不好的方面，神了！

——网友 饱人这本书讲到爱情和幸福的部分，实在是给了我太多的惊喜。

我一开始看到那样的标题，本来是嗤之以鼻的，但还是没控制住好奇心去读了一下，没想到还真的被作者给说服了，原来爱情、幸福也可以那样去理解。

希望大家都能拥有一份好的爱情，希望大家都幸福，祈祷中！

！
！

——网友 罗曼蒂克娃这本书的后记是我所见过的最雷人的后记，但是它很特别，我喜欢。

——网友 后现代

<<用棒棒糖卖洗衣机>>

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>