第一图书网, tushu007.com

<<父母和孩子一起读的经济学>>

图书基本信息

书名：<<父母和孩子一起读的经济学>>

13位ISBN编号：9787308090032

10位ISBN编号：7308090035

出版时间：2011-8

出版时间：浙江大学出版社

作者：廖康强

页数：148

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

前言

对于孩子的未来而言，经济学是一门非常重要的学问。
可事实却是，绝大多数家庭都重视对孩子进行各种素质教育，包括奥数、钢琴、舞蹈、英语、书法、美术等，却唯独缺了经济学的教育。
有经济学家曾对100名3—8岁的儿童进行过调查，问他们的钱是从哪里来的。
得到的最多的答案是：“钱是从妈妈的钱包里掏出来的”：其次是“钱是银行给的”；再次是“钱是售货员阿姨给的”；只有20%的孩子说，钱是上班挣来的；其中最有意思的答案是“钱是长在树上的，因为我听妈妈说过有摇钱树”。
在某理财夏令营举办的购物比赛中。
主办方要求每组孩子用200元购买规定的生活、学习、游戏用品。
没想到孩子们的理财意识非常的淡薄，买东西漫无目的。
有些孩子花了近一半的钱只买了规定的一件物品。
在某市，一名高二的学生过年收到了3000多元压岁钱，没几天就在网吧“泡”光了。
他如此快速花钱的理由很简单，那就是：“这笔钱来得太容易了。
”一对二十几岁的小夫妻，当他们自己成家立业时，看到每个月的房租、伙食费、水电费震惊不已，跑回家去找自己的妈妈……报刊媒体近几年兴起了两个新名词：月光族——每月收入每月花光的工薪阶层：啃老族——成年后不工作啃父母老本的新“寄生虫”，也指伸手向父母要钱买车、买房、买享受的青年人。
以上种种都充分说明，中国的孩子对经济学知识非常陌生。
甚至可以说是一片空白，自然也就更谈不上有理财意识了。
与此相反，世界发达国家的少年儿童则在很小的时候就了解和学习投资、创业、消费、理财等相关知识了，这让他们在18岁以后就可以独立生活，并能很好地处理遇到的一系列经济问题。
其实不只是孩子缺乏接受经济学的教育，很多父母对经济学知识也是似懂非懂。
不具备经济学知识的父母，自然也很难对孩子进行正确的经济学教育，甚至还会因为父母的不正确经济行为对孩子产生负面影响。
这样看来，在现在的中国，父母和孩子都有必要同时接受经济学的教育。
唯有如此，才能培养出有正确经济观的孩子，也才能为孩子创造一个富足的未来。
经济学研究的是人类的经济行为，被划为社会科学，但它又和财富与生产有关，涉及数量关系，兼具某些自然科学的特性。
也正因此，经济学往往被视为神秘和高深莫测的，让人“望而生畏”。
但是。
任何深奥的理论，都是从生活中提炼出来的，它也一定可以以最贴近生活的样子再被还原出来。
而本书的目的就是卸下经济学头上神秘耀眼的光环。
让它走进寻常百姓家，就算只是孩子，或是对经济学知识素无了解的父母，也一样可以读懂。
本书主要讲述人们在日常生活中会遇到的经济学现象，以那些与我们的切身利益息息相关的民生、消费、投资理财、日常生活等方面的事例为切入点。
并和大家一起来分析解读这些事例后面隐藏的经济学现象和经济学原理。
拥有一个富足的未来，是每个孩子的梦想，也是所有父母的心愿。
那么。
从现在起，父母和孩子都来共同阅读本书吧！

内容概要

廖康强编著的《父母和孩子一起读的经济学》主要讲述人们在日常生活中会遇到的经济学现象，以那些与我们的切身利益息息相关的民生、消费、投资理财、日常生活等方面的事例为切入点。
并和大家一起来分析解读这些事例后面隐藏的经济学现象和经济学原理。

拥有一个富足的未来，是每个孩子的梦想，也是所有父母的心愿。
那么，从现在起，父母和孩子都来共同阅读《父母和孩子一起读的经济学》吧！

书籍目录

前言
第一章 怎样获得更多的利益——消费经济学
1. “羊群效应”：理性消费不跟风
2. 价格歧视：别掉进商家的陷阱
3. “禁果效应”：让顾客主动购买的理由
4. “消费者剩余”：捂紧你的口袋
5. 信息不对称：买的为什么没有卖的精？

第二章 让你的财富迅速增值——理财经济学
1. “复利效应”：财富快速增长的秘诀
2. 储蓄：聚沙成塔的秘密
3. 保险：未来的“安全带”
4. 股票：股市有风险，投资需谨慎
5. 基金：省心的理财方式
第三章 经营好自己的生活——幸福经济学
1. “棘轮效应”：由俭人奢易，由奢入俭难
2. 合作博弈：团结才是力量
3. 沉没成本：不要为打碎的花瓶流泪
4. “节俭悖论”：欲望是成就财富的因素
5. “示范效应”：名人的作用
6. “蝴蝶效应”：细节决定成败
7. “边际量”：适度的才是对的
8. “破窗效应”：破了的窗户会更破
9. “青蛙效应”：生于忧患，死于安乐
第四章 你对自己满意吗——身价经济学
1. 比较优势：比较能让每个人的状况更好
2. 稀缺价值：物以稀为贵
3. “马太效应”：强者愈强、弱者愈弱的秘密
4. “木桶效应”：加长自己的“短板”
5. 机会成本：在“鱼”和“熊掌”之间选择
6. 美丽溢价：漂亮是一种资本
7. 劳动价值：什么决定了你的收入？

8. “替代效应”：大米贵了吃白面

章节摘录

第一章 怎样获得更多的利益——消费经济学“ 羊群效应 ”：理性消费不跟风先来看一个笑话：约翰是一位石油大亨。
有一次，他应邀到天堂参加会议，可当他走进会议室时，发现里面已经坐满了石油大亨，没有空的座位了。
主持会议的人对他深表歉意。
约翰满不在乎地笑着说，这不要紧，我自有办法。
于是，他冲着会议室的大门大喊一声：“ 快去地狱，在那里发现石油了！
”这一喊不要紧，正在开会的人们纷纷向地狱跑去，很快会议室变得空荡荡，就只剩下约翰还站在那里。
看着这一切，主持会议的人很吃惊，他对约翰说：“ 人都走光了，现在你可以进来了。
”此时，约翰心想，大家都跑了过去，一定是地狱里真的发现石油了！
于是，他也急匆匆地冲出会议室，快速向地狱跑去。
这个笑话说的就是一种跟风现象，这种现象在经济学上有一个名词，叫“ 羊群效应 ”，是说在一个集体里人们往往会盲目从众，在集体的活动中会丧失独立的判断，因此又称为“ 从众心理 ”。
动物学家们发现，大量羊群聚在一起时，是一种很松散的组织，平时在一起也是左冲右撞，行动非常盲目。
但如果在这群羊中有一只头羊先动起来，其他的羊便会一哄而上，没有谁会去考虑前面有狼还是有草地。
有人做过试验，将一根木棍横放在一群羊前面，如果有第一只羊跳了过去，马上，其他羊就会跟着跳过去，第二只、第三只……这时，如果有人故意撤走那根棍子，那些走过来的羊仍然像前面的羊一样，跟着跳过去，而全然不管拦路的棍子已经撤走了，这就是所谓的“ 羊群效应 ”。
在动物界里，不只是羊有这种现象。
法国科学家亨利·法布尔曾做过一个实验：他把很多松毛虫放在一只花盆的边缘，使其首尾相接连成一圈，然后又在花盆的不远处撒了一些松叶。
一连七天七夜，没有任何一只松毛虫吃到松叶。
它们只是一直一个跟一个地绕着花盆一圈又一圈地走，直到饥饿劳累而死。
松毛虫如此，而作为万物灵长的人类有时也同样难以摆脱这样的心理。
20世纪末，网络经济一路飙升，所有的投资家都在跑马圈地卖概念，IT业的CEO们义无反顾地往前冲，结果形成了一股网络潮。
2001年，泡沫破灭。
大家这时才发现在狂热的市场气氛下，获利的只是领头羊，其余跟风的都成了牺牲者。
所以，羊群里必然有两种羊：一种从众的，一种出众的。
前者总是看着别人干什么它就干什么，后者却能发挥主观能动性，也有可能只是偶尔脱离了羊群，但是，它们因为善于发挥主观能动性，所以总是能最先找到水草丰美的地方吃个饱，而其他的羊群跟上的时候就只有吃草根，或者连草根都没得吃了。
例如，在商场上，由于对信息掌握不充分或缺乏了解，投资者很难对市场未来的不确定性做出合理的预期，往往是通过观察周围人群的行为而提取信息，在这种信息的不断传递中，许多人的信息将大致相同且彼此强化，从而产生从众行为。
投资者就可以利用这种“ 羊群效应 ”总结出自己的市场预期。
所以你会发现，市场上新生产的商品不见得是大家离不开的，只是因为有人在造势，培养出了一部分消费者，跟从的人越来越多，商品就有了市场。
这就是为什么商品要做广告的原因。
社会心理学家研究发现，影响从众心理的最重要因素是持某种意见的人数多少，而不是这个意见本身。
正如鲁迅所说的那样，“ 世上本没有路。

走的人多了也就成了路 ”。
很多事情不见得是对的，但是多数人认为是对的也就成了对的。
所以，生活中才会有很多人盲目屈服于常态，而失去独立的机会。
有些很有能力的人害怕成为出头的椽子，一生都埋没于世俗当中。
“ 羊群效应 ”告诉我们：对他人的信息不可全信，也不可不信，凡事要有自己的判断和立场，决不能盲目跟从、盲目轻信。
还记得几年前的流行食物“ 掉渣饼 ”吗？
从2005年5月开始，这种由一位湖北姑娘“ 发明 ”的快餐食品，在短短几个月内，以星火燎原之势火遍了大江南北，被人称为“ 中国式比萨 ”。
在北京，“ 掉渣饼 ”最红火的时候，卖“ 掉渣饼 ”的小店曾经达到1000多家。
据业内人士介绍，开家烧饼店投资很少，几平方米的地方、一台烤炉、一台和面机和一个操作台基本就可以了，总投资在万元左右。
同时，每个饼成本价为7角，烤好按每个两元计算，除去各种费用，如果每天卖1000多个就可赢利上千元。
但是，没过多久，“ 掉渣饼 ”就在一夜之间烟消云散。
究其原因，主要是因为“ 掉渣饼 ”这种小型特色产品不具备发展成加盟体系的资质，即产品过于简易，技术或技艺含量不高，易于仿制。
大家看到这种准入门槛很低的产品就一哄而上，谁都想在这里分一杯羹，结果做的人越来越多，市场饱和，再加上管理混乱，“ 掉渣饼 ”的品牌实力大打折扣，之后又因为不断有负面消息传出，一个品牌只好就此倒下。
而投资这个项目的投资者中，一开始加盟的人也许还可以赚到一点钱，但是后来盲目跟从的人都成了这个项目的牺牲品。
中国人的从众心理很严重，最普遍的现象就是，当你走在大街上的时候，经常会发现很多人穿着同一款式的衣服，有的人穿着也许很合适，符合自身的气质特征，而有些人只是在东施效颦，跟从的结果并没有自己最先想象的那么完美，相反，只会让自己显得丑陋。
“ 羊群效应 ”体现了一种盲目性，这种盲目性来自于对自身判断缺乏信心，大多数人觉得随大流是一种稳妥的选择，即使倒霉也有很多人陪着，这就最终导致了“ 羊群效应 ”的屡屡出现。
在这里，我想说的是，跟从并不见得就是错误的，人类因为有某些固定的特征才会区别于其他群体，但是，跟从需要理智，生存需要个性。
只有有个性的东西才会引领一个时代的特征。
如果你没有引领一个时代的勇气，即使是要跟从也要擦亮眼睛，看清楚之后再做决定吧！
……

第一图书网, tushu007.com

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