

<<创富新思维>>

图书基本信息

书名：<<创富新思维>>

13位ISBN编号：9787513615228

10位ISBN编号：7513615225

出版时间：2012-10

出版时间：中国经济出版社

作者：刘茂才,庞博夫

页数：174

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>

<<创富新思维>>

内容概要

《创富新思维：消费商时代》反映新经济领域里处处为人所见而又易被忽略的消费商现象的一本书，《创富新思维：消费商时代》力图整理挖掘大量事实依据，为消费商作理论上的定义，填补经济理论的一项空白。

在历史走到了过剩经济的今天，在消费环节越来越占据决定因素的时代，笔者把握机会，推论了消费创造财富的深远意义，并阐述了作为直接创造财富的消费者为什么没有分配到财富，甚至没有知情权、话语权的深层次原因，并进一步把人类营销史的发展划分为6个阶段：产品阶段、质量阶段、销售阶段、市场营销阶段、社会营销阶段和消费商阶段。

为更多的人参与财富的分配中来提供了有力的支持。

作品可读性强，并以大量案例分析来帮助解读，通俗易懂，也为那些有志创业而资本有限的人士提供了一个低成本扩张的现实创富思维。

<<创富新思维>>

作者简介

刘茂才，著名经济学家、地质学家、社会学家，原四川省社会科学院院长、研究员，第九届全国政协委员，人力资源研究领域的顶尖专家。

是中介论的提出和论证者，“消费者”一词的提出者，喜爱文学，笔耕不辍，已经出版长篇小说两部。

庞博夫，著名自由经济学家、国际消费者联合会创办人，“消费者”一词的提出者和理论的建立者。

常年在新经济领域进行理论研究和实践。是亚洲著名演讲家之一，受邀国内外演讲上千场，其独到见解和风趣幽默的演讲风格受到广泛欢迎及追捧。

书籍目录

第一章 走向消费商时代一、消费商与中介商概念二、消费商功能的发挥应建立一个平台和系统三、解读直销业四、消费商是一个全新的概念，更是一个新生事物第二章 消费商——人本经济发展的必然产物一、人本经济的销售思想二、消费商是人本经济发展的必然产物第三章 消费商——理想的商业主体模式第四章 消费商的市场演变第五章 消费商与奇妙的消费行为分析一、消费商行为的含义二、社会环境与消费者心理规范着人们的消费行为三、消费者行为与消费方式四、亚文化与消费者行为五、不同的社会阶层对消费心理和消费行为的影响六、参照群体对消费者行为的影响七、消费商的新思维八、研究消费行为有利于增强企业竞争能力九、追求生态文明更是一个时代的重大而现实的选择第六章 多劳多得的消费商可持续收益一、传统财富及其分配二、消费商的收益评价模型第七章 消费商营“消”最佳的企业模式一、消费商模式企业的基本特征二、适合消费商营“消”的企业模式三、Amway发展的四大基石第八章 从几个消费商案例看Amway经营模式的影响力一、位工伤退休工人命运的神奇“改变”二、战斗英雄的精彩再创业故事三、追求新思想，她辞去集团公司执掌权第九章 消费商对微观经济学的贡献第十章 消费商与社会学一、消费的社会性和消费心理特征二、消费商理论是对消费心理学和行为学的开拓和创新三、消费商理论通过厂商与消费者的联盟，共同合作，努力打造更大的社会福利蛋糕，有助于构建和谐和谐社会第十一章 消费商与影响力经济学一、问题的提出二、影响力经济、时差经济、趋势经济的概念及其内涵三、消费商经营模式的内涵简析四、直销业正在由无序走向规范有序五、简要的回顾与展望第十二章 消费商时代的价值与远景第十三章 消费商——创造21世纪财富的新思维

<<创富新思维>>

章节摘录

消费商与中介商都是在消费导向社会背景条件下提出的既有同一性又有差异性的概念，无论是消费商，还是中介商，它们之间最重要的是中介思维。

无论是消费商，还是中介商，它们都具有消费导向功能，前者主要是导向经营，后者主要是导向推荐。

无论是导向经营，还是导向推荐，都是把生产商的物质产品与精神产品转化为财富的关键，所以无论是中介商，还是消费商，都是全社会关注的一个新生事物。

其实消费商是中介，推荐商同样是中介，我们之所以称推荐商而不称推荐人，这里加一个商字，其具有经营的性质，代理经营商同样是中介，只是不同的中介具有不同的功能而已。

从哲学意义上讲中介思维，不仅对揭示中介商现象及其规律具有重要的哲学意义，而且具有财富新思维的哲学意义。

中介商、推荐商、代理商和消费商，从中介思维的意义上来讲都具有同一性和统一性的哲学意义，而且是对传统哲学具有挑战性的命题。

我们知道，传统哲学最重要的思维方式是非此即彼，而中介思维，最重要的思维方式是亦此亦彼。

而我们说的消费商、中介商、代理商或推荐商，最重要的思维方式就是亦此亦彼。

中介商包括消费商、代理商和推荐商，从这个意义上讲，我们可称中介商是消费商、代理商和推荐商的复合概念。

由此不难看出中介商不仅是一个哲学概念，而且是一个经济学概念。

中介是哲学概念，而加上一个商字，意义就不同了，因为商是一个经济学概念，这就是我们常讲的中介经济学概念。

中介商就是哲学与经济学互为中介化的复合概念。

我们讲的创富新思维，新就新在哲学与经济学互为中介的过程中，让财富走到你的身边，让中介思维把物质产品与精神产品转化为财富，实现社会再生产，所以中介是关键。

我们讲的中介商、推荐商、消费商，其意的关键词是中介，而中介思维是哲学思维，而哲学思维与经济学互为中介化，就是我们理解的财富思维。

你要拥有财富，你就要拥有中介与经济学整合思维。

而消费商、推荐商、中介商、代理商都是在中介哲学与经济学互为中介的整合过程中提出来的新概念。

我们在本书中主要讲的是消费商，所以我们还是对消费商做一些深入的介绍。

我们说消费商在消费者身边，比如：你喜欢喝茶，茶友也多，所以你就投资开设了一间茶楼专门经营茶的批发或零售的生意，虽然你也是在消费茶，可同时你又因为与众人分享了喝茶的乐趣而赚了钱。

因为你喜欢看书而成为了书商；因为你喜欢吃菜或做菜而开了间餐厅；甚至因为你购买了某个酒店的房屋产权，又由其酒店帮你经营而获利……他们在消费的同时也取得了回报，我们把它统称消费商或消费商现象。

……

<<创富新思维>>

编辑推荐

人人生而平等，人人都是财富的创造者，人人都享有财富的公正分配权。

让我们重新认识消费，认识消费的价值，认识消费商！

马克思说：劳动创造了财富，为什么劳动者却没有财富？

当你翻开《创富新思维：消费商时代》时，原本属于你的财富就会回到你的身边！

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>