

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

图书基本信息

书名：<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

13位ISBN编号：9787801032300

10位ISBN编号：7801032306

出版时间：2002-1

出版时间：商务印书馆国际有限公

作者：多湖辉

译者：王洁

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>

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

前言

想来钱这东西，观其外表，不过是一些印刷的纸张和小金属块而已。

以前我曾经见过纸币的整个印刷过程，一张纸上印有数张钞票，在其切割之前，看着它，想想竟然值十几万日元，真是让人感到不可思议。

但是，正是这些纸片儿，一旦被赋予价值。

并得到全社会的承认，就会立刻摇身一变，开始行使其金钱的职能。

有它在手，想要的东西大都可以得到。

金钱，是满足人们欲望的手段，同时也是欲望的象征，它同人们自身紧密相关，有时也会使人丧失正常的判断力，从而走上歧途。

有关生财之道的书通常很畅销，而一般面向大众的杂志也都设有“生财”这一栏目。

这反映厂很多人对现状的不满，对晚年生活更是充满不安，因此苦心经营生财之道。

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

内容概要

《被钱喜爱的人和被钱讨厌的人》主要讲述了:金钱,是满足人们欲望的手段,同时也是欲望的象征,它同人们自身紧密相关,有时也会使人丧失正常的判断力,从而走上歧途。有关生财之道的书通常很畅销,而一般面向大众的杂志也都设有“生财”这一栏目。这反映厂很多人对现状的不满,对晚年生活更是充满不安,因此苦心经营生财之道。

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

作者简介

作者：(日本)多湖辉 译者：王洁

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

书籍目录

第一章 钱要用在刀刃上——本想请客，结果却事与愿违1．“给多少，你看着办吧！”说这话的人，往往事后发牢骚2．节日给上司送礼，为什么上司会生气3．怎样用钱才能使别人觉得“辈子感激”4．无论对谁都索取报酬的行为会令人生厌5．邀请部下去高级俱乐部的上司不受欢迎的理由6．人人物和小人物的评判标准7．借9万日元比借10万日元更容易赢得对方的信任8．巧妙地使用1万日元，可以买到借方的信任9．怎样挑选一个让对方满意的“回礼”10．礼节周到的公司新职员为什么会忘记“请客”之恩11．最领情的请客对象12．同样金额，新钞票的威力更大13．“前些日子您找我借的10万日元为什么想说却又难以开口14．日本人不接受现金的心理15．明明知道迟早会暴露，为什么还收取贿赂16．贵重礼品对谁更有效第二章 金钱观的不可靠性——你被金钱操纵了吗？17．主妇们为什么乐意做报酬微薄的商品评论员18．为了满足自己的虚荣心，利息再高也要贷19．白送反倒不领情20．再大数额的钱，如果没有以钞票的形式摆在眼前，就只不过是个数字而已21．把借钱称为个人贷款是一种时尚22．工薪阶层为什么会安于做顺从的纳税者23．小有积蓄的人，容易上当受骗24．泡沫经济崩溃的又一原因25．内疚感让人解开腰包26．一个好点子出台，必须有成文的计划书为其包装，才能体现出其价值27．高了则不满，低了则不安28．为什么买高级威士忌，要赠送玻璃杯29．越是“可有可无的东西”就越容易冲动将其买下30．每小时工资只差10日元，可打工的心情却大不相同31．时代变了，人们的金钱观也会随之改变32．借钱被人拒绝，并非因为金额太大，而应从自身寻找原因33．当有了一大笔可以自由支配的金钱时，为什么反倒小心谨慎起来第三章 为什么不可避免浪费现代人真正想买的东西是什么？34．比喝闷酒、暴饮暴食更可怕的“疯狂购物”35．附加了“限时限量出售”的条件，更容易引发人们的购买欲36．明知有诈，可还是经不住特价商品的诱惑37．高级男用假发套畅销的原因38．卖领带的柜台里，为什么常常站着漂亮的女售货员：39．与现在的不满相比，人们更乐意购买未来的希望40．去国外旅行，常常不得不买礼物41．手提电话为什么会如此普及？42．只要上档次，就不惜血本……第四章 为什么攒不住钱——有钱人与没钱人的心理差异

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

章节摘录

插图：下面这个故事在别的书中我也曾提到过。

一次我参加日本万步俱乐部组织的游三宅岛活动，在港口处有卖新鲜鲹鱼的，价格便宜，组织者就买了几桶，打算回去的途中，分给各位参加者。

组织者用船上的麦克风叫道：“有上好的鲹鱼，价格便宜，请大家前来购买。

”但无人响应。

眼看特意买来的鱼要白白浪费，组织者是一筹莫展。

我实在看不下去，就拿起话筒，喊道：“所剩不多，现在买还来得及。

”结果大家蜂拥而至，一会儿工夫鱼就被抢光了。

听一个卖和服的老板讲，一年到头都在降价的商店，顾客反而会越来越少。

因为这样做会使顾客觉得那儿只售便宜货，也就没有了划算的感觉。

但如果附加了限时限量的条件，人们的价值观和金钱观就与平时不同了。

因此商家绞尽脑汁地利用消费者的这种心理，以把握商机。

比如卖毛衣，虽然库存很多，却只拿出几件挂在店里，卖完后再添上。

这不过是个小小的商业战术。

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

编辑推荐

《被钱喜爱的人和被钱讨厌的人》由商务印书馆国际有限公司出版。

<<被钱喜爱的人和被钱讨厌的人>>

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>