

青少年

百科博览

经济卷（下）



青海人民出版社

青少年百科博览



经济卷(下)

田晓娜 主编

青海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

百科博览/田晓娜主编. — 西宁:青海人民出版社,2004.6

ISBN 7-225-02289-X

I. 百… II. 田… III. 科学知识—青少年读物 IV. Z228.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 005223 号

责任编辑:喇海永

封面设计:姜 浩

百科博览

田晓娜 主编

出版:青海人民出版社(西宁市同仁路 10 号)
发 行:

邮政编码 810001 电话 6143426(总编室)

发行部:(0971)6143516 6123221

印刷:北京密云胶印厂

经 销:新华书店

开 本:850mm×1168mm 1/32

印 张:180

字 数:360 万字

版 次:2004 年 6 月第 1 版

印 次:2004 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1—2000

书 号:ISBN 7-225-02289-X/Z·139

定 价:398.00 元(共 24 册)

版权所有 翻印必究

(书中如有缺页、错页及倒装请与工厂联系)

出版说明

现代社会知识爆炸,图书资料浩如烟海,学生既没必要,也不可能一览无余。然而,千百年来古代先哲积累的经典文化;今人智慧产生的科学、知识和技能,皆蕴含其中。学生需学习、掌握其中之精华,贡献于当代社会。然而,在烟海般的图书资料中,有些晦涩难懂,需高深的专业知识才能阅读,有些过于肤浅轻白,读后收益甚微。目前尚无一套较系统的、完整的、能够在轻松阅读中掌握大量古今中外各门各类知识的丛书。为此,我们试图以平易轻松的风格,分门别类地对古今中外各门各类的知识做一介绍,以使学生在轻松开卷的同时,饶有兴趣地学到知识。

我们在选编时,意图侧重选编其它书籍中不常见到,但又极具价值的资料。

我们希望学生读完此套书后,能够步入神奇的科学殿堂,迈入奇妙的精神世界。

编 者

目 录

经济与社会	(1)
“跳蚤市场”的由来	(1)
欧洲的“跳蚤市场”	(1)
日本的“跳蚤市场”	(3)
美国的“跳蚤市场”	(4)
中国古代的“市”	(5)
古代商业夜市	(6)
北京的“市”	(7)
“跳槽”	(9)
“下海”	(10)
“滑坡”	(12)
“炒鱿鱼”	(12)
返聘	(13)
“大腕”	(14)
“腕儿”与“万儿”	(14)
漫说“招聘”	(15)
“倒爷”究竟是指什么人	(16)
“小费”的由来	(17)
给小费的规矩	(17)
小费在国外	(18)
难酌量的小费	(19)
人类面临的重大人口问题	(20)
科学家们算的三笔人口帐	(21)
人的素质的主要内容及相关要素	(22)

“民族素质”四要素	(24)
劳动者素质及我国劳动者素质的总体情况	(24)
触目惊心——法国人的工作时间	(25)
一生时间用途的统计	(26)
中国同西方一天的价值的比较	(27)
国外几种工作时间	(27)
日本人的工作时间和消遣时间	(28)
日本人的“工作狂”和“质量癖”	(28)
日本人的“死认真”	(30)
“考勤表”小考	(31)
夏时制与时间系统	(32)
由夏时制漫话生物钟	(34)
实行夏时制对人体健康有影响吗	(35)
关于夏时制	(36)
节约时间的十条经验	(37)
我国典当和当铺的历史及发展	(38)
当头·当票·当铺	(40)
广州首家新型当铺	(41)
上海的恒源当铺	(42)
世界“当铺”一瞥	(43)
第三世界国家现代化的四个不等式	(45)
何谓综合国力	(49)
现代化国家标准是什么	(50)
要把“国有”与“国营”区分开来	(51)
决策者备考：改革中的七点教训	(51)
我国的土地资源	(55)
我国的水资源	(56)

我国的能源资源	(58)
煤 炭	(59)
我国石油资源	(59)
水 能	(60)
原子能	(60)
光 能	(60)
风 能	(61)
地热能	(61)
海洋能	(61)
我国的矿产资源	(61)
金属矿产	(62)
非金属矿	(63)
如何提高行政效率	(63)

家庭理财	(65)
家庭管理的方方面面	(65)
建立家庭档案——家庭管理的基础工作	(67)
家庭经济生活若干原则	(68)
城市家庭收入来源种种	(69)
家庭收入的形式	(70)
消费生活中的“富贵病”种种	(72)
攀比型消费	(73)
人情要讲,人情债要反	(75)
戒送礼升级歌	(76)
节俭盛行在瑞士	(76)
节俭的意大利家庭	(77)
发达国家重视利用“二手货”	(78)

世界富豪节俭轶事	(79)
日本人为什么喜欢储蓄	(80)
吃喝穿住哪国模式最经济	(81)
世界消费趋势	(82)
消费者购买动机的八种心理状况	(83)
衡量家庭消费水平——若干指标	(84)
家庭如何进行再生性消费	(85)
如何避免购物风险	(86)
如何选购处理商品	(87)
怎样识别进口原装电器	(88)
进口商品的优质标志	(89)
产品出厂必须符合哪些要求	(90)
部分国产家用电器“三包”规定的主要内容如何	(91)
你知道这些商品规格吗	(91)
收录机上英文标注的含义	(92)
药品批号的表示法	(92)
食品保存期的新规定	(93)
罐头盖上的英文字母	(93)
毛线编码上的含义	(94)
按服装统一号型买衣	(94)
洗衣粉的型号	(95)
自行车型号代表什么?	(95)
什么是伪劣商品	(96)
消费者有哪些权利	(97)
识别商品的密码	(98)
学会“一次性投资”	(99)
怎样鉴别和选择玛瑙首饰	(100)

挑选戒指的讲究	(100)
什么是羊绒、马海毛、澳毛、国毛	(101)
皮革服装的选购保养	(101)
怎样辨别天然毛皮和人造毛皮	(102)
猪革、牛革、马革、羊革的区别	(103)
家庭用品的更新方法	(103)
购买商品十忌	(104)
购买高档商品的注意事项	(105)
条形码——商品的“身份证”	(106)
家庭用品购买中的“01 评分法”	(107)
讨价还价的艺术	(108)
耐用消费品购买过程的四个阶段	(109)
商品标记一览	(110)
三色标价签的含义	(110)
家庭投资要诀	(111)
存折保管要慎重	(112)
方便旅客的旅行支票储蓄	(113)
哪些物品禁止、限制进出境	(114)
出国人员回国时能带哪些免税物品	(115)
家庭财产保险	(116)
家庭消费怎样才算合理	(119)
新住宅的价格应包括哪些部份	(120)
如何估计住宅的新旧程度	(121)
住房的“素质”——须观七面	(122)
房产估价四法	(123)
一份标准的房产买卖合同具备哪些内容	(124)
如何购买预售的房产	(125)

购买旧宅须三问	(127)
怎样办理房屋所有权登记	(128)
房地产经营若干术语	(129)

广告	(134)
做广告的学问	(134)
广告种种	(135)
广告世界纵横观	(138)
广告的魅力在于艺术	(138)
广告改变世界模样	(139)
广告创作的诱导方式介绍	(141)
广告中的心理学	(143)
广告的语言魅力	(144)
广告词的魅力	(146)
广告的创造性	(148)
广告文体裁种种	(149)
广告标题集锦	(150)
广告有术	(151)
广告的秘密武器	(152)
“清明上河图”中的广告风情	(153)
广告妙语	(154)
商品世界珍贵的“皇后”	(155)
形形色色的广告	(156)
英国广告轶闻	(158)
幌趣	(158)
三色柱的来历	(160)
中国招牌的艺术	(161)

中国古代的招牌	(163)
古今话商标	(164)
企业要重视商标	(165)
关于商标法	(166)
商标与商标制度	(167)
香槟酒商标上的代号	(169)
商品条码	(170)
怎样做好商品广告	(171)
提高广告信用的 12 种途径	(172)
 人才	 (174)
怎样才能成为成功的企业家	(174)
创造型人才的个性特征	(176)
乐观者易成功	(178)
企业家应有哲学素养	(179)
“企业家”一词的几种定义	(180)
当代企业领袖的七条标准	(181)
我国企业家呈现三大心理特征	(182)
怎样做一名企业家	(182)
十种易于失败的企业家	(184)
通向事业成功的五点秘诀	(187)
成功六法则	(188)
成功 14 原则	(188)
走向成功六要素	(189)
成功者的共同气质	(191)
事业成败在于人品的优劣	(193)
成功女性应具备的品格	(193)

日本大企业家的八个条件	(194)
几种奇妙的“经理模式”	(196)
企业家心理健康	(197)
在竞争中造就企业家队伍	(199)
美国招揽人才的四个法宝	(201)
开发“人脑”进行多种经营	(202)
国外人才流动的几种制度	(203)
亚科卡的用人艺术	(204)
“东芝”激励各尽其才	(205)
人才流动的三大规律	(207)
管理人员成功的条件	(208)
用人六策	(209)
美国企业管理协会的经济(厂长)标准	(210)
高效能者七秘诀	(211)
用人四要	(213)
崛起者的性格特点	(214)
领导人应遵循的基本原则	(215)
事业家的工作要领	(216)
决策人员应具备的条件	(216)
未来的经理	(218)
决策者的素质类型	(218)
你能在商界有所建树吗?	(221)
经纪人——商品流通的桥梁和纽带	(223)
商标的由来	(225)
秤星的由来	(226)
保险的由来	(226)
信用卡的由来	(227)

经济与社会

“跳蚤市场”的由来

“跳蚤市场”(Flea Market)就是旧货市场,起源于 19 世纪末的法国。

公元 1884 年,巴黎市政府为了保持市容整洁,立法禁止沿街乱倒垃圾,并责令 3 万名靠拣破烂为生的贫民把市区里堆积的垃圾搬运到郊区圣旺地方一个废弃了的练兵场上。贫民们在垃圾堆里挑挑拣拣,就在当地随手出售。到了 1886 年,圣旺居然形成了一个固定的集市。因为在这里出售的旧衣物上常带有跳蚤,巴黎人就给它起了名字叫跳蚤市场。

经
济
卷

现在圣旺跳蚤市场已发展成一个占地 3000 米、设有千多摊位的商业区。出售的也不是从垃圾里拣来的破烂,而是新旧都有的便宜商品。

1986 年,圣旺跳蚤市场为庆祝建场 100 年,举办了盛大的化装游行、露天宴会等活动,吸引了许多人从市区赶来参加。当然这是生意眼,顺带做成了好多交易。

欧洲的“跳蚤市场”

“跳蚤市场”这一古老的市场在海外异常活跃,至今仍在欧

洲流行。

作为发源地的法国,其跳蚤市场上贩卖的旧货或别的商品琳琅满目,令人眼花缭乱。价格也从几法郎到数万法郎不等。甚至还销售赃货。但是,由于常常可以买到意外的珍品,那里吸引了无数游客前往。在巴黎、伦敦,早已出现的“跳蚤市场”更是风光无限。人们流连往返之际,纷纷感叹:旅游胜地又诞生了一处人文景观。

在德国,因为东欧移民大量涌入,跳蚤市场开始成为他们的主要活动场所。各种帐篷林立,各色人等穿梭其间,乍一看,简直就像国际难民收容所。

挪威的跳蚤市场则与众不同。它不以赢利为目的,而是带有捐赠性质,颇富善心和爱意。

情况通常是这样:市民将家中的剩物、旧物捐给学校,校方将物品所卖之款作为学生活动资金。有子女在学校读书的家庭,多半是必捐的。孩子们不仅求父母捐物,还要大人每学期至少去跳蚤市场购物一次,以示支持。所以,挪威的跳蚤市场一般在学校里举行,由老师和学生充任售货员角色。

挪威的跳蚤市场在春秋两季的星期六和星期日开放,每次开放总是提前一个月通知。通知张贴在路边广告栏上或居民住地贴广告的地方,标明举办日期、地点。甚至还有专门征集物品的广告。广告下方是一排电话号码,每个号码单独裁开,仅有一端与广告相连,需要者随手就可拿走。准备捐献物品的人,挂个电话就会有人开车来取,很是方便。

日本的“跳蚤市场”

日本的跳蚤市场,也是以“物品再利用”为目的的露天市场。参加者只要向主办人缴付数额不等的租金,就可以取得贩卖旧物品的摊位。

这是一项具有“嘉年华会”性质的活动,只在不违反法律规定,任何物品都可以贩卖。所以,市场上既可见到以贩卖旧货或其他商品的摊位,也可以见到街头促销表演,充满了游乐园似的活泼气氛。

这种跳蚤市场可以使卖方将“垃圾”变成金钱,使买方可以卖到比商店折扣商品还要便宜的上等旧货。同时,买卖本身就像是游戏,通过这一游戏,人们可以享受到某种乐趣,所以具有很大的吸引力。

经济卷

东京有两个热闹非凡的跳蚤市场。一个在代代木公园,这个市场每月举办一到两次活动,时间为星期天上午10时到下午4时,每次活动大约有600个摊位,顾客以年轻人为主,吸引的人潮约为3—4万人。另一个在明治公园,这是日本规模最大的跳蚤市场,每月举办两次活动,每次为期两天,通常于星期六、星期日举行。活动时间也是早上10时到下午4时。摊贩数目约为1000家左右,以车辆方式营业的店面约有600家,吸引的人潮约达10万人次。

会场内举办的活动多姿多采。例如,有宠物食品店举办的小狗小猫返乡探亲活动,有奖猜拳活动及各种技艺表演和绘画活动等,可以全家同乐。

北海道也有跳蚤市场,但规模较小,并且,因为这里的冬天天气酷寒,市场都集中在4月到10月举办,偶尔也有配合其他活动一起进行的。由于这里的冬季较长,市场上冬季服装、滑雪板及溜冰鞋特别多,这是当地跳蚤市场的一大特色。此外,这里的跳蚤市场还有出售房地产的。

除了东京和北海道之外,关西地区和冲绳地区也各有不同特色的跳蚤市场。

美国的“跳蚤市场”

美国的“跳蚤市场”每逢周末开始,卖主把自己家里需要卖的东西用自家的汽车运到指定的场地,搭上个临时货摊就开始营业,直到星期日晚饭前才结束。

在美国纽约市弗拉星,就有一个跳蚤市场。这里设有成千上万个摊位。每个摊位基本上由家庭成员组成,有的是夫妻,有的是父子,有的是母女。他们都不是专业摊贩,平时还有别的工作,只是在周末才到这个地方来做小生意。虽然本小利薄,却可弥补正常收入之不足。在这里,卖的东西也形形色色,吃、穿、用的东西都有,但大多是一些用过了的物品。

跳蚤市场出售的商品,价格相对便宜。这是因为,这里出售的商品过时、陈旧,再加上摊位简陋,租金便宜,管理费用低。顾客们在这里买东西,既可计价还价,又不必缴购物税。

在美国,买东西的人除了按商品的价格付款外,还须按一定比例缴购物税。各地税率各异,在纽约是8%,在华盛顿是5%,税率虽不算高,但对买主来说也不能不算是一个负担。但在跳

蚤市场购买商品,人们便可免去这一负担。例如,在纽约的文具店里买一支钢笔需要1美元,在弗拉星的跳蚤市场用1美元却可卖12支。

跳蚤市场在美国各地都有,每年的营业额可达4—5亿美元。

中国古代的“市”

东汉初年,汉光武帝刘秀重视商业的恢复和发展,制定了许多利民政策。由于交通发达,市场扩大,商品种类繁多,在城市中都设有交易市场,叫作“市”。

西汉时已开始出现合市。至东汉,汉和匈奴等民族间由官方组织定期或不定期地进行的商业往来,叫“合市”或“互市”。合市这一交换形式促进了民族间的经济文化交流。

经济卷

唐代商业繁荣发达。在农村则有了定期的集市,每隔三五日举行一次,称之为草市或墟市。唐后期商业愈趋活跃,突出表现在长江流域。在长安、扬州等一些大城市里都出现了夜市。“夜市千灯照碧云,高楼红袖客纷纷”的诗句便是真实写照。

北宋时期,城市商业经济更趋繁荣。现存宋代画家张择端所绘的《清明上河图》就是北宋都城开封商业繁荣景况的写照。同时,还出现了更热闹的“瓦子”,内设酒肆、茶楼及说唱的娱乐场所。

北宋的“瓦子”到南宋时发展成“瓦市”。它是一种多功能的娱乐场所,设有各种曲艺及小戏或杂技,更是集商业、贸易、娱乐为一体了。