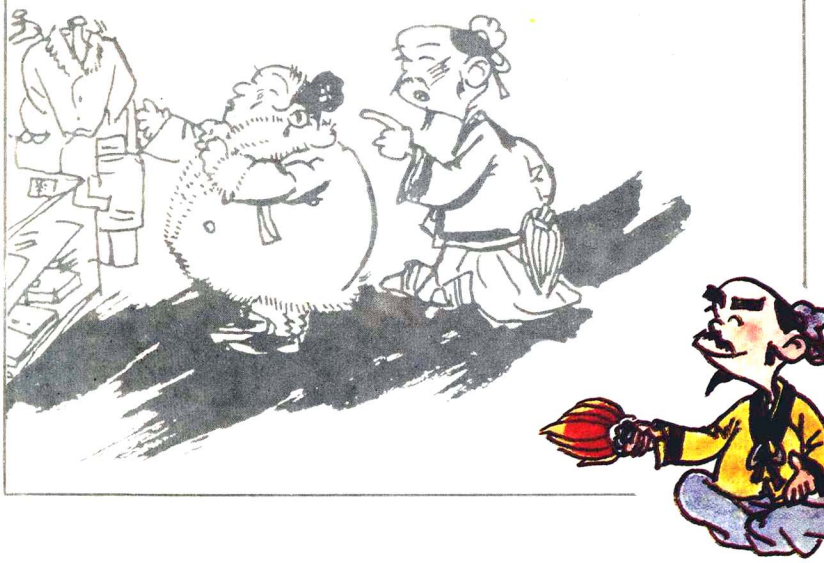


消费的学问

肖翠祥 编文 刘可风 绘画
湖北人民出版社



消费的学问

肖翠祥 编文 刘可风 绘画

湖北人民出版社

鄂新登字 01 号

• 1 分钟经济漫画系列 •

消费的学问

肖翠祥 编文

刘可风 绘画

*

湖北人民出版社出版 • 发行

[430022 • 武汉市解放大道新育村 33 号]

文字六〇三厂印刷

787×1092 毫米 32 开本 5 印张 1 插页 10 千字

1995 年 12 月第 1 版 1995 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—10 640

ISBN 7—216—01786—2

F • 289 定价:7.20 元

总 序

漫画书，我们过去叫做连环画或图画书，是专供中小學生看的阅读材料，典型的小儿科。但在日本，漫画书则是成人大众性文化消费的主要载体，甚至形成一种漫画文化，内容遍及政治、经济、历史、法律、文学等等领域，被认为是一个大量生产和大量消费漫画的漫画王国。其实这种漫画繁荣的背后有其客观背景，并不是十分奇怪。现代社会生活节奏紧张，时间价值很高，大家都在玩着命地干着、拚着，难得有坐拥书城、皓首穷经的心态和环境，于是希望通过轻松愉快的形式获得相应的知识以应付生意上、经营上、工作上以及生活上的种种烦人的问题和困境。此时漫画书正好应运而生，它将严肃的理论和专门的学问翻译得浅显明了，并配合幽默风趣的画面，让现代人获得惬意的阅读效果。谁看不懂漫画呢？谁又不喜欢漫画呢？说到底，漫画书的出现和流行是时代的要求，也是读者的需要。

有了需求就会有供给，这是经济学上的基本道理。在漫画书上这可以画上横坐标、纵坐标、价格、需求曲线、供给曲线，读者张 A 和书商李 B 来表示。面对这种需求，我们不能说敢为天下先的豪言壮语，只是努力地根据对目前经济发展、社会变迁和读者求知欲望、阅读心理的谨慎把握，推出

了这套《一分钟经济漫画系列》奉献给一般成人读者，内容涵盖商务谈判、市场营销、广告策划、家庭消费等十个方面。无论你是公司员工、政府雇员，还是个体老板、家庭主妇，都可以成为这套丛书的读者，不用说开卷有益，关键是你先试试看！

《一分钟经济漫画系列》讲的当然是你我他可能遇到的经济问题，但不是经济理论问题，而是经济实务问题。每一册由漫画中的主人公讲一个专题，说明某一经济实务的计划、程序、战略、方法、技巧及注意事项，清楚简洁、生动活泼。但毕竟是第一次，我们不敢说做得十全十美，万无一失，只好套用一句流行话，错误在所难免，敬请批评指正！

作者

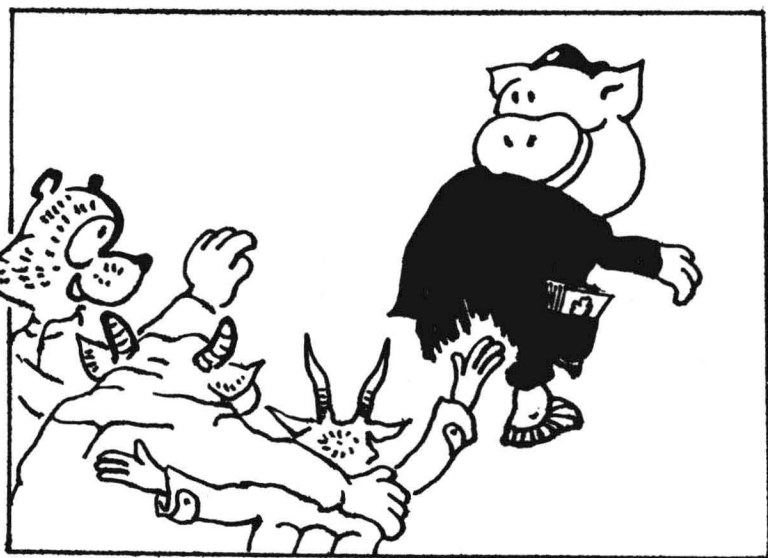
1995. 12

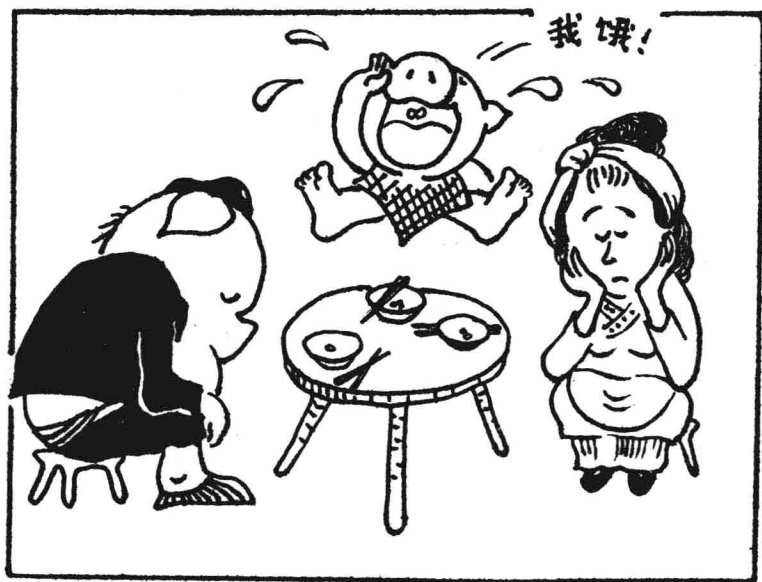
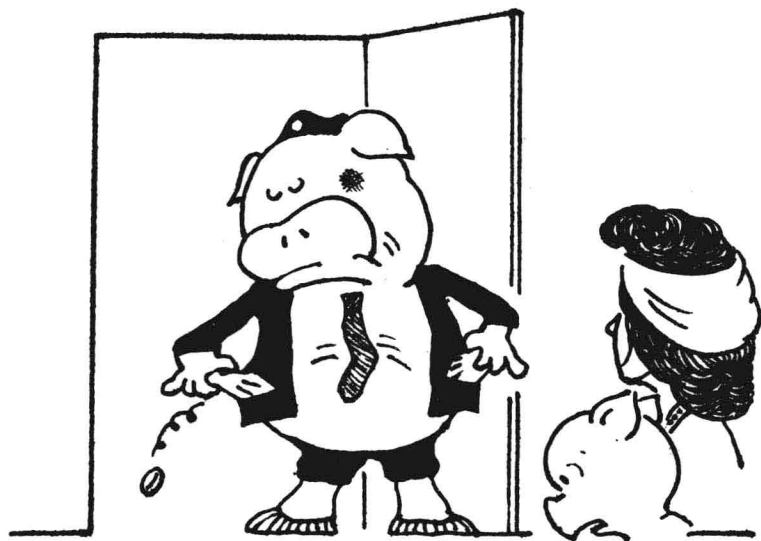
目 录

1. 计划不好才受穷	1
2. 家庭简便记帐	4
3. 消费与自尊	7
4. 克服虚荣心,提高生活质量	10
5. 心理除法与实物折算	12
6. 常怀穷困之心	15
7. 宜循序渐进,勿陡升陡降	19
8. 买不起,租得起	21
9. 精打细算的消费原则	22
10. 避免冲动性消费	25
11. 减少消遣性消费	27
12. 克制娱乐性消费	29
13. 克服从众心理	31
14. 切忌重复购买	34
15. 抢购必后悔	36
16. 避开高峰	38
17. 慎用“分期付款”方式购物	40
18. 合理利用地区差价	43
19. 便宜无好货	44
20. 价高≠货好	47
21. 精品屋里并非样样精品	50

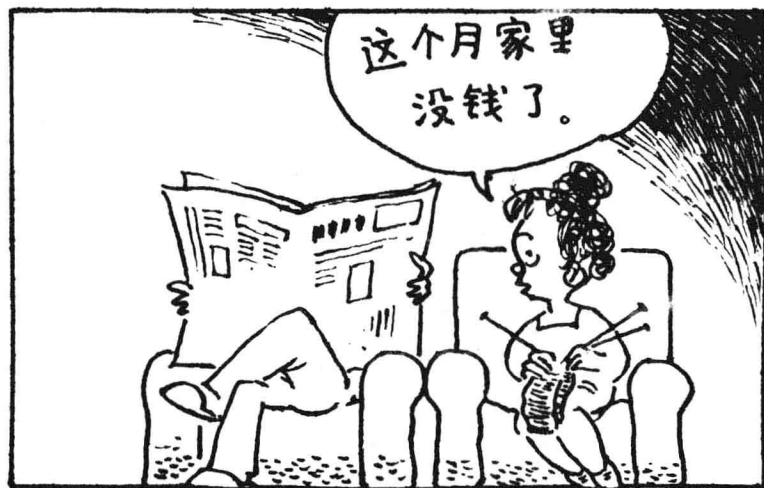
22. 货问三家不吃亏	55
23. 货比货的比法	57
24. 不要迷信高档名牌货	61
25. 把预算做得低一些	63
26. 从容购物	67
27. 不贸然买自己不了解的商品	69
28. 不要被迫购物	70
29. 利用“黄金分割”	75
30. 零票与大票	77
31. 杀价的学问	81
32. 杀一半也吃亏	84
33. 奸商玩秤的花招	86
34. 广告的可信度	88
35. 不要以金银首饰保值	90
36. 要考虑商品的安全性	92
37. 买“创牌子”的产品	95
38. 拿不定主意,改天再买	96
39. 切莫轻信返本销售	98
40. 慎买“俏销”商品	101
41. 不要轻信“大减价”	105
42. 慎买“季节性降价”商品	107
43. 不要轻信“直销”	109
44. 慎买“买一赠一”商品	113
45. 勿为一叶障目	115
46. “99”、“88”,让你多花	119
47. 不要在晚上购买需分辨颜色质地的商品	122

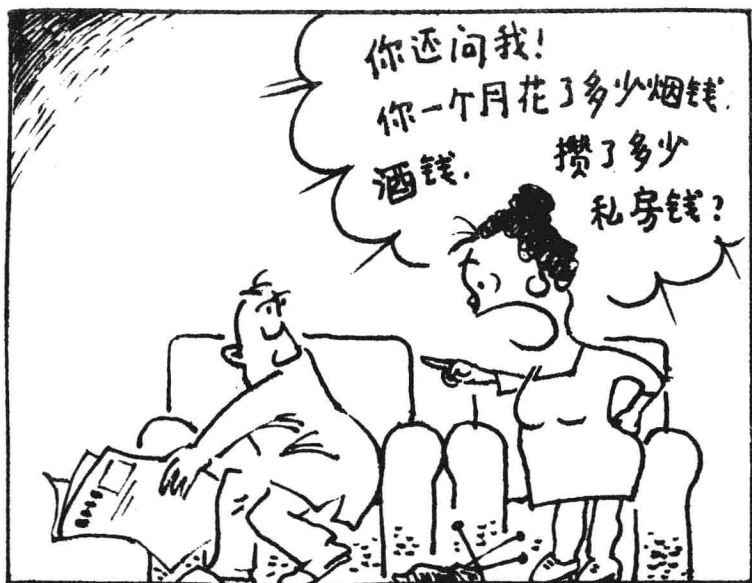
48. 不要购买“神秘”商品	124
49. 不要相信“聪明食品”	127
50. 大件商品的购买	130
51. 日用消费品的购买	131
52. 无形商品的购买	133
53. 应酬和待客的学问	139
54. 送礼的学问	141
55. 长途乘车(船)的消费	143
56. 在异地购物	144
57. 在风景名胜地购物	146
58. 对“小皇帝”的投资策划	149
59. 给你慧眼辨真伪	152





2. 家庭简便记帐





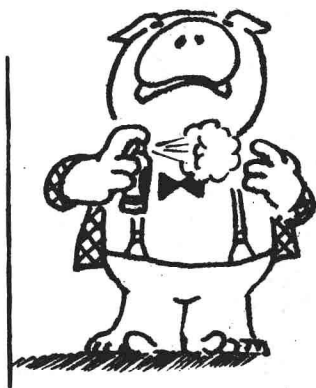


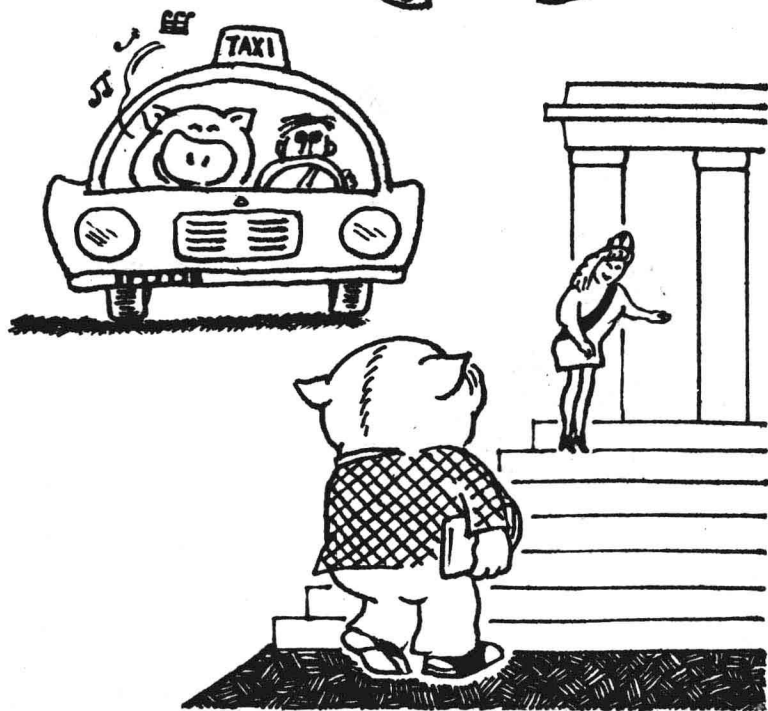
别吵了，不妨试试
粗略记一下帐。家庭记帐不是
给别人看的，只是帮助自己了解
支出的去向，以便控制不必要的支出。
记帐方式可以随便一点，数额不必太精
确，小额支出记到元，大额支出记到10
元，零头就不必太认真了。但必须坚
持，尽量记得完整。如果半途而
废，就起不到帮助计划开支
的作用了。

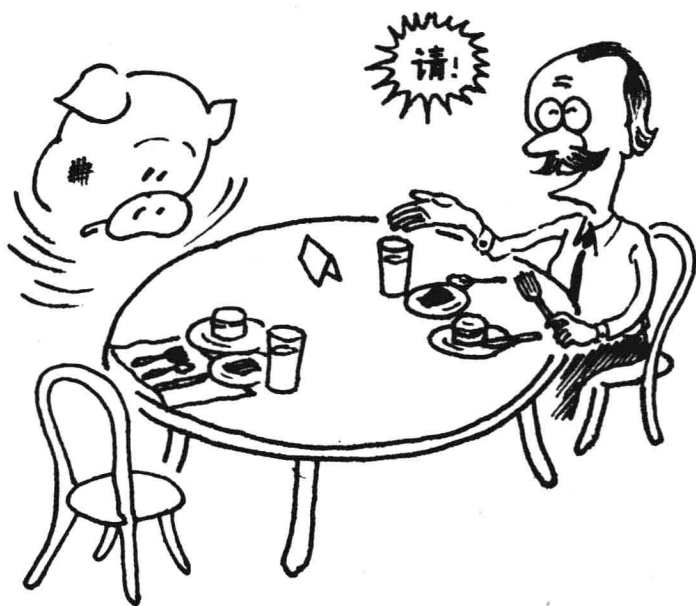




3. 消费与自尊







八戒以为外国人请客会像某些并不富裕的国人一样出手大方，点上满桌的菜，最后还要剩一些，以示有钱有派。可是，这位老外却只点了两份牛排，两份沙拉和两杯饮料，把八戒饿得半死。为什么某些囊中羞涩者非要摆阔呢？这看起来是自尊，实际上是自卑。他们总在想，我如果节俭，低消费，会不会让人觉得我是一个穷光蛋呢？而日进斗金的大富翁没有自卑心的障碍，便能坦然地消费，量入为出，请客也不惜把盘子舔得干干净净。

没钱的人偏喜欢挥霍浪费，因而更没钱，更自卑；而有钱的人却注意节俭，因而更富有。这就是消费的马太效应。



4. 克服虚荣心,提高生活质量

有多少收入做多大的事。不要因为周围的人买这买那,自己也硬要齐备这样那样。这大多是因为虚荣心作怪,而虚荣心往往是造成浪费和财力枯竭的根源。要想提高消费水平,先要克服花架子的毛病,不片面地追求“几大件”、“电器化”等表面效果,扎扎实实地提高生活质量,提高软件水平。一些年轻人结婚的那一天大讲排场,代价却是要在婚前婚后几百个日子里勒紧腰带,被迫“减肥”。

