

《送礼经济学》

图书基本信息

书名：《送礼经济学》

13位ISBN编号：9787508624839

10位ISBN编号：7508624831

出版时间：2010-12-4

出版社：中信出版社

作者：乔尔·沃德弗格

页数：183

译者：钱峰,陆妍

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《送礼经济学》

内容概要

《送礼经济学》

作者简介

乔尔·沃德弗格

艾伦克朗兹讲席教授，宾夕法尼亚大学沃顿商学院的商业与公共政策学科带头人。他著有《市场专制》一书，还是报纸评论专栏作家。

《送礼经济学》

书籍目录

写在前面第一章 尽管送礼是出于好意.....第二章 送钱还是送礼品? 现金就是完美的吗?还是送礼的人能打败现金? 超越现金的礼物第三章 节假日消费如何计算?第四章 送礼如何送对人?第五章 为什么一定要送礼: 收礼人怎么想? 政府补助 个人送礼 现金以及送礼的动机第六章 哪个国家送礼最多? 基督教国家中的节日支出是浪费吗?第七章 过节要花多少钱? 圣诞节期间人们花了多少钱?第八章 节假日如何存钱? 借款不好吗?第九章 节假日该买什么?第十章 为什么过节越来越累?第十一章 别再抱怨送礼了! 送礼是自愿的, 因而必然是好的 如果送礼是无效的, 那怎么还会一直存在呢?第十二章 直接送现金和购物卡吧!第十三章 香蕉法则第十四章 如果你真想送礼物.....

章节摘录

第一章 尽管送礼是出于好意…… 每年的12月都会出现同样噩梦般的景象。首先是冷冷清清的商场里堆满价值上百万美元的商品；商场外围满了顾客，里三层外三层，形成了一个周长足有1 000英尺的圆圈。而后不知从哪儿冒出来一股红色旋风，当然受这股旋风袭击的是商场而不是人群。突然之间商场的衣服、家电、书籍、DVD等商品都被卷入了空中。这股旋风迅速着陆，然后重又升回到空中，随后这些商品就像下雨一般轻轻降落到了人群中。 “嘿！我得到了一个烤箱。”人群中有人喊道。 “看，我得到了一件红色的毛衣，但不是我穿的号，也不是我喜欢的颜色。”另一个说。 “瞧，我得到了一条唱歌鱼。” 这都是些幸运儿。 让人感到惊奇的是竟然没有一个人受伤，每个人都得到了某件东西，而且商场大楼和商品也没有受到任何损毁。然而在收到免费东西的兴奋过后，人们才意识到他们得到的并不是他们想要的。 我带着写字板在人群中到处询问人们对他们所收到的东西愿意支付多少钱。结果发现只有很少一部分人得到了他们想要的，或者在读了商品的包装说明以后才意识到这是他们需要的。除此之外，大部分人对他们的意外收获并没有多大兴趣。就算是能买得起，他们也绝不愿意花这么多的钱买这些东西。我对人们的回答作了记录，发现平均起来人们只愿意支付收到的这些商品零售价格的25%。 我很想对你们说不用担心，因为这样的事情绝对不会发生。然而，事实是它们的确发生了，而且在世界很多地方每年都会出现这种情况。那股红色的旋风就是圣诞老人。尽管他给孩子们带来了很温馨的感觉，然而他并没有把礼物送到最合适的人手里。因此，他造成了大量的价值损失，就好比用价值上百万美元的商品换取了蜂拥商场的购物者们仅值25万美元的满意度。

《送礼经济学》

媒体关注与评论

读完《送礼经济学》……我购买礼物的狂热度已经急剧下降了。——《上海日报》 让我们把问题留给一位经济学家，听听他充满热情的论证：为什么我们不应该送礼物，尤其在节假日期间更无须送礼。——《洛杉矶时报》 沃德弗格直击假日期间消费者的疯狂行为，并指出，强制性的送礼不仅是一件很有压力、十分昂贵的事，而且在经济上也是十分不合算的……这本形象生动的书也许是黑色星期五期间值得买的一件礼物。——《出版商周刊》 《送礼经济学》是一本快速读物。这《送礼经济学》没有长篇巨幅，因此不会吓坏了那些非经济学出身的人。而且，《送礼经济学》几乎不含经济学术语，如果你确实在《送礼经济学》中看到了专业术语，它们也是得到适当解释的词语。——《华盛顿时报》

《送礼经济学》

编辑推荐

节假日为什么要送礼？你会送礼吗？送礼如何恰到好处，又不浪费？圣诞老人不希望你读的书，礼品店不希望你读的书。

《送礼经济学》

精彩短评

- 1、这本书很不错，值得购买。
- 2、讲得真好，还是送购物卡吧。但是如果比如女朋友要礼物，你还是妥妥地买吧。
- 3、非常好!!!非常好!!!非常好!!!
- 4、若单从经济学角度看，是本不错的书，但她不是很适合中国的国情
- 5、看不懂
- 6、我感觉，要是能让中国人不送礼，那就真是2012了。
这玩意就是情之所至礼之所及，想送就送呗，有没有必要考虑那么多想法.....
- 7、看上去很旧的样子，像旧书啊
- 8、一本小书 值得一读
- 9、这年头谁都爱套用个“经济学”，但实际上是在讲别的，这本书倒还真是在讲经济学，想看厚黑学的还是别买这本书了
- 10、很新颖，圣诞节的红色炸弹。送出去的礼物对于收到者来说只值价格的20%??!!
- 11、作者认为，如果了解收礼人，送对礼物的话，礼物在效用上要高于送现金（心理增值）。但是大多数送礼行为是在不了解收礼者情况下发生的，由于收礼者对礼物的估值（满意度）低于市场价格，会造成“净损失”。

考虑到送现金存在一定的社会阻碍，所以作者提出送一种改良的购物卡。购物卡可以使送礼达到预期收益，并且方便使用者购买符合自己的商品，尤其是小孩和老人，从而更具灵活性。

改良过的购物卡，可以将过期的余额自动转至慈善机构。从而将零售企业的意外之财，转变为对社会边际效益最大的产物，从而造福社会。

同时，作者认为，因为富人对金钱的边际效益太低，所以应该将送给富人的礼物改成只能向慈善机构捐赠的礼物卡。从而引导现金的边际使用效益提高。

读后感想：送金钱及礼物卡是可以计量的，是一种市场规范。而送礼物是一种社会规范。使用社会规范更有助于表达感情，维系联系。单本书并未对此疑问作出解答。

- 12、没用!!
- 13、内容比较空洞，不是我想看的那种
- 14、送礼经济学，书对我们的实际生活很有帮助
- 15、送礼的最好结果就是复制收礼人原本用这些现金会作出购买选择以及由此带来的满意度超出预期的也是两种方式 搜寻 许可（许可需要关系较为亲密。如老公想买xx，老婆不给，后允许）
- 16、标题党啊
- 17、送礼是不对的 所以该叫“吝啬经济学”
- 18、堆砌事实，并没有什么观点
- 19、以前觉得老外的书说的多、轻松、通俗易懂，现在觉得漫天废话
- 20、断舍离中毒后，送礼只觉得消耗品好，或者礼品卡，现金。哎
- 21、翻译的有点儿生涩，不过很多数据支撑，有点儿可读性。

例子里有点儿套概念的感觉

- 22、首先，题目就这么不得我心！scroogenomics为什么不能是吝啬经济学或者正当花钱经济学？就是问了迎合那么一部分人的好奇心么？“送礼”完全扯到我们社会主义祖国的个别众多现象了，结果招来路过同学一个个鄙视的目光和心里恶心的心声。

说是经济学，其实里面扯到经济学的内容实在是少之又少，边际效益递减？“恩格尔定律”？机会成本？oh god。

其实这就是西方社会劝人向善的书，让天朝子民看到后不由得部分对本土富一二代们白眼以向。

《送礼经济学》

“要把圣诞送礼作为一种向善的动力”，话说的多么好啊。“全世界送礼的人联合起来！你们失去的只是个人利益，获得的将是整个世界的满意”，再次，基调由反对大节日人人们送礼上升到为全世界人民服务的高度上，一篇入党积极分子的正统思想回报终于铸成。辞职，敬礼。

婚礼上的礼品登记簿倒是个不错的点子，以后每个位高权重的都来个登记簿，以防哪个不小心的送错了东西。

其实，从取人所长，不责人所短的角度看，本书不至于那么差劲。关键是花费了我一个半小时的美好时光让我过意不去。

从边际效应递减处想，既然你送的礼不能让收礼人获得本可以获得的足够的心理收益，你为什么，为什么不能以自己或他/她的名义将这份送礼的钱作为为全世界受苦受难的人民群众幸福或者是减轻痛苦处想奉献了呢？

酒后之言，难免有不当之处。

23、觉得只要看2个章节就好了。。不对 几页就好了

24、这本书好在哪里，好在哪里。。。

25、作者认为，如果了解收礼人，送对礼物的话，礼物在效用上要高于送现金（心理增值）。但是大多数送礼行为是在不了解收礼者情况下发生的，由于收礼者对礼物的估值（满意度）低于市场价格，会造成“净损失”。

考虑到送现金存在一定的社会阻碍，所以作者提出送一种改良的购物卡。购物卡可以使送礼达到预期收益，并且方便使用者购买符合自己的商品，尤其是小孩和老人，从而更具灵活性。改良过的购物卡，可以将过期的余额自动转至慈善机构。从而将零售企业的意外之财，转变为对社会边际效益最大的产物，从而造福社会。

同时，作者认为，因为富人对金钱的边际效益太低，所以应该将送给富人的礼物改成只能向慈善机构捐赠的礼物卡。从而引导现金的边际使用效益提高。

???送金钱及礼物卡是可以计量的，是一种市场规范。而送礼物是一种social 规范.

26、原文版貴，還是簡體版便宜得多，推薦

1、首先，题目就这么不得我心！scroogenomics为什么不能是吝啬经济学或者正当花钱经济学？就是问了迎合那么一部分人的好奇心么？“送礼”完全扯到我们社会主义祖国的个别众多现象了，结果招来路过同学一个个鄙视的目光和心里恶心的心声。说是经济学，其实里面扯到经济学的内容实在是少之又少，边际效益递减？“恩格尔定律”？机会成本？oh god。其实这就是西方社会劝人向善的书，让天朝子民看到后不由得部分对本土富一二代们白眼以向。“要把圣诞送礼作为一种向善的动力”，话说的多么好啊。“全世界送礼的人联合起来！你们失去的只是个人利益，获得的将是整个世界的满意”，再次，基调由反对大节日人人送礼上升到为全世界人民服务的高度上，一篇入党积极分子的正统思想回报终于铸成。辞职，敬礼。婚礼上的礼品登记簿倒是个不错的点子，以后每个位高权重的都来个登记簿，以防哪个不小心的送错了东西。其实，从取人所长，不责人所短的角度看，本书不至于那么差劲。关键是花费了我一个半小时的美好时光让我过意不去。从边际效应递减处想，既然你送的礼不能让收礼人获得本可以获得的足够的心理收益，你为什么，为什么不能以自己或他/她的名义将这份送礼的钱作为为全世界受苦受难的人民群众幸福或者是减轻痛苦处想奉献了呢？酒后之言，难免有不当之处。

2、作者认为，如果了解收礼人，送对礼物的话，礼物在效用上要高于送现金（心理增值）。但是大多数送礼行为是在不了解收礼者情况下发生的，由于收礼者对礼物的估值（满意度）低于市场价格，会造成“净损失”。考虑到送现金存在一定的社会阻碍，所以作者提出送一种改良的购物卡。购物卡可以使送礼达到预期收益，并且方便使用者购买符合自己的商品，尤其是小孩和老人，从而更具灵活性。改良过的购物卡，可以将过期的余额自动转至慈善机构。从而将零售企业的意外之财，转变为对社会边际效益最大的产物，从而造福社会。同时，作者认为，因为富人对金钱的边际效益太低，所以应该将送给富人的礼物改成只能向慈善机构捐赠的礼物卡。从而引导现金的边际使用效益提高。读后感想：送金钱及礼物卡是可以计量的，是一种市场规范。而送礼物是一种社会规范。使用社会规范更有助于表达感情，维系联系。单本书并未对此疑问作出解答。

章节试读

1、《送礼经济学》的笔记-第16页

通往地狱的道路是由良好的愿望铺就的。

《送礼经济学》

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：www.tushu000.com