

# 《廉价》

## 图书基本信息

书名：《廉价》

13位ISBN编号：9787508622118

10位ISBN编号：7508622111

出版时间：2010-9

出版社：中信出版社

作者：[美] 埃伦·拉佩尔·雪尔

页数：263

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](http://www.tushu000.com)

# 《廉价》

## 前言

简介 格雷欣法则 如果你懂得如何以少换多，你就拥有了魔法石。 本杰明·富兰克林  
我们的满足感并非物质上的满足，而是一种满足的象征——金玉其外，败絮其中。 阿兰·瓦茨  
(Alan Watts) 在亚利桑那州的塞多纳 (Sedona)，梅萨机场 (Airport Mesa) 是个十分受欢迎的  
碰头地点，特别是在黄昏之时。在这个神秘的时段，夕阳沉下西方的地平线，那些忠厚老实的人们安  
坐在巨大的圆形砂岩之上，暗自沉思。美国土著人相信塞多纳是片神圣的土地，他们这么认为是有道  
理的。若不然的话，怎么

# 《廉价》

## 内容概要

## 作者简介

艾伦·鲁佩尔·雪尔是《大西洋月刊》的一名通讯记者，她本人还是《纽约时代杂志》、《华盛顿邮报》、《国家地理杂志》、《时代周刊》、《探索》和《萌芽》和其它刊物的撰稿人。她具有开创性的新作《饥饿的基因》对肥胖风进行了揭露，以六种语言出版。她在波士顿大学任新闻学教授，还与人合作指导科学新闻方面的研究生课程。

# 《廉价》

## 书籍目录

序前言 格雷欣法则：廉价的陷阱第一章 折扣为王：从商品奇缺到折扣的泛滥 大规模生产的开拓者 依靠廉价的发家史 “两元店”经营模式 廉价商品：爱与恨 从定量供应到折扣商店第二章 廉价：既迷人，又让人恐惧 大规模超市诞生了 折扣经营模式：为赚钱不惜一切代价 折扣店是如何运营的 折扣店：让商业重新洗牌 条形码扫描器的秘密 超级巨人：沃尔玛公司第三章 商品定价：究竟有多少秘密，你永远也不会知道的定价秘密 你多走5英里难道只为了50美分的代金券吗 购物也会让人疯狂 错觉：即将失去5美元和已经失去了5美元，哪个更让你“痛不欲生” 定价：不完美的科学第四章 折扣店模式：让人欢喜，让人忧 为折扣而疯狂 最大化地激发购物欲 大型商场：为什么吸引力会这么大 折扣店的生意经 低价购买名牌产品是一种赌博第五章 降价促销：究竟是福还是祸 是什么让降价促销成为商家必然选择 降价的秘密：商家是在玩猫捉老鼠的游戏 免费如何让我们失去了理智第六章 从宜家说起：大规模生产的悲哀第七章 折扣陷阱：低收入者真的可以从折扣中受益吗第八章 廉价食品：我们还要付出多少代价第九章 中国制造：一个无法忽视的命题第十章 追寻理想价格：即将到来的消费革命致谢

# 《廉价》

## 章节摘录

第一章 折扣之国 如果没有廉价劳动力我们就无法享受便宜的商品。 当售货员过于优秀需要加薪时，让她走好了。 ——弗兰克·K·伍尔沃斯 摘自约翰·K·温克勒（John K. Winkler）《五分一毛：F. W. 伍尔沃斯的传奇一生》 美国历史从来不缺乏令人庆贺的讨价还价的传奇故事。曼哈顿是用一堆小来小去的装饰物换购而来；而路易斯安那购地 中每英亩价值不过三分钱。但在这些房产交易发生的年代，我们的国土边境似乎无穷无尽。早期美国，除了土地、水资源和空气，似乎没有什么东西是便宜的。

# 《廉价》

## 媒体关注与评论

这本书非常及时！在我们经济困惑的迷雾中，艾伦·鲁佩尔·雪尔意味深长地谈论了成本、价格和价值。——比尔·麦吉本 全球著名环保专家 天底下没有免费的午餐。艾伦·鲁佩尔·雪尔有力地论证这样的观点，那就是我们购买廉价商品时付出了高昂的代价。她讲述了一个令人引人入胜的故事，我们希望这个故事将会劝服人们知道，作为消费者，我们的不同选择可以从根本上改变我们的社会。——丽莎贝思·科恩 哈佛大学教授

## 《廉价》

### 编辑推荐

《免费》为我们描绘了一场即将到来的商业革命，它指引给人们如何在免费模式下赢利——它是在教人如何赚钱。而《廉价》会给我们带来一场消费革命，这场消费革命将彻底颠覆你的消费文化——它是在教人如何消费。读完《免费》，你一定要读的还有《廉价》。

## 精彩短评

- 1、看了之后，我再也不为折扣商品而动心了。现在是有用就买，适合就买。以前看到衣服打扣就买，买回来又觉得不好看，不穿，送人。唉！有购物狂的人，可以看一看。
- 2、八块多买的，还未读，感觉不错。
- 3、有人说，我们总会遇到一两本书会改变自己的三观。这本《廉价》就是这样的一本书。我们已经陷入这样的一种境地，由于各种商品打折，购买的欲望总是蠢蠢欲动，我们早就已经不知不觉的卷入了全球化消费的格局里面了。书是昨天拿到手的，包装很好，纸质也很好。虽然还没看完，但却已经被深深吸引。
- 4、非常零散 目的性不强 可归于休闲读物？ 但是引入的一些知识可以深入查看==》2015.3.2劣币逐良币？ 有些现象在我们的思维阴影里 都发现不了的他的坏处 比如廉价 比如某些思维定势 信念
- 5、折扣卖场，廉价商品，甜蜜的毒药。压低供货商和生产商成本，削减员工薪金和福利，实际上减少了消费者的选择，变相使其别无选择的走上依赖廉价商品的恶性循环。不要为不需要的消费而去购买折扣或廉价商品，名牌折扣卖场其实是另一种倾销劣质商品的途径，我们都被捆绑在廉价消费的车轮上，为寻求更便宜的商品，去使用更低廉的劳工，更差的原料，最终损害的是自己的利益。
- 6、罗里罗嗦不知所云
- 7、好书，认清目前的营销方式，廉价的代价与收益
- 8、都是表象，陈述性内容，没有振聋发聩的思索性产品。
- 9、境界太高，还是会买廉价的东西
- 10、三星半。书名难以概括这本书所能给出的东西，涉猎的范围从消费心理到产业链变化，很是丰富。耐心读读会获益良多。
- 11、不要迷恋双十一，双十一只是一个传说
- 12、还不错，分有点低。
- 13、32.40!!!
- 14、此书很适合我看啊，我就看到商品打折就会情不自禁的买回家，不管有没有用，此书分析得比较好，透彻的分析折扣的惊人内幕
- 15、有一点点inspired
- 16、我就觉得宜家有哪里不对呢...不可持续，致命伤啊！
- 17、在追求低价的热潮中，更容易抹杀产品的创新性和创造力。因为我们追求「尽可能便宜」，造成制造工厂纷纷移至劳动成本较低的市场，牺牲了工匠主义和产品完整性的基本价值。相对的，我们的经济、政治和心理也付出了极大的代价。认可折扣就是默许劣质产品的存在！
- 18、作为一个初学经济的学生，一个彻底地行外人，觉得还是很可读的。廉价的不耐用品的购买其实才是真正的奢侈。
- 19、廉价：折扣文化的惊人代价打折买下，正品。
- 20、三星半，很多名词比较有意思
- 21、折扣文化的惊人代价，正在看
- 22、过于啰嗦啦，也许更应该系统地去读经济学的书。
- 23、低收入人群真的能从折扣中受益吗？
- 24、outlets
- 25、喜欢莎士比亚的作品。不错，这个系列一下子买了很多本。就是很多古代英语不认识，读起来很艰难、
- 26、这次参加当当网搞200-100买的，一次性买得有点多,非常不错，价格是当的划算，在当当购物确实价廉物美哟！
- 27、我觉得没什么好看的。只是说几个实例。我是和免费一起看的。免费好看很多。
- 28、做活动时买的，希望能对自己有所帮助。
- 29、逐利、满足自己需要最大化是对经济人定义的基础，《廉价》就从此基础上分析了价格对我们的影响，为什么消费总是会被低价诱导，还从全球化角度考虑低价的真正原因（向发展中国家转嫁成本）与其所产生的负面效果（全球环境恶化，最发达国家也不能幸免）。整体而言这是一本做得反复阅读的好书，企业经营者不但可以从中了解定价策略背后的东西，还有机会深入考虑过分压低成本对企

业长远的负面伤害。书是财经媒体的编辑朋友推荐的，内容没有让我失望。

第一章到第三章从心理层面讨论为什么人愿意买便宜东西，为什么有人愿意为了用50块的代金券跑200公里。无论损失是否真实存在，对损失的厌恶让我们做出很多不理性的决定。用弗洛伊德的理论解释就是人的大脑分为初级处理和二级处理。初级处理十分冲动而幼稚，会引发人性恶的一面；二级处理则更为谨慎，是人性中善的一面。定价者的目标就是“增强非理性反应，阻止理性分析”。用门外汉的说法，他们的目标就是阻止消费者对购物进行过多的思考，甚至不去思考更好。我们中没有人——不论多么理性——能够对这种策略完全免疫

第四章至第六章讨论低价背后的真实原因。尤其是对宜家案例的分析，此公司主要靠向不发达国家转嫁生产成功，全球采购来提高自己的利润。在瑞典本部最近被风吹倒的大片树林都不能用，用内部人士的话说：“这些原料离生产厂地太远了。”为了压低成本，宜家的家具都远在中国、越南生产。此外，宜家拆装家具的产生背后有着更深层次隐喻，家伙不再是值得保存的东西了，他们没有感情可以随时被丢掉，所以在低价的基础上也不必对质量有什么过高要求。认为家具都没有感情的同时，宜家自我矛盾地给自己的产品都起了拟人化的名字。

第七章至第九章解释了廉价给我们真实生活带来的负面影响并提出了一些建设性意见。超级大公司不要认为污染发生在其它国家问题就与自己完全无关，我们都生活在一个地球上，污染是全方面的，没人任何人能幸免，举了虾的例子。也许全盘考虑，才是真正的发展之道。

第十章则简单给出了可能的解决方法。有时变革的基础在我们自己的钱包里，而不是投票站。

本书是本能引发读者思考、值得一读。

30、这是对现在市场上眼花缭乱的折扣的综合描绘

读完之后很有感触

31、还不错 内容值得发人深省 在现今快餐文化 打折文化横行的今天 每个消费者都要有自己的清醒认识！活动时买的这本书 还是相当值得的

32、如果你有以下消费习惯\*请你一定要读这本书：

你去超市购物，本来你只打算买一件商品。但碰巧遇上打折，你购买了三件！有一件让你心仪很久的商品，但价格让你承受不起，现在打八折了，你义无反顾地买了。在超市购买食品，同样口味、营养成分相同的两种食品，你总是选择打折的那种。你觉得自己的工资水平太低。入不敷出，购物时总是青睐打折商品。

33、廉价的物品意味着廉价的人

34、笔记。Extremely well written! Cheap: The High Cost of Discount Culture. about the Consumer Culture.

Cheap is powerful emotional trigger. This book can help us to open the eyes a little wider and help us keep the wallet closed a little longer. about the Chinese manufacturing scandals. Do not focus too much on cheap and not enough on actual value.

35、买来增长见识 不错 值得

36、总有点收获

37、正品出版物，折扣低，还会继续购买

38、阐述美国的廉价文化的形成、方式和代价。这类经济学书籍读过几本，写作逻辑总是先介绍历史，然后列举大量数据事例论述观点，得出结论。所以总是能学到好多知识，例如劣币逐良币、斯堪的纳维亚美学、宜家 and 沃尔玛的模式、伍尔沃斯、沃纳梅克、关于高度自我认知还有两百年前的理论对今天的影响等等。看这种书不会很费力，有点基础之后顺着作者思路读下去就好，但是必须有自己的判断。不过最喜欢的还是关于“期待”的那部分描述

39、折扣文化的惊人代价,价格战是否好??

40、跟克里斯·安德森比起来，艾伦的讲述更加生动，你不会感觉她为了证明自己而汇总全部素材，你甚至一开始不能发现明显的关联，但是会被出其不意地触动。对了，王尔德的短篇小说《少年国王》，简直是其中对卡特彼勒等企业雇佣廉价劳工的描写的童话版。

41、买这本书的时候是为了凑邮费，但到了后看了一下，挺好的，写的很深刻，角度也很独特

42、在现在物品满琅的生活中，我们真的很容易被买东西

43、天底下没有免费的午餐。埃伦·拉佩尔·谢尔有力地论证了这样的观点，那就是我们购买廉价商

品时付出了高昂的代价。她讲述了一个引人入胜的故事。我们希望这个故事将会劝服人们知道，作为消费者，我们的不同选择可以从根本上改变我们的社会。推荐

44、了解商品价格定位的好书啊

45、作者的思路一篇混乱，颇有点打一枪换一个地方的感觉。打折问题从消费者行为学、从企业管理方面都有很多可以谈，但作者缺乏对心理学层面或经济学层面做严格的实证研究。最后的结果是本要靠“打折”才卖的出去的商业书。

46、很好很不错，1折特价买的，挺值得！！！！好看！

47、搞活动买的，纯看它便宜

48、很好的书。里面很好的讲述了“劣币驱逐良币”的观点。现在的社会消费畸形。大家都贪便宜买一堆质量也很便宜的物品，而不论自己需要与否。这其实就跌入的资本家的陷阱，使得那些生产\*\*品的商人发了财，而那些提供性价比极高，但是售价相对来说较贵的商人破了产。很可悲。

49、大象借走了

50、有对宜家，沃尔玛的深刻介绍，换种思路，很喜欢

51、把许多自己的消费行为剖析了一次，并且说对了。那种啰啰嗦嗦的叙言，让不怎么懂经济学的我也可以看懂

52、工作需要，略读，十分枯燥乏味

53、纸质很好 印刷也很不错 有读书的快感

书的内容解决我对廉价商品的大部分疑惑 看这书以后买东西会更理智一些

54、新译本，全新的阐释，“历史上最著名的公司争夺战”，有木有准备进城的野蛮人，呵呵。好看，必须的。另一本书，看到简介，觉得不错，可以看看，到底打折，吸引多少，花钱，消费者，利益等的。快递很好，很快，不错。

55、宜家的谎言

56、对于我这个能花上半天时间蹲在淘宝前面比较价格，为了凑邮费把一家店铺翻了个遍，买了各种看似用得着的零七八碎的东西的人来说，这本书对我的效果绝对算得上如雷贯耳。且不说廉价实际上是竞争陷入恶性循环，穷的越穷富的越富，发达国家掠夺发展中国家的资源和劳动力，造成环境污染这些大环境的东西，单是对个人，虽然看起来能买的东西更多了，物质生活更丰富了，却让我的思维更陷入穷人思维的泥淖。首先，低廉的价格通常意味着质量的降低，即使购买的对象是一件衣服，但其中还包括服务的成、展示的成本、购物环境的成本，虽然商场里的衣服要比网上贵上几倍，但是网上购物其实牺牲了自身的购物时候的愉悦心情，享受服务和环境等这种第三产业的价值，还承担了不知道真实的面料，是否合身，退换货困难等等风险，我们买来的仅仅是第二产业的产品，尤其是网购更让我退回到了只有第二产业的时代。其次，大量的廉价商品，使得我们在手中钱款有限的条件下能够有更多的选择权，购物的满足感=喜欢某个物品的程度+节省消费的额度（反向赚钱），因此一次性大批量购买廉价产品，实际上是满足了意识中的掌控欲，产生自己很有钱的错觉，购买行为从购买商品本身变成了一项赚钱的活动。但时间成本等并未算入在内，在不断比较价格或者奔赴某个血拼场所时消费的成本通常都被人们忽略了，最明显的例子就是在超市免费派送前排长队。第三，由于实际上仍是金钱支出，并没有让所持资金正向增长，因此这种降价血拼带来的满足感并不能持久，而低价的物品能带给人的满足感毕竟有限，这就造成了很容易对购买到的物品产生厌倦，同时造成家中堆积了大量不必要的商品，对高价商品（一般情况下意味着更好的质量）带来的质感和美感的渴望会在心里烙下痕迹，产生一种失落感。第四，书里提到了宜家，当然我不想对宜家本身做什么评论，人实际上非常容易受到周围环境的影响，之前我听说松木是欧洲近几年认可的环保家具材料，因此对松木颇具好感，但是家里买了一个松木的椅子，发现这种木头实在是太软了……虽然在物品坏的时候我们就可以购买新产品令人期待，但是自己心爱的东西坏了也是很令人郁闷的，廉价的产品使得我们对物品珍惜的感觉越来越淡薄，铺天盖地的宣传让人迷失了自己真正的喜好，再买东西的时候我会多想想，这种流行的东西到底适不适合我。当然我也不是主张奢侈消费，廉价的商品在提供使用价值的时候的确对我们很有帮助，只是在自己经济条件允许的情况下适度的消费，也试着去享受优雅的环境带给身心的舒适感，而不是血拼时的刺激感，让生活过得更有余裕，更高雅，也算是对自己的一种宠爱。

57、本书的主题很好，廉价、折扣正是需求侧市场经济的产物，供给侧改革必将引发新的消费革命，消费者会更加理性，产品会更加优质。但是本书的论述逻辑比较混乱，很多引用对论述问题没有什么帮助。还有作者对于人们贪图便宜的分析解释不清，主观猜测成分过多。作者还喜欢动不动就把问

## 《廉价》

题上升到全社会伦理道德的高度，这一点也很无聊，毕竟他的素材很难支撑，让人读起来不明不白。

58、折扣的代价似乎太高了

59、还蛮有道理的，不过对于处在贫困线上挣扎的我来说廉价的东西还是很有诱惑，橡木书柜的确好，可我连Billy都买不起.....

60、价格适中，对廉价折扣文化的背后深入了解。

61、很好，打折时买的，挺实惠的

62、结构散乱，有平铺无深究，颇有点国人攒书的把式。关于美国折扣店的缘起和折价政策的消费心理学叙述部分还值得了解一下。全书更适于知晓而非思考。两至三小时可通读完。

63、从最熟悉的消费入手，作者深入剖析了廉价背后的动因及隐患，非常发人深省

64、廉价：折扣文化的惊人代价 让人惊讶

65、让我知道了廉价的故事，值得一买

66、深刻地揭示了人们购买打折货的心态和根缘！

67、这本书是帮一个朋友购买的，他说很好不错的书。很好看。

68、从打折的历史写起，读来有点闷。

69、看了一半，没看到什么很吸引人的角度。而且私以为这应该是一本论证折扣文化弊端的书吧，但是逻辑体系很混乱且语言太啰嗦。每一章节的小标题似乎都跟内容没什么关系。

70、对生活购物理念的提高很用帮助，值得拥有的一本书

71、好书不必多说，29折时买的，后来一折了，但不后悔。这说明，当当的打折是有诚意的，不是说卖不掉的才搞活动

72、关于宜家那段让伪善的小资产阶级情何以堪啊TT

73、典型英文报道文章，翻译到位但是满满的汉堡味还是盖不住，少量收获。对沃尔玛、大型购物中心和宜家的科普令人影响深刻

74、懂得了商品法则一点点

75、讲的很不错。。。买的很值呢

76、便宜的东西没好货。首先东西为什么会便宜呢，其实看上去真的很好啊，也许我们并不需要东西更长久。折扣很好啊，但更多的是猫捉老鼠的游戏。种粮食的人买不起粮食，廉价的食物是怎么被玩坏的。廉价带来了风险，带来了不可持续发展，看过之后对这些还是有比较深刻的感受。

77、廉价不一定会给你带来好处 便宜的东西不一定是好的 有的时候会发现 便宜的东西会让你陷入一个接一个的陷阱 然而 你要知道 商家的真正目的就是让你消费 而不是给你提供你真正需要的东西 廉价的背后 更多的可能是毫无用处的东西堆在你家后院 廉价的吸引力确实让所有人都能够疯狂 但在疯狂之后 一定要更加的清醒 别以为你是真的占便宜了 而事实上 你花了很多钱

78、消费社会的一种必须的自教育，帮助拯救被捡便宜绑架幸福感的人类。

79、如果说这本书给了我什么新的东西，一定是买家具要买桃木、橡木、红木的结实材料，可别买密度板松木板的疏松料，我从来都是想用几年的打算，哪怕我这台s5830掉烤漆很厉害内存又少完全不够看，此时上豆瓣还是可以的。不知道三星设计了它几年寿命，一年1000的边际成本太高了，这才两年多，一天三块钱啊啊！坚持用到日边际成本降低至两元下。另外，作者对宜家的不满比对沃尔玛的还大，感谢让我看到宜家的另一面。“我们大多数人都有坚持某种已经存在的信念，并愿意付诸巨大的努力维持这些信念。”比如有机食品。“当产品极具吸引力的时候，零售商只要适当甚至稍微降低价格就可以将商品卖出。”当消费者判断商品质量时，起作用的是质量信号，而不是质量本身。人们依赖于隐藏信号与外界暗示作决定。质量信号例如大牌设计、专家推荐。

80、廉价是折扣文化的惊人代价，廉价确实既迷人，又让人恐惧！了解折扣文化和廉价心理，无论做折扣还是不做折扣都值得一读！

81、书中介绍了折扣店盛行的由来历史以及折扣文化带给我们的种种变化，不过后边两章，有的观点感觉太片面了。

82、希望可以通过此书修正消费理念 开源节流 只买需要的

83、我就是打折才买这本书的

84、有点零碎。职业记者的那种流畅的废话有点多。

85、廉价：折扣文化的惊人代价，真的还没有看

86、挖掘到了深层次的东西，可惜没有继续深入下去。

## 《廉价》

- 87、我们会被我们所热衷的事物囚禁 而不是老大哥、真理部和友爱部
- 88、中信出版社的书，都是标题党+故作高深，俺已经疲劳了。
- 89、很适合我看，我就是那种看到折扣就疯狂血拼的人啊，学习！
- 90、挺有启发
- 91、不错，同事推荐，买来屯着，没事的时候读读。
- 92、16书19，廉价。刚翻完。虽然笼统写了一章中国制造，但作者所谓的折扣文化仅限于欧美，特别是美国，商家只写了沃尔玛、宜家，对此淘宝表示严重不服。《史记》有云：买物必取贵而善者，不争贱价也。这不，马云所以要开天猫了
- 93、这种类型的书一直都非常喜欢收，去书店也买过很多，这次纯属因为突然发现了这个介绍。觉得非常有意思，很多时候我们就是因为商场打折啊神马的会买很多东西。仔细读读这本书有不一样的感受
- 94、道理说得很清楚也很透彻，很适合那些经常买折扣商品的人
- 95、重点在“价格弹性”以及由此引发的折扣实质，以及低价背后的影响。折扣文化，商品有可能故意瑕疵，从而折扣销售。
- 96、活动时买的价格便宜 很满意 不错 五分
- 97、折扣对社会生产力的打击太大了
- 98、中国有句老话，叫便宜无好货，这句话是经验之谈。其实，便宜是个相对概念，这里的便宜是相对于商品本身应当的价值而言的，但是，很多人在买东西的时候却不一定是理性的，在折扣、低价面前，我们往往非理性。《廉价：折扣文化的惊人代价》乃美国记者谢尔所著，告诉了我们廉价非好事，倡节俭文化.理性。物美价廉也是存在的，但是劣币会驱逐良币，不同的是劣币驱逐良币是理性选择，而质量差的廉价品驱逐质量好的商品是非理性选择。物美价廉当然是理想状态，但是现实往往是不理想的。我们要尽量理性消费，不要一味追求低价，那低价的背后是充满工人的酸楚的，不要一味追求折扣，一味打折并不一定代表你就真正占了便宜。商人要明智的获取利益，即要长远观，所以很多好企业，都实行的是合理利润，不低也不高。而相对理性的消费者，买东西也会长远观，东西便宜点当然好，但是质量要是必须的。可是，现在的很多人，在消费文化的刺激之下，节俭意识已经被浪费代替，这怪不了消费者，这是商业的大势所趋，但是这是很危险的，因为资源本来就有限，本来就浪费不起。
- 99、一本叙述有些累赘的零售史话。重点在“价格弹性”以及由此引发的折扣实质，以及低价背后的影响。阅读此书可让人对折扣、低价的背面因素有一个了解，也许会让我们改变消费选择吧。
- 100、没太多价值
- 101、廉价的代价

1、还行，就是啰嗦了点，这可能是记者的职业病吧，形容词用得太多，让人没法一下子抓住要点。关于宜家的那个章节有点道理，与我的看法不谋而合。宜家的品质确实不像我们国内好多人认为的那样好。只是由于汇率的关系，宜家产品的价格显得比较高，以至于有好多国人认为它的质量应属上乘。实际情况恰恰相反。有些章节对廉价商品的批评，如血汗工厂、减少国内岗位之类，我认为有些牵强。

2、逐利、满足自己需要最大化是对经济人定义的基础，《廉价》就从此基础上分析了价格对我们的影响，为什么消费总是会被低价诱导，还从全球化角度考虑低价的真正原因（向发展中国家转嫁成本）与其所产生的负面效果（全球环境恶化，最发达国家也不能幸免）。整体而言这是一本做得反复阅读的好书，企业经营者不但可以从中了解定价策略背后的东西，还有机会深入考虑过分压低成本对企业长远的负面伤害。书是财经媒体的编辑朋友推荐的，内容没有让我失望。第一章到第三章从心理层面讨论为什么人愿意买便宜东西，为什么有人愿意为了用50块的代金券跑200公里。无论损失是否真实存在，对损失的厌恶让我们做出很多不理性的决定。用弗洛伊德的理论解释就是人的大脑分为初级处理和二级处理。初级处理十分冲动而幼稚，会引发人性恶的一面；二级处理则更为谨慎，是人性中善的一面。定价者的目标就是“增强非理性反应，阻止理性分析”。用门外汉的说法，他们的目标就是阻止消费者对购物进行过多的思考，甚至不去思考更好。我们中没有人——不论多么理性——能够对这种策略完全免疫。第四章至第六章讨论低价背后的真实原因。尤其是对宜家案例的分析，此公司主要靠向不发达国家转嫁生产成功，全球采购来提高自己的利润。在瑞典本部最近被风吹倒的大片树林都不能用，用内部人士的话说：“这些原料离生产厂地太远了。”为了压低成本，宜家的家具都远在中国、越南生产。此外，宜家拆装家具的产生背后有着更深层次隐喻，家伙不再是值得保存的东西了，他们没有感情可以随时被丢掉，所以在低价的基础上也不必对质量有什么过高要求。认为家具都没有感情的同时，宜家自我矛盾地给自己的产品都起了拟人化的名字。第七章至第九章解释了廉价给我们真实生活带来的负面影响并提出了一些建设性意见。超级大公司不要认为污染发生在其它国家问题就与自己完全无关，我们都生活在一个地球上，污染是全方面的，没人任何人能幸免，举了虾的例子。也许全盘考虑，才是真正的发展之道。第十章则简单给出了可能的解决方法。有时变革的基础在我们自己的钱包里，而不是投票站。至少在我看来解决方法写的模糊不清，但这并未影响本书的价值，它仍然是本能引发读者思考、值得一读的。

## 章节试读

### 1、《廉价》的笔记-第72页

P72 10美元试验  
10美元

P72 10美元试验。。。照猫画虎的也做了一个简易版试验。。。

作者提到一个经典试验，10美元，在AB两人之间分配，且两人没有协商的余地；其中，A有权制定分配方案，B有权选择接受该或不接受该方案；如果B选择不接受，那么两人1分钱都得不到。作者是从“大多数人”的“选择”（包括如何制定规则，和接受怎样的规则两个方面）更倾向于追求“公平”，而非经济人“理性”假设下的利益最大化。

GSS：觉得这个试验很有趣，元宵节家庭聚会，人多，也做了一个同样的试验，结果结论与作者所要阐述的一样。[但这不是重点。。。]

重点是：本人更看重试验所体现出来的一体两面的另一个倾向，就是：什么样的分配方案都有可能被提出，同样什么样的分配方案也都有可能被接受，也就是林子大了，什么鸟都有。。。进一步而言，就是人的“需求”具有多样性，多的让难以想象，叹为观止XP，需求的各异性完全超出预先的“猜测”。。。这能不能成为多元化的一个例证。。。XDDD

具体而言，更多数人倾向于A5/5分，B接受；还有A9/1分，A10/0分，A8/2分，A7/3分，A4/6分；还有说试验条件不完全不制定任何方案，或不接受任何分配方案（比如提出，说10元钱是从哪里来的？如果分配不成，到哪里去？AB两人分别是什么关系？等等条件具体化方案。。。）  
很有趣的试验

### 2、《廉价》的笔记-第61页

实际上，发生的事情并非真相。真相，是我们对发生事件所持的看法。

——罗伯特·麦基

### 3、《廉价》的笔记-第24页

欲望的产生.....令人们想要拥有从前不曾存在之物。

P40  
当购物者手中有了购物车，平均每次来购物时都会多买一件商品。

P50  
低价格令消费者认为他们可以获得自己想要的东西，但他们所购买的却并不一定是他们想要或者需要的东西。用古罗马话来说就是“面包与马戏”（panem et circenses），这是一种使公民愿意工作而不感到痛苦的艺术。今天，扮演马戏这一角色的就是低廉价格。

P77  
购买的好处就是折扣本身，折扣令你此时此刻感觉不错，觉得自己更聪明，悟性高。.....我们对于现在都更为情绪化，对于将来都更为理性化。

## 《廉价》

### 4、《廉价》的笔记-第57页

（讲到美国人节俭的美德正在消失无形）一个节俭的人不会驱车几英里，只为在买中筒袜时省下3美元，而一个追求廉价的人才会这样做。每一个学生都知道廉价激励并不刺激，那些廉价的话根本不值一听。不论是在书本、剧场还是电影院中，守财奴的形象都是一个坏人，一个引人发笑的角色，但是我们都沉浸在这种廉价当中。廉价可为我们止痒，可以讲那些我们无法达成的梦想变成现实，我们就是买廉价的帐。当然，如果说美国人已经对廉价上瘾多少有些过，但是廉价的确已经成为全民关注的一个焦点，随着汽油和食品价格的上涨，我们会感到失望。到了那时，我们会需要和期待廉价，尤其会感到无比怀念，与此同时，我们也会痛斥这种廉价。

### 5、《廉价》的笔记-第1页

.....花费了几年的时间在世界各地旅行，并了解到在这个世界上，有一种系统创造了消费者的购买欲，又声称系统本身便可以满足这些欲望，消费者的选择完全受到这种系统的驱使。  
圈套。。。

# 《廉价》

## 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](http://www.tushu000.com)