

《10-16岁青春期.父母要懂的心馈》

图书基本信息

书名：《10-16岁青春期.父母要懂的心理學》

13位ISBN编号：9787506489171

10位ISBN编号：7506489171

出版时间：2012-10

出版社：中国纺织出版社

作者：李宗远

页数：222

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

《10-16岁青春期.父母要懂的心馈

内容概要

《10-16岁青春期,父母要懂的心理學》內容簡介：每一位父母都希望自己能成為孩子的朋友，都希望孩子有什麼心裏話會第一時間告訴自己，可往往事與願違。其實孩子並不是不願意向你吐露心聲，而是你需要了解孩子心裏的想法，才能找到與孩子溝通的恰當方式。《10-16歲青春期中，父母要懂的心理學》深諳孩子的內心需求，幫父母輕鬆找到打開孩子心中秘密的鑰匙。通過對孩子內心的探尋，從心理和生理兩方面引導孩子走出困惑，走向光明。言簡意賅的語句，豐富翔實的案例，令從未涉及過心理學領域的父母一看即懂，一用即會，解除家長的心病，給孩子帶來快樂的青春。

《10-16岁青春期.父母要懂的心馈》

作者简介

李宗远，云南省昭通市昭通师范高等专科学校教育学副教授。从事教学、科研工作二十余年，主要从事心理学、教育学、教育心理学等课程的教学工作，先后在各刊物上发表十多篇著作。

书籍目录

第1章 做好青春期的引路人，别让孩子封闭内心

“心理断乳期”，孩子厌烦你的关切

渴望独立，不愿与父母共同外出

不予回应，充耳不闻你的唠叨

交流少了，孩子开始疏离父母

不说心里话，学会了敷衍父母

父子的关系怎么会越来越疏远

孩子不愿同父母分享所喜欢的事物

锁上日记本，孩子有了自己的隐私

观察胜于询问，不要让孩子觉得你很烦

用自己的经历引起孩子的沟通兴致

第2章 躁动的青春期，父母如何平抚孩子的叛逆心理

孩子认为自己很成熟，父母的嘱咐成多余

“叛逆”的孩子，反面教育不如正面引导

说一句顶十句，孩子的“有理”心理

离家出走的孩子心里想什么

叛逆才“出彩”

上课捣乱，让老师生气才有成就感

父母认可的事物，孩子为何嗤之以鼻

抽烟——让我觉得很潇洒

“坏孩子”活得才自由快乐

父母的想法土得掉渣了

第3章 青春期的性情易变化，引导孩子成为阳光少年

不堪压力，性情变得烦躁

内心承受力差，易被激怒

对未来的茫然，让孩子焦躁不安

老师的管教引来孩子的发泄

攀比心理让孩子心浮气躁

自卑的孩子脾气往往不好

父母唠叨出孩子的坏脾气

不自信的胆怯心理引起对自己的不满

第4章 面对青春期的生理变化，帮助孩子解决性困惑

青春期身体的变化，引起内心困扰

青春心理：不敢与异性近距离说话

开始渴望接近异性的身体

梦中的性让孩子感到羞耻

如何跟青春期的孩子讲解“性”

解开孩子心中的性困惑

第5章 帮孩子调整竞争心态，强化孩子的抗压抗挫力

第6章 书本间的青春，帮孩子解决学习的困扰

第7章 会交友交益友，引导孩子提高交际能力

第8章 早恋早引导，帮孩子理智对待青涩的情感

第9章 追星、追潮流，让孩子正确面对青春的“向往”

第10章 用阳光抵制“荧光”，别让孩子的心被“网”住

参考文献

章节摘录

版权页：第一章 纺织服装企业项目概论【导读】现代纺织业开始于英国的第一次工业革命，自此之后随着技术的进步，纺织工业产品的用途越来越多，纺织业的内涵也在逐渐扩大。对于处于工业化程度很高的纺织行业内的企业来说，如何发掘新项目并成功地实施这些项目显得非常重要。项目就是一种带有创新性的临时性活动，能够为企业源源不断的活力。【主要内容】纺织服装企业发展的现状：主要介绍现代纺织业和服装业的内涵，以及国内外纺织和服装企业的发展现状。纺织服装企业运营的特点：首先介绍企业运营管理概念，然后结合纺织企业和服装企业自身特点总结出纺织服装企业运营的特点。纺织服装企业项目的产生：首先介绍纺织服装企业项目的定义和要素以及其产生的原因。纺织服装企业项目的类型：主要介绍纺织服装企业项目按涉及的主体和学科、按项目性质的分类。

第一节 纺织服装企业发展现状 随着经济的发展，社会的进步，技术的不断更新，人们对于纺织概念的认识也会发生变化。

一、现代纺织的内涵 在中国行业分类标准中（如表1-1），纺织和服装行业同属于制造业大类，但二者有着不同的内涵。首先从纺织业的内涵来说，现代纺织业早已突破传统的范畴，正逐渐发展成为一门包括纤维材料新技术、纺织染工艺与设备新技术、信息技术等多学科交叉的综合性产业。纺织业是指用天然纤维或化学纤维加工而成各种纱、丝、绳、织物及其色染制品的工业。按原料性质的不同，可分为棉纺织工业，毛纺织工业、丝纺织工业、麻纺织工业，化学纤维工业等。按生产工艺的不同，可分为纺纱工业、织布工业、针织工业。非织造工业、印染工业等。纺织品按产品的用途来分主要包括服用纺织品、家用纺织品和产业用纺织品。关于服装业可以从狭义和广义两个层次进行理解。狭义的服装业泛指具有御寒、蔽体、装饰等功能的衣物的设计、生产、加工和销售的一系列的活动。按服装的基本形态与造型结构进行分类，可归纳为体型型、样式型和混合型三种。按用途分类分为内衣和外衣，内衣紧贴人体，起护体、保暖、整形的作用；外衣则由于穿着场所不同，用途各异，品种类别很多，可分为社交服、日常服、职业服、运动服、室内服、舞台服等。而广义的服装业除了包括狭义的服装业之外，还包括制帽业、制鞋业和其他纤维品制造业，因为后者与服装业都息息相关。

二、纺织服装业的特点

（一）纺织业的特点 纺织品用途十分广泛，服装用纺织品、家用纺织品和产业用纺织品共同构成纺织业的三大类支柱产业。服装用类纺织品的技术已经相当成熟，家用纺织品和产业用纺织品正成为纺织产业中新的增长点。家用纺织品原指装饰织物（简称家纺产品），主要包括床上用品、餐桌织物、车类装饰、室内装饰等。而产业用纺织品在国外被称为“技术性织物”，通常附加值较高，主要品种有篷帆布、革基布、交通运输用纺织品、过滤用纺织品、建筑用、包装用和医疗卫生用纺织品。新型材料纺织品的技术含量高。近十多年来，大量创新科学技术不断运用于纺织品和服装的生产。新型纺织纤维和纱线，如聚对苯二甲酸丙二醇酯纤维（PPTfiber）、聚乳酸纤维（PLA fiber）、木棉、竹纤维、复合纱等；新风格织物，如麂皮绒、干爽手感织物等；新型功能性纺织品，如隔离细菌和病毒等防护性功能纺织品，抗紫外线、抗静电、抗电磁辐射等功能纺织品，吸湿排汗、吸光保温、中空保暖等热湿舒适性功能纺织品，远红外保健、抗菌防臭等卫生保健型功能纺织品，对外部环境、人体生理状况的需求能够做出反应的智能型纺织品和服装等，如雨后春笋般地诞生。纺织业同时也是一个高污染行业。2007年5月，国务院下发了《第一次全国污染源普查方案》，纺织业被列为重点污染行业。据国家环保总局统计，印染行业污水排放总量居全国制造业排放量的第5位。60%的行业污水排放也来自印染行业，且污染重、处理难度高，废水的回用率低。化纤行业在生产过程中，有些产品大量使用酸和碱，最终产生硫磺、硫酸、硫酸盐等有害物质，对环境造成严重污染；有些则是所用溶剂、介质对环境污染较为严重。化纤生产污染环境的另一种表现是化纤产品本身的不可降解性，特别是合成纤维，其废弃物回收成本高，燃烧后污染空气；废弃后不易降解，造成土壤环境恶化。另外，毛麻丝行业的前处理过程也是行业污水排放的重点。在能源消耗方面，纺织机械、化纤机械电力消耗十分突出。化纤行业总耗能比国外先进水平高10%~30%左右。

（二）服装业的特点 服装行业是一个劳动密集型产业，服装行业的加工和生产组织过程不需要大型专门化的机械设备，可以在较少的资本投入下运行，尽管近年来高新技术如CAD、CIMS和先进的生产组织方式被不断研制出来并投入应用，但绝大多数企业仍未脱离传统的模式。这使得服装行业对劳动力成本颇为敏感。服装行业关注时尚性，随着人们经济水平的提高、消费观念的改变，现在的服装不仅只是为穿着的舒适及健康，同时也在日益走向时尚。时尚就是在特定时段内率先由少数人实验、而后来为社会大众所崇尚和仿效的行为方式。服装是人们展示自我的道具，我们在服装中展现时尚，所以服装有时被称为时装。正如一位名人所说：“时尚代表着社会交往的表达方式和对社会地位的追求，它

代表着服装和服饰的生产和销售企业创造的成千上万的销售额”。时尚就其本身而言并不创造消费购买力，但是，只要有购买力的地方，就存在着对时尚追求。这也使得服装的设计与穿着也趋向于时尚与多变。服装行业的品牌效应明显，服装企业非常重视品牌管理。服装的实际意义已远超出遮体御寒的基本功能，从美学意义延伸的文化价值和从象征意义延伸的社会价值，使得不同服装的价格差异非常大，品牌显得尤其重要。在计划经济年代里，没有人去关心品牌的价值，但随着中国经济市场化程度越来越高，消费者更多地注重品牌。服装行业的相关产业多。服装行业除了与面料业、零售业有关外，还与辅助行业、出版业、营销咨询、广告代理、公关代理、行业协会、流行信息服务等部门有密切的关联。每个产业的创新都可能给服装行业带来新的机会，但机会和威胁是一体两面，所以，服装企业不仅要努力做好自己本行业的事情还要密切关注相关行业的发展趋势。这对服装行业的信息收集、处理、保持、分析要求较高。

三、国外纺织服装企业的发展现状 对于发达国家和发展中国家来说，经济结构的不同，其纺织服装企业的发展也呈现出不同的景象。现代纺织业发展始于英国的第一次工业革命，日本的产业发展和经济进步也是以纺织业为先导，纺织业的发展有着悠久的历史。在全球经济一体化和世界纺织服装产业结构大调整的今天，全球纺织服装供应链的走势是发达国家主要生产高端（高附加值、高科技含量）产品，如美国、欧洲的纺织品、服装及家纺产品都在不断减少，生产重点从早期的劳动密集型产业转向化纤、印染、服装设计和销售、产业用纺织品等资金、技术密集型产业。美国在地毯及高品质工业用纺织品，如碳纤维复合材料和车用安全气囊方面具有统治地位，意大利是欧洲最大的纺织品和服装生产国，被公认为是高档服装和服装面料的领先国家。而中低端产品（批量大、低附加值和低级书含量）的生产被转移到劳动力成本低的国家和地区，如化纤纤维市场已被分成两块，亚洲的中国、韩国、台湾的公司主导着日用纤维市场，美国、欧洲和日本的公司主导这高性能纤维市场。在中低端市场，市场竞争也日益白热化。亚洲的印度、孟加拉国和越南劳动力成本低，产品以更低廉的价格挤占我国纺织品的海外市场，造成我国部分初级纺织品出口显著下降，进口大于出口。传统纺织工业发达国家，如欧洲，美国，日本等国家的企业对服装加工产业的关注度越来越低，他们凭借资金、技术、品牌和渠道优势，依旧掌握着产业链的高附加值环节，占据着世界服装行业高端市场。例如在流行时装市场上，世界著名的时装品牌基本上全部来自意大利、法国和美国。服装加工产业主要被转移到东欧和亚太等地区生产成本较低的国家。

四、国内纺织服装企业的发展现状 在纺织业中，服用类纺织品、家用类纺织品和产业用纺织品共同构成纺织业的三大支柱产业。目前我国纺织企业主要生产的纺织品中服用类纺织品大约占半数以上，家用纺织品和产业用纺织品的比重少。服装行业在我国国民经济体系中一直以来是我国传统的强势行业，企业对外贸出口创汇做出了重大的贡献。中国的纺织服装业是最早开放的产业，伴随着世界纺织产业结构的调整，依靠原料和劳动力价格优势，我国纺织服装业生产加工迅速上升，竞争力不断增强，纺织服装产品在国际上的份额也不断增加。自20世纪80年代末以来，我国纺织品服装出口一直保持贸易顺差，并处于不断增长的趋势中。目前，纺织品服装在我国外贸出口中居于第三位，始终保持中国贸易顺差最大类别产品的地位，2005年其贸易顺差超过1000亿美元；2007年有超过1500亿美元。在经历全球金融海啸的2008年，纺织服装企业虽然受到了巨大的冲击，但其总产值仍约占全国总产值的十分之二，并已连续出口创汇顺差第一。在国家宏观经济政策调控下，2009年和2010年国内经济始终保持平缓增长，纺织服装企业外贸出口仍然保持顺差。我国的纺织服装行业在国民经济中占有重要地位，产业规模大，而且作为劳动密集型产业，是国内吸纳就业人口较多的传统制造业之一。

《10-16岁青春期.父母要懂的心馈

编辑推荐

《10-16岁青春期,父母要懂的心理學》編輯推薦：青春期對孩子來講是一個特殊的成長階段，父母學點心理學才能真正走進孩子內心，引導孩子走向健康陽光的生活。

《10-16岁青春期.父母要懂的心馈》

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