

<<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

图书基本信息

书名：<<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

13位ISBN编号：9787515401614

10位ISBN编号：7515401613

出版时间：2012-10

出版时间：当代中国出版社

作者：马杰

页数：307

字数：170000

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：<http://www.tushu007.com>

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### 前言

2007年年初，苹果公司首席执行官史蒂夫·乔布斯在Maeworld大会上推出第一代iPhone，并于同年6月在美国上市。

从此，这部“改变世界”的手机打破了移动设备世界的格局，一次又一次刷新了人们对手机技术的理解。

因此，每年的新品发布会都轰动一时，开卖时“果粉”通宵大排长龙。

这样的现象引起了经济学界的广泛讨论和关注，这个不到巴掌大的玩意儿何以有如此威力占领市场，其居高不下的价格又何以让消费者甘愿大掏腰包？

难道iPhone的成功完全是人们的虚荣心在作怪？

本书从一个普通的消费者视角出发，用通俗易懂的语言阐述了科技创新、生产成本、行销策略、消费者心理、市场供需等因素在这个世界级经典经济学案例中发挥的作用。

传统研究将重点过多放在高深莫测的经济学理论论述上，作者打破了这个桎梏，用亚马逊、强生化妆品、日立等大公司的案例作佐证，总结出新的商业模式下，要获得成功，CEO需要了解的经验 and 其中蕴含的经济学哲理。

作者旁征博引，授之以渔，用简明扼要的语言帮助读者培养经济学思维，也对出现的经济学术语作了详尽的解释。

如果你也在不解为何iPhone在如此昂贵的价格之下还能发展得势如破竹，又不想对着枯燥的经济学理论干瞪眼的话，请跟随这本书一起一探其中奥秘吧。

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### 内容概要

《为什么iPhone卖那么贵还热销：CEO和你一起看的经济学》由马杰编著。

为什么iPhone卖那么贵还热销？  
为什么同一时间不同摊位的鸡蛋的价格都差不多？  
为什么电价翻了十倍仍缺电？  
为什么米店不打折促销？  
坐飞机去外国买比国内便宜1000块的LV包划算吗？  
为什么迪斯尼乐园让游客乐此不疲？  
为什么“日升昌”员工不会卷款潜逃？  
为什么城市里的路总是修了又修？  
每块炸鸡赔2元要继续经营下去吗？  
为什么麦当劳和肯德基总是结伴出现？

..... 精通经济学，才能成为一个精明的企业家；精通经济学，才能成为一个聪明的消费者。

不用苦读枯燥的经济理论，只要读懂《为什么iPhone卖那么贵还热销：CEO和你一起看的经济学》中的故事，你就能成为“经济达人”！

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### 作者简介

马杰，长江国际教育研究院副院长，中国企业培训师10强之一，经济学教授。  
在发展经济学、品牌建设管理、市场营销管理领域有独特的建树，并担任多所知名院校客座教授。

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### 书籍目录

#### 前言

#### PART 1 经济学的基本概念

##### 第一章 价格与价值

一、为什么iPhone卖那么贵还热销？

二、为什么钻石比水更值钱？

三、为什么牛肉面的价格不会暴涨？

四、为什么粮食丰收价格也不会暴跌？

五、什么东西越贵越好卖？

##### 第二章 定价心理术

六、降价是唯一出路吗？

七、为什么同一场电影定不同票价？

八、为什么LV皮包不能卖500元一个？

九、为什么新研发的儿童沐浴乳不能定价100元？

十、为什么捆绑了车险的宝马更热销？

十一、为什么定价998比1000更畅销？

十二、为什么越打折越赚钱？

##### 第三章 供需关系

十三、为什么一个手机号价值千万？

十四、为什么路边的李子是苦的？

十五、为什么会“洛阳纸贵”？

十六、为什么墨西哥的猪瘟让美国的老板发财？

十七、哪些商品薄利不一定多销？

十八、为什么电价翻了十倍仍缺电？

十九、为什么米店不用打折促销？

二十、为什么柑橘丰收时农民却烦恼？

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

二十一、为什么农场主把牛奶倒进河里？

### 第四章 市场

二十二、市场是怎么来的？

二十三、为什么不被宏观调控的纺织厂业绩却蒸蒸日上？

二十四、那颗钻石到底是谁生产的？

二十五、怎样才会涨工资？

二十六、坐飞机去外国买比国内便宜1000块的LV包划算吗？

二十七、“看不见的手”也会失灵吗？

### PART 2 管理的经济学内涵

#### 第五章 生产与成本

二十八、怎样才能让“死驴”赚钱？

二十九、为什么不能放弃饼干而只生产方便面？

三十、规模越大越赚钱吗？

三十一、赔钱的生意有人做吗？

三十二、为什么三个和尚没水喝？

三十三、怎样才能利润最大化？

三十四、每块炸鸡赔2元要继续经营下去吗？

三十五、看了半场的电影能退票吗？

三十六、充足的商品和积压的库存谁更重要？

三十七、打广告一定要自己花钱吗？

三十八、一个产品能卖几年？

#### 第六章 营销策略

三十九、为什么迪斯尼乐园让游客乐此不疲？

四十、你在消费者心中是什么位置？

四十一、你的看门狗凶不凶？

四十二、为什么要在牛仔裤流行时生产休闲鞋？

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

四十三、“买椟还珠”给你什么启示？

四十四、为什么用美女来促销的戏码不断上演？

四十五、放多少盐才合适？

四十六、一加一怎样大于二？

四十七、不拼价格拼什么？

### 第七章 组织与人才

四十八、哪一种管理模式更合适你的企业？

四十九、为什么Nike员工都不跳槽？

五十、为什么“圈地运动”使英国工业发展加速？

五十一、为什么效率工资能带来高效率？

五十二、为什么“日升昌”员工不会卷款潜逃？

五十三、什么是企业的人治与法治呢？

五十四、以分工合作代替单打独斗的优势在哪儿？

五十五、怎样赶走团队中的南郭先生？

五十六、为什么企业一定要给员工激励？

五十七、为什么成功的企业都有一个“热炉”？

### 第八章 财务决策

五十八、独资企业有哪些优缺点？

五十九、合伙企业除了共获利还需要担风险吗？

六十、为什么股份制能把企业做大？

六十一、六年前的100万元现在值多少？

## PART 3 从经济学搞懂竞争

### 第九章 商场竞争形态

六十二、为什么鸡蛋的价格都差不多？

六十三、卖鞋子搭售袜子有罪吗？

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

六十四、中石油为什么能不降价？

六十五、可口可乐用什么打败百事可乐？

六十六、Netscape浏览器为何退出了历史舞台？

六十七、联合起来定价就有用吗？

六十八、为什么火力发电厂一定要和砖厂合作？

### 第十章 市场经营战略

六十九、怎么把梳子卖给和尚？

七十、为什么20%的人比80%的更重要？

七十一、非主流市场怎样跑过主流市场？

七十二、如何避免从一个红海跳入另一个红海？

七十三、为什么麦当劳和肯德基总是结伴出现？

七十四、为什么请保姆比自己辞职带孩子划算？

七十五、为什么有的消费者只买贵的？

七十六、为什么“三鹿奶粉”会成为贬义词？

### 第十一章 拓展国际市场

七十七、什么是经济全球化？

七十八、怎样进行经济整合？

七十九、为什么养蚕的邻国灭亡了？

八十、为什么那么多的商品都是“Made in China”？

八十一、为什么中国的瓷器能出口，葡萄酒要进口？

八十二、强国也能出口劳力密集型产品吗？

八十三、“勤俭岛”和“挥霍岛”居民有什么关系？

八十四、为什么西班牙人会“把亚洲鞋倒出来烧掉”？

八十五、印度限制硼酸进口是怎么回事？

八十六、什么是知识产权？



## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### PART 4 宏观角度的经济学

#### 第十二章 国民经济

八十七、吃喝玩乐对社会有什么贡献？

八十八、早期资本市场是怎么形成的？

八十九、为什么日本会爆发“泡沫经济”危机？

九十、为什么越节俭反而越萧条？

九十一、为什么民众一有钱就会赶快购买商品？

九十二、贫富差距将带来什么？

#### 第十三章 经济周期

九十三、什么是经济发展的波峰与波谷？

九十四、什么是经济流动？

九十五、新闻里常说的“经济复苏”用什么来衡量？

九十六、经济跑太快，国民钱包瘦？

九十七、我们的财产为什么越来越不值钱？

九十八、经济大萧条时美国怎样避免法西斯极权？

九十九、为什么大家没活干鸡蛋反而更贵了？

#### 第十四章 政府与经济

一、美国为什么要三权分立？

一、一、黑心商贩为何屡禁不止？

一、二、如何利用特权转移财富？

一、三、为什么城市里的路总是修了又修？

一、四、为什么路灯只能由政府建？

一、五、都是“公有”惹的祸吗？

一、六、看病能不能不那么贵？

一、七、政府为何要当“看得见的手”？

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

- 八、砸玻璃为什么会促进经济发展？
- 九、卖技术还是卖人力？
- 、为什么要推行菜篮子工程？
- 、国民经济病了，政府怎么当好医生？

### PART 5 经营者的决策智慧

#### 第十五章 企业与决策

- 二、领先产品为什么卖那么贵？
- 三、为什么总有人买到狗皮膏药？
- 四、你在什么时候会中奖？
- 五、火箭推进器与马屁股的宽度为什么会一致？
- 六、没有选择是一种好的选择吗？
- 七、为什么狮子养的鸡会丢失？
- 八、先救母亲，还是先救妻子？

## &lt;&lt;为什么iPhone卖那么贵还热销&gt;&gt;

## 章节摘录

## 十四、为什么路边的李子是苦的？

竹林七贤之一的王戎，小时候聪明过人。

有一天，他和村里的孩子发现路边长着一棵李子树，树上长满了鲜润的李子，大家都很兴奋，但王戎却是一副漠不关心的样子，并跟其他人说，李子肯定是苦的。

还是有人忍不住摘下来尝尝看，一尝之下果然叫苦连天。

他们不禁问王戎：“你怎么知道李子是苦的呢？”

王戎说：“路边的李子树不归谁所有，经过这里的人这么多，如果有好吃的李子早就被摘光了，哪轮得到我们呢？”

经济学思维 人们进行市场交易并不是从人类出现之时就有的，是人类社会发展到一定历史阶段的产物。

市场交易的产生，必须具备一个基本条件：“产权”的不同，可以说产权是市场交易得以进行的第一前提。

那么究竟什么才是产权呢？

产权不是指人和物的关系，而是指物的存在及关于它们的使用所引起的“人们之间相互认可的行为关系”。

产权的问题之所以引起人们的重视，在于产权与经济效率有密切的关系。

如果没有产权制度，就会导致资源浪费、效率低下等后果。

以路边的李子树来说，其产权是属于公众的，不属于某个人，自然就没有人愿意照顾李子树，所以树上就长不出甜的李子了。

因此，只有通过产权界定，才能使资源得到有效的保护和利用，同时，市场交易行为才得以延续。

产权之所以重要，是因为所有者有权使用自己的资源，获得利益，同时承担使用不当的责任。

在这种情况下，所有者就会最有效地利用自己的资源。

产权是市场交易得以进行的根本前提，如果不能保护个人的产权，市场交易秩序将不能维持。

因此，现代法律强调个人的产权保护，建立一套完整、有效、可操作性强的产权保护制度，无疑是重要和必要的。

## 十五、为什么会“洛阳纸贵”？

《晋书·文苑·左思传》中记载：西晋太康年间出了位很有名的文学家——左思。

左思小时候，他父亲就一直看不起他，常常对外人说后悔生了这个儿子。

等他长大了，他父亲还是对朋友们说：“左思虽然成年了，可是他掌握的知识和道理，还不如我小时候呢。”

左思不甘心受到这种鄙视，开始发愤学习。

经过长期的准备，他写出了一部《三都赋》，依据事实和历史的发展，把三国时魏都邺城、蜀都成都、吴都南京写入赋中。

当时人们都认为其水平超过了汉朝班固写的《两都赋》和张衡写的《两京赋》。

一时之间，在京城洛阳广为流传，人们啧啧称赞，竞相传抄，一下子使纸昂贵了好几倍。

原来每刀千文的纸一下子涨到两千文、三千文，后来竟销售一空，不少人只好到外地买纸，抄写这篇千古名赋。

经济学思维 为什么会“洛阳纸贵”？

因为在京都洛阳，人们竞相传抄《三都赋》，以致纸的需求越来越大，而纸的供给却跟不上需求，这样一来纸的价格就不断上涨了。

美国著名经济学家保罗·萨缪尔森（Paul Samuelson）曾经说过，学习经济学是再简单不过的事了，你只需要掌握两件事：一个叫供给，一个叫需求。

什么是供给和需求？

供给指的是生产者在一定时期内，在各种可能的价格下，愿意而且能够提供出售的某种商品的数量。

这种供给是指有效供给，必须满足两个条件：生产者有“出售的意愿”和“供应的能力”。

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

需求指的是消费者在一定时期内，在各种可能的价格下，愿意而且能够购买的某种商品的数量，指的是消费者想得到某种商品的愿望。

需求不是自然和主观的愿望，而是有效的需要，它包括两个条件：消费者有“购买的欲望”和“购买的能力”。

一般来说，供需平衡时，市场价格就是正常价格。

当供大于求时，市场价格低于正常价格；当供不应求时，市场价格高于正常价格。

‘铬阳纸贵’的故事即说明了供不应求，导致纸的市场价格成倍数增长。

在一般情况下，需求与价格的关系成反比，即价格越高，需求量越小；价格下降，需求量上升。

例如，如果每球冰淇淋的价格上升了10元，你将会少买冰淇淋。

价格与需求量之间的这种关系对经济中大部分物品都是适用的；实际上这种关系如此普遍，以至于经济学家称之为“需求定理”：在其他条件相同的情况下，一种物品价格上升时，该物品需求量减少；价格下降时，需求量增加。

但在少数情况下，会出现相反的情形，即价格越高，需求量越大；价格越低，需求量反而越小。

这种商品通常是社会上具有象征地位的炫耀性商品，例如钻石、古董等，它们常常会因为价格的提高，需求量反而增加。

供需机制是市场机制的主体。

供需联结着生产、交换、分配、消费等环节，是生产者与消费者关系的反映与表现。

供给与需求是市场内部矛盾运作的核心，其他要素（如价格、竞争、货币流通等）的变化都围绕着供给与需求而展开。

P34-37

## <<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

### 编辑推荐

《为什么iPhone卖那么贵还热销：CEO和你一起看的经济学》从一个普通的消费者视角出发，用通俗易懂的语言阐述了科技创新、生产成本、行销策略、消费者心理、市场供需等因素在这个世界级经典经济学案例中发挥的作用。

传统研究将重点过多放在高深莫测的经济学理论论述上，作者马杰打破了这个桎梏，用亚马逊、强生化妆品、日立等大公司的案例作佐证，总结出新的商业模式下，要获得成功，CEO需要了解的经验 and 其中蕴含的经济学哲理。

作者旁征博引，授之以渔，用简明扼要的语言帮助读者培养经济学思维，也对出现的经济学术语作了详尽的解释。

<<为什么iPhone卖那么贵还热销>>

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:<http://www.tushu007.com>