

<<生产者力量>>

图书基本信息

书名：<<生产者力量>>

13位ISBN编号：9787561426869

10位ISBN编号：7561426860

出版时间：2004-11

出版时间：四川大学出版社

作者：比尔·奎恩

页数：135

译者：赖伟雄

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>

<<生产消费者力量>>

内容概要

《财富》杂志将新千年称为“消费者的时代”，这是有道理的。网上购物的出现，大型折扣连锁店的扩张，商品价格和服务费用的不断下降，这每年都可以为消费者“节省”几十亿美元。

但是，当消费者购买打折货物时，他们真的是在“省钱”吗？当他们兴高采烈地花着钱，却没有意识到自己把自己“买”向贫困线，而大型电子零售商和零售店主们正收获着前所未有的利润呢！

当你以6折的价格购买一件100块钱的商品时，你不是“省下”了40块钱，而是花了60块钱！当你从你的净资产中拿出60块钱来买一件消费品，你不仅仅是失去了60块钱，你还失去了用这60块钱去投资、以便在将来赚取更多钱的可能。所以说，消费行为是对你的净资产的一项消耗——消费行为把钱从你的赢利中抽走，而不会增加金钱。

事实是，绝大多数的消费者永远不能获得财务保障，因为长期以来，他们受广告诱导去购买那些随着时间的流逝而失去价值的产品和服务。

消费者的思维是花钱，这必然导致资产的缩减和梦想的破灭。

另一方面，那些销售打折商品的大型店铺，为自己和股东们创下了前所未有的利润，是财富的生产。

生产者的思维是投资金钱，他们的目的是赚钱和建立资产，这是如何创造财富的关键。

今天，感谢那种打破传统观念的“生产消费者”思维，使普通人能够同时享受两个世界的好处——他们可以在消费的同时生产财富！

所以我说，“生产消费者”思维应该是更聪明地购物，而不是更便宜地购物。

生产消费者能拥有更多，是因为他们以店铺的方式思考。

如果你拥有沃尔玛，你就不会去K-MART买东西，对吗？

通常是，生产消费者拥有他们自己的店铺——“我的店（www.quixtar.com）”，这是我对它的称呼。生产消费者学会了从“我的店”买东西，然后教别人做同样的事情，所以他们在花钱的同时也在创造财富。

生产消费者在经营自己的生意，并不只是自己做。

这个简单的概念，正在引起人们购物和工作方式的一场革命。

当你将你的思维和购物习惯，从短期的消费者模式，转换到长期的生产消费者模式时，你就改变了你的生活！

<<生产消费者力量>>

作者简介

作者：（美国）比尔·奎恩 译者：赖伟雄
比尔·奎恩，博士、营销专家。
著有《重获美国之梦》、《成事的十条规则和败事的十条规则》。

<<生产消费者力量>>

书籍目录

引言 一个现代的寓言：生产消费者和折扣店铺第一部分 生产消费者心理 第一章 为什么你要参与生产消费者革命 第二章 改变你的思维方式，你就改变了你的生活第二部分 新千年里的生产消费 第三章 互联网是商业里的金刚 ——而目前它还只是个婴儿 第三部分 消费者心理 第四章 无论怎样，你都得付钱 第五章 店铺并非你的朋友 第六章 通往债务的道路是由折扣铺成的 第七章 你真正想要的是什么？ 是更多的折扣，还是更多的时间 第四部分 我的店店.com 第八章 推荐营销：行之有效的生产消费者力量 第九章 电子推荐营销：互联网上的生产消费者力量 第十章 点击致富：电子未来就是现在 结论 不要让你的梦想打折

<<生产消费者力量>>

章节摘录

书摘 每次购物时都生产消费 我要带给大家最好的消息是，生产消费并不局限在买房子。

为房子拥有者创造财富的生产消费原则——资产、增值，还有税收益处等等——同样可以在你每次购买其他产品或服务时，为你和你的家人创造财富。

关键在于，要像一个房子拥有者那样作长远的考虑，而不是像一个租客一样只作短期的考虑。

长远来说，每个月多花100元来支付分期付款和建立资产，比每个月“省”100元，然后什么也没有建立要好。

简单来说，生产消费的关键，就是要更精明地购物，而不是单单追求更便宜；作长远的考虑，而不是短期考虑；以拥有者的思维模式来思考，而不是顾客的模式。

事实上，任何明白生产消费的基本原则的人，都可以学会创造财富，只要他们愿意改变日常购物的习惯就可以了。

并不需要做一个经济学博士才能明白这些原则，这些都是很简单、很基本的，连在街上卖柠檬水的小孩子，也能在几分钟内学会这些原则。

当有人拒绝承认生产消费的力量时，我非常惊讶，因为这些人大多数都拥有自己的房子，而且从来不会做租客。

他们会说，“如果你有能力买，为什么将钱花在租房子上面呢？”但是同样是这些人，当我将买房子的概念延伸到他们所购买的其他产品时，他们会翘起手来，拒绝聆听。

这让我想起奥斯卡·怀兹的一句名言，“不要用事实迷惑我！”事实就是生产消费，就好像购买房产，这是很有道理的。

如果这些头脑闭塞的人不能接受这一点，那是他们的损失，不是我的损失。

生产消费行为：富人怎样变得更有钱 富人总能明白生产消费的力量。

在畅销书《邻家的百万富翁》中，作者列出了大多数百万富翁用来积累财富的主要策略。

令人惊讶的是，这些策略都是那么简单却富有力量，任何人将它们运用到实践中，都可以大大增加他们的财富。

根据《邻家的百万富翁》所说的，百万富翁明白投资(金钱增长)和花费(金钱减少)的差别。

他们购买能增值的资产，比如优质股票，而不是购买随着时间流逝而贬值的负债，比如昂贵的家具。

他们拥有自己的生意，或者是他们所在公司的资产合伙人；他们拥有自己的房产，延迟短期的享受，而追求长期的财务保障。

简单来说，百万富翁在他们花钱的时候寻找赚钱的机会。

一句话，百万富翁是生产消费者！ 走向财务自由的道路允许掉头 亿万富翁保罗。

盖迪曾经说过，“如果你想变得富有，只要找到一个赚很多钱的人，然后按照他做事情的方式去做。

”富人是生产消费者，他们拥有更多，因为他们以店铺的方式思考，他们以店主而不是顾客的模式思考，然后按照这种模式去做。

因此，如果你想拥有亿万富翁所拥有的东西，你要学会做亿万富翁所做的事情。

亿万富翁生产消费，而不是消费，就是这么简单。

你呢？你是一个“邻家的百万富翁”吗？或者，你加倍努力工作，却只能勉强维持收支平衡？相反，如果你更努力地工作，你绝不会孤独。

一个联合国的调查发现，现在美国人的工作时间比任何其他工业国家都长，包括被称为工作狂的日本人！不幸的是，延长工作时间不等于创造更多的财富。

《今日美国》(USA Today)最近的一份调查报告显示，半数美国工人的银行存款不足2500美元。

当工人们被问及他们失去工作后多久会没有钱支付账单，54%的工人回答是“3个月或更短”。

不过，如果人们想采取策略改变他们的生活，现在还不算太迟。

就好像卡通片“家庭马戏团”(The Family Circus)中比尔。

金的“祖母的忠告”一样，祖母的4个小孙子围在她的身边，听她说每千句话，她的忠告永不过时：

“如果你曾经在生命中走错方向，请记住，走向天堂的路允许掉头。

<<生产者力量>>

” 祖母的忠告说对了，如果你要改变你的行为，永远不会太迟。

她贤明的忠告不仅适用于拯救世人，也适用于财务方面：走向财务自由的道路允许掉头。

你正在走的是哪个方向 如果你一直都是以消费者而不是生产消费者的模式思考，而在财务上走错了方向，现在掉头还不迟。

如果你在财务自由的道路上走错了方向，很可能是因为你并不知道有更好的方向!你只是在随大流!与大多数人一样，你走进了错误的模式——消费者模式。

在消费者模式中，惟一富裕的只是那些店铺。

因此我说，如果你想拥有更多，你要以店铺的方式思考。

嗨，法律并没有规定，只有店铺才能卖东西和赚钱。

他们可以做，你也可以做!当然，你需要了解生产消费是怎样运作的。

从消费者转向生产消费者，第一步就是要打开你的思维，去接受一些新的观念。

正如一位智者所说的：“你的大脑就像一个降落伞，只有在敞开时它才有用。

” 你必须打开头脑，这样，新的生产消费思维才能代替旧的消费者思维。

只要你这样做，你就开始向一个完全不同的财务方向进发：和那些邻家的百万富翁是同一方向。

这也许不是最时髦的方向。

但这是我想走的方向。

你呢? 多年来，店铺在从我们的口袋里拿走钱上面，已经做得非常好了。

非常好!事实上，店铺在销售上，做得比顾客购买要好得多。

要知道，店铺是销售专家，而我们很多人只是购物的业余人士。

因为销售是店铺全部时间的工作，是他们每天研究、思考和做的事情。

相反，普通顾客只是偶尔去购物。

我们不是专家。

店铺拥有所有被证明是可行的、可以诱导我们去花钱的“商业计谋”。

而我们有什么呢?我们只有一张购物清单，和一辆超时停泊的汽车。

完全没法比! 店铺和顾客的关系让我想起我和我的狗菲特的关系。

它很喜欢越出后院的栅栏。

早上上班的时候，我解开它的绳套，将它关在后院，下班回来的时候，菲特却会在前院等我!.....

<<生产消费者力量>>

媒体关注与评论

引言一个现代的寓言： 生产消费者和折扣店铺 很普遍的一个错误观念是：要多赚钱，就得更努力地工作。

然而，从根本上讲，当你改变你的思维——不是行为——你的收入就会增加。

——贝莱恩·科斯罗

《365个成为百万富翁的方法》的作者 作为

开场白，我要告诉你关于斯坦先生的故事。

他在美国中西部的一个小城市开了一家店铺，并且战胜了几家曾经威胁他店铺生存的大型折扣店铺。

事情是这样的： 斯坦先生经营着一家叫做“ 斯坦店 ”的综合商店，位于主要街道的中央位置。

靠这个店铺，斯坦先生和家人过着不错的生活。

这是他应得的，因为全镇的人都很喜欢他、尊敬他。

一天，斯坦先生听到他隔壁两边的店铺传来装修的电锯声和敲打声。

几个月之后，两家新的折扣店铺开张了，分别在他店铺的两边。

两家折扣店铺有宽阔的过道与花花绿绿的摆设，他们卖的是和斯坦店一样的商品——以更低的价钱!

在开张的那天，斯坦店左边的那家店铺在前门上挂起了一个巨大的霓虹灯招牌：大型折扣连锁店最低价!

第二天，斯坦店右边的那家店铺，在前门上挂起了一块巨大的闪光招牌以回应： 没过多久，所有的人都知道新开的折扣店铺里的商品价钱更低，很快斯坦店的生意下降到几乎为零。

他无助地看着他以前的长期顾客和朋友走过他的门前去买减价商品。

他摇着头，看着他们走进第一家折扣店铺，然后又到另一家去，而只不过是买一箱清洁剂省1块钱，或者是为了买一台录像机省10块钱而兴高采烈地比较价钱。

斯坦先生明白了，他必须做一些全面的改革，否则店铺就要倒闭。

最显而易见的办法，就是降低价格去和两边的店铺竞争，但那等于财务上的自杀。

斯坦先生只有一家店铺，他不可能像拥有100家连锁店的折扣店铺那样以那么低的价钱进货。

“一定还有其他办法!” 斯坦先生对自己说。

生产消费者革命的诞生 一天，一个老顾客来到斯坦店，四处看了一下，毫不犹豫地说：“噢，这不是我要找的店，这是斯坦店。

”这个老顾客转身走出了店铺。

“这是斯坦店!这是斯坦店!”这句话在店主的心里不停地回响。

“人们认为这是我自己的店铺，” 斯坦先生心里想，“顾客们不会认为这是他们的店铺，而认为这是我的店铺，如果我开始把他们当做生意合伙人而不是顾客，会怎样呢?如果我的新生意合伙人在这购物的同时，可以赚到钱和建立资产，又会如何呢?我猜他们一定不会再从别人那里购买，而开始向自己购买了。

” 这是一个革命性的观念，但是斯坦先生知道，在紧急时刻需要紧急措施。

他把他的员工集中在一块儿，请他们帮忙重新设计他的生意，让顾客开始以合作企业和合伙人的方式思考和行动。

员工们很喜欢这个主意，纷纷为这个革命性的新生意模式出谋划策。

.....

<<生产消费者力量>>

编辑推荐

你最喜欢去的店铺，有没有曾经因为你推荐他们的产品而付给你报酬？

有没有店铺曾经在你买的每一件产品上都给你返还？

每次你给店铺写支票的时候，他们有没有也给你写支票？

如果你拥有一家沃尔玛，你会不会去K-MART购物？

有没有一家折扣店铺曾经邀请你成为他们的合伙人？

你是不是因为电子商务的爆炸而正在变得更富有？

如果你对以上这些问题的回答都是“不”，你要读这本书！

根据营销专家比尔奎恩博士所说的，普通人可以通过生产消费行为而创造高于平均水平的财富。

《生产消费者力量》是想在购物时创造收入——而不是支出的人的必读之书。

<<生产者力量>>

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>