第一图书网, tushu007.com

<<塑造孩子消费习惯的第一本书>>

图书基本信息

书名：<<塑造孩子消费习惯的第一本书>>

13位ISBN编号：9787510444906

10位ISBN编号：751044490X

出版时间：2014-1-1

出版时间：新世界出版社

作者：[英]大卫 柏金翰

译者：李若曦

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

内容概要

作者简介

书籍目录

第一章 别让商家偷走孩子的头脑
现在的孩子从出生之日起就成为家庭中的消费主力，然后在一个充斥着广告和商品的世界中度过童年。
当前基本上每个小家庭中只有一到两个孩子，这些孩子受到的祖辈和父母的关注远远多于以往的任何年代，因此现在的孩子们越来越不能忍受等待，越来越不易满足，也是更容易产生心理问题的一代。
消费习惯和理念是影响孩子未来性格的重要因素，因为它与欲望的宣泄以及自控能力的养成密切相关。
父母很有必要关注孩子在消费中的成长。

第二章 孩子用消费表达自己的想法
商家善于赋予不同的商品不同的意义，孩子也深受影响，希望通过购买某一样东西来证明自己不落伍、很酷，或者受欢迎。
对于这种趋势，如果父母不加影响，孩子很有可能在成年后变得更加物质和拜金，以至于引发更大的道德问题。
所以，父母首先应该知道用金钱和名牌给自己贴“标签”和用消费表现自身内涵的不同。

第三章 教会孩子判别广告和电视节目
在电视节目中插入“软广告”的方式已经进入了孩子的世界。
对于儿童电视节目前后的显性广告，孩子往往能够判断，但是大一些的孩子才能分辨出隐性广告。
随着社会越来越关注儿童的成长，要求取消或减少针对儿童的显性广告的声音越来越多，于是儿童商品的广告渐渐由显性转变为植入到电视节目中。
教会孩子判别广告和电视节目是父母避免孩子过度消费的一个重要手段。

第四章 识破玩具中的营销谎言
许多父母可能并不知道，玩具在上世纪初还只是大人的专利，后来因为商家开拓儿童市场，玩具才进入孩子的童年。
为了让父母更积极地给孩子购买玩具，商家更是给玩具贴上了“益智”等标签。
然而没有任何研究可以证明玩具能够单独开发孩子的智力，只有在父母大量参与的情况下，孩子才能在玩玩具的过程中让脑力及双手得到锻炼。
父母与其乐此不疲地给孩子购买玩具，不如多挤出一些时间陪伴孩子。

第五章 数字时代：更大的消费压力和更少的亲子时间
数字时代孩子更多地受到电影和流行文化的影响，对户外玩耍和玩具的兴趣逐渐转向手机、iPad、游戏机等电子产品。
为了安全和便于联系考虑，有一定必要给孩子购买手机，但是购买过多的电子产品不仅会让父母经济压力陡增，还会大大减少孩子的户外活动时间以及和父母交流的时间。
尽管如此，父母仍然应该给孩子一些童年的记忆，宠物小精灵影响了一代孩子，女孩们都希望有芭比娃娃，如果孩子和他的同龄人都热衷于某种儿童文化，也应理解他们。

第六章“小胖墩”是如何养成的
近年来，肥胖问题已经从成年人蔓延到儿童群体。
讨人喜欢的“小胖墩”在成年后会面临更大的健康风险和生活问题，胖人甚至被看做是没有自控力的人。
针对孩子的广告中大量宣传高盐、高糖、高脂的食品，是误导孩子摄入过多热量的重要原因，但最根本的原因还是父母自身不好的饮食习惯对孩子产生了潜移默化的影响。

所以有肥胖问题的父母，其孩子往往也更容易出现肥胖问题。

第七章 孩子穿着过于成熟带来的隐忧
儿童服装市场是一个高增长、多元化的市场，儿童服装风格失控的问题也日益显现。
许多父母喜欢把孩子打扮得更加成熟。
青春期的孩子，尤其是女孩受到流行文化的影响，更偏爱成熟的着装风格。
让孩子穿着过于成熟很可能带来安全方面的问题，如导致孩子更容易受到“恋童癖”者的侵扰。
对于叛逆期的孩子，父母可以尊重他们的着装风格，但是很有必要关注他们的心理健康；对于女孩，则需要提醒她们远离挑逗性的服装。

第八章 父母怎样摆脱孩子哭闹磨人的梦魇
几乎每位父母都有过孩子在商场哭闹着要买东西的经历。
造成这种局面，一方面可能是因为父母长期的溺爱——他们希望孩子能够得到自己在童年时无法得到的东西；另一方面是孩子认为父母拒绝给他们买他们想要的东西是不再喜爱他们的表现。
更深层次的原因是，孩子并不了解自己家庭的经济情况以及没有金钱概念。
父母如果在孩子较小的时候就尝试以平等的态度向孩子说明家庭内部的经济情况，会让孩子提出要求时更体谅父母。

第九章 孩子之间的“面子经济”
如今，孩子之间的攀比之风日盛，你有的名牌商品我也要有，而且对品牌的热衷程度日益提升。
如不如此，很难融入同龄人的圈子，甚至遭到排挤、刁难。
而过度品牌化与物质化势必对孩子的心理健康和品格塑造产生严重影响，所以正确处理此类问题、正确引导孩子，成为摆在父母面前的又一难题。

第十章 来自电视节目的冲击
随着娱乐潮流的兴起，电视节目发生了很大转变。
孩子更容易接触到成年人的电视节目，儿童电视节目数量日益缩减且更加成人化，从前简单轻快的动画片被充满暴力与时尚元素的儿童卡通所取代。
孩子长期观看此类节目，变得早熟且更加浮躁。
在无法完全避免的情况下，如何应对来自电视节目的冲击，成为了新时代父母的艰巨任务。

第十一章 学习如何花钱
当下，营销的触角已伸向校园，许多机构都试图发掘儿童市场的巨大潜力。
不仅如此，连教育行业也逐渐向市场靠拢，各种早教和培训机构如雨后春笋般涌现。
当然，不以升学为目的的兴趣班还是有一些好处的，比如可以培养孩子的特长，增强孩子的自信，让孩子更好地融入集体、融入社会，获得更多的认可。
但是家长在面对众多的选择时，往往会变得迷茫，进而盲从，不仅消耗大量的金钱，而且让孩子产生逆反心理。
因此，学会教育投资也就成为了家长们的必修课。

第十二章 塑造孩子的消费习惯
“望子成龙、望女成凤”是每一代中国家长的夙愿。
而新一代的中国父母们不仅关注孩子的身体、学习成绩，同时还更为关注孩子的心理健康，希望自己的孩子具备良好的品格修养。
而面对物质时代的各种物欲冲击，他们倍感无力，不知如何应对。
如何塑造孩子的消费习惯这一课题应运而生，对相关问题给出适当的处理建议，能帮助孩子在当前环境下减少物质冲击，形成良好的消费习惯，进而塑造优秀的品格。

第一图书网, tushu007.com

第一图书网, tushu007.com

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