

情商5：影响你一生的生态商



[情商5：影响你一生的生态商 下载链接1](#)

著者:[美] 丹尼尔·戈尔曼

出版者:中信出版集团

出版时间:2016-5

装帧:平装

isbn:9787508660110

一个不可否认的事实是，随着工业革命的推进，人类与大自然之间已经产生了严重的隔绝——我们的这个世界是是个生态系统遭到严重破坏的世界。

“情商之父”

丹尼尔·戈尔曼首提生态商的概念。自“情商”风靡全球之后，“生态商”的概念再一次流行开来，它已成为衡量人们生态智慧高低的指标。

丹尼尔·戈尔曼在这本书中对人们的“生态无知”进行了深入探讨。戈尔曼认为，“生态商”将成为连接环保和商业这两个至今背道而驰的领域的“必要粘合剂”。戈尔曼告诉我们，我们必须从现在就开始培养生态商：我们要了解自己对环境造成的破坏；我们不要过度、盲目消费；我们要警惕自己购买的商品对环境、健康、社会的负面影响。戈尔曼通过这本书，给消费者打开了生态智慧之门。可以说，生态商是21世纪全球增长的推动力，是衡量未来企业是否具备最强劲的经济动能——生态竞争力的标尺。

《情商5：影响你一生的生态商》足以彻底颠覆你的消费习惯、环保意识与生态理念。

作者介绍：

丹尼尔·戈尔曼

哈佛大学心理学博士，现为美国科学促进会研究员，曾四度获颁美国心理协会最高荣誉奖项，并荣获美国心理学会终生成就奖。其经典著作《情商》，畅销逾1000万册，高居《纽约时报》畅销书排行榜18个月。畅销著作除了《情商5：影响你一生的生态商》之外，还著有《情商：为什么情商比智商更重要》、《情商2：影响你一生的社交商》、《情商3：影响你一生的工作情商》、《情商4：决定你人生高度的领导情商》、《情商》（实践版）、《专注：让你不再分心，成就卓越的力量》等书。

目录:

第一章 绝对透明：即将来临的商品革命—001

无论你是个体消费者、企业采购人员还是品牌管理人员，倘若你了解自己所购买或销售的产品的实际影响，或者可以像工业生态学家那样对其进行精确测量，你就可以做出更加符合自身价值观的决定。这样，我们就可以齐心协力造就一个更加光明的未来。

第二章 “绿色环保”只是海市蜃楼吗—015

“漂绿”的行为只会让人产生错觉，以为自己购买的是质量优良的产品。这样的产品其实都被“绿色环保化”了，只是略加包装，做了些“有益生态环境”的表面文章罢了。

第三章 令人震惊的环保真相—035

我们的大脑已经适应过去的世界，对那个世界的危险保持高度警惕，但我们如今生活的这个世界却充斥着我们看不见、听不见、尝不到也闻不到的危险。我们大脑的威胁反应机制就这样一次又一次地被愚弄了。

第四章 生态商：我们再也不能忽视了—049

现代生活渐渐扼杀了人们与生俱来的适应自然的智慧和技巧。21世纪初，人类社会失去了人类独有的感知和识别能力，而这种能力对我们的生存来说不可或缺。我们的日常生活习惯与它们对我们所生活的环境造成的影响完全脱节；我们所有人的观念中都有了盲点，再也无法将我们的日常行为与这些行为给自然界造成的危机联系起来。

第五章 碳排放量的新型算法—061

如果我们去附近超市购物时不再使用塑料袋，如果夏天我们不要将家里的空调温度调得过低，如果我们出门时随手将电灯关闭，如果我们不再使用白炽灯而改用节能灯泡，将会带来多大的改变？这个问题的答案很复杂，让我们整天产生小小的道德困惑。

第六章 绝对透明：企业生存的根本—081

绝对透明体系会提醒消费者，哪件衣服产自模范工厂，哪件衣服产自糟糕的血汗工厂。在购物中心将这些信息公开，会在那些原本隐蔽的层面注入竞争因素。突然之间，我们可以在考虑一系列生态影响的基础之上做出购买决定，而不再仅仅考虑产品价格和质量。在这样的市场中，生态危害小的产品销量便会提高，而血汗工厂会一败涂地。

第七章 你会选购商品吗—095

“我们现在还处于一个无知的时代，”他告诉我，“我们知道产品的品牌和价格，觉得自己能识别出产品的质量。但其实没有人知道这些商标背后的真相，没有人知道这件产

品到底对你我、对地球产生了什么影响。我们就是要揭开这些品牌的面纱，让你了解许多商家不愿意告诉你的信息。例如，产品中有哪些有害健康的成分？它的运输里程是多少？生产工人的待遇如何？”

第八章 微博时代的生态商—115

对于消费者而言，即将到来的实现生态透明的数字时代意义深远。正如舍基所说，“虽然它会干扰你的生活，但有了它以后你就能做出更有益的选择。如果你告诉我，食品之狮超市比克罗格超市更注重环保，我可能就会改变自己的购物地点，同时市场压力将转移到克罗格超市身上，促使它按照这些思路进行竞争”。

第九章 你愿意购买高价的环保产品吗—133

虽然有些人的确愿意多花点钱购买环保产品，但总体来说只有极少数人在购物时会主要考虑产品在道德、环境或者健康方面的影响。

第十章 良性循环：如何让卖家和买家都满意—145

绝对透明体系承诺建立一个全新的市场机制，对消费者集体选择的效应及时做出反应。每个消费者的选择相加起来就会产生乘数效应，相当于为他们所购买的产品的性能投了一票。随着商家根据消费者的需求做出相应的改进，消费者也会更加清楚地意识到自己所做选择的道德意义。

第十一章 化学物质：你身边的隐性杀手—161

现在市场上的大多数产品都是基于20世纪的化学工艺制造而成。进入21世纪后，人们必然更加深刻地意识到常用工业成分与人类生物学的相互作用和影响。由于科学进步势不可当，人们最终会发现一些产品成分是导致这种或那种疾病的罪魁祸首。

第十二章 购物的不是你，而是你的大脑杏仁核—179

如果你想买一瓶绝对安全的洗发水，最好不要选择那些名称听起来很环保，貌似含有某些植物原料的洗发水。因为它们所含的50种左右原料当中有很多可能会导致癌症、妇女不孕，或引起过敏、破坏人体免疫系统等，这些后果还只是洗发水诸多危害中的少数几种。当然，我并不是说使用一瓶某品牌的洗发水，或者用上几年就会导致这些后果，而是使用洗发水会提高这些情况出现的概率。

第十三章 棘手的难题：谁在掏空地球资源—201

对于公司而言，要想在市场透明这一消费者偏好潮流中保持领先地位，就必须尽早了解自己产品中的哪些成分存在问题，这样才能开发出更好的替代品—行动宜早不宜迟。在评估产品风险时，公司管理人员首先必须充分了解消费者，知道消费者的最新想法并且采取相应的行动。

第十四章 生态透明的新商机—225

一般来说，商业人士考虑最多的是成本和市场，认为做好了这两点就是成功的商业实践。但是，在不久的将来，这种想法必须改变，商人们还必须考虑忽视市场生态透明度的风险。此外，对于很多管理人员来说，更重要的是他们当中拥有战略性思维的人能从这种生态透明中看到新的商机。

第十五章 要么破产，要么使你的产品达到环保标准—247

虽然沃尔玛公司是世界上最大的零售商，但是它并没有自己的工厂，它出售的所有东西，从玩具到电视机，都是从全球数千家工厂采购的。沃尔玛公司已经开始采取一些措施，以保证进行有道德的采购。例如他们会派出人员到各地，对为其供货的工厂进行检查。2006年，沃尔玛公司派人到全球8

900家工厂进行了检查，并且这些检查中有26%是没有提前通知的。

第十六章 关注生态与环保：你未来获得成功的砝码—263

在向这种绝对透明市场转变的过程中，总有一天，公共利益将会成为市场运行的根本目标。这为以商业为基础的改进提供了一种机制，在这种机制之下，我们希望看到的变革将是由市场而不是政府强制推动的；在这种机制之下，社会责任将给企业利润带来真正的积极影响。

致谢—279

· · · · · (收起)

[情商5：影响你一生的生态商](#) [下载链接1](#)

标签

心理学

情商

好书，值得一读

心理

生态商

工具书

通俗读物

我想读这本书

评论

匆匆阅过，供应链的整体观在宏观大数据的时候学过，顾客愿意为环保付钱也学过。供应链透明性有利于顾客作出选择支持环保。无他

生态商这个概念有点吸引人，作者给我们提供了一个更为广阔的思维角度。不管，生态商作为情商一种，感觉这个理念还为时尚早。

人的属性中包含一层人与世界或者说人与被管理之世界的关联，生态商接续情商的概念，把更多不属于理性范畴内的内容推及更广阔的领域，比如生态问题、环保问题、商业和自然保护等。

生态环境和心理学的结合，挺有意思的，也知道了很多新观点

主要讲生态环境与企业关系。

白色谎言:我们不了解或者看不到的都不重要
描述了一种理想，从系统实现和政策的角度看需要整个社会达成共识。
与前几册公有的通病是辞藻堆砌和苍白的呐喊。应该减少篇幅精炼语言

再小的力量也是种支持，不过对于我们消费者来说，市场对产品信息的公开不过透明化，以至于我们无法认识到不同产品间的生态价值差异，所以无法做出合理的判断。如果我们能更好地了解产品本身，我相信还是有很多人愿意为健康为环保为我们的地球买单的。对我一个女生来说，我觉得最直接的支持就是少买几件衣服，因为我们应该看到衣服背后的生产链，在它到我们面前之前是耗费了很多的资源。

没想到环保还跟心理学有关

心灵高度

所谓狗尾续貂

情商5：影响你一生的生态商 [下载链接1](#)

书评

一直觉得情商是个伪概念，所以买了号称“情商之父”的丹尼尔·戈尔曼的《情商》一探究竟，当时买的全套书籍一共四本，一直没看……在图书馆借书时又看到有了《情商5》，丹尼尔这老贼还真是能圈钱，前四本至今没看，没有发言权，但至少这本《情商5—影响你一生的生态商》就是一…

个人推荐指数两星半。书中有些部分是值得一读的，三种不同的依恋风格，安全型，忧虑型，回避型。歧视与隐性偏见两者的联系，男人与女人思考问题的差异，自恋的有关问题。

但是书中有许多槽点，我要吐一下。看完本书觉得作者丹尼尔是一个博览群书同时专业知识很好的人，但是引用...

“我们必须改变‘地球需要治疗’这一说法，”麦卡勒姆说，“需要治疗的不是地球，而是我们人类本身。”

地球环境越来越恶劣是总所周知的事情，但是爱护环境却不是每个人意识中的事情。

长时间的冷眼旁观，却忘记最后遭罪的将会是自己。

人们会追求更舒适的生活，却在追求过程...

[情商5：影响你一生的生态商 下载链接1](#)