

现代人自身的修养

一边

随着时代的转变，人们已经逐渐建立起适合于时代特征的新道德观。国外心理专家认为下列要素是现代人的修养所应注意的：

一、聆听重于表达。在人们自我表现倾向普遍化的今天，能静下心来聆听人们说话，已成为一种美德。多听有助于资料的搜集，人事的观察，还可以避免因多言而造成的差错，是现代人的重要修养之一。

二、尊重他人的隐私权。人们接触的密切，并不表示彼此一定要互诉衷肠。适度的相互开放，有助于和谐关系的维持。

三、勿太过谦虚。当他人赞美自己时，只要自己当之无愧，不妨大方地回以微笑，表示谢意。这种适度的谦逊，使自己显得更值得尊敬，而不娇柔造作。

四、自己犯错误时

立即承认并且大方地道歉，可以免除许多不必要的误解与麻烦。

五、尽量不要为自己的不当行为找借口。否则，只会徒增别人的不满和猜疑。坦诚而适宜地表达心声，往往能够获得别人的体谅和合作。

六、不要过分牺牲自己去讨好别人。必要的牺牲是应该的，但不



必为了讨好别人而故作姿态，何况想讨好一切人是根本不可能的。

七、珍视自己和别人的时间。那些到处游荡，道人长短的闲人，势必被快速变动的社会所淘汰。现代人应学会善于安排自己的时间，也珍惜别人的时间。

里不能千篇一律。前面提到的那位个体户店家，尾数统一用××.70元作价，反而会令顾客心头挂上“？”。

据资料介绍，5元以下的价格末位是9，在美国最受欢迎，5元以上的价格末位以9和5定价，销路最佳。在我国，人们对9也很喜爱，一些成语和名称也多用9，九尽春来、九九归一，人们认为9是一个吉利的数字。尾数用9，不光是从赚钱上考虑，还迎合了顾客的习惯心理。

总之，“心理订价政策”，容易使顾客产生便宜和信任感，只要你合理、巧妙的运用，在一定程度上可以促进销售。

可食。上、好、宜、内、盐、料、蒜、芹、瓜、洗、酸、黄、瓜、选、幼、嫩、短、的、黄、瓜、洗净后平放在坛内，加入

刊头设计 曹发俊

家用电器具有将电能转化成热能、电能的用电设备，如电熨斗、电烤箱、电饭锅、电磁灶等。它们具有价格低、使用方便、易调节和无污染等优点，深受广大消费者的青睐。随着人们生活水平的不断提高，家用电器正在迅速普及和发展。有的家庭已开始用电炉或电暖气来取暖。

家用电器的功率一般在300W以上，耗电量较大，即使有那么多优点，但用电设备的发展应按国情来考虑。我国目前尚处在经济建设和发展阶段，工农业生产和国防建设需要大量的电力，全国各大电网的电力都比较紧张，目前电厂和输电线路的建设还赶不上人民

生活水平发展的需要。一台1千瓦的电饭锅相当于15台18吋彩电的耗电量，大约相当于二十多家普通家庭的照明用电，用电来做饭取暖，其造价是煤气的十几倍，是煤的几十倍或上百倍，所以是不经济的。目前我国50%的农村还不能通电照明，用电来发展高消费是划不来的。由于电力不足，许多企业每周不得不停电休息三天甚至连电视也无法看，生产任务更是受到严重影响。在这种情况下，笔者建议加强电力管理，限制使用和发展家用电器，使有限的电力投入在国家经济建设和人民生活的急需上面，用发展经济来带动电力的发展，使电力尽快能满足人民生活的需要。

家用电器不宜发展

李东明

价格尾数的学问

市场漫谈之七

贾同新

不知你留意没有，各个商店的商品价格多数都有尾数，整数出现较少。在尾数中，又以5、6、7、8、9这五个数字标价居多，1、2、3、4为少。

渭南市某国营商店的茶叶组，摆了十八种茶叶，其中十一种价格尾数（即角、分价格）都用5—9这几个数字标价（如：4.58元、8.69元、3.87元）；某名为“洋洋商店”的店家，61个标签竟有53个也用5—9作为尾数订价；一家销售服装的个体铺子，58个标签中，有49个都用××.70元来标价。

这种现象，在《市场学》中，叫做“心理订价政策”。这是由心理学家对消费者购买动机调查研究后得出的结论。消费者都希望买到物美价廉的商品，“心理订价政策”正是迎合了这一心理。比如：一元钱的商品，若分别标价为0.94元、0.99元、1元、1.01元，人们的心理感觉就会显著不同。定价为1元整，消费者会误认为是勉强凑数，提高了价格；0.94元和0.99元比较，显然0.99元会使店家多赚点钱，站在消费者角度讲，0.94元和0.99元在习惯上都视为9毛多，0.99元差1分就是1元，一些顾客还认为店家核价是一丝不苟的，是经过精心计算的；若以1.01元标价，会使顾客感到这个价格已进入更高级的数目中去了。在尾数5—9中，数字越大越对店家有利。但在一个商店

搭来的肥肉怎样吃

现在买肉都要搭肥的，一般人都怕吃肥的，怎么办？只要稍加制作，即成美味佳肴。

先将鸡蛋四只打入碗中，用筷子顺一个方向打成蛋浆，加黄酒二十克，黄粉或藕粉三十克，搅成不干不稀的糊浆，再加入精盐二克，味精一克，搅拌后待用。

肥肉二百五十克，切成薄片（稍厚），成薄片状的薄片（稍厚），亦无妨，但以薄的为好。

素油五百克（实用一百克），入锅加热，取肥肉片逐片放入，随即投入油中，炸至金黄色捞出，放入盘中，全部炸完后，倒出剩油，留约五十克在锅里，取香醋一百克，白糖二百克，放锅中，加姜末、葱花少许，稍加清水煮成糖醋

汁浇在肉片上即可食用。醋与糖的比例可随各人口味增减，如爱吃辣的，还可加些辣酱，味道如何，请您一试。

（徐德九）



腌黄瓜方

腌黄瓜：将黄瓜洗净，晾干，入缸加盐腌至黄瓜半透明为止。用清水泡洗，捞出缸外沥去水分，浸入预先配好的百分之五糖液中，数天后再转入配好的糖醋液中。糖醋液的配制是把醋放在锅里，投入装有少量丁香、茴香子、芥菜子、姜丝、豆蔻等原料的香料袋后，加热至摄氏八十至九十度，一小时后放入白糖即成。将容器密封，放于阴凉处贮存，随时可以取食或销售。

酸黄瓜：选幼嫩粗短的黄瓜，洗净后平放在坛内，加入蒜头、小红辣椒、大料、花椒、胡椒等佐料，用凉开水把坛化开，倒入坛内，淹过黄瓜，坛口用布盖好，并用木板压上，一周后味酸可食。

（丁二）

关于雕像的几句话

品 麻

有人写文章呼吁为艺术大师雕像，同时认为中国城市人物雕像数量太少，应多塑些。这用心是很感人的，但我却觉得，在中国，大量的人物雕像的出现还为时过早。中国人的素质还没有达到为有功德的人塑像并永久纪念的时候。

在某名牌大学校园里，在隆重的校庆日，一代教育家、老校长的塑像落成了。然而仅仅过了几个月，校长的眼镜架子就被敲断了，下巴上滑稽地长出了长长

的胡子。在某个公园的大门里，有一尊抗日英雄王二小放牛的塑像。是日，正值“五一”，公园里人山人海。几个男女初中生爬上塑像，每人朝王二小吐一口沫，然后左右扇他耳光。他们打得很快，尽兴之后才离去。看见这一幕的人皆熟视无睹。

人的素质低下，塑像实在难以引起崇高与尊敬，反而遭受了无端的凌辱。这实在是一种悲哀。提高全民族的素质才是最迫切最要紧的事情。

扶风的鹿糕京里走

吴国栋

扶风县位于关中平原西部，属先秦的发祥地范围。这里土地肥沃，物产丰富。古老的文化，发达的经济，也孕育了不少名特食品。“岐山的挂面，凤翔的酒，扶风的鹿糕京里走”就是西府一带流传的关

于名特食品的民谣。鹿糕馍，由过重阳节吃节令食品“重阳糕”演变而来。《岁时记》说：“民间九月九日，以粉面蒸糕，上置小鹿数枚，号食禄糕”。这里的“上置小鹿”就是在糕面上缀饰有鹿的图案。

扶风鹿糕是一种烤馍，选用上等白面为主料，加白糖、油料、五香粉等佐料，精心制作，焙烤而成。这种烤馍馍面装饰有梅花鹿的图案，故名“鹿糕”。因和面时不加碱，面又揉得硬，成品糕内含水分少，耐贮存，不霉变。当年唐代建都长安（今西安市）时，进京办事者皆带此糕，作为旅途食品，便流传下“扶风鹿糕京里走”的美言。



西安生活锅炉厂

我厂是生产生活锅炉的专业厂家。荣获陕西省工商行政管理局1987年度“重合同、守信用”称号。产品荣获1986年市区科技进步奖。热效率75%以上，均达到一级标准，炉膛符合国家规定标准。本产品质量可靠，规格齐全，一炉多用，是饮水、洗浴、蒸饭、热水采暖的理想设备。

型 号	额定供开水量 (公斤/小时)	产热量 万大卡/小时	耗标准煤量 公斤/每吨开水
WS系列卧式双炉排 连续供水生活锅炉	1000—8000	7—56	13.12
SL系列立式双炉排 旋转烟道生活锅炉	500—10000	3—60	14.77
KSD系列间 断供水炉	400—2400		

WS、SL、KSD系列产品均系自动上水，自然通风，不用电，无噪音。整体安装占地面积小，运行安全、操作方便。产品实行三包，保修一年。经销单位：西安新城锅炉水处理 航天部西北客检站 经济技术联合服务部 地址：太华路10号 电话：6—3180 西安栖凤生活锅炉经销部 地址：西安北关什字自强路555号 厂址：陕西省西安市北关栖凤路24号 电话：6—1471 电挂：1427

西安朝阳风机厂为您提供 高效、理想、优质、节能

4—72 GY4—73 Y5—48 9—19 9—26等系列离心通风机设备

40—1 T35等系列轴流通风机设备

本厂产品，具有高效、节能、噪音低，性能曲线平坦、高效区域宽等特点。适用于矿山、纺织、冶金、化工、农垦、粮食等部门普通通风，矿井通风，锅炉通风，粮食输送及厂房通风换气，具有输入、输出气体等功能。

我厂系机械委定点生产厂，是陕西地区获得生产许可证厂家之一，具有一大生产规模。建厂20多年，技术力量雄厚，设备精良，测试手段齐全。产品深得广大用户信任。本厂以“用户至上”为宗旨，愿为全国各工矿企业事业单位提供最现代的节能产品和高质量的服务，欢迎莅临惠顾、指导。

本厂产品实行三包，代办托运，提供备品配件，并承接按新老用户需求配套的风机设计制造、来料加工。

厂址：西安市劳动南路东桃园 电话：44049 44044 44030 42876 电挂：4049 联系人：汪云琪 耿希平