



买的没有卖的精

—— 识破消费陷阱

artifical man-trap

刘毅◎著

● 谁不想用拥有的商品，赚取最大的利润；谁不想用最少的钱，买到最具价值的东西。在这一对矛盾中，谁是最终的获胜者？

● 在一幕幕看似华美的商品打折背后，到底隐藏了什么秘密？

● 会员、打折、赠送礼品，这些营销手段背后，到底是谁得了最终的好处？

● 商家与消费者到底是双赢，还是其他？

在这本书里，你都能找到答案。



 中国时代经济出版社



买的没有卖的精

——识破消费陷阱

刘毅◎著

Beautiful man-trap



中国时代经济出版社

图书在版编目(CIP)数据

卖的没有买的精——识破消费陷阱 / 刘毅著. —北

京: 中国时代经济出版社, 2010.3

ISBN 978-7-5119-0108-8

I. ①卖… II. ①刘… III. ①消费 - 诈骗 - 鉴别 - 通俗读物 IV. ①C913.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 002914 号

书 名: 卖的没有买的精——识破消费陷阱

出 版 人: 宋灵恩

作 者: 刘 毅

出版发行: 中国时代经济出版社

社 址: 北京市西城区车公庄大街乙 5 号鸿儒大厦 B 座

邮政编码: 100044

发行热线: (010)68320825 68320484

传 真: (010)68320634

邮购热线: (010)88361317

网 址: www.cmepub.com.cn

电子邮箱: zgdsjj@hotmail.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京密云红光印刷厂

开 本: 787 × 1092 1/16

字 数: 224 千字

印 张: 13

印 数: 1~6000 册

版 次: 2010 年 3 月第 1 版

印 次: 2010 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5119-0108-8

定 价: 28.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,请与本社发行部联系更换
版权所有 侵权必究

序 言

谁都有过这样的经历：本来只打算去理发店洗个头，或者简简单单理个发，却经不住理发店小妹的诱骗，最终消费了数百、上千元做了发型；花大价钱购买了电视广告上神奇的减肥霜，而实际上却根本没有效果；参加手机短信有奖竞猜，竟被骗走电话费；在商场中买了衣服，卖家赠送了代金券，本以为这次赚了，谁知又走进了循环购物的怪圈；商场中那些打折促销的广告牌，远远地就吸引着你的目光，买完之后才发现，这些商品比打折前还要贵一些……生活中，这样的现象屡见不鲜，它们就像一个个的陷阱，包裹着美丽的外衣，吸引你一步步走进商家早已挖好的坑中。

生活在这个社会的人，都有自己的思想与观念，但生活却是真真实实的不容易，谁不想用最合理的钱，买到最具价值的商品，而谁又不想用拥有的商品赚取最大的利润？于是，买家和卖家的矛盾产生了。在利益的驱动下，一些经营者或者违反有关规定，或者利用相关法律的不完善，想尽办法赢取最大的利润，其中不乏打着打折、促销、赠送的幌子；而想用最便宜的钱买到最具价值商品的消费者，便在打折、赠送的诱惑下，不知不觉中走进了消费的陷阱。

本书从目前市场上常见的消费陷阱出发，分析目前消费可能存在的几种陷阱，通过各种卡背后的秘密、打折促销其实是温柔的一刀、赠送中小便宜里的大道理、套餐“馅饼”变陷阱的魔术、拥有新居烦恼多，以及网购、教育几种方式，一层层如抽丝剥茧般，揭开了消费陷阱的伪装，让你做个明明白白的消费者。

当然，陷阱都是带着伪装的，而且拥有吸引人眼球的美丽诱饵，要想避免陷阱，首先就需打消“用最少的钱买到最具有价值的商品”的念头，而应建立“用最合理的钱买到最想要的东西”的观念。有关如何建立这样的观念，以及如何巧妙地识破商家设置的消费陷阱，在本书中都有详细的描述。

希望每个人都能识破消费中的陷阱，获得一个快乐的消费旅程。



8. 如此打折 /// 046
9. 便宜家电的陷阱 /// 048
10. 数码产品低价要小心 /// 051
11. 特卖会三大陷阱 /// 055
12. 揭开低价游背后的陷阱 /// 058

赠送：小便宜里的大道理 /// 063

赠送是指无代价地把东西送给别人，即无偿的免费，将原本属于自己的东西的所有权转让，商场上经常可以看到这样的营销方式。或许你正在为能够平白地获得一个赠品而高兴吧，殊不知，在这个看似平白无故的赠品中，却隐藏着大陷阱。

> > > > > > > > > > > > > >

1. 买房赠送面积的诱惑 /// 063
2. 保险赠送需问清 /// 066
3. 路边赠送是馅饼，还是陷阱 /// 068
4. 数码产品搭配与赠送 /// 071
5. 药品的赠送陷阱 /// 074
6. “买一赠一”的温柔陷阱 /// 077
7. 白送手机的诱惑 /// 079
8. 当心买车的赠品陷阱 /// 083
9. 赠品陷阱大揭秘 /// 086

套餐：“馅饼”变陷阱的魔术 /// 090

在众多的消费品中，按照一定的需求，搭配了自己想要的商品，称之为套餐销售。某些时候，套餐真是很好的消费方式，它既节省了消费者自己搭配所花费的时间、精力，又节省了金钱，可谓是一举两得的大“馅饼”。但有时候，这样的大馅饼却是陷阱最好的诱饵。

> > > > > > > > > > > > > >

1. 电话套餐需明白 /// 090
2. 美容套餐不美容 /// 093
3. 家装套餐需注意 /// 096
4. 饮食套餐，你真的赚了吗 /// 101
5. 家电产品有套餐 /// 104



> > > > > > >

> > > > > > > >

1. 售楼书的“秘密” /// 154
2. 样板间成美丽陷阱 /// 156
3. 当心期房变“欺”房 /// 159
4. 购房小心合同陷阱 // 161
5. 交房细节莫要忘 /// 164
6. 租房黑中介 /// 167

172

生活中，只要细心留意就会发现，消费陷阱无处不在，而在消费需求的刺激下，很多人都会在不经意间掉入消费陷阱中。除了以会员卡、打折、赠送等方式出现的陷阱外，也存在着电视购物、网络炒汇等其他形式的陷阱。 >>>>>

现的陷阱外，也存在着电视购物、网络炒汇等其他形式的陷阱。 >>>>>>

> > > > > > > >

1. 当心婚纱摄影里的免费蛋糕 /// 172
2. 电话里的免费陷阱 /// 174
3. 健康讲座花费多 /// 177
4. 车辆免费项目不可靠 /// 179
5. 电视购物陷阱多 /// 182
6. 口腔里的隐形杀手——烤瓷牙 /// 186
7. 不靠谱的专家荐股 /// 189
8. 披着“基金皮”的“非法集资” /// 192
9. 血本无归的“网络炒汇” /// 194

198

卡：

各种卡背后的秘密

如今是电子时代，也是“卡”的时代，会员卡、积分卡、信用卡、理财卡、消费卡、白金卡、贵宾卡……在路边随便找一个人，翻开他的钱包，都可以看到几张卡。卡的时代给人们带来了说不出的方便，然而，你知道吗，在这些卡里，也藏着你所不知道的陷阱。

1. 揭秘超市会员卡

在如今市场经济的大潮中，不论是外资企业，还是本土企业，越来越多的商家通过发展会员吸引消费者的关注，并在商场中的某些商品上给会员一些优惠。而这些会员卡一般是免费办理的，不需要额外交钱。想想不用额外花钱，就可以享受某些商品的会员价格，或许这是很多人都喜欢的。殊不知，在会员商品中也有着数不清的陷阱。

🔍【陷阱一】 会员商品快过期

刘小姐住在商业区附近，几乎办理了商业区各大超市的会员卡，以便自己到超市购物，一来，会员卡可以积分，年底可以兑换礼物；二来，各超市中总有某些会员商品，用会员卡可以拿到最低价，可以节省开支。某日，刘小姐下班回家时，看见超市门口挂着大大的促销牌子，刘小姐便随着人流进入超市。在购买了家中日用品后，刘小姐看见牛奶有会员价，恰巧家中牛奶也喝完了，刘小姐看也没看便购买了一箱。到家后才发现，这箱牛奶还有几天就过期了，逼不得已，只好发动全家，每人每天必须喝两包牛奶，总算在保质期内将牛奶喝完了。事后，刘小姐懊恼不已，在短时间内逼迫自己喝大量牛奶的经历，让她对牛奶产生了抵触心理，同时也对超市这种将快过期食品按会员价卖给顾客的行为厌恶不已。

其实，将快过期的食品或物品降为会员价，是很多超市、商场都会采取的办法。而大多数会员在看到降价的标识后，都决定购买，很少再确定生产日期、保质期，以至于不得不发动全家“消灭”此用品，或者不得不扔掉。

 陷阱解密

事实上，超市或者商场并不是故意设置陷阱迷惑消费者，作为经营者，他们认为，只要消费者在保质期内消耗掉商品，这样既保证了经营者的利益，同时也给消费者让了利，吸引了消费者，一举两得。殊不知，商品紧迫的保质期给消费者带来了巨大的麻烦。

因此，持有会员卡的消费者在购买会员价的消费品时，最好注意观看，商品是否快到保质期。如果快到保质期，消费者需要考虑两点：如果这是很快消耗的商品，即消费者按照自己的消耗习惯，能在保质期内消耗掉的产品，不妨买回去；但如果此商品消耗需要时间较长，则最好不要购买，以免浪费或给自己造成不必要的麻烦。

 【陷阱二】 会员购物“无极限”

王大妈退休后，闲来无事时就爱去超市逛逛，因此，对超市的物价，以及对超市打折促销的时间了如指掌，可谓是一个消费高手。为了在日后购物方便，王大妈也在所在社区的超市中办了会员卡，而且确实实实在享受到了会员的优惠。但天长日久后，王大妈发现一个问题，那就是家里多了很多用不到的东西。原来，超市中每次新增加一种会员商品，王大妈都会去看，而且看着那么便宜的价格，忍不住便买下来，心想暂时是用不着，但说不定以后就用着了，到时候就不会遇到这么便宜的会员价了。于是，次次累积下来，王大妈家中便多了很多用不着的东西，而且无形之中家里的开销也增大了。

 陷阱解密

所谓的会员价往往有刺激消费的作用，而老人、女人购物更是如此。看着喜欢的商品价格比平时便宜很多，即使暂时用不到，还是忍不住要买下来。从这个角度来看，超市的这种会员价也是一种隐形的陷阱，隐约地刺激着人们的购买欲望。只不过，这种陷阱并没有【陷阱一】中那么明显，可以说是隐藏得很深的陷阱。



其实，要避免这类陷阱，主要是从心理上战胜它。具体做法可如下：

◇ 会员价可遇不可求，但也不可遇则购买，还应该考虑日常消费情况。如果家中确实需要这种商品，而恰巧它也在会员价区，不妨购买。

◇ 不要担心以后没有会员价。会员价并不是一成不变的，它是商场、超市稳定老顾客的主要方式，因此，不必担心曾经有过会员价的商品，日后不再有会员价。

◇ 只要不是自己需要的，即在自己计划中没有涉及的商品，即使有会员价，最好也不要购买。

通常，在超市中标识会员价的商品，往往是超市通过特别进货渠道得来的，一般进货价就比较低，所以才用这类商品来稳定老顾客。因此，这类商品也往往是超市会员价区的主要商品，所以不必担心以后无法用会员价购买此商品。

🔍【陷阱三】 收费会员卡

一般说来，超市、商场的会员卡都是免费的，至多收取1元钱的手续费，但某些超市的会员卡是需要收费才能得到的。当然，在这类收费才能获得的会员卡规则中，似乎都有诱人的规则。如每消费10元会得到1个会员积分，而累积的积分可用于下次消费现金抵扣，每20个会员积分可抵扣1元现金等。这些规则看似优惠，但实际上却掩藏着陷阱，只要仔细计算就会发现，在这家超市至少要买2000元的东西，才能拿回办卡的10元成本。

当然，世事无绝对，也有一些用钱办理的会员卡是让人感觉比较值的。据说，上海有一家餐馆推出了150元购买一张会员卡的服务，但深得喜欢美食的人的喜爱。因为在这家餐馆，会员每次结账都可以享受8.8折的优惠，消费的积分也可兑换礼品，而且每次会员用餐都能比非会员多享用一道餐后水果。除此之外，这家餐馆的会员还可以参加餐馆不定期举行的美食者交流活动，甚至在吃饭高峰期也不必排队。这些实实在在的优惠对美食爱好者来说，是非常诱人的，于是150元的会员费也就不在话下了，何况只要来这里吃几次饭，就可以将150元的会员费省出来。

 陷阱解密

其实，为了竞争，大部分收取会员费才能获得会员卡的商家，都会提出看似非常诱人的会员政策。消费者要仔细辨别，哪些是真正的优惠，哪些只是看起来的优惠。办理会员卡时，要注意以下几点：

◇ 选择信誉良好，而且店面比较稳定的商家，不办理那种今天在这里，明天就不知会搬到哪里的商家的会员卡。

◇ 办理会员卡时，最好到商家基地去办理，不接受各种推销方式的办理。

◇ 办理会员卡时，要认真阅读有关规则，详细了解自己的权利、义务。避免一次投入过高，承担风险过大。

◇ 保留章程、协议、发票等相关证据，出现问题及时向当地消费者协会投诉。

知识链接

会员卡制的发展趋势

市场经济大潮风起云涌，各商家之间竞争激烈，而为了争取消费者，越来越多的商家投入到“会员”制中来。从这个层面看，免费办理会员卡会成为日后会员消费的主流。而且为了方便消费者，会员卡的功能也将越来越多元化。例如，将消费者的普通会员卡免费升级为“会员卡零钱包”，即消费者在付款后，商家找付消费者的10元以内的余款零头，可直接存入会员卡中，等下次消费时，消费者可以先从这个“零钱包”里划钱付账；或者商家会与银行联手，将会会员卡的功能与信用卡功能合二为一，成为一种“会员联名卡”。

另外，某些商家会针对自己所拥有的高级客户，开发一种高级会员卡，以提高会员的心理愉悦程度，或者提高会员办理门槛，保证会员的利益。对于这种商家的铁杆粉丝来说，办理会员无疑是有利的，消费得越多越划算。但如果只是偶尔想“尝尝鲜”的消费者，办理一张高额的会员卡自然不太划算。不过，不用遗憾，会员卡的另一种发展趋势，亦能使偶尔消费的消费者享受到会员优惠的方法，那就是“会员卡租赁制”。如今，网上已有人做起了“出借会员卡”的生意，出借一次收取几元的出租费用，而让租用会员卡的人享受到会员的优惠。这样一来，出借的人

能得到实惠，而出租的人也可以换回积分，可谓双赢。

在这里需要提醒大家的是，不管会员有多少优惠，也不管你兜里有多少会员卡，消费时还是要秉持“需要的东西才买，需要多少就买多少”的原则，不能让会员卡的诱惑主导了自己，理性消费的弦还得时刻绷紧。

2. 商场会员要学的秘密

商场的林立给城市增加了一道美丽的风景线，也给生活在其中的人们带来了便利与购物的乐趣。时下流行的“月光一族”，喜欢追逐新潮，买最时尚的服装等，并且高喊自己的口号：“用光花光，身体健康”，因此成为商场消费中的一股生力军。但是，在“挣多少花多少”的这种消费观念下，很多人不知不觉地陷入了商场的促销陷阱中，而其中的会员陷阱最为隐秘，让消费者的损失也最大。

商家为了吸引顾客，打出了会员卡的促销策略，这样就可以诱使顾客在本商场进行重复消费，来增加营业额，获得更大的利润。在高利润的刺激下，一些不法商家在会员卡上打起了主意。

🔍【陷阱一】 会员“积分”卡

张女士在工作之余喜欢逛街购物，由于父母都是高薪阶层，自己也没有什么负担，于是成了标准的“月光一族”。为了获得优惠，各大商场的会员卡成为她钱包中的必备之物，但是这些会员卡至少有一多半不怎么使用，这是为什么呢？

商场中的会员卡办卡一般都很容易，多半是免费领取的，办卡时商家承诺说“办会员卡可以积分，也可以打折”，但消费者使用后却发现并不像宣传的那样好。

专家说：“积分、打折听起来很美，但有时候更像是一个套，把你牢牢地困在里面。”对此，张女士深有体会。张女士在一家商场的皮具专卖店消费后免费办理了一张会员积分卡，并被告知积分就可以赠送礼品，但后来才知道，积分800分以后才可获赠礼物，而积1分需要消费1元钱，也就是说，想要礼物必须在店内消费满800元后才可以。

“过去我在皮具上面的消费不大，办了卡之后，为了得到自己心仪已久的礼物，有事没事就去皮具店内转一圈，不知不觉中花了不少钱。”张女士如是说。

张女士的经历很有代表性，许多商家的会员积分卡都是只积分不打折，因此致使许多消费者损失惨重。

**陷阱解密**

会员积分卡是商家控制“忠诚顾客”的一种有效手段。由于顾客在商场办理了积分卡，在积分获赠礼品的诱惑下，购买商品时就会有盲目性。如消费者购买一件衣服，就会直奔积分卡的所在商家，因此这种“有目的”的消费往往造成购买到价格偏高或者质量较次的商品。

面对会员积分的“花钱无底洞”，我们应该怎样看破迷雾呢？

◇ 选择自己经常消费的商家办理会员积分卡。长时间的购物熏陶会使消费者对各大商家的商品质量、商品价格方面有较深的了解，避免出现购买到“高价低质”商品的情况。

◇ 在办理会员积分卡之前，对值得信赖的几家商场的积分规则进行仔细了解，选择优惠较大的商家办理。

◇ 选择经常消费的商品种类办理会员积分卡，如经常购买化妆品的女士可选择化妆品类的会员积分卡，经常购买服装的男士可选择服装类的会员积分卡，以避免出现大量购买不需要的商品的情况。

**【陷阱二】 打9.96折**

济南某商场在“十一”期间打出“购物返现金”的促销口号，消费者了解到，这家商场对会员的优惠方法是积分500分返20元现金，而消费10元钱才积1个积分。细心的消费者发现，相当于购物满5000元，才返20元现金，换种说法，这就相当于打了9.96折。

**陷阱解密**

相信读者朋友也曾经有过这样的经历，看到商家打出的光彩鲜艳的广告牌，“购物返现金”、“积分送礼品”，就不能控制住自己的购物欲望，走进商场疯狂购买，直到把“战利品”搬回家。细细思量起来，才发现自己又掉进了商家的陷阱之中。

◇ 商家促销商品，很多时候是在字面上玩“文字游戏”，致使善良的消费者无辜受损失。因此消费者在商场举行反馈活动时，可以先在心里计算一下商家的打折力度，如果真的是非常优惠，“疯狂”一次也未尝不可。



◇ 会员价很大程度上是在起一种心理作用，刺激我们的“消费神经”，勾起我们的消费欲望。这一招对一些平时就喜爱购物的消费者非常有效。“道高一尺，魔高一丈”，为了控制自己的消费欲望，可以采取不带钱，不带卡，遇到喜欢的东西明天再去买的方法，等明天再去的时候可能就不会那么强烈地想买了。

【陷阱三】 换卡风波

李先生曾在某商场花了40元钱办理了一张会员卡，由于这个商场的口碑不错，东西也比较便宜，所以经常被亲友借去购物。后来亲友们来借卡的少了，问了原因才知道，大家感觉用卡打折后的价格不比别的商家便宜，更重要的是商品的质量经常出问题。

这一天，李先生来商场购买羽绒服，结账时收款员扫描会员卡时没有反应，于是告诉李先生说，本卡要到服务台换新的才能继续使用，本次结账依然算会员价，但下次就失效了。李先生听后觉得奇怪，好端端的卡怎么会失效呢？再问换卡是不是免费，收款员说要收40元的工本费。李先生终于明白了商场的换卡把戏：消费者在交款时，商家突然让你的会员卡“休克”，要再花钱才能“苏醒”，为了区区的蝇头小利，不惜拿多年的老顾客开刀。气愤之余，李先生在走出商场之后，就把会员卡扔进了垃圾桶。



陷阱解密

有的是因为商场更换了经营者，他们不愿意为前任“埋单”；还有的是商场的一些员工为了拿提成，就会拿换卡收手续费来提高自己的业绩，业绩高了，工资当然也“水涨船高”了，因此这些人对顾客“换卡就收费”的这种销售方式乐此不疲。

会员换卡究竟是否应该缴纳手续费呢？

◇ 会员卡的成本费在4角钱左右，因此正规的商场换卡一般都是免费的，或者只收取低额的手续费。

销卡要收费。有的商场与银行合作，把会员卡做成了一种借记卡，采取会员卡收年费的策略。当然这是在消费者购买会员卡很长时间后才知道的，并且被告知，如果销卡，需要到银行办理，而且销卡的同时需要缴纳所欠的年费。

◇ 消费者在商场办理会员卡之前，需要认真阅读会员卡的使用规则，并仔细询问商家对会员卡的有关规定，这样才能在与商家的博弈中获得主动权。

知识链接

会员卡上的猫腻

办理“会员卡”在当前的消费行为中十分普遍，推广会员制已经成为一些超市、商场和各类服务业的主要经营手段。但工商部门却提醒消费者，形成这类会员制时，关于商家和消费者的责、权、利等具体内容，商家通常没有提供规范的文本合同，也不签订带有格式条款性质的合同书，而且在会员卡的使用条款上，往往还要加一句“最终解释权归本店所有”，借以减轻或逃避应承担的责任。可以说，定制会员卡的要款合同是完全掌握在商家手中的，而会员只有接受或不接受的选择。因此，消费者在办理会员卡时，一定要仔细询问自己的权利和义务，避免投入过多，影响日后消费以及消费心情。

3. 会员也升级

社会上的各种会员卡层出不穷，VIP会员卡、银卡、金卡、钻石卡“满天飞”，特别是在美容、健身、洗衣、洗车等行业。最近“会员卡陷阱”大家族中又出现了一个新生代——会员卡升级服务。



🔍【陷阱一】 升级门槛高、风险大

家住福州的马先生讲述了自己的一次“会员卡升级”经历。马先生是一家外资公司的销售部经理，由于经常与客户洽谈生意，经常穿梭于各大饭店之间。有一次，马先生陪客户在一家海鲜店吃饭，由于经常光顾，渐渐与海鲜店的大堂经理熟识起来，吃完饭去柜台结账时，大堂经理向马先生推荐起海鲜店的会员升级服务活动来，由于马先生已是会员，可享受九折优惠。这位大堂经理说：这几天，本店正在搞一个“会员卡升级服务”，充值 5000 元就可以打 8.5 折，充值 10000 元就可以打 8 折。马先生心想，反正经常需要请客吃饭，把会员卡升级后会更优惠，所以往卡中充了 10000 元。不到一个月，这个海鲜店就关门了，这可把马先生给急坏了，卡里还有 8500 元没消费呢，但由于办“会员卡升级服务”时，合同上盖的是私章，所以给相关部门追讨损失带来了极大的不便。等了一年多，也没有讨回一分钱，马先生只好自认倒霉。



陷阱解密

一些商家为了尽快筹措资金，支付场地、水电、工资等各种费用，就打起了消费者的主意，用会员的钱来解燃眉之急。这种“花别人的钱，办自己的事”几乎成了业内“不能说的秘密”，但是碰到一些诚信缺失的商家，业主携款而逃，受损失的只能是我们劳苦大众了。

由于我国市场上诚信机制的不完善，诚信缺失成为 2009 年消费者投诉的一大聚集点。为了增强消费者的安全意识，有些是消费者办会员卡时所应具备的常识：

◇ 谨慎选择办理商家。办理会员升级业务，必须选择信誉良好，至少有三年经营时间的商家办理。

◇ 妥善保存章程、协议及发票等，以便在出现问题时，有法可依，切实保护自己的合法权益。

🔍【陷阱二】 升级赠送礼品

省城的李女士就享受过美容院“会员卡升级服务”的经历。前不久，她在所住的居民小区附近的一家美容院办理了一张会员卡，成为该美容院的会员。几天之