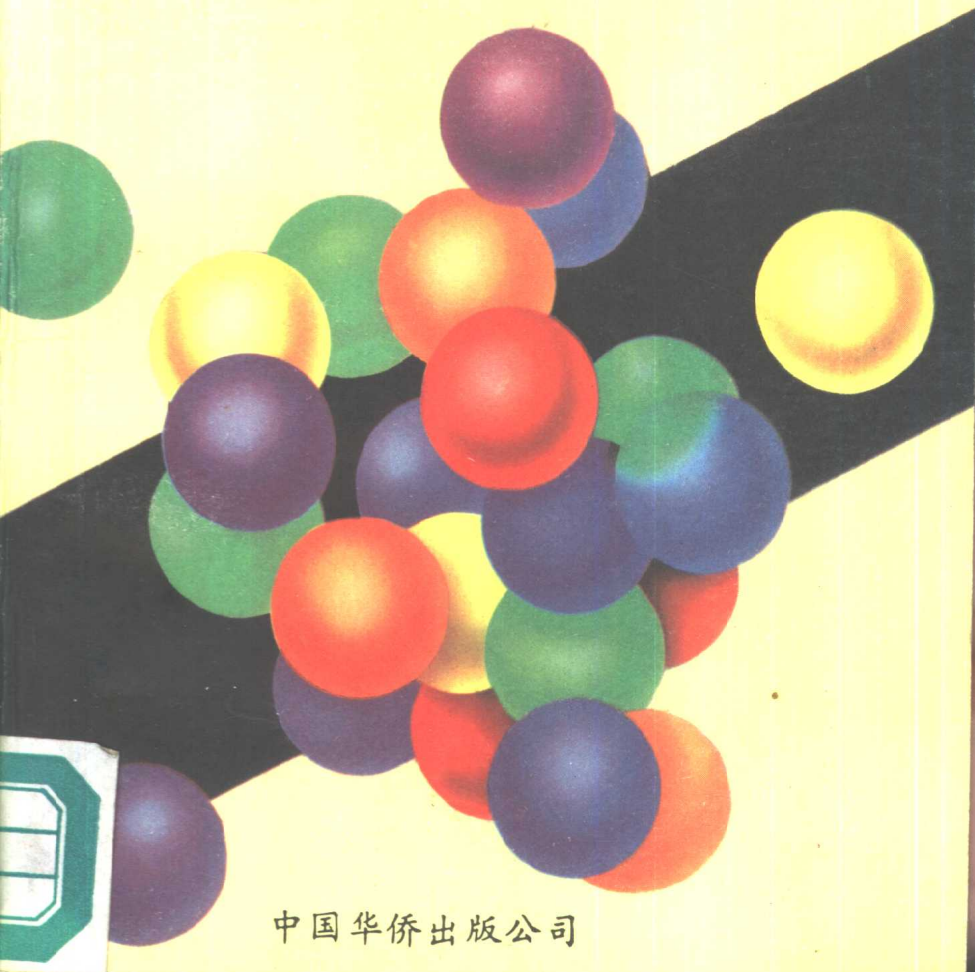


现代家庭 消费知识大全

许京生 刘载芬 张岩 编著



中国华侨出版公司

现代家庭消费知识大全

许京生 刘载芬 张 岩 编著

中国华侨出版公司

(京)新登字190号

现代家庭消费知识大全

许京生 刘载芬 张 岩 编著

出版者 中国华侨出版公司
北京市朝阳区西坝河
东里77号楼底商5号
(邮政编码: 100028)

经销者 新华书店总店北京发行所

印刷者 北京华昌印刷厂

开 本 787×1092毫米 32开本

字 数 200千字 10印张 2插页

版 次 1991年9月第1版

印 次 1991年9月第1次

印 数 1-2500册

书 号 ISBN 7-80074-424-8/Z·14

定 价 3.80元

依法保护消费者的利益,对
促进社会安定团结,推动
经济健康发展,都具有重大
意义。从提高消费者自我
保护意识的角度为它们
服务,也一定会受到广
大群众的欢迎!

李新授

一九九〇年

内 容 简 介

如何使家庭消费合理、适度、科学？这是每一个家庭都关心的问题，本书是一本家庭消费的必备工具书，不仅全面详细地介绍了家庭服饰、饮食、住行、家用电器、文化用品及儿童用品等购物知识，而且深入浅出地介绍了消费经济学、消费心理学、服饰美学、营养学的有关理论知识，特别介绍了消费者如何保护自己的权益，并附有各种名优产品的目录。它是一本家庭的好参谋手册。

序

李保初

消费，分为社会(集团)消费和家庭消费，而家庭消费则为生活资料的主要消费渠道与方式。研究和指导家庭消费，其意义不仅在于帮助家庭成员增强科学的现代的消费意识，改善消费结构，合理开支收入，提高生活水平，增进家庭的凝聚、和睦、幸福，还有着重要的社会意义：首先，没有消费，也就没有生产。正确的、合理的消费，能刺激和影响社会再生产，能发展生产力，提高生产率；其次，家庭消费状况，不仅反映出社会物质生产与精神生产的发展水平与文明程度，而且直接关系到社会的秩序、稳定和繁荣昌盛；再次，“消费生产出生产者的素质”(马克思)，社会主义社会实行生产资料公有制，生产与消费不再形成根本的对立，完全可以通过各种消费，创造出有道德、有文化、智力与体力全面发展的新人。当然，这需要教育，需要宣传，需要正确的消费导向。

近年来，消费学在我国得到了重视，无论是理论探讨，政策完善还是行为指导方面，都取得了可喜的成绩。现在许京生、张岩、刘载芬同志，经过深入的调查研究，撰写了《现代家庭消费知识大全》一书，系统、全面、深入浅出地介绍了消费的知识，给广大消费者带来了方便。这是家庭消费研究的新收获，是一本非常适宜而又实用的书。

关于家庭消费指南一类的书，国内已出过不少。我认为，在同类书中，本书具有如下鲜明的特色。第一，理论与实际结合得好。它不是专门介绍理论知识，又不是只讲如何具体地选购商品，而是理论联系实际，使读者既获得理论的滋补与充实，又得到具体切实的行为操作的指点。随着社会的发展进步和人民群众文化素质的提高，读者在消费方面，不再只满足于怎么做，而是进一步希望知道为什么要这么做。因此，本书绪论中扼要阐述的消费涵义，消费结构，消费心理，后面所谈什么是消费者权益及怎样保护，其它各章介绍的理论知识，相信会得到读者的理解、欢迎与好评。第二、内容相当全面。这种全面主要表现在两方面：一是正确理解和贯彻了消费的确切内涵。消费由物资消费和文化消费（或叫精神消费）两大部分组成。过去这类书一般不大涉及或不大重视对文化消费的阐述。随着现代化的发展，文化消费的作用越来越重要，它满足人们精神生活的需要，调适人际关系，推进社会的文明程度，提高和完善人的素质。这样看来，本书谈文化的消费，如谈怎样欣赏电影、戏剧、音乐、美术等问题，谈选购物品时渗透的审美意识，就非常有必要和有意义。二是在着重介绍各类生活品消费的同时，还附录了主要名优消费品的详细目录，还阐明了保护消费者权益的问题，这也见出内容的全面和设想的周密。这种全面性与周密性，实际反映出作者们服务的诚挚、热情与细致周到。我想读者诸君是会体察到的，效果也一定不错。

以上是我读了这本书稿后的几点感受，写出来就正于作者和读者。并以此权作为序。

一九九〇年七月二十二日

目 录

序.....	(1)
绪 论	(1)
一、现代家庭消费的指导思想.....	(2)
(一)提倡节俭.....	(2)
(二)量入为出.....	(4)
(三)讲求质量.....	(7)
(四)注重审美.....	(10)
二、现代家庭消费的心理因素.....	(11)
(一)什么是消费心理.....	(11)
(二)影响消费心理的诸因素.....	(12)
(三)消费心理的各种类型.....	(13)
三、建立合理的家庭消费结构.....	(16)
(一)保证生存资料.....	(16)
(二)兼顾发展资料.....	(17)
(三)逐步提高享受资料.....	(18)
四、现代的消费者应具备的知识	(19)
(一)商品知识.....	(20)
(二)价格知识.....	(20)

(三) 信息知识	(21)
(四) 心理学知识	(21)
(五) 法律知识	(21)

第一章 服饰的消费

一、服装的消费	(23)
(一) 舒适合体	(23)
(二) 美观大方	(24)
(三) 经济实用	(26)
二、购买服装前应考虑哪些问题	(27)
(一) 要认真研究自身的特点	(27)
(二) 要考虑与原有服装的搭配	(34)
(三) 要符合T、P、O的原则	(35)
三、春夏秋冬装的购买常识	(36)
(一) 春秋季服装的选择	(36)
(二) 夏季服装的选择	(50)
(三) 冬季服装的选择	(53)
四、鞋、帽、头巾、手套、拎包、袜子的选购	(60)
五、首饰的选择和佩戴	(71)
六、美容化妆品的选择和使用	(75)

第二章 饮食的消费

- 一、人体需要的六大营养素 (83)
 - (一) 蛋白质——生命存在的形式 (83)
 - (二) 碳水化合物——人体的重要能源 (84)
 - (三) 脂肪——生命的辅助原料 (85)
 - (四) 维生素的重要作用 (85)
 - (五) 矿物质 (86)
 - (六) 水 (88)

- 二、各类食物的营养价值 (89)
 - (一) 谷类食物 (89)
 - (二) 蔬菜、水果 (90)
 - (三) 豆类及豆制品 (91)
 - (四) 肉类 (91)
 - (五) 蛋、奶类 (92)
 - (六) 水产类 (93)

- 三、各年龄期膳食的选择 (94)
 - (一) 孕妇和乳母的食物选择 (94)
 - (二) 婴幼儿食物的选择 (96)
 - (三) 学龄儿童和青少年食物的选择 (98)
 - (四) 中老年的食物选择 (100)

- 四、科学配餐, 合理营养 (101)
 - (一) 科学配餐、合理营养的基本原则 (101)

(二) 科学配餐、合理营养的步骤	(105)
------------------------	-------

五、食品的选购知识..... (106)

(一) 怎样选购稻米和面粉	(107)
(二) 怎样确定家畜肉的新鲜度	(108)
(三) 家畜内脏质量的鉴别	(109)
(四) 家畜肉制品质量的鉴别	(109)
(五) 活家禽的选购和家禽肉的质量鉴别	(111)
(六) 常见鲜蛋变质的几种类型	(112)
(七) 从含水量、形态、色泽判断蔬菜的好坏	(113)
(八) 鱼、虾、蟹质量的检验方法	(114)
(九) 几种干货的品质鉴别	(115)
(十) 水果品质的检验方法	(117)
(十一) 酒类的选购与酒质的鉴别	(118)

第三章 住行的消费

一、住的消费

(一) 房间的布局	(122)
(二) 家具的选购	(123)
(三) 住的照明艺术和灯具的选择	(128)
(四) 室内其它装饰物的选购与布置	(130)

二、行的消费

(一) 总体要求——方便、经济、快速、安全	(137)
(二) 自行车的选购知识	(141)
(三) 摩托车的选购知识	(142)

第四章 家电的消费

一、选用家用电器的基本原则	(144)
(一) 要根据家庭的具体情况选择和购买	(144)
(二) 要考虑使用功能是否“过剩”	(145)
(三) 要注意“使用成本”问题	(145)
(四) 注意产品的更新换代	(146)
二、家用电器的购买、使用、维修	(146)
(一) 电冰箱	(146)
(二) 洗衣机	(150)
(三) 电风扇	(153)
(四) 电视机	(155)
(五) 盒式磁带录音机	(161)
(六) 录像机	(163)
(七) 电热褥与电热毯	(164)
(八) 电饭锅	(166)
(九) 电吹风	(168)
(十) 多功能整发器	(169)
(十一) 电动剃须刀	(170)
(十二) 电热淋浴器	(172)

第五章 娱乐品的消费

一、娱乐品消费的社会意义和作用	(174)
-----------------------	-------

二、娱乐品消费的基础知识	(176)
(一) 怎样欣赏音乐——感知、理解、鉴赏	(176)
(二) 怎样欣赏戏剧	(181)
(三) 怎样欣赏舞蹈	(186)
(四) 怎样欣赏绘画	(190)
(五) 怎样欣赏体育	(201)
三、娱乐用品的购买知识	(207)
(一) 文娱用品的选购	(207)
(二) 体育用品的选购	(217)

第六章 儿童用品的消费

一、家长切莫成为孩子的消费奴隶	(219)
二、儿童服装的消费	(222)
(一) 要注意儿童不同时期的特点	(223)
(二) 童装的色彩	(226)
(三) 童装的款式	(228)
(四) 附加物、饰物及其他	(229)
三、儿童玩具的消费	(231)
(一) 玩具的种类及作用	(231)
(二) 要按照孩子的发育过程选择玩具	(234)
(三) 为孩子购买玩具之前应考虑哪些问题	(238)
(四) 为您的孩子挑选一个满意的“伙伴”	(242)

第七章 如何保护消费者的合法权益

一、消费者是“市场的上帝”	(256)
(一) 商品经济不发达, 消费品市场表现 为“卖方市场”	(257)
(二) 缺乏一部全国性的完整配套的保护消费者 合法权益的法律、法规	(258)
(三) 消费者应有自我保护意识	(258)
二、消费者要提高自我保护能力	(259)
(一) 自主意识	(259)
(二) 信息观念	(259)
(三) 商品知识	(260)
(四) 健康的消费心理	(260)
(五) 法律知识	(261)
三、加强舆论监督, 维护消费者权益	(261)
四、建立健全消费者保护法, 切实维护消费者 基本的权利	(262)
五、消费者利益受到侵害应怎样投诉	(264)
附表: 首届北京国际博览会轻工产品获奖名单	(267)
后记	(309)

绪 论

消费是社会经济生活中一个广阔而复杂的领域。消费问题的正确导向和恰当处理，关系到生产和建设的发展，人民生活水平的提高，社会的安定和改革的成功。

家庭消费主要是指家庭中的生活消费，也就是衣食住行和文娱娱乐等方面的物质消耗。消费的目的是为了满足人们物质和文化生活的需要，它对于每个家庭和社会来说都十分重要。对家庭来说，物质资料的消费是家庭生活的基础，人要生存，要发展，就离不开衣食住行，要建立一个家庭至少也要满足最起码的物质条件。对社会来说，它是社会再生产中的重要环节。生产决定消费，它为消费提供对象，决定消费方式，并引起人们新的消费需求，而消费又反过来影响生产，促进或阻碍着生产的发展。此外，搞好家庭消费还有利于社会的安定，家庭消费合理了，减少了家庭矛盾，社会矛盾也会相应减少。

随着商品经济的发展，家庭消费也越来越紧密地同市场联系起来。城市中的家庭消费品绝大多数是由市场提供的，农村家庭的商品性消费品也在不断增加，随着生产力的提高，商品经济的不断发展，农村中的家庭消费也将主要依靠市场。对于一般家庭来说一年中少说也有几百次的购买行为，这样一来，就有一个是否耐用，价值是否合理，甚至什

么时候买、买什么、买多少，买回来怎样使用的问题。这些问题直接关系到家庭消费的效果和水平。同样的经济收入，由于消费的方式方法不同，生活水平会大不一样。

有收入就会有消费，但有消费不等于会消费。怎样进行家庭消费才能够有效提高生活水平，这是人们普遍关心的问题，也是本书将努力回答的问题。

一、现代家庭消费的指导思想

每个家庭都希望日子过得舒适、美满、幸福，那么，怎样吃，怎样穿，怎样安排生活呢？这就涉及消费问题。也许有人会说：“吃穿、娱乐、花钱谁不会？”可是现实生活中，我们常常看到，同样的经济条件，有的家庭治家有方，生活安排的井井有条，有的家庭则入不敷出，常常因为消费问题而苦恼、犯愁。抛开其他因素不说，消费的不够合理、科学是其主要原因。

怎样才能合理、科学的消费呢？我们认为应遵循这样几条原则。

（一）提倡节俭

人们在消费问题上有两种对立的观念，一是奢侈的观念，一是节俭的观念。

随着我国人民生活水平的不断提高，节俭的传统观念面临着严重的挑战。追求奢侈的社会风气对我国城乡产生了一定的不良影响，近几年来在一部分人中，特别是青年人中滋长了追求物质享乐的倾向，在吃、穿、住、用等方面一味追求豪华、高消费。南京《扬子晚报》曾载文，南京青年追求

的时髦服装是足登“阿迪达斯旅游鞋”，上身穿“蒙得娇”T恤衫，下身着“保龄王”西裤。这几样东西在南京招商市场的价钱分别是338元、320元、110元。就是说用它们把自己打扮起来得花750多元！如果还要买一件马海毛套衫，就要付1400元。这对一般靠工资收入的城市青年来说无疑是“力不胜任”的。有的家庭为筹办结婚竟耗去几万元，这确实有些奢侈。奢侈的现象在农村也表现得越来越突出。改革开放以来农民手中的钱多了，一些人不是把资金用于生产积累，不是用于智力投资，不是用于改善卫生条件，提高健康水平，也不是用于健康的文化娱乐，而是奢侈浪费。有的人为老人举丧，为子女办婚事挥霍浪费惊人，有的人把钱用在了搞迷信活动、赌博等方面，致使自己走上了犯罪的道路。据《中国青年报》载，四川宜宾县农村青年恋爱到结婚的费用有20项，有订婚费、介绍费、领证费等。一般要支出2000元左右。逢年过节，父母生日一般支出1000元左右，结婚家具和其它用品一般支出2000元左右，办酒席支出少的1000元，多则四五千元。这种不顾国情、家情盲目挥霍的行为是不可取的。少数人为比奢侈、排场欲壑难填，甚至滑向了违法犯罪的深渊。

勤俭节约是我国人民的传统美德，是我们建设社会主义强国重要的条件。

当然，社会发展到今天，节俭的观念也被人们赋予了新的、更丰富的内容。它的基本原则是量入为出，尽可能的提高消费的经济效益。例如，您想做一身高档毛料套服，到高级服装店做，裁剪技术高，工艺讲究，但加工费昂贵；低档店呢？费用便宜，但又不能保证剪裁的合体，您不仿把“套