

女性手册

女性消费手册

丛书主编
李金龙
编著
王昆
中原农民出版社



女性手册

女性消费手册

丛书主编

李金龙

编著

王 昆

中原农民出版社

图书在版编目(CIP)数据

女性消费手册/王昆编著. — 郑州: 中原农民出版社,
2002.2
(女性手册)
ISBN 7-80641-287-5

I. 女… II. 王… III. 女性-消费-手册
IV. C913.3-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 074709 号

出 版: 中原农民出版社 (郑州市经五路 66 号
电话: 0371-5751257 邮政编码: 450002)
发 行: 全国新华书店发行
印 刷: 安阳市印刷厂印刷
开 本: 850 毫米 × 1168 毫米 1/32 印张: 6.625 字数: 150 千字
版 次: 2002 年 2 月第 1 版 2002 年 2 月第 1 次印刷
印 数: 1-3 000 册
书 号: ISBN 7-80641-287-5/Z·021
定 价: 10.00 元

本书如有印装质量问题, 由承印厂负责调换

内容简介

你想知道现在应拥有什么样的消费理念吗？你想知道如何选购需要的物品吗？你还想知道怎样使自己的家居更温馨，自己的生活更美好吗？本书根据最新的消费知识和风尚，针对当代中国女性的消费特点和趋势，用翔实知识，优美的文笔，回答了当代女性种种消费问题。愿本书能给您提供有益的参考，给您生活以方便。



女性消费心理新动态 / 2
你属于哪个消费层次 / 4
消费五种要你深思 / 6
改变消费方式是理财成功的一半 / 8
消费者的消费五大误区 / 10
如何成为一个聪明的女性消费者 / 14
女人别跟感觉走 / 17
女性花钱七戒 / 19
抑制超支十二招 / 21
浪漫生活理财助 / 24
家庭理财有“四途” / 26
购物技巧面面观 / 28
选择购物最佳时机 / 30
购物超值“省”经 / 32
购物要学会砍价 / 34
货比三家 / 36
节日酬宾挑三拣四 / 38



- 女人为什么要化妆? / 42
- 知己知彼再化妆 / 43
- 新世纪,化妆品市场新趋势 / 44
- 化妆品到底值几何 / 46
- 化妆品,买适合自己的 / 49
- 买正宗化妆品的六个技巧 / 52
- 不要购买没标号和中文说明的进口化妆品 / 53
- 买化妆品,不去商场去药房 / 54
- 解读化妆品术语 / 56
- 精打细算话美容 / 58
- 购香水十技 / 60
- 怎样选购保湿化妆品 / 61
- 选购美白产品四要点 / 63
- 防晒化妆品的选购 / 64
- 唇部彩妆选购指南 / 66
- 日用各类化妆品的对比鉴别 / 69
- 几种化妆品使用的安全期限 / 71
- 小心,美容业的五只“黑箱” / 72
- 如何面对塑身时代消费 / 74

珠光宝气

78—91

珠宝的选购和识假 / 78

巧选珠宝店 / 80

珠宝首饰礼品“道理”多 / 82

玉石的商品分级及其质量鉴别 / 84

八种玉石的特点 / 86

珍珠的选购 / 88

五种金的区别 / 89

女性佩戴饰品的艺术选择 / 91

服装服饰

94—128

女士服饰用品消费新趋势 / 94

女性服装市场一瞥 / 96

女性购买服饰理智地把握自己 / 98

教你认识几种国际服装型号和纺织品标志 / 100

现代购衣去处多 / 102

女性选择服装需要注意什么 / 105

服装打折购物窍门 / 107



反季购买冬行夏令 / 110
试试比较购衣 / 113
太空棉、羊绒衫购买时的真假鉴定 / 115
女性内衣巧选购 / 117
女性如何选购围巾 / 119
选择适合你的靓丽靴子 / 121
职业女性如何选购服装 / 123
中老年妇女如何选购服装 / 126
服装制作悄然流行 / 128



家用电器

132—148

购买家用电器要不要一次到位 / 132
喜爱进口家电的女性不可不看的内容 / 133
如何识别家用电器是原装品还是组装货 / 134
节能电器能省多少钱 / 135
全自动洗衣机的特点与选购 / 137
新型大屏幕彩电的功能选择 / 139
如何选购空调 / 141
电冰箱的选购与质量鉴别 / 143
如何选购微波炉 / 145
如何选购电热水器 / 146
哪些家用电器对于妇女有危险 / 148

152—179

女性通讯新时尚——手机扮酷 / 152

怎样选购适合你的手机 / 157

手机销售六大陷阱 / 159

网络消费知多少 / 161

上网省钱六招 / 163

电脑的选购 / 165

如何选购笔记本电脑 / 166

掌上电脑选购指南 / 168

显示器的选购 / 171

纯平和液晶显示器哪个适合你 / 175

你真的了解液晶显示器吗 / 176

国产电话机的型号识别 / 179



182—193

女性的时尚消费 / 182

休闲消费巧把握 / 184

职业女性用卡消费妙招 / 185



假模假样真时尚 / 187

新潮消费时尚吧 / 190

女性网络竞风流 / 193

维护权益

196—204

消费者的合法权益 / 196

消费者的自我保护 / 197

消费者易忽视的权利 / 198

消费者的购货凭证 / 200

消费者应记住的日期 / 202

受伤害应得到的赔偿 / 203

何为伪劣商品 / 204





女性消费心理新动态

女性依靠自己的心境和感性支配着流行；女性不仅自己爱美，还注意恋人、丈夫、儿女和居家的形象。商品的流行大多是随女性的审美观的变化而变化的，女性掌握了家庭消费的发言权。据统计，中国家庭中，妻子掌握财权的占40%以上，而丈夫理财的只有20%。因此女性，尤其是新女性，是决定社会消费心理的变化、趋势，以及市场未来的新动向。

当前，女性主导消费新浪潮。女性的个性化倾向变得强烈。现代的女性生活形态，已经从大家都相同的标准型，进入了与他人不同的特殊型。她们不再以同一标准为目标，而是去追求每个人都不同的个性化生活。

另外，由于价值观的变化，现代女性的自主意识增强。在家庭中强烈希望“拥有不受丈夫或小孩束缚的时间”、“想做家务事以外有益于自己的事情”，在工作场所则要求“发挥自己的才能”、“寻找自身价值”，不再只是要赚钱。

女性最大的变化，是可自由支配的时间增多了。首先是因为寿命延长，养育小孩的期间缩短，使得人生整体的自由支配时间增长了。另外是因为家用电器的普及、速食食品和家务钟点工服务业的发展等，使得以一日为单位的自由时间增多了。女性不必再为家务事而辛苦，进而可以享受许多的自由时间。

基于上述原因，现代女性消费心理出现了以下新的动向：

1. 女性的变身动向。希望生活多样化；希望尝试不同的生活

方式;希望改变身份;希望经历各种体验。表现在日常生活方面,即要求在服饰、发型、装饰方面多样化。

2. 女性的挑战动向。希望尝试想要做的事情;希望冒险和挑战;希望自己能亲身体验。一些标新立异的商品、服务正是顺应女性这种想突破被约束的现实而产生的。

3. 女性的自立动向。希望在经济和精神方面都能自立;希望脱离传统,按自己的意愿生活。现在“女性的自立”已是社会上的主题,只要稍微观察有关女性杂志的标题,就可以看出其中一二,而表现女性自立和强调自我意识的商品就更能博得她们的欢心。

4. 女性的即时动向。希望节时、方便,例如,使用速食食品、罐装食品、冷冻食品、调味料的情形增加了。主妇们能照顾家人,又节省自己时间的有效办法,就是利用省时的商品或外部服务。

5. 女性的愉快动向。希望过得快乐;希望做自己喜欢做的事。这种动向以女性大学生和独身女性最为显著,她们的消费倾向为“一流行、二休闲、三文化”,可以看出都是要享受现在的时间。她们希望在结婚这个转折点到来以前,能够尽情享受,并且做自己喜欢做的事情。因此,比同年龄的男性来说,其愉快动向要强烈得多。

你属于哪个消费层次

在改革开放的今天，分配制度发生了重大变化，人们的生财之道也大大扩展，收入差距拉开了。有的成了“大款”，有的进入小康，有的处于低薪阶层，有的还十分贫困。由于收入差别较大，各人的消费呈现出高、中、低各种层次。

女性应该根据自己的收入水平选择相应的消费层次，这样能够避免盲目攀比、从众消费，避免不顾自己的经济实力去实现“超前消费”。从而保持一种平静、乐观的心态。

高、中、低不同层次消费的差别主要表现在以下三个方面：第一，消费结构不一样，具体说，是衣食住行等维持生存所必需的基本消费支出占全部消费总支出的比例不一样。这一比例在经济学上被称为恩格尔系数。消费层次越低，恩格尔系数越大。因为对低收入女性来说，其收入优先并且主要用在最必需的方面，这样，恩格尔系数必然大。而一个女性收入丰厚、实力较强时，便可问津奢侈品和高档用品，必需品在消费支出中所占的份额就下降，恩格尔系数就必然降低。第二，消费品的档次和享受劳务服务的数量、质量不一样。消费层次高的女性在选择商品时注意质量、品牌，而一般女性更注意价格低廉、经济实惠，满足于能用能穿即可。消费层次高的女性在享受劳务服务时，讲究服务条件、服务方式，并且经常接受较高的服务，如美容、美发。而一般女性较少享受这种服务。第三，购买耐用消费品，特别是新潮、时尚的产品的先后不同。高收入的女性购买能力强，在某种新潮、时尚的产品问世不久

就率先购买,抢着“尝个鲜”。而中低收入水平的女性则会等待观望一阵,看性能是否稳定、可靠,效率是否理想,想买的话,也等“下班车”,或等储蓄增加一些以后再买。



消费五种要你深思

中国社会调查事务所(SSIC)的研究人员发现,广大居民已经逐渐从单位人向社会人转变。攒钱买房成为头等大事,存钱防老将是必然趋势,医疗保健也形成一种消费,教育投资不断加大,婚嫁支出也有所增加。人们也不敢像以前那样无忧无虑地想买什么就买什么,变得瞻前顾后,深思熟虑了。

攒钱买房

71%的被调查者把购买属于自己的房子作为奋斗的重要目标,人数比例远远高于其他方面(购买家庭轿车占54%,旅游占36%,出国留学占25%),除去日常生活开支,超过八成的被调查者每年都有储蓄的计划。

存钱防老

年龄在25~40岁的被调查者中有72%的人为将来的养老问题有所准备。其中24%的被调查者为自己和爱人购买了商业性质的养老保险;41%的被调查者明确提出,多年的存款中有相当一部分是用于自己和爱人年老之后的生活和其他保证。

医疗保健

医疗制度改革后,医药费用逐渐成为家庭日常开支的一部分。有28%的被调查者每年全家医药费用在1000~1500元;12%

的被调查者每年全家医药费用在 1 500 元以上。

89% 的被调查者表示, 必须积攒一定的存款以防意外。有 29% 的被调查者认为应该逐渐改善饮食结构, 注重营养与保健, 加大保健方面的资金投入, 可以起到防病的作用。

教育投资

现在父母对子女的教育越来越重视。超过九成被调查者希望子女从小受到良好的教育, 并尽全力为他成才做必要的铺垫。其中 54% 的家庭子女平均每年教育消费占全家总收入的 30%, 谈及子女教育方面的投资, 被调查的家长中有 93% 的人为孩子存钱, 作为子女将来求学的准备资金。

婚嫁支出

过去人们婚嫁时, 只购买一些生活必需品, 而且绝大多数是用自己平时积攒下的钱, 无须向父母要钱或向朋友借钱。

此次调查结果显示, 64% 的被调查者认为婚嫁是人生的大事, 不能等闲视之, 结婚时一定要好好风光一下, 尽可能让婚礼豪华、隆重, 将家中的各种设施购买齐备。