

家庭消費指導

內蒙古人民出版社

JIATING
TING XIAOFEI
TING XIAOFEI ZHIDAO



家庭消費指導

《家庭消費指導》編委會

內蒙古人民出版社

一九八五年·呼和浩特

家庭消费指导

JIA TING XIAO FEI ZHI DAO

《家庭消费指导》编委会

*

内蒙古人民出版社出版

(呼和浩特市新城西街82号)

内蒙古新华书店发行 内蒙古新华印刷厂印刷

开本:787×1092 1/32 印张:20 字数:421千

1985年5月第一版 1985年7月第1次印刷

印数:1—50,000册

统一书号:17089·44 每册:2.90元

顾问: (以姓氏笔划为序)

于若木	千畚勇	王穀之	边春光
伍杰	布赫	杜子端	何长工
沈治平	高士其	曾三	裴丽生
黎虹			

主编: 周荣昌

编委: 王延起	王津津	王安南	叶章永
刘珈	杨松柏	沈吉庆	黄庆章

书名题字: 舒同

责任编辑: 徐诚李杨

美术编辑: 徐敬东

AL 17/03

目 录

家庭消费怎样决策·····	(1)
用“○一评分法”确定购买顺序·····	(4)
怎样当家理财·····	(7)
怎样避免家庭浪费·····	(10)
参加家庭财产保险好·····	(12)
消费信贷方法·····	(14)
消费者的权利和责任·····	(16)
保护消费者的利益·····	(18)

饮食与营养

人体需要的营养素 (23) 婴幼儿的膳食 (49) 婴幼儿的营养食品 (52) 中小学生的膳食 (56) 大学生的膳食 (58) 脑力劳动者的膳食 (61) 体力劳动者的膳食 (64) 孕妇的膳食 (65) 产妇的膳食 (70) 更年期妇女的膳食 (72) 老年人的膳食 (74) 人体不可缺少的添加剂 (78) 糖类种种 (80) 果葡糖浆 (89) 罐头品种与选购 (90) 人为什么必须吃盐 (93) 生活用盐常识 (93) 盐的小用途 (十则) (102) 酒 (103) 黄酒 (103) 白酒 (106) 啤酒 (109) 葡萄酒 (112) 果酒 (116) 配制酒 (120) 宫廷酒 (112) 药酒 (124) 饮料

及其品种 (126) 茶叶与人体健康 (131) 茶的质量鉴定与选购 (133)
卷烟和雪茄烟 (124) 家庭常用药怎样保存 (138) 怎样鉴别药品是否
变质 (138) 家庭常用药物一览表 (140)

穿的学问

服装的演变与展望 (145) 目前流行的时装及趋势 (150) 我国
男装的流行趋势如何 (152) 怎样选择服装的色泽和款式 (154) 不
同年龄和体型如何选择服装 (156) 不同身材选择什么样色彩服装
好 (158) 怎样根据不同肤色选择服装的颜色和款式 (159) 您适合
穿哪种西装 (161) 您适合系哪种领带 (162) 中年妇女怎样穿
衣 (164) 婴儿服装的选择 (165) 怎样选择孩子的衣服 (166) 汗
衫、背心的选购 (167) 怎样挑选衬衣 (168) 裙子款式的选择 (169)
旗袍的款式与选择 (170) 怎样选购、保养和洗涤滑雪衫 (173) 怎样
挑选和保养真丝绣衣 (175) 茄克衫种种 (176) 千姿百态的针织时
装 (177) 毛皮衣的挑选 (178) 怎样选择服装面料 (179) 怎样挑选呢
料大衣 (181) 呢绒好坏的识别 (183) 衣料正反面的识别 (184) 常
用纺织品经向缩水率 (184) 怎样识别化纤布的类别和性能 (185) 怎
样识别毛线的规格、质量和选购 (187) 选购鞋的常识 (189) 皮鞋
的选择 (190) 皮鞋的保养 (191) 胶鞋的选购 (192)

美化居室·家具选择

居室布置与生活 (195) 16平方米以上房间的家具布置 (196) 一
户两间的家具布置 (199) 小面积房间的家具布置 (200) 家庭挂画的
艺术 (201) 怎样设计房间的色彩 (202) 窗帘布的选择技巧 (204)
怎样选择居室的家具 (207) 红木家具鉴定与选择 (208) 藤制家具的

选购与养护 (209) 选择椅子的学问 (210) 怎样选择沙发 (214) 选择什么样餐桌好 (216) 睡床的款式与选择 (218)

家用电器选择技巧

购买什么样的洗衣机好 (223) 家用洗衣机的种类 (224) 洗衣机专用洗衣粉介绍 (226) 洗衣机常见故障 (227) 选用什么样的电冰箱好 (229) 冰箱的容量 (230) 单门冰箱与双门冰箱 (230) 怎样挑选电冰箱 (231) 怎样使用电冰箱 (231) 与电冰箱配套使用的几种新产品 (232) 电视机的选择与购买 (233) 电视机的使用 (237) 选择什么样的家用电声设备好 (240) 怎样购买录音机 (241) 怎样保养盒式录音机 (243) 收录机的磁头清洁与消磁 (245) 怎样挑选盒式录音带 (246) 收音机的选择 (246) 挑选电唱机的程序 (248) 唱片的种类与选择 (250) 电饭锅挑选常识 (252) 电热水器使用与挑选 (254) 怎样挑选电炉 (255) 电热取暖器的种类与挑选 (257) 怎样挑选电熨斗 (260) 电烙铁的种类与选购 (261) 怎样挑选和使用电梳子 (263) 电烫发钳的种类和挑选 (264) 电动剃须刀的选择 (266) 电吹风机的种类与挑选 (267) 空气调节器的选购 (268) 吸尘器的选择和使用 (270) 电推剪的种类和选择 (271) 怎样购买按摩器 (273) 远红外健身器的选择使用 (274) 购买什么样的电风扇最称心 (276) 空气负离子发生器使您生活得更舒适 (278) 制冷装置——冷风箱 (279) 电子钟的选择 (280) 电子手表的挑选 (281) 电子计算器的选择方法 (283) 单相电度表的选用 (285) 怎样挑选电筒 (287) 电池的选购 (288) 电器用电线的选择 (289) 怎样选购胶木电器 (292) 灯具的型号和种类 (293) 家用灯具的品种 (297) 灯具的购买与选择 (298) 选用灯罩的学问 (299) 日光灯的挑选 (300) 起辉器·镇流器 (301) 怎样挑选白炽灯泡 (303)

日常生活用品的选购

自行车的型号与选购 (307) 怎样挑选自行车胎 (309) 怎样挑选缝纫机 (311) 手表的种类与挑选 (312) 怎样挑选闹钟 (314) 怎样挑选大钟 (315) 温度计的挑选 (316) 打火机的选购 (318) 挑选合适的眼镜 (320) 怎样选购陶瓷器皿 (322) 怎样挑选新颖的玻璃制品 (327) 铝器皿的选购 (332) 搪瓷器皿类型与选用 (333) 怎样挑选暖瓶 (335) 怎样挑选镜子 (336) 牙刷的选择 (338) 牙膏的选择 (339) 药物牙膏的选择 (341) 怎样挑选压力锅 (342) 怎样挑选铁锅 (344) 搪瓷锅的挑选与使用 (346) 菜刀的挑选 (347) 剪刀的种类与挑选 (348) 怎样挑选草席 (350) 铁钉的挑选 (351) 鞋钉的挑选 (353) 怎样挑选竹器 (354) 怎样挑选玻璃 (356) 肥皂的挑选 (357) 香皂的挑选 (358) 药皂的挑选 (359) 洗衣粉的种类与选用 (360) 洗发剂的选用 (365) 爽身粉和痱子粉的选购 (363) 鞋油的选购 (364) 怎样挑选火柴 (365) 蜡烛的种类与挑选 (367) 驱蚊香的选用 (369) 怎样选用胶水 (370) 色彩斑斓的有机玻璃制品 (372) 赛璐珞制品的种类与选购 (374) 电木制品的挑选 (375) 怎样选择聚乙烯塑料制品 (376) 怎样选择聚苯乙烯塑料制品 (378) 怎样选择聚氯乙烯塑料制品 (379) 小型橡胶制品的种类与挑选 (381) 热水袋的挑选与使用 (382) 锁头的挑选 (383) 太阳镜的选择 (385) 怎样挑选雨伞 (387) 多种多样的扇子 (389) 染料的品种 (391) 怎样选用油漆 (393) 选用合适的钮扣 (395) 拉链的选择 (398)

文化用品挑选方法

照相机的选择 (403) 照相机的型号 (405) 怎样选用合适的照相机附件 (407) 照相感光材料的选择 (409) 怎样选用洗相药品

(412) 胡琴的选购 (415) 提琴的选购 (416) 琵琶的挑选方法
(418) 手风琴的选购 (419) 口琴的品种与挑选 (421) 怎样挑选喇叭
(423) 笛箫的选购 (424) 挑选称心的吉他 (425) 鼓的挑选
(427) 毛笔的品种与选购 (429) 多种多样的自来水笔 (430)
怎样挑选圆珠笔 (433) 怎样挑选铅笔 (434) 纸张的种类与挑选
(436) 墨、墨汁的挑选 (438) 墨水的选用 (439) 怎样挑砚台
(440) 算盘的挑选 (441) 篮、排、足球的挑选 (443) 乒乓球的挑选
(445) 怎样挑乒乓球拍 (446) 羽毛球和羽毛球拍的选购 (447)
怎样挑选冰鞋 (449) 千姿百态的风筝 (450)

首饰·工艺品

首饰的种类 (455) 金饰品的选择 (456) 金戒指的选择和佩戴
(457) 金项链的挑选和使用 (458) 耳环的挑选和使用 (460) 金
饰品的保存 (460) 其它装饰品的选择 (461) 男性首饰选择与使用
(461) 玉器种类与挑选 (462) 景泰蓝 (464) 人造象牙 (465) 人造
花 (466) 花炮 (468)

美容·护肤·化妆

怎样化妆 (473) 怎样才能使您皮肤健美 (477) 女子发型现状
和趋势 (479) 男子化烫和保护 (481) 皮肤用化妆品的种类与选购
(483) 美容化妆品的种类与选购 (487) 毛发用美容化妆品的种类与
选购 (492) 美甲用化妆品的选购 (496)

旅 游

现代生活中一项高尚的文化活动 (499) 旅游与旅行 (502) 旅游
中的乐趣 (504) 旅游是认识世界的窗口 (507) 旅游能使您走向成熟

(511) 旅游可为您却病延年 (513) 中国古代旅行家生平及成就介绍
(514) 我国重要旅游资源简介 (528) 旅游路线的选择 (544) 旅游
活动中的注意事项 (562)

礼节·礼品

见面礼节 (573) 拜访礼节 (576) 待客礼节 (579) 祝贺礼节
(585) 吊唁礼节 (586) 儿童节给孩子们礼物 (588) 节日礼品
(588) 祝贺礼品 (589) 恋人礼品 (589) 结婚礼品 (590) 生日礼品
(590) 探望产妇的慰问品 (591) 探望病人应携带的礼品 (592) 丧葬
礼品 (592) 制作礼品盒用纸和制图方法 (593) 扁平礼品盒的制作
(595) 三角礼品盒的制作 (595) 摺褶圆形礼品盒的制作 (599) 高
体礼品盒的制作 (599) 古典式礼品盒的制作 (599) 恋人礼品盒的制
作 (606) 摺褶长方形礼品盒的制作 (606) 编织席纹图案的制作
(606) 扁平正方体盒的包饰法 (613) 花朵装饰球的制作 (613) 三
角形盒的包饰法 (616) 六角形礼盒的包饰法 (618) 长方形礼盒的包
饰法 (622) 长圆筒形礼盒的包饰法 (622)

家庭消费怎样决策

在社会主义制度下，家庭消费仍然是一种个体性质的消费，其消费计划的制定和消费活动都是由每个家庭自行决定。怎样进行家庭消费才能有效地提高生活质量，这不仅是人们普遍关心的问题，也是经济学家多少年来致力研究的课题。家家都在消费，没有消费也就没有生活，因而如何获得家庭消费最佳效果是十分重要的。

就家庭消费而言，收入总是消费和储蓄的总和。由于收入有限，自然消费也是有限的。一般家庭每个月的消费包括吃的、穿的、用的、文化娱乐以及添置家具等，所有开支必须在月收入所划定的边际范围内进行，一旦越界便是预支。人们多半不愿预支，因而就得守在边际范围之内安排消费，那便出现了以下三个问题：

1. 稀缺性问题。想要买的东西总是比已经买回来的东西多，购买的欲望始终大于购买力，因此供给总是稀缺的。每个人不论有意识还是无意识，都不得不按主观需求分配钱的用处，是看两场电影呢，还是改善一顿生活；是买几本书呢，还是买件衣服。不论你如何决策，一面支付费用，另一面却在承担未逞欲望的代价，所以你所买的东西的真正代价正是你原可以用这笔钱想买而结果被放弃的别的东西。

2. 边际效用递减问题。美味食品，入时衣着，消费均是

为了给人以某种满足，这种满足在经济学上称作效用。效用是价值的源泉，而边际效用是仅仅指每增加一个单位消费时所增加的效用或满足。比如给你吃五块奶油蛋糕，每一块的边际效用就不一样。吃第一块时你会觉得香甜可口，急需再来一块，这时心理上的满足程度极高，边际效用亦很大；当你吃下第二块时，虽然味美不及第一块，但亦感不错；吃了第三块你可能饱了，不想再吃，因而边际效用下降为零；如果勉强吃下第四、第五块蛋糕，也许就反胃、呕吐，那就产生了负的边际效用。这一例子说明，任何单一重复地消费某种物品，其边际效用总是递减的。因此，消费要尽量地丰富多彩。

3. 选择性问题。由于供给的稀缺性和边际效用的递减性，必然带来人们对生活消费的选择性。由于任何人既不可能消费所有的东西，也不可能仅仅消费某一种物品，因而迫使每个人都力求在能力允许的范围内寻找消费物品的最佳组合，这里包括消费品本身的选择和当前消费与将来消费之间的选择。

面临上述三大问题，我们究竟如何安排消费，实现最佳消费效果，这一点至今尚无通用的方法。事实上也不可能设计出放之四海而皆准的消费结构。由于消费的评价在效用，而效用不依赖客观价值，却依赖主观价值。比如烟对抽烟者有一定的主观价值，但对不抽烟者来说，就没有主观价值，这种需求的差异也就是“口味”不同。正是“口味”不同使消费决策复杂化，不确定化。但是，没有一个人因为复杂而停止决策，相反越是市场变化剧烈，越是进行频繁的决策。当然每个人在决策时各有各的方法，现代经济学家作了部分的

归纳，这里择要推荐几种方法供读者参考。

1. 边际贡献法。这种方法所强调的是，看看每增加一个单位的消费能对效用有多大的贡献。根据边际效用递减的规律，一口气吃五块蛋糕的效用绝对不理想，要是你把蛋糕的花费分解到其他需求上去，比如：吃一块蛋糕，看一场电影，再理一次发。花钱一样，但满足程度大为提高。这说明多元消费优于一元消费。

2. 价值比较法。这里所说的价值比较不是指两种不同需求的比较，而是指同一种需求的客观价值与主观价值之间的比较。比如你觉得多花费一元钱多买些水果比多买其他食品能得到更多的满足时，你就得买水果。然而水果买得越多，满足感也随之减退，直到心目中的价值小于或等于价格时，你势必会拒绝购买水果。因此，在你的评价中，只要商品的价格小于主观价值，即小于边际效用时，你就该买下，反之你就不必买。

3. 消费比例法。在收入、消费、储蓄三者中，收入多少是决定因素，收入增加，消费和储蓄也随之增加。然而消费和储蓄似乎是孪生而面貌相反的一对，消费的比例越高，储蓄的比例必然越低。消费的比例如何控制呢？决不会是储蓄越多越好。

用“○—评分法”确定购买顺序

家庭购买耐用消费品时，由于受经济条件的限制，不能一次全部购买齐全，要有个计划，确定一个符合实际的购买顺序。购买顺序的确定，往往受家庭成员主观看法的影响。那么，到底应先买什么？后买什么呢？这里介绍一种“○—评分法”帮助你来确定。这是把家庭购买商品的定性问题转化为定量方法的科学作法。

购买耐用消费品只能确定买或不买，不能买1/5台洗衣机，所以，决策必须是“○—”型的。

假如一个家庭，想买彩色电视机、洗衣机、收录机、电风扇、电冰箱、沙发床、自行车等大件耐用消费品，那么就请按下表的形式造一张表，不过表中的数字是在评价时填进去的。

表内横竖两行均填上名称，次序不定，但两栏的次序要一致。然后根据各种商品功能的重要性进行评价和打分，即用竖栏中的每种商品同横栏中的每种商品逐个比较，看看对你的家庭来说，哪个更重要一些。当它比另一个重要时，打1分，当它处于次要地位时，则打○分。如拿录音机和其它六种用品比较，它比电冰箱、沙发床更重要一些，各打1分，比彩色电视机、洗衣机、电风扇、自行车处于次要地位，则分别打○分。录音机和本身不能比较。但要注意前后

家庭购物评分表

商 品 名 称	——对比							得分小计	购买价格	商品价值系数	购买顺序
	彩电	洗衣机	录音机	电风扇	电冰箱	沙发床	自行车				
彩色电视	×	0	1	0	1	1	0	3	1000	0.0030	6
洗衣机	1	×	1	0	1	1	0	4	320	0.0125	3
录音机	0	0	×	0	1	1	0	2	200	0.0100	4
电风扇	1	1	1	×	1	1	0	5	180	0.0278	2
电冰箱	0	0	0	0	×	0	0	0	600	0.0000	7
沙发床	0	0	0	0	1	×	0	1	230	0.0043	5
自行车	1	1	1	1	1	1	×	6	170	0.0353	1
：											：
合 计	—							21	2700	—	—

评分的一致性，如录音机和电冰箱比，录音机重要已打了1分，而到电冰箱和录音机比较时就不能采取相反的评分方法，前后评分要一致。这样，可以算出一个得分小计：自行车得6分，电风扇得5分，……沙发床得1分。是否可以依据得分多少来确定购买顺序呢？不能。因为人们购买耐用消费品时，除了根据实际需要外，还必须考虑自己的经济能力。一般讲，价格较低的东西总是容易购买的，而卖价昂贵的，总要做较长时间的准备。因此，排列购买顺序要考虑商品价格。我们把商品价格也填在购买价格栏内，然后用下列公式求出商品价值系数，即：

$$\text{商品价值系数} = \frac{\text{某商品累计得分}}{\text{该商品购买价格}}$$

商品价值系数高的商品，也即得分较多而价格较低的商品应优先购买。从表上可以看出，自行车得6分，价格较低，商品价值系数较高，应首先购买。而沙发床得分最少，价格也较低，购买顺序不是排在第七，而是第五。

以上介绍的方法是一个家庭使用一张评分表，实际上，应是夫妻二人，大孩子各使用一张表，各自依据自己的主观看法进行评分，然后把得分小计分别加起来，再去算商品价值系数，决定购买物品的先后。

怎样当家理财

中国有句俗话：“吃不穷，穿不穷，计划不到就受穷。”经济是家庭生活的重要支柱。有这样一个社会调查表明：在发生争吵的100对夫妇中，70%是由于经济原因。新婚夫妇要想生活得愉快、幸福，首先要把家庭开支计划好。有了这样一个好的开头，就会为后半生的幸福生活打下基础。

当家理财是一门学问，怎样才能处理好呢？我们推荐一个好方法——储蓄。也许有人会不以为然：储蓄不就是存钱、取钱吗？其实不然，在这简单的存储中，却蕴含着出人意料的结果。目前，我国广大群众的生活水平还未达到小康水平，尤其是新婚夫妇，在计划安排家庭生活开支时，一定要坚持量入而出的原则。比如，新房里缺一个吊灯，是买经济实惠的日光灯，还是买舒适美观的中档白炽灯，还是买豪华漂亮的枝形吊灯？这时，请不要被形形色色、色彩绚丽的商品诱惑住，而要实事求是地从家庭实际情况出发，既要考虑到收入情况，又要考虑到灯具的风格与室内家具是否协调以及耗电情况如何。

这里，我们介绍几种储蓄的方法，希望也能使您得到一个意外的收获：

每月存2元，一年后可得本息24.7元，给丈夫或妻子买件漂亮的毛衣；