

陈锐
著
饭团工作室绘

重庆出版社

聪明



消费 100招

陈锐 著 饭团工作室 绘

重庆出版社

聪明



消费 100招

图书在版编目 (CIP) 数据

聪明消费 100 招 / 陈锐著；饭团工作室绘. —重庆：
重庆出版社，2005.1

ISBN 7-5366-7043-5

I . 聪... II . ①陈... ②饭... III . 消费生活 - 通
俗读物 IV . C913.3-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 132625 号

聪明消费 100 招

陈 锐 著

饭团工作室 绘

责任编辑 刘嘉

封面设计 向洋

重庆出版社出版、发行

(重庆长江二路 205 号)

新华书店 经销

四川外语学院印刷厂印刷

开本 850 × 1168 1/32 印张 6.75

字数 68 千 插页 1

2005 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

印数 1—5000

ISBN7-5366-7043-5/C.106

定价：12.00 元

目 录

● 信息消费

第一招：留意五花八门的广告 / 2

第二招：利用身边的资讯 / 4

第三招：从商品的市场评价入手 / 6

第四招：让自己成为半个专家 / 8

第五招：选择不同的商家购物 / 10

第六招：时间带来的好运 / 12

第七招：学会成熟消费 / 14

第八招：建立消费同盟 / 16

第九招：提前预防工作空白期 / 18

第十招：省钱新招——专业消费 / 20



第十一招：走向“自觉消费”/22



第十二招：把握消费四环节/24

第十三招：提高个人消费素质/26

第十四招：积分卡带来多少实惠/28

第十五招：商家促销奇招破解/30

第十六招：低息时代也可存定期/32

第十七招：熟人处购物巧思量/34

第十八招：买不买福利彩票/36

第十九招：匆忙购物坏处多/38

第二十招：不成熟的消费理念/40

第二十一招：“个性化”银行卡兴起/42

● 消费雷区 □

第二十二招：谨防商品的消耗/46

第二十三招：记住：便宜无好货/48



第二十四招：消费周期的危害 / 50



第二十五招：重视消费重点的变化 / 52

第二十六招：学会克制超前消费冲动 / 54

第二十七招：丢弃勒紧裤腰带的时代 / 56

第二十八招：摆脱求廉心理 / 58



第二十九招：不要轻易随大流消费 / 60

第三十招：名牌≠好商品 / 62

第三十一招：虚荣有害消费 / 64

第三十二招：简单消费便宜商家 / 66



第三十三招：打破固定的消费观念 / 68

第三十四招：抵抗降价的诱惑 / 70

第三十五招：商家设下的购物误区 / 72

第三十六招：死爱面子活受罪 / 74



第三十七招：不为情绪买单 / 76

第三十八招：不要上“环保商品”的当 / 78

第三十九招：认识商家欺诈“花招” / 80

第四十招：当心信用卡的“免息期”/82



第四十一招：不要跟着“赠券”走/84

第四十二招：小心网上售货陷阱/86

第四十三招：谨防分期付款的陷阱/88

第四十四招：警惕服务消费/90

第四十五招：警惕商家“挂羊头卖狗肉”/92

第四十六招：当心赠品陷阱/94

第四十七招：概不打折/96

第四十八招：消费中的“大男子主义”/98

第四十九招：刷卡技巧有讲究/100

第五十招：黄金周的购物潮/102

第五十一招：疯狂购物卡/104

第五十二招：会“生钱”的储蓄卡/106

个性消费

第五十三招：假设自己是商家 / 110



第五十四招：做商品的专家 / 112

第五十五招：不要为商品犹豫 / 114

第五十六招：任何时候态度都彬彬有礼 / 116

第五十七招：拟定合理的购物计划 / 118

第五十八招：学会权衡得失 / 120

第五十九招：转换角色学营销 / 122

第六十招：正正规规消费 / 124

第六十一招：将AA制进行到底 / 126

第六十二招：合资消费也可行 / 128

第六十三招：做个“聪明刷卡族” / 130

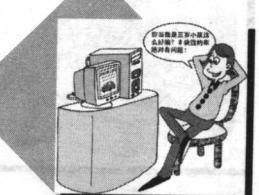
第六十四招：做个勤劳的记录员 / 132

第六十五招：做一个聪明的旅游消费者 / 134

第六十六招：利用气候的变化 / 136

第六十七招：消费现金限制法 / 138

第六十八招：思考后再购物 / 140



第六十九招：到熟悉的商家购物 / 142



第七十招：团购大军省开支 / 144

第七十一招：合理安排消费等级 / 146

第七十二招：注重闲散资金的回收 / 148

第七十三招：不消费未赚到的钱 / 150

第七十四招：只做有目的的消费 / 152

第七十五招：信用卡单据的消费分析 / 154

第七十六招：季节消费 / 156

第七十七招：出国消费有节制 / 158

第七十八招：维护权利绝不放弃 / 160

第七十九招：个性消费“人无我有” / 162

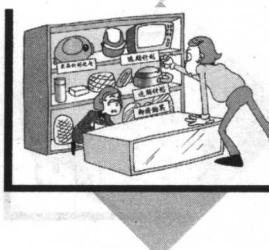
第八十招：聪明分析导购技巧 / 164

第八十一招：精通消费心理战 / 166

第八十二招：防范中介陷阱 / 168

第八十三招：防范医疗美容六大陷阱 / 170

第八十四招：谨慎面对格式合同 / 172



第八十五招：拒绝模糊消费 / 174



第八十六招：精挑细选“打折货” / 176

第八十七招：砍价绝招 / 178

第八十八招：不要被你的性格影响 / 180

第八十九招：选择超市的“自有品牌” / 182

第九十招：算笔成本账 / 184

第九十一招：手机消费有窍门 / 186



消费投资 ——

第九十二招：爱惜身体少生病 / 190



第九十三招：充分利用“优惠券” / 192

第九十四招：跨行取款的手续费 / 194

第九十五招：私人经济兴起 / 196

第九十六招：新兴“爱书一族” / 198

第九十七招：恋爱基金卡 / 200



第九十八招：充分利用消费维权机构 / 202



第九十九招：紧追时代消费文明 / 204

第一百招：投资孩子的未来 / 206

第二部分 消费维权与家庭教育 / 208

101. “绿色消费”行动在路上 / 210

102. 带孩子去旅行 / 212

103. 孩子的“零花钱” / 214

104. 父母的“零花钱” / 216

105. 带孩子去博物馆 / 218

106. 带孩子去图书馆 / 220

107. 带孩子去公园 / 222

108. 带孩子去动物园 / 224

109. 带孩子去植物园 / 226

110. 带孩子去自然博物馆 / 228

111. 带孩子去科技馆 / 230

112. 带孩子去天文馆 / 232

信

見

消

費



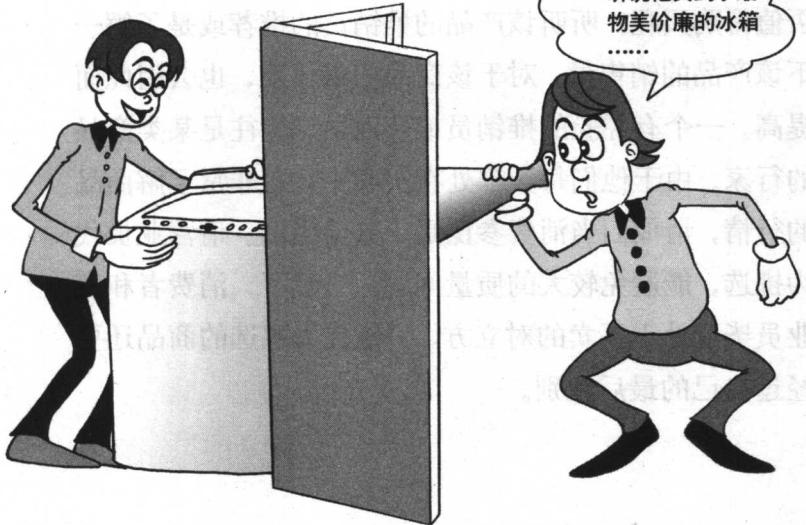
第一招：留意五花八门的广告

市场经济条件下，厂商会在多种媒介上对自己的产品进行广告宣传，刻意寻找自己所需要的广告既费时费力又不容易找到所需要的商品，加上厂商的广告往往夸大其商品的使用功能，所以仅仅依据广告来决定购买是不妥当的。但是根据广告可以了解大宗贵重物品的提供厂商和其性能上的差异，从而为选择自己所需要的商品收集必要的资料。虽然有时候广告里的商品并不是自己当前所需要的，但是偶尔的留意可能会为以后的需要做好准备，当你需要购买同类的商品时，不至于无从下手。



第二招：利用身边的资讯

消费者在购买商品之前不得不对所需的商品做一番调查，往往为了买一样家具跑遍全城各个家具店，但是因为对所购买的商品并不是很了解，对厂商的广告又不能全信，所以就算是付出了辛劳也不一定能买到所需要的家具。这种时候，消费者会转而求助于身边的亲朋好友，从他们那里获得商品的信息，通过他们对商品的了解和看法，来判断自己究竟需要购买的是哪一家厂商的哪类产品，甚至可以得到产品的性能、售后服务等重要资料，为消费决策奠定最强有力的信息支持。在购买商品的时候，消费者还可以请有购买和使用此种商品经验的朋友陪同一起选择。



第三招：从商品的市场评价入手

在现代社会，每天都有大量的新产品面市，以满足不同消费者不同的需要，尤其是那些比较高档的商品或是比较专业的商品，消费者面对全新的商品，身边是没有任何资料可以参考的。那要如何了解商品，以判断是否值得购买呢？听听该产品的推销员的推荐或是了解一下该产品的销售量，对于该商品的信任度，也会因此而提高。一个有经验的推销员或营业员，往往是某类商品的行家。由于他们每天都处在买卖中，还非常了解商品的行情，请他们当消费参谋是十分恰当的。请营业员代为挑选，能避免较大的质量问题。当然了，消费者和营业员毕竟处于买卖的对立方，请他代为挑选的商品还要经过自己的最后甄别。