

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 插图 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

信息消费

-





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：谨防服务消费/90

第四十五招：谨防商家“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



信

息

消

费



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。