

在真真假假、假假真真的商品充斥着
市场的今天，如何去伪存真、去粗取精？

明明白白

MINGMINGBAIBAI
XIAOFEI

消费



韩彪/编

购房、购车、买家电、留学、求医问药、旅游、电信...
本书让你从从容容应付各路商家，轻轻松松购物，明明白白
消费，让你成为真正的上帝！

兵器工业出版社

明明白白消费

韩 彪 编

兵器工业出版社

明明白白

MINGMINGBAIBAI

XIAOFEI

消費

韩彪/编



内容简介

“明明白白消费”是中国消费者协会确定的 2000 年活动主题。之所以确定这样一个主题,是因为老百姓在日常生活中遇到的不明白的事太多。本文通过对医疗、电信、家电、购房、旅游、日用消费品以及求学深造等各方面的重点介绍,还消费者一个明白,使消费者的知情权、获知权在日常消费中得到充分体现。

本书适合任何有主体行为能力的各类人群阅读。只要你需要消费,你便需要本书。

图书在版编目(CIP)数据

明明白白消费/韩彪编. —北京:兵器工业出版社, 2000.5
ISBN 7-80132-784-5

I. 明… II. 韩… III. 消费-基本知识 IV. C913.33

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 08891 号

出版发行:兵器工业出版社

责任编辑:郭 佳 何保武 张凤英

责任技编:刘 林

社 址:100089 北京市海淀区车道沟 10 号

经 销:各地新华书店

印 刷:北京忠信诚胶印厂印刷

版 次:2000 年 5 月第 1 版第 1 次印刷

印 数:1-3000

封面设计:李 栋

责任校对:王 梅

责任印制:王京华

开 本:850×1168 1/32

印 张:12

字 数:280 千字

定 价:18.00 元

(版权所有 翻印必究 印装有误 负责调换)

序 言

你是消费者，你是上帝，但上帝是什么？上帝拥有真正的权利吗？听商家如是说：宰你没商量！

想买房，想购车，但是有谁敢放心大胆地拿出自己的积蓄交给存在无数暗箱操作问题的商家呢？

要就医，要投保，但最终只见一张报天价的单子，谁心里不打问号？

子女教育，旅游休闲，……一项一项的开销，总让人心里没谱，何时才能消费得明明白白？

每个行业都有自己独特的信息和运作方式等专业知识，作为一个每天都要在几种不同消费品中打交道的消费者来说，不可能比专门经营一种商品的经营者更熟悉它们。于是经营者就有许多机会欺骗消费者；从消费者的角度来说，总是害怕受到捉弄。这是一场无止尽的游戏。

消费者的确是上帝，但需要披挂上自己武装，保护自己的权益。

韩 彪

2000年4月于北京

目 录

第一章 明明白白消费：今天开始 (1)

- ☐ 昨天的遗憾..... (2)
- ☐ 你知道消费者保护吗..... (4)
- ☐ 从小票和电话说开去..... (7)
- ☐ 高举手中的法律武器..... (10)
- ☐ 消费别忘咨询..... (16)
- ☐ 该赔多少，要多少..... (17)
- ☐ 消费热点与陷阱..... (20)

第二章 明明白白购房..... (23)

- ☐ 购房把好四道关..... (23)
- ☐ 你的购房预算做好了吗..... (25)
- ☐ 买套商品房要花多少钱..... (29)
- ☐ 案例分析：核心家庭怎样买房..... (31)
- ☐ 慎重选择地产商..... (34)
- ☐ 办理房产交易的一般程序..... (35)
- ☐ 谨慎签订购房合同..... (38)
- ☐ 申请住房贷款须知..... (43)
- ☐ 申请住房贷款注意问题..... (46)
- ☐ 如何选择贷款担保方式..... (49)
- ☐ 如何选择最佳住房贷款方案..... (51)
- ☐ 你了解物业管理吗..... (53)

☐ 物业管理要签哪些文件·····	(57)
☐ 你知道产权吗·····	(60)
☐ 二手房价格——雾里看花·····	(65)
☐ 二手房贷款·····	(70)
☐ 购房小窍门·····	(74)
☐ 谨防租房四大骗术·····	(76)
☐ 法律援助·····	(78)
☐ 购房莫失良机·····	(79)

第三章 明明白白购车····· (81)

☐ 中国汽车市场十大预见·····	(81)
☐ 买车原则有哪些·····	(82)
☐ 如何选择车型·····	(84)
☐ 买新车还是买旧车·····	(86)
☐ 何时去购车·····	(88)
☐ 何地去购车·····	(89)
☐ 购车需要太多程序吗·····	(90)
☐ 购车别忘验车·····	(92)
☐ 你了解有关汽车消费政策吗·····	(96)
☐ 贷款买车——圆你的汽车梦·····	(96)
☐ 中国“入世”，会给你购车带来什么·····	(98)
☐ 汽车价格——你关心的焦点·····	(102)
☐ 你认识自动挡车吗·····	(107)
☐ 发现质量问题如何解决·····	(111)
☐ 汽车质量认证——走向全球一体化·····	(112)
☐ 汽车消费者离“上帝”多远·····	(114)
☐ 质量不合格，当心上法庭·····	(116)
☐ 你要买污染环境的车吗·····	(119)

第四章 明明白白买家电 (127)

- ☐ 信息家电——揭起你的面纱 (127)
- ☐ 警惕家电“造名”运动 (129)
- ☐ 你买的“数字彩电”是真的吗 (131)
- ☐ 慎购彩电“特价机” (132)
- ☐ 选购 DVD 影碟机三大“注意” (133)
- ☐ 健康空调真健康吗 (135)
- ☐ 洗衣机价格步步高 (137)
- ☐ 你担心微波炉泄漏吗 (138)
- ☐ 如何购买电暖器 (139)
- ☐ 吸油烟机，厨房必备 (141)
- ☐ 燃气热水器的忠告 (144)
- ☐ 室内加热器，合格者甚少 (147)
- ☐ 买电动自行车应关注什么 (151)
- ☐ 省电 = 省钱 (152)
- ☐ 千万别上这种当 (154)

第五章 明明白白去留学 (156)

- ☐ 留学的程序要心知肚明 (156)
- ☐ 留学资格的审核 (158)
- ☐ 留学的中介机构有哪些 (160)
- ☐ 你需要留学贷款吗 (163)
- ☐ 中国银行的留学贷款 (166)
- ☐ 留学的健康保险 (167)
- ☐ 留学英国 (168)
- ☐ 英国的奖学金制度 (169)
- ☐ 留学日本的步骤 (173)
- ☐ 进入日本的手续 (175)

☐ 日本学费一览	(176)
☐ 日本的奖学金	(177)
☐ 留日的问题	(180)
☐ 到美国留学的步骤	(182)
☐ 美国的奖学金	(185)
☐ 留学美国的费用	(187)
☐ 留学美国的健康保险	(191)
☐ 留学美国的问题	(195)

第六章 明明白白求医问药 (198)

☐ 医疗保险“动”起来	(198)
☐ 两起医疗损害赔偿案的审理	(200)
☐ 看病费用早清楚	(203)
☐ 购药须知	(205)
☐ 常备药品推荐	(206)
☐ 谨防网上购药陷阱	(208)
☐ 听电台“名医讲座”须留神	(210)
☐ 谨慎选择“药物牙膏”	(212)
☐ 打“120”要当心	(215)
附：中华人民共和国药品管理法	(216)

第七章 明明白白电话消费 (226)

☐ 中国话费知多少	(226)
☐ 你了解市话收费标准吗	(228)
☐ 电话本可低价	(229)
☐ 手机计费标准	(230)
☐ 手机：国产货与舶来品	(231)
☐ 加入 WTO 看话费	(234)
☐ 手机价格战，冷静点	(236)

□帮你购手机·····	(237)
□如何配手机电池·····	(239)
□电讯问答·····	(241)

第八章 明明白白去旅游····· (243)

□节假日出游并不划算·····	(243)
□谨防旅游陷阱·····	(245)
□旅游省钱窍门·····	(246)
□如何选择旅行社·····	(247)
□旅行前如何挑选旅行社·····	(248)
□随团旅游如何维护自己的合法权益·····	(249)
□旅游者可拒交的“冤枉钱”·····	(250)
□你是个明智的游客吗·····	(250)
□旅游防“宰”术·····	(252)
□旅游投诉小常识·····	(253)
□旅游者投诉应具备的条件·····	(254)
□旅游投诉时效·····	(254)
□出国旅游 10 个提醒·····	(255)
□全国各地旅游投诉电话·····	(257)
附：旅游行业对客人服务的基本标准·····	(259)
附：旅行社管理条例·····	(266)
附：旅行社质量保证金赔偿试行标准·····	(272)
附：旅行社办理旅游意外保险暂行规定·····	(274)

第九章 明明白白走遍市场····· (279)

□餐馆就餐中毒可获赔·····	(279)
□餐馆宰客曝光·····	(280)
□解析打折·····	(282)
□家具合同应详尽·····	(283)

□中介服务防陷阱·····	(284)
□不幸的“幸运热线”·····	(286)
□装修费怎么付·····	(289)
□标签的花样·····	(291)
□莫让钱流失·····	(292)
□合理网费该多少·····	(293)
□教你认识商品标志·····	(295)
□谁才能没收假币·····	(296)
□购买进口化妆品要看清 CCIB 标志·····	(297)
□如何识酒·····	(298)
□养颜维权·····	(304)
□小心你的胸·····	(305)
□补钙有文章·····	(308)
□洗眉要小心·····	(311)
□美容的内幕·····	(312)
□家庭教育投资的轻重·····	(314)
□为子女上学存钱·····	(315)
□卡的权利和义务·····	(318)
□小心“网骗”·····	(319)
□人生保险需求·····	(321)
□胶卷怎么赔·····	(323)
□慎食糖精·····	(325)
□易拉罐的骗局·····	(328)
附：中华人民共和国消费者权益保护法·····	(329)
附：中华人民共和国食品卫生法·····	(338)
附：中华人民共和国消费税暂行条例·····	(349)
附：中华人民共和国价格法·····	(352)
附：常用监督投诉电话·····	(360)
附：全国各地消费者协会名录·····	(361)

第一章 明明白白消费:今天开始

“明明白白消费”是中国消费者协会确定的 2000 年活动主题。之所以确定这样一个主题,是因为老百姓在日常生活中遇到的不明白的事太多。如不明不白的医疗费、不明不白的电话费、不明不白的学杂费等,数不胜数。开展这一活动的目的就是为了还消费者一个明白,使消费者的知情权、获知权得到全社会的关注和尊重,并在日常消费中得到充分实现。

对消费者而言,“明明白白消费”是人们共同的心愿和期盼。尽管《消费者权益保护法》第八条明确规定:“消费者享有知悉其购买、使用的商品或者接受的服务的真实情况的权利。”但现实生活中总有那么一些生产经营者,为了推销商品,有意隐瞒实情,使消费者受骗上当,例如,明明是国内组装的“松下”彩电,生产者却故意隐瞒实情,堂而皇之地标出“进口日本原装松下彩电”的字样。又如:消费者每月交手机费、电话费时,一些电信部门只向用户出具收费单,不附通话记时计费表……诸如此类,实际上就是侵犯了消费者的知情权、获知权。

要使消费者“明明白白消费”,首先,消费者要珍惜自己的合法权益,提高自我保护意识,在购物消费时充分使用知情权、获知权,该问的要问,应知道的要知道,对强行搭售等“不明不白消费”要坚决抵制。另外,生产经营者要加强自律,严格履行法定义务,向消费者负责地提供有关商品和服务的真实信息,明确标价,不混等混级,不短尺少秤,做到给消费者一个“明白”。再有,各级工商、消协

和有关行政执法部门,要依法履行职责,对涉及侵犯消费者知情权、获知权的投诉案件要及时受理、认真解决。只有通过消费者、生产经营者和政府部门的共同努力,才能使“明明白白消费”落到实处。

但归根结底,目前最简便易行、最现实的,还是从消费者自身出发。

明明白白消费,从今天开始。

□昨天的遗憾

北京市消费者协会 1999 年度共受理消费者投诉 15379 件,从已受理消费者的投诉看,美容美发、商品房、邮购、电话、中介服务、家电、纯净水、医疗等已成为京城广大消费者新的投诉热点。

旅游。一些旅行社在组织游客游览时违反协议,擅自变更行程日期、车次、航班、旅游线路和景点,降低食宿标准,坑害游客。李某等 21 人由一家旅行社组团旅游昆明等地。当他们即将起程时,旅行社说是因机票涨价,每位游客加 200 多元。

食品。一些生产者和商贩为非法牟取暴利,制售假冒食品坑害消费者。如制售假冒酒、矿泉水、酱油、味精、食品等等。还有一些不法生产者和经营者将过期食品涂改日期,或在水果表面涂色素。

医疗。个别医院的少数医护人员,工作麻痹大意,或导致患者重复手术,或输血染上乙肝病毒,或拔牙留牙根等,严重影响患者身体健康,甚至造成意外死亡。一些医院收费混乱的现象十分严重,有的项目患者根本没作检查,却写成检查,没有服用的药说成是已服用,药费也漫天开价,李某在一家中医门诊部治疗结石病,一个疗程要服 30 副中药,每副药价 28.17 元,共计 765 元。后患者

经权威药店认定,类似每副药价只需7~8元,医院的定价竟高出4倍,多收500多元。

电话费。电话局在收取话费时,不少用户常常感到莫名其妙。有的用户电话明明已拆除,或是家中无人居住,电话长期无人使用,可经常收到电话局的电话单据。张某因对电话局的收费持有异议,一气之下拆除电话。可事隔两个月,张接到电话局话费通知单,话费高达500元。

家电。少数生产厂家不重视产品质量,把关不严,将不合格的产品投入市场。孙某从一家空调销售中心买了一台某牌号的空调器,刚安装好还没有使用,就要先充氟。有的修理人员技术差,往往屡修屡坏。不少特约维修部不自觉地履行《三包规定》,我行我素,售后服务严重滞后,损害了消费者合法权益。

美容美发。不少美容院超范围经营的现象十分严重,导致对顾客的伤害。如一家美容院竟设立坐堂医生,经医生一番劝说,一顾客服用了1副中药。不久,脸上长满了蚕豆般大小的疙瘩。不少美容院的美容师不具备临床经验和上岗资格。据有关方面统计,全市美容师中有30%多的人无技术职业资格上岗证书。

商品房。有些房地产开发公司用诱惑的广告欺骗购房者,有的刊登广告声称,环境幽雅,空气清新,可实际与广告根本不符。除此之外,有的商品房名曰花园式别墅或高级公寓,可建筑质量和配套生活设施却不尽如人意。不少房地产开发商出售的商品房根本无房产权,却瞒天过海诱骗消费者。当有的消费者知其无产权时,提出退房、退款,开发商却无动于衷,久拖不决。

邮购。部分经营者利用邮政信箱,以异地交易为掩护,不露本人真实身份。当消费者发现上当受骗欲追回失款时,经营者已逃之夭夭,查无踪迹。少数经营者在邮寄商品时,往往采取偷梁换柱的手段,将消费者不需要的产品或“三无产品”邮给对方。有位消费者向一家公司邮购一台包装机,可收到的却是一台封口机。个

别经营者利用邮购方式,收到消费者汇款后,采取拖延的手段,少则几个月,多则两三年,甚至根本不邮寄,涉及到的金额少则十几元,多则几百、上千元。

中介服务。不少公司在经营范围内仅有“信息咨询”项目,并不具有含房屋中介、职业介绍之类的营业范围。许多公司以“信息咨询”为由开展房屋中介业务,实际上属于无照经营或超范围经营。同时,这些公司在房屋中介时,乱收费现象严重。不少中介服务机构在新闻媒体上大做广告,声称如对提供的信息不满意,可退还中介费以此来引诱消费者。当消费者对提供的信息不满意要求退款时,往往遭到拒绝。

此外,社会上一些婚姻介绍所只顾赚钱,对征婚者提供不实情况,愚弄客户,甚至出现骗财骗色的现象。

纯净水。有一些厂家根本不具备生产纯净水的条件和能力。厂房破旧,生产设备简陋,生产工序简单,环境卫生脏乱,甚至有的厂家连消毒设备都没有。

有的厂家提供的产品检测报告是过时的检测结果。有的厂家有注册商标,却没有生产设备,根本不生产纯净水,其水则由其他厂家供应。有的厂家生产的纯净水既为自己的品牌使用,又为其他厂家的品牌供水,甚至有的厂家假冒其他厂的品牌。一些生产厂家和水店打出赠水票的促销手段,可水票已近过期。有的水店经营者低价销售水票后逃之夭夭。有的经营者收了消费者空桶押金,当消费者提出停止使用时,却不同意退押金,甚至有的厂家已倒闭,押金却退不回来。

□你知道消费者保护吗

消费者保护,亦称消费保护,系指消费者在购买商品和使用服

务时,由社会确保其消费权益的思想和行为的统称。“消费者保护”思想萌芽于近代。在工业革命以前,世界经济形态属于传统的农业社会经济制度,商品生产和商品交换还不发达,买卖双方的交易过程极其简单,且商品的功能划一,数量、质量都很有限,当时的保护消费者问题尚不突出。18世纪末,工业革命的浪潮席卷全球,工业机器生产力日益取代旧农业手工生产力,生产高度发展,技术日益精进,产销过程复杂化,这就出现了如下新的格局:

1. 商品生产的规模扩大了,商品的花色品种大幅度增加,商品的构造也日趋复杂,消费者难以从直观上了解商品的性能,因而在选购商品上处于不利地位;

2. 少数资本家(或生产者)垄断了商品的生产和市场,加上销售组织的迅速发展和销售手段的现代化,迫使消费者接受其苛刻的交易条件,从而使消费者在交易过程中往往处于被动甚至是被愚弄和被损害的地位;

3. 消费者在购买活动中受骗后,需要申诉并求得保护,这就导致了消费者保护思想的产生;

4. 损害消费者活动的日益国际化,促使消费者保护的理论逐步发展为世界性的消费者保护运动。最早提出消费者保护思想的是1756年英国王室法庭首席法官曼斯菲德。他针对当时法律所奉行的“小心选购,出门不换”主义,提出了“买受人付给完整价金,应获得完美商品”的意见,从而第一个明确阐述了消费者保护的思想。以后这一思想为各国广泛接受,并据此制定了各种消费者保护法律。在资本主义国家,消费者保护思想及其实践发展较为完善的是美国和日本。在近100年的时间内,美国先后制定了《纯正食品药品法》、《食肉检查法》、《联邦商业委员会法》、《商业管制规则》、《马克尤逊——摩西保证法》、《食品、药品和化妆品法》、《正确包装和标志法》、《消费品安全法》、《消费者供货法》和《消费者租赁法》等等,这些法律对受理来自消费者的控告,规定产品责任、质量

标准,到禁止假冒商品以及防止有潜在危险的消费品进入市场等,都做了详细的规定。为了制定和执行这些消费者保护法律,美国还先后成立了“消费者助善委员会”、“消费品安全委员会”等专门机构。1962年,美国前总统约翰·肯尼迪在其总统咨文中还首次提出了著名的消费者的“四项权利”,进一步完整阐述了消费者保护的思想,为推动国际保护消费者运动的发展作出了贡献。日本早在明治维新时代就颁布过《关于饮食品及其它物品的取缔法规》、《药品处理法规》。之后,又陆续颁布了《消费者保护基本法》、《食品卫生法》、《关于禁止私人垄断和确保公平交易的法律》、《消费者生活合作社法》、《家庭用品质量表示法》等。这些法规的制定,对实施消费者保护起到了重要作用。

我国建国以来,已陆续颁布过一些涉及消费者保护的法律法规。如1972年的《生物制品新产品管理办法》,1982年的《中华人民共和国食品卫生法(试行)》,1986年及其以后的《工业产品质量责任条例》以及《商标法》、《计量法》、《物价管理条例》、《广告管理条例》等179个包含着保护消费者权益内容的法律法规。此外,还制定了898项与保护消费者利益有关的产品质量标准。据了解,目前有关部门正在草拟保护消费者权益的专门法规,将对消费者的权利和义务作出明确规定。可以预期,我国的消费者保护工作将会日益系统和完善。根据联合国大会1985年4月9日未经投票通过的第39/248号决议附件《保护消费者准则》,消费者保护的内容主要包括:

1. 保护消费者的健康和安全不受危害;
2. 促进和保护消费者的经济利益;
3. 使消费者取得充足信息,使他们能够按照个人愿望和需要作出掌握情况的选择;
4. 消费者教育;
5. 提供有效的消费者赔偿办法;