

wei **quan**



维护消费者权益

金袋鼠丛书

《中国消费者》杂志社编

主编 李建华 范颖敏 李琦

家电消费篇

维护消费者权益金袋

家电消费篇

《中国消费者》杂志社编

主编 李建华 范颖敏 李琦

中国劳动社会保障出版社

版权所有

翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

家电消费篇 / 李建华, 范颖敏, 李琦主编. — 北京: 中国劳动社会保障出版社, 2003
维护消费者权益金袋鼠丛书
ISBN 7-5045-3917-1

I. 家… II. ①李… ②范… ③李…
III. ①消费者权益-民事纠纷-案例分析-中国
②日用电气器具-消费者权益-民事纠纷-案例分析-中国 IV. D923.85

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 009890 号

中国劳动社会保障出版社出版发行

(北京市惠新东街 1 号 邮政编码: 100029)

出 版 人: 张梦欣

*

北京外文印刷厂印刷 新华书店经销

787 毫米×960 毫米 32 开本 4.375 印张 73 千字

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

印数: 5000 册

定价: 8.00 元

读者服务部电话: 64929211

发行部电话: 64911190

出版社网址: <http://www.class.com.cn>



维护消费者权益是消费者 共同的责任

国家工商行政管理总局副局长
中国消费者协会名誉会长

杨树德

2003年，中国消费者协会确定的年主题为“营造放心消费环境”。这是各级消协组织全面贯彻“三个代表”重要思想，积极落实十六大战略部署的具体行动。开展“营造放心消费环境”年主题活动，全国消协系统将深入贯彻《消费者权益保护法》等消费者权益保护法规，以保障消费者权益的健康权、知情权、公平交易权和求偿权为核心，鼓励适度消费，倡导优化消费结构，积极动员广大消费者依法维权，同时把保护消费者权益与营造良好的消费环境、促进市场经济秩序进一步规范紧密结合起来，为国民经济持续、稳定、健康发展，为全面建设小康社会做出应有贡献。

为了配合年主题活动，中国消费者协会借鉴一些国家消费者权益保护工作的经验，结合我国消费者的消费观念、消费结构和消费水平，通过多种传



播方式向广大消费者提供更多的消费维权知识，以达到密切联系广大消费者的目的。近年来，中国消费者协会连续编辑出版了“明明白白消费丛书”“绿色消费丛书”“科学消费丛书”以及《中国消费者手册》《20世纪——中国3·15备忘录》等一系列出版物，加大了对消费者权益保护事业的宣传。这些书籍的出版在引导消费者科学合理消费，增强维权意识，提高自我保护能力方面起到了重要作用，深得广大读者认可与好评。今年，中国消费者协会又编辑了这套“维护消费者权益金袋鼠丛书”。这套丛书紧扣当前消费者关注的热点，内容丰富，知识性、趣味性、指导性和实用性都比较强，相信能够继续得到广大读者的喜爱。

应该指出的是，由于编者能力有限，这套书难免出现个别疏漏之处，希望广大读者予以谅解。也希望中国消费者协会不断总结经验，继续努力，为广大消费者提供更多更好的消费指导类精神产品。

这套丛书由《中国消费者》杂志社负责编辑工作，各省级消费者协会的秘书长参与了编委会的工作，在此也对他们付出的辛勤劳动表示感谢。



前 言

人类社会已跨入 21 世纪，我国进入了全面建设小康社会，加快推进社会主义现代化的新的发展阶段。随着人们生活水平的逐步提高，人们的消费能力日渐增强，消费内容日渐丰富，消费方式日渐多样，消费品位日渐提高，买车、购房、上保险、出门旅游、美容健身越来越成为普通百姓的日常话题。消费内容的丰富和品位的提高呼唤消费理性的提高和市场秩序的规范。因此，消费者掌握一定的消费知识和维护自身合法权益的技能就是一件十分必要的事情了。

近年来，通过“3·15”国际消费者权益日活动的开展，通过社会各界齐心协力的维权行动，消费者的权益得到了一定程度的维护。但是在市场经济条件下，维护消费者权益的话题将是一个长久的话题，不是一朝一夕就能解决的，需要有关部门的完善立法和严格执法，更需要全体消费者共同努力。



维护消费者权益关系着全社会每个人的利益，也是江泽民同志提出的“三个代表”思想的重要体现形式之一。中国消费者协会作为保护消费者权益的机构，更有责任指导广大消费者理性消费和正确地维护自己的合法权益。为此，我们编辑了“维护消费者权益金袋鼠丛书”。该丛书通过一个个现实中发生的事例，介绍了一些消费常识和一些经常发生的消费陷阱，目的是告诉消费者如何预防合法权益受到侵害，一旦受到侵害又如何自我维护自己的合法权益。这套丛书共包括《饮食消费篇》《家电消费篇》《汽车消费篇》《住房消费篇》《旅游消费篇》《美容消费篇》《邮政电信篇》《商业保险篇》等八个方面。

知识性、通俗性、权威性、可读性是这套丛书的最大特点，希望本丛书的出版能够为广大消费者在维护自身合法权益方面带来一定帮助，这也是我们编写本丛书的最大目的。

编 者

2003 年 2 月



目 录

家用电器的购买	1
1. 彩电不是万能的	1
2. 小心特价彩电	3
3. 老式背投彩电不要买	4
4. 回收的旧家用电器哪里去了	6
5. 怎么买二手彩电	7
6. 数字彩电的含义	9
7. 小心劣质洗衣机	10
8. 促销电器价廉物不美	13
9. 对低价空调需警惕	14
10. 买空调不用挑时间	17
11. 换空调换来麻烦	19
12. 便宜的空调问题多	20
13. 买空调不要盲目赶“时髦”	22
14. 颠倒黑白可不行	23
15. “纳米空调”不是神奇空调	24
16. 购物中奖得旧货	25
17. 冰箱杀菌属无稽之谈	26



18. 白条不能做发票	27
19. 冰柜“罢工”谁负责	28
20. 电脑质量良莠不齐	29
21. 买上网卡要小心	30
22. 低价位的电脑真的如此完美吗	32
23. 小心电脑玩调包	36
24. 别信终身保修	36
25. 买杂牌电脑要慎重	39
26. 带静电的笔记本电脑	41
27. 内存条内有“乾坤”	43
28. 免费上网不“免费”	45
29. 新电脑变成二手货	45
30. 包换、保修不能信	47
31. 巧识电脑促销花招	48
32. 电脑“退货”引发纠纷	50
33. 被换“心”的笔记本电脑	53
34. 没有全区 DVD	55
35. 选购 DVD 难吗	57
36. 数码相机圈套多	59
37. 购买 MD 不要冲动	60
38. 赠品伪劣也可索赔	63
39. 电热消毒≠电子消毒	64
40. 手机销售有陷阱	65
41. 怎么买手机能享受“三包”	68



42. 新壳装旧件, “收据”把人骗	74
43. 选购稳压器要睁大眼睛	76
44. 小心虚假承诺	77
45. 无货搞促销	78
46. 护眼灯不护眼	79
47. 什么是“绿色电器”	81
48. 热水器质量不好致人中毒	82
家用电器的使用	85
49. 凉了自家不能热了人家	85
50. 安装空调机电源一定要科学	87
51. 电脑租赁多官司	88
52. 修了六次最终还得换	92
53. 主流电脑真的需要超频吗	93
54. 安全使用燃气热水器	95
55. 残缺热水器致人死亡	96
56. 高频闪并不意味着无频闪	98
57. 使用手机小常识	99
58. 家用电器成为“凶手”	101
59. 哪些因素决定了家用电器的 “命运”	102
家用电器的维修	105
60. 没有保修卡能否享受“三包”	105
61. 维修家用电器需擦亮眼睛	106
62. 谨防擅自追加维修项目	108



63. 过了“三包”期仍得赔	109
64. 修家用电器别忘了填写记录	109
65. 空调也“怕”热	111
66. 两次被侵权	113
67. 如此“免费维修”	115
68. 笔记本电脑维修要天价	116
69. 这样的电脑找谁修	118
70. 笔记本电脑维修，一笔难算的账	118
71. “处理品”不保修	121
72. 小心商家耍赖拖过保修期	123
73. 维修家用电器千万要小心	124
74. 送修家用电器要留神	125
75. 维修家用电器小心中招	127



家用电器的购买

1. 彩电不是万能的

李小姐买了一台大屏幕的彩电，功能特别全。可是买回家很长时间了，这些功能一个也没用上，不是平时用不着，就是有些功能还要外接设备，挺贵的彩电当了摆设。面对这种情况，消费者该怎么办呢？

其实，现在的消费者在购买彩电时，都存在着误区，只要认清这些误区，想要买到适合自己的彩电就很容易了。

误区一：电视机越大越好。现在电视机的尺寸越来越大，87厘米的都嫌不够大。前不久，索尼又推出了98厘米的彩电，尽管价格高达2万多元，一上市还是出现了热销。有些消费者却忽略了一点：最好的不一定就是最适合自己的。据调查，现在家庭用的电视机偏大，观看距离普遍太近，容易



引起眼睛疲劳，视力下降。

电视机到底买多大合适呢？专家介绍，一般看电视的距离应该是电视机尺寸的5到7倍。也就是说，54厘米的电视机观看距离应该为3米，74厘米电视机的观看距离应该为4.3米。从我国目前住房情况来看，一般家庭买54厘米或74厘米的彩电就足够了。

误区二：高科技就等于高成本。长期以来，由于某些厂家科研开发成本过高，或出于赚取高额利润的目的，极力向消费者灌输一些错误观念：高科技就等于高成本。其实各厂家科研开发成本差别很大。同样的芯片，有的厂家研发能力差，技术力量弱，其研发成本自然就高，其开发的新产品虽然价格挺吓人，但科技含量未必就高。

误区三：好概念就等于好产品。目前彩电市场上出现不少新面孔，听起来挺玄，其实未必真管用，有些概念根本没有实在的东西，虚无缥缈。消费者一定要弄清所说的名词对应的功能，如果所谓“概念”只是一些彩电的基本功能，那就纯属炒作。

误区四：功能多就实用。有一些彩电称本身有300个频道，实际只能用50多个频道，这种夸大功能的说法完全在误导消费者；还有图文电视，由于目前我国图文节目内容少，及时性差，这项功能



可用性不强。

误区五：轻信厂家承诺。有些消费者在选购彩电时，就是为了厂家的售后服务能有保证，其实根据《消费者权益保护法》规定，家用电器产品整机保修1年，主要部件保修3年，有些厂家却称整机保修5年，可是真正出问题却故意推诿，所以在购买时一定要书面协议，以防后患。

2. 小心特价彩电

徐阿姨看到商场里出现了一批特价彩电，便经不住诱惑，一次买了3台。可买回去却发现这3台机器都存在不同的问题。于是，又是换，又是修，累得不轻。

随着各式各样的特价彩电纷纷登场，业内人士提醒消费者：购买特价机应拣“老”的挑。

特价机往往是厂商采取的一种促销手段，试图用一两款机型超低价入市而带动其他机型的销势。目前市场上的特价机主要有两种：一种是厂家宣称的“新品”特价机，另一种就是“陈货”特价机。

虽然厂商把新款特价机说成是“数字化”“高清晰”彩电，称别的品牌的“旧款旧型”特价机为“库存机”，但业内人士分析认为：从各方面考



虑，特价机还是“老”的好。“旧款旧型”特价机在其生产期时同样是新型新款的畅销机，其设计、制造、检验以及器件选择上都十分严格，产品质量有保证。而新近生产制造的特价机则完全不同，它是应市场竞争和促销需要而专门设计的一种廉价机型，质量反而难以保证。

价格只是消费者购买彩电参考的因素之一，消费者应综合考虑产品质量、售后服务、品牌知名度。买特价机时，首先应该看看生产日期，只要不是四五年前淘汰的产品，老特价机还是比较可靠的。

3. 老式背投彩电不要买

张先生年纪大了，眼睛不好使了，于是就想买一台大点儿的电视，听说现在的背投彩电不错，便搬了一台回家，可是看了一段时间后，却发现背投彩电的图像越来越不清楚，拿去修理也没有毛病，真让张先生着急。

其实，这是很多买了背投彩电的消费者都遇过的事情。针对最近越来越火爆的“背投彩电热”，业内专家指出，目前国内市场上销售的背投彩电中，有相当一部分属于不成熟的第一、第二代技术产品，在技术上还存在缺陷，消费者要小心，以免



误入低质背投彩电的陷阱。

首先，国内市场上正在销售的一部分所谓“背投彩电”，生产技术并不成熟，亮度低，图像模糊不清。现有显像管彩电亮度为 200 烛光，而这类背投彩电不到 140 烛光，特别是对比度很差。背投的图像闪烁也很厉害，即使是一些所谓逐行扫描、100 Hz 的背投，对青少年和老年人的视力伤害也比传统彩电严重。

其次，背投彩电寿命也比较短。显像管标准寿命为 2.5 万小时，而背投的投影管有效寿命低于 4 000 小时。在一些国家，当消费者购买背投彩电时，营业员会反复告诫顾客，大约每两年要更换一次投影管（约 300 美元），但我国厂商似乎大都回避这个问题。

第三，背投彩电虽外观豪华大气，但其可视角度却比较小。据专家介绍，显像管彩电可视角度接近 180 度，而背投彩电只有 90 度左右，所以当观看者偏离屏幕中心线 45 度时，就无法看清图像。这意味着一台 1 万多元的背投，在 5 米距离时，只允许 4 至 6 人并排观看；而一台 4 千元至 5 千元的 34 英寸显像管彩电，在同等距离可供 10 人并排观看。专家提醒说，由于背投彩电的视角和亮度原因，要达到理想观看效果要求至少距离 5 米，加上背投本身的厚度和座椅的空间，整个直线距离要求



至少7米，这就意味着您家客厅的面积要在40平方米以上。

我国目前正处于模拟电视向数字电视过渡阶段，现有的背投大多为模拟背投，一旦数字高清晰度电视节目播出，这些背投就只能望而兴叹。针对这些缺陷，一些科研机构和大企业正在全力以赴研发新一代的背投彩电。目前世界上已经出现亮度接近显像管、寿命超过1万小时、可视角度超过150度、图像不闪烁的高亮度数字背投彩电，但价格十分昂贵。相信未来几年内随着产量的增加，成本和售价会不断降低。面对这些老式的背投彩电，消费者要理性消费，不要贪图便宜。

4. 回收的旧家用电器哪里去了

韩先生在一个家用电器市场花几百元钱买了一台25英寸彩电，看了没几天，彩电就再也不显影了。等他找到销售商要求换台彩电时，却发现销售商已经没有了踪影，送去修理时，才发现这台彩电是用旧彩电翻新的。

据了解，全国经营旧家用电器的店铺数量众多，这些搞旧家用电器的商户如果单纯搞家用电器的销售，一是买卖少，二是利润不够丰厚，因此，不少商户都把家用电器翻新当成自己的副业，