



市场

骗局

防范

傅文章 傅映泉 编著



中国农业出版社

市场骗局防范

傅文章 傅映泉 编著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

市场骗局防范/傅文章编著. -北京: 中国农业出版社, 1999.12

ISBN 7-109-05925-1

I. 市… II. 傅… III. 经济工作-诈骗-防范 IV.F-49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 16497 号

中国农业出版社出版

(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)

(邮政编码 100026)

出版人: 沈镇昭

责任编辑 姚 红 张国庆

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

1999 年 7 月第 1 版 1999 年 7 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 7.25

字数: 182 千字 印数: 1~7 000 册

定价: 11.60 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

前 言

市场经济与市场骗局从某种意义上讲是孪生兄弟，市场经济诞生后随之出现了市场骗局。当今世界凡实行市场经济体制的国家，大都存在市场骗局。其中，有的还愈演愈烈，并蔓延国际，趋向“高智能”、“高科技”作案。我国实行了较长时间的计划经济体制，改革开放后，开始向市场经济体制转轨，现处于过渡阶段。市场经济是法制经济，没有法制的市场经济是无序的。正由于我国法律法规尚没有健全完善，因此市场上的骗局也就难以避免。

茫茫市场，五色缤纷，泥沙俱下，鱼龙混杂。在市场经济活动中，什么人都有，什么事都有。人们应该有一条准则：害人之心不可有，防人之心不可无。一些不法分子在市场骗局中设置的圈套、陷阱，手法具有欺诈性、欺骗性、隐匿性、愚弄性、卑劣性，其骗局活动范围之广，危害之大，人们必须引起高度注视，切莫上当受骗。随着市场经济的发展，法律法规的完善，人们意识的增强，企业机制的健全，科技水平的提高，人们深恶痛绝的市场骗局，必将得到有效防范，正义一定会战胜邪恶，市场经济一定会纳入法制的轨道，走上健康之路。

全书共七章 65 篇，从销售、合同、集资、金

融、招聘、信息、国际贸易等方面，对不法分子设置的骗局、圈套进行揭露、评析、防范。书中内容贴近当今市场活动，骗局选例典型，揭露比较深刻，评析具体翔实，防范易于操作，可读性比较强，适应多方位、多层次的读者。经济工作者可作为决策参考，消费者可增强防范意识，司法者可拓宽侦察思路；对经营者不仅可以扩大商海眼界、预防上当受骗，而且可以加强职业道德修养，规范市场经营行为；即使对违法行骗者也起到“悬崖勒马、回头是岸”的教育作用。

书中涉及经济领域之广，法律法规之多，可能有不妥之处，欢迎读者指正。书中选用了有关报刊杂志的一些资料，在此表示衷心感谢！

编 者

1999年2月

目 录

第一章 销 售	1
一、骗销活动诱惑人	1
二、传销活动陷阱深	4
三、还本销售也有骗	8
四、服装市场看洋货	10
五、买商品房须提防	13
六、装呆骗人卖假金	16
七、字画拍卖有赝品	18
八、当心市场假宝玉	21
九、国际公害有造假	24
十、街头巷尾行骗多	29
第二章 合 同	35
一、警惕合同有圈套	35
二、合同执行设陷阱	38
三、金蝉脱壳的合同	41
四、购房合同防欺诈	43
五、合约建楼起骗心	46
六、中介合同有虚假	48
七、协议几乎毁了厂	51
八、嫁祸于人的合同	54
九、合同幌子坑农民	58

十、担保合同付血本	60
第三章 集 资	64
一、集资者逃之夭夭	64
二、施尽诡计骗集资	67
三、钢材低价诱资金	70
四、合资是假集资真	73
五、集资腐蚀当权者	76
六、疯狂集资农家女	79
七、非法集资新诱惑	82
第四章 金 融	86
一、真假难辨的银行	86
二、空对空的连环骗	88
三、假存单里的诈骗	91
四、谨防信用卡诈骗	94
五、巨款无踪谁在骗	97
六、假币诈骗坑害人	100
七、形形色色骗保险	105
八、保险也要防行骗	107
九、骗汇来自假报单	110
十、造假的骗汇公司	113
十一、崩盘股票转让难	117
十二、非法期货莫上当	120
第五章 招 聘	124
一、招聘陷阱须提防	124
二、非法的劳务市场	129
三、中介行业假红娘	132

四、就业难的下岗工	134
五、招工背后是拐卖	138
六、老乡原来是恶魔	141
七、招聘人中有缺德	143
八、骗人招工于地洞	146
九、劳务输出也有骗	149
第六章 信 息	153
一、违法广告何时休	153
二、网上信息防虚假	156
三、房地产中假广告	159
四、损农原是假信息	162
五、虚假邮购莫上当	165
六、医疗广告虚假多	168
七、虚假的上市信息	173
八、游击广告起诉讼	177
九、网络陷阱要当心	181
第七章 国际贸易	187
一、包销诱饵教训深	187
二、商业瞒骗在猖獗	193
三、拼装设备要高价	198
四、引进设备的教训	202
五、老外当中有赖账	208
六、商业间谍须谨防	211
七、期货市场的黑幕	214
八、关口走私骗局多	219

销 售

一、骗销活动诱惑人

市场经济的诞生，商品市场显得十分活跃，随之就有了骗销活动。我国正处在社会主义市场经济体制逐步完善阶段，法律法规尚未健全，因此，市场上的骗销活动也就难以避免。

[骗局]

骗销是社会上五花八门的经济犯罪家族中的新成员，是一种危害极大、尚不被社会普遍认识的智能型的犯罪行为。

骗术之一，选择目标，放饵下钩。一些不法分子从全国企业汇编、行业年鉴和报刊杂志等资料中，选择北方和边远地区的城镇物色诈骗对象，多以中小型企业为放饵下钩的主要目标，其中乡镇企业为数较多。

骗术之二，精心策划，制作证件。骗销者出示的证件，上面印有国际知名度很高的某某实业公司、某某跨国集团、某某财团和联系地址、姓名、电话、传真、BP机和手机号码，让人感到真实可信。信函内容多为“我公司决定采取明智之举投资内地建设，产品由我们外方百分之百的回收包销”等等，并加盖印章，诱惑力极强。类似这种证件、信函内容和书写方式，大同小异、如出一辙。北方某厂一年中收到类似的信函60余封，并经常有

人登门联系。

骗术之三，热情主动，小恩小惠。骗销多为团伙，团伙中无论任何一个成员发现有人来电（函）咨询，都会“主动热情、有问必答”，或施以小恩小惠，或暗示高额回扣。千方百计将其缠住，然后迅速通知其他团伙。一时之间，那些分散的同伙马上暗中租宾馆，制作各类假证件、文件和印鉴，以某某国际投资公司驻国内代表处的招牌，各司其职，按自己的分工进入“角色”和“轨道”，他们从开始接触洽谈到最后签订合同，说的全是“行话”，每道程序都很“规范”。

骗术之四，迅速挂户，加快实施。骗销者一旦与上当者达成某种合资意向，便迅速“挂户”寻找另一团伙合作，使另一团伙以供货方的名义在异地出现，或由本团伙中的成员窜到外地冒充供货方。这些供货方提供的产品一般都是机械设备。比如，从某厂购一台电机，再从某市场买些部件，然后雇请有关技术人员，日夜加工组装，并特别注重设备的外观。产品价格高出其实际价格好几倍。

骗术之五，超前安排，不留破绽。骗销者从一开始就掌握着骗销活动的主动权，牵着受骗方的鼻子，按他们的预谋走向陷阱。今天去参观，明天去考察，只要“挂户”那边有信息，他们中假扮的国外“老板”或国内“代理人”便亲自出面考察设备，当着受骗方的面以外商口气与“供货方”合情理地“讨价还价”。然后与受骗方一起以合资伙伴的身份与“供货方”达成供需协议或签订合同，把他们的投资资金或定金汇入“供货方”指定的账户上，使受骗方对合作的成功确信无疑。结果受骗方损失惨重。

[防范]

从市场行情看，骗销活动有愈演愈烈之势。如何防范，除了经营者外，还必须引起社会各有关方面的关注。

经营者本身防范是关键。

一要综合分析。经营者对于对方的信函、言谈以及提出的协议、合同等条款，要周密、详细地进行综合分析：一切经营活动是否建立在法律法规的基础上；对方提出的要求是否平等互利；对方言谈和文字条款是否可以找出破绽；执行协议、合同是否有扯皮的地方；对本企业的利害关系等等。分析好大有益。

二要认真调查。如对对方身份不明或者其他有怀疑之处，可电函向对方所在地的工商部门、金融部门以及公检法部门进行调查。如果涉及到国外，也可通过有关网络、机构进行国际咨询。要得情况明，调查必先行。

三要掌握主动。从得到第一件证件、函件和双方进行第一次洽谈起，就要掌握主动权，防止被对方牵着鼻子走。从洽谈地点、内容、方法以及合同签订场所都要事前准备好。害人之心不可有，防人之心不可无。

四要注意观察。只要对方带有骗销行为，在整个活动中不可不露“马脚”。不过你要察颜观色，不受花言巧语所骗。骗销者常在河边走，哪有不湿脚？一旦对方骗销行迹暴露，要采取措施，先发制人，尽量使企业少受损失或不受损失。

五要及时退却。当发现自己上当受骗后，一般不必再反骗对方以挽回损失。凡有预谋的骗销活动，受骗者的损失或多或少往往难以挽回，如想将计就计，伺机挽回损失，搞不好会越陷越深。最好的办法是向工商、公安部门报告，以求得执法部门的帮助支持。

六要不图便宜。骗销者常常以小恩小惠、高额回扣为诱饵，引人上钩。对于这类便宜要敬而远之，拿了必烫手。这些事例举不胜举。有的认为，订好这笔业务，企业可占大便宜。其实市场经济是公平的，特占便宜的事情常常是没有的，看来是一时沾了便宜，其实是走进圈套、陷阱，企业必将蒙受重大损失。

七要详细记载。经营者对于经济活动中的一些重要活动，要认真做好记载，对时间、地点和在场人物以及经营活动发生的全

过程记载得越详细越好。这对于纠纷的处理、诉讼都大有好处。

此外，政府部门、新闻媒介要加大宣传力度，大张旗鼓地宣传相关法律法规，使经营者警觉，骗销者“勒马”。工商、公安部门一旦发现骗销行为要及时追踪侦查，依法惩处。

总之，对于市场上的骗销行为，预防是上策，追踪惩处已经晚矣。

二、传销活动陷阱深

传销是 50 年代开始在国际上流行的销售方式。80 年代末 90 年代初进入我国。当时一些不法商人或企业利用一些人急于发财致富的心理，未经审核批准即擅自开展经营活动。在很短的时间内，传销活动便从广州扩展到上海、北京、南京、沈阳、哈尔滨、郑州、武汉等 30 多个城市。企业 100 多家，产品 100 多个，涉及人员 100 多万。少数“成功者”竭力鼓吹，但大多“倒霉者”则形容其为“吞钱机器”，是“一把杀人不见血的刀”。到 1998 年 3 月，全国工商机关已累计查处非法传销案件 2528 件。4 月，国务院发出关于禁止传销经营活动的通知。然而仍有个别带传销性质的组织以各种名目拉人入伙，从事变相传销，还有一些或因不明真相，或因沉醉于一夜暴富的美梦者还在继续扮演着“牺牲品”的角色，令人感叹。

[骗局]

由于国家禁止传销活动，因此传销活动也改头换面，由公开转为隐蔽，由直接转为间接。一旦时机成熟，传销“老板”便软硬兼施逼人入会。其过程：

一是秘密联系。卢某是一位下岗工人，心想谋职赚钱，经一位同事介绍，与金某在电话中联系多次，金某终于同意见面。卢

某骑车来到东山路 71 号，屋里挤满了人。一会儿金某开始“上课”，用了约 1/4 的时间介绍产品，1/4 的时间鼓动大家加入，逐渐露出传销的蛛丝马迹。金某拿了纸和笔，一边图示一边叙述：“搞这种生意，人人是老板，没有上下级，只有上下线，上线对自己的下线来说是老板，下线对自己的下线来说又是老板，下线取得业绩就是对上线的支持，上线时刻都在关心帮助下线，因为大家利益相关。”

其二，迷惑上钩。金某接着介绍，凡入会者必须先买一件东西，办业务员卡，然后凡推销满两份商品可获 600 元奖金，满 6 份再加 800 元，累计得 1400 元，满 18 份可得 3000 元，以此类推，满 48 份可得 1 万元，出局；第二轮重新开始。当介绍的人数到 200 人时成为店长；以后每份可得 40 元职务补贴。以后发展人数多了还可逐步提升。金某貌视有点儿文化。在做产品介绍时，他引用名人题词，家中上课的地方还挂了几张似乎与产品有关的名人照片。其次，他介绍的三种产品都是老百姓不常见、不了解的。折叠式自行车是美国的，手机是法国的，益寿回春汤虽是国产但在市面上还闻所未闻，使人对其真伪和起初价格摸不着底。金某还将一本营业执照和复印件“随意”放在沙发上，以示正规，其实没有年检执照已作废。随手可及的地方还“散落”着已出局人的奖金发放单，数额很“动人”。经过几次接触后，金某认为卢某可信，因此便软硬兼施逼卢某上钩。

三是初露真相。卢某又被金某介绍到某市飞天路 734 号。门口有门卫检查会徽，门内人来人往，有哭有笑，悲剧、喜剧都有。卢某先交钱办了入会手续，经人引荐，见到了分公司经理华某，华某和金某的谈话如出一辙，都具有很强的迷惑性。第一，他们自称是连锁经营，为国家认可的，像华联一样有配送中心；第二，自称产品多样、实用，与产品单一的传销大不同；第三，号称已开 10 家店铺，进一步强调与传销不同。华某还出示证明称自己是交税的。这几点辩称似乎给他们披上了合法的外衣。并

要求卢某严格遵循所谓“尊重上线，关心下线，又通旁线”的原则。

四是受骗上当。卢某买了一辆折叠车，当了解真相后悔时，金某向卢某传授“秘诀”之余赤裸裸地说：“买东西只不过是敲个门砖”，并不断地画传销网络“葡萄串”图边说：“你看这哪里是图，这是即将到手的钱。”金还透露1980元的折叠式自行车出厂价只有500元左右，1680元的益寿回春汤也只不过几十元。一旦卖出不准退货。金某告诉卢某，你只要不断发展下线，你就赚了，发展越多赚得越多。卢某还未发展下线时，好景不长的该公司被工商、公安部门捣毁了。成立不到3个月的公司竟发展到近3000人，仓库里查出折叠式自行车12箱，益寿回春汤35箱，账本上寄往南方总部的3个月的销售款达250多万元。卢某哭笑不得，悔恨上当。

传销带来的后果十分严重。一是传销者受骗。某公司暗称只要选购一套1000元产品，即可获得传销资格；发展到一定数量的传销员后，可获奖金1.3万元。由此，诱骗4000人参与传销，而该公司人员携带400万元潜逃。受骗者叫苦不迭。二是消费者受害。某公司视国法不顾，采用境内境外相互勾结，走私贩私的手法，推销假冒伪劣产品及国家限制流动的产品。从外地购入不合格的手表5000多块，每块价值380元，用于传销后，每块高达4380元至5900元。严重坑害了消费者。三是国家受损。传销的目的之一，是为了逃避国家的税收，骗取不正当的利润。某公司采取计算机系统加密做黑账的办法，偷税漏税400多万元。哪里有传销活动，哪里就有偷税漏税。

〔防范〕

传销，虽然国家明令禁止，受害者深恶痛绝，犹如“过街老鼠，人人喊打”，但其阴魂不散，不时地改头换面，时隐时现，断断续续，在一方小天地、小角落里仍在活动。对此，应引起全

社会的警觉。

(一) 切莫参与上当。从过去情况看，传销在党政机关干部、现役军人、大专院校学生、在职职工中蔓延较快，在下岗职工、无业人员中也为数不少。自国家明令禁止以后，一些人经不起迷惑，容易受骗上当。还有的抱着侥幸心理，明知上当偏要拼，结果不但没有赚到钱，反而蚀了本，叫苦连天。少数的还被宗教和迷信、帮会、邪教所利用，走上了歪门邪道。某分公司进行传销员培训时，要求入会者念如下誓言：“为了事业的成功，要撕破脸皮，要不择手段，违法犯罪在所不惜。”不少传销者悔不该当初。对于传销活动，过去参加也好，不参加也好；受骗也好，不受骗也好，今后切莫被诱上钩。

(二) 拒买传销商品。传销在我国业已取缔，毫无疑问，消费者对传销的产品应依法拒买。对于一些若暗若明的传销产品，应拒之门外。暴利总是与价格欺诈联系在一起的。从各地工商部门查处的情况看，传销企业的产品价格普遍过高，其产品的价格与价值严重背离。大多数传销产品价格要高出市场同类产品价格数倍以上。一个消费者说：“这保健品实际价值只值几十块钱，却卖给我们 1280 元，这不是在骗人吗？找当事人要求退款。可始终找不到人影，打他的寻呼机，也始终不见回机。我的 1280 元便打了水漂。”消费者购买商品，应到商店购买，做到货比三家，只有货比三家才能不吃亏。特别是商品的价格与质量，不怕不识货，就怕货比货。有比较才有鉴别，也才能买到货真价实的商品。

(三) 严格依法禁止。1998 年国务院发出的禁止传销经营活动的通知中指出，有下列行为之一的，坚决取缔，严肃处理：① 将传销由公开转向地下的；② 以双赢制、电脑排网、框架营销等形式进行传销的；③ 假借专卖、代理、特许加盟经营、直销、连锁、网络销售等名义进行变相传销的；④ 采取会员卡、储蓄卡、彩票、职业培训等手段进行传销和变相传销，骗取入会费、加盟

费、许可费、培训费的；⑤其他传销和变相传销的行为。国家明令禁止的传销，确实弊端多，陷阱深，全社会应坚决反对和抵制，同时要奉劝那些还在暗地里热衷于搞传销活动的人员及早悬崖勒马。如果全社会做到“不参与、不买货、不放过”，传销活动一定会自生自灭，一定会在市场上销声匿迹。由于传销其本身存在诸多严重问题，世界各国政府无一例外地实施严格的监督管理直至禁止的政策，美国、加拿大、日本等发达国家的政府，均对传销严厉监管，并对传销违法行为严厉打击。

三、还本销售也有骗

还本销售是个新名堂，不少商家仿而效之，不仅骗了消费者，就连商家本身也出现了不可收拾的局面。

[骗局]

1994年3月，西北某市一家实业公司对消费者宣布，凡在该公司批发商品者，只要价款在10元以上，一律在一年以后归还货款的50%，四年期满后还清其余50%货款。这个新名堂叫做还本销售。一时间，其他商家也纷纷仿效。

1996年，有一商家推销一种价格高500多元的小学生书包，承诺如果使用该书包的学生平均成绩在90分以上一年后退款，结果一年后企业毁约，经多方调解每个书包赔偿100元了事。如此高价书包，仅赔了100元。

搞还本销售的企业大体可分两类：一是根本没有打算还本的。一些心怀不轨之念的商家，出售的商品质量不大可靠，收了巨额货款后，不用说见和尚，甚至连庙也不见了。消费者不但得不到还本款，商品的维修也无保障。二是根本没有能力还本。这是产品质量有保证但销不出去或销路不好的国有企业。这些企业

本来效益就很差或亏损严重，发工资都困难。其效益根本不可能使其在约定的年限内具有还本的能力。所需还本款动辄数百万元、数千万元，企业本身拿不出这笔巨款，银行也不敢给其提供这笔资金，因为，还了消费者后就还不起银行，等于向银行转嫁债务。对有的企业来说，这笔巨额债务足以使其破产。

不少地方的消费者及消费者协会认为还本销售是一种欺诈行为，这样说不是没有道理的。但无论如何，不容置疑的是，还本销售消极作用是十分明显的，有关部门曾明令禁止还本销售，刹住了还本销售之风，但有些还本销售的“历史遗留问题”尚未解决，影响了社会一方的安定。目前还很难说还本销售今后不再发生。

[防范]

还本销售，事关一些企业的盈亏存亡，事关消费者的利益，应当值得高度重视。如何防范，不仅在于经营者，根本还在于消费者。

(一) 先问一下为什么。消费者听到还本销售的信息后，应先问一下商家为什么这样干？卖一件商品，在约定的年限内还本。表面看来，消费者好像很合算。其实商家并不傻，其目的是为了推销商品、筹集资金，以解窘境；或者提高商品价格，利润已在其中。这说明商家不是为了消费者的利益，而是为了自身利益，通过还本销售的手段，向消费者转借负担，众人头上捞一把。一旦钱落入商家手，拖的、赖的、逃的、打折的、破产的都有。当然也不排斥有还本销售的商家。消费者还应问一下自己，为什么要选择这样的购物方式？为什么不在已经形成的买方市场现钱购货？为什么不想一下后来有没有风险？

(二) 再替商家算个账。还本销售对于商家来说，一般不可能占到什么便宜，商家向消费者提出的要求过高，消费者不接受，提出的要求过低，商家本身不合算。这种还本销售常常是