

認清宣傳話術小心受騙

極端價格不算市場行情價，但存心欺騙也不算宣傳話術

高雄區農業改良場 鄭文吉

※本文已於2016年12月發表於農業世界雜誌400期99-108頁※

前言

過去這個系列為大家介紹許多不同類型的雲端服務，希望能讓大家多了解並利用這些免費又好用的資訊系統。不過，由於最近網路謠言大量流傳，除了會混淆視聽，造成社會不安，也造成當事人的困擾甚至損失。因此上一期為大家介紹網路謠言的成因和破解方法，希望能讓大家在網路或新聞媒體上看到奇怪的訊息時，知道該怎麼判斷它的真假；而如果確定這是不實報導或謠言，又該怎麼處理才好。

雖然謠言很可惡，但傳播謠言的人本身往往並沒有惡意，只是受到聳動標題的迷惑才幫忙轉寄而已。然而還有一種更可惡的人，他會精心設計一套說詞，告訴你現在有甚麼新科技或新產品，希望大家來投資生產，這樣以後就可以賺大錢。等到民眾花大錢買了設備資材進行生產後，卻發現根本賣不出去，而當初那個人卻早已消失無蹤，讓人血本無歸。這類的事件層出不窮，在新聞上也常常可以看到。

詐騙者之所以能夠一再得手，固然是因為民眾缺乏警覺性，聽到有錢可賺就傻傻地栽進陷阱；但另一方面，也是因為他們的說詞往往引經據典，讓人真假難辨；就算有人質疑說法太誇張，他們也會以這是行銷宣傳話術來帶過。因此，本期就來介紹一些常見的手法和說詞，供大家參考。

【事先聲明】

1. 本文只是想介紹一些關於行銷話術的基本觀念和常見的陷阱，提供讀者自行判斷，並非特指哪個訊息是謠言或者哪個產品是騙人的，請別自己對號入座。
2. 文章裡面提到的「貴妃荔枝」是舉例用的虛擬產品，意思是指有人自稱他賣的是來自楊貴妃吃過的荔枝樹果實或者種苗，實際上並沒有這樣的東西。如果市面上剛好有荔枝品牌也叫「貴妃荔枝」，那只能說抱歉，這邊寫的絕對不是在講它，請不要誤會。

農產品價格是怎麼決定的？

詐騙者最常用的手法，就是說他有某種新技術或新品種新作物，現在價格非常好，歡迎大家投資，到時就可以賺大錢。但等你投資大量生產後，卻發現根本沒有那種行情，結果血本無歸。然而當初人家說的價格真的很好啊，怎麼

會差這麼多？

1. 農產品價格本來就是會變的

俗語說：「菜土菜金」，意思是說農產品價格變化很大，有時貴得離譜，讓人買不下手；有時又便宜得好像沒人要，只能扔在田裡當肥料。造成這種現象的原因很多，最常見的是產期因素，盛產時量多價格當然就便宜，甚至因為產量過剩而降價求售；等產期過了，價格就開始上漲，甚至根本有錢也買不到，只能等明年再說。

此外，如果遇到產地天災人禍導致收成量大減，這時物以稀為貴，售價當然也就水漲船高(暫且不提人為故意哄抬價格好了)；反之，若因為產銷失衡，產量遠超過市場需求，這時售價就會被壓低，甚至低到不敷成本~反正你不賣我就跟別人買，要不要隨你。

因此，我們只要注意一下就會發現，農產品的市價其實隨時都在變化，跟工商科技產品可以長期保持一定的價格是不一樣的。

除了產期和天災造成的價格波動外，就算是在同一個時期，農產品也會因為本身的等級差異而有不同售價，例如外觀、大小、甜度，或者有沒有品牌、認證標章，都會讓售價大為不同。因此農政單位和試驗場所多年來才會努力輔導農友加入產銷班、進行分級包裝、建立自有品牌，並且改善耕作方式以取得吉園圃、產銷履歷或者有機標章等等認證，無非是希望藉由這些措施來提高農產品價格，增加農友收益(如圖 1)。

農業價值鏈的微笑曲線

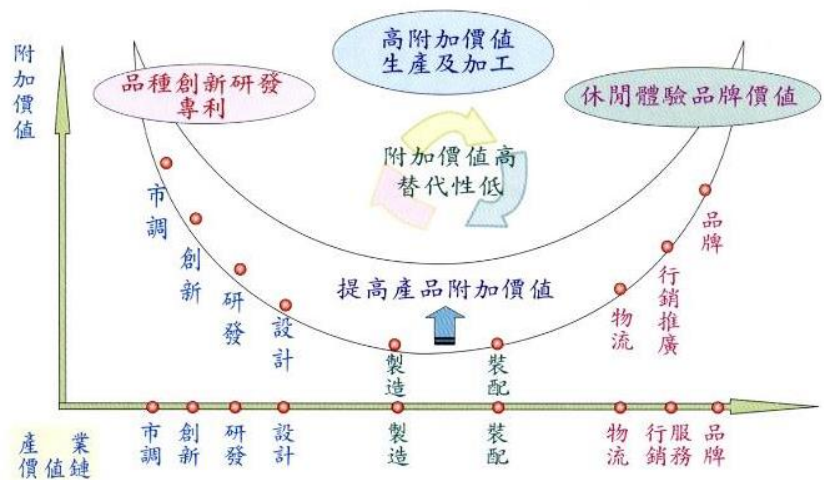


圖 1. 影響產品價值的各種因素

再講一次，農產品價格本來就是會變的。即使是同樣的蔬菜水果，不同時間、不同人賣的東西，價格本來就是會有所不同，這是正常的現象。所以，不能隨便拿不同時間或不同人賣的價格來比較，說人家才賣那樣，你怎麼賣那麼貴?或者人家可以賣那麼好的價錢，為何我的卻打對折也沒人要買?

2. 有沒有宣傳價格會差很多

除了因為外在環境因素或自身品牌、標章等附加價值所造成的售價差異外，有沒有行銷宣傳也是重要的影響因素。也就是說，現代農民不只要會種，

還要會賣才有用；不然豐收不但沒有好年冬，反而是崩盤的前兆。因此，除了精進自身栽培技術外，如何進行宣傳行銷，其實也是一項重要課題。

有個賣房子的廣告說：「沒有賣不掉的房子，除非你找了不會賣的人」。透過行銷宣傳，有時甚至可以讓農產品售價翻好幾倍，或者讓原本滯銷的農產品突然被搶購一空，這類案例我們在新聞上常常可以看到，這邊就不再多說。

然而，所謂老王賣瓜自賣自誇，宣傳廣告時當然都只挑優點來講。但若誇得太超過，還是會被當作你是在胡說八道，這是一定要避免的。

(1) 行銷宣傳的前提是不能騙人

有些人似乎把行銷宣傳當作主要手段，先來上一段感人肺腑的文章闡述他們的理念，再說明他們所用的特殊農法是如何法天順自然，經過多少辛苦勞動才有這些收穫。至於有沒有安全檢驗、標章認證？唉，我們都是小本經營，實在沒有那麼多錢再去做那些檢驗，寧可把那些成本回饋給消費者...

老實說，這樣的作法也不能說有甚麼錯。反正只要有人願意接受這樣的說法，願意掏錢出來買，一個願打一個願挨，誰也管不著。

然而，這樣的行銷手法基本上就是拿消費者的感動來當賣點，如果被發現那些話其實是假的，後果也會很嚴重。因為消費者是被那些感人文章所感動，因為看到你花了那麼多苦心去經營，所以才願意花更多錢來買你的產品。萬一事後發現，你的產品根本是不是這樣生產的，例如廣告特別強調有機無毒，結果實際上農藥亂噴一通，甚至根本是跟別人批來轉賣的，連人家怎麼種出來的都不知道。那別說信譽商譽受損，甚至可能會吃上詐騙的官司～例如之前的胖達人麵包事件就是這樣。

(2) 極端的天價不能算市價

除了前面提到的環境、技術和行銷手法等因素外，在某些特殊狀況下，農產品會以競標拍賣的方式出售，這時往往會飆出驚人的天價。因此我們可以看到，原本就不便宜的黑鮪魚，如果是當年度的「第一鮪」，價格還可以飆升很多倍；每年各地舉辦的農產品評比競賽，冠軍得主的产品售價在「冠軍」頭銜加持下，價格當然可以賣比較高，但若主辦單位再弄個競標拍賣會，找來有錢人幫忙哄抬一下，就算飆出一斤破百萬的冠軍茶也不用太意外(如圖 2)。



圖 2. 透過競標拍賣，有時會出現驚人的售價，但這並不是市價。(摘自大紀元新聞畫面)

另外，有些特殊稀有商品，也常常會出現驚人的售價。例如前所未見、全世界僅此一株的異種變異蘭花，或者據說是當年楊貴妃吃過的那株荔枝樹所結的荔枝，由於數量稀少，也會有人願意出驚人高價收購。

然而，這樣的價格畢竟只是在特殊場合才會出現，所以當然不能把它稱作「市價」。試想，如果有新聞媒體聽到這樣的價格，然後寫出「坑人！梨山茶一斤喊價破百萬！」或者「果農外銷中國正是時候！中國荔枝現在 1 顆賣 5 千」之類的新聞，那只會讓人笑而已。因為誰都知道，所謂「市價」應該是指現在跑去市場隨便就問得到的價格，如果有人拿這種競標拍賣的天價當成市價來做宣傳，這人若不是無知，就是故意想要騙人。

當然，前面提過，這種事情本來就是一個願打一個願挨，今天有人願意花上百萬來買一斤茶葉，其實誰也管不著。然而，如果有人把行銷宣傳話術轉個彎，說你只要跟我買這個那個，之後就可以賣那麼高的價錢大賺一筆，那恐怕就是詐騙了，不是嗎？

模擬案例～貴妃荔枝

舉例來說，2014 年中國曾拍賣過一批號稱是「楊貴妃吃過」的千年荔枝樹所結的 36 顆果實，竟然賣了 4 萬多人民幣，換算台幣將近 20 萬，平均一顆荔枝就超過 5 千多元(如圖 3)。先不管這棵荔枝樹是不是就是當年進貢給楊貴妃的那棵，更別提那 36 顆荔枝如果真的像新聞說的是「楊貴妃吃過的」，那其實是多恐怖的事情(放了千年的荔枝耶!?)…總之，就是有人願意花這麼多錢來買荔枝就對了。聽到這樣的消息，應該會讓所有種荔枝的農友羨慕忌妒恨吧？



圖 3. 極罕見的商品往往可以賣出驚人的天價，但這也不是市價。(摘自華視新聞畫面)

好了，假設現在突然冒出來一個人，說他透過特殊管道，把那棵楊貴妃吃過的千年荔枝樹上的果實通通偷摘光了，所以今年他們才沒得賣。來來來，現在那些貴妃荔枝通通在這裡，總共 50 幾顆，賣你 10 萬就好。楊貴妃吃過的喲，機會難得耶～這樣你要嗎？

這時你考慮的問題當然很多，他講的是真的嗎？假的當然不要理他，但若是真的，我是不是可以再拿去轉賣，搞不好可以賣個 2、30 萬...

不管你最後決定怎麼做，決定權都在你自己。如果你覺得是假的不理他，結果之後聽到別人買去大賺一筆，當然會很嘔；但如果你決定買了，而且真的

找到有錢的財主賣了幾十萬，那就賺到了；反之，如果賣不出去，甚至被發現根本是假的，那就賠慘了。不管哪種結果都怪不得人，因為這是你自己選擇的。

但若換一個說法，假設現在突然冒出來一個人，說他透過特殊管道，把那棵楊貴妃吃過的千年荔枝樹上的枝條剪下來扦插成苗，1 棵苗算你 1 萬元就好。如果你買回去種，之後就可以自己生產 1 顆 5000 元的貴妃荔枝，到時你就賺翻了。楊貴妃吃過的唷，機會難得耶～這樣你要嗎？

這樣的說法是不是似曾相識？老一輩的朋友應該還有印象，當年的福壽螺就是這樣行銷的啊。業者先宣傳說這個很好養，跟他買回去大量繁殖後，就可以高價賣給餐廳。結果大家也都知道，一堆人買了螺回去大量繁殖，之後卻根本沒人買，最後只好扔出去丟掉，結果造成全台灣水田河道到處都是，到現在還清不完。

貴妃荔枝苗的問題其實是很明顯的。首先，那個 1 顆 5 千的價錢是稀有狀態下的競標價，不是所謂的「市價」。正因為世上只有那幾顆，才有人願意出那種價錢買；如果滿街都是貴妃荔枝，那怎麼可能還有那種價錢？

其次，這個「買回去種就能賺大錢」只是那個種苗業者畫出來的大餅。今天如果他是跟農友訂契約，保證跟他買貴妃荔枝苗的農友，之後他都會用 1 顆 5 千元的價格保價收購，那當然就沒話講（其實還得考慮他會不會烙跑不認帳喔）。然而，若只是畫個大餅在那邊，說你跟他買苗回去種，以後就可以用高價賣給別人大賺特賺，等你到時候發現賣不出去，是要找誰賠？人家賣的是種苗，賺到錢當然就跑了啊，不然還等著你去找他算帳嗎？

當然，還有個最關鍵最明顯的問題是：那個荔枝苗真的是從千年荔枝樹上擷取下來繁殖的嗎？如果不是，那甚麼都別說了，根本從一開始就一切都是假的，對吧？

為何我賣不到那麼好的價錢？

為了吸引人們，廠商業者宣傳時通常會描繪美好的願景，例如找來旗下的超級營業員上台，說只要加入它們的傳銷體系就可以像這樣月入數十萬；或者展示報章媒體的報導，說這個東西有多珍貴，趁現在趕快買他們的種苗或設備回去大量生產，就可以大賺一筆等等。

如果有人吐槽，說某人也有加入怎麼說沒有那麼好賺？他們就會說，這一定是他努力不夠，既然有人能達到那樣的績效，表示這絕對不是做不到的事情，只要再努力下去持之以恆，一定可以達到目標...

這樣講雖然聽來很有道理，不努力當然很難成功；但世上很多事情真的不是單靠努力就能成功的，千萬不要不信邪。

怎麼會這樣？

首先，那種超級高價位其實是很罕見的。前面提過，那種拍賣出來的天價不能叫市場行情價，因為除了你的產品本身要達到唯一的頂級水準(如冠軍茶)之外，還必須在特殊場合遇到出手大方的特殊客戶，才會出現這種嚇死人的行情。因此，並不是每個人都有福氣賺得到的喔。

就算不提那種拍賣出來的驚人天價好了，前面提過，一般所謂的市價也會隨時間而變化，遇到天災人禍還會漲得更誇張。所以常常出現某農作物遭受病蟲害或天災導致歉收因此價錢飆漲，農民看到價格好就一窩蜂搶種，結果造成之後的價格大崩盤，導致隨後搶種的農民通通血本無歸。

或許有人要問，同樣的東西為何價錢差這麼多？原因很簡單～物以稀為貴，當產量大增時，當然就不會有當初缺貨時的那種售價了。所以，就算現在的價錢真的很好，也不要以為等你量產後還有這種價位可賣。因此不能只聽人家說現在的價錢很好，最好順便問問豐收時的價位是多少，這樣才不會因為高估收益導致無法回收而賠本。

至於那種因為哄抬、競標甚至根本是唬爛出來的價位，就更別提了，對吧？

投資有賺有賠，要睜大眼睛免得血本無歸

或許有人會說，做生意當然要用各種宣傳話術來包裝美化，不然怎麼吸引顧客？買賣本來就是兩廂情願，是你自己不弄清楚，能怪誰嗎？

這種話聽來雖然會令受害者火大，但老實說也不能說不對。畢竟這年頭生活不容易，大家都想賺錢，難免就會有人想出各種怪點子來引誘別人掏錢出來投資。反正他的部分已經賺到手了，至於你投資後能不能大賺，那就是你家的事了。

其實，絕大部分的商人都是正派經營的，寫這篇的用意不是說商人都在騙人，主要是希望大家都能提高警覺，搞清楚對方講的到底是真的還是假的，切忌聽到美好的願景就傻傻的把錢交給他。不然搞不好錢沒賺到，反而弄得血本無歸，還被笑說都是你自己太貪心才會這樣，那真的會嘔死。

問題是，面對超級吸引人的宣傳話語，要如何判斷其中有沒有問題呢？這邊列出幾個可以特別注意的地方，供大家參考：

1. 價格超讚？

如果他說這個價格很好，可以先確認一下，他講的這個價錢是真的嗎？不要他說了你就信。例如他說：

(1) 種這個以後收穫可以賣多少，所以很好賺：先上網或到市場調查一下，這個東西盛產時的市場行情大概是多少，跟他講的一樣嗎？還是只是多年前這東西剛問世時的競標價，現在早就沒這個行情了？

- (2) 只要投資買我的設備生產後，以後某人會用市場價格好幾倍無限制收購：那個人是誰啊？怎麼有這麼笨的人？等他突然想通，不會反悔不認帳嗎？
- (3) 這個外面一斤／一個賣多少萬，我算便宜一點，幾千就可以了，買到賺到喔：我都還沒殺價，你怎麼就自己先砍這麼多？這東西真的有那種價值嗎？還是故意拉高價格再打折給我看？
- (4) 這是全新產品，全世界只有我們有賣，所以價格可以隨我們開：既然沒有行情價可以參考，那就回到基本面～這東西真的有那種價值嗎？如果是你，你願意花這麼多錢買嗎？如果連你都花不下去，為何你就相信會有很多凱子願意買??

當然，如果這個東西已經問世一段時間，而且已經有新聞報導說有人投資結果賣不出去慘賠，這時如果你還要相信那只是他不夠努力，換作是你一定可以賺錢的話，那也沒辦法了。

2. 資訊來源？

如果對方說他宣傳的是一種全新產品，由於以前沒聽過，所以不管價格、功效，好像都隨便他講了就算，根本沒得查。這時不妨針對重點再追問詳情，如果對方是吹牛的，往往就會禁不起細問而被拆穿。

下面舉幾個常見的說法：

- (1) 這是國外最近流行的東西/本產品外銷十餘國：

可以請他講清楚是甚麼國家，如果只想用「國外流行所以很厲害」來唬人，這會不會太瞧不起人了？

- (2) 這是美國諾貝爾獎得主研究的：

同樣問他是甚麼人，有名字嗎？如果只強調有大人物代言卻講不出名字，那也太混了點。

- (3) 這是某某大學/機構/博士的研究：

既然有名字，可以先去 Google 查查看有沒有這個學校、組織或這個人，搞不好只是隨便寫個名字而已(例如 Alibuda 大學的 Pulongon 博士^{*})；或者雖然有這個單位，但其實只是個連聽都沒聽過的民間組織，卻被說得好像是國家級機構一樣，其實根本一點代表性也沒有。另外，如果講出專家名字的話，可以去查查這人是不是做這方面的研究。例如找個諾貝爾和平獎得主來開發科技產品，這也是很詭異的。

(*註：這段英文念起來就是台語「阿里不達大學的普弄共博士」)

- (4) 某某研究指出：

可以問他有沒有正式研究報告可以參考？所謂「正式研究報告」是指有那種定期發行的科學性期刊，報告上會註明是刊登在第幾卷第幾期第幾頁。如果對方拿出來的只是廠商宣傳摺頁或網頁，而拿不出正式文獻，那可能只是廠商廣告而已，別看到一堆英文就被唬了。

(5) 這是廠商的業務機密，所以不能說：

技術細節當然是機密，但總該有個正式報告說這是由某機關學校試驗研究得出這樣的結果，而不是你說了就算吧？

(6) 這是我自己研究的，全世界只有我有這個技術：

好吧，你很忙所以還沒有發表正式報告，沒關係，但總有些數據報表可以看看吧？還是你覺得看了就知道很厲害，所以不用分析結果？

(7) 這是某某大師告訴我的，他是專家，我就是相信他：

遇到這種我無話可說了，只能說信不信由你囉。

3. 有研究數據嗎？

或許有人會說，外國研究報告我又看不懂，要了也沒用吧？其實前面的重點只是要確認對方有沒有正式研究報告，如果對方是唬人的就會被嚇到不敢亂扯。甚至就算他拿不出正式報告，也不能說就人家是在騙人，可能只是一時沒有帶出來而已。

如果對方說，那是個人研究或商業機密所以不能看細節；或者說正式報告太艱深怕一般人看不懂，所以另外做成這種簡單的傳單給大家看。沒關係，不管研究報告或宣傳廣告，總該有些圖表佐證吧？那我們看圖表就好。

(1) 只有照片：

如果沒有數據資料，只放一張處理前/處理後的比較照片，那種其實只能當參考而已。因為有心人只要故意挑大小或外觀差很大的樣本擺在一起照相就行了，更別提現在還可以用影像軟體修改照片。所以若只有照片，可以問問看有沒有數據圖表可以參考？這樣才能知道到底真正差異多大，而不只是看起來很大而已。

(2) 數據報表：

除了比較數字大小外，其實統計報表還有一些細節可以看：

a. 只有平均值比大小：

可以問看看這個研究是怎麼做的，重複幾次，有沒有做顯著性檢定？如果沒有設置重複而只看調查結果，那這個結果也只能當參考而已。因為搞不好那是受到別的外在因素影響，而不是藥劑或處理造成的效果，這樣的試驗結果恐怕

會經不起考驗。

b. 平均值±標準差(Mean±SE)：

這樣的報表是由多個調查數據平均而來，如果後面的標準差很大，表示在同樣處理下樣本間就有很大的差異，這樣就表示還有其他因素影響試驗結果，而不能只看平均值大小。有時標準差非常大(甚至比平均值還大)，這表示那些其他因素的影響效果甚至比處理效果還大，或者實驗控制有問題、試驗樣本本身就有嚴重差異等等，這時只看平均值大小說誰比較好，其實是沒有意義的。

c. 平均值後面有 abc，或下面有 LSD 值：

這表示試驗結果已經做過統計分析顯著性檢定，那可以看看是不是真的有顯著差異。如果兩個平均值後面有同樣的字母，或者他們的差異比下面的 LSD 值小，那就表示這兩個處理間的差異「未達顯著水準」，這時就不能說數字大的比較好。因此，如果報表明明顯示沒有顯著差異，但宣傳時還是說有多好，那就可以吐槽了。

4. 市場獨佔？

如果人家說，這是全新產品，全世界只有他有，所以你買去量產後就可以賣到全世界去，因為別人都沒有，人家只能跟你買，保證賺到翻，數錢數到手抽筋。

這樣聽起來很有道理，問題是，他又不是只賣你一個，所以到時也不是只有你在生產，這樣還會有那麼好的價格嗎？

所以，先不要假設你會是獨家經營，因為到時候可能會有其他人跟你競爭生意，這時可就不是隨你開價了，因為人家不一定要跟你買；如果弄到彼此競爭殺價，那就更慘了。

5. 時間急迫？

有時人家會說，現在剛好有優惠專案，如果現在簽約就可以折扣多少，只到這星期(甚至只到今天)為止，快點決定吧，錯過機會就沒有了喔。

這樣的限時促銷法或許可以刺激消費，消費者往往會因為沒有時間好好考慮就趕快掏錢買下去。如果是在百貨商場，或許只是回家後發現買了不需要的東西；然而對於金額龐大的投資案，若還這樣衝動下決定，後果可能就沒這麼簡單了喔。

所以還是那句話，好好考慮之後再做決定，不要因為人家催促就匆促下決定。因為猶豫不決頂多錯失賺錢機會，但若考慮不周而受騙，那損失就更大了。

6. 相信直覺

動物都有趨吉避凶的本能，其實人也不例外。當你的腦中突然閃過一絲念頭，像是「真的嗎？好像怪怪的」之類的，或許那就是你的生物本能在提醒你這件事有問題，要避免危機。當然，你也可以解釋成神明指點，之後記得去拜拜感謝一下。

總之，只要你覺得怪怪的，不妨再多考慮一下，有任何問題就請對方再解釋清楚一點，不然就再回去查閱資料，或者請教別人再做決定。所謂小心駛得萬年船，多考慮一點再做決定，千萬不要被對方牽著鼻子走喔。

結語

常聽到農友在問：現在要種甚麼才會賺錢？沒辦法，因為景氣長期低迷，大家都想多賺點錢來改善生活。然而有些人就看準大家想賺錢的心態，謊稱現在有甚麼新科技或新產品，只要投資生產之後就可以輕鬆賺大錢。等你買了設備資材進行生產後，卻發現根本沒有那種行情可以賣，最後慘賠收場。或許有些人會說，那都是受害者本身的貪念所致，怪不得別人；然而，這些精心設計各種話術的詐騙者，難道不是真正的罪魁禍首嗎？

因此，本期為大家列舉一些常見的宣傳話術，希望大家都能提高警覺，不要只聽到人家講甚麼很好賺就迫不及待掏錢給他。孫子兵法有云：「多算勝，少算不勝，而況於無算乎？」大家買東西都知道貨比三家不吃虧，要花錢投資當然更要考慮周詳。就算事後證明是你多慮了也沒關係，總比事後反悔好吧？

下一期的「漫步在雲端系列報導」，將繼續為大家免費又好用的網路服務，敬請期待。

參考資料

- 2014-大紀元：梨山冠軍茶拍賣 鴻海百萬元得標
<http://www.epochtimes.com.tw/n97021>
- 2014-華視：楊貴妃吃過的... 荔枝 1 顆賣 5400 元
<https://www.youtube.com/watch?v=WqkWAdixxgA>