

中華民國 103 年
多層次傳銷事業
經營發展狀況調查結果報告

公平交易委員會
中華民國 104 年 6 月

目錄

| | |
|----------------------------------|----|
| 壹、調查概要..... | 1 |
| 貳、提要分析 | 2 |
| 一、調查概況..... | 2 |
| 二、基本資料分析 | 2 |
| 三、經營概況..... | 4 |
| (一)傳銷商人數及傳銷商概況..... | 4 |
| (二)多層次傳銷營業額規模及營業方式 | 7 |
| (三)銷售商品或服務類別..... | 9 |
| (四)傳銷事業進貨（製造）成本及佣金（獎金）所占比率..... | 11 |
| (五)傳銷商之訂貨及領取佣金（獎金）之規模與比率..... | 12 |
| (六)傳銷商退出之原因與人數..... | 16 |
| 四、對未來經營概況之看法..... | 17 |
| 五、總結..... | 19 |
| 參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖 | 21 |
| 肆、統計表..... | 28 |
| 伍、附錄..... | 75 |
| 一、「103年多層次傳銷事業經營發展狀況調查」實施計畫..... | 75 |
| 二、多層次傳銷事業經營發展狀況調查問卷 | 76 |
| 三、多層次傳銷管理法 | 81 |
| 四、多層次傳銷事業報備及變更報備準則 | 85 |

壹、調查概要

一、調查緣起及目的

我國公平交易法於民國 81 年 2 月 4 日正式實施，依該法第 23 條之 4 規定由本會訂定「多層次傳銷管理辦法」，用以管理、規範多層次傳銷事業。另為加強多層次傳銷事業之管理與監督，103 年 1 月 29 日正式實施多層次傳銷管理法。茲為提供釐訂有關輔導措施及管理決策需要，特針對報備多層次傳銷事業之經營概況，按年舉辦本項調查。本次調查方式全面採由多層次傳銷管理系統線上填報，另為能更貼近並完整呈現 103 年度多層次傳銷事業之營運全貌，故將 103 年期間停止從事多層次傳銷之事業一併列入調查對象。

二、法令依據

依據多層次傳銷管理法第 25 條、第 26 條規定辦理。

三、調查範圍與對象

103 年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括 103 年間已報備停止者）均為調查對象。

四、調查項目

- (一) 基本資料：包括事業名稱、聯絡方式、實收資本額、事業成立時間、實施多層次傳銷情形、營業據點分布、會計師簽證及傳銷商加入之條件等。
- (二) 事業經營概況：
 1. 有效資格傳銷商人數、實際參與傳銷活動傳銷商人數、女性傳銷商人數、限制行為能力傳銷商人數、無行為能力傳銷商人數、新加入傳銷商人數、訂貨傳銷商人數、領取佣（獎）金傳銷商人數及退出之傳銷商人數。
 2. 採行多層次傳銷之層級數。
 3. 佣金計算、有無訂定商品價值減損計算方式及全面採行多層次傳銷、傳銷商是否需與第三方簽訂契約、退貨狀況。
 4. 事業採行多層次傳銷營業額、進貨（或製造）成本、支付傳銷商佣（獎）金之相關情形。
 5. 多層次傳銷所銷售商品之類別、營業額及來源與使用網路行銷之情形。
- (三) 對未來經營概況之看法及管理上之建議。

五、調查時期

- (一) 調查資料標準時期：動態資料以 103 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 103 年底數字為準。
- (二) 調查實施期間：104 年 3 月 1 日至 3 月 31 日。

六、抽樣方法

全部調查

七、調查方法

全面以多層次傳銷管理系統線上填報。

貳、提要分析

一、調查概況

多層次傳銷為行銷通路的一種，係指事業透過一連串獨立之傳銷商銷售商品，每一傳銷商除可賺取零售利潤外，並可透過自己所招募、訓練的傳銷商建立銷售網來銷售公司產品，以獲取獎金及其他經濟利益。鑑於以往不正當的多層次傳銷曾造成不小的社會問題，因此政府訂定「多層次傳銷管理法」，以為本會執行管理之依據。

依據多層次傳銷管理法，所有從事多層次傳銷的事業，均須於實施前向本會報備，截至 103 年底止向本會報備，且於 103 年實施之多層次傳銷事業¹(包含於 103 年間向本會報備停止實施多層次傳銷)計 505 家，較 102 年之受調查家數 490 家，增加 15 家。

本次調查 103 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業(包含於 103 年向本會報備停止實施者)計 505 家，實際回報事業有 437 家(86.53%²)，扣除尚未實施多層次傳銷事業 28 家及已停(歇)業 35 家後，該等回報事業於 103 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 374 家，較 102 年之 352 家，增加 22 家(5.88%)。據此，本調查之相關查報結果及統計分析係以前揭回報事業於當(103)年間仍有從事多層次傳銷行為之 374 家事業為主要範圍。

二、基本資料分析

(一) 實施多層次傳銷時間

103 年調查之多層次傳銷事業中，最早實施多層次傳銷業務者始於民國 74 年。就 374 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 158 家(占 42.25%)，96 年至 100 年實施傳銷之事業計 102 家(占 27.27%)，民國 95 年以前實施之多層次傳銷事業共計 114 家(占 30.48%)(表 1)。透過比較歷年事業實施多層次傳銷之時間分布可悉，民國 95 年以前實施多層次傳銷且持續經營之家數，變動不大；比較 102 年之 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數，103 年較 102 年銳減 12 家，以該期間計減少 10.52%；101 年後新加入多層次傳銷產業之家數占整體比率不低。由以上數據可得悉，經過多年經營考驗而仍續經營之資深多層次傳銷事業，其事業體質相對穩健，呈現穩定發展狀態，另事業進入傳銷產業之前幾年，所面臨之內外體制及組織發展等經營困境，相對較高，是否能持續經營發展，仍須視能否通過嚴酷之市場競爭淘汰結果而定。

1 本調查不包含已於 103 年底報備，惟預計 104 年才實施之傳銷事業。

2 由於百分比計算皆採小數點 2 位 4 捨 5 入進位，故總合計數會有小數點上下 2 位之誤差，此為本調查報告通見。

表 1 事業實施多層次傳銷之時間分布

單位：家

| 年底別 | 總計 | 民國 80 年以前 | 民國 81 年至 90 年 | 民國 91 年至 95 年 | 民國 96 年至 100 年 | 民國 101 年以後 |
|-------|-----|-----------|---------------|---------------|----------------|------------|
| 100 年 | 334 | 13 | 54 | 65 | 201 | 1 |
| 101 年 | 363 | 13 | 52 | 62 | 151 | 85 |
| 102 年 | 352 | 12 | 50 | 58 | 114 | 118 |
| 103 年 | 374 | 11 | 49 | 54 | 102 | 158 |

(二) 事業國籍分布

依調查結果顯示 374 家多層次傳銷事業中，我國公司計有 320 家（占 85.56%），屬外商公司計 54 家（占 14.44%），較 102 年多層次傳銷事業之事業國籍分布，外商公司占我國多層次傳銷事業之比例有微幅下降。

(表 2)

表 2 國籍分布

單位：家

| 年底別 | 事業家數 (家) | 結構比(%) | | |
|-------|-------------|--------|-------|-------|
| | | 總計 | 本國公司 | 外商公司 |
| 100 年 | 334 | 100.00 | 85.33 | 14.67 |
| 101 年 | 363 | 100.00 | 85.12 | 14.88 |
| 102 年 | 352 | 100.00 | 85.51 | 14.49 |
| 103 年 | 374 | 100.00 | 85.56 | 14.44 |

(三) 事業所在地區分布與營業據點

1. 登記所在地

374 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 234 家（占 62.57%）為最多，中部地區 85 家（占 22.73%）居次，南部地區 55 家（14.70%），東部地區 0 家(表 3)。

表 3 公司登記地址所在地區分布

單位：家

| 年底別 | 總計 | 北部地區 | 中部地區 | 南部地區 | 東部地區 |
|-------|-----|------|------|------|------|
| 100 年 | 334 | 209 | 73 | 51 | 1 |
| 101 年 | 363 | 231 | 82 | 49 | 1 |
| 102 年 | 352 | 217 | 86 | 49 | - |
| 103 年 | 374 | 234 | 85 | 55 | - |

2.營業據點

374 家多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括主要營業所、其他營業所)計 933 處，其中以北地區 444 處(占 47.59%)為最多，其次為南部地區 246 處(26.37%)，中部地區 221 處(23.69%)居第三，而東部及金馬地區僅 22 處居末(2.36%) (統計表 2，頁 29)，此數值適當地呈現多層次傳銷的特質，即其係運用「人際網絡關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點時會以人口較稠密之都會區優先。

三、經營概況

(一) 傳銷商人數³及傳銷商概況

依據 374 家多層次傳銷事業資料顯示，103 年底傳銷商人數計 216.8 萬人次，較 102 年底 211.9 萬人，增加 4.9 萬人。有些傳銷商同時參加二個以上之事業，依內政部統計 103 年底我國總人口數 2,343.3 萬人以及根據本會剔除重複傳銷商人數⁴，估算出 103 年底傳銷商人數為 214.6 萬人；加入傳銷率(即參加傳銷人數占全國總人口數之比率)約 9.16%，即平均每萬人中有 916 人加入多層次傳銷，較 102 年底 8.58%，增加 0.58 個百分點(統計表 30，頁 74)。

1.新加入傳銷商人數規模

103 年新加入之傳銷商人數計 80.64 萬人次(統計表 30，頁 74)，占總傳銷商人數(216.8 萬人)之 37.20%。觀察各事業新加入之傳銷商人數規模，以傳銷商未及 5 百人之事業居多，計 246 家(占 65.78%)，其次為傳銷商 1 千至未及 1 萬人之事業，計 76 家(占 20.32%)；新加入傳銷商規模達 5 萬人以上之事業計 3 家，其中，多層次傳銷營業額規模達新臺幣(下同)10 億元以上之事業計 2 家，達新臺幣 1 億元至未及 10 億元以上之事業計 1 家(統計表 7，頁 35)。

³ 「傳銷商人數」相關問項及參加人數之計算方式，係以調查年度實際參加多層次傳銷人數計。

⁴ 剔除重複數係本會針對 103 年所有查報事業予以計算事業傳銷商參加其他傳銷事業之比例而得。

2. 傳銷事業之傳銷商人數規模

103 年底傳銷商總數 216.8 萬人，平均每家傳銷事業之傳銷商人數為 5,800 人(統計表 30，頁 74)。觀察傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 231 家(占 61.76%)；其次是 1 千人至未及 1 萬人之事業，計 105 家(占 28.07%)； 1 萬人至未及 5 萬人之事業，計 27 家(占 7.22%)；而傳銷商人數在 5 萬人至未及 10 萬人及 10 萬元以上之事業分別有 7 家及 4 家（各占 1.87%及 1.08%）。另觀察多層次傳銷之營業額，以 1 千萬元至未及 1 億元之事業最多，計 124 家(占 33.16%)；其次 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業，計 101 家(占 27.01%)；未及 1 百萬元之事業計 74 家再之。(表 4)

表 4 傳銷商人數分布規模

單位：家(人)

| 多層次傳銷營業額別 | 總計 | 未及 1 千人 | 1 千至未及 1 萬人 | 1 萬至未及 5 萬人 | 5 萬至未及 10 萬人 | 10 萬元以上 |
|----------------|--------------------|-----------------|------------------|-----------------|----------------|----------------|
| 總計 | 374 (2,168,950) | 231 (59,738) | 105 (336,002) | 27 (595,992) | 7 (445,966) | 4 (731,252) |
| 未及 1 百萬元 | 74 (52,666) | 70 (4,681) | 3 (11,599) | 1 (36,386) | - | - |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 (53,093) | 89 (18,627) | 12 (34,466) | - | - | - |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 (217,159) | 67 (33,687) | 52 (110,311) | 5 (73,161) | - | - |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 (414,259) | 4 (2,393) | 34 (152,169) | 7 (145,072) | 2 (114,625) | - |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 (324,000) | 1 (350) | 3 (19,759) | 7 (137,411) | 1 (54,697) | 1 (111,783) |
| 10 億元以上 | 15 (1,107,773) | - | 1 (7,698) | 7 (203,962) | 4 (276,644) | 3 (619,469) |

說明：傳銷商人數分布規模情形係依多層次傳銷營業額之級距統計

3. 女性傳銷商參與情形

調查結果顯示，女性傳銷商計 137.76 萬人，占傳銷商總人數(216.8 萬人)63.51%，再依各事業女性傳銷商比率觀察，女性傳銷商比率以介於 50%至 74%之事業最多，計 207 家（占 55.35%），其次為 75%至 89%之事業 67 家（占 17.91%）；而 25%至 49%之事業 56 家（占 14.97%），90%以上之事業 26 家（6.95%），未及 25%以上 18 家（4.82%）居末（圖 1、統計表 5，頁 32、33），自 96 年將女性傳銷商列為調查對象後，女性傳銷商比例在 54.04%至 70.2%左右(趨勢圖 7，頁 24)，該比例均超過 50%，足見女性傳銷商仍為傳銷市場主力。

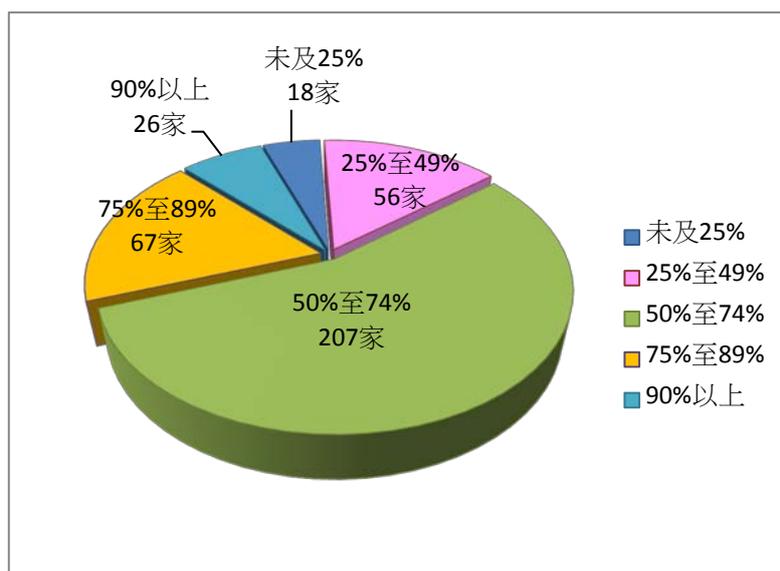


圖 1 傳銷事業女性傳銷商參與情形

4. 限制行為能力傳銷商比率、分布

調查結果顯示，有招募限制行為能力傳銷商(7 歲至 20 歲)之傳銷事業計 133 家，占傳銷事業(374 家)比率 35.56%，傳銷商人數總計 14,090 人。再依各事業人數分布觀察，介於 1 至 50 人之事業最多，計 106 家(占 28.34%)，其次為 51 至 300 人之事業 14 家(占 3.74%)；而 301 人以上之事業 13 家(占 3.48%) 居末，而限制行為能力傳銷商每人平均營業收入(非佣(獎)金)新臺幣(下同)36,468 元。(表 5)

表 5 限制行為能力傳銷商數、平均營業收入及營業收入表

| 人數分布 | 限制行為能力家(人)數 | 限制行為能力平均營業收入(元/人) | 限制行為能力總營業收入(元) |
|--------|-----------------|-------------------|----------------|
| 總計 | 133 (14,090) | 36468.46 | 513,840,546.00 |
| 1~50 | 106 (1,287) | 31430.26 | 40,450,745.00 |
| 51~300 | 14 (1,731) | 29242.25 | 50,618,334.00 |
| 301 以上 | 13 (11,072) | 38183.84 | 422,771,467.00 |

5. 退出傳銷事業之傳銷商比率分布

調查結果顯示，退出退貨傳銷商人數計 555,691 人，占傳銷商總人數(216.8 萬人)比率 25.63%。依退出傳銷事業之傳銷商人數規模觀察，以退出人數未及 1 百人之事業最多，計 296 家(占 79.14%)；其次是 1 百人至未及 5 百人之事業，計 36 家(占 9.63%)；5 百人至未及 1 千人之事業，計 5 家(占 1.34%)；而 1 千人至未及 3 千人及 3 千人以上之事業分別有 19 家及 18 家（各占 5.08%及 4.81%）。另多層次傳銷營業額大小亦與傳銷商退出人數規模相關，多層次傳銷營業額 1 千萬元至未及 1 億元之事業最多，計有 124 家(占 33.16%)，其中，退出傳銷事業傳銷商人數未及 1 百人，亦有 99 家；其次 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業，計 101 家(占 27.01%)，其退出傳銷事業之傳銷商人數未及 1 百人，亦有 99 家；而多層次傳銷營業額逾 10 億元以上之事業有 15 家(占 4.01%)，其退出傳銷事業之傳銷商人數在 1 千人以上有 12 家。(表 6)

表 6 傳銷商退出人數規模分布

| 多層次傳銷營業額別 | 單位：家(人) | | | | | |
|----------------|------------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | 總計 | 未及 1 百人 | 1 百至 未及 5 百人 | 5 百至 未及 1 千人 | 1 千至 未及 3 千人 | 3 千人 以上 |
| 總計 | 374 (555,691) | 296 (2,636) | 36 (9,137) | 5 (3,649) | 19 (31,026) | 18 (509,243) |
| 未及 1 百萬元 | 74 (2,552) | 71 (149) | 1 (411) | 1 (945) | 1 (1,047) | - - |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 (2,337) | 99 (463) | 1 (435) | - | 1 (1,439) | - |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 (15,931) | 99 (1,122) | 17 (4,548) | 3 (1,953) | 4 (5,059) | 1 (3,249) |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 (27,109) | 21 (762) | 15 (3,150) | 1 (751) | 7 (10,981) | 3 (11,465) |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 (105,443) | 4 (120) | 1 (168) | - | 4 (7,556) | 4 (97,599) |
| 10 億元以上 | 15 (402,319) | 2 (20) | 1 (425) | - | 2 (4,944) | 10 (396,930) |

(二)多層次傳銷營業額規模及營業方式

1. 多層次傳銷營業額規模

依 374 家多層次傳銷事業資料顯示，103 年營業總額 752.44 億元較 102 年(716.70 億元)增加 35.75 億元，成長 4.99%(統計表 30，頁 74)。觀察以往之營業規模，103 年之營業額乃是自 94 年達 683.7 億之高峰後，連續 5 年營業額破 600 億元，102 年更突破 700 億元；若就營業規模家數分布觀察，營業額於 1 千萬元至未及 1 億元之事業 124 家最多(營業額總計 487,115 萬元占 6.47%)，其次為 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業 101 家(營業額計 44,554 萬元占 0.59%)，未及 1 百萬 74 家(營業額總計 2,233 萬元占 0.03%)及 1 億元至未及 5 億元者

47 家(營業額總計 1,048,332 萬元占 13.93%)之事業分居第三及第四。而 10 億元以上之事業共有 15 家，其家數雖占全部家數 4.01%，惟其營業總額達 504.51 億元，占多層次傳銷產業總值 67.05%。(表 7、趨勢圖 1，頁 21)

表 7 營業額分布情形－按多層次傳銷營業額分

| 多層次傳銷營業額別 | 事業家數 | | 營業額 (百萬元) | 占營業總額比率 (%) |
|----------------|--------------------|------------|--------------|----------------|
| | (家)/(人) | 結構比 (%) | | |
| 總計 | 374 (2,168,950) | 100.00 | 75,244.86 | 100.00 |
| 未及 1 百萬元 | 74 (52,666) | 19.79 | 22.33 | 0.03 |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 (53,093) | 27.01 | 445.54 | 0.59 |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 (217,159) | 33.16 | 4,871.15 | 6.47 |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 (414,259) | 12.57 | 10,483.32 | 13.93 |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 (324,000) | 3.48 | 8,971.02 | 11.92 |
| 10 億元以上 | 15 (1,107,773) | 4.01 | 50,451.49 | 67.05 |

2.多層次傳銷之經營方式

(1) 加入條件

多層次傳銷係就推廣或銷售之計畫或組織，傳銷商於一定條件成就後，取得推廣、銷售商品或勞務及介紹他人參加之權利，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者而言。

依調查結果得知，374 家事業中訂有加入條件之事業計 372 家（占 99.47%），就單項之加入條件觀察，以需訂購產品 222 家(占 59.36%)為最多，其次依序為繳納保證金或入會費 213 家（占 56.95%）、其他方式(例如每月購貨量達一定標準、定期達一定營業標準等)，計 119 家事業(占 31.82%)、購買資料袋 83 家（22.19%）、參加講習會或類似活動 29 家（占 7.75%）、達一定營業標準 30 家（占 8.02%）、(表 8)

表 8 加入條件（有條件限制項下複選）

單位：家

| 多層次傳銷營業額別 | 無條件限制 | | | | | | | | |
|----------------|-------|-------|-------|-------|------|------------|-------|---------|-----|
| | | 有條件限制 | 繳納保證金 | 繳納人會費 | 訂購產品 | 參加講習會或類似活動 | 購買資料袋 | 達一定營業標準 | 其他 |
| 總計 | 2 | 372 | 1 | 213 | 222 | 29 | 83 | 30 | 119 |
| 未及 1 百萬元 | 1 | 73 | - | 38 | 44 | 5 | 11 | 4 | 23 |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 1 | 100 | - | 65 | 67 | 7 | 16 | 12 | 24 |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | - | 124 | - | 72 | 79 | 11 | 28 | 9 | 43 |
| 1 億元至未及 5 億元 | - | 47 | 1 | 24 | 22 | 3 | 15 | 4 | 17 |
| 5 億元至未及 10 億元 | - | 13 | - | 7 | 5 | 1 | 4 | 1 | 8 |
| 10 億元以上 | - | 15 | - | 7 | 5 | 2 | 9 | - | 4 |

(2) 傳銷事業採用網路行銷

103 年採行網路行銷之多層次傳銷事業共 144 家（占傳銷事業 38.50%），其中，傳銷事業提供線上訂購（網路購物）者，有 134 家（占傳銷事業 35.82%），傳銷事業設置網路商城者，有 75 家（占傳銷事業 20.05%），另外，傳銷事業網路購物及網路商城皆有設置者，有 65 家（占傳銷事業 17.38%）（表 9）。

表 9 103 年多層次傳銷事業進行網路傳播概況

| 網路傳銷總類 | 事業家數 | 占傳銷事業結構比(%) |
|-------------|------|-------------|
| 總計 | 144 | 38.50 |
| 網路購物 | 134 | 35.82 |
| 網路商城 | 75 | 20.05 |
| 網路購物及網路商城皆有 | 65 | 17.38 |

(三) 銷售商品或服務類別

為了解多層次傳銷事業銷售商品或服務種類，特將商品分成 14 類，按各種品項商品之銷售家數觀察，103 年仍以販售營養保健食品 293 家（占 78.34%）居冠，販售美容保養品 206 家（占 55.08%）居次，第三為清潔用品 126 家（占 33.69%）；另外，以銷售國產品及進口品之家數觀察，以國產品 208 家（占 55.61%）為主，進口品 75 家（占 20.05%）其次，國產品及進口品皆有銷售計 82 家（占 21.93%）居末（表 10）。

表 10 103 年多層次傳銷商品或服務銷售概況

| 商品名稱 | 事業家數 (家) | 結構比 (%) | 營業額 (百萬元) | 占營業總額比率 (%) |
|--------------|-------------|------------|--------------|----------------|
| 總計 | 374 | 100.00 | 75,244.00 | 100.00 |
| 1.營養保健食品 | 293 | 78.34 | 43,799.02 | 58.21 |
| 2.代餐食品 | 26 | 6.95 | 2,484.68 | 3.30 |
| 3.美容保養品 | 206 | 55.08 | 12,095.90 | 16.08 |
| 4.清潔用品 | 126 | 33.69 | 4,233.67 | 5.63 |
| 5.健康器材 | 35 | 9.36 | 1,317.72 | 1.75 |
| 6.淨、濾飲水器材 | 55 | 14.71 | 2,987.45 | 3.97 |
| 7.衣著與飾品 | 42 | 11.23 | 2,296.96 | 3.05 |
| 8.寢具 | 16 | 4.28 | 541.85 | 0.72 |
| 9.圖書文具及錄影音帶 | 43 | 11.50 | 235.05 | 0.31 |
| 10.廚具、餐具 | 18 | 4.81 | 134.48 | 0.18 |
| 11.資訊商品 | 16 | 4.28 | 176.15 | 0.23 |
| 12.服務類商品 | 10 | 2.67 | 591.31 | 0.79 |
| 13.骨灰罐與生前契約 | 5 | 1.34 | 1,723.07 | 2.29 |
| 14.其他 | 103 | 27.54 | 2,627.55 | 3.49 |
| 1.國產品 | 208 | 55.61 | 17,226.18 | 22.89 |
| 2.進口品 | 75 | 20.05 | 15,276.19 | 20.30 |
| 3.國產與進口品皆有銷售 | 82 | 21.93 | 42,742.49 | 56.80 |

說明：*部分事業兼售二種類型以上之商品或服務，因此事業家數總和大於 374 家，事業家數之結構比相加亦超過 100%。
*9 家事業尚未銷售商品，營業額為 0。

因多層次傳銷事業營業規模差距甚大，且同一事業販售 2 種類型以上之商品，各類商品銷售額占多層次傳銷總營業額比重亦有不同，為了解其實際銷售狀況，以各事業商品銷售比重及營業額，計算各類商品銷售額，結果以營養保健食品銷售額最大，計 437.99 億元(占 58.21%)，其次為美容保養品 120.96 億元(占 16.08%)，第三位為清潔用品 42.34 億元(占 5.63%)，第四則為淨、濾飲水器材 29.87 億元(占 3.97%)(橫條圖 13，頁 27)。各類營業額與 102 年比較，103 年營業保健食品營業額較 102 年(410.33 億元)增加 27.66 億元，上升 6.74%，美容保養品營業額較 102 年(101.94 億元)增加 19.02 億元，上升 18.66%，清潔用品營業額較 102 年(50.39 億元)減少 8.05 億，下降 15.98%。另外，以國產品及進口品之銷售額觀察，國產品及進口品同時有銷售者計 427.42 億元(占 56.80%)為主，國產品者 172.26 億元(占 22.89%)其次，進口品者 152.76 億元(占 20.30%)居末(表 10)。

(四) 傳銷事業之進貨(製造)成本及佣金(獎金)所占比率

1. 傳銷事業之進貨(製造)成本比率分布

依 374 家多層次傳銷事業資料顯示，103 年該業進貨(製造)成本計 248.20 億元，占營業總額 752.45 億元之 32.99%(統計表 19，頁 54)，較 102 年 29.53%，上升 3.46 個百分點。按個別事業之成本比重觀之，進貨(製造)成本比率為 20%至未及 30%之事業 105 家(占 28.07%)最多，其次 30%至未及 40%之事業 74 家(占 19.79%)，10%至未及 20%之事業 72 家(占 1.17%)再次之。(表 11、統計表 21，頁 51、52)

表 11 進貨(製造)成本家數比率分布

單位：%(千元)

| 年別 | 平均 比率 | 總計 | 未及 10% | 10% 至未及 20% | 20% 至未及 30% | 30% 至未及 40% | 40% 至未及 50% | 50% 至未及 60% | 60% 至未及 70% | 70% 以上% |
|-------|----------|--------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|-------------------|
| 100 年 | 30.99 | 100.00 | 7.78 (95,921) | 23.35 (2,032,948) | 31.14 (4,625,655) | 20.36 (3,392,192) | 5.09 (614,909) | 2.69 (7,122,288) | 2.40 (2,130,378) | 7.19 (265,592) |
| 101 年 | 26.91 | 100.00 | 7.44 (482,309) | 23.69 (2,326,040) | 30.58 (4,947,678) | 19.01 (3,802,428) | 5.79 (4,990,072) | 5.79 (1,035,449) | 3.03 (58,228) | 4.68 (71,824) |
| 102 年 | 29.53 | 100.00 | 6.82 (143,469) | 21.31 (1,788,849) | 32.67 (6,936,355) | 20.17 (3,161,679) | 4.55 (5,249,692) | 5.68 (3,441,821) | 2.27 (94,257) | 6.53 (351,026) |
| 103 年 | 32.99 | 100.00 | 7.75 (122,991) | 19.25 (1,604,673) | 28.07 (6,407,160) | 19.79 (4,433,893) | 8.82 (6,267,125) | 8.02 (1,396,241) | 2.67 (4,492,232) | 5.61 (95,484) |

2. 傳銷事業之佣(獎)金支付比率

由於傳銷商與多層次傳銷事業間並無僱傭之關係，傳銷商薪酬全視業績而定，優渥的獎金支付制度及福利計畫係吸引傳銷商加入之重要誘因，依調查結果顯示，103 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出計 263.48 億元，占該業營業總額 752.44 億元之 35.02%(統計表 19，頁 52)，較 102 年之佣(獎)金支付比率 34.68%，上升 0.34 個百分點。就各事業佣(獎)金支付比率分布觀察，以佣(獎)金支出占各事業之營業總額 30%至未及 40%之事業最多，計 84 家(占 22.46%)，其次為 40%至未及 50%之事業 82 家(占 21.93%)，第三為 20%至未及 30%之事業 74 家(占 19.79%)(表 12、統計表 22，頁 53、54)。

表 12 佣(獎)金支付家數比率

單位：
%(千元)

| 年別 | 平均 比率 | 總計 | 未及 10% | 10% 至未及 20% | 20% 至未及 30% | 30% 至未及 40% | 40% 至未及 50% | 50% 至未及 60% | 60% 至未及 70% | 70% 以上% |
|-------|----------|--------|-------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|-------------------|
| 100 年 | 36.49 | 100.00 | 8.98 (2,895) | 10.48 (809,933) | 14.67 (3,608,748) | 29.64 (8,208,189) | 21.26 (6,754,560) | 11.68 (3,604,815) | 1.80 (291,142) | 1.50 (597,548) |
| 101 年 | 37.36 | 100.00 | 9.37 (9,581) | 10.19 (662,451) | 17.08 (1,956,942) | 26.72 (10,032,344) | 19.83 (7,281,671) | 11.85 (3,672,696) | 3.03 (504,567) | 1.93 (467,382) |
| 102 年 | 34.68 | 100.00 | 10.80 (11,816) | 10.80 (579,683) | 21.02 (3,420,900) | 25.00 (9,493,512) | 19.60 (6,804,036) | 7.67 (3,740,74) | 2.56 (242,140) | 2.56 (559,981) |
| 103 年 | 35.02 | 100.00 | 10.43 (4,154) | 13.64 (1,347,667) | 19.79 (4,558,954) | 22.46 (7,548,610) | 21.93 (5,809,359) | 9.63 (3,582,575) | 1.34 (3,124,217) | 0.80 (373,155) |

(五) 傳銷商之訂貨及領取佣金(獎金)之規模與比率

1. 訂貨傳銷商人數規模分布

由於多層次傳銷事業對傳銷商資格並無嚴格限制，部分產品愛用者亦被視同傳銷商，致實際從事傳銷活動者之規模遠比傳銷商數少。根據調查結果顯示，103 年曾訂貨之傳銷商計 149.4 萬人，占傳銷商總人數(216.8 萬人)比率 68.91%(統計表 30，頁 74)；觀察 103 年訂貨傳銷商人數規模，訂貨傳銷商數規模以未及 1 千人之事業為最多，計 256 家(占 68.45%)，其中 199 家係於 96 年以後實施多層次傳銷；其次為訂貨傳銷商人數規模為 1 千至未及 5 千人之事業計 76 家(占 20.32%)；訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業計 10 家，8 家營業額均逾 10 億元以上，其中 80 年以前加入之事業有 1 家，91 年至 95 年及 81 年至 90 年則分別有 2 家及 5 家。依上述資料，傳銷商訂貨比率達 60% 以上，訂貨傳銷商人數達 5 千人以上，方可達成一定之營業規模。(表 13、統計表 8，頁 36)

表 13 訂貨傳銷商人數規模分布—按多層次傳銷營業額

單位：家

| 多層次傳銷營業額別 | 總計 | 未及 1 千人 | 1 千至 未及 5 千人 | 5 千人至 未及 1 萬人 | 1 萬人至 未及 3 萬人 | 3 萬人 以上 |
|----------------|-----|------------|-----------------|------------------|------------------|------------|
| 總計 | 374 | 256 | 76 | 17 | 15 | 10 |
| 未及 1 百萬元 | 74 | 72 | 2 | - | - | - |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 | 95 | 5 | 1 | - | - |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 | 82 | 40 | 2 | - | - |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 | 6 | 28 | 10 | 2 | 1 |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 | 1 | 1 | 3 | 7 | 1 |
| 10 億元以上 | 15 | - | - | 1 | 6 | 8 |

2. 訂貨傳銷商比率結構分布

103 年多層次傳銷事業之傳銷商訂貨比率（即各事業之訂貨人數與各事業傳銷商之比率）結構分布，其中以傳銷商訂貨比率 60% 以上之事業為最多，計有 264 家（占 70.59%），而這 264 家中，96 年至 100 年開始實施多層次傳銷者有 69 家，101 年以後實施多層次傳銷者 116 家，其次為訂貨比率未及 15% 之事業計 38 家（占 10.16%），訂貨比率 40% 至 59% 之事業居第三位計 31 家（占 8.29%）；又訂貨比率 25% 以上之 3 個級距共有 319 家，其中 96 年至 100 年開始實施多層次傳銷者有 84 家，101 年以後實施多層次傳銷者 137 家，由以上兩資料顯示，96 年以後新加入之事業雖然大多還無法建立相當營業規模，但其傳銷商實際參與營運卻相對積極踴躍得多。而 103 年度新加入傳銷商訂貨金額占事業年度銷售金額平均比率 39.02%。顯見，傳銷事業對於新加入之傳銷商訂貨比例仍有開發之空間。

表 14 訂貨傳銷商比率結構分布

單位：家

| 多層次傳銷營業額別 | 事業家數 | 訂貨比率結構分布 | | | | |
|----------------|------|----------|----------|----------|----------|-------|
| | | 未及 15% | 15%至 24% | 25%至 39% | 40%至 59% | 60%以上 |
| 總計 | 374 | 38 | 17 | 24 | 31 | 264 |
| 未及 1 百萬元 | 74 | 17 | 2 | 4 | 6 | 45 |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 | 8 | 5 | 7 | 7 | 74 |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 | 9 | 6 | 10 | 5 | 94 |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 | 4 | 3 | 2 | 10 | 28 |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 | - | 1 | - | 3 | 9 |
| 10 億元以上 | 15 | - | - | 1 | - | 14 |

3. 傳銷商領取獎金或佣金之人數規模及分布情形

由於傳銷商和多層次傳銷事業間無僱傭關係，為促使傳銷商致力於銷售及擴張組織，除零售利潤外，各多層次傳銷事業亦設計獎金佣金分配制度，以達激勵之效。103 年多層次傳銷事業發放佣(獎)金之金額為 263.49 億元；103 年曾領取獎金或佣金之傳銷商計 75.3 萬人，占傳銷商人數比率 34.73%，平均金額為 34,947 元，較 102 年之平均金額 36,260 元減少 1,313 元（統計表 30，頁 74）。而新加入傳銷商領取佣(獎)金占事業年度發放佣(獎)金之平均比率約 25.91%。另外，103 年女性領取佣(獎)金者之金額為 171.08 億元；103 年女性曾領取獎金或佣金之傳銷商計 533,574 人，平均金額為 32,063 元。（圖 2、3）

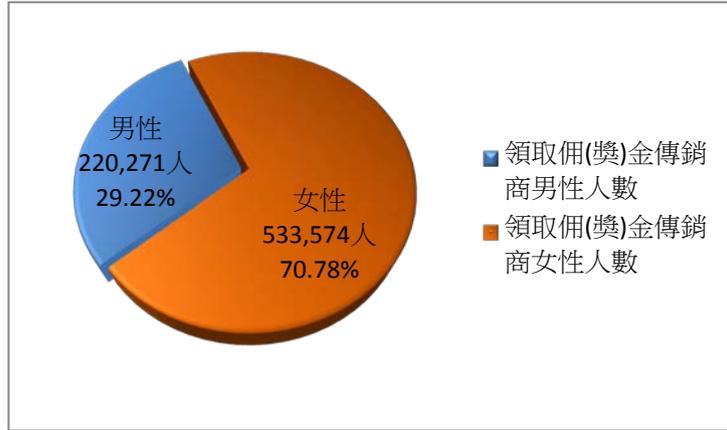


圖 2 男、女性傳銷商領取佣獎金人數比率

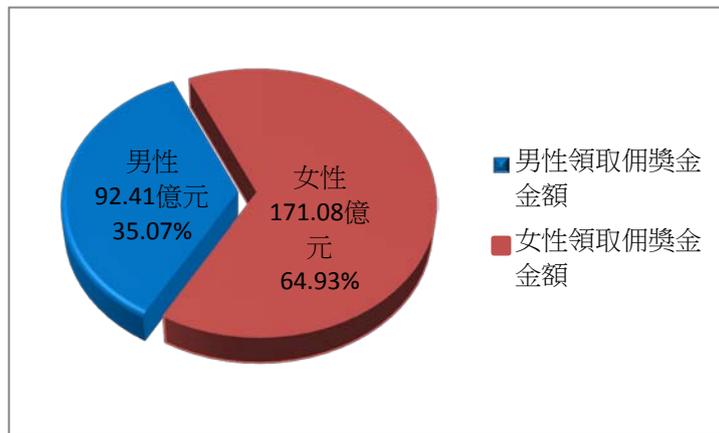


圖 3 男、女性傳銷商領取佣獎金金額比率

觀察 103 年領取獎金傳銷商之人數規模，以領獎金人數未及 1 千人之事業最多，計 286 家(占 76.47%)，其中 219 家係於 96 年以後實施多層次傳銷(統計表 10，頁 38)，其次為領獎金人數 1 千人至未及 5 千人之事業 62 家(占 16.58%)，而領獎金人數超過 3 萬人以上之事業共有 3 家，其營業額均逾 10 億元；觀察傳銷商可領取佣(獎)金之金額，傳銷商可領取佣(獎)金之最高金額為 142,857 元，低者僅千餘元，顯示傳銷商可領取佣(獎)金之金額差異甚大。(表 15)

表 15 領取佣金或獎金傳銷商人數規模分布－按多層次傳銷營業額分

單位：家 (元/人)

| 營業額規模別 | 總計 | 未及 1 千人 | 1 千至 未及 5 千人 | 5 千人至 未及 1 萬人 | 1 萬人至 未及 3 萬人 | 3 萬人 以上 |
|----------------|--------------------|--------------------|-------------------|-------------------|------------------|------------------|
| 總計 | 374 (34,947.00) | 286 (36,763.00) | 62 (33,616.00) | 15 (54,204.00) | 8 (59,655.00) | 3 (18,889.00) |
| 未及 1 百萬元 | 74 (1,163.00) | 73 (2,483.00) | 1 (8.00) | - | - | - |
| 1 百萬元至未及 1 千萬元 | 101 (6,283.00) | 96 (11,289.00) | 5 (1,270.00) | - | - | - |
| 1 千萬元至未及 1 億元 | 124 (23,895.00) | 104 (29,956.00) | 20 (15,688.00) | - | - | - |
| 1 億元至未及 5 億元 | 47 (37,469.00) | 12 (129,250.00) | 30 (34,146.00) | 5 (27,357.00) | - | - |
| 5 億元至未及 10 億元 | 13 (33,706.00) | 1 (142,857.00) | 5 (85,041.00) | 4 (24,597.00) | 3 (23,153.00) | - |
| 10 億元以上 | 15 (38,145.00) | - | 1 (106,954.00) | 6 (98,776.00) | 5 (81,780.00) | 3 (18,889.00) |

103 年多層次傳銷各事業之傳銷商領取平均（佣）獎金之分布，以平均 1 萬元至未及 5 萬元之事業計 179 家（占 47.86%）為最多；其次為未及 1 萬元之事業計 135 家（占 36.10%）；5 萬元至未及 10 萬元之事業計有 39 家（占 10.43%）再次之；而平均能領取 20 萬元至未及 30 萬元及 30 萬元以上之事業均有 2 家（均占 0.53%）。（表 16、統計表 12，頁 40）

表 16 各事業領取佣（獎）金傳銷商平均領取金額分布情形

單位：%

| 年別 | 領取人數 (千人) | 平均佣金 (元/年) | 總計 | 未及 1 萬元 | 1 萬至 未及 5 萬 元 | 5 萬至 未及 10 萬 元 | 10 萬至 未及 20 萬 元 | 20 萬至 未及 30 萬 元 | 30 萬元 以上 |
|-------|--------------|---------------|--------|------------|---------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------|
| 100 年 | 796 | 30,009 | 100.00 | 29.94 | 54.79 | 9.58 | 4.19 | 0.60 | 0.90 |
| 101 年 | 758 | 32,434 | 100.00 | 31.13 | 50.96 | 11.29 | 5.23 | 0.55 | 0.83 |
| 102 年 | 685 | 36,261 | 100.00 | 34.94 | 50.00 | 10.23 | 3.41 | 0.28 | 1.14 |
| 103 年 | 754 | 34,947 | 100.00 | 36.10 | 47.86 | 10.43 | 4.55 | 0.53 | 0.53 |

(六) 傳銷商退出之原因及人數

103 年底傳銷商總數 216.8 萬人次，傳銷商退出人數計 55.6 萬人次。就以傳銷商退出之原因觀察，以約滿不續約而退出之人數最多，計 40.14 萬人(占 18.51%)，其次為自願終止契約之人數，計 14.50 萬人(占 6.69%)，自願解除契約之人數，計 8,841 人(占 0.41%)再次之；另外，以女性傳銷商退出傳銷事業原因觀察，女性傳銷商因約滿不續約而退出傳銷事業之人數，計 27.96 萬人最多，其次為自願終止契約，計 9.66 萬人；自動解除契約，計 4,864 人再次之。(表 17、圖 4、5、6、7)

表 17 103 年多層次傳銷事業退出原因及性別人數

單位:人

| 退出原因 | 男性 | 女性 | 總人數 |
|-------------|---------|---------|---------|
| 約滿不續約而退出 | 121,800 | 279,610 | 401,410 |
| 自願解除契約 | 3,977 | 4,864 | 8,841 |
| 自願終止契約 | 48,353 | 96,628 | 144,981 |
| 因傳銷商違約被要求退出 | 233 | 226 | 459 |

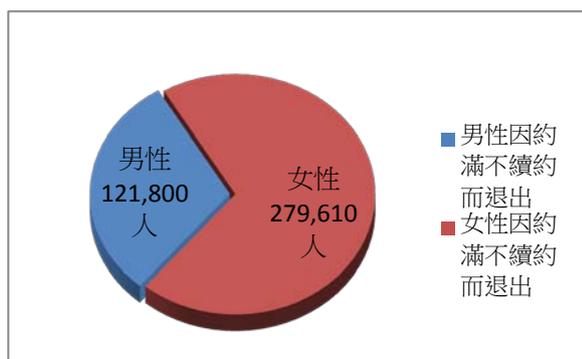


圖 4 男、女性傳銷商因約滿不續約而退出

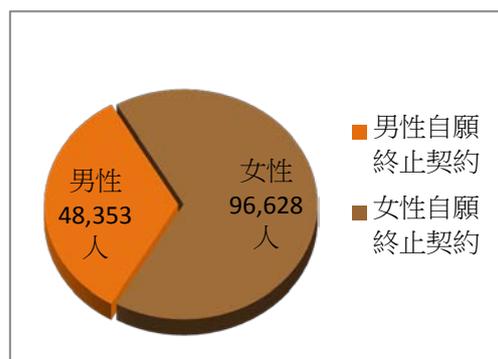


圖 5 男、女性傳銷商自願終止契約

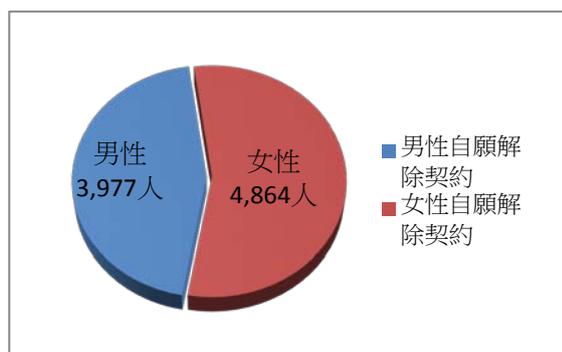


圖 6 男、女性傳銷商自願解除契約

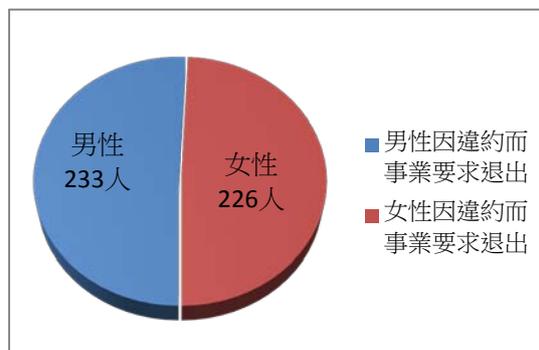


圖 7 男、女性傳銷商因違約而事業要求退出

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 104 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 104 年多層次傳銷營業額增減之看法，認為較 103 年增加之事業最多，計 174 家（占 46.52%），其次為持平計 108 家（占 28.88%），認為將減少之事業計 92 家（占 24.60%）；預期 103 年營業額增加或持平之事業合計占 75.40%，足見大多數傳銷事業對 103 年營運狀況抱持著樂觀的預期。

（表 18、統計表 26，頁 68）

表 18 預期來年營業額變動概況

| 資料年別 | 單位：% | | | |
|-------|--------|-------|-------|-------|
| | 總計 | 預期增加 | 預期減少 | 預期持平 |
| 100 年 | 100.00 | 50.90 | 14.97 | 34.13 |
| 101 年 | 100.00 | 55.10 | 14.88 | 30.03 |
| 102 年 | 100.00 | 48.86 | 15.06 | 36.08 |
| 103 年 | 100.00 | 46.52 | 24.60 | 28.88 |

(二) 預期 104 年傳銷組織規模擴增

觀察事業對 104 年多層次傳銷組織之看法，其中以認為較 103 年擴增為最多，計 166 家（占 44.39%），其次認為差不多計 123 家（占 32.89%），認為縮減者占 22.73%。由於多層次傳銷傳銷組織規模與營業額之大小相關，因此事業對營業額變動與組織規模二者之預期看法大致相同（表 19、統計表 27，頁 69）。

表 19 預期來年傳銷組織變動概況

| 資料年別 | 單位：% | | | |
|-------|--------|-------|-------|-------|
| | 總計 | 預期增加 | 預期減少 | 預期持平 |
| 100 年 | 100.00 | 51.50 | 13.47 | 35.03 |
| 101 年 | 100.00 | 55.10 | 13.77 | 31.13 |
| 102 年 | 100.00 | 48.86 | 14.77 | 36.36 |
| 103 年 | 100.00 | 44.39 | 22.73 | 32.89 |

(三) 經營可能面臨之問題（複選題）

對於未來經營之看法，擔憂同類產品競爭加劇有 185 家（49.47%）居首，其次為憂心傳銷商數減少有 152 家（占 40.64%），市場不景氣計有 149 家（占 39.84%）居第三，而非非法多層次傳銷業之破壞 146 家（39.04%），而感受到市場漸趨飽和計 119 家（31.82%），對未來營運充滿信心，認為不會有問題計 51 家（占 13.64%）（表 19）。其中，市場不景氣從 102 年之 52.27% 下降至 103 年 39.84%，降幅達 12.43%，顯

見傳銷事業對未來市場之景氣保持樂觀之看法；另外，在 103 年營業據點拓展上，有 308 家（82.35%）暫無拓展營業據點計畫，而有 66 家（21.31%）有拓展營業據點計畫，顯見傳銷事業在營業據點拓展上因考量所面臨經營問題而相當審慎保守（統計表 28，頁 70、71）。

表 20 預期未來經營面臨問題（複選）

單位：%

| 年底別 | 市場漸趨飽和 | 傳銷商人數減少 | 同類產品競爭加劇 | 傳統通路競爭激烈 | 非法多層次傳銷業破壞 | 市場不景氣 | 未來經營沒問題 | 其他 |
|-------|--------|---------|----------|----------|------------|-------|---------|------|
| 100 年 | 27.54 | 38.62 | 52.10 | 25.75 | 47.60 | 44.31 | 13.17 | 5.99 |
| 101 年 | 34.44 | 40.77 | 47.11 | 25.62 | 46.56 | 51.24 | 17.63 | 6.34 |
| 102 年 | 32.95 | 42.33 | 44.60 | 25.00 | 37.50 | 52.27 | 13.92 | 5.68 |
| 103 年 | 31.82 | 40.64 | 49.47 | 27.01 | 39.04 | 39.84 | 13.64 | 7.49 |

（四）最需要協助或經常遇到之問題（複選題）

調查結果顯示，103 年多層次傳銷事業最需要協助或經常遇到之問題，其中以傳銷法規解釋及案例有 177 家(占 47.32%)居首，其次為多層次傳銷報備有 155 家(占 41.44%)，保護機構問答有 117 家(占 31.28%)再次之，如何辦理退出退貨有 33 家(占 8.82%)居末。鑑於報備 101 年以後實施多層次傳銷事業計有 158 家，且 103 年新設立傳銷事業及新加入傳銷商人數(80.64 萬人)眾多，是此，傳銷法規及報備仍為傳銷事業最需協助及經常遇到之問題。(圖 8)

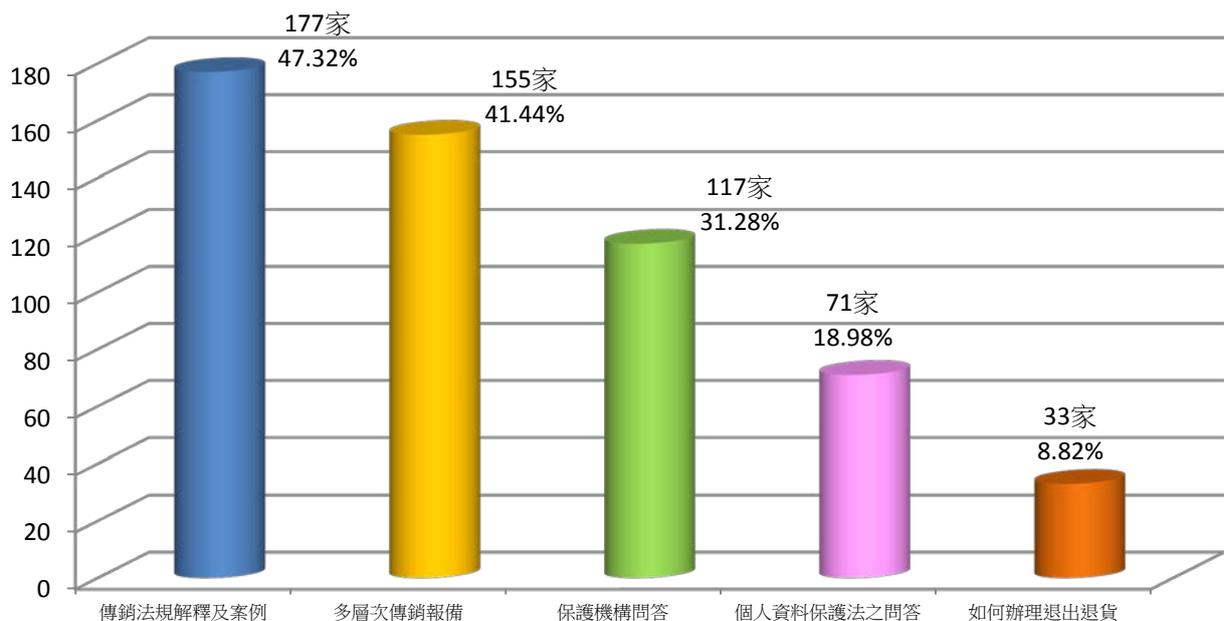


圖 8 最需要協助或經常遇到之問題家數及比例

五、總結

綜上，截至 103 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 505 家（包含於 103 年向本會報備停止實施多層次傳銷），實際回報事業有 473 家(86.53%)，其中扣除尚未實施多層次傳銷事業 28 家及已停（歇）業之事業 35 家後，103 年回報事業仍有實際從事多層次傳銷計 374 家，調查結果總結如下：

（一）傳銷市場事業進出變動頻繁：374 家多層次傳銷事業以其實施多層次傳銷時間觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 158 家（占 42.25%）居首，其次為 96 年至 100 年實施傳銷之事業計 102 家（占 27.27%），民國 95 年以前實施之多層次傳銷事業共計 114 家（占 30.48%），比較歷年事業實施多層次傳銷之時間分布可悉，民國 95 年以前實施多層次傳銷且持續經營之家數，變動不大；而比較 102 年之 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數，103 年較 102 年減少 12 家，以該期間計減少 10.52%，據此可悉，經過多年經營考驗而仍續經營之資深多層次傳銷事業，其事業體質相對穩健，呈現穩定發展狀態，另事業進入傳銷產業之前幾年，所面臨之內外體制及組織發展等經營困境，相對較高，是否能持續經營發展，仍須視能否通過嚴酷之市場競爭淘汰結果而定。

（二）事業所在地區分布以北部最多：374 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 234 家（占 62.57%）為最多，中部地區 85 家（占 22.73%）居次，南部地區 55 家（14.70%），東部地區 0 家。另 374 家多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括主要營業所、其他營業所)計 933 處，其中以北部地區 444 處（占 47.75%）為最多，其次為南部地區 246 處（26.37%），中部地區 221 處（23.69%）居第三，而東部及金馬地區僅 22 處居末（2.19%），顯見多層次傳銷的特質，係運用「人際網絡關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點時會以人口較稠密之都區優先。

（三）傳銷商人數及傳銷商人數規模：

1. 傳銷商人數：103 年底傳銷商人數計 216.8 萬人次，較 102 年底 211.9 萬人，增加 4.9 萬人。剔除重複計算人數，估算出 103 年底傳銷商人數為 214.6 萬人，較 102 年底 200.5 萬人，增加 14.1 萬人。
2. 103 年新加入之傳銷商：共計 80.64 萬人，占總傳銷商人數之 37.20%，較 102 年之新加入傳銷商 79.96 萬人，增加 0.68 萬人，比率微幅上升 0.85 個百分點。
3. 女性傳銷商為傳銷市場主力：103 年底女性傳銷商計 137.76 萬人，占傳銷商比率 63.51%，雖較 102 年之 67.39%，則些微下降 3.88 個百分點，惟女性傳銷商仍為傳銷市場之主力。
4. 限制行為能力傳銷商：有招募限制行為能力傳銷商之傳銷事業計 133 家，占傳銷商事業比率 35.56%，傳銷商人數總計 14,090 人，其平均營業收入(非佣(獎)金)36,468 元。

（四）加入傳銷率：103 年底加入傳銷率 9.16%，即平均每萬人中有 916 人參加多層次傳銷活動。

（五）事業間多層次傳銷營業額（簡稱營業額）規模差距甚大：

103 年 374 家多層次傳銷事業之營業總額 752.45 億元，較 102 年 716.70 億元，增加 35.76 億元(成長 4.99%)，平均每家營業額 2 億 0,119 萬元，較 102 年 2 億 0,361 萬元，減少 0.24 千萬元。其中營業額 10 億元以上之事業有 15 家（102 年為 12 家），其營業總額達 504.51 億元，占全體年營業總額 67.05%，平均每家營業額 33 億 6,634 萬元，較 102 年 39 億 6,715 萬元減少 6 億 0,081 萬元（減 15.14%）；而營業額 1 億至未

及 10 億元之事業，其事業家數為 60 家（102 年為 58 家），營業額為 194.54 億元，占全體年營業額 25.85%，較 102 年 191.99 億元增加 2.55 億元。

（六）銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：103 年銷售額以營養保健食品為最大，計 437.99 億元（占 58.21%），其次為美容保養品 120.96 億元（占 16.08%），第三位為清潔用品 42.34 億元（占 5.63%），第四則為淨、濾飲水器材 29.87 億元（占 3.97%）；以國產品及進口品銷售額觀察，國產品及進口品同時皆有銷售者計 427.42 億元（占 56.80%）為主，國產品者 172.26 億元（占 22.89%）其次，單純進口品者 152.76 億元（占 20.30%）居末。

（七）進貨（製造）成本及佣（獎）金支出概況：

1. 進貨（製造）成本：103 年多層次傳銷事業進貨（製造）成本計 248.20 億元，占營業總額 752.45 億元之 32.99%，較 102 年 29.53%，增加 3.46 個百分點。

2. 佣（獎）金支出：103 年多層次傳銷事業佣（獎）金支出 263.48 億元，占營業總額 35.02%，較 102 年 34.68%，增加 0.34 個百分點。

（八）訂貨傳銷商人數及比率：103 年曾訂貨傳銷商計 149.4 萬人，占傳銷商總人數（即訂貨傳銷商比率）68.91%。

（九）領取佣（獎）金人數：103 年多層次傳銷事業領取佣（獎）金之金額為 263.49 億元；103 年曾領取獎金或佣金之傳銷商計 75.3 萬人，占傳銷商人數比率 34.73%，平均金額為 34,947 元，較 102 年之平均額減少 1,313 元。另外，103 年女性領取佣（獎）金者之金額為 171.08 億元；103 年女性曾領取獎金或佣金之傳銷商計 533,574 人，平均金額為 32,063 元。

（十）對未來營運之看法：

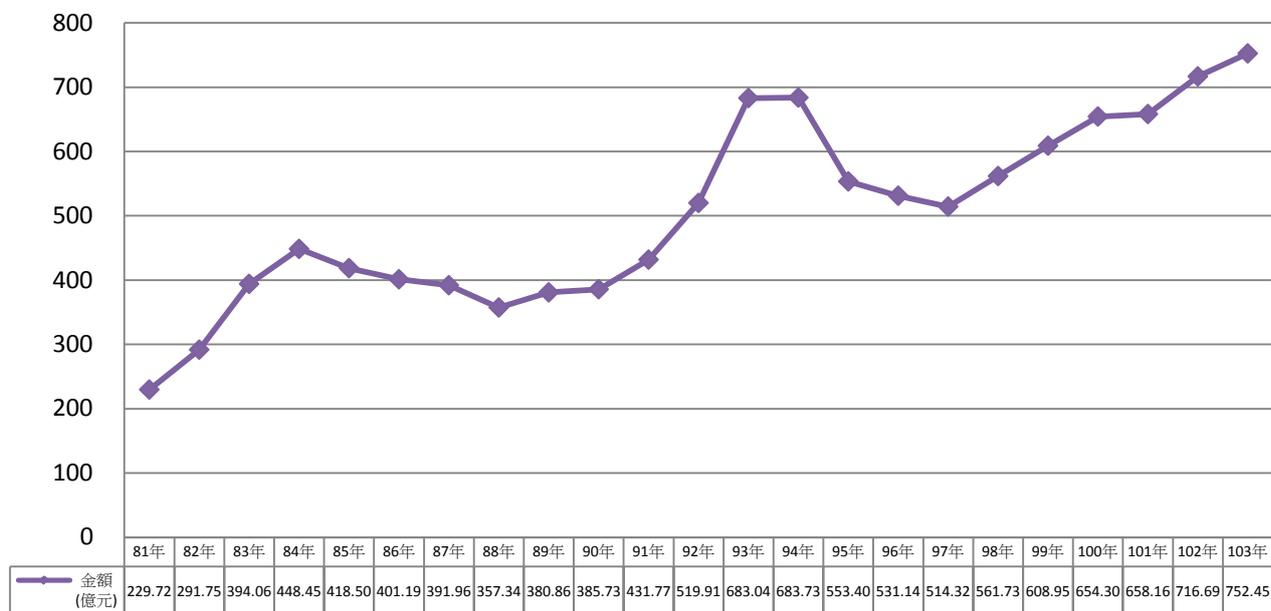
1. 預期 104 年營業額持續成長者居多：認為 104 年營業額較 103 年增加之事業 174 家占 46.52%，認為將減少者 92 家占 24.60%，認為差不多者計 108 家（占 28.88%），足見傳銷事業對未來營運，看好者居多。

2. 未來經營可能面臨之問題：擔憂同類產品競爭加劇占 49.47% 居首，其次，憂心傳銷商人數減少占 40.64%，市場不景氣占 39.84% 居第三，再次之為非法多層次傳銷業之破壞 39.04%。其中，市場不景氣從 52.27% 下降至 39.84%，降幅達 12.43%，顯見事業對於未來市場景氣持樂觀之看法。

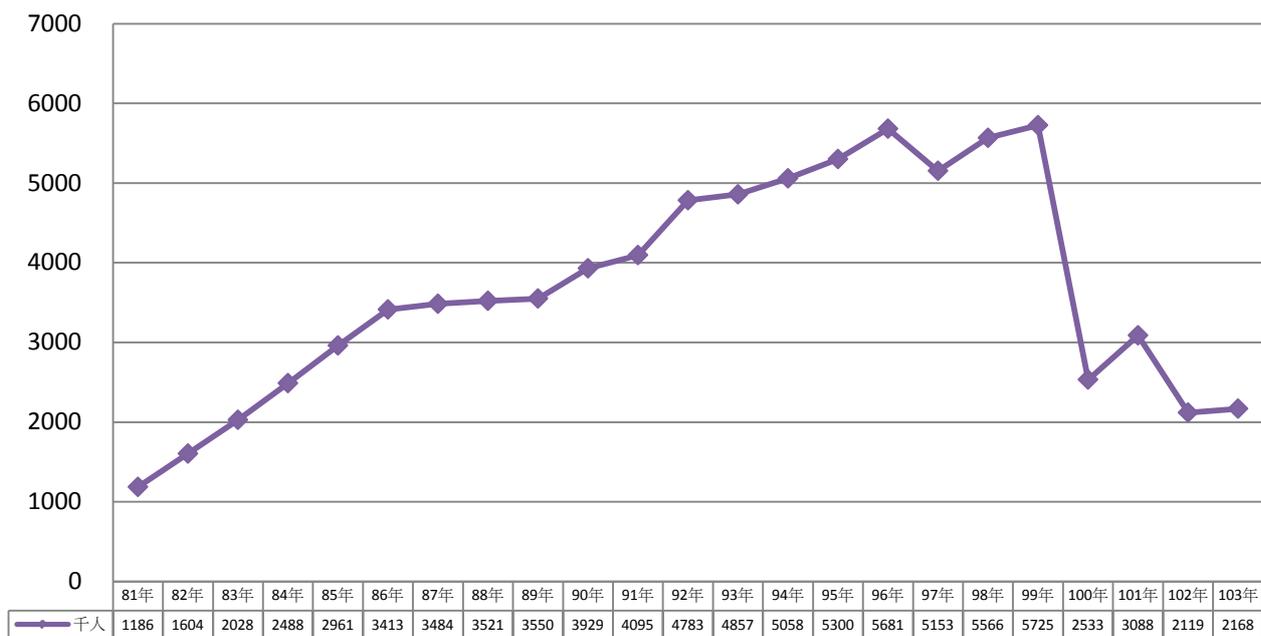
3. 事業最需要協助或經常遇到之問題：以傳銷法規解釋及案例有 177 家（占 47.32%）居首，其次為多層次傳銷報備有 155 家（占 41.44%），保護機構問答有 117 家（占 31.28%）再次之，如何辦理退出退貨有 33 家（占 8.82%）居末。鑑於報備 101 年以後實施多層次傳銷事業計有 158 家，且 103 年新加入之傳銷事業及傳銷商人數（80.64 萬人）眾多，是以，傳銷法規及報備仍為傳銷事業最需協助及經常遇到之問題。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

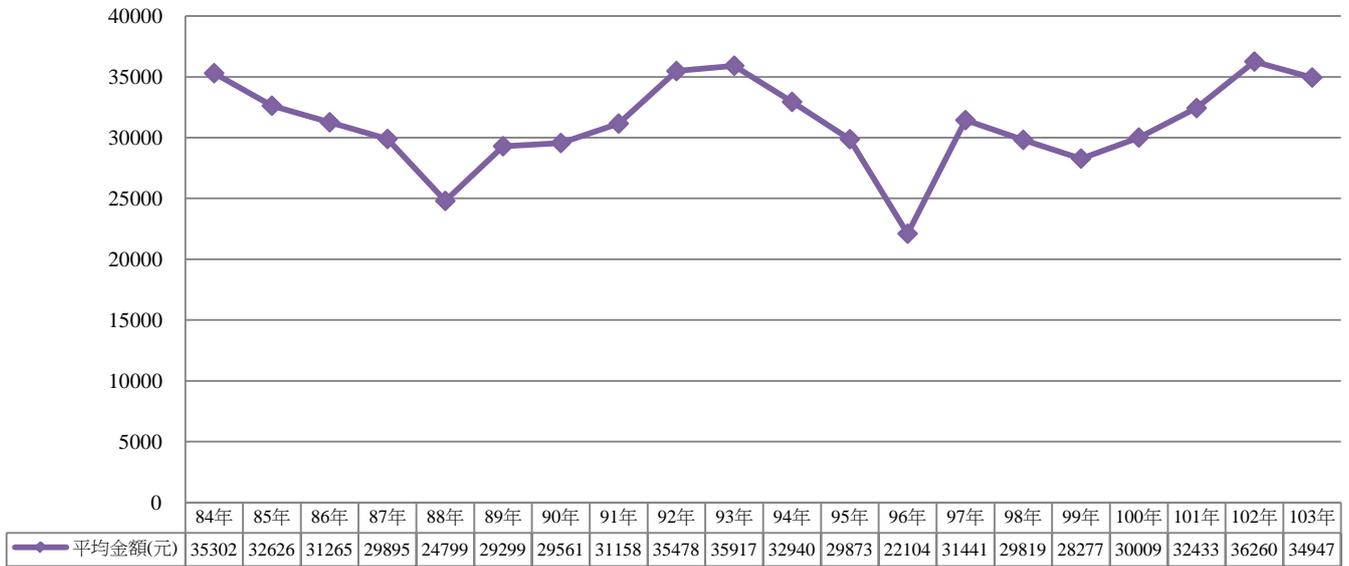
趨勢圖 1 歷年營業總額



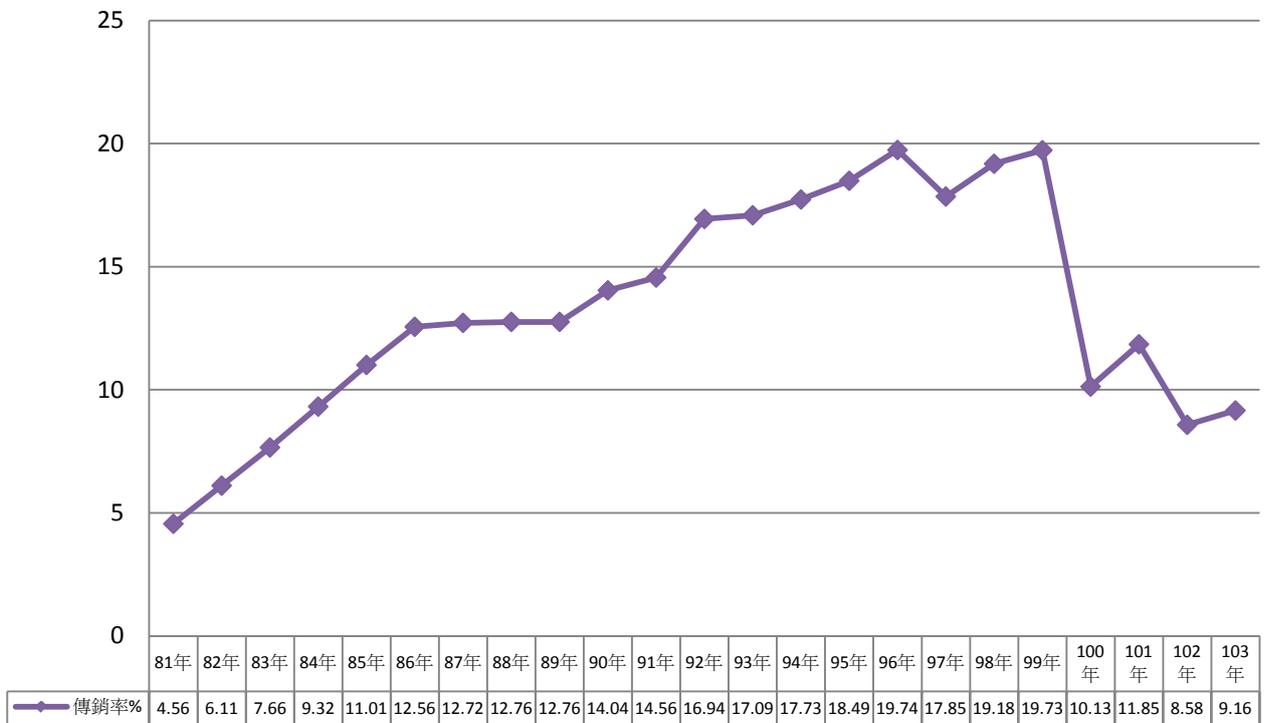
趨勢圖 2 歷年傳銷商人數



趨勢圖 3 歷年領取佣(獎)金者之平均領取金額¹

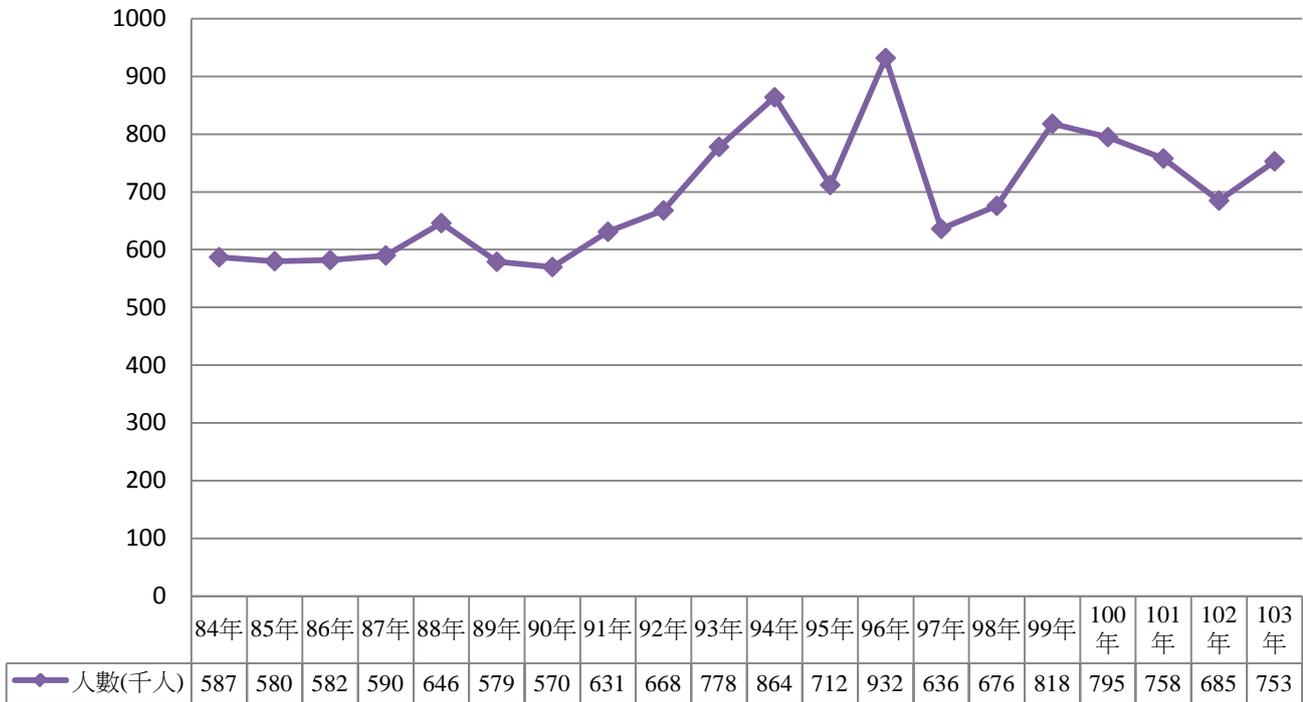


趨勢圖 4 歷年加入傳銷比率

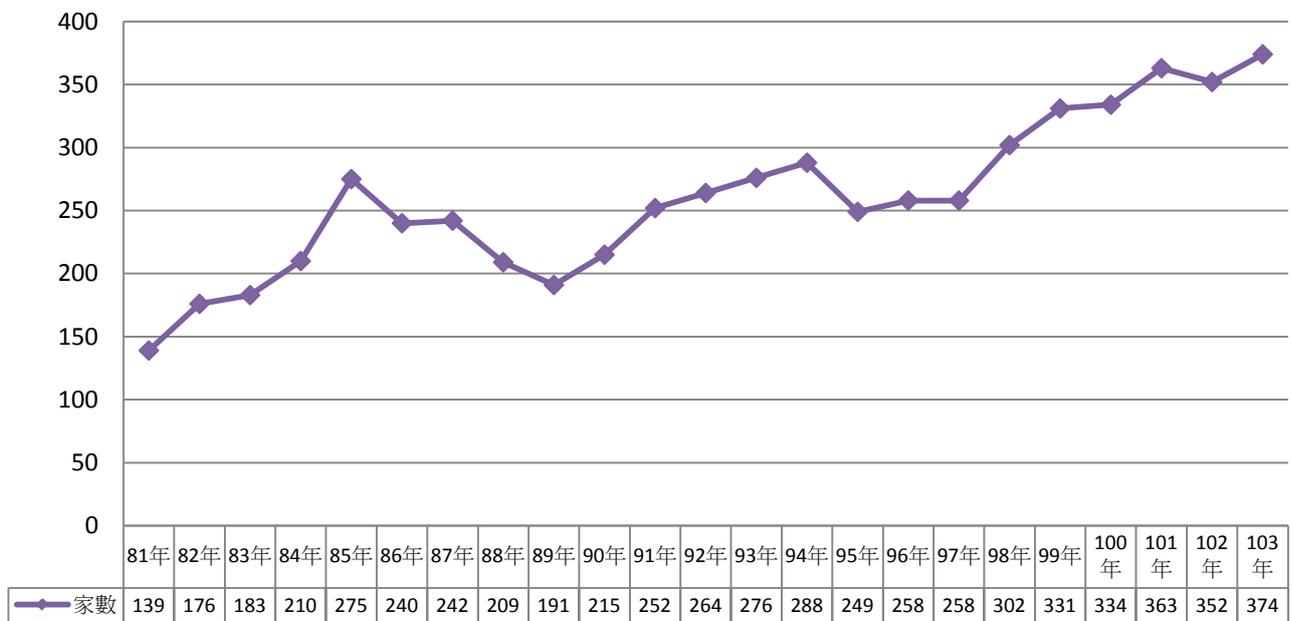


1 81年至83年無數據資料

趨勢圖 5 歷年領取佣(獎)金者之傳銷商人數²



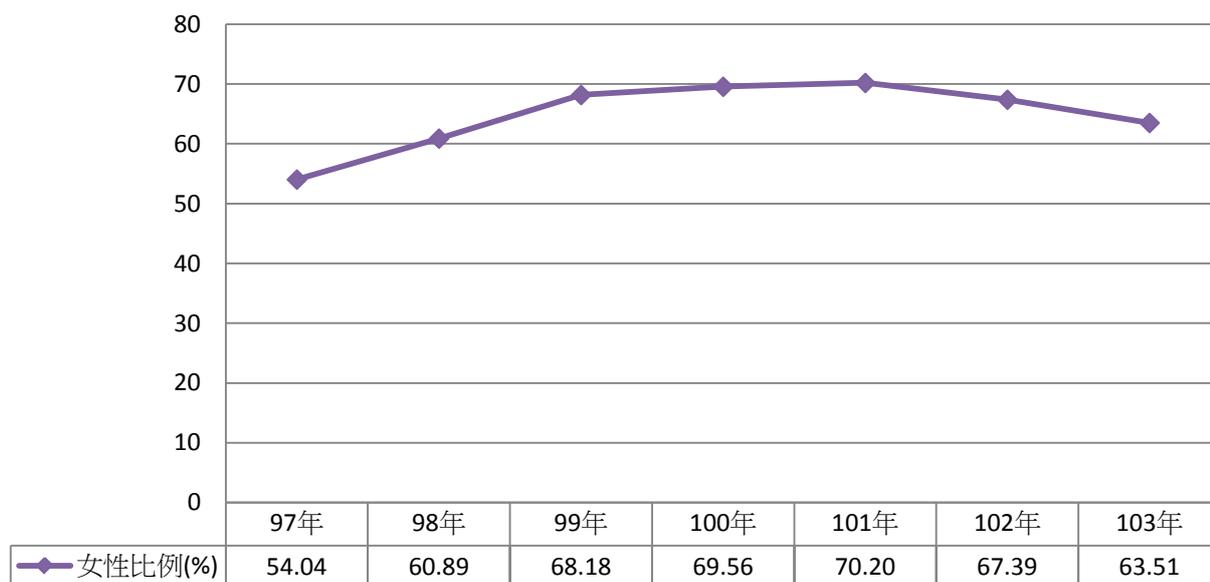
趨勢圖 6 歷年實施家數³



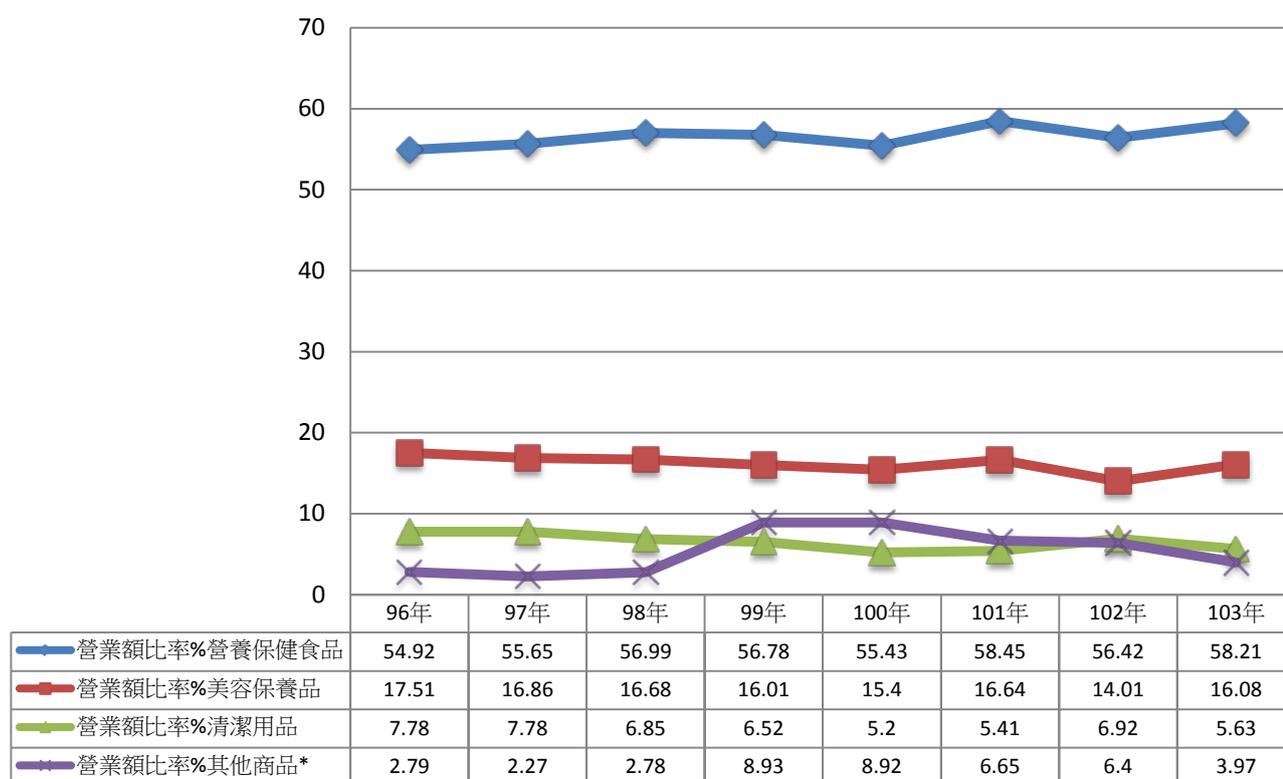
2 81年至83年無領取佣(獎)金者之傳銷商資料

3 歷年實施家數係指調查當年度有向本會回報營運資料且實施多層次傳銷之事業家數

趨勢圖 7 97-103 年女性傳銷商參與情形⁴



趨勢圖 8 96-102 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率⁵

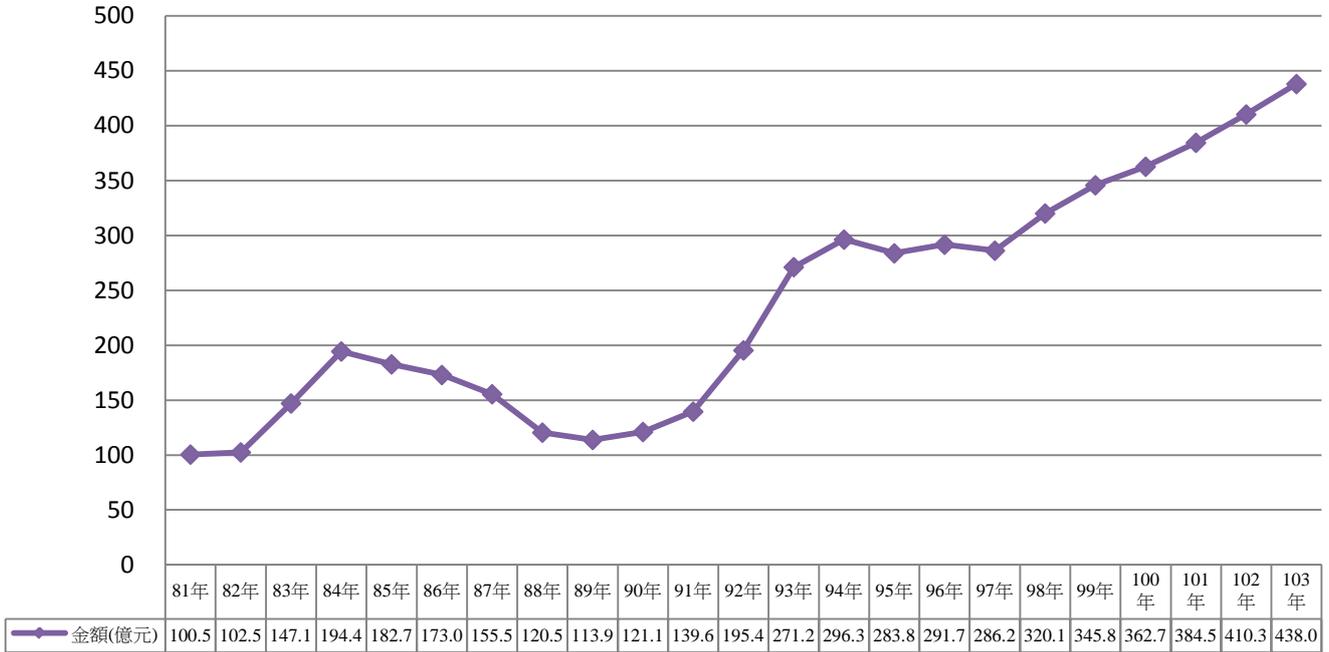


4 女性傳銷商比率係 96 年起列為調查內容

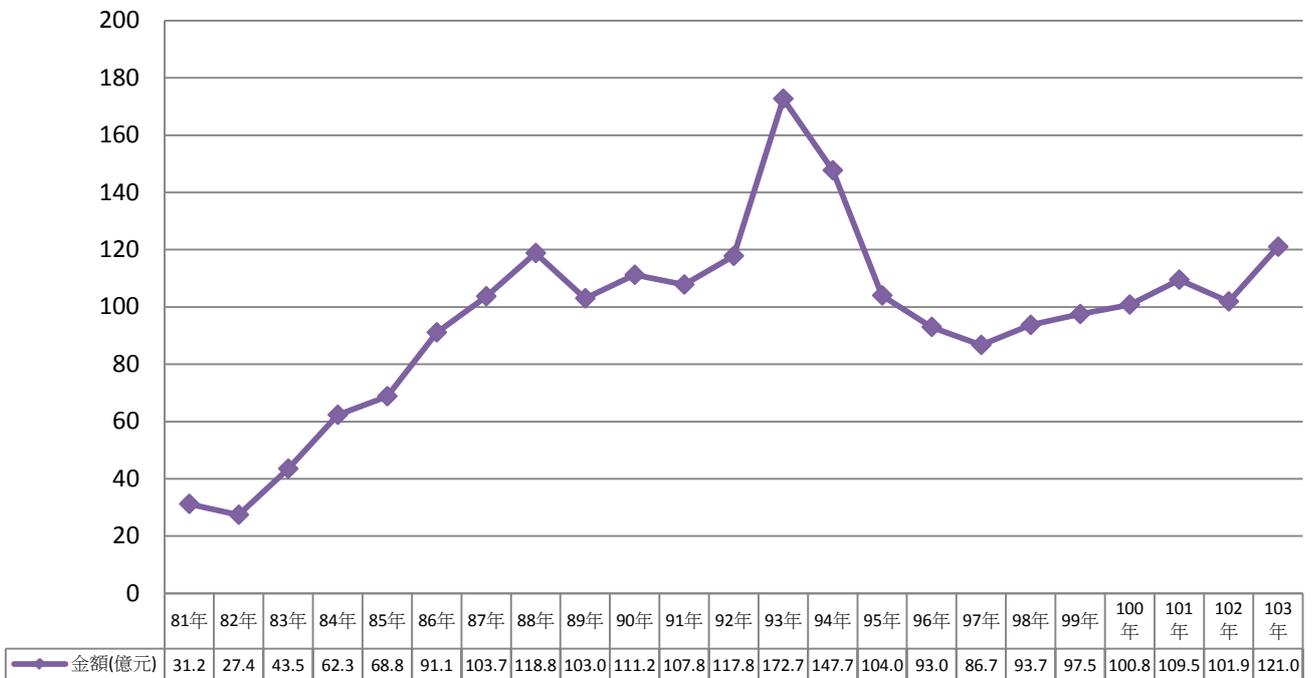
5 因受篇幅限制，僅列出 96-102(7)年之前 4 名銷售商品占整體營業額比率，另數字因僅計算 4 項商品緣故與查報結果資料有稍微差距

*：102 年之前多層次傳銷事業第 4 大之銷售品項營業額為其他商品，103 年第 4 大之銷售品項營業額為淨、濾飲水器材。

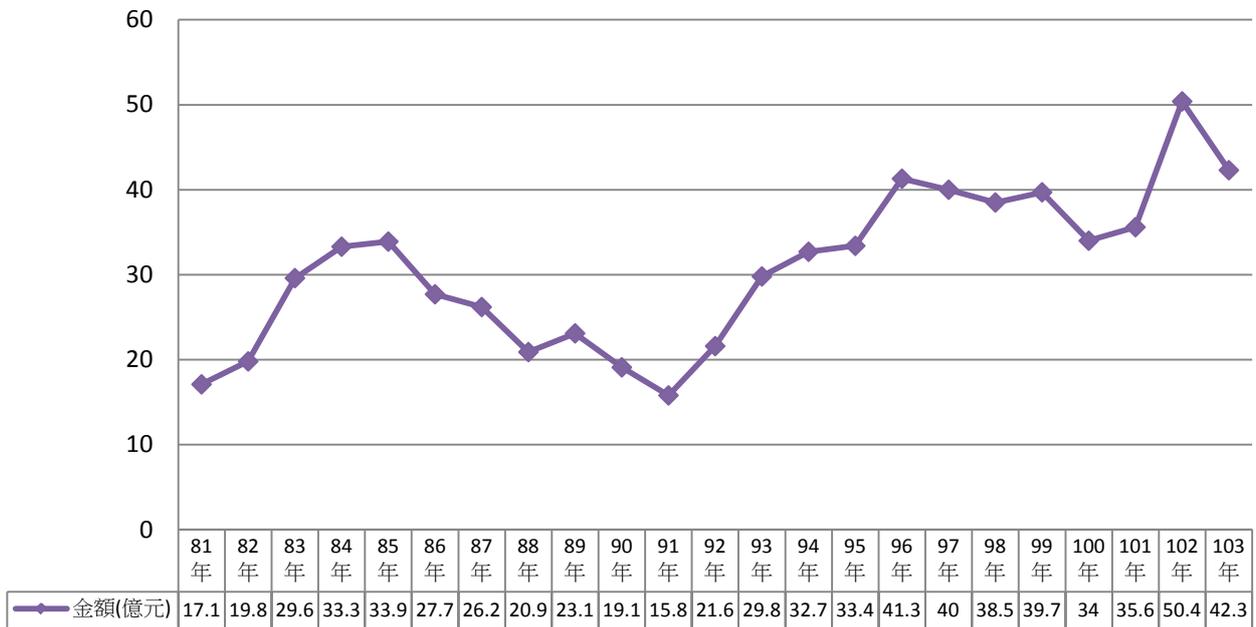
趨勢圖 9 營養保健食品歷年業總額



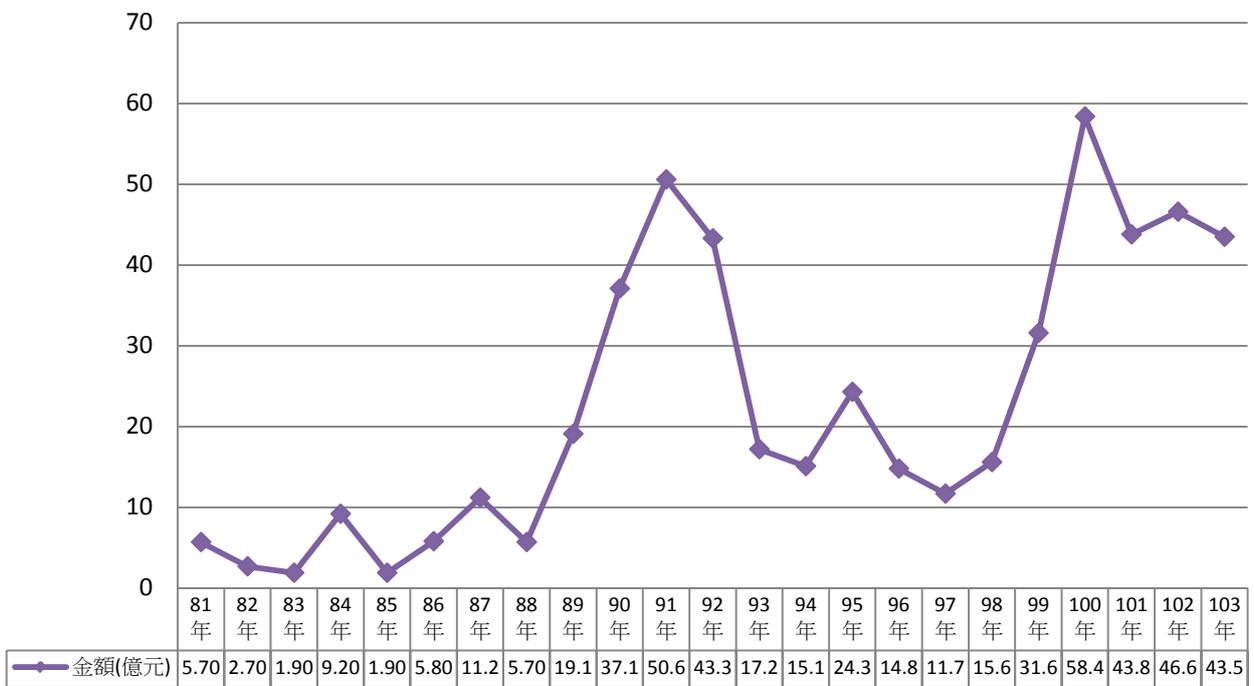
趨勢圖 10 美容保養品歷年業總額



趨勢圖 11 清潔用品歷年業總額



趨勢圖 12 其他商品⁶歷年業總額



6 其他商品係指本會調查類出 12 項商品以外之商品，包含骨灰罐、語言課程、網路商品、開運商品等

橫條圖 13 103 年傳銷商品(服務品項)營業額占多層次傳銷營業總額比率

