

中華民國 101 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 102 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) 參加人數及參加人概況.....	4
(二) 多層次傳銷營業額規模及營業方式.....	5
(三) 銷售商品或勞務類別	7
(四) 傳銷事業之進貨(製造)成本及佣金(獎金)所占比率.....	8
(五) 參加人之訂貨及領取佣金(獎金)之規模與比率.....	9
四、對未來經營概況之看法.....	11
五、總結.....	13
參、 多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖	15
肆、 統計表.....	21
伍、 附錄.....	68
一、「101年多層次傳銷事業經營發展狀況調查」實施計畫.....	68
二、多層次傳銷事業經營發展狀況調查問卷	70
三、多層次傳銷管理辦法.....	74
四、多層次傳銷事業報備及變更報備須知.....	79

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，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 101 年度多層次傳銷事業之營運全貌，故將 101 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

依據公平交易法第 23 條之 4 暨多層次傳銷管理辦法第 22 條、第 23 條規定辦理。

三、調查範圍與對象

101 年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括 101 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、財務報表經會計師簽證情形等。

（二）事業經營概況：

- 1.有效資格參加人數、實際參與傳銷活動參加人數、女性參加人數、未滿 20 歲參加人數、新加入人數、訂貨參加人數、領取佣（獎）金參加人數及退出之參加人數。
- 2.採行多層次傳銷之層級數及參加人加入之條件。
- 3.佣獎金計算、有無訂定商品價值減損計算方式及全面採行多層次傳銷、參加人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、支付參加人佣（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 101 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 101 年底數字為準。

（二）調查實施期間：102 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參加人銷售商品，每一參加人除可賺取零售利潤外，並可透過自己所招募、訓練的參加人而建立之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，因此我國公平交易法特將多層次傳銷行為納入規範，並且授權本會訂定「多層次傳銷管理辦法」，以為執行管理之依據。

依據多層次傳銷管理辦法，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 101 年底止向本會報備之多層次傳銷事業（包含於 101 年間向本會報備停止實施多層次傳銷）計 542 家，較 100 年之受調查家數 500 家，增加 42 家。

本次調查 101 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含於 101 年向本會報備停止實施者）計 542 家，實際回報事業有 444 家(81.92%¹)，該等回報事業於 101 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 363 家，較 100 年之 334 家，增加 29 家(8.68%)，另有 50 家報備事業尚未實施多層次傳銷、餘 31 家則已停（歇）業。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（101）年間仍有從事多層次傳銷行為之 363 家事業為範圍。

二、基本資料分析

（一）實施多層次傳銷時間

101 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 363 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業計 151 家（占 41.60%）居首，其次為 101 年實施傳銷之事業計 85 家（占 23.41%），民國 95 年以前實施之多層次傳銷事業共計 127 家（占 34.99%）(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，80 年以前實施者，甚至沒有變更；而 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業雖為主要傳銷市場之主力，然比較 100 年之 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數，101 年較 100 年銳減 51 家，以該期間計減少 25.25%；101 年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危機，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，然因新的多層次傳銷事業踴躍進入多層次傳銷產業，故就多層次傳銷事業家數而言，整體仍呈現穩定增加之趨勢。

¹ 由於百分比計算皆採小數點 2 位 4 捨 5 入進位，故加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
98 年	302	13	57	84	148	
99 年	331	13	57	81	180	
100 年	334	13	54	65	202	
101 年	363	13	52	62	151	85

(二) 事業國籍分布

依調查結果顯示 363 家多層次傳銷事業中，我國公司計有 309 家（占 85.12%），屬外商公司計 54 家（占 14.88%），較 100 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上升。(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
98 年	302	100.00	86.42	13.58
99 年	331	100.00	84.59	15.41
100 年	334	100.00	85.33	14.67
101 年	363	100.00	85.12	14.88

(三) 事業所在地區分布與營業據點

363 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 231 家（占 63.64%）為最多，中部地區 82 家（占 22.59%）居次，南部地區 49 家（13.50%），東部地區 1 家(表 3)。按縣市別觀之，以臺北市 155 家（占 42.70%）居首，其次為臺中市 77 家(占 21.21%)，新北市 36 家(占 9.92%)，桃園縣 32 家（占 8.82%），高雄市 30 家(占 8.26%)，此亦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。另 363 家多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括報備之登記所在地、業務處、辦事處、展示中心、發貨中心等)計 946 處，其中以北部地區 446 處(占 47.15%)為最多，其次為南部地區 248 處（26.22%），中部地區 231 處（24.42%）居第三，而東部及金馬地區僅 21 處居末。

表3 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
98年	302	191	60	49	2
99年	331	205	74	51	1
100年	334	209	73	51	1
101年	363	231	82	49	1

三、經營概況

(一) 參加人數及參加人概況

101年底參加人數²計308.9萬人，較100年底253.3萬人，增加55.6萬人(成長21.95%)。由於大部分業者並未限制其參加人不可加入其他多層次傳銷事業，因此有些參加人同時參加二個以上之事業，根據本會估算剔除重複參加人數³，101年底參加人數為276.3萬人，較100年底235.4萬人，增加40.9萬人(成長17.37%)。另依內政部統計101年底我國總人口數2,332萬人估算，平均每百人中有11.85人加入多層次傳銷；加入傳銷率(即參加傳銷人數占全國總人口數之比率)約11.85%，較100年底10.14%，增加1.71個百分點。

1. 新加入參加人規模

101年新加入之參加人數計84.9萬人，占總參加人之27.48%。觀察各事業新加入之參加人數規模，以參加人未及5百人之事業居多，計227家(占62.53%)，其次為參加人1千人至未及1萬人之事業，計71家(占19.56%)，新加入參加人規模達5萬人以上之事業計2家，均為多層次傳銷營業額達新臺幣(下同)10億元以上之事業。

2. 參加人人數規模

101年底參加人總數308.9萬人，平均每家參加人人數8,509人。觀察參加人人數規模，以未及1千人之事業最多，計236家(占65.01%)；其次是1千人至未及1萬人之事業，計92家(占25.34%)；1萬人至未及5萬人之事業，計24家(占6.61%)；而參加人人數在5萬人至未及10萬人及10萬人以上之事業分各有5家及6家。另多層次傳銷營業額大小亦與參加人數規模息息相關，多層次傳銷營業額未及1百萬元，計有66家事業，其中，其參加人人數未及千人就有64家；而多層次傳銷營業額逾10億元以上有12家事業，其參加人數在1萬人以上至未及5萬人，計有5家，參加人數在5萬人以上至未及10萬人者4家，10萬人以上則有3家。(表4)

²「參加人數」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。

³剔除重複數係本會針對100年查報總參加人數名列前75名之事業以及其他願意提供資料之事業予以計算事業參加人參加其他傳銷事業之比例而得。

表 4 參加人人數分布規模(按多層次傳銷營業額分)

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 萬人 以上
總計	363 (3,088,880)	236 (66,043)	92 (320,840)	24 (519,946)	5 (325,472)	6 (1,856,579)
未及 1 百萬元	66 (19,597)	64 (3,404)	1 (2,557)	1 - (13,636)	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	98 (32,309)	95 (22,450)	3 - (9,859)	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	129 (232,990)	73 (38,310)	52 (124,123)	4 - (70,557)	-	-
1 億元至未及 5 億元	48 (466,229)	4 (1,879)	33 (160,898)	9 (141,767)	1 (52,000)	1 (109,685)
5 億元至未及 10 億元	10 - (520,867)	-	3 (23,403)	5 - (105,115)	-	2 (392,349)
10 億元以上	12 (1,816,888) -	-	-	5 (188,871)	4 (273,472)	3 (1,354,545)

3. 女性參加人比率分布

調查結果顯示，女性參加人計 216.85 萬人，占參加人比率 70.20%，再依各事業女性參加人比率觀察，女性參加人比率以介於 50%至 74%之事業最多，計 219 家（占 60.33%），其次為 75%至 89%之事業 59 家（占 16.25%）；而未及 25%以上 17 家（4.68%）居末，自 96 年將女性參加人列為調查對象後，女性參加人比例逐年增加，女性參加人一直是傳銷市場主力。（圖 1、趨勢圖 7）

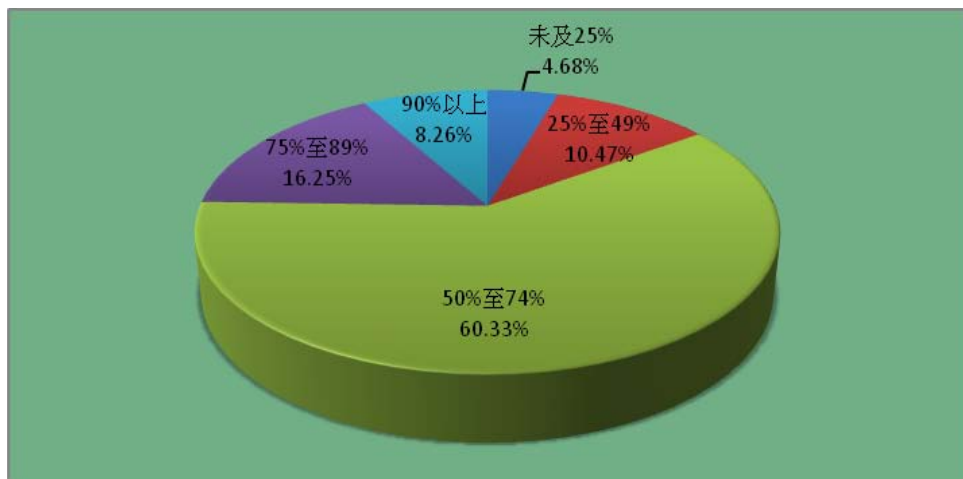


圖 1 女性參加人比率分布

(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

依據 363 家多層次傳銷事業資料顯示，101 年該業營業總額 658.16 億元，較 100 年 654.30 億元，增加 3.86 億元（成長 0.59%）。倘就以往營業規模觀之，101 年之營業額乃是自 94 年達 683.70 億之高峰後，連續 3 年營業額破 600 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 億元之事業最多（營業額計 467,581 萬元占 7.10%），其次為 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業（營業額計 41,213 萬元占 0.63%）、未及 1 百萬（營業額 2,187 萬元占 0.03%）及 1 億元至未及 5 億元者（營業額計 1,163,478 萬元占 17.68%）。而 10 億元以上之事業共有 12 家，其家數雖占全部家數 3.31%，惟其參加人占參加人總數 58.82%，營業額達 4,215,285 萬元，占多層次傳銷產業總值 64.05%；足見多層次傳銷事業之營業規模與參加人人數多寡息息相關，且事業間之參加人人數與營業額差距甚大。（表 5、趨勢圖 1）

表 5 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 (家)	結構比(%)	營業額 (百萬元)	占營業總額比率(%)
總計	363	100.00	65,816.18	100.00
未及 1 百萬元	66	18.18	21.87	0.03
1 百萬元至未及 1 千萬元	98	27.00	412.13	0.63
1 千萬元至未及 1 億元	129	35.54	4,675.81	7.10
1 億元至未及 5 億元	48	13.22	11,634.78	17.68
5 億元至未及 10 億元	10	2.75	6,918.75	10.51
10 億元以上	12	3.31	42,152.85	64.05

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，參加人給付一定代價，以取得推廣、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。而所謂給付一定代價，即具有給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務等。

依調查結果得知，363 家事業中訂有加入條件之事業計 314 家（占 86.50%），就加入條件觀察（可複選），以需訂購產品 224 家（占 61.71%）為最多，其次依序為其他方式 112 家（占 30.85%）、需購買資料袋計 82 家（占 22.59%）、需達一定營業標準 32 家（占 8.82%）、參加講習會或類似活動 30 家（占 8.26%）、需繳納保證金或入會費 2 家（占 0.55%）。（表 6）

表 6 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	限制條件					其他
			繳納保證金或入會費	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	
總計	49	314	2	224	30	82	32	112
未及 1 百萬元	12	54	1	42	8	12	7	15
1 百萬元至未及 1 千萬元	12	86	1	65	9	16	11	24
1 千萬元至未及 1 億元	16	113	-	89	7	24	7	50
1 億元至未及 5 億元	7	41	-	21	3	17	6	17
5 億元至未及 10 億元	1	9	-	3	1	5	1	2
10 億元以上	1	11	-	4	2	8	-	4

(2) 採多層次傳銷經營

101 年完全採用多層次傳銷方式之事業計 276 家(占 76.03%)，另 23.97%之事業採取多元的行銷策略，除傳統行銷方式外，並兼採多層次傳銷手法行銷。

(3) 傳銷事業採用網路行銷

101 年採行網路行銷之多層次傳銷事業，其中，傳銷事業提供線上訂購者，共有 130 家(占 35.81%)，另外，傳銷事業設置網路商城者，共有 78 家(占 21.49%)。

(三) 銷售商品或勞務類別

為了解多層次傳銷事業銷售商品或勞務種類，特將商品分成 13 類，按各種品項商品之銷售家數觀察，101 年仍以販售營養保健食品 281 家(占 77.41%)居冠，販售美容保養品 186 家(占 51.24%)居次，第三為清潔用品 108 家(占 29.75%)。

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 384.51 億元(占 58.42%)，其次為美容保養品 109.54 億元(占 16.64%)，第三位為其他商品 43.81 億元(占 6.66%)，第四則為清潔用品 35.6 億元(占 5.41%)。就各類商品營業額結構以觀，101 年營養保健食品、美容保養品、清潔用品、廚具餐具、資訊商品等營業額比率較 100 年略有上升，其餘商品則較 100 年均微幅下降，惟整體而言，變化不大。(表 7)

表 7 101 年多層次傳銷商品或勞務銷售概況

商品名稱	事業家數* (家)	結構比* (%)	銷售額 (百萬元)	結構比 (%)
總計	363	100.00	65,816.18	100.00
1.營養保健食品	281	77.41	38,451.40	58.42
2.減重食品	29	7.99	1,357.28	2.06
3.美容保養品	186	51.24	10,953.89	16.64
4.清潔用品	108	29.75	3,560.28	5.41
5.健康器材	41	11.29	1,375.61	2.09
6.淨、濾飲水器材	43	11.85	2,289.98	3.48
7.衣著與飾品	40	11.02	1,591.47	2.42
8.寢具	18	4.96	478.20	0.73
9.圖書文具及錄影音帶	38	10.47	225.83	0.34
10.廚具、餐具	9	2.48	298.56	0.45
11.資訊商品	22	6.06	463.52	0.70
12.服務類商品	10	2.75	388.93	0.59
13.其他	68	18.73	4,381.22	6.66

說明：*部分事業兼售二種類型以上之商品或勞務，因此事業家數總和大於 363 家，事業家數之結構比相加亦超過 100%。

(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 363 家多層次傳銷事業資料顯示，101 年該業進貨(製造)成本計 177.14 億元，占營業總額 658.16 億元之 26.91%，較 100 年 30.99%，下降 4.08 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 111 家(占 30.58%)是最多，其次 10%至未及 20%之事業 86 家(占 23.69%)，30%至未及 40%之事業 69 家(占 19.01%)再次之。(表 8)

表 8 進貨(製造)成本家數比率分布

單位：%

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
98 年	28.73	100.00	8.28	16.89	34.77	21.85	7.28	3.64	2.98	4.30
99 年	28.26	100.00	7.85	21.45	30.82	24.47	5.44	4.23	1.81	3.93
100 年	30.99	100.00	7.78	23.35	31.14	20.36	5.09	2.69	2.40	7.19
101 年	26.91	100.00	7.44	23.69	30.58	19.01	5.79	5.79	3.03	4.68

2. 傳銷事業之佣(獎金)支付比率

由於參加人與多層次傳銷事業間並無僱傭之關係，參加人薪酬全視業績而定，優渥的獎金支付制度及福利計畫係吸引參加人加入之重要誘因，依調查結果顯示，101 年多層次傳銷事業佣(獎金)支出計 245.88

億元，占該業營業總額 658.16 億元之 37.36%，較 100 年之佣(獎)金支付比率 36.49%，上升 0.87 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 97 家（占 26.72%），其次為 40%至未及 50%之事業 72 家（占 19.83%），第三為 20%至未及 30%之事業 62 家（占 17.08%）。(表 9)

表 9 佣(獎)金支付家數比率

單位：%

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
98 年	35.89	100.00	3.97	8.94	15.23	23.51	24.17	13.58	5.63	4.97
99 年	38.02	100.00	5.44	9.06	15.41	29.91	22.96	11.78	2.42	3.02
100 年	36.49	100.00	8.98	10.48	14.67	29.64	21.26	11.68	1.80	1.50
101 年	37.36	100.00	9.37	10.19	17.08	26.72	19.83	11.85	3.03	1.93

(五) 參加人之訂貨及領取佣金（獎金）之規模與比率

1. 訂貨參加人人數規模分布

由於多層次傳銷事業對參加人資格並無嚴格限制，部分產品愛用者亦被視同參加人，致實際從事傳銷者之規模遠比參加人數少。根據調查結果顯示，101 年曾訂貨之參加人計 146.1 萬人，占參加人總數比率 47.30%；觀察 101 年訂貨參加人人數規模，訂貨參加人數規模以未及 1 千人之事業為最多，計 263 家(占 72.45%)，其中 196 家係於 96 年以後實施多層次傳銷；其次為訂貨參加人人數規模為 1 千人至未及 5 千人之事業計 63 家(占 17.36%)；另訂貨參加人達 3 萬人以上之事業計 10 家，其中營業額超過 1 億元至未及 10 億元有 1 家，家營業額逾 10 億元以上，計 9 家，且 96 年以後新加入之事業已有 1 家超過 3 萬人以上之訂貨參加人，是依現有情形，傳銷事業至少須有 5 年以上的發展，方可達成一定之營業規模。(表 10)

表 10 訂貨參加人人數規模分布—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 萬至 未及 3 萬人	3 萬人 以上
總計	363	263	63	17	10	10
未及 1 百萬元	66	66	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	98	97	1	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	129	89	39	1	-	-
1 億元至未及 5 億元	48	11	21	14	2	-
5 億元至未及 10 億元	10	-	2	2	5	1
10 億元以上	12	-	-	-	3	9

2. 參加人訂貨比率結構分布

101 年多層次傳銷事業之參加人訂貨比率（即各事業之訂貨人數與各事業參加人之比率）結構分布，其中以參加人訂貨比率 60% 以上之事業為最多，計有 262 家（占 72.18%），而這 262 家中，96 年至 100 年開始實施多層次傳銷者有 106 家，101 年以後實施多層次傳銷者有 70 家，其次為訂貨比率未及 15% 之事業計 40 家（占 11.02%），訂貨比率 40% 至 59% 之事業居第三位計 33 家（占 9.09%）；又訂貨比率 25% 至 60% 以上者共有 312 家，其中 96 年至 100 年開始實施多層次傳銷者有 132 家，101 年以後實施多層次傳銷者有 76 家。（表 11）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，但其參加人實際參與營運卻相對積極踴躍得多。

表 11 參加人訂貨比率結構分布

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	363	40	11	17	33	262
未及 1 百萬元	66	18	2	1	5	40
1 百萬元至未及 1 千萬元	98	6	2	4	5	81
1 千萬元至未及 1 億元	129	9	5	6	14	95
1 億元至未及 5 億元	48	5	1	5	8	29
5 億元至未及 10 億元	10	1	1	1	1	6
10 億元以上	12	1	-	-	-	11

3. 參加人領取獎金或佣金之人數規模及分布情形

由於參加人和多層次傳銷事業間無僱傭關係，為促使參加人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。101 年領取佣金或獎金者之平均金額為 32,434 元，較去（100）年之平均額高 2,425 元。101 年曾領取獎金或佣金之參加人計 75.8 萬人，占參加人人數比率 24.54%。

觀察 101 年領取獎金參加人之人數規模，以領獎金人數未及 1 千人之事業最多，計 282 家（占 77.69%），其中 84 家係於 101 年以後實施多層次傳銷，其次為領獎金人數 1 千人至未及 5 千人之事業 54 家（占 14.88%），而領獎金人數超過 3 萬人以上之事業共有 3 家，其多層次傳銷營業額均逾 10 億元。（表 12）

表 12 領取佣金或獎金參加人人數規模分布—按多層次傳銷營業額分

單位：家

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 萬至 未及 3 萬 人	3 萬人 以上
總計	363	282	54	16	8	3
未及 1 百萬元	66	66	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	98	98	-	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	129	107	21	1	-	-
1 億元至未及 5 億元	48	11	31	6	-	-
5 億元至未及 10 億元	10	-	2	6	2	-
10 億元以上	12	-	-	3	6	3

101 年多層次傳銷各事業參加人領取平均（佣）獎金之分布，以平均 1 萬元至未及 5 萬元之事業計 185 家（占 50.96%）為最多；其次為未及 1 萬元之事業計 113 家（占 31.13%）；5 萬元至未及 10 萬元之事業計有 41 家（占 11.29%）再次之；而平均能領取 20 萬元至未及 30 萬元及 30 萬元以上之事業分別各有 2 家及 3 家（各占 0.55%及 0.83%）。（表 13）

表 13 各事業領取佣（獎）金參加人平均佣（獎）金家數分布情形

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
98 年	676	29,819	100.00	28.15	55.96	9.60	4.97	0.33	0.99
99 年	819	28,277	100.00	29.00	57.70	8.46	3.02	0.91	0.91
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

四、對未來經營概況之看法

（一）預期 102 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 102 年多層次傳銷營業額增減之看法，認為較 101 年增加之事業最多，計 200 家（占 55.10%），其次為持平計 109 家（占 30.03%），認為將減少之事業計 54 家；預期 101 年營業額增加或持平之事業合計占 85.13%，足見絕大多數傳銷事業對 102 年營運狀況抱持著樂觀的預期。（表 14）

表 14 預期來年營業額變動看法

單位：%

資料年別	總計	預期增加	預期減少	預期持平
98 年	100.00	59.27	10.26	30.46
99 年	100.00	55.89	18.43	25.68
100 年	100.00	50.90	14.97	34.13
101 年	100.00	55.10	14.88	30.03

(二) 預期 102 年傳銷組織規模擴增

觀察事業對 102 年多層次傳銷組織之看法，其中以認為較 101 年擴增為最多，計 200 家（占 55.10%），其次認為差不多計 113 家（占 31.13%），認為縮減者 50 家（占 13.77%）。由於多層次傳銷組織規模與營業額之大小相繩，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。

(三) 經營可能面臨之問題（複選題）

對於未來經營之看法，擔憂市場不景氣計有 186 家（占 51.24%）居首，其次為同類產品競爭加劇有 171 家（占 47.11%），再次之憂心非法多層次傳銷業之破壞有 169 家（占 46.56%）、參加人數減少 148 家（占 40.77%）、市場漸趨飽和計 125 家（占 34.44%）及傳統通路競爭激烈 93 家（占 25.62%），認為不會有問題計 64 家（占 17.63%）（表 15）；另外，在 102 年營業據點拓展，有 272 家（74.93%）暫無拓展營業據點計畫，而有 91 家（25.07%）有拓展營業據點計畫，顯見傳銷事業在營業據點拓展上更加考量所面臨經營問題而更審慎。

表 15 預期未來經營面臨問題（複選）

單位：%

年底別	市場 漸趨飽和	參加人數 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
98 年	27.48	31.79	48.68	28.15	40.73	49.01	15.23	5.96
99 年	27.49	35.35	47.73	29.91	41.09	35.95	15.11	7.25
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

五、總結

綜上，截至 101 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 542 家（包含於 101 年向本會報備停止實施多層次傳銷），實際回報事業有 444 家(81.92%)，其中扣除 50 家報備事業 101 年未實施多層次傳銷、31 家已停（歇）業之事業，101 年回報事業仍有實際從事多層次傳銷計 363 家，調查結果摘要如下：

- (一) 傳銷市場事業進出變動頻繁，整體家數穩定成長：以實施多層次傳銷時間觀察，96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業計 151 家（占 41.60 %）居首，其次為 101 年實施傳銷之事業計 85 家（占 23.42 %），二者合計共 236 家（占 65.02 %）。比較歷年事業實施多層次傳銷之時間分布，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，96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數最多，然 101 年較 100 年已銳減 51 家，以該期間計減少 25.25%，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，所面臨之市場競爭淘汰相對嚴峻，然因新的多層次傳銷事業踴躍進入多層次傳銷產業，故整體多層次傳銷事業家數仍呈穩定增加。
- (二) 事業所在地區分布以北部最多：按縣市別觀察，以臺北市 155 家（占 42.70%）居首，其次為臺中市 77 家(占 21.21%)，二者合計 232 家（占 63.91%），顯見多層次傳銷係運用「人際網絡關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點會以人口較稠密之都會區為優先。
- (三) 參加人數及參加人人數規模：
 1. 參加人數：101 年底參加人數計 308.9 萬人，較 100 年底 253.3 萬人，增加 55.6 萬人(成長 21.95%)。剔除重複計算人數，估算 101 年底參加人數為 276.3 萬人，較 100 年底 235.4 萬人，增加 40.9 萬人(成長 17.37%)。
 2. 101 年新加入之參加人：共計 84.9 萬人，占參加人總數 27.48%，較 100 年之新加入參加人 85.3 萬人，減少 0.4 萬人，下降 0.47%。
 3. 女性參加人為傳銷市場主力：101 年底女性參加人計 216.85 萬人；占總參加人比率 70.20%，較 100 年之 69.58%，則上升 0.62 個百分點。
- (四) 加入傳銷率：101 年底加入傳銷率 11.85%，即平均每百人中有 11.85 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：

101 年 363 家多層次傳銷事業之營業總額 658.16 億元，較 100 年 654.3 億元，增加 3.86 億元(成長 0.59%)，平均每家營業額 1 億 8,131 萬元，較 100 年 1 億 9,590 萬元，減少 1,459 萬元（減少 7.45%）。其中營業額 10 億元以上之事業有 12 家（100 年為 13 家），其營業總額達 421.53 億元，占全體年營業總額 64.05%，平均每家營業額 35 億 1,274 萬元，較 100 年 32 億 3,159 萬元增加 2 億 8,115 萬元（增加 8.70%）；而營業額 1 億元至未及 10 億元之事業，其事業家數為 58 家（100 年為 61 家），營業額為 185.54 億元，占全體年營業額 28.19%，較 100 年 186.55 億元減少 1.01 億元。
- (六) 事業參加人人數規模：101 年參加人總數為 308.9 萬人，平均每家參加人人數為 8,510 人。觀察參加人人數規模，以參加人未及 1 千人之事業最多，計 236 家(占 65.01%)，其次是 1 千人至未及 1 萬人之事業，

計 92 家(占 25.34%)，1 萬人至未及 5 萬人之事業，計 24 家(占 6.61%)再次之，而參加人人數在 5 萬人至未及 10 萬人與 10 萬人以上之事業分別有 5 家及 6 家，顯見參加人人數規模大小甚為懸殊。

(七) 銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：101 年銷售額以營養保健食品為最大，計 384.51 億元(占 58.42%)，其次為美容保養品 109.54 億元(占 16.64%)，第三位為其他商品 43.81 億元(占 6.66%)，第四則為清潔用品 35.6 億元(占 5.41%)；四者計占營業總額 87.13%。

(八) 進貨(製造)成本及佣(獎)金支出概況：

1. 進貨(製造)成本：101 年多層次傳銷事業進貨(製造)成本計 177.14 億元，占營業總額 658.16 億元之 26.91%，較 100 年 30.99%，減少 4.08 個百分點。

2. 佣(獎)金支出：101 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出 245.88 億元，占營業總額 37.36%，較 100 年 36.49%，上升 0.87 個百分點。

(九) 訂貨參加人人數及比率：101 年曾訂貨參加人計 146.1 萬人，占參加人總數(即訂貨參加人比率)47.30%。

(十) 領取佣(獎)金人數：101 年曾領取佣(獎)金之參加人計 75.8 萬人，占參加人總數 24.54%。平均每
人獲得佣(獎)金 32,434 元，較 100 年 30,009 元增加 2,425 元。

(十一) 對未來營運之看法：

1. 預期 102 年營業額持續成長者居多：認為 102 年營業額較 101 年增加之事業 200 家(占 55.10%)，認為將減少者 54 家(占 14.88%)，足見傳銷事業對未來營運，看好者居多。

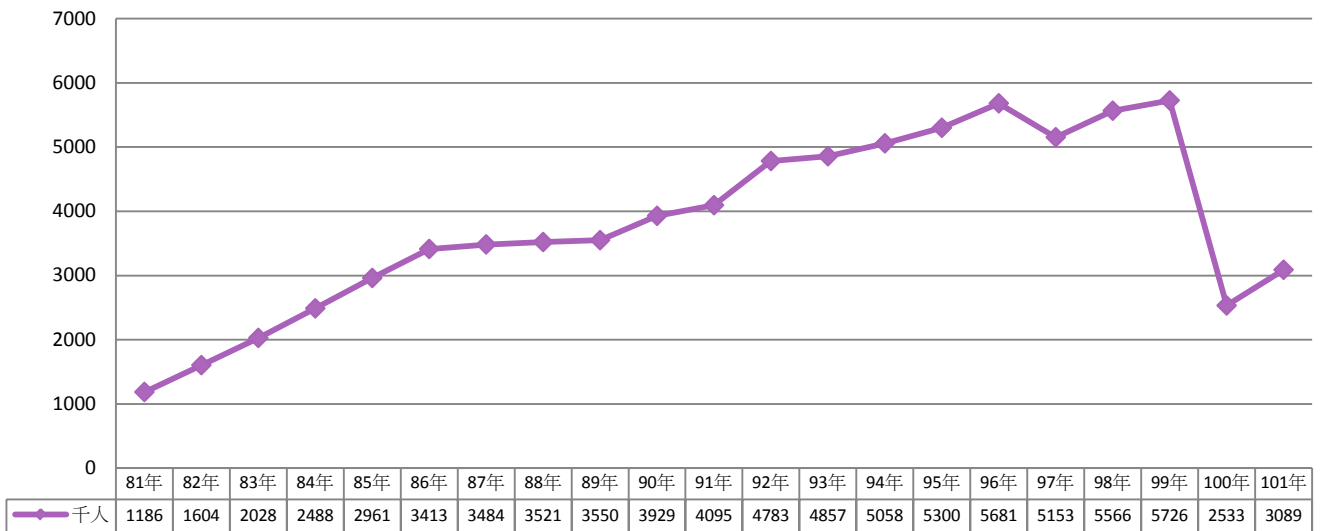
2. 未來經營可能面臨之問題：擔憂市場不景氣占 51.24%居首，其次為同類產品競爭加劇占 47.11%，認為非法多層次傳銷業破壞者占 46.56%居第三，再次者為參加人數減少占 40.77%。比較 100 年資料，認為未來事業將面臨市場不景氣，由第三位躍居為業者預期未來經營問題的首位，另認為市場漸趨飽合，則較 100 年增加 6.9 個百分點，可見事業對於影響未來營運之因素隨經濟環境而有差異。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

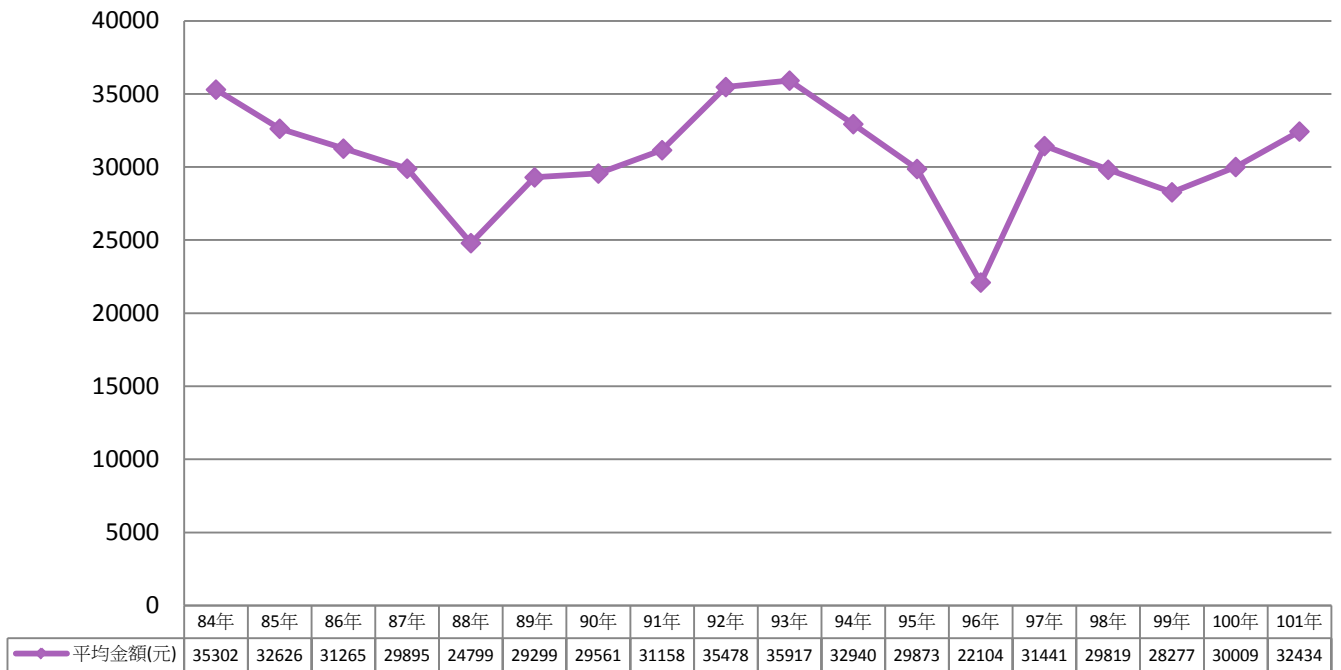
趨勢圖 1 歷年營業總額



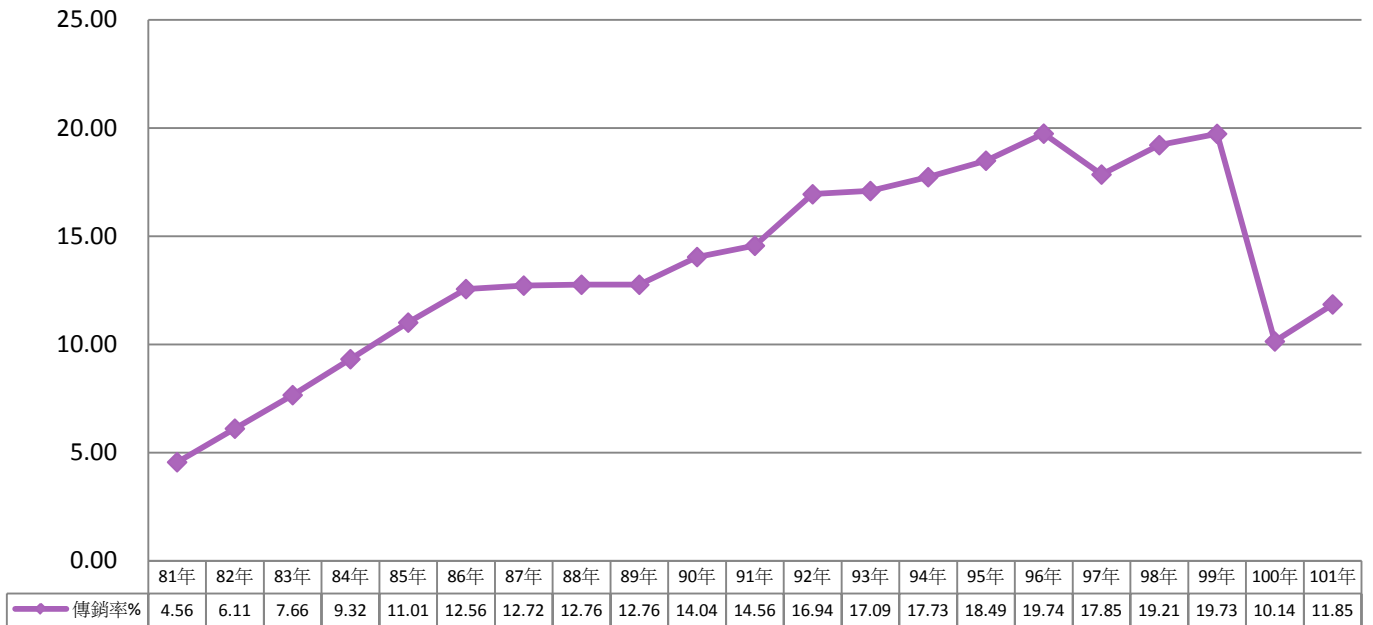
趨勢圖 2 歷年參加人數



趨勢圖 3 歷年領取佣獎金者之平均佣獎金額¹



趨勢圖 4 歷年加入傳銷比率

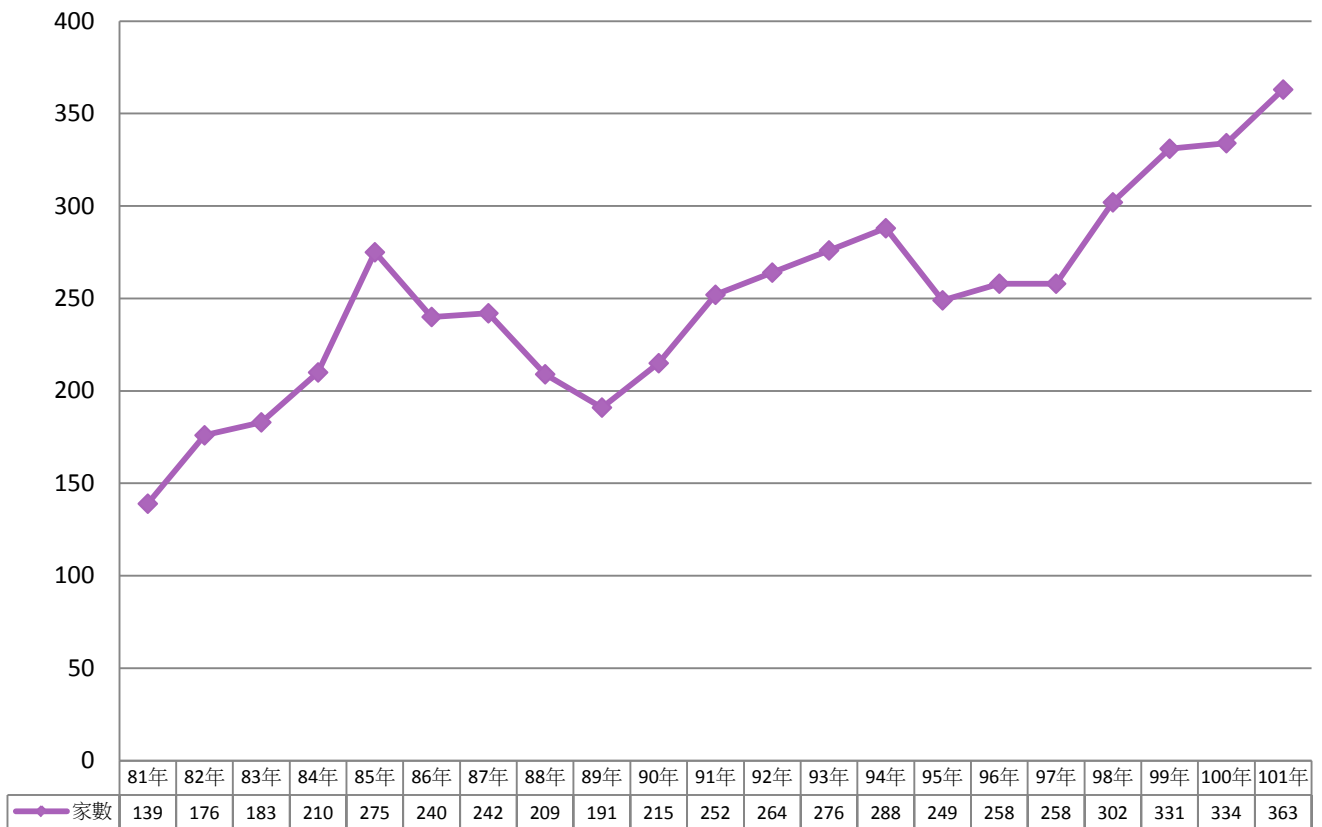


¹ 81年至82年無數據資料

趨勢圖 5 歷年領取佣(獎)金之參加人數²



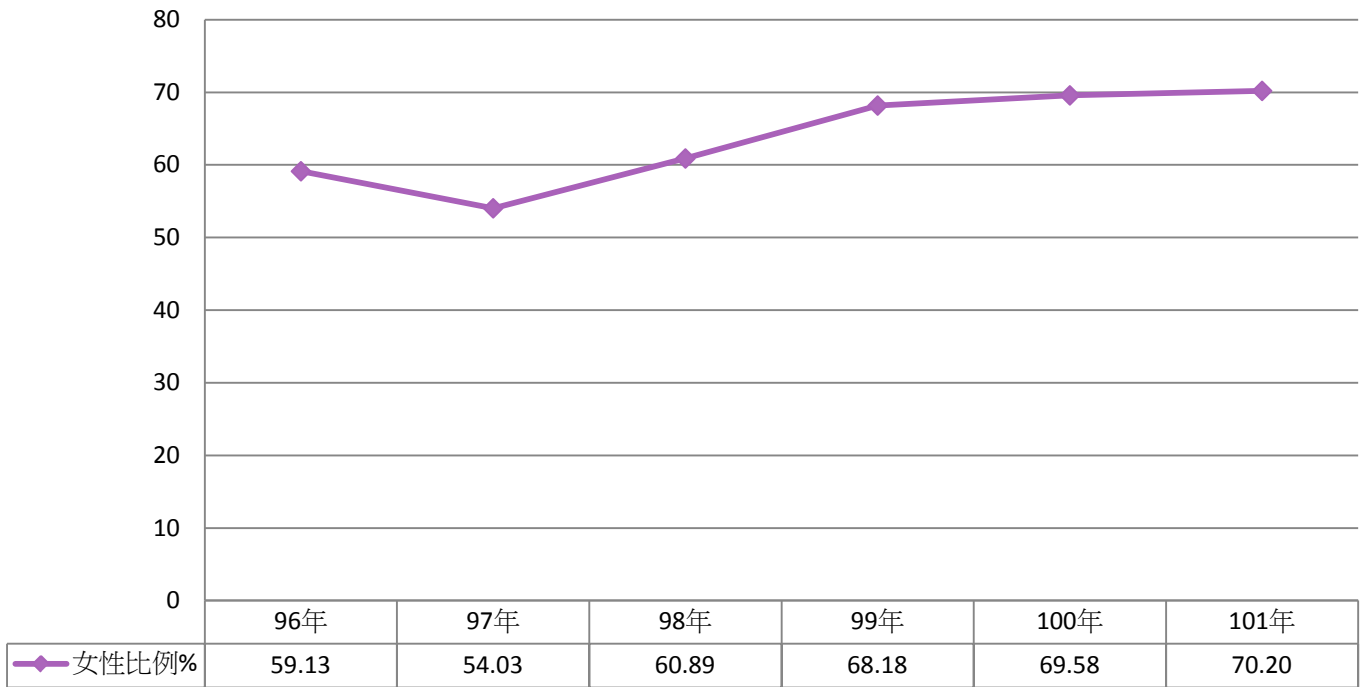
趨勢圖 6 歷年實施家數³



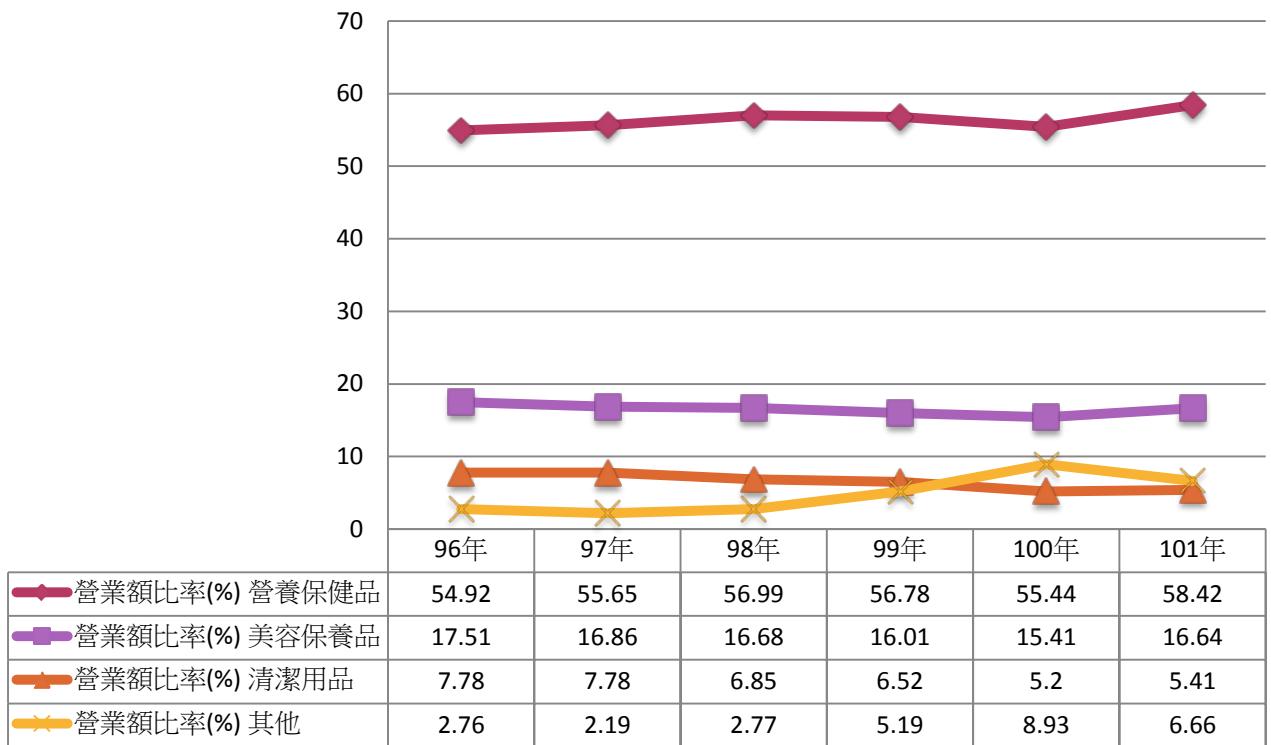
² 81年至83年無領取獎佣金之參加人資料

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有實施多層次傳銷之事業家數

趨勢圖 7 96-101 年女性參加人比率⁴



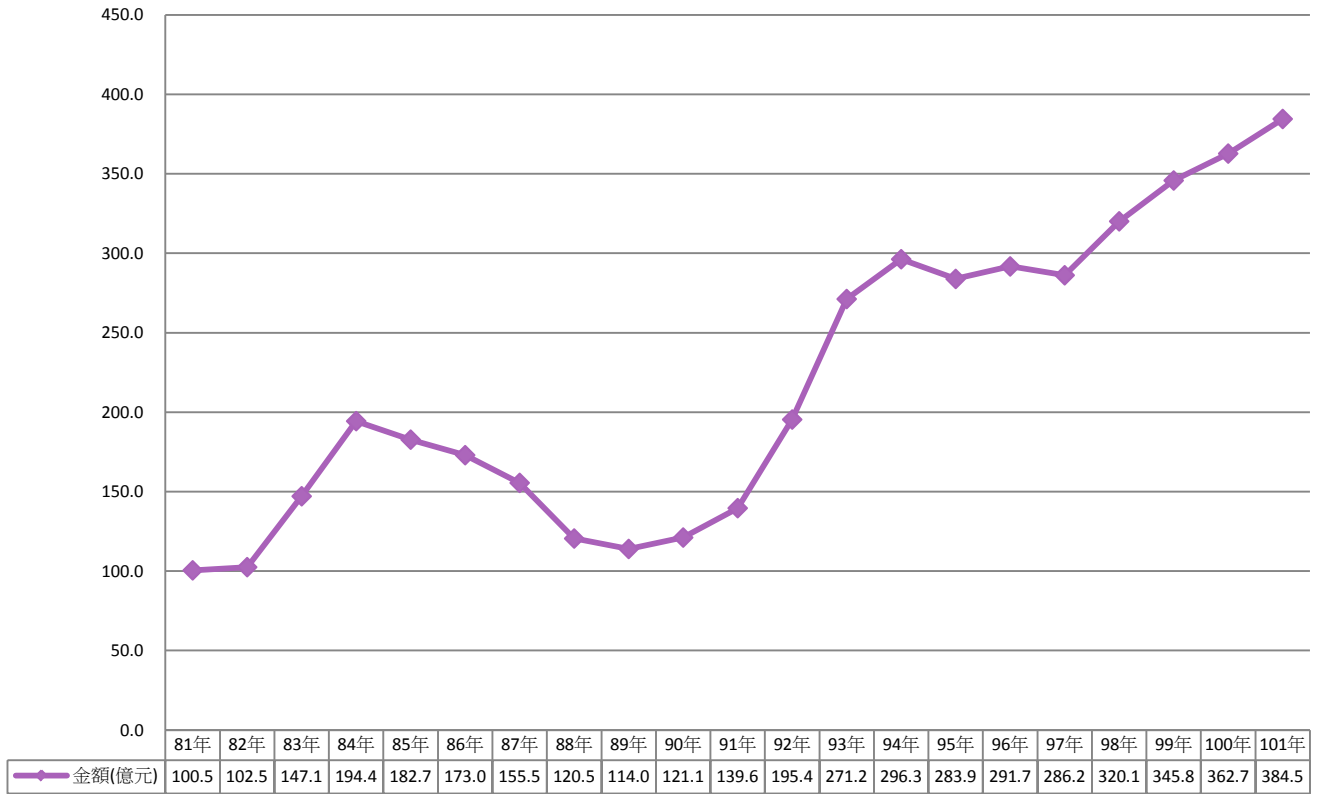
趨勢圖 8 96-101 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率⁵



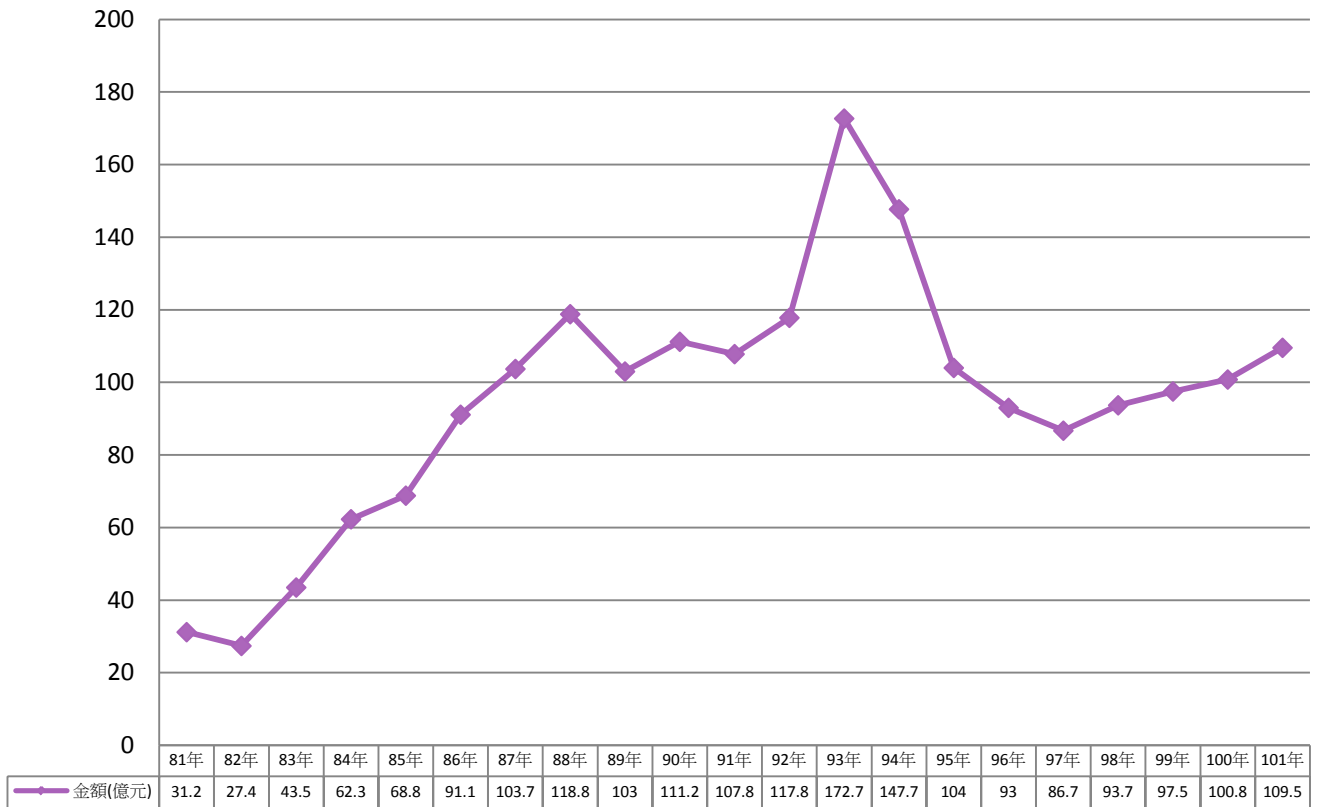
⁴ 女性參加人比率係 96 年起列為調查內容

⁵ 因受篇幅限制，僅列出 96-101 (6) 年之前 4 名銷售商品營業額占整體營業額比率，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

趨勢圖 9 營養保健食品歷年營業額



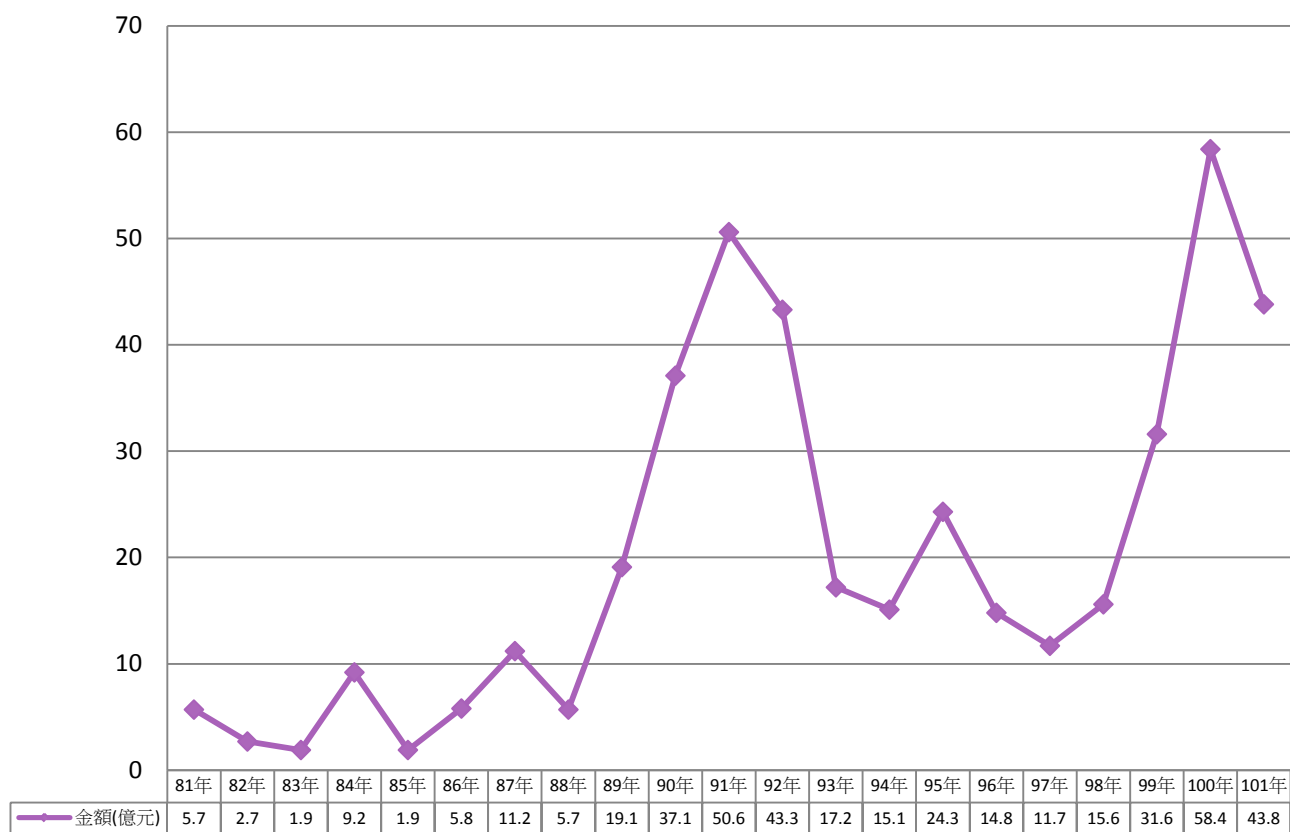
趨勢圖 10 美容保養品歷年營業額



趨勢圖 11 清潔用品歷年營業額



趨勢圖 12 其他商品⁶歷年營業額



⁶ 其他商品係指本會調查分類出 12 項商品以外之商品，包括骨灰罐、語言課程、網路商品、開運商品、一般食品等