

中華民國 96 年
多層次傳銷事業經營概況調查報告

行政院公平交易委員會編印

中華民國 97 年 6 月出版

目 錄

壹、調查概要	1
貳、提要分析	2
參、統計表	
表 1 多層次傳銷事業成立時間	20
表 2 營業據點分布概況	21
表 3 平均每家事業參加人與傳銷商人數統計	22
表 4 參加人及傳銷商規模	
(一) 參加人規模	23
(二) 傳銷商規模	24
表 5 女性傳銷商比率	25
表 6 專職傳銷商比率	26
表 7 新加入傳銷商規模	27
表 8 訂貨傳銷商規模	28
表 9 傳銷商訂貨比率	29
表 10 領取佣金或獎金傳銷商規模	30
表 11 傳銷商領取佣金或獎金比率	31
表 12 領取佣(獎)金傳銷商平均領取佣(獎)金分布	32
表 13 聘級分布	33
表 14 傳銷商之加入條件統計	34
表 15 對傳銷商之營業要求	36
表 16 福利措施	38
表 17 傳銷商佣(獎)金計算方式	40
表 18 傳銷商佣(獎)金計算基準	42

表 19 退貨金額統計	43
表 20 訂定退貨商品價值減損規範統計	44
表 21 續約費用及續約效期統計	45
表 22 營業收支及折舊統計	46
表 23 平均每家事業營收支及折舊統計	47
表 24 進貨（製造）成本比率分布	48
表 25 佣（獎）金支付比率分布	50
表 26 銷售商品家數統計	52
表 27 商品銷售金額統計	54
表 28 多層次傳銷商品來源統計	58
表 29 預期 97 年營業額變動概況	71
表 30 預期 97 年傳銷組織變動概況	72
表 31 97 年營業據點拓展計畫	73
表 32 未來可能面臨的問題	75

肆、附錄

一、多層次傳銷事業經營概況調查實施計畫	78
二、多層次傳銷事業經營概況調查表	79
三、多層次傳銷管理辦法	83
四、多層次傳銷事業報備或變更報備須知	87

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，於 88 年 2 月 3 日修正，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。

二、法令依據

依據統計法第 3、4 條暨公平交易法第 25 條之規定辦理。

三、調查範圍與對象

至 96 年底已向本會報備之多層次傳銷事業均為調查對象。

四、調查項目

(一) 基本資料：包括事業名稱、聯絡電話、事業成立時間、資本額、員工人數、營業據點分布等。

(二) 事業經營概況：

1. 參加人及傳銷商總數、訂貨傳銷商人數、領取佣金傳銷商人數、女性傳銷商人數、專職傳銷商人數、未滿 20 歲傳銷商人數及退出傳銷商人數。
2. 總聘級數、最高聘級及最低聘級傳銷商人數。
3. 傳銷商加入之條件。
4. 退貨狀況、續約狀況、佣獎金及福利狀況。
5. 事業全部營業總額、多層次傳銷營業總額、進貨 (或製造) 成本、支付傳銷商佣(獎)金、員工薪資及折舊費用。
6. 多層次傳銷所銷售產品之類別、營業額及來源。

(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 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以年底數字為準。

(二) 調查實施期間：每年 4 月 1 日至 4 月 30 日。

六、抽樣方法

全查

七、調查方法

採通信調查為主，派員催表為輔。

貳、提要分析

一、調查概況

多層次傳銷為行銷通路的一種，係指企業透過一連串獨立之直銷商銷售商品，每一直銷商除可賺取零售利潤外，並可透過自己所招募、訓練的直銷商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，均需向本會報備，截至 96 年底止向本會報備之多層次傳銷事業計 720 家，較 95 年底之 704 家，增加 16 家(或 2.27%)，經調查其中 258 家從事多層次傳銷，較 95 年底 249 家，增加 9 家(或增 3.61%)，另有 48 家主動來函撤回報備、39 家尚未實施多層次傳銷、375 家受到不景氣、多層次傳銷推展不易、公司營運決策更動等因素影響而停止多層次傳銷行為或搬遷不明。(表 1)

本調查係蒐集已報備之多層次傳銷事業 96 年經營概況資料，因此以下統計分析係以截至 96 年底仍從事多層次傳銷行為之 258 家事業為範圍。

表 1 報備之多層次傳銷事業活動概況

單位：家					
年底別	總計	仍從事 多層次傳銷	撤銷 報備	停止 多層次傳銷	未進行 多層次傳銷
93 年	739	276	88	331	44
94 年	735	288	69	331	47
95 年	704	249	40	388	27
96 年	720	258	48	375	39
與上年增減比較(%)	2.27	3.61	20.00	-3.35	44.44

說明：「仍從事多層次傳銷」係指繼續經營之事業，「停止多層次傳銷」含搬遷不明之事業。

二、基本資料分析

(一) 成立時間

就 258 家多層次傳銷事業成立時間觀察，91 年以後成立者有 136 家(占 52.71%)居首，86 年至 90 年間成立者有 59 家(占 22.87%)居次，80 年至 85 年間成立者有 37 家(占 14.34%)居第三。(表 2)

表 2 從事多層次傳銷之事業成立時間

單位：家					
年底別	總計	民國 79 年 以前	民國 80 年 至 85 年	民國 86 年 至 90 年	民國 91 年 以後
93 年	276	24	45	79	128
94 年	288	28	41	76	143
95 年	249	22	39	63	125
96 年	258	26	37	59	136

(二) 實施多層次傳銷時間

報備之多層次傳銷事業中最早經營是項業務始於民國 70 年，其後民國 80 年公布公平交易法正式將多層次傳銷事業納入管理，為多層次傳銷事業找到發展空間。就 96 年底 258 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，91 年以後實施多層次傳銷之事業計 173 家（占 67.05%）居首，86 年至 90 年間實施傳銷之事業 47 家次之並逐年減少。(表 3)

表 3 從事多層次傳銷之事業開始實施時間

年底別	總計	單位：家			
		民國 79 年以前	民國 80 年至 85 年	民國 86 年至 90 年	民國 91 年以後
93 年	276	13	33	71	159
94 年	288	13	32	62	181
95 年	249	13	29	54	153
96 年	258	12	26	47	173

(三) 資本額分布

96 年底多層次傳銷事業資本額分布，以 1 千萬元至未及 5 千萬元之事業為最多，計 106 家（占 41.09%），其次為 5 百萬至未及 1 千萬元之事業計 75 家（占 29.07%），而 5 千萬元以上之事業計 30 家（占 11.63%）居末。(表 4)

表 4 資本額分布

年底別	事業家數 (家)	結構比 (%)				
		總計	未及 5 百萬元	5 百萬至未及 1 千萬元	1 千萬元至未及 5 千萬元	5 千萬元以上
93 年	276	100.00	16.67	32.24	40.58	10.51
94 年	288	100.00	19.44	30.56	37.85	12.15
95 年	249	100.00	21.29	28.11	38.15	12.45
96 年	258	100.00	18.22	29.07	41.08	11.63

(四) 事業國籍分布

依調查結果顯示，258 家多層次傳銷事業中屬外商公司計 53 家（占 20.54%），其中屬美商之事業計 28 家，屬日商計 11 家，另屬香港計 4 家，馬來西亞、紐西蘭、新加坡、英屬維京群島各 2 家，加拿大及英屬蓋曼群島各 1 家。(表 5)

表 5 國籍分布

年底別	事業家數 (家)	結構比 (%)		
		總計	本國公司	外商公司
93 年	276	100.00	84.78	15.22
94 年	288	100.00	82.29	17.71
95 年	249	100.00	79.52	20.48
96 年	258	100.00	79.46	20.54

(五) 事業所在地區分布

96 年仍從事多層次傳銷之事業，其登記所在地區主要仍以北部地區 162 家（占 62.79%）為最多，中部地區 52 家（占 20.16%）居次，南部地區 40 家，東部地區 4 家。按縣市別觀之，以台北市 117 家（占 45.35%）居首，其次為台中市 42 家（占 16.28%），計占 61.63%，主因多層次傳銷係運用「人際網脈關係」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。(表 6)

表 6 所在地區分布

年底別	總計	北部地區	中部地區	南部地區	單位：家
					東部地區
93 年	276	162	66	48	-
94 年	288	181	61	46	-
95 年	249	157	54	38	-
96 年	258	162	52	40	4

(六) 營業據點分布

96 年底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 1,031 處，其中以北部地區 397 處(占 38.51%)為最多，其次為南部地區 321 處，中部地區 272 處居第三，而東部地區僅 41 處居末。

(七) 員工人數規模

96 年底多層次傳銷事業員工人數(不含參加人)計 4,922 人，平均每家公司 19.08 人。若按員工人數規模觀之，以 5 至 9 人之事業 70 家(占 27.13%)居第一，其次為未滿 5 人之事業計 66 家(占 25.58%)，10 至 19 人之事業有 51 家(占 19.77%)再次之，而 70 人以上之事業有 10 家，占 3.88%居末。(表 7)

表 7 員工人數統計

年底別	事業家數(家)	員工人數(人)	平均每家公司員工人數(人/家)	員工人數分布結構比 (%)						
				總計	未滿 5 人	5~9 人	10~19 人	20~39 人	40~69 人	70 人以上
93 年	276	5,614	20.34	100.00	21.01	25.72	25.00	16.67	5.80	5.80
94 年	288	5,751	19.97	100.00	19.10	32.99	22.22	14.58	5.56	5.56
95 年	249	5,065	20.34	100.00	24.90	27.31	21.29	12.05	9.24	5.22
96 年	258	4,922	19.08	100.00	25.58	27.13	19.77	15.50	8.14	3.88

(八) 採行多層次傳銷

96 年完全採用多層次傳銷方式之事業計 154 家（占 59.69%），另有 40.31%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，其占多層次傳銷產值比重 23.93%。

(九) 加入條件

參加人需有行為能力(滿 18 歲或 20 歲)，並經由已加入之參加人推薦(建立上下線體系)，為加入各多層次傳銷事業之主要共通條件之一，有設加入條件之事業計 227 家(占 87.98%)，其加入條件中以需訂購產品，計 110 家事業(占 42.64%)為最多，其次為需繳納保證金或入會費計 109 家(占 42.25%)；其需訂購產品總值介於 700 元~15 萬 7,000 元，保證金或入會費介於 50 元~1 萬元。至於無加入條件之事業計 31 家(占 12.02%)。(表 8)

表 8 加入條件

單位：%

年別	無條件限制	有條件限制	加入條件					
			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	其他
93 年	10.87	89.13	46.38	40.22	3.26	26.45	5.43	1.45
94 年	11.11	88.89	44.44	41.67	3.82	23.26	4.86	1.74
95 年	16.06	83.94	41.37	36.55	1.20	21.29	4.02	1.61
96 年	12.02	87.98	42.25	42.64	1.55	22.09	2.71	1.16

說明：部分事業之加入條件不只一項，符合各項條件之事業比重加總超過一百。

三、經營概況

(一) 參加人及傳銷商概況

截至 96 年底止，計 568.1 萬人次(傳銷商 502.2 萬人次、純消費者 65.8 萬人次)曾參加報備之多層次傳銷事業，較 95 年底 530 萬人次，增加 38.1 萬人次或 7.18%。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率推估，96 年底參加人數為 453 萬人，較 95 年底 423 萬人增加 30 萬人(或增 7.09%)。另依內政部統計 96 年底我國總人口數 2,295.8 萬人，平均每百人中有 19.74 人 96 年參加多層次傳銷組織，加入傳銷率 19.74%，較 95 年底 18.49%，增加 1.25 個百分點。

1. 新加入傳銷商規模

96 年新加入傳銷商計 70.8 萬人，占總傳銷商之 14.09%。觀察各事業新加入傳銷商規模，以未及 5 百人之事業居多，計 152 家(占 58.91%)，其次為 1 千至未及 1 萬人之事業，計 64 家(占 24.81%)，新加入傳銷商規模達 5 萬人以上之事業計 3 家，均為營業額上億之外商事業。

2. 傳銷商人數規模

96 年底傳銷商總數(未剔除重複)502.2 萬人，平均每家傳銷商人數 1.9 萬人。觀察傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 112 家(占 43.41%)，其次是 1 千至未及 1 萬人之事業，計 83 家(占 32.17%)，1 萬至未及 5 萬人之事業，計 40 家(占 15.50%)再次之，而傳銷商人數在 10 萬人以上之事業計 11 家；另由於多層次傳銷事業行銷通路憑藉為傳銷商，因此多層次傳銷營業額大小與傳銷商數規模息息相

關，多層次傳銷營業額未及1百萬元之23家事業，有95.65%其傳銷商人數未及千人，而多層次傳銷營業額逾10億元以上之12家事業，其傳銷商人數均逾1萬人，其中逾10萬人以上者計5家。(表9)

表9 傳銷商規模分布

多層次傳銷營業額別	96年						單位：家
	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	258	112	83	40	12	11	
未及1百萬元	23	22	1	-	-	-	
1百萬元至未及1千萬元	79	61	16	2	-	-	
1千萬元至未及1億元	90	26	50	9	3	2	
1億元至未及10億元	54	3	16	23	8	4	
10億元以上	12	-	-	6	1	5	

3. 訂貨傳銷商人數規模

由於多層次傳銷事業對參加人資格並無嚴格限制，部分產品使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小，根據調查結果顯示，96年曾訂貨傳銷商計127.6萬人，占傳銷商總數比率25.40%；觀察96年訂貨傳銷商人數規模，以未及1千人之事業為最多，計161家(占62.40%)，其中129家係於91年以後實施多層次傳銷；其次為1千至未及5千人之事業計52家(占20.16%)，訂貨傳銷商達3萬人以上之事業計6家，其中4家多層次傳銷營業額逾10億元以上。(表10)

96年多層次傳銷事業傳銷商訂貨比率在60%以上之事業為最多，計111家(占43.02%)，其中91年以後實施多層次傳銷92家，其次為訂貨比率未及15%之事業計61家(占23.64%)，40%至59%之事業居第三位計30家(占11.63%)。(表11)

表10 訂貨傳銷商人數規模分布—按多層次傳銷營業額分

多層次傳銷營業額別	96年						單位：家
	總計	未及 1千人	1千人至 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	258	161	52	22	17	6	
未及1百萬元	23	23	-	-	-	-	
1百萬元至未及1千萬元	79	77	2	-	-	-	
1千萬元至未及1億元	90	58	30	1	1	-	
1億元至未及10億元	54	3	20	20	9	2	
10億元以上	12	-	-	1	7	4	

表 11 傳銷商訂貨比率結構分布

96 年

單位：家

多層次傳銷營業類別	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	258	23.64	10.85	10.85	11.63	43.02
未及 1 百萬元	23	30.43	8.70	4.35	8.70	47.83
1 百萬元至未及 1 千萬元	79	18.99	6.33	8.86	8.86	56.96
1 千萬元至未及 1 億元	90	27.78	12.22	10.00	15.56	34.44
1 億元至未及 10 億元	54	22.22	16.67	16.67	7.41	37.04
10 億元以上	12	16.67	8.33	16.67	25.00	33.33

4. 領取獎金或佣金之傳銷商人數規模

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。96 年曾領取獎金或佣金之傳銷商計 93.2 萬人，占傳銷商人數比率 18.56%；觀察 96 年領取獎金傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 185 家(占 71.71%)，其中 141 家係於 91 年以後實施多層次傳銷，其次為 1 千至未及 5 千人之事業 40 家(占 15.50%)，5 千至未及 1 萬人之事業 21 家(占 8.14%)，而 3 萬人以上之事業 5 家，其中 3 家多層次傳銷營業額逾 10 億元。(表 12)

96 年多層次傳銷事業傳銷商領取獎金或佣金比率以未及 15%之事業 85 家(占 32.95%)為最多，其次為 60%以上之事業 47 家(占 18.22%)，25%至 39%之事業 46 家(占 17.83%)再次之。

表 12 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

民國 96 年

單位：家

營業額規模別	總計	未及 1 千人	1 千人至 5 千人	5 千人至 1 萬人	1 萬人至 3 萬人	3 萬人以上
總計	258	185	40	21	7	5
未及 1 百萬元	23	23	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	79	79	-	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	90	74	15	1	-	-
1 億元至未及 10 億元	54	9	23	15	5	2
10 億元以上	12	-	2	5	2	3

5. 女性傳銷商比率分布

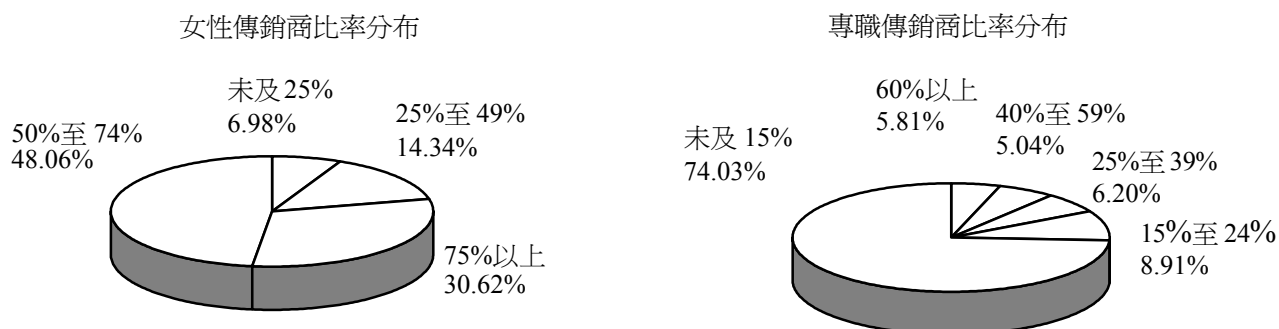
調查結果顯示，女性傳銷商比率介於 50%至 74%之事業最多，計 124 家(占 48.06%)，其次為 75%以上之事業占 30.62%，未及 25%之事業僅占 6.98%居末，足見女性為傳銷市場主要從業人員。(圖 1)

6. 專職傳銷商比率分布

有 191 家之事業其傳銷商專職比率未及 15%，占 74.03%居第一，其次為 15%至 24%之事業有 23 家，占 8.91%，25%至 39%之事業有 16 家，占 6.20%居第三，專職比率在 25%以上之事業占 1 成 7，多層次傳銷傳銷商兼職比率頗高。(圖 1)

圖 1 女性及專職傳銷商比率分布

民國 96 年



(二) 多層次傳銷營業額規模

96 年多層次傳銷事業營業總額 531.14 億元，較 95 年 553.40 億元，減少 22.26 億元(或減 4.02%)，經以事業家數簡單平均計算，平均每家營業額 2 億 587 萬元，較 95 年 2 億 2,225 萬元，減少 1,638 萬元(或減 7.37%)，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，計 90 家(占 34.88%)，其次為 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業 79 家(占 30.62%)，1 億元至未及 10 億元者之事業 54 家(占 20.93%)居第三，而 10 億元以上之事業 12 家，較 95 年減少 1 家。營業額最高之前 12 家事業，其家數雖占全部家數 4.65%，惟其傳銷商卻占傳銷商總數 34.89%，營業額達 323.49 億元，占多層次傳銷產業總額 60.90%，足見多層次傳銷事業之營業規模與傳銷商人數多寡息息相關，且事業間之差距甚大。(表 13)

表 13 營業額分布情形—按多層次傳銷營業額分

民國 96 年				
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	258	100.00	53,114	100.00
未及 1 百萬元	23	8.92	8	0.02
1 百萬元至未及 1 千萬元	79	30.62	346	0.65
1 千萬元至未及 1 億元	90	34.88	3,198	6.02
1 億元至未及 10 億元	54	20.93	17,213	32.41
10 億元以上	12	4.65	32,349	60.90

(三) 銷售商品或勞務類別

爲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，按銷售家數觀察，以販售營養保健食品 208 家(占 80.62%)居冠，販售美容保養品 149 家(占 57.75%)居次，第三爲清潔用品 82 家(占 31.78%)。

因事業之多層次傳銷營業規模差距甚大，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，爲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 291.20 億元(占 54.83%)，其次爲美容保養品 93.01 億元(占 17.51%)，第三位爲清潔用品 41.22 億元(占 7.76%)。各類營業額與 95 年比較，僅營養保健食品、清潔用品、淨濾飲水器材、圖書文具及錄影音帶、廚具及餐具等營業額增加，餘均減少。(表 14)

表 14 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	258	100.00	53,114	100.00
1.營養保健食品	208	80.62	29,120	54.83
2.減重食品	24	9.30	1,002	1.89
3.美容保養品	149	57.75	9,301	17.51
4.清潔用品	82	31.78	4,122	7.76
5.健康器材	37	14.34	856	1.61
6.淨、濾飲水器材	29	11.24	1,884	3.55
7.衣著與飾品	31	12.02	2,518	4.74
8.寢具	11	4.26	804	1.51
9.圖書文具及錄影音帶	42	16.28	229	0.43
10.廚具、餐具	2	0.78	235	0.44
11.資訊商品	20	7.75	326	0.61
12.服務類商品	10	3.88	1,252	2.36
13.其他	44	17.05	1,465	2.76

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 258 家，結構比相加亦超過 100%。

(四) 進貨(製造)成本所占比重之分布

96 年多層次傳銷事業進貨(或製造)成本計 148.88 億元，占多層次傳銷營業總額 531.14 億元之 28.03%，較 95 年 29.09%，減少 1.06 個百分點。按個別事業之成本比重觀之，20%至未及 30%之事業 89 家(占 34.50%)爲最多，其次 10%至未及 20%之事業 60 家(占 23.26%)，30%至未及 40%之事業 43 家占 16.67%再次之。(表 15)

表 15 進貨(製造)成本比率分布

年別	總計	未及 10%	10%		20%		30%		40%		50%		60%		70%以上
			至未及 20%	至未及 30%	至未及 40%	至未及 50%	至未及 60%	至未及 70%							
93 年	100.00	9.42	21.74	27.54	18.12	9.78	3.62	3.26	6.52						
94 年	100.00	7.64	20.83	28.13	18.40	9.72	5.21	2.78	7.29						
95 年	100.00	8.43	23.69	29.32	18.88	6.43	2.81	4.42	6.02						
96 年	100.00	5.43	23.26	34.50	16.67	6.20	3.10	1.94	8.91						

說明：未及 10%之家數含當年開始實施多層次傳銷事業之資料。

(五) 佣金(獎金)支付比率之分布

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，96 年多層次傳銷事業佣金支出計 206.08 億元，占營業總額 531.14 億元之 38.80%，較 95 年 38.44%，增加 0.36 個百分點。就佣金(獎金)支付比率之事業家數觀察，以占營業總額 40%至未及 50%之事業最多，計 67 家（占 25.97%），其次為 30%至未及 40%之事業 58 家（占 22.48%），第三為 50%至未及 60%之事業 41 家（占 15.89%）。(表 16)

表 16 佣金(獎金)支付比率

年別	總計	未及 10%	10%		20%		30%		40%		50%		60%		70%以上
			至未及 20%	至未及 30%	至未及 40%	至未及 50%	至未及 60%	至未及 70%							
93 年	100.00	6.52	6.88	11.96	20.29	22.83	21.01	5.07	5.43						
94 年	100.00	7.99	6.25	10.76	21.18	26.04	15.97	7.99	3.82						
95 年	100.00	7.63	7.63	16.47	17.67	24.10	19.28	3.21	4.02						
96 年	100.00	5.43	7.75	12.40	22.48	25.97	15.89	5.43	4.65						

說明：未及 10%之家數含因開業或其他特殊原因未填佣金支出者。

96 年領取佣(獎)金傳銷商人數計 93.23 萬人，各事業支付佣(獎)金總額為 206.08 億元，領取佣(獎)金者平均每人獲得佣(獎)金 2 萬 2,104 元，較 95 年 2 萬 9,873 元減少 7,769 元。就各事業觀察，領取佣(獎)金傳銷商平均佣(獎)金以 1 萬至未及 5 萬元之事業 145 家（占 56.20%）最多，其次為未及 1 萬元之事業 56 家（占 21.71%），5 萬至未及 10 萬元之事業 36 家（占 13.95%）居第三。(表 17)

表 17 領取佣(獎)金參加人平均佣(獎)金分布情形

年別	總計	未及 1 萬元		1 萬至 5 萬元		5 萬至 10 萬元		10 萬至 20 萬元		20 萬至 30 萬元		30 萬元以上
		未及 1 萬元	1 萬至 5 萬元	5 萬至 10 萬元	10 萬至 20 萬元	20 萬至 30 萬元						
93 年	100.00	32.61	56.88	5.43	2.54	1.09	1.45					
94 年	100.00	37.15	52.78	5.21	3.13	0.69	1.04					
95 年	100.00	26.51	54.62	11.65	4.02	2.01	1.20					
96 年*	100.00	21.71	56.20	13.95	5.43	0.39	2.33					

說明：96 年* 為傳銷商資料。

(六) 員工薪資與折舊

96年多層次傳銷事業之從業員工(不含參加人)計4,922人,平均每家事業雇用員工19.08人,96年員工薪資總額計34.06億元,平均每位員工薪資69.20萬元,以一年含年終獎金支領14個月計算,平均每人每月薪資4.94萬元。96年全年折舊費用計5.49億元。

(七) 銷售商品之來源

多層次傳銷事業銷售商品來源,大多以經銷國外品牌及委託製造為主,自行製造比率偏低,即多數多層次傳銷事業本身未製造產品,僅引進國內、外產品予以銷售。(表18)

表 18 銷售商品之來源

單位：家

商品名稱	銷售商品 事業家數	商品來源				
		自行 製造	經銷 外國品牌	經銷 國內品牌	委託 製造	其他
1.營養保健食品	208	28	68	46	106	-
2.減重食品	24	3	7	7	11	-
3.美容保養品	149	25	52	28	61	2
4.清潔用品	82	10	19	20	38	1
5.健康器材	37	3	8	16	14	-
6.淨、濾飲水器材	29	2	12	12	8	-
7.衣著與飾品	31	1	12	5	18	-
8.寢具	11	-	3	3	5	-
9.圖書文具及錄影音帶	42	9	4	6	22	-
10.廚具、餐具	2	-	1	-	1	-
11.資訊商品	20	7	2	8	2	2
12.服務類商品	10	2	1	4	2	2
13.其他	44	2	11	9	12	17

說明：事業銷售之商品有不同來源管道，因此其總和超過銷售事業總家數。

(八) 多層次傳銷制度

事業採行多層次傳銷方式銷售,先制定完善之傳銷制度,包括傳銷組織之建立及其架構、營運計畫及規章等,依營運規章,透過傳銷組織擴張,方能加速拓展業務。為對258家傳銷事業之傳銷制度有所了解,以下分別就層級分布、營業規範及活動概況等進行分析:

1. 聘級分布

傳銷組織層級設計有單一聘級制、非單一聘級制及雙軌制等類別,各傳銷事業之聘級層數不一,若將聘級層級分為雙軌制及單一聘級、2至3層、4至8層、9層以上等4類,則聘級數在4至8層之事業家數計171家(占66.28%),9層以上之事業計53家(占20.54%),雙軌制及單一聘級、2至3層之事業各占6.59%。另最低聘級傳銷商占總傳銷商之比率達45.46%,而最高聘級傳銷商占總傳銷商比率3.31%,足見多層次傳銷組織為一底層相當大之金字塔型結構。

2. 營業規範狀況

(1) 佣金計算方式

多層次傳銷事業計算傳銷商佣金方式可概分歸零制度及不歸零制度 2 種，其差異在於計算佣金所採用之比率是否由累計業績決定。一般而言，不歸零制度其業績金額可長期累計，不因單一時間內業績起伏而影響佣金比率，有長久留住傳銷商之效，此種方式為兼職人員多、銷售低價位商品之業者所採用，惟其缺點是易造成傳銷商閒散、消極從事傳銷，有不勞而獲之慮。

另混合制係指佣金計算方式依層級不同，分採歸零制及不歸零制。調查顯示，以歸零方式計算佣金之事業計 90 家（占 34.88%），其歸零週期以「月」計算者占 90.00%；另採不歸零制度之事業計 96 家（占 37.21%）；按實施多層次傳銷時間觀察，早期業者採用歸零制度之比率較高，91 年以後實施多層次傳銷之事業僅 31.79%採歸零制度，其比率為各實施期別最低。（表 19）

表 19 傳銷商佣金計算方式－按實施多層次傳銷時間分

實施時間別	總計	民國 96 年底					不歸零 制度	單位：家 混合制
		歸零制度之週期						
		計	月	季	年	其他		
總計	258	90	81	-	2	7	96	72
民國 79 年以前	12	4	3	-	-	1	2	6
民國 80 年至 85 年	26	12	12	-	-	-	7	7
民國 86 年至 90 年	47	19	17	-	1	1	17	11
民國 91 年以後	173	55	49	-	1	5	70	48

(2) 佣金計算基準

傳銷商佣金計算基準可分為積分值及銷售額(或消費值)二種，調查結果顯示，有 218 家(占 84.50%)採積分值為計算基準，40 家(占 15.50%)直接採用銷售額或消費值為計算基準。

(3) 退貨概況及規定

96 年參加人退貨總額計 10.31 億元，占多層次傳銷營業總額 1.94%，其中退出退貨占 41.93%；另已訂定退退貨商品價值減損規範之事業計 224 家，占 86.82 %。

(4) 傳銷商加入其他多層次傳銷事業之規定

對於傳銷商加入其他多層次傳銷事業之規定，以有條件同意(包括不得擔任他事業高層級職務、不得加入銷售類似產品之事業...等條件)計 112 家(占 43.41%)為最多，其次為同意計 109 家(占 42.25%)。整體而言，多層次傳銷事業對傳銷商之約束力有限。

(5) 續約費之規定

無續約費用之事業占 7 成 2，有續約費用之事業僅占 28.29%，續約費介於 50 元~3 萬元間，繳交續約費用家數比率與營業規模成正比，營業規模達 1 億以上之事業逾 37.88%要繳續約費用，但營業規模未達 1 百萬元之事業僅有 17.39%要繳續約費用，足見加入有繳交續約費用規定事業之傳銷商，可能較積極從事傳銷業務。(表 20)

表 20 事業對續約費之規定—按多層次傳銷營業額分

多層次傳銷營業額別	民國 96 年底					
	總計		每年須繳續約費		每年不須繳續約費	
	家數	百分比	家數	百分比	家數	百分比
總計	258	100.00	73	28.29	185	71.71
未及 1 百萬元	23	8.92	4	17.38	19	82.61
1 百萬元至未及 1 千萬元	79	30.62	21	26.58	58	73.42
1 千萬元至未及 1 億元	90	34.88	23	25.56	67	74.44
1 億元至未及 10 億元	54	20.93	20	37.04	34	62.96
10 億元以上	12	4.65	5	41.67	7	58.33

(6) 福利措施

事業除依傳銷商業績給付佣金、獎金外，為激勵績效，另訂有福利措施之事業計 101 家(占 39.15%)，其餘 60.85%之事業沒額外福利措施。在有福利措施之事業中，以旅遊補助最多，計 80 家(占有福利措施家數 79.21%)，至於購車補助計 20 家(占 19.80%)、保險補助 11 家(占 10.89%)。

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 97 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 97 年多層次傳銷營業額之看法，認為較 96 年增加之事業最多，計 133 家(占 51.55%)，其次為持平計 76 家(占 29.46%)，二者計占 81.01%，足見事業對 97 年營運預期還算正面。另依預期 97 年營業額變化，推估 97 年多層次傳銷事業營業額約 597 億元。(表 21)

表 21 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
93 年	100.00	61.23	11.96	26.81
94 年	100.00	51.04	14.24	34.72
95 年	100.00	45.38	17.27	37.35
96 年	100.00	51.55	18.99	29.46

(二) 97 年傳銷組織預期擴增占大部分

觀察事業對 97 年多層次傳銷組織之看法，其中以認為較 96 年擴增為最多，計 135 家(占 52.33%)，其次認為差不多計 82 家(占 31.78%)，認為縮減計 41 家(占 15.89%)。由於多層次傳銷營業規模大小之關鍵繫於傳銷組織規模，因此事業對二者預期之看法大致相同。

(三) 營業據點拓展計畫

多層次傳銷事業有 95 家(占 36.82%)計畫在 97 年拓展營業據點，163 家(占 63.18%)無此計畫，有拓展計畫之事業預訂增加營業據點 295 處，平均每家計畫拓點 3.11 處，較上年調查預測 4.99 處，減少 1.88 處。(表 22)

表 22 次年營業據點拓展計畫

資料年別	無拓展營業據點計畫 (%)	有拓展營業據點計畫 (%)	計畫拓展營業據點數 (處)	有拓展計畫平均每家計畫拓展營業據點數 (處/家)
93 年	61.96	38.04	485	4.62
94 年	69.10	30.90	513	5.76
95 年	70.28	29.72	369	4.99
96 年	63.18	36.82	295	3.11

(四) 經營可能面臨之問題

對於未來經營之看法，擔憂市場不景氣影響經營 147 家(占 56.98%)居首，其次為同類產品競爭加劇影響經營 127 家(占 49.22%)，非法多層次傳銷業破壞 122 家(占 47.29%)再次之，另認為參加人漸減少計 78 家，感受到市場漸趨飽和計 64 家，對未來營運充滿信心，認為不會有問題計 36 家占 13.95%，較上年調查 18.07%，減少 4.12 個百分點。(表 23)

表 23 預期未來經營面臨問題

年底別	單位：%							
	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
93 年	23.91	24.28	50.36	25.00	54.35	30.07	15.22	4.35
94 年	27.08	28.47	50.00	22.57	56.25	39.58	13.54	5.56
95 年	23.69	28.51	49.00	21.69	52.21	48.59	18.07	6.02
96 年	24.81	30.23	49.22	21.71	47.29	56.98	13.95	3.10

五、總結

綜上，截至 96 年底向本會報備之多層次傳銷事業計 720 家，扣除主動來函撤銷報備、或調查期間未進行或暫停傳銷行為及經營狀況不明之事業，96 年底實際從事多層次傳銷事業計 258 家，調查主要統計結果臚列如下：(表 31)

- (一) 傳銷市場事業進出變動頻繁：96 年營運之多層次傳銷事業以 91 年以後成立者最多，計 136 家 (占 52.71%)；另依實施多層次傳銷時間觀察，91 年以後實施之事業計 173 家 (占 67.05%，其中以 96 年方實施者 58 家最多)，而 86 年至 90 年間已實施傳銷之事業家數已由 93 年底 71 家減至 47 家。
- (二) 事業所在地分布以北部地區最多：按縣市別觀察，單台北市、台中市二市計 159 家 (占 61.63%)，顯見多層次傳銷係運用「人際網脈關係」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) 員工人數：96 年底多層次傳銷事業員工 (不包括參加人) 計 4,922 人，平均每家員工數 19.08 人。
- (四) 參加人及傳銷商人數規模：
 - 1. 參加人數：截至 96 年底止計 568.1 萬人次曾參加報備之多層次傳銷事業，較 95 年底 530 萬人次，增加 38.1 萬人次 (增 7.18%)。剔除重複計算人數，96 年底參加人數 453 萬人，較 95 年底 423 萬人，增加 30 萬人 (增 7.09%)。
 - 2. 事業傳銷商人數規模：以傳銷商未及 1 千人之事業 112 家為最多 (占 43.41%)，其次是 1 千至未及 1 萬人之事業計 83 家 (占 32.17%)，1 萬至未及 5 萬人之事業計 40 家 (占 15.50%) 再次之，而傳銷商人數在 10 萬人以上之事業有 11 家，事業間傳銷商人數規模大小甚為懸殊；平均每家傳銷商人數為 1.9 萬人，較 95 年底 2.1 萬人，減少 2 千人 (減 9.52%)。
 - 3. 96 年新加入之傳銷商計 70.8 萬人，占傳銷商總數 14.09%。
- (五) 加入傳銷率 19.74%，歷年最高：96 年底加入傳銷率 19.74%，即平均每百人中 19.74 人曾參加多層次傳銷活動，較 95 年底 18.49%，增加 1.25 個百分點。
- (六) 訂貨傳銷商人數及訂貨傳銷商比率：96 年曾訂貨傳銷商計 127.6 萬人，占傳銷商總數 (即訂貨傳銷商比率) 25.40%，亦較 95 年增加 9.66 個百分點。
- (七) 領取佣 (獎) 金人數：96 年曾領取佣 (獎) 金之傳銷商計 93.2 萬人，占傳銷商總數 18.56%。平均每人獲得佣 (獎) 金 2 萬 2,104 元，較 95 年減少 7,769 元。
- (八) 事業間多層次傳銷營業額 (簡稱營業額) 規模差距甚大：
 - 1. 96 年全體產業營業總額 531.14 億元，較 95 年 553.40 億元減少 22.26 億 (減 4.02%)。平均每家營業額 2 億 587 萬元，較 95 年 2 億 2,225 萬元，減少 1,638 萬元 (減 7.37%)，其中 10 億元以上之事業有 12 家，其營業總額達 323.49 億元，占全體年營業總額 60.90%。

(九) 銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：96 年銷售額以營養保健食品為最大，計 291.20 億元(占 54.83%)，其次為美容保養品，計 93.01 億元(占 17.51%)，第三位則為清潔用品 41.22 億元(占 7.76%)，第四為衣著與飾品 25.18 億元(占 4.74%)；四者計占營業總額 84.84%。

(十) 進貨（或製造）及佣（獎）金支出概況：

1. 進貨（或製造成本）：96 年多層次傳銷事業之進貨或製造成本總計 148.88 億元，占營業總額 28.03%，較 95 年 29.09%，增加 1.06 個百分點。
2. 佣（獎）金支出：96 年多層次傳銷事業佣（獎）金支出 206.08 億元，占營業總額 38.80%，較 95 年 38.44%，增加 0.36 個百分點。

(十二) 退貨概況：96 年退貨額計 10.31 億元，占營業總額 1.94%，其中屬退出退貨占 41.93%，另已訂定退貨商品價值減損規範之事業計 224 家，占 86.82 %。

(十三) 佣金計算方式主要採行不歸零制度，計占 37.21%：以歸零方式計算佣金占 34.88%，其計算週期 90%以「月」計。早期事業採歸零制度比率較高，惟 91 年以後實施多層次傳銷之事業僅 3 成 1 採行歸零制度，遠低於其他早期實施者。

(十四) 未規定傳銷商每年繳續約費之業者占 71.71%：需繳續約費規定之業者 73 家，繳交續約費之比率大致與營業規模成正比，可見加入有續約費規定事業之傳銷商較積極從事傳銷工作；續約費介於 50 元至 3 萬元之間；至於續約效期，以永久有效占 52.33%為最多，其次為效期 1 年之事業計占 46.12%。

(十五) 有福利措施之事業占 39.15%：各項福利措施中以旅遊補助 79.21%最多，至於購車補助占 19.80%，保險費補助占 10.89%。

(十六) 對未來營運之看法：

1. 認為 97 年營業額較 96 年增加之事業占 51.55%，認為將減少占 18.99%；預測 97 年營業總額 596.99 億元，較 95 年 608.51 減少 11.52 億元（減 1.89%）。
2. 未來經營可能面臨之問題：擔憂市場不景氣影響經營占 56.98%居首，其次為同類產品競爭加劇占 49.22%，認為非法多層次傳銷業破壞占 47.29%居第三。

表 24 多層次傳銷業重要指標

年(底)別	營業家數	參加人總數		加入傳銷率	平均參加人數	訂貨參加人數*	訂貨參加人比率*
			剔除重複數				
單位	家	千人	千人	%	千人/家	千人	%
81年	139	1,186	947	4.56	8.53	332	27.99
82年	176	1,604	1,281	6.11	9.11	412	25.69
83年	183	2,028	1,619	7.66	11.08	680	33.53
84年	210	2,488	1,986	9.32	11.85	900	36.17
85年	275	2,961	2,364	11.01	10.77	887	29.96
86年	240	3,413	2,724	12.56	14.22	873	25.58
87年	242	3,484	2,781	12.72	14.40	979	28.10
88年	209	3,521	2,811	12.76	16.85	1,072	30.45
89年	191	3,550	2,834	12.76	18.59	1,125	31.69
90年	215	3,929	3,136	14.04	18.27	1,111	28.28
91年	252	4,095	3,269	14.56	16.25	1,185	28.94
92年	264	4,783	3,818	16.94	18.12	1,267	26.49
93年	276	4,857	3,877	17.09	17.60	1,341	27.61
94年	288	5,058	4,037	17.73	17.56	1,515	29.95
95年	249	5,300	4,230	18.49	21.29	1,858	35.06
96年	258	5,681	4,533	19.74	22.02	1,276	25.40
年(底)別	領佣(獎金)參加人數*	領佣(獎金)參加人比率*	多層次傳銷營業額	平均每家多層次傳銷營業額	進貨成本比率	佣(獎金)比率	領佣(獎金)者平均佣(獎金)*
單位	千人	%	百萬元	百萬元	%	%	元/人年
81年	-	-	22,972	165.27	32.29	43.54	-
82年	-	-	29,175	165.77	32.70	46.89	-
83年	-	-	39,406	215.33	31.35	46.64	-
84年	587	23.59	44,845	213.55	33.04	46.21	35,302
85年	580	19.59	41,850	152.18	31.18	45.22	32,626
86年	582	17.05	40,119	167.16	27.79	45.36	31,265
87年	590	16.93	39,196	161.97	29.46	45.00	29,895
88年	646	18.35	35,734	170.98	29.83	44.83	24,799
89年	579	16.31	38,086	199.40	28.31	44.54	29,299
90年	570	14.51	38,573	179.41	27.14	43.68	29,561
91年	631	15.41	43,177	171.34	24.84	45.54	31,158
92年	668	13.97	51,991	196.94	25.97	45.58	35,478
93年	778	16.02	68,304	247.48	27.01	40.89	35,917
94年	864	17.08	68,373	237.41	28.52	41.64	32,940
95年	712	13.43	55,340	222.25	29.09	38.44	29,873
96年	932	18.56	53,114	205.87	28.03	38.80	22,104

註：*96年為傳銷商資料。

圖 3 多層次傳銷事業前 100 大營業額分布圖

民國 96 年

