

考察報導(二)

在台美商多層次傳銷業在美國運作狀況

劉紹貞*

壹、前言

由於不正當多層次傳銷行為對社會影響深遠，造成經濟秩序及消費者權益侵害的嚴重性，如台家事件等，為有效規範多層次傳銷事業並導引業者正常發展之目標，行政院參考美、日、香港等國及地區之立法例，規範不正當的多層次傳銷行為，於民國八十年公布的「公平交易法」中第八條、第二十三條、第三十五條、第四十二條規範多層次傳銷的界定及不當傳銷的禁止和處罰，並於民國八十一年頒布多層次傳銷管理辦法。鑒於本會管理多層次傳銷迄今已二年，尚屬於起步階段，而多層次傳銷事業之行銷方式（屬於無店鋪零售），肇始於一九五〇年之美國，故此次赴美考察美商多層次傳銷事業之運作情形、行銷制度等，俾使本會執法更趨完善。

此次赴美首先參觀訪問加州舊金山市美商喜麗有限公司 (Shaklee Corporation)，並與該公司之副總裁保羅·理曼先生 (Paul H. Leh-man 3) 晤談。後赴猶他州史普林威爾市美商丞燕國際股份有限公司 (E. Excel International Corporation)，並由該公司之副董事長陳昭華君負責解說、參觀該公司之工廠實際運作情形，並蒐集該公司於美國銷售商品之種類、價格、組織架構及行銷制度等相關資料。復至科羅拉多州立大學、科羅拉多大學丹佛分校、加州大學柏克萊分校暨加州大學洛杉磯分校蒐集美國聯邦交易委員會暨法院對違法多層次傳銷事業之決議暨判決資料等十餘篇，其中包括奇利總檢察長發布免除令 (Immediate Release)、門羅龐氏 (Monroe

* 作者任職於本會第三處

Bounds) 案、貝斯特林 (Bestline Products Inc.) 產品案、奇羅馬公司 (Ger-Ro-Mar Inc.) 案、魯奚爾史拖瓦糖果公司 (Russell Stover Candies, Inc.) 案及假日魔法公司 (Holiday Magic Inc.) 案等。並購置與本會業務相關之書籍數本。在最後返國之前至美國聯邦交易委員會 (F.T.C.) 之洛杉磯地區辦事處 (十個地區辦事處之一) 拜訪佛羅倫女士 (Sue L. Frauens, Acting Regional Director), 瞭解 F.T.C. 與其地區辦事處之權責劃分, 其中洛杉磯地區辦事處係處理較小之案件或地區案件 (包括加州和亞歷桑那州) 有時亦採取主動調查, 至於跨州之案件, 倘 F.T.C. 總部已主動調查, 即與地區辦事處協調處理。該地區辦事處所處理之案件有百分之七十屬於消費者保護之性質, 而辦事處成員中有百分之六十五是具有經濟或法律專長之人士。

此次出國考察之主要目的為瞭解美商公司於中、美兩國為多層次傳銷行為在制度上之差距, 並提供本會作為認定「合理市價」之參考, 冀本出國報告能對本會之執法有所助益。

貳、美商丞燕國際股份有限公司 { E.EXCEL INTERNATIONAL (TAIWAN) INC. } 與喜麗有限公司 { SHAKLEE CORPORATION } 行銷情形

一、美商丞燕國際股份有限公司在美國之行銷狀況：

(一) 公司簡介：

1. E.EXCEL INTERNATIONAL INC. 成立於西元一九八七年。總公司位於美國猶他州史普林威爾市 (SPRINGVILLE, UTAH), 在秀麗的瓦莎屈山麓的廠區, 佔地八英畝, 其中主要建築物廣達四五〇〇〇平方英尺。E.EXCEL 採用自動化設備, 從原料 (本草植物) 的培植生產到產品製造銷售皆為一貫作業, 並透過無菌衛生管制的措施以確保產品品質 (如: 製造區域的工作人員在進入工作區前被要求穿著制服、帶面罩、鞋套及手套)。除了製造方面的控制外, 設備的實際狀況亦符合美國食品藥物管理局 (FDA, FOOD AND DRUG ADMINISTRATION) 的衛生標準。

2. E.EXCEL 是全美本草植物供應商及食品製造商之一，目前已行銷全球十個國家，包括美國、加拿大、澳洲、紐西蘭、泰國、馬來西亞、韓國、臺灣、日本、法國。E.EXCEL 產品於西元一九九一年通過日本厚生省的審查而正式進入日本市場，復於西元一九九二年正式進入歐洲市場而成立第九個海外分公司。

(二)產品簡介：

E.EXCEL 的產品從原料（本草植物）的栽培種植及萃取、配方、濃縮、膠囊化等製造過程至包裝均採一貫作業，全面實施品質管理，再將產品出口至其他九個海外分公司後再轉售給消費者。E.EXCEL 的產品並非用來治療疾病而是補充人體所需之營養。

1.產品可分為兩大類：

(1)營養食品和保養品：

- ①全身調理套盒產品：如養生計畫 I (DAILY NUTRITION PACK) 為本草膠囊，內涵人參、花粉 等成份。
- ②營養保健飲料：如清新茶 (REFRESH) 係便於攜帶之隨身包。
- ③基礎營養食品：如健怡包 (ENJOI BEVERAGE)、滋養包 (NUTRIALL)。
- ④機能性濃縮食品：如康神 (CONCENERGY)、愛特 (ACT)，內涵靈芝、絲瓜 等成份。
- ⑤滋潤肌膚保養品：如人參珍珠霜 (GINSENG AND PEARL CREAM) 為管狀方式包裝、卸妝面霜、洗面乳、保濕面霜、敷面膏、潤膚露等。
- ⑥身體保養品：如洗髮精、潤絲精、沐浴乳。
- ⑦其他：如潤喉液。

(2)健康專業食品 (health professional products)：提供該產品予醫院，作為人體營養之補給品，增強免疫系統之抵抗力。

2.產品的銷售價格：公司以批發價格銷售產品給經銷商，經銷商再以零售價格將產品賣予消費者。通常批發價格加價 (make up)25 % 等於零售價格。

3.產品的特性：

(1)綜合天然維生素及有機食物的營養品。

(2)純天然本草植物為原料，不含任何化學物質。

(3)由專家學者研究調配，完全複方化，對人體有幫助。

(4)完整食物濃縮，營養完全保存。

(三)銷售產品之方式暨組織擴展之方法：

1.採無店鋪販賣之傳銷制度（人員訪問販售）

銷售產品之方式是經銷商到顧客家中或工作場所訪問推銷。

2.擴展組織之方法：

(1)參加人需透過經銷商之介紹始加入組織，但加入時不必購買一定價格之產品。

(2)推薦新的參加人加入組織時，必須使參加人瞭解 E.EXCEL 公司的政策、作業方式及行銷計劃。

(3)公司的代表人定期在各地區舉辦訓練會，並於會場提供錄影帶、時事通訊及手冊等作為訓練經銷商的教材。在上線之經銷商必須依照公司政策訓練下線的經銷商。

(4)每一位經銷商需隨時與公司及上線經銷商保持聯絡，掌握最新的資料。並將資料提供給下線，以增進組織動員能力。

3.目前加入 E.EXCEL 公司之經銷商（僅於美國地區）人數約有二萬五千人。

(四)行銷計劃（經銷商收入來源）：

1. E.EXCEL 公司支付經銷商獎金比例占營業額的百分之四十。

2.經銷商收入來源包括：

(1)個人組織獎金 20%SV (Sales Volume)。

(2)領導組織獎金 25%SV。

(3)福利獎金5%

每季績效獎金(Annual Exceling Bonus)1%

珍珠合格獎金(Annual Convention Bonus)1%

富豪基金(Car/Home Fund Bonus)2%

旅遊基金(Annual Promotion Bonus)1%

表一、E.EXCEL 的職級表：

組織經銷商			領導經銷商			
專員	主任	副理	銀級	金級	翡翠	鑽石
以SV為晉升標準			以直接下屬經理人數為晉升標準			

註：晉升方向為由左往右

(1)個人組織獎金制度：

表二、個人組織獎金表

單位：美金

說明 職級	晉升標準			個人組織獎金			
	累計 組織SV	當月 組織SV	當月 個人SV	個人直銷獎金		組織差額獎金	
經理	6,000	2,000	100	20%			
副理	3,000	750	100	15%		5%	
主任	1,000	250	100	10%		5%	10%
專員	100	100	100	5%	5%	10%	15%

▨ 個人直銷獎金：指個人SV之獎金

□ 組織差額獎金：指下屬組織SV差額之獎金

個人SV：經銷商個人直接向公司購買的數量

組織SV：經銷商直接下屬組織所購買的數量

- ①專員：只要加入後，向公司或推薦人購買至少美金一百元 SV 產品。即可自個人 SV 中獲得 5% 之個人銷售獎金。
- ②主任：若所屬組織 SV 累計達一千元，其中二百五十元 SV 屬於合格當月，且當月個人 SV 亦達美金一百元即可晉升為主任。而主任的個人組織獎金包括：
- I、個人銷售獎金：個人 SV 的 10%。
 - II、組織差額獎金：直接下屬專員個人組織 SV 的 5%。
- ③副理：所屬組織 SV 累計達三千元，其中七百五十元 SV 屬於合格當月，當月個人 SV 亦達一百元，即可晉升為副理，此時副理個人組織獎金包括：
- I、個人銷售獎金：個人 SV 的 15%
 - II、組織差額獎金：直接下屬專員個人組織 SV 的 10%。
直接下屬主任個人組織 SV 的 5%。
- ④經理：所屬組織 SV 累計達六千元，其中二千元屬於合格當月，當月個人 SV 亦達一百元，即可晉升為經理，此時經理個人組織獎金包括：
- I、個人銷售獎金：個人 SV 的 20%
 - II 組織差額獎金：直接下屬專員個人組織 SV 的 15%
直接下屬主任個人組織 SV 的 10%
直接下屬副理個人組織 SV 的 5%
- ⑤當晉升至經理職級時，即表示已取得 E.EXCEL 經銷商最重要的地位，此時已具備成為領導經銷商的資格。
- (2)領導組織獎金制度：依當月組織銷售金額不同，獎金之分配有以下二種情形。

表三、領導組織獎金表

經理	銀級	金級	珍珠	翡翠	鑽石	職務	說明
0	1	2	4	8	12	直接下屬經理人數	晉升標準
5%	5%	5%	5%	5%	5%	personal GSV	領導組織獎金
	5%	5%	5%	5%	5%	第一層	
	5%	5%	5%	5%	5%	第二層	
		5%	5%	5%	5%	第三層	
			5%	5%	5%	第四層	
				5%	5%	第五層	
					5%	第六層	

每月參與分配資格： 當月組織SV：1000 至1999

當月個人SV：100

PERSONAL GSV：1000(個人組織SV：1000)

表四、領導組織獎金表

經理	銀級	金級	珍珠	翡翠	鑽石	職務 / 說明	
						直接下屬經理人數	晉升標準
0	1	2	4	8	12	personal GSV	領導組織獎金
10%	10%	10%	10%	10%	10%	第一層	
	10%	10%	10%	10%	10%	第二層	
		10%	10%	10%	10%	第三層	
			10%	10%	10%	第四層	
				10%	10%	第五層	
					10%	第六層	

每月參與分配資格： 當月組織SV：2000或以上
 當月個人SV：100
 PERSONAL GSV：2000

①領導組織獎金積分的計算：

領導組織獎金是依積分來計算的，依職級不同，每一領導經銷商可自其下屬不同層級的經理組織SV獲得5%或10%的積分。

②領導獎金之分配

領導經銷商在當月達成組織SV至少1000元暨個人SV100的標準，即可參與高達SV總額25%的領導組織獎金分配。

$$\text{個人領導組織獎金} = (\text{SV總額} \times 25\%) \times \frac{\text{個人導組織獎金積分}}{\text{領導組織獎金積分總和}}$$

③領導經銷商晉升標準

- I、當領導經銷商有直接下屬合格經理一名、二名、四名、八名或十二名在當月達成組織 SV2000 元時，即可晉升為銀級、金級、珍珠、翡翠、及鑽石級經理（見前表晉升標準）。在當月組織 SV 達到 1000 元或 2000 元時，領導經銷商即可自其下屬不同層級的經理組織獲得 5% 或 10% 的積分。
- II、珍珠、翡翠或鑽石級經銷商在某月其合格經理有四人，當月個人組織 SV 達 2000 元標準，則可將個人組織 SV 的標準從 2000 降至 1000，且經銷商可自其下屬之經理組織 SV 獲得 10% 的積分。如珍珠級或其以上經銷商在某月其合格經理未達四人，其珍珠級資格或其以上資格仍可保留，但個人組織 SV 需維持於 2000 元，才能獲得 10% 的積分。
- III、翡翠或鑽石級經銷商須在當月維持八位之合格直接下屬經理，才能免除個人組織 SV2000 的限制。

(3)福利獎金制度：

①每季績效獎金 (Annual Exceling Bonus)：

E.EXCEL 每年提供 SV 總額的 1%，以獎勵所有金級以上領導經銷商。本項獎金係每月結算一次，每季發一次，金級以上領導經銷商符合當月領導組織獎金的參與分配資格（即組織 SV2000，個人 SV100），即可參加當月分配。

表五

每季績效獎金	SV總額	參與分配資格
金級分配	0.25%	金級(含)以上領導經銷商均分
珍珠分配	0.25%	珍珠級(含)以上領導經銷商均分
翡翠分配	0.25%	翡翠級(含)以上領導經銷商均分
鑽石分配	0.25%	鑽石級(含)以上領導經銷商均分
合 計	1.00%	

各級分配公式如下：

$$\frac{\text{SV總額} \times 0.25\%}{\text{符合該級分配總人數}} = \text{各級每份獎金}$$

* 各級領導經銷商可獲得的績效獎金如下：

表六 (●代表一份獎金)

績效獎金 職級	金級 分配	珍珠 分配	翡翠 分配	鑽石 分配
金級領導經銷商	●	-	-	-
珍珠領導經銷商	●	●	-	-
翡翠領導經銷商	●	●	●	-
鑽石領導經銷商	●	●	●	●

②珍珠合格獎金 (Annual Convention Bonus) : E.EXCEL 每年提撥 SV 總額的 1% , 以獎勵珍珠級合格經銷商。在成爲經銷商後十二個月內, 每個月維持個人 SV100 且爲珍珠級經銷商, 即可參與該項獎金之分配。珍珠合格獎金分配之方式如下: 每年提撥 SV 總額的 1% 扣除相關成本、費用加上參與會議之經銷商分攤之費用, 剩餘金額按合格之珍珠級經銷商人數均分。

③富豪基金 (Car/Home Fund Bonus) :

連續三個月保持在珍珠領導經銷商的資格或其以上, 便可以向 E.EXCEL 申請「富豪基金」。這項基金達 SV 總額的 2% 。

I、參與資格

轎車基金 (Car Fund) : 連續三個月達成珍珠領導經銷商資格, 即連續三個月都維持組織 SV2000 , 而且擁有四位直接下屬合格經理。

房屋基金 (Home Fund) : 連續三個月達成翡翠領導經銷商資格, 即連續三個月都維持組織 SV2000 , 而且擁有十位直接下屬合格經理。

II、富豪基金之積分計算

所有申請「富豪基金」的經銷商均依下列方式計算積分, 並以此積分爲分配基金的標準。積分每月計算一次, 以當月 SV 爲依據。

轎車基金個人積分 = (個人組織 SV × 10%) + (所有下屬第一層至第四層經理的個人組織 SV 總和 × 5%)

房屋基金個人積分 = (個人組織 SV × 10%) + (所有下屬第一層至第五層經理的個人組織 SV 總和 × 5%)

III、富豪基金分配

$$\text{個人分配基金} = \frac{\text{個人積分}}{\text{所有參與分配經銷商積分總和}} \times 2\% \text{SV總額}$$

IV、其他事項

a. 富豪基金之撥發係根據每月個人組織 SV 及下屬組織 SV 來決定

分配金額。

- b. 如果直接下屬經理有不合格之情形，積分的情況依當月保有直接下屬合格經理人數來決定：

表七 轎車基金

直接下屬合格經理	積分情況
四位及四位以上	原個人積分
三位	原個人積分 × 75%
二位	原個人積分 × 50%
一位	原個人積分 × 25%
無	積分完全扣除

表八、房屋基金

直接下屬合格經理	積分情況
十位及十位以上	原個人積分
九位	原個人積分 × 90%
八位	原個人積分 × 80%
其他依此類推	

- c. 如果申請之汽車基金不足以在二十四個月內支付購車價金，可申

請展期。

- d. 申請購買房屋之基金提撥期限為十二個月，若要再展期十二個月，需於期滿前連續三個月保持翡翠領導經銷商的資格才能申請。
- e. E.EXCEL 有權終止富豪基金之撥發，經銷商經銷權遭到終止、撤銷時，亦將終止撥發。

④旅遊基金 (Annual promotion bonus) :

E.EXCEL 每年提供 SV 總額的 1%，以獎勵合格經理，該基金之提撥可供合格經理作為旅遊之用途。E.EXCEL 每年保留設立該規則的權利予獲分配獎金之合格領導經銷商。

(五)退貨制度：

E.EXCEL 接受消費者退貨及換貨的申請，如果產品有瑕疵或訂貨錯誤的話，而消費者在購貨後三十天內退貨，則公司將退還其購貨之全部價金或交換其他產品。消費者辦理退換貨時，應將未使用完之貨品及包裝，併同購貨證明及客戶不滿意退貨單 (Product Return Form) 等文件寄回公司。退貨之貨款應扣除 10% 的作業費用，但並未扣除上線的佣金（該部份尚未有規定）。目前公司退貨情形很少，一年大約二至三次，大部分原因是商品運送錯誤。

(六)終止經銷商經銷權的規定：

所有已加入之經銷商違反公司之規定，譬如經銷商講不實的話，公司將以書面通知解除契約，或主動解除契約，該經銷商可於接受通知後二十天內提出解釋。

(七)猶他州州法對多層次傳銷事業之管理規定：

1. E.EXCEL 公司之營業需接受美國健康局作例行性檢查。
2. 在猶他州名譽不好的多層次傳銷計劃被視為“金字塔型計劃” (Pyramid Plan)，且是非法之商業活動。
3. 根據猶他州州法之規定，金字塔型計劃指一種方法或計劃，凡屬其會員者必須支付入會費以換取報酬或有領取獎金的權利。會員之獎金主要靠介紹他人入會，而非靠該會員或經介紹之他人銷售貨物、勞物或其他財產。

二、喜麗有限公司 (Shaklee Corporation) 在美國之行銷狀況。

(一)公司簡介：

1. Shaklee Corporation 成立於西元一九五六年。總公司位於美國加州舊金山市，係由佛里斯特先生 (Dr. Forest C. Shaklee) 所創立。喜麗公司在加州擁有佔地五萬二千平方公尺之研究中心，作為測試各項產品純度成分和效力之處。另在奧克拉荷馬州設立佔地二百二十一英畝之工廠，為確保產品之品質，通常室溫需維持華氏七十五度及百分之五十的溼度。所投資於產品的研究及創新經費高達美金八千萬元。
2. Shaklee Corporation 之產品目前已行銷全世界好幾個國家，包括美國、加拿大、墨西哥、荷蘭、愛爾蘭、英國、德國、比利時、丹麥、法國、義大利、葡萄牙、波多黎各、日本、韓國、香港等。於西元一九九〇年，喜麗公司與日本有名的製藥公司 Yamanouchi Pharmaceuticals Co. 合作，此合作計劃有助於喜麗公司產品之行銷更具規模。喜麗公司為在台灣開發市場，已於去年（八十二年）申請到公司登記執照，目前正處於籌備階段。

(二)產品簡介：

從西元一九六〇年開始，喜麗公司即研究出不含磷酸且容易分解之家庭清潔用品，至今已推出一系列全套清潔用品。喜麗公司所生產的產品，視各個國家人民需求不同，而有不同的配方，故年投入之研究經費相當龐大。

1. 產品可分為五大類：

(1)營養食品：

- ①活力飲料 (The wake-up drink)：成份包括即溶蛋白質、綜合維他命和礦物質，可配合牛奶飲用。
- ②基礎營養食品：維大力 (Vita-Lea)、Formula I、萊思靈 (Lecithin) 魚肝油等，含有綜合維他命、礦物質、纖維質、... 等成份。
- ③調理食品：如 beta Carotene，含有維他命 A、E、C 成份，可增加血液循環，防止硬化。
- ④機能性良品：如 B-Complex、Zinc、Iron、Vita-C 可保持一天充沛的體力。
- ⑤其他：如 Garlic 係以大蒜球莖為原料製成。

(2)淨水產品 (Water Treatment Systems)：

①濾水器：如 Best Water MTS Filtration Systems.

②減肥產品：如喜麗瘦身計劃 (Shaklee Slim Plan)、Meal Shakes.

③運動飲料：如 Shaklee Performance、carbocrunch、Shaklee Fitness 增強運動者之體力。

(3)園藝產品 (Home & Garden Products)：如植物和草地用肥料

(4)家庭清潔用品 (Household Products)：

①多功能清潔劑：如 BASIC-H，可清潔地板、牆壁、浴盆等

②廚房用清潔產品：如洗碗精 (BASIC-D、Satin Sheen)、洗碗用海綿、刷子。

③洗衣用清潔產品：如濃縮洗衣粉 (BASIC-L Laundry Concentrate)、濃縮洗衣精、濃縮柔軟精。

(5)個人保養系列產品 (Personal Care Products)：

①臉部保養系列：如敷面膏、乳液、美白霜、修護液、晚霜、防曬乳液、眼影卸粧液。

②彩粧系列：如粉餅、蜜粉、睫毛膏、眼影、口紅、腮紅、護唇膏等。

③全身保養系列：沐浴乳、潔膚皂、潤膚露、洗髮精、定型液、防曬系列產品。

④嬰兒用產品：如嬰兒沐浴乳、爽身粉、嬰兒油。

⑤髮絲保養系列：#1 配方洗髮精、潤絲精... 等。

⑥香水系列：男士古龍水、香水... 等。

2.產品特性：喜麗公司所有產品之成份來自天然植物，不含人工色素或防腐劑，其中營養食品之研究測試一年可達六萬二千次。

(三)銷售產品之方式暨組織擴展之方法：

1.採無店鋪販賣之傳銷制度（人員訪問販售）：由經銷商到顧客家中或工作場所訪問推銷產品

2.參加人需透過經銷商之介紹加入組織，但參加人加入時需繳美金二十元的入會費。

3.參加人的條件：本身不需要有特殊專長、訓練和學歷，只要透過努力即可達

到每年五萬、十萬、十五萬美金之收入。

4. 在上線之經銷商必須提供訓練課程予下線經銷商。而家庭組織 (home office) 提供行銷計劃、產品介紹、銷售資料、保險計劃等訓練課程。

5. 公司所作的廣告都是有關公司形象廣告。

(四) 行銷計劃 (經銷商收入來源) :

1. 喜麗公司支付獎金比例占營業額百分之三十八至百分之四十之間。

2. 經銷商收入來源有三 :

(1) 零售毛利 (Basic retail profit) :

該毛利來自經銷商進貨價格與售價之間的差額。

(2) 個人組織獎金 (personal group bonuses) :

個人組織獎金之多少決定於每月個人購買量。

(3) 領導組織獎金 (Leadership Bonuses (or overrides)) :

領導組織獎金之分配決定於個人之下屬經銷商組織每月之購貨量。

3. 以下是喜麗公司之職級表 :

表十五

參加人 (member)	經銷商 (distributor)	副主任 (Assistant supervisor)	主任 (supervisor)	→	
→	高級主任 (senior supervisor)	顧問 (coordi- nator)	資深顧問 (senior co- ordinator)	高級顧問 (key coordi- nator)	→
→	卓越顧問 (senior key coordinator)	經理 master coordinator			

→ 晉升方向由左向右

4. 獎金制度：

- (1) 參加人：凡是喜麗公司之參加人皆可享受產品的特惠折扣。
- (2) 經銷商：凡介紹他人加入公司組織之經銷商，可獲得銷售獎金之百分之二十七。
- (3) 副主任：所屬組織當月購買量 (Unit Value) 至少達美金一千元，則個人組織獎金為個人購買量 (pv) 百分之十至二十一之間。
- (4) 主任：所屬組織當月購買量 (uv) 達美金三千元時，個人組織獎金為個人購買量 (pv) 的百分之二十六至二十八之間。此時可獲得之福利有以下三點：
 - ① 健康保險
 - ② 轎車基金 (Bonus Car)：具有上述資格者，可申請轎車基金購買福特、凱迪拉克、林肯車。至今該公司已提供三萬輛轎車。
 - ③ 旅遊基金 (convention travel)：提供旅遊基金與高階領導人及其家屬至香港、維也納、馬德里、夏威夷... 等地遊玩。
- (5) 當個人組織之一員成為主任時，此時主任組織即從原個人組織分離出來，該主任即為個人之第一層主任，如果有人在第一層主任組織裏達到主任之資格者，此時該主任即為個人之第二層主任 (2nd Level Supervisor)，以下類推。此時個人的獎金包括第一層主任級總人數銷售獎金、每月個人組織銷售量 (PV) 及領導組織獎金銷售量 (UV)。

表十六

以下是個人組織擁有 第一層主任之人數	獎金提撥		
	第一層	第二層	第三層
1 - 2	5 %	3 %	1 %
3 - 8	6 %	4 %	1 %
9 - 14	6 %	5 %	2 %
15 或以上	6 %	6 %	2 %

表十七、以下是個人可能達成之財務目標：

資格	平均每月獎金
主任及高級主任	\$ 7 8 6
顧問及資深顧問	\$ 2 , 9 1 2
總經理及高級經理	\$ 7 , 1 5 9
終身經理 (Lifetime Manager)	\$ 1 4 , 6 5 7

參、建 議

美國各州對多層次傳銷規範之法律相當複雜，聯邦及各州各自制定及援用不同的法律，聯邦交易委員會法第五條禁止不公平及欺騙行為之規定，而州政府採單獨立法對不正當多層次傳銷加以規範者，有亞歷桑那州、肯塔基州、與馬里蘭州等的

金字塔銷售術法（或金字塔推銷術法）、加州的刑法及密西根州的特許權投資法。

我國對於多層次傳銷之立法體例是採合併立法，與公平交易法合併規範，多層次傳銷事業間雖無競爭關係，但為保護消費者權益，故將其規範於公平法中。然個人認為多層次傳銷之態樣衆多，無法均以法律條文因應，故有下列幾點建議：

一、目前我國對多層次傳銷規範之相關法律有公平交易法及多層次傳銷管理辦法。

依公平法第二十三條第一項之規定，「多層次傳銷...主要係基於介紹他人加入，而非基於其所推廣或銷售商品或勞務之合理市價者，不得為之。」因此我國對不正當多層次傳銷的認定標準有二，其一為判定其報酬來源是否基於所推廣或銷售商品或勞務之「合理市價」，然而「合理市價」之認定並不容易。本會曾於公研釋○○八號函解釋公平法第二十三條「主要」及「合理市價」認定基準之疑義，吾人認為「合理市價」可從以下幾點依序比較之，然此前提需先扣除消費者物價指數及關稅等變數。

(一)市場有相同競爭商品或勞務：

此時欲認定多層次傳銷所推廣之商品是否為「合理市價」時，相同商品或勞務之售價、品質是主要的參考依據。

(二)市場有類似競爭商品或勞務：

市場若無相同競爭商品或勞務時，其「合理市價」之認定則以市場上類似競爭商品或勞務為主要的參考依據，若該類似商品或勞務差異性過大而無替代性時，其品質、特別技術、用途等則是重要的考量因素。

(三)同類競爭商品或勞務在國內外市場之比較：

此時欲認定是否係「合理市價」時，商品或勞務之售價、品質應係最主要的參考依據。此外，多層次傳銷事業之獲利率，與以非多層次傳銷方式行銷相同或同類產品行業獲利率之比較，亦可供參考，其他考慮因素尚包括成本、特別技術及服務水準等。

除上述情形外，若仍無法有一合理訂價，則需做成本分析、找出成本差異之原因，進而導出一合理利潤及合理市價。不論如何，多層次傳銷事業是否合法，需從各個角度加以衡量，但首要條件須(1)合乎多層次傳銷管理辦法之規定(2)遵守公平法第二十三條第一項之規定。

二、事業如有下列情形，將有可能違反公平法之規定：

(一)變相吸金：依吸金方式區別多層次傳銷是否為合法

- 1.繳納會費：參加人加入公司組織需繳納一定金額之會費，才享有購買商品之折扣，一般消費者並未享有折扣。如果公司使用會費之用途為印製產品目錄、郵寄商品，即難謂有吸金之情形。如果吸收之會費超出目錄印製、商品郵寄之費用甚多，該公司可能將剩餘之會費做為公司營運之資金，該資金原應向銀行貸款付息而來，但因累積眾多參加人之入會費，而不必向銀行貸款，此部分有變相吸金之嫌，對其他相互競爭之非多層次傳銷事業有顯失公平情事。
- 2.經銷商報酬：參加人加入公司組織之目的，若為單純使用、消費產品，此即與一般批發商之會員（如高峰公司）無異。然因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加入之權利，故其吸引人之處在於參加人可獲得各種報酬（佣金）之分配。公司給予各層級經銷商報酬之來源，除非公司財力雄厚，否則係由產品銷售過程中獲取高額利潤（即市價過高）或者是公司要求參加人每月購買一定金額之產品，再從該固定金額中抽取一定比例作為佣金另外發放。

由於多層次傳銷之特性為「無店鋪販賣」，故可減少行銷通路的成本（不同於傳統商業，有總代理商、區域代理商、大盤商、中盤商、小盤商等行銷通路暨商品上架費等成本），而有更多的利潤產生。如果公司給予經銷商獎金之總額大於該公司結省店鋪之成本，即有售價偏高趨勢。然通常因一般商品之市售價格高，而多層次傳銷之特性可能會造成物流體系的改變，使得零售業變成夕陽商業之危險。

(二)多層次傳銷組織之最下線參加人無法再介紹更多的人加入組織，理由如下：

- 1.假設公司強迫參加人每月購買一定數量之產品，並塑造行銷計畫給予參加人高額月收入之資訊，使其對該計畫產生幻想，而當該批產品無法全部賣出時，則參加人之權益除依多層次傳銷管理辦法之九成退貨規定外，難有更進一步之保障，尤其當多層次傳銷事業結束營業時，又該如何退貨，而公司是否有通知參加人之義務，即成問題。此時參加人即使請求退貨，仍無法獲得原先幻想的高額報酬或職階，因為底部的人必須繼續招募以不斷地擴張參加人數，

長久下來，不但浪費了寶貴的時間，也減少了社會、國家的生產力。因此在招攬參加人時，應使其了解推廣商品與經商一樣有其經營上之風險。

2. 在上線的經銷商可能有不勞而獲的情形，每名經銷商之報酬可依產品之批發價值總額、經銷商購買量及所屬組織之購買量呈指數形成長。若在上線的人即使不推銷產品，亦可由其所屬下線組織之購買量賺取金錢，此種不勞而獲的情形，會造成社會風氣的敗壞。如欲使在上線之人可抽取下線參加人（經銷商）介紹他人加入組織之佣金，其前提必須為該上線參加人（經銷商）有輔導下線銷售產品及招攬其下線之情事。

三、美國聯邦交易委員會曾於一九七四年命令奇羅馬公司 (GER-RO-MAR)，應對其任何行銷、銷售規畫或計畫之全體現行或未來經銷商、配售商或參加者，或對現已從事奇羅馬公司產品或勞務買賣者分送聯邦交易委員會之處分命令影本，並以簽署該命令之收執為憑。基於美國 F.T.C. 之作法，建議本國日後修法賦予本會得依職權裁量，對被處分之多層次傳銷事業要求其將處分書分送全體已參加之經銷商或參加者，或對未來將從事買賣該事業產品者，使其能瞭解該公司修改前、修改後之傳銷方式，以保障參加人。

由於多層次傳銷創造許多就業機會，尤其得以兼職之方式為之，以及節省店舖之行銷成本轉為利潤，更受家庭主婦的青睞。因此，我國目前對多層次傳銷並不禁止，僅對不正當之多層次傳銷加以取締，並以多層次傳銷管理辦法來監督業者並保護參加人之權益，但以此種行政命令之方式是否已足以保障參加人所花費之時間、精力，實值得參加人深思。而業者在推廣商品說明會上所作之組織傳銷及產品介紹，實有必要讓參加人有確實而明瞭之訊息，使其瞭解參加人自己是否適合扮演此一角色，如此才能避免業者與參加人間產生不必要的糾紛。此外，公平法本身之重新增修亦有其必要性，尤其是事業故意以結束營業之方式逃避參加人之退貨請求時，宜明定事業之負責人應與公司本身負民事連帶責任，始足以保障參加人之權益。

參考文獻

1. ATTORNEY GENERAL FRANK J. KELLEY for IMMEDIATE RELEASE
(JANUARY 2, 1992) ;
2. MONROE BOUNDS, INC. V. FIGURETTES, INC. 135 Cal. App. 3d 1, pp.480
~ 492 (1982) ;
3. PEOPLE v. BESTLINE PRODUCTS, INC. 61 C.A. 3d 879 ; 132 Cal. Rptr.
767 pp.879-925 (1976) ;
4. IN THE MATTER OF GER-RO-MAR, INC., ET AL., 84 F.T.C. 95 (1974) ;
5. IN THE MATTER OF RUSSEL STOVER CANDIES, INC., 100 F.T.C. 1 (1982) ;
6. IN THE MATTER OF HOLIDAY MAGIC, INC. ET AL., 84 F.T.C. 748 (1974) 。
7. 黃營杉等八人編，各國對多層次傳銷事業之管理政策比較研究，本會委託國立中興大學企業管理研究所研究，八十二年度研究計畫五。
8. 陳錦全撰，多層次傳銷立法之研究，私立東吳大學法律學研究所碩士論文，民國七十八年六月。