

中華民國 111 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 112 年 7 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.....	5
(一)傳銷商人數及概況	5
(二)多層次傳銷營業額規模及經營方式.....	11
(三)傳銷商訂貨及領取佣（獎）金規模與比率.....	15
(四)多層次傳銷商品或服務類別.....	19
(五)傳銷事業進貨（製造）成本及佣（獎）金所占比率.....	20
四、傳銷事業對未來經營概況之看法.....	21
五、總結.....	24
參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖	27
肆、統計表.....	34
伍、附錄.....	97
一、「111年多層次傳銷事業經營發展狀況調查」實施計畫.....	97
二、多層次傳銷事業經營發展狀況調查問卷	98
三、多層次傳銷管理法	106
四、多層次傳銷事業報備及變更報備準則	110

壹、調查概要

一、調查緣起及目的

我國公平交易法於民國（以下所載年份均採民國紀元）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」，採報備制，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111年度多層次傳銷事業之營運全貌，故凡於111年期間曾有經營多層次傳銷之事業，不論經營期間之長短，皆列為調查對象。

二、法令依據

依據多層次傳銷管理法第25條¹、第26條²規定辦理。

三、調查範圍與對象

111年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括111年間已報備停止者）為調查對象。

四、調查項目

- （一）基本資料：依傳銷事業報備資料，經其核對或提供包括事業名稱、聯絡方式、實收資本額、事業成立與實施多層次傳銷時間、實施多層次傳銷情形、營業據點分布及會計師簽證等。
- （二）傳銷事業經營概況：
 - 1、傳銷商人數：有效維持傳銷商資格人數、新加入傳銷商人數、限制行為能力人之傳銷商人數、各年齡層傳銷商人數及退出之傳銷商人數。
 - 2、營業情形：多層次傳銷營業額規模、傳銷商加入條件、採網路行銷情形。
 - 3、銷售商品或服務情形：銷售商品或服務之類別及其營業額、來源。
 - 4、進貨成本及支付佣（獎）金情形：事業進貨（製造）成本及支付佣（獎）金比率。
 - 5、傳銷商訂貨及領取佣（獎）金情形：傳銷商訂貨人數、領取佣（獎）金人數及金額。
- （三）傳銷事業對目前及未來經營之看法及管理上建議。

五、調查期間

- （一）調查資料標準時期：動態資料以111年1月至12月全年數字為準，靜態資料以111年底數字為準。
- （二）調查實施期間：112年4月6日至4月30日。

六、統計方法

全面普查。

七、調查方法

由事業於本會多層次傳銷管理系統線上填報。

1 多層次傳銷管理法第25條：「多層次傳銷事業應按月記載其在中華民國境內之組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況，並將該資料備置於主要營業所供主管機關查核。前項資料，保存期限為五年；停止多層次傳銷業務者，其資料之保存亦同。」

2 多層次傳銷管理法第26條：「主管機關得隨時派員檢查或限期令多層次傳銷事業依主管機關所定之方式及內容，提供及填報營運發展狀況資料，多層次傳銷事業不得規避、妨礙或拒絕。」

貳、提要分析

一、調查概況

多層次傳銷為行銷通路之一種，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、訓練之傳銷商而建立之銷售網來銷售公司商品，以獲取獎金及其他經濟利益。鑑於以往不正當之多層次傳銷曾造成社會問題，故訂立「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之事業，均須於實施前向本會報備，截至 111 年底，向本會報備於 111 年實施之多層次傳銷事業³（包含 111 年間向本會報備停止實施多層次傳銷）計 447 家，較 110 年之受調查家數 440 家，增加 7 家。

本次調查 111 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含 111 年向本會報備停止實施者）計 447 家，實際回報事業有 398 家⁴（89.04%⁵），該等回報事業有 22 家尚未實施多層次傳銷、3 家已停（歇）業，111 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 373 家，較 110 年之 347 家，增加 26 家。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（111）年間仍有從事多層次傳銷行為之 373 家事業為範圍。

二、基本資料分析

（一）實施多層次傳銷時間

111 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 74 年。以 373 家多層次傳銷事業報備實施時間觀察，101 至 111 年實施多層次傳銷之事業計 197 家（占 52.82%）居首，其次為 91 年至 100 年實施多層次傳銷之事業計 63 家（占 16.89%），而 81 年至 90 年實施多層次傳銷之事業計 38 家（占 10.19%），80 年以前實施多層次傳銷之事業為 9 家（占 2.41%）（表 1）。

復自 108 年至 111 年所查事業實施多層次傳銷之時間分布彙整表觀之，90 年以前實施多層次傳銷且持續經營之事業家數變動不大；91 年至 100 年間實施多層次傳銷之事業家數，111 年較 110 年減少 1 家；101 年至 110 年間實施傳銷之事業家數於 111 年較 110 年時減少 37 家；101 至 110 年間實施多層次傳銷產業之事業家數占比超過一半。

由前揭數據可知，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；另事業進入多層次傳銷產業之前幾年，所面臨之內外體制及組織發展等經營危機，相對較高，其是否能持續經營發展，端視能否通過嚴酷之市場競爭淘汰結果而定。

3 本調查不包含已於 111 年底報備，惟預計 112 年才實施之傳銷事業。

4 另有 49 家事業經本會於調查實施期間逐一通知仍未回報，並查其中有 47 家事業已自本會報備名單中刪除，2 家事業（1 家填報未完成、1 家搬遷不明）仍為報備名單中，本會將列為優先業務檢查對象。

5 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 100 年	民國 101 年至 110 年	民國 111 年以後
108 年	334	10	42	78	204	-
109 年	314	9	40	73	192	-
110 年	347	9	40	64	234	-
111 年	373	9	38	63	197	66

(二) 事業國籍分布

依 111 年調查結果(表 2)顯示, 373 家多層次傳銷事業中, 我國公司有 307 家(占 82.31%), 外國公司計有 66 家(占 17.69%)。相較 110 年多層次傳銷事業之國籍分布情形, 外國公司占我國多層次傳銷事業家數比率微幅下降。

表 2 國籍分布比率

年別	事業總家數(家)	本國公司家數(百分比%)	外國公司家數(百分比%)
108 年	334	272 (81.44%)	62 (18.56%)
109 年	314	254 (80.89%)	60 (19.11%)
110 年	347	284 (81.84%)	63 (18.16%)
111 年	373	307 (82.31%)	66 (17.69%)

(三) 事業資本額

以 373 家多層次傳銷事業 111 年底報備資本額觀察, 資本額 1 百萬元至未達 1 千萬元之事業家數最多, 計 199 家(占總家數 53.35%), 次為資本額 1 千萬元至未達 1 億元之事業計 129 家(占總家數 34.58%); 另從事業實施多層次傳銷時間觀察, 民國 100 年以前實施多層次傳銷之事業以資本額 1 千萬元至未達 1 億元之事業為主, 民國 101 年後實施多層次傳銷則以資本額 1 百萬元至未達 1 千萬元之事業為主, 故據表 3 資料可得知, 我國傳銷事業之規模仍以中小企業⁶為主。

⁶ 中小企業認定標準第 2 條規定:「本標準所稱中小企業, 指依法辦理公司登記或商業登記, 實收資本額在新臺幣 1 億元以下, 或經常僱用員工數未滿二百人之事業。」

表 3 事業資本額與多層次傳銷實施時間

單位：家

多層次傳銷資本額別	總計	民國 80 年以前	民國 81 年至 90 年	民國 91 年至 100 年	民國 101 年至 105 年	民國 106 年以後
總計	373	7	38	63	43	220
未達 1 百萬元	29	0	0	2	4	23
1 百萬元至未達 1 千萬元	199	2	10	26	21	140
1 千萬元至未達 1 億元	129	3	20	33	16	56
1 億元至未達 5 億元	13	2	6	2	2	0
5 億元至未達 10 億元	2	0	1	0	0	1
10 億元以上	1	0	1	0	0	0

(四) 事業所在地區分布與營業據點

111 年受查之 373 家多層次傳銷事業，其登記所在地區以北部地區 246 家（占 65.95%）為主，中部地區 71 家（占 19.03%）居次，南部地區 55 家（14.75%），東部地區 1 家（0.27%）（表 4）。相較於 110 年之 347 家受查事業，分布於北部地區、中部地區及南部地區之家數分別增加 15 家、7 家及 4 家。

另上開事業於國內營業據點（包含主要營業所、其他營業所）計 838 處，其中以北部地區 409 處（占 48.81%）為最多，南部地區 212 處（占 25.30%）居次，中部地區、東部（含金馬）地區則各有 197 處（23.51%）、20 處（占 2.39%）（統計表 2，頁 35），此亦適當地呈現多層次傳銷之特質，即其係運用「人際網絡關係」之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。相較於 110 年多層次傳銷事業之營業據點總數 806 處，111 年總營業據點數計增加 32 處。

表 4 公司登記地址所在地區分布

單位：家

年別	總計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區
108 年	334	217	68	49	-
109 年	313	211	62	40	-
110 年	347	231	64	51	1
111 年	373	246	71	55	1

三、經營概況

(一) 傳銷商人數⁷及概況

依據 373 家多層次傳銷事業資料顯示，111 年底傳銷商人數計 348.6 萬人，較 110 年底 364.87 萬人，減少 16.27 萬人。其次，因部分傳銷商重複參加 1 家或 2 家以上之傳銷事業，根據本會估算剔除重複傳銷商人數⁸後，111 年底傳銷商人數為 347.3 萬人。依內政部統計資料，我國 111 年底人口數約為 2,326.46 萬人，則加入傳銷率（參加傳銷人數占全國總人口數之比率）約 14.93%，即平均每萬人中有 1,493 人加入多層次傳銷，較 110 年底之 15.56%，減少 0.63 個百分點（統計表 30，頁 87）。

1、傳銷商人數規模

111 年底傳銷商總人數 348.6 萬人，平均每家傳銷事業之傳銷商人數約 9,350 人（統計表 30，頁 87）。就受查事業之傳銷商人數規模分布情形而言，以傳銷商人數為未達 1 千人之事業最多，計 223 家（占 59.79%）；次為傳銷商人數 1 千人以上至未達 1 萬人之事業，計 106 家（占 28.42%）；傳銷商人數 1 萬人以上未達 5 萬人之事業有 30 家（占 8.04%）；5 萬人以上未達 10 萬人有 6 家（占 1.61%）；10 萬人以上之事業有 8 家（占 2.14%）（表 5）。

表 5 傳銷商人數分布規模（按多層次傳銷營業額分）

多層次傳銷營業額別	單位：家(人)					
	總計	未達 1 千人	1 千至 未達 1 萬人	1 萬至 未達 5 萬人	5 萬至 未達 10 萬人	10 萬人以上
總計	373 (3,486,407)	223 (51,288)	106 (323,827)	30 (637,616)	6 (433,985)	8 (2,039,691)
未達 1 百萬元	69 (16,555)	68 (3,255)	-	1 (13,300)	-	-
1 百萬元至未達 1 千萬元	95 (26,431)	90 (18,207)	5 (8,224)	-	-	-
1 千萬元至未達 1 億元	117 (260,731)	59 (26,637)	54 (143,381)	4 (90,713)	-	-
1 億元至未達 5 億元	57 (361,403)	6 (3,189)	41 (138,087)	8 (111,300)	2 (108,827)	-
5 億元至未達 10 億元	15 (513,977)	-	5 (30,365)	7 (130,615)	1 (92,180)	2 (260,817)
10 億元以上	20 (2,307,310)	-	1 (3,770)	10 (291,688)	3 (232,978)	6 (1,778,874)

7 「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。

8 剔除重複傳銷商人數係本會依據 111 年 373 家受查事業填報之重複參加人數計算而得。

復將前揭事業之多層次傳銷營業額區分不同級距，觀察傳銷商人數規模之分布情形，可知營業額高低與傳銷商人數規模密切相關，多層次傳銷營業額未達 1 百萬元之事業有 69 家，其中，傳銷商人數未達 1 千人有 68 家，1 萬人以上未達 5 萬人有 1 家；而多層次傳銷營業額逾 10 億元之事業有 20 家，其中，傳銷商 1 千人至未及 1 萬人有 1 家，1 萬人以上未達 5 萬人有 10 家，5 萬人以上未達 10 萬人之事業有 3 家，10 萬人以上之事業則有 6 家。

另篩選 109 年至 110 年、110 年至 111 年期間持續實施多層次傳銷之事業，經剔除任一年度傳銷商人數為 0，比較其 110 年及 111 年傳銷商人數之變化。自後附統計表 31-2（頁 91、92）觀察，有關傳銷商人數增減變化部分，110 年傳銷商人數增加之事業家數計有 136 家，占樣本數 269 家之 50.56%；然至 111 年，傳銷商人數增加之事業家數則為 143 家，占樣本數 288 家之 49.65%。整體而言 111 年度總傳銷商人數較 110 年增加，但平均每家傳銷事業之傳銷商人數下降，且分析個別傳銷事業傳銷商人數變化之情形，傳銷商人數增加之事業比例亦微降。

2、新加入傳銷商人數規模

111 年新加入之傳銷商人數計 68.6 萬人，占傳銷商總數（348.6 萬人）之 19.68%（統計表 30，頁 87），較 110 年新加入傳銷商人數（81.17 萬人）減少 12.57 萬人。自新加入各事業之傳銷商人數規模分布觀之，以新加入傳銷商人數未達 500 人之事業為大宗，計 264 家（占 70.78%），次為傳銷商 1,000 人以上至未達 1 萬人之事業計有 68 家（占 18.23%）。至於新加入傳銷商人數規模達 5 萬人以上之事業，則有 2 家，較 110 年減少 1 家，而該 2 家事業之經營方式均係全部採行多層次傳銷，且其 111 年營業額均逾新臺幣（下同）10 億元，其中有 1 家事業實施多層次傳銷達 15 年以上，如按國籍區分，我國公司與外國公司則各占 1 家（表 6、統計表 7，頁 41）。

表 6 新加入傳銷商人數分布規模（按多層次傳銷營業額分）

多層次傳銷營業額別	單位：家(人)					
	總計	未達 5 百人	5 百至 未達 1 千人	1 千至 未達 1 萬人	1 萬至 未達 5 萬人	5 萬人 以上
總計	373 (686,040)	264 (31,942)	29 (21,049)	68 (196,814)	10 (261,463)	2 (174,772)
未達 1 百萬元	69 (548)	69 (548)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
1 百萬元至未達 1 千萬元	95 (12,377)	92 (9,174)	1 (818)	2 (2,385)	0 (0)	0 (0)
1 千萬元至未達 1 億元	117 (53,365)	90 (19,645)	14 (10,151)	13 (23,569)	0 (0)	0 (0)
1 億元至未達 5 億元	57 (79,939)	12 (2,284)	14 (10,080)	31 (67,575)	0 (0)	0 (0)
5 億元至未達 10 億元	15 (71,276)	1 (291)	0 (0)	12 (40,079)	2 (30,906)	0 (0)
10 億元以上	20 (468,535)	0 (0)	0 (0)	10 (63,206)	8 (230,557)	2 (174,772)

另觀察 111 年度新加入傳銷商之性別組成（圖 1），女性有 49.24 萬人（占新加入傳銷商 71.78%），男性計 19.35 萬人（占新加入傳銷商 28.22%），可知新加入傳銷市場之經營者係女性為主，且較 110 年比例之 69.61% 上升 2.17%，人數將近為男性傳銷商之 2.54 倍。

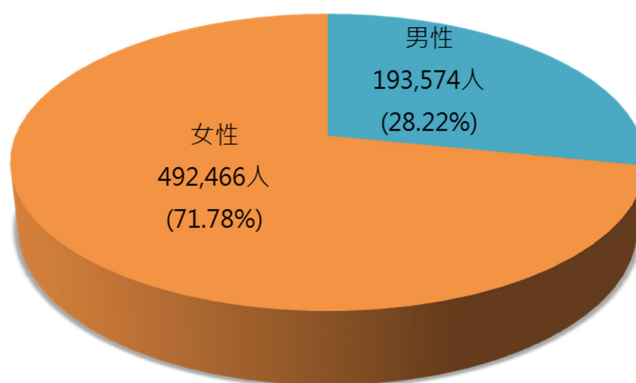


圖 1 新加入傳銷商之性別分析

3、傳銷商性別及各年齡層參與情形

據 111 年度調查數據顯示，女性傳銷商有 232.65 萬人，占傳銷商總人數（348.6 萬人）比重為 66.72%（統計表 5，頁 38、39），較 110 年度之 68.93%，降低 2.21 個百分點（趨勢圖 7，頁 30）。其次，分析女性傳銷商占各事業傳銷商人數之比重分布（統計表 5，頁 38、39，圖 2），有 214 家（57.37%）之事業其女性傳銷商所占比率為 50% 至 74%，餘依序為 75% 至 89% 之事業計 72 家（19.30%），25% 至 49% 之事業有 25 家（6.70%），逾 90% 之事業為 26 家（6.97%），未達 25% 之事業則有 36 家（9.65%）。復以產業觀點切入，自 96 年起將女性傳銷商人數列為調查問項後，即顯示女性傳銷商一直為傳銷市場主力。

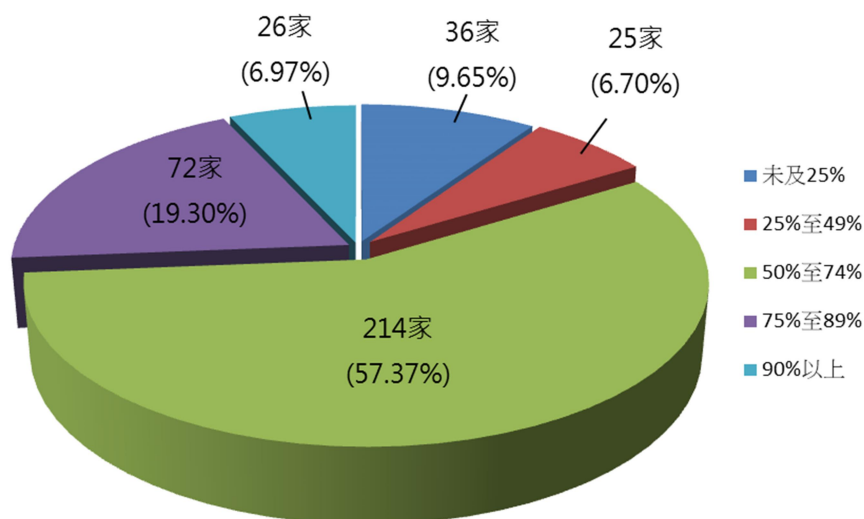


圖 2 傳銷事業女性傳銷參與情形

另觀察各年齡層傳銷商人數分布情形(表 7)，最多人數為 50 歲至 59 歲占 23.51%，其次為 40 歲至 49 歲占 22.19%、60 歲至 69 歲占 19.51%、30 歲至 39 歲占 15.49%；而女性傳銷商人數分布情形，最多人數為 50 歲至 59 歲占 24.70%，其次為 40 歲至 49 歲占 22.97%、60 歲至 69 歲占 20.31%、30 歲至 39 歲占 14.41%；而男性傳銷商人數分布則以 50 歲至 59 歲占比最高 20.21%，其次為 40 歲至 49 歲占 20.02%、30 歲至 39 歲占 18.48%、60 歲至 69 歲占 17.26%。

表 7 各年齡層男女性傳銷商組成

年齡分布	男性傳銷商 百分比(單位：%)	女性傳銷商 百分比(單位：%)	總傳銷商 百分比(單位：%)
7 歲至 19 歲	0.48%	0.22%	0.29%
20 歲至 29 歲	10.96%	6.71%	7.83%
30 歲至 39 歲	18.48%	14.41%	15.49%
40 歲至 49 歲	20.02%	22.97%	22.19%
50 歲至 59 歲	20.21%	24.70%	23.51%
60 歲至 69 歲	17.26%	20.31%	19.51%
70 歲以上	12.59%	10.67%	11.18%
總計	100%	100%	100%

說明：本調查報告有關各年齡層傳銷商人數及性別組成之統計，因受查事業並非皆有統計各年齡層男、女性傳銷商之人數，爰係以 111 年當年度有填報問卷各年齡層男、女性傳銷商人數之 308 家事業回報數據為基礎。

4、傳銷商為限制行為能力人所占比率及分布情形⁹

據表 8 資料顯示，111 年底傳銷事業有招募限制行為能力者（7 歲以上未滿 20 歲且未結婚）共有 134 家，占事業家數比率達 35.92%，其人數合計為 8,521 人，總訂貨金額約 2.17 億元，平均訂貨金額為 25,556 元。對照 110 年度調查資料，其平均訂貨金額較 110 年之 31,418 元，減少 5,862 元，而總訂貨金額較 110 年之 2.17 億元，略為減少 5 百萬元。倘以各事業所含限制行為能力傳銷商之人數切入觀察，多數為 1 至 50 人，計有 103 家，惟其人數僅占限制行為能力傳銷商總數之 11.38%；51 至 300 人、301 人以上各有 25 家、6 家，其中，限制行為能力傳銷商人數之區間人數為分別為 3,139 人及 4,412 人，各占限制行為能力傳銷商總數為 36.84%及 51.78%，然 2 個區間之總訂貨金額占限制行為能力人總訂貨金額之比例較高，分別為 31.15% 及 54.09%。

表 8 傳銷商為限制行為能力之人數及總訂貨金額

人數分布	限制行為能力之家（人）數	限制行為能力人總訂貨金額（元）
總計	134(8,521)	217,764,985 (100%)
1~50	103(970)	32,132,414 (14.76%)
51~300	25(3,139)	67,833,710 (31.15%)
301 以上	6(4,412)	117,798,861 (54.09%)

5、傳銷商退出傳銷事業之人數分布情形¹⁰

根據表 9 資料，111 年度退出傳銷事業經營之傳銷商人數約有 70.46 萬人，依退出人數劃分規模區間，退出人數未達 100 人之事業有 305 家，占總事業家數 81.77%，其退出人數占總退出人數 0.36%；次為退出人數 100 人以上未達 500 人之事業有 32 家，占總事業家數 8.58%，其退出人數占總退出人數 1.08%；退出人數 500 人以上未達 1,000 人、1,000 人以上未達 3,000 人、3,000 人以上則各有 6 家、13 家、17 家。復以多層次傳銷營業額細分，進一步觀察傳銷商退出人數規模之分布情形，在退出人數未達 100 人之區間，事業之營業額多集中於 1 億元內，合計有 261 家，占總事業家數 69.97%，其中，以營業額 1,000 萬元以上未達 1 億元之事業家數最多，有 102 家，占總事業家數 27.35%。而退出人數為 100 人以上未達 500 人，該事業群之營業額主要集中於 1 億元未達 5 億元，有 11 家（占總事業家數 2.95%）；退出人數 3,000 人以上之事業，其營業額 10 億元以上 11 家（占總事業家數 2.95%、總退出人數 89.86%）。

9 多層次傳銷管理法第 16 條之立法說明：「為保護無行為能力人及限制行為能力人，爰明定多層次傳銷事業不得招募無行為能力人為傳銷商，如招募限制行為能力人為傳銷商者，應事先取得法定代理人書面允許，並附於參加契約。」是傳銷事業招募限制行為能力人之相關情形，為本會關注之重點。另 112 年 1 月 1 日修正之民法施行後，年滿 18 歲之我國國民即為完全行為能力人，惟本調查報告係調查 111 年度之事業經營狀況，故限制行為能力人仍為 7 歲以上未滿 20 歲且未結婚者。

10 本調查報告有關傳銷商退出傳銷事業人數之統計，係以 111 年當年度有填報問卷之 373 家事業回報數據為基礎，代表該年度有回報事業之傳銷商退出人數情形，由於每年度事業進、出傳銷活動家數變動頻繁，且問卷回報家數及回報率不一，故尚難逕以 110 年傳銷商總人數，加總 111 年新加入傳銷商人數，再扣除 111 年傳銷商總人數之方式，計算 111 年傳銷商退出傳銷事業人數。

表 9 傳銷商退出人數規模分布

單位：家(人)

多層次傳銷營業額別	總計	未達 1 百人	1 百至未達 5 百人	5 百至未達 1 千人	1 千至未達 3 千人	3 千人以上
總計	373 (704,578)	305 (2,553)	32 (7,643)	6 (4,544)	13 (22,055)	17 (667,783)
未達 1 百萬元	69 (1,111)	67 (206)	1 (303)	1 (602)	-	-
1 百萬元至未達 1 千萬元	95 (1,212)	92 (410)	3 (802)	-	-	-
1 千萬元至未達 1 億元	117 (10,155)	102 (961)	10 (2,658)	2 (1,316)	3 (5,220)	-
1 億元至未達 5 億元	57 (41,316)	34 (602)	11 (2,374)	3 (2,626)	5 (9,761)	4 (25,953)
5 億元至未達 10 億元	15 (13,871)	5 (237)	5 (1,150)	-	3 (3,796)	2 (8,688)
10 億元以上	20 (636,913)	5 (137)	2 (356)	-	2 (3,278)	11 (633,142)

據表 10 資料顯示，就傳銷商退出之原因而言，以契約期滿不續約為首，約有 33.56 萬人（占總退出人數 76.54%）；次為自傳銷商與傳銷事業簽訂參加契約起算第 31 日以後自願終止契約，計約 8.47 萬人（占總退出人數 19.33%），而自訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約者約有 1.76 萬人（占總退出人數 4.03%）。倘自男性、女性傳銷商分別觀察，退出之男性傳銷商約有 15.81 萬人（占總退出人數 36.05%），女性傳銷商約 28.04 萬人（占總退出人數 63.95%）（圖 3 至圖 6）。

表 10 111 年傳銷商退出之原因、人數及性別組成

單位：人

退出原因	男性	女性	總人數
契約期滿不續約而退出	128,334	207,355	335,689
訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約	4,675	13,000	17,675
訂約日起算第 31 日以後自願終止契約	24,918	59,844	84,762
因傳銷商違約而事業要求退出	177	278	455
總計	158,104	280,477	438,581

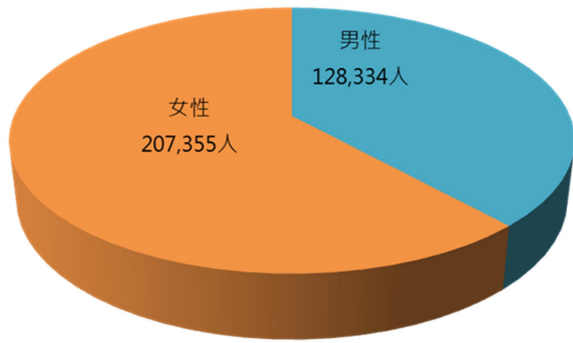


圖 3 男、女性傳銷商因契約期滿不續約而退出人數

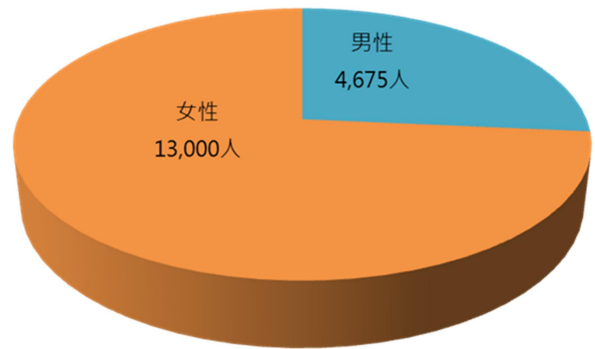


圖 4 男、女性傳銷商於訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約人數

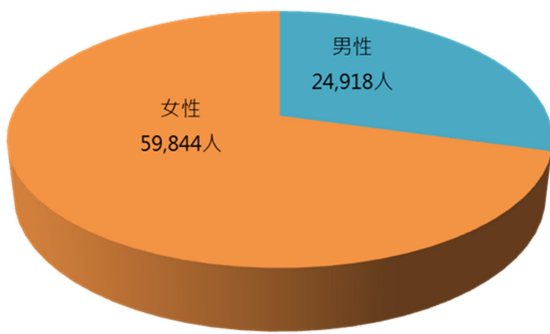


圖 5 男、女性傳銷商於訂約日起算 31 日後自願終止契約人數

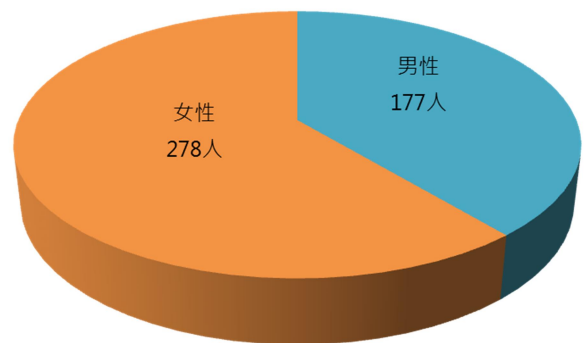


圖 6 男、女性傳銷商因違約而事業要求退出人數

(二) 多層次傳銷營業額規模及經營方式

1、多層次傳銷營業額規模

據統計表 30 (頁 87、88) 顯示，受查之 373 家多層次傳銷事業 111 年營業總額約為 1,054.67 億元 (經以 111 年消費者物價指數年增率累計平均值 2.95% 調整後，所得金額則為 1,024.45 億元)，較 110 年調查之營業總額 (1068.44 億元) 減少 13.77 億元，減幅約 1.29%。又自統計表 20 (頁 58) 可知，事業營業額平均值為 2 億 8,275 萬元，較 110 年之 3 億 791 萬元，減少約 2,516 萬元。復分析 91 年至 111 年多層次傳銷營業總額變化情形，整體趨勢為攀升，而 93 年及 94 年間為第 1 波高峰，營業總額約 683 億元，隨後即陡降，直至 97 年起逐年升高，99 年、102 年及 104 年分別突破 600 億元、700 億元及 800 億元 (趨勢圖 1，頁 27)，105 年營業總額更成長將近 10% 達到 881.2 億元，在經歷 106 年微幅成長 0.57% 及 107 年下降 6.31% 後，108 年營業總額再度成長近 13% 突破 900 億元，109 年則微幅成長，110 則首度突破千億元大關，至 111 年則微幅下降，但仍維持千億元以上水準。

另就表 11 觀察營業額規模家數分布情形，營業額介於 1,000 萬元至未達 1 億元之事業家數最多，有 117 家（占事業總家數 31.37%），營業額合計約 44.38 億元，占整體營業額 4.21%；次為營業額介於 100 萬元至未達 1,000 萬元之 95 家事業（占事業總家數 25.47%），營業額約 4.66 億元，占整體營業額 0.44%；而營業額 1 億元以上未達 5 億元有 57 家、未達 100 萬元之事業有 69 家，其營業總額各占整體營業額 12.15%、0.01%。營業額達 10 億元以上之事業共有 20 家，占總事業家數 5.36%，營業額合計達 771.3 億元，占多層次傳銷業整體營業額 73.13%，其平均營業額約為 36.73 億元，較 110 年之 38.23 億元，減少 1.5 億元。

表 11 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	百分比	營業額 (百萬元)	占營業總額比率 (%)
	家(人)	(%)		
總計	373 (3,486,407)	100.00	105,467.05	100.00
未達 1 百萬元	69 (16,555)	18.50	15.13	0.01
1 百萬元至未達 1 千萬元	95 (26,431)	25.47	466.55	0.44
1 千萬元至未達 1 億元	117 (260,731)	31.37	4,438.02	4.21
1 億元至未達 5 億元	57 (361,403)	15.28	12,816.19	12.15
5 億元至未達 10 億元	15 (513,977)	4.02	10,600.83	10.05
10 億元以上	20 (2,307,310)	5.36	77,130.34	73.13

另篩選 109 年至 110 年、110 年至 111 年期間持續實施多層次傳銷之事業，經剔除任一年度營業額為 0，比較其 110 年及 111 年營業額之變化。自後附統計表 31-1（頁 89、90）觀察，有關營業額變化部分，可知 110 年營業額增加之事業有 116 家，占樣本數 265 家之 43.77%；111 年營業額增加之事業為 135 家，占樣本數 282 家之 47.87%。整體而言 111 年度總營業額約為 1054.67 億元，較 110 年之 1068.44 億元略為下降，透過個別傳銷事業營業額變化之分析，雖營業額增加之事業家數比例上升，但平均每家多層次傳銷事業營業額卻下降。

2、多層次傳銷之經營方式

(1) 加入條件

多層次傳銷係指透過傳銷商介紹他人參加而建立之多層級組織架構，並藉由該組織架構所形成之人際網絡以推廣、銷售商品或服務之行銷方式。傳銷商係參加多層次傳銷事業，進而取得推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加之權利，並因而獲得佣（獎）金或其他經濟利益，另得因被介紹之人為推廣、銷售商品或服務，或再介紹他人參加，而獲得佣（獎）金或其他經濟利益者，此於多層次傳銷管理法第 3 條及第 5 條第 1 項分別定有明文。

根據表 12 資料，373 家事業中針對新加入傳銷商設有條件限制者有 359 家（占 96.25%）。若進一步將加入條件區分為需給付一定代價（繳納保證金或入會費、訂購商品、購買資料袋或訂閱刊物、須達一定營業標準）、非屬給付一定代價（參加講習會或類似活動）及其他，可知傳銷事業以訂立傳銷商需給付一定代價方能加入之條件為主，其中，需訂購商品之事業有 240 家（占總家數 64.34%）、需繳納保證金或入會費有 199 家（占總家數 53.35%）、購買資料袋或訂閱刊物有 49 家（占總家數 13.14%）、須達一定營業標準計 14 家（占總家數 3.75%）；而參加講習會或類似活動則有 17 家（占總家數 4.56%）。

表 12 加入條件（有加入條件項下內容可複選）

單位：家

多層次傳銷營業額別	無加入條件	有加入條件	給付一定代價					/非屬給付一定代價 參加講習會或類似活動	其他
			繳納保證金或入會費	訂購商品	購買資料袋或訂閱刊物	須達一定營業標準			
總計	14	359	199	240	49	14	17	125	
未達 1 百萬元	2	67	34	58	5	5	2	23	
1 百萬元至未達 1 千萬元	6	89	55	65	7	-	3	29	
1 千萬元至未達 1 億元	5	112	66	75	18	4	6	38	
5 億元至未達 10 億元	1	71	36	37	11	5	4	26	
10 億元以上	-	20	8	5	8	-	2	9	

（2）傳銷事業採用網路銷售商品情形

根據表 13 資料，111 年採行網路銷售商品方式之多層次傳銷事業計有 238 家，占整體事業家數 63.81%，較 110 年之使用比率（63.98%）略下降 0.17 個百分點；使用網路（線上）訂購機制者有 235 家（占總家數 63%），而設立網路商城供傳銷商購買商品之事業有 201 家（占總家數 53.89%），二者皆有使用之事業計有 198 家（占總家數 53.08%），可知目前傳銷事業採行之網路行銷方式仍以網路購物為主。就網路商城之經營型態而言，有 187 家事業（占總家數 50.13%）係自行設立，與他人合作設立有 9 家（占總家數 2.41%），二者均有 2 家（占總家數 0.54%）。

進一步分析透過網路商城銷售商品之 201 家事業於網路商城銷售之金額，其中，銷售金額未達 10 萬元有 50 家（占設立網路商城總家數 24.88%），銷售金額 10 萬元以上未達 100 萬元有 28 家（占設立網路商城總家數 13.93%），銷售金額 100 萬元以上未達 1,000 萬元有 51 家（占設立網路商城總家數 25.37%），銷售金額 1,000 萬元以上未達 5,000 萬元有 31 家（占設立網路商城總家數 15.42%），銷售金額 5,000 萬元以上未達 1 億元有 8 家（占設立網路商城總家數 3.98%），銷售金額 1 億元以上有 31 家（占設立網路商城總家數 15.42%）。

表 13 多層次傳銷事業使用網路銷售商品概況

行銷方式	事業家數	占總家數比率(%)
總計	238	63.81
線上訂購	235	63.00
網路商城	201	53.89
自行設立	187	50.13
與他人合作設立	9	2.41
自行、與他人合作設立均有	2	0.54
線上訂購及網路商城皆有	198	53.08

(3)傳銷事業透過網路媒介推廣多層次傳銷之情形(複選題)

根據表 14 資料顯示，多層次傳銷事業透過網路媒介推廣傳銷業務者 240 家(占總家數 64.34%)，其中以透過事業網站方式行居首(209 家，占總家數 56.03%)，次為透過臉書粉絲團(124 家，占總家數 33.24%)，事業 LINE 帳號(69 家，占總家數 18.50%)，事業 YouTube 頻道(34 家，占總家數 9.12%)，行動應用程式(APP)、其他居末(各為 3 家、4 家，各占總家數 0.80%、1.07%)。

表 14 111 年傳銷事業透過網路媒介推廣傳銷業務

	事業家數	占總家數比率(%)
總計	240	64.34%
事業網站	209	56.03%
臉書粉絲團	124	33.24%
事業 LINE 帳號	69	18.50%
事業 YouTube 頻道	34	9.12%
行動應用程式(APP)	3	0.80%
其他	4	1.07%

(4) 傳銷事業運用「直播」進行多層次傳銷之推廣情形(複選題)

根據表 15 資料顯示，多層次傳銷事業運用「直播」進行多層次傳銷之推廣有 120 家(占總家數 32.17%)，推廣內容以傳銷商教育訓練課程(97 家，占總家數 26.01%)居首，次為公開說明會(OPP)(69 家，占總家

數 18.50%)，年會、表揚大會或新品發表會（14 家，占總家數 13.40%），其他（9 家，占總家數 2.41%）。

表 15 111 年 傳銷事業運用「直播」進行多層次傳銷之推廣

	事業家數	占總家數比率(%)
總計	120	32.17
公開說明會(OPP)	69	18.50
傳銷商教育訓練過程	97	26.01
年會、表揚大會或新品發表會	50	13.40
其他	9	2.41

（三）傳銷商訂貨及領取佣（獎）金規模與比率

1、傳銷事業之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遠比經統計之傳銷商人數少。自後附統計表 30（頁 87、88）可知，111 年度曾訂貨之傳銷商人數為 223.4 萬人，占傳銷商總數比率為 64.08%，訂貨人數比率較 110 年度之 71.71%減少 7.63%。

其次，據表 16 及後附統計表 8（頁 42）所示各傳銷事業 111 年有訂貨之傳銷商人數規模分布情形，以訂貨人數未達 1,000 人之事業 248 家（占總家數 66.49%）最多，且事業營業額均未達 10 億元；其次為訂貨傳銷商人數規模介於 1,000 人以上至未達 5,000 人之事業，計 83 家（占總家數 22.25%），其營業額有 1 家達到 10 億元；訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業有 12 家（占總家數 3.22%），其營業額均達 10 億元以上。綜合觀察前述統計資料，顯示傳銷商訂貨人數規模達 5,000 人以上者，計有 42 家事業，其中有 41 家之營業規模達 1 億元以上，可知訂貨傳銷商人數達一定規模者，有助於傳銷事業營業規模之提升。

表 16 傳銷事業之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	未達 1 千人	1 千至 未達 5 千人	5 千人至 未達 1 萬人	1 萬人至 未達 3 萬人	3 萬人 以上
總計	373	248	83	10	20	12
未達 1 百萬元	69	69	-	-	-	-
1 百萬元至未達 1 千萬元	95	92	3	-	-	-
1 千萬元至未達 1 億元	117	78	38	1	-	-
1 億元至未達 10 億元	72	9	41	9	13	-
10 億元以上	20	-	1	-	7	12

另分析整體訂貨傳銷商之性別組成，女性約為 153.67 萬人，男性約為 69.77 萬人，女性傳銷商訂貨人數占總訂貨傳銷商人數 68.77%（圖 7）。倘自訂貨總額觀之，女性訂貨金額約 751.04 億元，男性則約 286.49 億元，女性傳銷商訂貨金額占總訂貨金額超過 7 成（圖 8）。

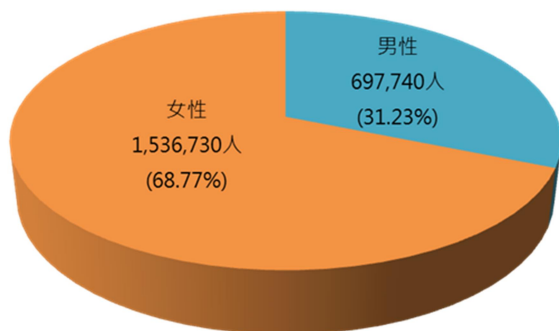


圖 7 訂貨傳銷商之性別組成

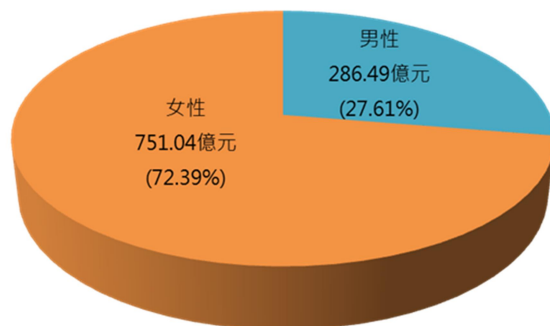


圖 8 訂貨傳銷商性別與訂貨總額

2、傳銷事業之訂貨傳銷商比率結構分布

表 17 及後附統計表 9（頁 43）為 111 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占其傳銷商人數之比率）家數分布，傳銷商訂貨比率達 60% 以上之事業家數最多，計 244 家（占總家數 65.42%），其中，有 142 家事業係 111 年後實施多層次傳銷，91 年至 100 年間實施多層次傳銷之事業則為 44 家；次為傳銷商訂貨比率未及 15% 之事業計 56 家（占總家數 15.01%），再為訂貨比率 40% 至 59% 之事業有 29 家（占總家數 7.77%）。另比對統計表 19（頁 57）資料，111 年後實施多層次傳銷事業之營業總額（約 57.83 億元）占所有傳銷事業營業總額（約 1054.67 億元）比重為 5.48%，易言之，111 年後從事多層次傳銷之事業，營業額合計雖僅有營業總額約 5.48%，然訂貨率達 60% 以上已有 142 家（占所有訂貨率達 60% 以上家數之 58.2%），可知該事業群之營業規模雖未如較早投入經營之事業，但其傳銷商實際參與傳銷活動之積極度較高。

表 17 傳銷事業之訂貨傳銷商比率家數分布

多層次傳銷營業額別	事業家數	單位：家				
		未達 15%	15%至 24%	25%至 39%	40%至 59%	60% 以上
總計	373	56	17	27	29	244
未達 1 百萬元	69	36	1	-	5	27
1 百萬元至未達 1 千萬元	95	5	4	10	6	70
1 千萬元至未達 1 億元	117	9	9	8	11	80
1 億元至未達 5 億元	57	3	2	8	6	38
5 億元至未達 10 億元	15	3	1	-	-	11
10 億元以上	20	-	-	1	1	18

3、傳銷商領取佣（獎）金之人數規模及分布情形

因多層次傳銷事業與傳銷商間不存在僱傭關係，為提升傳銷商致力於銷售及擴張組織之誘因，除零售利潤外，各多層次傳銷事業亦戮力於設計佣（獎）金分配制度及其他經濟利益，考量其他經濟利益種類多元且不易計算，故僅針對佣（獎）金部分調查統計。又部分產品愛用者亦被視同傳銷商，致實際從事傳銷活動者遠比經統計之傳銷商人數少。依據後附統計表 19（頁 57）及統計表 30（頁 87、88），111 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣（獎）金約為 469.79 億元（110 年 475.02 億元），占營業總額之 44.54%，較 110 年佣（獎）金支付比率 44.46%，增加 0.08 個百分點。而同年曾領取佣（獎）金之傳銷商約 98.6 萬人，占傳銷商人數比率約為 28.28%，平均每人全年領取金額為 47,611 元，較 110 年度之 48,207 元，減少 596 元。

此外，111 年女性傳銷商領取佣（獎）金之人數、金額，分別約為 72.28 萬人（占總領取人數 73.26%）、332.57 億元（占總發放金額 70.79%），平均每位女性傳銷商領取佣（獎）金約 46,011 元；男性傳銷商領取佣（獎）金人數為 26.39 萬人，領取金額為 137.21 億元，平均每位男性傳銷商領取佣（獎）金約 51,993 元（圖 9、圖 10）。

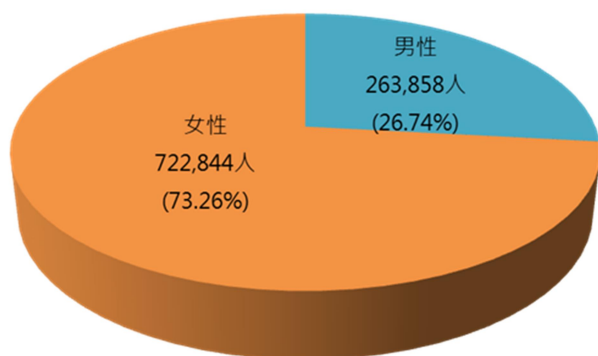


圖 9 男、女性傳銷商領取佣（獎）金人數比率

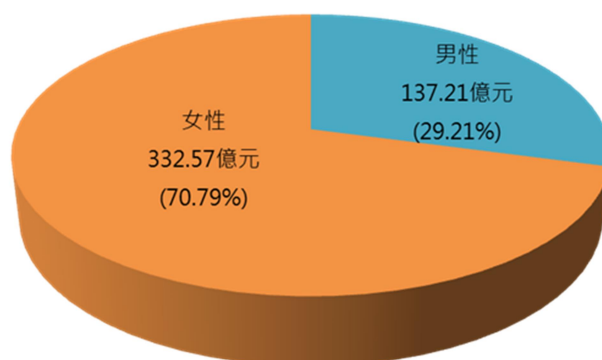


圖 10 男、女性傳銷商領取佣（獎）金金額比率

再者，觀察表 18 及後附統計表 10（頁 44）中各傳銷事業曾領取佣（獎）金傳銷商人數規模之家數分布，111 年仍以領取人數未達 1,000 人之事業家數最多（282 家，占總家數 75.60%），其中 111 年後實施多層次傳銷之事業計 58 家；次為領取人數介於 1,000 人以上至未達 5,000 人之事業計有 61 家；領取人數為 3 萬人以上之事業有 5 家，且營業額均達 10 億元以上。就同一領取人數規模而言，營業額越高之事業群，其傳銷商所得領取之佣（獎）金平均數額越高。

另檢視後附統計表 12-1（頁 47），傳銷事業支付傳銷商佣（獎）金前 10 名中之女性傳銷商人數，以占 6 人最多（66 家，占總數 17.69%），其次為 7 人（62 家，占總家數 16.62%）、8 人（45 家，占總家數 12.06%）。總計有 286 家傳銷事業支付傳銷商佣（獎）金前 10 名中之女性傳銷商人數超過 5 人以上，占總家數 76.68%。

表 18 傳銷事業之傳銷商領取佣（獎）金人數規模分布—按多層次傳銷營業額分

單位：家 (元/人)

營業額規模別	總計	未達 1 千人	1 千至 未達 5 千人	5 千人至 未達 1 萬人	1 萬人至 未達 3 萬人	3 萬人 以上
總計	373 (47,611)	282 (49,104)	61 (52,257)	12 (79,798)	13 (47,381)	5 (40,573)
未達 1 百萬元	69 (6,669)	69 (6,669)	- -	- -	- -	- -
1 百萬元至未達 1 千萬元	95 (15,652)	94 (17,571)	1 (4,272)	- -	- -	- -
1 千萬元至未達 1 億元	117 (26,798)	98 (34,194)	18 (21,471)	1 (4,390)	- -	- -
1 億元至未達 5 億元	57 (43,917)	21 (118,780)	31 (53,336)	4 (23,322)	1 (7,796)	- -
5 億元至未及 10 億元	15 (45,087)	- -	10 (70,731)	2 (50,042)	3 (27,408)	- -
10 億元以上	20 (51,276)	- -	1 (136,153)	5 (135,065)	9 (60,998)	5 (40,573)

另表 19 彙整 108 年至 111 年各傳銷事業傳銷商所領取佣（獎）金平均金額之分布情形，近幾年均有逾 7 成 5 之事業，其傳銷商平均領取佣（獎）金未達 5 萬元。另自後附統計表 12（頁 46），可知 111 年仍以平均金額為 1 萬元以上未達 5 萬元之事業家數最多，有 184 家（占總家數 49.33%）；次為平均金額未達 1 萬元，計 99 家事業（占總家數 26.54%），而平均金額 5 萬元以上未達 10 萬元之事業有 58 家（占總家數 15.55%）再次之。而傳銷商平均領取佣（獎）金 10 萬元以上未達 20 萬元、20 萬元以上未達 30 萬元及 30 萬元以上之事業則分別各有 23 家、4 家及 5 家，占總家數之 6.17%、1.07%及 1.34%。

表 19 各傳銷事業傳銷商領取佣（獎）金平均金額之分布情形

單位：%

年別	領取人數 (千人)	平均佣金 (千元/年)	總計	未達 1 萬元	1 萬至 未達 5 萬 元	5 萬至 未達 10 萬 元	10 萬至 未達 20 萬元	20 萬至 未達 30 萬 元	30 萬元 以上
108 年	949	41,276	100.00	29.94	47.31	15.57	4.49	1.80	0.90
109 年	956	45,087	100.00	27.71	49.36	15.61	4.78	0.96	1.59
110 年	985	48,208	100.00	23.92	56.20	12.10	4.61	2.02	1.15
111 年	987	47,612	100.00	26.54	49.33	15.55	6.17	1.07	1.34

(四) 多層次傳銷商品或服務類別

為了解多層次傳銷事業銷售商品或服務種類，特將銷售項目分成 13 大類，臚列如表 20，並統計銷售各類商品之事業家數及營業額。如以銷售前揭類別商品或服務之事業家數多寡及營業額高低而言，營養食品類仍為主要銷售商品，銷售家數有 299 家（占總家數 80.16%），且營業額約為 701.30 億元，居所有商品類別之冠，占營業總額之 66.49%；次為美容保養品類，銷售該類商品之事業計有 219 家（占總家數 58.71%），營業額約為 191.98 億元，占營業總額之 18.20%，而銷售清潔用品類之事業有 104 家（占總家數 27.88%），營業額約為 34.50 億元，占營業總額之 3.27%；銷售其他類商品之事業有 108 家（占總家數 28.95%），營業額約為 55.46 億元，占營業總額 5.26%，前二大銷售商品類別之事業家數及營業額排序相同，其營業額合計已占營業總額 84.69%。

表 20 111 年多層次傳銷商品或服務銷售概況

	事業家數(家)	百分比(%)	營業額(百萬元)	占營業總額比率(%)
總計	373	100.00	105,467.05	100.00
1.營養食品類	299	80.16	70,129.90	66.49
2.美容保養品類	219	58.71	19,197.56	18.20
3.清潔用品類	104	27.88	3,449.80	3.27
4.健康器材類	28	7.51	840.34	0.80
5.淨、濾飲水器材類	45	12.06	2,279.39	2.16
6.衣著與飾品類	37	9.92	2,023.72	1.92
7.寢具類	17	4.56	1,192.84	1.13
8.圖書文具及錄影音帶類	27	7.24	100.19	0.09
9.廚具、餐具類	12	3.22	39.53	0.04
10.資訊商品類	10	2.68	83.40	0.08
11.服務類商品類	10	2.68	584.17	0.55
12.骨灰罐與生前契約類	-	-	-	-
13.其他類	108	28.95	5,546.22	5.26
1.國產品	204	54.69	28,088.06	26.63
2.進口品	55	14.75	17,336.39	16.44
3.國產品及進口品皆有銷售	88	23.59	60,020.65	56.91

說明：*部分事業兼售 2 種類型以上之商品或服務，因此事業家數總和大於 373 家。

*僅銷售國產品事業有 204 家，僅銷售進口品事業有 55 家，二者皆有銷售者 88 家，三者加總家數為 347 家，小於總家數 373 家，係因尚有 26 家事業於 111 年度尚未銷售商品，營業額為 0。

*營養食品類如一般食品、特殊營養食品及健康食品等，而其他商品如精油、開運商品等。

另經比對 110 年調查資料，銷售商品種類家數之結構比大致相同，若以營業額來看，前三大銷售商品類別，營養食品類、美容保養品類及其他類，111 年度營業額較 110 年度減少，僅營養食品類略增加約 2.35 億元（增加比率約 0.34%），美容保養品類減少約 5.20 億元（減少比率約 2.71%），其他類減少約 10.52 億元（減少比率約 2.64%）。復以國產品及進口品銷售家數觀之，事業所售商品來源仍以單純國產品為主者居多，銷售家數為 204 家（占總家數 54.69%），營業額約為 280.81 億元（占營業總額 26.63%）；次為同時銷售國產品及進口品之事業家數計 88 家（占總家數 23.59%），營業額約為 600.21 億元（占營業總額 56.91%）；銷售進口品之事業家數計 55 家（占總家數 14.75%），營業額約為 173.36 億元（占營業總額 16.44%）。

（五）傳銷事業進貨（製造）成本及佣（獎）金所占比率

1、傳銷事業之進貨（製造）成本比率分布

據後附之統計表 19（頁 57），111 年 373 家傳銷事業之進貨或製造成本約為 290.39 億元，占營業總額（1054.67 億元）比率為 27.53%；由表 21 可知，111 年進貨（製造）成本之平均占比，較 110 年之 25.88% 增加 1.66 個百分點。再檢視表 21 及後附統計表 21（頁 59、60）事業進貨（製造）成本占比之家數比率分布，以進貨（製造）成本占比介於 20%至 30%之事業家數最多，計 95 家（占總家數 25.47%）；次為未及 10%之事業有 81 家（占總家數 21.72%）、介於 10%至 20%之事業 69 家（占總家數 18.50%）、介於 30%至 40%之事業有 53 家（占總家數 14.21%）。

表 21 傳銷事業進貨(製造)成本占比之家數比率分布

單位：%(千元)

年別	平均比率(%)	總計	未達 10%	10%至未達 20%	20%至未達 30%	30%至未達 40%	40%至未達 50%	50%至未達 60%	60%至未達 70%	70%以上%
108 年	28.82	100.00	17.37 (114,834)	18.26 (3,931,020)	25.75 (6,901,136)	19.16 (4,869,674)	5.69 (2,101,798)	4.79 (8,392,239)	1.80 (263,799)	7.19 (388,448)
109 年	28.07	100.00	14.97 (76,061)	18.79 (3,910,038)	30.57 (7,581,316)	15.61 (4,332,139)	6.37 (7,275,803)	6.69 (963,786)	2.55 (3,267,497)	4.46 (103,747)
110 年	25.88	100.00	18.16 (161,626)	16.71 (4,610,356)	28.53 (7,406,890)	16.43 (8,387,153)	7.20 (5,970,264)	3.17 (485,641)	3.46 (490,275)	6.34 (141,219)
111 年	27.54	100.00	21.72 (84,533)	18.50 (4,481,826)	25.47 (8,944,961)	14.21 (3,195,807)	7.77 (10,449,718)	3.49 (567,210)	2.95 (320,634)	5.90 (993,925)

2、傳銷事業佣（獎）金支付比率¹¹

由於傳銷商與多層次傳銷事業間不具僱傭、委任、合夥或代理之關係，傳銷商所獲得之報酬將視業績而定，故優渥之獎金制度及福利計畫係吸引傳銷商加入之重要誘因。依本次調查結果顯示，111 年度多層次傳銷事業之佣（獎）金支出總計約 469.79 億元（統計表 19，頁 57），占整體營業總額（1054.67 億元）之

¹¹傳銷事業佣（獎）金支付比率為事業佣（獎）金支出占營業總額之比率。

44.54%，較 110 年之佣（獎）金支付比率 44.46%，增加 0.08 個百分點。另觀察表 22 及後附統計表 22（頁 61、62）中各事業佣（獎）金支付比率之分布情形，108 年至 111 年間逾 5 成事業之佣（獎）金支付比率介於 20% 以上未達 50%，111 年度事業佣（獎）金支付比率以 30% 以上未達 40% 之事業最多，計 92 家（占 24.66%），其次為 40% 以上未達 50% 之事業有 74 家（占 19.84%），第三為 20% 以上未達 30% 之事業計 64 家（占 17.16%）。

表 22 傳銷事業之佣（獎）金支付占比之家數比率分布

單位：%(千元)

年別	平均 比率	總計	未達 10%	10%至未達 20%	20%至未達 30%	30%至未達 40%	40%至未達 50%	50%至未達 60%	60%至未 達 70%	70%以上%
108 年	41.89	100.00	10.78 (131,294)	11.98 (1,202,798)	18.26 (1,901,456)	18.56 (9,361,878)	20.36 (10,179,663)	10.78 (14,075,325)	3.89 (676,487)	5.39 (1,653,717)
109 年	44.00	100.00	11.46 (65,253)	9.55 (112,534)	21.02 (1,832,393)	19.43 (10,865,212)	21.66 (14,817,781)	11.46 (13,690,934)	3.82 (494,234)	1.59 (1,242,249)
110 年	44.46	100.00	11.24 (109,121)	10.09 (124,994)	19.02 (980,244)	21.33 (16,062,649)	21.04 (9,435,487)	8.36 (17,217,789)	5.19 (1,482,731)	3.75 (2,088,524)
111 年	44.54	100.00	14.48 (15,973)	9.65 (329,154)	17.16 (1,986,159)	24.66 (11,263,226)	19.84 (11,152,876)	8.58 (19,838,807)	3.22 (742,719)	2.41 (1,649,727)

四、傳銷事業對未來經營概況之看法

（一）預期 112 年營業額持續成長或持平者居多

經彙整事業對 112 年多層次傳銷營業額變動之看法，有 171 家事業（占總家數 45.84%）預期營業額將較 111 年增加，而預期持平者計 150 家（占總家數 40.21%），預期減少者為 52 家（占總家數 13.94%）。預期 112 年營業額較 111 年為增加或持平之事業家數占總事業家數達 86.05%，足見多數傳銷事業對來年之營運狀況持樂觀態度（表 23、統計表 26，頁 81）。

表 23 預期 111 年營業額變動概況

單位：%

年別	總計	預期增加	預期減少	預期持平
108 年	100.00	38.02	20.66	41.32
109 年	100.00	45.86	14.01	40.13
110 年	100.00	42.36	19.02	38.62
111 年	100.00	45.84	13.94	40.21

（二）預期 112 年傳銷組織規模擴增或持平

再彙整多層次傳銷事業對 112 年傳銷組織變動之看法，有 166 家事業（占總家數 44.50%）預期組織

將會擴增，而 159 家事業（占總家數 42.63%）預期組織規模持平，另 48 家事業（占總家數 12.87%）則認為組織規模將會縮減。由於多層次傳銷組織規模大小與營業額高低相關，故事業對營業額及組織規模變動方向之預期大致相同（表 24、統計表 27，頁 82）。

表 24 預期 112 年傳銷組織變動概況

單位：%

年別	總計	預期擴增	預期縮減	預期持平
108 年	100.00	38.92	16.47	44.61
109 年	100.00	43.63	11.46	44.90
110 年	100.00	41.21	16.43	42.36
111 年	100.00	44.50	12.87	42.63

（三）經營可能面臨之問題（複選題）

自表 25 及後附統計表 29（頁 85、86）可歸納出傳銷事業對未來經營之看法，以市場不景氣（191 家，占總家數 51.21%）與同類商品競爭加劇（191 家，占總家數 51.21%）共同排名首位，排序第三至五名分別為非法多層次傳銷事業之影響（143 家，占總家數 38.34%）、市場漸趨飽和（142 家，占總家數 38.07%）及傳銷商人數漸減（140 家，占總家數 37.53%），而對未來營運充滿信心認為沒問題之事業有 41 家（占總家數 10.99%）。

另對於 112 年營業據點拓展計畫方面，373 家事業中有 317 家（占 84.50%）暫無拓展營業據點之計畫，56 家事業（占 15.01%）有拓展計畫，大部分係拓展 1 處或 2 處據點；相較 110 年度調查對於 111 年有拓展計畫之事業占 16.13%，下降 1.12 個百分點，顯示傳銷事業或受市場不景氣、同類商品競爭加劇及市場漸趨飽和等因素，對拓展營業據點採取相對謹慎、保守之態度（統計表 28，頁 83、84）。

表 25 預期未來經營面臨問題（複選題）

單位：%

年別	市場漸趨飽和	傳銷商人數漸減	同類商品競爭加劇	傳統通路之競爭	非法多層次傳銷事業之影響	市場不景氣	未來經營沒問題	其他
108 年	32.63	36.53	42.22	19.76	41.32	62.87	11.08	10.78
109 年	34.71	34.71	49.68	24.52	41.72	50.64	13.69	8.28
110 年	34.29	35.73	47.55	26.22	38.62	61.67	11.82	16.14
111 年	38.07	37.53	51.21	24.40	38.34	51.21	10.99	7.77

（四）傳銷事業最需要協助或經營遇到之問題（複選題）

調查結果顯示（圖 11），111 年多層次傳銷事業認為最需要協助或經常遇到之問題，以多層次傳銷報備程序之諮詢服務（201 家，占總家數 53.89%）為首，次為傳銷法令及案例之諮詢服務（188 家，占總家數 50.40%），傳銷商教育訓練之協助（148 家，占總家數 39.68%），多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務（121 家，占總家數 32.44%），個人資料保護法之諮詢服務居末（56 家，占總家數 15.01%）。因 111 年後報備實施多層次傳銷之事業僅 66 家，故所需協助或經常遇到之問題仍以多層次傳銷報備程序之諮詢服務為主。

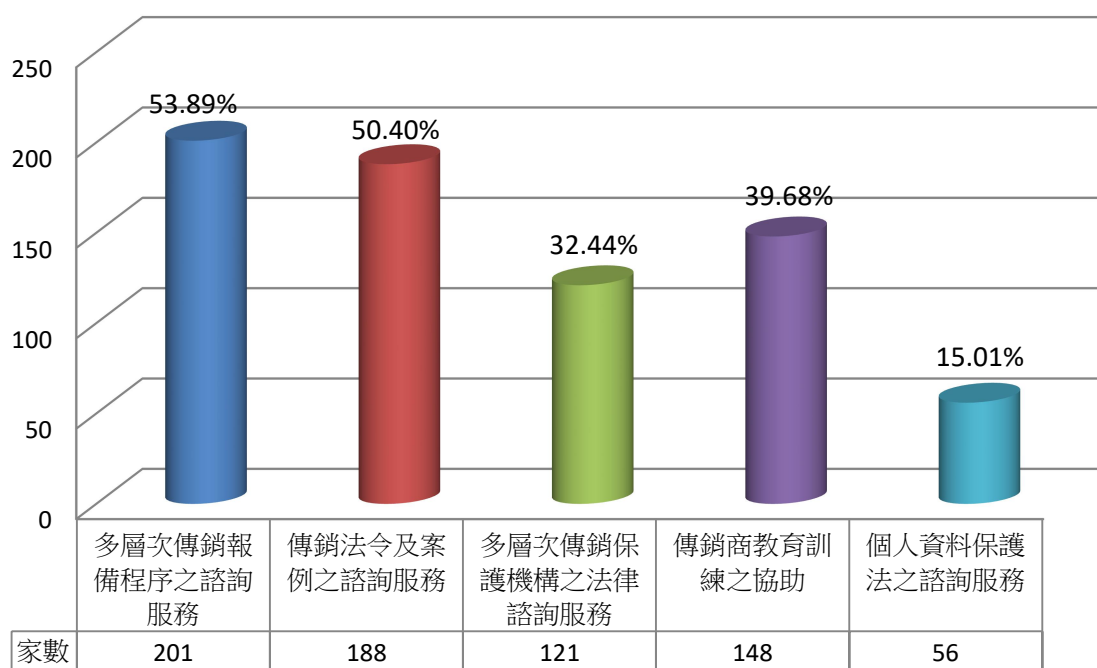


圖 11 傳銷事業最需要協助或經常遇到問題之家數統計及比率

五、總結

綜上，截至 111 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 447 家（包含於 111 年向本會報備停止實施多層次傳銷者），本次調查實際回報事業有 398 家（89.04%），其中扣除 22 家報備，但 111 年尚未實施多層次傳銷、3 家已停（歇）業之事業，則回報事業中 111 年仍有實際從事多層次傳銷計 373 家，茲將調查結果總結如下：

（一）傳銷市場事業進出變動頻繁

以 373 家多層次傳銷事業報備實施時間觀察，101 至 110 年後報備實施多層次傳銷之事業計 197 家（占 52.82%）居首，其次為 91 年至 100 年報備實施多層次傳銷之事業計 63 家（占 16.89%），而 81 年至 90 年報備實施多層次傳銷之事業計 38 家（占 10.19%），80 年以前報備實施多層次傳銷之事業為 9 家（占 2.41%）。

復自 108 年至 111 年所查事業報備實施多層次傳銷之時間分布彙整表觀之，90 年以前報備實施多層次傳銷且持續經營之事業家數變動不大；91 年至 100 年間報備實施多層次傳銷之事業家數，111 年較 110 年減少 1 家；101 年至 110 年間報備實施傳銷之事業家數於 111 年較 110 年時減少 37 家；101 至 110 年間實施多層次傳銷產業之事業家數占比接近一半。

由前揭數據可知，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；另事業進入多層次傳銷產業之前幾年，所面臨之內外體制及組織發展等經營危機，相對較高，其是否能持續經營發展，端視能否通過嚴酷之市場競爭淘汰結果而定。

（二）事業登記所在地及營業據點分布仍以北部最多

373 家多層次傳銷事業，其登記所在地區以北部地區 246 家（占 65.95%）為主，中部地區 71 家（占 19.03%）居次，南部地區 55 家（14.75%），東部地區 1 家（0.27%）。另就國內營業據點（包含主要營業所、其他營業所）計 838 處，其中以北部地區 409 處（占 48.81%）為最多，南部地區 212 處（占 25.30%）居次，中部地區、東部（含金馬）地區則各有 197 處（23.51%）、20 處（占 2.39%），此亦適當地呈現多層次傳銷之特質，即其係運用「人際網絡關係」之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）傳銷商人數及概況

- 1、傳銷商人數略減：111 年底傳銷商人數計 348.6 萬人，較 110 年底 364.87 萬人，減少 16.27 萬人。其次，因部分傳銷商重複參加 1 家或 2 家以上之傳銷事業，故剔除重複傳銷商人數，估算 111 年底傳銷商人數為 347.3 萬人。
- 2、加入傳銷比率略降：111 年底加入傳銷率（即參加傳銷人數占全國總人口數之比率）約 14.93%，即平均每萬人中有 1,493 人加入多層次傳銷，較 110 年底之 15.56%，減少 0.63 個百分點。
- 3、新加入之傳銷商人數略減：111 年新加入之傳銷商人數計 68.6 萬人，占傳銷商總數之 19.68%，較 110 年新加入傳銷商人數（81.17 萬人）減少 12.57 萬人。
- 4、女性傳銷商仍為傳銷市場主力：111 年底女性傳銷商有 232.65 萬人，占傳銷商總人數（348.6 萬人）比重為 66.72%，較 110 年之 68.93%，降低 2.19 個百分點。

5、限制行為能力傳銷商人數減少，訂貨金額減少：111 年底有招募限制行為能力傳銷商之事業共有 134 家，占事業家數比率達 35.92%，其人數合計為 8,521 人，平均年訂貨金額為 25,556 元，全年總訂貨金額約 2.17 億元。

(四) 整體營業總額於 111 年新冠肺炎三級警戒下略呈下降趨勢

自歷年營業總額趨勢圖可知多層次傳銷事業整體營業額於 111 年呈下降之勢，且 111 年營業總額約為 1,054.67 億元，較 110 年調查之營業總額 (1068.44 億元)，減少約 13.77 億元 (減幅 1.29%)；事業營業額平均值為 2 億 8,275 萬元，較 110 年減少約 2,516 萬元。觀察營業規模家數分布情形，營業額介於 1,000 萬元至 1 億元之事業家數最多，有 117 家 (占事業總家數 31.37%)，營業額合計約為 44.38 億元，占整體營業額 4.21%；營業額達 10 億元以上之事業共有 20 家，占總事業家數 5.36%，營業額合計達 771.3 億元，占多層次傳銷業整體營業額 73.13%，其平均營業額為 36.73 億元，較 110 年之 38.23 億元，減少 1.5 億元。

(五) 6 成以上事業採行網路銷售商品，網路商城經營型態以自設為主

111 年採行網路行銷方式之多層次傳銷事業計有 238 家，占整體事業家數 63.81%，較 110 年之使用比率 (63.98%) 略下降 0.17 個百分點；使用網路 (線上) 訂購機制者有 235 家 (占總家數 63%)，而設立網路商城供傳銷商購買商品之事業有 201 家 (占總家數 53.89%)，二者皆有使用之事業計有 198 家 (占總家數 53.08%)，可知目前傳銷事業採行之網路行銷方式仍以網路購物為主。就網路商城之經營型態而言，有 187 家事業 (占總家數 50.13%) 係自行設立，與他人合作設立有 9 家 (占總家數 2.41%)，二者均有 2 家 (占總家數 0.54%)。

(六) 營養食品類仍為傳銷事業主要銷售商品

不論就銷售各類商品或服務之事業家數及營業額而言，營養食品類仍為主要銷售商品，銷售家數有 299 家 (占總家數 80.16%)，且營業額約為 701.30 億元居所有商品類別之冠，占營業總額之 66.49%，其次為美容保養品類，銷售該類商品之事業計有 219 家 (占總家數 58.71%)，營業額約為 191.98 億元，占營業總額之 18.20%；第三為銷售清潔用品類之事業有 104 家 (占總家數 27.88%)，營業額約為 34.50 億元，占營業總額之 3.27%。以營業額來看，營養食品類 111 年度營業額均較 110 年度增加。

(七) 傳銷事業進貨 (製造) 成本增加，佣 (獎) 金支出略增

1、進貨 (製造) 成本：111 年 373 家傳銷事業之進貨或製造成本約為 290.39 億元，占營業總額 (1054.67 億元) 之 27.53%，較 110 年之 25.88%，增加 1.66 個百分點。

2、佣 (獎) 金支出：111 年度多層次傳銷事業之佣 (獎) 金支出總計約 469.79 億元，占營業總額之 44.54%，較 110 年之佣 (獎) 金支付比率 44.46%，增加 0.08 個百分點。

(八) 傳銷商訂貨人數比率較去年略減

111 年度曾訂貨之傳銷商有 223.4 萬人，占傳銷商總人數比率為 64.08%，較 110 年度之 71.71%，減少 7.63 個百分點；女性傳銷商訂貨金額約 751.04 億元，占總訂貨金額超過 7 成。

(九) 傳銷商領取佣(獎)金之金額較去年減少

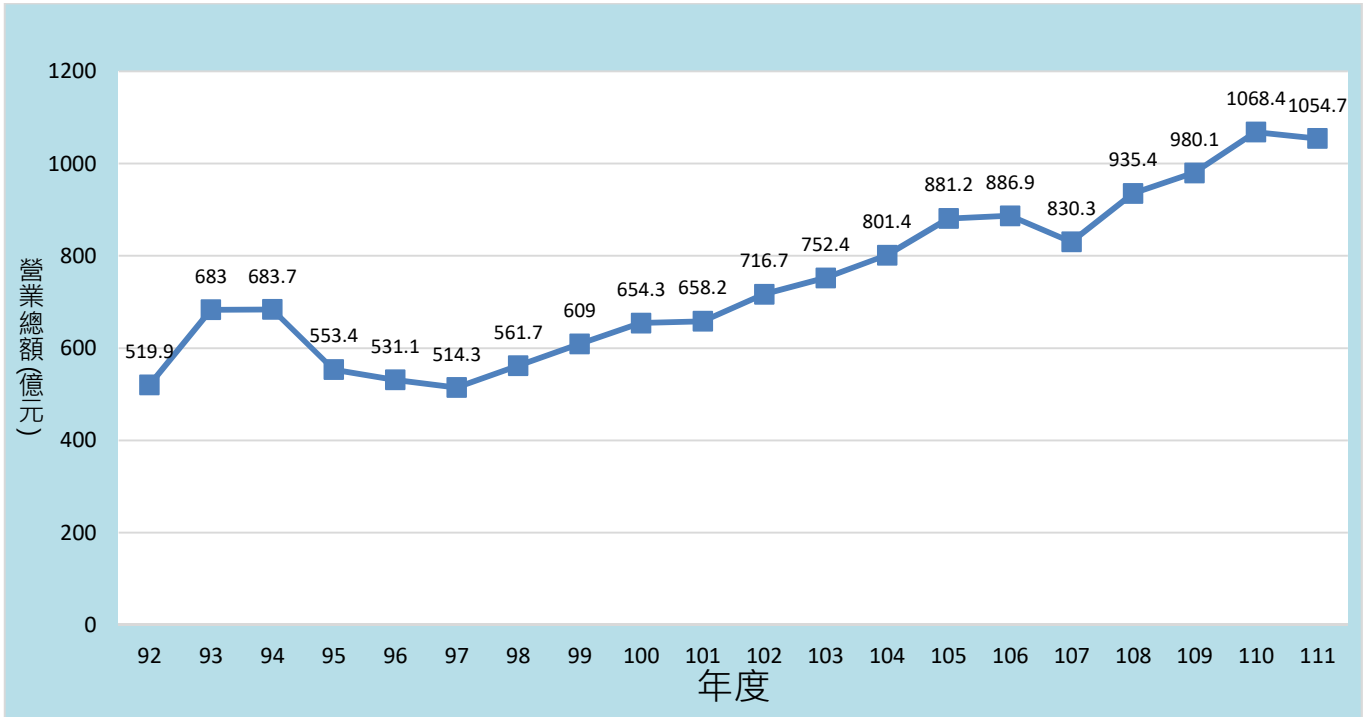
111 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣(獎)金約為 469.79 億元，而同年曾領取佣(獎)金之傳銷商約 98.6 萬人，占傳銷商總人數比率約為 28.28%，平均每人全年領取金額為 47,611 元，較 110 年度之 48,207 元，略為減少 596 元；女性傳銷商領取佣(獎)金之人數約為 72.28 萬人，占總領取人數 73.26%。

(十) 傳銷事業對未來經營概況採樂觀態度，所需協助或經常遇到之問題仍以多層次傳銷報備程序之諮詢服務為主

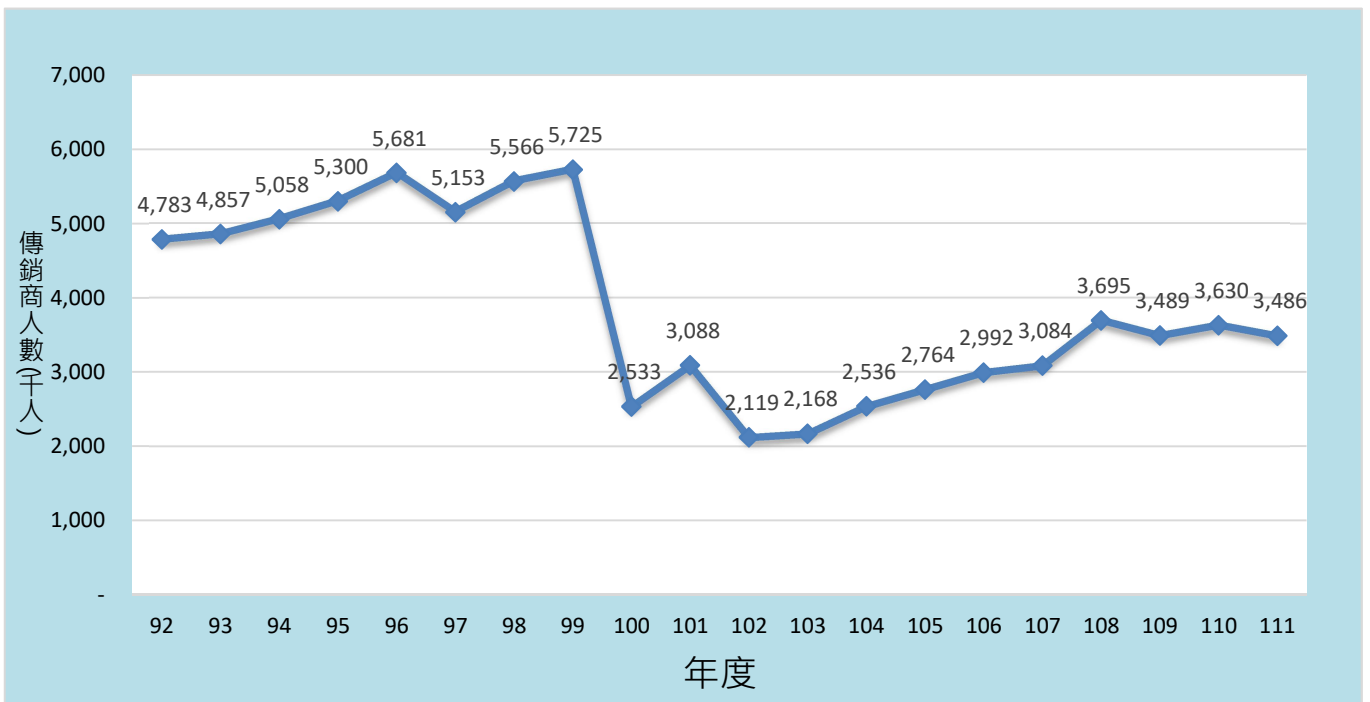
- 1、預期 112 年營業額持續成長及持平者居多：有 171 家事業（占總家數 45.84%）預期 112 年多層次傳銷營業額將較 111 年為增加，預期持平者計 150 家（占總家數 40.21%），預期減少者為 48 家（占總家數 13.94%），足見多數傳銷事業對來年之營運狀況持樂觀態度。
- 2、經營上可能面臨之問題：以市場不景氣（191 家，占總家數 51.21%）及同類商品競爭加劇（191 家，占總家數 51.21%）為主，次為非法多層次傳銷事業之影響（143 家，占總家數 38.34%）、市場漸趨飽和（142 家，占總家數 38.07%）及傳銷商人數漸減（140 家，占總家數 37.53%）。
- 3、事業最需要協助或經營遇到之問題：以多層次傳銷報備程序之諮詢服務為首（201 家，占總家數 53.89%），次為傳銷法令及案例之諮詢服務（188 家，占總家數 50.40%），傳銷商教育訓練之協助（148 家，占總家數 39.68%），多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務（121 家，占總家數 32.44%），個人資料保護法之諮詢服務居末（56 家，占總家數 15.01%）。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

趨勢圖 1 92 年至 111 年營業總額

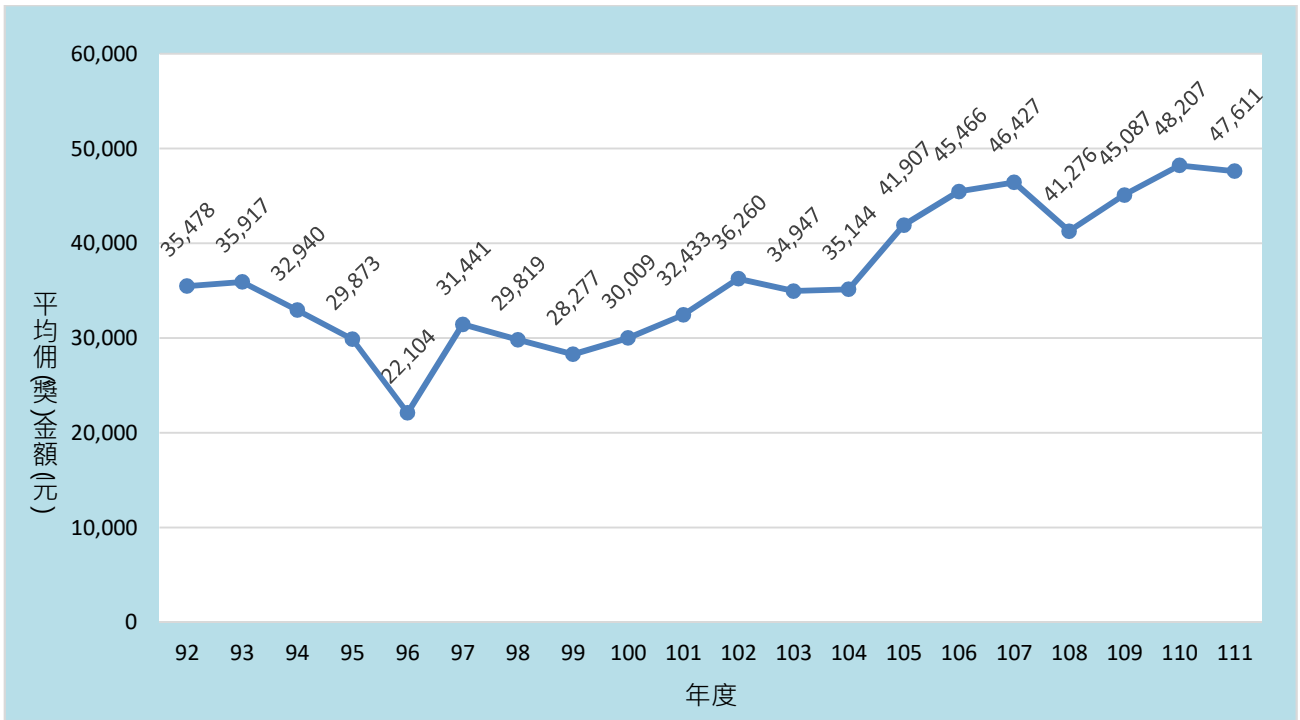


趨勢圖 2 92 年至 111 年傳銷商人數¹²

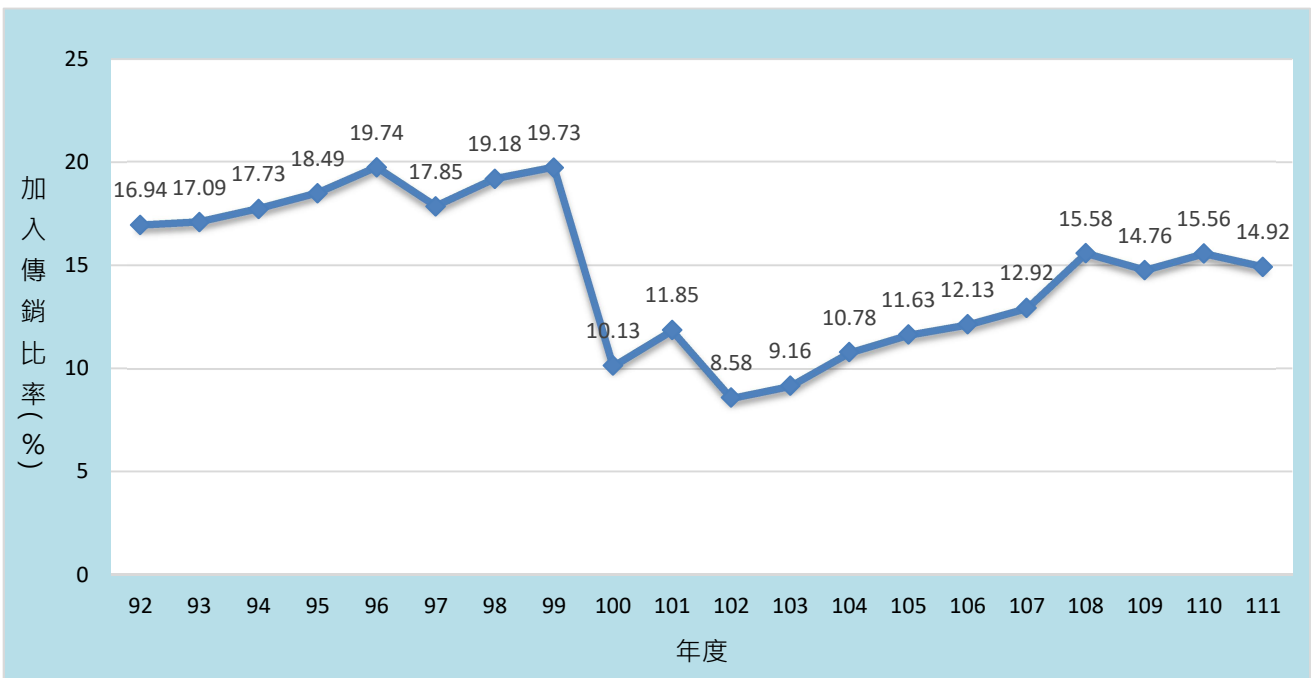


12 100 年因修正傳銷商人數相關問項及傳銷商人數計算方式與重新調查「重複參加率」，使傳銷商人數與實際接近。

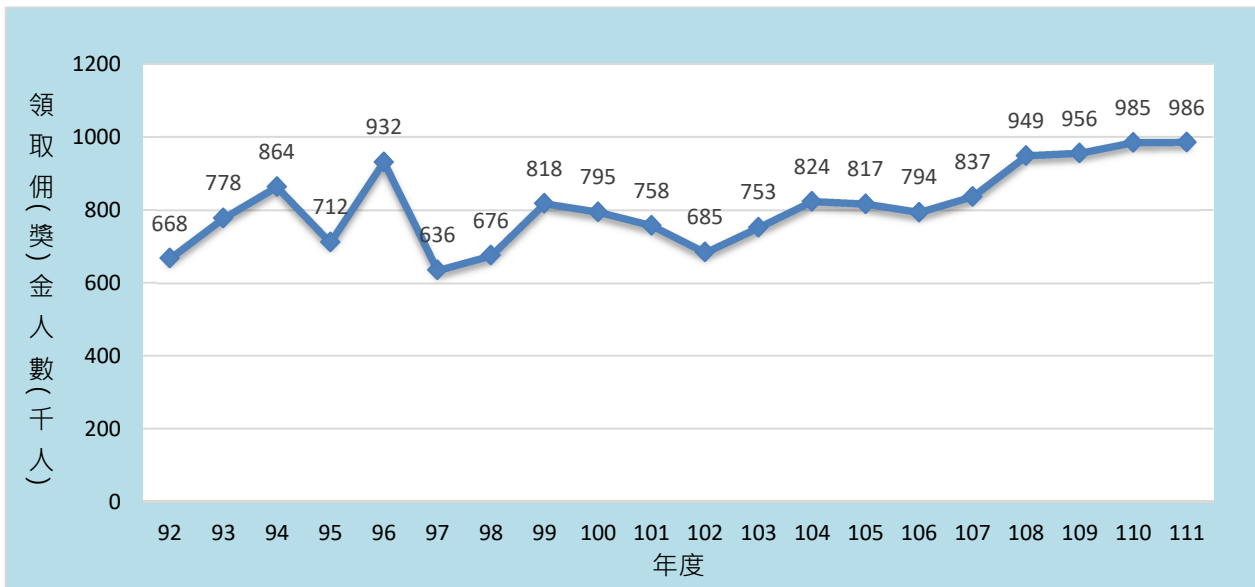
趨勢圖 3 91 年至 111 年領取佣(獎)金者之平均領取金額



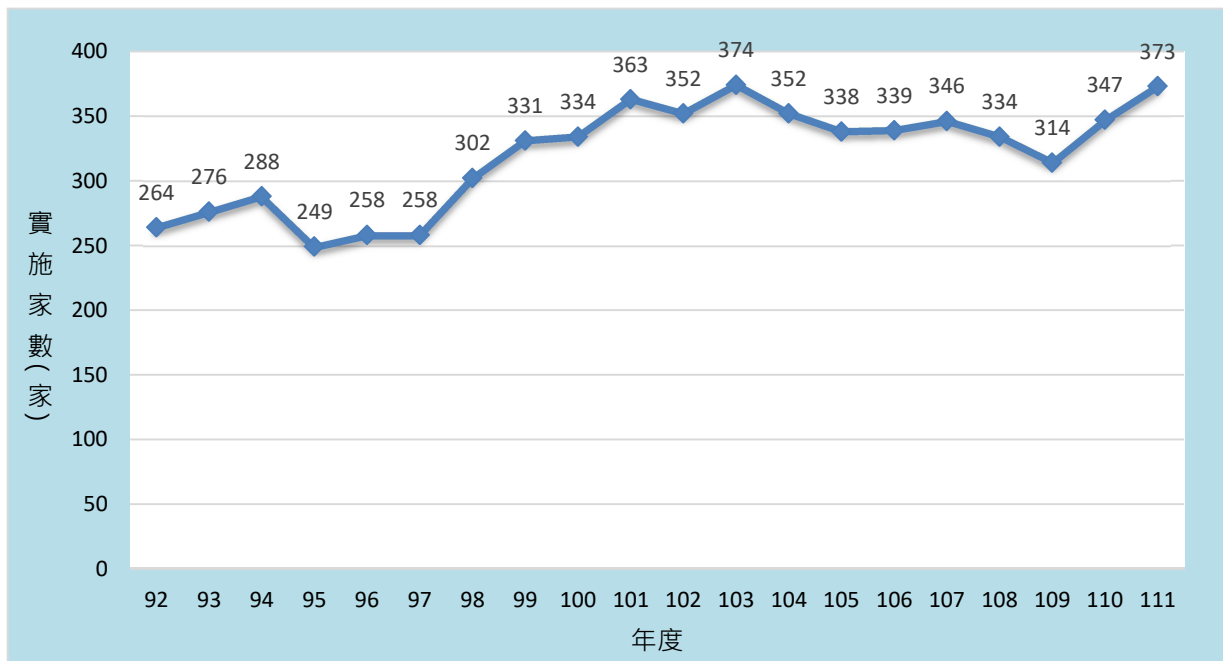
趨勢圖 4 92 年至 111 年加入傳銷比率



趨勢圖 5 92 年至 111 年領取佣(獎)金之傳銷商人數

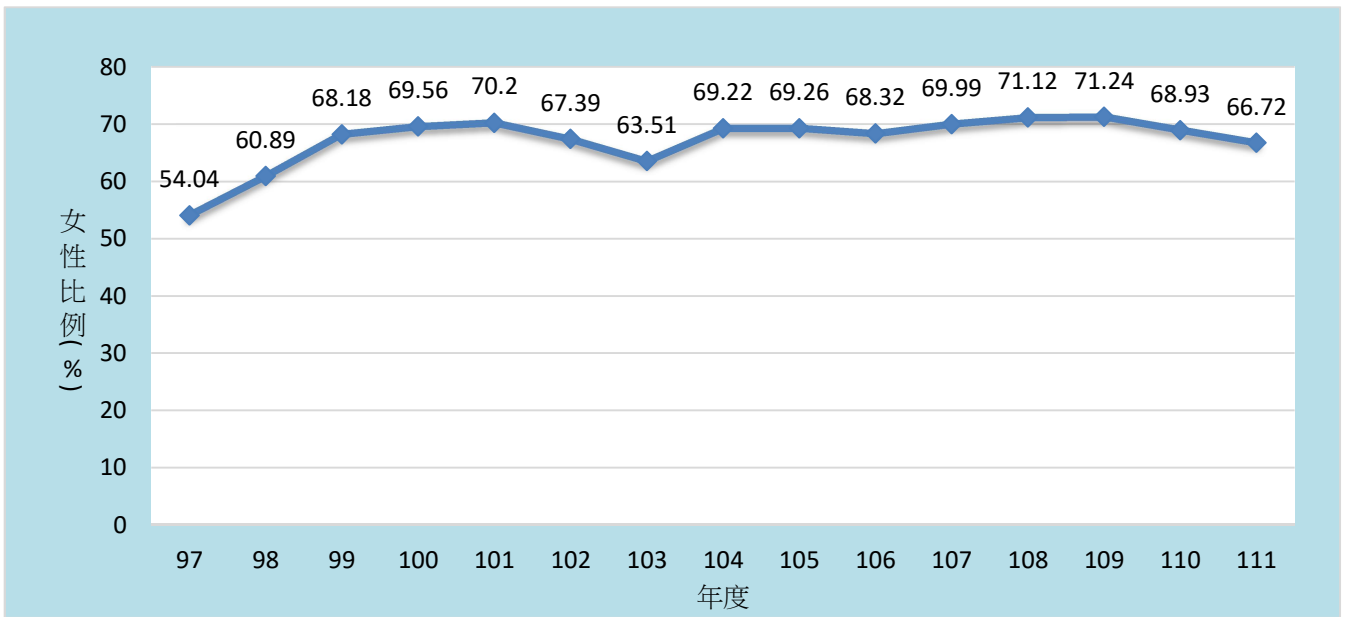


趨勢圖 6 92 年至 111 年實施多層次傳銷之事業家數¹³

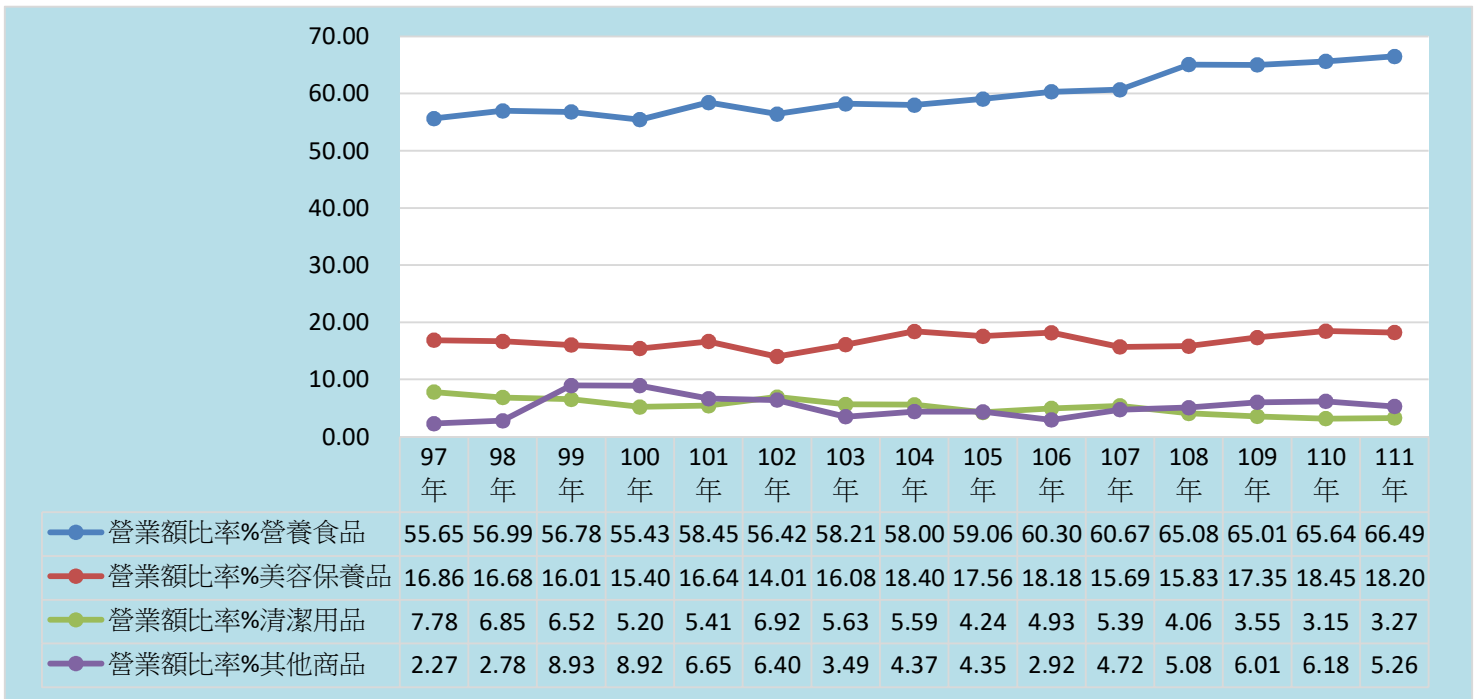


13 歷年實施家數係指調查當年度有向本會回報營運資料且實施多層次傳銷之事業家數。

趨勢圖 7 97 年至 110 年女性傳銷商參與情形¹⁴



趨勢圖 8 97 年至 111 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率¹⁵

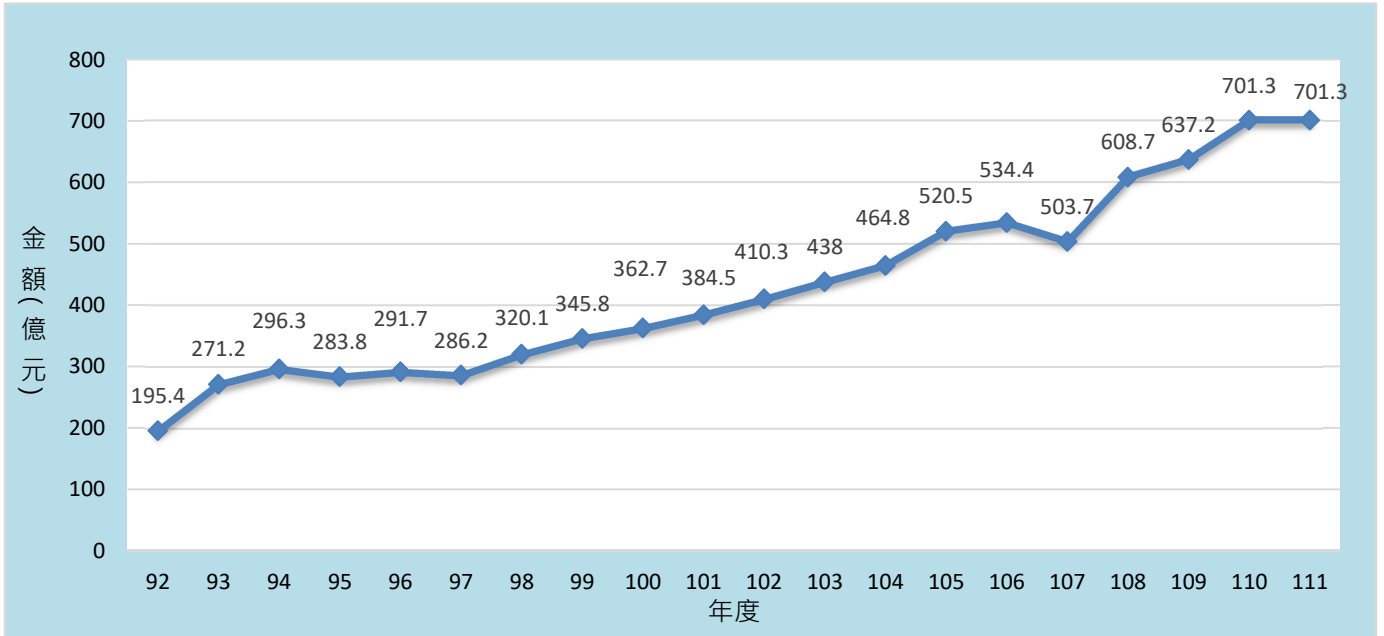


14 女性傳銷商比率自 98 年起列為調查內容。

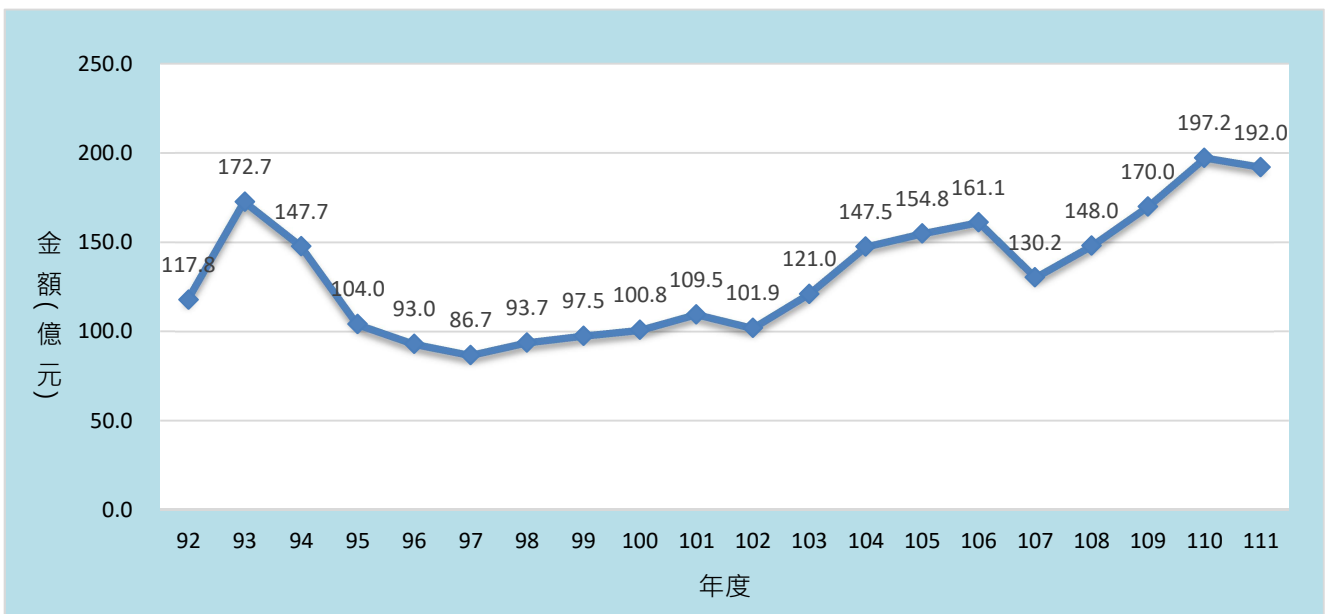
15 因受篇幅限制，僅列出 97-111 年之前 4 名銷售商品占整體營業額比率，又因數字僅計算 4 項商品之故而與查報結果有稍微差距。

* 103 年第 4 大之銷售品項營業額為淨、濾飲水器材。

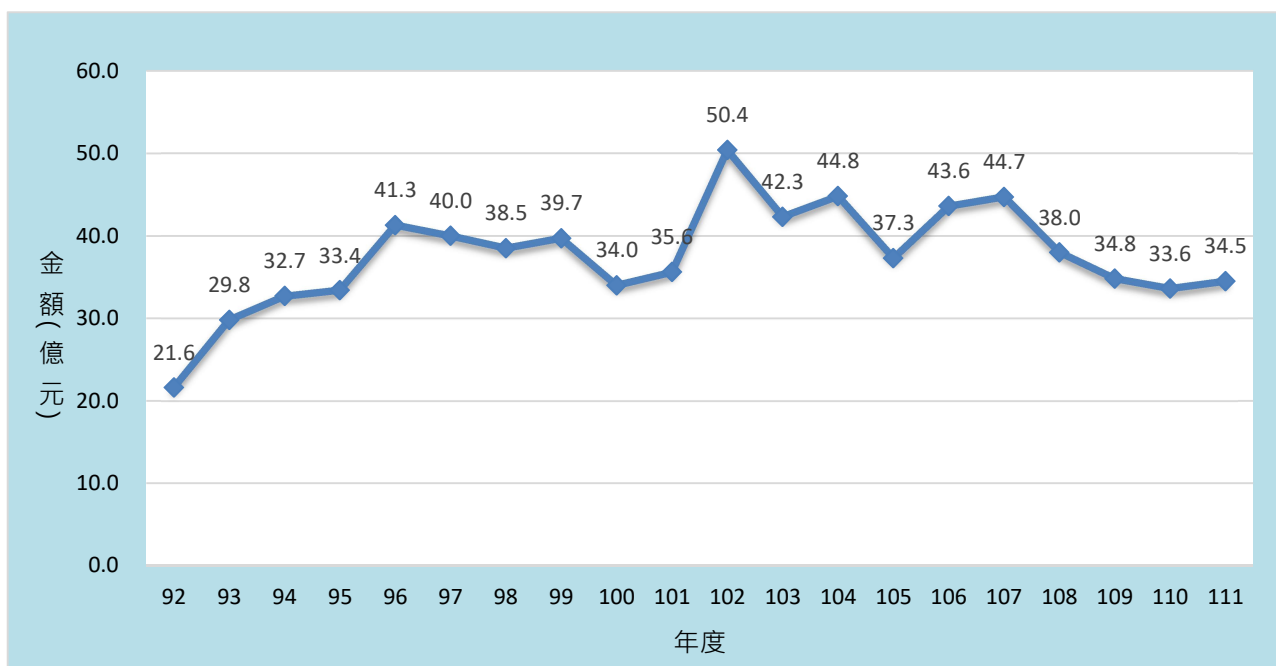
趨勢圖 9 92年至111年營養食品類營業額



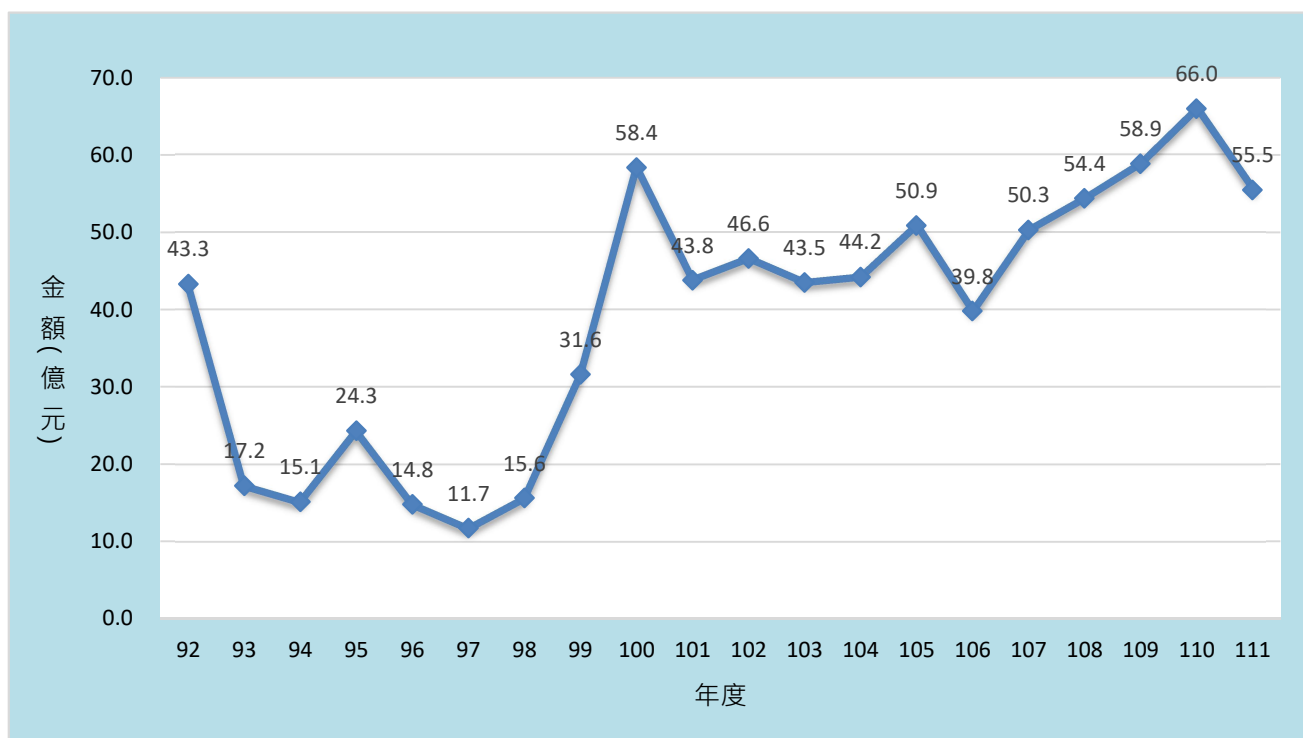
趨勢圖 10 92年至111年美容保養品類營業額



趨勢圖 11 92 年至 111 年清潔用品類營業額



趨勢圖 12 92 年至 111 年其他類¹⁶營業額



¹⁶為求歷年資料具一致性，此所稱其他商品係指調查表所列舉前 12 項特定商品類別以外之商品，亦即包含骨灰罐與生前契約。

橫條圖 1 111 年傳銷商品(服務品項)營業額占多層次傳銷營業總額比率

