

公平交易法與多層次傳銷管理法簡介

112年11月12日



公平交易委員會
FAIR TRADE COMMISSION



公平會業務職掌

公平交易委員會
主管法規架構

公平交易法

多層次傳銷管理法



概說公平法

一部規範事業跟事業之間競爭行為的法律

共50條



競爭法

反托拉斯法



概說公平法

規範主體-事業





概說公平法

規範客體

公平交易法

限制競爭行為
(§7~§20)

不公平競爭行為
(§21~§25)

獨占

結合

聯合行為

限制轉售價格

其他限制競爭

不實廣告

仿冒

不當贈品贈獎

營業誹謗

欺罔或顯失公平



概說公平法

核心概念-競爭

立法宗旨
(§1)

- 維護交易秩序與消費者利益
- 確保自由與公平競爭
- 促進經濟之安定與繁榮

競爭
(§4)

- 二以上事業
- 在市場上以較有利之價格、數量、品質、服務或其他條件
- 爭取交易機會



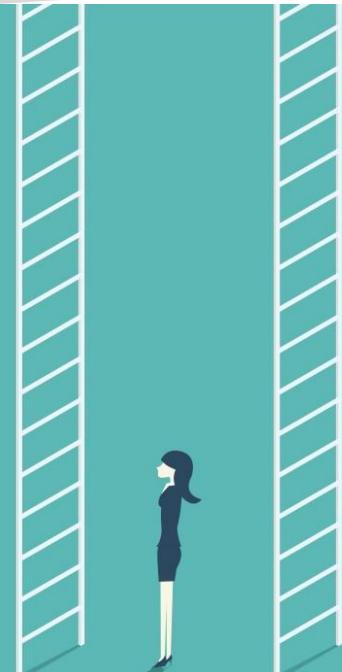
公平法是保護「競爭過程」，不是保護「競爭者」



概說公平法



事業公平競爭
性別平等參與



公平交易法保護的
是**競爭過程**？還是
競爭者？

公平交易委員會

地址：100219臺北市中正區濟南路1段2-2號12樓
服務中心專線：(02)2351-7588轉 380 / (02)2351-0022
網址：<https://www.ftc.gov.tw>

南區服務中心

地址：802206高雄市苓雅區政南街6號9樓
專線：(07) 723-0022



02 限制競爭





限制競爭-概述

獨占(§7~§9)

- 原則不禁止，但不得濫用市場地位



結合(§10~§13)

- 原則自由，但達一定門檻需事前提出申報
- 整體經濟利益大於限制競爭不利益



聯合行為(§14~§18)

- 原則禁止，例外申請許可



獨占





獨占定義 (§7)

- 事業在**相關市場**處於無競爭狀態，或具有壓倒性地位，可排除競爭之能力者
- 二以上事業，實際上**不為價格之競爭**，而其全體之對外關係，具有前項規定之情形者，視為獨占

相關市場 (§5)

- 事業就一定之商品或服務，從事**競爭**之區域或範圍（產品市場、地理市場、時間因素）





獨占事業 認定標準 (§8)



市場占有率：

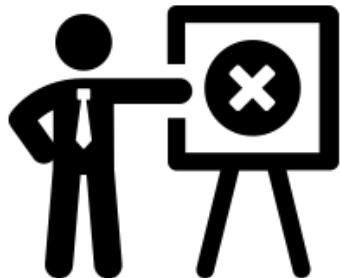
- 1家 $\geq 1/2$ 、2家 $\geq 2/3$ 、3家 $\geq 3/4$
- 排除：個別事業市占率 $< 1/10$ 或上年度總銷售額 < 20 億元

例外得認定獨占事業：

事業之設立或事業所提供之商品或服務進入相關市場，受法令、技術之限制或有其他足以影響市場供需可排除競爭能力之情事者



獨占事業 禁止行為 (§9)

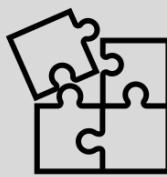


原則不禁止獨占，但不得濫用市場地位

- 💣 以**不公平**之方法，直接或間接阻礙他事業參與競爭
- 💣 對商品價格或服務報酬，為**不當之決定、維持或變更**
- 💣 **無正當理由**，使交易相對人給予特別優惠
- 💣 其他濫用市場地位之行為

結合

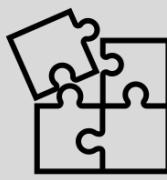




結合定義 (§10)

- 與他事業**合併**
- 持有或取得他事業之**股份**或出資額，達到他事業有表決權股份或資本總額**1/3以上**
- 受讓或承租他事業全部或主要部分之營業或財產
- 與他事業經常**共同經營**或受他事業委託經營
- 直接或間接**控制**他事業之業務經營或人事任免





結合申報(§11)

事前管制
結合前提出申報

捉大放小
達到門檻才須申報

等待期間
(30/90工作日)內
不得結合

申報異議制

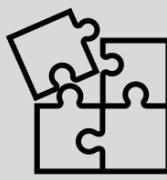


申報門檻(只要有下列情形之一)

結合後
市場占有率達1/3

參與結合之一事業，
其市場占有率達
1/4

上一會計年度銷售金額超過：
所有事業：全球400億
(至少2事業國內20億)
非金融：150億及20億
金融：300億及20億



結合實質審查 (§13)

不禁止結合
標準

- ✓ 整體經濟利益 > 限制競爭之不利益
- ✓ 得附加條件或負擔

整體經濟利益

經濟效率-規模或範疇經濟/
消費者利益

結合事業之一屬於交易弱勢/
垂危事業

其他有關整體經濟利益之
具體成效



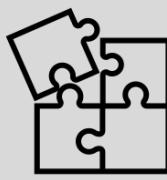
限制競爭不利益 (以水平結合為例)

單方效果—導致價格上漲

共同效果—導致聯合風險

參進程度—形成進入障礙

抗衡力量—難以箝制漲價



案例分析-統一與維力

結合型態

統一擬持有維力超過1/3股份，
並直接或間接控制維力之業務經營或人事任免

申報門檻

統一與維力於「速食麵市場」分屬第1大、第2大廠商
結合後，市場占有率合計近7成



實質審查

其餘既有廠商難有抗衡力量，不論同業或上、下游
均難有箝制統一與維力提高價格之能力



決定【公結字第107001號】

限制競爭之不利益>整體經濟利益，禁止結合

聯合
行為



聯合行為 構成要件 (§14)

主體：具競爭關係之同一產銷階段事業
或同業公會

(§14-4)

同業公會或其他團體藉章程或會員大會、理、監事會議決議
或其他方法所為約束事業活動之行為，亦為聯合行為

方式：契約、協議或其他方式之**合意**
(一種意思聯絡，不問有無法律拘束力)

內容：相互**約束**事業活動之行為
(價格、數量、技術、交易對象、交易地區等)

效果：足以**影響市場功能**



例外許可(§15)

👉 原則禁止，例外申請許可



原則禁止

- 固定價格
- 圍標(政府採購案-工程會)
- 生產限制、生產配額
- 分配顧客、交易區域
- 其他

例外許可

有益整體經濟與公共利益



- 標準化 (例：cable機上盒規格)
- 合理化 (共同研究開發)
- 專業化 (分別作專業發展)
- 輸出聯合
- 輸入聯合 (例：奧運轉播授權)
- 不景氣聯合
- 中小企業聯合
- 其他為促進產業發展、技術創新或經營效率所必要之共同行為



聯合行為查證不易→強化措施

合意推定(§14-3)



- 聯合行為之合意，得依市場狀況、商品特性、成本及利潤考量、事業行為之經濟合理性等因素**推定**之

寬恕政策(§35)



- 鼓勵參與涉案聯合行為之事業「窩裡反」

檢舉獎金(§47之1)



- 鼓勵事業內部員工提出檢舉



寬恕政策 (§35)

- 在執法機關**未知悉**聯合行為或**未開始調查前**，鼓勵聯合行為之成員向執法機關通報違法事證及協助調查，執法機關並對於通報者給予**免除或減輕制裁**之優惠
- 適用條件：
 - 時點1：公平會尚未知悉或進行調查前
→提出書面檢舉或陳述具體違法+檢附事證+協助調查
 - 時點2：公平會案件調查期間
→陳述具體違法+檢附事證+協助調查



檢舉獎金

- 要件：具名檢舉、提供尚未獲悉事證、經處以罰鍰
- 獎金金額：罰鍰金額之5% ~ 20%
- 獎金額度依據**證據之價值**，按違法聯合行為案件罰鍰總金額比例定之

| 證據價值 | 獎金標準 | 基本額度 | 加倍額度 |
|------|------------|-------------|-------------------------------------|
| 開啟程序 | $P * 5\%$ | 10萬 - 100萬 | 2億 $\leq P < 5$ 億 獎金上限 2倍 |
| 間接證據 | $P * 10\%$ | 10萬 - 1000萬 | |
| 直接證據 | $P * 20\%$ | 10萬 - 2000萬 | $P > 5$ 億 獎金上限 5倍 |

限制
轉售價格

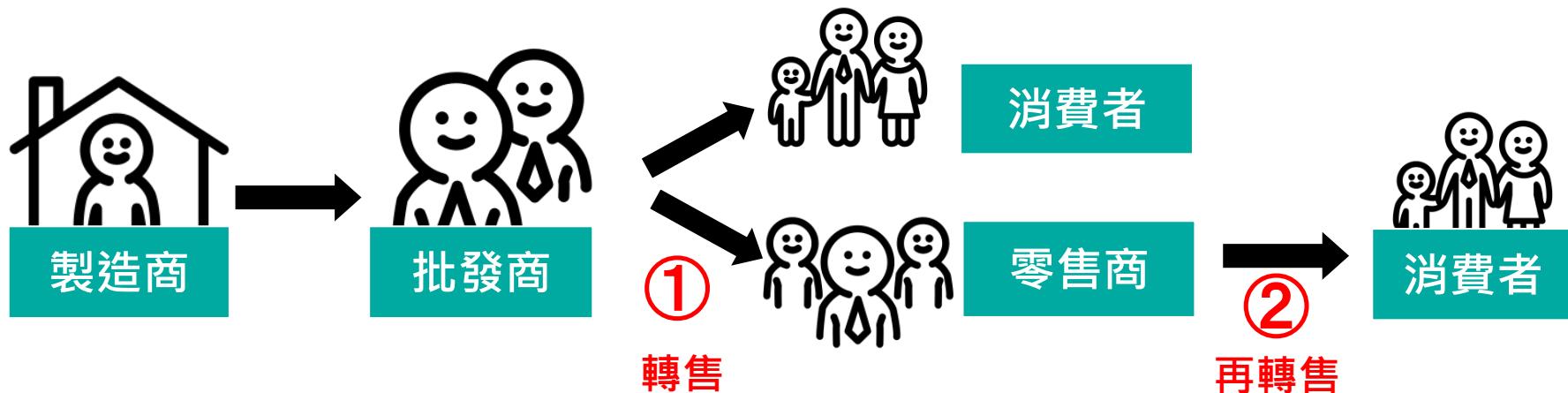
限制轉售價格



限制轉售 價格定義 (§19)

- 事業不得限制其交易相對人，就供給之商品**轉售與第三人或第三人再轉售時之價格**。但有**正當理由者**，不在此限
- 服務準用之

限制轉售價格的類型：**指定價格、設定上下限或區間**



規範目的：配銷階段的廠商得依據所面臨的競爭狀況及成本結構，自由訂價

限制轉售價格



👉 原則禁止，有正當理由才不違法



其他 限制競爭 行為





其他限制競爭行為



要件：需有**限制競爭之虞**（必須有一定市場力量）

■ 實務上一

事業的市占率未達15%且事業間無依賴性存在，推定該事業不具有市場力量，原則上無**限制競爭之虞**

限制競爭
之虞
行為類型
(§20)

- 杯葛
- 差別待遇
- 不當低價利誘
- 迫使參與限制競爭行為
- 不當限制交易相對人事業活動

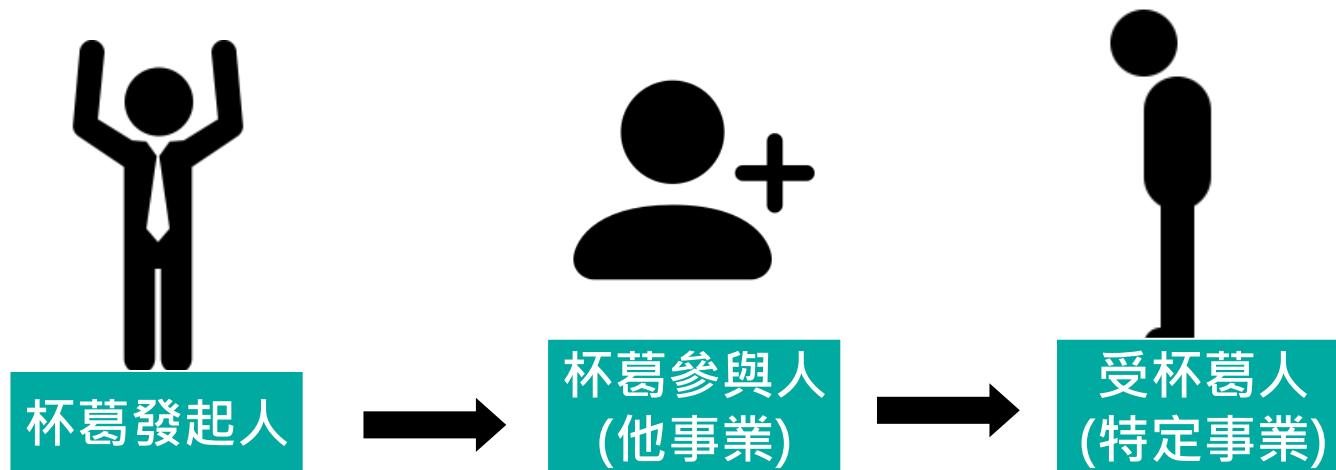


其他限制競爭行為

杯葛
(§20-1)

事業以損害**特定事業**為目的，促使**他事業**對該**特定事業**斷絕供給、購買或交易之行為

- 構成要件：必須存在**三方當事人**



案例分析-聖誕卡杯葛案



其他限制競爭行為

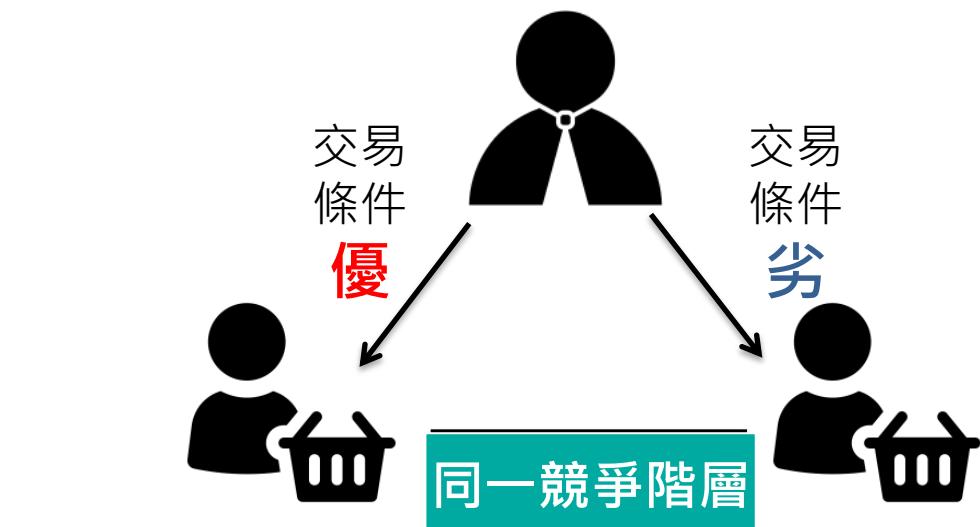
差別待遇 (§20-2)

事業無正當理由，對他事業給予差別待遇之行為

- 事業就同一商品或服務，以不同的價格或價格以外的條件，出售給同一競爭階層的不同購買者
- 構成要件：須無正當理由

正當理由(細則§26)
應審酌下列情形認定
之：

- 一、市場供需情況
- 二、成本差異
- 三、交易數額
- 四、信用風險
- 五、其他合理之事由



案例分析-桶裝瓦斯驗瓶作業
差別待遇案

【公處字第100228號】



其他限制競爭行為

不當
低價利誘
(§20-3)

低於成本或顯不相當之價格

事業以**低價利誘或其他不正當方法**，阻礙競爭者參與或從事競爭之行為

■ 案例分析-藥商以每顆1元（遠低於進貨成本）競標銷售治療憂鬱症藥品案

【公處字第100163號】

迫使參與
限制競爭
行為
(§20-4)

事業以**脅迫、利誘或其他不正當方法**，使**他事業**不為價格之競爭、參與結合、聯合或為垂直限制競爭之行為

■ 案例分析-檳榔大盤商聯誼會控制價格案

【公處字第103072號】



其他限制競爭行為

不當限制
交易相對人
事業活動
(§20-5、
細則§28)

事業以**不正當限制交易相對人之事業活動為條件**，而與其交易之行為

- ◆ **搭售**：2種以上**可獨立購買**之商品，買方要求買方必須**同時購買**，否則不予銷售
 - 常見實務：印表機+墨水匣

- ◆ **獨家交易**：又稱**排他性交易**，上游要求下游廠商不能銷售其他上游之產品(**獨買**)，或下游廠商要求上游產品不能供應其他下游廠商(**獨賣**)

□常見實例：汽車經銷商被要求只能經銷特定廠牌的車

是否違法判斷基準：

- 有無市場力
- 有無影響市場競爭之虞
- 有無正當理由(如確保商譽或品質管制、保護智財權、激勵經銷商之忠誠等)



限制競爭-法律責任



行政責任(§39、§40)

- 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
- 罰鍰
 - 濫用獨占、聯合、限制轉售價格及其他限制競爭行為：10萬~5,000萬元 (第2次x2)
 - 違法結合：20萬~5,000萬元
 - 情節重大之濫用獨占及聯合行為：最高可處上一會計年度銷售金額之10%

刑事責任(§34、§36)

- 第2次違反之行為人，依行為類型，處2年或3年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣5,000萬或1億元以下罰金

民事責任

- 3倍損害賠償

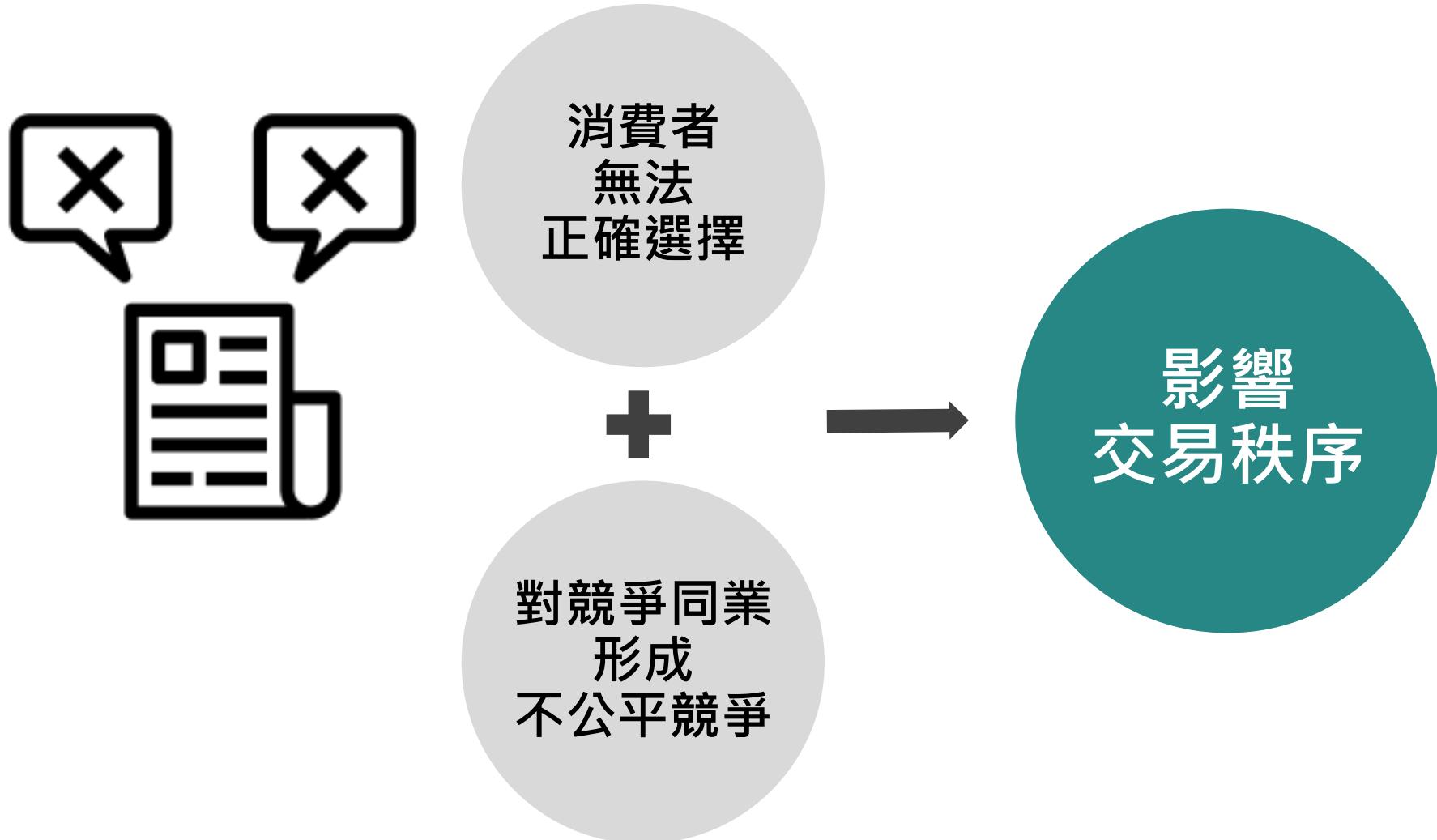
03 不公平競爭



不實
廣告



為什麼要規範不實廣告？





不實廣告 行為規範 (§21)

- 事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容、製造方法、製造日期、有效期限、使用方法、用途、原產地、製造者、製造地、加工者、加工地，及其他具有招徠效果之相關事項，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵
- 事業對於載有前項虛偽不實或引人錯誤表示之商品，不得販賣、運送、輸出或輸入
- 前3項規定於事業之服務準用之

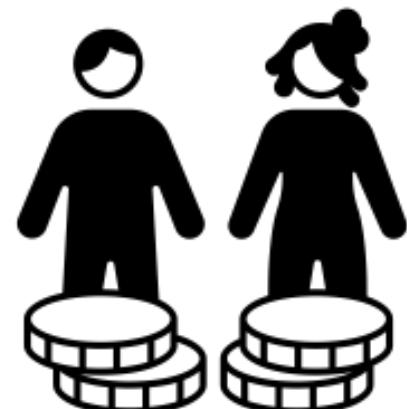


公平法§2

規範對象—事業(廣告主)

- 銷售自身商品或服務，出資刊載或製播廣告者
- 因該商品銷售或服務提供而受有直接經濟利益者
 - 出資製作、使用及銷售之程度
 - 最終消費發票之開立者
 - 因廣告而獲取利潤情形

例：東森與供貨商、網路家庭與供貨商





規範核心

02

虛偽不實

- 表示或表徵與事實不符，其差異難為一般或相關大眾所接受，而有引起錯誤之認知或決定之虞者

引人錯誤

- 表示或表徵不論是否與事實相符，有引起一般或相關大眾錯誤之認知或決定之虞者



廣告用語-最高級用語

「第一」、「冠軍」
或「最多」等用語，
連結「客觀陳述」

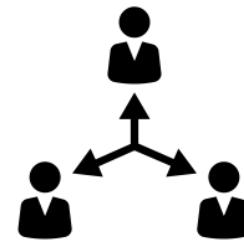
須有銷售數字或意見調查等
客觀數據為基礎

「最好」、「最佳」
等主觀感受用語

對自身商品所為一定程度之「誇大」、「吹噓」，倘不致引起消費者之誤認者，原則上並不違法



不實廣告管轄分工



👉 特別法優於普通法原則

不實廣告
案件

形式審查
廣告內容

是否涉及
特別法規範

有

由其他特別法
主管機關查處

無

公平會依公平法
相關規定查處



其他機關主管之廣告案件例示

| 違法案件類型 | 主管機關 |
|--------------|---------|
| 食品、藥品、化妝品、醫療 | 衛生福利部 |
| 飼料、農藥、肥料 | 農委會 |
| 一般商品標示 | 經濟部 |
| 菸酒 | 財政部 |
| 就業或招募員工 | 勞動部 |
| 旅遊服務 | 交通部觀光局 |
| 證券期貨 | 金管會 |
| 立案補習班 | 縣市政府教育局 |
| 移民廣告 | |
| 不動產經紀業廣告 | 內政部 |

仿冒

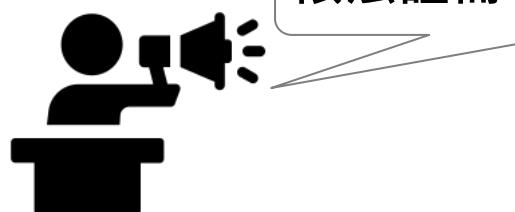


仿冒

仿冒(§22)

- 事業就其營業所提供之商品或服務，不得有下列行為：
 - ✓ **商品**：以著名之他人姓名、商號或公司名稱、商標、商品容器、包裝、外觀或其他顯示他人商品之表徵，於同一或類似之商品，為相同或近似之使用，致與他人商品混淆，或販賣、運送、輸出或輸入使用該項表徵之商品者
 - ✓ **服務**：以著名之他人姓名、商號或公司名稱、標章或其他表示他人營業、服務之表徵，於同一或類似之服務為相同或近似之使用，致與他人營業或服務之設施或活動混淆者

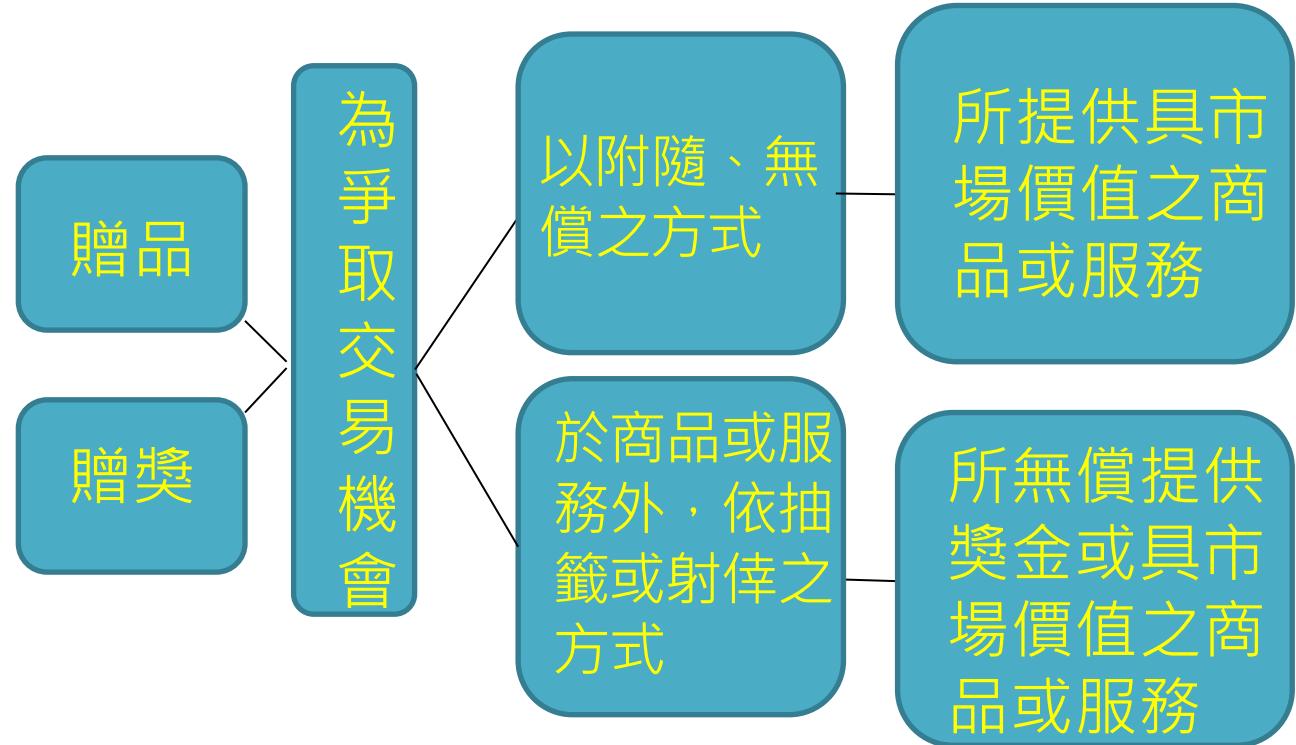
依法註冊取得商標權者，不適用之 → 民事損害賠償



不當贈品贈獎



不當贈品贈獎



規範理由：事業所贈送之贈品價值、贈獎總額或最大獎項之金額**過當時**，即利用商品或服務以外的條件爭取交易機會，有違商業倫理與效能競爭，致有妨礙公平競爭之虞



不當贈品贈獎

事業提供贈品贈獎額度辦法

贈品價值上限

- 商品或服務價值在100元以上，為商品或服務價值1/2
- 商品或服務價值在100元以下，為50元

贈獎全年總額上限

- 上一會計年度銷售金額在30億元以上者，為6億元
- 上一會計年度銷售金額在7.5億元~30億元者，為銷售金額1/5
- 上一會計年度銷售金額在7.5億元以下者，為1.5億元

贈獎最大獎項金額

- 不得超過新臺幣500萬元

營業詐謗





營業誹謗

營業誹謗 (§24)

- 事業不得為**競爭**之目的，而陳述或散布足以損害他人營業信譽之不實情事
 - ✓ 告訴乃論（刑訴法第237條第1項）
 - ✓ 行政罰法第26條
- 構成要件
 - ✓ 須為**競爭**之目的
 - ✓ 陳述或散布**不實**之情事
 - ✓ 足以**損害**他人營業信譽

其他欺罔或
顯失公平行為



其他欺罔或顯失公平行為

其他欺罔 或顯失公 平行為 (§25)

除公平法另有規定者外，事業亦不得為其他**足以影響交易秩序之欺罔或顯失公平之行為**

- **補充原則**：其他公平交易法條文優先適用
- **足以影響交易秩序**，應考量是否足以影響整體交易秩序(諸如：受害人人數之多寡、造成損害之量及程度)或有影響將來潛在多數受害人效果之案件

單一個別非經常性的交易糾紛→尋求**民事救濟**





其他欺罔或顯失公平行為

欺罔

對於交易相對人，以**欺瞞、誤導或隱匿重要交易資訊**致引人錯誤之方式，從事交易之行為

- 💣 冒充或依附有信賴力之主體
- 💣 未涉及廣告之不實促銷手段
- 💣 隱匿重要交易資訊

顯失公平

以**顯然有失公平之方法**從事競爭或營業交易者

- 💣 以損害競爭對手為目的之阻礙競爭
- 💣 擥取他人努力成果
- 💣 不當招攬顧客
- 💣 不當利用相對市場優勢地位
- 💣 利用資訊不對稱之行為
- 💣 補充公平法限制競爭行為之規定
- 💣 妨礙消費者行使合法權益
- 💣 利用定型化契約之不當行為



不公平競爭-法律責任



行政責任(§42)

- 令停止、改正其行為或採取必要更正措施
- 罰鍰：5萬~2,500萬元 (第2次x2)

民事責任

- 3倍損害賠償



04 多層次傳銷

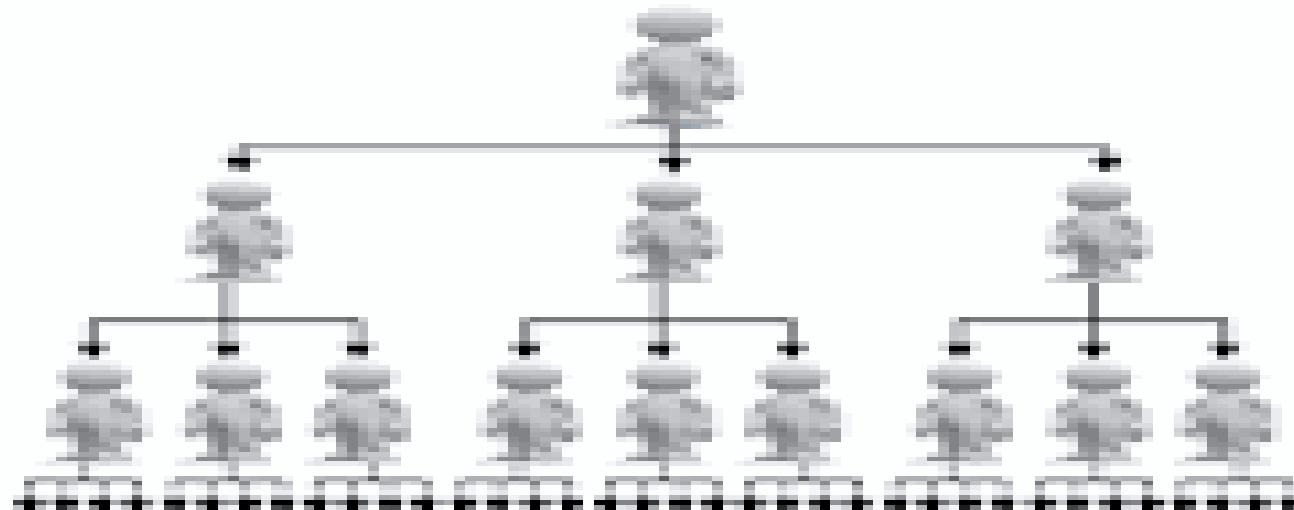




多層次傳銷

多層次傳銷是什麼？

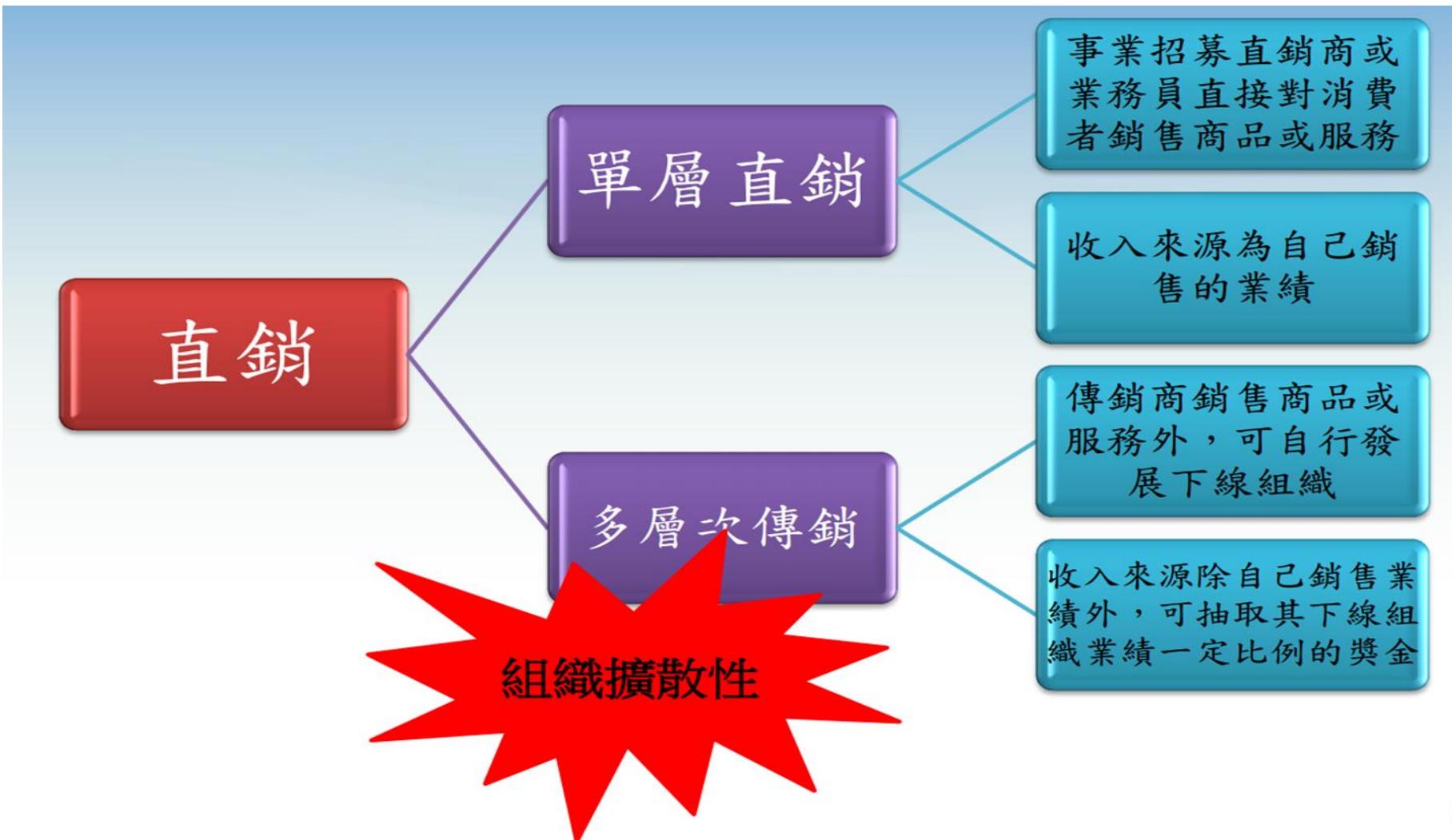
- 透過傳銷商介紹他人參加，建立**多層級組織**以推廣、銷售**商品或服務**之行銷方式





多層次傳銷

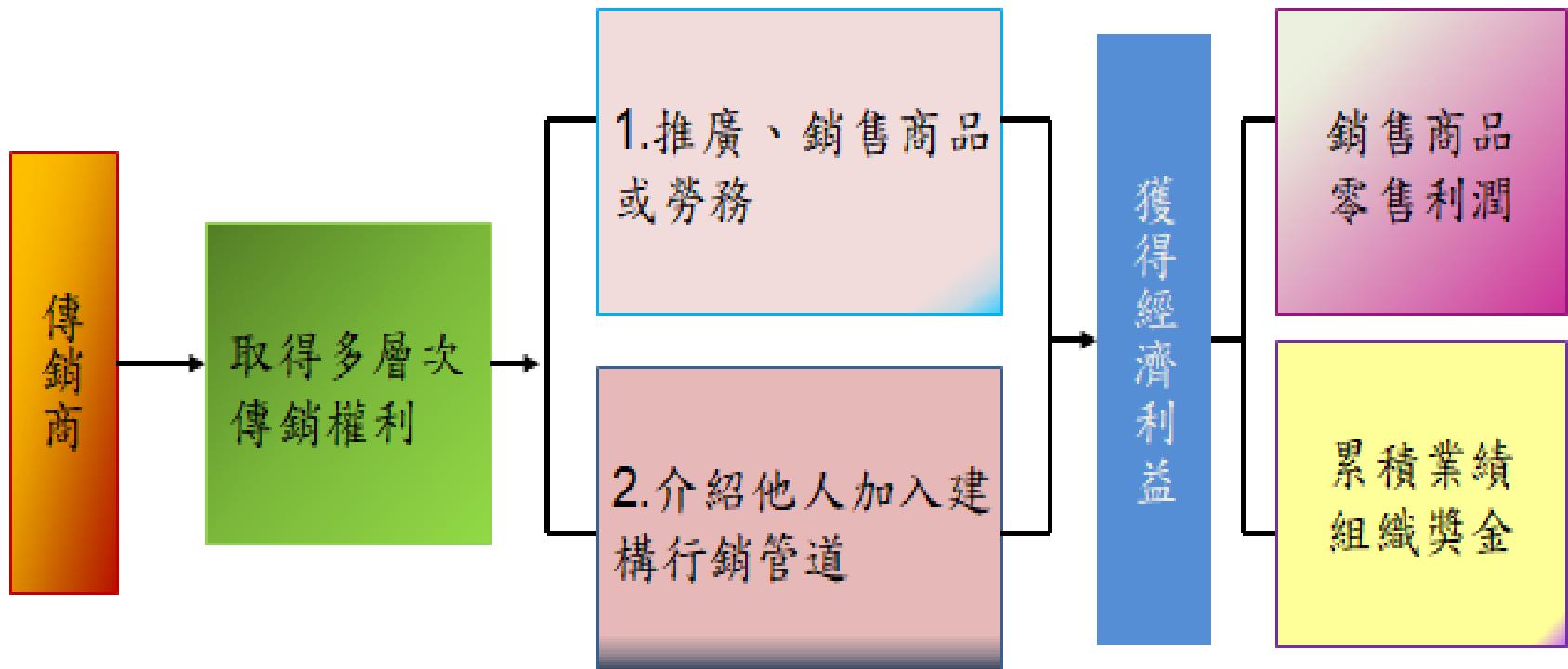
直銷與多層次傳銷





多層次傳銷

多層次傳銷流程示意圖

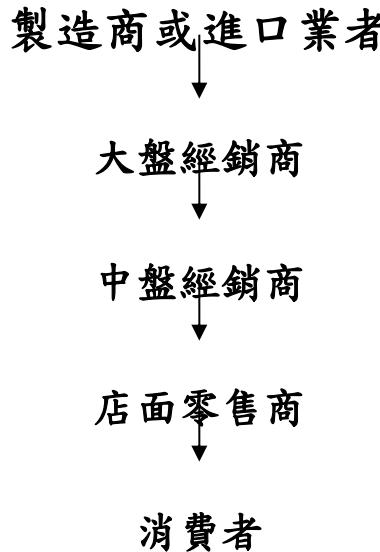




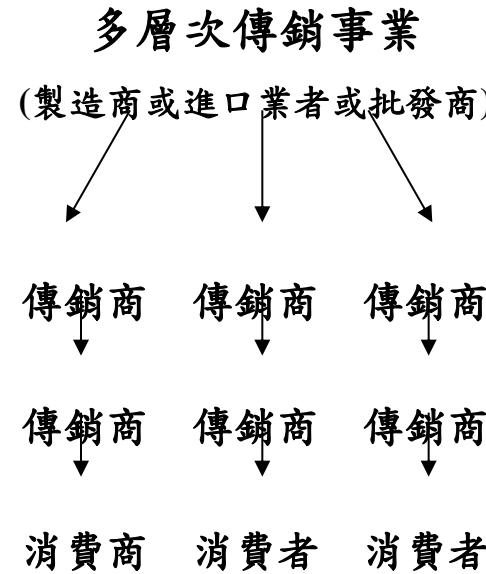
多層次傳銷(補充)

傳統通路與多層次傳銷之結構差異

傳統商品通路結構



多層次傳銷結構

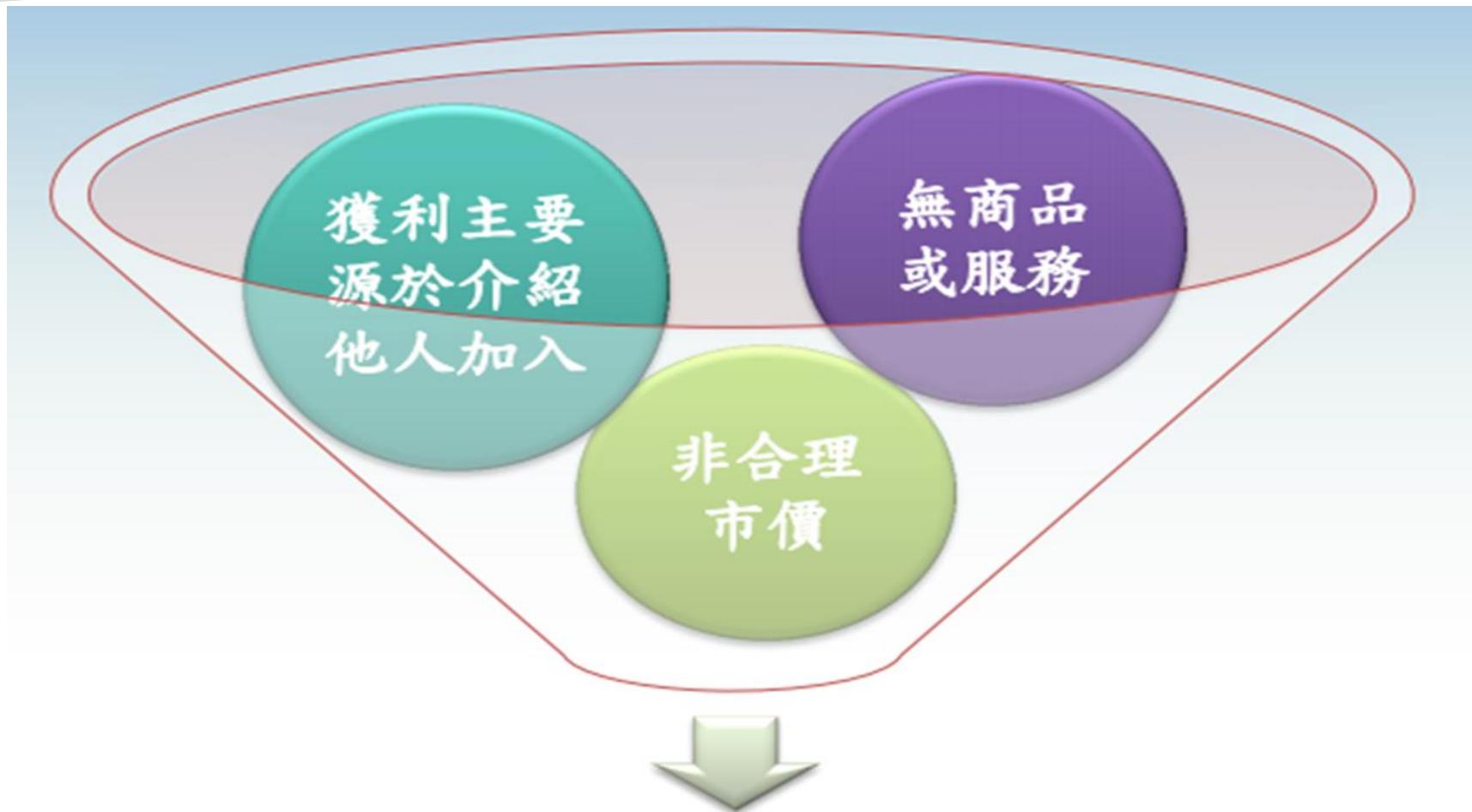


傳統各盤商多階通路利潤，在多層次傳銷中演化為不同階級的傳銷商利潤

- 一、事業訂定行銷計畫，利用加入者之「人際關係」及結合獎金制度，建立多層級組織網，以推廣、銷售商品，為無店鋪行銷的一種
- 二、與傳統店舖通路有別，將縮短行銷通路所撙節之費用回饋予消費者及傳銷商



多層次傳銷



變質多层次傳銷



多層次傳銷

回目錄

Q1

多層次傳銷事業合不合法？



一、5個判斷原則：

- 1 是否以介紹他人參加為主要收入來源。
- 2 商品或服務之訂價是否合理。
- 3 是否須繳交高額入會費、認購高金額商品或非短期售罄商品。
- 4 是否提供完整書面參加契約，且載明多層次傳銷管理法規範。
- 5 是否依法向公平交易委員會報備。



二、2個提醒：

- 1 須深思熟慮，勿因一時激情或人情包紗加入！
- 2 確實瞭解解除或終止契約時效及規定，保存參加契約及交易憑證！





多層次傳銷

回
目
錄

Q2

如何向多層次傳銷事業解約 (辦理退出退貨) ?



無論您是因為……

人情壓力下簽約但還沒付款！

業績不好想離開了！

單純想轉換跑道！

您都可以……

依多層次傳銷管理法第20條及第21條規定，以「**書面**」通知傳銷事業解除或終止契約。

攏免違約金！

依多層次傳銷管理法第22條及第23條規定，傳銷事業不得：

- ① 向傳銷商請求因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。
- ② 以不當方式阻撓傳銷商依法辦理退貨。
- ③ 不當扣發傳銷商應得之佣金、獎金或其他經濟利益。





多層次傳銷

為利日後舉證，建議至郵局購買存證信函，依參考範例填寫後，正本寄至傳銷事業，副本則寄至公平會。

參考填寫範例：



- 1 解除契約範例**
(訂約日起30日之猶豫期間內)

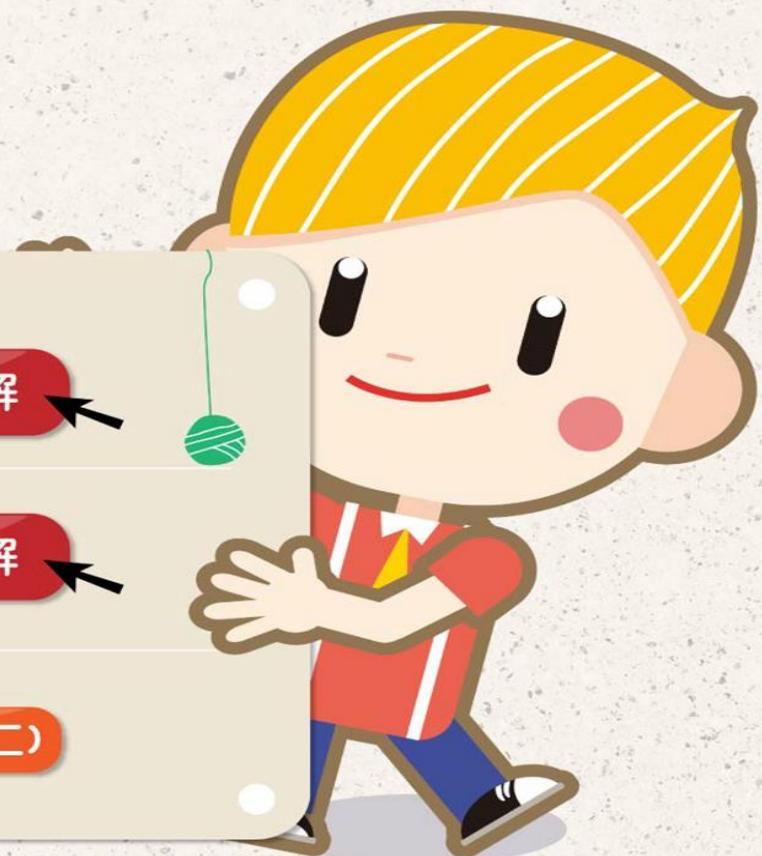
馬上了解

- 2 終止契約範例**
(30日之猶豫期間經過後)

馬上了解

更多相關資訊(一)

更多相關資訊(二)





多層次傳銷

多層次傳銷傳銷商猶豫期間內解除或終止契約：

一、 法令規定：

多層次傳銷管理法第 20 條規定，多層次傳銷傳銷商得自訂約日起算 30 日內以書面通知多層次傳銷事業解除或終止契約。多層次傳銷事業應於契約解除生效後 30 日內，接受傳銷商退貨之申請，受領傳銷商送回之商品，並返還傳銷商購買退貨商品所付價金及其他給付多層次傳銷事業之款項。多層次傳銷事業依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除商品返還時因可歸責於傳銷商之事由致商品毀損滅失之價值，及因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。由多層次傳銷事業收回退貨者，並得扣除收回該商品所需運費。

二、 範例參考

辦理多層次傳銷事業退出退貨範例說明

本人_____於____年____月____日與貴公司締結參加契約，本人決定將於____年____月____日與貴公司解除契約退出貴公司傳銷組織，另本人擬辦理退貨退款，包括加入購買之輔銷商品（條列品項及數量）及傳銷商品品項計有_____（條列品項及數量），請貴公司依多層次傳銷管理法第 20 條規定處理。

備註：傳銷商辦理解除契約應以書面通知為之，為利日後舉證，建議至郵局購買存證信函，於填寫內容後正本寄至該多層次傳銷事業，副本則寄至公平交易委員會。



多層次傳銷

多層次傳銷傳銷商猶豫期間後終止契約：

一、 法令規定：

多層次傳銷管理法第 21 條規定，傳銷商於前條第 1 項期間經過後，仍得隨時以書面終止契約，退出多層次傳銷計畫或組織，並要求退貨。但其所持有商品自可提領之日起算已逾 6 個月者，不得要求退貨。多層次傳銷事業應於契約終止生效後 30 日內，接受傳銷商退貨之申請，並以傳銷商原購價格 90% 買回傳銷商所持有之商品。多層次傳銷事業依前項規定買回傳銷商所持有之商品時，得扣除因該項交易對該傳銷商給付之獎金或報酬。其收回商品之價值有減損者，亦得扣除減損之金額。由多層次傳銷事業收回退貨者，並得扣除收回該商品所需運費。

二、 範例參考

辦理多層次傳銷事業退出退貨範例說明

本人_____於_____年_____月_____日與貴公司締結參加契約，本人決定將於_____年_____月_____日與貴公司終止契約退出貴公司傳銷組織，另本人擬辦理退貨退款，傳銷商品品項計有_____（條列品項及數量），請貴公司依多層次傳銷管理法第 21 條規定處理。

備註：傳銷商辦理終止契約應以書面通知為之，為利日後舉證，建議至郵局購買存證信函，於填寫內容後正本寄至該多層次傳銷事業，副本則寄至公平交易委員會。



多層次傳銷

Q3

退出多層次傳銷事業，辦理退貨應如何退費？

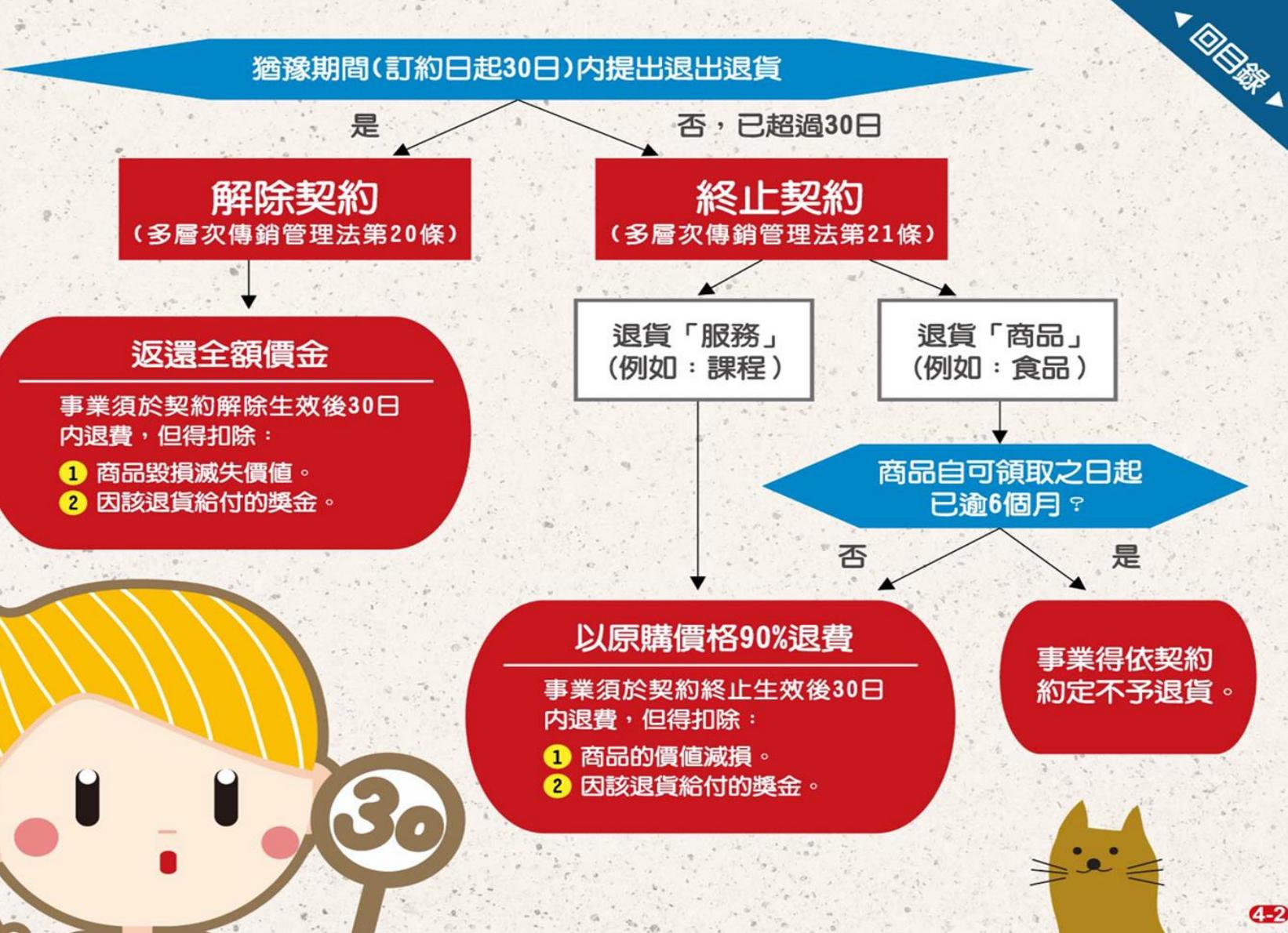


- ① 已完成報備之傳銷事業，參加契約訂有商品之價值減損標準等退費有關事項，傳銷商應妥善保存參加契約，以保障自身權益。
- ② 依多層次傳銷管理法第20條及第21條規定，傳銷商可「**書面**」通知傳銷事業解除或終止契約，並要求退貨，傳銷事業應依法辦理退費。
(簡易圖表請參閱下一頁)



多層次傳銷

回
目
錄





回
目
錄

多層次傳銷

以A先生為例…

4月1日簽約成為B公司傳銷商，繳交300元入會費，共購買5,000元食品，並領到1筆500元獎金。

A於4月20日解除契約(簽約日起30日內)

B公司應於5月20日前(契約解除生效後30日內)：

- ① 受領A先生退貨並返還5,000元。
- ② 返還300元入會費。
- ③ 扣除500元獎金。

$$\Rightarrow A\text{先生領回}5,000+300-500=4,800$$

如果商品毀損滅失，
則無法退費！

A於6月5日終止契約(簽約日起30日後)

B公司應於7月5日前(契約終止生效後30日內)：

- ① 以原購價格90%買回商品，但得扣除商品之價值減損，即 $5,000\text{元} \times 90\% - \text{價值減損}$ 。
- ② 扣除500元獎金。

$$\Rightarrow A\text{先生領回}5,000 \times 90\% - \text{商品價值減損} - 500$$

商品不同價值減損亦有不同，事業倘有價值減損標準，應載明於參加契約





多層次傳銷

回
目
錄

A於12月1日終止契約(簽約日起6個月後)

因A先生所持有**商品**自可提領之日起算已逾6個月者，
B公司得依契約約定不予退費。

如果B公司提供「服務」(例如網路空間、學習課程等)而不是「商品」(例如食品、化粧品等)，則A先生購買之「服務」不受6個月不得退貨之限制！





多層次傳銷

加入多層次傳銷 謹、慎、行！



- 加入前須深思熟慮，勿因會場一時激情或人情包袱而衝動加入
- 瞭解多層次傳銷行為相關規範



多層次傳銷

加入多层次传销 謹、慎、行！



- 掌握解除契約及終止契約時效及規定
- 詳閱參加契約及事業手冊，妥善保存相關交易憑證



多層次傳銷



- 適當運用各項諮詢及申訴管道

05 結語





電子報訂閱

首頁 > **訂閱電子報**

本會每月發行兩期電子報，內容包括公平交易相關專題報導、焦點案例、學術論著、活動及最新消息等，歡迎掃描下方**QR-Code**訂閱。



公平交易競賽

事業一

事業二

事業三

感謝聆聽
敬請指教