

中華民國 102 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 103 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)傳銷商人數及傳銷商概況.....	4
(二)多層次傳銷營業額規模及營業方式	7
(三)銷售商品或勞務類別.....	9
(四)傳銷事業進貨（製造）成本及佣金（獎金）所占比率.....	10
(五)傳銷商之訂貨及領取佣金（獎金）之規模與比率.....	11
四、對未來經營概況之看法.....	14
五、總結.....	15
參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖	18
肆、統計表.....	24
伍、附錄.....	71
一、「102年多層次傳銷事業經營發展狀況調查」實施計畫.....	71
二、多層次傳銷事業經營發展狀況調查問卷	72
三、多層次傳銷管理法	76
四、多層次傳銷事業報備及變更報備準則	80

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。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 102 年度多層次傳銷事業之營運全貌，故將 102 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

依據多層次傳銷管理法第 25 條、第 26 條規定辦理。

三、調查範圍與對象

102 年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括 102 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、會計師簽證及傳銷商加入之條件等。
- (二) 事業經營概況：
 1. 有效資格傳銷商人數、實際參與傳銷活動傳銷商人數、女性傳銷商人數、限制行為能力傳銷商人數、無行為能力傳銷商人數、新加入人數、訂貨傳銷商人數、領取佣（獎）金傳銷商人數及退出之傳銷商人數。
 2. 採行多層次傳銷之層級數。
 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、傳銷商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、支付傳銷商佣（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 102 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 102 年底數字為準。
- (二) 調查實施期間：103 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、訓練的傳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，因此本會訂定「多層次傳銷管理法」，以為執行管理之依據。

依據多層次傳銷管理法，所有從事多層次傳銷的事業，均須於實施前向本會報備，截至 102 年底止向本會報備，且於 102 年實施之多層次傳銷事業¹（包含於 102 年間向本會報備停止實施多層次傳銷）計 490 家，較 101 年之受調查家數 542 家，減少 52 家。

本次調查 102 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含於 102 年向本會報備停止實施者）計 490 家，實際回報事業有 398 家(81.22%²)，該等回報事業於 102 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 352 家，較 101 年之 363 家，減少 11 家(3.03%)，另有 28 家報備事業尚未實施多層次傳銷、餘 18 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（102）年間仍有從事多層次傳銷行為之 352 家事業為範圍。

二、基本資料分析

（一）實施多層次傳銷時間

102 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 352 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 118 家（占 33.52%）居首，其次為 96 年至 100 年實施傳銷之事業計 114 家（占 32.39 %），民國 95 年以前實施之多層次傳銷事業共計 120 家（占 34.09%）（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；比較 101 年之 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數，102 年較 101 年銳減 37 家，以該期間計減少 24.50%；101 年後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。

1 本調查不包含已於 102 年底報備，惟預計 103 年才實施之傳銷事業。

2 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 95 年	民國 96 年至 100 年	民國 101 年以後
99 年	331	13	57	81	180	-
100 年	334	13	54	65	202	-
101 年	363	13	52	62	151	85
102 年	352	12	50	58	114	118

(二) 事業國籍分布

依調查結果顯示 352 家多層次傳銷事業中，我國公司計有 301 家（占 85.51%），屬外商公司計 51 家（占 14.49%），較 101 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下降。

(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
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
102 年	352	100.00	85.51	14.49

(三) 事業所在地區分布與營業據點

352 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 217 家（占 61.65%）為最多，中部地區 86 家（占 24.43%）居次，南部地區 49 家（13.92%），東部地區 0 家(表 3)。按主要營業據點觀之，亦以北部地區 217 家（占 61.65%）為最多，中部地區 86 家（占 24.43%）居次，南部地區 49 家（13.92%），東部地區 0 家，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 352 家多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括主要營業所、其他營業所)計 937 處，其中以北部地區 438 處(占 46.74%)為最多，其次為南部地區 248 處（26.47%），中部地區 229 處（24.44%）居第三，而東部及金馬地區僅 22 處居末（2.35%）。(圖 1、統計表 2，頁 25)

表 3 公司登記地址所在地區分布

單位：家

年底別	總計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區
99 年	331	205	74	51	1
100 年	334	210	72	51	1
101 年	363	231	82	49	1
102 年	352	217	86	49	-

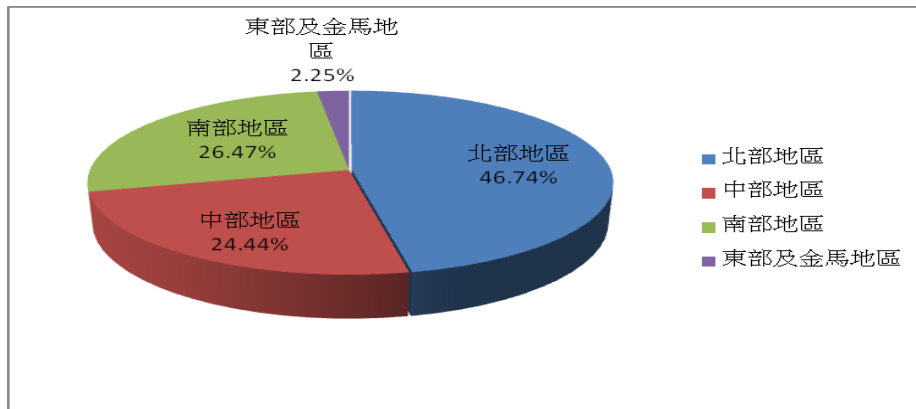


圖 1 營業據點所在地區分布

三、經營概況

(一) 傳銷商人數³及傳銷商概況

依據 352 家多層次傳銷事業資料顯示，102 年底傳銷商人數計 211.9 萬人次，較 101 年底 308.9 萬人，減少 97 萬人。由於大部分業者並未限制其傳銷商不可加入其他多層次傳銷事業，因此有些傳銷商同時參加二個以上之事業，另依內政部統計 102 年底我國總人口數 2337.4 萬人以及根據本會剔除重複傳銷商人數⁴，估算出 102 年底傳銷商人數為 200.5 萬人；加入傳銷率（即參加傳銷人數占全國總人口數之比率）約 8.58%，即平均每萬人中有 858 人加入多層次傳銷，較 101 年底 11.85%，減少 3.27 個百分點。（統計表 30，頁 70）

1. 新加入傳銷商人規模

102 年新加入之傳銷商人數計 79.96 萬人次（統計表 30，頁 70），占總傳銷商人數之 37.73%。觀察各事業新加入之傳銷商人數規模，以傳銷商未及 5 百人之事業居多，計 233 家（占 66.19%），其次為傳銷商 1 千至未及 1 萬人之事業，計 68 家（占 19.32%），新加入傳銷商規模達 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。（統計表 7，頁 31）

3 「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。

4 剔除重複數係本會針對 102 年所有查報事業予以計算事業傳銷商參加其他傳銷事業之比例而得。

2. 傳銷事業之傳銷商人數規模

102 年底傳銷商總數 211.9 萬人，平均每家傳銷事業之傳銷商人數為 6,021 人(統計表 30，頁 70)。觀察傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 210 家(占 59.66%)；其次是 1 千人至未及 1 萬人之事業，計 104 家(占 29.55%)； 1 萬人至未及 5 萬人之事業，計 30 家(占 8.52%)；而傳銷商人數在 5 萬人至未及 10 萬人及 10 萬人以上之事業分別有 3 家及 5 家(各占 0.85%及 1.42%)。另多層次傳銷事業營業額大小亦與傳銷商人數規模息息相關，多層次傳銷事業營業額未及 1 百萬元，計有 65 家，其中，其傳銷商人數未及 1 千人就有 63 家；而多層次傳銷事業營業額逾 10 億元以上有 12 家，其傳銷商人數在 1 千人至未及 1 萬人，計有 1 家，傳銷商人數在 1 萬人至未及 5 萬人，計有 6 家，5 萬人至未及 10 萬人，計有 2 家，10 萬人以上則有 3 家。(表 4)

表 4 傳銷商人數分布規模(按多層次傳銷營業額分)

多層次傳銷事業營業額別	總計	單位：家(人)				
		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	352 (2,119,301)	210 (57,473)	104 (324,992)	30 (656,571)	3 (212,117)	5 (868,148)
未及 1 百萬元	65 (23,332)	63 (5,803)	1 (3,913)	1 (13,616)	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	97 (79,334)	87 (21,697)	8 (15,404)	2 (42,233)	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	120 (221,227)	56 (28,433)	60 (119,860)	4 (72,934)	-	-
1 億元至未及 5 億元	46 (443,222)	4 (1,540)	32 (158,632)	8 (122,558)	1 (50,296)	1 (110,196)
5 億元至未及 10 億元	12 (322,207)	-	2 (18,609)	9 (194,265)	-	1 (109,333)
10 億元以上	12 (1,029,979)	-	1 (8,574)	6 (210,965)	2 (161,821)	3 (648,619)

3. 女性傳銷商參與情形

調查結果顯示，女性傳銷商計 142.58 萬人，占傳銷商比率 67.39%，再依各事業女性傳銷商比率觀察，女性傳銷商比率以介於 50%至 74%之事業最多，計 204 家(占 57.95%)，其次為 75%至 89%之事業 59 家(占 16.76%)；而 25%至 49%之事業 52 家(占 14.77%)，90%以上之事業 27 家(7.67%)，未及 25%以上 10 家(2.84%)居末，自 96 年將女性傳銷商列為調查對象後，足見女性傳銷商為傳銷市場主力。(圖 2、趨勢圖 7、統計表 5，頁 28、29)

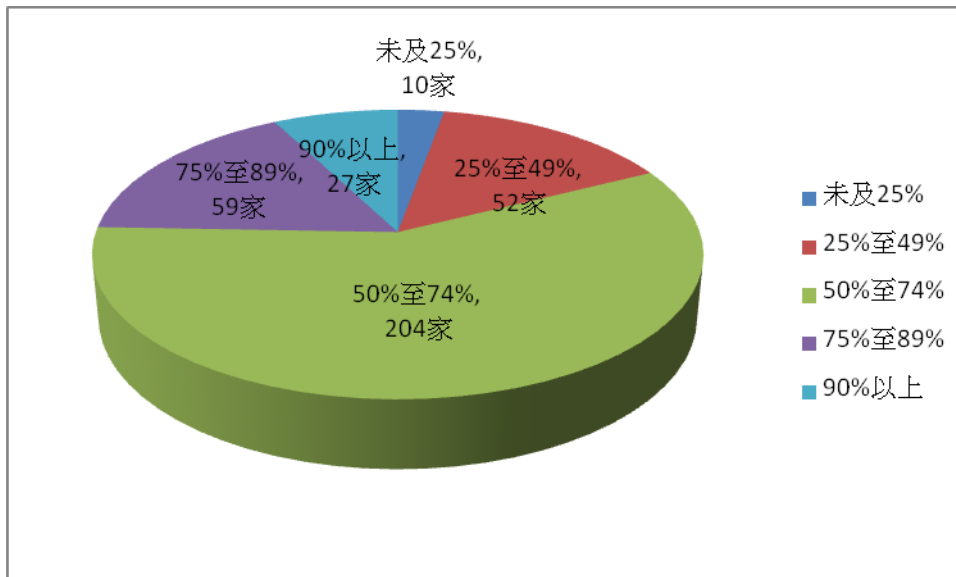


圖 2 傳銷事業女性傳銷商參與情形

4. 限制行為能力傳銷商比率、分布

調查結果顯示，有招募限制行為能力傳銷商(7歲至20歲)之傳銷事業計148家，占傳銷事業比率42.05%，傳銷商人數總計17,526人。再依各事業人數分布觀察，介於1至50人之事業最多，計111家(占31.53%)，其次為51至300人之事業23家(占6.53%)；而301人以上之事業14家(占3.98%)居末，而限制行為能力傳銷商每人平均營業收入新臺幣(下同)25,274.20元，主要銷售商品為營養保健食品。(表5)

表 5 限制行為能力傳銷商數、平均營業收入及營業收入表

人數分布	限制行為能力 家(人)數	限制行為能力 平均營業收入 (元/人)	限制行為能力 總營業收入 (元)
總計	148 (17,526)	25,274.20	442,955,643.00
1~50	111 (1,187)	18,049.92	21,425,253.00
51~300	23 (2,792)	24,156.02	67,443,603.00
301 以上	14 (13,547)	26,137.65	354,086,787.00

5. 退出傳銷事業之傳銷商比率分布

調查結果顯示，退出退貨傳銷商人數計 482,840 人，占傳銷商比率 22.79%。依退出傳銷事業之傳銷商人數規模觀察，以退出人數未及 1 百人之事業最多，計 276 家(占 78.41%)；其次是 1 百人至未及 5 百人之事業，計 34 家(占 9.66%)；5 百人至未及 1 千人之事業，計 16 家(占 4.55%)；而 1 千人至未及 3 千人及 3 千人以上之事業分別有 9 家及 17 家(各占 2.56%及 4.83%)。另多層次傳銷營業額大小亦與傳銷商退出人數規模相關，多層次傳銷營業額未及 1 百萬元，計有 65 家事業，其中，其退出傳銷事業傳銷商人數未及 1 百人有 64 家；而多層次傳銷營業額逾 10 億元以上有 12 家事業，其退出傳銷事業之傳銷商人數在 1 千人以上有 11 家。

(表 6)

表 6 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	未及 1 百人	1 百至 未及 5 百人	5 百至 未及 1 千人	1 千至 未及 3 千人	3 千人 以上
總計	352 (482,840)	276 (2,259)	34 (8,305)	16 (11,544)	9 (15,837)	17 (444,895)
未及 1 百萬元	65 (221)	64 (52)	1 (169)	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	97 (1,547)	93 (529)	4 (1,018)	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	120 (23,218)	91 (695)	18 (4,207)	7 (5,096)	2 (3,547)	2 (9,673)
1 億元至未及 5 億元	46 (21,054)	25 (784)	9 (2,528)	6 (4,414)	4 (6,088)	2 (7,240)
5 億元至未及 10 億元	12 (30,106)	2 (177)	2 (383)	3 (2,034)	2 (3,808)	3 (23,704)
10 億元以上	12 (406,694)	1 (22)	-	-	1 (2,394)	10 (404,278)

(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 352 家多層次傳銷事業資料顯示，102 年傳銷業營業總額 716.70 億元，較 101 年 658.16 億元，增加 58.54 億元(成長 8.89%)。倘就以往營業規模觀之，102 年之營業額乃是自 94 年達 683.7 億之高峰後，連續 4 年營業額破 600 億元，102 年更突破 700 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 120 家最多(營業額總計 444,150 萬元占 6.20%)，其次為 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業 97 家(營業額計 40,541 萬元占 0.57%)，未及 1 百萬 65 家(營業額總計 1,841 萬元占 0.03%)及 1 億元至未及 5 億元者 46 家(營業額總計 1,063,542 萬元占 14.84%)之事業分居第三及第四。而 10 億元以上之事業共有 12 家，其家數雖占全部家數 3.41%，惟其營業總額達 476.06 億元，占多層次傳銷產業總值 66.42%。(表 7、趨勢圖 1)

表 7 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		營業額 (百萬元)	占營業總額比率 (%)
	家(人)	結構比 (%)		
總計	352 (2,119,301)	100.00	71,669.85	100.00
未及 1 百萬元	65 (23,332)	18.47	18.41	0.03
1 百萬元至未及 1 千萬元	97 (79,334)	27.56	405.41	0.57
1 千萬元至未及 1 億元	120 (221,227)	34.09	4,441.50	6.20
1 億元至未及 5 億元	46 (443,222)	13.07	10,635.42	14.84
5 億元至未及 10 億元	12 (322,207)	3.41	8,563.27	11.95
10 億元以上	12 (1,029,979)	3.41	47,605.83	66.42

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，傳銷商於一定條件成就後，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。

依調查結果得知，352 家事業中訂有加入條件之事業計 349 家（占 99.15%），就單項之加入條件觀察，以需訂購產品 204 家（占 57.95%）為最多，其次依序為其他方式（例如每月購貨量達一定標準、定期達一定營業標準等），計 113 家事業（占 32.10%）、購買資料袋 78 家（22.16%）、參加講習會或類似活動 30 家（占 8.52%）、達一定營業標準 28 家（占 7.95%）、繳納保證金或入會費 2 家（占 0.57%）。（表 8）

表 8 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	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
總計	3	349	2	204	30	78	28	113
未及 1 百萬元	1	64	-	42	4	10	6	22
1 百萬元至未及 1 千萬元	1	96	-	52	11	16	9	27
1 千萬元至未及 1 億元	1	119	1	72	8	25	7	38
1 億元至未及 5 億元	-	46	1	26	5	16	6	17
5 億元至未及 10 億元	-	12	-	6	-	2	-	6
10 億元以上	-	12	-	4	2	9	-	3

(2) 傳銷事業採用網路行銷

102 年採行網路行銷之多層次傳銷事業共 147 家（占傳銷事業 41.76%），其中，傳銷事業提供線上訂購

(網路購物)者，有 83 家 (占傳銷事業 23.58%)，傳銷事業設置網路商城者，有 18 家 (占傳銷事業 5.11%)，另外，傳銷事業網路購物及網路商城皆有設置者，有 46 家 (占傳銷事業 13.07%)。(表 9)

表 9 102 年多層次傳銷事業進行網路傳播概況

網路傳銷總類	事業家數	占傳銷事業結構比(%)
總計	147	41.76
網路購物	83	23.58
網路商城	18	5.11
網路購物及網路商城皆有	46	13.07

(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，102 年仍以販售營養保健食品 278 家(占 78.98%)居冠，販售美容保養品 187 家(占 53.13%)居次，第三為清潔用品 122 家(占 34.66%)；另外，以銷售國產品及進口品家數觀察，以國產品 200 家(占 56.82%)為主，進口品 71 家(占 20.17%)其次，國產及進口品皆有銷售計 70 家(占 19.89%)最後。(表 10)

表 10 102 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 (%)	營業額 (百萬元)	占營業總額比率 (%)
總計	352	100.00	71,669.00	100.00
1.營養保健食品	278	78.98	41,032.97	57.25
2.代餐食品	28	7.95	3,298.60	4.60
3.美容保養品	187	53.13	10,193.60	14.22
4.清潔用品	122	34.66	5,038.73	7.03
5.健康器材	40	11.36	1,151.71	1.61
6.淨、濾飲水器材	52	14.77	2,971.58	4.15
7.衣著與飾品	42	11.93	1,619.76	2.26
8.寢具	14	3.98	443.58	0.62
9.圖書文具及錄影音帶	43	12.22	202.15	0.28
10.廚具、餐具	15	4.26	295.94	0.41
11.資訊商品	15	4.26	298.58	0.42
12.服務類商品	14	3.98	463.35	0.65
13.其他	79	22.44	4,656.00	6.50
1.國產品	200	56.82	17,487.89	24.40
2.進口品	71	20.17	13,365.42	18.65
3.國產及進口品皆有銷售	70	19.89	40,816.54	56.95

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 352 家，事業家數之結構比相加亦超過 100%。

*11 家事業尚未銷售商品，營業額為 0。

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 410.33 億元(占 57.25%)，其次為美容保養品 101.94 億元(占 14.22%)，第三位為清潔用品 50.39 億元(占 7.03%)，第四則為其他商品 46.56 億元(占 6.50%)。各類營業額與 101 年比較，原本營業額為第三位的其他商品下降成第四名，由清潔用品躍居為第三名。另外，以國產品及進口品銷售額觀察，以國產及進口品皆有銷售計 408.17 億元(占 56.95%)為主，國產品 174.88 億元(占 24.40%)其次，進口品 133.65 億元(占 18.65%)最後。(表 10)

(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 352 家多層次傳銷事業資料顯示，102 年該業進貨(製造)成本計 211.67 億元，占營業總額 716.70 億元之 29.53%(統計表 19，頁 45)，較 101 年 26.91%，上升 2.62 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 115 家(占 32.67%)最多，其次 10%至未及 20%之事業 75 家(占 21.31%)，30%至未及 40%之事業 71 家(占 20.17%)再次之。(表 11、統計表 21，頁 47、48)

表 11 進貨(製造)成本家數比率分布

單位：%(千元)

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%
99 年	28.26	100.00	7.85 (42,774)	21.45 (2,550,540)	30.82 (4,506,236)	24.47 (5,484,433)	5.44 (4,040,854)	4.23 (130,605)	1.81 (22,337)	3.93 (433,410)
100 年	30.99	100.00	7.78 (95,921)	23.35 (2,032,948)	31.14 (4,625,655)	20.36 (3,392,192)	5.09 (614,909)	2.69 (7,122,288)	2.40 (2,130,378)	7.19 (265,592)
101 年	26.91	100.00	7.44 (482,309)	23.69 (2,326,040)	30.58 (4,947,678)	19.01 (3,802,428)	5.79 (4,990,072)	5.79 (1,035,449)	3.03 (58,228)	4.68 (71,824)
102 年	29.53	100.00	6.82 (143,469)	21.31 (1,788,849)	32.67 (6,936,355)	20.17 (3,161,679)	4.55 (5,249,692)	5.68 (3,441,821)	2.27 (94,257)	6.53 (351,026)

2. 傳銷事業之佣(獎)金支付比率

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，依調查結果顯示，102 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出計 248.53 億元，占該業營業總額 716.70 億元之 34.68%(統計表 19，頁 45)，較 101 年之佣(獎)金支付比率 37.36%，下降 2.68 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 88 家(占 25.00%)，其次為 20%至未及 30%之事業 74 家(占 21.02%)，第三為 40%至未及

50%之事業 69 家 (占 19.60%)。(表 12、統計表 22，頁 49、50)

表 12 佣(獎)金支付家數比率

單位：
%(千元)

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%
99 年	38.02	100.00	5.14 (10,340)	9.06 (841,039)	15.41 (608,885)	29.91 (8,969,607)	22.96 (6,714,165)	11.78 (5,239,083)	2.42 (278,563)	3.32 (491,080)
100 年	36.49	100.00	8.98 (2,895)	10.48 (809,933)	14.67 (3,608,748)	29.64 (8,208,189)	21.26 (6,754,560)	11.68 (3,604,815)	1.80 (291,142)	1.50 (597,548)
101 年	37.36	100.00	9.37 (9,581)	10.19 (662,451)	17.08 (1,956,942)	26.72 (10,032,344)	19.83 (7,281,671)	11.85 (3,672,696)	3.03 (504,567)	1.93 (467,382)
102 年	34.68	100.00	10.80 (11,816)	10.80 (579,683)	21.02 (3,420,900)	25.00 (9,493,512)	19.60 (6,804,036)	7.67 (3,740,74)	2.56 (242,140)	2.56 (559,981)

(五) 傳銷商之訂貨及領取佣金(獎金)之規模與比率

1. 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之規模遠比傳銷商數少。根據調查結果顯示，102 年曾訂貨之傳銷商計 144.9 萬人，占傳銷商總數比率 68.38%(統計表 30，頁 70)；觀察 102 年訂貨傳銷商人數規模，訂貨傳銷商數規模以未及 1 千人之事業為最多，計 241 家(占 68.47%)，其中 179 家係於 96 年以後實施多層次傳銷；其次為訂貨傳銷商人數規模為 1 千至未及 5 千人之事業計 74 家(占 21.02%)；另訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業計 8 家，8 家營業額均逾 10 億元以上，其中 80 年以前加入之事業有 1 家，另 91 年至 95 年及 81 年至 90 年則分別有 2 家及 5 家，依上述資料，傳銷事業至少須有 7 年以上的發展，方可達成一定之營業規模。(表 13、統計表 8，頁 32)

表 13 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	未及1千人	1千至未及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	352	241	74	14	15	8
未及1百萬元	65	65	-	-	-	-
1百萬元至未及1千萬元	97	95	2	-	-	-
1千萬元至未及1億元	120	74	43	1	2	-
1億元至未及5億元	46	7	29	9	1	-
5億元至未及10億元	12	-	-	3	9	-
10億元以上	12	-	-	1	3	8

2. 訂貨傳銷商比率結構分布

102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與各事業傳銷商之比率）結構分布，其中以傳銷商訂貨比率60%以上之事業為最多，計有239家（占67.90%），而這239家中，96年至100年開始實施多層次傳銷者有84家，101年以後實施多層次傳銷者80家，其次為訂貨比率未及15%之事業計43家（占12.22%），訂貨比率40%至59%之事業居第三位計34家（占9.66%）；又訂貨比率25%至60%以上者共有289家，其中96年至100年開始實施多層次傳銷者有97家，101年以後實施多層次傳銷者96家，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，但其傳銷商實際參與營運卻相對積極踴躍得多。另以多層次傳銷營業額來觀察，營業額達10億元以上之12家事業，其訂貨比率全數達60%以上；而訂貨比率未及15%之43家事業中，營業額未及1百萬元者最多有18家，足見多層次傳銷營業額大小亦與傳銷商訂貨比率相關。（表14、統計表9，頁3）

表14 訂貨傳銷商比率結構分布

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	352	43	20	16	34	239	
未及1百萬元	65	18	4	3	6	34	
1百萬元至未及1千萬元	97	13	10	5	5	64	
1千萬元至未及1億元	120	7	5	5	9	94	
1億元至未及5億元	46	5	-	3	11	27	
5億元至未及10億元	12	-	1	-	3	8	
10億元以上	12	-	-	-	-	12	

3. 傳銷商領取獎金或佣金之人數規模及分布情形

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。102年多層次傳銷事業發放佣(獎)金之金額為248.53億元；102年曾領取獎金或佣金之傳銷商計68.5萬人，占傳銷商人數比率32.33%，平均金額為36,260元，較101年之平均金額32,433元高3,827元。另外，102年女性領取佣(獎)金者之金額為146.77億元；102年女性曾領取獎金或佣金之傳銷商計405,056人，平均金額為36,234元。（圖3、4、統計表30，頁70）

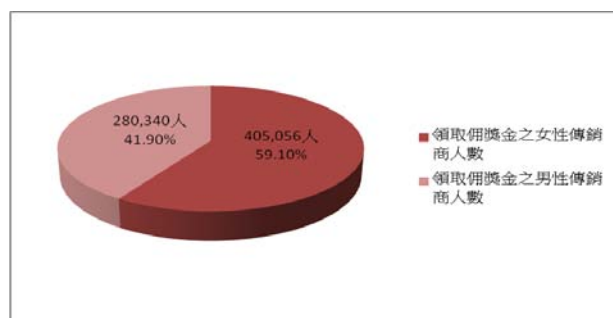


圖3 男女性傳銷商領取佣獎金人數比率

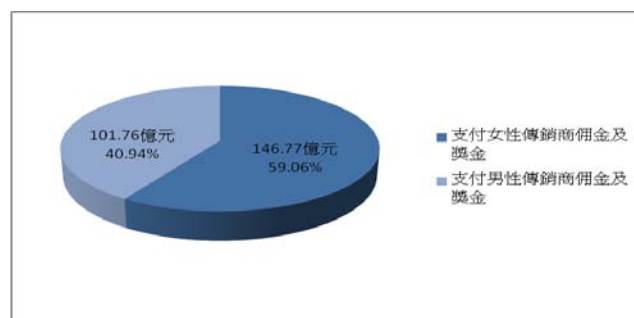


圖4 男女性傳銷商領取佣獎金金額比率

觀察 102 年領取獎金傳銷商之人數規模，以領獎金人數未及 1 千人之事業最多，計 272 家(占 77.27%)，其中 201 家係於 96 年以後實施多層次傳銷(統計表 10，頁 34)，其次為領獎金人數 1 千人至未及 5 千人之事業 54 家(占 15.34%)，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 15、16)

表 15 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

單位：
家 (元/人)

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 萬人至 未及 3 萬人	3 萬人 以上
總計	352 (36,260)	272 (35,137)	54 (30,282)	16 (54,337)	7 (46,580)	3 (27,960)
未及 1 百萬元	65 (4,980)	65 (4,980)	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	97 (9,422)	97 (9,422)	-	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	120 (23,069)	99 (30,592)	21 (14,478)	-	-	-
1 億元至未及 5 億元	46 (37,918)	11 (172,463)	32 (35,719)	3 (20,565)	-	-
5 億元至未及 10 億元	12 (47,430)	-	1 (51,576)	9 (43,122)	2 (19,799)	-
10 億元以上	12 (38,873)	-	-	4 (106,553)	5 (53,668)	3 (27,960)

102 年多層次傳銷各事業之傳銷商領取平均(佣)獎金之分布，以平均 1 萬元至未及 5 萬元之事業計 176 家(占 50.00%)為最多；其次為未及 1 萬元之事業計 123 家(占 34.94%)；5 萬元至未及 10 萬元之事業計有 36 家(占 10.23%)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 1 家及 4 家(各占 0.28%及 1.14%)。(表 16、統計表 12，頁 36)

表 16 各事業領取佣(獎)金傳銷商平均領取金額家數分布情形

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
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
102 年	685	36,260	100.00	34.94	50.00	10.23	3.41	0.28	1.14

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 103 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 103 年多層次傳銷營業額增減之看法，認為較 102 年增加之事業最多，計 172 家（占 48.86%），其次為持平計 127 家（占 36.08%），認為將減少之事業計 53 家（占 15.06%）；預期 103 年營業額增加或持平之事業合計占 84.94%，足見絕大多數傳銷事業對 103 年營運狀況抱持著樂觀的預期。

（表 17、統計表 26，頁 64）

表 17 預期來年營業額變動概況

單位：%

資料年別	總計	預期增加	預期減少	預期持平
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
102 年	100.00	48.86	15.06	36.08

(二) 預期 103 年傳銷組織規模擴增

觀察事業對 103 年多層次傳銷組織之看法，其中以認為較 102 年擴增為最多，計 172 家（占 48.86%），其次認為差不多計 128 家（占 36.36%），認為縮減者占 14.77%。由於多層次傳銷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。（表 18、統計表 27，頁 65）

表 18 預期來年傳銷組織變動概況

單位：%

資料年別	總計	預期增加	預期減少	預期持平
99 年	100.00	55.59	17.82	26.59
100 年	100.00	51.50	13.47	35.03
101 年	100.00	55.10	13.77	31.13
102 年	100.00	48.86	14.77	36.36

(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 184 家（占 52.27%）居首，其次為同類產品競爭加劇有 157 家（44.60%），再次之憂心傳銷商數減少有 149 家（占 42.33%）及非法多層次傳銷業之破壞 132 家（37.50%），而感受到市場漸趨飽和計 116 家（32.95%），對未來營運充滿信心，認為不會有問題計 49 家（占 13.92%）（表 19）。其中，憂心非法多層次傳銷業破壞之家數比率從 101 年 46.56% 下降至 37.50%，此或可顯示，傳銷事業對於自 103 年 1 月 29 日起施行之多層次傳銷管理法，是否能有效規整產業競爭秩序，係採較正面的看法；另外，在 103 年營業據點拓展，有 277 家（78.69%）暫無拓展營業據點計畫，而有

75 家 (21.31%) 有拓展營業據點計畫，顯見傳銷事業在營業據點拓展上因考量所面臨經營問題而更加審慎。(統計表 28，頁 66、67)

表 19 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
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
102 年	32.95	42.33	44.60	25.00	37.50	52.27	13.92	5.68

五、總結

綜上，截至 102 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 490 家 (包含於 102 年向本會報備停止實施多層次傳銷)，實際回報事業有 398 家(81.22%)，其中扣除 28 家報備事業 102 年未實施多層次傳銷、18 家已停 (歇) 業之事業，102 年回報事業仍有實際從事多層次傳銷計 352 家，調查結果總結如下：

- (一) 傳銷市場事業進出變動頻繁：352 家多層次傳銷事業以其實施多層次傳銷時間觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 118 家 (占 33.52%) 居首，其次為 96 年至 100 年實施傳銷之事業計 114 家 (占 32.39%)，民國 95 年以前實施之多層次傳銷事業共計 120 家 (占 34.09%)，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；而比較 101 年之 96 年至 100 年實施多層次傳銷之事業家數，102 年較 101 年銳減 37 家，以該期間計減少 24.50%，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。
- (二) 事業所在地區分布以北部最多：352 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 217 家 (占 61.65%) 為最多，中部地區 86 家 (占 24.43%) 居次，南部地區 49 家 (13.92%)，東部地區 0 家。按主要營業據點觀之，亦以北部地區 217 家 (占 61.65%) 為最多，中部地區 86 家 (占 24.43%) 居次，南部地區 49 家 (13.92%)，東部地區 0 家，顯見多層次傳銷的特質，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 352 家多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括主要營業所、其他營業所)計 937 處，其中以北部地區 438 處(占 46.74%)為最多，其次為南部地區 248 處 (26.47%)，中部地區 229 處 (24.44%) 居第三，而東部及金馬地區僅 22 處居末 (2.35%)。

(三) 傳銷商人數及傳銷商人數規模：

1. 傳銷商人數：102 年底傳銷商人數計 211.9 萬人次，較 101 年底 308.9 萬人，減少 97 萬人。剔除重複計算人數，估算出 102 年底傳銷商人數為 200.5 萬人，較 101 年底 276.3 萬人，減少 75.8 萬人。
2. 102 年新加入之傳銷商：共計 79.96 萬人，占總傳銷商人數之 37.73%，較 101 年之新加入傳銷商 84.9 萬人，減少 4.94 萬人，比率下降 5.82 個百分點。
3. 女性傳銷商為傳銷市場主力：102 年底女性傳銷商計 142.58 萬人，占傳銷商比率 67.39%，較 101 年之 70.20%，則些微下降 2.81 個百分點。
4. 限制行為能力傳銷商：有招募限制行為能力傳銷商之傳銷事業計 148 家，占傳銷商事業比率 42.05%，傳銷商人數總計 17,526 人，其平均營業收入 25274.20 元，而其主要銷售商品為營養保健食品。

(四) 加入傳銷率：102 年底加入傳銷率 8.58%，即平均每萬人中有 858 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：

102 年 352 家多層次傳銷事業之營業總額 716.70 億元，較 101 年 658.16 億元，增加 58.54 億元（成長 8.89%），平均每家營業額 2 億 0,361 萬元，較 101 年 1 億 8,131 萬元，增加 2.23 千萬元（增 12.30%）。其中營業額 10 億元以上之事業有 12 家（101 年為 12 家），其營業總額達 476.06 億元，占全體年營業總額 66.42%，平均每家營業額 39 億 6,715 萬元，較 101 年 35 億 1,274 萬元增加 4 億 5,441 萬元（增 12.94%）；而營業額 1 億至未及 10 億元之事業，其事業家數為 58 家（101 年為 58 家），營業額為 191.99 億元，占全體年營業額 26.79%，較 101 年 185.54 億元增加 6.45 億元。

(六) 銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：102 年銷售額以營養保健食品為最大，計 410.33 億元(占 57.25%)，其次為美容保養品 101.94 億元(占 14.22%)，第三位為清潔商品 50.39 億元(占 7.03%)，第四則為其他用品 46.56 億元(占 6.50%)；以國產品及進口品銷售額觀察，以國產及進口品皆有銷售計 408.16 億元(占 56.95%)為主，國產品 174.88 億元(占 24.40%)其次，進口品 133.65 億元(占 18.65%)最後。

(七) 進貨（製造）成本及佣（獎）金支出概況：

1. 進貨（製造）成本：102 年多層次傳銷事業進貨（製造）成本計 211.67 億元，占營業總額 716.70 億元之 29.53%，較 101 年 26.91%，增加 2.62 個百分點。
2. 佣（獎）金支出：102 年多層次傳銷事業佣（獎）金支出 248.53 億元，占營業總額 34.68%，較 101 年 37.36%，下降 2.68 個百分點。

(八) 訂貨傳銷商人數及比率：102 年曾訂貨傳銷商計 144.9 萬人，占傳銷商總數（即訂貨傳銷商比率）68.38 %。

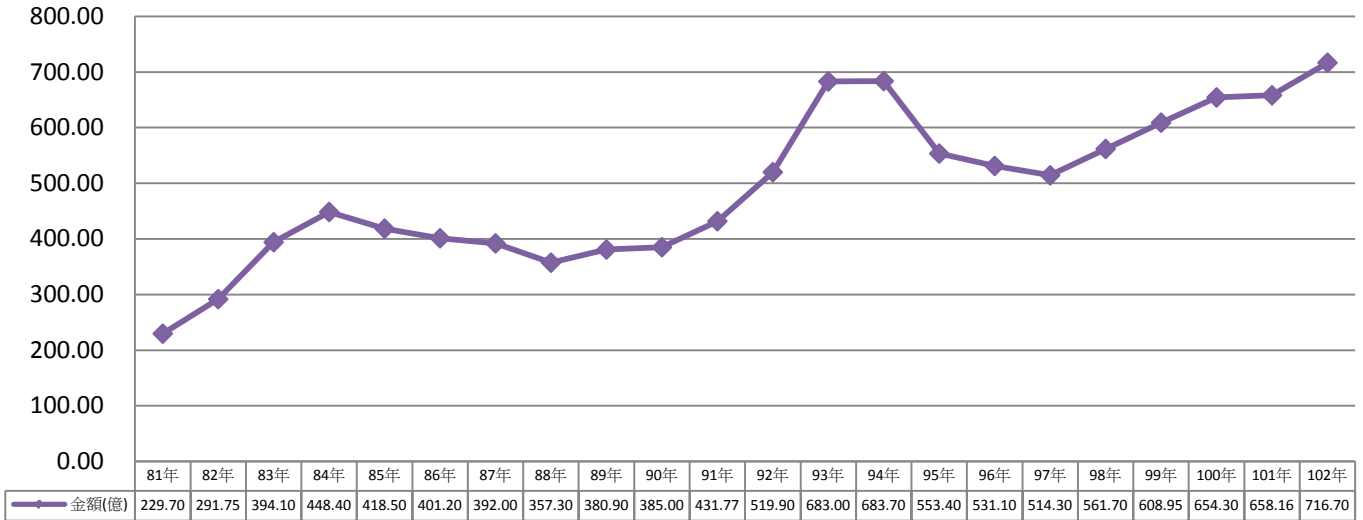
(九) 領取佣（獎）金人數：102 年多層次傳銷事業領取佣（獎）金之金額為 248.53 億元；102 年曾領取獎金或佣金之傳銷商計 68.5 萬人，占傳銷商人數比率 32.33%，平均金額為 36,260 元，較 101 年之平均額高 3,827 元。另外，102 年女性領取佣（獎）金者之金額為 146.77 億元；102 年女性曾領取獎金或佣金之傳銷商計 405,056 人，平均金額為 36,234 元。

(十) 對未來營運之看法：

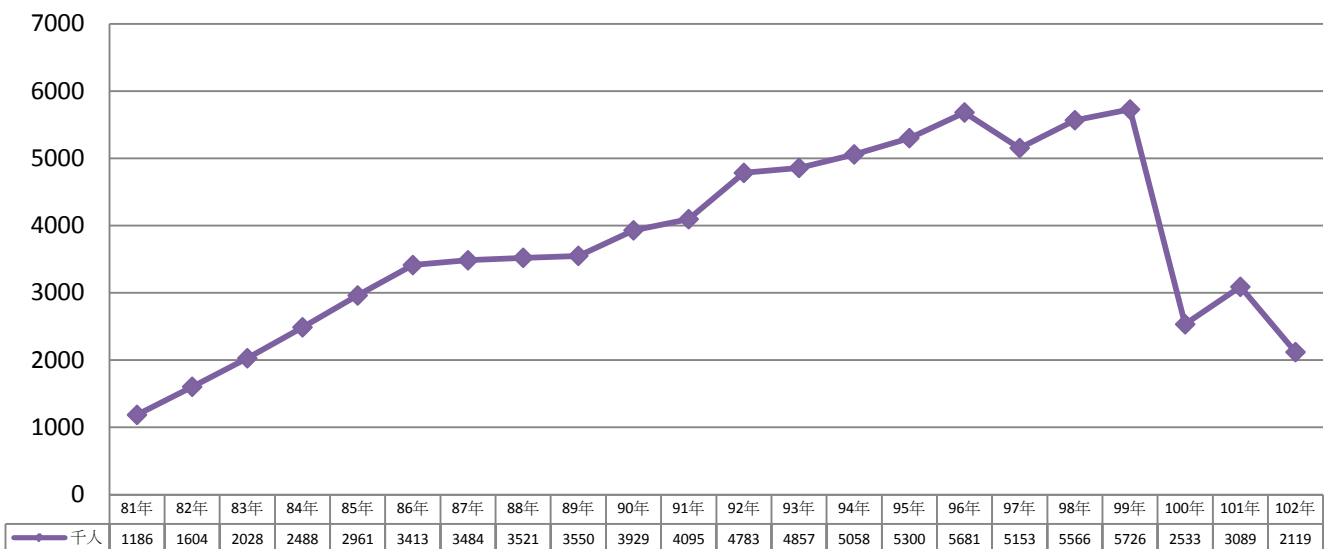
- 1.預期 103 年營業額持續成長者居多：認為 103 年營業額較 102 年增加之事業 172 家占 48.86%，認為將減少者占 15.06%，認為差不多者計 127 家（占 36.08%），足見傳銷事業對未來營運，看好者居多。
- 2.未來經營可能面臨之問題：擔憂市場不景氣占 52.27%居首，同類產品競爭加劇占 44.60%區次，憂心傳銷商數減少占 42.33%居第三，再次者為非法多層次傳銷業之破壞（37.50%）。比較 101 年之多層次傳銷事業對未來營運看法，憂心非法多層次傳銷業破壞之家數比率從 101 年 46.56%下降至 37.50%，此或可顯示，傳銷事業對於自 103 年 1 月 29 日起施行之多層次傳銷管理法，是否能有效規整產業競爭秩序，係採較正面的看法。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

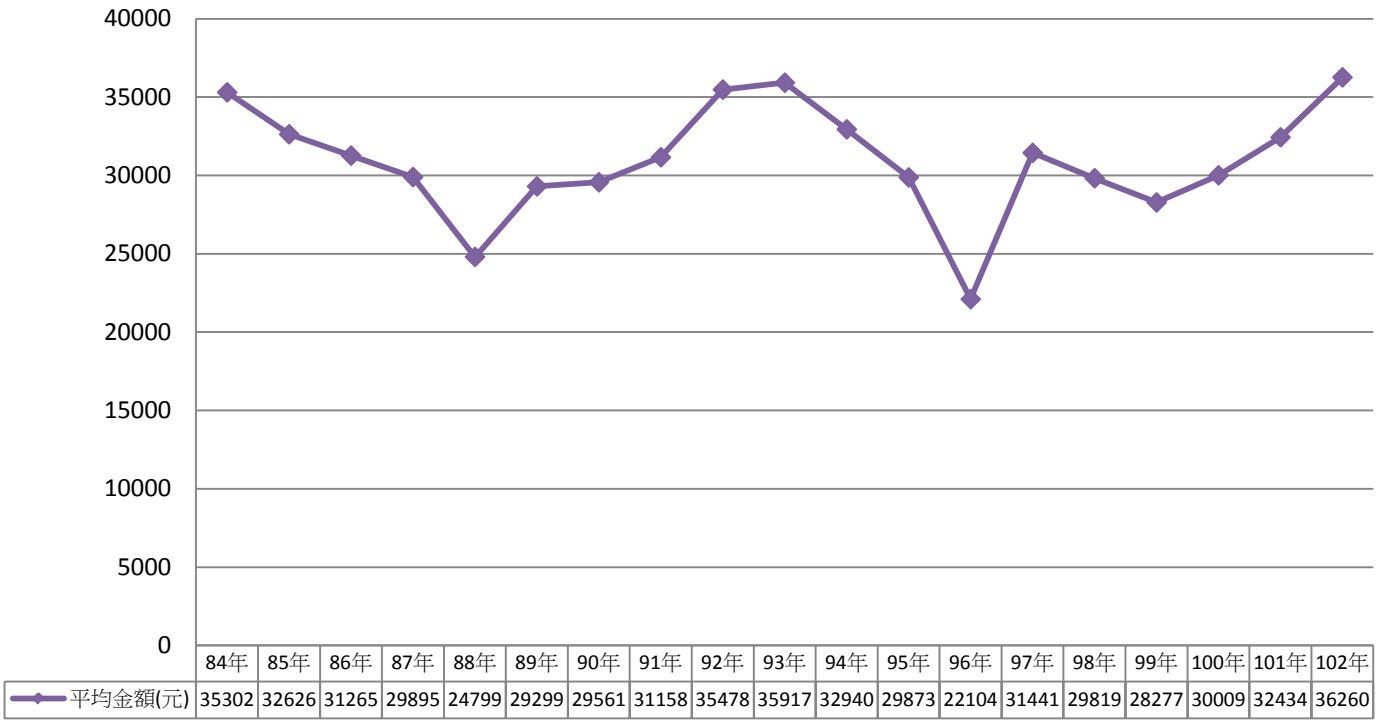
趨勢圖 1 歷年營業總額



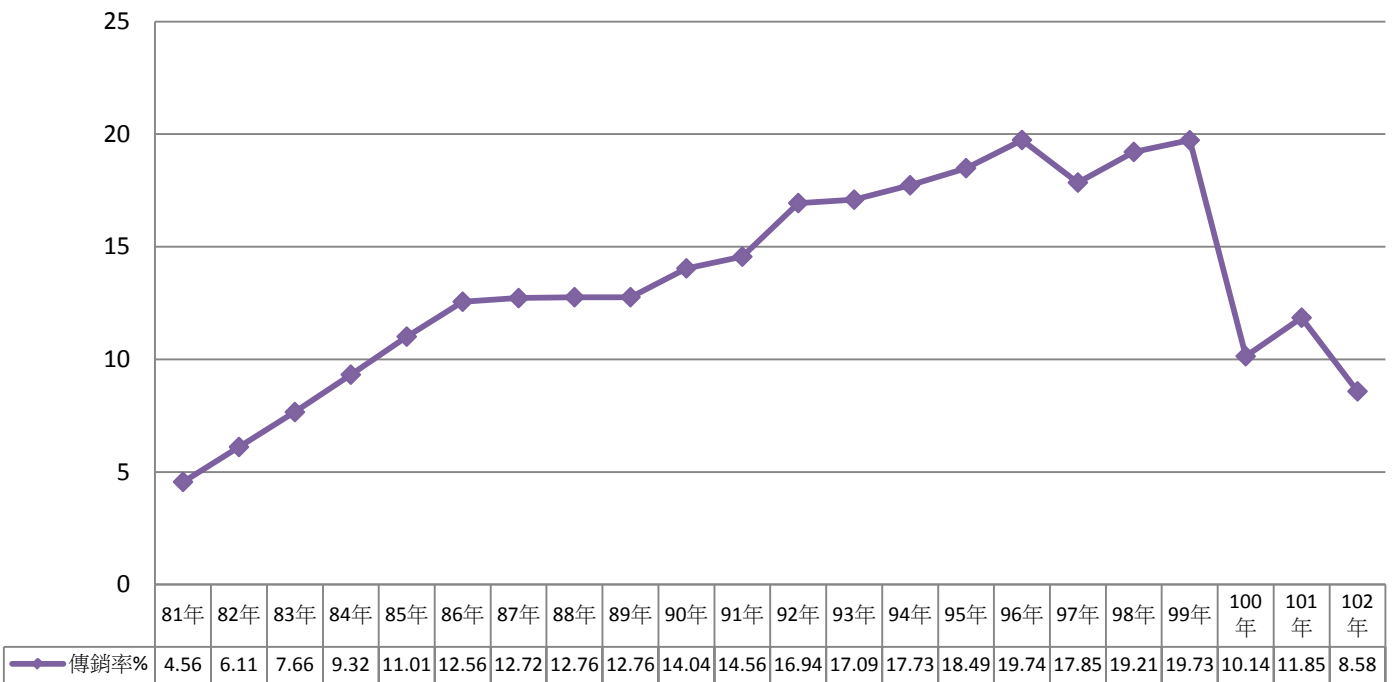
趨勢圖 2 歷年傳銷商人數



趨勢圖 3 歷年領取佣(獎)金者之平均佣獎金額¹

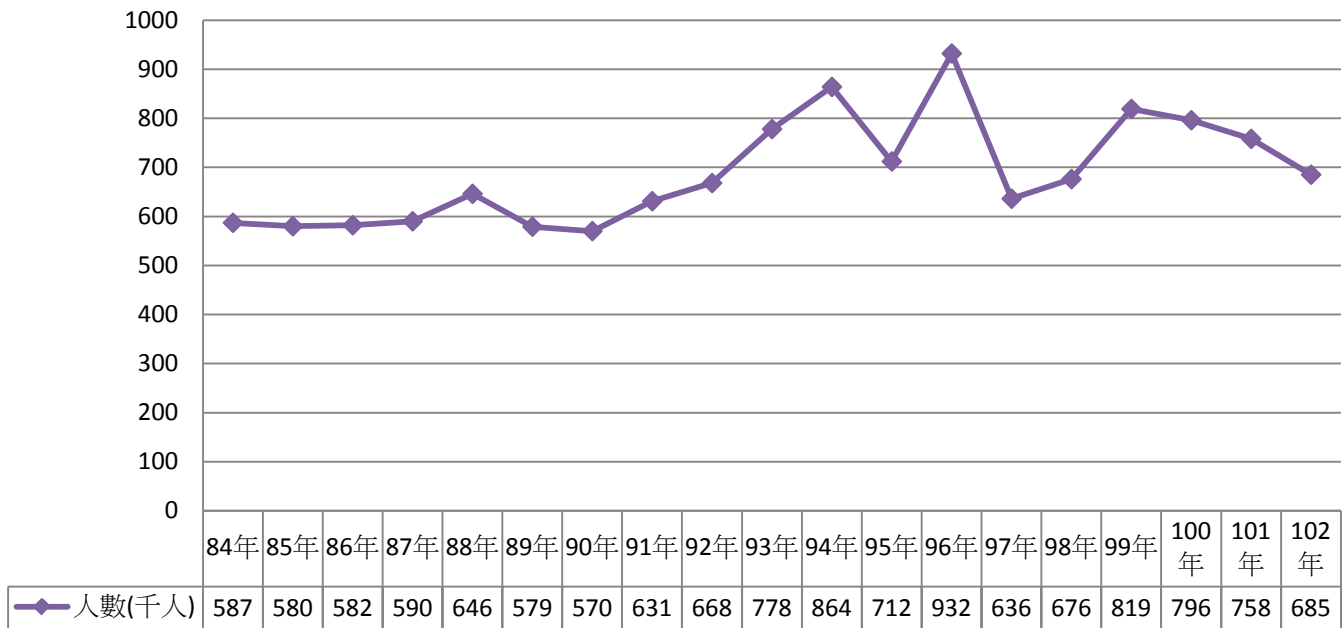


趨勢圖 4 歷年加入傳銷比率

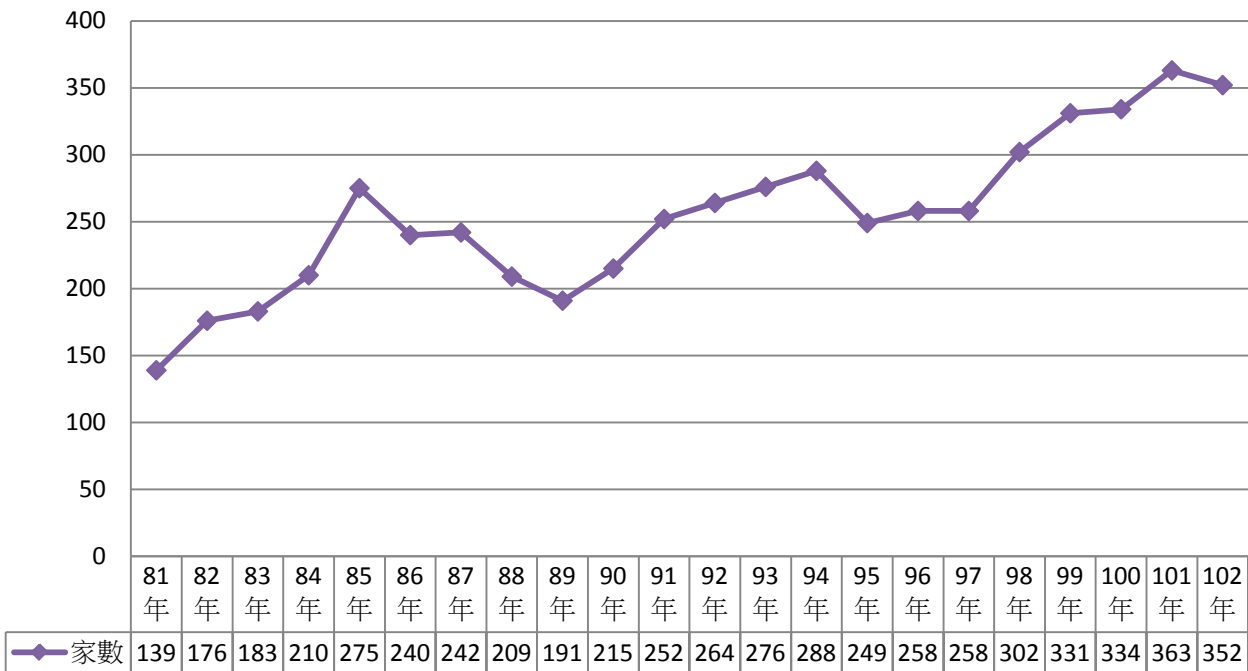


1 81年至83年無數據資料

趨勢圖 5 歷年領取佣(獎)金者之傳銷商人數²



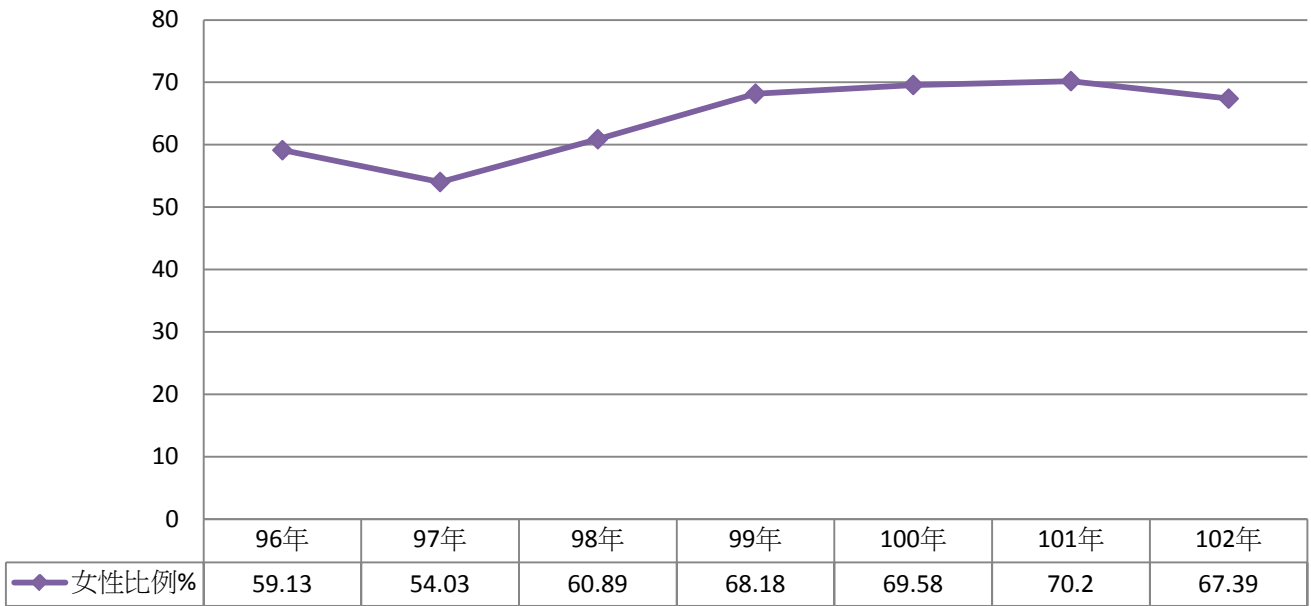
趨勢圖 6 歷年實施家數³



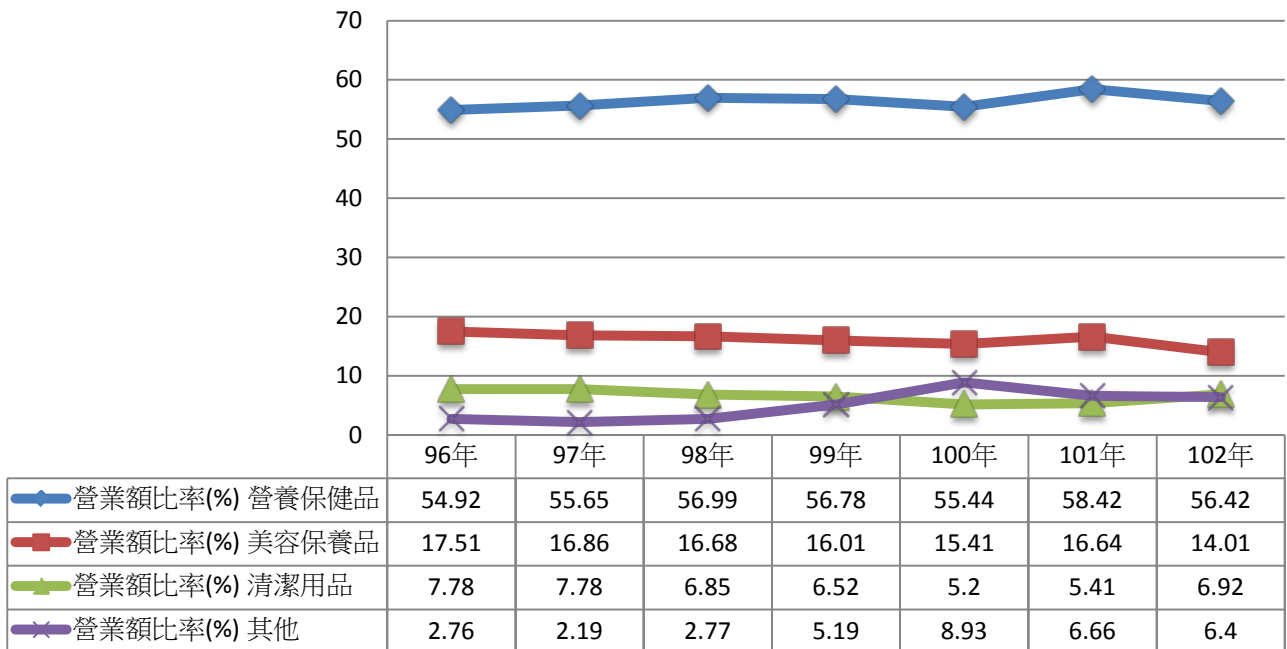
2 81年至83年無領取佣(獎)金者之傳銷商資料

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 96-102 年女性傳銷商參與情形⁴



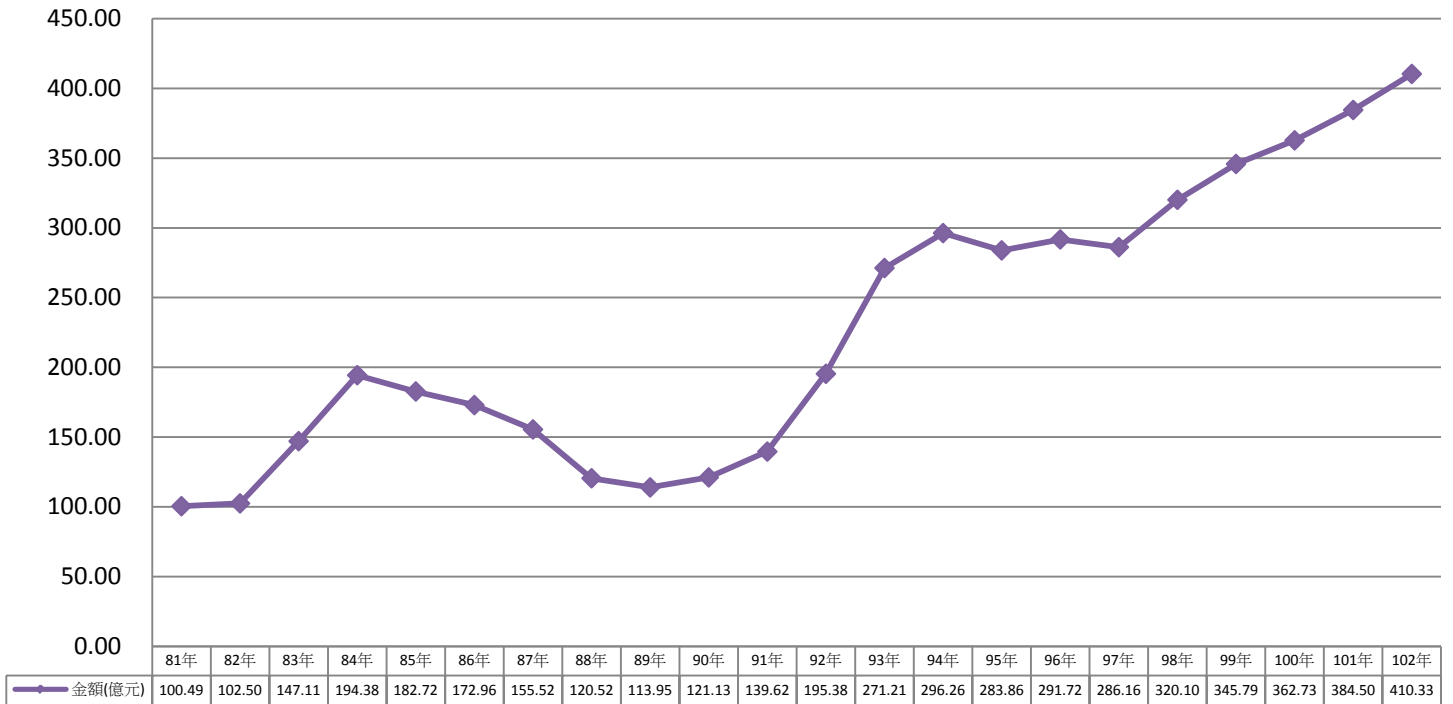
趨勢圖 8 96-102 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率⁵



4 女性傳銷商比率係 96 年起列為調查內容

5 因受篇幅限制，僅列出 96-102(7)年之前 4 名銷售商品占整體營業額比率，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

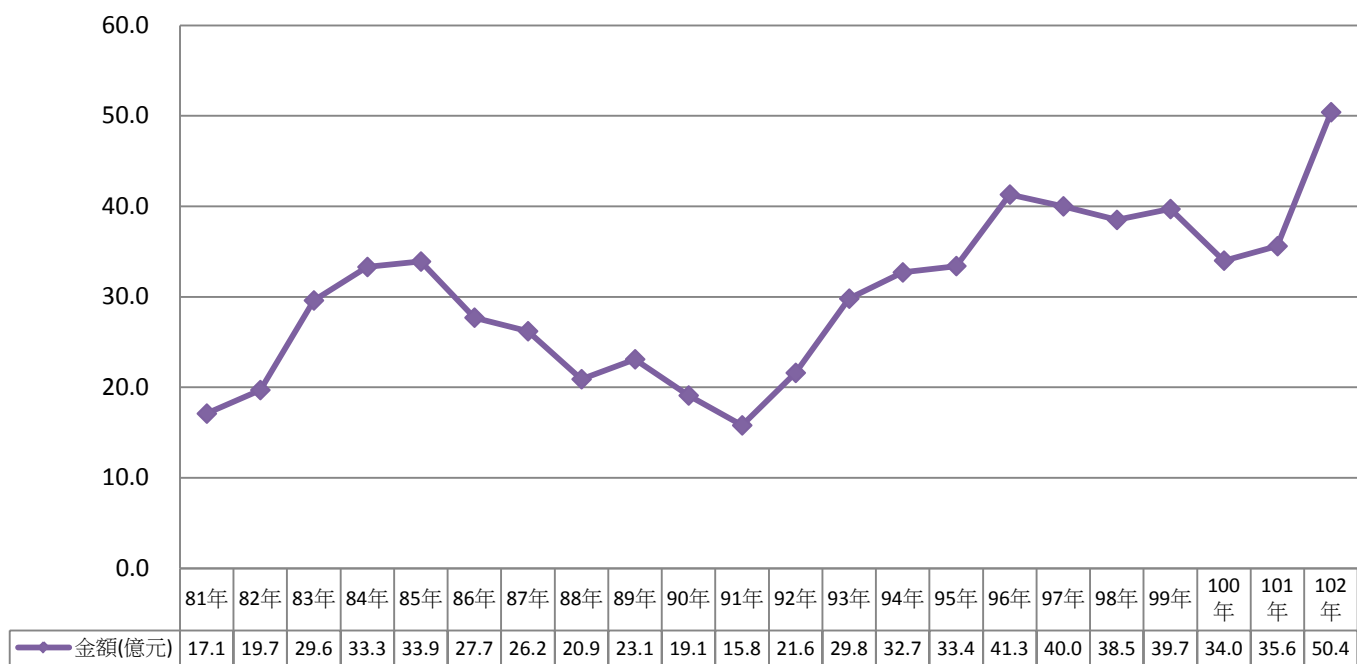
趨勢圖 9 營養保健食品歷年業總額



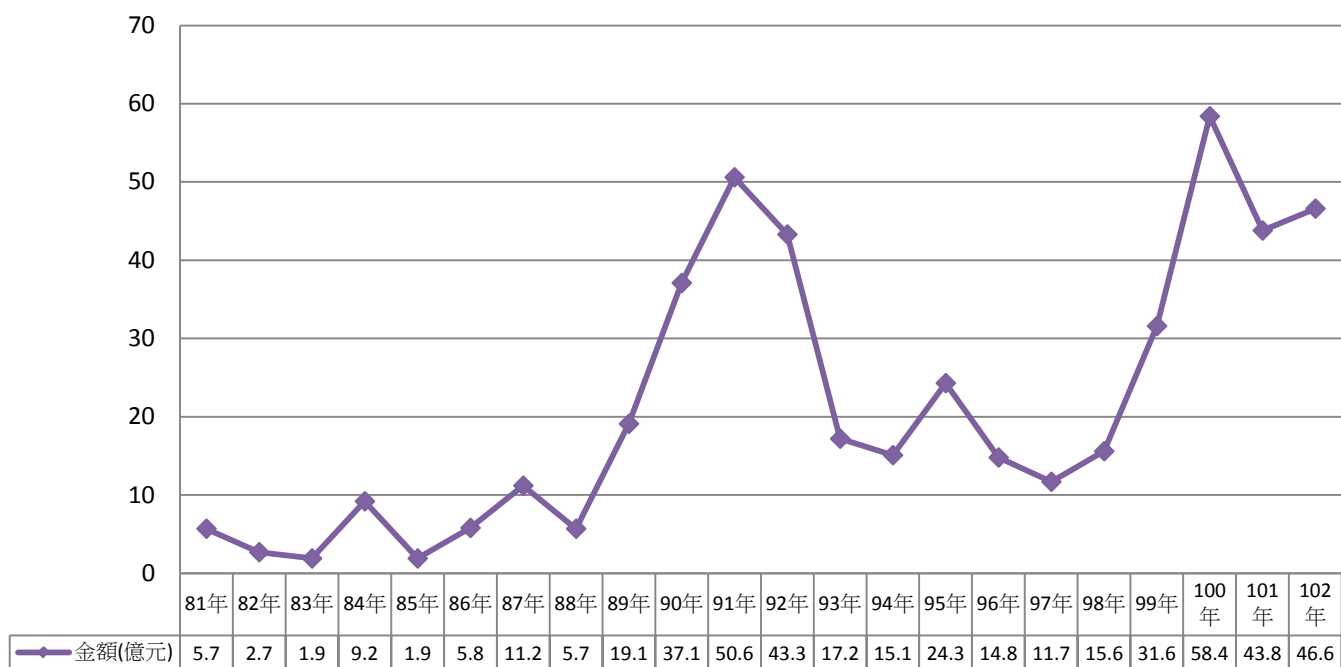
趨勢圖 10 美容保養品歷年業總額



趨勢圖 11 清潔用品歷年業總額



趨勢圖 12 其他商品6歷年業總額



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