

中華民國 108 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 109 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.....	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	9
(三)銷售商品或服務類別.....	12
(四)傳銷事業進貨（製造）成本及佣（獎）金所占比率.....	14
(五)傳銷商訂貨及領取佣（獎）金之規模與比率	15
(六)傳銷商退出之原因及人數.....	19
四、對未來經營概況之看法	20
五、總結.....	22
參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖	26
肆、統計表.....	33
伍、附錄.....	89
一、「108 年多層次傳銷事業經營發展狀況調查」實施計畫	89
二、多層次傳銷事業經營發展狀況調查問卷	90
三、多層次傳銷管理法	97
四、多層次傳銷事業報備及變更報備準則	101

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」，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 108 年度多層次傳銷事業之營運全貌，故將 108 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

108 年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括 108 年間已報備停止者）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）事業經營概況：
 - 1、傳銷商人數：有效維持傳銷商資格人數、實際參與傳銷活動人數、限制行為能力人之人數、新加入人數、新加入為限制行為能力人之人數、各年齡層傳銷商人數、訂貨人數、領取佣（獎）金人數、消費型傳銷商人數及退出之人數。
 - 2、傳銷制度：採行多層次傳銷之層級數、加入條件。
 - 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、以多層次傳銷方式銷售商品或服務之類別、營業額、來源與使用網路訂購、經營網路商城之型態及情形。
 - 6、事業藉由網路媒介推廣多層次傳銷之情形。
- （三）對目前及未來經營之看法及管理上建議。

五、調查時期

- （一）調查資料標準時期：動態資料以 108 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 108 年底數字為準。
- （二）調查實施期間：109 年 2 月 27 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 108 年底，向本會報備並於 108 年實施之多層次傳銷事業¹（包含於 108 年間向本會報備停止實施多層次傳銷）計 479 家，較 107 年之受調查家數 457 家，增加 22 家。

本次調查 108 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含於 108 年向本會報備停止實施者）計 479 家，實際回報事業有 385 家（80.38%²），該等回報事業於 108 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 334 家，較 107 年之 346 家，減少 12 家，另有 26 家報備事業尚未實施多層次傳銷、餘 25 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（108）年間仍有從事多層次傳銷行為之 334 家事業為範圍。

二、基本資料分析

（一）實施多層次傳銷時間

108 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 334 家多層次傳銷事業報備實施時間觀察，106 年至 108 年實施多層次傳銷之事業計 132 家（占 39.52%）居首，其次為 91 年至 100 年實施多層次傳銷之事業計 78 家（占 23.35%），而 101 年至 105 年實施多層次傳銷之事業計 72 家（占 21.56%），90 年以前實施多層次傳銷之事業為 52 家（占 15.57%）（表 1）。復自 105 年至 108 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，108 年較 107 年減少 12 家；101 年至 105 年間實施傳銷之事業家數於 108 年較 107 年時減少 15 家；106 年後新加入多層次傳銷產業之家數事業占整體比率不低。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。

1 本調查不包含已於 108 年底報備，惟預計 109 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 100 年	民國 101 年至 105 年	民國 106 年以後
105	338	10	45	111	172	-
106	339	10	45	96	120	68
107	346	10	44	90	87	115
108	334	10	42	78	72	132

(二) 事業國籍分布

依 108 年調查結果（表 2）顯示，334 家多層次傳銷事業中，我國公司有 272 家（占 81.44%），外國公司計有 62 家（占 18.56%）。相較 107 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提高。

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%）
105 年	338	288（85.21%）	50（14.79%）
106 年	339	288（84.96%）	51（15.04%）
107 年	346	288（83.24%）	58（16.76%）
108 年	334	272（81.44%）	62（18.56%）

(三) 事業所在地區分布與營業據點

108 年受查之 334 家多層次傳銷事業，其登記所在地區以北部地區 217 家（占 64.97%）為主，中部地區 68 家（占 20.36%）居次，南部地區 49 家（14.67%），東部地區 0 家（0%）（表 3）。相較於 107 年之 346 家受查事業，分布於北部地區及中部地區之家數均略增 1 家，而分布於南部地區之家數則減少 14 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 821 處，其中以北部地區 398 處（占 48.48%）為最多，南部地區 218 處（占 26.55%）居次，中部地區、東部（含金馬）地區則各有 188 處（22.90%）、17 處（占 2.07%）（統計表 2，頁 34），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 107 年多層次傳銷事業之營業據點總數 831 處，108 年總營業據點數計減少 10 處。

表 3 公司登記地址所在地區分布

年別	單位：家				
	總計	北部地區	中部地區	南部地區	東部地區
105 年	338	213	68	57	-
106 年	339	212	65	61	1
107 年	346	216	67	63	-
108 年	334	217	68	49	-

三、經營概況

(一) 傳銷商人數³及傳銷商概況

依據 334 家多層次傳銷事業資料顯示，108 年底傳銷商人數計 369.46 萬人，較 107 年底 308.38 萬人，增加 61.08 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⁴後，108 年底傳銷商人數為 367.71 萬人。依內政部統計資料，我國 108 年底人口數約為 2,360.31 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 15.58%，即平均每萬人中有 1,558 人加入多層次傳銷，較 107 年底之 12.92%，增加 2.66 個百分點(統計表 30，頁 84)。

1、新加入傳銷商人數規模

108 年新加入之傳銷商人數計 102.56 萬人，占傳銷商總數(369.46 萬人)之 27.76%(統計表 30，頁 84)，較 107 年新加入傳銷商人數(96.22 萬人)增加 6.34 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及 500 人之事業為大宗，計 220 家(占 65.87%)，次為傳銷商 1,000 人以上至未及 1 萬人之事業計有 64 家(占 19.16%)。至於新加入傳銷商人數規模達 5 萬人以上之事業，則有 3 家，與 107 年相較，減少 1 家，而該 3 家事業之經營方式均係全部採行多層次傳銷，且其 108 年營業額均逾新臺幣(下同)10 億元，其中有 2 家事業實施多層次傳銷達 15 年以上(表 4、統計表 7，頁 40)。

另觀察 108 年度新加入傳銷商之性別組成(圖 1)，女性有 72.12 萬人(占新加入傳銷商 70.32%)，男性計 30.44 萬人(占新加入傳銷商 29.68%)，可知新加入傳銷市場之經營者係女性為主，且人數將近為男性傳銷商之 2 倍。

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 剔除重複傳銷商人數係本會依據 108 年 334 家受查事業填報之重複參加人數計算而得。

表 4 新加入傳銷商人數分布規模（按多層次傳銷營業額分）

單位：家(人)

多層次傳銷營業額別	總計	未及 5 百人	5 百至 未及 1 千人	1 千至 未及 1 萬人	1 萬至 未及 5 萬人	5 萬人 以上
總計	334	220	32	64	15	3
	1,025,604	25,727	23,545	211,916	309,199	455,217
未及 1 百萬元	58	58	0	0	0	0
	2,167	2,167	0	0	0	0
1 百萬元至未及 1 千萬元	83	82	1	0	0	0
	7,671	7,071	600	0	0	0
1 千萬元至未及 1 億元	110	72	20	18	0	0
	62,566	14,403	14,808	33,355	0	0
1 億元至未及 5 億元	50	8	11	28	3	0
	156,838	2,086	8,137	88,289	58,326	0
5 億元至未及 10 億元	13	0	0	12	1	0
	66,143	0	0	54,229	11,914	0
10 億元以上	20	0	0	6	11	3
	730,219	0	0	36,043	238,959	455,217

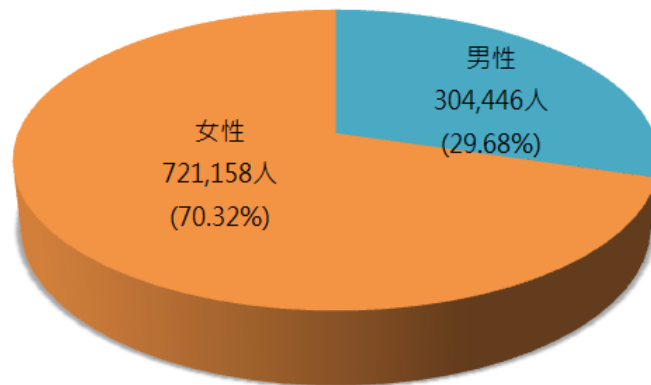


圖 1 新加入傳銷商之性別分析

2、傳銷事業之傳銷商人數規模

108 年底傳銷商總人數 369.46 萬人，平均每家傳銷事業之傳銷商人數約 11,062 人（統計表 30，頁 84）。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 181 家（占 54.19%）；次為傳銷商人數 1 千人以上至未達 1 萬人之事業，計 103 家（占 30.84%）；傳銷商人數 1 萬人以上未達 5 萬人之事業有 39 家（占 11.68%），而 5 萬人以上未達 10 萬人、10 萬人以上之事業則分別有 5 家（占 1.50%）、6 家（占 1.80%）。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及 1 百萬元之事業有 58 家，其傳銷商人數未達 1 千人有 57 家，1 千人以上未達 1 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

銷商人數未達 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 5 家，10 萬人以上之事業則有 4 家。

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	334 (3,694,594)	181 (44,970)	103 (320,296)	39 (1,058,661)	5 (415,822)	6 (1,854,845)
未及 1 百萬元	58 (8,684)	57 (3,981)	1 (4,703)	- -	- -	- -
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (163,478)	72 (13,308)	9 (17,236)	1 (29,588)	- -	1 (103,346)
1 千萬元至未及 1 億元	110 (304,256)	49 (25,552)	56 (144,722)	5 (133,982)	- -	- -
1 億元至未及 5 億元	50 (494,671)	3 (2,129)	32 (121,157)	15 (371,385)	- -	- -
5 億元至未及 10 億元	13 (374,078)	-	4 (22,757)	8 (200,179)	- -	1 (151,142)
10 億元以上	20 (2,349,427)	-	1 (9,721)	10 (323,527)	5 (415,822)	4 (1,600,357)

另篩選 106 年至 107 年、107 年至 108 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 107 年及 108 年傳銷商人數之變化。自後附統計表 31-3 至表 31-4(頁 87、88)觀察，有關傳銷商人數增減變化部分，107 年傳銷商人數增加之事業家數計有 131 家，占樣本數 270 家之 48.52%；然至 108 年，傳銷商人數增加之事業家數則為 147 家，占樣本數 268 家之 54.85%。整體而言 108 年度總傳銷商人數較 107 年提升，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為提升。

3、女性傳銷商及各年齡層傳銷商參與情形

據 108 年度調查數據顯示，女性傳銷商有 262.76 萬人，占傳銷商總人數（369.46 萬人）比重為 71.12%（統計表 5，頁 37），較 107 年度增加 1.13 個百分點（趨勢圖 7，頁 29）。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 37），有 212 家（63.47%）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 61 家（18.26%），25%至 49%之事業有 24 家（7.19%），逾 90%之事業為 23 家（6.89%），未及 25%之事業則有 14 家（4.19%）。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。

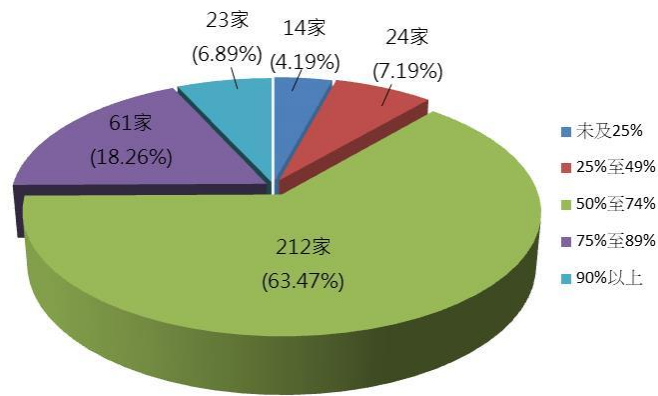


圖 2 傳銷事業女性傳銷商參與情形

另觀察各年齡層女性傳銷商人數分布情形(表 6)，多數為 50 歲至 59 歲，計 63.02 萬人，依序為 40 歲至 49 歲，計 53.94 萬人，60 歲至 69 歲，計 46.55 萬人，30 歲至 39 歲，計 35.52 萬人，而 70 歲以上、20 歲至 29 歲、7 歲至 19 歲，各計 21.30 萬人、14.77 萬人及 0.68 萬人；而男性傳銷商年齡層分布情形則較為平均，多數落在 50 歲至 59 歲、30 歲至 39 歲及 40 歲至 49 歲，各計 18.65 萬人、18.40 萬人及 17.38 萬人，次為 60 歲至 69 歲，計 15.17 萬人，而 20 歲至 29 歲、70 歲以上及 7 歲至 19 歲，各計 11.55 萬人、9.63 萬人及 0.41 萬人。

表 6 各年齡層傳銷商人數及性別組成⁵

年齡分布	男性傳銷商 人數及百分比 單位：人(%)	女性傳銷商 人數及百分比 單位：人(%)	總傳銷商 人數及百分比 單位：人(%)
7 歲至 19 歲	4,083 (0.45%)	6,843 (0.29%)	10,926 (0.33%)
20 歲至 29 歲	115,489 (12.66%)	147,748 (6.27%)	263,237 (8.05%)
30 歲至 39 歲	184,021 (20.18%)	355,193 (15.06%)	539,214 (16.49%)
40 歲至 49 歲	173,831 (19.06%)	539,385 (22.88%)	713,216 (21.81%)
50 歲至 59 歲	186,496 (20.45%)	630,199 (26.73%)	816,695 (24.98%)
60 歲至 69 歲	151,690 (16.63%)	465,517 (19.74%)	617,207 (18.88%)
70 歲以上	96,335 (10.56%)	212,991 (9.03%)	309,326 (9.46%)
總計	911,945	2,357,876	3,269,821

⁵ 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 108 年當年度有填報問卷各年齡層男、女性傳銷商人數之 211 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

據表 7 資料顯示，108 年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 156 家，占事業家數比率達 46.71%，其人數合計為 1.30 萬人，平均訂貨金額為 24,748.06 元，總訂貨金額約 3.22 億元，主要銷售商品為營養食品類。對照 107 年度調查資料，其平均訂貨金額較 107 年之 25,537.13 元，減少 789.07 元，而總訂貨金額較 107 年之 2.87 億元，則增加 0.35 億元。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 115 家，惟其總人數僅占限制行為能力傳銷商總數之 7.53%，而該區間之平均訂貨金額（33,640.12 元）高於整體水準（24,748.06 元）；51 至 300 人、301 人以上各有 31 家、10 家，其中，限制行為能力傳銷商人數達 301 人以上之區間人數為 7,490 人，占限制行為能力傳銷商總數 57.56%，亦為總訂貨金額占限制行為能力人訂貨總額最高者（46.23%）。

表 7 傳銷商為限制行為能力之人數、平均營業收入及營業收入

人數分布	限制行為能力之家（人）數	限制行為能力人平均訂貨金額（元/人）	限制行為能力人全年訂貨金額（元）
總計	156(13,012)	24,748.06	322,021,782
1~50	115(980)	33,640.12	32,967,321
51~300	31(4,542)	30,863.94	140,184,019
301 以上	10(7,490)	19,875.89	148,870,442

5、傳銷商退出傳銷事業之人數分布情形⁶

根據表 8 資料，108 年度退出傳銷事業經營之傳銷商人數有 42.05 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 258 家，占總事業家數 77.25%，其退出人數占總退出人數 0.69%；次為退出人數 100 人以上未達 500 人之事業有 35 家，占總事業家數 10.48%，其退出人數占總退出人數 1.89%；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 10 家、20 家、11 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，在退出人數未及 100 人之區間，事業之營業額多集中於 1 億元內，合計有 224 家，占總事業家數 67.07%，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 91 家，占總事業家數 27.25%。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 1,000 萬元未達 5 億元，有 22 家（占總事業家數 6.59%）；退出人數 3,000 人以上之事業，其營業額逾 5 億元以上 9 家（占總事業家數 2.69%、總退出人數 83.83%），其中營業額逾 10 億元之事業計 7 家。

⁶ 本調查報告有關傳銷商退出傳銷事業人數之統計，係以 108 年當年度有填報問卷之 334 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 107 年傳銷商總人數，加總 108 年新加入傳銷商人數，再扣除 108 年傳銷商總人數之方式，計算 108 年傳銷商退出傳銷事業人數。

表 8 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	334 (420,452)	258 (2,917)	35 (7,944)	10 (7,589)	20 (34,306)	11 (367,696)
未及 1 百萬元	58 (516)	57 (145)	1 (371)	- -	- -	- -
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (3,221)	76 (623)	5 (1,177)	2 (1,421)	- -	- -
1 千萬元至未及 1 億元	110 (9,723)	91 (1,198)	15 (3,454)	3 (2,275)	1 (2,796)	- -
1 億元至未及 5 億元	50 (43,365)	23 (533)	7 (1,149)	4 (3,253)	14 (23,206)	2 (15,224)
5 億元至未及 10 億元	13 (23,064)	6 (234)	3 (876)	- -	2 (3,289)	2 (18,665)
10 億元以上	20 (340,563)	5 (184)	4 (917)	1 (640)	3 (5,015)	7 (333,807)

(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

據統計表 30 (頁 84) 顯示，受查之 334 家多層次傳銷事業 108 年營業總額約為 935.41 億元 (經以 108 年消費者物價指數年增率累計平均值 0.56% 調整後，所得金額則為 930.20 億元)，較 107 年調查之營業總額 (830.27 億元) 增加 105.14 億元，成長 12.66%。又自統計表 20 (頁 55) 可知，事業營業額平均值為 2 億 8,006 萬元，較 107 年之 2 億 3,996 萬元，增加約 4,010 萬元。復分析 81 年至 108 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、700 億元及 800 億元 (趨勢圖 1，頁 26)，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。

另就表 9 觀察營業額規模家數分布情形，營業額介於 1,000 萬元至 1 億元之事業家數最多，有 110 家 (占事業總家數 32.93%)，營業額合計約為 42.74 億元，占整體營業額 4.57%；次為營業額介於 100 萬元至 1,000 萬元之 83 家事業 (占事業總家數 24.85%)，營業額約為 3.68 億元，占整體營業額 0.39%；而未達 100 萬元之事業有 58 家、營業額 1 億元以上未達 5 億元有 50 家，其營業總額各占整體營業額 0.02%、12.35%。營業額達 10 億元以上之事業共有 20 家，占總事業家數 5.99%，營業額合計達 677.71 億元，占多層次傳銷業整體營業額 72.45%，其平均營業額為 33.89 億元，較 107 年之 28.91 億元，增加 4.98 億元。

另篩選 106 年至 107 年、107 年至 108 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 107 年及 108 年營業額之變化。自後附統計表 31-1 至表 31-2（頁 85、86）觀察，有關營業額變化部分，可知 107 年營業額增加之事業有 94 家，占樣本數 265 家之 35.47%；108 年營業額增加之事業為 116 家，占樣本數 266 家之 43.61%。整體而言 108 年度總營業額較 107 年提升，且透過個別傳銷事業營業額變化之分析，營業額增加之事業比例亦上升。

表 9 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 家(人)	百分比	營業額 (百萬元)	占營業總額比率 (%)
		(%)		
總計	334 (3,694,594)	100.00	93,541.60	100.00
未及 1 百萬元	58 (8,684)	17.37	16.88	0.02
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (163,478)	24.85	367.70	0.39
1 千萬元至未及 1 億元	110 (304,256)	32.93	4,273.80	4.57
1 億元至未及 5 億元	50 (494,671)	14.97	11,553.46	12.35
5 億元至未及 10 億元	13 (374,078)	3.89	9,558.46	10.22
10 億元以上	20 (2,349,427)	5.99	67,771.30	72.45

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。

按多層次傳銷事業向本會報備資料及本次調查結果，334 家事業中針對新加入傳銷商設有條件限制者有 319 家（占 95.51%）。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 202 家（占總家數 60.48%）、需繳納保證金或入會費有 174 家（占總家數 52.10%）、購買資料袋或訂閱刊物有 56 家（占總家數 16.77%）、須達一定營業標準計 19 家（占總家數 5.69%）；而參加講習會或類似活動則有 19 家（占總家數 5.69%）。

表 10 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	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	參加講習會或類似活動		
總計	15	319	174	202	56	19	19		121
未及 1 百萬元	5	53	26	39	4	4	2		21
1 百萬元至未及 1 千萬元	4	79	48	60	8	6	4		30
1 千萬元至未及 1 億元	5	105	59	67	20	3	7		38
1 億元至未及 5 億元	1	49	24	23	12	4	3		20
5 億元至未及 10 億元	-	13	9	4	4	2	2		3
10 億元以上	-	20	8	9	8	-	1		9

(2) 傳銷事業採用網路行銷情形

108 年採行網路行銷方式之多層次傳銷事業計有 198 家，占整體事業家數 59.28%，較 107 年之使用比率（53.47%）略上升 5.81 個百分點；使用網路（線上）訂購機制者有 191 家（占總家數 57.19%），而設立網路商城供傳銷商購買商品之事業有 154 家（占總家數 46.11%），二者皆有使用之事業計有 147 家（占總家數 44.01%），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 148 家事業（占總家數 44.31%）係自行設立，與他人合作設立有 2 家（占總家數 0.60%），二者均有者則有 4 家（占總家數 1.20%）。

表 11 108 年多層次傳銷事業使用網路行銷概況

行銷方式	事業家數	占總家數比率(%)
總計	198	59.28
網路購物	191	57.19
網路商城	154	46.11
自行設立	148	44.31
與他人合作設立	2	0.60
自行、與他人合作設立均有	4	1.20
網路購物及網路商城皆有	147	44.01

進一步分析透過網路商城行銷之 154 家事業於網路商城銷售金額，其中，銷售金額未達 10 萬元有 38 家（占設立網路商城總家數 24.68%），銷售金額 10 萬元以上未達 100 萬元有 32 家（占設立網路商城總家數

20.78%)，銷售金額 100 萬元以上未達 1,000 萬元有 20 家（占設立網路商城總家數 12.99%），銷售金額 1,000 萬元以上未達 5,000 萬元有 32 家（占設立網路商城總家數 20.78%），銷售金額 5,000 萬元以上未達 1 億元有 4 家（占設立網路商城總家數 2.60%），銷售金額 1 億元以上有 22 家（占設立網路商城總家數 14.29%）。另此 154 家於網路商城銷售商品之銷售金額占其多層次傳銷營業額比例之平均值為 36.39%。

（3）傳銷事業透過網路媒介推廣多層次傳銷之情形（複選題）

調查結果顯示，多層次傳銷事業透過網路媒介推廣傳銷業務者 194 家（占總家數 58.08%），其中以透過事業網站方式行銷居首（177 家，占總家數 52.99%），次為透過臉書粉絲團（69 家，占總家數 20.66%），事業 LINE 帳號（25 家，占總家數 7.49%），事業 YouTube 頻道（19 家，占總家數 5.69%），行動應用程式（APP）、其他居末（各為 2 家、3 家，各占總家數 0.60%、0.90%）。

表 12 108 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	194	58.08
事業網站	177	52.99
臉書粉絲團	69	20.66
事業 LINE 帳號	25	7.49
事業 YouTube 頻道	19	5.69
行動應用程式(APP)	2	0.60
其他	3	0.90

（4）傳銷事業運用「直播」進行多層次傳銷之推廣情形（複選題）

調查結果顯示，多層次傳銷事業運用「直播」進行多層次傳銷之推廣有 41 家（占總家數 12.28%），推廣內容以傳銷商教育訓練課程（27 家，占總家數 8.08%）居首，次為公開說明會（OPP）（16 家，占總家數 4.79%），年會、表揚大會或新品發表會（14 家，占總家數 4.19%），其他（5 家，占總家數 1.50%）。

表 13 108 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	41	12.28
公開說明會（OPP）	16	4.79
傳銷商教育訓練課程	27	8.08
年會、表揚大會或新品發表會	14	4.19
其他	5	1.50

（三）銷售商品或服務類別

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 14，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 302 家（占總家數 90.42%），且營業額 608.73 億元居所有商品類別之冠，占營業總額之 65.08%；次為美容保養品類，銷售該類商品之事業計有 190 家（占總家數 56.89%），營業額為 148.03 億元，占營業總額之 15.83%，而銷售清潔用品類之事業有 111 家（占總家數 33.23%），營業額為 38.01 億元，占營業總額之 4.06%；銷售其他類商品之事業有 93 家（占總家數 27.84%），營業額為 47.48 億元，占營業總額 5.08%，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 80.91%。另經比對 107 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，營養食品類⁷及美容保養品類，108 年度營業額均較 107 年度增加，營養食品類增加約 84.10 億元（增加比率約 16.03%）、美容保養品類增加約 17.79 億元（增加比率約 13.66%）。

表 14 108 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	334	100.00	93,541.60	100.00
1.營養食品類	302	90.42	60,872.77	65.08
2.美容保養品類	190	56.89	14,802.84	15.83
3.清潔用品類	111	33.23	3,800.67	4.06
4.健康器材類	31	9.28	1,046.52	1.12
5.淨、濾飲水器材類	44	13.17	2,455.57	2.63
6.衣著與飾品類	41	12.28	2,180.41	2.33
7.寢具類	19	5.69	1,719.22	1.84
8.圖書文具及錄影音帶類	34	10.18	264.28	0.28
9.廚具、餐具類	17	5.09	100.23	0.11
10.資訊商品類	12	3.59	90.49	0.10
11.服務類商品類	18	5.39	769.62	0.82
12.骨灰罐與生前契約類	2	0.60	690.97	0.74
13.其他類	93	27.84	4,748.03	5.08
1.國產品	171	51.20	20,431.69	21.84
2.進口品	62	18.56	13,249.92	14.16
3.國產品及進口品皆有銷售	92	27.54	59,859.98	63.99

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 334 家。

*僅銷售國產品事業有 171 家，僅銷售進口品事業有 62 家，二者皆有銷售者 92 家，三者加總家數為 325 家，小於總家數 334 家，係因尚有 9 家事業於 108 年度尚未銷售商品，營業額為 0。

*營養食品類如食品、特殊營養食品及健康食品，而其他類商品如精油、開運商品等。

7 本調查為配合 108 年銷售商品或服務類別修正，此所稱營養食品類 107 年係指營養食品及代餐食品，108 年係指食品、特殊營養食品及健康食品，以求資料之一致性。

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為多，銷售家數為 171 家（占總家數 51.20%），營業額 204.32 億元（占營業總額 21.84%）；次為同時銷售國產品及進口品之事業家數計 92 家（占總家數 27.54%），營業額 598.60 億元（占營業總額 63.99%）；銷售進口品之事業家數計 62 家（占總家數 18.56%），營業額 132.50 億元（占營業總額 14.16%）（表 14）。

（四）傳銷事業之進貨（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 54），108 年 334 家傳銷事業之進貨或製造成本為 269.63 億元，占營業總額（935.41 億元）比率為 28.82%；由表 15 可知，108 年進貨（製造）成本之平均占比較 107 年減少 1.5 個百分點。再檢視表 15 及後附統計表 21（頁 56）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 86 家（占總家數 25.75%）；次為介於 30%至 40%之事業 64 家（占總家數 19.16%）、介於 10%至 20%之事業有 61 家（占總家數 18.26%）。

表 15 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%
105 年	27.99	100.00	9.76 (62,106)	21.01 (3,853,418)	33.43 (7,866,786)	20.71 (3,191,811)	5.32 (5,946,418)	2.37 (127,138)	3.85 (3,488,348)	3.55 (129,220)
106 年	28.58	100.00	12.39 (276,406)	20.35 (4,840,159)	31.27 (5,211,384)	15.93 (4,987,195)	6.78 (5,239,573)	4.42 (1,654,357)	3.54 (2,508,394)	5.31 (610,462)
107 年	30.32	100.00	17.63 (229,039)	20.23 (3,648,344)	26.59 (6,318,802)	16.76 (2,119,626)	6.94 (7,909,946)	1.73 (43,167)	4.91 (835,178)	5.20 (4,067,990)
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)

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，108 年度多層次傳銷事業之佣（獎）金支出總計約 391.83 億元（統計表 19，頁 54），占整體營業總額（935.41 億元）之 41.89%，較 107 年之佣（獎）金支付比率 46.83%，減少 4.94 個百分點。另觀察表 16 及後附統計表 22（頁 58）中各事業佣（獎）金支付比率之分布情形，105 年至 108 年間逾 5 成事業之支付比率介於 20%以上未逾 50%，108 年度以各該事業佣（獎）金支出占營業總額比率為 40%以上未逾 50%之事業最多計 68 家（占 20.36%），其次為 30%以上未逾 40%之事業有 62 家（占 18.56%），第三為 20%以上未逾 30%之事業計 61 家（占 18.26%）。

表 16 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%
105 年	38.87	100.00	9.76 (3,827)	8.88 (399,010)	17.75 (2,067,725)	25.74 (12,065,920)	21.89 (15,132,889)	11.24 (3,722,771)	2.37 (588,350)	2.37 (270,251)
106 年	40.79	100.00	9.73 (73,553)	9.44 (389,949)	15.63 (762,224)	22.12 (12,292,402)	20.65 (16,700,568)	14.45 (3,903,424)	4.42 (660,384)	3.54 (1,361,147)
107 年	46.83	100.00	10.98 (67,873)	10.69 (402,177)	16.76 (1,637,940)	19.36 (7,344,409)	21.68 (7,982,367)	10.40 (14,836,247)	6.36 (644,603)	3.76 (5,965,432)
108 年	41.89	100.00	10.78 (131,294)	11.98 (1,202,798)	18.26 (1,901,457)	18.56 (9,361,879)	20.36 (10,179,664)	10.78 (14,075,326)	3.89 (676,488)	5.39 (1,653,718)

(五) 傳銷事業之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 84)可知，108 年度曾訂貨之傳銷商人數為 242.4 萬人，占傳銷商總數比率為 65.62%，然訂貨人數比率較 107 年度（69.25%）減少 3.63 個百分點。

其次，據表 17 及後附統計表 8(頁 41)所示各傳銷事業 108 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 217 家（占總家數 64.97%）最多，且逾 9 成 8 之事業營業額未及 1 億元；其次為訂貨傳銷商人數規模介於 1,000 人以上至未及 5,000 人之事業，計 67 家（占總家數 20.06%），其營業額均未達 10 億元；訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業有 14 家（占總家數 4.19%），其營業額僅 1 家未達 5 億元，其餘 13 家均達 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 50 家事業，其中有 48 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 17 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	334	217	67	14	22	14
未及 1 百萬元	58	58	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	83	82	1	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	110	73	35	2	-	-
1 億元至未及 5 億元	50	4	30	7	8	1
5 億元至未及 10 億元	13	-	1	4	8	-
10 億元以上	20	-	-	1	6	13

另分析整體訂貨傳銷商之性別組成，女性為 175.56 萬人，男性為 66.87 萬人，女性傳銷商訂貨人數占總訂貨傳銷商人數 72.42%（圖 3）。倘自訂貨總額觀之，女性訂貨金額約 643.98 億元，男性則約 289.3 億元，女性傳銷商訂貨金額占總訂貨金額約近 7 成。

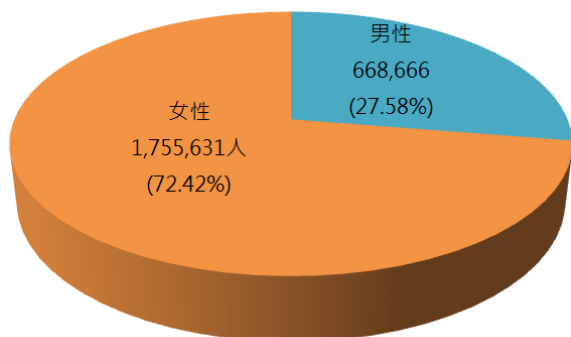


圖 3 訂貨傳銷商之性別組成

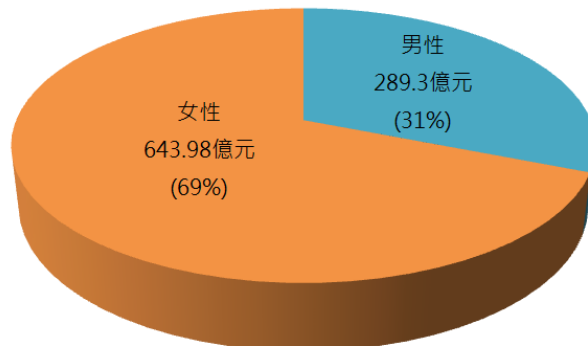


圖 4 訂貨傳銷商性別與訂貨總額

2、傳銷事業之訂貨傳銷商比率結構分布

表 18 及後附統計表 9(頁 42)為 108 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 217 家(占總家數 64.97%)，其中，有 125 家事業係 101 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 52 家；次為傳銷商訂貨比率未及 15%之事業計 41 家(占總家數 12.28%)，再為訂貨比率介於 40%以上未達 60%之事業有 29 家(占總家數 8.68%)。另比對統計表 19(頁 54)資料，101 年後實施多層次傳銷事業之營業總額(260.75 億元)占有傳銷事業營業總額(935.41 億元)比重為 27.88%，易言之，101 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 2 成 8，然訂貨率達 60%以上已有 125 家(占有訂貨率達 60%以上家數 57.60%)，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，此觀統計表 6(頁 39)亦可得知。另計算 108 年各事業新加入傳銷商購貨金額占年度銷售額比率之平均值為 32.71%，傳銷事業或可藉由擴張新加入傳銷商訂貨之途徑提高營業額。

表 18 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				
		未及 15%	15%至 24%	25%至 39%	40%至 59%	60%以上
總計	334	41	22	25	29	217
未及 1 百萬元	58	22	2	3	2	29
1 百萬元至未及 1 千萬元	83	6	3	8	5	61
1 千萬元至未及 1 億元	110	11	7	9	15	68
1 億元至未及 5 億元	50	2	6	2	5	35
5 億元至未及 10 億元	13	-	2	2	2	7
10 億元以上	20	-	2	1	-	17

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。依據後附統計表 19（頁 54）及統計表 30（頁 84），108 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣（獎）金約為 391.83 億元，而同年曾領取佣（獎）金之傳銷商約 94.9 萬人，占傳銷商人數比率為 25.69%，平均每人全年領取金額為 41,276 元，較 107 年度之 46,427 元減少 5,151 元。另計算 108 年度新加入傳銷商領取之佣（獎）金占事業該年度發放獎金比率之平均值為 19.58%，較 107 年之 22.95%，下降 3.37 個百分點。

此外，108 年女性傳銷商領取佣（獎）金之人數、金額，分別為 68.63 萬人（占總領取人數 72.30%）、256.28 億元（占總發放金額 65.41%），平均金額約 37,342 元；男性傳銷商領取佣（獎）金人數為 26.30 萬人，領取金額為 135.55 億元，平均領取金額為 51,542 元（圖 5、圖 6）。另各傳銷事業領取佣（獎）金前 10 名男女之比例，女性人數占整體前 10 名總人數比率 67.19%，其中女性人數占多數之事業有 238 家（占總家數百分比 71.26%），而領取佣（獎）金最高者為女性之事業有 153 家（占總家數百分比 45.81%），男女相同之事業有 72 家（占總家數百分比 21.56%）。

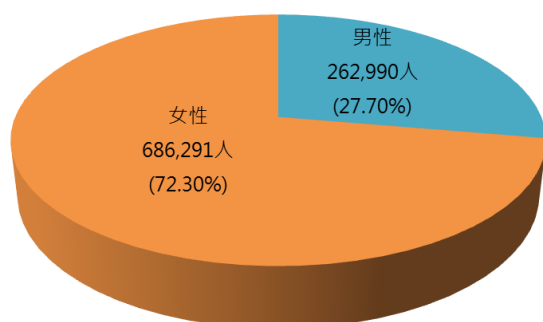


圖 5 男、女性傳銷商領取佣（獎）金人數比率

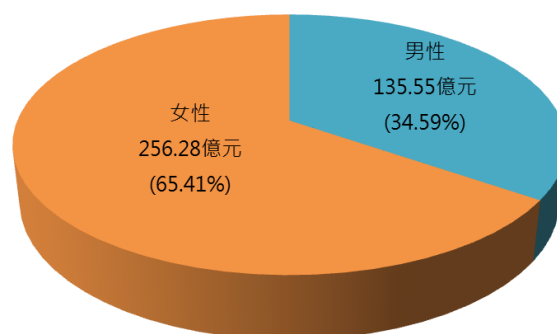


圖 6 男、女性傳銷商領取佣（獎）金金額比率

再者，觀察表 19 及後附統計表 10（頁 43）中各傳銷事業曾領取佣（獎）金傳銷商人數規模之家數分布，108 年仍以領取人數未及 1,000 人之事業家數最多（242 家，占總家數 72.46%），其中 101 年後實施多層次傳銷之事業計 166 家，公司國籍登記我國者有 210 家；次為領取人數介於 1,000 人以上至未及 5,000 人之事業計有 53 家；領取人數為 3 萬人以上之事業有 4 家，皆僅從事多層次傳銷業務，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，惟按領取人數規模及營業額劃分不同區間如表 19，可發現各區間事業群之傳銷商可領取之佣（獎）金平均數額最高為 228,797 元，最低為 4,784 元，其間之差異可達 47.83 倍。

表 19 傳銷事業領取佣（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）

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	334 (41,276)	242 (44,801)	53 (38,652)	21 (51,485)	14 (58,948)	4 (26,792)
未及 1 百萬元	58 (4,784)	58 (4,784)	- -	- -	- -	- -
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (10,890)	81 (11,506)	2 (8,359)	- -	- -	- -
1 千萬元至未及 1 億元	110 (25,281)	89 (34,517)	21 (17,833)	- -	- -	- -
1 億元至未及 5 億元	50 (26,721)	14 (126,105)	25 (37,010)	8 (13,487)	3 (10,688)	- -
5 億元至未及 10 億元	13 (45,054)	- -	4 (72,626)	6 (50,052)	3 (33,180)	- -
10 億元以上	20 (47,691)	- -	1 (228,797)	7 (88,376)	8 (86,721)	4 (26,792)

另表 20 彙整 105 年至 108 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 45），可知 108 年仍以平均金額為 1 萬元以上未及 5 萬元之事業家數最多，有 158 家（占總家數 47.31%）；次為平均金額未達 1 萬元，計 100 家事業（占總家數 29.94%），而平均金額 5 萬元以上未達 10 萬元之事業有 52 家（占總家數 15.57%）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 15 家、6 家及 3 家，占總家數之 4.49%、1.80% 及 0.90%。

表 20 各事業領取佣（獎）金傳銷商平均領取金額分布情形

單位：%

年別	領取人數 (千人)	平均佣 (獎)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
105 年	817	41,908	100.00	28.99	49.11	13.91	5.62	1.48	0.89
106 年	794	45,466	100.00	22.71	52.21	15.04	7.08	1.18	1.47
107 年	837	46,427	100.00	28.32	51.45	13.87	4.05	1.16	1.16
108 年	949	41,276	100.00	29.94	47.31	15.57	4.49	1.80	0.90

（六）傳銷商退出之原因及人數

108 年底傳銷商總數為 369.46 萬人，其間退出之傳銷商約有 42.05 萬人，其中男性約有 13.47 萬人（占總退出人數 32.03%），女性約 28.58 萬人（占總退出人數 67.97%）。就傳銷商退出之原因而言，以契約期滿不續約為首，有 34.24 萬人（占總退出人數 81.44%）；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 6.68 萬人（占總退出人數 15.88%），而自訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約者有 0.7 萬人（占總退出人數 1.67%）。倘自男性、女性傳銷商分別觀察，退出原因之排序皆為契約期滿不續約而退出、訂約日起算第 31 日以後自動終止契約、訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約及因傳銷商違約而事業要求退出。

表 21 108 年傳銷商退出之原因、人數及性別組成

退出原因	單位：人		
	男性	女性	總人數
契約期滿不續約而退出	105,927	236,500	342,427
訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約	2,523	4,496	7,019
訂約日起算第 31 日以後自願終止契約	24,757	42,030	66,787
因傳銷商違約而事業要求退出	1,456	2,763	4,219
總計	134,663	285,789	420,452

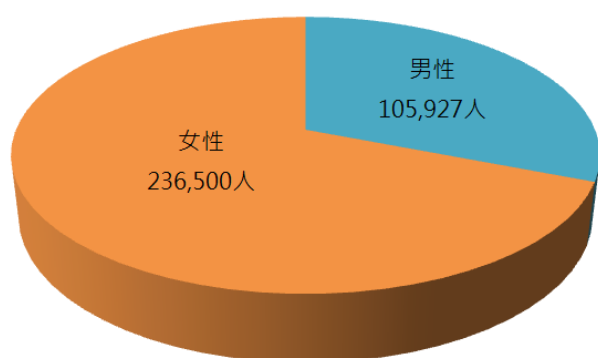


圖 7 男、女性傳銷商因契約期滿不續約而退出人數

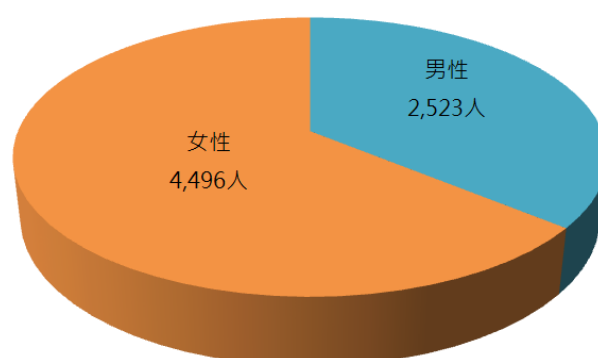


圖 8 男、女性傳銷商於訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約人數

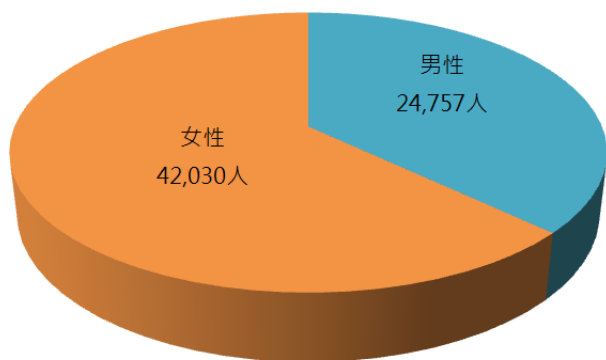


圖 9 男、女性傳銷商於訂約日起算 31 日後自願
終止契約人數

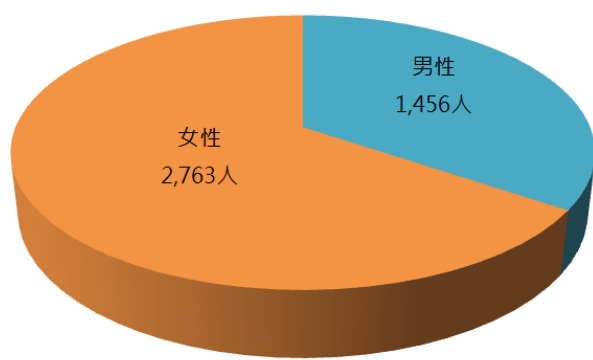


圖 10 男、女性傳銷商因違約而事業要求退出人數

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 109 年營業額持續成長或持平者居多

經彙整事業對 109 年多層次傳銷營業額變動之看法，有 127 家事業（占總家數 38.02%）預期營業額將較 108 年增加，而預期持平者計 138 家（占總家數 41.32%），預期減少者為 69 家（占總家數 20.66%）。預期 109 年營業額較 108 年為增加或持平之事業家數占總事業家數達 79.34%，足見多數傳銷事業對來年之營運狀況持樂觀態度（表 22、統計表 26，頁 78）。

表 22 預期 109 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
105 年	100.00	48.22	17.46	34.32
106 年	100.00	42.77	21.83	35.40
107 年	100.00	41.62	15.61	42.77
108 年	100.00	38.02	20.66	41.32

(二) 預期 109 年傳銷組織規模擴增或持平

再彙整多層次傳銷事業對 109 年傳銷組織變動之看法，有 130 家事業（占總家數 38.92%）預期組織將會擴增，而 149 家事業（占總家數 44.61%）預期組織規模持平，另 55 家事業（占總家數 16.47%）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 23、統計表 27，頁 79）。

表 23 預期 108 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
105 年	100.00	46.75	17.16	36.09
106 年	100.00	41.30	19.76	38.94
107 年	100.00	39.31	15.03	45.66
108 年	100.00	38.92	16.47	44.61

(三) 經營可能面臨之問題 (複選題)

自表 24 及後附統計表 29(頁 82)可歸納出傳銷事業對未來經營之看法，以市場不景氣為首(210 家，占總家數 62.87%)，次為同類商品競爭加劇(141 家，占總家數 42.22%)，排序第三至五名分別為非法多層次傳銷事業之破壞(138 家，占總家數 41.32%)、傳銷商人數漸減(122 家，占總家數 36.53%)及市場漸趨飽和(109 家，占總家數 32.63%)，而對未來營運充滿信心認為沒問題之事業有 37 家(占總家數 11.08%)。其次，分析 105 年至 108 年傳銷事業對未來經營看法之變化，可知傳銷商人數減少、同類商品競爭加劇、非法多層次傳銷事業之破壞及市場不景氣均名列前 4 名。

另對於 109 年營業據點拓展計畫方面，334 家事業中有 280 家(占 83.83%)暫無拓展營業據點之計畫，54 家事業(占 16.17%)有拓展計畫，其中超過半數係拓展 1 處或 2 處據點；相較 107 年度調查對於 108 年有拓展計畫之事業占 16.47%，下降 0.3 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傳銷商人數漸減等因素，對拓展營業據點採取相對謹慎、保守之態度(統計表 28，頁 80)。

表 24 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破壞	市場不景氣	未來經營沒問題	其他
105 年	34.91	38.46	47.04	22.19	47.63	52.66	13.31	6.51
106 年	37.46	40.41	46.31	21.24	48.38	53.39	12.98	5.31
107 年	32.37	40.46	43.93	24.86	45.66	56.65	13.29	6.36
108 年	32.63	36.53	42.22	19.76	41.32	62.87	11.08	10.78

(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，108 年多層次傳銷事業認為最需要協助或經常遇到之問題，以傳銷法令及案例之諮詢服務為首(184 家，占總家數 55.09%)，次為多層次傳銷報備程序之諮詢服務(171 家，占總家數 51.20%)，傳銷商教育訓練之協助(118 家，占總家數 35.33%)，多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務(116 家，占

總家數 34.73%)，個人資料保護法之諮詢服務居末（61 家，占總家數 18.26%）。按 103 年 1 月 29 日施行多層次傳銷管理法，該法條文與依修正前公平交易法第 23 條之 4 規定訂定之「多層次傳銷管理辦法」有所差異，又 101 年後報備實施多層次傳銷之事業有 204 家，其中 108 年新加入傳銷商人數（102.56 萬人）眾多，故所需協助或經常遇到之問題仍以傳銷法令及案例之諮詢服務與多層次傳銷報備程序之諮詢為主。

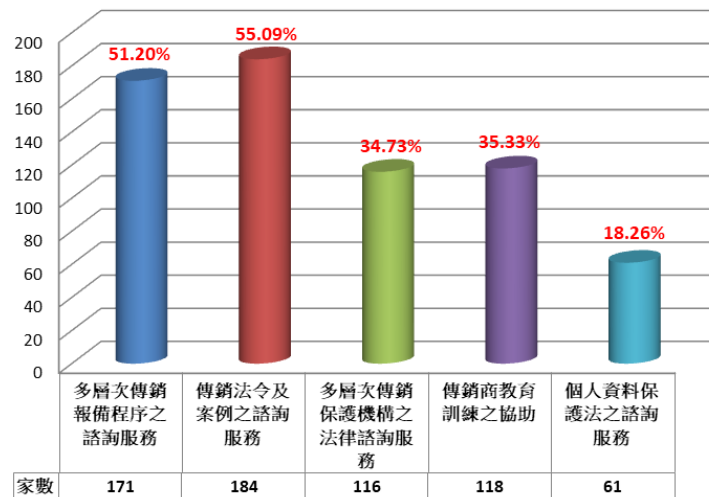


圖 11 傳銷事業最需要協助或經常遇到問題之家數統計及比率

五、總結

綜上，截至 108 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 479 家（包含於 108 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 385 家（80.38%），其中扣除 26 家報備但 108 年尚未實施多層次傳銷、25 家已停（歇）業之事業，則回報事業中 108 年仍有實際從事多層次傳銷計 334 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 334 家多層次傳銷事業報備實施時間觀察，106 年至 108 年報備實施多層次傳銷之事業計 132 家（占 39.52%）居首，其次為 91 年至 100 年報備實施多層次傳銷之事業計 78 家（占 23.35%），而 101 年至 105 年報備實施多層次傳銷之事業計 72 家（占 21.56%），90 年以前報備實施多層次傳銷之事業為 52 家（占 15.57%）。復自 105 年至 108 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，108 年較 107 年減少 12 家；101 年至 105 年間報備實施傳銷之事業家數於 108 年較 107 年時減少 15 家；106 年後新加入多層次傳銷產業之家數事業占整體比率不低。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

334 家多層次傳銷事業，其登記所在地區以北部地區 217 家（占 64.97%）為主，中部地區 68 家（占

20.36%)居次，南部地區 49 家 (14.67%)，東部地區 0 家 (0%)。另就國內營業據點 (包含主要營業所、其他營業所) 計 821 處，其中以北部地區 398 處 (占 48.48%) 為最多，南部地區 218 處 (占 26.55%) 居次，中部地區、東部 (含金馬) 地區則各有 188 處 (22.90%)、17 處 (占 2.07%)，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、傳銷商人數增加：108 年底傳銷商人數計 369.46 萬人，較 107 年底 308.38 萬人，增加 61.08 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 108 年底傳銷商人數為 367.71 萬人。
- 2、加入傳銷比率提升：108 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 15.58%，即平均每萬人中有 1,558 人加入多層次傳銷，較 107 年底之 12.92%，增加 2.66 個百分點。
- 3、108 年新加入之傳銷商人數增加：108 年新加入之傳銷商人數計 102.56 萬人，占傳銷商總數之 27.76%，較 107 年新加入傳銷商人數 (96.22 萬人) 增加 6.34 萬人。
- 4、女性傳銷商仍為傳銷市場主力：108 年底女性傳銷商有 262.76 萬人，占傳銷商總人數 (369.46 萬人) 比重為 71.12%，較 107 年度之 69.99% 增加 1.13 個百分點。
- 5、各年齡層傳銷商人數分布情形：108 年各年齡層傳銷商人數分布情形，經依受調查事業所提供資料進行統計，多數為 50 歲至 59 歲，計 81.67 萬人，次為 40 歲至 49 歲，計 71.32 萬人，第三為 60 歲至 69 歲，計 61.72 萬人，其餘依順序，30 歲至 39 歲、70 歲以上、20 歲至 29 歲、7 歲至 19 歲，各計 53.92 萬人、30.93 萬人、26.32 萬人及 1.09 萬人。
- 6、限制行為能力傳銷商人數增加，訂貨金額增加：有招募限制行為能力傳銷商之事業共有 156 家，占事業家數比率達 46.71%，其人數合計為 1.30 萬人，平均年訂貨金額為 24,748.06 元，全年訂貨金額約 3.22 億元，主要銷售商品為營養食品類。

(四) 整體營業總額呈現攀升趨勢，而事業間多層次傳銷營業額 (簡稱營業額) 規模差距甚大

自歷年營業總額趨勢圖可知多層次傳銷事業整體營業額趨勢多呈攀升之勢，且 108 年已達 935.41 億元，較 107 年調查之營業總額 (830.27 億元) 增加 105.14 億元 (成長 12.66%)；事業營業額平均值為 2 億 8,006 萬元，較 107 年增加約 4,010 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 110 家 (占事業總家數 32.93%)，營業額合計約為 42.74 億元，占整體營業額 4.57%；營業額達 10 億元以上之事業共有 20 家，占總事業家數 5.99%，營業額合計達 677.71 億元，占多層次傳銷業整體營業額 72.45%，其平均營業額為 33.89 億元，較 107 年之 28.91 億元，增加 4.98 億元。

(五) 5 成以上事業採行網路行銷，網路商城經營型態以自設為主

108 年採行網路行銷方式之多層次傳銷事業計有 198 家，占整體事業家數 59.28%，較 107 年之使用比率 (53.47%) 略上升 5.81 個百分點；使用網路 (線上) 訂購機制者有 191 家 (占總家數 57.19%)，而設立網路商城供傳銷商購買商品之事業有 154 家 (占總家數 46.11%)，二者皆有使用之事業計有 147 家 (占總家數 44.01%)，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 148 家事業（占總家數 44.31%）係自行設立，與他人合作設立有 2 家（占總家數 0.60%），二者均有者則有 4 家（占總家數 1.20%）。

（六）營養食品類仍為主要銷售商品

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 302 家（占總家數 90.42%），且營業額 608.73 億元居所有商品類別之冠，占營業總額之 65.08%，而以事業家數排序，其次為美容保養品類，銷售該類商品之事業計有 190 家（占總家數 56.89%），營業額為 148.03 億元，占營業總額之 15.83%；第三為銷售清潔用品類之事業有 111 家（占總家數 33.23%），營業額為 38.01 億元，占營業總額之 4.06%。以營業額來看，營養食品類及美容保養品類，108 年度營業額均較 107 年度增加。

（七）進貨（製造）成本及佣（獎）金支出概況

- 1、進貨（製造）成本：108 年 334 家傳銷事業之進貨或製造成本為 269.63 億元，占營業總額（935.41 億元）比率為 28.82%。
- 2、佣（獎）金支出：108 年度多層次傳銷事業之佣（獎）金支出總計約 391.83 億元，占營業總額之 41.89%，較 107 年之佣（獎）金支付比率 46.83%，減少 4.94 個百分點。

（八）訂貨傳銷商人數及比率

108 年度曾訂貨之傳銷商有 242.4 萬人，占傳銷商總數比率為 65.62%；女性傳銷商訂貨金額約 643.98 億元，占總訂貨金額約近 7 成。

（九）領取佣（獎）金人數及金額

108 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣（獎）金約為 391.83 億元，而同年曾領取佣（獎）金之傳銷商約 94.9 萬人，占傳銷商人數比率為 25.69%，平均每人全年領取金額為 41,276 元，較 107 年度減少 5,151 元，主要係因 108 年領取佣（獎）金人數之成長幅度（約成長 13.38%）大於領取金額之成長幅度（約成長 0.78%）所致。另 108 年女性傳銷商領取佣（獎）金之人數為 68.63 萬人（占總領取人數 72.30%），平均金額約 37,342 元；男性傳銷商領取佣（獎）金人數為 26.30 萬人，平均領取金額為 51,542 元。

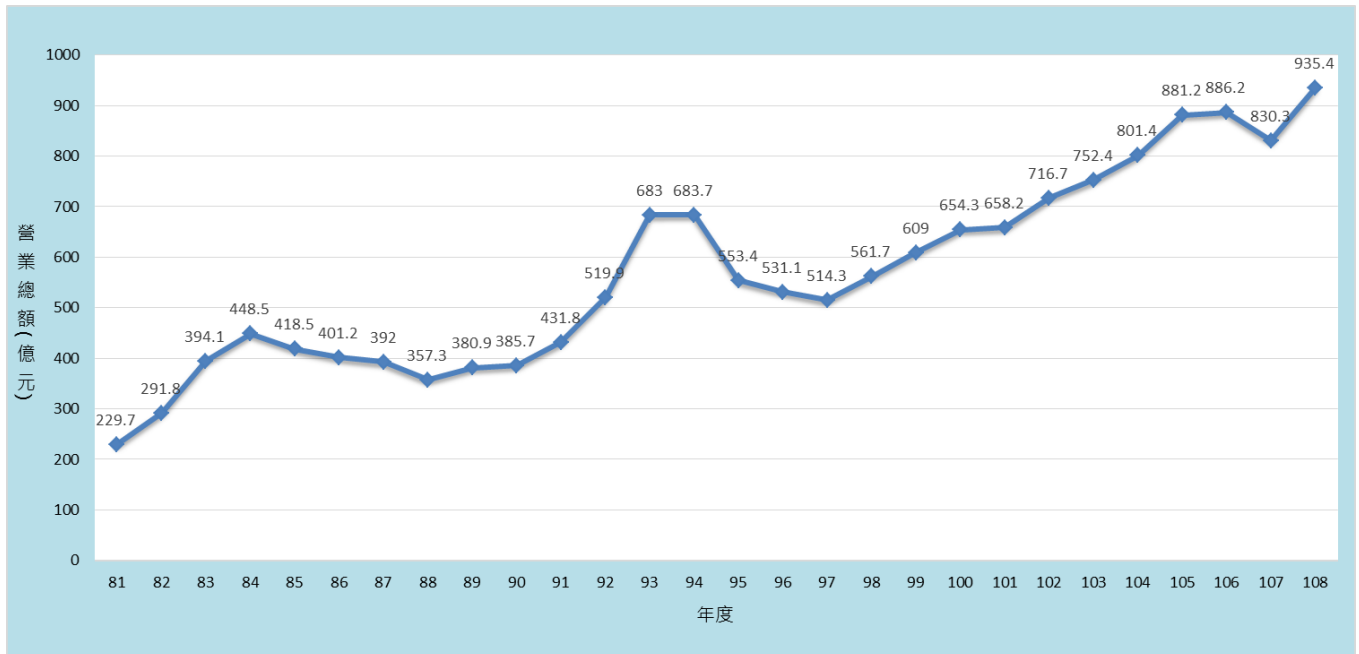
（十）對未來經營概況之看法

- 1、預期 109 年營業額持續成長及持平者居多：有 127 家事業（占總家數 38.02%）預期 109 年多層次傳銷營業額將較 108 年為增加，預期持平者計 138 家（占總家數 41.32%），預期減少者為 69 家（占總家數 20.66%），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：以市場不景氣為首（占總家數 62.87%），次為同類商品競爭加劇（占總家數 42.22%），排序第三至五名分別為非法多層次傳銷事業之破壞（占總家數 41.32%）、傳銷商人數漸減（占總家數 36.53%）及市場漸趨飽和（占總家數 32.63%）。
- 3、事業最需要協助或經營遇到之問題：以傳銷法令及案例之諮詢服務為首（184 家，占總家數 55.09%），次為多層次傳銷報備程序之諮詢服務（171 家，占總家數 51.20%），傳銷商教育訓練之協助（118 家，占

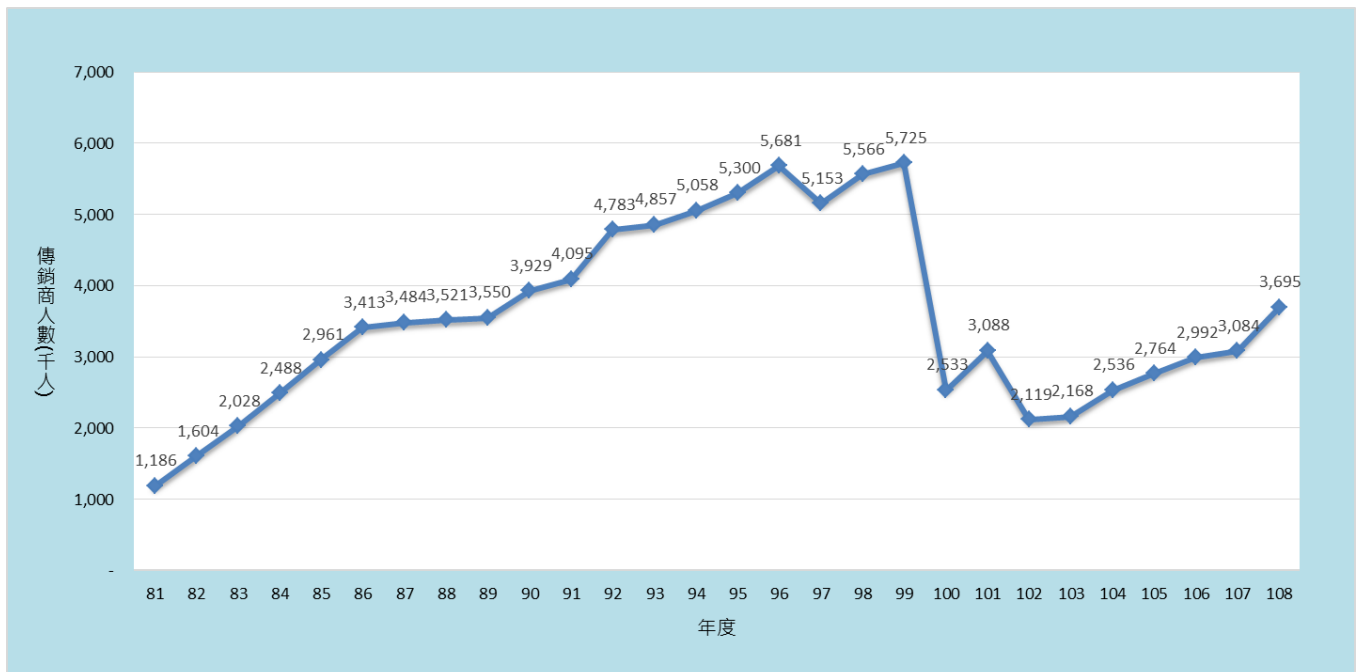
總家數 35.33%)，多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務（116 家，占總家數 34.73%），個人資料保護法之諮詢服務居末（61 家，占總家數 18.26%）。按 103 年 1 月 29 日施行多層次傳銷管理法，該法條文與依修正前公平交易法第 23 條之 4 規定訂定之「多層次傳銷管理辦法」有所差異，又 101 年後報備實施多層次傳銷之事業有 204 家，其中 108 年新加入傳銷商人數（102.56 萬人）眾多，故所需協助或經常遇到之問題仍以傳銷法令及案例之諮詢服務與多層次傳銷報備程序之諮詢為主。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

趨勢圖 1 81 年至 108 年營業總額

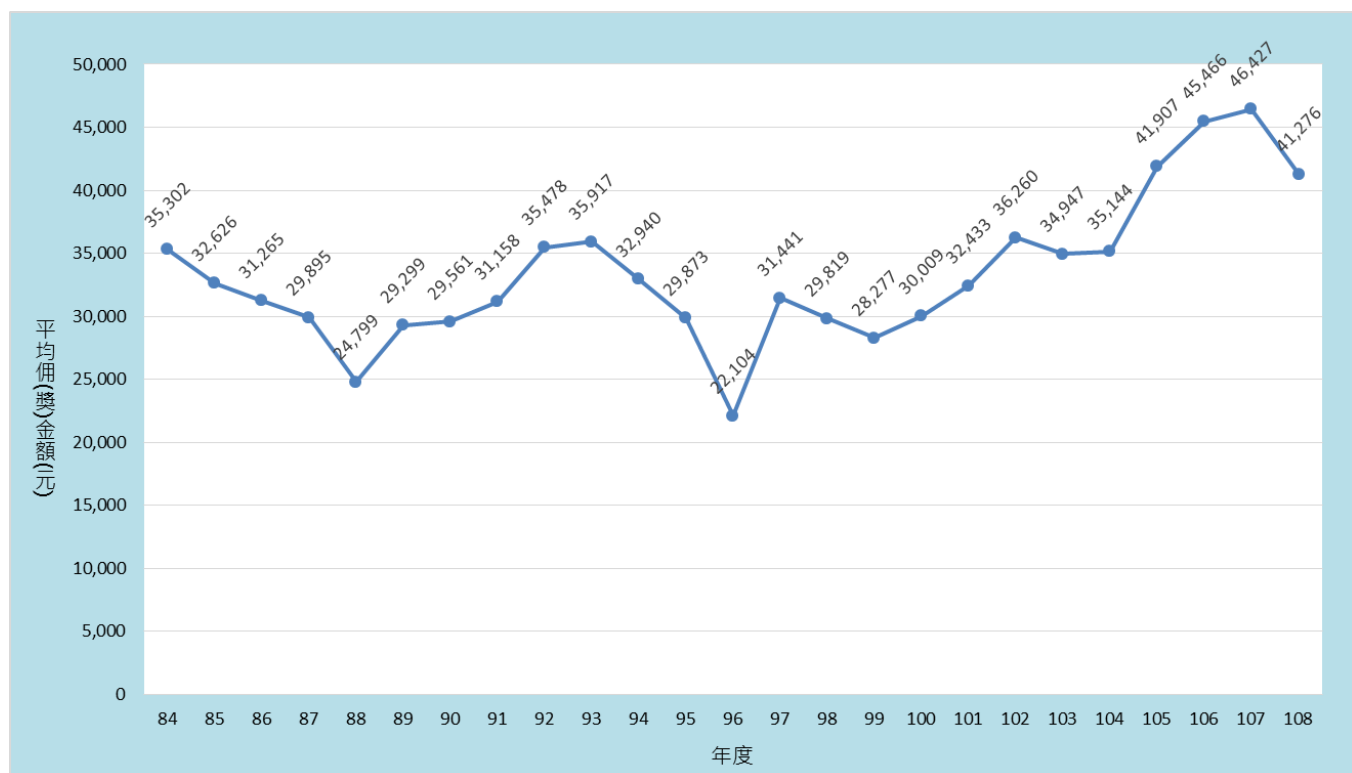


趨勢圖 2 81 年至 108 年傳銷商人數⁸

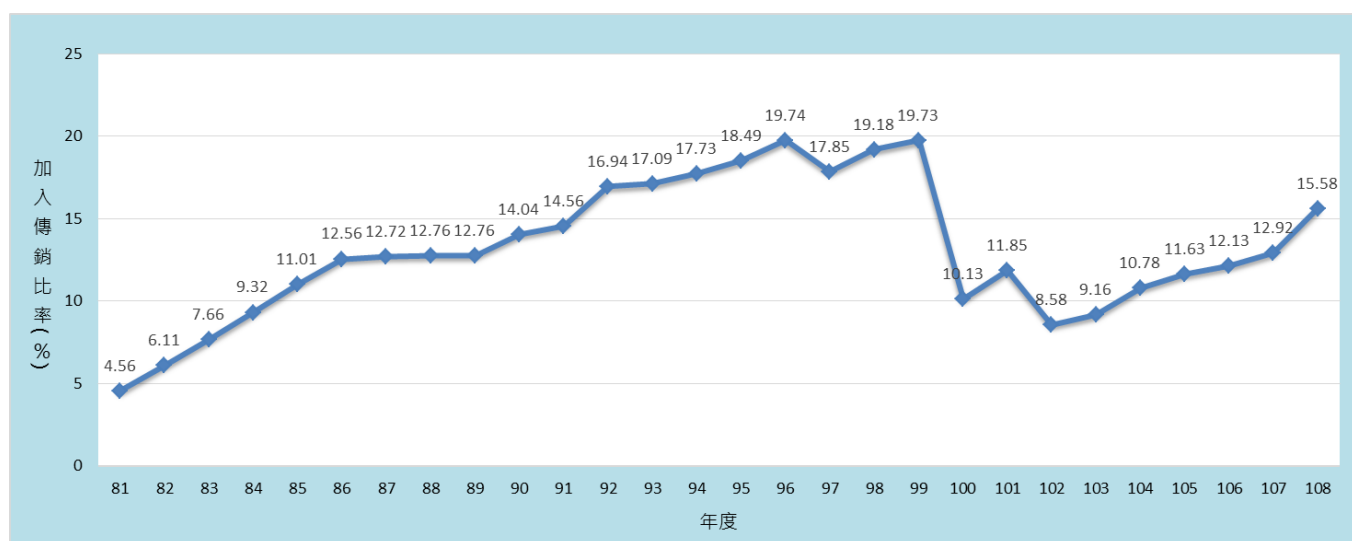


⁸ 100 年因修正傳銷商人數相關問項及傳銷商人數計算方式與重新調查「重複參加率」，使傳銷商人數與實際接近。

趨勢圖 3 84 年至 108 年領取佣(獎)金者之平均領取金額⁹

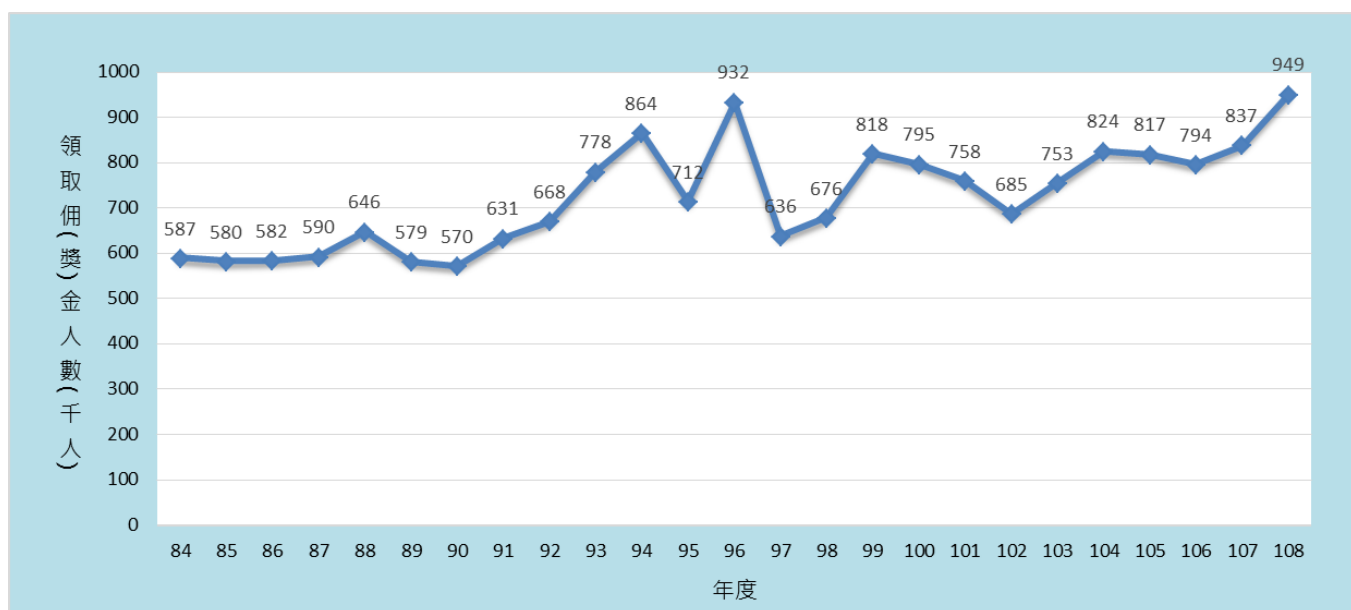


趨勢圖 4 81 年至 108 年加入傳銷比率

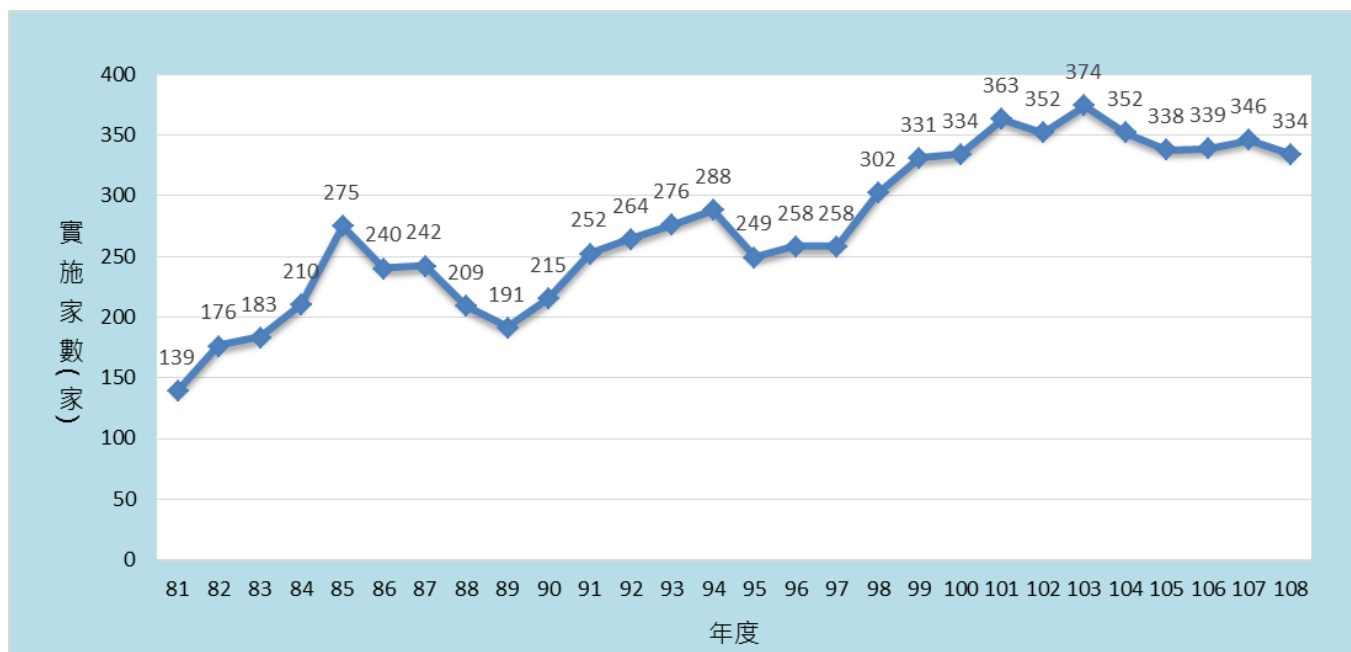


⁹ 81 年至 83 年無該數據資料。

趨勢圖 5 84 年至 108 年領取佣(獎)金之傳銷商人數¹⁰



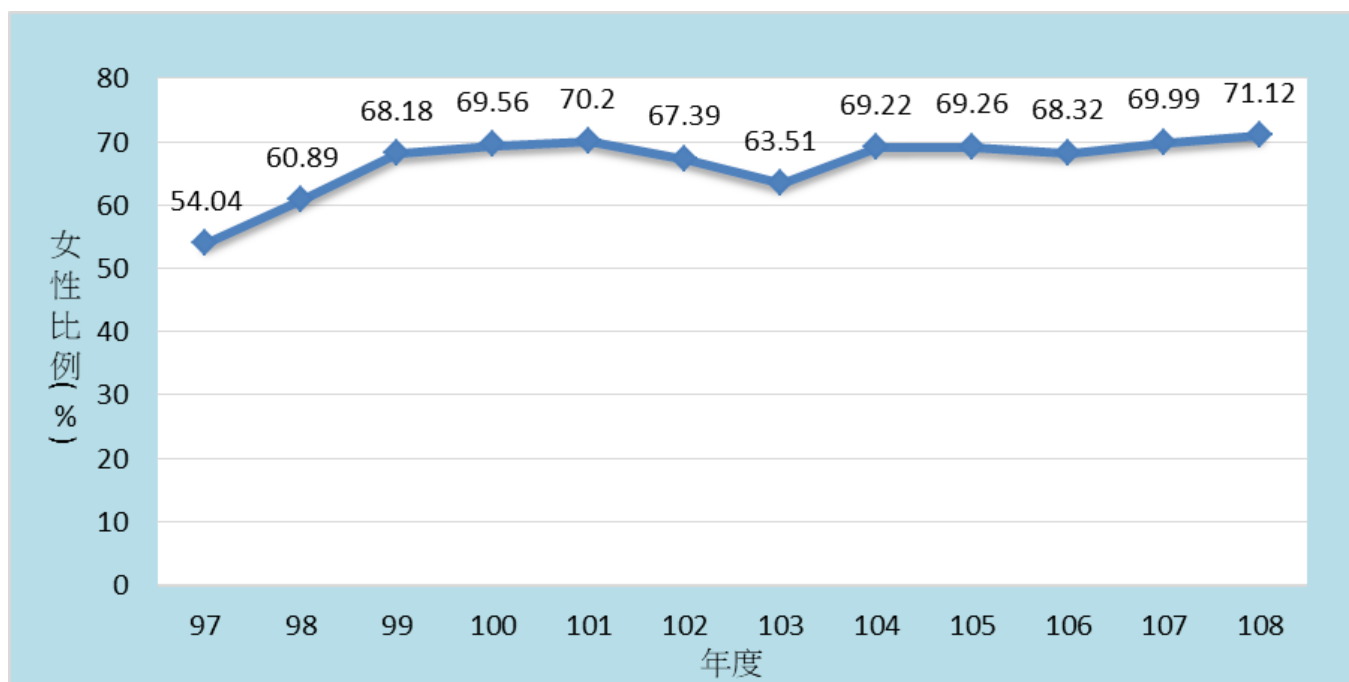
趨勢圖 6 81 年至 108 年實施多層次傳銷之事業家數¹¹



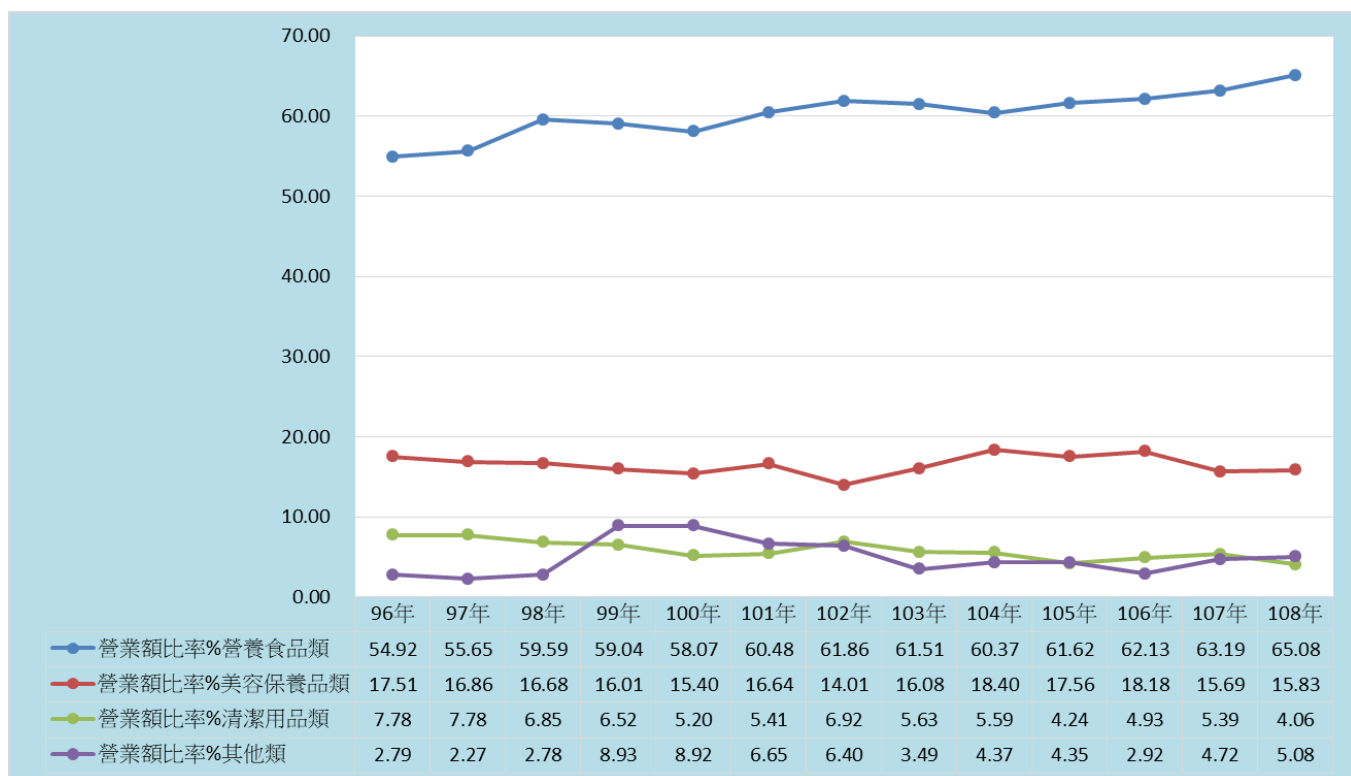
10 81 年至 83 年無傳銷商領取佣(獎)金人數資料。

11 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 108 年女性傳銷商參與情形¹²



趨勢圖 8 96 年至 108 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率¹³

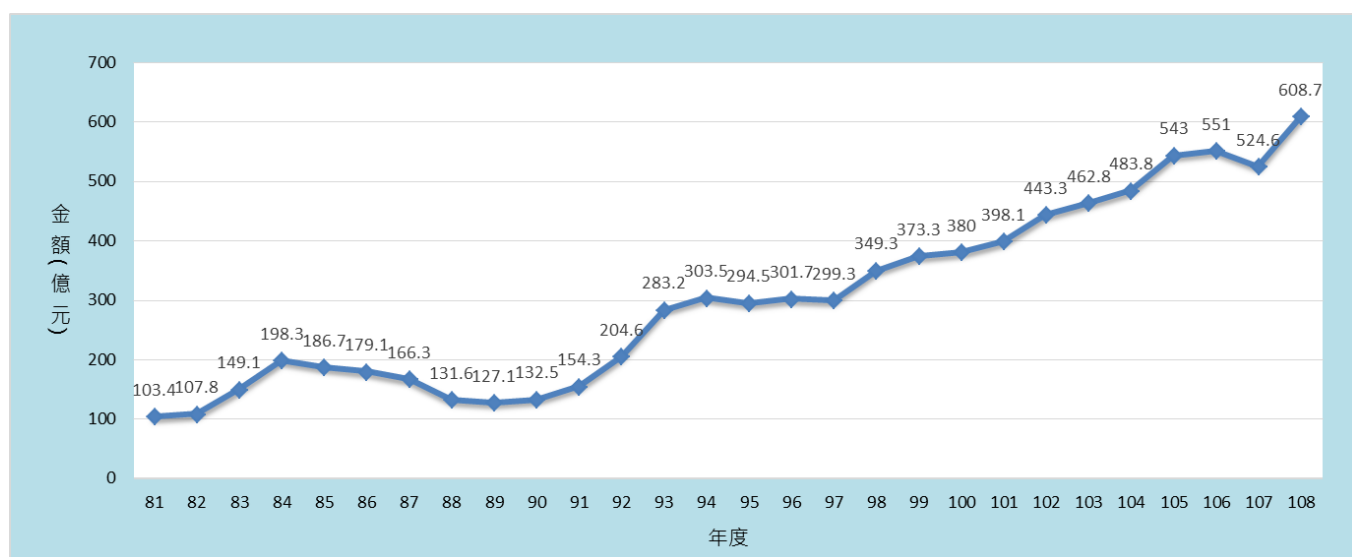


¹² 女性傳銷商比率自 96 年起列為調查內容。

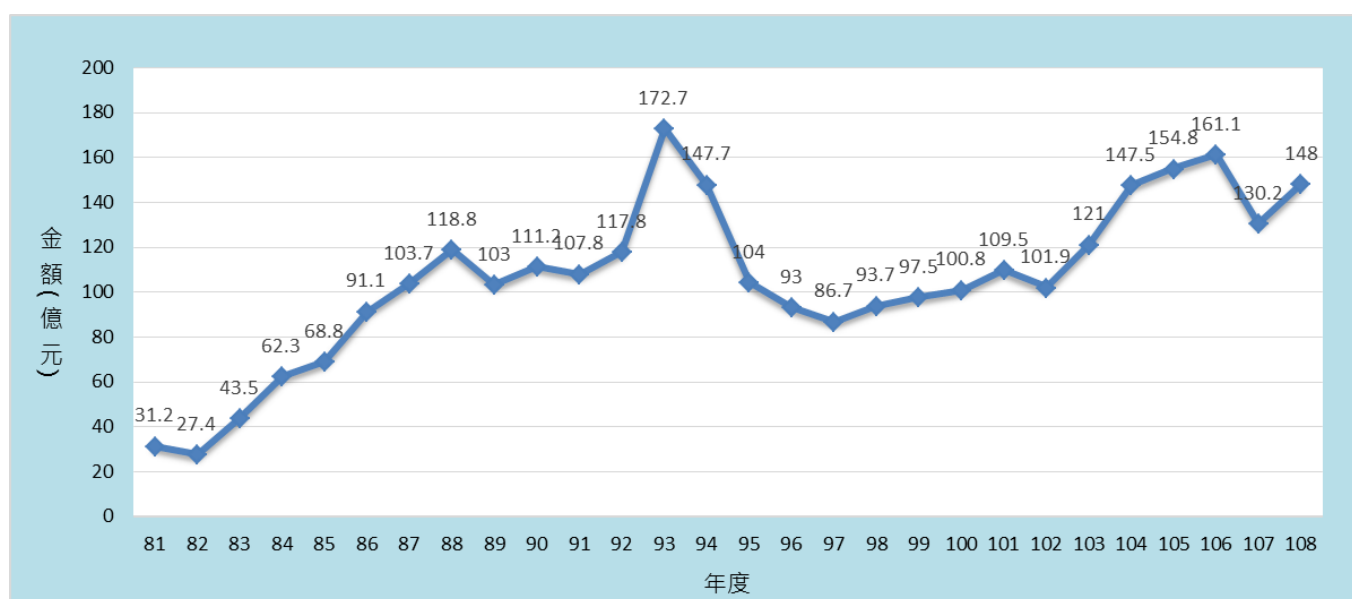
¹³ 因受篇幅限制，僅列出 96-108 年之前 4 名銷售商品占整體營業額比率，又因數字僅計算 4 項商品之故而與查報結果有稍微差距。另 108 年修正銷售商品或服務類別，為求歷年資料具一致性，此所稱營養食品類 107 年前係指營養食品及代餐食品之比率，108 年係指食品、特殊營養食品及健康食品之比率。

* 103 年第 4 大之銷售品項營業額為淨、濾飲水器材。

趨勢圖 9 81 年至 108 年營養食品類¹⁴營業額



趨勢圖 10 81 年至 108 年美容保養品類營業額

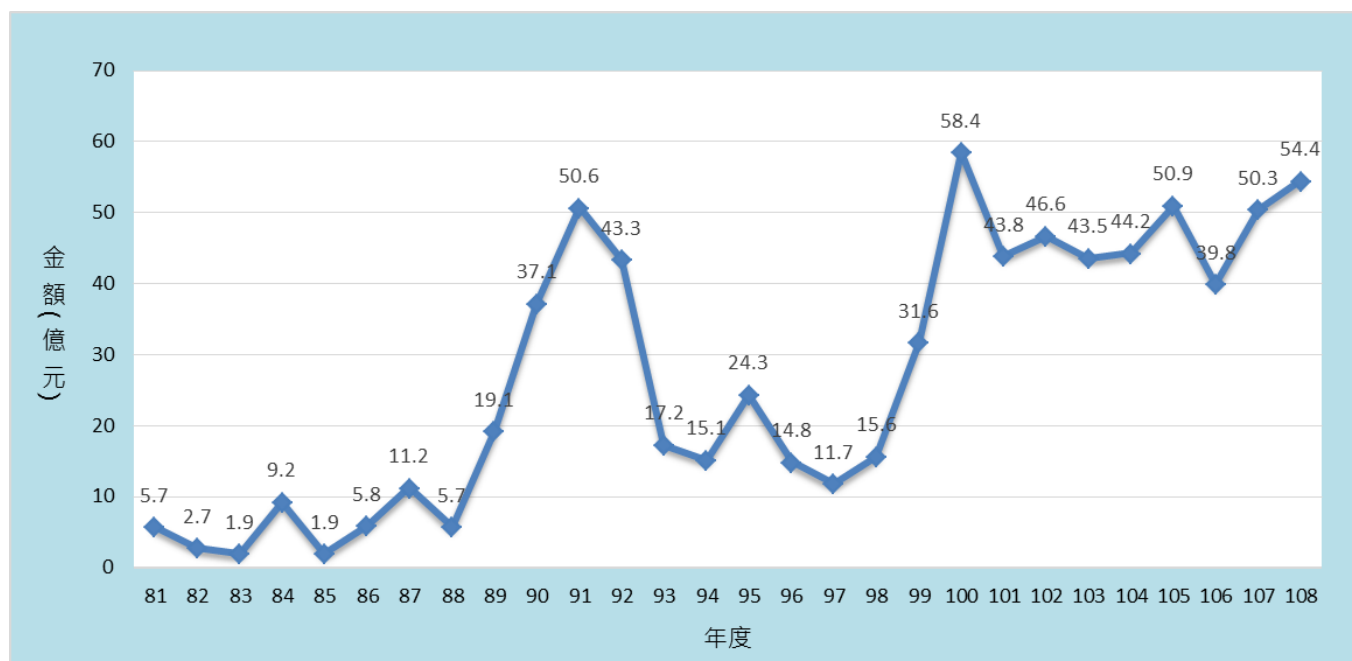


¹⁴為求歷年資料具一致性，此所稱營養食品類 107 年前包含營養食品及代餐食品，108 年包含食品、特殊營養食品及健康食品。

趨勢圖 11 81 年至 108 年清潔用品類營業額



趨勢圖 12 81 年至 108 年其他類¹⁵營業額



¹⁵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 13 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 1 108 年傳銷商品(服務品項)營業額占多層次傳銷營業總額比率

