

公平交易委員會性別平等專案小組 110 年第 2 次會議
書面審查紀錄

壹、確認上次會議（110 年第 1 次會議）紀錄

決定：洽悉。

貳、報告事項：

第一案：上次會議（110 年第 1 次會議）決議執行情形，謹報請公鑒。

審查意見及處室回應說明：

郭委員玲惠

四、為勉勵同仁對性平業務的付出，…「於現有獎勵額度內，納入年度獎勵考量敘獎。」請補充具體內容以及是否有同仁敘獎。

公平競爭處

將於現有獎勵額度內，對於本處撰寫「本會 108 年度傳銷商參與多層次傳銷業之調查研究報告」同仁，納入 110 年度下次敘獎名單予以獎勵。

決定：洽悉。

第二案：本會 110 年 1-6 月「性別平等政策綱領」辦理情形案，謹報請公鑒。

審查意見及處室回應說明：

黃委員馨慧

P31 辦理情形一，【本會性別平等專案小組委員共 15 位…男性委員 7 位，女性委員 8 位，任一性別比例均達 1/3 以上。】，建議增加百分比，方便確認均達 1/3 以上。

綜合規劃處

已依委員意見修正文字為「本會性別平等專案小組委員共 15 位…男性委員 7 位(46.7%)，女性委員 8 位(53.3%)，任一性別比例均達 1/3 以上」，修正後內容如附件 1。

決定：洽悉。

第三案：有關修正本會 108 年度傳銷商參與多層次傳銷業之調查研究報告案，謹報請公鑒。

審查意見及處室回應說明：

郭委員玲惠

請將重要分析擇要寄給同仁分享，並於下次會議報告。

黃委員馨慧

- 一、肯定公平競爭處的用心統計、分析並撰寫本報告。
- 二、P42-43 中【此似乎可說明傳銷商獲取佣（獎）金之多寡在於其投入程度、銷售及經營組織能力，與性別無必然關係。】之結論，建議可刪除【，與性別無必然關係】幾個字，因為其中【投入程度】可能還是會與性別有關，換言之女性是否能夠全力投入自己選擇的工作，可能受「要兼顧家庭照顧」的社會期待要比男性多一些。因此，該段結論建議可修改為：「此似乎可說明傳銷商獲取佣（獎）金之多寡主要影響因素在於其投入程度、銷售及經營組織能力等」。

王委員素鸞

- 一、個人建議「表 1 兩性傳銷商領取佣（獎）金人數及金額變化」
「增減」這一欄位，係比較 107 年跟 108 年兩性領取人數及百分比的增減，目前表 1 上「增減」那欄括號內的數字(+1.03%)是男女性結構占比的差異(即 72.3%-71.27%)，建議可以增列計算人數的年增加率(即 8.95 萬人除以 59.68 萬人)，若仍堅持採用 1.03，則應使用 1.03 個百分點才正確，且該欄位有%的地方應一併修改。
- 二、「圖 5 108 年兩性傳銷商加入傳銷事業之原因」，建議加註說是複選的結果，似未修改。
- 三、「圖 6 108 年兩性傳銷商領取佣（獎）金總體概況」上面領取佣金前十名的男女，底下有一個女性人數占多數(即大於 6)之事業，應是大於等於 6，建議修改。

公平競爭處

- 一、將依郭委員意見，把修正報告擇要寄送各處室參考，並於下次會議報告。
- 二、業依黃委員意見，將報告結論五最後一段文字修正為「此似乎可說明傳銷商獲取佣（獎）金之多寡主要影響因素在於其投入程度、銷售及經營組織能力等」。
- 三、業依王委員意見，修正如下：
 - （一）有關表 1 兩性傳銷商領取佣（獎）金人數及金額變化」之「增減」欄位，已修正為 1.03 個百分點，且該欄位有%的地方已一併修正。
 - （二）於「圖 5 108 年兩性傳銷商加入傳銷事業之原因」加註「(可複選)」。
 - （三）將「圖 6 108 年兩性傳銷商領取佣（獎）金總體概況」中，「女性人數占多數(即>6)之事業」，修正為「女性人數占多數(即 ≥ 6)之事業」。

四、修正後的報告詳如附件 2。

主席裁示：

- 一、洽悉。
- 二、公競處已參酌委員意見修正報告內容，後續請依郭委員所提意見，將修正報告擇要寄送各處室參考，於下次會議報告。

第四案：有關本會 109 年度「性別預算執行情形表」(含：單位預算、反托拉斯基金預算)案，謹報請公鑒。

審查意見及處室回應說明：

郭委員玲惠

請說明反托拉斯基金未編列性別預算之原因。

主計室

- 一、反托拉斯基金係依公平交易法第 47 條之 1 第 1 項規定設置，同條明定基金來源及用途，具專款專用之性質。

二、經各處室衡酌業務實需檢討結果，109 年度反托拉斯基金性別預算無編列數。爾後仍將視業務狀況，依「性別預算作業原則及注意事項」檢討辦理。

決定：洽悉。

參、討論事項：

第一案：本會 110 年 1-6 月「性別平等推動計畫（108 至 111 年）」辦理情形案，謹提請討論。

審查意見及處室回應說明：

郭委員玲惠

性別主流化參訓率仍未達標，請積極鼓勵，並提供各類型性別主流化課程，亦可利用數位課程或用視訊方式參訓。

人事室

- 一、因應 COVID-19 疫情，為降低同仁群聚感染風險，目前暫以數位學習課程為主(截至 6 月底本會人數 205 人，參訓者計 132 人，參訓率為 64%)。
- 二、為積極鼓勵同仁參訓，達成年度目標值(92%)，本會將通知各處室尚未取得性平主流化課程時數之長官及同仁，至相關 e 平台學習(如：e 等公務園或臺北 e 大)，完成性別主流化課程。

王委員素鸞

頁 55 中有關「本(110)年 1 月本會勞工退休準備金監督委員會 1 名勞工委員出缺(退休)，業由勞工互選之女性備選委員優先遞補，目前男女性別比例已提升為 3:1，嗣後仍續考量任一性別參與決策機制之平衡性，俾期達標。」，目前女性委員比率約 25%，並未達成任一性別不少於三分之一之比率，110 年達成率是否為 100%，建議再思考。

秘書室

本會勞工退休準備金監督委員會目前男女性別比例為 3:1，以該委員會第 7 屆委員任期將至本(110)年 8 月 31 日止，屆時辦理下

(第 8)屆勞工代表(委員)選舉時，將優先建議女性勞工擔任委員，以期提升委員會任一性別比例不少於三分之一規定。

主席裁示：請人事室及秘書室持續注意相關指標辦理情形，戮力達成年度目標，餘照案通過。

第二案：有關本會 111 年度「性別預算編列情形表」(含：單位預算、反托拉斯基金預算)案，謹提請討論。

審查意見及處室回應說明：

郭委員玲惠

預算數逐年減少及反托拉斯基金未編列之原因，請補充說明。

王委員素鸞

- 一、83 頁起的附件 3，建議在性別平等業務類型中格式統一。
- 二、另對照 109 年性別預算執行情形表中性別平等業務類型與 111 年的類型似不一致，是否需要調整，建議再考慮。

行政院性別平等處

查公平會 109 年度性別預算執行情形表，有關「召開本會性別平等專案小組會議及製作性別平等文宣」業務項目，年度執行成果包含委外製作宣導活動性別平等文宣 34 千元，惟 111 年未見編列性別平等宣導文宣相關經費，建議視性平業務推展需求斟酌是否需編列。(會議資料第 49、82 頁)

主計室

一、有關郭委員玲惠所提意見，謹說明如下：

(一) 單位預算部分

1.108 至 111 年度預算分別編列 38 千元、112 千元、128 千元及 80 千元，其中前 3 年預算呈現上升趨勢，僅 111 年度較 110 年度減少預算 48 千元。

2.111 年度預算較 110 年度預算減少，係因本會家庭日活動規劃方向調整，依據「性別預算作業原則及注意事項」規定檢討所致。

(二) 附屬單位預算部分

經各處室衡酌業務實需檢討結果，111 年度反托拉斯基金性別預算無編列數。爾後仍將視業務狀況，依「性別預算作業原則及注意事項」檢討辦理。

二、有關王委員所提意見，謹說明如下：

(一) 本會 111 年度「性別預算編列情形表」之性別平等業務類型，係依照「性別預算作業原則及注意事項」附表 1 「性別平等業務類型勾選常見案例」（會議資料第 70-71 頁）辦理。

(二) 109 年度性別預算執行情形表，配合性別平等業務類型，修正說明如下：

1. 「召開本會性別平等專案小組會議及製作性別平等文宣」之「性別平等業務類型」取消勾選「2-2 提升女性經濟力」，另「2-6 非屬前開五大重要議題之其他性別平等政策綱領涉及事項－健康、醫療與照顧篇/(二)積極推動性別友善之醫療與照護環境」修正為「權力、決策與影響力篇（一）強化性別平等之政策及治理機制」。
2. 業依王委員意見，檢討修正 109 年度性別預算執行情形表如附件 3。

三、有關行政院性別平等處所提意見，謹說明如下：

本會 111 年度已編列「融入性別平等觀點辦理本會主管法規宣導」經費 10 千元，係用於辦理本會主管法規說明會時，依宣導主題及對象，於會場張貼本會製作之性別平等文宣之相關經費。

主席裁示：照案通過。

肆、臨時動議：無。

110 年 1-6 月「性別平等政策綱領」辦理情形

一、權力、決策與影響力篇

目標	具體行動措施	期程	主政處室	辦理情形
<p>(一) 強化性別平等之政策及治理機制</p>	<p>2.強化各部會性別平等專案小組及各直轄市、縣(市)婦權會或性平會的民主治理功能，各部會性別平等專案小組採取透明之方式運作，公開接受相關團體推薦民間委員，公開委員名單，會議紀錄全文上網，並開放民間提案。透過中央與地方性別平等座談與諮詢會議等機制，各部會與各縣市民間委員進行政策對話與經驗交流。</p>	<p>短程</p>	<p>規劃處、資經室</p>	<p>一、本會性別平等專案小組委員共 15 位(內聘委員 12 位，外聘委員 3 位)，依本會性別平等專案小組設置要點規定，召集人由本會副主任委員兼任，經統計至 110 年 6 月底止，男性委員 7 位(46.7%)，女性委員 8 位(53.3%)，任一性別比例均達 1/3 以上。委員名單業已公告於本會網站。</p> <p>二、本會自 101 年起，即持續於網站刊登本會性別平等專案小組會議之會議紀錄。110 年 3 月召開之第 1 次會議紀錄(含委員發言要旨)已全文上網。</p> <p>三、本會已於本會全球資訊網站「性別主流化」專區，建置「公開接受推薦民間委員」及「開放民間提案」項目，持續公開受理各界以書面或電子郵件方式推薦民間委員及提案。截至 110 年 6 月底止，本會並未接獲外界推薦民間委員或提案。</p>
<p>(四) 深化性別統計相關資訊，增加政府政策資訊之可及性</p>	<p>1.建立市場經濟、社會組織、與家庭生活相關領域中參與及決策情形的性別統計，以及國際比較分析，說明分析比較依據，並據以規劃政策。</p>	<p>短程 - 中程</p>	<p>規劃處、公競處</p>	<p>一、本會自 97 年起，業於主管法規說明會問卷調查彙整表增列性別統計欄位，並請本會各業務處及縣市政府據以填報，俾就不同性別參與主管法規說明會情形統計分析。</p> <p>(一)經統計 110 年 1 至 6 月計有 338 人參加本會自行舉辦之主管法規說明會，其中男性 116 人(占 34.32%)，女性 222 人(占 65.68%)。</p> <p>(二)另本會已將倡議對象性別統計資料公布於全球資訊網站「性別主流化」專區，供各界瞭解不同性別參與本會主管法規說明會情形。</p> <p>二、於辦理年度多層次傳銷事業經營發展狀況調查時，建立「傳銷商性別統計」、「領</p>

			<p>取佣(獎)金之傳銷商性別統計」、「領取佣(獎)金之前 10 名傳銷商平均領取金額」、「領取佣(獎)金之前 10 名男性傳銷商平均領取金額」、「領取佣(獎)金之前 10 名女性傳銷商平均領取金額」、「領取佣(獎)金之前 10 名傳銷商性別比例」等資料：現正積極辦理 109 年多層次傳銷事業經營狀況調查中，尚無資料填報。</p> <p>三、了解各先進國家競爭法主管機關落實性別主流化之情形：將俟新冠肺炎疫情趨緩，並派員參與競爭法國際會議時辦理。</p>
--	--	--	--

傳銷商參與多層次傳銷業之調查研究報告

一、研究背景及動機

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或服務，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或服務，以獲取獎金及其他經濟利益。本會依職掌執行多層次傳銷管理法，用以加強多層次傳銷事業之管理與監督，另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，按年舉辦經營概況調查，以瞭解事業經營概況。

另為配合政府性別平等政策推動性別平等業務，本文就多層次傳銷業之性別結構比率及傳銷商獲取佣（獎）金是否因性別之歧視而產生同工不同酬之情形進行調查，並配合多層次傳銷業之特性及傳銷商獲取佣（獎）金之方式進行分析。

二、研究方法

本研究採問卷調查法，以 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。本次調查係事業於多層次傳銷管理系統進行線上填報，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¹，向本會報備並於 108 年實施之多層次傳銷事業²（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。

本次實際回報事業有 385 家（80.38%³），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（圖 1）。

¹本調查資料標準時期：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。

²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。

³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。

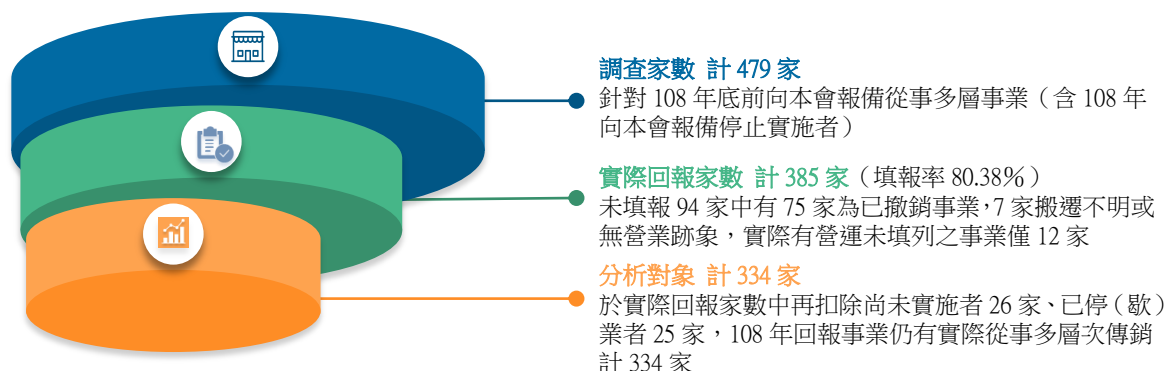


圖 1 回報家數與分析對象

三、多層次傳銷業特性、傳銷商角色及獲取佣（獎）金之方式

（一）多層次傳銷業特性

多層次傳銷係透過人際網絡來推廣、銷售商品或服務，加入者僅需與傳銷事業簽訂書面契約，取得介紹他人參加多層次傳銷及推廣、銷售商品或服務之權利，即可成為傳銷商，其性質與 SOHO 族、個人工作室或公司經營者相同，並非一般受雇者之角色，故傳銷商可依個人需求安排工作時間及投入程度。復據調查加入多層次傳銷事業之條件大多為給付一定代價⁴為主，傳銷商僅需購買一定金額之商品或繳交入會費，即可成傳銷商取得經營商品及發展組織之權利。又依多層次傳銷管理法規定，傳銷商得隨時解除或終止契約退出傳銷活動，因此傳銷商從事多層次傳銷進入出門檻低且易自由進出市場，是許多兼差、二度就業之民眾另一種增加收入之選擇。但並非所有傳銷商均是為賺取佣（獎）金而加入傳銷事業，亦有單純喜好傳銷事業商品或服務之消費者加入成為傳銷商，此部分我們稱為「消費型傳銷商」。此類傳銷商僅是購買公司商品或服務，並不積極參與推廣、銷售商品或服務，故佣（獎）金之收入相對來得少。因此，多層次傳銷業之傳銷商，是集結消費者、銷售者、與經營者三種身份於一身的特殊角色。

（二）傳銷商獲取佣（獎）金之方式

傳銷商係經由推廣、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，另亦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，進而獲得佣（獎）金或其他經濟利益，故傳

⁴給付一定代價係指繳納保證金或入會費、訂購商品、購買資料袋或訂閱刊物、須達一定營業標準等。

銷商獲取佣（獎）金之方式與一般領取固定工資或底薪之受雇者不同。換言之，傳銷商於加入時，既無固定薪資亦無底薪，且獲取報酬之方式，除透過銷售商品或服務所賺取零售利潤外，亦透過自己建立之銷售組織來銷售公司商品或服務，以獲取佣（獎）金及其他經濟利益，再加上先前提及工時彈性、時間自由等特性，因此傳銷商所獲得報酬之高低由其自身業績決定。

有鑑於傳銷商獲取之報酬係依據傳銷事業訂定之層級晉升條件及獎金計算方法等完整的制度領取各項佣（獎）金，又按多層次傳銷管理法規定，傳銷事業所訂定之制度應於實施前向本會辦理報備，故傳銷商面對的是公平、公開、透明的晉升條件及獎金發放比例，且至今，本會未曾發現傳銷事業針對不同性別之傳銷商設定不同之參加條件或獎金制度，亦未曾接獲民眾提出相關檢舉。

據上，傳銷商不同於受雇者的是，在無固定薪資、底薪之情形下，於面試時不會遇到雇主的性別歧視而有從事同樣工作卻不同起薪之差別待遇情形。在公開、透明的晉升條件及獎金發放比例之情形下，亦不會遇到工作同工不同酬之情形，以及升遷時所遇到「玻璃天花板」的困境。

四、傳銷事業填查線上問卷調查結果及分析

（一）傳銷商參與傳銷事業之性別結構

依據 334 家多層次傳銷事業資料顯示，108 年底傳銷商人數⁵計 369.46 萬人，較 107 年底 308.38 萬人，增加 61.08 萬人。其中，女性傳銷商計約 262.76 萬人，占傳銷商總人數（369.46 萬人）比重為 71.12%，較 107 年 215.84 萬人，增加 46.92 萬人，比率增加 1.13 個百分點。男性傳銷商為 106.70 萬人，較 107 年 92.53 萬人，增加 14.17 萬人，比率則由 107 年之 30.01%，減少為 108 年之 28.88%（圖 2、統計表 1，頁 11）。而 108 年消費型傳銷商共計 94.07 萬人，其中，女性消費型傳銷商計約 63.29 萬人（占總消費型傳銷商 67.28%），男性消費型傳銷商計約 30.78 萬人（占總消費型傳銷商 32.72%）。復觀察 96 年至 108 年兩性傳銷商參與多層次傳銷事業變化情形，99 年女性參加人數達到第 1 波高峰，隨後即下降，直至 102 年起逐年升高，女性增加幅度大於男性增加幅度，且整體呈現攀升趨勢。

⁵「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算。

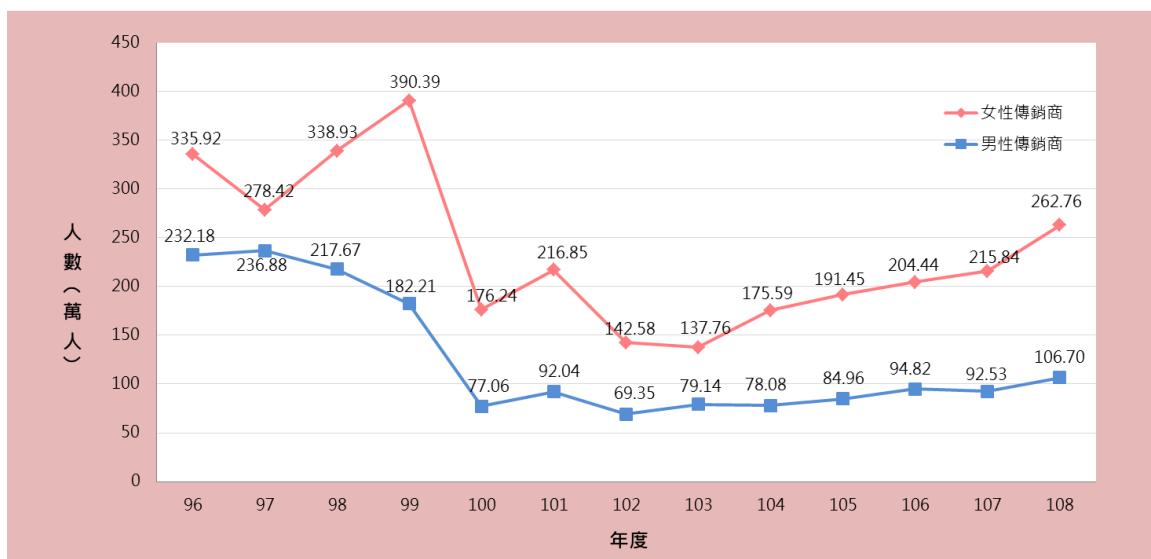


圖 2 96 年至 108 年兩性傳銷商參與情形

復以產業觀點切入，分析女性傳銷商占各事業傳銷商人數之比重分布(圖 3)，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%)。整體產業，女性占比過半之事業高達 296 家(88.62%)，故自 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。

綜上所述，自 96 年將女性傳銷商列為調查問項以來，女性傳銷商所占比率均高於男性傳銷商，足見女性傳銷商一直為傳銷市場主力，其原因或與我國傳銷商品係以營養食品及美容保養品兩大品項營業額占多層次傳銷營業總額比近 8 成⁶有關。

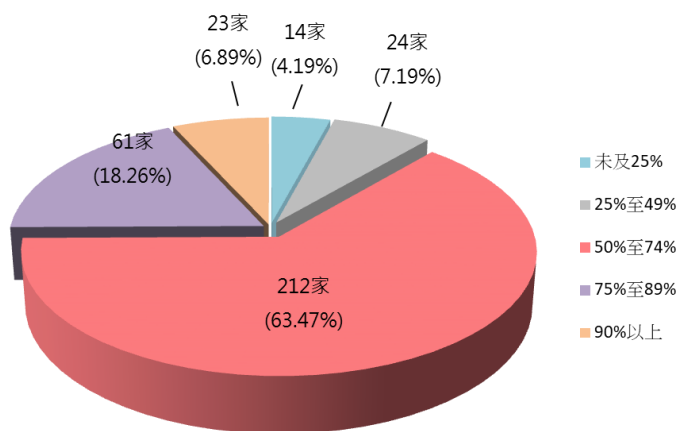


圖 3 傳銷事業女性傳銷商參與情形

⁶據 108 年調查數據，營養食品類及美容保養品類之營業額占多層次傳銷營業總額比率分別為 65.08%及 15.83%。

另將兩性傳銷商年齡區分不同級距，觀察各年齡層兩性傳銷商人數分布情形（圖 4、統計表 2，頁 12），女性傳銷商年齡層分布，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。從前 3 名年齡層分布觀之，69.35% 之女性傳銷商年齡落在 40 歲至 69 歲區間，此區間的女性長期接收傳統社會制度的思想及主張，多數有著根深蒂固的傳統思維模式（如男主外女主內等），生活重心著重於家庭，對於發展、經營事業等實現自我之企圖心較不顯著，此可由兩性傳銷商參加傳銷事業之原因得到相對應之印證。

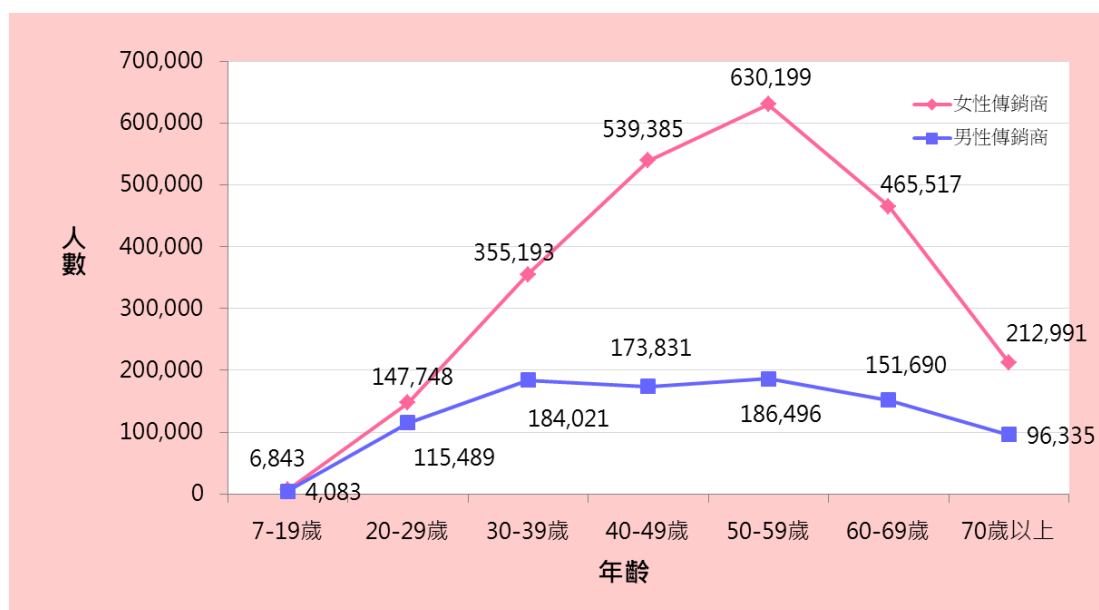


圖 4 各年齡層傳銷商人數及性別組成⁷

（二）傳銷事業認為兩性傳銷商加入之原因

經調查 108 年各傳銷事業認為兩性傳銷商加入之原因（圖 5），女性傳銷商以貼補家用為首，占 80.83%（270 家/334 家），依次分別為商品喜好 77.84%（260 家/334 家）、實現自我 57.78%（193 家/334 家）、結交朋友 48.50%（162

⁷ 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。

家/334 家)、打發時間 24.85% (83 家/334 家); 反觀男性傳銷商則以實現自我為首, 占 68.56% (229 家/334 家), 依次分別為商品喜好 64.67% (216 家/334 家)、貼補家用占 53.89%(180 家/334 家)、結交朋友 40.12%(134 家/334 家)、打發時間 11.38% (38 家/334 家), 顯見女性傳銷商加入傳銷事業之原由, 填貼補家用之因素明顯高於男性傳銷商, 反觀於實現自我部分, 卻是男性傳銷商高於女性傳銷商。

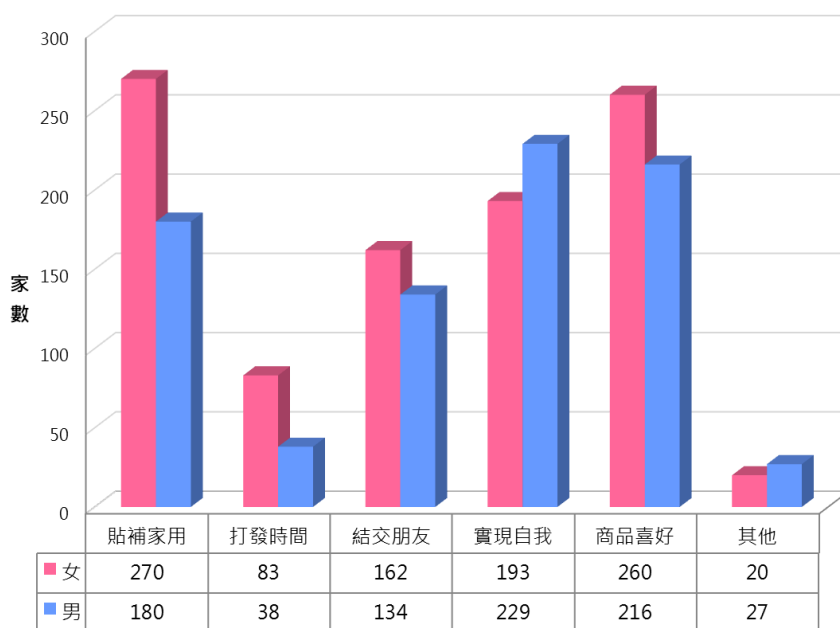


圖 5 108 年兩性傳銷商加入傳銷事業之原因 (可複選)

(三)兩性傳銷商領取佣 (獎) 金人數及金額統計

依據本次調查結果顯示 (表 1、統計表 3, 頁 13), 108 年傳銷商領取佣 (獎) 金人數計 94.9 萬人, 較 107 年之 83.7 萬人, 增加 11.2 萬人。其中女性傳銷商領取佣 (獎) 金者為 68.63 萬人, 較 107 年之 59.68 萬人, 增加 8.95 萬人, 比率由 107 年之 71.27%, 增加為 108 年之 72.30%, 而男性傳銷商領取佣 (獎) 金人數計 26.30 萬人, 較 107 年之 24.06 萬人, 增加 2.24 萬人, 比率則由 107 年之 28.73%, 減少為 108 年之 27.70%。

此外, 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, 較 107 年之 388.81 億元, 增加 3.02 億元。其中女性傳銷商領取佣 (獎) 金金額為 256.28 億元, 較 107 年之 253.59 億元, 增加 2.69 億元, 比率由 107 年之 65.22%, 增加為 108 年之 65.41%。男性傳銷商領取佣 (獎) 金金額為 135.55 億元, 較 107 年之 135.22 億元, 增加 0.33 億元, 比率則由 107 年

之 34.78%，減少為 108 年之 34.59%。而 108 年度平均每位傳銷商全年領取佣（獎）金為 41,276 元，較 107 年之 46,427 元，減少 5,151 元。其中，男性傳銷商為 51,542 元，較 107 年之 56,193 元，減少 4,651 元。女性傳銷商為 37,342 元，較 107 年之 42,490 元，減少 5,148 元。

表 1 兩性傳銷商領取佣（獎）金人數及金額變化

性別	項目	107年	108年	增減
女性	領取人數	59.68萬人 (71.27%)	68.63萬人 (72.30%)	+8.95萬人 (1.03%)
	領取金額	253.59億元 (65.22%)	256.28億元 (65.41%)	+2.69億元 (0.19%)
	平均全年領取金額	42,490元	37,342元	-5,148元
男性	領取人數	24.06萬人 (28.73%)	26.30萬人 (27.70%)	+2.24萬人 (-1.03%)
	領取金額	135.22億元 (34.78%)	135.55億元 (34.59%)	+0.33億元 (-0.19%)
	平均全年領取金額	56,193元	51,542元	-4,651元

綜上，就整體數據觀之，108 年女性傳銷商平均全年領取金額少於男性，因 108 年女性傳銷商領取佣（獎）金人數之成長幅度(約成長 1.03%)大於領取金額之成長幅度(約成長 0.19%)所致。

(四)高階傳銷商領取佣（獎）金之情形

此部分係針對 108 年各傳銷事業領取佣（獎）金前 10 名男女比例，以及各傳銷事業領取前 10 名女性、前 10 名男性之平均全年領取佣（獎）金金額進行調查。

本次調查結果顯示(圖 6)，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%），而事業前 10 名女性平均每人全年領取金額為 169.26 萬元較前 10 名男性平均每人全年領取 129.45 萬元，多 39.81 萬元，又領取佣（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%）。

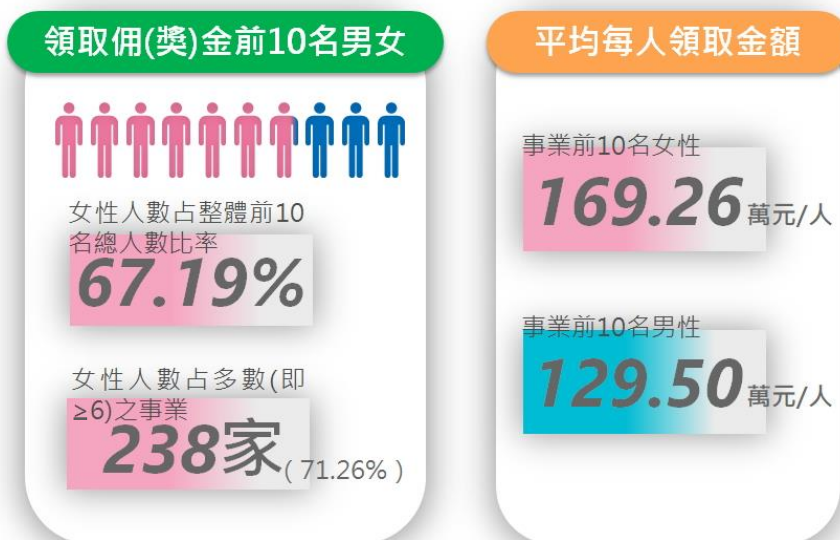


圖6 108年兩性傳銷商領取佣(獎)金總體概況

綜觀上開調查資料所示，多數傳銷事業領取較高佣(獎)金之高階傳銷商中，女性傳銷商明顯多於男性傳銷商，且女性傳銷商平均每人全年領取金額亦高於男性傳銷商。

五、結論

鑑於多層次傳銷業特性，傳銷商及傳銷事業間並不具僱傭關係，係獨立的經營個體，其性質與SOHO族、個人工作室或公司經營者相同，對於是否參加經營及其經營業務之方式、內容有完全自主決定能力，且無任何學歷、性別、專業、年齡等條件限制或門檻，工作時間彈性、進出市場自由，無論係以法人、自然人方式經營，或是否設立實體店面，都有很大的彈性空間。因此，想要在此產業獲取高額報酬，需透過自己建立之銷售組織來銷售公司商品或服務，晉升為高階傳銷商，否則也只是領取低額報酬之消費型與低、中階傳銷商。

針對本次調查結果，108年全體傳銷商所領取之佣(獎)金相較107年僅增加3.02億元(女性傳銷商增加2.69億元、男性傳銷商增加0.33億元)，而領取佣(獎)金之人數卻增加11.2萬人，其中女性傳銷商為8.95萬人，占新增領取總人數近八成，顯見女性傳銷商領取之平均佣(獎)金金額因人數領取成長幅度大於金額成長幅度而有減少之情形。就107年及108年兩性傳銷商領取佣(獎)金人數及金額變化觀之，女性傳銷商領取佣(獎)金人數占領取總人數約七成，女性傳銷商領取之佣(獎)金占總獎金65%-69%之

間，然而男性傳銷商平均全年領取佣（獎）金金額卻大於女性傳銷商，且有逐年擴大差距之趨勢，究其原因係絕大多數女性傳銷商仍屬消費型與低、中階傳銷商，進而稀釋平均佣（獎）金金額。

依「各年齡層傳銷商人數及性別組成」之調查統計資料，男性傳銷商年齡層分布情形較為平均，相較於女性傳銷商，其年齡層分布有近7成落在40歲至69歲區間，此區間的女性長期接收傳統社會制度的思想及主張，多數有著根深蒂固的傳統思維模式(如男主外女主內等)，生活重心著重於家庭，對於發展、經營事業等實現自我之企圖心較不顯著。復交叉比對「兩性傳銷商加入傳銷事業之原因」之調查統計資料，其所列各項原因(貼補家用、打發時間、結交朋友、實現自我、商品喜好及其他)中，女性傳銷商加入傳銷事業之原因係以貼補家用為首，其次為商品喜好，而男性傳銷商則以「實現自我」為首。據此，可推定多數女性傳銷商，因生活重心著重於家庭，加入僅為貼補家用或愛好商品，較無心力經營傳銷事業，絕大多數屬領取較低報酬之消費型與低、中階傳銷商，造成女性傳銷商平均全年領取佣（獎）金較男性傳銷商低之主因。

另觀察高階傳銷商領取佣（獎）金之情形，就108年各傳銷事業領取佣（獎）金前10名男女比例，以及各傳銷事業領取前10名女性、前10名男性之平均全年領取佣(獎)金金額進行調查。以各傳銷事業領取佣（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334家之71.26%），而事業前10名女性傳銷商平均全年領取佣（獎）金金額為169.26萬元較前10名男性傳銷商平均全年領取佣（獎）金金額129.45萬元，多39.81萬元。

綜上所述，經交叉比對「各年齡層傳銷商人數及性別組成」及「兩性傳銷商加入傳銷事業之原因」之調查統計資料，可推定多數女性傳銷商加入傳銷事業多為貼補家用或愛好商品，較無心力經營傳銷事業，投入時間相對較少，絕大多數屬領取較低報酬之消費型與低、中階傳銷商，因而造成女性傳銷商平均全年領取佣（獎）金較男性傳銷商低之主因。又為進一步瞭解可能為全職傳銷商(按傳銷業界常態多為高階傳銷商)之性別比率及平均全年領取佣（獎）金之情形，特針對各傳銷事業領取佣（獎）金前10名男女傳銷商進行調查，多數傳銷事業領取較高佣(獎)金之高階傳銷商中，女性傳銷商多於

男性傳銷商，且女性傳銷商平均全年領取佣（獎）金金額亦高於男性傳銷商，此似乎可說明傳銷商獲取佣（獎）金之多寡主要影響因素在於其投入程度、銷售及經營組織能力等。

附錄、統計表

表 1 多層次傳銷事業傳銷商參加人數性別統計表

年度	多層次傳銷事業傳銷商 (人)			比例		
	女性傳銷商	男性傳銷商	總計	女性	男性	合計
96	3,359,175	2,321,825	5,681,000	59.13%	40.87%	100%
97	2,784,199	2,368,801	5,153,000	54.03%	45.97%	100%
98	3,389,251	2,176,749	5,566,000	60.89%	39.11%	100%
99	3,903,945	1,822,055	5,726,000	68.18%	31.82%	100%
100	1,762,400	770,600	2,533,000	69.58%	30.42%	100%
101	2,168,456	920,424	3,088,880	70.20%	29.80%	100%
102	1,425,828	693,473	2,119,301	67.39%	32.61%	100%
103	1,377,562	791,388	2,168,950	63.51%	36.49%	100%
104	1,755,851	780,841	2,536,692	69.22%	30.78%	100%
105	1,914,508	849,574	2,764,082	69.26%	30.74%	100%
106	2,044,414	948,198	2,992,612	68.32%	31.68%	100%
107	2,158,445	925,320	3,083,765	69.99%	30.01%	100%
108	2,627,622	1,066,972	3,694,594	71.12%	28.88%	100%

說明：依本會 108 年多層次傳銷事業經營發展狀況調查結果顯示，108 年底女性傳銷商計約 262.76 萬人，占傳銷商總人數之 71.12%，較 107 年 215.84 萬人（占 69.99%），增加 46.92 萬人，且自 96 年將女性傳銷商列為調查對象以來，女性傳銷商所占比率均高於男性傳銷商，足見女性已為傳銷市場主力，其原因或與我國傳銷商品係以營養食品及美容保養品兩大品項營業額占多層次傳銷營業總額比近 7 成有關。

表 2 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。

表 3 傳銷商領取佣(獎)金人數、金額及其占比性別統計表

年度	領取佣(獎)金人數 (人/%)			領取佣(獎)金之金額 (億元/%)			平均每位傳銷商全年領取 佣(獎)金(元)		
	女性 傳銷商	男性 傳銷商	總計	女性 傳銷商	男性 傳銷商	合計	女性 傳銷商	男性 傳銷商	傳銷商
102	405,056/ 59.1	280,340/ 41.9	685,396/ 100	146.77/ 59.06	101.76/ 40.94	248.53/ 100	36,234	36,299	36,260
103	533,574/ 70.78	220,271/ 29.22	753,845/ 100	171.08/ 64.93	92.41/ 35.07	263.49/ 100	32,063	41,953	34,947
104	596,525/ 72.31	228,411/ 27.69	824,936/ 100	196.17/ 67.67	93.74/ 32.33	289.91/ 100	32,886	41,042	35,144
105	576,044/ 70.48	241,249/ 29.52	817,293/ 100	235.77/ 68.64	107.74/ 31.36	343.51/ 100	40,756	44,659	41,907
106	569,345/ 71.62	225,614/ 28.38	794,959/ 100	248.25/ 68.16	115.98/ 31.84	364.23/ 100	43,603	51,406	45,466
107	596,810/ 71.27	240,640/ 28.73	837,450/ 100	253.59/ 65.22	135.22/ 34.78	388.81/ 100	42,490	56,193	46,427
108	686,291/ 72.30	262,990/ 27.70	949,281/ 100	256.28/ 65.41	135.55/ 34.59	391.83/ 100	37,342	51,542	41,276

說明：依本會 108 年多層次傳銷事業經營發展狀況調查結果顯示，108 年女性傳銷商領取佣(獎)金人數約 68.63 萬人，占領取佣(獎)金人數之 72.30%，較 107 年 59.68 萬人（占 71.27%），增加約 8.95 萬人。而 108 年女性傳銷商領取佣(獎)金之金額為 256.28 億元，占領取佣(獎)金總金額之 65.41%，較 107 年 253.59 億元，增加 2.69 億元。

年度：109	類型：單位預算	版別：性別預算執行情形表			附件 3
單位：公平交易委員會	單位代碼：A62000000G				
計畫或業務項目名稱	性別預算數(法定預算)(千元)	性別平等年度執行成果	性別平等業務類型	性別預算數執行數(千元)	性別預算執行率
召開本會性別平等專案小組會議及製作性別平等文宣	計畫小計：23	(1) 召開本會性別平等專案小組會議3次，每次至少2位以上外聘委員參加，期透過專家學者之指導，協助機關業務融入性別觀點。 (2) #是 (3) 原計畫或業務項目名稱為「召開本會性別平等專案小組會議」，至於性別預算執行率超過120%之原因：係依據109年3月19日本會性別平等專案小組109年第1次會議討論通過之推動性別平等業務精進事項策進作為相關決議，新增委外製作3款本會宣導活動性別平等文宣(34千元)所致。		51	221.70%
計畫年度預算：23(千元) 性別預算占計畫年度預算比率：100(%)		(1) 法定預算之性別平等年度預期成果。(使用系統填報者，請使用系統帶入前所填報內容如上，請勿刪除或修改) (2) 請檢視年度執行情形是否達成前項年度預期成果，如完全達成，請填寫「#是」；未達成或部分達成請填寫「#否」，實際執行成果：_____。未達預期成果之原因：_____。(請保留半形井字號，以利後續資料之搜尋與計算) (3) 本項目性別預算執行率未達80%或超過120%者原因說明。	<input type="checkbox"/> 一、經性別影響評估之方案計畫 <input type="checkbox"/> 1-1 中長程個案計畫 <input type="checkbox"/> 1-2 非屬中長程個案計畫之方案、計畫、措施、服務、活動等		
			<input checked="" type="checkbox"/> 二、性別平等政策綱領 <input type="checkbox"/> 2-1 推動三合一政策之托育公共化 <input type="checkbox"/> 2-2 提升女性經濟力 <input type="checkbox"/> 2-3 去除性別刻板印象與偏見 <input type="checkbox"/> 2-4 強化高齡社會之公共支持 <input type="checkbox"/> 2-5 促進公私部門決策參與之性別平等 <input checked="" type="checkbox"/> 2-6 非屬前開五大重要議題之其他性別平等政策綱領涉及事項 權力、決策與影響力篇 (一) 強化性別平等之政策及治理機制		
			<input checked="" type="checkbox"/> 三、性別主流化工具 <input type="checkbox"/> 四、促進性別平等相關法律 <input type="checkbox"/> 法律名稱：		
			<input type="checkbox"/> 五、其他促進性別平等業務 <input type="checkbox"/> 5-1 非屬第4類之法律／法律名稱： <input type="checkbox"/> 5-2 非屬第1類之單一年度計畫、服務方案或經常性業務等 <input type="checkbox"/> 5-3 條約、協定或協議等		

年度：109	類型：單位預算	版別：性別預算執行情形表			
單位：公平交易委員會	單位代碼：A62000000G				
計畫或業務項目名稱	性別預算數(法定預算)(千元)	性別平等年度執行成果	性別平等業務類型	性別預算數執行數(千元)	性別預算執行率
辦理性別意識培力訓練課程、規劃辦理家庭日活動	89	<p>(1) 法定預算之性別平等年度預期成果： 1. 為培養同仁具性別敏感度之觀念，提升個人追求並落實性別平等之能力，規劃辦理性別意識培力課程，擇定3場次與性別平等政策綱領各領域相關之主題辦理影片賞析，預計2級主管以上人員達成76%、同仁達成87%參訓率。 2. 為宣導鼓勵夫妻共同分擔家務(含親人照護)，並促進家庭和諧，規劃辦理家庭日活動。 (2) #是 (3) 本項目性別預算執行率未達80%之原因：係因原於109年家庭日活動先期規劃階段，預定於當日活動下午辦理具性平教育性質之影片賞析，惟時為遵照行政院蘇院長於院會所作促進國旅指示，改以辦理戶外參訪活動，致減省經費。</p>		68	76.40%
計畫年度預算：89(千元)	性別預算占計畫年度預算比率：100(%)	<p>「請說明是否達成上述年度預期成果，如否，請說明理由。」 請填寫以下3點內容： (1) 法定預算之性別平等年度預期成果。(使用系統填報者，請使用系統帶入前所填報內容如上，請勿刪除或修改) (2) 請檢視年度執行情形是否達成前項年度預期成果，如完全達成，請填寫「#是」；未達成或部分達成請填寫「#否」，實際執行成果：_____。未達預期成果之原因：_____。(請保留半形井字號，以利後續資料之搜尋與計算) (3) 本項目性別預算執行率未達80%或超過120%者原因說明。</p>	<input type="checkbox"/> 一、經性別影響評估之方案計畫 <input type="checkbox"/> 1-1 中長程個案計畫 <input type="checkbox"/> 1-2 非屬中長程個案計畫之方案、計畫、措施、服務、活動等 <input checked="" type="checkbox"/> 二、性別平等政策綱領 <input type="checkbox"/> 2-1 推動三合一政策之托育公共化 <input type="checkbox"/> 2-2 提升女性經濟力 <input checked="" type="checkbox"/> 2-3 去除性別刻板印象與偏見 <input type="checkbox"/> 2-4 強化高齡社會之公共支持 <input type="checkbox"/> 2-5 促進公私部門決策參與之性別平等 <input type="checkbox"/> 2-6 非屬前開五大重要議題之其他性別平等政策綱領涉及事項 <input checked="" type="checkbox"/> 三、性別主流化工具		

		<input type="checkbox"/> 四、促進性別平等相關法律			
		<input type="checkbox"/> 法律名稱：			
		<input type="checkbox"/> 五、其他促進性別平等業務			
		<input type="checkbox"/> 5-1非屬第4類之法律 /法律名稱：			
		<input type="checkbox"/> 5-2非屬第1類之單一年度計畫、服務方案或經常性業務等			
		<input type="checkbox"/> 5-3條約、協定或協議等			