中華民國 97 年
多層次傳銷事業經營概況調查報告

行政院公平交易委員會編印

中華民國 98 年 6 月出版

目 錄

壹、調查概要 1

貳、提要分析 2

參、統計表

表 1　多層次傳銷事業成立時間 20

表 2　營業據點分布概況 21

表 3　平均每家事業參加人數與傳銷商人數統計 22

表 4　參加人數及傳銷商規模

（一）參加人數規模 23

（二）傳銷商規模 24

表 5　女性傳銷商比率 25

表 6　專職傳銷商比率 26

表 7　新加入傳銷商規模 27

表 8　訂貨傳銷商規模 28

表 9　傳銷商訂貨比率 29

表 10 領取佣金或獎金傳銷商規模 30

表 11 傳銷商領取佣金或獎金比率 31

表 12 領取佣(獎)金傳銷商平均領取佣(獎)金分布 32

表 13 晉級規定及聘級分布 33

表 14 傳銷商之加入條件統計 34

表 15 對傳銷商之營業要求 36

表 16 福利措施 38

表 17 傳銷商佣金計算方式 40

表 18 傳銷商佣金計算基準 42

表 19 退貨金額統計 43
表 20 訂定退貨商品價值減損規範統計 44
表 21 續約費用及續約效期統計 45
表 22 營業收支及折舊統計 46
表 23 平均每家事業營收支及折舊統計 47
表 24 進貨（製造）成本比率分布 48
表 25 佣（獎）金支付比率分布 50
表 26 銷售商品家數統計 52
表 27 商品銷售金額統計 54
表 28 多層次傳銷商品來源統計 58
表 29 預期 98 年營業額變動概況 71
表 30 預期 98 年傳銷組織變動概況 72
表 31 98 年營業據點拓展計畫 73
表 32 未來可能面臨的問題 75

肆、附錄

一、多層次傳銷事業經營概況調查實施計畫 78
二、多層次傳銷事業經營概況調查表 79
三、多層次傳銷管理辦法 85
四、多層次傳銷事業報備及變更報備須知 89

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，於 88 年 2 月 3 日修正，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，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。

二、法令依據

依據統計法第 3、4 條暨公平交易法第 25 條之規定辦理。

三、調查範圍與對象

至 97 年底已向本會報備之多層次傳銷事業均為調查對象。

四、調查項目

（一）基本資料：包括事業名稱、聯絡電話、事業成立時間、資本額、員工人數、營業據點分布等。

（二）事業經營概況：

1.參加人數及傳銷商數、未滿 20 歲傳銷商數、女性傳銷商數、專職傳銷商數、訂貨傳銷商數、領取佣（獎）金傳銷商數及退出之傳銷商數。

2.晉級規定及聘級數、最高聘級及最低聘級傳銷商數。

3.傳銷商加入之條件。

4 退貨狀況、續約狀況、佣獎金及福利狀況。

5.事業全部營業額、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、員工薪資及折舊費用。

6.多層次傳銷所銷售商品之類別、營業額及來源。

（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 97 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 97 年底數字為準。

（二）調查實施期間：98 年 4 月 1 日至 4 月 30 日。

六、抽樣方法

全查

七、調查方法

採通信調查為主，電話催表為輔。

貳、提要分析

一、調查概況

多層次傳銷爲行銷通路的一種，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，因此我國公平交易法特將多層次傳銷行爲納入規範，並且授權本會訂定「多層次傳銷管理辦法」，以爲執行管理之依據。

依據多層次傳銷管理辦法，所有從事多層次傳銷的事業，均需向本會報備，截至 97 年底止向本會報備之多層次傳銷事業計 396 家，較 96 年底 720 家，減少 324 家(或 45%)，主要係事業自行徹銷報備，及本會 97 年積極清查報備名冊，將已無營業事實之事業剔除所致。

本次調查 97 年底仍於本會報備多層次傳銷之事業計 396 家，其中回報 97 年實施多層次傳銷之事業計 235 家，較 96 年底 258 家，減少 23 家(或減 8.91%)，另 23 家主動來函撤銷報備、22 家 97 年尚未實施多層次傳銷、餘 116 家係因故停止多層次傳銷傳銷行爲或營業狀況、搬遷不明。(表 1)

本調查係蒐集已報備之多層次傳銷事業 97 年經營概況資料，因此以下統計分析係以截至 97 年底仍從事多層次傳銷行爲之 235 家事業爲範圍。

表 1　報備之多層次傳銷事業活動概況

單位：家

年 底 別	總計	實施 多層次傳銷	撤銷 報備	停止 多層次傳銷 （含營業狀況不明及搬遷不明）	尚未實施 多層次傳銷
94 年	735	288	69	331	47
95 年	704	249	40	388	27
96 年	720	258	48	375	39
97 年	396	235	23	116	22
與上年增減比較(%)	-45.00	-8.91	-52.08	-69.07	-43.59

二、基本資料分析

（一）成立時間

就 235 家多層次傳銷事業成立時間觀察，91 年以後成立者有 128 家(占 54.47%)居首，86 年至 90 年間成立者有 46 家(占 19.57%)居次，80 年至 85 年間成立者有 37 家(占 15.74%)居第三。(表 2)

表 2　從事多層次傳銷之事業成立時間

單位：家

年 底 別	總計	民國 79 年 以前	民國 80 年 至 85 年	民國 86 年 至 90 年	民國 91 年 以後
94 年	288	28	41	76	143
95 年	249	22	39	63	125
96 年	258	26	37	59	136
97 年	235	24	37	46	128

（二）實施多層次傳銷時間

報備之多層次傳銷事業中最早經營是項業務始於民國 70 年，其後民國 80 年公布公平交易法正式將多層次傳銷事業納入管理，爲多層次傳銷事業找到發展空間。就 97 年底 235 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，91 年以後實施多層次傳銷之事業計 165 家（占 70.21%）居首，其次爲 86 年至 90 年間實施傳銷之事業計 33 家。(表 3)

表 3　事業實施多層次傳銷之時間分布

單位：家

年底別	總　計	民國 79 年以前	民國 80 年至 85 年	民國 86 年至 90 年	民國 91 年以後
94 年	288	13	32	62	181
95 年	249	13	29	54	153
96 年	258	12	26	47	173
97 年	235	13	24	33	165

（三）資本額分布

97 年底多層次傳銷事業資本額分布，以 1 千萬元至未及 5 千萬元之事業爲最多，計 90 家（占 38.30%），其次爲 5 百萬至未及 1 千萬元之事業計 64 家（占 27.23%），而 5 千萬元以上之事業計 36 家（占 15.32%）居末。(表 4)

表 4　資本額分布

年底別	事業家數(家)	結構比 (%)				
		總　計	未及 5 百萬元	5 百萬至未及 1 千萬元	1 千萬至未及 5 千萬元	5 千萬元以上
94 年	288	100.00	19.44	30.56	37.85	12.15
95 年	249	100.00	21.29	28.11	38.15	12.45
96 年	258	100.00	18.22	29.07	41.08	11.63
97 年	235	100.00	19.15	27.23	38.30	15.32

（四）事業國籍分布

依調查結果顯示，235 家多層次傳銷事業中屬外商公司計 53 家（占 22.55%），其中屬美商之事業計 30 家，屬日商計 9 家，另屬香港計 5 家，馬來西亞、紐西蘭、新加坡各 2 家，荷蘭、英屬維京群島及英屬蓋曼群島各 1 家。(表 5)

表 5　國籍分布

年底別	事業家數(家)	結構比(%)		
		總 計	本國公司	外商公司
94 年	288	100.00	82.29	17.71
95 年	249	100.00	79.52	20.48
96 年	258	100.00	79.46	20.54
97 年	235	100.00	77.45	22.55

（五）事業所在地區分布

97 年從事多層次傳銷之事業，其登記所在地區主要仍以北部地區 151 家（占 64.26%）爲最多，中部地區 43 家（占 18.30%）居次，南部地區 40 家，東部地區 1 家。按縣市別觀之，以台北市 113 家（占 48.09%）居首，其次爲台中市 35 家(占 14.89%)，計占 62.98%，主因多層次傳銷係運用「人際網脈關係」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。(表 6)

表 6　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
94 年	288	181	61	46	-
95 年	249	157	54	38	-
96 年	258	162	52	40	4
97 年	235	151	43	40	1

（六）營業據點分布

97 年底多層次傳銷事業在國內之營業據點(包括報備之登記所在地、業務處、辦事處、展示中心、發貨中心等)計 1,036 處，其中以北部地區 413 處(占 39.86%)爲最多，其次爲南部地區 315 處，中部地區 273 處居第三，而東部及金馬地區僅 35 處居末。

（七）員工人數規模

97 年底多層次傳銷事業員工人數(不含參加人)計 4,546 人，平均每家員工數 19.34 人。若按員工人數規模觀之，以 5 至 9 人之事業計 66 家(占 28.09%)居首，其次爲未滿 5 人之事業計 59 家(占 25.11%)，10 至 19 人之事業有 48 家(占 20.43%)再次之，而 70 人以上之事業有 10 家，占 4.26%居末。(表 7)

表 7　員工人數統計

年 底 別	事業家數(家)	員工人數(人)	平均每家員工數(人/家)	員工人數分布結構比 (%)						
				總計	未滿 5 人	5～9 人	10～19 人	20～39 人	40～69 人	70 人以上
94 年	288	5,751	19.97	100.00	19.10	32.99	22.22	14.58	5.56	5.56
95 年	249	5,065	20.34	100.00	24.90	27.31	21.29	12.05	9.24	5.22
96 年	258	4,922	19.08	100.00	25.58	27.13	19.77	15.50	8.14	3.88
97 年	235	4,546	19.34	100.00	25.11	28.09	20.43	13.62	8.51	4.26

（八）採行多層次傳銷

97 年完全採用多層次傳銷方式之事業計 132 家（占 56.17%），另 43.83%之事業採取多元的行銷策略，除傳統行銷方式外，並兼採多層次傳銷手法行銷，其占多層次傳銷產值比重 29.80%。

（九）加入條件

多層次傳銷係就推廣或銷售之計畫或組織，參加人給付一定代價，以取得推廣、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。而所謂給付一定代價，即具有給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務等。

依調查結果得知，235 家事業中 97 年訂有加入條件之事業計 226 家（占 96.17%），就單項之加入條件觀察，以需繳納保證金或入會費 121 家(占 51.49%)爲最多，其次依序爲需訂購產品，計 119 家事業(占 50.64%)、需購買資料袋 52 家（占 22.13%）；再觀察需同時具備繳納保證金或入會費及訂購商品之事業計 51 家（占 21.70 %）、需同時具備訂購產品及購買資料袋 16 家（占 6.81%）、需同時具備繳納保證金或入會費及購買資料袋 7 家（占 2.98%），另同時需具備前述三項之加入條件之事業計 2 家（占 0.85%）。再觀察加入條件之費用，一般保證金或入會費介於 50 元～8,800 元，需訂購產品總值介於 600 元～43 萬 6,900 元。 (表 8)

表 8　加入條件

97 年

單位：家

多層次傳銷營業額別	無條件限制	有條件限制	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	9	226	121	119	17	52	7	2
未及 1 百萬元	2	13	8	8	2	3	1	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	4	63	34	36	3	11	3	-
1 千萬元至未及 1 億元	1	93	51	53	9	18	3	2
1 億元至未及 10 億元	2	45	22	19	2	13	-	-
10 億元以上	-	12	6	3	1	7	-	-

三、經營概況

（一）參加人數及傳銷商概況

97 年底計 515.3 萬人次（傳銷商 440.5 萬人次、純消費者 74.7 萬人次）參加報備之多層次傳銷事業，較 96 年底 568.1 萬人次，減少 52.8 萬人次或 9.29%。由於大部分業者並未限制其參加人不可加入其他多層次傳銷事業，因此有些參加人同時參加二個以上之事業，根據本會估算剔除重複參加人數，97 年底參加人數爲 411.1 萬人，較 96 年底 453.3 萬人減少 42.2 萬人。另依內政部統計 97 年底我國總人口數 2,303.7 萬人，平均每百人中有 17.85 人參加多層次傳銷組織，即加入傳銷率 17.85%，較 96 年底 19.74%，減少 1.89 個百分點。

1.新加入傳銷商規模

97 年新加入傳銷商計 62.6 萬人，占總傳銷商之 14.21%。觀察各事業新加入傳銷商規模，以未及 5 百人之事業居多，計 129 家（占 54.89%），其次爲 1 千至未及 1 萬人之事業，計 65 家（占 27.66%），新加入傳銷商規模達 5 萬人以上之事業計 2 家，均爲多層次傳銷營業額 10 億元以上之外商。

2. 傳銷商人數規模

97 年底傳銷商總數(未剔除重複)440.5 萬人，平均每家傳銷商人數 1.87 萬人。觀察傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 96 家(占 40.85%)，其次是 1 千至未及 1 萬人之事業，計 81 家(占 34.47%)，1 萬至未及 5 萬人之事業，計 38 家(占 16.17%)再次之，而傳銷商人數在 10 萬人以上之事業計 11 家；另由於多層次傳銷事業行銷通路憑藉傳銷商，因此多層次傳銷營業額大小與傳銷商數規模息息相關，多層次傳銷營業額未及 1 百萬元之 15 家事業，其傳銷商人數均未及千人，而多層次傳銷營業額逾 10 億元以上之 12 家事業，其傳銷商人數均逾 1 萬人，其中逾 10 萬人以上者計 4 家。(表 9)

表 9　傳銷商規模分布

97 年底　　單位：家

多層次傳銷營業額別	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	235	96	81	38	9	11
未及 1 百萬元	15	15	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	52	14	1	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	94	28	53	10	2	1
1 億元至未及 10 億元	47	1	14	21	5	6
10 億元以上	12	-	-	6	2	4

3. 訂貨傳銷商人數規模

由於多層次傳銷事業對參加人資格並無嚴格限制，部分產品使用者亦被視同參加人，致實際從事傳銷者之規模遠比參加人數少。根據調查結果顯示，97 年曾訂貨傳銷商計 117.4 萬人，占傳銷商總數比率 26.65%；觀察 97 年訂貨傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業爲最多，計 138 家(占 58.72%)，其中 111 家係於 91 年以後實施多層次傳銷；其次爲 1 千至未及 5 千人之事業計 55 家(占 23.40%)；另訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業計 6 家，其中 5 家多層次傳銷營業額逾 10 億元以上。(表 10)

97 年多層次傳銷事業傳銷商訂貨比率在 60%以上之事業爲最多，計 105 家 (占 44.68%)，其中 91 年以後實施多層次傳銷 85 家，其次爲訂貨比率未及 15%之事業計 52 家(占 22.13%)，訂貨比率 40%至 59%之事業居第三位計 32 家(占 13.62%)。(表 11)

表 10　訂貨傳銷商人數規模分布－按多層次傳銷營業額分

97 年　　單位：家

多層次傳銷營業額別	總計	未及 1 千人	1 千人至未及 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	235	138	55	17	19	6
未及 1 百萬元	15	15	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	65	1	-	-	1
1 千萬元至未及 1 億元	94	54	37	2	1	-
1 億元至未及 10 億元	47	4	17	14	12	-
10 億元以上	12	-	-	1	6	5

表 11　傳銷商訂貨比率結構分布

97 年　　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	235	52	19	27	32	105
未及 1 百萬元	15	3	1	-	2	9
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	9	8	8	9	33
1 千萬元至未及 1 億元	94	24	8	10	12	40
1 億元至未及 10 億元	47	14	2	8	7	16
10 億元以上	12	2	-	1	2	7

4. 領取獎金或佣金之傳銷商人數規模

由於傳銷商和多層次傳銷事業間無僱傭關係，爲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。97 年曾領取獎金或佣金之傳銷商計 63.6 萬人，占傳銷商人數比率 14.44%；觀察 97 年領取獎金傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業最多，計 165 家(占 70.21%)，其中 130 家係於 91 年以後實施多層次傳銷，其次爲 1 千至未及 5 千人之事業 44 家(占 18.72%)，而 3 萬人以上之事業 3 家，其多層次傳銷營業額均逾 10 億元。(表 12)

97 年多層次傳銷事業傳銷商領取獎金或佣金比率以未及 15%之事業 72 家（占 30.64%）爲最多，其次爲 25%至 39%之事業 50 家（占 21.28%），40%至 59%以上之事業 41 家（占 17.45%）再次之。

表 12　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

民國 97 年　　單位 ：家

營業額規模別	總計	未及 1 千人	1 千人至未及 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	235	165	44	11	12	3
未及 1 百萬元	15	15	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	67	-	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	94	76	18	-	-	-
1 億元至未及 10 億元	47	7	25	8	7	-
10 億元以上	12	-	1	3	5	3

5. 女性傳銷商比率分布

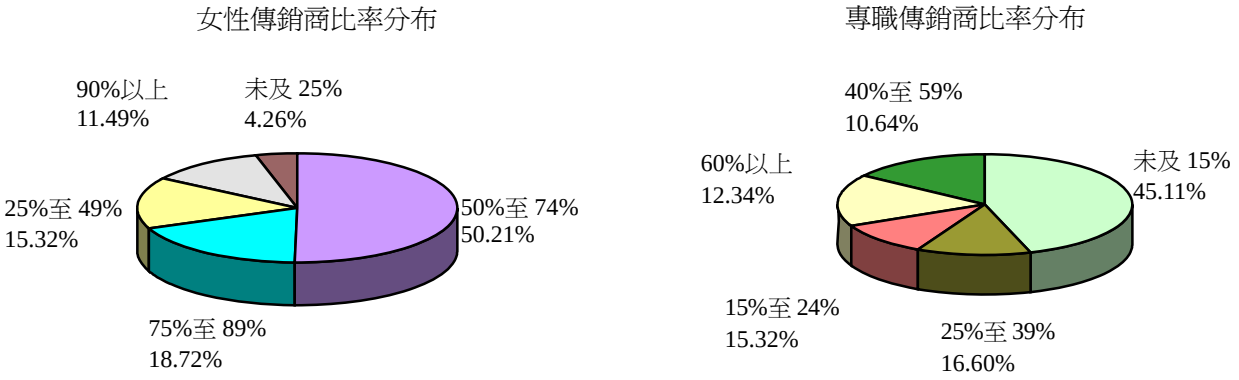
調查結果顯示，女性傳銷商計 278.4 萬人，占傳銷商比率 63.20%，再依事業女性傳銷商比率觀察，以介於 50%至 74%之事業最多，計 118 家（占 50.21%），其次爲 75%至 89%之事業占 18.72%；而未及 25%之事業僅占 4.26%居末，足見女性爲傳銷市場主力。(圖 1)

6. 專職傳銷商比率分布

97 年底有 106 家之事業其傳銷商專職比率未及 15%，占 45.11%居第一，其次爲 25%至 39%之事業有 39 家，占 16.60%，15%至 24%之事業有 36 家，占 15.32%居第三，專職比率在 40%以上之事業占 2 成 3，顯示多層次傳銷傳銷商兼職比率頗高。(圖 1)

圖 1 女性及專職傳銷商比率分布

民國 97 年



（二）多層次傳銷營業額規模

97 年多層次傳銷事業營業總額 514.32 億元，較 96 年 531.14 億元，減少 16.82 億元（或減 3.17%），經以事業家數簡單平均計算，平均每家營業額 2 億 1,886 萬元，較 96 年 2 億 587 萬元，增加 1,299 萬元（或增 6.31%），若就營業規模家數分布觀察，營業額於 1 千萬元至未及 1 億元之事業最多，計 94 家(占 40.00%)，其次爲 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業 67 家(占 28.51%)，1 億元至未及 10 億元者之事業 47 家(占 20.00%)居第三，而 10 億元以上之事業 12 家，與 96 年相同。

營業額最高之前 12 家事業，其家數雖占全部家數 5.11%，惟其傳銷商占傳銷商總數 34.97%，營業額達 326.02 億元，占多層次傳銷產業總值 63.39%；足見多層次傳銷事業之營業規模與傳銷商人數多寡息息相關，且事業間之差距甚大。(表13)

表 13　營業額分布情形－按多層次傳銷營業額分

民國 97 年

多層次傳銷營業額別	事業家數 (家)	結構比 (%)	營業額 (百萬元)	占營業總額比率 (%)
總計	235	100.00	51 432.21	100.00
未及 1 百萬元	15	6.38	6.10	0.01
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	28.51	300.06	0.58
1 千萬元至未及 1 億元	94	40.00	3 379.27	6.57
1 億元至未及 10 億元	47	20.00	15 144.37	29.45
10 億元以上	12	5.11	32 602.41	63.39

（三）銷售商品或勞務類別

爲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，按銷售家數觀察，97 年以販售營養保健食品 192 家(占 81.70%)居冠，販售美容保養品 131 家(占 55.74%)居次，第三爲清潔用品 78 家(占 33.19%)。

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，爲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 285.80 億元(占 55.57%)，其次爲美容保養品 86.70 億元(占 16.86%)，第三位爲清潔用品 40.02 億元(占 7.78%)。各類營業額與 96 年比較，僅減重食品、圖書文具及錄影音帶、服務類商品等營業額增加，餘均減少。(表 14)

表 14　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* (%)	銷售額 (百萬元)	結構比 (%)
總　　計	235	100.00	51 432.21	100.00
1.營養保健食品	192	81.70	28 580.46	55.57
2.減重食品	25	10.64	1 280.12	2.49
3.美容保養品	131	55.74	8 669.67	16.86
4.清潔用品	78	33.19	4 002.52	7.78
5.健康器材	35	14.89	829.36	1.61
6.淨、濾飲水器材	24	10.21	1 680.36	3.27
7.衣著與飾品	29	12.34	2 490.16	4.84
8.寢具	11	4.68	617.34	1.20
9.圖書文具及錄影音帶	38	16.17	251.34	0.49
10.廚具、餐具	4	1.70	115.89	0.23
11.資訊商品	15	6.38	229.26	0.45
12.服務類商品	13	5.53	1 557.26	3.03
13.其他	36	15.32	1 128.48	2.19

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 235 家,結構比相加亦超過 100%。

（四）進貨(製造)成本所占比重之分布

97 年多層次傳銷事業進貨（製造）成本計 141.67 億元，占多層次傳銷營業總額 514.32 億元之 27.55%，較 96 年 28.03%，減少 0.48 個百分點。按個別事業之成本比重觀之， 20%至未及 30%之事業 86 家（占 36.60%）爲最多，其次 10%至未及 20%之事業 55 家（占 23.40%），30%至未及 40%之事業 43 家占 18.30%再次之。(表 15)

表 15　進貨(製造)成本比率分布

單位：%

年 別	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
94 年	100.00	7.64	20.83	28.13	18.40	9.72	5.21	2.78	7.29
95 年	100.00	8.43	23.69	29.32	18.88	6.43	2.81	4.42	6.02
96 年	100.00	5.43	23.26	34.50	16.67	6.20	3.10	1.94	8.91
97 年	100.00	3.40	23.40	36.60	18.30	8.94	2.55	0.43	6.38

說明：未及 10%之家數含當年開始實施多層次傳銷事業之資料。

（五）佣金(獎金)支付比率之分布

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，97 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出計 200 億元，占營業總額 514.32 億元之 38.89%，較 96 年 38.8%，略增 0.09 個百分點。就事業佣(獎)金支付比率分布觀察，以占營業總額 40%至未及 50%之事業最多，計 64 家（占 27.23%），其次為 30%至未及 40%之事業 51 家（占 21.70%），第三為 50%至未及 60%之事業 38 家（占 16.17%）。(表 16)

表 16　佣(獎)金支付比率

單位：%

年 別	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
94 年	100.00	7.99	6.25	10.76	21.18	26.04	15.97	7.99	3.82
95 年	100.00	7.63	7.63	16.47	17.67	24.10	19.28	3.21	4.02
96 年	100.00	5.43	7.75	12.40	22.48	25.97	15.89	5.43	4.65
97 年	100.00	4.68	8.51	15.32	21.70	27.23	16.17	5.53	0.85

說明：未及 10%之家數含因開業或其他特殊原因未填佣金支出者。

97 年領取佣(獎)金傳銷商人數計 63.61 萬人，各事業支付佣(獎)金總額為 200 億元，領取佣(獎)金者平均每人獲得佣(獎)金 3 萬 1,441 元，較 96 年 2 萬 2,104 元增加 9,337 元。就各事業觀察，領取佣(獎)金傳銷商平均佣(獎)金以 1 萬至未及 5 萬元之事業 135 家（占 57.45%）最多，其次為未及 1 萬元之事業 60 家（占 25.53%），5 萬至未及 10 萬元之事業 23 家（占 9.79%）居第三。(表 17)

表 17　領取佣(獎)金參加人平均佣(獎)金分布情形

單位：%

年 別	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
94 年	100.00	37.15	52.78	5.21	3.13	0.69	1.04
95 年	100.00	26.51	54.62	11.65	4.02	2.01	1.20
96 年＊	100.00	21.71	56.20	13.95	5.43	0.39	2.33
97 年＊	100.00	25.53	57.45	9.79	6.38	0.43	0.43

說明：＊為傳銷商資料。

（六）員工薪資與折舊

97 年多層次傳銷事業之從業員工（不含參加人）計 4,546 人，員工薪資（含加班費、獎金、紅利及誤餐費等）總額計 33.08 億元，平均每位員工薪資 72.76 萬元，以一年含年終獎金支領 14 個月計算，平均每人每月薪資 5.19 萬元。97 年全年折舊費用計 4.82 億元。

（七）銷售商品之來源

多層次傳銷事業銷售商品來源，大多以經銷國外品牌及委託製造為主，自行製造比率偏低，即少數多層次傳銷事業自行製造。(表 18)

表 18　銷售商品來源

單位：家

商品名稱	銷售商品事業家數	商品來源				
		自行製造	經銷外國品牌	經銷國內品牌	委託製造	其他
1.營養保健食品	192	29	63	39	99	2
2.減重食品	25	4	5	6	12	-
3.美容保養品	131	18	50	17	63	1
4.清潔用品	78	11	18	16	41	-
5.健康器材	35	3	11	10	12	1
6.淨、濾飲水器材	24	2	10	5	7	1
7.衣著與飾品	29	1	10	2	17	-
8.寢具	11	-	3	4	5	-
9.圖書文具及錄影音帶	38	10	5	5	20	4
10.廚具、餐具	4	-	4	1	-	-
11.資訊商品	15	3	3	6	2	3
12.服務類商品	13	6	-	2	4	3
13.其他	36	2	9	11	7	13

說明：事業銷售之商品有不同來源管道，因此其總和超過銷售事業總家數。

（八）多層次傳銷制度

事業採行多層次傳銷方式銷售，先制定完善之傳銷制度，包括傳銷組織之建立及其架構、營運計畫及規章等，依營運規章，透過傳銷組織擴張，方能加速拓展業務。爲對 235 家傳銷事業之傳銷制度有所了解，以下分別就層級分布、營業規範及活動概況等進行分析：

1. 聘級分布

傳銷組織層級設計與其是否訂定晉級規定有關，未訂定晉級規定者多採雙軌制或單一聘級制等，訂定晉級規定者，因各事業聘級層數不一，可概分爲 2 至 3 層、4 至 8 層、9 層以上等 3 類；97 年訂定晉級規定之事業 218 家（占 92.77%），其中聘級數在 4 至 8 層之事業家數計 158 家（占 67.23%），9 層以上之事業計 48 家（占 20.43%），2 至 3 層之事業占 5.11%。另最低聘級傳銷商占總傳銷商比率達 37.40%，而最高聘級傳銷商占總傳銷商比率 0.29%，足見多層次傳銷組織爲一底層相當大之金字塔型結構。

2. 營業規範狀況

（1）佣金計算方式

多層次傳銷事業計算傳銷商佣金方式可概分歸零制度及不歸零制度 2 種，其差異在於計算佣金所採用之比率是否由累計業績決定。一般而言，不歸零制度其業績金額可長期累計，不因單一時間內業績起伏而影響佣金比率，有長久留住傳銷商之效，此種方式爲兼職人員多、銷售低價位商品之業者所

採用，惟其缺點是易造成傳銷商閒散、消極從事傳銷，有不勞而獲之慮。

另混合制係指佣金計算方式依層級不同，分採歸零制及不歸零制。調查顯示，以歸零方式計算佣金之事業計 103 家（占 43.83%），其歸零週期以「月」計算者占 90.29%；另採不歸零制度之事業計 75 家（占 31.91%）；按 97 年各實施多層次傳銷時間觀察，早期業者採用歸零制度之比率較高，惟 91 年以後實施多層次傳銷之事業佣金計算方式採歸零制比率占 43.03%，爲各時期之第 2 高。(表 19)

表 19　傳銷商佣金計算方式－按實施多層次傳銷時間分

民國 97 年底　　單位：家

實施時間別	總計	歸零制度之週期					不歸零制度	混合制
		計	月	季	年	其他		
總計	235	103	93	1	2	7	75	57
民國 79 年以前	13	5	4	-	-	1	3	5
民國 80 年至 85 年	24	14	14	-	-	-	5	5
民國 86 年至 90 年	33	13	12	-	-	1	13	7
民國 91 年以後	165	71	63	1	2	5	54	40

（2）佣金計算基準

傳銷商佣金計算基準可分爲積分值及銷售額(或消費值)二種，調查結果顯示，有 187 家(占 79.57%)採積分值爲計算基準，48 家(占 20.43%)以銷售額爲計算基準。

（3）退貨概況及規定

97 年退貨總額計 8.76 億元，占多層次傳銷營業總額 1.70%，其中退出退貨占退貨總額比率 35.40%；另已訂定退貨商品價值減損規範之事業計 211 家，占 89.79 %。

（4）傳銷商加入其他多層次傳銷事業之規定

對於傳銷商加入其他多層次傳銷事業之規定，以同意計 101 家(占 42.98%)爲最多，其次爲有條件同意(包括不得擔任他事業高層級職務、不得銷售類似產品.....等條件)計 94 家(占 40.00%)。整體而言，多層次傳銷事業對傳銷商之約束力有限。

（5）續約費之規定

無續約費用之事業占 7 成 2，有續約費用之事業僅占 28.09%，續約費介於 100 元～5,040 元間，繳交續約費用家數比率與營業規模成正比，營業規模逾 1 億以上之事業 37.29%要繳續約費用，但營業規模未及 1 百萬元之事業僅 6.67%要繳續約費用，足見加入有繳交續約費用規定事業之傳銷商，可能較積極從事傳銷業務。(表 20)

表 20　事業對續約費之規定－按多層次傳銷營業額分

民國 97 年底　　單位：家；%

多層次傳銷營業額別	總計		須繳續約費		不須繳續約費	
	家數	百分比	家數	百分比	家數	百分比
總計	235	100.00	66	28.09	169	71.91
未及 1 百萬元	15	60.00	1	6.67	14	93.33
1 百萬元至未及 1 千萬元	67	62.69	17	25.37	50	74.63
1 千萬元至未及 1 億元	94	37.23	26	27.66	68	72.34
1 億元至未及 10 億元	47	23.40	16	34.04	31	65.96
10 億元以上	12	33.33	6	50.00	6	50.00

（6）福利措施

事業除依傳銷商業績給付佣金、獎金外，爲激勵績效，另訂有福利措施之事業計 89 家(占 37.87%)，其餘 62.13%之事業無福利措施。有福利措施之事業中，以旅遊補助最多，計 72 家（占有福利措施家數 80.90%），至於其他補助（如車馬費、教育訓練費、獎品、產品折價券）計 30 家（占 33.71%）、購車補助計 15 家（占 16.85%）、保險補助 11 家（占 12.36%）。

四、對未來經營概況之看法

（一）預期 98 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 98 年多層次傳銷營業額之看法，認爲較 97 年增加之事業最多，計 111 家（占 47.23%），其次爲持平計 74 家（占 31.49%），二者計占 78.72%，足見事業對 98 年營運預期還算正面。另依事業對 98 年營業額之推估，預估 98 年多層次傳銷事業營業額約 525.5 億元。(表 21)

表 21　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
94 年	100.00	51.04	14.24	34.72
95 年	100.00	45.38	17.27	37.35
96 年	100.00	51.55	18.99	29.46
97 年	100.00	47.23	21.28	31.49

（二）預期 98 年傳銷組織規模擴增

觀察事業對 98 年多層次傳銷組織之看法，其中以認爲較 97 年擴增爲最多，計 122 家（占 51.91%），其次認爲差不多計 82 家（占 34.89%），認爲縮減者僅占 13.19%。由於多層次傳銷營業規模大小之關鍵繫於傳銷組織規模，因此事業對二者預期看法大致相同。

（三）營業據點拓展計畫

多層次傳銷事業有 88 家（占 37.45%）計畫在 98 年拓展營業據點，147 家（占 62.55%）無此計畫，有拓展計畫之事業預訂增加營業據點 207 處，平均每家計畫拓點 2.35 處。 (表 22)

表 22　次年營業據點拓展計畫

資料年別	無拓展營業據點計畫 (%)	有拓展營業據點計畫 (%)	計畫拓展營業據點數 (處)	有拓展計畫平均每家計畫拓展營業據點數 (處/家)
94 年	69.10	30.90	513	5.76
95 年	70.28	29.72	369	4.99
96 年	63.18	36.82	295	3.11
97 年	62.55	37.45	207	2.35

（四）經營可能面臨之問題

對於未來經營之看法，擔憂市場不景氣影響經營 167 家（占 71.06%）居首，其次為同類產品競爭加劇影響經營 105 家(占 44.68%)，非法多層次傳銷業破壞 99 家（占 42.13%）再次之，另認為參加人漸減少計 57 家，感受到市場漸趨飽和計 47 家，對未來營運充滿信心，認為不會有問題計 25 家(占 10.64%)。(表 23)

表 23　預期未來經營面臨問題

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
94 年	27.08	28.47	50.00	22.57	56.25	39.58	13.54	5.56
95 年	23.69	28.51	49.00	21.69	52.21	48.59	18.07	6.02
96 年	24.81	30.23	49.22	21.71	47.29	56.98	13.95	3.10
97 年	20.00	24.26	44.68	20.00	42.13	71.06	10.64	2.98

五、總結

綜上，截至 97 年底向本會報備之多層次傳銷事業計 396 家，扣除主動來函撤銷報備、97 年未進行或暫停傳銷行爲，及經營狀況不明或搬遷不明之事業，回報 97 年實際從事多層次傳銷事業計 235 家，調查結果摘要如下：（表 31）

（一）傳銷市場事業進出變動頻繁：97 年營運之多層次傳銷事業以 91 年以後成立者最多，計 128 家（占 54.47%）；另依實施多層次傳銷時間觀察，91 年以後實施之事業計 165 家（占 70.21%），而 86 年至 90 年間已實施傳銷之事業家數已由 94 年底 62 家逐年減至 33 家。

（二）事業所在地區分布以北部最多：按縣市別觀察，單台北市、台中市二市計 148 家（占 62.98%），顯見多層次傳銷係運用「人際網脈關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點會以人口較稠密之都會區爲優先。

（三）員工人數：97 年底多層次傳銷事業員工 （不包括參加人）計 4,546 人，平均每家員工數 19.34 人。

（四）參加人數及傳銷商人數規模：

1.參加人數：97 年底計 515.3 萬人次參加報備之多層次傳銷事業，較 96 年底 568.1 萬人次，減少 52.8 萬人次（減 9.29%）。剔除重複計算人數，97 年底參加人數 411.1 萬人，較 96 年底 453.3 萬人，減少 42.2 萬人（減 9.31%）。

2.事業傳銷商人數規模：97 年傳銷商總數爲 440.5 萬人，平均每家傳銷商人數爲 1.87 萬人，較 96 年底 1.9 萬人，減少 3 百人（減 1.58%）。觀察傳銷商人數規模，以未及 1 千人之事業 96 家爲最多（占 40.85%），其次是 1 千至未及 1 萬人之事業計 81 家（占 34.47%），1 萬至未及 5 萬人之事業計 38 家 (占 16.17%) 再次之，而傳銷商人數在 10 萬人以上之事業有 11 家，顯見傳銷商人數規模大小甚爲懸殊。

3.女性傳銷商爲傳銷市場主力：97 年底女性傳銷商計 278.4 萬人，占傳銷商比率 63.20%。

4. 97 年新加入之傳銷商計 62.6 萬人，占傳銷商總數 14.21%，較 96 年 14.09%略增 0.12 個百分點。

（五）加入傳銷率 17.85%：97 年底加入傳銷率 17.85%，即平均每百人中有 17.85 人參加多層次傳銷活動，較 96 年底 19.74%，減少 1.89 個百分點。

（六）訂貨傳銷商人數及比率：97 年曾訂貨傳銷商計 117.4 萬人，占傳銷商總數（即訂貨傳銷商比率）26.65%，較 96 年增加 1.25 個百分點。

（七）領取佣（獎）金人數：97 年曾領取佣（獎）金之傳銷商計 63.6 萬人，占傳銷商總數 14.44%。平均每人獲得佣（獎）金 3 萬 1,441 元，較 96 年 2 萬 2,104 元增加 9,337 元。

（八）事業間多層次傳銷營業額（簡稱營業額）規模差距甚大：

97 年全體產業營業總額 514.32 億元，較 96 年 531.14 億元減少 16.82 億（減 3.17%）。平均每家營業額 2 億 1,886 萬元，較 96 年 2 億 587 萬元，增加 1,299 萬元（增 6.31%）；其中 10 億元以上之事

業有 12 家，其營業總額達 326.02 億元，占全體年營業總額 63.39%。

（九）銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：97 年銷售額以營養保健食品爲最大，計 285.8 億元(占 55.57%)，其次爲美容保養品，計 86.7 億元(占 16.86%)，第三位則爲清潔用品 40.02 億元(占 7.78%)，第四爲衣著與飾品 24.9 億元(占 4.84%)；四者計占營業總額 85.05%。

（十）進貨（製造）成本及佣（獎）金支出概況：

1.進貨（製造）成本：97 年多層次傳銷事業之進貨（製造）成本計 141.67 億元，占營業總額 27.55%，較 96 年 28.03%，減少 0.48 個百分點。

2.佣(獎)金支出：97 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出 200 億元，占營業總額 38.89%，較 96 年 38.80%，增加 0.09 個百分點。

（十二）退貨概況：97 年退貨額計 8.76 億元，占營業總額 1.70%，其中屬退出退貨占 35.40%，另已訂定退貨商品價值減損規範之事業計 211 家，占 89.79 %。

（十三）佣金計算方式主要採行歸零制度：以歸零方式計算佣金之事業占 43.83%，其計算週期 90.29%以「月」計。

（十四）未規定續約費之事業占 71.91%：繳交續約費之比率大致與營業規模成正比；續約費介於 100 元至 5,040 元之間；續約效期，以永久有效占 55.74%爲最多，其次爲效期 1 年之事業計占 41.70%。

（十五）有福利措施之事業占 37.87%：各項福利措施中以旅遊補助 80.90%最多，至於其他補助（如車馬費、教育訓練費、獎品、商品折價券等）占 33.71%，購車補助占 16.85%，保險費補助占 12.36%。

（十六）對未來營運之看法：

1.預期 98 年營業額持續成長者居多：認爲 98 年營業額較 97 年增加之事業占 47.23%，認爲將減少占 21.28%；預估 98 年營業總額 525.5 億元，較 97 年 514.32 億元增加 11.18 億元（增 2.17%）。

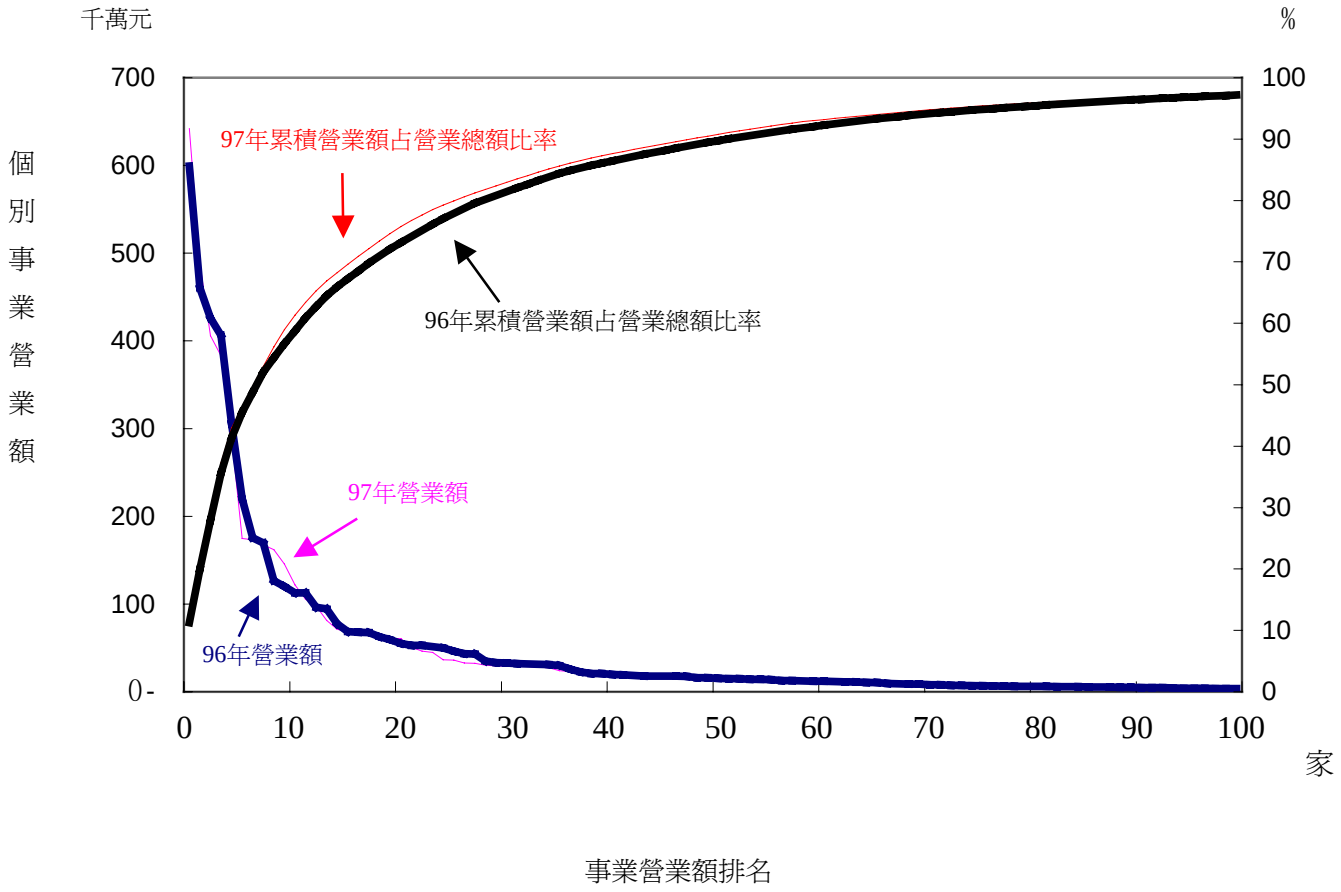
2.未來經營可能面臨之問題：擔憂市場不景氣影響經營占 71.06%居首，其次爲同類產品競爭加劇占 44.68%，認爲非法多層次傳銷業破壞占 42.13%居第三，認爲未來經營沒問題比率由 95 年 18.07%下降至 10.64%。

表 24　多層次傳銷業重要指標

年(底)別	營業家數	參加人總數	剔除重複數	加入傳銷率	平均參加人數	訂貨參加人數*	訂貨參加人比率*
單位	家	千人	千人	%	千人/家	千人	%
81 年	139	1 186	947	4.56	8.53	332	27.99
82 年	176	1 604	1 281	6.11	9.11	412	25.69
83 年	183	2 028	1 619	7.66	11.08	680	33.53
84 年	210	2 488	1 986	9.32	11.85	900	36.17
85 年	275	2 961	2 364	11.01	10.77	887	29.96
86 年	240	3 413	2 724	12.56	14.22	873	25.58
87 年	242	3 484	2 781	12.72	14.40	979	28.10
88 年	209	3 521	2 811	12.76	16.85	1 072	30.45
89 年	191	3 550	2 834	12.76	18.59	1 125	31.69
90 年	215	3 929	3 136	14.04	18.27	1 111	28.28
91 年	252	4 095	3 269	14.56	16.25	1 185	28.94
92 年	264	4 783	3 818	16.94	18.12	1 267	26.49
93 年	276	4 857	3 877	17.09	17.60	1 341	27.61
94 年	288	5 058	4 037	17.73	17.56	1 515	29.95
95 年	249	5 300	4 230	18.49	21.29	1 858	35.06
96 年	258	5 681	4 533	19.74	22.02	1 276	25.40
97 年	235	5 153	4 111	17.85	21.93	1 174	26.65

年(底)別	領佣(獎)金參加人數*	領佣(獎)金參加人比率*	多層次傳銷營業額	平均每家多層次傳銷營業額	進貨成本比率	佣(獎)金比率	領佣(獎)金者平均佣(獎)金*
單位	千人	%	百萬元	百萬元	%	%	元/人年
81 年	-	-	22 972	165.27	32.29	43.54	-
82 年	-	-	29 175	165.77	32.70	46.89	-
83 年	-	-	39 406	215.33	31.35	46.64	-
84 年	587	23.59	44 845	213.55	33.04	46.21	35 302
85 年	580	19.59	41 850	152.18	31.18	45.22	32 626
86 年	582	17.05	40 119	167.16	27.79	45.36	31 265
87 年	590	16.93	39 196	161.97	29.46	45.00	29 895
88 年	646	18.35	35 734	170.98	29.83	44.83	24 799
89 年	579	16.31	38 086	199.40	28.31	44.54	29 299
90 年	570	14.51	38 573	179.41	27.14	43.68	29 561
91 年	631	15.41	43 177	171.34	24.84	45.54	31 158
92 年	668	13.97	51 991	196.94	25.97	45.58	35 478
93 年	778	16.02	68 304	247.48	27.01	40.89	35 917
94 年	864	17.08	68 373	237.41	28.52	41.64	32 940
95 年	712	13.43	55 340	222.25	29.09	38.44	29 873
96 年	932	18.56	53 114	205.87	28.03	38.80	22 104
97 年	636	14.44	51 432	218.86	27.55	38.89	31 441

附註：96 年及 97 年係傳銷商資料。

圖 3　多層次傳銷事業前 100 大營業額分布圖

民國 97 年