

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104年度多層次傳銷事業之營運全貌，故將104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

104年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括104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、限制行為能力人數、無行為能力人數、新加入人數、新加入且未滿20歲之人數、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。
- （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104年1月至12月全年數字為準，靜態資料以104年底數字為準。
- （二）調查實施期間：105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產品，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 104 年底，向本會報備並於 104 年實施之多層次傳銷事業¹（包含於 104 年間向本會報備停止實施多層次傳銷）計 492 家，較 103 年之受調查家數 505 家，減少 13 家。

本次調查 104 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含於 104 年向本會報備停止實施者）計 492 家，實際回報事業有 410 家（83.33%²），該等回報事業於 104 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 352 家，較 103 年之 374 家，減少 22 家（6%），另有 20 家報備事業尚未實施多層次傳銷、餘 38 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（104）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

104 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 352 家多層次傳銷事業報備實施時間觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 166 家（占 47.16%）居首，次為 95 年以前實施之多層次傳銷事業計 104 家（占 29.55%），而 96 年至 100 年實施傳銷之事業則為 82 家（占 23.30%）（表 1、統計表 1）。復自 101 年至 104 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；96 年至 100 年間實施多層次傳銷之事業家數，104 年較 103 年減少 20 家，且 104 年家數僅餘 101 年之 54.3%；91 年至 95 年間實施傳銷之事業家數於 104 年亦較 103 年時減少 7 家；101 年後新加入之多層次傳銷事業家數占各年度總家數之比率則持續升高，由 101 年之 23.42% 提升至 104 年之 47.16%，且家數成長近 1 倍。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；進入多層次傳銷產業 5 年至 15 年之事業，近年來所面臨之經營挑戰加劇，包含內外體制及組織發展等經營危機，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 104 年底報備，惟預計 105 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
101 年	363	13	52	62	151	85
本國公司	309	12	42	48	127	80
外國公司	54	1	10	14	24	5
102 年	352	12	50	58	114	118
本國公司	301	11	40	44	97	109
外國公司	51	1	10	14	17	9
103 年	374	11	49	54	102	158
本國公司	320	10	39	40	86	145
外國公司	54	1	10	14	16	13
104 年	352	10	47	47	82	166
本國公司	301	9	38	32	69	153
外國公司	51	1	9	15	13	13

(二) 事業國籍分布

依 104 年調查結果(表 2)顯示，354 家多層次傳銷事業中，我國公司有 301 家（占 85.51%），外國公司計有 51 家（占 14.49%）。相較 103 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比率微幅提高。

表 2 國籍分布比率

年底別	事業總家數(家)	本國公司家數(結構比%)	外國公司(結構比%)
101 年	363	309(85.12%)	54(14.88%)
102 年	352	301(85.51%)	51(14.49%)
103 年	374	320(85.56%)	54(14.44%)
104 年	352	301(85.51%)	51(14.49%)

(三) 事業所在地區分布與營業據點

104 年受查之 352 家多層次傳銷事業，其登記所在地區以北部地區 223 家（占 63.35%）為主，中部地區 74 家（占 21.02%）居次，南部地區 55 家（15.63%），東部地區 0 家(表 3)。相較於 103 年之 374 家受查事業，其減少之家數分布於北部地區及中部地區，均各減少 11 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 885 處，其中以北部地區 411 處(占 46.44%)為最多，南部地區 245 處（占 27.68%）居次，中部地區、東部(含金馬)地區則各有 205 處（23.17%）、24 處（占 2.71%）(統計表 2，頁 32)，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 103 年多層次傳銷事業之營業據點總數

933 處，104 年總營業據點數計減少 48 處，主要集中於北部地區，計減少 33 處，占整體營業據點總數比重降低最多，即減少 1.15 個百分點。

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
101 年	363	231	82	49	1
102 年	352	217	86	49	-
103 年	374	234	85	55	-
104 年	352	223	74	55	-

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，104 年底傳銷商人數計 253.6 萬人次，較 103 年底 216.8 萬人次，增加 36.8 萬人次。其次，因部分傳銷商重複參加 2 家以上傳銷事業，按本會剔除重複傳銷商人數⁴，估算 104 年底傳銷商人數為 253.3 萬人。依內政部統計資料，我國 104 年底人口數約為 2,349.2 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 10.78%，即平均每萬人中有 1,078 人加入多層次傳銷，較 103 年底之 9.16%，增加 1.62 個百分點（統計表 30，頁 82）。

1、新加入傳銷商人數規模

104 年新加入之傳銷商人數計 102.7 萬人次，占傳銷商總數(253.6 萬人次)之 40.5%(統計表 30，頁 82)，較 103 年新加入傳銷商人數(80.64 萬人次)增加 22.06 萬人次。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 227 家（占 64.49%），次為傳銷商 1,000 人至未及 1 萬人之事業計有 72 家（占 20.45%）。至於新加入傳銷商人數規模達 5 萬人以上之事業，則有 5 家，與 103 年相較，增加 2 家，而該 5 家事業之經營方式均係全部採行多層次傳銷，且其 104 年營業額均逾新臺幣（下同）10 億元，其中有 3 家事業實施多層次傳銷達 15 年以上（統計表 7，頁 38）。

另觀察 104 年度新加入傳銷商之性別組成(圖 1)，女性有 703,547 人次(占新加入傳銷商 68.49%)，男性計 323,752 人次(占新加入傳銷商 31.51%)，可知新加入傳銷市場之經營者係女性為主，且人數為男性傳銷商之 2 倍以上。

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針對 104 年 352 家受查事業填報傳銷商參加其他傳銷事業之比率而得。

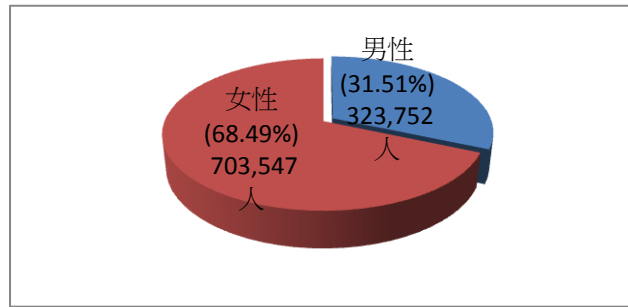


圖 1 新加入傳銷商之性別分析

2、傳銷事業之傳銷商人數規模

104 年底傳銷商總人數 253.6 萬人次，平均每家傳銷事業之傳銷商人數約 7,200 人(統計表 30，頁 82)。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 1 千人以內之事業最多，計 216 家(占 61.36%)；次為傳銷商人數 1,000 人至 1 萬人以內之事業，計 98 家(占 27.84%)；傳銷商人數 1 萬人以上未滿 5 萬人之事業有 25 家(占 7.1%)，而 5 萬人以上未滿 10 萬人、10 萬人以上之事業則各有 7 家(占 1.99%)、6 家(占 1.71%)。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 66 家，其中，傳銷商人數未及 1 千人即有 65 家；而多層次傳銷營業額逾 10 億元之事業有 16 家，其中，傳銷商人數為 1 萬人以上未滿 5 萬人有 6 家，5 萬人以上未滿 10 萬人之事業有 4 家，10 萬人以上之事業則有 6 家。

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	352 (2,536,692)	216 (61,551)	98 (311,346)	25 (531,934)	7 (417,834)	6 (1,214,027)
未及 1 百萬元	66 (14,484)	65 (6,571)	1 (7,913)	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (23,991)	79 (18,001)	4 (5,990)	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	125 (175,119)	67 (34,530)	57 (124,772)	1 (15,817)	-	-
1 億元至未及 5 億元	46 (373,264)	5 (2,449)	31 (145,231)	8 (117,485)	2 (108,099)	-
5 億元至未及 10 億元	16 (287,666)	-	5 (27,440)	10 (205,728)	1 (54,498)	-
10 億元以上	16 (1,662,168)	-	-	6 (192,904)	4 (255,237)	6 (1,214,027)

另篩選 102 年至 103 年、103 年至 104 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及傳銷商人數為 0，比較其 103 年及 104 年營業額及傳銷商人數之變化。自後附統計表 31-1 至表 31-4 觀察，可知 103 年營業額減少之事業逾半數，計有 150 家，占樣本數 291 家之 51.55%，惟營業額減少之事業家數與營業額增加之家數差距僅有 9 家；104 年營業額減少之事業家數增至 156 家，占樣本數 273 家之 57.14%，反觀營業額增加之事業家數則縮減至 117 家，與 103 年度相較，營業額減少與增加之事業家數差距由 9 家擴大為 39 家，營業額減少之事業家數占樣本數比率由 51.55% 升至 57.14%，增加 5.59 個百分點。有關傳銷商人數增減變化部分，103 年傳銷商人數增加之事業家數計有 131 家，占樣本數 299 家之 43.81%，相較於傳銷商人數減少之事業計 168 家，有不小差距；惟至 104 年，傳銷商人數增加之事業家數則升至 141 家，占樣本數 280 家之 50.36%，反觀傳銷商人數減少之事業則大幅滑落至 139 家，與 103 年相較，傳銷商人數增加之事業占比由 43.81% 升至 50.36%，增加 6.55 個百分點。前開數據反映出，雖然傳銷商人數增加之事業家數增多，但其營業額增加之家數卻未必會隨之成長。雖然傳銷事業營業額高低與傳銷商人數規模密切相關，但由於影響其營業額來源因素眾多，來自新加入傳銷商、舊有傳銷商、消費型會員等之購買商品行為，以及購買商品之金額等，均會影響傳銷事業之營業收入，尚不能僅以新加入傳銷商人數增減之單一因素，即可輕易論斷一傳銷事業營業額是否必然增長或降低。

3、女性傳銷商參與情形

據 104 年度調查數據顯示，女性傳銷商有 175.59 萬人，占傳銷商總人數(253.6 萬人)比重為 69.24%(統計表 5，頁 35)，較 103 年度增加 5.7 個百分點(趨勢圖 7)。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 35)，有 203 家(57.67%)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 65 家(18.47%)，25%至 49%之事業有 42 家(11.93%)，逾 90%之事業為 24 家(6.82%)，未及 25%之事業則有 18 家(5.11%)。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，女性傳銷商人數所占比率大致呈現攀升趨勢(趨勢圖 7)，可知女性傳銷商仍為傳銷市場主力。

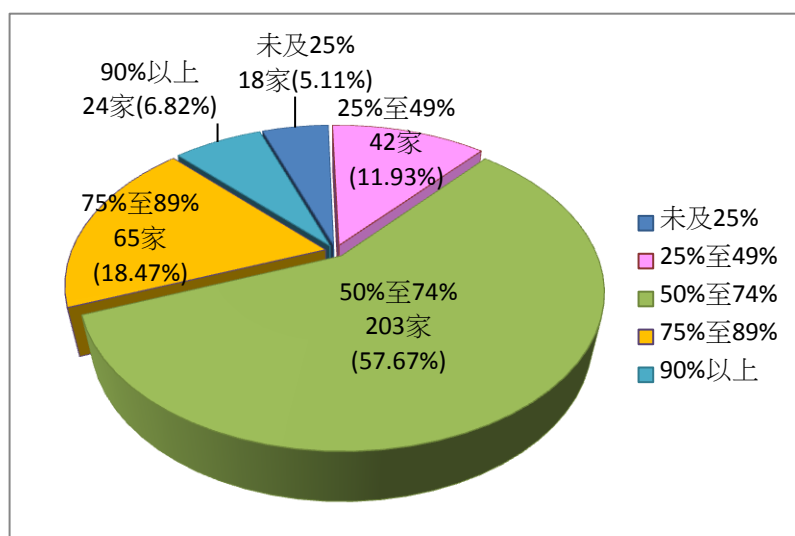


圖 2 傳銷事業女性傳銷商參與情形

4、傳銷商為限制行為能力人所占比率及分布情形

據表 5 資料顯示，104 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 129 家，占事業家數比率達 36.65%，其人數合計為 16,248 人，平均年營業收入為 32,195 元，總年營業收入約 5.23 億元，主要銷售商品為營養保健食品。對照 103 年度調查資料，其總平均年營業收入降低 4,272.82 元，總年營業收入則減少 9,274,194 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 95 家，惟其總人數僅占限制行為能力傳銷商總數之 7.73%，而該區間之平均年營業收入(35,774 元)略高於整體水準；51 至 300 人、301 人以上各有 19 家、15 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 12,267 人，占總人數 75.5%，總營業收入則占限制行為能力人營業收入總額 81.59%。

表 5 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年營業收入(元/人)	限制行為能力人總年營業收入(元)
總計	129(16,248)	32195.64	523,114,740.00
1~50	95(1,256)	35774.68	44,932,996.00
51~300	19(2,725)	18853.15	51,374,824.00
301 以上	15(12,267)	34793.10	426,806,920.00

5、傳銷商退出傳銷事業之人數分布情形⁵

根據表 6 資料，104 年度退出傳銷事業經營之傳銷商人數有 520,267 人，占傳銷商總數 20.52%。依退出人數劃分規模區間，退出人數 100 人以內之事業有 279 家，占總事業家數 79.26%，其退出人數占總退出人數約 0.4%；次為退出人數 100 人至 500 人、逾 3,000 人之事業，分別有 31 家、21 家，占總事業家數 8.81%、5.97%，而此 2 區間之退出人數分占總退出人數 1.57%、92.19%；退出人數介於 500 人至 1,000 人、1,000 人至 3,000 人則各有 7 家、14 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 億元以內，合計有 247 家，占總事業家數 70.17%，其中，以營業額介於 1,000 萬元至 1 億元之事業家數最多，有 102 家，占總事業家數 28.98%。而事業之退出人數為 100 人至 500 人、500 人至 1,000 人之區間，該事業群之營業額主要集中於 1,000 萬元至 5 億元，各有 23 家(占總事業家數 6.53%)、7 家(占總事業家數 1.99%)；退出人數介於 1,000 人至 3,000 人之事業，其營業額逾 1 億元者近 8 成；退出人數達 3,000 人以上之事業群，其營業額逾 5 億元者有 16 家(占總事業家數 4.55%、總退出人數 85.58%)，且營業額逾 10 億元之事業計 12 家。由此可知，多層次傳銷營業額越高之事業群，其退出人數所集中之規模相較營業額較低事業群為大，且集中於少數事業。

5 本調查報告有關傳銷商退出傳銷事業人數之統計，係以 104 年當年度有填報問卷之 352 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，故尚難以 103 年傳銷商總人數，加總 104 年新加入傳銷商人數，再扣除 104 年傳銷商總人數之方式，計算 104 年傳銷商退出傳銷事業人數。

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 (520,267)	279 (2,217)	31 (8,186)	7 (4,773)	14 (25,440)	21 (479,651)
未及 1 百萬元	66 (700)	64 (144)	2 (556)	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (14,195)	81 (294)	1 (128)	-	-	1 (13,773)
1 千萬元至未及 1 億元	125 (19,401)	102 (1,043)	14 (4,208)	4 (2,747)	3 (4,272)	2 (7,131)
1 億元至未及 5 億元	46 (30,720)	25 (610)	9 (2,285)	3 (2,026)	7 (12,305)	2 (13,494)
5 億元至未及 10 億元	16 (37,818)	5 (126)	3 (644)	-	4 (8,863)	4 (28,185)
10 億元以上	16 (417,433)	2 (-)	2 (365)	-	-	12 (417,068)

(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 82)顯示，受查之 352 家多層次傳銷事業 104 年營業總額約為 801.38 億元(經以 104 年消費者物價指數年增率累計平均值-0.31%調整後，所得金額則為 803.87 億元)，較 103 年調查之營業總額(752.45 億元)增加 48.93 億元，成長 6.5%。又自統計表 20 可知，事業營業額平均值為 2.28 億元，較 103 年之 2.01 億元，增加約 0.27 億元。復分析 81 年至 104 年多層次傳銷業營業總額變化情形，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 年分別突破 600 億、700 億元，104 年更逾 800 億元(趨勢圖 1，頁 24)。

另就表 7 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 125 家(占事業總家數 35.51%)，營業額合計約為 45.82 億元，占整體營業額 5.72%；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 23.58%)，營業額約為 3.53 億元，占整體營業額 0.44%；再營業額未達 100 萬元之 66 家事業、逾 1 億元未及 5 億元之 46 家事業分居第 3、4 位，營業總額各占整體營業額 0.03%、12.54%。而營業額達 10 億元以上之事業共有 16 家，占總事業家數 4.55%，營業額合計達 533.5 億元，占多層次傳銷業整體營業額 66.57%；平均營業額為 33.34 億元，較 103 年之 33.66 億元，減少 0.32 億元。

另篩選 102 年至 104 年間持續實施多層次傳銷之事業，並分析其 102 年及 104 年營業額之變化，如剔除任一年度營業額為 0 者，樣本計有 233 家事業。自後附統計表 31，可知此 2 年度間有 133 家(占樣本數 57.08%)事業之營業額係減少，減少幅度逾 50%者有 38 家(占樣本數 16.31%)，其中有 24 家係 96 年後始實施多層次

傳銷業務之事業，有 36 家為我國公司；縮減逾 30%未達 50%者有 22 家(占樣本數 9.44%)，逾 10%未達 30%者有 48 家(占樣本數 20.6%)，未逾 10%者有 25 家(占樣本數 10.73%)。而營業額增加幅度逾 50%者有 50 家(占樣本數 21.46%)，其中 43 家事業亦係 96 年後始實施多層次傳銷業務；增加幅度未逾 10%者有 19 家(占樣本數 8.2%)，逾 10%未達 30%者有 14 家(占樣本數 6.01%)，逾 30%未達 50%者有 17 家(占樣本數 7.3%)。

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 (2,536,692)	100.00	80,138.70	100.00
未及 1 百萬元	66 (14,484)	18.75	20.35	0.03
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (23,991)	23.58	353.38	0.44
1 千萬元至未及 1 億元	125 (175,119)	35.51	4,582.24	5.72
1 億元至未及 5 億元	46 (373,264)	13.07	10,049.99	12.54
5 億元至未及 10 億元	16 (287,666)	4.55	11,782.56	14.70
10 億元以上	16 (1,662,168)	4.55	53,350.18	66.57

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，並因而獲得佣金、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，而獲得佣金、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，352 家事業中針對新加入傳銷商設有條件限制者有 346 家（占 98.3%）。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 217 家(占總家數 61.65%)、需繳納保證金或入會費有 193 家(占總家數 54.83%)、購買資料袋或訂閱刊物有 78 家(占總家數 22.16%)、須達一定營業標準計 23 家(占總家數 6.53%)；而參加講習會或類似活動則有 25 家(占總家數 7.1%)。

表 8 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	6	346	193	217	78	23	25	116	
未及 1 百萬元	3	63	38	36	10	7	3	19	
1 百萬元至未及 1 千萬元	2	81	43	62	9	4	3	22	
1 千萬元至未及 1 億元	1	124	71	83	30	6	13	48	
1 億元至未及 5 億元	-	46	27	25	13	3	2	17	
5 億元至未及 10 億元	-	16	7	6	6	3	2	4	
10 億元以上	-	16	7	5	10	-	2	6	

(2) 傳銷事業採用網路行銷情形

104 年採行網路行銷方式之多層次傳銷事業計有 158 家，占整體事業家數 44.89%，較 103 年之使用比率 (38.5%) 提升 6.39 個百分點；使用網路(線上)訂購機制者有 146 家(占事業總家數比率 41.48%)，而設立網路商城供傳銷商購買商品之事業有 104 家(占事業總家數比率 29.55%)，二者皆有使用之事業計有 92 家(占事業總家數比率 26.14%)，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 91 家事業(占事業總家數比率 25.85%)係自行設立，與他人合作設立僅有 5 家(占事業總家數比率 1.42%)，二者均有者則有 3 家(占事業總家數比率 0.85%)。

表 9 104 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	158	44.89
網路購物	146	41.48
網路商城	104	29.55
自行設立	91	25.85
與他人合作設立	5	1.42
自行、與他人合作設立均有	3	0.85
網路購物及網路商城皆有	92	26.14

備註：有 5 家事業未填寫網路商城型態選項，致使用網路商城家數與其子項目合計數不符。

(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 14 大類，臚列如表 10，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，營養保健食品仍為主要銷售商品，銷售家數有 275 家(占事業總家數比率 78.13%)，且營業額 464.82 億元居所有商品類別

之冠，占營業總額比重為58%；次為美容保養品，銷售該類商品之事業計有190家(占事業總家數比率53.98%)，營業額為147.46億元，占營業總額之18.4%；清潔用品則名列第三，而銷售該類商品之事業有116家(占事業總家數比率32.95%)，營業額為44.78億元，占營業總額比率為5.59%；前三大銷售商品類別之事業家數及營業額排序相同，且營業額合計已占營業總額81.99%。另經比對103年調查資料，前三大銷售商品類別並無不同，營養保健食品、美容保養品及清潔用品結構比減少0.21%至1.1%，其104年度營業額均較103年度為高，前揭類別商品依序增加約26.83億元(成長率6.13%)、26.51億元(成長率21.92%)及2.44億元(成長率5.76%)。

復以國產品及進口品之銷售家數觀之，事業所售商品來源仍以國產品為主，銷售家數為195家(占總家數55.4%)，營業額180.23億元(占營業總額22.49%)；次為同時銷售國產品及進口品之事業，計有75家(占總家數21.31%)，營業額500.65億元(占營業總額62.47%)；而僅銷售進口品之事業家數計74家居末，營業額120.50億元(占營業總額15.04%)(表10)。

表10 104年多層次傳銷商品或服務銷售概況

	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	80,138.00	100.00
1.營養保健食品	275	78.13	46,482.40	58.00
2.代餐食品	25	7.10	1,896.25	2.37
3.美容保養品	190	53.98	14,746.43	18.40
4.清潔用品	116	32.95	4,478.12	5.59
5.健康器材	39	11.08	1,239.24	1.55
6.淨、濾飲水器材	48	13.64	2,842.98	3.55
7.衣著與飾品	40	11.36	1,902.93	2.37
8.寢具	12	3.41	641.76	0.80
9.圖書文具及錄影音帶	38	10.80	111.63	0.14
10.廚具、餐具	11	3.13	228.41	0.29
11.資訊商品	14	3.98	597.47	0.75
12.服務類商品	13	3.69	550.73	0.69
13.骨灰罐與生前契約	5	1.42	921.70	1.15
14.其他	102	28.98	3,498.65	4.37
1.國產品	195	55.40	18,022.97	22.49
2.進口品	74	21.02	12,050.32	15.04
3.國產品及進口品皆有銷售	75	21.31	50,065.41	62.47

說明：*部分事業兼售2種類型以上之商品或勞務，因此事業家數總和大於352家，事業家數之結構比總和超過100%。

*僅銷售國產品事業有195家，僅銷售進口品事業有74家，二者皆有銷售者75家，三者加總家數為344家，小於總家數352家，係因尚有8家事業於104年度尚未銷售商品，營業額為0。

(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

據後附之統計表 19(頁 52)，104 年 352 家傳銷事業之進貨或製造成本為 237.71 億元，占營業總額(801.39 億元)比率為 29.66%；由表 11 可知，104 年進貨(製造)成本之平均占比係較 103 年降低 3.33 個百分點。再檢視表 11 及後附統計表 21(頁 54)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 103 家(占總家數 29.26%)；次為介於 10%至 20%之事業 77 家(占總家數 21.88%)、介於 30%至 40%之事業有 54 家(占總家數 15.34%)。

表 11 進貨(製造)成本占比之家數分布

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%
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)
103 年	32.99	100.00	7.75 (122,991)	19.25 (1,604,673)	28.07 (6,407,160)	19.79 (4,433,893)	8.82 (6,267,125)	8.02 (1,396,241)	2.67 (4,492,232)	5.61 (95,484)
104 年	29.66	100.00	13.92 (92,952)	21.88 (4,149,377)	29.26 (5,026,206)	15.34 (5,212,249)	7.10 (6,683,499)	3.98 (134,444)	3.69 (112,628)	4.83 (2,359,668)

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。

據本次調查結果，104 年度多層次傳銷事業之佣(獎)金支出總計約 289.92 億元(統計表 19，頁 52)，占整體營業總額(801.39 億元)之 36.18%，較 103 年之佣(獎)金支付比率 35.02%，增加 1.16 個百分點。另觀察表 12 及後附統計表 22(頁 56)中各事業佣(獎)金支付比率之分布情形，101 年至 104 年間逾 6 成事業之支付比率介於 20%以上未逾 50%，而 104 年度以各該事業佣(獎)金支出占營業總額比率為 30%以上未逾 40%之事業最多，計 83 家(占 23.58%)，其次為 40%以上未逾 50%之事業有 76 家(占 21.59%)，第三為 20%以上未逾 30%之事業計 68 家(占 19.32%)。

表 12 佣(獎)金支付比率之家數

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%
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 (3,740,742)	2.56 (242,140)	2.56 (559,981)
103年	35.02	100.00	10.43 (4,154)	13.64 (1,347,667)	19.79 (4,558,954)	22.46 (7,548,610)	21.93 (5,809,359)	9.63 (3,582,576)	1.34 (3,124,217)	0.80 (373,155)
104年	36.18	100.00	12.78 (4,833)	9.38 (1,391,942)	19.32 (2,084,280)	23.58 (9,618,188)	21.59 (10,808,573)	9.09 (4,471,881)	1.99 (366,468)	2.27 (245,420)

(五) 傳銷商訂貨及領取佣金(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遠比傳銷商人數少。自後附統計表 30 可知，104 年度曾訂貨之傳銷商人數為 192.7 萬人，占傳銷商總數比率為 75.99%，其人數及訂貨人數比率皆為 81 年起歷年之冠。

其次，據表 13 及後附統計表 8 所示各傳銷事業 104 年有訂貨之傳銷商人數規模分布情形，以訂貨人數 1,000 人內之事業 241 家(占總家數 68.47%)最多，且有近 7 成事業之營業額範圍為 1 百萬元以上未滿 1 億元，其中，有 190 家係 96 年後實施多層次傳銷；其次為訂貨傳銷商人數規模介於 1,000 人至 5,000 人之事業，計 69 家(占總家數 19.6%)，其中有 65 家之營業額範圍為 1,000 萬元以上未及 5 億元；訂貨傳銷商達 3 萬人以上之事業有 13 家(占總家數 3.7%)，其營業額均逾 10 億元，與 103 年相較，其家數增加 3 家，營業額逾 10 億元者，則由 8 家增為 13 家。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 42 家事業，其中有 41 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 13 訂貨傳銷商人數規模分布—按多層次傳銷營業額

多層次傳銷營業額別	單位：家					
	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	69	13	16	13
未及 1 百萬元	66	65	-	1	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	83	82	1	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	125	85	40	-	-	-
1 億元至未及 5 億元	46	9	25	8	4	-
5 億元至未及 10 億元	16	-	3	4	9	-
10 億元以上	16	-	-	-	3	13

另分析整體訂貨傳銷商之性別組成，女性為 1,364,671 人，男性為 562,567 人，前者占訂貨傳銷商總人數已逾 7 成（圖 3）。倘自訂貨總額觀之，女性訂貨金額約略為 513.81 億元，男性則約 230.98 億元，女性傳銷商訂貨金額業占訂貨總額之 68.99%。

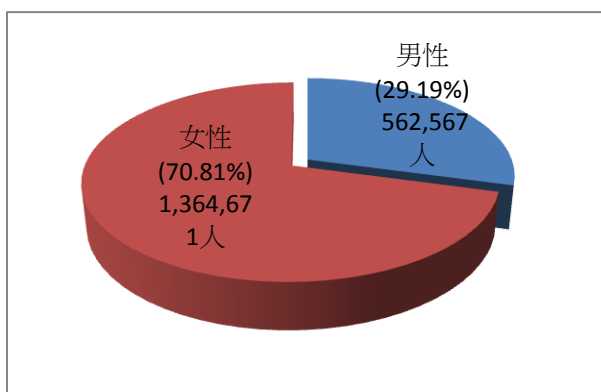


圖 3 訂貨傳銷商之性別組成

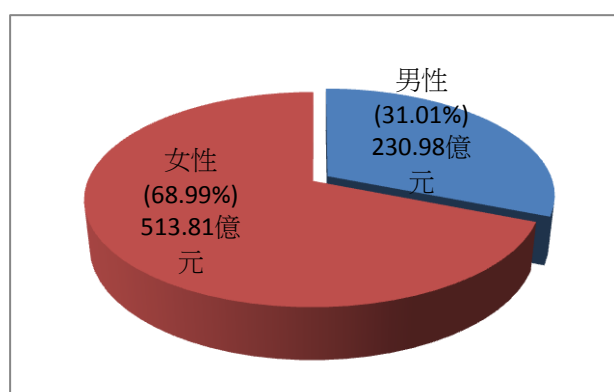


圖 4 訂貨傳銷商性別與訂貨總額

2、訂貨傳銷商比率結構分布

表 14 及後附統計表 9 為 104 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）結構分布，傳銷商訂貨比率達 60% 以上之事業家數最多，計 248 家(占總家數 70.45%)，其中，有 118 家事業係 101 年後始實施多層次傳銷，96 年至 100 年間實施多層次傳銷之事業則為 59 家；次為傳銷商訂貨比率介於 40% 以上未至 60% 之事業計 35 家(占總家數 9.94%)，再為訂貨比率未達 15% 之事業有 33 家(占總家數 9.38%)。而傳銷商訂貨比率為 25% 以上之事業計有 301 家(占總家數 85.51%)，其中，自 96 年至 100 年間實施傳銷之事業有 72 家，101 年後實施傳銷之事業有 141 家，另比對統計表 19 資料，96 年後實施多層次傳銷事業之營業總額(219.43 億元)占所有傳銷事業營業總額(801.39 億元)比重為 27.38%，易言之，96 年後加入多層次傳銷產業之事業，營業額合計雖未逾營業總額之 3 成，然訂貨率達 25% 以上已有 213 家(占總家數 60.51%)，可知其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 亦可得知。另計算 104 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

35.82%，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 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	33	18	18	35	248	
未及1百萬元	66	19	4	2	4	37	
1百萬元至未及1千萬元	83	5	3	6	4	65	
1千萬元至未及1億元	125	5	5	7	12	96	
1億元至未及5億元	46	4	5	1	12	24	
5億元至未及10億元	16	-	1	2	2	11	
10億元以上	16	-	-	-	1	15	

3、傳銷商領取獎金(佣金)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獎金(佣金)分配制度。依據後附統計表 19(頁 52)及統計表 30(頁 82)，104 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣金及獎金約為 289.92 億元，而同年曾領取獎金(佣金)之傳銷商約 82.4 萬人，占傳銷商人數比率為 32.49%，平均領取金額為 35,144 元，較 103 年度增加 197 元。另計算 104 年度新加入傳銷商領取之獎金(佣金)占事業該年度發放獎金比率之平均值為 23.71%，較 103 年之 25.91% 減少了 2.2 個百分點。

此外，104 年女性傳銷商領取獎(佣)金之人數、金額，分別為 596,525 人(占總領取人數 72.31%)、196.17 億元(占總發放金額 67.67%)，平均金額約 32,886 元；男性傳銷商領取獎(佣)金人數為 228,411 人，領取金額為 93.74 億元，平均領取金額為 41,042 元(下圖 5、圖 6)。

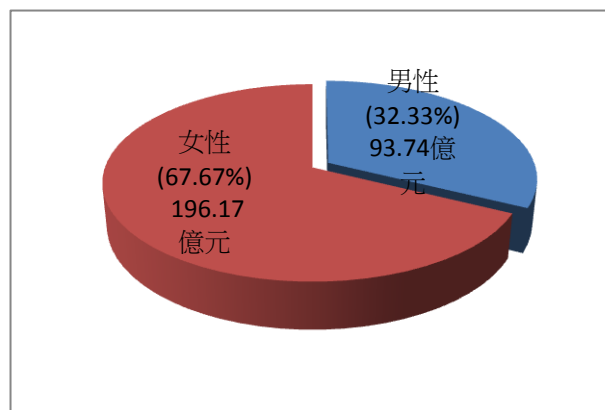
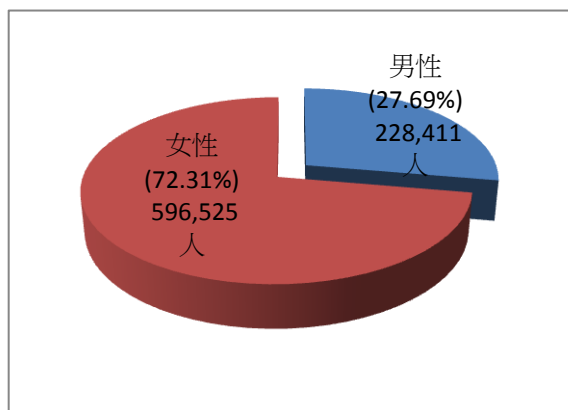


圖 5 男、女性傳銷商領取獎(佣)金人數比率

圖 6 男、女性傳銷商領取獎(佣)金金額比率

再者，觀察表 15 及後附統計表 10(頁 41)中各傳銷事業曾領取佣金或獎金傳銷商人數規模之家數分布，104 年仍以領取人數未逾 1,000 人之事業家數最多(267 家，占總家數 75.85%)，其中 96 年後實施多層次傳銷之事業計 210 家，公司國籍登記我國者有 242 家；次為領取人數介於 1,000 人至 5,000 人之事業計有 56 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，均位於北部地區且營業額達 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獎(佣)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 15，可發現各區間事業群之傳銷商可領取之獎(佣)金平均數額最高為 275,239 元，最低為 2,926 元，其間之差異可達 94 倍。

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 (35,144.00)	267 (40,428.00)	56 (36,627.00)	11 (68,791.00)	14 (41,485.00)	4 (22,674.00)
未及 1 百萬元	66 (2,926.00)	66 (2,926.00)	-	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	83 (11,605.00)	83 (11,605.00)	-	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	125 (25,683.00)	105 (32,817.00)	20 (16,290.00)	-	-	-
1 億元至未及 5 億元	46 (31,198.00)	12 (139,835.00)	29 (34,077.00)	3 (21,399.00)	2 (10,297.00)	-
5 億元至未及 10 億元	16 (50,068.00)	1 (275,239.00)	7 (70,324.00)	5 (45,687.00)	3 (38,549.00)	-
10 億元以上	16 (35,194.00)	-	-	3 (148,164.00)	9 (49,183.00)	4 (22,674.00)

另表 16 彙整 101 年至 104 年各傳銷事業傳銷商所領取獎(佣)金平均金額之分布情形，此 4 年均有逾八成之事業，其傳銷商平均領取金額未達 5 萬元。另自後附統計表 12(頁 43)，可知 104 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 183 家(占總家數 51.99%)；次為平均金額未達 1 萬元，計 108 家事業(占總家數 30.68%)，而平均金額 5 萬元以上未達 10 萬元之事業有 42 家再次之。而傳銷商平均領取獎(佣)金 20 萬以上未達 30 萬元、30 萬元以上之事業則各有 3 家、2 家，分占總事業家數之 0.85%、0.57%。

表 16 各事業領取獎（佣）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
101 年	758	32,434	100.00	31.13	50.96	11.29	5.23	0.55	0.83
102 年	685	36,261	100.00	34.94	50.00	10.23	3.41	0.28	1.14
103 年	754	34,947	100.00	36.10	47.86	10.43	4.55	0.53	0.53
104 年	825	35,144	100.00	30.68	51.99	11.93	3.98	0.85	0.57

(六) 傳銷商退出之原因及人數

104 年底傳銷商總數為 253.6 萬人次，其間退出之傳銷商約有 52.03 萬人次，其中男性約有 15.7 萬人(占總退出人數 30.26%)，女性約 36.3 萬人(占總退出人數 69.74%)。就傳銷商退出之原因而言，以契約期滿不續約為首，有 36.13 萬人(占總退出人數 69.46%)；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 14.8 萬人(占總退出人數 28.44%)，而自訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約者有 10,310 人(占總退出人數 1.98%)。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貴事業要求退出，與整體排序尚無差異。

表 17 104 年傳銷商退出之原因、人數及性別組成

單位：人、家

退出原因	男性	女性	總人(家)數
契約期滿不續約而退出	103,404	257,950	361,354
訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約	4,396	5,914	10,310
訂約日起算第 31 日以後自願終止契約	49,375	98,563	147,938
因傳銷商違約而貴事業要求退出	244	421	665
總計	157,419	362,848	520,267

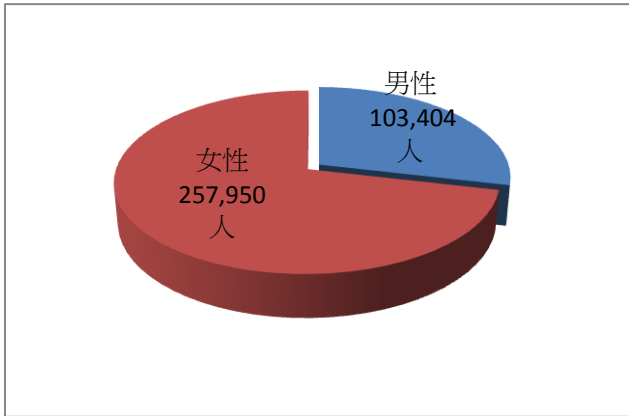


圖 7 男、女性傳銷商因契約期滿不續約而退出人數

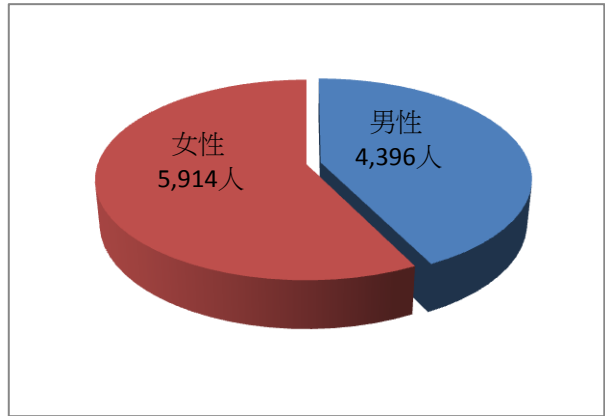


圖 8 男、女性傳銷商於訂約日起算 30 日內自願解除或終止契約人數

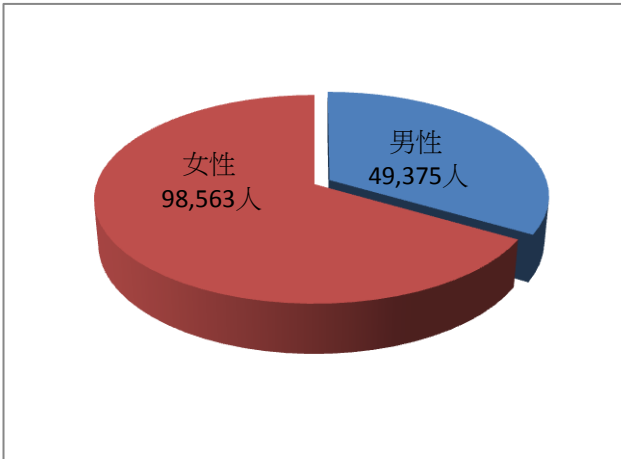


圖 9 男、女性傳銷商於訂約日起算 31 日後自願終止契約人數

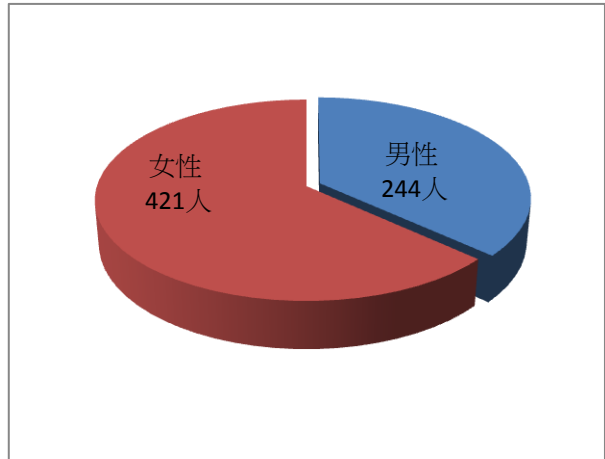


圖 10 男、女性傳銷商因違約而事業要求退出人數

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 105 年營業額持續成長者居多

經彙整事業對 105 年多層次傳銷營業額增減之看法，有 161 家事業(占總家數 45.74%)預期營業額將較 104 年為提升，而預期持平者計 123 家(占總家數 34.94%)，預期減少者為 68 家(占總家數 19.32%)。預期 105 年營業額較 104 年為持平或增加之事業家數占總事業家數達 80.68%，足見多數傳銷事業對來年之營運狀況持樂觀態度。(表 18，統計表 26，頁 76)

表 18 預期 105 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
101 年	100.00	55.10	14.88	30.03
102 年	100.00	48.86	15.06	36.08
103 年	100.00	46.52	24.60	28.88
104 年	100.00	45.74	19.32	34.94

(二) 預期 105 年傳銷組織規模擴增

再彙整多層次傳銷事業對 105 年傳銷組織變動之看法，有 157 家事業(占總家數 44.6%)預期組織將會擴增，而 131 家事業(占總家數 37.22%)預期組織規模持平，另 64 家事業(占總家數 18.18%)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 19、統計表 27，頁 77)。

表 19 預期 105 年傳銷組織變動概況

單位：%

資料年別	總計	預期擴增	預期縮減	預期持平
101 年	100.00	55.10	13.77	31.13
102 年	100.00	48.86	14.77	36.36
103 年	100.00	44.39	22.73	32.89
104 年	100.00	44.60	18.18	37.22

(三) 經營可能面臨之問題(複選題)

自表 20 及後附統計表 29(頁 80)可歸納出傳銷事業對未來經營之看法，以市場不景氣為首(193 家，占總家數 54.83%)，次為同類商品之競爭加劇(163 家，占總家數 46.31%)，排序第三至五名分別為不當多層次傳銷事業之破壞(149 家，占總家數 42.33%)、傳銷商人數漸減(131 家，占總家數 37.22%)及市場漸趨飽和(118 家，占總家數 33.52%)，而對未來營運充滿信心認為沒問題之事業有 43 家(占總家數 12.22%)。其次，分析 101 年至 104 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、不當多層次傳銷事業之破壞及市場不景氣均名列前 4 名，而認為傳銷商人數減少、同類商品競爭加劇、傳統通路競爭激烈係未來經營問題之比率則較 103 年分別降低 3.42 個百分點、3.16 個百分點及 4 個百分點，然市場不景氣較 103 年增加 14.99 個百分點，顯示傳銷事業認為市場之不景氣對其經營具相當程度之影響。

另對於 105 年營業據點拓展計畫方面，352 家事業中有 283 家(占 80.4%)暫無拓展營業據點之計畫，69 家事業(占 19.6%)有拓展計畫，其中近半數係拓展 1 處據點；相較 103 年度調查對於 104 年有拓展計畫之事業占 21.31%，降低 1.71 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未來經營問題等因素，對拓展營業據點採取相對謹慎、保守之態度(統計表 28，頁 78)。

表 20 預期未來經營面臨問題（複選題）

單位：%

年底別	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	不當多層次傳銷事業之破壞	市場不景氣	未來經營沒問題	其他
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
103 年	31.82	40.64	49.47	27.01	39.04	39.84	13.64	7.49
104 年	33.52	37.22	46.31	23.01	42.33	54.83	12.22	7.39

（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，104 年多層次傳銷事業認為最需要協助或經常遇到之問題，以傳銷法令及案例諮詢服務之需求為首(209 家，占總家數 59.38%)，次為多層次傳銷報備程序之諮詢服務(178 家，占總家數 50.57%)，而傳銷商教育訓練之協助、多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務則各有 124 家（占總家數 35.23%）、120 家（占總家數 34.09%），個人資料保護法之諮詢服務居末（93 家，占總家數 26.42%）。按 103 年 1 月 29 日正式實施多層次傳銷管理法，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 166 家，其中 104 年起實施傳銷業務者計 63 家，故所需協助或經常遇到之問題仍以傳銷法令及案例、報備程序之諮詢為主，且需求比率較 103 年各增加 12.06 個百分點、9.13 個百分點。

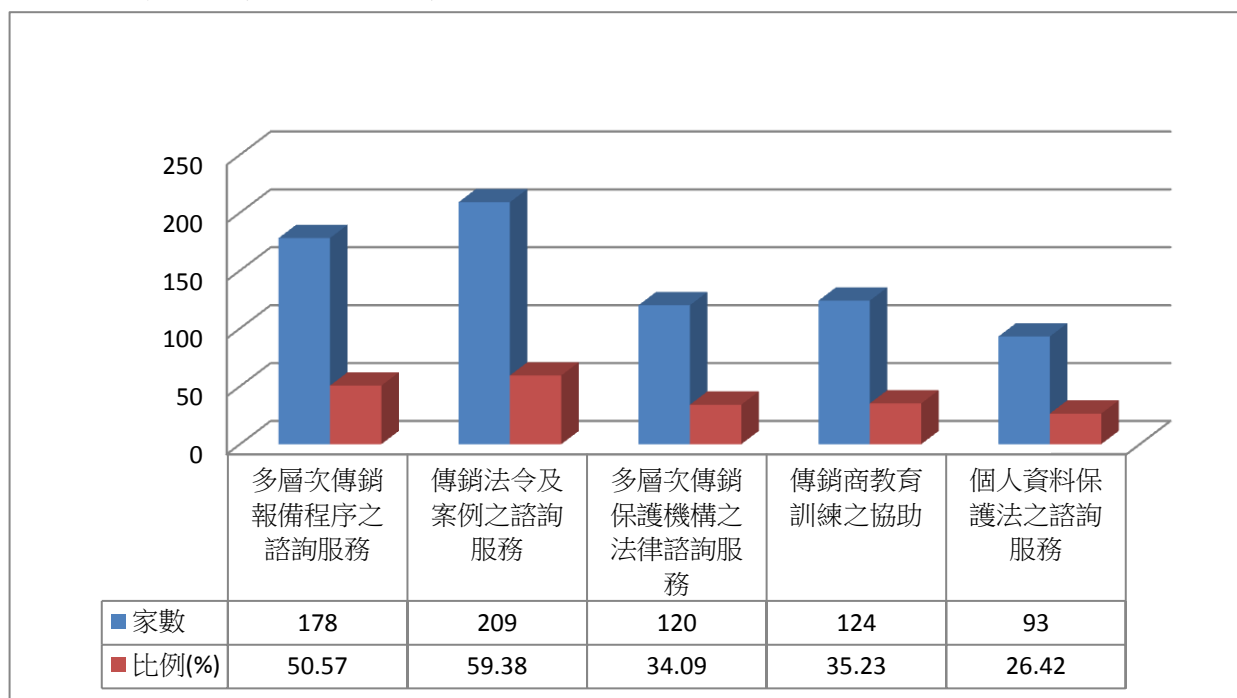


圖 11 傳銷事業最需要協助或經常遇到問題之家數統計及比率

五、總結

綜上，截至 104 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 492 家（包含於 104 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 410 家(83.88%)，其中扣除 20 家報備但 104 年未實施多層次傳銷、38 家已停（歇）業之事業，則回報事業中 104 年仍有實際從事多層次傳銷計 352 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 352 家多層次傳銷事業報備實施時間進行觀察，101 年後實施多層次傳銷之事業計 166 家(占 47.16%) 居首，次為 95 年以前實施之多層次傳銷事業計 104 家（占 29.55%），而 96 年至 100 年實施傳銷之事業則為 82 家（占 23.30%）。復自 101 年至 104 年所查事業實施多層次傳銷之時間分布，可知 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；96 年至 100 年間實施多層次傳銷之事業家數，104 年較 103 年減少 20 家，且 104 年家數僅餘 101 年之 54.3%，而 91 年至 95 年間實施傳銷之事業家數於 104 年亦較 103 年時減少 7 家；101 年後新加入之多層次傳銷事業家數占各年度總家數之比率則持續升高，由 101 年之 23.42% 提升至 104 年之 47.16%，且家數成長近 1 倍。據此，可知經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；進入多層次傳銷產業 5 年至 15 年之事業，近年來所面臨之經營挑戰加劇，包含內外體制及組織發展等經營危機，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，惟其營業據點與 103 年相較減少 33 處，降低比率最多：

352 家多層次傳銷事業之登記所在地區以北部地區 223 家(占 63.35%) 為主，中部地區 74 家(占 21.02%) 居次，南部地區 55 家（15.63%），東部地區 0 家。另就國內營業據點（包含主要營業所、其他營業所）觀之，以北部地區 411 處（占 46.44%）為最多，南部地區 245 處（占 27.68%）居次，中部地區、東部(含金馬)地區則各有 205 處（23.17%）、24 處（占 2.71%）(統計表 2，頁 32)，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 103 年多層次傳銷事業之營業據點總數 933 處，104 年總營業據點數計減少 48 處，主要集中於北部地區，計減少 33 處，占整體營業據點總數比重降低最多，即減少 1.15 個百分點。

（三）傳銷商人數及傳銷商人數規模：

- 1.傳銷商人數增加：104 年底傳銷商人數計 253.6 萬人，較 103 年底 216.8 萬人，增加 36.8 萬人。其次，因部分傳銷商重複參加 2 家以上傳銷事業，故如剔除重複傳銷商人數，估算 104 年底傳銷商人數為 253.3 萬人。
- 2.104 年新加入之傳銷商人數提高：人數計 102.7 萬人，占傳銷商總數之 40.5%，較 103 年新加入傳銷商人數(80.64 萬人)增加 22.06 萬人。
- 3.女性傳銷商仍為傳銷市場主力：104 年底女性傳銷商為 175.59 萬人，占傳銷商總人數(253.6 萬人)之 69.24%，較 103 年度增加 5.7 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事業共有 129 家，占總家數比率達 36.65%，其人數合計為 16,248 人，平均年營業收入 32,195 元，總年營業收入約 5.23 億元，且主要銷售商品為營養保健食品。

(四) 加入傳銷率：

104 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 10.78%，即平均每萬人中有 1,078 人加入多層次傳銷，較 103 年底之 9.16%，增加 1.62 個百分點。

(五) 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，而：

自歷年營業總額趨勢圖可知目前整體趨勢呈現攀升，且 104 年已達 801.38 億元，較 103 年調查之營業總額(752.45 億元)增加 48.93 億元(成長 6.5%)；事業營業額平均值為 2.28 億元，較 103 年之 2.01 億元，增加約 0.27 億元。觀察事業間營業額之分布情形，以營業額介於 1,000 萬元至 1 億元之事業家數最多，有 125 家(占總家數 35.51%)，營業額合計約為 45.82 億元，占整體營業額 5.72%；營業額達 10 億元以上之事業共有 16 家，占總事業家數 4.55%，營業額合計達 533.5 億元，占多層次傳銷業整體營業額 66.57%，其平均營業額為 33.34 億元，較 103 年之 33.66 億元，減少 0.32 億元。

(六) 採行網路行銷比率提高，主要為線上訂購，而網路商城經營型態以自設為主：

104 年採行網路行銷方式之多層次傳銷事業計有 158 家，占整體事業家數 44.89%，較 103 年之使用比率提升 6.39 個百分點。目前傳銷事業採行之網路行銷方式仍以網路購物為主，使用網路(線上)訂購機制者有 146 家(占總家數比率 41.48%)，而設立網路商城供傳銷商購買商品、二者皆有使用之事業各有 104 家(占總家數比率 29.55%)、92 家(占總家數比率 26.14%)。另網路商城之經營型態以自行設立為主，自行設立者有 91 家(占總家數比率 25.85%)，而與他人合作設立僅有 5 家(占總家數比率 1.42%)。

(七) 營養保健食品仍為主要銷售商品且銷售額最高：

不論就銷售各類商品或服務之事業家數及營業額而言，營養保健食品均為主要銷售商品，銷售家數有 275 家(占總家數 78.13%)，且營業額 464.82 億元居所有商品類別之冠，占營業總額之 58%；次為美容保養品，銷售之事業家數有 190 家(占 53.98%)，營業額為 147.46 億元，占營業總額之 18.4%；第三為清潔用品，銷售之事業有 116 家(占 32.95%)，營業額為 44.78 億元，占營業總額比率為 5.59%；前三大銷售類別與 103 年調查結果並無不同。復以國產品及進口品之銷售額觀之，以同時銷售國產品及進口品為主，計有 75 家(占總家數 21.31%)事業，營業額為 500.65 億元(占營業總額 62.47%)；次為國產品，營業額為 180.23 億元(占營業總額 22.49%)；僅銷售進口品之營業額 120.50 億元(占營業總額 15.04%)居末。

(八) 進貨(製造)成本及佣(獎)金支出概況：

1.進貨(製造)成本：104 年 352 家傳銷事業之進貨或製造成本為 237.71 億元，占營業總額(801.39 億元)比率為 29.66%，較 103 年降低 3.33 個百分點。

2.佣(獎)金支出：104 年度多層次傳銷事業之佣(獎)金支出約 289.92 億元，占營業總額之 36.18%，較 103 年之佣(獎)金支付比率 35.02%，增加 1.16 個百分點。

(九) 訂貨傳銷商人數及比率：

104 年度曾訂貨之傳銷商有 192.7 萬人，占傳銷商總數比率為 75.99%；女性訂貨金額約略為 513.81 億元，占傳銷商訂貨總額之 68.99%。

(十) 領取佣(獎)金人數及金額：

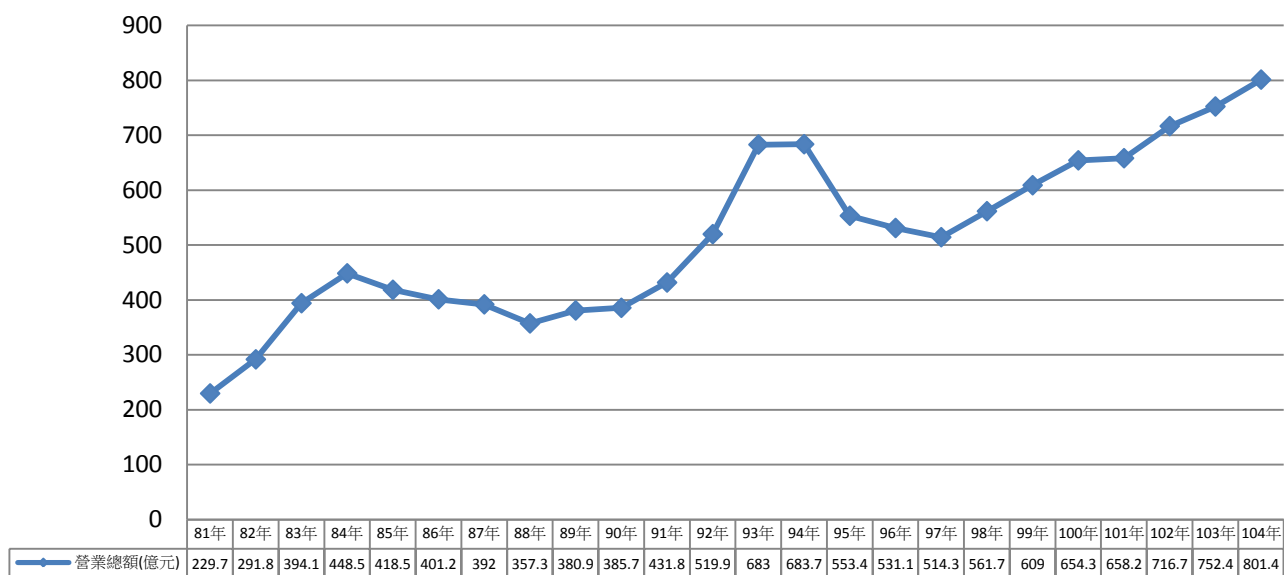
104 年度多層次傳銷事業發放之傳銷商佣金及獎金約為 289.92 億元，而同年曾領取獎金(佣金)之傳銷商約 82.4 萬人，占傳銷商人數比率為 32.49%，平均領取金額為 35,144 元，較 103 年度增加 197 元。另 104 年女性傳銷商領取獎(佣)金之人數為 596,525 人(占總領取人數 72.31%)，平均金額約 32,886 元；男性傳銷商領取獎(佣)金人數為 228,411 人，平均領取金額為 41,042 元。

(十一) 對未來經營概況之看法：

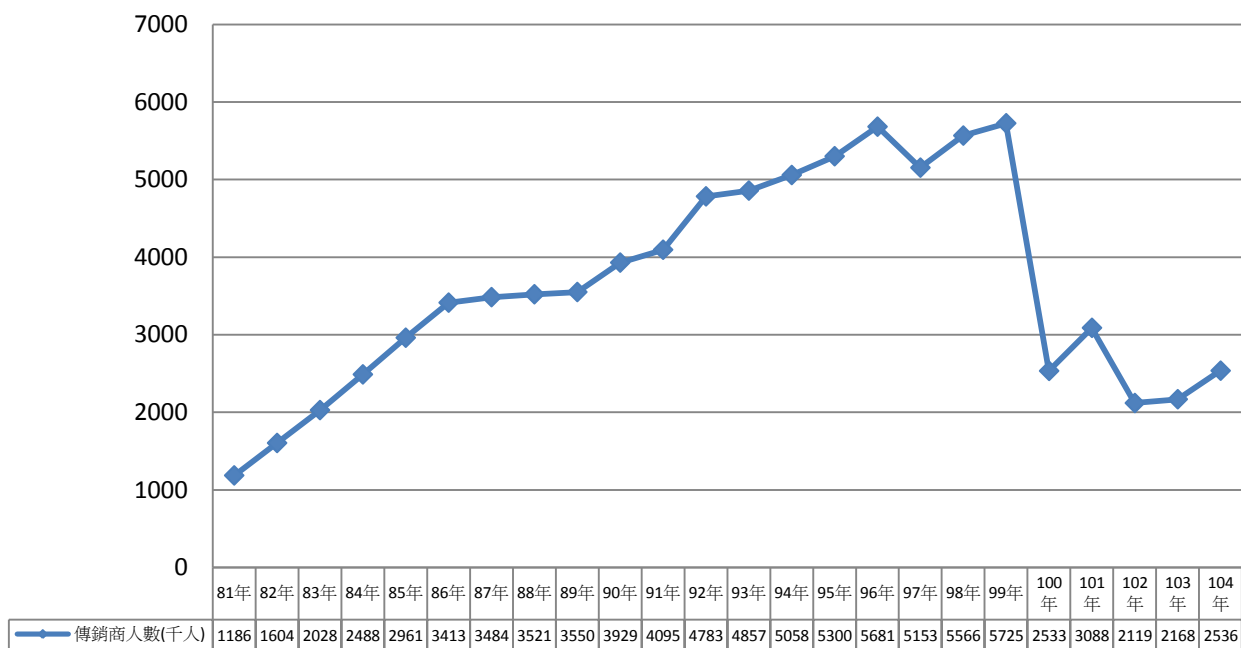
1. 預期 105 年營業額持續成長者居多：有 161 家事業(占總家數 45.74%)預期 105 年多層次傳銷營業額將較 104 年為提升，預期持平者計 123 家(占總家數 34.94%)，預期減少者則為 68 家(占總家數 19.32%)，前二者合計達 80.68%，足見多數傳銷事業對來年之營運狀況持樂觀態度。
2. 在經營上可能面臨之問題：以市場不景氣為首(占總家數 54.83%)，次為同類商品之競爭加劇(占總家數 46.31%)，排序第三至五名分別為不當多層次傳銷事業之破壞(占總家數 42.33%)、傳銷商人數漸減(占總家數 37.22%)及市場漸趨飽和(占總家數 33.52%)，其中市場不景氣較 103 年增加 14.99 個百分點，顯示傳銷事業認為市場之不景氣對其經營具相當程度之影響。
3. 事業最需要協助或經營遇到之問題：以傳銷法令及案例諮詢服務之需求為首(占總家數 59.38%)，次為多層次傳銷報備程序之諮詢服務(占總家數 50.57%)，而傳銷商教育訓練之協助、多層次傳銷保護機構之法律諮詢服務則各有 124 家(占總家數 35.23%)、120 家(占總家數 34.09%)，個人資料保護法之諮詢服務居末(93 家，占總家數 26.42%)。按 103 年 1 月 29 日正式實施多層次傳銷管理法，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 166 家，其中 104 年起實施傳銷業務者計 63 家，故傳銷法令及案例、報備程序之諮詢仍為事業最需協助或經常遇到之問題，且該項需求比率較 103 年增加。

參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖

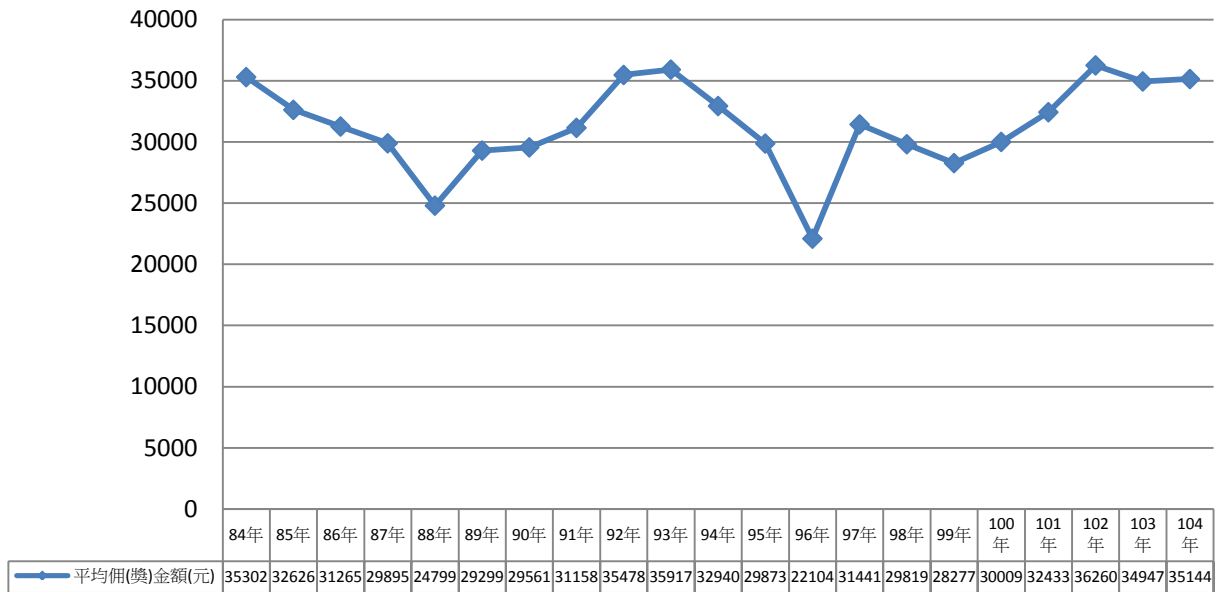
趨勢圖 1 81年至104年營業總額



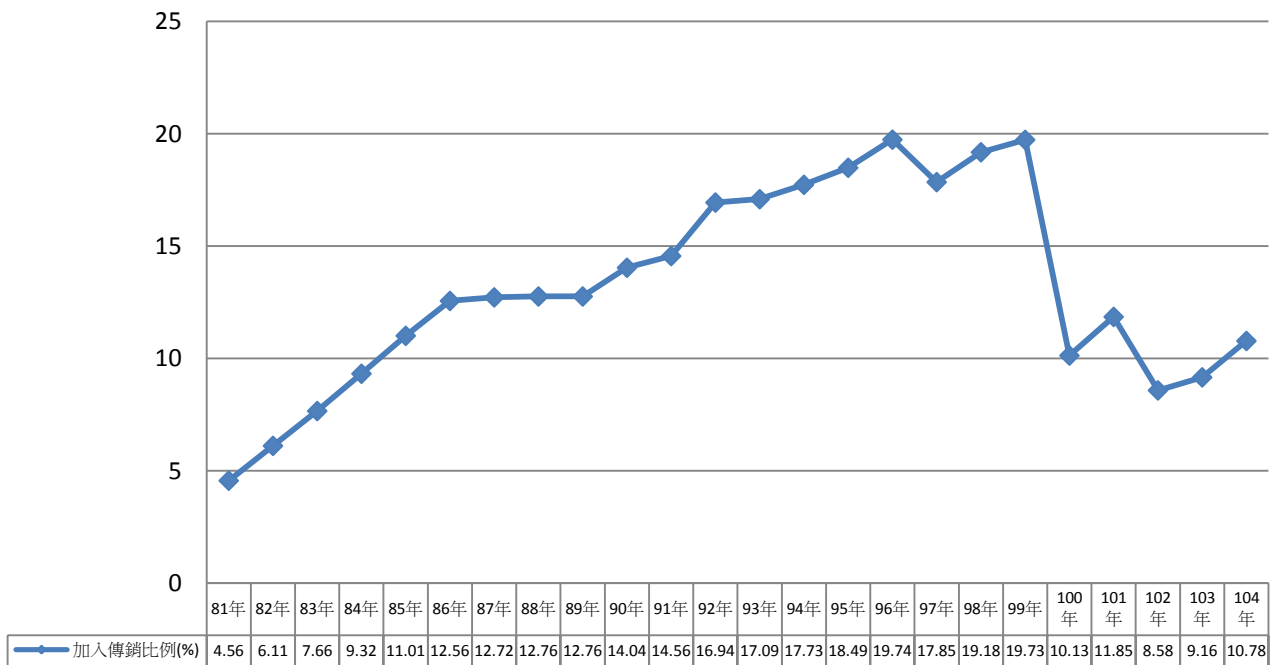
趨勢圖 2 81年至104年傳銷商人數



趨勢圖 3 84 年至 104 年領取佣(獎)金者之平均領取金額⁶

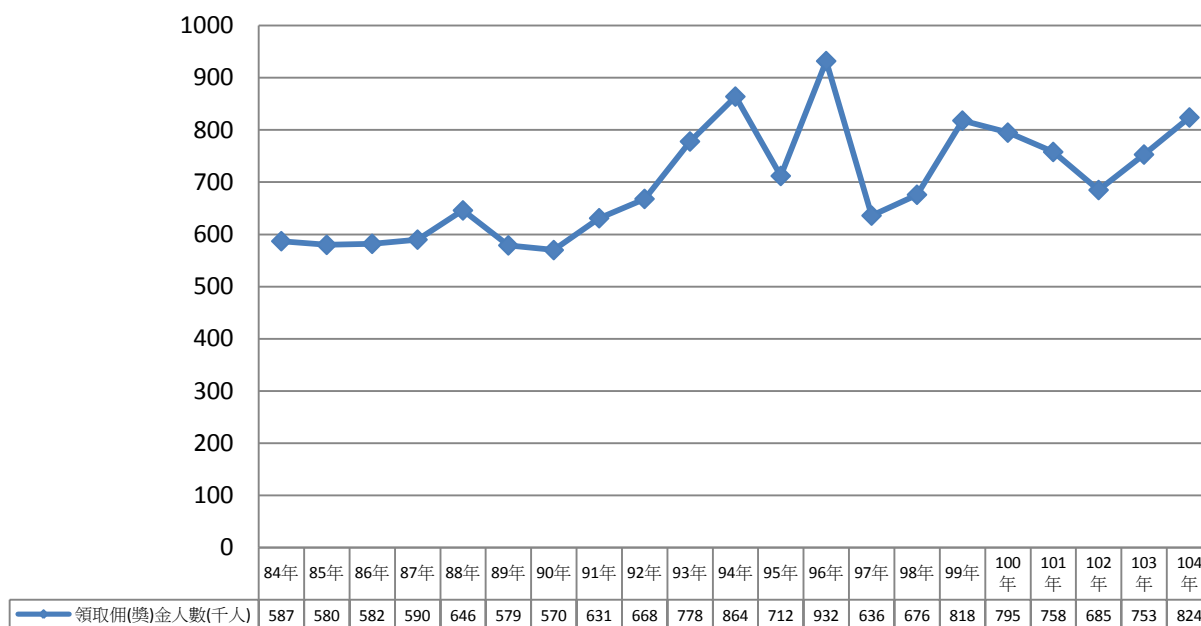


趨勢圖 4 81 年至 104 年加入傳銷比率

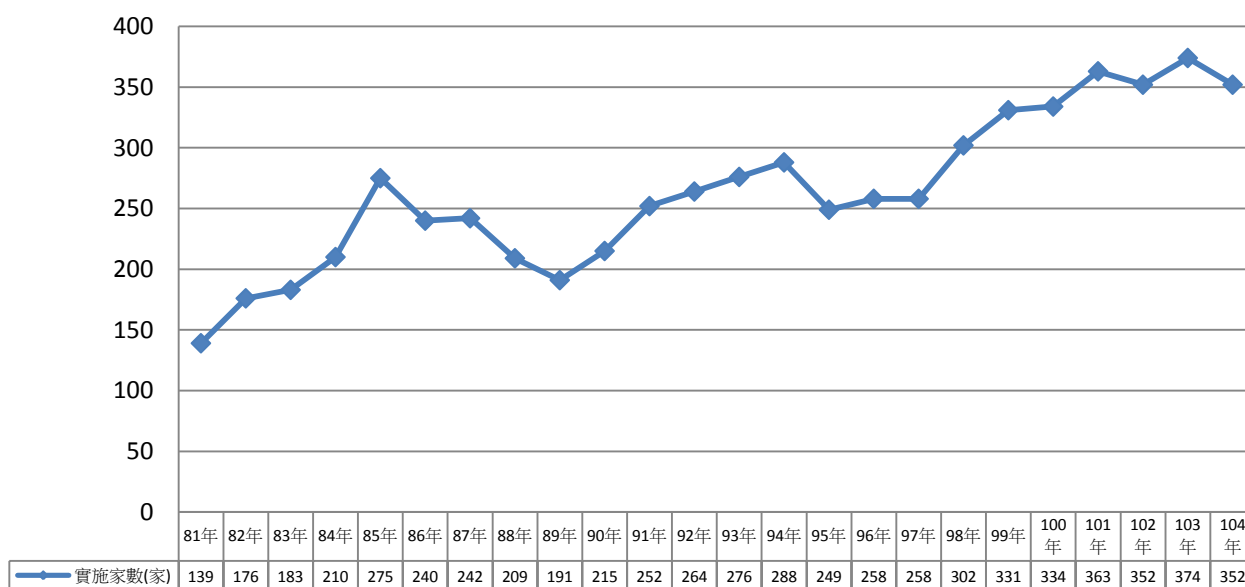


6 民國 81 年至 83 年無該數據資料。

趨勢圖 5 84 年至 103 年領取佣(獎)金之傳銷商人數⁷



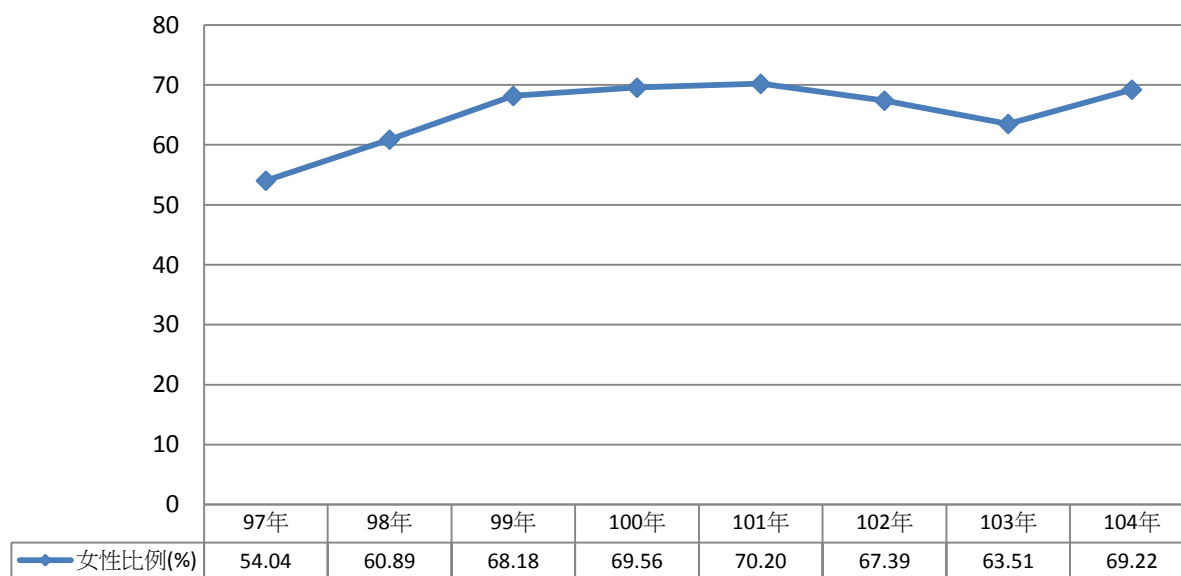
趨勢圖 6 81 年至 104 年實施多層次傳銷之事業家數⁸



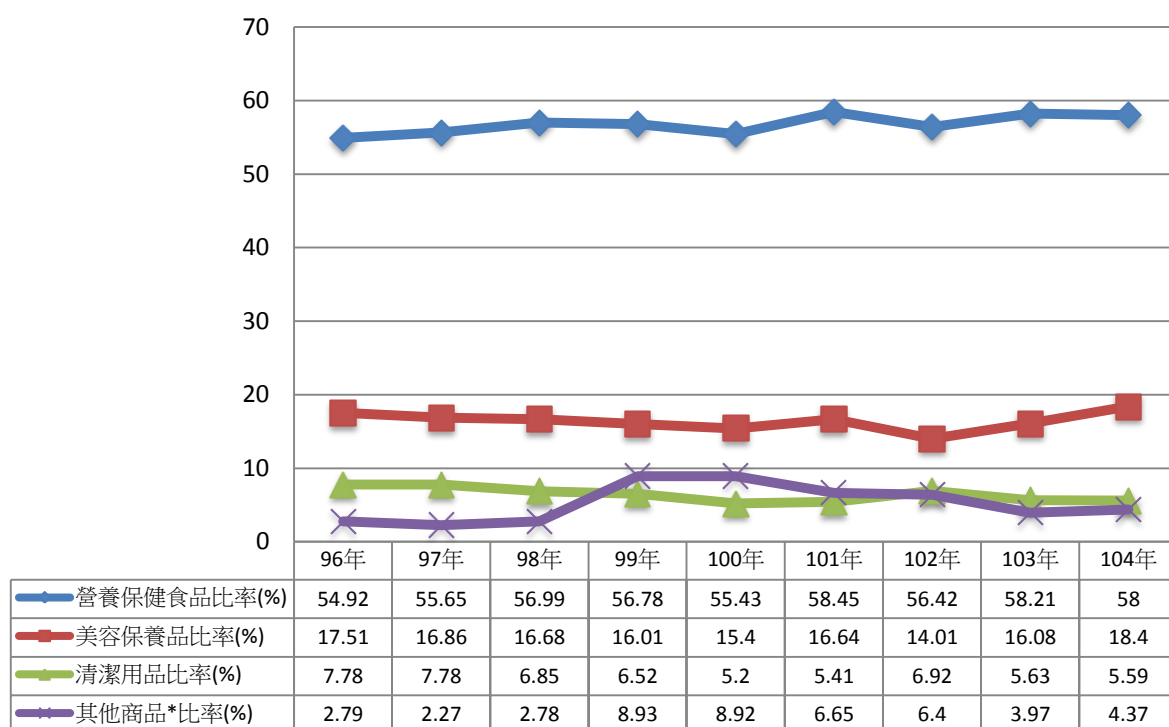
7 民國 81 年至 83 年無傳銷商領取佣(獎)金人數資料。

8 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 104 年女性傳銷商參與情形⁹



趨勢圖 8 96 年至 104 年前 4 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率¹⁰

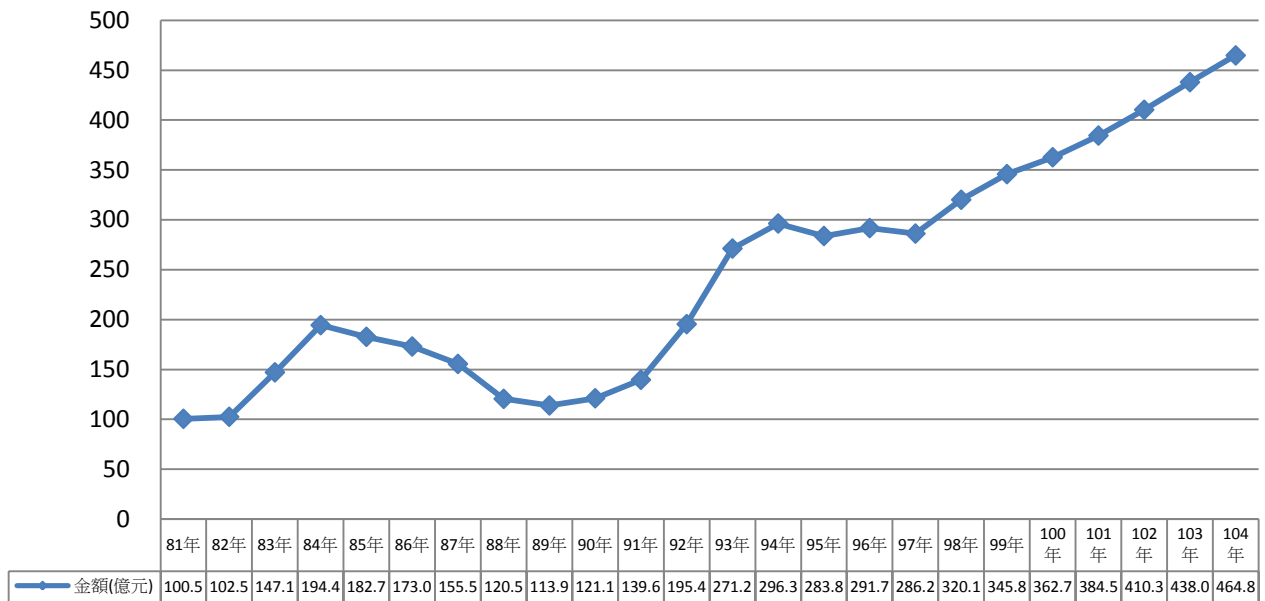


9 女性傳銷商比率自 96 年起列為調查內容。

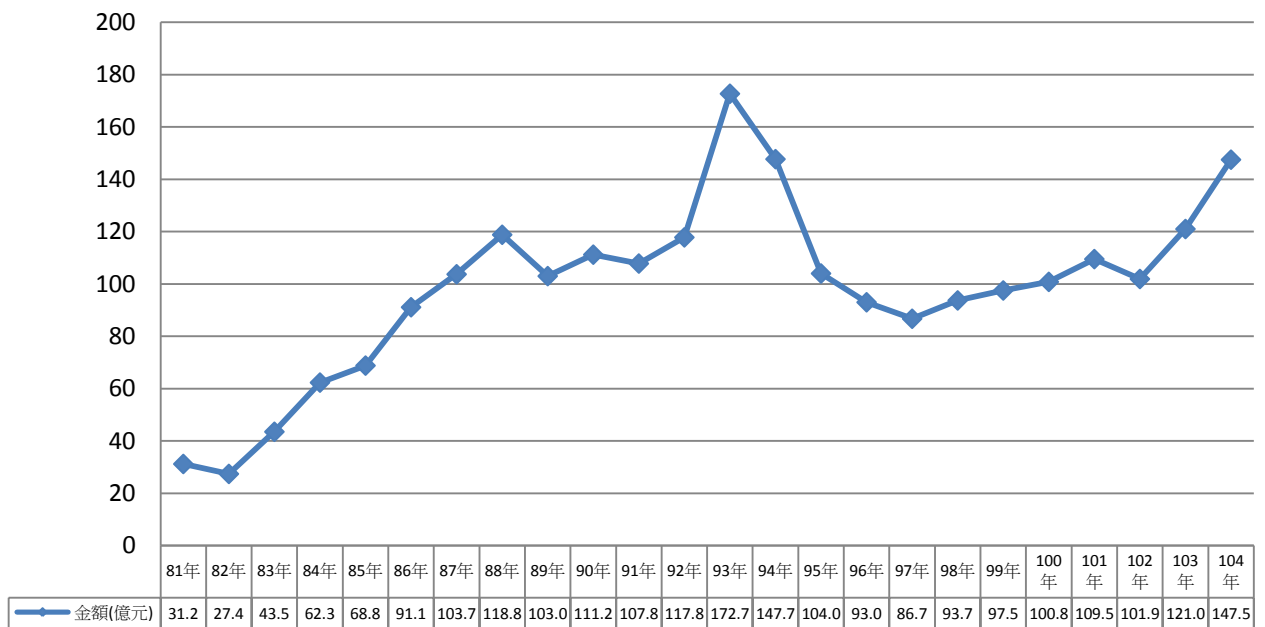
10 因受篇幅限制，僅列出 96-102(7)年之前 4 名銷售商品占整體營業額比率，另因數字僅計算 4 項商品之故而與查報結果有稍微差距。

*：102 年前及 104 年多層次傳銷事業第 4 大之銷售品項營業額為其他用品，惟 103 年第 4 大之銷售品項營業額為淨、濾飲水器材。

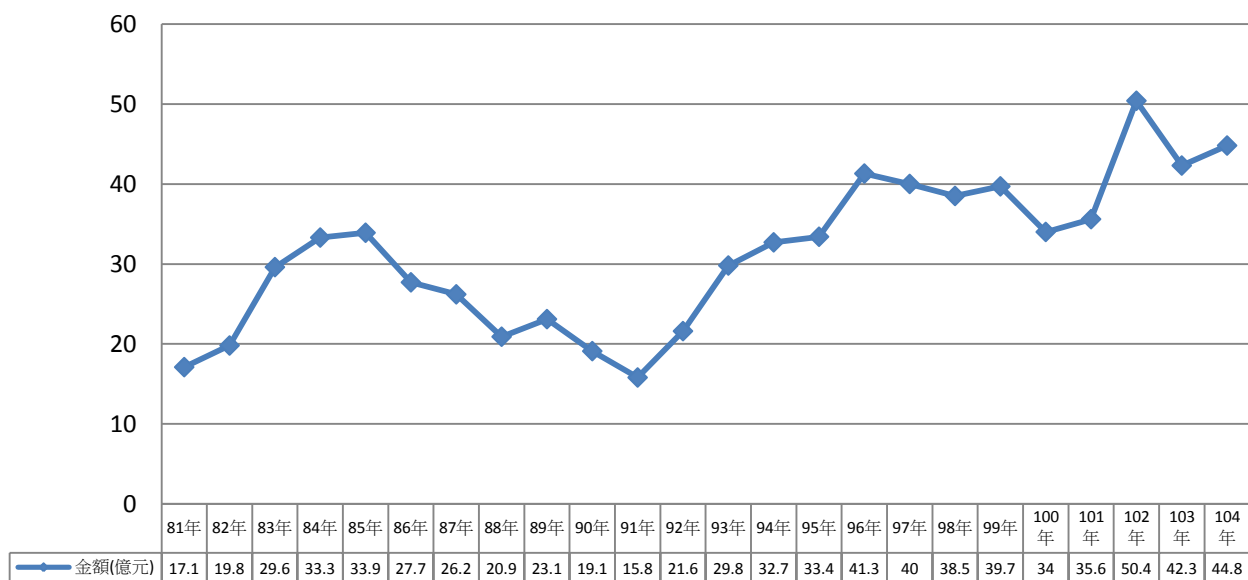
趨勢圖 9 81年至104年營養保健食品營業額



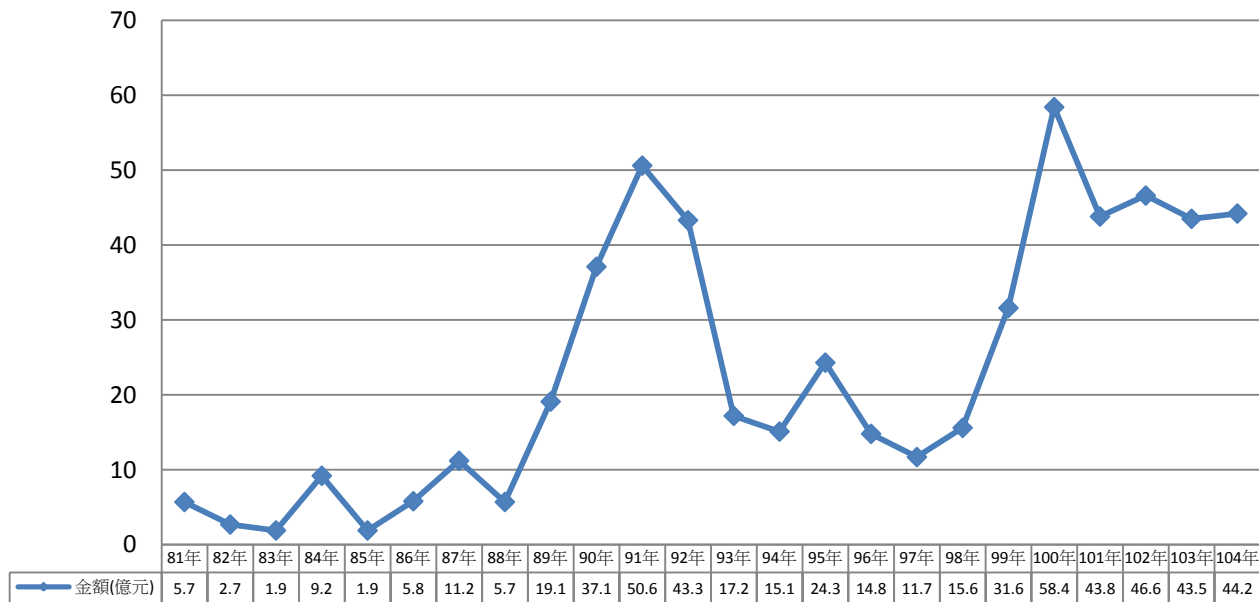
趨勢圖 10 81年至104年美容保養品營業額



趨勢圖 11 81年至104年清潔用品營業額



趨勢圖 12 81年至104年其他商品¹¹營業額



11 其他商品係指調查表所列舉特定商品類別以外之商品

橫條圖 13 104 年傳銷商品(服務品項)營業額占多層次傳銷營業總額比率

