

中華民國 99 年

多層次傳銷事業

營運發展狀況線上查報結果報告

行政院公平交易委員會

中華民國 100 年 6 月

目 錄

壹、調查概要.....	1
貳、提要分析.....	2
一、調查概況.....	2
二、基本資料分析.....	2
三、經營概況.....	3
(一) 參加人數及參加人概況.....	3
(二) 多層次傳銷營業額規模及營業方式.....	5
(三) 銷售商品或勞務類別.....	7
(四) 傳銷事業之進貨(製造)成本及佣金(獎金)所占比率.....	7
(五) 參加人之訂貨及領取佣金(獎金)之規模與比率.....	8
四、對未來經營概況之看法.....	11
五、總結.....	12
參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖.....	14
肆、統計表.....	18
伍、附錄.....	65
一、「99年多層次傳銷事業營運發展狀況線上查報」實施計畫.....	65
二、多層次傳銷事業營運發展狀況線上查報系統(畫面).....	66
三、多層次傳銷管理辦法.....	70
四、多層次傳銷事業報備及變更報備須知.....	75

壹、調查概要

一、調查緣起及目的

我國公平交易法於民國 81 年 2 月 4 日正式實施，依該法第 23 條之 4 規定由本會訂定「多層次傳銷管理辦法」，用以管理、規範多層次傳銷事業，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。另本次調查方式全面採由多層次傳銷管理系統線上填報，並首次將 99 年期間停止從事多層次傳銷之事業列入調查對象，更能貼近並完整呈現 99 年度多層次傳銷事業之營運全貌。

二、法令依據

依據公平交易法第 23 條之 4 暨多層次傳銷管理辦法第 22 條、第 23 條規定辦理。

三、調查範圍與對象

99 年向本會報備實施多層次傳銷之事業（包括 99 年間已報備停止實施者）均為調查對象。

四、調查項目

- (一) 基本資料：包括事業名稱、聯絡電話、事業成立時間、營業據點分布、參加人加入之條件等。
- (二) 事業經營概況：
 - 1. 參加人數、未滿 20 歲參加人數、女性參加人數、實際參與傳銷活動參加人數、訂貨參加人數、領取佣（獎）金參加人數及退出之參加人數。
 - 2. 最高聘級及最低聘級參加人數。
 - 3. 佣獎金計算及退貨狀況。
 - 4. 事業全部營業額、採行多層次傳銷營業額、進貨 (或製造) 成本、支付參加人佣(獎)金。
 - 5. 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 99 年 1 月至 12 月全年數字為準，靜態資料以 99 年底數字為準。
- (二) 調查實施期間：100 年 3 月 1 日至 3 月 31 日。

六、抽樣方法

全部調查

七、調查方法

全面以多層次傳銷管理系統線上填報。

貳、提要分析

一、調查概況

多層次傳銷為行銷通路的一種，係指事業透過一連串獨立之參加人銷售商品，每一參加人除可賺取零售利潤外，並可透過自己所招募、訓練的參加人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為納入規範，並且授權本會訂定「多層次傳銷管理辦法」，以為執行管理之依據。

依據多層次傳銷管理辦法，所有從事多層次傳銷的事業，均須於實施前向本會報備，截至 99 年底止向本會報備之多層次傳銷事業（包含 99 年間向本會報備停止實施多層次傳銷者）計 488 家，較 98 年之受調查家數 405 家，增加 83 家。

本次調查 99 年底前向本會報備從事多層次傳銷事業（包含 99 年向本會報備停止實施者）計 488 家，實際回報事業有 392 家(80.33%)，該等回報事業於 99 年間仍有實施多層次傳銷之事業計 331 家，較 98 年之 302 家，增加 29 家(9.6%)，另有 35 家報備事業尚未實施多層次傳銷、餘 26 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（99）年間仍有從事多層次傳銷行為之 331 家事業為範圍。

二、基本資料分析

（一）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，為多層次傳銷事業找到發展空間。就 331 家多層次傳銷事業之報備實施時間觀察，96 年以後實施多層次傳銷之事業計 180 家（占 54.38 %）居首，其次為 91 年至 95 年間實施傳銷之事業計 81 家（占 24.47 %）(表 1)。透過比較歷年事業實施多層次傳銷之時間分布可得知，民國 90 年以前實施之多層次傳銷事業，持續經營多層次傳銷之家數變動不多，而 96 年以後加入多層次傳銷經營之家數變動較劇。

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 79 年以前	民國 80 年至 85 年	民國 86 年至 90 年	民國 91 年以後	民國 96 年以後
96 年	258	12	26	47	173	
97 年	235	13	24	33	165	
98 年	302	11	24	35	84	148
99 年	331	11	25	34	81	180

(二) 事業國籍分布

依調查結果顯示 331 家多層次傳銷事業中，我國公司計有 280 家（占 84.59%），屬外商公司計 50 家（占 15.41%），較前一年（98）度多層次傳銷事業之事業國籍分布，外商公司占我國多層次傳銷事業之比例有微幅提升。（表 2）

表 2 國籍分布

單位：家

年底別	事業家數 (家)	結構比(%)		
		總計	本國公司	外商公司
96 年	258	100.00	79.46	20.54
97 年	235	100.00	77.45	22.55
98 年	302	100.00	86.42	13.58
99 年	331	100.00	84.59	15.41

(三) 事業所在地區分布與營業據點

331 家多層次傳銷事業中，其登記所在地區主要仍以北部地區 205 家（占 61.93%）為最多，中部地區 74 家（占 22.36%）居次，南部地區 51 家（15.41%），東部地區 1 家。按縣市別觀之，以臺北市 149 家（占 45.02%）居首，其次為臺中市 66 家（占 19.94%），高雄市 35 家（占 10.57%），新北市 26 家（占 7.86%），桃園縣 23 家（占 6.95%），此亦適當地呈現多層次傳銷的特質，即其係運用「人際網絡關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點時會以人口較稠密之都會區優先。另 331 家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 927 處，其中以北部地區 419 處（占 45.20%）為最多，其次為中部地區 248 處（26.75%），南部地區 242 處（26.11%）居第三，而東部及金馬地區僅 18 處居末。（表 3）

表 3 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
96 年	258	162	52	40	4
97 年	235	151	43	40	1
98 年	302	191	60	49	2
99 年	331	205	74	51	1

三、經營概況

(一) 參加人數及參加人概況

依據 331 家多層次傳銷事業資料顯示，99 年底參加人數計 572.6 萬人次，較 98 年底 556.6 萬人次，增加 16 萬人次。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¹，99 年底參加人數為 457.0 萬人，較 98 年底 444.2 萬人增加 12.8 萬人。另依內政部統計 99 年底我國總人口數 2316.2 萬人，平均每百人中 有 19.73 人參加多層次傳銷組織（以剔除重複參加人數計算），即加入傳銷率為 19.73%，較 98 年底 19.21%，增加 0.52 個百分點。

1.新加入參加人規模

99 年新加入之參加人數計 82.09 萬人次，占總參加人之 14.34%。觀察各事業新加入之參加人數規模，以參加人未及 5 百人之事業居多，計 197 家（占 59.52%），其次為參加人 1 千至未及 1 萬人之事業，計 75 家（占 22.66%），新加入參加人規模達 5 萬人以上之事業計 3 家，均為多層次傳銷營業額達新臺幣（下同）10 億元以上之事業。

2.參加人人數規模

99 年底參加人總數(未剔除重複)572.6 萬人，平均每家參加人人數 1.73 萬人。觀察參加人人數規模，以 1 千人至未及 1 萬人之事業最多，計 136 家(占 41.09%)；其次是未及 1 千人之事業，計 125 家(占 37.76%)；1 萬人至未及 5 萬人之事業，計 42 家(占 12.69%)；而參加人人數在 5 萬人至未及 10 萬人及 10 萬人以上之事業各計有 14 家（占 4.23%）。另多層次傳銷營業額大小亦與參加人數規模息息相關，多層次傳銷營業額未及 1 百萬元，計有 45 家事業，其中，其參加人人數未及千人就有 40 家；而多層次傳銷營業額逾 10 億元以上有 10 家事業，其參加人人數除有 2 家未及 5 萬人外，另參加人數達 5 萬人至未及 10 萬人及 10 萬人以上各計有 4 家。(表 4)

表 4 參加人人數分布規模(按多層次傳銷營業額分)

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 1 萬人	1 萬人至 未及 5 萬人	5 萬人至 未及 10 萬人	10 萬人 以上
總計	331	125	136	42	14	14
未及 1 百萬元	45	40	4	1	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	89	57	31	1	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	130	25	81	18	5	1
1 億元至未及 5 億元	46	3	20	15	2	6
5 億元至未及 10 億元	11	-	-	5	3	3
10 億元以上	10	-	-	2	4	4

¹ 剔除重複數係根據本會以往數據統計估算而得，計算方式為年度參加人數除以 1.2528 即可得出剔除重複數之參加人數。

3. 女性參加人比率分布

調查結果顯示，女性參加人計 390.4 萬人，占參加人比率 68.18%，再依各事業女性參加人比率觀察，女性參加人比率以介於 50%至 74%之事業最多，計 182 家（占 54.99%），其次為 25%至 49%之事業 49 家（占 14.80%）；而 75%至 89%之事業 43 家（占 12.99%），未及 25%之事業 30 家（9.06%），90%以上 27 家（8.16%）居末，且自 96 年將女性參加人列為調查對象後，女性參加人比例逐年增加，足見女性參加人為傳銷市場主力。（圖 1、趨勢圖 7）

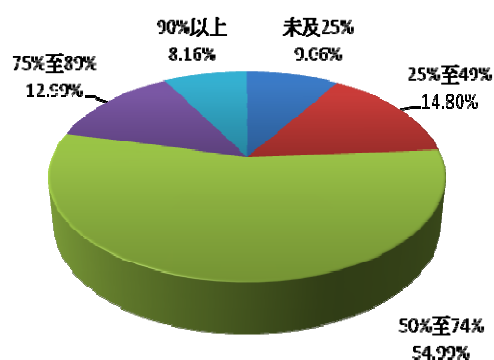


圖 1 女性參加人比率分布

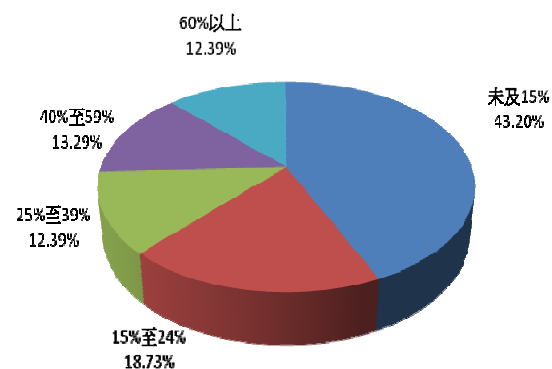


圖 2 實際參與傳銷活動參加人比率分布

4. 實際參與傳銷活動參加人比率分布

實際參與傳銷活動參加人係以各傳銷事業 99 年下半年度領有佣獎金之參加人數與該公司總參加人數之比率做為計算依據。99 年底參加人實際參與傳銷比率係以未及 15%之事業最多，計有 143 家，占 43.20%，其次為 15%至 24%之事業有 62 家，占 18.73%，40%至 59%之事業居第三有 44 家，占 13.29%，25%至 39%及 60%以上各有 41 家，各占 12.39%，參加人實際參與傳銷活動比率在 40%以上之事業占全體多層次傳銷家數之 25.68%，顯示多層次傳銷參加人實際參與傳銷比率並不高，但仍較 98 年 18.88%（參加人數實際參與比率達 40%以上事業之比率）提升 6.8 個百分比。

(二) 多層次傳銷營業額規模及營業方式

1. 多層次傳銷營業額規模

依據 331 家多層次傳銷事業資料顯示，99 年該業營業總額 608.95 億元，較 98 年 561.73 億元，增加 47.22 億元（成長 8.41%）。倘就以往營業規模觀之，99 年之營業額乃是自 94 年達 683.7 億之高峰後，首次年營業額破 600 億元；若就營業規模家數分布觀察，營業額於 1 千萬元至未及 1 億元之事業最多，計 130 家（占 39.27%），其次為 1 百萬元至未及 1 千萬元之事業 89 家（占 26.89%），1 億元

至未及 5 億元者之事業 46 家(占 13.90%)居第三。而 10 億元以上之事業共有 10 家，其家數雖占全部家數 3.02%，惟其參加人占參加人總數 31.37%，營業額達 366.38 億元，占多層次傳銷產業總值 60.17%；足見多層次傳銷事業之營業規模與參加人人數多寡息息相關，且事業間之參加人人數與營業額差距甚大。(表 5、趨勢圖 1)

表 5 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)	結構比(%)	營業額 (百萬元)	占營業總額比率(%)
總計	331	100.00	60895.28	100.00
未及 1 百萬元	45	13.60	17.92	0.03
1 百萬元至未及 1 千萬元	89	26.89	370.34	0.61
1 千萬元至未及 1 億元	130	39.27	4661.06	7.65
1 億元至未及 5 億元	46	13.90	10776.16	17.70
5 億元至未及 10 億元	11	3.32	8431.83	13.84
10 億元以上	10	3.02	36637.97	60.17

2. 多層次傳銷之經營方式

(1) 加入條件

多層次傳銷係就推廣或銷售之計畫或組織，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，331 家事業中訂有加入條件之事業計 330 家(占 99.70%)，就單項之加入條件觀察，以需訂購產品 193 家(占 58.31%)為最多，其次依序為需繳納保證金或入會費，計 182 家事業(占 54.98%)、其他方式 100 家(30.21%)、需購買資料袋 83 家(占 25.08%)。(表 6)

表 6 加入條件(有條件限制項下複選)

單位：家

多層次傳銷營業額別	無條件 限制	有條件 限制	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	1	330	182	193	31	83	38	100
未及 1 百萬元	-	45	28	25	10	12	9	16
1 百萬元至未及 1 千萬元	-	89	44	59	9	18	9	21
1 千萬元至未及 1 億元	1	129	78	83	6	24	15	37
1 億元至未及 5 億元	-	46	23	20	3	16	4	20
5 億元至未及 10 億元	-	11	3	4	1	6	1	2
10 億元以上	-	10	6	2	2	7	-	4

(2) 採多層次傳銷經營

99 年完全採用多層次傳銷方式之事業計 258 家 (占 77.95%)，另 22.05% 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。

(三) 銷售商品或勞務類別

為了解多層次傳銷事業銷售商品或勞務種類，特將商品分成 13 類，按各種品項商品之銷售家數觀察，99 年仍以販售營養保健食品 261 家(占 78.85%)居冠，販售美容保養品 177 家(占 53.47%)居次，第三為清潔用品 101 家(占 30.51%)。

因多層次傳銷事業營業規模差距甚大，且同一事業販售 2 種類型以上之商品，各類商品銷售額占多層次傳銷總營業額比重亦有不同，為了解其實際銷售狀況，以各事業商品銷售比重及營業額，計算各類商品銷售額，結果以營養保健食品銷售額最大，計 345.79 億元(占 56.78%)，其次為美容保養品 97.45 億元(占 16%)，第三位為清潔用品 39.74 億元(占 6.53%)，第四則為其他商品 31.63 億元(占 5.19%)²。各類營業額與 98 年比較，僅減重食品、寢具、圖書文具及錄影音帶及服務類商品等營業額減少，餘均增加。(表 7)

表 7 99 年多層次傳銷商品或勞務銷售概況

商品名稱 (按銷售額排列)	事業家數* (家)	結構比* (%)	銷售額 (百萬元)	結構比 (%)
總計	331	100.00	60895.28	100.00
營養保健食品	261	78.85	34579.11	56.78
美容保養品	177	53.47	9745.40	16.00
清潔用品	101	30.51	3974.49	6.53
淨、濾飲水器材	38	11.48	2658.60	4.37
衣著與飾品	32	9.67	2193.92	3.60
減重食品	33	9.97	1375.97	2.26
健康器材	43	12.99	1170.00	1.92
寢具	12	3.63	784.78	1.29
服務類商品	10	3.02	498.49	0.82
圖書文具及錄影音帶	38	11.48	335.04	0.55
廚具、餐具	7	2.11	218.35	0.36
資訊商品	21	6.34	197.78	0.33
其他	64	19.34	3163.36	5.19

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 331 家，事業家數之結構比相加亦超過 100%。

(四) 傳銷事業之進貨(製造)成本及佣金(獎金)所占比率

1. 傳銷事業之進貨(製造)成本比率分布

依 331 家多層次傳銷事業資料顯示，99 年該業進貨(製造)成本計 172.11 億元，占營業總額 608.95 億元之 28.26%，較 98 年 28.73%，減少 0.47 個百分點。

² 經交叉比對，多層次傳銷營業額超過 10 億以上之事業皆有銷售營養保健品，而美容保養品則有 1 家未銷售，清潔用品則有 2 家，其他用品則有 3 家。

按個別事業之成本比重觀之，進貨(製造)成本比率為 20%至未及 30%之事業 102 家（占 30.82%）是最多，其次 30%至未及 40%之事業 81 家（占 24.47%），10%至未及 20%之事業 71 家（占 21.45%）再次之。(表 8)

表 8 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
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
98 年	100.00	8.28	16.89	34.77	21.85	7.28	3.64	2.98	4.30
99 年	100.00	7.85	21.45	30.82	24.47	5.44	4.23	1.81	3.93

2.傳銷事業之佣(獎)金支付比率

由於參加人與多層次傳銷事業間並無僱傭之關係，參加人薪酬全視業績而定，優渥的獎金支付制度及福利計畫係吸引參加人加入之重要誘因，按依調查結果顯示，99年多層次傳銷事業佣(獎)金支出計231.53億元，占該業營業總額608.95億元之38.02%，較98年之佣(獎)金支付比率35.89%，增加2.13個百分點。就各事業佣(獎)金支付比率分布觀察，以佣(獎)金支出占各事業之營業總額30%至未及40%之事業最多，計99家（占29.91%），其次為40%至未及50%之事業76家（占22.96%），第三為20%至未及30%之事業51家（占15.41%）。(表9)

表 9 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
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
98 年	100.00	3.97	8.94	15.23	23.51	24.17	13.58	5.63	4.97
99 年	100.00	5.44	9.06	15.41	29.91	22.96	11.78	2.42	3.02

(五) 參加人之訂貨及領取佣金（獎金）之規模與比率

1.訂貨參加人人數規模分布

由於多層次傳銷事業對參加人資格並無嚴格限制，部分產品愛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，99年曾訂貨之參加人計155.6萬人，占參加人總數比率27.17%；觀察99年訂貨參加人人數規模，訂貨參加人數規模以未及1千人之事業為最多，計213家(占

64.35%)，其中 132 家係於 96 年以後實施多層次傳銷；其次為訂貨參加人人數規模為 1 千至未及 5 千人之事業計 76 家(占 22.96%)；另訂貨參加人達 3 萬人以上之事業計 11 家，其中有 9 家營業額均逾 10 億元以上（另 2 家為超過 1 億未及 10 億），且 96 年以後新加入之事業並未有超過 3 萬人以上之訂貨參加人，是依現有情形，96 年以後新加入之事業大多尚無法建立一定之營業規模。(表 10)

表 10 訂貨參加人人數規模分布－按多層次傳銷營業額

單位：家

多層次傳銷營業額別	總計	訂貨參加人人數規模				
		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	331	213	76	19	12	11
未及 1 百萬元	45	44	1	-	-	-
1 百萬元至未及 1 千萬元	89	87	2	-	-	-
1 千萬元至未及 1 億元	130	75	50	4	1	-
1 億元至未及 5 億元	46	7	21	14	3	1
5 億元至未及 10 億元	11	-	2	1	7	1
10 億元以上	10	-	-	-	1	9

2. 參加人訂貨比率結構分布

99 年多層次傳銷事業之參加人訂貨比率（即各事業之訂貨人數與各事業參加人之比率）結構分布，其中以參加人訂貨比率 60%以上之事業為最多，計有 108 家(占 32.63%)，而這 108 家中，96 年以後實施多層次傳銷者就有 83 家，其次為訂貨比率未及 15%之事業計 95 家(占 28.7%)，訂貨比率 40%至 59%之事業居第三位計 55 家(占 16.62%)；又訂貨比率 25%至 60%以上者共有 206 家，其中 96 年以後實施多層次傳銷家共有 140 家。(表 11)由以上兩資料顯示，96 年以後新加入之事業雖然大多還無法建立相當營業規模，但其參加人實際參與營運卻相對積極踴躍得多。

表 11 參加人訂貨比率結構分布

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	331	95	30	43	55	108
未及 1 百萬元	45	14	3	3	6	19
1 百萬元至未及 1 千萬元	89	30	9	9	10	31
1 千萬元至未及 1 億元	130	33	13	22	26	36
1 億元至未及 5 億元	46	14	4	6	9	13
5 億元至未及 10 億元	11	3	1	3	3	1
10 億元以上	10	1	-	-	1	8

3. 參加人領取獎金或佣金之人數規模及分布情形

由於參加人和多層次傳銷事業間無僱傭關係，為促使參加人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。99年領取佣金或獎金者之平均金額為28,277元，較去(98)年之平均額低1,542元。99年曾領取獎金或佣金之參加人計81.9萬人，占參加人人數比率14.30%，較98年增加2.15個百分點(98年領取人數為67.6萬人，比率為12.15%)。

觀察99年領取獎金參加人之人數規模，以領獎金人數未及1千人之事業最多，計248家(占74.92%)，其中153家係於96年以後實施多層次傳銷，其次為領獎金人數1千至未及5千人之事業53家(占16.01%)，而領獎金人數超過3萬人以上之事業共有4家，其多層次傳銷營業額均逾10億元。(表12)

表12 領取佣金或獎金參加人人數規模分布—按多層次傳銷營業額分

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	331	248	53	19	7	4
未及1百萬元	45	45	-	-	-	-
1百萬元至未及1千萬元	89	88	1	-	-	-
1千萬元至未及1億元	130	104	25	1	-	-
1億元至未及5億元	46	11	24	9	2	-
5億元至未及10億元	11	-	3	6	2	-
10億元以上	10	-	-	3	3	4

99年多層次傳銷各事業參加人領取平均(佣)獎金之分布，以平均1萬元至未及5萬元之事業計191家(占57.7%)為最多；其次為未及1萬元之事業計96家(占29%)；5萬元至未及10萬元之事業計有28家(占8.46%)再次之；而平均能領取20萬元至未及30萬元及30萬元以上之事業僅各有3家(各占0.91%)。(表13)

表13 各事業領取佣(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	1萬元至 未及5萬元	5萬元至 未及10萬元	10萬元至 未及20萬元	20萬元至 未及30萬元	30萬元 以上
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
98年	100.00	28.15	55.96	9.60	4.97	0.33	0.99
99年	100.00	29.00	57.70	8.46	3.02	0.91	0.91

四、對未來經營概況之看法

(一) 預期 100 年營業額持續成長者居多

調查結果顯示，事業對 100 年多層次傳銷營業額增減之看法，認為較 99 年增加之事業最多，計 185 家（占 55.89%），其次為持平計 85 家（占 25.68%），認為將減少之事業僅 61 家（占 18.43%）；採 100 年營業額增加或持平之事業合計占 81.57%，足見絕大多數傳銷事業對 100 年營運狀況抱持著樂觀的預期。（表 14）

表 14 預期來年營業額變動概況

資料年別	總計	預期增加	預期持平	預期減少
96 年	100.00	51.55	29.46	18.99
97 年	100.00	47.23	31.49	21.28
98 年	100.00	59.27	30.46	10.26
99 年	100.00	55.89	25.68	18.43

(二) 預期 100 年傳銷組織規模擴增

觀察事業對 100 年多層次傳銷組織之看法，其中以認為較 99 年擴增為最多，計 184 家（占 55.59%），其次認為差不多計 88 家（占 26.59%），認為縮減者占 17.82%。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) 經營可能面臨之問題

對於未來經營之看法，擔憂同類產品競爭加劇計有 158 家（占 47.73%）居首，其次為非法多層次傳銷業之破壞有 136 家（41.09%），再次之憂心市場不景氣有 119 家（占 35.95%）及參加人漸減少 117 家（35.35%），而感受到市場漸趨飽和計 91 家（27.49%），對未來營運充滿信心，認為不會有問題計 50 家（占 15.11%）（表 15）；另外，在 100 年營業據點拓展，有 244 家（73.72%）暫無拓展營業據點計畫，而有 87 家（26.28%）有拓展營業據點計畫，顯見傳銷事業在營業據點拓展上更加考量所面臨經營問題而更審慎樂觀。

表 15 預期未來經營面臨問題

年底別	同類產品 競爭加劇	非法 多層次傳 銷業破壞	市場 不景氣	參加人數 減少	傳統通路 競爭激烈	市場 漸趨飽和	未來經營 沒問題	其他
96 年	49.22	47.29	56.98	30.23	21.71	24.81	13.95	3.10
97 年	44.68	42.13	71.06	24.26	20.00	20.00	10.64	2.98
98 年	48.68	40.73	49.01	31.79	28.15	27.48	15.23	5.96
99 年	47.73	41.09	35.95	35.35	29.91	27.49	15.11	7.25

五、總結

綜上，截至 99 年底前向本會報備從事多層次傳銷之事業計 488 家（包含 99 年向本會報備停止實施多層次傳銷），實際回報事業 392 家(80.33%)，其中扣除 35 家報備事業 99 年未實施多層次傳銷、26 家已停（歇）業之事業，99 年回報事業仍有實際從事多層次傳銷計 331 家，調查結果摘要如下：

- (一) 傳銷市場事業進出變動頻繁：331 家多層次傳銷事業以其實施多層次傳銷時間觀察，96 年以後實施多層次傳銷之事業計 180 家（占 54.38%）居首，其次為 91 年至 95 年間實施傳銷之事業計 81 家（占 24.47%），二者合計共 261 家（占 78.85%），而比較 99 年與 98 年之 96 年以後實施多層次傳銷之事業家數，99 年較 98 年增加 32 家（增加 26.62%），由以上數據可得悉，傳銷市場除了資深的事業穩定發展外，事業也踴躍進入蓬勃發展。
- (二) 事業所在地區分布以北部最多：按縣市別觀察，以臺北市 149 家（占 45.02%）居首，其次為台中市 48 家(占 19.94%)，二者合計 197 家（占 59.52%），顯見多層次傳銷係運用「人際網絡關係」的組織拓展方式進行傳銷，考量設立地點會以人口較稠密之都會區為優先。
- (三) 參加人數及參加人人數規模：
 1. 參加人數：99 年底參加人數計 572.6 萬人次，較 98 年底 556.6 萬人次，增加 16 萬人次。剔除重複計算人數，估算 99 年底參加人數為 457.0 萬人，較 98 年底 444.2 萬人增加 12.8 萬人。
 2. 99 年新加入之參加人：共計 82.09 萬人，占參加人總數 14.34%，較 98 年之新加入參加人 76 萬人，增加 6.09 萬人，比率上升 0.69 個百分點。
 3. 女性參加人為傳銷市場主力：99 年底女性參加人計 390.4 萬人，較 98 年底 338.9 萬人，增加 51.5 萬人；99 年底女性參加人占總參加人比率 68.18%，較 98 年之 60.89%，則上升 7.29 個百分點。
 4. 實際參與傳銷活動參加人比率：參加人實際參與傳銷活動比率在 40%以上之事業占全體多層次傳銷家數之 25.68%，顯示多層次傳銷參加人實際參與傳銷比率並不高，但仍較 98 年參加人數實際參與比率達 40%以上事業之比率 18.88%提升 6.8 個百分比。
- (四) 加入傳銷率：99 年底加入傳銷率 19.73%，即平均每百人中有 19.73 人參加多層次傳銷活動，較 98 年底 19.21%，上升 0.52 個百分點。
- (五) 事業間多層次傳銷營業額（簡稱營業額）規模差距甚大：

99 年 331 家多層次傳銷事業之營業總額 608.95 億元，較 98 年 561.73 億元，增加 47.22 億元（成長 8.41%），平均每家營業額 1 億 8,397 萬元，較 98 年 1 億 8600 萬元，減少 203 萬元（減 1.09%）。其中營業額 10 億元以上之事業有 10 家，其營業總額達 366.38 億元，占全體年營業總額 60.17%，平均每家營業額

36 億 6,380 萬元，較 98 年 31 億 9,518 萬元，增加 4 億 6,862 萬元(增 14.67%)；而營業額 1 億至未及 10 億元之事業，其事業家數為 57 家，營業額為 192.08 億元，占全體年營業額 31.54%，較 98 年 165.64 億元增加 26.44 億元。顯見營業規模大之事業營收持續成長。

(六) 事業參加人人數規模：99 年參加人總數為 572.6 萬人，平均每家參加人人數為 1.73 萬人，較 98 年底 1.84 萬人，減少 1.1 千人(減 5.98%)。觀察參加人人數規模，以參加人 1 千人未及 1 萬人之事業最多，計 136 家(占 41.09%)，其次是未及 1 千人之事業，計 125 家(占 37.76%)，1 萬至未及 5 萬人之事業，計 42 家(占 12.69%)再次之，而參加人人數在 10 萬人以上之事業有 14 家，顯見參加人人數規模大小甚為懸殊。

(七) 銷售商品以營養保健食品之銷售額最大：99 年銷售額以營養保健食品為最大，計 345.79 億元(占 56.78%)，其次為美容保養品 97.45 億元(占 16%)，第三位為清潔用品 39.75 億元(占 6.53%)，第四則為其他商品 31.63 億元(占 5.19%)；四者計占營業總額 84.51%。

(八) 進貨(製造)成本及佣(獎)金支出概況：

1. 進貨(製造)成本：99 年多層次傳銷事業進貨(製造)成本計 172.11 億元，占營業總額 608.95 億元之 28.26%，較 98 年 28.73%，減少 0.47 個百分點。

2. 佣(獎)金支出：99 年多層次傳銷事業佣(獎)金支出 231.53 億元，占營業總額 38.02%，較 98 年 35.89%，增加 2.13 個百分點。

(九) 訂貨參加人人數及比率：99 年曾訂貨參加人計 155.6 萬人，占參加人總數(即訂貨參加人比率) 27.17%，較 98 年增加 0.94 個百分點。

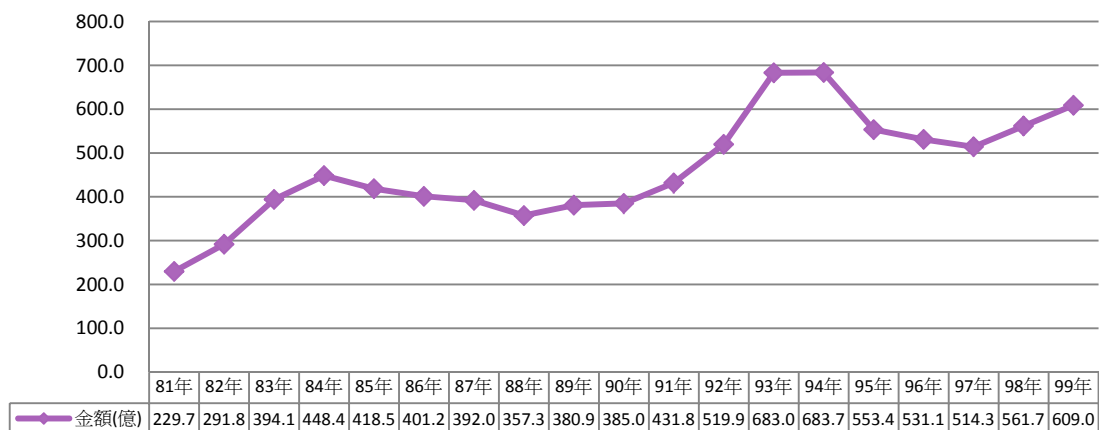
(十) 領取佣(獎)金人數：99 年曾領取佣(獎)金之參加人計 81.9 萬人，占參加人總數 14.30%。平均每人獲得佣(獎)金 2 萬 8,277 元，較 98 年 2 萬 9,819 元減少 1,542 元。

(十一) 對未來營運之看法：

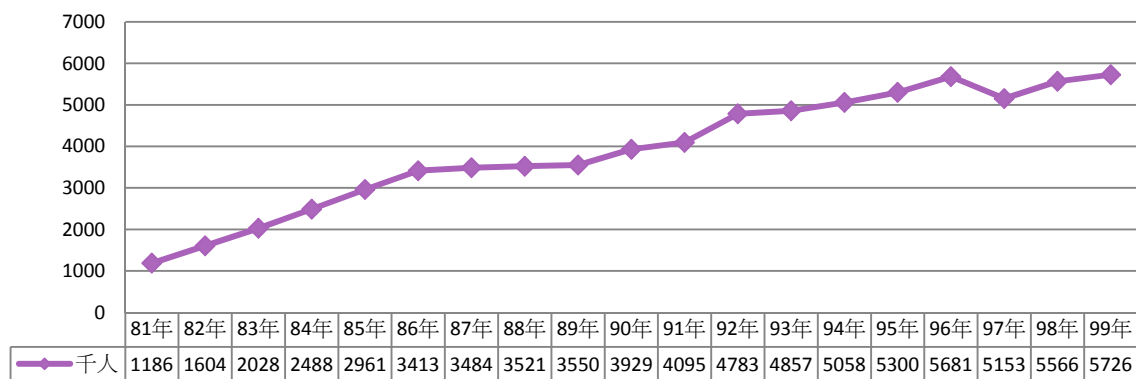
1. 預期 100 年營業額持續成長者居多：認為 100 年營業額較 99 年增加之事業 184 家占 55.89%，認為將減少占 17.82%，認為差不多者計 88 家(占 25.68%)足見傳銷事業對未來營運，看好者居多。

2. 未來經營可能面臨之問題：擔憂同類產品競爭加劇占 47.73%居首，非法多層次傳銷業破壞市場占 41.09%區次，認為市場不景氣占 35.91%居第三，再次者為參加人數減少(35.95%)。比較 98 年之多層次傳銷事業對未來營運看法，第一仍為同類產品競爭加劇(48.68%)，第二則為市場不景氣(49.01%)，第三則為非法多層次傳銷業破壞(40.73%)，事業對於影響未來營運之因素大致並無太大之變動。

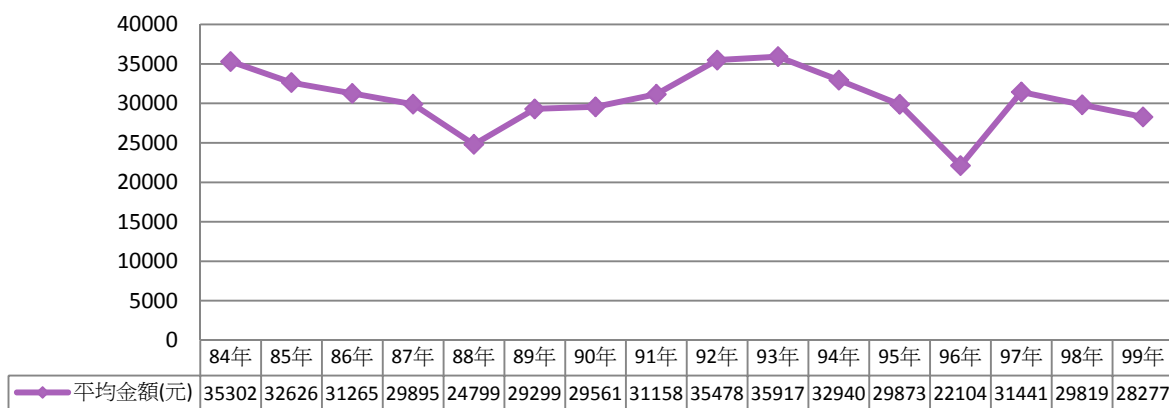
參、多層次傳銷業歷年重要指標趨勢圖



趨勢圖 1 歷年營業總額

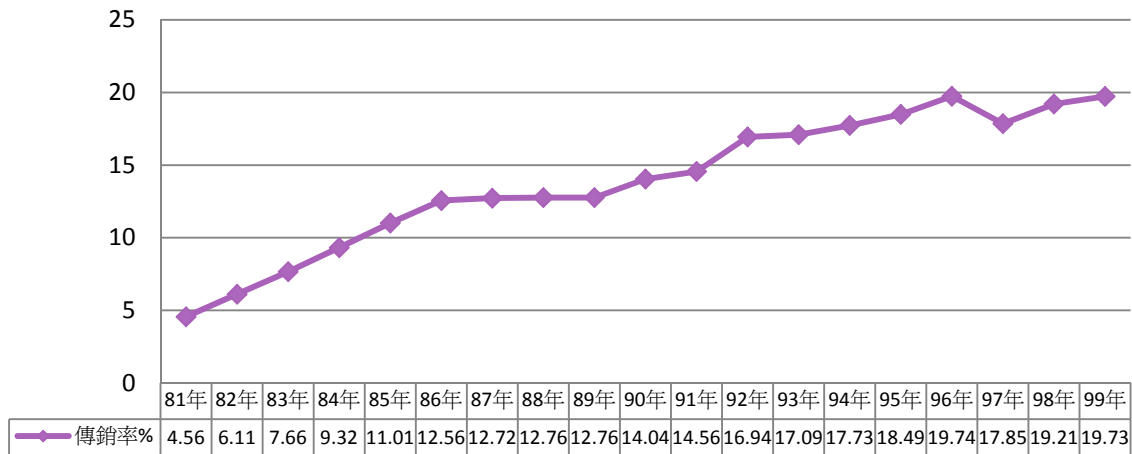


趨勢圖 2 歷年參加人數

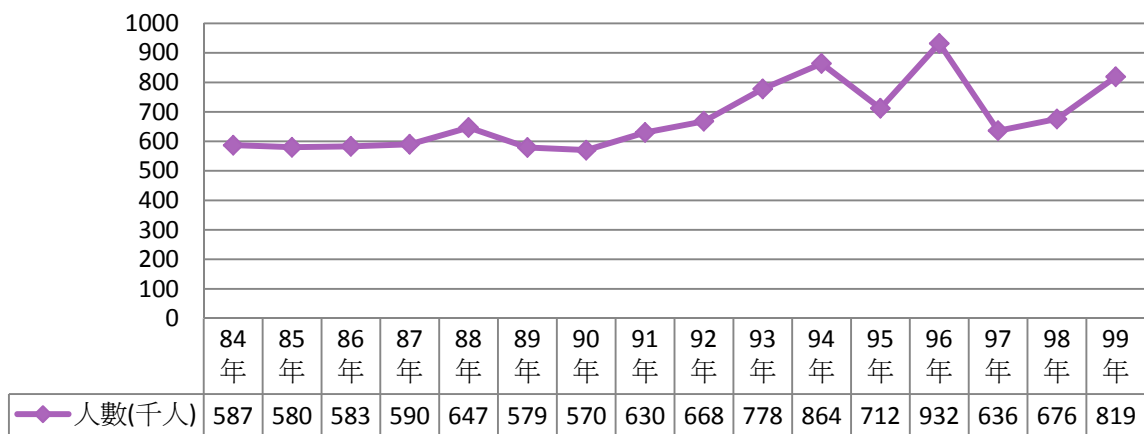


趨勢圖 3 歷年領取佣獎金者之平均佣獎金額¹

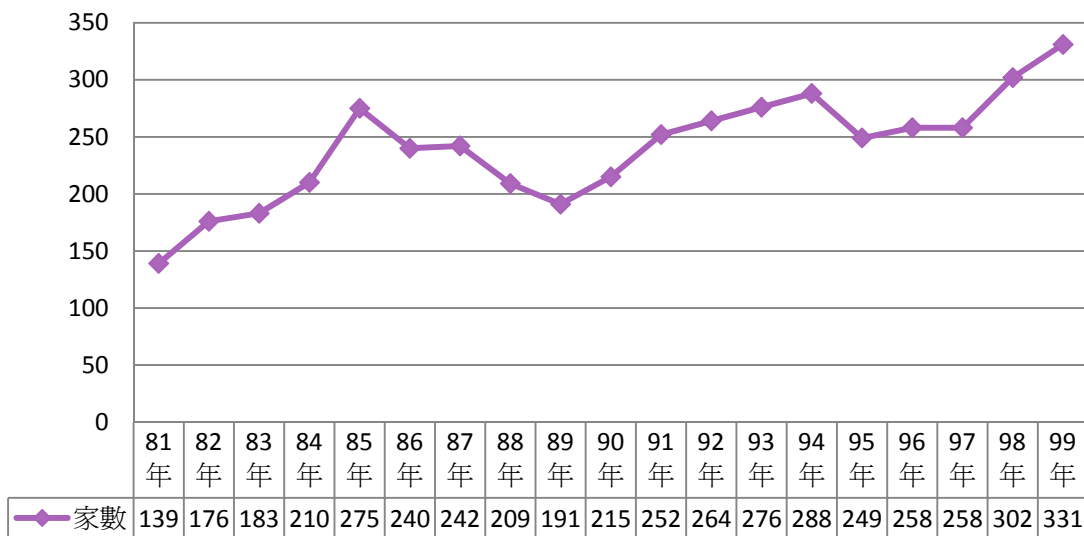
¹ 81年至83年無數據資料



趨勢圖 4 歷年加入傳銷比率

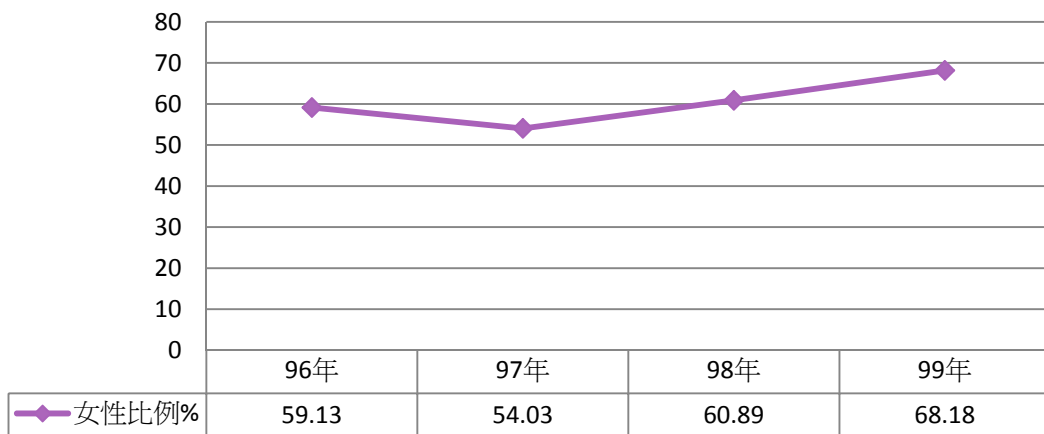


趨勢圖 5 歷年領取佣(獎)金之參加人數²

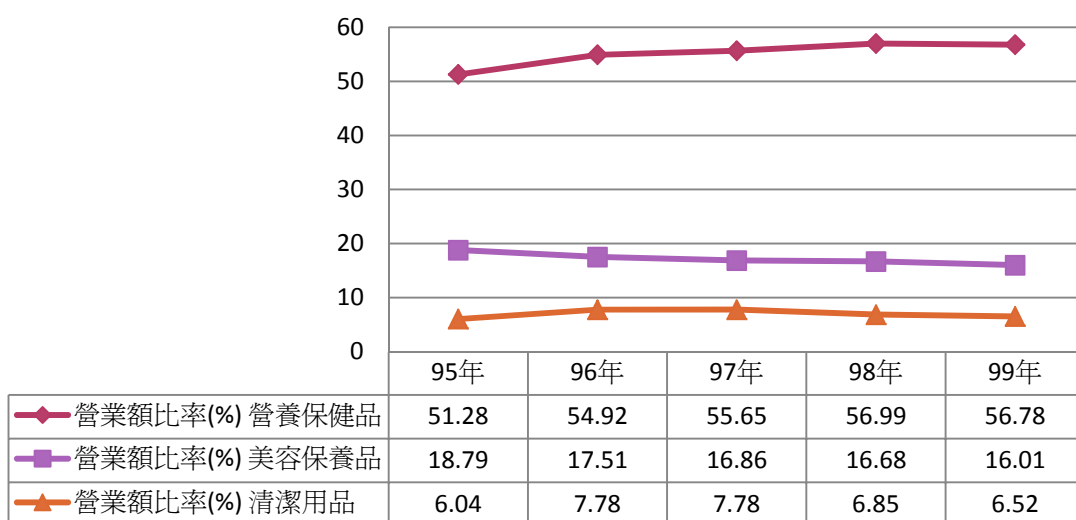


趨勢圖 6 歷年實施家數³

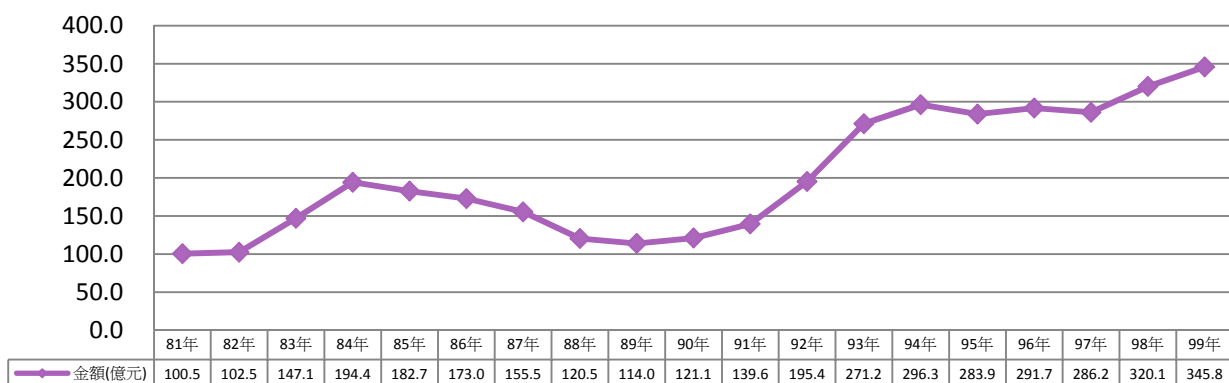
² 81年至83年無領取獎佣金之參加人資料



趨勢圖 7 96-99 年女性參加人比率⁴



趨勢圖 8 95-99 年前 3 大銷售品項營業額占多層次傳銷營業總額比率⁵

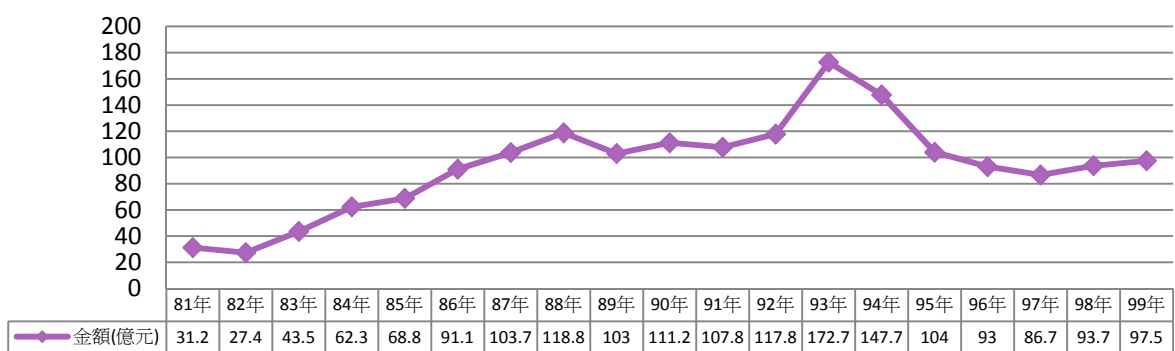


趨勢圖 9 營養保健食品歷年營業額

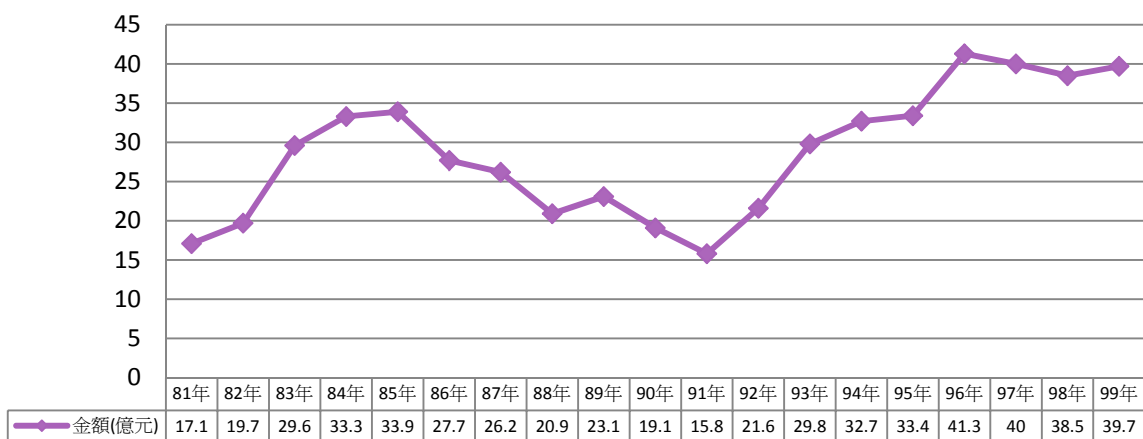
³ 歷年實施家數係指調查當年度有向本會回報營運資料且有實施多層次傳銷之事業家數

⁴ 女性參加人比率係 96 年起列為調查內容

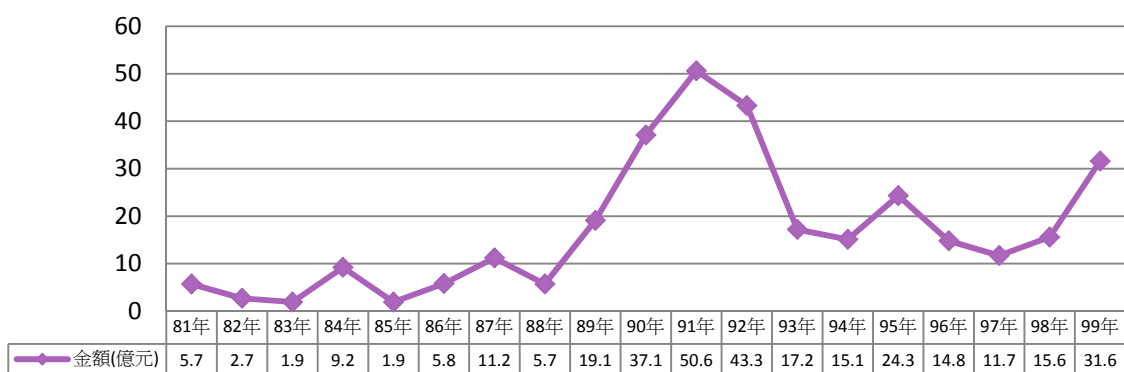
⁵ 因受篇幅限制，僅列出 96-99 (5) 年之前 3 名銷售商品營業額占整體營業額比率，另數字因僅計算 3 項商品緣故與查報結果資料有稍微差距



趨勢圖 10 美容保養品歷年營業額



趨勢圖 11 清潔用品歷年營業額



趨勢圖 12 其他商品⁶歷年營業額

⁶ 其他商品係指本會調查分類出 12 項商品以外之商品，包括骨灰罐、語言課程、網路商品、開運商品、一般食品等