

實務報導(四)

「多層次傳銷業問題之探討與公平交易法相關條文之評估與建議」研究報告摘要及簡評

蔡行道*

本會為探討國內多層次傳銷業之發展狀況及現存之問題，並就現行公平交易法相關條文與多層次傳銷管理辦法的規範進行檢討，爰於八十一年度委託台灣經濟研究院進行「多層次傳銷業問題之探討與公平交易法相關條文之評估與建議」專案研究計畫。該項研究除參考國內外相關文獻及多層次傳銷業向本會報備之資料進行深入之理論探討外，並分別針對多層次傳銷公司及大專學生進行問卷調查，以了解業界之營業狀況與大專學生之參與情形；另外，為了蒐集各界對現行多層次傳銷相關法規的看法，也透過舉辦一場研討法規的座談會，邀請學者專家、業者、傳銷商參加，以廣泛蒐集各方意見，做為此項研究的參考。

根據台灣經濟研究院該項研究之期末報告，謹將其中之主要發現及建議摘要說明如下，並提出個人之意見，以供各界參考。

壹、該研究報告主要發現

一、國內多層次傳銷業之興起背景與原因

多層次傳銷在國內的發展是由變相的多層次傳銷開始的，民國65年的中華保康促進會，民國70年前後的台家公司皆屬之，之後在美國安麗公司來台灣發展的帶領之下，才逐漸有正統的多層次傳銷出現，且漸漸興盛起來，並曾一度於民國76年前

* 作者現任職於本會第三處。

後達到鼎盛。而多層次傳銷業的第二度興起，則是在民國80年公平交易法將多層次傳銷納入管理之後，許多原本地下經營的公司浮上檯面，以及帶動新的業者加入所致，綜合兩次的傳銷熱潮，該研究將近年來國內多層次傳銷興起之原因分為下列幾點：

1. 多層次傳銷具有可以不經商店通路銷售的優點，可以免除房租居高不下與工資上漲的壓力，使訂價更具彈性，創業變得不是那麼遙不可及。

2. 多層次傳銷不需固定上班地點與時間的特性，正好提供了兼職的最佳機會。

3. 國民所得提高後，個人對自我實現的需求增強，多層次傳銷強調自由創業、免受拘束，吸引了許多追求自我實現的人加入其行銷行列。

4. 從民國80年起的第二波多層次傳銷熱潮，除了受上述三項因素的影響之外，和民國80年2月4日公布的公平交易法，正式將多層次傳銷納入管理有很大的關係，法規公布之後，為多層次傳銷找到一個生存的空間，不僅使昔日地下經營的公司浮上檯面，也帶動了新的業者加入。

二、多層次傳銷在國內經濟活動中所佔之比重與傳銷人口之分布

(一) 在經濟活動中所佔之比重

問卷調查回收之91家公司民國80年之營業總額約67億元，民國81年上半年約為62億元，因此推估民國80年台灣地區，多層次傳銷之營業總額大約有100億元，而民國81年上半年亦大約有100億元，和民國80年台灣地區民營批發零售業的銷售額4,300億左右相比，可知民國80年透過多層次傳銷所銷售之商品金額只佔當年民營批發零售業銷售額的2%，但是以多層次傳銷業者81年上半年之營業額已和80年全年相當之情形看來，成長相當可觀，因此其發展值得觀察與注意。

(二) 傳銷人口之分布

以回收問卷中，各公司所填具之傳銷商人數相加總共有682,561人，但由於這僅是截至81年10月15日向公平會報備之211家公司中的91家之傳銷商人數，因此推估，國內從事多層次傳銷人口大約有100萬人（不論其是否積極活動，並假設一人只參加一個多層次傳銷公司），而傳銷商之分佈地區以台北市最多佔16%，其次為台北縣佔13%，其餘依次為高雄市、台中市及台中縣。

三、國內多層次傳銷之產品分類與特性

根據多層次傳銷業之報備資料中列舉之產品內容所做的統計顯示，販售營養保健食品的業者數目，高居第一位，佔總家數的58%。其次是美容保養品，佔總家數的34%。居第三位的是個人家庭清潔用品，佔19%。第四位的是健康器材，佔12%。其他依序是淨、濾飲水器材、服裝與運動護具、寢具、圖書文具、減重食品、汽機車用品、廚具、餐具。但若以問卷調查結果之各類產品民國80年之銷售額來看，高居第一位的仍是營業保健食品，第二位則變為健康器材，第三為美容保養品，第四為寢具，第五才是個人家庭清潔用品。

此外，本研究發現國內多層次傳銷之產品，具有下列兩項特性：

1. 屬於重覆購買率高的消費財：

重覆購買率高的消費財，可以藉由顧客定期購入商品的方式，與顧客保持連繫，使得傳銷組織得以維持。

2. 強調商品差異性及其特殊效果：

強調產品的差異性，可以使消費者產生某種預期效用的心理，如此才能吸引顧客，成為愛用者或傳銷人，否則一般人寧可在信用可靠的零售店購買其他類似的替代品，既方便又有保障。

四、多層次傳銷業之獎金分配制度與傳銷商收入情況

(一) 獎金分配制度之構成

多層次傳銷之獎金分配大致可區分下列三項構成要素：

1. 業績獎金

計算方式是以個人及其下線所形成的小組累計業績為準，累計業績愈高，所適用的獎金百分比也就愈高，找出適用的獎金百分比，乘以個人小組當月業績，然後扣除應該發給下線個人小組的業績獎金。

業績獎金的發放又有「歸零」和「不歸零」兩種方式，不歸零的獎金制度對傳銷商較有保障，也因此較具吸引力，而「歸零」的制度，則較能防止不勞而獲的情形。

2. 輔導獎金

在多層次傳銷組織中，通常按小組累積業績的高低，而晉升不同的職級，適用不同的業績獎金百分比，但是當下線因業績與組織的擴張，而達到和自己相同的職級，適用相同的百分比時，自己便失去從這個下線小組獲得組織差額獎金的機會，爲了補償上線傳銷商的損失，並鼓勵他繼續培養下線往上晉升，公司通常依其輔導下線達到某一關鍵職級的人數，由公司當月業績總額撥出某一百分比的獎金，由各符合資格的傳銷商依其下線合格傳銷商的人數與業績，比例分配。

由於這項獎金和個人的銷售業績並無直接關係，而是爲了獎勵上線對下線的輔導與訓練，因此所佔之獎金比例不宜過大，否則有失公平。

3. 福利計劃

所謂福利計劃，最常見的不出名車、豪宅、國內外旅遊、保險、分紅幾項。而其實際執行之方式，是以達到某一職銜（通常是符合領取輔導獎金之階層）以上的傳銷商爲對象，由公司提撥其營業總額（或盈餘）的某一百分比，做爲各項福利計劃的基金，然後由合格之傳銷商依職級業績點數比例分配。

由於下層傳銷商通常無權參加此一福利計劃，且越上層的傳銷商能夠參與的福利項目愈多，雖然對上層傳銷商達到保障其辛勤耕耘成果的目的，但對基層傳銷商而言，除了提供一個學習模仿與努力追求的目標之外，並沒有實質的好處，因此這部分的獎金比例也不宜過高，以免而且容易造成傳銷商不重視銷售的本身，而將目標放在擴展組織上面，以致急功近利，而忽略公司的長遠目標。

(二) 獎金支付情形

根據該研究問卷調查結果顯示，各公司之獎金支付比例以佔營業額40%~49%與50%~59%的最多，若把獎金的支付當做是種管理銷售成本，一般民營批發零售業之銷管費平均佔營業收入之10.3%（批發業）與12.5%（零售業），可見多層次傳銷公司之營業額中用以支付獎金的比率高。而由甚高的獎金比例來看，未加入傳銷公司的消費者恐怕大多沒有辦法享有價格上的好處，但是否如業者所言可以享受較一般批發零售業爲佳的服務水準，則有賴消費者之判斷。而加入傳銷公司的純消費者則有折扣的利益，至於獲利較大的應是傳銷商，至於各層級傳銷商的獲利狀況，便需視各公司獎金分配情形而定。因此有意加入多層次傳銷這一行業的民衆，

須在加入前仔細評估各公司之獎金分配計劃。

(三)傳銷商收入情況

該研究問卷調查結果顯示大多數的傳銷商（81%）其每月平均收入介於1,000與20,000之間，其次是收入介於40,000與50,000之間佔8%，因此收入甚高的超級傳銷商畢竟是少數。

五、大專學生對多層次傳銷之參與狀況

該研究針對大學院校學生所做的問卷調查顯示，大專學生對多層次傳銷之參與情況如下：

1.參與比例

大專學生加入多層次傳銷公司的比例平均為8%，且隨年級的升高，加入的比例也愈高。

2.加入動機

增加社會經驗是最大動機，而拓展人際關係、可以折扣價購買商品，也是重要理由，也有一部份學生加入是爲了賺錢，或是工作時間較有彈性。大體而言，各項動機所佔的人數相當平均。

3.進行傳銷活動之比例及情況

加入過多層次傳銷公司的學生中，只有13%曾進行傳銷活動，而未進行傳銷活動者的原因主要是沒有時間、對銷售沒有興趣、或覺得傳銷活動有欺騙的成份存在、或是不喜歡傳銷方式與怕引起朋友反感，而曾進行傳銷活動的學生，平均每月收入最低爲1,000元最高爲20,000元，平均爲10,063元，至於進行傳銷的期間最長的爲2年，最短的爲2個月，平均爲9個月。

4.是否繼續傳銷活動與是否繼續參加之原因

停止傳銷活動的原因，主要是不好做與不合志趣。停止參加的主要理由是沒有時間、原本即無興趣或目前已無興趣。而仍在參加狀態的學生，其理由主要是對公司的產品有興趣。

5.參加後之收穫

加入過多層次傳銷公司的學生中，有18%的學生認爲其最大的收穫爲增加社會

經驗，其次是了解多層次傳銷之運作方式及市場狀況（17%）、拓展人際關係（14%）。較特別的是有7%的學生其最大收穫是認識此一活動之缺點。

6. 學生對多層次傳銷之觀感

不管是加入過的學生或未加入過的學生，都以持負面看法的學生最多，但是在加入過的學生中，持正面看法與中立、視情況而定的人數也不在少數，而且和持反面看法的人數相近，而造成這種現象的原因，可能是加入過多層次傳銷公司的學生，在加入前後對多層次傳銷有過較深入了解，加入後，由於公司良莠不齊，因此根據個人加入後之經驗及際遇，而呈現各種不同的看法。而相較之下，未加入的學生中，顯然持負面看法的人數要遠超過其他兩類看法。

六、國內多層次傳銷業之現存問題

多層次傳銷在國內就其目前之發展而言，存在兩大問題，一是產業資訊不足的問題，一是法規環境的問題。

(一) 產業資訊缺乏

多層次傳銷業在國內屬於一個新興的產業，加上它的經營型態與銷售方式，強調不經由公開之零售場所，也較少以各種媒體進行廣告促銷，因此當外界要對這個行業進行了解與產品價格的檢視時，資訊的取得相當困難，在資訊缺乏的情況下，可能造成下列問題：

1. 消費者難以進行產品與價格的比較，以了解其合理性。
2. 傳銷商在選擇加入對象時，將缺乏足夠與正確的資訊，來做評估。
3. 業者缺乏正確與足夠的資訊以擬定具有前瞻性的營運計劃與策略。
4. 不肖商人得以利用資訊的模糊，遂行其詐財計劃。

(二) 法規環境尚待進一步加強

我國的公平交易法與多層次傳銷管理辦法之實施，賦予多層次傳銷一個健全發展的空間，可謂是國內多層次傳銷業發展上的一大步。但是現行法規仍存在下列問題，有待檢討改進：

1. 多層次傳銷之定義問題：

- (1)目前的法規並沒有對變質多層次傳銷予以特定指稱，也未對它做個別之定義

，不僅容易造成誤導，且讓變質多層次傳銷得以用多層次傳銷做掩護，在夾縫中生存。

(2)目前之定義用「參加人給付一定代價」來定義多層次傳銷，不僅以偏概全還可能成為不肖業者詐騙參加人的依據。

2.公平交易法第二十三條第一項之目的為取締變質多層次傳銷（或特定指稱），但所列之特徵不夠周延、具體，以致執行上易生困難。

3.公平交易法第四十一條、第四十二條的罰則引用，若能相輔相成，則對多層次傳銷業的管理較易收效，但目前仍有法律是否適用之爭議。

4.管理辦法中某些條文用語模糊，恐怕會造成執行之困難，例如第七條第一、二、五款中一再出現「顯不相當」、「顯屬不當」與「顯失公平」等語句，有待加以明確化。

5.教育與宣導不夠，以致業者或參加人對條文多所誤解。

貳、該研究報告建議

根據上述之發現，該研究提供以下建議，做為促進國內多層次傳銷業之健全發展與公平委員會在法規修訂與實際管理上之參考。

一、有關法規環境與管理之改進部分

(一)對變質多層次傳銷予以特定名稱，並將其多層次傳銷分別定義之

1.特定指稱之建議

由於「變質多層次傳銷」的本質和「多層次傳銷」並不相同，找出一個專有名詞來加以指稱，不僅可去除真正的多層次傳銷業者的困擾，也可使之無所掩護。至於此一名詞的選擇，美國是用「金字塔銷售計劃」，日本是用「無限連鎖會」，我國可考慮使用「無限推介計劃」或直接用「老鼠會」。

2.變質多層次傳銷（或特定指稱）之定義

該研究參考國外之定義，並參酌國內之實際情形將變質多層次傳銷（或特定指稱）之特徵歸納如下：

(1)要求參加人繳交入會費以享有介紹他人加入及領取獎金之權利，此入會費不包括用以購買公司所發之創業資料之成本及小額之處理登記費。

(2)要求參加人購買產品並且不准予退貨。

(3)佣金、獎金或其他經濟利益的發放主要係基於介紹他人加入，而非基於商品或勞務的銷售。

(4)誇大傳銷商之收入。

3.「多層次傳銷」之定義

至於多層次傳銷之定義，由於其本身係一種行銷通路，因此定義時應著重此通路之特性，包括：

(1)以一個層級以上的直銷商來進行商品與勞務的銷售。

(2)每一位傳銷商除可因本身的商品或勞務銷售獲得利潤與獎金外，尚可自所推薦、訓練的傳銷商之商品或勞務銷售獲取利潤與獎金。

(3)參加人需給付小額代價用以購買創業資料或做為公司處理登記費或購置產品試銷（公司准予退貨），或甚至參加人不用給付任何代價。

(二)佣金、獎金或其他經濟利益的發放主要係基於介紹他人加入，而非基於商品或勞務的銷售之認定

上述第一項建議有關變質多層次傳銷的特徵部分有4點，其中第三點為「佣金、獎金、或其他經濟利益的發放主要係基於介紹他人加入，而非基於商品或勞務的銷售」，關於其具體之認定標準，該研究歸納如下：

1.若是基於最終商品與勞務的銷售所得之利潤，實際銷售之人分一部分，一部分往上付給上線，則上線分到的這分利潤，不算是「基於介紹他人加入」。

2.契約、或規章、守則中是否有未進行零售，只要介紹他人加入即發給獎金之情形，若有，則獎金的來源可能就是「主要係基於介紹他人加入」。

3.「介紹他人加入」即發給獎金的時點考量，可以契約的簽訂為準。

4.公司若直接或間接鼓勵參加人只要介紹他人加入，不用零售即可領取獎金，則有獎金的發放「主要係基於介紹他人加入」之嫌。

(三)「合理市價」難以界定及解決之道

1.「合理市價」難以界定

現行公平交易法第二十三條第一項稱「多層次傳銷，其參加人如取得佣金、獎金或其他經濟利益主要係基於介紹他人加入，而非基於其所推廣或銷售商品或勞務之合理市價時，不得為之。」其中何謂「合理市價」引起很大的爭議。以經濟學的觀點而言，價格係由市場供需所決定，因此只要市場機能能夠自由地發揮與運作，自然會達到價格的均衡。因此沒有必要，也不可能去規範一套合理市價，而以行銷學的觀點來看，縱使產品本身的成本相同，因時、因地、因服務、因競爭條件的不同，都可以有不同的價格，因此合理市價，殊難認定。如有多層次傳銷公司之獎金支付比例高達營業額之60%甚至80%以上，是否反應價格之明顯不合理，而應在相關法規中對獎金比例設限以為解決，本研究認為這與「合理市價」之界定有同樣之問題，因為提出以下解決之道，以供參考。

2. 解決之道

(1)為了防止不肖商人以商品價格的膨脹，來做為變相收取入會費之掩護，因此上述第一項建議關於變質多層次傳銷（或特定指稱）的特徵部分，本研究建議將「要求參加人購買商品，並且不准予退貨」列入，如此參加人一旦醒悟產品價格過高，不可能零售出去之時，尚可退貨取回價款，而不致往下繼續去找接手者。

(2)營造一個公平競爭的環境，也就是把重點放在促進市場的運作使價格能自然趨於合理。

具體的做法有二，一是公平法第十八條的運用，也就是加強調查多層次傳銷業者有無維持轉售價格的情形，公平會可加強宣導，呼籲消費者與傳銷商對約定轉售價格的業者提出檢舉。第二則是促進資訊之流通，若能透過民間組織例如直銷協會或消費者文教基金會，進行產品內容與價格之公布與比較，則對促進多層次傳銷商品價格與資訊之公開化及合理化，將大有助益。

(四)在第二十三條第一項明文禁止變質多層次傳銷（或特定指稱）行為，第二十三條第二項則規定「多層次傳銷管理辦法」由中央主管機關另訂

由於目前公平交易法第二十三條第一項僅以獎金是否基於介紹他人加入，以及是否用合理市價銷售商品來認定多層次傳銷之合法與否，不僅容易造成多層次傳銷與變質多層次傳銷（或特定指稱）的混淆不清，且認定之標準過少，不足以函蓋變質多層次傳銷（或特定指稱）的各項特徵，因此本研究建議在第八條中定義變質多

層次傳銷（或特定指稱）（如前面第一項建議所述），其中已點明其各項特徵。

因此第二十三條第一項可改為多層次傳銷（或特定指稱）之禁止。而第二十三條第二項則可針對第八條所定義之多層次傳銷（如第一項建議所述），規定「多層次傳銷管理辦法」由中央主管機關另定。

(五)對於違反「多層次傳銷管理辦法」之事業，可引用公平交易法第四十二條之處罰，若其不停止或改正其行為似可考慮引用第四十一條之處罰

對違反「多層次傳銷管理辦法」之事業，可依公平交易法第四十二條施以處罰，但若違法事業不停止或改正其違法行為，似可考慮引用第四十一條連續處以罰鍰，至其停止或改正為止，使得管理上較易收效，至於法律的適用問題，茲說明如下：

1.第四十一條之「本法」是否包含「多層次傳銷管理辦法」之問題

若依據公平交易法第四十六條：「事業依照其他法律之行為……」，其中之「法律」若包括法律授權訂定之管理辦法，則相對而言，第四十一條之「本法」似可包含「公平交易法」授權訂定之「多層次傳銷管理辦法」。

2.是否有兩罰之問題

若對違反「多層次傳銷管理辦法」者先以公平交易法第四十二條施以處罰，而其仍不停止或改正違法行為再依公平交易法第四十一條施以處罰，因受罰之行為並不相同，應不致有兩罰之問題。

(六)管理辦法第七條中模糊語句之修改

現行管理辦法第七條第一項中之一、二、五、六款一再出現「顯不相當」、「顯屬不當」與「顯失公平」的模糊語句，本研究建議將之明確化，或直接稱「不相當」、「不公平」。

(七)加強教育宣導

目前業者及傳銷商對多層次傳銷相關法規，誤解及疑問甚多，業者如此，更何況是一般民衆，因此有關機關在教育宣導方面仍應繼續加強。一方面要針對業者加強說明多層次傳銷相關條文與辦法之精神與內容，解釋業者的各項疑義，並將做成之解釋廣為傳達給各個傳銷公司，另一方面則希望透過各種媒體，加強教育民衆如何分辨老鼠會與正當的多層次傳銷。

(八)直銷協會功能的發揮

以公平交易委員會的有限人力，要來取締與管理這為數衆多而且變化多端的傳銷公司，實非易事。因此若能借助直銷協會，或其他相關之民間組織協助辦理各項法規說明會，進行資訊的公布，並透過直銷協會會員間彼此的約束、督促，表揚優良的傳銷公司，抵制不法的公司，而達到良幣驅逐劣幣的效果，如此不僅可增進公平交易委員會在多層次傳銷上面的管理效率，也使得正當的多層次傳銷業者，可以透過彼此的團結努力，保障自己的權益。

二、業者努力之方向

多層次傳銷業的健全發展，除有賴健全的法規環境之外，尚需要業者的配合與努力，以下提出幾點業者未來需要努力之方向。

(一)資訊公開化

多層次傳銷業現存主要問題之一，就是資訊的缺乏，而原因除了此行業為一新興產業之外，跟業者的經營型態與資訊不夠公開的作風有關，爲了促進這個產業的發展必須使社會大眾對它更了解，有了了解，才能談到信心的建立，因此業者未來宜朝資訊公開化努力。

(二)充實正確的經營理念與法規知識

由座談會與問卷調查結果顯示，許多業者都有心正正當當的經營此一事業，然而由於這個行業的成員，許多都是新加入者，對於多層次傳銷的經營，未必有正確的理念，在公平交易法與多層次傳銷管理辦法施行之後，業者許多昔日游走法律邊緣的行爲，都將受到監管，值此之際，業者宜利用多種多層次傳銷之研討會與座談會，充實正確的經營理念與相關法規之認識，並依此來訂定營運計劃與獎金分配制度。

(三)加強傳銷商之教育

傳銷商之素質良好與否關係多層次傳銷公司之經營甚鉅，因此公司除了本身需有正確之經營理念與法規認識之外，尚需透過各種訓練，教育傳銷商之正確經營理念、正當之銷售技巧，與多層次傳銷法規之認識，以免傳銷商有誇大產品效果，誇大傳銷收入，或其他不當傳銷之行爲，而觸犯法律或影響公司之發展。

三、民眾加入多層次傳銷公司時，宜有正確心態與對公司之充分了解

由於目前許多本質為老鼠會的公司仍以多層次傳銷為掩護，進行其非法活動，因此民眾在選擇加入多層次傳銷公司之前，首先要有正確之心態，不要聽信或心存快速致富之不踏實想法，如此才能對傳銷公司進行充分之了解與理性之評估之後，選擇加入正當經營的公司。否則不但無法因傳銷致富，還可能遭受重大之損失。

叁、簡評

一、多層次傳銷的行銷方式對事業而言，由於具有(一)不需投入大量資金(二)不受時空的限制(三)適用的商品類別廣泛(四)在通路上面臨的競爭較小等等有利的發展條件，所以近年來國內多層次傳銷事業確有明顯增加的趨勢。雖然多層次傳銷在國內已有十餘年的歷史，但在行銷學的領域中，畢竟只是眾多行銷通路的一種，而且就其在經濟活動中所占的比重而言，也還很微少，所以以往國內學術界對此領域有所研究探討的文獻非常有限，而台灣經濟研究院此次受本會委託進行此項研究，能在有限的參考資料以及很短的期限內，完成這份頗有內容及創見的報告，誠屬不易，其建議也值得本會在執行管理多層次傳銷業務之參考。

二、公平交易法第二十三條第一項雖然列明有多層次傳銷事業之不當行為禁止規定，惟事實上，多層次傳銷事業也可能涉及違反公平法其他條文之行為，舉例而言，本會於去(八十一)年間，即曾有以違反公平法第十八條：「事業對於其交易相對人，就供給之商品轉售與第三人或第三人再轉售時，應容許其自由決定價格；……」；及違反第二十一條：「事業不得在商品或其廣告上，或以其他使公眾得知之方法，對於商品之價格、數量、品質、內容……等，為虛偽不實或引人錯誤之表示或表徵。……」處分多層次傳銷事業之案例。本篇報告對於多層次傳銷業可能涉及違反公平法各項條文規定之行為未見著墨，稍顯缺憾，在此特別提出請有關的業者注意。

三、公平會因受限於既定的編制人力，對國內日漸增加的多層次傳銷事業，確實難以逐家做徹底的瞭解或調查，因此加強對一般民眾的教育宣導不失為較有效率

的管理方式。公平會對有關多層次傳銷的宣導，採多管道同時進行，例如於三家電視台播出宣導短片，租用全省主要都市公車車體刊登宣導廣告，並正進行製作宣導錄音帶，目的即在廣為傳播多層次傳銷的正確理念。另外公平會也已將去（八十一）年當中，經本會委員會議所做有關多層次傳銷的解釋案、處分案之案例，編印完成「多層次傳銷有關法規暨案例彙集」，同時也印製「如何判斷多層次傳銷事業不合法」之單張，一般民衆均可到本會免費索取參考。

四、據瞭解目前多數民衆對「多層次傳銷」仍多停留在與老鼠會劃上等號的觀念，主要的原因來自此行業的各項資訊很少大方地公開，自然產生神秘的感覺，要改變此種以偏概全的不正確想法，正當合法的業者應與公平會配合，宣導正確的觀念外，資訊的適度公開也是未來公平會與業者共同努力的方向，公平會在不涉及商業機密的範圍內，將考慮提供有關多層次傳銷業之產業資訊，供一般民衆及消費者參考。

