

公平交易法對多層次傳銷定義相關問題之研究

徐火明 張芳嘉 鄭啓揚*

目	次
第一章 緒論	三、違法多層次傳銷之規範
一、研究主旨	四、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性
二、背景分析	五、小結與建議
三、研究方法與步驟	
第二章 美國對於多層次傳銷之規範	第五章 馬來西亞對於多層次傳銷之規範
一、美國多層次傳銷規範之體例	一、前言
二、變質多層次傳銷之規範	二、馬來西亞有關多層次傳銷之沿革
三、多層次傳銷管理之規範	三、馬來西亞多層次傳銷之立法目的及定義
四、給付一定代價於多層次傳銷規範之地位及功能	四、我國與馬來西亞對直銷業規範之比較
五、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性	五、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性
六、小結與建議	六、小結與建議
第三章 英國對於多層次傳銷事業之規範	第六章 保險事業納入多層次傳銷管理之必要性與妥適性
一、英國多層次傳銷規範之沿革	一、前言
二、英國多層次傳銷之立法目的與定義	二、保險業與多層次傳銷業者之比較分析
三、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性	三、小結與建議
四、小結與建議	
第四章 日本對於多層次傳銷之規範	第七章 旅遊卡及其他多層次傳銷事業納入管理之必要性與妥適性
一、立法緣起	
二、多層次傳銷的定義	

* 作者徐火明為台北大學財經法學系教授；張芳嘉為台北大學經濟研究所研究生；鄭啓揚為台北大學法律研究所研究生。

一、高額會員卡	五、會員卡、旅遊卡、網路行銷納入公
二、旅遊卡	平會管理之必要性與妥適性研究
三、網路行銷	六、小結與建議
四、「靈骨塔」與「生前契約」	第八章 結論與建議

中文摘要

多層次傳銷定義中的必要條件「給付一定代價」，在管理多層次傳銷的過程，大多置於界定違法多層次傳銷的部分。將「給付一定代價」的要件置於多層次傳銷定義中，變成多層次傳銷成立的法定要件，可能使參加人因此受害，也可能造成違法業者規避公平法規範的空間，故多層次傳銷定義與要件實有加以檢討的必要。

藉由比較法之手段，參酌先進國家之立法例，與實務上的運作經驗，以及與同樣以多層次架構組織為特徵產業獎金分配制度的分析比較，希望找出多層次傳銷定義立法不周延及改進之道。

第一章 緒論

一、研究主旨

依據公平交易法第八條，多層次傳銷的定義為：「本法所稱多層次傳銷，謂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」。簡言之，多層次傳銷的參加人支付一定的代價，成為銷售組織的一員，然後取得兩項權利，一為本身銷售商品的權利，二為取得介紹他人參加銷售組織的權利，最後則利用上述兩項行為當中獲得介紹他人加入組織的佣金，或因銷售商品、勞務後獲得獎金，以及其他之經濟利益。

由以上公平法對多層次傳銷的定義內涵觀察，參加人「給付一定代價」似乎成為多層次傳銷組織成立的必要條件。由反面思考，若參加人「不給付一定代價」即可參加銷售組織時，是否即表示該組織不屬於「多層次傳銷」，在公平法上，該組織即不適用公平法第二十三條關於「多層次傳銷」的規範。因此「給付一定代價」的法律要件，是否應置於「多層次傳銷」的定義當中，實有重新研究的必要。

就市場行銷的角度而言，多層次傳銷的運作與一般傳統銷售方式，最大的不同即在於利用參加人的人際關係銷售商品。這種制度的改變，使市場商品的銷售可以節省店面租金成本，以及薪資支出。但為擴充銷售網路與增加商品銷售，傳銷公司也必須付出佣金、獎金的代價，建立激勵的誘因系統。其所建立的人際網路與激勵制度，因此具有多層級的特徵，而此多層級的架構即取代傳統的大盤、中盤、小盤、批發或零售的功能。是故，傳銷組織的運作是否順利，與參加人一開始的「給付一定代價」換取獲取經濟利益的權利，中間似乎沒有必然之關係。換言之，多層次傳銷的定義是否應包含「給付一定代價」，仍有考量的空間。

參酌我國立法例，「給付一定代價」在界定違法多層次傳銷時，扮演重要的功能。例如參加人主要收入來源是基於介紹他人加入組織，傳銷事業往往藉由新加入者所帶來的營收，以支付介紹人或其他先加入者佣金、獎金或其他經濟利益（公平法第二十三條）。要求參加人「給付一定代價」，是金字塔銷售術（pyramid scheme）或違法多層次傳銷得以運行的重要原因。

現行公平法第八條的定義，將「給付一定代價」的要件，作為多層次傳銷定義的法定要件之一。此種規定，對於新興型態多層次傳銷的定義產生衝擊，即許多不肖業者主張參加人並無「給付一定代價」，而可不受公平交易法規範。揆諸實務，若干傳銷事業為規避上述之法律要件，仍可透過創業說明會、報紙廣告、電腦網路、吸金或其他方式，使參加人加入傳銷組織，而不必給付一定代價，最後仍然可能產生違法多層次傳銷的流弊。此種情形，反而不能藉由公平法受到應有的保護。再者，加入傳銷組織無須「給付一定代價」的多層次傳銷組織，一般仍會透過高額獎金的制度，誘使參加人快速晉升，以領取高額獎金而衝動進貨，若將該組織排除於公平法之適用，則加入者將無法依公平法第二十三條以下之規定，有合理退貨的空間，傳銷事業反而可藉此規避責任。因此，多層次傳銷定義中，「給付一定代價」應如何定位，實有檢討之必要。

二、背景分析

正當經營的多層次傳銷，最明顯的特徵，在於多層級的組織架構與獎金開放兩項制度。但在公平法第八條的定義中，雖然明定多層次傳銷為參加人可介紹他人加入，推銷商品或勞務，領取佣金、獎金的計畫或組織，然則並未彰顯多層次傳銷的特徵—多層級的組織架構，從而若干組織層級以及佣金、獎金之分配方式，僅及於單層的行銷組織，也可能符合

公平法第八條的定義，致使公平法規範目標產生失焦之虞，反而造成該管的沒有管到，不該管的卻因定義不周全，反而落入受管制的對象。

再者，多層級組織架構的特徵，並非多層次傳銷組織所特有。一般公司為管理上的需要，或為激勵員工努力，內部創設多層級組織，乃理所當然，以業務為導向的行業尤其如此。管理者為求業務上的需要，而實施業績獎金制度，亦屬尋常。目前市場上的保險業、汽車業、靈骨塔業、健身器材業，其銷售業務組織或公司內部之獎勵制度，亦常具有多層組織及佣金的特徵，因此常易引起社會人士誤認為其與多層次傳銷相同，需一體適用公平法之規範。

鑒於目前公平法多層次傳銷之定義，似乎並不周全，事業是否屬於多層次傳銷，實存有若干灰色地帶，尤其隨著當前商業活動日趨多元化，事業組織型態的多變，未來模糊的地方可能更多，若主管機關不能事前予以規劃防範，將欲規範的對象界定清楚，恐將造成傳銷業者與一般社會大眾無所適從，將影響傳銷及其他商業活動的正常發展。

三、研究方法與步驟

為解決公平交易法多層次傳銷定義中「給付一定代價」帶來的困擾，本研究計畫以下列步驟進行。

- (一) 蒐集西方先進國家對多層次傳銷的法律規範，並研究其多層次傳銷定義處理方式，從而探究「給付一定代價」，對界定多層次傳銷的必要性與妥適性。限於人力、時間，西方先進國家以美國、英國為主，東方國家或地區以日本、馬來西亞為主。
- (二) 研究我國當前具有多層級組織為特徵之行業，探討其獎金分配制度、組織架構與多層次傳銷組織的異同。尤其，對保險業、旅遊卡、網路傳銷、高額會員卡促銷及提供銷售人員業務獎金之運作方式，予以分析探討，並採取「深度訪談」方式，以掌握實際經營狀況，限於經費及人力，暫不採市場調查方式進行。由於採取深度訪談方式，須專任研究人員協助，其具有保險與直銷經驗，故特別配置。藉由比較分析與深度訪談中，瞭解其納入多層次傳銷管理之必要性與妥當性。
- (三) 基於先進國家多層次傳銷定義之立法、實務運作，以及參酌其他類似之多層級組織架構的獎金分配與運作方式，探討我國公平交易法對多層次傳銷定義的充分性，且公平交易法第八條對多層次傳銷定義無法區別多層直銷與單層直銷，亦將探討如何定義以資區別。

- (四) 最後則依據研究所得，提出對多層次傳銷定義的檢討與建議。此種建議包括提供修法之建議條文，或不修法而從執法層面著手，討論如何適用「給付一定代價」之要件及應調整對「一定代價」之定義或擴大解釋之可能性，供執行本法之參考。

第二章 美國對於多層次傳銷之規範

一、美國多層次傳銷規範之體例

(一) 對變質多層次傳銷之規範

在美國聯邦與各州未針對多層次傳銷及非法金字塔銷售術直接立法規範前，為制止及制裁金字塔銷售術，聯邦貿易委員會與各州法院檢察官所引用之法令包括¹：

1. 「聯邦交易委員會法」(FTC Act) 第五條「不公平或欺罔行為或慣行」(Unfair or Deceptive Acts or Practices)。
2. 彩券法 (Lottery Laws)。
3. 媒介銷售法 (Referral Sales Statutes)。
4. 證券法 (Securities Statutes)。
5. 其他如消費者保護法 (Consumer Protection Statutes)、反托拉斯法 (Antitrust) 及詐欺法 (Fraud) 等。

(二) 對多層次傳銷管理之規範

除了禁止金字塔銷售術(變質多層次傳銷)外，為避免合法正當多層次傳銷變質，美國部分州亦直接訂定一套多層次傳銷管理法規來規範多層次傳銷公司，如麻沙諸塞州、馬里蘭州、喬治亞州等。

二、變質多層次傳銷之規範

(一) 聯邦法

美國聯邦並未針對非法金字塔銷售術直接立法規範，聯邦交易委員會係引用「聯邦交易委員會法」(FTC Act) 第五條「不公平或欺罔行為或慣行」(Unfair or Deceptive Acts or Practices) 之行為，命令違法之公司立即停止不法活動。雖然聯邦交易委員會在處理非法金

¹ 葉惠青(1995)，從美國直銷業之規範探討我國對多層次傳銷之有效管理政策，行政院公平交易委員會出版，頁15。

字塔銷售術案件時，並未明確地對非法金字塔銷售術下定義，但綜觀傑洛瑪公司（Ger-Ro-Mar, Inc.）、假日魔法公司（Holiday Magic, Inc.）及卡思可星際公司（Koscot corporation, Inc.）等案例²，可以發現上開公司皆要求參加人付錢給公司以換取兩種權利，一種是銷售商品的權利，另一種是介紹他人加入計畫而獲酬的權利，而此項報酬與銷售商品給最終消費者無關。FTC 在這些調查案件中樹立一個觀念，亦即「只須拉人而不須銷售商品給最終消費者即可獲得報酬」正是金字塔銷售術的典型特徵，此觀念日後一直被各州法院引為判斷多層次傳銷是否變質的指標，亦為各州立法機關草擬相關條文時之重要參考依據³。

（二）阿拉巴馬州

阿拉巴馬州視金字塔銷售術為一種不法行為，依其規定，金字塔銷售術包括任何的計劃或銷售、經銷商品、勞務或其他財物的計劃或銷售，其中參加人給付一定代價⁴來換取可得到金錢利益的機會，至於該利益則是來自於勸誘他人加入該計畫，而非以銷售或經銷商品、勞務或其他財務之質或數量而定，且不論新人是由參加人或其他參加人勸誘加入，亦不問是否必須勸誘一定人數之人加入。所謂的給付一定代價，並不包括以成本價供應，非供轉售之用之展示設備器材，但支出之金額每年不可高於 100 美元⁵。

² 陳錦全（1989），多層次傳銷立法之研究，東吳大學法律研究所碩士論文，頁 34-46。

³ 陳素菁（1993），多層次傳銷管理政策之比較研究—以美國與我國為探討中心，國立中興大學企業管理研究所碩士論文，頁 21-24。

⁴ 就「consideration」一詞，我國文獻有將之翻譯成「代價」亦有稱其為「約因」者，而所謂的「約因」並不當然等於我國民法上所稱之「對價」，而係源自英國契約法的契約成立要件之一。按「約因」之英文用語為 consideration，其真意即如其字面意義，在強調契約雙方對契約之締結應有等量的重視；由於認為「合理的人」均會對影響自己權益之事物有「合理的注意」，故而有「客觀」的約因存在，自足以證明該契約之真正。故而所謂之約因，即以締約當事人必須承擔(forebear)一定之義務，或受有相對之不利益(detriment)為前提。惟近來英國已隨加入歐聯而認無須再強調與大陸法係不同的「約因」，認「對價」的觀念應已足夠。美國實務雖未如此表示，但在新版的 Restatement 中，已不再特別列出「約因」的定義，而係選擇自然的將其內容表現在契約成立要件中。參照范建得，參加多層次傳銷事業支付一定代價之研究，第二屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集，頁 197，行政院公平交易委員會出版。本文為配合我國公平法條文用語故，將之稱為「代價」。

⁵ Ala. Code §8-19-5

「(19) Selling or offering to sell, either directly or associated with the sale of goods or services, a right to participation in a pyramid sales structure. As used herein, "pyramid sales structure" includes any plan or operation for the sale or distribution of goods, services, or other property wherein a person for consideration acquires the opportunity to receive a pecuniary benefit, which is based primarily upon the inducement of additional persons by that person, and others, regardless of number, to participate in the same plan or operation, and is not primarily contingent on the volume or quantity of go

(三) 肯塔基州

肯塔基州禁止金字塔銷售術法規定「金字塔銷售術係指任何計畫、方案、策略、組織或其他方法，其參加人給付一定代價，以勸誘他人加入該組織成為參加人，並因而獲得報酬或有價財物的機會」。所謂的「一定代價」係指金錢或為購買商品、勞務，或無形財產的給付，但並不包括為創造業績，即非為轉售而以成本價購買商品或勞務，亦不包括為追求業績或活動所花費的時間及努力。而任何人設立、推廣、經營及參與金字塔銷售術將被宣告違法⁶。

(四) 亞利桑那州

亞利桑那州金字塔促銷方案法第四十四之一七三一條將金字塔促銷方案定義為「參與者必須給付一定代價以換得收取報酬之機會之任何計畫或活動。至於參與者的此項報酬，主要來自於介紹他人加入該計畫或活動，而非參與者自身或其他被介紹加入者銷售商品、勞務或無體財產之行爲」。且任何人均不得設置或參與此種方案。此外，該法將「給付一定代價」定義為「支付現金或購買商品、勞務無形財產之給付」，但「不包括購買以成本價供應、用於銷售，而不再轉售的商品或勞務部分；也不及於因銷售或介紹活動所花費的時間與努力」⁷。

ods, services, or other property sold or distributed. For purposes of this subdivision, "consideration" shall not include payments made for sales demonstration equipment and materials furnished on a nonprofit basis for use in making sales and not for resale wherein such payments amount to less than one hundred dollars (\$100) annually.」。資料來源：施俊吉、范建得（1998），參加多層次傳銷事業支付一定代價之研究，附件二，行政院公平交易委員會出版；Westlaw International 網站，網址：<http://westlawinternational.com>。

⁶ Ky. Rev. Stat. Ann. 367.830 「"Pyramid distribution plan" means any plan, program, device, scheme, or other process by which a participant gives consideration for the opportunity to receive compensation or things of value in return for inducing other persons to become participants in the program」
「"Consideration" means the payment of cash or the purchase of goods, services, or intangible property but does not include the purchase of goods or services furnished at cost to be used in making sales and not for resale, nor does it include time and effort spent in pursuit of sales or recruiting activities.」。資料來源：同前註 5。

⁷ Aza. Rev. Stat. Ann. Ch11, Art.9, §44-1731 「"Pyramid promotional scheme" means any plan or operation by which a participant gives consideration for the opportunity to receive compensation which is derived primarily from any person's introduction of other persons into participation in the plan or operation rather than from the sale of goods, services or intangible property by the participant or other persons introduced into the plan or operation.」
「"Consideration" means the payment of cash or the purchase of goods, services or intangible property but does not include:(a) The purchase of goods or services furnished at cost to be used in making sales and not for resale.(b) Time and effort spent in pursuit of sales or recruiting activities.」。資料來源：同前註 5。

（五）馬里蘭州

馬里蘭法規第五〇七章規定「任何之計畫或活動，凡其中之參與者須給付一定代價以換取獲得報酬之機會，且該報酬主要係來自誘引他人加入該計畫或活動，而銷售商品、勞務或其他無形財產之所得，均屬本法所稱之金字塔銷售術」⁸。

三、多層次傳銷管理之規範

美國少數州訂有多層次傳銷管理法規，規定多層次傳銷事業運作時所必須遵循的事項，藉以管理多層次傳銷事業，如多層次傳銷事業報備義務、參加人之解約權、多層次傳銷事業之買回義務及買回價格限制、禁止參加人財物上收益主要靠介紹他人加入及禁止多層次傳銷事業宣稱參加人可以賺取或獲得大量金錢等規定。

而就多層次傳銷定義部分，各州並未就「多層次傳銷」加以定義，而係就「多層次傳銷事業」加以定義，以麻沙諸塞州之規定為例，該州對多層次傳銷事業之定義為「多層次傳銷事業是指任何個人、公司、商號或其他商業實體，透過獨立之代理人、承攬人或行銷人員，於不同之層次行銷商品或勞務，以獲取具經濟價值之對價，該行銷組織之各層級參加人並得招募他人加入，且得因自身對商品和勞務之銷售、其所招募參加人及所屬另外層次之參加人之招募行為和業績而獲得佣金、獎金、紅利、退款、折扣、股利或其他經濟利益者⁹。」

四、給付一定代價於多層次傳銷規範之地位及功能

⁸ Md. Code Ann. Ch507 ,Art.27, §233D

「(4) "Pyramid promotional scheme" means any plan or operation by which a participant gives consideration for the opportunity to receive compensation to be derived primarily from any person's introduction of other persons into participation in the plan or operation rather than from the sale of goods, services, or other intangible property by the participant or other persons introduced into the plan or operation.」。資料來源：同前註5。

⁹ Massachusetts General Laws Annotated Chapter 93,Sec.69 「(a) As used in this section the term "multi-level distribution company" shall mean any person, firm, corporation or other business entity which distributes for a valuable consideration, goods or services through independent agents, contractors or distributors, at different levels, wherein participants in the marketing program may recruit other participants, and wherein commissions, cross-commissions, bonuses, refunds, discounts, dividends or other considerations in the marketing program are or may be paid as a result of the sale of such goods and services or the recruitment, actions or performances of additional participants.」。資料來源：同前註1，頁22-23、60-61；前註3，頁48-51；Westlaw International 網站，網址：<http://westlawinternational.com>。

（一）美國變質多層次傳銷規範

由前述可知，FTC 認為金字塔銷售術乃是「聯邦交易委員會法」（FTC Act）第五條「不公平或欺罔行為或慣行」的一種類型，而此行為類型之主要特徵在於參加人「給付一定代價」給公司以換取銷售商品的權利及介紹他人加入計畫而獲酬的權利。換言之，「給付一定代價」乃是認定某一行為是否為金字塔銷售術而違反「聯邦交易委員會法」第五條時之一不法構成要件。

綜觀各州立法例，金字塔銷售術主要之構成要件有二，一、參與者必須給付一定代價。二、參加人的報酬來源主要來自於介紹他人加入該計畫或活動，而非參與者自身或其他被介紹加入者銷售商品、勞務或無體財產之行為。雖然各州對「給付一定代價」之認定並非完全一致，按其內容來看，有以行為內容決定之者，有以金額門檻限定之者；方法上則分別有以正面或負面表列處理之者¹⁰。但整體觀之，各州皆將「給付一定代價」作為判斷金字塔銷售術之依據，亦即「給付一定代價」乃從事金字塔銷售術違法行為之一不法構成要件。

（二）美國多層次傳銷管理規範

美國多層次傳銷管理法之立法模式係先界定何謂多層次傳銷管理事業，再透過要求其報備、限制其契約內容及禁止為一定行為之方式而加以管制。觀之麻沙諸塞州對多層次傳銷管理事業之定義「多層次傳銷事業是指任何個人、公司、商號或其他商業實體，透過獨立之代理人、承攬人或行銷人員，於不同之層次行銷商品或勞務，以獲取具經濟價值之對價，該行銷組織之各層級參加人並得招募他人加入，且得因自身對商品和勞務之銷售、其所招募參加人及所屬另外層次之參加人之招募行為和業績而獲得佣金、獎金、紅利、退款、折扣、股利或其他經濟利益者¹¹。」，可以發現並未有以「參加人給付一定代價」作為加入傳銷組織條件之特徵，即參加人是否支付金錢或為購買商品、勞務，或無形財產的給付與認定某一事業及其參加人是否為多層次傳銷事業及其參加人無涉。故在判斷某一事業是否

¹⁰ 范建得，參加多層次傳銷事業支付一定代價之研究，第二屆競爭政策與公平交易法學術研討會論文集，行政院公平交易委員會出版，頁 221。

¹¹ Massachusetts General Laws Annotated Chapter 93, Sec. 69 「(a) As used in this section the term "multi-level distribution company" shall mean any person, firm, corporation or other business entity which distributes for a valuable consideration, goods or services through independent agents, contractors or distributors, at different levels, wherein participants in the marketing program may recruit other participants, and wherein commissions, cross-commissions, bonuses, refunds, discounts, dividends or other considerations in the marketing program are or may be paid as a result of the sale of such goods and services or the recruitment, actions or performances of additional participants.」資料來源：同前註 1，頁 22-23、60-61；前註 3，頁 48-51；Westlaw International 網站，網址：<http://westlawinternational.com>。

為多層次傳銷事業，而有必要列入多層次傳銷管理規範體系時，並不考慮參加人有無給付一定代價。亦即，參加人給付一定代價並非事業受多層次傳銷管理規範管制的要件。

（三）我國多層次傳銷規範

公平交易法除第八條明定多層次傳銷行為之定義外，並於同法第二十三條明令禁止非法之多層次傳銷行為。此外為確實管理多層次傳銷行為，兼以避免合法之多層次傳銷突變為非法，乃制定多層次傳銷管理辦法，藉由報備、查核及要求從事多層次傳銷事業履行相關告知義務等方面著手，以收管制之效¹²。整體觀之，我國公平法之規範內容已兼具美國禁止金字塔銷售術法及多層次傳銷管理規範之內容。

由於公平法之立法模式係於第八條先界定何謂多層次傳銷，再於第二十三條禁止變質多層次傳銷並以公平法部分條文及多層次傳銷管理辦法對多層次傳銷事業加以管理，故欲判斷某一行為是否違反公平法第二十三條及某一事業是否有適用多層次傳銷管理辦法時，皆有必要先判斷其有無該當於公平法第八條第一項多層次傳銷定義之規定。公平法第八條第一項、第二項規定「本法所稱多層次傳銷，謂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。前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」乃以「參加人給付一定代價」包括給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務等，作為多層次傳銷定義之一構成要件，從而，不論是對變質多層次傳銷之禁止（公平法第二十三條）或對合法多層次傳銷事業之管理（多層次傳銷管理辦法），皆以參加人給付一定代價加入該計畫或組織為受規範之前提條件。簡言之，「給付一定代價」不僅是事業適用多層次傳銷管制規範之要件，亦是判斷違法多層次傳銷行為時之不法構成要件。

五、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性

（一）給付一定代價對於界定變質多層次傳銷之必要性與妥適性

根據上開美國法對變質多層次傳銷之規定，可以了解禁止金字塔銷售術法所欲防範者，主要在於阻止傳銷事業藉商品推廣或銷售之名，行欺騙之實，藉由「獵人頭」之行為，以新參加人給付之代價，使上線參加人獲取高額之獎金。倘若參加人不須給付任何代價即可加入該銷售組織，該行銷組織勢必須以商品銷售收入為其財務來源，方得繼續維持，此種以商品銷售為收入來源之行銷計畫或組織即無加以禁止之必要。就區別「變質多層次傳

¹² 何之邁（2002），公平交易法實論，作者自版，頁328。

銷」與「合法正當多層次傳銷」而言，參加人在加入該組織時須給付一定代價，始能取得銷售商品和招募他人加入的權利，而在銷售組織內，人員的招募本身即為利益的主要來源，商品僅係為招募人員之需而存在乃「變質多層次傳銷」之特徵，亦為兩者重要之區別標準。

從而，對於界定「變質多層次傳銷」而言，依美國法，「給付一定代價」有其必要。

（二）給付一定代價對於界定合法正當多層次傳銷之必要性與妥適性

至於就界定「合法正當多層次傳銷」而言，其目的乃在於認定何種銷售計畫或組織有適用多層次傳銷管理規範之必要。亦即透過對從事多層次傳銷計畫之事業課以報備義務、查核其銷售計畫運作情形及要求其履行相關告知義務等管制手段，事前防範「合法正當多層次傳銷」變質並健全多層次傳銷事業之發展。

此種藉由加強對「合法正當多層次傳銷」之管制以預防其變質之立法，所規範者係一受法律允許之銷售組織計畫。因此，不宜將區別「合法正當多層次傳銷」與「變質多層次傳銷」的重要標準—「參加人給付一定代價」作為認定「合法正當多層次傳銷」之要件。否則，未符合此一要件之銷售計畫將不受管制，除導致規範對象受到限縮外，亦無法落實防範於未然之立法目的。

（三）給付一定代價於界定我國公平交易法「多層次傳銷」之必要性與妥適性

我國公平交易法對多層次傳銷之規範內容，包括變質多層次傳銷之禁止及合法多層次傳銷事業之管理，二者之規範皆以同法第八條關於多層次傳銷之定義為出發點，只有符合第八條多層次傳銷定義之銷售計畫或組織方受規範。就規範變質多層次傳銷部分，透過公平法第八條及第二十三條之適用，亦可達如同美國法金字塔銷售術規範之效果。而就合法多層次傳銷事業之管理部分，依公平法第八條規定，「參加人給付一定代價」係多層次傳銷要件之一，若參加人不須給付一定代價即得加入某一傳銷組織或計畫，該銷售計畫或組織即非公平法所稱之多層次傳銷，從事該銷售計畫或組織之事業亦不成為公平法規範之對象，而不受公平法管制。相較於美國法對多層次傳銷事業之管理規範，我國之規定顯然限縮了規範對象之範圍，對於透過事前管制以預防多層次傳銷變質之立法目的，亦生減損之效果。

綜上，我國公平交易法第八條就多層次傳銷之定義加入「給付一定代價」之要件，就界定我國公平交易法「多層次傳銷」而言，並無必要且不妥適。

六、小結與建議

相較於美國對於金字塔銷售術與多層次傳銷之管理分別加以規定，並分別就金字塔銷售術與多層次傳銷事業加以定義，我國公平法在同一法典中，以多層次傳銷之定義為基礎，合併規範變質多層次傳銷及對合法多層次傳銷之管理規定，立法上有其特別之處。惟公平法第八條就多層次傳銷之定義加入「給付一定代價」之要件，並無必要且不妥適，更有導致公平法就合法多層次傳銷事業管理規範無法落實之虞，有檢討之必要。

長期而言，對於現行公平交易法對多層次傳銷定義加入「給付一定代價」一事，根本的解決之道應是透過修法程序將其改正，本文建議公平交易法第八條第一項修正如下：「本法所稱多層次傳銷，謂就推廣或銷售之多層次組織，參加人推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者而言。」。此外，公平交易法第八條第二項予以刪除。

至於在修法之前，吾人參照美國法律中有價約因 (valuable consideration) 之原來意義，提供建議。由於公平法第八條第一項係規定「本法所稱多層次傳銷，謂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。」公平法第八條第二項規定「前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」採狹義之見解，所謂給付一定之代價，則限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付。但我國法採廣義之見解，不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。其中所謂提供勞務，依美國法原來之意義係指服務之購買或無形財產 (the purchase of services or intangible property)。因此在修法之前，建議採廣義之見解，且縱使該銷售計畫或組織於參加人加入時不求給付金錢，但在參加人購買商品服務或無形財產時，則仍受規範。

第三章 英國對於多層次傳銷之規範

一、英國多層次傳銷規範之沿革

自從 1960 年代及 1970 年代多層次傳銷手法植入英國後，英國政府為規範多層次傳銷事業，避免不正當多層次傳銷之運作擾亂市場秩序，並防止無辜之參加者受害，於 1973 年施行之公平交易法 (Fair Trading Act) 加入第十一編「金字塔銷售術與類似銷售術」 (Pyramid Selling and Similar Trading Schemes) 之規定 (第一百一十八條至一百二十三條)，以規範金字塔銷售術與其他類似的銷售術，並自該法第一百一十九條之授權下，貿易產業部 (Department of Trade and Commerce) 頒布「金字塔銷售術規則」 (Pyramid Selling Schemes

Regulations 1973) 以規範不正當之訪問販賣行為及變質多層次傳銷之相關規範。

1973 年公平交易法施行多年後，發起人已經有能力設計出在 1973 年公平交易法規範外之多層次傳銷計畫，由於 1973 年公平交易法所規定符合多層次傳銷事業之要件過於嚴格，因此發起人所設計之制度只要使多層次傳銷事業缺少一項或多項於 1973 年公平交易法所規定多層次傳銷事業必須的要素，該發起人之該項計畫即不受法律之規範。

鑑於 1973 年公平交易法實施之困難，英國於 1996 年制訂傳銷計畫法 (Trading Schemes Act 1996) 以修正 1973 年公平交易法，擴大多層次傳銷事業之適用範圍；並另頒佈 1997 年「傳銷計畫管理規則」(The Trading Schemes Regulations 1997)，詳細規範多層次傳銷事業中發起人、參加人等之間之權利義務、契約內容、變質多層次傳銷之相關規範，以及不正當之訪問販賣行為等。

由 1996 年傳銷計畫法之規範可以看出英國對於傳銷之規範範圍趨向擴大管制，原本傳銷中某些交易型態在 1973 年公平交易法中並不受規範，然而於 1996 年傳銷計畫法中仍一併列入規範，而且 1996 年傳銷計畫法所規範之傳銷方式並不只限於多層次傳銷，尚包括直銷中之某些交易行為，但可以確定的是，多層次傳銷事業的確在其規範範圍內。故英國現行之多層次傳銷事業需遵守 1973 年公平交易法、1996 年傳銷計畫法（修正 1973 年公平交易法第一百一十八條即傳銷計畫之適用範圍），以及 1997 年傳銷計畫管理規則。

二、英國多層次傳銷之立法目的與定義

(一) 多層次傳銷之立法目的

綜合觀察英國 1973 年公平交易法及 1996 年傳銷計畫法有關之規定，可將其對多層次傳銷之立法目的歸納如下¹³：

1. 對多層次傳銷事業加以規範，以維護市場交易秩序。
2. 防止多層次傳銷事業之變質成為不正當之多層次傳銷。
3. 保護參加人之權益。
4. 對於不當之訪問販賣手法加以規範。

(二) 傳銷計畫之管制範圍

英國對於傳銷計畫之管制範圍最初係以 1973 年公平交易法第十一編「金字塔銷售術與類似銷售術」為規範，其後經 1996 年傳銷計畫法修正 1973 年公平交易法第一百一十八條

¹³ 黃營杉、洪順慶、黃思明（1993），各國對多層次傳銷事業之管理政策比較研究，頁 6-1。

以擴大傳銷計畫之規範範圍：

1. 1973 年公平交易法

英國公平交易法第一百一十八條規定，包括下列四個要件之「傳銷計畫」（Trading Schemes），始適用本法本編（第十一編）之規範：

- (1) 須有交易計畫之發起人（the promoter）或共同發起人（the promoters）中之一人或數人提供商品或勞務。
- (2) 須有參加人（participant）將發起人所提供之商品或勞務在參加人爲當事人所完成之交易中供給相對人。
- (3) 交易地點須發生在發起人或參加人通常營業處所（premise）以外之處，至少大部分之交易地點須發生於此所規定之交易地點。
- (4) 提供參加人可獲得報酬或其他經濟利益之預期（prospect），使參加人可由下列五種行爲之一而獲得報酬或其他經濟利益：

- ① 介紹他人加入成爲參加人；
- ② 參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；
- ③ 提供其他參加人商品；
- ④ 提供其他參加人訓練設備或其他服務；
- ⑤ 依其他參加人達成之交易對交易相對人提供商品或服務。

簡言之，英國公平交易法第十一編所要規範的事實狀態是，發起人或共同發起人發起一項傳銷計畫，並提供可以經由五種行爲而獲得報酬或其他經濟利益的預期給參加人，使參加人以發起人所提供的商品或勞務到法定之交易地點，和他人完成商品或勞務之交易¹⁴。

2. 1996 年傳銷計畫法

公平交易法實施數年後，商人熟知公平交易法之規範模式，已可設計出其他交易方案逸脫於公平交易法之規範範圍。公平交易法第一百一十八條本來是爲了規範多層次傳銷事業，但是卻無法如預期般使符合多層次傳銷事業之傳銷計畫納入管理，檢討原因發現需符合公平交易法第一百一十八條所規定之要件之傳銷計畫，始可納入公平交易法及金字塔銷售術管理辦法之管理，然而公平交易法第一百一十八條所限定之要件過於嚴

¹⁴ 陳錦全（1989.6），「多層次傳銷立法之研究」，東吳大學法律研究所碩士論文，頁 157；各國公平交易法相關法規彙編（1993.6），行政院公平交易委員會，頁 3-93 至 3-94。

格，故發起人便設計出一套傳銷計畫缺少一項或數項公平交易法所規定之要件，此傳銷計畫便不受 1973 年公平交易法之規範；然而發起人又一面對外宣稱其傳銷計畫符合法律之規定，為合法之多層次傳銷事業，甚至訂定表面上符合法律規定之契約及獎勵措施，這些交易計畫造成合法多層次傳銷事業重大的損害¹⁵。

鑑於上述原因，於 1996 年制訂「傳銷計畫法」以修訂 1973 年公平交易法中若干條文，其中最重要之規定為擴大傳銷事業之適用範圍。根據 1996 年傳銷計畫法第一條之規定¹⁶，公平交易法第十一編之規定適用於符合下列兩項標準之傳銷計畫¹⁷：

(1) 參加人參加傳銷計畫可獲得報酬或其他經濟利益之預期。參加人可由下列行為之一而獲得報酬或其他的經濟利益：（第一項、第二項）

- ① 介紹他人加入成為參加人；
- ② 使參加人在多層次傳銷計畫中維持參加之狀態；
- ③ 參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；
- ④ 由發起人或參加人提供商品或勞務；
- ⑤ 參加人獲得商品或勞務；

(2) 須有傳銷計畫之發起人（the promoter）或共同發起人（the promoters）中之一人或數

¹⁵ World Federation of Direct Selling Associations. 網址 <http://www.fdsa.org>.

¹⁶ 1. Trading schemes to which Part XI applies.

For section 118 of the Fair Trading Act 1973 (trading schemes to which Part XI applies) there is substituted-

118. (1) This Part of this Act applies to any trading scheme if- (a) the prospect is held out to participants of receiving payments or other benefits in respect of any of the matters specified in subsection (2) of this section; and (b) either or both of the conditions in subsections (3) and (4) of this section are fulfilled in relation to the scheme.

(2) The matters referred to in paragraph (a) of subsection (1) of this section are- (a) the introduction by any person of other persons who become participants in a trading scheme;(b) the continued participation of participants in a trading scheme;(c) the promotion, transfer or other change of status of participants within a trading scheme;(d) the supply of goods or services by any person to or for other persons;(e) the acquisition of goods or services by any person.

(3) The condition in this subsection is that- (a) goods or services, or both, are to be provided by the person promoting the scheme or, in the case of a scheme promoted by two or more persons acting in concert, by one or more of those persons; and (b) the goods or services so provided- (i) are to be supplied to or for other persons under transactions effected by participants (whether in the capacity of agents of the promoter or of one of the promoters or in any other capacity), or(ii) are to be used for the purposes of the supply of goods or services to or for other persons under such transactions.

(4) The condition in this subsection is that goods or services, or both, are to be supplied by the promoter or any of the promoters to or for persons introduced to him or any of the other promoters (or an employee or agent of his or theirs) by participants.

¹⁷ Department of Trade and Industry (United Kingdom), 網址：<http://www.dti.dov.uk>。

人提供商品或勞務。(第三項)

- (3)商品或勞務係對參加計畫者所交易之相對人提供—不論是參加人或最終消費者。(第三項、第四項)

由 1996 年傳銷計畫法之規定可推知，英國為將符合多層次傳銷事業特徵之傳銷計畫納入公平交易法之規定及傳銷計畫管理規則之管理，大幅放寬適用傳銷計畫法之事業的認定標準。

無論是 1973 年公平交易法或是 1996 年傳銷計畫法之規定，英國並未全面禁止多層次傳銷事業之運作，而是採取管理和限制之態度¹⁸，且由法律規定之內容來看，英國實際上是以傳銷計畫（舊法稱為金字塔銷售術）之名稱來涵蓋多層次傳銷以及其他之銷售術，而不是用傳銷計畫（trading schemes）作為不正當多層次傳銷之代稱，此與美國以「金字塔銷售術」（Pyramid Sales Schemes）作為不正當多層次傳銷之代名詞，有相當大之差異，這樣之差異是來自於名稱被賦予之定義不同之故¹⁹。

3. 1973 年公平交易法與 1996 年傳銷計畫法規範之比較

發起人已熟知何種形式的傳銷計畫不在 1973 年公平交易法之規範範圍內，便設計出許多類似的多層次傳銷計畫以規避法令之規範，然而發起人卻經常向投資人保證，此計畫符合 1973 年公平交易法之規定，甚至使用表面上符合法令規定之契約，有些尚且包括法律警告之標示，但是由於發起人故意使這些計畫欠缺法律規定之要件，故仍使其不受 1973 年公平交易法之規範。這樣的情形使合法經營的多層次傳銷事業受到重大損害，故 1996 年傳銷計畫法之制訂便擴大公平交易法的規範範圍，使原本不受 1973 年公平交易法管理之傳銷計畫亦能納入規範。

比較修法前後對於傳銷計畫之管制範圍，主要區別如下：

- (1)1973 年公平交易法規範之傳銷計畫交易地點須發生在發起人或參加人通常營業處所以外之處，或至少大部分之交易地點須發生於此所規定之交易地點，1996 年傳銷計畫法已刪除此一要件，使傳銷事業更易納入管理範圍。
- (2)1996 年傳銷計畫法受到管理的傳銷計畫為參加人可由下列行為之一獲得報酬或其他的經濟利益：①介紹他人加入成為參加人；②使參加人在多層次傳銷計畫中維持參加之狀態；③參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；④由發起人或參加人提供

¹⁸ 陳錦全（1989.6），「多層次傳銷立法之研究」，東吳大學法律研究所碩士論文，註 153，頁 229。

商品或勞務；⑤參加人獲得商品或勞務。相較於 1973 年公平交易法，1996 年傳銷計畫法增加參加人因維持參加傳銷計畫而可獲得利益之傳銷計畫亦納入規範。

4. 小結

英國對於傳銷計畫之規範主要係以參加人因參加此傳銷計畫而可獲得利益，由參加人獲得利益之方式界定需受法律規範之傳銷計畫，因此其界定需受 1973 年公平交易法，1996 年傳銷計畫法，以及 1997 年傳銷計畫管理規則之規範，由於上述之傳銷計畫並無參加人需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，英國之規範方式應為只要參加人係因法律規定之情形中獲得利益，這樣的傳銷計畫即應受到 1973 年公平交易法，1996 年傳銷計畫法，以及 1997 年傳銷計畫管理規則之管理：（1）介紹他人加入成為參加人；（2）使參加人在多層次傳銷計畫中維持參加之狀態；（3）參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；（4）由發起人或參加人提供商品或勞務；（5）參加人獲得商品或勞務。

尚須注意的是，英國係從參加人之獲利方式規範管理範圍，其範圍應不限於多層次傳銷計畫，甚至部分單層傳銷亦包括在內，其管理範圍應較我國公平交易法之規範範圍廣泛，然而可以確定的是多層次傳銷事業需遵守 1973 年公平交易法，1996 年傳銷計畫法，以及 1997 年傳銷計畫管理規則之規定。

三、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性

英國係以 1973 年公平交易法、1996 年傳銷計畫法以及 1997 年傳銷計畫管理規則規範多層次傳銷，其規範之傳銷計畫要件為（1）參加人可由下列行為之一而獲得報酬或其他的經濟利益：①介紹他人加入成為參加人；②使參加人在多層次傳銷計畫中維持參加之狀態；③參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；④由發起人或參加人提供商品或勞務；⑤參加人獲得商品或勞務；（2）須有傳銷計畫之發起人提供商品或勞務。（3）商品或勞務係對參加計畫者所交易之相對人提供。英國之立法方式為自參加人可獲得利益或報酬之情形以規範應受管理之傳銷計畫，其要件中並無如我國規定（公平交易法第八條第一項、第二項）要求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，英國對傳銷計畫之規範範圍事實上只要參加人獲得利益或報酬係因傳銷計畫法第一條規定之情形即需受管理，因此給付一定代價於

¹⁹ 黃營杉、洪順慶、黃思明，同前註 1，頁 6-3。

英國之多層次傳銷規範中並非必要之要件。

自 1996 年傳銷計畫法之修正來看，英國之趨勢係為擴大傳銷計畫應受規範之範圍，且從 1997 年傳銷計畫管理規則之規定亦可得知，英國對於參加人加入傳銷計畫時所交付之金錢採取嚴格且審慎之態度，管理規則第十條中規定在訂約前發起人或參加人不得因其他參加人之加入而收受任何金錢，除非契約中訂定此給付不得用以招募他人加入傳銷計畫；於契約訂定後 7 日內，發起人只能自新會員中取得不超過管理規則第十條所規定之金額，管理規則第五條亦明訂契約中需指出第一年參加人需給付之費用，且在其後之年度間若給付費用有任何改變，需給予至少 60 天之注意期間，上述規範之立法目的皆在於避免發起人或參加人自新加入成員處獲取大量利益，而使新加入成員深陷其中無法脫身。由此可知英國對多層次傳銷之規範不但非以給付一定代價為必要要件，反而對參加人所給付之金錢採取限制之態度²⁰。

所謂多層次傳銷，係指公司利用一連串獨立的直銷商將貨品零售出去，每一位直銷商除可獲得零售利潤外，並且可透過自己所推荐、訓練而建立的銷售網來銷售公司產品以獲取差額利潤²¹，由多層次傳銷計畫之本質觀察，此傳銷計畫之重心在於參加人可因建立層層之銷售網絡而獲取利益，參加人於取得銷售權利時是否給付一定代價並非多層次傳銷計畫之重點，僅為一種可有可無之情形，參加人其後可由建立此種行銷網絡而獲得利益始為多層次傳銷計畫中之核心部分。由英國之立法例即可看出，英國對多層次傳銷計畫之規範緊扣多層次傳銷計畫之核心，由參加人獲得利益之態樣以界定何者為應受規範之傳銷計畫，給付一定代價以取得銷售權利並不在規範要件中，或可說給付一定代價以取得銷售權利並非認定是否為多層次傳銷計畫之必要要件。

四、小結與建議

由英國 1996 年傳銷計畫法之制訂可以得知，其原來公平交易法對多層次傳銷事業之認定不足以將應管理之傳銷計畫納入規範，由於英國近年來多層次傳銷事業之數目大幅增加，增加之幅度甚至近五年達到 40%²²，故政府必須將這些多層次傳銷事業納入管理，以免社會大眾遭受損害，有鑒於此，其對於多層次傳銷事業之認定範圍趨向擴大。我國與英國

²⁰ The Trading Schemes Guide，網址：<http://www.dti.dov.uk>。

²¹ 公平交易法論述系列十一—多層次傳銷行為之規範（1993.1），行政院公平交易委員會編印。

²² Direct Selling Multi-level Marketing-network marketing，網址：<http://www.dsa.org.uk>。

之情況相似，近年亦有許多交易計畫採取與英國商人同樣之手段，故意使其交易計畫缺少一個或數個認定多層次傳銷事業之要件，以逸脫於公平交易法之規範外，如此將造成合法事業之重大損害，由於我國與英國對多層次傳銷同樣採取管理和限制之態度，故有重新考慮多層次傳銷事業認定要件之必要。

然而法律之修正並非一蹴可幾，由於公平法第八條第一項係規定「本法所稱多層次傳銷，謂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。」公平法第八條第二項規定「前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」採狹義之見解，所謂給付一定之代價，則限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付。但採廣義之見解，則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。其中所謂提供勞務，依前述美國法原來之意義係指服務之購買或無形財產（the purchase of services or intangible property）。因此本文之短期建議於在修法之前，採廣義之見解，即縱使該銷售計畫或組織於參加人加入時不求給付金錢，但在參加人購買商品服務或無形財產時，則仍受規範。

參酌英國對於多層次傳銷事業之規範，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實非多層次傳銷事業之核心，此要件的確導致多層次傳銷事業認定之困難，故本文之長期建議為修正公平交易法第八條第一項、第二項以符合多層次傳銷之本質，建議修正條文為：

公平交易法第八條第一項：「本法所稱多層次傳銷，謂就推廣或銷售之多層次組織，參加人推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者而言。」第二項刪除。

第四章 日本對於多層次傳銷之規範

一、立法緣起

企業為推廣本身的產品，需運用種種的行銷管道，將資訊提供給社會大眾，使其對產品有進一步的瞭解並進而消費。由於企業間競爭白熱化，空間日益減縮，在寸土寸金的情形下，使得企業在店鋪買賣中，所需支出的成本逐漸增加，但卻未必能夠達到行銷的目的——

推廣知名度及銷售產品，因此，發展出另一種的販賣方式—多層次傳銷²³。

正當的傳銷業者，其經營目標在於提高產品及勞務的銷售量，參加人的主要報酬來自於銷售商品的業績。然卻有不肖業者，其藉由所販售的商品或勞務單價高不易賣出或將其作為幌子，而主要獲利來自於拉人頭的方式，極易誘使社會人心趨向投機，對經濟秩序產生不良影響。

日本於平成 12 年（2000 年）新修正「訪問買賣等相關法律」並將其更名為「特定商取引等相關法律」，並於平成 13 年（2001 年）施行，於平成 14 年（2002 年）略為修正。該法規定了訪問買賣、通信販賣、電話勸誘販賣及連鎖販賣交易等等之特殊交易方式，而連鎖販賣交易，便是有關「多層次傳銷」的規定，類似於我國公平交易法第二十三條之一至第二十三條之四及多層次傳銷管理辦法，而除了「特定商取引等相關法律」外，尚有「防止無限連鎖會相關法律」，目的是在禁止以拉人頭方式，實質上並未從事商品行銷的多層次傳銷，類似於我國公平交易法第二十三條規定。

本文擬先以「特定商取引等相關法律」及「防止無限連鎖會相關法律」為基礎，說明日本關於多層次傳銷及違法多層次傳銷之制度，嘗試以日本立法例來討論「給付一定代價」，是否適宜置於多層次傳銷的定義中。

二、多層次傳銷的定義

日本關於多層次傳銷，於「特定商取引等相關法律」法中以「連鎖販賣取引」稱之，需完全符合下列四要件，才可認其為多層次傳銷²⁴：

²³ 黃明陽(2002)，消費者保護法有關特別傳銷行為之規範，全國律師 4（4），頁 19。

²⁴ 「特定商取引に関する法律」第三十三條：「この章並びに第六十六條第一項及び第六十七條第一項において「連鎖販売業」とは、物品（施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。以下同じ。）の販売（そのあつせんを含む。）又は有償で行う役務の供（そのあつせんを含む。）の事業であつて、販売の目的物たる物品（以下この章において「商品」という。）の再販売（販売の相手方が商品を買ひ受けて販売することをいう。以下同じ。）、受託販売（販売の委託を受けて商品を販売することをいう。以下同じ。）若しくは販売のあつせんをする者又は同種役務の提供（その役務と同一の種類役務の提供をすることをいう。以下同じ。）若しくはその役務の提供のあつせんをする者を特定利益（その商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあつせんをする他の者が提供する取引料その他の経済産業省令で定める要件に該当する利益の全部又は一部をいう。以下この章において同じ。）を受受し得ることをもつて誘引し、その者と特定負担（その商品の購入若しくはその役務の対価の支払又は取引料の提供をいう。以下この章において同じ。）を伴うその商品の販売若しくはそのあつ

(一) 需為物品（包含利用設施或接受勞務提供的權利）的販賣（包含為販賣之斡旋）之事業或有償提供勞務（包含居中斡旋）之事業。其包含：

1. 統括者：實質上統括一連串連鎖販賣業者，於連鎖販賣業之商品上貼附自己的商標、在提供服務時使用自己的商號或其他特定的標示、制訂關於連鎖販賣交易的條款或者是對從事連鎖販賣業者之經營為持續性地經營指導²⁵。
2. 勸誘者：受統括者指示而進行勸誘連鎖販賣交易者²⁶。
3. 從事連鎖販賣業者：於統括者或勸誘者以外，從事連鎖販賣交易者為限²⁷。

(二) 從事販賣標的物之物品的再販賣、受託販賣、斡旋販賣者或為提供同種勞務或為居中斡旋而進行勸誘者。

1. 再販賣：交易之相對人購買商品後再進行販賣。
2. 受託販賣：接受商品持有者之委託販賣商品。
3. 斡旋販賣：找尋販賣之交易相對人，並於其中仲介使該買賣成立。

(三) 以得收取特定利益而為勸誘者。

所謂的特定利益，是指從事商品之再販賣、受託販賣或斡旋販賣，或提供同種服務或斡旋服務之提供的他人，所提供的交易費、商品價差、支付勞務對價所產生之利益。此等利益係由組織內部者（包括即將加盟者）所提供之金錢物品為其利益之來源。大約會有下列三種類型²⁸：

せん又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあつせんに係る取引（その取引条件の変更を含む。以下「連鎖販売取引」という。）をするものをいう。」

²⁵ 「統括者」とは、連鎖販売業に係る商品に自己の商標を付し、若しくは連鎖販売業に係る役務の提供について自己の商号その他特定の表示を使用させ、連鎖販売取引に関する約款を定め、又は連鎖販売業を行う者の経営に関し継続的に指導を行う等一連の連鎖販売業を実質的に統括する者をいう。

²⁶ 「勸誘者」とは、統括者又は統括者が統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について勸誘を行わせる者。

²⁷ 「連鎖販売業を行う者」とは、統括者又は勸誘者以外の者であって、連鎖販売業を行う者に限る。

²⁸ 「特定商取引に関する法律施行規則」第二十四条：「法第三十三条第一項の経済産業省令で定める要件は、次のいずれかとする。一 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする他の者が提供する取引料により生ずるものであること。二 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者に対する商品の販売又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする他の者に対する役務の提供により生ずるものであること。三 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者が取引料の提供若しくは商品の購入を行う場合

1. 於從事商品等之再販賣、受託販賣或斡旋販賣，或提供同種服務或斡旋服務之提供時，由他人所提供之交易費所生。
 2. 於從事商品等之再販賣、受託販賣或斡旋販賣，或提供同種服務或斡旋服務之提供時，由他人購買商品所支付的費用（或接受提供勞務的對價）所生。
 3. 於從事商品等之再販賣、受託販賣或斡旋販賣，或提供同種服務或斡旋服務之提供時，在他人支付交易費、購買商品時，由他人以外之人（如統括者）所提供之金錢物品所生。
- （四）交易伴隨特定負擔進行者。

關於此要件，有二點值得注意的是：

1. 所謂的特定負擔，是指商品之購入或服務之對價的支付，或交易費的提供。而所謂的交易費²⁹，係指開始從事交易之時或變更交易條件之時，不論是以交易費、加盟費、保證金等或其他任何名義者，所提供的金錢物品均屬之。舊的訪問販賣法政令第十條規定，為從事連鎖販賣交易而定之負擔條件，其於開始從事再販賣或於變更販賣條件、特定利益等交易條件之際，金錢負擔總額在二萬日圓以上者³⁰。本來對此特定負擔金額加以限制的原因，是認為在特定負擔金額超過二萬日圓以上的情形時，會有無法預測之危險存在，而在二萬日圓以下之情形時，因被害人受害金額有限，且基於行政資源的考量，而不予以規範之³¹。

但卻有雖契約上的負擔金額並未超過二萬日圓，但實際上由於之後的購買商品等等行為而負擔高價金額等此種規避法律規定之脫法行為出現，故日本於平成 12 年（2000 年）修正「訪問販賣等相關法律」時，便廢除了此項規定，而認為不管金額大小，只要伴隨交易而為之特定負擔者，即為規範的對象³²。

又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんをする他の者が取引料の提供若しくは役務の対価の支払を行う場合に当該他の者以外の者が提供する金品により生ずるものであること。」

²⁹ 「取引料」とは、取引料、加盟料、保証金その他いかなる名義をもつてするかを問わず、取引をするに際し、又は取引条件を変更するに際し提供される金品をいう。

³⁰ 「訪問販売に関する法律施行令」第十条：「法第十一条第一項の政令で定める基準は、同項に規定する商品の販売係わる取引（その取引条件の変更を含む）において条件とされる商品の購入の総額、または取引料の提供の総額（商品の購入と取引料の提供とが併せて条件とされる場合にあつては、その商品の購入の総額と取引料の提供の総額との合計額）が、二万円以上であることとする。」

³¹ 李雅晶（1998），日本有關多層次傳銷相關立法規範經營管理及執法工作之研究，行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書，頁 7。

³² 網址：<http://homepage2.nifty.com/mlm-law/www/cont01.com>，瀏覽日期：09/21/02。

2. 平成 12 年以前的「訪問販賣等相關法律」，於此要件上是指「以特定負擔為條件所進行的交易」³³，而於此次修正後，將此要件變更為「使特定負擔伴隨所進行的交易」³⁴。因為此項用語之修正，不僅僅是在被強迫設定特定負擔的情形下，還包括於入會時基於自己本身主動的負擔（金錢物品的支出），而擴大了特定負擔的範圍。再者，即使在該販賣組織的入會時點上，並未有任何的金錢負擔，在進入多層次傳銷組織後，為了實際買賣的進行而購買商品等所支出的金錢負擔，亦屬於特定負擔³⁵。

三、違法多層次傳銷之規範

（一）立法緣起

西元 1933、34 年，日本北海道等地，即有以子孫會員組織銷售醬油，分配利潤之組織。西元 1940 年左右，在大阪、橫濱地方等亦有以類似組織販售「神風」、「爽快」等仁丹類之產品。迄西元 1948、9 年，更出現以類似組織募集大眾資金。惟上開組織多限於小區域，且組織運作時間亦不長，因此相關糾紛多依原有之相關法律處理，而未訂定專法規範³⁶。

西元 1978 年制定「防止無限連鎖會相關法律」，該法制定後，對於「金錢紅利分配組織」得明文規範，但在西元 1978 年左右，開始出現以國債、商品券等從事無限連鎖會之組織，由於國債、商品券非屬「防止無限連鎖會相關法律」第二條所規範之金錢，故而該法並未能適用此類組織，因此於西元 1988 年，將法條原規定之「金錢」組織修正為「金品」組織³⁷（金錢及物品、並以括弧方式特別強調包括表彰財產權之證券或證明書）。

（二）立法目的

所謂的無限連鎖會，前提是以參加人向二人以上為勸誘，後順位者向先順位者支付加入金之原則受拘束的組織。此類組織的形成，因其勸誘之行爲易招致社會動亂的後果，故因而有了防止無限連鎖會法律的制訂³⁸。由於無限連鎖具有最終無以為繼的性質，復又煽動關係者的投機心理，造成相當部分之加入者蒙受經濟上之損失，因此除禁止其參與行爲外，並制定有關防止無限連鎖會之調查及宣導活動規定，以防止無限連鎖會對社會可能造成之

³³ 「特定負担をすることを条件とする」。

³⁴ 「特定負担を伴う」。

³⁵ 同註 10。

³⁶ 李雅晶（1998），日本有關多層次傳銷相關立法規範經營管理及執法工作之研究，行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書，頁 23-25。

³⁷ 網址：<http://homepage2.nifty.com/mlm-law/www/cont05.htm>，瀏覽日期：09/23/02。

³⁸ 網址：<http://www.shinginza.com/nezumi.htm>，瀏覽日期：09/23/02。

嚴重傷害³⁹。

(三) 定義

日本將違法多層次傳銷，稱為「無限連鎖會」⁴⁰，即俗稱之老鼠會，乃是以金錢物品分配的組織，需有下列要件：

1. 加入者需繳付金錢物品（包含表彰財產權之證券或證明書）。
2. 前提為加入者為無限的增加。
3. 加入者從先順位至後順位之連鎖階段係以二以上的倍率增加。
4. 先順位者係自從後順位者所繳付的金錢物品中領取超越自己所繳付的金錢物品的價額或數量。

(四) 禁止為無限連鎖會之行爲

任何人均不得開設或營運無限連鎖會，亦不得加入或勸誘他人加入無限連鎖會，或有助長上開行爲之行爲⁴¹。

(五) 國家及地方公共團體的任務

國家及地方公共團體，應致力於防止無限連鎖會之調查及宣導活動⁴²。

(六) 罰則

開設或營運無限連鎖會者，處三年以下有期徒刑或科或併科三百萬日圓。以勸誘他人加入無限連鎖會為業者，處一年以下有期徒刑或科或併科三十萬日圓。勸誘他人加入無限

³⁹ 「無限連鎖講の防止に関する法律」第一条：「この法律は、無限連鎖講が、終局において破たんすべき性質のものであるのにかかわらずいたずらに関係者の射幸心をあおり、加入者の相当部分の者に経済的な損失を与えるに至るものであることにかんがみ、これに関与する行為を禁止するとともに、その防止に関する調査及び啓もう活動について規定を設けることにより、無限連鎖講がもたらす社会的な害悪を防止することを目的とする。」

⁴⁰ 「無限連鎖講の防止に関する法律」第二条：「この法律において「無限連鎖講」とは、金品（財産権を表彰する証券又は証書を含む。以下この条において同じ。）を出えんする加入者が無限に増加するものであるとして、先に加入した者が先順位者、以下これに連鎖して段階的に二以上の倍率をもつて増加する後続の加入者がそれぞれの段階に応じた後順位者となり、順次先順位者が後順位者の出えんする金品から自己の出えんした金品の価額又は数量を上回る価額又は数量の金品を受領することを内容とする金品の配当組織をいう。」

⁴¹ 「無限連鎖講の防止に関する法律」第三条：「何人も、無限連鎖講を開設し若しくは運営し、無限連鎖講に加入し、若しくは加入することを勧誘し、又はこれらの行為を助長する行為をしてはならない。」

⁴² 「無限連鎖講の防止に関する法律」第四条：「国及び地方公共団体は、無限連鎖講の防止に関する調査及び啓もう活動を行うように努めなければならない。」

連鎖會者，處二十萬日圓以下罰金⁴³。

四、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性

（一）日本立法例

由日本的立法例中，吾人可以得知，在一般多層次傳銷制度中之特定負擔，便是一般所稱的「一定代價」，即謂入會費的繳付、交易費的提供或購買商品所支出的費用等，而在平成 12 年（2000 年）前，對於連鎖販賣交易的特定負擔額設有下列限，認為若特定負擔額在二萬日圓以下者，因其金額微小，被害人受害範圍有限，而不列入多層次傳銷的規範體系。但鑑於事業以此來規避多層次傳銷的規範的情形日益增加，故於平成 12 年（2000 年）起，廢除有關特定負擔最低額的規定，亦即，不論特定負擔金額大小的連鎖販賣交易，均受特定商取引法之規範。

再者，由於特定負擔的存在，並非是連鎖販賣交易的條件，而僅係附隨於整個連鎖販賣交易，由於特定負擔並不影響交易的進行，因此，即使當在加入該組織的時點上並未有任何的金錢負擔，但只要嗣後為了進行商品的再販賣等，而對組織有交易費的提供、支付勞務對價或者是購買商品等任何金錢負擔時，該負擔便屬於特定負擔。而在違法多層次傳銷的制度下，繳付金錢物品亦是必要的條件，而且是用來判斷是否由後順位者處領取過多的獎、佣金的依據。

（二）我國立法例

我國於公平交易法第八條第一項規定，多層次傳銷，係就推廣或銷售之計畫或組織，參加人得「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的權利，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益。而對於「給付一定代價」，在同條第二項也有所著墨，即指給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。當初立法訂定此一要件，除基於行政資源的考量外，尚認為一般多層次傳銷的加入，均需以給付一定代價為要件，唯恐參加人因公司的不當營運，而使參加人的利益而受損害，特立法保護之。

但對於「給付一定代價」是否有存在必要，有學者認為，「給付一定代價」本是用以

⁴³ 「無限連鎖講の防止に関する法律」第五條：「無限連鎖講を開設し、又は運営した者は、三年以下の懲役若しくは三百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。」第六條：「業として無限連鎖講に加入することを勧誘した者は、一年以下の懲役又は三十万円以下の罰金に処する。」第七條：「無限連鎖講に加入することを勧誘した者は、二十万円以下の罰金に処する。」

界定違法多層次傳銷的一個特徵，今規定於公平交易法第八條，導致事業規定民眾參加時需繳付相當金額的入會費或購買商品並不違法，因此主張「給付一定代價」的定義，應限縮於所購買的輔助交易工具的成本之下⁴⁴。而由近來公平會處理的案例中，吾人亦可發現，事業往往爲了規避公平交易法及多層次傳銷管理辦法之規定，將「給付一定代價」的時點解釋爲限於參加人入會時，而未使參加人於入會時給付一定代價，嗣後以其產品試用、晉級或其他理由，誘使參加人有所出，一旦發生問題時，便無法以公平交易法來規範。

綜上所述，我國與日本的立法例，雖在體系規範上有所不同，蓋因我國係於公平交易法中，一併規定了一般多層次傳銷及違法多層次傳銷，若需認定該事業爲多層次傳銷時，該事業便須先具有一般多層次傳銷的要件，而日本則是將一般多層次傳銷規範於「特定商取引法」（類似我國的消保法）中，而將違法多層次傳銷另立於「防止無限連鎖會法律」中，但均肯認「給付一定代價」是多層次傳銷的要件。

但對於何時給付一定代價，雖然兩者都並未明確規定，但是日本法上，因爲特定負擔是伴隨著連鎖販賣交易進行，故將其「給付一定代價」的時點解釋爲包括入會時及進入組織後，應不會有所不當。但在我國法條規定的情況下，「給付一定代價」是爲了取得推廣、銷售商品或勞務及介紹他人參加的權利，在一般通念裡，認爲加入組織，成爲會員，就會獲得這些權利，故不法的傳銷業者，並不要求參加人於入會時給付一定代價，以藉此逃避公平交易法的規範，不論其日後發生了交易上的問題（如退貨或解除契約等）或發生拉人頭的行爲，也因爲不該當多層次傳銷的要件，而造成無法可管的現象。

五、小結與建議

傳統的多層次傳銷方式，由參加人給付一定代價，以取得推廣或銷售商品或勞務的權利，以此獲取獎金或佣金的方式，因爲公平交易法的制定，而納入了法律體系中獲得規範，但近來新興的多層次傳銷事業，在爲了不受公平交易法及多層次傳銷管理辦法的規範，而不要求參加人須給付一定代價，希望能不受多層次傳銷制度的規範。但若該事業另以高價的商品爲獎金計算基礎，訂立高額的獎金制度，以吸引廣大的參加人，快速拓展組織，若一旦發生問題，便面臨無法可管的情況。再者，亦會有不肖業者，因爲法條的規定，刻意的採用參加人「不用給付一定代價」的多層行銷制度，刻意迴避多層次傳銷制度的規範，以進行拉人頭的方式，來獲取獎金、佣金等利益。因此，關於「給付一定代價」是否須爲

⁴⁴ 吳英同（1998），多層次傳銷案例研究—雙向制，警學叢刊，28（5），頁241。

多層次傳銷的要件之一，似應採否定之態度。

短期而言，「給付一定代價」之範圍在一般狹義之見解上，限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付。但採廣義之見解，則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣，此即我國公平交易法第八條第二項之規定，再者，或可參照日本立法例，首先，可將「給付一定代價」的範圍，擴張解釋到除了在加入組織時，所購買的商品或其他費用外，還包括加入組織後，為了再行販賣、晉級亦或是為了領取高額的獎金等之目的，所購買的商品或其他費用。如此一來，便可對於那些一開始並未要求參加人於入會時給付一定代價，而係嗣後以其他名義使參加人為給付的多層次傳銷組織，能納入公平交易法的規範。

而若欲以修法來處理「給付一定代價」的要件時，雖然日本立法例中，仍保留「給付一定代價」之要件，但從多層次傳銷的本質來看，其要規範的乃是多層級的組織，並且透過多層的關係來擴大組織以推廣商品或勞務，從中獲取獎金及佣金，簡單的說，參加人取得「推廣、銷售商品或勞務」及「介紹他人參加」等兩項權利，並獲得經濟利益，才是多層次傳銷重要的認定要件。因此，建議將公平交易法第八條第一項改為：「本法所稱多層次傳銷，謂就推廣或銷售之多層次組織，參加人推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者。」而因在多層次傳銷定義裡刪除了「給付一定代價」的要件，故連同第二項關於「給付一定代價」的定義一併刪除之。

第五章 馬來西亞對於多層次傳銷之規範

一、前言

本研究以公平交易法對多層次傳銷定義之相關問題為研究中心，並將重心放在公平交易法第八條中有關「參加人給付一定代價」規定上，研究此一影響多層次傳銷定義之規定，在規範多層次傳銷行為時，是否有任何需要改進的地方；並與外國相關立法例比較，在多方修正討論下，提供適當的修法建議；本章主要討論的對象為馬來西亞，將介紹該國法律中有關多層次傳銷定義之相關規定，再與我國制度比較，針對「給付一定代價對於定義多層次傳銷之必要性及妥適性」此部分做整合性的討論，最後參考馬來西亞的立法例為我國公平交易法第八條有關「參加人給付一定代價」規定提出適當的建議。

二、馬來西亞有關多層次傳銷規範之沿革

馬來西亞是亞太地區相當早發展直銷的一個市場，目前約有三百多家直銷公司，占全世界第十二大，而馬來西亞和台灣彼此有直銷公司在當地互設，雙方的交流算是頻繁，近年直銷在馬來西亞更因為經濟的快速發展，涉入直銷市場的廠商及消費者日益增加，隨著交易的頻繁產生的糾紛也為數不少；接下來將介紹馬來西亞規範傳銷活動的各種法規，依照法規制定的沿革，一一介紹如下：

(一) 1946 年之「價格控制法」(Price Control Act 1946)⁴⁵

馬來西亞有關傳銷活動的法規，早從 1946 年便制定的「價格控制法」來規範各種傳銷活動；1946 年的「價格控制法」主要為了在服務部門的支線觀察下控制商品的價格，該法律並賦予價格控制者在目錄商品中定義最大價格的權利，所以在這個階段，法律主要規範的對象是有關傳銷商品價格，監控提供服務的公司、部門，及避免市場商品價格哄抬的亂象。

(二) 1961 年之「供應物控制法」(Control of Supplies Act 1961)⁴⁶

1961 年「供應物控制法」，該法主要為監督目錄項目商品的供應；規範的商品對象，在食品類中為登記上市的麵粉、糖、食用油，在建材方面則包括水泥和鋼筋。

(三) 1974 年之「石油產物法」(Petroleum Development Act 1974) 及 1984 年之「石油安全測量法」(Petroleum Act 《Safety Measures》 1984)⁴⁷

⁴⁵ Price Control Act 1946

This act aims to control prices of goods under the Ministry's purview. The Price Controller is empowered under the Act to determine maximum prices (Subject to Minister's approval) of these scheduled goods. (此為部分節錄)

資料來源：<http://www.kpdnhq.gov.my/homepage/english/pdn/pdn-akta.html>，瀏覽日期：09/02/02。承蒙如新集團總裁周由賢先生提供眾多資料與指導，謹致萬分感謝之忱。

⁴⁶ Control of Supplies Act 1961

This act aims to monitor supply of scheduled items under this Act. Among the food items listed are flour, sugar cooking oil and building materials like cement and steel (Refer to list of items classified as controlled items under the Control of Supplies Act 1961 and Control of Supplies Regulation 1974). (此為部分節錄)

資料來源：<http://www.kpdnhq.gov.my/homepage/english/pdn/pdn-akta.html>，瀏覽日期：09/02/02。

⁴⁷ Petroleum Development Act 1974

The PDA (1974) was formulated to control upstream and downstream activities in the petroleum industry. The upstream activities involve exploration, drilling and production of petroleum. MDTCA is empowered to control the downstream activities including distribution and marketing of Petroleum. (此為部分節錄)

Petroleum Act (Safety Measures) 1984

The Petroleum Act (Safety Measures) 1984 was formulated to control activities pertaining to safety aspects in petroleum industry. This Act has legal provision to ensure safety of road and rail

1974 年和 1984 年所制定的有關石油產品的兩項法律規定，有系統的規範石油化學公司之上、下游產銷活動（上游產銷活動包括探測、挖鑿和生產石油；下游產銷活動包括石油的產地分佈及市場狀況）；在「石油安全測量法」中則明確地規範石油公司有關安全面向的附屬活動，並在條款中確保陸運、海運、空運、管線運輸之安全及貯存、保養、操作技術、建築構造的規定。

（四）1993 年之「直銷法」（Direct Sales Act 1993）⁴⁸

1993 年「直銷法」主要為保護消費者的權利，亦規範直銷業者（例如：有庫存的批發商或零售商、生產者、及普遍的市場參與者），且本法強力地推廣直銷業者的商業道德觀，並試圖阻止金字塔型直銷活動的發展。

（五）小結

以上所介紹的各個法律，雖然只有 1993 年所制定的「直銷法」大範圍的賦予傳銷活動應遵行的規則，但不管是 1946 年的「價格控制法」、1961 年之「供應物控制法」或是 1974 年之「石油產物法」、1984 年之「石油安全測量法」等等規定，所規範的對象，大致都具有傳銷活動的性質；故馬來西亞有關傳銷活動的法律規定，是以漸進式的方式，從範圍較小的項目規定起，最後在總括的制定出 1993 年之「直銷法」；因此在馬來西亞，有關傳銷活動的規定，以 1993 年「直銷法」為主，其他法律為輔。

三、馬來西亞多層次傳銷之立法目的及定義

馬來西亞主管其國內商業活動的國內交易及消費者事務部（MINISTRY OF DOMESTIC TRADE AND CONSUMER AFFAIRS），接獲許多有關直銷的不道德活動的投訴，當時這些投訴的案件大多沒有法律可以規範，所以馬來西亞有關當局乃制訂了直銷法，從 1993 年 6 月起開始實施，該法也因此成為馬來西亞規範傳銷活動最主要所依據的法律。

（一）馬來西亞多層次傳銷之立法目的

transportation, sea transportation, air transportation, pipeline transportation, storage and maintenance and use of equipment, building structure and fixation（此為部分節錄）

資料來源：<http://www.kpdnhq.gov.my/homepage/english/pdn/pdn-akta.html>，瀏覽日期：09/02/02。

⁴⁸ Direct Sales Act 1993

The Direct Sales Act 1993 aims to protect consumer rights i.e. everyone involved in the direct selling industry like stockist, distributors, members and general public. This Act also aims to enforce and develop a healthy and ethical direct selling industry and discourage the growth of pyramid scheme in the industry.（此為部分節錄）

資料來源：<http://www.kpdnhq.gov.my/homepage/english/pdn/pdn-akta.html>，瀏覽日期：09/02/02。

馬來西亞制定的 DIRECT SALES ACT 1993（93 年直銷法），有關當局並指出制訂該法律的三大宗旨為⁴⁹：

1. 保障消費者的權利和利益。
2. 推動和發展符合道德標準的直銷活動。
3. 制止一切金字塔直銷活動。

我們由有關當局指出的三大立法宗旨可以看出，1993 年直銷法將重心放在保護消費者的權益，並明確地指出需特別留意的違法直銷活動，有別於早先所制定與直銷活動相關的法律，不僅規範直銷活動的內容及參與者等客觀的外在構成要件，更進一步訂立直銷活動未來發展方面的目標。

（二）馬來西亞多層次傳銷活動之定義

自 1997 年以來，馬來西亞國內的多層次傳銷活動盛行，但該國卻未就多層次傳銷活動獨立制定有關多層次傳銷的專門法律規定，而以 1993 年所公布的直銷法作為該國多層次傳銷活動的規範，故若欲討論馬來西亞多層次傳銷活動的要件，必需從 1993 年直銷法中對直銷活動的定義，檢驗多層次傳銷活動是否屬於該法所稱之「直銷活動」的態樣，進一步的找出多層次傳銷活動的要件。

在直銷法令中，對直銷的定義是銷售員與買主（消費者）間一種直接的銷售方法，這種銷售方法無須通過類似一般商店的銷售途徑。由條文規定可知，馬來西亞法律規定的直銷活動所指的就是「沿戶銷售」（DOOR-TO-DOOR SALES）和「郵購銷售」（MAIL ORDER SALES）兩種型態的行為，「沿戶銷售」指的是：「有關商品或服務的銷售，實行銷售行為之人需經過授權，其交易行為有以下的限制：1.必需是在各地區從事其銷售行為，不可在固定的地區從事交易；2.可以使用電話進行交易，從事此類型直銷行為之人，其工作即在於尋找可能加入成為買方之人，和其訂立有關銷售商品或勞務的契約」；而「郵購銷售」指的則是：「銷售人員管理其銷售商品或勞務業務時，不管是透過他自己或是經由他授權之人管理，訂立契約的管道為郵購方式之銷售行為」。

故所謂「沿戶銷售」即是：「銷售員不是只在一個固定地點營業，而是從一個地點到另一個地點，或是透過電話聯絡，而向客戶銷售商品或服務之行動」，而「郵購銷售」是：

⁴⁹ 蔡行道（1995），參加第三屆亞太區直銷大會報告，頁 3，公平會出版。所謂「金字塔式的直銷活動」，在本篇報告中亦有初步定義（頁 4）：「通過某種計畫或計算方法，以某種等級或所招募加入計畫的會員人數，而非通過其所銷售的貨品總額或數量，以取得金錢利益或酬勞之直銷活動」。

「透過郵寄方式，銷售商品或服務之活動」。所謂多層次傳銷，係指公司利用一連串獨立的直銷商將貨品零售出去，每一位直銷商可以獲取差額利潤；因此，從沿戶銷售的定義來看，自然也包括多層次傳銷在內，由此可見，馬來西亞對直銷的規範對象較我國規定更為廣泛⁵⁰。

四、我國與馬來西亞對直銷業規範之比較

馬來西亞所公布施行的 1993 年直銷法，跟我國的公平交易法及多層次傳銷管理辦法相比較，在規範對象、管理方式及規範內容方面都有不同之處，以下一一說明比較。

（一）規範對象

我國公平交易法是針對會形成「獵人頭組織」的變質多層次傳銷立法加以禁止；而馬來西亞則是規範包括「沿戶銷售」和「郵購銷售」在內的直銷活動，由此可知，馬來西亞對直銷規範的對象較我國更為廣泛。

（二）管理方式

我國對多層次傳銷事業要求必需於營業前，向主管機關也就是公平交易委員會以書面報備法律規定的事項；而馬來西亞則是規定必需向主管機關提出申請，或獲得直銷業執照後始可營業，在程序上較我國繁複但似更有保障。

（三）規範內容

我國多層次傳銷辦法的內容，多係規範多層次傳銷事業的行為，對參加人的規範僅止於在對傳銷公司的告知義務和禁止之行為條款中，列有一項參加人準用或適用之規定；而馬來西亞則對直銷商另有需持身分證及記載有關規定資料之授權卡，始能進行營業活動的規定，且營業時間在非假日時，只能自早上 9 點至下午 7 時，晚上 7 點以後不得再從事銷售行為，除非事先和顧客有預約，其目的是在保護消費者在休閒時不受直銷人員的騷擾。

除此之外，馬來西亞直銷法令與我國一樣規定有冷卻期間；在違法的罰則方面，若經營「獵人頭」之金字塔非法傳銷組織，馬國和我國一樣，行為人都要面臨有期徒刑及罰金的處罰。

綜觀馬來西亞直銷法令，似較我國規範嚴格，但實施後之成效是否真如法律規定般確實，則不得而知；在馬來西亞，直銷活動之態樣甚多，法律規定是否真能落實，實有執行上之困難；而我國以目前的管理方式實施數年以後，已經漸漸導正以往傳銷業者的不當行

⁵⁰ 蔡行道，同註 5，頁 10。

為，使得國內的傳銷業朝向良性發展。

五、給付一定代價對於界定多層次傳銷之必要性與妥適性

本章主要目標為探討我國公平交易法第八條第一項，對多層次傳銷定義中有關「給付一定代價」此要件，在現行的法律規定下到底應如何解釋？其是否有存在之必要？要研究這個問題，除了必需理解我國公平交易法的規範目的外，還需藉助其他國家的立法例做為參考，以便提供我國法律解釋及修正法律的依據。以下以討論馬來西亞是否有相關立法，及該國如何解決此問題為優先，接著再歸納我國實務解決該問題的方法，並輔以學說見解，試圖解決現行公平交易法有關多層次傳銷定義中「給付一定代價」要件之相關問題。

（一）我國公平交易法對「給付一定代價」定義之規定

在我們要討論馬來西亞、我國實務學說對「給付一定代價」定義之見解時，必需先釐清公平交易法第八條第一項中，所謂的「一定代價」為何？我國公平交易法第八條第二項就「給付一定代價」之定義，做出解釋：「前項所稱給付一定代價，為給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」但據實以觀，我們可以發現，雖然該法規定參加人必需給付一定代價以取得實行多層次傳銷活動的資格，但並未就「一定代價」限定其合法範圍。

（二）馬來西亞直銷法對「給付一定代價」定義之規定

在馬來西亞直銷法中，針對多層次傳銷並沒有獨立的定義規定，而將多層次傳銷歸納為直銷活動中的「沿戶銷售」行為態樣之一，故如前所述，在討論馬來西亞多層次傳銷活動之定義時，必需以「沿戶銷售」的直銷活動規範要件為前提來考量。

依前文定義「沿戶傳銷」可得知，在有關「沿戶銷售」之定義裡，並沒有類似我國公平交易法第八條第一項多層次傳銷定義中，限定參加人必須給付一定代價，始可取得推廣、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之規定；既然馬來西亞的多層次傳銷行為被歸納成直銷活動所包含的交易類型之一種，亦無獨立為多層次傳銷行為做定義的規範，所以我們可以依照該法中對直銷活動的定義與限制，套用在多層次傳銷行為中，故在馬來西亞的多層次傳銷行為，在定義方面，並沒有「給付一定代價」之要件規定。

（三）我國實務對「給付一定代價」此定義要件之觀點

依我國公平交易法規定，若一個交易行為，參加人取得推廣、銷售商品或勞務及介紹他人參加，以取得佣金、獎金或其他經濟利益，依照單純的法律解釋而言，無給付一定代

價即不可稱做多層次傳銷行為，即使其後所為之交易行為皆為多層次傳銷行為的態樣，甚至發生違法的多層次傳銷行為，仍無法以公平交易法的規定去規範它，造成許多不法業者利用此法律漏洞，而危害到消費者的權益；實務上在解決這類問題時，多提出以多層次傳銷制度之實際運作手法及特徵、立法背景、保護法益及執法立場為據，認為該行銷制度仍應受本法相關法令規範⁵¹；上述的實務見解，如此之解釋方法，雖然符合大眾之法律情感，但依此目的性解釋或其他解釋之方法將該定義擴張，似有忽略立法者所設定之構成要件，顯逾越「執法」者之權限，該處分有違法之虞。

(四) 我國學說對「給付一定代價」此定義要件之觀點

我國學說在處理多層次傳銷定義之「給付一定代價」要件問題上，大致有兩種解決方法：

1. 在現行法上限縮解釋「一定代價」的範圍

有學者認為應透過限縮解釋或修法限定公平交易法第八條對多層次傳銷定義中「一定代價」的範圍，將其限於所購買輔銷工具成本以下，或逕命其不得高於一定金額⁵²。另有其他學者建議，「給付一定代價」在規範上仍有其功能，可參照外國立法例，將要求參加人加入時須給付的一定代價，作為其介紹人或上線參加人的獎金來源者，視為變質多層次傳銷的高危險群，於行政管理或查處上，特別予以關注，為解決方法⁵³。

2. 修法建議刪除該項規定

除了以上學者的意見外，亦有學者建議，就市場行銷而言，多層次傳銷的運作原理，在於利用人際網路推銷商品，以取代一般通路的經銷層級，並藉由發放佣金、獎金的方式以刺激通路發展及商品銷售，因此具有多層級之架構，此行銷方法是否能順利運作，與參加人是否必須「給付一定代價」換取權利，似無必然關係，而建議將該要件自定義中刪除⁵⁴。

⁵¹ 「優勢國際資訊有限公司從事多層次傳銷行為，涉嫌違反多層次傳銷管理辦法案」，資料來源：<http://sidb2.ftc.gov.tw:8080/bin/...on&userid=14802&template=display>，瀏覽日期：01/16/02。

⁵² 吳英同（1997.10），「從個案探討加強對多層次傳銷之規範」，公平交易季刊，5（4），頁41。

⁵³ 施俊吉、范建得（1998.5），「參加多層次傳銷事業給付一定代價之研究」，行政院公平交易委員會87年度合作研究計畫四，頁63-65。

⁵⁴ 劉邦典（1992.12），「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」，行政院公平交易委員會委託台灣經濟研究院研究計畫，頁7-8。

六、小結與建議

從本文的討論可知，在馬來西亞的立法例中，對多層次傳銷定義的規範裡，並沒有「給付一定代價」的規定，故從馬來西亞立法以觀，多層次傳銷的定義要件中，無「給付一定代價」之要件，規範的對象更加擴大，因此許多直銷行為都可以 1993 年直銷法加以規範，不僅使多種態樣之直銷行為均可接受法律規範，就保護消費者而言，似乎更加有利；而在我國實務及學說的見解上，為解決現行法制訂上所產生的問題，亦提出解釋法律要件範圍及修正法律兩個方向的解決辦法，因此在目前現行法未修正的情況之下，分別從短期和長期的觀點，給予初步的建議。

短期建議，由於公平法第八條第一項係規定：「本法所稱多層次傳銷，謂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。」同條第二項規定「前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」一般人會認為，所謂給付一定之代價，限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付，但此為狹義之見解；若採廣義之見解（即我國公平交易法第八條第二項的規定），則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。因此在修法之前，建議採廣義之見解，即縱使該銷售計劃或組織於參加人加入時不要求給付金錢，但在參加人購買商品服務或無形財產時，則符合「給付一定代價」之要件，仍受公平交易法之規範。

長期建議，公平法第八條就多層次傳銷之定義加入「給付一定代價」之要件，並無必要且不妥適，更有導致公平法就合法多層次傳銷事業管理規範無法落實之虞；根本的解決之道應是透過修法程序將其改正，應將公平交易法第八條第一項中「給付一定代價」之要件刪除，建議將該法修正為：

公平交易法第八條第一項：「本法所稱多層次傳銷，謂就推廣或銷售之多層次組織，參加人推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者而言。」第二項刪除。

第六章 保險事業納入多層次傳銷管理之必要性與妥適性

一、前言

在台灣社會中，經常有民眾將保險業務員推廣保險的活動與多層次傳銷業者劃上等

號，對其保有負面的刻板印象。多層次傳銷事業卻又經常傳出類似「老鼠會」形態的吸金行為，許多業者游走於法律邊緣，從事不正當的活動，使得一般社會大眾對於多層次傳銷事業的觀感惡劣，進而也影響了社會大眾對保險業務人員的觀感。然而，保險業過去並沒有納入多層次傳銷的管理範圍之中。

保險業是否要納入管理辦法之中，實有深入探討的空間，而本章從保險業的組織架構與獎金制度為研究素材，試圖從各個層面之中尋找出保險業務人員與多層次傳銷業務人員之異同。

二、保險業與多層次傳銷業者之比較分析

(一) 進入領域的條件不同

首先，我們可以從「進入障礙」觀察保險業與多層次傳銷業的差別。成立一家傳銷公司只如成立一家公司一樣，向主管機關申請成立公司即可；成立一家保險公司則需要資本額新台幣二十億元⁵⁵才有資格可以申請成立且須財政部之特許才可設立。資本額的多少，為一重要的關鍵。要籌資二十億元新台幣並不是一朝半夕即可達成，必須有完善的計畫、堅強的經營團隊、與良好的組織系統等龐大的工程才能說服投資者加入。故要成立一家保險公司相較於多層次傳銷公司，企業家所要擔負的風險與社會責任是差別甚大的。再者，保險業也屬於金融體系的一環，對於整個國家的金融體系之穩定性影響至大，需要富有企業家精神的經營者始能有勇氣成立。至 90 年年底為止，我國人身保險業已領照營業者共計 28 家，其中本國保險業 18 家，外國保險業在台分公司 10 家⁵⁶；多層次傳銷業者於公平會報備之業者在 91 年 8 月份為止，共有 736 家向公平會報備⁵⁷。由統計數字更可以了解其「進入障礙」之差異。

此外，從業務人員進入公司的層面，更可以發現兩者的差異。新進的壽險業務人員皆必須經過一段時間的訓練與測驗，才可以正式成為一個壽險業務人員。以安泰人壽為例，新進的業務人員必須先向安泰人壽各區訓練中心報名受訓，先接受公司安排的課程與訓

⁵⁵ 資料來源：壽險工會：<http://www.lia-roc.org.tw/> 壽險業相關法規/保險公司設立標準/第二條，瀏覽日期：10/14/02。

⁵⁶ 資料來源：財政部保險司：<http://www.insurance.gov.tw/insu/insu2.asp> 人身保險業，瀏覽日期：10/06/02。

⁵⁷ 資料來源：公平交易委員會：<http://www.ftc.gov.tw/會本部/公平交易統計類/案件統計/多層次傳銷事業報備統計>，瀏覽日期：10/06/02。

練。之後新進人員報名參加壽險公會所舉辦的輔導班先行輔導，輔導後參加公會所舉辦的測驗，通過測驗才可以登錄為正式壽險人員。登錄成功之後安泰人壽才會與業務人員簽約，才算是正式成為壽險公司的業務人員⁵⁸。近來由於市場競爭激烈，業務人員需擁有更完整的專業知識，許多壽險公司紛紛推出所謂的「精英計畫⁵⁹」，以招募大專院校畢業生為業務人員為號召，對其進行為期數月的課程培育與訓練，以保障底薪的誘因，期望業務人員可以得到更多壽險專業知識的培養與行銷技巧的訓練，為公司獲取更多的利潤。

然而，多層次傳銷業者對於新進業務人員的基本要求，就沒有保險業者如此的資格限制。只要欲參加者「給付一定代價」後，即可以成為公司的傳銷業務人員。而所謂的「給付一定代價」大部分為繳交一筆入會費和年費或以購買公司商品來取得入會資格，即可以取得推銷商品與介紹他人參加的權利。而違法的多層次傳銷業者更是以「下線業務人員」的多寡，作為獎金的依據與晉升的主要條件。所以，由「進入障礙」的觀點來觀察多層次傳銷業與保險業，他們是有所差異的。

（二）「給付一定代價」的差異

違法的多層次傳銷業者的主要特徵，即是要求參加人必須「給付一定代價」，才能成為新進的一員。然而，傳銷業者所要求的「給付一定代價」卻為一「不合理的代價」，大部分的情形為要求參加人以給付一筆極不合理的入會費、年費或是購買公司產品，而此產品價格與其商品價值差異極大的公司產品，才可以取得參加資格，進而達到公司吸金之目的。正當經營的多層次傳銷事業，以美商安麗公司為例，成為傳銷人員的條件為繳交八百元取得入會資格，之後每年必須給付五百元的年費即可，為一合理的「給付一定代價」。

保險業的業務人員卻沒有因為「給付一定代價」而產生問題。首先，新進業務人員並不需要繳交入會費或年費，也不需要購買公司的保險。保險業務人員所謂的「給付一定代價」為付出自己的勞務與專業知識，以業績的表現來獲得公司的津貼，為一單純的勞務與報酬的相對抵換，與違法多層次傳銷業者的差異甚大。再者，有遠見的保險公司，如前所述，更會對新進的業務人員進行一系列的課程訓練，加強新進業務人員的專業知識，使其能更順利的進入業務領域。如此對新進業務人員投資，是多層次傳銷業者所沒有的。

（三）組織晉升條件的差別

保險業與多層次傳銷的組織架構相似，以圖一、圖二表示。多層次傳銷業的業務人員

⁵⁸ 於民國 91 年 6 月 29 日人壽業務人員專訪之訪談資料整理而得。

⁵⁹ 如南山人壽保險公司大安分公司之「菁英計畫」人才招募培訓計畫。

的上下主管階級之分較不明顯，業務人員只要新進一個下線成員，即成爲上線業務人員，只要下線業務人員有業績，其上線皆可一起分享下線業者的業績成果而得到佣金。下線人數愈多，一代繁衍一代，對上線業務人員愈有利。許多質變的多層次傳銷業者即以下線業務人員的多少作爲晉升的依據，下線人數愈多，其所處的位階相對爲高而可以收取下線業務人員的佣金，對多層次傳銷的組織愈有利。是故，人數的多寡即爲許多質變的多層次傳銷業者的晉升依據，而無任何業績上之考量。因而使許多不法業者成立多層次傳銷公司，以「拉人頭」爲主要目的，進行吸金的違法行爲，期盼能獲取不法利益。

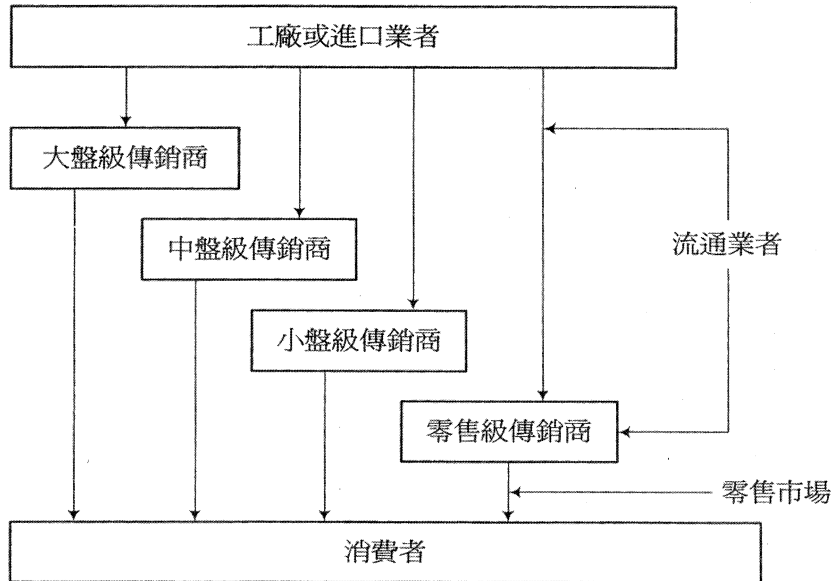
相對來看保險業的晉升制度，卻有不同的發現。下線業務人員的多少當然爲晉升爲保險業務主管的條件，卻不是主要的條件。而且，保險公司所在乎的並不是人數的多少，而是下線業務人員是否有業績上的表現作爲晉升的依據。以南山人壽爲例，最基層的業務代表要晉升爲業務主任，需要於任職業務代表六個月中，保險業績 F.Y.C.⁶⁰（First Year Commission）四十八萬以上、保件三十件、五個月以上有業績紀錄、壽險顧問考試及格與擁有個人保額五十萬以上等五個條件⁶¹。符合上述五個條件，即可晉升爲業務主任。由此，我們可以得知，從最基層的業務代表晉升爲業務主任，並不需要任何下線業務代表的加入，純粹以業績來作爲晉升的依據。

當業務主任要晉升爲業務襄理時，除了業績表現的要求外，當然還多了增員的要求。公司要求業務主任必須有直轄業務代表二名及業務主任一名或業務代表四名，且業務代表必須完成業績 F.Y.C.達四萬以上，業務主任才可以晉升爲業務襄理。另外，公司也多了單位活動率 60% 以上與單位繼續率不得低於 75% 兩項規定。如此的設計一方面是爲確保下線的持續成長和擴張，二方面是防止業務主任任意擴張旗下業務代表之人數而卻沒有相對的業績表現，三方面也確保保單的持續性，避免保單提前解約的情形發生。

由上敘述，我們可以發現，增員雖然爲保險公司的晉升要求之一，但公司卻也不希望業務主管任意的增員，造成公司的負擔。此負擔有二，一爲部分壽險公司有底薪的制度，任意增員會造成公司的財務上的負擔，二爲若是被增員者爲一不正當的業務人員，則其違約時將會帶給公司極大的違約風險。雖然壽險公司如今都有「誠實保險」的再保保險，免去公司與業務主管的風險，但仍然不希望業務主管任意增員。

⁶⁰ F.Y.C.爲 First Year Commission 之縮寫，爲保險業務人員所招募之保單首年度佣金的收入。

⁶¹ 見南山人壽業務人員手冊，頁 67，各級主管晉升標準，90 年版。

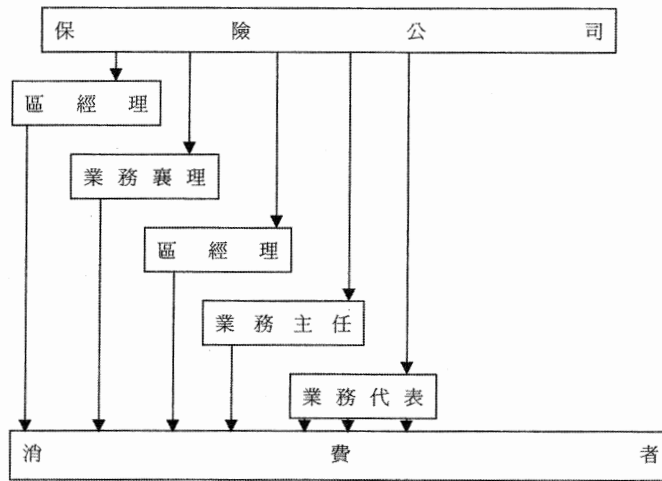


【圖一】多層次傳銷結構圖⁶²

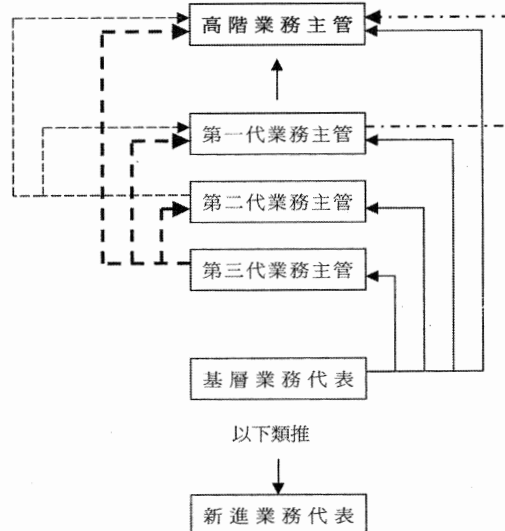
(四) 獎金與佣金分配的異同

保險業者與多層次傳銷業者的獎金與佣金制度大致相同，皆為下線業務人員類似於層層「供養」上線業務人員。每家公司佣金的分配的型態與結構，無論是在保險業和多層次傳銷業者都有程度上的差別，然而其中的差異並沒有很顯著的不同。保險業與多層次傳銷業業務人員佣金分配以圖三表示。由圖三可以看出，兩者佣金的分配皆是一層層由下往上，以用來激勵業務從業人員之士氣。

⁶² 參考見范建得、莊春發：參加多層次傳銷事業支付一定代價之研究，頁 53，行政院公平交易委員會 87 年委託研究。



【圖二】保險業傳銷結構圖



【圖三】保險業與多層次傳銷業業務人員佣金分配圖

保險業務人員的薪資結構之中，主要的來源是以保費的收入為主。而其中的佣金比率每一間公司都有不同的規定。保險業相較於多層次傳銷業者，比較不同的是，保單通常是有延續性的，時間有些更是長達二、三十年，故其保費佣金的收入也是長達 5 至 7 年之久，金額隨著時間而遞減。當業務人員晉升為業務主管後，其薪資結構就增加了因整個團隊的業績表現所得的獎金和一些主管津貼。若和質變的多層次傳銷業相比較，則其差異更有顯著的不同。質變的多層次傳銷業者的業務人員，其薪資的收入大部分為自己或下線業務人員一代一代「拉人頭」之所得為主要收入，更可以發現保險業與質變之多層次傳銷業之差

異點。

(五) 「商品虛化」的問題

保險業與許多違法的多層次傳銷業最大的不同，即在於保險業並沒有「商品虛化」的問題。只要被保險人保了險，就必能得到一紙合約，於應當得到保障時獲得理賠。換言之，被保險人保險之用意，是希望當約定的預期風險不幸發生時，保險能夠降低被保險人的風險至他個人本身的期待，而保險公司也確定能於風險產生時給付理賠。雙方有實際的「商品」再交易，沒有發生所謂「商品虛化」的問題。

違法的多層次傳銷業者如今制度的演變，多有朝向「商品虛化」的方向進行，如民國91年2月被公平交易委員會認定違反公平交易法的「共享人生國際電訊網路股份有限公司」⁶³一案。雖然業者聲稱繳交的金額是用之於購買「建構個人網頁及電子郵件信箱」。然而經公平會調查後，發現加入的會員實際建構網站的比例甚低，低於1%。有使用的會員之中，也多是選擇公司所提供的範本，建置公司的廣告於網站上，並不符合當初加入的原意。違法的多層次傳銷業者，如上所述，朝向「商品虛化」的方向之後，就易於使組織的經濟利益主要是係基於「介紹他人參加」的流弊之中，而非基於其所推銷或銷售商品或勞務之合理市價，進而形成社會問題。

由此，我們可以知道，保險業與違法的多層次傳銷業的差別在於保險業不會發生「商品虛化」的問題。

(六) 主管機關與內部監理制度之異同

保險業者之主管機關為財政部保險司，並明訂有保險法。保險監理的目的有四：一為維持健全的保險經營環境，建構有秩序之競爭市場；二為監督保險業正常營運，確保保險公司之清償能力，促進保險事業之發展；三為確保保費公平合理，保險商品符合保戶需求，提供保戶必要之保護；四為督導保險業龐大資金充分有效運用，俾配合國家經濟發展與社會政策需要⁶⁴。

由於從事保險事業所涉及的金額龐大，故政府對於保險事業之監理也十分重視。新設立保險公司必須經過層層的審查，通過主管機關的許可才可以獲准成立。公司成立之後，更有嚴格的監理考核制度，以防止有不法情事或財務危機的出現，造成經濟社會的動盪。

⁶³ 資料來源：行政院公平交易委員會處分書（九十）公處字第一〇三號：優勢國際資訊有限公司因多層次傳銷行為，違反公平交易法處分書。詳細內容請查閱處分書。

⁶⁴ 資料來源：財政部保險司：<http://www.insurance.gov.tw/watch/90year/new3-1.asp> 保險監理，瀏覽日期：10/06/02。

保險公司內部也有自己的監理機構，對公司的財務作妥善的規畫與避險。除此之外，公司對於業務人員也有許多業務上的規範，訂有「業務品質評鑑辦法」，有規定與罰責，以杜絕業務人員有舞弊的情形發生。保險業務主管也都會加入「誠實保險」的行列，倘若有業務風險產生時，可以讓風險減少到最低。

相對來看多層次傳銷業的監理機構，就沒有如同保險業的嚴謹制度了。多層次傳銷業之設立，和一般公司相同，向經濟部申請公司成立，並向公平交易委員「報備」為多層次傳銷業，如此即可成立一間合法的多層次傳銷業。公平會必須接受「檢舉」或由公平會本身發現弊端主動調查，才會啟動所謂的監理制度。由於公平會人員編制之限制，而多層次傳銷業者眾多，公平會並無法事前對每一個業者的組織進行深入了解探討。而當有人檢舉時，大多數為違法情事已經發生，只求不再擴大弊端，謀求解決之道。由向公平會報備之業者有 736 家⁶⁵之數，更可以知道公平會監理之不易。

由上敘述，可知保險業的監理制度相較於多層次傳銷業是比較周延且完備的一個制度。無論從外部的主管機關來看，或是公司內部本身的管理監察機制而言，保險業皆是優於多層次傳銷業的。

總結上述六點的異同，我們可以得知保險業與多層次傳銷業雖然外觀與直覺上有許多相似的地方。然而，兩者從以上種種層面來觀察，仍是有許多的差異。

三、小結與建議

經由以上的討論，本章可以獲得下列之結論：

- (一) 保險業並不以人頭為參與者收入的重要來源。下線業務人員的拓展只為公司永續發展的擴張行為，並不以拉人頭為收入，不會產生公平法第二十三條的弊病，成為一變質多層次傳銷。
- (二) 保險業的「支付一定代價」與許多違法的多層次傳銷業者所支付的代價不同，參加者並不需要支付不合理的代價給公司。而有一定願景之保險公司，更會以公司的力量對其業務人員進行訓練與教育，並不需要也不會要求參加者支付不合理的代價。
- (三) 保險業從業人員的進入有一定的資格限制與障礙，包括國家法律之規定與公司內

⁶⁵ 資料來源：公平交易委員會：<http://www.ftc.gov.tw/會本部/公平交易統計類/案件統計/多層次傳銷事業報備統計>，瀏覽日期：10/06/02。

部的要求等外部與內部之規定與要求。在一定程度上之篩選之下，業務人員的素質能獲得提升，也會有一定程度的專業素養。而業務主管大部分的收入來自於保單的佣金與獎金，更不致產生人頭效應的負向效果。

- (四) 最主要的，保險業的運作，並不會產生「商品虛化」的現象，造成下線「供養」上線的情形，而產生弊端。保險業從業人員的收入必須憑藉保險保單的實際交易，業務人員必須各憑本事，付出勞力、智慧與專業知識而獲取報酬。變質多層次傳銷嚴重商品虛化的問題並不會發生。
- (五) 基於以上各項的結果，本研究以為保險業表面上的獎金制度與組織結構或有多層次經營之型式，然而，在其本身有嚴格的監理機制，實不宜因其有多層次傳銷的外型而束以公平法之規範。故本研究認為保險業實無納入多層次傳銷管理的必要。

第七章 高額會員卡、旅遊卡及其他多層次傳銷事業納入管理之必要性與妥適性

一、高額會員卡

所謂會員卡，乃參加人於加入該事業或組織（即成為會員），依據該事業或組織的要求、規定，繳交一定金額，以取得會員資格及權利，進而使用、享受該組織或會員計畫中所提供的商品或勞務，而高額會員卡之差別就在於所繳交之金額通常甚高（幾萬元至幾百萬都有）；依據上述分析，吾人可以發現，在取得會員資格前，必須支付一定代價，以證明參加人願意並確實想成為會員的實質條件，而此一定代價，亦做為未來參加入行使會員權利（使用組織或計畫中所提供的商品或勞務）相對之部分或全部的價格⁶⁶。

二、旅遊卡

所謂旅遊卡，是一種旅行社產業所創新的產品，它將一般旅行行程所須辦理之手續或應辦事項（例如辦簽證、購買旅遊保險、訂機票…等），或者是旅遊業者對特定旅遊業務，整合於旅行社規劃或提出的專案中，並依據此專案發行的會員卡，即所稱的「旅遊卡」。參加人在加入會員時，必須繳交一定金額，以取得會員資格，進而行使會員權利（例如購

買機票享有折扣、辦簽證免手續費、參加旅行團可享折價…等)。

根據上述，可以瞭解「旅遊卡」是眾多「會員卡」形式中的一種特例，即「旅遊卡」亦屬於會員卡的一種，只是發卡業者與消費者(參加人)之間約定提供商品或勞務的承諾。旅遊卡與會員卡會員的資格取得，都須先繳交一定金額，以做為會員的實質條件，而此一金額在未來的消費當中，多數業者皆宣稱可以做為(所享受之商品或勞務)全部或部分價金的給付，是一種「預繳」⁶⁷的概念。

三、網路行銷⁶⁸

所謂「網路行銷」，是以網際網路為媒介，利用網路便利性與延伸性，企業可以在網路上進行商品或服務的推廣和銷售；如此，則多層次傳銷亦可藉此管道進行銷售，配合原有的人際網脈，使多層次傳銷組織在成長上更為迅速，形成一種新興型態的多層次傳銷。

詳細觀之，利用網路行銷的多層次傳銷，大抵可分為兩類，一是多層次傳銷組織所提供之商品或勞務與網際網路有關，例如提供個人網頁設計服務、企業網站規劃、販售電子信箱、網路廣告刊登、網路加值服務……等等，當然購買此等商品，消費者必須先給付一定價金，才能取得上述的網路服務，並且消費者可以取得會員的資格⁶⁹，甚至消費者在網上進行登錄程序後即可成為傳銷員；二是利用網際網路的性質，結合多層次傳銷而成的型態；所謂網路的性質是指消費者在網路使用上的技術層面的問題，消費者透過在網路上的某些特定操作，例如個人資料的登錄、認證，代號與密碼的鍵入，才能與多層次傳銷事業的網站連結，進行消費，或者取得加入該事業組織的資格，而為公平交易法第八條所述之情事。

⁶⁶ 所謂相對之部分或全部的價格，是指參加人取得會員資格後，可以以當時為取得會員資格所支付之金錢，做為消費商品勞務的對價給付，可能是某一比例或全額抵免，視業者之銷售計畫而定。

⁶⁷ 所謂預繳，是指提供商品或服務之業者，預先向消費者收取費用，等消費者在未來進行消費時，進行扣款。最常見的實例為行動電話通訊業者對消費者首次申請手機門號時，要求預繳一定金額，並宣稱可抵用於未來的通話費。或是於當月通話帳單上，要求消費者先繳交下個月的月租費，然後亦可抵用下個月的通話費。

⁶⁸ 關於網路行銷，行政院公平交易委員會陳委員櫻琴，曾於第八屆「競爭政策與公平交易法學術研討會」，有更深入的研究與精闢的見解，此研究報告收錄於90年度的學術研討會論文集，「網路傳銷組織之研究—案例觀察與評析」，頁167-207。

⁶⁹ 此處所稱之「會員」，其實與會員卡所定義的會員(擁有實體的會員卡和可享有後續服務)，是有程度上的差別，因為有些利用網路行銷的多層次傳銷組織所銷售的商品或勞務是一次結清，或者給予消費者一序號，讓消費者在網路上的虛擬社群，進行登錄、排序；當然，實務上亦有多層次網路行銷事業發行會員卡，而符合所謂「會員」的定義。

其實第一類的多層次網路行銷與傳統多層次傳銷的本質大致相同（層級的結構、支付一定代價），只是所提供之商品或勞務與網際網路有關，而第二類的多層次網路行銷所提供的商品和勞務，亦多為傳統多層次傳銷所銷售的內容，並無新意，但問題在於其會員（下線）之招募或加入，是透過網路使用的性質而來，有可能規避公平法第八條的規定，若是會員只須登錄，取得序號，而無須支付一定代價，則對於公平交易法第八條的適用性產生疑慮。

四、「靈骨塔」與「生前契約」

所謂「靈骨塔銷售業」，是指該公司以靈骨塔位為銷售商品，而靈骨塔位則是個人往生後，放置骨灰的地方。通常建設公司興建一座靈骨塔以後，需要委託一般行銷公司或企業進行靈骨塔位的銷售與販賣。而「生前契約」則是指殯葬服務業者，為預立契約的消費者執行壽終禮儀大事之服務，其服務內容包括靈骨塔位的購買、殯葬服務（中西禮俗安排、告別式）以及骨灰或遺體的入土奉厝⁷⁰，有些服務範圍甚至及於癌症末期病患或老年看護的服務一起規劃、銷售，以一種類似保險契約的概念，被保險人可以對商品規格提出個人化設定，此項服務的公司亦有定型化的契約提供予消費者選擇。

銓毓公司從事靈骨塔位銷售的個案，各職位人員無法領取第二人所介紹第三人購買該產品之間接零售獎金或輔導獎金等報酬，且該公司 86 年度營利事業所得稅結算申報書內「非營業收入」項目，並無核發佣金收入金額數據，並列載相關職員之報酬為薪資收入，此外該公司 87 年 2 月份至 4 月份薪資清冊做為佐證以觀，依公平會之見解，其行銷制度應無多層次傳銷之上、下線從屬關係，故其行銷行為應非屬公平交易法第八條所定義之「多層次傳銷」。

五、會員卡、旅遊卡、網路行銷納入公平會管理之必要性與妥適性研究

（一）與傳統多層次傳銷的異同比較分析

針對前述的高額會員卡、旅遊卡、網路行銷，吾人不難發現，事實上這三種型態的本質大多屬多層次傳銷，但是在於部分組織架構及規定，與公平法第八條的定義在某些地方也許有某種程度的差異，使不法業者能夠遊走其中，為有利之辯解的空間。以下即以傳統

⁷⁰ 此處對「生前契約」的定義乃是參酌展雲事業有限公司網頁：<http://www.3900.com.tw/>、<http://www.3900.com.tw/geneg01.htm>，加以補充和解釋，瀏覽日期：09/02/02。

多層次傳銷（根據公平法第八條所定義的多層次傳銷組織）與高額會員卡、旅遊卡、網路行銷，進行異同比較分析（參見表一）。

（二）高額會員卡、旅遊卡、網路行銷的問題探討

根據上表，高額會員卡、旅遊卡和網路行銷結合多層次傳銷而成的事業型態，本質上與傳統多層次傳銷是近似的，差異度並不大，但卻產生了以下三個新的問題，以下就這三個問題進行探討。

問題一，對於支付一定代價的解釋：參加人在取得會員資格時，的確須支付一定價金，做為參加人證明其願意成為會員的實質條件，而且發卡的事業組織皆承諾此價金可以為會員未來消費商品或勞務，部份或全部的價金抵用，是一種對價給付的概念，是否為公平交易法第八條所定義之「支付一定代價」，其目的不盡相同；但另一方面，是項支出之後，會員即可取得介紹他人加入，及推廣公司商品的權利，並因而獲得各項獎金及福利，亦符合公平交易法第八條的定義。如此，則造成對「支付一定代價」可為不同的解釋，形成法律解釋上的爭議。

表一 高額會員卡、旅遊卡、網路行銷與傳統多層次傳銷的異同比較⁷¹

比較項目 對象	支付一定代價	取得介紹他人參加之權利	介紹他人參加或銷售商品可獲經濟利益	層級式的獎金發放	商品或勞務的類別
傳統多層次傳銷	有	是	是	有	多為有形的商品
高額會員卡 翌福借福卡	有（問題一）	是	是	有	多為無形的服務（問題三）
旅遊卡 群盛會員卡	有	是	是	有	多為無形的服務
網路行銷 優勢資訊	可能有； 可能無 （問題二）	是	是	有	多為無形的服務

⁷¹ 因靈骨塔、生前契約之案例較少，故不列入比較。

問題二，無須支付一定代價：假若有一個多層次傳銷的事業，參加人在加入時無須繳交任何費用，根據公平法第八條的規定，既無「支付一定代價」，則是否代表此事業即不受公平交易法的規範；以前述的「優勢資訊公司」為例，參加者只須在網站上登錄基本資料，完成入會程序後可得一會員編號，毋須繳交入會費、年費或其他費用，一樣可以介紹他人參加及銷售商品或服務，而獲得獎金，並且透過新興的網路行銷方式，快速發展。

問題三，所銷售的商品多為無形的服務：雖然公平交易法在第八條的規定中及說明參加人所取得推廣或銷售的主體物是包括商品和勞務的，但近來發現新型態的多層次傳銷事業，多從事服務性質、無形商品的推廣和銷售，本節所探討的高額會員卡、旅遊卡、網路行銷的三種型態的多層次傳銷，即是以無形商品為主。傳統的多層次傳銷雖亦有銷售無形商品，但仍以有形商品為大宗，根據公平會 90 年度對多層次傳銷的調查⁷²，以營養保健食品之銷售額最大，計 121.13 億元（占總銷售額 31.40%），其次為美容保養品，計 111.16 億元（占總銷售額 28.82%），第三位為衣著與飾品，計 49.37 億元（占總銷售額 12.80%），皆是有形商品；之所以提出此問題的重點主要如下：

第一，參加人在要求退貨（或退出該事業組織）方面，參加人與事業組織對於無形商品，退貨價值上的認定有差距，造成參加人的權益受損，或者多層次傳銷事業惡意詐欺，以不當比例和規定，限制參加人退貨還款的要求，從中賺取不當利益，顯失交易之公平；蓋因無形商品之價值，在訂價上較無客觀衡量，例如會員到休閒度假中心消費，不僅只是使用其硬體設施，其中的無形服務與接待，亦同時為會員所享受，如何正確將使用價值反應在價格上，是癥結所在；以前述群盛公司的「卡多利旅遊世界會員卡」為說例，參加人須簽立「讓渡書」始可辦理退出退貨，而讓渡方式則係以原價四成計算，並無考慮參加人真正的消費情形，顯失交易之公平，所以該公司及曾於 87 年度因退貨糾紛遭公平會處分。

第二，無形商品之市價的衡量與界定，若無客觀衡量的標準，一則可能成為多層次傳銷獲取暴利的來源，有人可能會質疑若多層次傳銷事業欲獲暴利，就算沒有客觀的比較標準，假使商品價格明顯高於主觀常理判斷，應該會造成消費者怯步，但多層次傳銷之所以誘人，就是在於高額的獎金與分紅制度，使消費者仍有可能身陷其中；二則對於公平法第二十三條「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者，不得為之」，所提及之合理

⁷² 詳細資料可參考公平交易委員會網站：

<http://www.ftc.gov.tw/SHOWFORM.ASP?ISEDIT=YES&MODE=SHOWMODE&FormName=90>
年多層次傳銷事業經營概況調查摘要分析。

市價，對於無形商品的銷售與價值特性，似乎失去了約束的著力點。

（三）納入公平會管理之必要性與妥適性的研究

綜觀上述，高額會員卡、旅遊卡、網路行銷，其本質與實務上屬於多層次傳銷應無庸置疑。相較於傳統多層次傳銷，若為不肖業者和有心人士利用，更容易衍生出危及消費者權益的非法行為，因此高額會員卡、旅遊卡、網路行銷確有納入公平會管理之必要性。

但是，面對多層次傳銷型態的多元化，法律上的規範仍有缺失，造成公平會理應管理和監督，但確缺乏妥適性的尷尬情況，吾人秉持著「亡羊補牢，猶未晚也」的信念，如何根據新興多層次傳銷型態的特徵，進行修法或實務上的規範，以下即針對高額會員卡、旅遊卡、網路行銷納入公平會管理的妥適性，提出可行的建議與檢視的準則。

1. 以「商品虛化」⁷³做為實務上檢視合法與非法多層次傳銷的準則：從經濟活動的角度觀察，大部分的人並不難區分一般層級式業務銷售與多層次傳銷的區別，吾人應注意的焦點是商品是否有虛化的現象。所謂「商品虛化」是指以多層次傳銷方式推廣或銷售商品或勞務，未確實提供及使用，參加人僅以形式上之交易，做為收取費用或獲取經濟利益之幌子。正當的多層次傳銷，則確實存在商品或勞務的使用，正當與不正當多層次傳銷兩者之間的差別則顯而易見。蓋因一般層級式業務組織（例如保險業、汽車銷售）皆有實際商品或服務的提供，銷售者與消費者之間有明確交易之存在（或所謂對價給付的關係）；反觀多層次傳銷事業，尤其是變質之多層次傳銷事業，通常「主要是係基於介紹他人加入」來獲得佣金或其他形式的經濟利益，此種型態的多層次傳銷組織發展到最後必會面臨下線擴展的瓶頸，使得組織崩潰而損及參加人的權益，危害一般無知與無辜的社會大眾。多層次傳銷管理辦法之立法原意及其應監督與管理的對象，正是以這類型態的多層次傳銷組織為對象；所以，如何重新定位多層次傳銷（或變質多層次傳銷），檢視其交易行為是否流於「商品虛化」，不啻為一個明確的準則。

在此，利用「商品虛化」的評判標準，我們可以重新檢視高額會員卡、旅遊卡、網路行銷的個案。在高額會員卡的個案中，以翌福國際股份有限公司所推出的「惜福卡」為說例，並以公平會於89年所做的調查⁷⁴為依據。在旅遊卡個案中，以群盛國際股份有

⁷³ 其實公平會在部分的多層次傳銷處分案例中，已經以「商品虛化」做為檢視合法與非法多層次傳銷的準則，此處再度提出，是強調並希望公平會日後可以建立起一套明確且合理的「商品虛化」的判別指標，以落實經濟活動的正當性與正常化。

⁷⁴ 參見公平交易委員會89年度（5月9日），翌福國際股份有限公司因多層次傳銷行為違反公平交易法處分書。

限公司所發行的「卡多利旅遊世界會員卡」為例，並以公平會 87 年度所做的調查⁷⁵為依據。在網路行銷的個案中，以共享人生國際電訊網路股份有限公司為例，並以公平會 91 年度所做的調查⁷⁶為依據。整理上述個案，將其製為下表（表二），以供參考。

表二 高額會員卡、旅遊卡、網路行銷流於「商品虛化」的個案比較

比較項目	對象	高額會員卡 * 翌福「惜福卡」	旅遊卡 * 群盛「卡多利」	網路行銷 * 共享人生
產品性質		多為無形之勞務	多為無形之勞務	多為無形之勞務
商品虛化之事實		1、未登錄（未開卡）之比例占全部 58.9%。	1、家庭卡未開卡之比例占全部 29.4%。 2、個人卡未開卡之比例占全部 45.9%。 3、各項服務之會員使用紀錄（五年內），約在 17.8% 至 41.6% 之間。	1、會員確實建置個人網頁之比例低於 1%。 2、經公平會調查，大部分會員皆承認，參加該組織的動機，非為建置網頁之需求，而為其經濟利益之誘惑。
參加人獎金來源		以「入會收入」（即介紹他人加入）為主，且入會淨額為 3343 萬 2700 元，占總營收之 66.01%，非基於銷售商品或勞務。	以「入會收入」（即介紹他人加入）為主，且未開卡之入會收入占全部入會收入的 72.8%，非基於銷售商品或勞務。	以會員繳交之「網站建構費」及「月租費」為各項（E 卡、L 卡、T 卡）回饋金的發放來源，非基於銷售商品或勞務。
公平會處分依據		公平交易法第二十三條第二項、多層次傳銷管理辦法第十一條第一項及第十三條第一項。	公平交易法第二十三條第一項、多層次傳銷管理辦法第五條第一項及第六條第一項。	公平交易法第二十三條規定，多層次傳銷管理辦法第五條第一項及第十二條。

2. 對於無形商品以多層次傳銷的方式，應建立客觀的稽核指標：基本上，無形商品不應以

⁷⁵ 參見公平交易委員會 87 年度（10 月 7 日），盛國際股份有限公司因多層次傳銷行為違反公平交易法處分書。

⁷⁶ 參見公平交易委員會 91 年度（1 月 31 日），廖文志君等因多層次傳銷行為，違反公平交易法處分案。

多層次傳銷的方法來銷售，因為業者可透過繳交入會費（或手續費）的名義使吸金的動機合理化、正當化，並且容易使消費者失去戒心，而且無形商品多有延遲消費的特性（相對於當期消費），如何界定參加人的消費或使用情況，亦有其困難性，所以無形商品應以單純的會員制或非多層次傳銷為常態（一般正常的商業活動）；又，無形商品的定價是否高於合理市價的判定，亦是公平會用來區分一般多層次傳銷與變質多層次傳銷的要件之一，公平會對於上述價格之比較，都要聘請專家學者或進行市場調查，才有初步的結果，況且是一般民眾，大多並不具有此判斷能力，如何透過自己的判斷來分辨是否加入變質的多層次傳銷？此外，無形商品注重的是消費者的主觀價值，同樣的無形商品，可能因不同的提供者，而產生兩種價格（因為公司口碑、信譽…等），在市場上實屬合理的現象，只要消費者願意接受即可；而且透過多層次傳銷背後所隱藏的獎金發放制度與經濟利益，此時消費者考慮的已不再單純是商品本身的價格⁷⁷。為了顧及商業活動的多元化與自由化，一味禁止無形商品不得以多層次傳銷來進行推廣與銷售，亦非良策，故對於無形商品以多層次傳銷的情況，應有更明確的規範。

3. 刪除「支付一定代價」的規定，或加以補充解釋：多層次傳銷特徵在於層層的組織發展特性與層級式的獎金發放，「支付一定代價」並非其成立的重要特性，尤其是新型多層次傳銷的發展。若多層次傳銷定義中的「支付一定代價」加以刪除後，則多層次傳銷組織即難再藉法律規定，而以各種名目的入會費、手續費、保證金，要求參加人繳交，並且可逮住欲規避公平交易法第八條的多層次傳銷事業。若不然，則應加以補充解釋，而非限定於狹義之金錢給付。

六、小結與建議

透過對高額會員卡、旅遊卡、網路行銷之獎金分配制度、組織架構的了解，確定了高額會員卡、旅遊卡、網路行銷的本質為多層次傳銷，則應針對此三種形態之特徵，與原來的傳統多層次傳銷和公平交易法第八條的定義進行比較。經過文中的觀點論述和反覆比較，得出以「商品虛化」為實務上檢視合法與非法多層次傳銷可能參考的準則，可以確認參加人佣金、獎金或其他經濟利益，主要是否基於介紹他人加入，而非基於其所推廣或銷售商品或勞務之合理市價者，避免過度發展下線而成為老鼠會；並且搭配相關的客觀稽核指標，例如會員的使用率，可以清楚的了解無形商品被消費的真正情形，還有對於首次消

⁷⁷ 參見吳英同（2000），當前多層次傳銷的若干重大問題，全國律師，4（4），頁36-49。

費期限的限定，來進行多層次傳銷事業的分析，使得「商品虛化」此項檢視準則更具實質意義，落實經濟活動的正當性與正常化，並且讓正當的多層次傳銷事業有依循的標準。

對於「支付一定代價」，若朝刪除此一法律要件的方向去思考，優點是可以逮住欲規避公平法第八條的多層次傳銷事業，並且免除參加者在加入時的經濟負擔，甚至「支付一定代價」的要件，則可以退居幕後，成為實務上區別一般多層次傳銷和變質多層次傳銷的準則，蓋因變質多層次傳銷以吸金為主，多以巧立名目要求參加人繳交費用。因此，藉由刪除「支付一定代價」可視為長期對多層次傳銷事業輔導與完善管理的發展願景。

在修法之前，對於「支付一定代價」之法律要件，建議採取廣義之見解，即依公平交易法第八條第二項規定，所謂給付一定代價，不以給付金錢為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務共四種行為態樣。其優點是，在這樣定義下的多層次傳銷組織，真實呈現實際經濟活動下的多層次傳銷組織之面貌，亦符合社會大眾認知中的多層次傳銷組織，並且對於現狀的衝擊不大。因此，藉由補足「支付一定代價」的法律解釋則可視為短期對多層次傳銷事業，進行迅速且有效之管理和監督的捷徑。

第八章 結論與建議

美國立法例對於金字塔銷售術與多層次傳銷之管理分別加以規定，並分別就金字塔銷售術與多層次傳銷事業加以定義。比較美國法與我國公平交易法對多層次傳銷定義之相關規定後，可以發現我國公平交易法第八條就多層次傳銷之定義加入「給付一定代價」之要件，有導致多層次傳銷事業管理規範無法落實之虞。

修法乃一曠日費時之繁雜程序，非經一定時日不能完成，故在修法之前，吾人參照美國法律中有價約因（valuable consideration）之原來意義，提供建議。由於公平交易法第八條第一項係規定「本法所稱多層次傳銷，謂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。」公平交易法第八條第二項規定「前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」採狹義之見解，所謂給付一定之代價，則限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付。但採廣義之見解，則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。其中美國法所謂有價約因（Valuable Consideration），或約因（Consideration），我國部分學者將其翻譯為「代價」，依美國法之原來意義，係指現金之給付，商品、服務或無形財產之購買（Consideration means the

payment of cash or the purchase of goods, services, or intangible property) 等四種行為態樣，亦即依美國法之原來意義，並不以金錢給付為限，尚應包括商品、服務或無形財產之購買，而採取廣義見解。因此在修法之前，建議採廣義之見解，即縱使該銷售計畫或組織於參加人加入時不要求給付金錢，但在參加人參加後購買商品、提供勞務或負擔債務時，則仍受規範。

長期而言，根本的解決之道，則是透過修法程序改正現行公平交易法對多層次傳銷定義加入「給付一定代價」一事，本文建議修正公平交易法第八條第一項及第二項，具體條文如後敘述。

英國係以 1973 年公平交易法、1996 年傳銷計畫法以及 1997 年傳銷計畫管理規則規範多層次傳銷。英國對傳銷計畫之規範範圍事實上只要參加人獲得利益或報酬係因傳銷計畫第一條規定之情形即需受管理，其規範之傳銷計畫要件為（一）參加人可由下列行為之一而獲得報酬或其他的經濟利益：（1）介紹他人加入成為參加人；（2）使參加人在多層次傳銷計畫中維持參加之狀態；（3）參加人在組織內晉升、調動或其他地位之變更；（4）由發起人或參加人提供商品或勞務；（5）參加人獲得商品或勞務；（二）須有傳銷計畫之發起人提供商品或勞務。（三）商品或勞務係對參加計畫者所交易之相對人提供。因此給付一定代價於英國之多層次傳銷規範中並非必要之要件。由英國之立法例即可看出，英國對多層次傳銷計畫之規範緊扣多層次傳銷計畫之核心，由參加人獲得利益之態樣以界定何者為應受規範之傳銷計畫，給付一定代價以取得銷售權利並不在規範要件中，或可說給付一定代價以取得銷售權利並非認定是否為多層次傳銷計畫之必要要件。

由英國 1996 年傳銷計畫法之制訂可以得知，其原來公平交易法對多層次傳銷事業之認定不足以將應管理之傳銷計畫納入規範，有鑒於此，其對於多層次傳銷事業之認定範圍趨向擴大。我國與英國之情況相似，近年亦有許多交易計畫採取與英國商人同樣之手段，故意使其交易計畫缺少一個或數個認定多層次傳銷事業之要件，以逸脫於公平交易法之規範外，如此將造成合法事業之重大損害，由於我國與英國對多層次傳銷同樣採取管理和限制之態度，故有重新考慮多層次傳銷事業認定要件之必要。然而法律之修正並非一蹴可幾，由於公平交易法第八條第一項若採狹義之見解，所謂給付一定之代價，則限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付。但採廣義之見解，則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。其中所謂提供勞務，依美國法原來之意義係指服務之購買或無形財產。因此在修法之前，建議採廣義之見解，即縱使該銷售計畫或組織於參加人加入時不求給付金錢，但在參加人購買商品服務或無形財產時，則仍受規範。

參酌英國對於多層次傳銷事業之規範，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實非多層次傳銷事業之核心，此要件的確導致多層次傳銷事業認定之困難，故本文之長期建議為修正公平交易法第八條第一項、第二項以符合多層次傳銷之本質，具體修正條文如後所述。

以日本立法例而言，關於一般多層次傳銷的定義，規定於「特定商取引法等相關法律」第三十三條，需為物品（包含利用設施或接受勞務提供的權利）的販賣（包含為販賣之斡旋）或有償提供勞務（包含居中斡旋）之事業，從事販賣標之物之物品的再販賣、受託販賣、斡旋販賣者或為提供同種勞務或為居中斡旋而進行勸誘，以得特定利益而為勸誘，使他人伴隨特定負擔從事有關商品之販賣或斡旋、或提供同種服務或斡旋提供服務之交易。而所謂的特定負擔，即是指商品之購入或服務之對價的支付，或交易費的提供。而日本在平成 12 年（2000 年）前對於特定負擔金額設有限制，但由於易造成多層次傳銷事業以特定負擔並未超過該金額，而主張不受多層次傳銷的規範之脫法行為，故在該年廢除此金額限制，主張只要是多層次傳銷，不論特定負擔的金額多寡，均受特定商取引法之規範。此外，經由該此修法，亦將本為「以特定負擔為條件所進行的交易」修正為「使特定負擔伴隨所進行的交易」，擴大了特定負擔的範圍，亦即，不論是以強迫或基於個人自主意思所為之特定負擔，亦不論是加入傳銷組織的時點抑或是加入傳銷組織之後，只要有購買商品、支付勞務對價或交易費的提供，均屬於特定負擔的範圍。

比較我國及日本的立法例，雖然規範的體系不盡相同，但兩者均同樣規定了「給付一定代價」是多層次傳銷定義裡的一環。但兩者均未對給付一定代價的時間點為清楚說明，日本經由平成 12 年的修法，擴大了界定特定負擔的範圍，但在我國法條上，公平交易法第八條第一項係規定「本法所稱多層次傳銷，謂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。」在一般通念裡，認為加入組織，成為會員，就會獲得這些權利，因此實務上會有多層次傳銷事業以並未於加入時參加人給付一定代價為理由，而認為並不受公平交易法中關於多層次傳銷的規範。

建議應刪除多層次傳銷定義中關於「給付一定代價」的要件。短期來說，所謂給付一定之代價，一般而言，採狹義之見解，限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付，但採廣義之見解，則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣，即公平交易法第八條第二項規定給付一定代價之定義。此外，或可參照日本立法例之規定，將「給付一定代價」的範圍擴大，包含加入組織之當時及進入組織後的購買

商品、支付勞務對價或交易費等等。而就長期而言，建議將公平交易法第八條第一項修改如後所述，同法第二項關於「給付一定代價」的定義則刪除之。

馬來西亞規範直銷活動主要以 1993 年直銷法為其法律規範，因為在該法中主要規範對象為直銷活動，並將其區分為「沿戶銷售」(DOOR-TO-DOOR SALES)和「郵購銷售」(MAIL ORDER SALES)；雖然馬來西亞 1993 年直銷法未針對馬來西亞「多層次傳銷」做出獨立的定義規定，但所謂多層次傳銷，係指公司利用一連串獨立的直銷商將貨品零售出去，每一位直銷商可以獲取差額利潤；因此，從沿戶銷售的定義來看，自然也包括多層次傳銷在內。有關多層次傳銷之要件可由直銷類型中的「沿戶銷售」大致歸納如下：

- (一) 有關商品或服務的銷售，實行銷售行為之人需經過授權。
- (二) 必需是在各地區從事其銷售行為，不可在固定的地區從事交易。
- (三) 可以使用電話進行交易，從事此類行直銷行為的人，其工作即在於尋找可能加入成為買方的人，和其訂立有關銷售商品或勞務的契約。

由馬來西亞的立法例可得知，在多層次傳銷定義的規範裡，並沒有「給付一定代價」的規定，因此在界定多層次傳銷活動時，規範的對象較我國廣泛，且此一立法更能符合該國 1993 年直銷法所欲達成之擴大保護消費者之目的。因此在目前現行法未修正的情況之下，分別從短期和長期的觀點，給予初步的建議。

短期建議，由於公平交易法第八條第一項係規定：「本法所稱多層次傳銷，謂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。」同條第二項規定「前項所稱給付一定代價，謂給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務。」一般人會認為，所謂給付一定之代價，限於參加人在參加多層次傳銷組織時為金錢之給付，但此為狹義之見解；若採廣義之見解（即我國公平交易法第八條第二項的規定），則不以金錢之給付為限，尚包括購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。因此在修法之前，建議採廣義之見解，即縱使該銷售計畫或組織於參加人加入時不要求給付金錢，但在參加人購買商品服務或無形財產時，則符合「給付一定代價」之要件，仍受公平交易法之規範。

長期建議，公平交易法第八條就多層次傳銷之定義加入「給付一定代價」之要件，並無必要且不妥適，更有導致公平交易法就合法多層次傳銷事業管理規範無法落實之虞；根本的解決之道應是透過修法程序將其改正，應將公平交易法第八條第一項中「給付一定代價」之要件刪除，建議將該法修正為如後所述，且公平交易法第八條第二項刪除之。

在風險趨避之觀念還未成熟的台灣社會中，經常有民眾將保險業務員推廣保險的活動

與多層次傳銷業者劃上等號，對其保有負面的刻板印象。多層次傳銷事業又經常傳出類似「老鼠會」形態的吸金行爲，許多業者游走於法律邊緣，從事不正當的活動，使得一般社會大眾對於多層次傳銷事業的觀感惡劣，進而也影響了社會大眾對保險業務人員的觀感。

保險業是否要納入管理，以公平交易法第八條的定義而言，多層次傳銷的參加人「給付一定代價」，成爲銷售或推廣組織的一員，然後取得兩項權利，一爲本身銷售商品的權利，二爲取得介紹他人參加銷售組織的權利，最後則利用上述兩項權利，獲得介紹他人加入組織的佣金，以及他人銷售（即所謂的下線）所得利益的利益抽成，或因本身銷售商品、付出勞務後獲得獎金，以及其他之經濟利益。「給付一定代價」依照定義第二項是指參加人給付金錢、購買商品、提供勞務或負擔債務而言。而保險業者在上述的定義之中來看，的確有許多相似之處，需要深入了解。

保險業的「給付一定代價」與許多違法多層次傳銷業者所給付的代價不同，參加者並不需要給付不合理的代價給公司。而有一定願景之保險公司，更會以公司的力量對其業務人員進行訓練與教育，並不需要參加者給付不合理的代價。

保險業從業人員的進入有一定的資格限制與障礙，包括國家的規定與公司內部的要求等外在與內在之規定與要求。

保險業並不以人頭爲參與者收入的重要來源。下線業務人員的拓展只爲公司永續發展的擴張行爲，並不以拉人頭爲收入，不會產生公平交易法第二十三條的弊病。業務主管大部分的收入來自於保單的佣金與獎金，更不致產生人頭效應的負向效果。

保險業的運作，並不會產生「商品虛化」的現象，造成下線「供養」上線的情形，而產生弊端。保險業從業人員的收入必須憑藉保險保單的實際交易，業務人員必須各憑本事，付出勞力、智慧與專業知識而獲取報酬。變質多層次傳銷嚴重商品虛化的問題，並不會發生。

基於以上各項的結果，本研究以爲保險業表面上的獎金制度與組織結構或有多層次經營之型式，然而，在其本身有嚴格的監理機制，實不宜因其有多層次傳銷的外型而束以公平交易法之規範。故本研究認爲正規的保險業原則上無納入多層次傳銷管理的必要。

多層次傳銷之精髓在於其「多層」的特性，即公司透過「多層」的傳銷商來銷售產品或服務，這些層層的銷售網路是透過「複製」作用而往下擴展的。但是對照檢視公平交易法第八條之定義，並未具體陳述出多層次傳銷的組織特性，從而若干組織層級之間的佣金、獎金之分配方式，皆未說明，形成多層次傳銷定義的不周全，並且未明確區分一般具多層級銷售特性之商業活動，和多層次傳銷事業的不同，例如保險業、汽車銷售業…等。

再思考公平交易法第八條對多層次傳銷定義裡「給付一定代價」的規定而言，可從正反兩種角度來看；就正面思考來說，業者可以以各種名義要求參加者再參加時購買資料袋、繳交入會費、講習之費用…等給付金錢的行為。就反向思考而言，是否參加人參加多層次傳銷組織時，無須「給付一定代價」，則此多層次傳銷組織即不適用第八條的規範，造成法律上的灰色地帶。因此主管機關在多層次傳銷事業上的監督與管理，將會遇到若干法律上的疑慮與執行的困難。

為解決上述問題，吾人須針對具有多層級組織為特徵之行業，探討其獎金分配制度、組織架構與多層次傳銷組織的異同。根據本研究分析發現，高額會員卡、旅遊卡、網路行銷、靈骨塔、生前契約…等，其本質與實務上有可能屬於多層次傳銷，但在於給付一定代價和銷售商品或勞務的類別此兩點特質上，卻有不同的情況，亦即有的多層次傳銷組織在加入時無須給付一定代價，有的多層次傳銷所銷售之商品為無形的服務，如此均會造成管理和監督上的困難。

所以經過文中的觀點論述和反覆比較，得出以「商品虛化」為實務上檢視合法與非法多層次傳銷的準則，可以確認參加人佣金、獎金或其他經濟利益，主要是否基於介紹他人加入，而非基於其所推廣或銷售商品或勞務之合理市價者，避免過度發展下線而成為老鼠會；並且搭配相關的客觀稽核指標，例如會員的使用率和首次消費期限的限定，可以清楚的了解無形商品被消費的真正情形，使得「商品虛化」此項檢視準則更具實質意義，落實經濟活動的正當性與正常化，並且讓正當的多層次傳銷事業有依循的標準。

若欲將「給付一定代價」之法律要件保留，建議採取廣義之見解，即依公平交易法第八條第二項規定，所謂給付一定代價，不以加入多層次傳銷組織當時給付金錢為限，尚包括加入之後購買商品、提供勞務或負擔債務等四種行為態樣。其優點是，在這樣定義下的多層次傳銷組織，真實呈現實際經濟活動下的多層次傳銷組織之面貌，亦符合社會大眾認知中的多層次傳銷組織。因此，補足「給付一定代價」的法律解釋係屬短期建議，對多層次傳銷事業，進行迅速且有效管理與監督之捷徑。長期建議，參照英國立法例及斟酌多層次傳銷並不以給付一定代價為必要條件之本質，修正公平交易法第八條之規定，其具體修正條文如下：公平交易法第八條第一項：「本法所稱多層次傳銷，謂就推廣或銷售之多層次組織，參加人推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加，並因而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者而言。」另外，公平交易法第八條第二項關於「給付一定代價」定義之規定，則刪除之。

參考文獻

一、中文

(一) 書籍

1. 賴源河（2000），公平交易法新論，元照出版社。
2. 何之邁（2001），公平交易法實論，自版。
3. 葉惠青（1995），從美國直銷業之規範探討我國對多層次傳銷之有效管理政策，行政院公平交易委員會出版。
4. 劉邦典（1994），多層次傳銷事業問題之研討與公平交易法相關條文之評估與建議，行政院公平交易委員會出版。
5. 施俊吉、范建得（1998），參加多層次傳銷事業支付一定代價之研究，行政院公平交易委員會出版。
6. 黃營杉、洪順慶、黃思明（1993），各國對多層次傳銷事業之管理政策比較研究，公平交易委員會編印。
7. 各國公平交易法相關法規彙編（1993），行政院公平交易委員會。
8. 公平交易法論述系列十——多層次傳銷行為之規範（1993），行政院公平交易委員會編印。
9. 李雅晶（1998），日本有關多層次傳銷相關立法規範經營管理及執法工作之研究，行政院所屬各機關因公出國人員出國報告書。
10. 施俊吉、范建得（1998），「參加多層次傳銷事業給付一定代價之研究」行政院公平交易委員會 87 年度合作研究計畫四。
11. 劉邦典（1992），「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」，行政院公平交易委員會委託台灣經濟研究院研究計畫。
12. 蔡行道（1995），參加第三屆亞太區直銷大會報告，公平會出版。
13. ING 安泰人壽壽險顧問與業務同仁手冊（2001），ING 安泰人壽保險股份有限公司編印。
14. 南山人壽員工手冊（2001），南山人壽保險股份有限公司編印。
15. 國泰人壽員工手冊（2001），國泰人壽保險股份有限公司編印。
16. 吳水丕（1987），多層次傳銷—理論、概念、實務，青春出版社。
17. 林訓民（1994），傳銷全方位指南（上），台灣英文雜誌社有限公司。
18. 陳櫻琴（2001），網路傳銷組織之研究—案例觀察與評析，競爭政策與公平交易法，行

政院公平交易委員會。

19. 趙揚清編纂（1998），87年多層次傳銷案例彙集，公平交易法論叢，行政院公平交易委員會。
20. 趙揚清編纂（1999），88年多層次傳銷案例彙集，公平交易法論叢，行政院公平交易委員會。
21. 趙揚清編纂（2000），89年多層次傳銷案例彙集，公平交易法論叢，行政院公平交易委員會。

（二）期刊論文

1. 陳素菁（1993），多層次傳銷管理政策之比較研究—以美國與我國為探討中心，國立中興大學企業管理研究所碩士論文。
2. 陳錦全（1989），多層次傳銷立法之研究，東吳大學法學研究所碩士論文。
3. 尹南平（1992），公平法 V.S 多層次傳銷，法律與你雜誌，(54)。
4. 盧文聰（1993），金字塔銷售術—傳銷業，實用稅務，(225)。
5. 謝穎青（1994），多層次傳銷、老鼠會，「界限」何在？，法律與你雜誌，(79)。
6. 李瑞崎（1995），多層次傳銷之認識，松商學報，(3)。
7. 吳英同（1997），從個案探討加強對多層次傳銷之規範，公平交易季刊，5(4)。
8. 吳英同（1998），多層次傳銷案例研究—雙向制，警學叢刊，28(5)。
9. 吳英同（2000），當前多層次傳銷的若干重大問題，全國律師，4(4)，36-49。
10. 黃明陽（2000），消費者保護法有關特別傳銷行為之規範，全國律師，4(4)。
11. 李蓓蔚（2000），我國與日本關於多層次傳銷行為之規範比較，全國律師，(4)。
12. 陳得發（1999），傳銷商組織經營概況剖析，傳銷世紀，76-79。
13. 吳英同（1999），多層次傳銷管理辦法修正草案評釋，法令月刊，50(6)，25-31。
14. 胡鵬平（1998），對我國現行管理多層次傳銷政策之研究，全國律師，2(5)，39-44。
15. 范建得（1997），論公平交易法對多層次傳銷之管制及其應有之修正方向，競爭政策通訊，1(6)，11-15。

二、外文

（一）書籍

1. 訪問販賣等に関する法律の解説（1998），通商産業省、消費經濟課編著，財團法人通商産業省産業調査會出版部發行。
2. 「LAWS OF MALAYSIA Act 500 DIRECT SALES ACT 1993」蔡行道（1995），參加第三屆亞太區直銷大會報告，公平會出版。
3. Philip Kotler（1991），Marketing Management，Englewood—Cliffs：Prentice Hall，7th.ed.。

三、網路資料

1. Westlaw International. <http://westlawinternational.com>
2. World Federation of Direct Selling Associations. <http://www.fdsa.org>
3. Department of Trade and Industry（United Kingdom） <http://www.dti.dov.uk>
4. The Trading Schemes Guide. <http://www.dti.dov.uk>
5. Direct Selling Multi-level Marketing-network marketing. <http://www.dsa.org.uk>
6. ゐずみ講にご注意ください <http://www.shinginza.com/nezumi.htm>
7. 法律でみる連鎖販賣取引（ネットワークビジネス）と無限連鎖講（ゐずみ講）
<http://www.communication-business.com/mane/mane02.html>
8. Price Control Act 1946、Control of Supplies Act 1961、Petroleum Development Act 1974、
Petroleum Act (Safety Measures) 1984
<http://www.kpdnhq.gov.my/homepage/english/pdn/pdn-akta.html>
9. 財政部保險司
<http://www.insurance.gov.tw>
10. 公平交易委員會
<http://www.ftc.gov.tw>
11. 翌福國際股份有限公司相關網站
<http://www.geocities.com/RodeoDrive/Boutique/5611/cc.html>
12. 世運村科技生活館股份有限公司網站 <http://www.callnet.com.tw>
13. 宏錡國際事業股份有限公司網站 <http://www.hongchi.com.tw>
14. 共享人生國際電訊網路股份有限公司網站 <http://www.e-elt.com.tw>
15. 優勢國際資訊有限公司網站 <http://www.urs.com.tw>
16. 展雲事業有限公司網站
<http://www.3900.com.tw>

17. 龍巖事業集團網站 <http://www.webgiga.com/lungyen>

Abstract

“To Pay a certain amount of cost” is a essential condition for defining Multi-Level Selling in Fair Trade Law, and this requirement has become a very important part in managing the Multi-Level Selling for the administration of Fair Trade Committee. However, this condition might hurt joiner and also provide some vague area for avoiding the regulation from the administration of Fair Trade Committee. Hence, It is necessary to review and refine the definition of Multi-Level Selling.

This research intend to make a comparison of the meanings, cases and practical experience of the laws about Multi-Level Selling for finding the incompleteness in the definition and providing some suggestions about potential amendment. In order to achieve this goal, we also make a analysis among the traditional multi-levels direct selling business and other industries that also with similar pattern of bonus sharing.

評 論

鄭總經理優（台灣電視公司）

徐教授此文對於公平交易法第八條所規定的多層次傳銷的法律定義，廣泛參考美國、英國、日本、馬來西亞等四國的法律規定，進行詳細的比較研究，同時對於保險業、會員卡、旅遊卡、網路行銷等行業是否應該納入多層次傳銷管理，也依照這些行業目前國內經營實況，逐一加以研究。徐教授在這篇文章中所表現出的用心與努力，個人實感佩服。本人以往在公平會服務時，曾經擔任好幾年的多層次傳銷專案小組召集人，對於多層次傳銷事業的管理實況，也略知一二。以下謹就本人所瞭解，目前公平交易法對於多層次傳銷的法律定義，在實務上所可能產生的問題，提供個人幾點建議。

徐教授在第一章研究主旨與背景分析中提到，這篇文章主要處理三個問題，第一是「給付一定代價」應否排除於傳銷定義之外，第二是「多層次」應否納入傳銷定義之中，第三是與其他多層級的組織架構，如保險業等，應該如何加以區分。對於第一個問題，徐教授檢視美、英、日、馬四國的傳銷法令規定，發現這些國家都不把「給付一定代價」當作傳銷定義要素之一。經過詳細研究之後，徐教授在結論中，建議公平會對於「給付一定代價」加以廣義解釋，不但包括參加人加入傳銷組織時必須給付一定代價者，如果參加人在加入傳銷組織之後，曾經給付一定代價，也應該包括在傳銷定義之內。徐教授並且建議公平會進一步修改公平交易法，把「給付一定代價」從傳銷定義中刪除。本人一直認為傳銷組織的危險性在於它具有高度擴散性，而不在於參加人在參加時必須給付一定代價，因此個人非常贊成徐教授前述研究結論。不過為求研究的完整性，建議可就二點進一步加以說明。其一是依照目前第八條的規定，有沒有辦法像徐教授所說作廣義的解釋，還是必須修法才能辦到？其二是反對刪除「給付一定代價」的人，認為加入時沒有給付一定代價的傳銷組織，對於社會的危害程度較低，沒有必要以公平交易法加以管理，對於此點徐教授或許可以作更清楚解釋。

對於第二個問題「多層次」應否納入傳銷定義之中，在這篇文章中似乎論述篇幅較為簡短。雖然長久以來，公平會對於多層次傳銷的管理，依其名稱僅限於具有多層級的組織結構者，但是如果把這點正式列入定義之中，還是必須正面分析其利弊得失，以及變質單層與多層傳銷組織對於社會危害性的差異，以充實其法理基礎。此外「多層次」應該如何定義？在條文中單純加入「多層次」三個字夠不夠清楚明確？還是必須同時增加對於「多層次」的定義規定，在文章中也可以一併加以討論。

第三個問題，也就是傳銷與其他多層級組織如何加以區分，主要發生在其他多層級組織加入時也要求加入者「給付一定代價」，同時下線若有銷貨收入，上線也可以領取獎金的情形。例如媒體曾經報導過的「銀貂氣血循環機」，它的經銷商往往要求業務人員必須自己先買一台，而舊的業務員可以招攬新人成爲其部屬，對於部屬銷貨收入還可以抽成。這種組織就經常被民眾與檢調單位誤認爲多層次傳銷，而向公平會提出檢舉。對於這種組織，公平會一般是從該公司是否把業務員當作公司成員，例如公司內部是否設有業務部門、是否發給薪水、爲其加入勞保等事實加以判斷。在多層次傳銷的定義上，能不能找出一個簡單明瞭的標準，以區分這種多層級組織與多層次傳銷，是一個值得討論的主題。至於徐教授提到的「商品虛化」，則只是區分正常與變質多層次傳銷的標準之一，與多層次傳銷的定義問題應該沒有關係。

在徐教授提到的三個問題之外，有一個問題我想也與多層次傳銷的定義有關，那就是「公排」。在傳銷行業裡，「公排」是指傳銷組織所招攬進來的所有參加人，不管是公司招攬或是任何一位參加人所介紹，全部依照公司所訂定的排列規則，依序排入傳銷組織之中，成爲某一位參加人的下線。依照目前的多層次傳銷定義，參加人必須因爲介紹他人加入而獲得經濟利益者，才構成多層次傳銷。然而在公排的情形，參加人所介紹的新加入者，可能在公排之後並未成爲他自己的下線，因此這位參加人領不到介紹獎金。不過其他參加人所介紹的新加入者，在公排之後卻可能成爲這位參加人的下線，此時這位參加人就可以領到介紹獎金。對於這種公排制度，公平會是從參加人整體的觀點，認爲參加人整體還是因爲介紹他人加入而領到介紹獎金，這種組織架構同樣具有高度擴散性，因此也是多層次傳銷。公平會以往對於雙向制傳銷，以及這兩年的變質吸金傳銷組織，有許多都是以這種看法爲基礎，進一步加以重罰。這種看法妥不妥當，以及與現行多層次傳銷的法律定義不符合，也非常值得加以研究。如能明確釐清對於公平會目前實際案件的查處，應該也會有具體貢獻。