



嘉康利
獨立直銷商權利
與責任說明書

Shaklee®

嘉康利

獨立直銷商權利與責任說明書

目 錄

前言/簡介	1
定義與名詞	2
第1章 位階與規定	4
第2章 獎金分配與計算	7
第3章 營業政策	10
第4章 嘉康利直銷權政策	19
第5章 直銷權終止	23
第6章 事業單位	25
第7章 產權自動轉移效力	27
第8章 附錄	29

前言 / 簡介

嘉康利獨立直銷商權利與責任說明書（下稱「本說明書」）為美商嘉康利股份有限公司台灣分公司（下稱「嘉康利台灣分公司」）與各嘉康利獨立直銷商（下稱「嘉康利直銷商」）間合約重要之說明，詳載嘉康利台灣分公司與嘉康利直銷商相互合作之有關政策及程序，並簡單說明 台端作為嘉康利直銷商得期待自嘉康利台灣分公司獲得之權利，以及嘉康利台灣分公司期待 台端負擔之責任。請詳閱本文件。

■ 嘉康利台灣分公司商德約法

身為嘉康利直銷商，本人承諾並同意：

- 本人在作為嘉康利直銷商進行交易時，將表現謙恭、有禮、誠實、公平之態度與作為，而且本人從事本人之嘉康利台灣分公司活動時，將以提高本人的聲譽，並對嘉康利台灣分公司之聲譽產生正面影響之方式進行。
- 本人將兌現嘉康利台灣分公司零售顧客產品滿意保證之條款予本人所有之零售顧客。
- 本人將通過培訓、協助以及其他方式，向本人下線推薦體系內之嘉康利直銷商給予支援，從而履行本人身為推薦人之領導責任。
- 本人將尊重嘉康利台灣分公司整個公司內，每位嘉康利直銷商之推薦體系，將不會企圖干擾或更改該等關係，亦不會作出貶低其他嘉康利直銷商之主張或有關嘉康利直銷商之不實主張。
- 本人將竭盡所能符合本說明書，致力遵循本說明書之內容及精神。
- 本人將不會就現有之嘉康利台灣分公司正式刊物未含之任何嘉康利台灣分公司產品作出任何主張，亦將不會對獎金計劃之收入潛力作出不實聲明。
- 嘉友白金俱樂部會員除位階與獎金分配另有規定外，其餘權利與責任準用一般直銷商之規定。

定義與名詞

■ 活躍直銷商 Active Distributor

直銷商符合當月最低個人銷售積分3,300分，即稱為活躍直銷商。

■ 活躍組織線 Active Leg

線內一名或多名直銷商符合活躍規定者，該線即稱為活躍組織線。

■ 自動送貨 Autoship

藉由此項計劃，嘉康利直銷商得選擇特定產品定期自動運送。

■ 經營型領袖 Business Leader

任何符合達成合格總監 (Director)、資深總監 (Senior Director)、執行總監 (Executive Director)、資深執行總監 (Senior Executive Director)、領導總監(Key Director)、資深領導總監(Senior Key Director)、董事 (Master)、資深董事 (Senior Master)、執行董事 (Executive Master) 或總裁董事 (Presidential Master) 等位階之嘉康利直銷商。

■ 銷售積分 Point Value (PV)

嘉康利台灣分公司就每一產品訂定之銷售積分價值，用以支付獎金/分紅。各嘉康利台灣分公司產品之銷售積分詳列於嘉康利台灣分公司產品價目表中，並依產品價格變動隨時更動之。

■ 佣金/獎金 Commission

即由嘉康利台灣分公司支付嘉康利直銷商之佣金/獎金，其金額如獎金計劃所載，乃按嘉康利直銷商或其下線等自嘉康利台灣分公司直接購買產品之銷售積分而定。

■ 獎金計劃 Compensation Plan

本說明書所載嘉康利台灣分公司「獎金計劃」為嘉康利台灣分公司之正式「直銷商獎金計劃」及嘉康利直銷商就產品購買及銷售獲得報酬之方法。

■ 顧客 Customer

購買嘉康利產品但並未提出被接受之直銷商申請書者，即稱為顧客（亦稱為零售顧客）。顧客不會獲得獎金，亦不享有推薦權利，且不得轉售嘉康利台灣分公司產品。

■ 直銷商申請書 Distributor Application

嘉康利直銷商申請書為直銷商與嘉康利台灣分公司之間具法律約束力之合約，亦稱為獨立直銷商申請書/同意書。直銷商申請書須由欲申請成為嘉康利直銷商之個人或公司填寫，並由嘉康利台灣分公司決定接受或拒絕接受。

■ 直銷權 Distributorship

嘉康利直銷商乃透過直銷權根據直銷合約及本說明書條款條件購買、銷售、經銷及推廣嘉康利台灣分公司產品及創業機會。

■ 上線經營型領袖

First Level Business Leader

任何推薦組織線下第一名擁有總監位階或以上資格並維持該位階之嘉康利直銷商。

■ 全球大使 Global Ambassador

嘉康利直銷商如已報名參加嘉康利全球大使計劃（有時稱為國際推薦計劃）並擁有於嘉康利指定之海外國家推薦嘉康利直銷商之資格者，即稱為全球大使。

■ 團隊銷售積分 Group Point Volume (GPV)

(個人)團隊成員之總個人銷售積分及個人本身之銷售積分之總合，即為團隊銷售積分。團隊銷售積分不含當月獨立脫離之團隊銷售積分。

■ 代數 Level

嘉康利所稱之代數，意指經營型領袖與其推薦者團隊中另一經營型領袖間之關係。第1代經營型領袖是指自經營型領袖延伸出推薦者組織線上第1位符合並維持總監或更高位階之嘉康利直銷商。第2代經營型領袖是指自經營型領袖延伸

出推薦者組織線上第2位符合並維持總監或更高位階的嘉康利直銷商。第3代經營型領袖是指自經營型領袖延伸出推薦者組織線上第3位符合並維持總監或更高位階的嘉康利直銷商。以下以此類推。兩位經營型領袖間的關係亦可稱為「層數」(generation)。

「代數」一詞的第2種用法是用來形容嘉康利直銷商與其推薦者團隊中另一位嘉康利直銷商的關係。第一代直銷商即為自嘉康利直銷商延伸出任何推薦者組織線上的第一位嘉康利直銷商，無論其位階為何。

■ 個人團隊 Personal Group

個人全部下線，但不含個人之經營型領袖及其各自的推薦團隊。

■ 個人銷售積分

Personal Point Volume (PPV)

個人每月訂購嘉康利台灣分公司產品累積之總銷售積分。任何位階之嘉康利直銷商每月均須達成個人銷售積分3,300分，方享有獲得獎金之資格。

■ 組織銷售積分

Organizational Volume (OV)

嘉康利直銷商的個人銷售積分加上直銷商之推薦者團隊中每一位嘉康利直銷商個人銷售積分所得之總分。

■ 合格經營型領袖

Qualified Business Leader

符合其分紅位階之個人銷售積分及團隊銷售積分規定之經營型領袖。

■ 資深經營型領袖

Senior Business Leader

就任何經營型領袖而言，指推薦者組織線內位階較其高一階之經營型領袖。

■ 嘉康利直銷商

Shaklee Independent Distributor

經完成填寫及簽署經嘉康利台灣分公司承認之直銷商申請書之獨立直銷商。嘉康利直銷商亦得稱為直銷商，是嘉康利直銷商之初始位階。

■ 組織團隊 Sponsorship Group

自任一嘉康利直銷商下延伸之所有被推薦的組織線以下之全部嘉康利直銷商。組織團隊通常會全部或部分稱為直銷商之「下線」(downline)。

■ 組織線 Sponsorship Line

嘉康利直銷商推薦新成員加入嘉康利時產生之推薦者與新成員關係的順序。組織線會按照下列順序從每一位新成員向上延伸，以含括單一組織線下的全部個人：

- 新成員；
- 新成員之直接推薦者；
- 新成員之直接推薦者之推薦者，餘依此類推。

■ 申訴審議委員會

Status Review Board

受任去收受、審核並處分指控違反本說明書申訴案件之嘉康利台灣分公司管理部員工。

■ 位階 Titles

合格位階 Appointed Title — 合格時已達到必要規定之任何位階。

獎金位階 Paid As Title — 嘉康利直銷商當月達到全部規定而取得該位階之相關獎金(但不含特別加碼獎金部份)。

第1章 位階與規定

■ 直銷商

繳交新直銷商加入費用並遞送經嘉康利台灣分公司認可之「嘉康利直銷商申請書」的任何人。直銷商有權可取得會員價、轉銷售嘉康利台灣分公司產品、推薦其他人參加嘉康利並獲得報酬。

■ 總監

欲符合總監資格，須達成下列規定：

- 每月達成個人銷售積分3,300分
- 每月達成團隊銷售積分66,000分

■ 其他總監規定

總監亦須：

- 盡其全力推廣嘉康利台灣分公司產品與嘉康利台灣分公司的事業機會，展現穩定的領導才能、統御能力，並向其個人團隊服務。
- 維持準確的推薦者紀錄。
- 經營善意真誠的獨立直銷商關係，毋須持續依賴其他經營型領袖以維持其位階。
- 本身嚴守並要求其個人團隊中全體成員均要遵守嘉康利台灣分公司於本說明書中、嘉康利直銷商申請書、公司行號適用嘉康利直銷商申請書、嘉康利台灣分公司出版物，以及發給嘉康利直銷商之行政函（包括隨時得採用之前述任一文件之任何修訂版）中概述之規定。

如申請人有下列情況，嘉康利得拒絕或終止總監之位階：

- 領導才能不足；
- 不遵守或拒絕遵守本說明書之條款規定；或
- 其行為可能對嘉康利台灣分公司或嘉康利直銷商產生負面影響。

■ 位階晉升流程

所有總監晉升均由嘉康利台灣分公司自動處理，生效日應回溯至嘉康利台灣分公司認定已符合資格當月首日。

■ 合格位階晉升

連續3個月符合某一位階的個人銷售積分、團隊銷售積分、活躍總監線、組織銷售積分及50%原則，稱為合格位階晉升。

■ 團隊銷售積分寬限月份

下列情況下，維持總監位階的標準會降低：

- 第一代總監獲得達成當月，資深經營型領袖必須達到團隊銷售積分33,000分，包括個人銷售積分3,300分。如果同一月份中有兩位以上第一代總監獲得達成，則資深經營型領袖當月必須達到團隊銷售積分16,500分，包括個人銷售積分3,300分。
- 一位或多位第一代總監獲得達成後第2個月時，資深經營型領袖必須達到團隊銷售積分33,000分，包括個人銷售積分3,300分。
- 一位或多位第一代總監獲得達成後第3個月時，資深經營型領袖必須達到團隊銷售積分49,500分，包括個人銷售積分3,300分。
- 一位或多位第一代總監獲得達成後第4個月時，資深經營型領袖必須達到團隊銷售積分66,000分，包括個人銷售積分3,300分。

■ 總監以上的位階

對於註冊參加嘉康利全球大使計劃的經營型領袖而言，第一代經營型領袖在國外市場的銷售積分得適用於資深總監以上的位階規定。同理，組織銷售積分包括本說明書定義章節中說明之國外市場（中國除外）銷售積分。

■ 資深總監

欲符合為資深總監資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分66,000分；
- 一位合格的第一代經營型領袖

■ 執行總監

欲符合為執行總監資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分66,000分；
- 2位合格的第一代經營型領袖

■ 資深執行總監

欲符合為資深執行總監資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分66,000分；
- 3位合格的第一代經營型領袖；且
- 每月組織銷售積分528,000分

■ 領導總監

欲符合為領導總監資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分66,000分；
- 4位合格的第一代經營型領袖；且每月組織銷售積分1,000,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 資深領導總監

欲符合為資深領導總監資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分33,000分；
- 5位合格的第一代經營型領袖；且
- 每月組織銷售積分2,000,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 董事

欲符合為董事資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分33,000分；
- 6位合格的第一代經營型領袖；且
- 每月組織銷售積分3,300,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 資深董事

欲符合為資深董事資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分33,000分；
- 7位合格的第一代經營型領袖；且
- 每月組織銷售積分5,000,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 執行董事

欲符合為執行董事資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分33,000分；
- 8位合格的第一代經營型領袖；且
- 每月組織銷售積分7,500,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 總裁董事

欲符合為總裁董事資格，須達成下列規定：

- 個人銷售積分3,300分；
- 團隊銷售積分33,000分；
- 10位合格的第一代經營型領袖；且每月組織銷售積分10,000,000分，但最大組織線的銷售積分不得超過50%

■ 達成資深總監以上位階

達到這些位階的嘉康利直銷商將可獲得嘉康利台灣分公司獎金計劃規定之禮遇並應負相對責任。達到資格的候選人須經嘉康利台灣分公司評估是以具備下列特質：

- 對嘉康利展現忠誠度；
- 展現與提供該位階必須具備的優異領導才能與服務。

在維持前述資格時，資深總監或更高位階者絕不可經營其他直銷業務或擔任其他直銷公司之直銷商、員工或顧問。

第2章

獎金分配與計算

銷售積分是評估資格與計算獎金的基準

團隊分紅 Personal Group Bonus, PGB

欲符合領取獎金資格，個人銷售積分須達3,300分。根據下列比例支付團隊分紅：

團隊分紅		
位階	團隊銷售積分	團隊分紅
直銷商-2	10,000	8%
直銷商-3	20,000	12%
直銷商-4	40,000	16%
經營型領袖	66,000	20%

具全球大使資格的直銷商當達成總監以上位階時，有資格獲得其個人團隊在國外市場的團隊分紅（中國市場除外）。支付的獎金將以其台灣個人團隊銷售積分為基準，按直銷商符合的百分比計算，再扣減已向下線支付的任何獎金。

活躍總監分紅 Active Director Bonus 1%

每月台灣市場總銷售積分，提撥1%，以作為活躍總監之獎勵。

連續2個月達成團隊積分66,000，並僅領取團隊分紅20%者，可參與分紅，但不可連續領取超過12個月。

活躍總監分紅採合格者均分。

* 嘉康利公司針對活躍總監分紅保留所有權利，適時檢討做出必須之調整以符合獎金分配之合理、公平原則。

組織代數獎金 Generational Bonus

經營型領袖須符合獲得位階的全部規定，包括個人銷售積分、團隊銷售積分、組織銷售積分和第一代經營型領袖計算規定，才可獲得該位階的「分紅」，並有資格獲得該位階的組織代數獎金。

本項團隊銷售積分規定會依經營型領袖的位階而改變。為獲得20%水準的個人團隊分紅，經營型領袖必須達成其位階規定應有之團隊銷售積分。

當經營型領袖參加嘉康利全球大使計劃時，經營型領袖將以其在國外的銷售積分為準，按照以上的嘉康利台灣分公司組織代數獎金表獲得獎金。

如經營型領袖未盡其領導責任時，嘉康利保留權利得扣留因任何下線經營型領袖而向其支付之部分或全部組織代數獎金。如擔任嘉康利領導位階者，未盡其應盡責任時，得適用其他救濟措施，包括按營業政策章節規定撤除位階或終止關係。

經嘉康利審核，如獎金被扣留的經營型領袖仍有過期之應收帳款，獎金便不會再向任何上線經營型領袖發放分派。

組織代數獎金

位階	第1代	第2代	第3代	第4代	第5代	第6代
資深總監	6%					
執行總監	6%	6%				
資深執行總監	6%	6%	5%			
領導總監	6%	6%	5%	5%		
資深領導總監	6%	6%	5%	5%	4%	
董事	6%	6%	5%	5%	4%	4%
資深董事	6%	6%	5%	5%	4%	4%
執行董事	6%	6%	5%	5%	4%	4%
總裁董事	6%	6%	5%	5%	4%	4%

總裁董事分紅 Presidential Master Bonus

當總裁董事底下擁有總裁董事下線時，將可開始領取1%總裁董事分紅。

1%總裁董事分紅根據該組織積分給付，最多可領取2代總裁董事下線。直到創造另一條總裁董事下線。

無限代獎金 Infinity Bonus

當經營型領袖達到資深董事或更高位階時，除組織代數獎金外，經營型領袖亦有資格可領取無限代獎金。無限代獎金是不同的獎金類型，是按總銷售積分不分代數向下支付到具有同樣或更高位階之經營型領袖及該經營型領袖之下線。如下線經營型領袖亦有資格獲得無限代獎金時，向上線經營型領袖支付的無限代獎金便會扣減下線經營型領袖支付的金額。

經營型領袖須符合其分紅位階之全部規定，才能領取無限代獎金。無限代獎金將依照下列方式支付：

無限代獎金表

位階分紅	無限代獎金%
資深董事	1%
執行董事	2%
總裁董事	3%

參加嘉康利全球大使計劃的經營型領袖唯有在國外獎金計劃亦包括無限代獎金時，才可以國外的銷售積分為基準，按以上的嘉康利台灣分公司無限代獎金表獲得無限代獎金。

特別加碼獎金 Title Bonus

1. 直銷商自加入日次月，必須連續三個月達成並晉升總監位階以上，即取得日後獲取特別加碼獎金之資格。
2. 當直銷商達成資深總監以上之資格、且同時符合以下條件，即可獲得單次性的特別加碼獎金。
3. 特別加碼獎金將於合格後，次次月發出。
4. 如是跳階合格晉升，該直銷商即可重疊領取相關特別加碼獎金。
5. 特別加碼獎金係一次性之獎金，嘉康利公司會考量市場營運情況、物價指數、成本變動等等因素，做適時合理之調整。
6. 特別加碼獎金考核期內，不得使用緩衝資格。

位階	考核期（月）	特別加碼獎金
資深總監	+1	NT\$25,000
執行總監	+1	NT\$50,000
資深執行總監	+1	NT\$125,000
領導總監	+2	NT\$175,000
資深領導總監	+2	NT\$250,000
董事	+2	NT\$400,000
資深董事	+3	NT\$600,000
執行董事	+3	NT\$800,000
總裁董事	+3	NT\$1,200,000

第3章 營業政策

一般銷售政策

嘉康利直接向全體嘉康利直銷商銷售公司產品。直接向嘉康利訂購產品時，嘉康利會在相關帳戶中記錄銷售積分。

嘉康利直銷商不能以臨時變更地址方式，從嘉康利台灣分公司直接把產品銷售或運送給在其個人團隊以外獲推薦的嘉康利直銷商，同時嘉康利直銷商亦不可以其他嘉康利直銷商的名義下訂單。

所有嘉康利直銷商均可自由將產品銷售給未經推薦加入嘉康利之任何零售顧客，即使有其他嘉康利直銷商向同一位顧客供貨時亦不受限制。

進出口政策

嘉康利台灣分公司產品的設計、製造與標示均特別遵守台灣法規，其設計或標示並未必符合其他國家法律規定。同理，依據其他國家法律設計、製造與標示的嘉康利產品亦未必符合台灣法規。因此，嘉康利直銷商不可直接或間接出口嘉康利產品至其他國家轉售，任何嘉康利直銷商均不可直接或間接自其他國家進口嘉康利產品至台灣轉售。

但嘉康利直銷商得向其他國家之消費者買家銷售與運送嘉康利產品，但僅供消費者買家個人使用且不得向其他人轉售。

退費與退換貨辦法

■ 嘉康利產品滿意保證

如消費者購買產品30天內對產品感到不滿意，嘉康利直銷商應立即退還個人使用之產品之銷售金額，以履行嘉康利產品滿意保證規定。（嘉康利保證不適用於購買供轉售之產品。請參閱下文庫存退貨說明。）部份於嘉康利台灣分公司出版品中標示的產品可能會有不同的擔保規定，並不適用嘉康利產品滿意保證。

嘉康利直銷商應向其顧客全額退還買價。直銷商應負擔向嘉康利台灣分公司運送該退換貨之費用。嘉康利台灣分公司將迅速向按照本項政策退款之任何直銷商妥當替換退貨產品。如直銷商未遵守嘉康利台灣分公司之產品滿意保證規定與退款政策，因而要求嘉康利台灣分公司負責退款，則退款金額與處理費便會列入嘉康利直銷商的帳戶中。

■ 庫存退貨

為取得庫存退貨的退款（而非嘉康利保證規定所指的消費者退款），嘉康利直銷商必須放棄其直銷權。嘉康利台灣分公司將接受退出直銷商的退貨庫存，但其產品需符合以下條件：

- 良好可銷售狀態。有保存期限的退貨產品不可超過產品保存期限。產品購買時間必須在退貨日期前一年內。
- 辦理退貨之物品，應未開封，且附有原標籤。
- 標籤上清楚可見印刷的保存期限（如商品有保存期限），且期限達有效日期6個月以上。

嘉康利將自退款中扣除向退出直銷商支付之退貨庫存佣金。

■ 直銷商退換貨辦法，詳如下表：

1	自發票日起 30天內退 換貨	0%	100%	●退換貨之產品 ●原購貨之發票 ●退換貨申請書 ●退換貨折讓單 填妥蓋章
2	自發票日起 180天內退 換貨	10%	90%	如上述部份

注意事項：

- 1、一般換貨只接受等值產品（同等或以上金額及PV）並收取手續費NT\$150，唯有直銷商退出退貨，方可辦理退款，且不收任何手續費。
- 2、符合下列任一條件時，則無法申請退換貨：
 - 經拆封使用之產品
 - 外包裝不良
 - 已過期或無再販售可能性之產品
 - 保存條件嚴謹之產品（如VIVIX維可適營養液）
 - 其他經特別公告，不接受退換貨之產品
- 3、辦理退換貨時，申請者應以書面備齊所有單據及證件，本公司始接受該申請，如因單據及證件不齊而導致申辦時間延遲，申請者將承擔該延遲之所有損失及責任。
- 4、凡發現利用新發票卻以舊物品來申請退換貨者，經本公司認定該直銷商為明顯背信行為，本公司將逕行停止其直銷權之處份，且不接受該直銷商之任何退換貨申請。凡未得到直銷商當事人之書面同意，即擅自代替該直銷商為申請退換貨者，本公司認定該代辦直銷商為明顯偽造行為，本公司將逕行停止其直銷權之處份。
- 5、本公司產品出貨時已實施嚴格品質管理，如有發現因運送時所產生之外觀損壞時，請於到貨7日內提出申請，逾時即不再受理。
- 6、如欲退貨之商品或訂單曾經參加考核或獎勵活動時，則退貨時需追回或補償當時因考核或獎勵活動支出之金額。

■ 直銷商解除或終止直銷商契約之加入費用退款辦法：

1	自簽約日(即取得直銷商ID號碼)起30天內解除、終止直銷權退款	0%	100%	●退貨之產品 ●退貨申請書 ●退貨折讓單填妥蓋章
2	於簽約日(即取得直銷商ID號碼)30天後終止直銷權退款	10%	90%	如上述部份

注意事項：

1. 直銷商解除或終止直銷商契約之退貨不收任何手續費，並於30天內退款。
2. 開封使用之商品，簽約日30天後終止直銷權，直銷商所持有商品自可提領之日起算已逾六個月者，均不予買回。
3. 直銷商解除或終止契約時，美商嘉康利股份有限公司台灣分公司，不會向直銷商請求因契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

■ 費用與收費

當嘉康利直銷商之應收帳款餘額超過領取紅利獎金時，超出應收帳戶餘額的部分便會轉入次月，且嘉康利就該帳戶將對到期未付金額加計新台幣50元之費用或法律規定之上限金額（以較低者為準）。

■ 直銷規定

嘉康利事業機會、產品與商標均特別為直銷行為而設計。嘉康利直銷商不得在電視、廣播、電腦告示板（如CompuServe、網際網路等）、電子購物商場、電子販賣亭或類似媒體環境中做廣告。但與嘉康利台灣分公司簽訂

協議得使用嘉康利台灣分公司提供之標準制式網頁的嘉康利直銷商，得在其個人網站中推廣其業務，但應遵守本章網路業務小節所訂的原則。

■ 專屬嘉康利訓練中心

嘉康利直銷商得按下列規定選擇建立一間嘉康利直銷商自辦訓練中心：

- 嘉康利直銷商自辦訓練中心必須以辦公室型式呈現，必須專用於推廣嘉康利業務（不得陳列任何其他產品）。台端得於室內陳列展示嘉康利產品，但擺置方式必須為外人無法從外面直接看到商品陳列。
- 在台端所設中心內，台端得向參加嘉康利銷售會議的對象銷售嘉康利產品，亦可向參加該中心舉行訓練課程之學員銷售產品。
- 經嘉康利台灣分公司事前書面同意後，台端得在訓練中心外部放置經核准之嘉康利招牌（須由台端自行製作購置），招牌上有獨立直銷商之標記（但不得展示其他招牌）。台端之招牌須遵守嘉康利台灣分公司所訂之任何規格，包括但不限於可使用之招牌尺寸。

■ 非專屬商業地點

非專用於嘉康利台灣分公司業務之商業場所不得做為訓練中心使用。台端之商業地點須遵守下列規定：

- 人員進出所經地區不得展示嘉康利台灣分公司產品（不包括使用中的產品），在該場所內外放置之招牌不應有嘉康利的營業名稱、商標或標記。
- 台端僅能與其他商業活動完全隔離的區域內才可在該商業場所中銷售嘉康利台灣分公司產品。

■ 其他地點

嘉康利直銷商得於商展、展覽會和類似場合展示並示範嘉康利台灣分公司產品，並傳佈嘉康利台灣分公司銷售文宣，但展示之樣貌須符合嘉康利台灣分公司之高品質形象。不可在這些地點向大眾銷售嘉康利台灣分公司產品，但可展示產品，亦可發送免費產品樣品。

■ 商業道德規範

嘉康利獨立直銷商有責任以合法與符合道德規範方式經營業務，以維護嘉康利產品與嘉康利計劃之聲譽。

以下重要規定即本政策內容，所有嘉康利獨立直銷商均應遵守：

除於本說明書、嘉康利台灣分公司出版品、產品說明手冊、標籤與（或）相關資料中准許者之外，不得進行不實之產品訴求。

嘉康利直銷商有義務熟悉並遵守目前有效之獎金計劃規定（如本說明書概述），以及在嘉康利台灣分公司出版品中公佈之其他現行政策。

■ 非核准之訴求與行為

非核准之訴求包括用來推廣嘉康利產品或嘉康利事業機會但未經嘉康利台灣分公司公佈之產品訴求、使用說明與獎金計劃條款或內容與其不一致之任何口頭聲明、印刷品或電子資料、或語音或影像記錄。

嘉康利直銷商不得為非核准之訴求而表示嘉康利營養補充食品或個人護理產品及保養品有助於任何疾病或健康相關症狀之治療或治癒，亦不得宣稱表示嘉康利台灣分公司產品適合用來治療任何病痛。

嘉康利直銷商不得發表任何聲明貶低或以任何方式傷害嘉康利或嘉康利產品之聲譽。

非核准獎金計劃行為或歪曲獎金計劃內容，例如誇大收入之宣傳並鼓勵先付費用等，均為絕對禁止之行為。先付費用即鼓勵新加入或經驗不足的嘉康利直銷商買超出其於合理期間合理預期可銷售數量的產品存貨。台端為收益宣傳時，必須以最近一年或嘉康利台灣分公司公佈之其他期間的數據，按順序說明平均年度收益，以及嘉康利台灣分公司得隨時公佈以證實收入機會的任何其他資料。

嘉康利禁止支付「獵人頭」費用的行為。此為當某人或公司行號所介紹人員加入嘉康利或取得嘉康利特定代數時，由嘉康利直銷商向該人或公司行號支付的金錢報酬。嘉康利獎金計劃規定所有獎金的最終依據均為銷售嘉康利產品而來，而付費協助招攬任何人均違反本政策規定。

嘉康利不會審閱或核准由嘉康利直銷商自行製作準備的文宣。因此，直銷商自己印製的文宣材料或聲明中，不得表示或暗示已獲得嘉康利之核准或背書。

嘉康利直銷商不得銷售已受損、重製或超過保存期限的產品。

若於嘉康利直銷商自行舉行的會議中，其邀請之演講者（包括醫生或其他健康保健專業人員）做出未經核准之宣傳時，嘉康利直銷商應自行負起責任。

嘉康利直銷商不得暗示或聲稱目前由嘉康利台灣分公司提供之產品與服務會附加其他新增的產品或服務，亦不得表示獎金計劃將會改良，或特定領域或區域即將開放或加入嘉康利台灣分公司營運之領域，除非前述變更或事件是已於嘉康利台灣分公司正式刊物中宣布的消息。

嘉康利直銷商不得為任何聲明表示獎金計劃或任何嘉康利台灣分公司產品已由任何政府機構核准或背書。

■ 產品責任險

嘉康利台灣分公司提供嘉康利直銷商賠償與辯護保障，使其不受因產品售後嘉康利產品自身瑕疵而引起之意外傷害或財產損害訴訟所累。但如 台端有下列情事，嘉康利產品責任險即無法對 台端提供保障：

- 做出嘉康利台灣分公司未於目前公司刊物、公司文宣或產品標籤上核准之聲明或保證。
- 發送非由嘉康利台灣分公司印行，非目前使用，或宣導與產品相關但未經核准之宣傳或使用之產品銷售文宣或輔助銷售資料。(嘉康利台灣分公司不會核准由嘉康利直銷商撰寫或製作之文宣或輔助銷售資料。)
- 銷售重新包裝或自原容器中移出之產品或分送此等產品樣品。
- 對產品為任何物理或化學改變或變更其標籤。

■ 直銷商組織、會議、一般費用與訓練費用

嘉康利直銷商不得以任何有關嘉康利台灣分公司、其事業機會、其產品或行銷資料、服務或嘉康利台灣分公司產品訓練或行銷資料之任何一般資料、新聞信、服務、訓練研討會或資料而索取營利費用。

嘉康利直銷商不得向其他嘉康利直銷商收取參加任何計劃或組織的會費。

嘉康利直銷商不得向其他嘉康利直銷商表示會因購買未經嘉康利台灣分公司事前書面同意之

非嘉康利台灣分公司產品、事業機會或其他資料支付或實際向其支付獎金（如佣金或退佣金）。

嘉康利直銷商不得禁止或妨礙任何其他嘉康利直銷商參加嘉康利台灣分公司贊助的活動。

■ 資料提供及隱私保護

嘉康利直銷商提供與公司之資料須具真實性，不得有偽變造之情事。

嘉康利直銷商應妥適保護其它直銷商、會員或零售之消費者所提供之個人資料，且禁止不正當之利用。

不公平營業活動

■ 直銷公司

嘉康利直銷商不得以任何方式將其嘉康利業務與其他直銷公司之業務混合。此類之禁止行為包括：

- 向嘉康利直銷商宣傳其他直銷公司的產品。
- 招攬嘉康利直銷商加入其他直銷公司。
- 同時銷售嘉康利和非嘉康利產品。
- 以任何方式使用嘉康利名稱或會議以宣傳其他直銷公司的事業機會或產品。
- 此外，一旦嘉康利直銷商取得資深總監或以上位階時，這些經營型領袖即不得與任何其他直銷公司有任何關係，包括推薦任何人加入其他直銷公司或向任何人宣傳其他直銷公司的產品或事業機會。

■ 非直銷公司

嘉康利直銷商可自由銷售非直銷公司產品，但需遵守下列規定：

- 必須把嘉康利產品與文宣和非嘉康利物品加以區隔以免使不同公司的產品線和銷售文宣產生混淆情況。
- 嘉康利直銷商不可使用嘉康利之註冊營業名稱、商標、服務標章、嘉康利商譽、嘉康利經營型領袖地位、嘉康利銷售會議、嘉康利大會或與嘉康利有關之任何事物以推廣其他公司的產品或服務。

網路業務

嘉康利台灣分公司網路政策的宗旨是鼓勵負責專業地使用電子通訊方式讓全體嘉康利直銷商可維持公平的競爭空間，並確保遵守法律規範。

嘉康利直銷商在網路業務時須遵守本說明書的全部條款。以下額外條款特別適用於網路業務：

- 嘉康利直銷商必須根據台灣嘉康利分公司在嘉康利網站工具箱所提供的標準網頁來設計他們的網頁。網頁的設計需經過嘉康利台灣直銷商稽核部門的審核與同意。
- 嘉康利直銷商不得在嘉康利業務外使用嘉康利的商號名稱、產品名稱或商標。
- 嘉康利直銷商不得使用嘉康利的商號名稱、產品名稱或商標於：
 - 廣告看板或訊息留言版
 - 線上拍賣網站
 - 電子郵件地址內（分配給台端個人網站的電子郵件則不在此限，例如myhealth@shaklee.net）
 - 網站全球資源定位器、meta tag程式或其他網站定位器
 - 搜尋引擎上的廣告
 - 用以註冊任何網路平台或行動裝置應用程式（APP）之帳號
- 所有產品資訊必須在嘉康利直銷商的個人網站上，以連結或表格框架方式，使網路使用者得連結於嘉康利台灣分公司的網站。
- 嘉康利直銷商得在其個人網站上使用特定個人產品、創業機會見證與鼓勵等資訊，前提是該等資訊：
 - 反應產品或創業機會的誠實與平衡的真實個人經驗；

- 遵守說明內本節關於未經授權聲明與實務之各方面規定；
 - 沒有聲明所有的人都將擁有相同的經驗；與於見證資訊旁加註嘉康利台灣分公司接受的免責聲明。
 - 嘉康利直銷商不得在自己的網站上展示非個人的產品見證。
- 嘉康利直銷商的網站不得聲明，產品或計劃得在未經嘉康利台灣分公司同意的國家內銷售或進行。
 - 嘉康利直銷商的網站不應違反任何第三人的商標或版權。嘉康利直銷商同意賠償並豁免嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業與子公司、董事會董事、主管、員工與代理人因網站侵犯第三人智慧財產權所遭受的訴訟或索賠責任。
 - 嘉康利直銷商不得向無關聯的人士寄發未經請求的電子郵件（垃圾郵件）。
 - 嘉康利直銷商可根據其與嘉康利台灣分公司的合約規定，使自己的網站與其他網站相連結。直銷商的網站不得包含競爭對手或其產品的連結。
 - 嘉康利直銷商不得在其網站上宣傳、標示或提到嘉康利產品的價格，但建議的零售價格不在此限。
 - 嘉康利直銷商得向零售顧客提供嘉康利台灣分公司的產品，但必須遵守於下列規定：
 - 嘉康利直銷商得在其網站上顯示其電話號碼、傳真號碼、電子郵件地址、與/或嘉康利台灣分公司的電話號碼，以及索取顧客身份字號的指示。
 - 可以使用購物車。購物車僅限於嘉康利台灣分公司的產品，且必須註明嘉康利直銷商有權以任何理由拒絕交易的字句。
 - 嘉康利直銷商不得銷售或促銷包括嘉康利的商號名稱、產品名稱或商標的任何網站或網頁。
 - 嘉康利直銷商不得在其網路地址內使用可能會造成其他人相信其網站係由嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司所擁有的任何條款或標章；嘉康利直銷商也不得於網路地址內使用任何可能使公眾認為，購買產品係與嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司直接交易的詞彙、名稱或標誌。
 - 嘉康利保留其權利，得暫停或永久性終止任何違反本說明與/或網路規範的嘉康利直銷商網站的權利。嘉康利亦保留其權利，得反對、拒絕或要求直銷商取消其全球資源定位器或網域名稱。

廣告政策

嘉康利台灣分公司鼓勵嘉康利直銷商根據嘉康利台灣分公司隨時提供的適當規範來促銷嘉康利台灣分公司創業機會與產品。該等規範可以確保遵守關於宣傳嘉康利台灣分公司創業機會與產品的許多法律。不遵行這些規範可導致違反國家法律並損害嘉康利台灣分公司與嘉康利直銷商的名譽。這樣的違反行為將導致台灣嘉康利、其產品及其直銷商受到限制，且將引發負面的知名度與潛在的法律行為。

■ 使用嘉康利台灣分公司的版權材料

所有嘉康利台灣分公司的文獻、聲音檔、影像檔、網頁材料以及軟體，皆為嘉康利台灣分公司的版權產品。

只有當嘉康利台灣分公司特別同意使用某個資料時，或當嘉康利台灣分公司所發出的書面通知可特別許可資料的複製時，或當嘉康利台灣分公司事先發出書面同意時，嘉康利直銷商方得複製嘉康利的版權產品。

版權所有資料的複製，必須以完整且不做更改的方式為之。

台端經許可所複製的所有版權材料的副本必須也包括正本所示的版權所有字樣（例如，"2007 Shaklee (Asia) Inc., Taiwan Branch"）。

■ 直銷商創作的材料

嘉康利直銷商不得在嘉康利台灣分公司沒有事先同意前，使用自己或他人創作的任何宣傳資料（直銷商無須取得同意，便可以使用已經取得同意且無修改的材料）。

只有在已經取得嘉康利台灣分公司的同意下，直銷商方得使用嘉康利台灣分公司的商標、商號、圖案、名稱或服務標章。任何「盲」廣告（沒有提到嘉康利台灣分公司或其產品的廣告）所包含的聲明都可能違反這些政策。

招聘廣告不得暗示，嘉康利台灣分公司的創業機

會為有薪的職位、提供嘉康利台灣分公司的工作，保證一定的收入、利潤或利益；廣告內也不得對獎金計劃做出不實陳述。

■ 公司記錄

嘉康利直銷商不得為銷售、散發或個人的使用而複製嘉康利台灣分公司創作的任何聲音或影像檔案，但嘉康利台灣分公司發出書面同意者不在此限。

嘉康利直銷商不得為銷售或因個人或業務目的而複製嘉康利台灣分公司所贊助的任何的活動、演講或會議的聲音或影片記錄，但嘉康利台灣分公司發出書面同意者不在此限。

■ 產權名稱

嘉康利直銷商不得在沒有事先取得嘉康利台灣分公司的同意前，使用其商標、名稱、商號、圖案、服務標章、商品裝飾、員工名稱，或嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司所使用的特殊詞彙。這些名稱的不當使用將造成本說明的違約。

嘉康利直銷商不得透過申請專利、商標、網域名稱或版權，而取得嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司的任何名稱、商標、圖案、商號或服務標章的權利、所有權或利益。

當嘉康利台灣分公司更改或放棄其商號或標章時，嘉康利直銷商同意，將會隨之更改或停止使用該名稱或標章。

嘉康利直銷商有權要求使用嘉康利台灣分公司的名稱、或其獨立創作、非競爭促銷項目的商標、商號、或服務標章，包括但不限於：衣服、珠寶、印刷品、聲音檔、影像檔、及其相似產品。嘉康利台灣分公司得自行同意嘉康利直銷商得銷售取得同意的促銷產品、並向嘉康利直銷商收取銷售該促銷產品的權利金。

嘉康利台灣分公司保留其權力，得隨時取消直銷

商使用或顯示其商號、商標、服務標章或圖案的權利：

- 如不符合嘉康利台灣分公司關於風格與外觀的規定；
- 如嘉康利台灣分公司認為該使用將對嘉康利直銷商或嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司的名譽或利益造成負面影響或
- 如使用人不具嘉康利直銷商的資格。

■ 直銷商的電子郵件地址

為避免對嘉康利公司的網站造成混淆疑惑，「嘉康利」之註冊商標或其任何字形變化如"Shak"、"Shakl"、"Shakle"或"Shaq"不得包含在嘉康利直銷商的電子郵件地址內。

■ 媒體答覆

為確保資訊的正確與一致性，報紙或其他媒體的詢問牽涉到嘉康利台灣分公司、其產品或其創業機會時，嘉康利直銷商應將問題轉交給嘉康利台灣分公司的行銷部門。

■ 電子媒體的廣告

為維持嘉康利直銷商的公平競爭，嘉康利直銷商不得在沒有取得嘉康利台灣分公司的事先同意下，逕行在電視、電台或任何網路商業網站上刊登廣告，或利用其他電子媒體的廣告平台。

■ 自動撥號設計

嘉康利直銷商不得使用任何向外自動撥號的設計來促銷或招徠嘉康利台灣分公司的產品或創業機會。

■ 免付費電話

當嘉康利直銷商顯示免付費電話時，不得使用嘉康利台灣分公司的名稱、圖案或產品名稱，但得以「嘉康利台灣分公司獨立直銷商—【直銷商名稱】」的方式列出該號碼。

第 4 章

嘉康利直銷權政策

■ 直銷商的資格

欲在台灣申請成為合格的嘉康利直銷商，必須符合下列所有條件：

- 須年滿二十歲。十八歲以上未滿二十歲者，應事先取得法定代理人之書面同意，並附件於嘉康利直銷商申請書。
- 提出有效身份證明字號與證件。
- 購買「直銷商創業資料袋」。但無須事先購買產品。
- 填寫並簽署「嘉康利直銷商申請書」，親自送交或郵遞該申請書正本至嘉康利公司台灣分公司各服務中心。

嘉康利亦接受以公司行號形態的申請，以親自或郵遞方式申請，成為嘉康利的公司行號、合夥事業與有限公司形式的直銷商。

- 如為企業，須提供法人登記證編號。
- 如為公司行號事業單位，須提供事業名稱、地址、代表人的身份證件字號，以及董事長、主要公司主管、董事、合夥人與/或股東的簽名。
- 嘉康利台灣分公司得要求公司執照、商業登記證、公司章程、合夥人協議書、公司存續證明、或關於事業單位的其他相關資訊的副本，以保護嘉康利台灣分公司的利益。公司行號事業單位應保證，其為存續公司，且其事業或任何主管、董事、合夥人或股東皆不以嘉康利直銷商的名義行事，也不持有其他嘉康利直銷權的受益人利益。
- 另外，事業單位也同意，將賠償並豁免嘉康利台灣分公司因自身產品或服務以外的產品或服務所遭致的索賠責任。

一旦申請人簽署嘉康利直銷商申請書或嘉康利企業、合夥事業與有限公司形式的直銷商申請書，推薦人必須在30日內轉交給嘉康利台灣分

公司。

一旦申請書的資料進入嘉康利台灣分公司的直銷商資料庫，成為存續的直銷權後，且嘉康利台灣分公司向新的直銷商簽發直銷商身份編號後，該申請書便開始對嘉康利台灣分公司具約束效力。如嘉康利認為一項申請不符合嘉康利與/或嘉康利的最佳利益，則嘉康利保留其權利，得拒絕該申請。

■ 嘉康利直銷權的地位

每個嘉康利直銷商都屬於自僱者。作為獨立的生意人，嘉康利直銷商得自由以符合道德紀律的方式從事自認為最佳的業務經營，但仍須遵守嘉康利台灣分公司正式發行刊物所公佈的條件與責任限制。一個嘉康利直銷商有責任為直銷商自身的業務決定與開銷負責，並須遵守所有的相關法律與法規。

嘉康利直銷商為獨立的商人，並非嘉康利的員工，不得做出代表嘉康利的暗示，或表示屬於嘉康利台灣分公司、其母公司、關係企業或子公司的員工、加盟業者、合夥人、代理人或與嘉康利合資組成企業的任一方當事人。因為嘉康利直銷商為獨立商人，不具資格按勞工基準法、勞工健康保險法、勞工法規、或其他因成為嘉康利直銷商而適用的失業救濟計劃。

嘉康利不同意直銷權變更其地位，如該變更企圖規避本說明的任何條款責任。

■ 推薦者的位置

嘉康利直銷商，包括事業單位，在某一段時期內，不得接受一位以上的推薦。事業單位的受託人、董事、主管、合夥人或股東不得擁有額外的嘉康利直銷權。如欲變更其推薦體系，所有嘉康利直銷商必須遵守本說明內關於重組、退出等候期以及產權自動移轉的規定。

如嘉康利的檔案中顯示嘉康利直銷商接受重複推薦，在正常情況下第二個推薦檔案將被取

消，且嘉康利直銷商將被分配到最早的有效推薦紀錄的地位，無論位階是否不同。

以無效的重複記錄接受嘉康利直銷商推薦者，可在下列兩個選項中擇一：

- 1) 改到較早的有效紀錄的推薦線；或
- 2) 維持目前的推薦線。

直銷商不得於同一時間以直接或間接、或透過任何安排或設計，經營兩個不同推薦體系的嘉康利直銷權。

■ 變更直銷商狀態

婚姻：嘉康利的政策規定，丈夫與妻子不能持有不同的直銷權，必須在兩者中選擇其中之一的位置，並離開轉移配偶的推薦體制。如某些因素造成推薦組織線的爭議，嘉康利保留其權利，得獨立對個別案例做出決定。

離婚：當擁有經營型領袖位階或推薦體系的嘉康利直銷商離婚時，必須向嘉康利繳交任何法定判決或公證離婚協議書的經認證首頁、任何其他表示業務分割的文件的副本，以及離婚雙方當事人簽署的嘉康利婚姻解除表格，說明哪一位嘉康利直銷商將保留其位階，以及他們的第一代直銷實權如何分配。第一代直銷權將在推薦體系不受變更的情況下轉移。

■ 推薦人變更

嘉康利直銷商不得自原組織線移至另一組織線，除非其辦理直銷權退出，並超過退出等候期6個月，方可再重新被推薦。

■ 全球大使計劃

嘉康利台灣分公司向嘉康利直銷商提供創業機會，透過參與嘉康利的全球大使計劃，可以推薦特定國家的直銷商。

欲參加全球大使計劃，嘉康利直銷商必須先登記成為嘉康利全球大使，並簽署全球大使協議書。直銷商得在嘉康利台灣分公司指定為「開放」的國家進行推薦。

參加全球大使計劃的嘉康利直銷商必須記錄良好，遵守「嘉康利獨立直銷商權利與責任說明書」之相關約定、欲建立下線的該國的嘉康利獨立直銷商權利與責任說明書之相關約定，以及嘉康利台灣分公司關於全球大使計劃的政策。

■ 直銷商名單

嘉康利台灣分公司希望保護嘉康利直銷商與公司，不致遭受不當與不公平的競爭。嘉康利直銷商不得以任何方式複製全部或部份的直銷商名單、活動報告、推薦體系以及其他關於嘉康利的資訊（以下簡稱「名單」），無論該名單完整與否，應由嘉康利台灣分公司提供。名單具機密性質，且為嘉康利台灣分公司的財產。嘉康利台灣分公司已經擷取、編纂、整合以及維護目前的名單，花費相當時間、精力以及費用資源。無論是目前或未來形式的名單，或者隨時修正的名單，皆構成嘉康利台灣分公司所擁有的商業性有價財產以及商業機密，嘉康利直銷商必須予以保密。在沒有事先取得嘉康利台灣分公司的書面同意下，嘉康利直銷商不得洩漏該等名單予任何第三人，或使用該名單以履行本說明以外的義務或尋求嘉康利台灣分公司以外的利益。

●嘉康利台灣分公司得在符合當地法規與收費的情況下為嘉康利直銷商提供特殊的客製化名單。所提供的名單的每個部分將包含索求直銷商的特定資訊，直到該直銷商的下線體系。名單得以數種方式提供，包括但不限於，郵件、傳真以及藉由嘉康利台灣分公司的網站。推薦體系為嘉康利台灣分公司的直銷名單的一個環節，亦是嘉康利台灣分公司的保密資訊與商業機密。嘉康利台灣分公司得自行決定，拒絕提

供推薦體系予任何嘉康利直銷商。

- 名單的提供係為了嘉康利直銷商專屬與有限制的使用，以加強培訓支援並服務嘉康利直銷商的推薦體系，且僅限於促進直銷商的嘉康利事業。嘉康利直銷商同意，將在許可範圍內使用嘉康利台灣分公司的名單，該名單之使用將構成嘉康利直銷商與嘉康利台灣分公司間獨立並專屬的授權協議。
- 名單應永遠被視為嘉康利台灣分公司的專屬財產，且必須在嘉康利台灣分公司提出要求時歸還。索取名單的嘉康利直銷商同意：
 - 在許可範圍內使用名單，並僅用於促進嘉康利直銷業務的目的；
 - 保持名單的機密性，不會將全部或部分名單洩漏予任何第三人，包括但不限於，現任的嘉康利直銷商、競爭對手與一般大眾。在許可範圍以外的任何使用或名單之洩漏，將構成誤用、使用不當以及違反本說明，且可能對嘉康利台灣分公司造成無法彌補的傷害；
 - 如違反本節的任何部分，嘉康利直銷商將接獲禁制令，不得在相關的國家法律內使用名單，並應歸還嘉康利台灣分公司所有提供予嘉康利直銷商的現存名單；
 - 名單的誤用，無論有意或無意，皆為終止嘉康利直銷權利的理由，無論該誤用是否造成嘉康利台灣分公司或其他嘉康利直銷商不可彌補的傷害；
 - 本節義務在嘉康利直銷權遭終止後仍然有效。
- 嘉康利台灣分公司保留其權利，得在國家或當地法律許可的情況下，追討所有適宜的賠償，以保護其名單的產權以及嘉康利台灣分公司的商業機密。如追討失敗，並不構成該等權利的放棄。

■ 同意使用

嘉康利直銷商同意，嘉康利台灣分公司得在嘉康利台灣分公司的活動、促銷、或會議中，

使用直銷商的形像（包括但不限於，嘉康利直銷商的姓名、專業名稱、照片、見證、相貌、位階、職位、聲音、自傳、任何影像片段、錄影、錄音檔、紀錄、文章或訪問），以廣告、推廣或宣傳嘉康利台灣分公司，其產品或創業機會。如欲取消使用，嘉康利直銷商應在取消生效前30日，向嘉康利台灣分公司發出書面取消通知。

■ 遵守嘉康利的政策

嘉康利台灣分公司遵守所有與優良經營實務相關的法律與法規，以及直銷協會訂定的標準。嘉康利台灣分公司預期並堅持，其直銷商能遵守相同的商業準則。

嘉康利直銷商必須遵守本說明的現行條款：嘉康利台灣分公司的「商德約法」、「嘉康利直銷商申請書」、相關法律與法規，以及其他經嘉康利正式刊物公佈的現行政策，以確保其直銷商德品質。

嘉康利台灣分公司得視情況舉辦法規商德宣導講座，並要求嘉康利直銷商參加。

■ 違約處分

違約行為可能來自於不利於嘉康利的活動，包括下列任何情況：

- 違反嘉康利直銷商協議或嘉康利企業、合夥與有限公司形式之直銷商協議、權利與責任說明書之行為。
- 多層次傳銷管理法第十五條規定之違法行為：(1)以欺罔或引人錯誤之方法推廣、銷售商品或勞務及介紹他人參加傳銷組織。(2)假借多層次傳銷事業之名義或組織向他人募集資金。(3)以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。(4)以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。(5)從事違反多層次傳銷管理法、刑法或其他法規之傳銷活動。

- 違反本說明的規定。
- 無法按本說明及其他嘉康利正式刊物的規定，遵守經營級領袖的責任。
- 從事破壞嘉康利或嘉康利直銷商的名譽的行為，包括但不限於，犯罪行為。
- 在其他國家從事業務時，違反嘉康利於該國出版的正式刊物的規定。

對於違約之直銷商，嘉康利台灣分公司得審酌情節輕重採取口頭或書面告誡、要求其參加指定課程、暫停或取消一或多個位階、權利、利益，或獎金（包括組織代數獎金）、約定以及特殊獎勵等行動甚至終止其直銷權。直銷商如持續違反合約義務，公司最重得終止其直銷權。

以上措施並非包含於嘉康利台灣分公司的法定補償範圍之內，包括初級與永久的禁制令。嘉康利台灣分公司得豁免直銷商全部或部分之違約責任，但保留其權利，向直銷商或前直銷商索取任何因違反而衍生的開銷補償，包括法院費用與律師費。管轄法院與審理地點應為台北地方法院。

嘉康利台灣分公司致力於以公正的基礎執行本說明。然而，如嘉康利台灣分公司無法就某一位嘉康利直銷商行使本說明的條款，並不代表嘉康利台灣分公司放棄對該直銷商或其他直銷商行使該條款的權利。

■ 檢舉與申訴

嘉康利直銷商如發現其它直銷商有前列違約情事，得向嘉康利台灣分公司提出檢舉。（直銷商稽核部門信箱：tw-rules@shaklee.com）

檢舉格式不限，惟請詳細告知「人、事、時、地、物」，以便調查。有「明確的證物」，是最有效的檢舉。

嘉康利台灣分公司針對直銷商本身或其他直銷商可能違反法規或營業守則規範之活動進行調查時，直銷商應予以配合。

為審核並解決違約事宜而組成的嘉康利台灣分公司申訴審議委員會，將根據違約案件的個別情況事實加以判斷，尋求合適的違約處理方式。嘉康利台灣分公司對違規案件之處理均是為維護良好的經營秩序及規範直銷商之行為，非為滿足檢舉人之期待，亦不應視為對其他直銷商之責任或義務。

嘉康利直銷商得以書面信函向嘉康利台灣分公司直銷商稽核部門要求，請申訴審議委員會重複考慮嘉康利直銷商的錯誤決定，並說明該決定有誤的理由。嘉康利直銷商得以書面信函，向嘉康利台灣分公司的總經理提出對申訴審議委員會的決定的上訴，並說明該決定有誤的理由。

■ 嘉康利政策審核

嘉康利保留其權利，得以30日通知變更全部或部份說明書的內容，包括但不限於獎金計劃。所有本說明書的條款，包括獎金計劃，應以台灣的法律為準據法。如有相關嘉康利政策的爭議，且嘉康利認為政策的決定為必須，嘉康利的政策決定將為對全部當事人最終與有效的約束效力。

為防止舊有與持續的衝突可能會影響業務士氣，嘉康利通常將拒絕對直銷商所稱的違反本說明做出回應，如投訴日距離違反發生日超過兩年。任何投訴皆必須由第一手資料的持有人以書面方式轉交至嘉康利台灣分公司直銷商稽核部門。

第5章

直銷權終止

- 直銷商於訂約日起30天內，以書面通知解除或終止直銷商契約，嘉康利台灣分公司將於解除、終止合約生效後30天內，接受直銷商退貨之申請，受領直銷商返還之商品，嘉康利台灣公司並退還直銷商購買產品之價金，及其他加入時之費用。但嘉康利台灣分公司得扣除產品退還時可歸責於直銷商行為而生毀損滅失之價值，及應該進貨而對該直銷商之獎金或報酬。
- 直銷商於簽約30天之解除、終止期間經過後，仍可隨時以書面通知嘉康利台灣分公司終止合約。嘉康利台灣分公司將於終止合約生效後30天內，接受直銷商退貨之申請，嘉康利台灣分公司按直銷商原購價格90%，買回直銷商所持有之公司產品，但得扣除嘉康利台灣分公司已就該項交易對該直銷商給付之獎金或報酬。如取回產品價值有所減損時，並得扣除減損之價款。而直銷商所持有商品自可提領之日起算已逾六個月者，不得要求退貨。
- 直銷商依前開規定行使解除權或終止時，不需給付損害賠償及違約金。嘉康利台灣分公司不得向直銷商請求因合約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

嘉康利直銷商與嘉康利的關係得經下列程序終止：

- 退出；
- 不續約；
- 違約終止。

直銷權終止的嘉康利直銷商將失去所有關於其推薦體系的權利，且推薦體系的成員將在其相關的推薦線上往上移。直銷權終止時，所有其地位所附帶的權利、優惠以及利益亦告終止，包括在嘉康利的推薦權、獎金以及銷售嘉康利產品的授權以及使用嘉康利商標的權利。這些權利不得被轉讓。

■ 退出

如欲退出，嘉康利直銷商必須向嘉康利台灣分公司繳交書面通知，附上退出人的簽名以及希望保持活躍的直銷成員的姓名。

嘉康利將向退出的嘉康利直銷商寄發確認信，指定解約生效日期（信件副本將寄給該嘉康利直銷商登記在案的經營級領袖）。如經營級領袖退出，嘉康利將盡早向上線的經營級領袖發出通知。

如直銷權的成員違反本說明，嘉康利將不允許部分退出。

為退出與重新啟動的目的，先生與妻子將被視為一個直銷權，無論是否僅一位配偶成為嘉康利直銷商。如丈夫與妻子的團隊有成員退出，需要嘉康利台灣分公司直銷商稽核部門的審核與同意。

■ 退出後重新推薦

- 退出的直銷商不得在退出生效後6個月內重新推薦。
- 前任的經營級領袖，如退出前符合經營級領袖的資格超過1年，不得在其退出生效後6個月內重新推薦。
- 前任的經營級領袖，如退出前符合經營級領袖的資格不超過1年，不得在其退出生效後1年內重新推薦。
- 退出的直銷商，如欲重新開啟相同的推薦關係，經營級領袖得在沒有經過等候期的情況下，繳交新的嘉康利直銷商申請書，或嘉康利企業、合夥與有限公司形式的直銷商申請書。

嘉康利台灣分公司保留其權利，得向任何遭解約並從事嘉康利活動（包括協助其他直銷商從

事嘉康利業務)的嘉康利直銷商，或表示其身份為嘉康利直銷商，但實際上並無向嘉康利申請登記成為授權的直銷商，拒絕其在未來重新申請成為嘉康利直銷商的要求。

在退出或變更其推薦體系前，安排與/或同意直銷權從個人團隊轉移至其他團隊的經營級領袖將不會被允許重新推薦相同經營級領袖的前團隊成員所轉移進入的個人團隊。

如擁有執行總監或以上位階的直銷商因違約而遭解約，他同意將不會在其直銷權終止後6個月內，於任何嘉康利已經正式開放的市場進行競爭。本規定在契約終止後仍然有效。

■ 不續約而終止直銷權

嘉康利直銷商必須每年以繳交續約費新台幣300元的方式續約，且必須維持存續經營狀況；如經提出要求，需完成並交還續約表格。續約年費的到期日為直銷權生效日的週年日。嘉康利台灣分公司得從直銷商的帳戶中扣取續約費，但續約的責任在於嘉康利直銷商。如續約日到期時沒有續約，將暫時停止該直銷權。

沒有續約的嘉康利直銷商將被視為退出，且將比照已經退出的情況適用相同的等候期。

■ 違約終止

如因違約而有解除直銷權情事，嘉康利台灣分公司有權不接受該直銷商之任何退貨，並在沒有經嘉康利台灣分公司審核並取得同意前，嘉康利直銷商不得重新推薦。

第6章

事業單位

企業、合夥與有限公司（事業單位）得以嘉康利台灣分公司直銷商的身份從事推薦，並繳交嘉康利企業、合夥與有限公司形式的直銷商申請書。

嘉康利產品直銷事業單位的所有人、主管、合夥人與/或董事必須為直銷行為活躍的保證人（即，必須親自保證責任之履行）。事業單位推薦事業之地位僅限於配偶或活躍保證人。

經營嘉康利直銷業務的事業單位必須包括定居於台灣的活躍保證人。嘉康利建議，直銷商設立其事業單位前，先諮詢律師及稅務顧問。

嘉康利視每個包括事業單位的直銷權，在任何情況下皆為單一事業，無論其成員的數目多寡。

事業單位任何成員的行為將對所有其他成員及直銷事業本身具約束效力。嘉康利將向直銷權追討任何違反嘉康利直銷權契約條款的責任。

■ 現任直銷商結合成立事業單位

嘉康利直銷商有責任確保其公司章程或其他法定文件符合相關法律的規定。如本說明另有規定，嘉康利將不會審核、批准或簽署任何直銷協議。

申請人必須擁有公司登記編號（如適用），並在嘉康利提出要求時，提供該等文件，例如公司執照、事業登記證、公司章程、合夥人協議書以及公司存續證明。

向嘉康利台灣分公司繳交新台幣5千元的行政費用。

事業單位的預定成員，必須為相同推薦體系者，且在提出事業單位的申請前先申請重組，並獲得所有上線的簽名同意書，且該預定成員必須放棄原有直銷權。

嘉康利保留其權利，得拒絕其任何無法接受的事業單位的名稱。

■ 事業單位解散並轉移至個人直銷商身分如提出解散要求，事業單位必須：

- 向嘉康利繳交事業單位解散表格，包括所有直銷權登記在案的退出或現任直銷成員的簽名。

- 繳交新台幣5千元的轉移行政費用。

如超過一位的前任直銷成員欲維持活躍地位，必須註明：

- 將留任之前任第一代嘉康利直銷商；

- 僅一位前任成員得保留位階及附加利益。第一代的嘉康利直銷商將在推薦體系維持不變的情況下被轉移。

- 如欲從一事業單位中刪除成員，必須：向嘉康利繳交書面通知，在事業單位表格上註明成員刪除，並附上所有被刪除的成員的簽名。

■ 平行推薦線

當事業單位解散時，任何留任的配偶或活躍保證人將被分開進入平行推薦線，推薦地位直接在丈夫與妻子的前任體系或直銷事業下。

直銷的前任成員如欲放棄平行推薦線，欲以垂直方式在推薦線內進行重組，一個在另一個上，則必須向嘉康利提出放棄平行推薦線的申請。

如離開結合的直銷權為直銷成員的成年子女，平行推薦線將被自動放棄，且該成年子女將被垂直置於推薦線內，直接在父母的線下。除非成年子女組成丈夫與妻子的團隊，則將被移

動。除非繳交一份完整的重組申請書，他們不得帶走任何其他的嘉康利直銷商。

■ 特別審核

嘉康利保留其權利，得審核並決定具有領導總監位階或以上層級的直銷權的解散，成為本節的例外，以確保所有成員與嘉康利的權益。

如嘉康利登記在案的直銷權的前任成員不同意解散的條件，嘉康利將向法院申請命令或提出仲裁解決，以決定哪一位成員保留層級，以及如何分配第一代的嘉康利直銷商。

第7章

產權自動轉移效力

在沒有起草信託或遺囑的情況下，直銷權將自於最後的嘉康利直銷商死亡後終止（或者，在結合的直銷事業中，最後的活躍保證人）。

產權自動轉移效力需要詳盡的計劃。嘉康利建議 台端先尋求財務計劃律師的諮詢。

■ 產權自動轉移效力的選擇

藉由下列的選項，經營級領袖得確保持續的獎金收入以及避免推薦的終止。

- 添加一或多個活躍保證人到企業形式的直銷權，如第6章所解釋的結合的直銷權；
- 以遺囑進行轉讓；或
- 以信託進行轉讓。經營級領袖得在其有生之年轉讓直銷權至可撤銷的生平信託（意即，生命信託，或在經營級領袖的有生之年），經營級領袖為該信託的受益人。當經營級領袖死亡時，直銷權得被轉讓至一個遺囑信託（意即，在死亡時）。當經營級領袖的繼承人為未成年人，無法取得經營嘉康利直銷權時，遺囑信託是必要的，直到繼承人成年為止。

嘉康利將在直銷權的最後一位成員死亡時，參考遺囑信託。

■ 要求

透過信託或遺囑轉讓經營級領袖的直銷權需要完成下列手續：

- 信託或遺囑的設立者，於轉讓發生時（或者，在過世的經營級領袖的例子，在轉讓發生前的最近時間）必須為存續的經營級領袖。
- 遺囑信託或遺囑的受益人必須為一或多個下線或上線的嘉康利直銷商，且必須符合第5

章重組所規定的購買業務的資格，或為直銷權將被轉讓的經營級領袖（或身故經營級領袖）的配偶、子女；孫子女或手足。如遺囑的受益人為未成年人，則必須為其指定保管人或監護人，直到受益人成年為止。保管人或監護人可由任何成年人擔任。生平信託的受益人必須為計劃轉讓其業務的經營級領袖。

- 信託的期限、保管人或監護人不應為永久性質，且不應持續超過得以保護無法合法以自身名義行使權利的受益人利益的日期，例如，需要在業務事宜上需要協助的未成年人或無執行能力人。
- 信託文件必須禁止受益人轉移任何利益於信託。
- 信託之主體應以嘉康利直銷權為限。
- 信託人必須為個人或企業。
- 符合資格的嘉康利的繼承人、受益人、信託人、保管人或監護人必須為嘉康利的直銷商，並在信託設立人身故後60日內經營直銷事業。嘉康利保留其權利，得在本期間內保留所有分紅。
- 轉讓時，個別繼承人、受益人、信託、保管人或監護人必須符合嘉康利直銷商如第4章直銷權政策所規定的資格要求，並同意履行所有嘉康利經營級領袖於本說明所指定以及其他嘉康利正式刊物隨時修訂的義務與責任，
- 繼承人、受益人、信託、保管人或監護人不得在指定的期間內擁有超過一個推薦位置（下列特定情況下除外）。如繼承人、受益人、信託、保管人或監護人在經營級領袖轉讓人身故時，已經成為嘉康利直銷商，該繼承人、受益人、信託、保管人或監護人必須

在 30 日內以書面告知嘉康利其推薦位置的選擇。其他推薦團隊將在推薦線上升級。如沒有該等通知，嘉康利將選任適宜的推薦位置。

- 經營級領袖不得以信託或遺囑轉讓低於該領導人於嘉康利直銷權的全部利益。如指定超過一位受益人或繼承人，所有被指定者必須接收相等的嘉康利直銷權利益。
- 嘉康利保留其權益，得在轉移信託的資格後，決定繼承人或受益人的所有權以及之前所批准的獎勵優惠。
- 如直銷權的最後成員身故後，其遺留下來的子女為未成年人，嘉康利將在下列情況下，允許監護人成為其他推薦位置的經營級領袖：
 - 直銷權人與監護人間事先訂有書面協議，規範嘉康利業務的持續，以及子女未成年期間分紅的處理。
 - 監護權必須在未成年滿 18 歲前開始，於其中一名子女年滿 25 歲時終止。
 - 兩個直銷權必須分開經營，監護人不得以任何方式將之混淆。

■ 信託或遺囑的登記

在設立信託的情況下：

- 於轉讓嘉康利直銷權予信託前，信託人必須簽署並填寫信託申請書。
- 申請書必須附上信託文件的副本，且信託人必須在做出條款的變更後 30 日內，向嘉康利台灣分公司提出任何修訂版本或其他修改的文件。

- 當授予人（信託設立人）死亡時，嘉康利台灣分公司必須取得一份死亡證明書的副本。嘉康利台灣分公司亦將接受具一般流通量的報紙所刊登的訃文，或家庭成員所發出的死亡通知信函。

- 申請時，需繳交新台幣 5 千元的行政費用。

■ 在設立遺囑的情況下：

- 遺囑設立人得在遺囑登記申請書中附上遺囑的副本，或者，受益人得在死亡時提供該副本。如申請書附上遺囑，遺囑設立人必須立即向嘉康利台灣分公司提出任何修訂版本或其他修改的文件。

- 申請時，需繳交新台幣 5 千元的行政費用。

■ 沒有進行產權自動轉移計劃

如果沒有向嘉康利台灣分公司提出信託或遺囑的申請，嘉康利直銷權將在直銷權的最後成員身故後終止，且嘉康利直銷權推薦體制的成員將在推薦線上升級。

然而，如果沒有按照本章的規定行事，經營級領袖的個人代表得於經營級領袖身故後 90 日內，將直銷權賣給嘉康利直銷商，作為第五章買/賣條款所規定的重組。

如直銷商成員與嘉康利就信託或遺囑事宜互有爭議，在沒有管轄權法院發出命令的情況下，嘉康利保留其權利，得解決該爭議，且嘉康利的決定具有爭議的最終約束效力。

第 8 章

附 錄

【附錄一】多層次傳銷管理法

※中華民國一百零三年一月二十九日總統華總一義字第 10300013741 號令制定公布；並自公布日施行

第 一 章 總 則

■ 第一條

為健全多層次傳銷之交易秩序，保護傳銷商權益，特制定本法。

■ 第二條

本法所稱主管機關為公平交易委員會。

■ 第三條

本法所稱多層次傳銷，指透過傳銷商介紹他人參加，建立多層級組織以推廣、銷售商品或服務之行銷方式。

■ 第四條

本法所稱多層次傳銷事業，指統籌規劃或實施前條傳銷行為之公司、工商行號、團體或個人。

外國多層次傳銷事業之傳銷商或第三人，引進或實施該事業之多層次傳銷計畫或組織者，視為前項之多層次傳銷事業。

■ 第五條

本法所稱傳銷商，指參加多層次傳銷事業，推廣、銷售商品或服務，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益，並得介紹他人參加及因被介紹之人為推廣、銷售商品或服務，或介紹他人參加，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者。

與多層次傳銷事業約定，於一定條件成就後，始取得推廣、銷售商品或服務，及介紹他人參加之資格者，自約定時起，視為前項之傳銷商。

第 二 章 多層次傳銷事業之報備

■ 第六條

多層次傳銷事業於開始實施多層次傳銷行為前，應檢具載明下列事項之文件、資料，向主管機關

報備：

一、多層次傳銷事業基本資料及營業所。

二、傳銷制度及傳銷商參加條件。

三、擬與傳銷商簽定之參加契約內容。

四、商品或服務之品項、價格及來源。

五、其他法規定有商品或服務之行銷方式或須經目的事業主管機關許可始得推廣或銷售之規定者，其行銷方式合於該法規或取得目的事業主管機關許可之證明。

六、多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。

七、其他經主管機關指定之事項。

多層次傳銷事業未依前項規定檢具文件、資料，主管機關得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

■ 第七條

多層次傳銷事業報備文件、資料所載內容有變更，除下列情形外，應事先報備：

一、前條第一項第一款事業基本資料，除事業名稱變更外，無須報備。

二、事業名稱應於變生效後十五日內報備。多層次傳銷事業未依前項規定變更報備，主管機關認有必要時，得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未變更報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

■ 第八條

前二條報備之方式及格式，由主管機關定之。

■ 第九條（報備名單及重要動態資訊之公告）
多層次傳銷事業停止實施多層次傳銷行為者，應於停止前以書面向主管機關報備，並於其各營業所公告傳銷商得依參加契約向多層次傳銷事業主張退貨之權益。

第 三 章 多層次傳銷行為之實施

■ 第十條
多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織前，應告知下列事項，不得有隱瞞、虛偽不實或引人錯誤之表示：

- 一、多層次傳銷事業之資本額及營業額。
- 二、傳銷制度及傳銷商參加條件。
- 三、多層次傳銷相關法令。
- 四、傳銷商應負之義務與負擔、退出計畫或組織之條件及因退出而生之權利義務。
- 五、商品或服務有關事項。
- 六、多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。
- 七、其他經主管機關指定之事項。
傳銷商介紹他人參加時，不得就前項事項為虛偽不實或引人錯誤之表示。

■ 第十一條
多層次傳銷事業或傳銷商以廣告或其他方法招募傳銷商時，應表明係從事多層次傳銷行為，並不得以招募員工或假借其他名義之方式為之。

■ 第十二條
多層次傳銷事業或傳銷商以成功案例之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加時，就該等

案例進行期間、獲得利益及發展歷程等事實作示範者，不得有虛偽不實或引人錯誤之表示。

■ 第十三條
多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織時，應與傳銷商締結書面參加契約，並交付契約正本。前項之書面，不得以電子文件為之。

■ 第十四條
前條參加契約之內容，應包括下列事項：

- 一、第十條第一項第二款至第七款所定事項。
- 二、傳銷商違約事由及處理方式。
- 三、第二十條至第二十二條所定權利義務事項或更有利於傳銷商之約定。
- 四、解除或終止契約係因傳銷商違反營運規章或計畫、有第十五條第一項特定違約事由或其他可歸責於傳銷商之事由者，傳銷商提出退貨之處理方式。

五、契約如訂有參加期限者，其續約之條件及處理方式。

■ 第十五條
多層次傳銷事業應將下列事項列為傳銷商違約事由，並訂定能有效制止之處理方式：

- 一、以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加傳銷組織。
- 二、假借多層次傳銷事業之名義向他人募集資金。
- 三、以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。
- 四、以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。

五、違反本法、刑法或其他法規之傳銷活動。
多層次傳銷事業應確實執行前項所定之處理方式。

■ 第十六條

多層次傳銷事業不得招募無行為能力人為傳銷商。
多層次傳銷事業招募限制行為能力人為傳銷商者，應事先取得該限制行為能力人之法定代理人書面允許，並附於參加契約。

前項之書面，不得以電子文件為之。

■ 第十七條

多層次傳銷事業應於每年五月底前將上年度傳銷營運業務之資產負債表、損益表，備置於其主要營業所。

多層次傳銷事業資本額達公司法第二十條第二項所定數額或其上年度傳銷營運業務之營業額達主管機關所定數額以上者，前項財務報表應經會計師查核簽證。

傳銷商得向所屬之多層次傳銷事業查閱第一項財務報表。多層次傳銷事業非有正當理由，不得拒絕。

■ 第十八條

多層次傳銷事業，應使其傳銷商之收入來源以合理市價推廣、銷售商品或服務為主，不得以介紹他人參加為主要收入來源。

■ 第十九條

多層次傳銷事業不得為下列行為：

一、以訓練、講習、聯誼、開會、晉階或其他名義，要求傳銷商繳納與成本顯不相當之費用。

二、要求傳銷商繳納顯屬不當之保證金、違約金或其他費用。

三、促使傳銷商購買顯非一般人能於短期內售罄之商品數量。但約定於商品轉售後支付貨款者，

不在此限。

四、以違背其傳銷計畫或組織之方式，對特定人給予優惠待遇，致減損其他傳銷商之利益。

五、不當促使傳銷商購買或使其擁有二個以上推廣多層級組織之權利。

六、其他要求傳銷商負擔顯失公平之義務。傳銷商於其介紹參加之人，亦不得為前項第一款至第三款、第五款及第六款之行為。

第 四 章 解除契約及終止契約

■ 第二十條

傳銷商得自訂約日起算三十日內，以書面通知多層次傳銷事業解除或終止契約。

多層次傳銷事業應於契約解除或終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請、受領傳銷商送回之商品，並返還傳銷商購買退貨商品所付價金及其他給付多層次傳銷事業之款項。

多層次傳銷事業依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除商品返還時因可歸責於傳銷商之事由致商品毀損滅失之價值，及因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

■ 第二十一條

傳銷商於前條第一項期間經過後，仍得隨時以書面終止契約，退出多層次傳銷計畫或組織，並要求退貨。但其所持有商品自可提領之日起算已逾六個月者，不得要求退貨。

多層次傳銷事業應於契約終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請，並以傳銷商原購價格百分之九十買回傳銷商所持有之商品。

多層次傳銷事業依前項規定買回傳銷商所持有之

商品時，得扣除因該項交易對該傳銷商給付之獎金或報酬。其取回商品之價值有減損者，亦得扣除減損之金額。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

■ 第二十二條

傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業不得向傳銷商請求因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

傳銷商品係由第三人提供者，傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業應依前二條規定辦理退貨及買回，並負擔傳銷商因該交易契約解除或終止所生之損害賠償或違約金。

■ 第二十三條

多層次傳銷事業及傳銷商不得以不當方式阻撓傳銷商依本法規定辦理退貨。

多層次傳銷事業不得於傳銷商解除或終止契約時，不當扣發其應得之佣金、獎金或其他經濟利益。

■ 第二十四條

本章關於商品之規定，除第二十一條第一項但書外，於服務之情形準用之。

第 五 章 業 務 檢 查 及 裁 處 程 序

■ 第二十五條

多層次傳銷事業應按月記載其在中華民國境內之組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況，並將該資料備置於主要營業所供主管機關查核。

前項資料，保存期限為五年；停止多層次傳銷業務者，其資料之保存亦同。

■ 第二十六條

主管機關得隨時派員檢查或限期令多層次傳銷事業依主管機關所定之方式及內容，提供及填報營運發展狀況資料，多層次傳銷事業不得規避、妨礙或拒絕。

■ 第二十七條

主管機關對於涉有違反本法規定者，得依檢舉或職權調查處理。

■ 第二十八條

主管機關依本法調查，得依下列程序進行：

一、通知當事人及關係人到場陳述意見。

二、通知當事人及關係人提出帳冊、文件及其他必要之資料或證物。

三、派員前往當事人及關係人之事務所、營業所或其他場所為必要之調查。依前項調查所得可為證據之物，主管機關得扣留之；其扣留範圍及期間，以供調查、檢驗、鑑定或其他為保全證據之目的所必要者為限。受調查者對於主管機關依第一項規定所為之調查，無正當理由不得規避、妨礙或拒絕。執行調查之人員依法執行公務時，應出示有關執行職務之證明文件；其未出示者，受調查者得拒絕之。

第 六 章 罰 則

■ 第二十九條

違反第十八條規定者，處行為人七年以下有期徒刑，得併科新臺幣一億元以下罰金。

法人之代表人、代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務違反第十八條規定者，除依前項規定處罰其行為人外，對該法人亦科處前項之罰金。

■ 第三十條

前條之處罰，其他法律有較重之規定者，從其規定。

■ 第三十一條

主管機關對於違反第十八條規定之多層次傳銷事業，得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。

■ 第三十二條

主管機關對於違反第六條第一項、第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上五百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上一十萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止；其情節重大者，並得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。前項規定，於違反依第二十四條準用第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，亦適用之。主管機關對於保護機構違反第三十八條第五項業務處理方式或監督管理事項者，依第一項規定處分。

■ 第三十三條

主管機關對於違反第十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上四百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

■ 第三十四條

主管機關對於違反第七條第一項、第九條至第十二條、第十三條第一項、第十四條、第十五條、第十七條、第十九條、第二十五條第一項或第二十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上一百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺

幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

■ 第三十五條

主管機關依第二十八條規定進行調查時，受調查者違反第二十八條第三項規定，主管機關得處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰；受調查者再經通知，無正當理由規避、妨礙或拒絕，主管機關得繼續通知調查，並按次處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰，至接受調查、到場陳述意見或提出有關帳冊、文件等資料或證物為止。

第 七 章 附 則**■ 第三十六條**

非屬公平交易法第八條所定多層次傳銷事業，於本法施行前已從事多層次傳銷業務者，應於本法施行後三個月內依第六條規定向主管機關報備；屆期未報備者，以違反第六條第一項規定論處。

前項多層次傳銷事業應於本法施行後六個月內依第十三條第一項規定與本法施行前參加之傳銷商締結書面契約；屆期未完成者，以違反第十三條第一項規定論處。

本法施行前參加第一項多層次傳銷事業之傳銷商，得自本法施行之日起算至締結前項契約後三十日內，依第二十條、第二十二條、第二十四條之規定解除或終止契約，該期間經過後，亦得依第二十一條、第二十二條、第二十四條之規定終止契約。前項傳銷商於本法施行後終止契約者，關於第二十一條第一項但書所定期間，自本法施行之日起算。

■ 第三十七條

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業之報備文件、資料所載內容應配合第六條第一項規定修正，並於本法施行後二個月內向主管機關補正其應報備之文件、資料；屆期未補正者，以違反第七條第一項規定論處。

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事

業，應於本法施行後三個月內配合修正與原傳銷商締結之書面參加契約，以書面通知修改或增刪之處，並於其各營業所公告；屆期未以書面通知者，以違反第十三條第一項規定論處。

前項通知，傳銷商於一定期間未表示異議，視為同意。

■ 第三十八條

主管機關應指定經報備之多層次傳銷事業，捐助一定財產，設立保護機構，辦理完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商權益保障及爭議處理業務。

其捐助數額得抵充第二項保護基金及年費。

保護機構為辦理前項業務，得向完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商收取保護基金及年費，其收取方式及金額由主管機關定之。

完成報備之多層次傳銷事業未依前二項規定據實繳納者，以違反第三十二條第一項規定論處。依主管機關規定繳納保護基金及年費者，始得請求保護機構保護。保護機構之組織、任務、經費運用、業務處理方式及對其監督管理事項，由主管機關定之。

■ 第三十九條

自本法施行之日起，公平交易法有關多層次傳銷之規定，不再適用之。

■ 第四十條

本法施行細則，由主管機關定之。

■ 第四十一條

本法自公布日施行。

【附錄二】稅務須知

財政部於民國83年3月30日以台財稅字第831587237號函，核釋多層次直銷事業參加人銷售商品或提供勞務取得之所得課稅。美商嘉康利股份有限公司台灣分公司根據上述財政部函具體之規定，作扼要之說明如下：

■ 個人參加部分(個人直銷商)

1. 營業場所：

個人直銷商如無固定營業場所，可免辦營業登記，並免繳營業稅及營利事業所得稅，但必須在每年5月31日前就前一年度銷售產品或提供勞務所賺取之利益，得申報個人綜合所得稅。

2. 個人直銷商營利所得：

指個人直銷商銷售商品予消費者，所賺取之零售利潤。

3. 稽徵機關如何核定個人直銷商營利所得：

核實認定：由個人直銷商提供憑證，由稽徵機關核實認定。

註：依台北市國稅局(84)財北國稅審貳字第84051230號函規定「設置帳簿詳實記載進、出貨情形，以及開立收據(或出貨單)，應載明品名、數量、金額等，並經受買人簽認，以供查核。」

有進貨價格但無法提供憑證供認定：稽徵機關根據個人直銷商之進貨資料，按建議價格(參考價格)計算銷售額，再依一時貿易所得盈餘之純益率百分之六，核計個人營利所得(註一)。

無進貨價格且無法提供憑證供認定：稽徵機關參考個人直銷商進貨商品類別，依當年度各該業營利事業同業利潤標準之零售毛利核算之銷售價格計算銷售額，再依個人一時貿易所得盈餘之純益率百分之六，核計個人營利所得。

4. 佣金部份之申報個人綜合所得稅：

分為「佣金收入」及「其他收入」二項。

(1) 佣金收入

A. 定義：個人直銷商因其下層直銷商向直銷事業進貨或購進商品累積積分額(或金額)達一定標準，而自該事業取得之業績佣金或各種補助費，屬佣金收入。

B. 佣金收入所得額之計算：

能提供證明所得額之帳簿憑證者：佣金收入扣除直接必要費用後之餘額為所得額。未能提供證明所得額之帳簿憑證者：佣金收入扣除財政部核定各該年度經紀人費用率(註二)計算其必要費用後之餘額為所得額。

(2) 其他收入

個人直銷商因直接向直銷事業進貨或購進商品累積積分額(或金額)達一定標準，而自該事業取得之業績佣金或各種補助費。

■ 營利事業參加人部分(營利事業直銷商)

帳務處理

營利事業參加人除經銷直銷事業商品達一定標準而取得之報酬，按進貨折讓處理；因其推薦下層參加人向直銷事業購進產品達一定標準而取得之報酬或其下層直銷商向直銷事業購進商品達一定標準而取得之報酬，按佣金收入處理，並開立發票予直銷事業。

按擴大書面審核之純益率(註三)

營利事業直銷商兼具買賣業及經紀業性質，如適用擴大書面審核營利事業所得稅結算申報案件實施要點時，應依該要點第二點第二項規定，以主要業別(收入較高者)之純益率標準計算之。

按同業利潤標準(註四)

稅捐機關依同業利潤標準核定所得額時，則按各該業別適用之同業利潤標準辦理。

附註

財政部七十四年一月二十五日台財稅字第

11003號函規定，自本函發文之日起不再適用，本函發佈前已確定之案件不再適用。

註一：直銷參加人全年進貨累積金額在七萬元以下者，免按建議價格計算銷售額核計個人營利所得。

根據財政部八十七年八月六日台財稅第八七一九五七四〇一號函，多層次直銷事業的個人參加人，全年進貨退貨累積金額在七萬元以下者，免按建議價格計算銷售額核計個人營利所得。至全年進貨累積金額超過七萬元以上者，其所賺取的零售利潤，仍應由個人參加人自行舉證，依財政部函釋規定，除經查明其提供的憑證屬實者，可核實認定外，由稽徵機關計算其全部銷售額，按一時貿易的純益率百分之六，核計個人營利所得，予以歸戶課徵綜合所得稅。

財政部說明，有鑑於完全自用型之個人參加人其營利所得有限，若任何購進商品自行消費的數額均須由個人參加人負責舉證，於實務執行上確實不易；且直銷商品的種類繁多，耗用數量快慢不一，難以逐項訂定自用數量標準，故明訂以全年進貨金額七萬元為起徵點。

註二：年度經紀人費用率為20%

註三：係指全年營業收入淨額及非營業收入合計在新台幣三千萬元以下之營利事業，其年度結算申報，書表齊全，自行依法調整之純益率達一定標準以上並繳清稅款者，就其申報案件予以書面審核。

註四：係指營利事業依規定應提示相關帳簿憑證，其未提示或未依期限提示，稽徵機關得依該標準核定其所得額。

【附錄三】二代健保補充保險費扣繳辦法

單位如有給付民眾下列6項所得(或收入)時，即為補充保險費的扣費義務人，應於給付時按補充保險費率2%扣取補充保險費，彙繳健保局。

項 目	說 明	所得稅代號
全年累計超過投保金額4倍部分的獎金	給付所屬被保險人的薪資所得中，未列入投保金額計算的獎金(如年終獎金、節金、紅利等)，累計超過當月投保金額4倍部分。	50
兼職薪資所得	給付兼職人員(指非在本單位投保健保)的薪資所得	50
執行業務收入	給付民眾的執行業務收入，不扣除必要費用或成本。	9A 9B
股利所得	公司給付股東的股利總額。	54
利息所得	給付民眾公債、公司債、金融債券、各種短期票券、存款及其他貸出款項的利息。	5A 5B 5C 52
租金收入	給付民眾的租金(未扣除必要損耗及費用)。	51

行政院衛生署中央健康保險局

【附錄四】中華民國直銷協會商德約法

2017年12月22日 第十四屆第二次會員大會修正通過

前言

直銷協會認為，從事直銷行為的直銷商是基於個人關係而建立產品與服務銷售管道，因此對其消費者負有責任。因此，本協會訂立本商德約法，建立基本的公平與道德性之行為準則，主要宗旨在於滿足消費者需求及保護消費者權益，提倡公平競爭以及加強直銷之整體社會形象。以使直銷公司及其直銷商在從事業務行為上可持續遵循本商德約法之準則規範。

一、通則

1.1 專門用語

商德約法中之專門用語解釋如下：

- 商德約法督導人：由直銷協會指派的獨立個人或團體，其任務是督導會員公司對商德約法遵循，同時根據商德約法負責處理申訴案件。
- 直銷公司：直銷公司是透過直銷體系來銷售其商品的商業組織，並且是直銷協會之會員公司。
- 消費者：向直銷公司或直銷商購買其產品之顧客。
- 直銷協會：直銷協會是由直銷公司所組成的全國性協會，代表一個國家的直銷業。
- 直銷商：直銷商由直銷公司授權銷售公司產品及推薦新人加入，直銷商通常無固定銷售地點，並透過產品之說明或展示及服務等方式直接銷售給消費者。直銷商可以是代理商、承包商、經銷商或批發商，受雇或獨立經營，經特許授權等。
- 訂單：包括印刷或手寫的訂單、收據及合約等。
- 商品：包括有形及無形產品及服務。

- 銷售：銷售行為包括拜訪潛在消費者，介紹並示範商品使用方法，接訂單並於買賣成交後送貨及收款。

- 家庭聚會：由直銷商到邀請了其他人聚會的主人家中或其他場所，介紹並示範產品使用方法以銷售商品。

- 推薦活動：任何為介紹他人成為直銷商的活動。

1.2 協會

每一個國家的直銷協會須承諾採用商德約法主要條文作為營業守則，以作為加入並繼續保有世界直銷聯盟會員資格的條件。

1.3 直銷公司

每一個直銷協會會員公司，均須遵守以商德約法為最低標準之商德規約，方可成為或繼續為直銷協會的會員。直銷協會會員公司亦需公告商德約法及其內容中與消費者及直銷商相關之條款，與如何取得商德約法影本之指引。

1.4 直銷商

直銷商不直接受制於商德約法，但其直銷公司須要求其直銷商遵守商德約法或公司之營業守則，以作為保有公司之直銷商資格的條件。

1.5 自律

商德約法是直銷業自律的準則，並非法令。其所要求的職責是一種超乎法令所要求的商業道德。不遵守商德約法並不直接產生民事責任。直銷公司之直銷協會會員資格被終止者，即不再受制於此商德約法，但是會員公司在離開協會前所從事之活動與交易仍屬本商德約法之適用範圍內。

1.6 法令

直銷公司及直銷商必須遵守其所在國家之法令，本商德約法並不重述所有法令的規定。會員公司與其直銷商如欲獲得或延續其直銷協會

成員資格，嚴守法律相關規定乃為基本條件。

1.7 準則

商德約法含有直銷公司和直銷商之商德行為準則，各國直銷協會可修改這些準則，但須維持商德約法之基本精神或法令所要求者。商德約法可作為直銷業的準則根據。

1.8 商德約法在本地市場區域外的效力

每一個國家的直銷協會須承諾，要求其會員公司於境外所從事的直銷相關活動亦遵循世界直銷聯盟（WFDSA）商德約法之約束，除非這個境外地區的直銷活動也受到當地直銷協會商德約法所約束，以此作為其加入並繼續保有世界直銷聯盟會員資格的條件。若該會員公司並非該當地市場的直銷協會會員而依商德約法提出申訴或被申訴，該會員公司須接受本地直銷協會之商德約法督導人之裁決，且應負擔商德約法督導人於處理申訴案件時所產生之合理費用。此外，商德約法督導人可與該當地市場之商德約法督導人（如有）合作，依以下之優先順序：(i) 申訴提出國之商德約法準則；(ii) 提起申訴公司所屬國家之商德約法準則，或 (iii) 至少依WFDSA商德約法中的最低標準，來對申訴案件進行審酌處理。

二、有關消費者之營業守則

2.1 禁止行為

任何直銷公司或其直銷商都不可從事具有誤導性、欺騙性、錯誤性、不道德或違法的業務或招募行為。會員公司應確保不得發表任何可能誤導潛在消費者或直銷商之聲明、保證或推薦。

2.2 表明身份

開始介紹直銷計畫時，直銷商即應自動向潛在的消費者表明身分並告知其代表的公司、銷售的商品及拜訪的目的。在聚會銷售中，直銷商應向主人及在場參加聚會者，表明聚會的目的；並應在合理的時間下，以有禮的態度與參

加聚會者接觸。如參加聚會者要求停止銷售說明或商品展示，應立即停止。會員公司與直銷商並應依法令要求保護消費者、直銷商或任何人所提供的個人資料。

2.3 說明及示範

會員公司與其直銷商所提供給潛在與現任直銷商或消費者的任何有關事業機會與權利義務的資料、商品的說明及示範，都必須完整與正確，尤其是關於商品價格或分期付款價格、付款方式、猶豫期或退貨權利、品質保證及售後服務，送貨等事項。會員公司與其直銷商不應提供未經證實的資訊，或對外作出無法達成的承諾。會員公司與其直銷商不得運用不實、不公平或欺騙性的方式對潛在與現任的直銷商或消費者進行推薦或銷售行為。針對消費者的疑問，直銷商應提供易懂與確實的解答。如需提供商品相關聲明，直銷商應僅止於提供經會員公司所授權的商品聲明內容。

2.4 答覆問題

直銷商應明確答覆消費者所提出有關商品及買賣的問題。

2.5 口頭承諾

直銷商對商品的口頭承諾，不得逾越其公司授權的範圍。

2.6 訂單

於買賣成交時應給予消費者一份書面訂單或收據，上面應列出直銷商及其所屬公司的全名、事務所或住居所地址及電話號碼，並應詳列買賣條款。所有條款須清楚易讀。如果交易行為非透過面對面的銷售方式，如透過信函、電話或網路，訂單或收據需在事前準備妥當並於交付商品之同時提供予消費者，或者提供可列印或下載的訂單。訂單或收據內容必須清楚、易讀與明確。

2.7 商品聲明、品質保證及售後服務

直銷公司與所屬直銷商，針對商品所做出的聲明必須具有有效與可靠的證明，並且絕不可誤導消費者。消費者對商品所下的訂單必須即時處理與完成。訂單或其他附件或商品上，應明列品質保證條件、售後服務的方式及範圍、保證人的姓名住址、買方所享有的保證期限及補償辦法。

2.8 文宣

促銷文宣、廣告或郵寄信件均不得刊載誇大不實、欺騙性或誤導性的商品介紹、聲明、描述、照片或插圖，而應印有公司或直銷商之全名及地址或電話。

2.9 薦證資料

直銷公司及直銷商不得引用未經授權、不實、過期、已作廢的證明書或擔保書來誤導消費者。

2.10 比較及詆毀

直銷公司及直銷商不得使用容易誤導且有違公平競爭原則的比較方式，作為比較的論點。須公平且根據事實並有明確證據。直銷公司及直銷商不得以直接或影射方式來詆毀任何公司或商品。直銷公司及直銷商不得冒用其他公司之名稱或產品之商標以獲取不當的利益。

2.11 猶豫期及退貨

不論是否法令有規定，直銷公司及直銷商應在訂單或其他文件上，明列消費者得在一定期間內隨時解除或終止合約，返還所購商品及取回貨款的猶豫期條款。若直銷公司或直銷商所提供的是無條件退貨者，應書面明列之。

2.12 尊重隱私權

直銷商應選擇適當時機且以得體的態度，進行個人拜訪或電話拜訪，以避免妨礙對方。並應於消費者要求停止時，立即中止商品示範或直銷計畫說明。

2.13 正直原則

直銷商不得濫用消費者的信賴，應顧及對方商業經驗的不足，不得利用對方之高齡、疾病、理解力之不足或缺乏語言能力。

2.14 引介式推銷

直銷公司及直銷商，不得以介紹其他消費者給賣方即可享受折扣或折現之方式，來引誘消費者購買產品或服務，若此種折扣或折現優待並無任何保障時。

2.15 送貨

直銷公司及直銷商應確保消費者所訂購的產品能按約定時間準時送達。

三、有關直銷商之營業守則

3.1 直銷商之遵循

直銷公司應要求其直銷商遵守本商德約法或相類同的營業守則，以作為加入公司的直銷體系成為直銷商的條件。

3.2 推薦活動

直銷公司及直銷商不得有誤導、欺騙或不公平的推薦行為

3.3 資訊

直銷公司提供其直銷商有關直銷創業機會及其權利義務的資料應詳盡且正確，直銷公司不得對推薦對象提出不實的言論或無法實現的承諾。直銷公司不得以錯誤或不實的方式，向推薦對象表示有關直銷創業機會的各種好處。

3.4 獎金及獎金清單

直銷公司應提供一份周期性的各項獎金清單予直銷商，例如銷售、購買、所得細目、佣金、獎金、折扣、運費、取消訂單及其他相關的事項，並應根據直銷公司和直銷商間的安排，所有應付款項應準時支付，且不得有不合理的扣留。直銷商領取之獎金應來自提供給消費者之產品或服務之銷售。獎金計算可基於直銷商或

獎金計算可基於直銷商或其下線自身使用或銷售給消費者之產品數額。直銷商不應藉由招募新進直銷商進入事業體系獲取獎金。

3.5 收入聲明

直銷公司及直銷商不得以誇大、誤導或錯誤性方式呈現直銷商實際或可能達到的銷售業績及收入。若提及任何收入或銷售業績，均須有可證明之事實及文件作根據。對於可能被推薦加入之新人，直銷公司及直銷商必須做到：告知其實際收入及銷售額因人而異，且取決於銷售者本身之銷售技巧、投入時間、努力程度及其他因素。此外，並應提供其相關資訊，使其對可能收入作出合理評估。

3.6 契約關係

直銷公司應提供其直銷商一份經過雙方簽署的契約書或聲明書，此契約書或聲明書應詳列雙方基本的權利義務關係。直銷公司應告知直銷商其應負的法律責任，如營業執照、註冊登記及税金等。

3.7 費用

直銷公司及直銷商不得向其他直銷商收取於當地市場標準下明顯不合理的高額入會費、訓練費、經銷權費、業務推廣資料的費用，或任何有關加入直銷業或維持直銷商身分之費用等。任何基於加入直銷業或維持直銷商身分之費用所生之獎金，實質上等同藉由招募新進直銷商進入事業體系而獲得之報酬，應禁止之。

3.8 尊重隱私權

直銷公司及直銷商應選擇適當時機且以得體的態度，進行個人拜訪或電話拜訪，以避免妨礙對方。直銷商及直銷公司應採取適當方式確保所有由消費者、可能之消費者、或直銷商所提供之個人隱私資料受當地相關法律規定所訂標準之保護。

3.9 存貨

直銷公司不得要求或鼓勵直銷商購買無法在合理時間內銷售或使用之過量存貨。直銷公司應採取明確與合理措施以確保直銷商銷售給下線或消費者之商品為實際消費或轉賣所購買的產品或服務，才能領取獎金。直銷公司或直銷商若要求或鼓勵其他直銷商購買不合理數量之產品庫存或輔銷品，將被視為違反公平性且具欺騙性之行為。商德約法督導人得以任何適合之方式確保任何直銷商不因前述行為而受重大財務損失。商德約法督導人若發現會員公司有任何錯誤性、誤導性或欺騙性之招募行為，得以任何適當方式確保任何申訴人不因前述行為而受重大財務損失，包括但不限於要求該違規會員公司買回該申訴人先前購買之任何產品庫存、文宣材料及輔銷品。

3.10 其他文宣資料

直銷公司應禁止其直銷商販賣給其他直銷商未經公司授權或不符合直銷公司營業守則之任何文宣與資料。直銷商販賣公司授權之任何物品應遵循下列原則：

- (1) 使用公司正統資料；直銷公司並應確保直銷商個人製作之輔銷文宣品，完全符合商德約法，不可誤導或欺騙消費者。
- (2) 不得強制下線購買輔銷文宣品。
- (3) 輔銷文宣品需為合理價格，且直銷商不得自銷售輔銷文宣品中取得顯著利益。
- (4) 提供與公司相同之退貨保證。

直銷商藉由銷售訓練教材、促銷推廣等輔銷文宣品獲取獎金，並達成或維持直銷商級別考核或維持級別身分者，實質上等同藉由招募新進直銷商進入事業體系而獲得報酬，應禁止之。

3.11 教育及訓練

直銷公司應提供直銷商適當的教育及訓練，使其以誠信的方式經營並應竭其所能地確保其直銷商所製作的行銷或訓練素材符合本商德約法的規定，而無虛構、誤導或欺騙性。直銷公司並應禁止直銷商要求他人購買與其政策與制度不符的素材。教育訓練可透過訓練課程，或事

業指南，或視聽資料來進行。

直銷商藉由銷售訓練教材、促銷推廣等輔銷文宣品獲取獎金，以達成或維持直銷商級別考核或維持級別身分者，實質上等同藉招募新進直銷商進入事業體系而獲得報酬，應禁止之。直銷商在販售公司所核准的行銷或訓練素材時，無論以書面或電子檔案的形式呈現，都需遵守以下規定：

- (1)只使用符合該直銷公司標準的素材；
- (2)不應硬性要求購買素材；
- (3)所提供素材的價格不應高於其他在市場上類似素材的價格；
- (4)需提供與該直銷公司相同的書面退貨規定。

3.12 終止契約

終止直銷商契約時，直銷公司應接受直銷商之退貨並買回可供再銷售之存貨，包括業務推廣資料、輔銷器材及創業資料袋，並依據相關法令所訂標準，向直銷商買回可供再銷售之存貨，但可扣除直銷商購買該批存貨時所獲得的獎金。

四、有關直銷公司之間的營業守則

4.1 原則

直銷公司應對其他直銷公司公平相待。直銷公司從事與其他直銷公司相關的活動時，都應遵守此商德約法與所有法律規定。直銷公司與其直銷商皆不可針對其他直銷公司的銷售機會、商品作出誤導性的比較，任何比較必須有客觀與正當的事實依據與證明。直銷公司與其直銷商，無論是以直接或間接的手法、或以虛構或誤導的方式，皆不可毀謗其他直銷公司或其業務、商品，並且不得以任何不公平的方式，利用他人的品牌、商譽、生意、商標來享有不當好處或利益。

4.2 勸誘

直銷公司及直銷商不得向其他公司的直銷商，以有計畫性的誘導方式，來慫恿其離開或勸誘其加入自己的組織。

4.3 詆毀

直銷公司不得且不得允許其直銷商，不公平的詆毀其他公司的商品、業務計畫或該公司的其他事項。

五、商德約法之施行

5.1 直銷協會之職責

直銷協會應指派人員負責處理申訴案件。協會應在合理的範圍內，盡其所能妥善處理申訴案件。

5.2 直銷公司之職責

直銷公司之首要職責即遵守本商德約法，應建立、公布與執行處理申訴案件流程，以確保所有申訴案件迅速地獲得解決。若有違反商德約法的情形發生。例如申訴人提出申訴，因提供商品的直銷商，運用不當言行解說所欲販售之商品，致申訴人被誤導而購買，直銷公司應迅速進行申訴調查，並在需要的情況下，執行必要與適當的行動，並對調查後所發現的不良行為進行補救的動作，且應在合理的範圍內盡其所能滿足申訴人之要求

5.2.1 直銷公司的行銷規範

直銷公司應竭盡所能地告知其員工與直銷商，在行銷其商品時，有遵循本商德約法的義務。直銷公司不應以任何方式企圖勸說、引誘或遊說其他公司違反本商德約法。企圖誘導違反本商德約法乃視為本商德約法之違反。

5.2.2 必要的規範宣傳

所有直銷公司都需對其直銷商與消費者宣傳直銷協會商德約法與宣導違反商德約法的處理流程，並需要做到下列至少一項。於完成上述作業後，每年向直銷協會呈報其運作狀態與變動狀況：

5.2.3 商德約法聯絡人

a.直銷公司的網站上需包含直銷協會商德約法與處理違反商德約法的明確流程。

b. 直銷公司的網站上需將能導入至直銷協會商德約法網頁的連結放於明顯位置，並宣導違反商德約法的處理辦法。

c. 直銷公司的網站上需說明當糾紛案件發生時，申訴人在依據商德約法申訴處理辦法下，如對解決方式仍有不滿，應如何將違反商德約法之案件呈報給商德約法督導人，同時需提及資料來源為直銷協會商德約法網頁。

直銷公司之商德約法聯絡人須負責促進該公司遵循此商德約法之規範，此聯絡人同時是該直銷公司向其直銷商、員工與消費者及一般大眾宣導直銷協會商德約法的主要窗口。被申訴人之商德約法聯絡人須負責回覆申訴個案中由商德約法督導人所提出的質疑。

5.3 商德約法督導人

直銷協會理事會應指派獨立個人擔任商德約法督導人（督導人）之職，任期為兩年。在任期間，直銷協會理事會除有正當理由外不得解除督導人的職務，理事會應提供充足的權限以使督導人完整地執行在本商德約法中所賦予的職責。商德約法督導人僅直接對理事會負責，並應採取適當行動來督導直銷公司遵守商德約法，並應妥善處理因違反商德約法而產生的申訴案件。有關督導人之權責事項，授權協會理事會，於商德約法施行細則訂定之。

5.4 違反商德約法之處分

違反商德約法之處分可由直銷公司、直銷協會或商德約法督導人自行決定，其中包括取消訂單、退回訂購商品，返還價金或其他適當之處分，包括告誡涉及違反的直銷商，終止直銷商與直銷公司契約關係、告誡涉及違反規範的直銷公司，終止協會會員資格，及公布該處分。

5.5 申訴之處理

直銷協會另訂立「商德約法申訴處理辦法」作為處理依據，以確保直銷公司、直銷商及消費者間，因違反商德約法所產生之申訴案件的收件迅速，且於合理期限內提出申訴案件解決方

案，並免費處理申訴案件；「商德約法申訴處理辦法」之修訂，授權協會理事會，依多數決為之。

5.6 直銷公司之申訴

直銷公司對另一直銷公司之申訴，應交由商德約法督導人處理。

【附錄五】財團法人多層次傳銷保護基金會

依據與目的

財團法人多層次傳銷保護基金會係依據「多層次傳銷管理法」第38條所設立之保護機構，主要目的在於調處已完成報備之傳銷事業與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議，與保障傳銷商之相關權益。

任務

基金會之業務內容以保護、守護傳銷商、共創傳銷業之榮景為出發點，設立任務如下：

一、調處多層次傳銷事業（以下簡稱傳銷事業）與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議。

二、協助傳銷商提起本辦法第三十條所定之訴訟。

三、代償及追償傳銷事業因多層次傳銷民事爭議，而對於傳銷商所應負之損害賠償。

四、管理及運用傳銷事業及傳銷商提繳之保護基金、年費及其孳息。

五、協助傳銷事業及傳銷商增進對多層次傳銷法令之專業知能。

六、協助辦理教育訓練活動。

七、提供有關多層次傳銷法令之諮詢服務。

調處

一、簡介：

已向公平交易委員會完成報備之多層次傳銷事業及其傳銷商，雙方因多層次傳銷而產生民事爭議時，任一方可向本會申請調處。

二、申請要件：

（一）申請人為已向本會繳納保護基金及年費之多層次傳銷事業或其傳銷商。

（二）調處案件為因多層次傳銷所產生之民事

爭議，且爭議當事人須為多層次傳銷事業與傳銷商。

（三）爭議案件係未曾向本會申請調處者。

三、本會調處委員會依據本會調處程序促成雙方和解；若雙方無法和解，任一方可向本會調處委員會申請開立調處不成立證明書，該證明書必要時得敘明不具法律拘束力之專業意見。

訴訟協助

一、申請要件：

（一）調處未成立。

（二）對於同一原因事件，致20位以上傳銷商受損害或請求賠償金額達100萬元以上者。

（三）經本會認定傳銷事業應負賠償責任者。

二、協助內容：

（一）本會先代為支付訴訟費與律師費：一般案件每件上限5萬元，重大案件每件上限20萬元。

（二）申請人如就律師選任有困難者，本會得推薦律師名單。

更多相關資訊請上財團法人多層次傳銷保護基金會網站：<http://www.mlmpf.org.tw/>

Shaklee® 嘉康利

美商嘉康利股份有限公司台灣分公司

10491 台北市建國北路一段90號11樓(台北總公司)

電話：02-2516-0339 傳真：02-2516-0800

33059 桃園縣桃園市中山路845號16樓A室(桃園服務中心)

電話：03-369-0156 傳真：03-369-0226

40861 台中市公益路二段51號25樓B室(台中服務中心)

電話：04-2310-6338 傳真：04-2310-6958

80274 高雄市中正二路175號28樓之1(高雄服務中心)

電話：07-225-6080 傳真：07-225-6081

客服信箱：tw-service@shaklee.com 台灣網站：www.shaklee.com.tw



#2004T R20190510