

NO.02
传销致富系列



传销

[台湾] 方天龙

秘笈

训练是传销永不褪色的潮流

传销造就了数以万计的百万富翁 ■

● 成功经营你的传销事业

- 冲破传销红灯区
- 踏上爆富的高速公路
- 工薪族成功的最后一次良机
- 无资本、无风险、合法、暴利



合作出版 中国对外翻译出版公司
台湾汉湘文化事业(股)公司

传销致富系列 NO. 2

传销秘笈——

成功经营你的传销事业

本书运用生动活泼的笔调，
深入浅出地提出具体可行的方法，
不避内幕地透露高手的运作技巧，
搭配许多富有哲理的小故事，
堪称经典之作。

中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

传销秘笈/方天龙著. - 北京:中国对外翻译出版公司,
1996.12

(传销致富系列)

ISBN 7-5001-0481-2

I. 传… II. 方… III. 传销-通俗读物 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 25291 号

传销秘笈

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区太平桥大街 4 号

电 话/66168195

邮 编/100810

责任编辑/徐颖

封面设计/杨群 李栋

合作出版/(台湾)汉湘文化事业(股)有限公司

地 址/台北市南昌路 2 段 31 号 5 楼

版 权/©1996 年汉湘文化事业(股)有限公司

丛书编辑/赵阳

印 刷/北京市通县向阳印刷厂

规 格/850 × 1168

印 张/8.5

版 次/1997 年 1 月第一版

印 次/1997 年 1 月第一版

ISBN 7-5001-0481-2/F·45 14.80 元

作者简介

- 方天龙
- 福建省龙溪县人
- 台大毕业
- 曾任电影编剧、出版社及杂志社总编辑、教师、记者、经理、顾问，
- 现专事写作。

作者

第十四版序

在我写过的书中，“传销秘笈”绝不是最畅销的一本，却是我认为“最具销售潜力”的一本。

刚出版时，老板信心不足，印得太少，每遇缺书，加印的也不多，所以虽然“号称”发行到第五版，其实还不满一万本的量，难怪常有人告诉笔者，要到一般书店去大量“搜购”这本书，还真不容易！

直到这次再版，出版社总算慨允多印几本。老板所以态度一变，主要是亲眼目睹这本书受欢迎的程度。许多人透过出版社联络，希望邀笔者排课演讲，也有些人邀笔者上电视及电台接受访问；还有些人建议笔者将这本书制成“有声书”；更多的人则直接向出版社大量订书，以作为传销公司的“教材”。

因此，我有个感想，经营传销事业者都是“有心人”，一本不起眼的小书，能被

“慧眼”发掘出来，至少要有三个条件：作者应具备传销工作的实战经验、丰富的写作经验，同时写出来的还必须是实用的书。否则即使身为总裁级名人，没有动人的文笔与表达能力，也不是随意可以“写书”的。

一位从事传销的朋友告诉我，他往往一买“传销秘笈”就是好几本，因为只要把书送给他的“下线”，就可以省下很大的力气，因为书中许多精彩故事及比喻、引例，简洁犀利，常能迅速击中读者的内心，祛除徘徊在传销门槛者心中的迷雾，真正做到“深入浅出”，比他亲自对他的下线解说还有效。

他又说，他常邀一些朋友前往传销公司的会场参加 OPP（创业说明会）或 NDO（新传销商训练会），对方有兴趣，却常因事忙而临时爽约，这时他就干脆送对方一本“传销秘笈”，彼此都省了不少时间，真是事半功倍！

这位朋友的话，一针见血点出了我出书的用意。

方天龙

感谢六大名家撰序推荐：

管理专家 曾仕强

金融专家 黄天麟

公平会官员 蔡行道

传销高手 陈赏赐

传销高手 许清美

传销高手 汤兰花

曾仕强推荐序

近年来，由于中国式管理逐渐普受重视，足迹遍及新、马、印尼和中国等地。大家对于新兴的传销事业，十分感兴趣。尤其华人传销，大多以华人为对象，更涉及中国人的习性与复杂、多变化的人际关系。言谈之中，盼望能有一本切合中国民族性的传销教本，以便教育、训练之用。返台之后，经常密切注意。发现传销界朋友正流传着一本秘笈，据称十分简明有效，不但引用许多实例，而且契合中国人的心理。追问之下，原来是方天龙老弟所著的“传销秘笈”。

称呼老弟，是居于中国人的习惯。既称为弟，可见年纪较轻，年轻有为。为什么加上老字，因为就传销而言，资历较深，经验也更丰富。

书中首先提及传销族人口暴涨，主要原因在本钱小、胜算大。运用四两拨千金的技术，便能够一分耕耘而多分收获。像中国人这么有智慧的民族，当然乐此不疲。

传销要成功，必须慎选产品。好比娶老婆，要挑“帮夫运”旺盛的，才能帮丈夫旺夫家。

做传销很简单，乖乖地学就行了。学什么呢？学分享，不要老想独吞；学推荐，不要一心一意想推销；学顺势邀约，不要强势说服，尽量多元聚会，不要形式集会。

成功的传销商，往往具备某些特质，以求化阻力为助力。书中引经据典，用实例来印证。令人谈来毫不费力，轻松愉快中，获得传销秘笈。

诚如天龙老弟所言，江湖一点诀，说破不值钱。但是，要投入这一行业，最要紧的是把心归零，从细读这一本书入手。

（曾仕强，为台湾企业界公认的十大名嘴之一。现任台湾交大教授，专研中国式管理，并具有二十年管理实务、十二年管理顾问经验，主讲中美日管理比较、企业文化、人性化管理、直销技巧千次以上。著有《老板魅力学》等数十部畅销管理学名著，并出版有《中国式管理与人性化管理》录音讲座教材、《管理功夫》实况录音教材各三十二卷，以及《胡雪岩传奇》录音带十卷，深受新、马、印、泰侨商及中国企业界之热烈欢迎。）

黄天麟推荐序

在今天的台湾社会谈商业活动，最时髦的词汇是房地产投资、证券投资、加盟店、连锁店、速食餐饮、大卖场，或者是最近的批发仓库量贩等，对于“传销事业”一词，一般人可能还很陌生。

对我而言，在还未看到方天龙君的“传销秘笈”前，对传销事业也是一知半解的。我们大部分人实在难以想象，这种曾被人误解的传销事业，其实是一种最善于运用组织与人际关系、最懂得人性善恶与性向、最富有合作精神、最讲求行销策略与售后服务的行业。而这些特性，也正是今天台湾社会最需要的。我们中有很多人或很多事业，一心追求利益，忽略了社会道德与责任；或者专事恶性竞争，打击对手，不知互助合作；或者行事官僚，颐指气使，疏于热诚服务，维系长远关系者，看了“传销秘笈”这本书，了解传销事业的真义后，我们应当有所省思。

事实上，“传销秘笈”这本书不只要告诉我们传销事业是什么，它的重点在于如何成功地经营传销事业。方君以其多年从事传销事业的

心得，巨细靡遗，倾囊传授。首先解说起步经营前的应注意事项，告诉您怎样选择传销公司，如何避免误入“老鼠窝”，让有志加入者有一个好的开始。接着便是本书最精彩的各种经营步骤与技巧，方君以生动活泼的笔调，深入浅出，反复解说，并搭配许多富有哲理的小故事，使读者易懂易记。在提及经营的秘诀时，以求实用，读者如能深入体会，必定获益匪浅。

“传销秘笈”除了是一本所有从事传销工作者都该熟读的经典之作外，方君以生动活泼的口语写作，文学洗练轻快，实开创了“商业理论书，口语文学写作”的新境界，有别于市面上纯教条式的枯燥理论书。而书名“秘笈”，实际却是公诸于世的不秘之笈，亦可证明方君之经营功力，已臻于“最上线”之境界，有志加入传销事业者实不应错过这本难得的经典之作。

（黄天麟，为台湾著名金融专家，曾任金融人员研究训练中心总经理、合作金库总经理，现任第一商银董事长，著有《金融市场》、《中国文·中国话》、《东方与西方》、《中国之兴衰》等书）

蔡行道推荐序

“多层次传销”，在台湾是褒贬互见，甚至否定它的人可能会比认同它的人多。究其原因，必须归咎以往没有适当的法律可以规范的时候，许多游走在违法边缘的业者，以不诚实的劝诱方式、半强迫式的拉人入会手段，使众多民众在吃亏上当后，自然就把传销和老鼠会连上了等号。

1992年2月4日台湾“公平交易法”正式实施，多层次传销这种备受争议的行销方式，终于首度纳入法律规范，传销业渐渐获得更多民众的肯定与接受。依照公平交易法的子法——多层次传销管理办法的规定，传销公司应该在营业前向公平会报备。在1992年6月底时，向公平会报备的传销公司只有170家，到了两年后的今天，报备的公司已经突破了400家，而且经营的型态、商品的种类，都有很明显日渐多元化的趋势，如果说最近的两三年是台湾地区传销业的蓬勃发展期应不为过。

相对于传销业的蓬勃发展，以及加入传销甚至专业从事传销的民众日益增加，坊间有关

传销方面的论述，著作或其它资讯仍很有限，除了较大规模有制度的传销公司在对内刊物上或是自办训练会中，教导直销商传销的理念和推广的技巧之外，多数的公司只是任由高阶直销商去带新进直销商，因而业绩难以有效的扩展。现在天龙兄将多年从事传销的宝贵实战经验，毫无保留地“传销”给读者，如果能拥有一本“传销秘笈”，必可受益良好。

“多层次传销学”是一门尚未有所定位的学科，“传销秘笈”将来会不会成为该学科的教材范本，可能有待时间的考验，但是继续地再版印刷，应该是可以预期的。

（蔡行道，现任职台湾“行政院”公平交易委员会科长，为台湾多层次传销业的唯一主管机关，对传销业的整顿与辅导多有绩效，为“传销世纪”杂志的特约专栏主笔。）

陈赏赐推荐序

值此商业行为高度频繁、商业法则变化万千，日精又精的时代里，最震撼人心，化腐朽为神奇的商法莫过于“多层次传销商法”，这一种商法能将企业的投资与人力投资风险降低，并利用人的潜能开发，将企业活动与人的生活行为结为一体，以人生梦想为原动力，实现人生梦想为企业力，再结合人际关系中层层无法断决的互利制度，创造了无数新企业的成功，更创造了无数咸鱼翻身而致富的现代富翁。

本人成为兴田健康产业的传销商时日虽短，却收益良多，更因而拓展了自己都无法掌握的良好人际关系，不但收入倍增，生活中感到人间有温情，对未来充满希望，我常常觉得这一种商法的精神与宗教精神是一致的，甚至益人之处，有过之而无不及，是净化社会人心的一股新力量。

能与本书作者方天龙相识结缘亦拜多层次传销之媒介，天龙兄为人赤诚、行事积极、虚怀若谷、学识渊博，平日谈起传销，畅所欲言、字字珠玑。其能以生动的笔调将“如何成为一

位成功的传销商”之种种条件，由观念导入再辅以传销人应具备之知识，并教以实际运作的技巧，使这本书成为真正的“成功秘笈”。当我阅读这本书之后，除了赞叹天龙兄对“传销人如何经营传销事业”的丰富学识外，更相信想在传销事业成功的人，只要熟读本书，并身体力行，必然成就非凡。在此仅祝福本书作者及所有传销人均因本书之发行而受益良多。

（陈赏赐，为台湾顶尖的传销高手，亦为本书作者方天龙的启蒙师，目前除担任兴田健康产业国际机构总裁级主任委员外，本身尚拥有不少事业，包括晨光进出口贸易公司、碧情国际事业公司、司令企业公司、华青企业公司、实用电脑资讯公司、世安建设公司。）

许清美推荐序

我是一名画家，根本不懂做生意，更别说是做多层次传销了。但是在短短的两年中，我却从一个产品的受用者，一直做到兴田健康产业国际机构五个国家中的最高六线总裁，实属奇迹。

我之所以介入传销，主要是由于喜爱产品，深受产品的感动，希望与好朋友分享它的美妙。没想到却带给了我——健康、美丽与财富。

多层次传销的事业即是打组织战的事业，绝对不是一个人所能完成的，是整个组织的群体战。有如绘画时，一笔一笔地勾出线条，一面一面地着色，始能勾勒出作品的全貌。要成功，根据二年来的经验与所有行销界的朋友分享——要秉着“六个心”互勉之。

- ①对公司、对产品、对制度有“信心”。
- ②下定“决心”做传销，学习产品专业知识及传销技巧，再而将其化为行动。
- ③对伙伴用“爱心”辅导之。
- ④凡事有“耐心”。
- ⑤“恒心”是成功之因，坚持下去，事无不成。

⑥常保有一颗愉悦的“平常心”。

“传销秘笈”这本书的作者方天龙先生，文笔非常好，我从来没看过一本传销的理论书能写得这么条理分明、娓娓动人。本书内容丰富、深入浅出，文字简洁流利，让人读得津津有味。作者对传销的理念与表达力，殊为罕见，值得一读再读，故乐于推荐给有志从事传销的朋友。是为序。

（许清美，为台湾知名的女画家，毕业於台湾艺专美术科、比利时皇家艺术学院。曾任教小学三年、中学五年、台北市立师范学院兼课八年、台北市立美术馆教授油画四年。曾於中外举办个人画展十四次，联展不计其数。现为职业画家，并兼专业的传销工作者，组织遍布於国内和台湾、香港地区，马来西亚、泰国、美国等地，是为传销高手中的高手。）