

# 传销总览

(台灣) 众聖文化 編著



**传销赢家实战丛书**

营销完美、台湾最激进的传销理念、技法与制度

传销本身不违法，只有欺诈才构成犯罪

世界上有一种营销方式能使你以最快的速度将你的产品推广到全中国、全世界

全民直销 价值投资

传销最激进的传销理念、  
传销本身不违法，只有欺诈才构成犯罪  
传销是一种营销方式传销的运作原理传销的开展传销的推广传销的推广传销的推广

只作  
象传的过程令整体和谐

F-715  
169

# 传销总览<sub>上</sub>

众望文化 编著



农干院 B0049081

多层次传销

溶营销学、心理学和组织管理学为一炉，  
能以令人无法抗拒的魅力，  
促使企业快速成长。  
书中的 KNOW—HOW 及实务操作，  
将使您在传销业一展风采。

## 图书在版编目(CIP)数据

传销赢家实战丛书 第二辑/众望文化事业有限公司编.  
北京:企业管理出版社,1996

ISBN 7-80001-764-8

I. 传… II. 众… III. 传销—普及读物 IV. F713.5  
中国版本图书馆 CIP 数据 核字(96)第 21601 号

责任编辑:吴太刚 齐建昌 成思霖

版权登记号 01-96-1293

授 权 方 台湾众望文化事业有限公司

出 版 发 行 企业管理出版社

邮 编 100081

经 销 全国各地新华书店

排 版 北京三木广告公司电脑排版中心

版 次 1996 年 11 月第 1 版

印 刷 北京顺义康华福利印刷厂

开 本 787×1092 毫米 1/32

印 张 37.94

字 数 909 千字

印 数 1-5000 套

书 号 ISBN 7-80001-764-8/F·762

定 价 60.00 元(全六册)

---

版权所有

侵权必究

## 序

黄正一

当众望文化公司向我提及准备出版有关“多层次传销”的书籍时，我个人觉得非常欣慰。毕竟在文化界开始有人注意到这股新兴的行销主流，而加以收集成完整资料，以客观公正的角度，来阐述这门崭新的行销技术，藉以让更多的人了解，什么才是“多层次传销”。以免因为世人的不了解，以讹传讹，混淆视听，而抹杀这种结合行销、企管、社会学、心理学的新兴有效率的行销技术正常的发展空间。

事实上，绝大多数的人都还沉溺于传统的销售方式，紧抓着而不寻求改进之道；尽管

传统方式要担负极大的风险,投下昂贵的宣传费用,甚而不能求得等比例的利润回收,仍然依然故我“勇往直前”,最主要的原因,还是因为真正了解或接触这种技术的人并不多,甚至对“多层次传销”有很大的误解。

本书对多层次传销的发展、特性及多层次传销与非法的“老鼠会”之差异性,都有深入的探讨,更难能可贵的是编辑单位耗费相当的时日,走访各层次传销性质的公司进行深入了解,因此,这不啻为让更多人正确了解台湾目前多层次传销发展现况,并指正多数人对它普遍存在偏见的最佳参考资料,也希望对提高行销环境品质有所助益。

1991年8月15日

## 修订三版 序

王添毅

根据“行政院”公平交易委员会统计，1995年登记报有备案的多层次传销公司已逾400家，而从事传销的人口数已达200万人，18岁以上的人口中，每10人就有一人参加过传销业。1994年的销售总额达394亿元，较1993年成长了35%。

如此令人心动的数字，与10余年前人人喊打的情形相比，真是不可同日而语，也看到多层次传销终于能够挺直胸膛和其他传统业者在行销的领域中一争长短了。

《传销总览》一书，于1991年9月初版，也就是多层次传销进入台湾的第二个十年。

出版的目的是希望从业者能够敞开心胸,以公开的资讯、态度来面对消费大众;以良性的竞争、比较来面对业界的神秘,因此,历经1993年的再版,1994年的修订二版,迄今,已进行到1995年的修订三版,我们仍本着初版时的初衷。

在这段初版及修订再版的期间,我们乐于见到整个传销界不再像十年前般的神秘,消费大众也较能以正常的眼光去接受这种新的行销模式所带给我们生活上的冲击,然而,我们更深深地感受到从业者对于这方面的资讯相当地渴望与期待,而不再如以往单方面由上线提供,自己毫无选择性的吸收,这种多元化的汲取知识,以充实自己专业化的内涵,进而提高整个业界的素质,是令人鼓舞的。

本书历经多次的修订,亦有读者反应,希望在介绍传销公司的同时,对于制度方面,不仅只是条列式的文字说明而已,更希望我们以专业、独立的立场对于业者的奖金制度及数字所代表的意义,能清晰地加以分析、比较良劣,坦白说,这是非常困难的,因为:

一、每个人对于从事传销的标准不一样（无论是目的、过程、期望），因此，立足点的不同，很难用个人主观的立场去作比较。

二、传销业界变化万千，诸多不可测的因素随时在多层次传销市场上展现出来，每次在修订过程中，我们都可以发现一些业者楼起楼塌，或多次的修改奖金制度及商品。

因此，我们仍然决定以最真实的面貌刊载当年度所施行的制度，而不加以评论、解说。在本次修订三版中，仍然有新刊登的传销公司介绍，也有因制度修改而继续刊登的，也有些公司是承袭以往的作法，读者将可以从这些变化中，去体会多层次传销的演变及前景发展。

在策划编辑本书的同时，我们期望本书的出版：

1. 能提供新加入经营传销事业的传销商，一份详实的多层次传销发展沿革，及各大传销公司之产品、制度、公司背景等资料，而不是茫然无知、被动地加入后，再产生后悔、被骗的心情。



2. 提供各传销公司一个公开、客观、公正的报导媒体,坦坦然地面对社会及消费大众,并因社会大众的了解,而有助于销售组织网的拓展,以及形象的提高。

3. 让更多有志经营“多层次传销”行销方式的企业、行销企划工作者,一份研究、参考的资料,从而让行销组合的方式更富变化,行销渠道的建立更多样,以利企业整体的发展。

1995. 9. 28

# 目 录

序一

修订三版 序

## [1]第一章 多层次传销总论

---

[3]从烂灿步向平稳

[14]传销

[22]多层次传销

[33]多层次传销与老鼠会

## [39]第二章：多层次传销企业运用

---

[41]慎选适合多层次传销的商品

[48]经营多层次传销决策上的疏失

[57]多层次传销的组织招募及理念

## [65]第三章：多层次传销公司资料简介

---

[67]生命力企业有限公司

- [79]丹枫国际企业股份有限公司
- [85]安丽日用品股份有限公司
- [111]合丽通用股份有限公司
- [122]丞燕国际股份有限公司
- [139]美商如新股份有限公司
- [149]美商永久产品股份有限公司
- [168]美商艾美亚洲股份有限公司
- [177]美兆生活事业股份有限公司
- [187]松柏股份有限公司

# 1 传销总论

从台家事件爆发至今,近十年的发展中,“多层次传销”一词仍有大多数人无法清楚分辨它的真正意义和精神所在,造成错误观念混淆,而使多层次传销公司在外表上披着一层神秘外纱,而一般报章、杂志上也往往将“传销”、“老鼠会”、“多层次传销”混为一谈。本篇特针对其理论背景作一分析。

1940年

1月

1月1日 星期日 晴  
上午 9时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
10时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
11时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
12时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
13时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
14时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
15时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
16时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
17时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
18时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
19时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
20时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
21时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
22时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
23时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺  
24时 起床 洗漱 穿衣 整理床铺

## 一、从灿烂走向平稳

### □多层次传销的起源

多

层次传销制度起源于 1945 年,系李·麦亭杰(Lee Mytinger)和威廉·卡森伯瑞(William Casselberry)所共创,该二人原分别是墓地推销员和心理学家,创造这套新的制度后,首先为纽翠利特(Nutriline)所用。

该公司销售的商品主要为绿药丸与红胶囊(成份为首蓿、水田芥、香菜、维他命、矿物及多种酵母菌),一个月份量 278 颗的瓶装售价为 19.5 美元。

其运作模式大致如下:该公司的传销商向公司进货可得 35% 的进货折扣,传销

商从自己的月销售额中则可得 25% 折扣的红利；如果能连续吸收 25 人，而且这 25 人都能购足一个月的供应量，他就可以升格为“赞助人”；这时传销商自己的客户及其下线的传销商都可以直接向他订货。而他个人则可以从卖给客户的销售额中赚取 35% 的销售利润及下线传销商进货额 10% 的奖金；当他和下线的传销商累积达 150 个人时，他就变成金字塔顶端的“代理商”；如果他们下线中的传销商有升格变成代理商者，他就可以由代理商的销售额中抽取 20% 的辅导奖金。这套计划就是目前多数多层次传销制度的模式，而它和传统的销售模式比较具有下列特色：（附表 2-1）

1. 藉人际关系和口碑以拓展业绩，故可节省行销和广告。

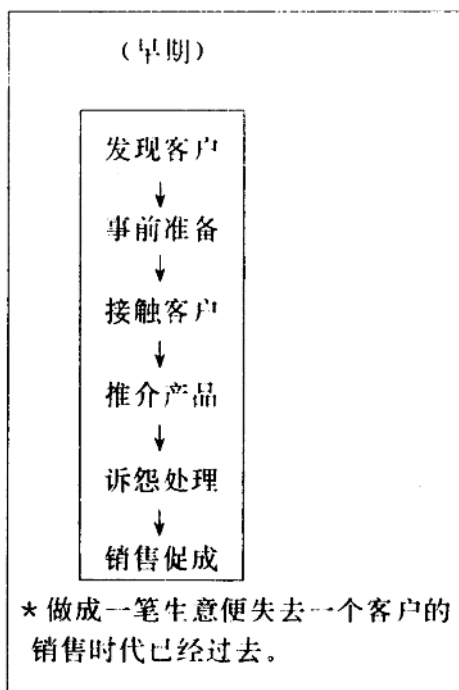
2. 藉着产品的独销性，售价较其他在店里销售的类似产品订得更高。

3. 多层次传销可以开发出许多喜欢向所认识的人买东西的忠实客户群。

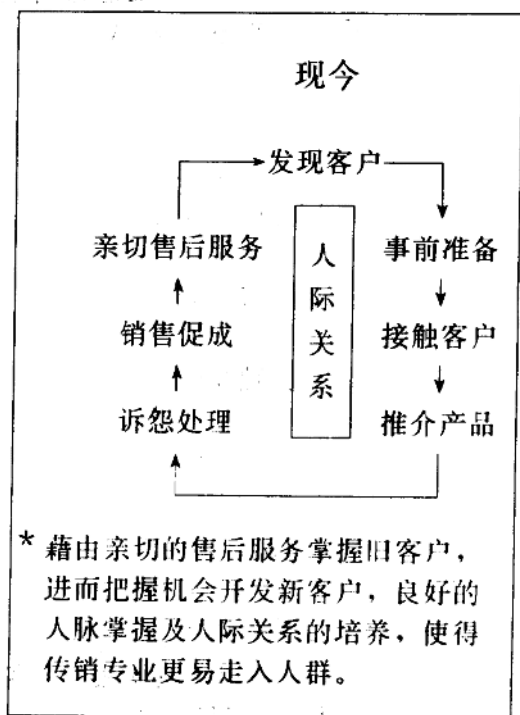
4. 其高业绩、高佣金的方式具有极大的激励作用。

附表 2—1:多层次传销组织模式

### 直销流程变迁一览表







1950 年后期，两家大规模多层次传销公司——安丽 (AMWAY) 及夏克丽 (SHAK-LEE) 掘起，更奠定了多层次传销今后的发展。