

传销天才

【台湾】梁宏芳 编著



几何级数倍增市场，
爆炸式速度营销商品，
口碑型广告自我发展，
无形集团公司总裁？
Ok，Let us try!

传销赢家实战丛书

传销本身不违法，只有传销才构成犯罪
It's not illegal to do MLM, but only MLM is illegal.
梁宏芳 著
梁宏芳 著
2000年1月 160页 16.00元

社

(京)新登字 069 号

责任编辑:袁泉

封面设计:北京三木广告公司

图书在版编目(CIP)数据

传销赢家实战丛书/文硕,王涂毅主编. —北京:工商出版社,1996

ISBN 7-80012-227-1

I. 传… II. ①文…②王… III. 传销-谋略-丛书 IV. F713.3-51

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 13733 号

版权登记号 01-96-0990

授 权 方 台湾众望文化事业有限公司

出 版 发 行 工商出版社

邮 编 100071

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 8 月第 2 版

印 刷 北京顺义康华福利印刷厂

开 本 787×1092 毫米 1/32

印 张 58.875

字 数 1300 千字

印 数 5000—10000 套

书 号 ISBN 7-80012-227-1/F·67

定 价 90.00 元(全六册)





3 0108 1938 5

87
F713.3
135
2

出版者序

XA2-34/08

□王添毅

多层次传销以缩短行销通路的销售观念引进台湾地区已十余年,在最初几年,因为“老鼠会”阴影笼罩下,曾引起社会大众的注目,并以异样的眼光看待,然而,从1992年2月起,多层次传销管理办法纳入公平交易法实施之后,传销市场已进入坦然、有规则可依循的里程。

现在,台湾从事传销事业的人,不论是专职或是兼职,已近200万人,所创造的营业额每年已达295亿,从这些数字的显示,“传销”已经从以往的“小”市场变成“大”市场,已形成众人矚目关心的行销管理新趋势。

历经十年的风风雨雨,传销市场被浇得硕大茁壮,传销人也早已从往昔的不了解、被碰撞,发展成一套精准的“复制”模式,这也是他们口中经常上口的“系统文化”、“系统模式”。

环顾这十年的传销市场有如此璀璨的成绩,传销领袖的付出是最大的功臣,他们马不停蹄从南到北、从西到东,一场一场地做创业说明会、产品说明会,以及会前会、会后会,而且不断地从挫折中找出成功的指标,供下线们遵循。曾经,他们和许多人一样是传销的新手,然而他们比其他的人更努力、更坚持、更懂得经营,因此他们能在传销市场打出一片江山,开创了台湾传销市场的广度与深度。



C 270713

对许多传销领袖而言，他们坚持到底的一个因素是“责任”，而非“利益”，有这么多下级跟着自己，为建立一个“梦想”而开拓潜在能力，这一步一步走来的历练，早已经不是金钱可以衡量一切，正因为透过“传销”的一种人脉结合，传销领袖所散发出来的魅力，也就是以“生命力”来诠释，他们不但为“复制理念”有一套精准的步骤，在生活、生命的教育上，也慢慢地与宗教搭上线，让所有的下线成员用自己的心去观照自己的生命，如何活出自己的一片天、如何为自己的生命力注入一股力量，不是别人，唯有自己。

传销领袖的表现是如此令人惊叹，值得我们为他所喝采，众望文化于是出版《传销天才》一书，希望藉由本书的披露，将他们一路走来的传销路作精辟的阐述，也更希望传销人能在日后的传销路上走得更稳定、更坦荡。

《传销天才》一书的出版，不针对某家传销公司或个人报道为出版之依据，而是本著传销理念、传销技巧等经验的传递、分享为编采方针，因此，在择取受访对象时，不以传销公司规模大小、个人在公司阶层排名的高低、营业额数字、或组织网人数的多寡为依据，而是以个人的传销理念、销售技巧、及解决问题的态度上做以取舍。因此，在人物的选择上定有遗珠之憾，或未尽如每位传销人之意，这是我们在出版本书时深以为憾的事情。

“传销”曾引起社会的批判，但是目前这些批判已经随着传销市场的稳定发展而销声匿迹，我们相信在所有传销人的努力之下，传销事业将是未来台湾最具影响力的事业之一！

作者自序

□梁云芳

(一)

□一段传销不解缘

与传销结缘,是1985年的事。一眨眼,却已是8年前的事了!

□沾上传销边

那个时候,我任职《突破》杂志,每月所接触的人、事、物都与传销有关,自然而然,我也与传销沾上了边。当时,我正在行销领域游走,整日所学不是行销导向,就是消费者导向,或是所谓的竞争者导向,对于沾上边的传销,尚无多余的时间做深入研究及探讨,但因传销是行销道路上的大革命,于是我将之列为重要研讨的课题。

1985年,是传销萌芽之时,同事、同学、朋友或多或少都和传销沾上了边。当时,传销还在与老鼠会交战之中,很担心一不小心就变成了“过街老鼠,人人喊打”,于是传销的代号就是“晚上有没有空,七点请你喝咖啡”。只要听到“喝咖啡”三个字,99%是请您来听一场OPP创业说明会,我也常在朋友邀请“喝咖啡”之

下,听了好几场的创业说明会。

我因为工作关系,和多家传销公司有了直接的接触,逐渐洗礼之后,我对传销事业的运作也有了更深一层的了解。

离开《突破》杂志,我转往寿险公司担任寿险经纪人。身为专业保险人,和传销的缘分应该比较薄吧,心想如此!三个月后,与方子雄先生的“早餐时间”作面谈,却把我与传销之间缘分拉得不但近,而且同游于其间好些年,其实,这也是始料未及之事!

那个时候,方子雄是松柏公司的总经理,正筹备《直效行销》杂志的创刊,我在多方的考虑之下,答应担任主编一职,原本,我只是沾上边的“传销边缘人”,接下主编的位子之后,我成为传销人的关心及关怀者,纵然我没有下海成为传销商发展传销组织,但是所见、所闻、所写、所采访的人、事、物,都与传销事业产生紧密的关系,这份感受犹如鱼与水般的紧密。

□一起感受,一起分享所谓的“人生实践”

整整三年半,我接触了传销公司的行政执行者、高阶传销商、初阶传销商,也到国外参加世界直销联盟大会,并参与了杰出直销人的选拔。这种和传销人一起活、一起感受、一起分享荣耀的喜悦,让我真正感受到传销事业不仅是道路上的革命,更是一种真实的“人生实践”。传销商在传销事业中筑梦,一步一个脚印地为实现梦想而努力,在筑梦中,也的确有许多“灰姑娘摇身一变而成为传销强者”的事迹,他们的美梦实现了!

不过,这三年半的传销市场,却也经历了前所未有的风暴。讲求快速牟利的金钱游戏如鬼魅般侵入到传

销市场,并啃噬传销理念的本质,一时间,传销事业和牟取暴利的不正当事业几乎划上了等号。某些传销公司在这股暴风雨的袭击下,为了维护公司的形象及正常的运作,改采保守的格局,以严谨的规范约束传销商的作业。部分传销商为了生存,也为了自保,不是退出潮流,就是转路征战,寻求浴火后的另一个梦想。

1989年,我赴美探视父母,于书店发现一本1981年出版的“The Greatest Salespersons”,其中报道了雅芳、安利等公司的杰出推销员。当时心中一怔,在讲求畅销书的现代出版潮流中,八年前的一本书竟然仍有卖点,当下引发我的念头,台湾的传销界也应该有类似的书籍出版,只是我还未做更深层的思考,再加上当时的风景未退,于是放下念头。

□传销路的一个终站

传销市场的风风雨雨,也间接影响了“直效行销”的发展,1990年5月,她向所有的读者说再见。那时,我的心情很复杂,因为从零到有付出三年的心血,一瞬间付诸东流,就像是一个baby,在没有得到完全的照顾,只有选择结束他的生命一样,万般无奈!

当时,又值父执辈的朋友过世,没有亲人在台协助料理后事,整个责任只有担在自己的肩上,内容不同,却同样令人难过的两件事情一起落在肩头,我什么也不能想,只有“看开,看淡”!

或许我真的需要时间止痛疗伤,在一个机缘下,我透过友人的介绍至佛教出版社担任主编一职,虽然,我仍在出版界,但是内容的不同,我已经和企业界脱节了,整整二年的时间,很难得与曾经一块成长、一块打

桥的企业人联络,天天沉浸在佛法的熏陶之中。

世事无常,任谁都不能料想下一秒钟的世界会产生何种变化。二年后,1992年的11月,在一股难以迷说的力量下,我又从佛教界走了出来,这时候的我,哪儿也不想去,只希望很自在地“编”书,做一名自由的“文化人”。

曾是哈佛企管顾问公司的同事,目前是夏河文化、夏河国际总经理的陈义丰,希望我能与他合作编撰一套“大陆经营实战丛书”,他的构想和我当时的想法相当符合,我开始钻研大陆财经的编务,谁料,这一接触,又将我拉回了企业界。

在编撰这套“大陆经营实战丛书”时,眼见熟悉的管理、行销名词,我的内心激动不已,原来,我仍然对“财经资讯”有一种难以割舍的情感。

□一个念头的产生

众望文化的负责人王添毅,是我在“直攻行销”时并肩作战的老同事,他和我对于出版事业皆有一份热爱,在我编撰“大陆经营实战丛书”之时,约为1993年4月中旬,共同商讨想出版一系列有关“传销”的书籍,在商讨的过程中,牵动了我为1989年曾经动过的念头——出版“杰出传销商”的书籍,很顺利地我完成了“传销这条路”的企划案,并着手进行该书的采访与写作。

□再次与传销界结缘

随着企划案的进行,我的思绪渐渐拉回到传销界的种种,也很高兴又有机会与传销界结缘,但是害怕的感觉却也逐渐拉大,毕竟离开了二年,传销界的变化如

何？目前的运作又如何？我完全没准，而且在我寻采访对象时，深怕已经事过境迁，或是有种种偏差，幸好，王添载给了我丰厚资讯的协助，受访者更给我相当多鼓励，我才又恢复往日的信心，并慢慢揣摩现阶段传销事业的 Knowhow。

撰写这本书的理由非常单纯，因为传销进军台湾已有十年的时间，不管曾经是如何地动荡不安，或者目前是稳扎稳打的阶段，我只希望总结一些传销商的事迹，给予在这条路曾经走过、付出过，或是目前仍在奋斗不懈，并获得成就的人一些重点记录。

我的先前构想是每一本采访七到八位传销商，重点放在报道他们的传销理念上，原则上以三本为主。正式进行时，还蛮顺利的，只是驾驭文字的功力已大不如前，所以在时间上一再延迟，不过这不是我的初衷，只是印证年纪愈来愈大的事实。

□感谢所有采访者的配合

至于采访的人选，我国脱离传销界已有二年的时间，不敢做太多的意见，只做了原则性的筛选，必须在传销界从事三年以上的的时间，有三至五条下级组织网，而且必须具备传销理念。

通过王添载的提供得到二份名单，再从这些人选中寻访到和我有缘分的人作采访，所谓“缘分”系指我与采访者之间是否得到相同的认知，以及在时间上是否能够配合，非常幸运，一开始联络，我就与九位传销领袖联络上，并采访结束，其中只有一名曹瑞明是我的旧识，其余皆是通过不同的人引荐而产生的机缘，他们分别是詹弘志、林文珍、曹瑞明、曹立平、程建海、李慕

尘、吴铭峰、林俊源、谢介甫。但介于每本书字数的限制,我不得不将李耀尘、吴铭峰、林俊源的“传销路”放在第二本书的出版上,这是我必须向他们致歉的。

在采访过程中,我非常感谢每一位受访人,是这般地配合,这般地能言善道,将多年来的传销经验汇集成无数丰富的资讯供我参考,代我撰写,如果没有这些有泪、有汗、有爱、有恨的内容作素材,这本书必将无法成功,这是我必须感谢的!

每一位受访人,目前都是各家传销公司的精英,与他们交谈,或是与他们一起参加聚会,我都像一名重新出发的学生,聆听他们获得高成就的作法。从他们身上所散发出来的魅力,我找到了传销领袖的特质。

以往,詹弘志是国中老师。

林文珍是大学教官。

曾立平是大学讲师。

曹瑞明是药厂业务经理。

段建海是行销经理。

谢介甫是电料批发行老板。

然而,踏进传销事业之后,他们都是从零开始作起,并一步一步地往上攀登,所凭藉的就是“要成功”、“要这份事业”的力量。

□传销领袖的特质

因为他们“要”这份事业,所以他们敢面对一切困难,并克服一切问题。“要”是从内心激发出的一种观念,内心的问题一旦解决,行动力就自然而然地紧跟着而来。

从零到无限是传销事业的魅力,但是要如何发展?

“教育”及“正确的复制”是不二法门。不过，传销事业讲求的是自由意志的发展，不能以强压式的“教育”灌输传销事业理念，因此通过不断地沟通、不断地站在对方的立场设想，并设计出一套成功的教育模式为他所采用的方法，他们不但以身作则贯彻实施，而且是不折不扣地要求自己及要求下线做“应做”的事。

他们都是很会“抓重点”的领导者，抓重点就是掌握原则，从原则的掌握之下再往前作细部的推理，并规划出每一个人不同阶段细部的进度。在受访对象中，曾立平特别会“抓重点”，他能接下任何人质疑的问题，并做立即解说，不但给了答案，并旁敲侧击引申出另一个新的问题，又及时给予回答。曾立平抓重点的功力的确是过人一等！

没有问题，是他们的另一项特质。

没有问题，并不代表他们不会碰到问题。他们天天碰到问题，问题比任何人都多。只是他们不怕问题，反倒会分析问题、整理问题、面对问题，把问题消化掉了，所以他们是“没有问题”的传销领袖。

他们非常善于利用中心的运作，藉由中心的力量奠定组织的拓展。虽然段建海、曹瑞明二人目前并没有中心，但是他们皆拥有过中心，也十分推崇中心对传销组织扩大的贡献。因为藉由中心的设立，传销商会有一种向心力，也有一股归属感的力量，廖弘志、曾立平、谢介市都是运用中心发展组织的高手。

他们都是非常重视系统文化的塑造者，毕竟传销人脉的组合，源自于社会各阶层的人，每一个都有他们预设及先前的经验，如何融化他们的头角，必须借助系统文化的塑造，他们因为了解其中原因，所以纷纷建立

系统的文化,以塑造全新的传销人。在采访期间,我一会儿台中、一会儿台北、一会儿高雄的奔波,但总能体验这些传销商长年来往于全省的辛苦,更能了解他们这份得来不易的荣耀。

□脱臼之苦令我难忘

可是在下笔撰写这六位传销领袖的“传销路”时,我一直处于痛苦的阶段中,一方面是担心自己的思路及文笔无法将他们内在的传销理念表达得十分恰当,所以经常困坐愁城,谨慎思考,却仍无所获。

愁城的困顿已让我不知如何疏解,偏偏又碰上我的左手因上楼梯不慎而发生脱臼现象,原想轻微的脱臼很快就会复原了,未料引发四周的关节、韧带发生病变,只好听从医师指示,天天至马阶医院作复健。然而,脱臼的时日太久,韧带及软骨已有僵硬的情形,肌肉也有一些萎缩,每当复健师在抬举我的关节时,我疼痛不已,不是哭得惊天喊地,就是哭得鼻涕逆流,好生难受。最初的一、两日,复健师忧心我因受不了疼痛会移动身体,还将我绑在床上,以免耽误了复健的效果。

复健的时间,虽只有一小时半,但是在抬举的动作结束以后,我早已经痛得六神无主,毫无神识可言,更遑论思考如何下笔,往往必须用冰块或冰枕敷个一至二个小时,再休息一个小时之后,我才能安住身心一字一字地下笔。约有四次在抬举关节过后,因为组织过于脆弱,整个关节发炎,酸疼的滋味直逼脑门,整个人陷入无意识状态,我根本无法动笔,但在各种因素的驱使下,我仍然挥着钝笔一路写下。何时,我的关节才能一如平日,我不知也,我只知在这本书完成时,我的关节

仍然处于疼痛发炎阶段。

□感谢治疗脱臼之苦的复健师

复健时间,是我痛哭时间,但藉此篇幅,我仍然要感谢马偕医院的叶晋毓及萧胜元二位复健师,他们都是在读的实习生,虽然在复健之时,我的左臂膀在抬举之间疼痛得已经快要不是我身体的一部分,但它仍然慢慢地在恢复正常,而且根心的疼痛却使我更珍惜时间的宝贵,并不断地督促我不能怠惰。这二位复健师常常告诫我:“做复健,一定会痛,忍住痛才会好呀!”我知道我不是个能忍痛的病人,但是这些话却可以应用在我写稿时的座右铭,即使每天很累,我仍然要坚持写、写、写,毕竟这是我可以掌握的。

终于要完成这本书的付印了,我内心有说不出的情绪。原本认为这本书的完成应该不会太难,未料,遇到左手脱臼,使我的书写速度及文章布局受影响,我只希望读者能够站在体谅的心情给予指正,愿与传销人共勉之,共为传销市场建立更美好的蓝图。

(二)

□平凡的伟大

以“如履薄冰,如临深渊”的心情撰写完成《传销这条路系列1——传销领袖·传销路》这本书。按照第一本书的架构及轨迹依循,第二本书《平凡心·传销情》的撰写,应是驾轻就熟、信手拈来。未料,这双钝笔却如千斤重的斧头,每每下笔都有无限的重力压着我思索

采访者的形象。每完成一篇文章，我都对自己说：“下一篇，我要费尽心思好好布局。”可是到了下一篇的提笔，我又陷入了无以自拔的思索中。

直到最后一篇文章，点上最后一个句点时，我才恍然大悟，为何我的思绪竟是如此沉重，因为每一位采访者，都散发出“平凡中的伟大”，面对他们的平凡、他们的耿耿孜孜，他们反反复复做着同样的动作，我反而不知所措，一味地寻找平凡中的另一面，这就是我不够聪明的地方，事实已说明了一切，这就是传销的特质，也是他们的特质，不必有过人的聪慧资质、不必具备一流的口才、不必拥有丰沛的资金，也无傲人的英姿挺拔，只要有着一颗关怀他人的心，诚如邵珍妮在采访中一再提到的“当别人以冷淡的态度反击你，你依然一本初衷地关怀他”的热度，或是一颗向上学习、进取的积极心，以及一种不怕挫败的坚忍心，耐着性子一步一步地往前走，一样可以达到高级传销商的目标。

笔墨已经到了最后阶段，我才明白，虽然嫌晚，却仍有篇幅向读者一吐我心中对这六位传销领袖的敬佩。

□曾经是不起眼的一群人

六位传销领袖，论口才，绝对不是第一流，论资历，也无显赫足以耀人的背景，李慕尘，是一名电影演员，完全没有从商背景；蔡顺福是电信局的公务员；蔡淑琴、陈尚政夫妇是朝九晚五的公务员；邵珍妮是一名保险从业人员；黄景章是一名平凡的人；林俊源是业务员。

在传统事业，他们一点也不起眼，整日随着社会的

脉动，努力地付出自己的心血，赚取养家活口的一份薪水。没有资金，没有高学历，也没有家庭企业在背后撑腰，他们即便想要“成功”，拥有一份事业，却是渺不可及的“梦”，并不是社会不给予他们机会，而是社会本来就是很现实的，不具足一切条件时，想要成功，可能要付出一辈子的心血。

然而，他们掌握到传销事业的机会时，他们不放弃，即使有挫折、有难过，可是他们却做自我反省，因为他们并没有输，也没有失掉什么，于是他们做更多的自我反省及自我调适，只要坚守当初进入传销事业的那份信心，一定会有所成就。日复一日，年复一年，他们不断地做，不断地行，终于累积了许多人脉资源，当然也带给了他们实质的财富。

其实，巨大的财富只是外观所呈现的奖励，在他们的内心，却是人生历练后的充实感，在尝尽了人与人相处之后的酸、甜、苦、辣之一，他们更能掌握人性的价值及尊严，于是他们开始规划出一套又一套的教育训练的课程，希望藉由“教育”的过程，改变人性的思考模式。

□重视教育训练的成果

这六位传销领袖，在开始从事传销事业之时，并不了解“教育”对传销事业的重要性，他们带着以往的习惯进行这份事情，然而，在碰到障碍、碰到组织溃散之后，才警觉“教育”是何等的重要，他们不敢怠惰，纷纷拟定各种适合不同阶层传销商的课程，希望藉由各种聚会、各种教育，凝聚传销人的向心力。

“教育”，众所周知是百年大计，不可能一蹴可及，

然而在点点滴滴的教育训练过程当中，下线伙伴们得到了成长，自己也得到成长，这种互动的关系、相互的关怀，是传统事业所不能比拟的，而这也是传销事业中最珍贵的资产。

他们在“教育”中获得了传销事业的精髓，也在“教育”中掌握到 How-to 的步骤，更让许多下属伙伴因为得到“教育”的洗礼之后，对人生有了不同的思考模式。

□对人性深切的了解

这六位传销人，和你、我一样是平凡人，他们很真诚，对工作很努力，对下属很照顾，和你、我一样，每天在为著人生的价值观而忙碌，可是，我看到的是，他们开始对人性的反省，有了对人性的更深层了解之后，他们更加珍惜目前所拥有的，而且也不断地教育下属：“做传销，要赚到钱，只要坚持，钱一定比在传统事业多，然而，对人性的了解、对人性的关怀、对人性的掌握，才是传销事业的最高境界，用一辈子的时间也学不完”。

因为他们运用短短七、八年的时间，却换取了在传统事业当中必须利用二、三十年的时间才能得到的有形及无形的资产，所以他们是在平凡之中创造伟大事业的一群人，他们真的做到了，这是我深切感觉到的一份震荡。

虽然在撰写第二本书之时，我的心力依然沉重，我的左肩脱臼之苦仍未消除，还是必须天天至马偕医院做复健，可是当我思索到这个问题时，我的内心出现了一丝的安慰，因为这是我要的答案，也是我要表达的一种感觉。

(三)

划上最后一个句点，我的内心被一种充实感、欢愉感及解脱感所占据，“传销这条路——人物篇”的第三本书终于完成了。随着它的结束，代表着我所付出的心力即将有一个缓冲的空间。

从最初单纯的概念，到详尽的企划，再到实际的执行，整整一年的时间，每日所思、所念，虽不全是“传销这条路”的内容，但也占据了我不小的时间，如今总算可以稍作休息，为未来的路再做冲刺。

半年来，读者对我所撰写，而且已上市的《传销这条路——人物篇①》、《传销这条路——人物篇②》两本书有正反两面的意见及看法，正面的肯定是撰写的内容很扎实，对经营传销事业的理念、技巧等经验之传承，有广度的参考；反面的看法是鉴于台湾传销公司的经营方式仍趋封闭的作法，报道了A公司，B公司的热诚度就减弱了，报道了C公司，D公司就非常敏感，深怕会影响其所属的传销商。事实上，这是长久以来业界一直存在的心态问题，没有答案可以化解，然而，作为一名撰稿人及报道者，我们却不能将自己的心念囿于主观的环境，而致弃出版立场之客观公正。

其实，18位的受访者都是以最真心的本性，表露出他们之所以能在传销界立足的感受，身为传销人何不珍惜这份难得的传销缘，以开怀的胸襟去感受每一位传销人所发出的频率呢？这是我撰写这本书最深刻的感受，期望能与读者们分享！

三本书撰写完毕，但最大的遗憾，是没有采访到目