

◎ 远江 景斓 编著

中国商界
红灯区

传销

MULTI-LEVEL MARKETING

传销为何物？
营销？直销？宗教？网络？锁链？
完美的人间天堂？
骗人的魔鬼游戏？
多少人雾里看花，
多少人水中望月。

无以计数的人们
怀着梦幻与激情，
以排山倒海之势
投入并陶醉
在以分享和信任为理念的
传销氛围里——
是为了那月薪50万的辉煌传说？
还是为名车洋房的诱人神话！

为什么
爆富的高速公路上
突然红灯闪烁？
中国的传销，
绿灯何时能再度开通？

传销猛于虎？



不要跟着老鼠会魔鬼的音乐起舞

改革出版社

中国商界红灯区——传销

北京牧迪公司文化传播部编写组

改革出版社

· 北京 ·

图书在版编目(CIP)数据

中国商界红灯区——传销/远江、景斓 编
著. —北京:改革出版社,1995.12

ISBN 7 — 80072 — 777 — 7

I. 中 … II. ①远、②景 … III. 商品 — 传销
— 概论 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 21771 号

责任编辑 郑保华
封面设计 文 硕
监督印制 陈 辉

中国商界红灯区——传销

远江、景斓 编著

改革出版社出版发行

社址:北京市东城区安德里北街 23 号

邮政编码:100011

铁十八局一处印刷厂印刷

1996 年 1 月 第 1 版 1996 年 1 月第 1 次印刷

850×1168 1/32 11 印张 260 千字

印数:1 — 20000 册

ISBN7 — 80072 — 777 — 7/F.464

定价:15.60 元

主 编

远 江 景 斓

顾 问

汪 勇 李红喜 陈 宏

编 委

远 江 景 斓 冯 哲

策 划

刘 晴 冯 哲

撰稿人

远 江	景 斓	冯 哲	一 衡
俊 峰	杨丽娅	刘 松	缪络风
康 桥	董 悦	冯 涛	邓小英
李妙龄	唐新容	杨 洁	时 磊

序 言

传销这个概念，对普通中国人来讲，可能比较陌生，但生活中的传销商，大家碰见的就不那么少了：也许你曾经向走街穿巷，面带微笑的小姐购过化妆品；也许你曾经向风尘仆仆，笑容可掬的先生买过保健器具，这看上去有点象美国现代商业片中的某些镜头，但不知在这里你是否意识到，你已经自觉或不自觉地踏入了中国传销风暴的滚滚洪流之中了呢？

事实上，传销登陆中国，只是近几年的事。1990年10月，中美合资雅芳化妆品有限公司在广州成立，标志着传销业在国外风行数十年后正式为中国市场经济所接受。也许当时，国人对传销的真实身价并未完全了解，传销在大多数人的眼中还是一只成不了大器的丑小鸭，大家将信将疑，依样画葫芦去做传销，但让人瞠目结舌的是，时隔两三年，传销风暴竟刮遍了大江南北，横扫千城如卷席。从深圳、珠海等沿海城市到郑州、西安等内陆城市，传销令人不可思议的魔力已成为了人们讨论关注的焦点。更令人目不暇接的是：成千上万的人们在对传销一知半解的情况下，抱着一夕致富的梦想，情不自禁地跻身于传销商的行列，一时之间，古老的华夏大地出现了一种人人奔走相告，趋之若鹜的壮阔场景。传销已被一批现代的冒险商定位为“二十世纪工薪阶层暴富的最后一剂良机”，并与炒股票、玩期货等潮流并驾齐驱。

然而事情到了1994年，却有了一些变化——中国官方突然之间对传销亮起了红灯，从而使传销横流为之一滞。但停顿是短暂的，被某种魔幻般的意念所驱使的国人旋即疯狂地投入了新一轮的传销游戏。是可忍，孰不可忍，中国官方于1995年又再度对传销业亮起了红灯。

“这一切到底是怎么回事呢”？国人在问，传销集团军在问？经济界的元老重臣们在问。

个中三味我们还得从传销的源起来探讨。所谓传销，从通俗的意义上讲，它是本世纪40年代产生于美国的一种营销方式，其运作的理论依据是倍增学理论和人际传播学理论，是一种靠人际网络和感情传递来完成对产品的销售方式，它有严格的组织结构和高额奖金激励制度，所以从其诞生之日起，就使其在具体操作上面临了两种分野：一种是在建立销售网络的同时更致力于产品的推销到零售业绩的考察，以此确定高额奖金（有时甚至是汽车，洋房）的发放；另一种是并不看重零售业绩而只致力于网络的扩张，把拉取人头的多少作为发放高额奖金的依据。前种我们通常称之为正当的传销公司，如美国的安利、雅芳公司，后者通常被人们称为变质的传销公司即“老鼠会”。这种分野在国外都先后出现过。尤其在传销业盛行初期时，由于“老鼠会”获取暴利时周期短，操作上手法简单，因而很容易形成猖獗一时的风潮，国外都有这种情况出现过。而在我国，恰好存在着这么一种天然的土壤。贫穷的过去，剩余劳力的增多，

牧迪寄语：牧迪人追求的目标力求卓越。

股票、期货一夕致富的神话让人们争先恐后抱着这么一种侥幸心理：既然有这种一本万利，快速致富的途径，哪能再错此良机。于是金钱的魔力刺激着人们去冒险、淘金，不顾一切地投入到这么一场令人心跳欲狂的游戏之中了。

“红尘滚滚，痴痴今生，何不潇洒走一回”，而一时之间传销业被暴炒，传销集团军风涌而至，泥沙俱下，鱼目混珠，在中国形成了一个巨大的闹哄哄的场景。传销与“老鼠会”相搅和，传销商和不法奸商争相表现，孰是孰非，让人百目难辨。事实上，1993年到1995年间，传销业在中国已成了一只巨大的断了线的风筝。怎么办？中国官方不能不对其亮起全方位的红灯。

由北京牧迪公司文化传播部编撰的这本《中国商界红灯区——传销》正是以这种纷争为背景，秉着正本清源的思想，对风行世界各地的传销业作了一次巡礼，客观、公正、实事求是地剖析了传销和“老鼠会”，同时对传销在中国的现状作了详细的勾画。全书构思独特，立意称高，理论上有突破，实际上指导性强，实在对目前被传销拨弄得昏头转向的国人是一本必读的好书。

一九九五年十二月

楚 人

第一章 传销——风靡全球的自由职业

- (1)
- 1.1 导入传销 (2)
 - 1.1.1 一个不可思议的传销商故事 (2)
(失去了丈夫,失去了房产,她能做些什么呢?)
 - 1.1.2 不同寻常的报道(传销业将在 21 世纪风行不止吗?) (3)
- 1.2 什么是传销(有人说传销是天使,还有人说是魔鬼) (4)
 - 1.2.1 传销的理论基础是几何倍增效应 (5)
 - 1.2.2 传销的基本形式是人际传播 (6)
- 1.3 传销简史(传销从产生至今,虽然只有几十年,却历经血泪斑斑的历史) (7)
- 1.4 世界各国传销巡礼 (10)
 - 1.4.1 美国、我们挚爱传销(我们可以拥有梦寐以求的房子,期盼多时的车子和渴望已久的观光旅游) (10)
 - 1.4.2 日本:欢迎大家都加入传销业(这是一种生活方式,我们的父母、子女、每一个人都分享着传销给我们带来的欢乐,欢迎大家都能有缘相聚) (13)
 - 1.4.3 马来西亚:深信传销的魅力 (15)
 - 1.4.4 宝岛多层次传销扫描(我们确实正在尽情享受,你要到哪里去找这样的公司,可以提供我们每年去夏威夷去旅游,我们实在没有理由拒绝它) (16)

- 1.4.5 香港:做传销,求暴富…………… (18)
- ①香港自由风盛令人心动…………… (18)
- ②直销使一个香港普通妇女奇迹般发展…… (26)

第二章 传销鹊桥上的游戏规则 …………… (35)

- 2.1 传销:既利己又利人 …………… (36)
 - 2.1.1 传销是条友情链,一端系爱心,一端系铜板…………… (36)
 - 2.1.2“一步登天”是好梦,传销业却不能圆…………… (40)
 - 2.1.3 组织传销和做“山大王”有区别…………… (41)
- 2.2 传销:互助合作 共同创业…………… (42)
 - 2.2.1 传销业的催情素:高额奖金…………… (42)
 - 2.2.2 传销公司发奖金时,并不是“乱点鸳鸯谱” … (45)
- 2.3 传销制度…………… (47)
 - 2.3.1 注册制度…………… (47)
 - 2.3.2 监督制度…………… (48)
 - 2.3.3 职级制度…………… (49)
 - 2.3.4 冷静期制度…………… (50)
 - 2.3.5 抢线保障制度…………… (51)
 - 2.3.6 推荐制度…………… (52)
 - 2.3.7 转线制度…………… (53)
 - 2.3.8 培训制度…………… (54)
 - 2.3.9 易主制度…………… (57)
 - 2.3.10 业绩调阅制度…………… (57)
- 2.4 传销公司:选择做雇员,学会做老板…………… (58)
 - 2.4.1 雇员选老板,千万不能“有奶就是娘”…………… (58)

2.4.2	请朋友做“上帝”坑他你就完了	(60)
2.5	OPP——传销公司的核心	(64)
2.5.1	听课前，朋友们看热闹	(64)
2.5.2	听课：听众的心跳不断加速	(66)
2.5.3	散会后：人人都象着了魔	(67)
2.6	从安利公司来说传销运作模式	(68)
2.6.1	如何成为传销商	(68)
2.6.2	训练新人以建立销售网	(69)
2.6.3	扣人心弦的世袭奖金	(69)
2.6.4	组织奖金与奖衔	(70)
2.7	传销：宗教性、教育性、企业性三位一体	(72)
2.7.1	宗教性	(72)
2.7.2	教育性	(74)
2.7.3	企业性	(76)
2.7.4	传销改变了我的一生	(77)

第三章 国际传销商们的成功绝招 (81)

3.1	成功的第一步	(82)
3.1.1	正确的心态：帮助朋友心态·不以赚钱为唯一的目 的心态·积极心态·老板心态·一年奋战心态· 学习心态·归零心态·发传单心态·巧克力心态 ·传教士心态	(82)
3.1.2	最佳形象：外在形象·内在形象	(84)
3.1.3	良好的心理素质：诚实·克服被拒绝的恐惧·以身 作则·良心·信心·耐心·恒心·爱心	(85)
3.1.4	不懈的努力：不下田，一块田都耕不动·不要怕鱼	

大得装不下自己的盘子·要对我们所选择的环境 给予肯定	(86)
3.2 踏实的行动,灵活的技巧	(88)
3.2.1 第一阶段:准备阶段——加入 认识传销·选 择技巧	(88)
3.2.2 第二阶段:学习阶段——零售 跟进上线·了解 制度·试用产品·开始零售·魔方原则·出去销 售	(90)
3.2.3 第三阶段:成长阶段——推荐 选择工作伙伴· 邀约·创业说明会·追踪	(96)
3.2.4 第四阶段:承诺阶段——训练 激励·培育	(99)
3.3 心灵的自我后迪	(102)
3.3.1 朋友 是你永远的雇员	(102)
3.3.2 沟通是洗炼人格的润滑剂	(103)
3.3.3 懂得感恩才是富足之人:时时洗心·去除作祟的傲 慢心·要对不义之人心存感激	(104)
3.3.4 承担压力是成熟人的表现	(106)
3.3.5 赵雪岑——“以爱心为出发点”	(108)
第四章 传销天空下的幽灵——老鼠会	(111)
4.1 变质传销——老鼠会的实质	(112)
4.1.1 老鼠会之原理:拉来人头就给钱	(113)
4.1.2 老鼠会之演讲:挂着羊头卖狗肉	(113)
4.1.3 老鼠会之组织机构:算八字,定座次	(115)
4.1.4 老鼠会之忠义:掏完腰包给鼠王后,赶紧找人去垫 背	(115)

4.2	老鼠会与多层次传销的本质区别	(117)
4.2.1	老鼠会之违法性:不劳却能有所获	(117)
4.2.2	多层次传销之合法性:不劳者不得食	(123)
4.2.3	天渊之别——多层次传销与老鼠会之写真	(125)
4.4	警钟长鸣:永远抛弃老鼠会	(129)
4.4.1	老鼠会案例	(129)
	美国一假日魔法公司·日本一天下第一家会·台湾一 台家事件·香港一金币传销术大曝光	(129)
4.4.2	一劳永逸的黄金梦——老鼠会土壤在人心	(133)
4.4.3	警钟长鸣:永远抛弃老鼠会	(135)

第五章 阴阳难断:经济学家书案上的八卦图

5.1	传销是外国人的红馅饼,我们吃了不消化	(140)
5.2	传销是外国人的牛排,中国人照样可以吃	(147)
5.3	传销这块红馅饼生吞活剥不习惯,可以慢慢吃	(159)

附录:《多层次传销:发展、问题和管理》。

第六章 忧喜参半,中国官方脑神经的颤动

6.1	传销案例震动中国官方	(186)
	案例一:北京龙权珠宝公司查封始末	
	二:上海直销引出风波	

三：郑州查处一起特大非法传销案

- 6.2 “传销是真金，就不怕火来烧”…… (196)
 - 6.2.1 老鼠会被淘汰——老鼠过街，人人喊打…… (196)
 - 6.2.2 传销入中国 绿灯遍地开…… (198)
- 6.3 “传销再乱，不至于国家管不住”…… (200)
 - 6.3.1 小小传销，居然在中国成了气候…… (201)
 - 6.3.2 你是孙猴子，我却是如来佛…… (202)
- 6.4 传销业快成断线的风筝了，怎么办？…… (203)
- 6.5 “好坏甭说，赶快亮起红灯吧”…… (205)

附：

一 传销：致富新捷径？

——一家境外公司在珠海的销售活动探秘

仙妮蕾德走访记

二：关于传销的对话

——深圳《投资导报》邀请法制、工商、税务部门官员
及传销人士座谈

三：关于直销、传销的三次研讨会

(一) 引入的思考——“直销引入与发展研讨会”

(二) 经验的交流——“海峡两岸直销业座谈会”

(三) 理论的升华——“多层传销理论研讨会”

第七章 终南捷径：传销公司的演说…… (228)

- 7.1 传销圆你事业梦…… (229)
- 7.2 完美的薪酬制度…… (236)
- 7.3 安丽——一个实现梦想的传销王国…… (239)

7.4	仙妮蕾德, 诱人的计划	(246)
7.5	成功传销商列传	(251)
7.5.1	走出颓废	(251)
7.5.2	英雄不怕出身低	(252)
7.5.3	永远抉择	(256)
7.5.4	我有二万五千个下线	(258)

第八章 高歌猛进: 中国传销集团军 ... (260)

8.1	高倍望远镜中的中国传销军团	(261)
8.1.1	女性传销商是主力战群	(261)
8.1.2	中年人对传销情有独钟	(262)
8.1.3	高学历人口投入	(262)
8.2	来自中国传销姐姐们的悄悄话	(264)
8.2.1	满足人们谋安全的心理	(265)
8.2.2	满足人们潜在的投机心理	(265)
8.2.3	满足人们不喜欢约束的心理	(265)
8.2.4	满足人们受崇拜的心理	(265)
8.2.5	去除自卑感, 重新自我肯定	(265)
8.2.6	满足人们爱做梦的心理	(266)
8.3	一份耕耘, 一份收获	(266)
8.3.1	掌握致富良机, 主动出击	(266)
8.3.2	成就传销者的法宝, 不屈不挠的信念	(267)
8.3.3	拥有正确的心态: 成功尽在自然中	(269)
8.3.4	置之死地而后生: 成功的背后是汗水	(270)
8.3.5	传销之意不尽在传销: 灵活运用传销策略	(272)

- 8.4 传销无尽路,怎一个“苦”字了得 (273)
- 8.5 “金字塔”下的乌鸦..... (283)
- 8.6 两位传销“大哥大”的心路历程..... (285)

第九章 国际传销商德约法 (293)

- 9.1 台湾多层次传销管理办法..... (293)
- 9.2 国际传销商德约法..... (296)
 - 9.2.1 世界直销商德约法..... (296)
- 9.3 美国传销合法性九大检验标准..... (307)
- 9.4 日本有关传销的法规..... (310)
- 9.5 加拿大禁止的几种传销..... (313)
- 9.6 国务院办公厅关于停止发展多层次传销企业的通知..... (316)

第十章 国内外传销公司传销规则与操作 (318)

- 10.1 北京斯汀摩生物技术有限公司多层传销规则
(摘) (318)
- 10.2 中美合资广州雅芳有限公司直销规则(摘).....
..... (323)
- 10.3 安丽公司传销商酬金核算方法 (329)

第一章 传销—风靡全球的自由职业

拥塞的空间，昂贵的物价，燥热的夏季，寒冷的冬天……一切对于我们工薪阶层来说都是那么艰难，有什么办法让我短时期内摆脱这种困境呢？炒股票？玩期货？我一直在苦苦寻觅。现在好了，传销公司给我提供了这么一块自由的天地：没有资金，可以迅速做老板；没有学历，同样可以成名流；没有背景，同样可以赚大钱，……此情此景，此时此刻，我没有理由不疯狂……

——《传销商 A 君日记》

牧迪寄语：一项承诺就是一个让步，谈判时要善于运用承诺。

1.1. 导入传销

1.1.1. 一个不可思议传销商的故事

温蒂·威廉姆太太家住在西伦敦，两年前，曾经大难临头，可是现在一切都雨过天晴了。

她的丈夫哈里被一个汽车肇事者撞死了，因她未有买保险，因此，保险公司不负任何责任。哈里自己开了一间小公司，从事电脑咨询业务，全家以此维持生活。开公司的时候，向银行贷了款，并且把自家的房子充做抵押品。

如今，这银行引用抵押协议中的“善意间隔”条款，只等四个月就开始行动了。房子卖掉了，银行的钱还了，温蒂带着两个孩子无依无靠，无家可归，不知道以后的生活该怎么办，这一切虽然太残酷，但又完全符合法律程序。

正当她绝望的时候，她的一位朋友给她出了一个主意。她说她本人正在做着一一种全新概念的营销工作，只要业余时间和自己的朋友走动走动，与她们分享和推广一个好的东西就可以赚钱，无需资金，无需经费，就能养活她们全家。

温蒂当时还搞不清她在讲什么，不过既然不必有任何经费，就试一试吧，去见见她的朋友，也只当去串串门。只见了一次面，温蒂就下决心同她们一起干了。温蒂学着那些人传授自己的方法，去向别的朋友传授营销方式，复制这种理念，不久，温蒂和她的朋友们都发现，自己的确开始盈利了。

“参加的人越多，销的越多，我赚得越多，他们也赚得越多。我简直觉得妙不可言。我有了自己的事，有了目标，每星期都有了朋友，有了生活圈子，再不用自己一个人独自哭泣了。虽然是