

中国打传报道

为什么 安利 玫琳凯 天狮 完美 不是传销
如新 南方李锦记……



安利十问十答

玫琳凯是非大讨论
真假天狮辨
走进完美
知名直销公司大看台
中国传销黑幕大揭秘



人民日报出版社

直销与中国

中国打传报道

佚名 编著

江苏工业学院图书馆
藏书章

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

直销与中国/《直销与中国》编写组编. —北京: 人民日报出版社, 2005. 2
ISBN 7-80208-153-X
I. 直... II. 直... III. 销售-研究-中国
IV. F713.3
中国版本图书馆CIP数据核字·(2005)第012987号

《直销与中国》丛书编辑委员会成员

丛书主编: 熊道静

编委: 李春 徐艺航 庞西霞 梅蕊
魏建群 赵燕 张男 李丁
王新 聂子鑫 苏格

书 名: 直销与中国——中国打传报道

作 者: 佚名
责任编辑: 紫晓
封面设计: 马静

出版发行: 人民日报出版社
社 址: 北京金台西路2号
邮政编码: 100733
发行热线: (010)65369529 65369527
经 销: 新华书店
印 刷: 重庆升光电力印务有限公司

开 本: 16开
字 数: 150千字
印 张: 11
印 数: 5 000
版 次: 2005年2月第一版
印 次: 2005年2月第一次印刷

书 号: ISBN 7-80208-153-X/F·005
定 价: 180.00元(全套)

前言

国家一年一度打击传销的战斗正在进行。

有人说，中国直销发展的历史就是一部与“金字塔诈骗”和“老鼠会”等传销斗争的历史，十多年来，因为传销，中国直销业从来就没有平静过。2005年，直销开放前夜，和历史上任何一次直销浪潮一样，各类传销打着直销立法的旗号也虎视眈眈兴风作浪起来。

回想漫漫打“传”路，国家工商部门从没有松懈过。

继2004打击传销“十大案件”后，12月14日，王众孚局长在全国工商行政管理工作会议上表态，2005年上半年在全国开展为期3个月的专项执法行动，重点打击“拉人头”式的传销和变相传销活动，加大对参与人员多、社会影响大的案件以及在校学生、少数民族等特殊群体参与的案件的查处力度，依法严惩传销头目，摧毁传销组织网络。继续强化宣传工作，教育广大群众自觉抵制传销和变相传销。

“传”不打，“直”难立。

如何甄别直销与传销，是中国直销立法的首要问题，也是压在各大直销企业心坎最大的痛，更为严重的是，传销已成社会毒瘤，疯狂地吞噬着民众道德与良知的肌肤。

打击传销决非通常所做的把窝点一端这般简单，如何给中毒的传销人员重新“洗脑”，让他们认清传销的骗人、害人本质，这才是打击传销的关键。

然而，这是工商部门、或者直销法规无法完成的。

最科学、最明智的选择是，给社会高筑起一道“防传打传”的城墙，让广大群众认清传销、远离传销，让广大群众正确认识“安利”、“玫琳凯”等合法直销公司，让他们走出传销的灰色地带，这是出版本书最大的愿望，也惟有如此，中国直销才会一路走好。

目录



第一章 中国传销十五年

海外“老鼠会”历程	2
美国：“老鼠会”的发源地	2
日本：“老鼠会”的领头军	3
中国台湾：“老鼠会”的样板	4
中国香港：拒绝“老鼠会”	6
十五年中国传销劣迹	7
直销登场，传销搅乱一池春水	7
鱼目混杂，倒海翻江卷巨澜	7
直销立法，淘淘江水向东流	9
链接	11
《关于进一步加强对多层次传销活动监督管理的通知》	11
《国家工商行政管理局已核准的多层次传销企业及单层次直销企业名单》	12
《传销管理办法》	13

第二章 直销与传销辨析

直销概念大辨析	18
千夫所指老鼠会	20
直销与传销区别判断之标准	21
传销的群体意识分析	26
传销“魅力”何在	31

第三章 传销黑幕揭秘

重庆·欧丽曼传销骗局大揭秘	34
---------------------	----

广东番禺·系列传销大案实录	37
广东盛怡·传销头目供述核心秘密	43
江西景德镇·传销逼向青少年	52
广西柳州·“佰得尔”演绎悲情凶杀案	55
山东·众旺消费储值变相传销案	57
链接：“消费增值”辨析	61

第四章 打传:中国工商在行动

2004~2005 年打击传销新闻回放	68
“东莞飞跃”传销案件	68
山东破获涉案金额近亿元传销案	68
广东查处全省规模最大传销案	68
宁夏工商查处 9 起传销和变相传销案件	68
“珠海市沃奇达”变相传销案	69
广州“龙山和和”传销案	69
湖北涉案金额 200 万 传销和变相传销	69
广州“彭相勇”变相传销案	69
山东省九大传销案件	69
网络传销“五行茶”狂揽资金近五百万	71
江西“小蚂蚁”保健酒传销泛滥	71
葛洲坝：外地民工被骗	71
广西“金字塔”、“老鼠会”传销窝点被端	72
新坡捣毁劣质化妆品传销	72
泰安民警巡逻打传	72
巢湖狠打传销“头头”	72
蓬莱连端 3 个传销点	72
“连锁销售”被端	73
增城“北京恒源国际”传销案	73
江川再打黑窝	73
端掉“人头窝”解散 21 人	73
阳江端掉 38 个传销窝	74

出警 200 人 抓获 823 名传销者	74
莱芜警方端掉传销窝点	74
胶南遣返听课传销者	74
松原市“秀肤佳”传销案	75
源汇摧毁传销团伙	75
兰山“雪芙妮”传销案	75
“深圳文斌”案头目被拘	75
楚雄“绅士牌”传销案	76
咸阳捣毁绑架传销团伙	76
鄂州“金阳光”传销培训案	76
来宾掀打传风暴	76
“番禺思立”传销案	76
招远捣毁“兰立德”传销窝	77
山东：传销骨干被扣	77
16 万人搞传销 诈资 4 亿	77
“广西玛雅”传销案	77
广州打击境外收款提货骗钱变相传销	77
链接：我国打击传销大事记	78

第五章 为什么安利等不属于传销

为什么安利不属于传销	80
安利十问十答	80
安利制胜的另类法宝	83
黄德荫谈安利	85
安利中国：为您生活添色彩！	90
玫琳凯不是传销的大讨论	91
湖北卫视对话玫琳凯麦予甫	95
品质谱写华章 芳菲润生和谐	101
真假天狮辨	104
鉴别	104

公司业务员奖金制度	105
加盟天狮的方式	106
公司的第一批牌照问题	106
天狮广告战略	106
选择天狮的十大理由	107
深入了解直销和天狮	108
健康知识和公司主要产品	108
做天狮与做其他直销业的区别	108
走进完美	109
完美高层说完美	109
完美的十年历程	114
完美公司的信条	114
古润金在“中国经济发展与对外贸易合作论坛”上的发言	115
完美公司 演绎完美	115

第六章 知名直销公司介绍

安利公司	120
雅芳公司	122
玫琳凯(Mary Kay)公司	124
美国 USANA(优莎娜)公司	126
如新企业集团	127
立新世纪	128
南方李锦记营养保健品有限公司	129
盛仕铭国际机构	130
天狮集团	131
完美(中国)日用品有限公司	132
仙妮蕾德国际机构	133
中国新时代控股(集团)公司	134
美商尚赫国际集团	135
富饶企业集团有限公司	136
丞燕国际有限公司	137

广东九极日用保健品有限公司	138
康宝莱国际公司	139
河南神龙服饰有限公司	140
中国宝健公司	141
中山市理科虫草制品有限公司	142
郑州朗瑞科技发展有限公司	143
中新合资安惠生物科技有限公司	144

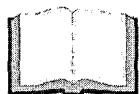
链 接

国外直销法综述	145
亚洲国家直销法规	152
日本访问贩卖法	152
韩国直销法	156
马来西亚直销法	163
世界直销商的约法及欧美国家直销法规	167

第一章

中国传销十五年

世界各地传销业的发展，无一不经历一个“混乱——整顿——规范”的过程，而传销在中国大陆十五年的风雨历程，更是经历了一个曾经被捧上神坛，又突然被打入地狱的大起大落。在传销肆虐的土地上，直销不得不小心翼翼行走在灰色地带，开始痛苦地转型与探索。凤凰涅槃会经历死亡的历练，历史总会还直销以本来面目……



海外“老鼠会”传销历程

首先声明，本书所说的“传销”，就是中国称的“非法传销”，海外称为“老鼠会”，从传销“老鼠会”发展的历程看，几乎是与直销相伴而生的。直销在先，传销“老鼠会”跟后。因此，本章节在概述时，不得不详述直销。

美国：“老鼠会”的发源地

1945年

温安格与狄维士

所有直销人都应该记住这一年和这两年轻人。在这一年的春天，两个除了热情几乎一无所有的小伙子，在美国加州纽崔莱(Nutrillite Products)公司创造了多层次直销这一伟大的模式，销售保健食品。

他们的操作方式大体是：直销商以35%的折扣向他们两位进货。直销商如果能吸收25人(包括下线直销商和直接客户)，而且这25人都购买一个月的用量，他就成了“推荐人”。这时他的下线直销商和直接客户都要直接向他订货。他个人可以从卖给直接客户的销售额当中赚取35%的利润，从下线直销商的销售额中则最高可提成

25%。这种方式有四个好处：

(1) 可以节省营销和广告费用：销售人员拿提成，而不发工资，依靠人际传播，而不必做广告；

(2) 售价可以比其他店里销售的类似物品高：销售人员本身也是消费者，提成可以抵消高出的售价；

(3) 可拥有许多喜欢向熟人买东西的忠实顾客：直销更多的是卖东西给认识的人；

(4) 可以利用业绩越多、佣金越高的方式来激励销售人员：这正是多层次直销的魅力所在。

凭借着优质的产品和先进的营销模式，纽崔莱公司取得了让传统保健食品公司瞠目结舌的业绩。他的两位创始人在成就了若干直销商的同时，自己也积累起了巨额的财富。

1959年，纽崔莱公司的两个直销员温安格与狄维士带着在纽崔莱公司积累的经验 and 资金，成立了安利公司(Amway Corporation, Inc.)销售自制的清洁剂。他们借鉴并改进了纽崔莱公司的直销模式，取得了巨大成功。

60年代，由于安利公司的绝佳表现，一些不法商人对安利的营销制度加以分析研究、剽窃模仿，而设计出了一套类似安利营销制度的“金字

塔销售计划”(Pyramid Sales Scheme)来诈骗消费者,这就是后来被称为“老鼠会”的由来。

“老鼠会”是“金字塔销售计划”的俗称,都是变质的“多层次直销”。根据美国联邦贸易委员会资料显示:最早的“老鼠会”成立于1964年,由美国人威廉·派屈克在加州所创,名为“假日魔法公司”。在短短的8年间,其业绩从第一年的52万美元窜升至1972年的2.5亿美元。几乎同一时期成立的“佳线产品公司”也是“老鼠会”的杰作。

金字塔式销售公司的出现导致了成千上万上当受骗,甚至为此倾家荡产。因为其与多层次直销在制度和结构上的形似,也为整个直销行业带来了一场灾难。此时作为直销行业龙头的安利公司,也遭到了社会和政府的置疑。

由于区别合法直销和金字塔式销售存在较大的难度,美国联邦贸易委员会在70年代初打击金字塔公司时,于1975年3月判定当时世界上最大的多层次直销公司安利是金字塔公司。双方争议不下,一直持续了4年时间。直到1979年,美国联邦贸易委员会才最后判定:安利公司不是金字塔公司。安利公司的营业额也在1980年首次突破了10亿美元。

在美国,因为经济发展水平较高,人们对于个人时间珍惜,厌烦了到超级市场等固定店铺去购买消费品。直销这种销售方式的诞生,迎合了人们追求方便快捷的购物要求。同时因为商品种类日益繁多,通过直销员的演示可以对一些新奇商品有全面的了解。因此可以说,直销的诞生和发展都是因为满足了消费者的需求。

美国人有崇尚自由进取、推崇个人创业的民族性格。作为一种低成本创业的选择,直销因为其工作时间灵活、回报具有极大潜力,备受美国中产阶级的追捧。大批受过高等教育人才的加盟使直销成为一种高尚的职业。据华尔街日报报道,2002年美国的直销销售额已经超过240亿美元,从事直销的人口有1050万。近年来,美国每五个

新增百万富翁中就有一个是靠做直销起家的。

据美国直销协会统计,在过去10年中美国直销销售额增长了近1倍,销售人员则增长了1.28倍。美国20%的成年人曾经或正在从事直销工作,55%的成年人从直销商处购买过产品和服务。

作为现代直销模式的发源地,美国成就了数个知名的直销企业。安利、雅芳、仙妮蕾德、玫琳凯、如新、立新世纪……这些直销行业的明星企业诞生地都是在美国。但也为传销的繁荣带来了生机。

日本:“老鼠会”的领头军

直销这一销售模式在美国取得了成功之后,很快就传到了日本。

日本国土面积狭小,店面租金昂贵,同时人口众多、讲究人情世故。因此直销一进入日本就开始了超速的发展。

日本人特别善于学习别人的发明创造并发扬光大,而直销又恰恰符合了日本当时流行的“无库存销售管理”理念。所以到了80年代末日本即成为世界直销第一大国。但凡事都在矛盾中发展的,与直销相伴的传销在日本和大多数国家的遭遇一样,在直销进入日本后,一批“老鼠会”企业也同时诞生了。同样,“老鼠会”在日本更是猖狂。

为了规范行业的健康发展,日本制定了一系列的相关法规。1980年,日本成立了直销协会,到1992年该会已经拥有206家会员公司。直销协会是个半官方机构,协会的资金是通产省赞助的,主要理事和工作人员也大都是通产省委任的。

近20年来,日本经济陷入发展泥潭,日本直销业却以30%的平均速度高速增长。据日本直销协会统计:1980年日本的直销业销售额为120亿美元,有100多万的从业人口;到1993年日本的

直销营业额为294亿美元, 1995年为304亿美元, 占到了世界直销年营业额的40%。2002年日本的国内消费品零售总额为3500万美元, 直销即占了超过10%的份额。

不过日本虽然是世界直销第一大国, 但日本本土直销公司中鲜有全球性的大企业。这与日本企业管理的僵硬和缺乏想象力有一定关系。

中国台湾:“老鼠会”的样板

虽然台湾经济发达程度高于全国平均水平, 但在人文环境、生活习惯等方面上和内地有着非常相似的地方, 因此研究台湾直销业的发展对我们就有了特别的意义。

上世纪70年代, 由于出口扩张、整体经济持续增长, 台湾人民消费能力大幅提升, 加之销售渠道未发展完善, 为台湾直销业的发展提供了契机。1974年, 台湾英文杂志社通过美国Time-Life公司协助, 成立直销部门, 开创了台湾图书直销的先河。

台湾多层次直销的发展, 是由“金字塔销售”开始的, 1976年成立的“中华宝康爱促进会”, 其幕后的主持人既为在日本做“老鼠会”遭到打击的绪方敬弘。不到三个月, 该会下线网络发展到13代, 拥有会员4949人, 非法所得2474万元。

1978年1月, 日本诈骗集团Best Line公司宣告破产。由Best Line出逃到台的川喜田昭雄和裁田顿明久, 于同年6月成立了台家公司, 依靠拉人头获利。这就是台湾直销史上最著名的丑闻“台家事件”, 受害人11000余人, 敛财超过4亿元。堪称“老鼠会”样板。

台家事件后, 台湾直销市场上一直笼罩着老鼠会的阴影。1982年安利公司进入台湾, 为引入规范的多层次直销理念立下了里程碑式的功劳。

1986年, 台英、安利、松柏、统健、怡乐智、雅芳六家公司筹备成立了“直销联谊会”, 并于1988年6月正式加入世界直销协会联合会, 成为第30个成员。直销联谊会于1990年12月经台湾内政部核准成立直销协会, 该协会至今已有21家会员企业。中国台湾的学术界则于1992年11月成立了“直销市场发展学会”。

1992年2月4日, 台湾实施的《公平交易法》将直销事业规范在内, 使台湾的直销行业突破了“无法可依”的历史。

目前台湾直销产业产值排名全球第十, 在亚洲仅次于日本和韩国。根据台湾直销协会的统计:2002年, 台湾直销人口为326.9万人, 年营业额431.77亿新台币。平均每100人中就有14人从事直销事业, 20到69岁人口中更是每4.5人就有一人从事直销。

台湾直销行业在近十年来取得了蓬勃的发展, 原因之一在于外部环境所产生的拉力, 创造了消费基础, 更加速了直销组织的发展。

教育的普及使消费者更容易接受直销渠道中的新奇商品, 另外台湾人口密度较大也有利于基于人际关系的组织拓展。

台湾近年来集团形式的连锁超市进入市场, 带动民间仿效。资金和土地的双重缺乏, 使传统渠道进行商业创业的成功几率大为降低。因此省却了中间渠道的直销模式, 日益受到小型创业者的喜爱。

另外, 中华民族勤奋的特性、直销工作方式与工作时间上有相当的弹性、部分中产阶级因为高物价的生活压力而需要额外的兼职, 为直销行业提供了良好的发展基础。

回顾中国内地直销业的发展历程, 与台湾早期的历程有着惊人的相似, 都经历了一个金字塔式销售扰乱市场, 政府法令整顿的过程。目前中国内地直销业的现状与90年代初的台湾非常相似, 其宝贵的经验值得我们学习和借鉴。

附1:历年来台湾多层次直销业数据统计

项目	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年
产值(亿台币)	394.6	448.45	407.57	380.79	391.96	457.34	380.86	385.73
报备数	431	604	758	844	741	644	644	651
营运数	183	210	275	240	242	209	191	215
参加人数(万人)	161.9	198.6	236.4	272.4	278.1	281.1	283.4	313.6
占台湾人口比例(%)	7.66	9.32	11.01	12.56	12.72	12.76	12.86	14.04
订货人数(万人)	68.90	88.7	87.3	97.9	107.2	112.5	111.1	110
占参加人数比例(%)	42	45.32	37.52	32	35.2	38.14	39.7	28.28
领奖金人数(万人)	无资料	58.7	58	58.2	59	64.6	57.9	57
占参加人数比例(%)	无资料	29.56	24.53	21.37	21.22	22.98	20.43	14.51

附2:2002年台湾前10大直销公司2001~2002年度营业表现

(单位:亿元新台币)

公司名称	2002年营业额	2001年营业额	成长率
克缇国际贸易公司	49.98	42	19%
安利日用品公司	38.90	36.64	6.6%
如新华茂公司	29	25.4	15%
善美得国际公司	28	25.9	8.1%
柏格国际公司	27.80	24.9	12%
亚洲美乐家公司台湾分公司	22.52	22	2.3%
思立国际公司	18.5	19.2	-4%
贺宝芙公司台湾分公司	15.5	12.96	19.59%
中国台湾妮芙露公司	13.9	13	7%
美商仙妮蕾德公司	13.4	10.3	30.09%

中国香港:拒绝“老鼠会”

中国内地一般人对于香港的认识,也许是从上世纪80年代末观看电视连续剧《射雕英雄传》时,片头中一个操着非标准普通话女声讲着“在香港一刻也没有停过,买东西吃东西,再买东西再吃东西……”的广告开始的。号称东方自由港的香港,集中了世界各地的优秀商品,被誉为购物消费的天堂。或许正因如此,“老鼠会”在香港没有产生过任何大的震动,相反许多外国和本地直销企业觊觎着香港的市场。

香港的直销业起源于上世纪70年代。因为城市本身较小,人民素质较高,加上法制建设的完善,香港的直销业并没有太多的波折。

1974年,美国安利公司进入香港市场,迅速成为香港直销行业的代表企业,对于香港直销业的发展起到了巨大的影响。

1979年,安利、雅芳、时代生活三家直销公司成立了香港直销协会,香港政府也制定了一系列相关法令来规范直销市场。

1986年,美国永久生活产品(Forever Living Product)香港分公司,隆重开业,迅速掀起了香港直销行业的第二次浪潮。

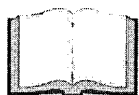
1987年,美商仙妮蕾德在香港开拓业务,正值香港直销业发展的黄金时期。从80年代末到90年代初,仙妮蕾德的业务气势如虹,一个月营业额数千万,顶级直销商月收入酬金上百万。而此时仙妮蕾德通过香港渗透中国内地市场也取得了不凡的业绩,为后来进军中国内地市场打下了良好的基础。90年代初,美商如新公司又在香港开业,吸引了大批的销售精英投身其中。

90年代后期,香港经济一度发展缓慢,人民失业率增加,同时随着科技发展,市民生活节奏日益加快。香港的直销行业又迎来了一次发展的高潮。

2002年香港AC Nielson调查公司关于直销调查的结果显示:香港有超过144万的人口有意从事直销行业创业,占人口总数的35%,而恰恰此时香港的失业率高达7.4%。

特别是在最近的两三年时间里,许多的国际性直销公司如立新世纪、雷克瑟丝等因为看好中国大陆直销市场,纷纷把香港作为攻打中国大陆市场的桥头堡,在香港进行战前演练。

2003年6月6日,安利在进入香港将近30年的时候,于香港的商业中心地带铜锣湾开设了其全港第一家旗舰店,用于产品展示和物流配送。充分显示了这个国际直销巨头对于香港市场的信心。



十五年中国传销劣迹

直销登场，传销搅乱一池春水

上世纪80年代末，日本的Japan Life公司偷渡到中国深圳，在中国大陆以直销的方式销售磁性保健床垫。那时候的深圳刚刚开放不久，Japan Life虽然没有取得任何官方的经营许可，但借助其本身独特的销售模式和深圳开发的热潮，迅速的从深圳发展到广州并席卷了整个广东，发展速度之快，让Japan Life的老板也感到吃惊。

因为中国刚刚接触到直销这一新事物，工商行政部门也没有给予太多的关注和管理。大批的地下直销公司如雨后春笋般的冒了出来，成千上万的人趋之若鹜。

1990年11月14日，中国大陆第一家正式以直销申请注册的公司中美合资广州雅芳有限公司成立，这标志着直销开始被中国工商监管。

同一时期，中国改革开放的前沿城市，各种外资的、民族的、合作的直销公司纷纷成立。在早期较为有名的是深圳世点电脑软件有限公司、北京斯汀摩生物技术有限公司、江苏雅婷日用化工有限公司、广州仙妮蕾德有限公司、纽蔓氏之家等。

而传销公司也闻风而至，尾随而至。

鱼目混杂，倒海翻江卷巨澜

到1993年，中国几乎所有的省会城市、沿海城市都有直销、传销公司的身影在活动。直销和“传销”（老鼠会）在中国风起云涌，真可谓“山雨欲来风满楼”。随着传销引起的各种纠纷被

媒体不断曝光，政府有关部门开始关注直销行业的发展动态。

1994年8月11日，国家行政工商管理总局发出《关于制止多层次传销活动违法行为的通告》（233号文）。9月2日再次发出《关于查处多层次传销活动中违法行为的通知》（240号文）。非法传销的发展速度得到了遏制。但由于《通告》只是要求查处违法行为，并未说是禁止传销行业，加上地方政府的态度模糊，特别是地方保护思想作怪，这两个文件并未真正贯彻落实。

1995年3月28日，国内贸易部发文，宣布正式成立“多层次传销管理条例”立法工作机构，着手起草多层次传销管理办法。同年不完全统计中国共有200多家直销公司和200多万直销员。因为传销公司的泛滥和传销所引起的一系列社会问题，1995年9月22日国务院办公厅最终发出了《关于停止发展多层次传销企业的通知》，禁止批准新的传销（直销）公司开业。

随后不久，1995年10月17日，国家行政工商管理总局制定了《关于审查清理多层次直销企业的实施办法》，该《办法》规定了多层次传销企业必须具备的10个条件。《办法》表明了国家对非法传销坚决打击和取缔的态度，而非是对传销行业的扼杀和禁止。1996年4月中国政府经过审查首次批准了41家直销企业可以开展多层次直销业务，其中有8家是在广东。

1996年4月28日，国家工商局向41家多层次传销企业颁布了《准许多层次传销（直）销经营意见书》。

这41家企业中的部分企业收编了大批其他企业的传销商，充分利用各种合法甚至非法的传销手段，业绩取得了飞一般的增长。中国的传销

行业从表面上看好像到了一个发展的黄金时期。

安利从1992年进入中国大陆投资设厂，1995年，安利在广东、福建两省正式开始营业。到1997年上半年，已在全国30多个城市建立了分公司，正式员工有1000多人，直销员多达80万人。1996年至1997年财政年度，安利（中国）公司的营业额高达15亿元人民币，三年纳税额共超过5亿元人民币，成为中国1997至1998年度外资企业500强之一。

“仙妮蕾德”在1991年进入中国大陆直销其食品和饮料。到1997年仙妮蕾德拥有超过60万的直销大军，传销营业额超过了20亿人民币，一时间势头锐不可当。

作为最早在国内正式以直销方式营业的外资企业，雅芳因为其规范的单层次经营模式，尽管没有出现业绩的暴增，但一直平稳的发展，到1997年营业额已经达到了7个亿的规模。

在中国直销行业发展的前几年时间，有一个企业非常值得我们关注，那就是中山完美。完美本来是一家马来西亚华侨投资中国大陆的公司，但实际上其老板正是通过直销在中国掘到了第一桶金。

由于多层次直销企业的经营资格必须每年审批一次，1997年8、9月国家发出通知，原通过审查的41家多层次传（直）销企业经营资格经再次进行审核后，有37家通过并可以继续开展多层次传（直）销业务。另外4家即福田、仙妮蕾德广州、仙妮蕾德天津、余姚国大四家公司资格被取消。

此后，当被撤销经营资格企业的传（直）销员，焦急的等待着自己所在企业是否被批准的时候，一大批来自台湾地区的“老鼠会”成员像潮水般登陆中国，并和国内先前的“老鼠会”合流。

随后的时期实际上是非法传销大肆猖獗的时期。一些传销公司如北京富乐利用所谓的“矩阵制”、“双轨制”为暴利诱饵，开始在全国到处疯

狂挖合法直销公司的传销商。（注：矩阵制和双轨制尽管在目前的政策环境下尚存在争议，但实际上作为一种制度原理本身并没有什么错误，判断是否违法，要看其具体操作细节。为了避免读者误解，特此说明。）

此时41家直销公司中有的也经不住巨额暴利的诱惑，开始与传销同流合污。西藏诺迪奥公司就是其一，它在全国推广有名的B计划——一种老鼠会所谓的“双赢制”制度。它最迷惑人心的地方在于：其公司本身就是37家合法直销公司名单中的一员。

另外，在各地地方主义的保护下，大大小小的传销公司如雨后春笋般地涌现出来。所谓“船小好调头”，彼此纷纷仿效，“制度一家比一家优越，赚钱一家比一家快，一家比一家多”。

最臭名昭著当属福田公司，这是最初41家取得合法经营资格的公司之一，在被取消资格后，成为了国内最具破坏力和影响力的非法公司。它的产品就是臭名昭著的“爽安康摇摆机”，其成本才几十元，而它的传销价却高达五、六千元。

由于内地与沿海地区经济发展的差距，加之《传销法》规定仅限地区经营，以福田公司为主导的“异地炒作”传销方式开始横行中国。它以广东的淡水为基地，诱惑内地人到广东进行非法传销。据报载被骗到淡水做传销的内地群众最多时竟有数十万。一夜之间，“爽安康”、“摇摆机”成了“老鼠会”代名词。

自1997年底到1998年初，大江南北，长城内外，尤其是异地炒作的传销公司集中地诸如武汉、长沙、北海、广州、海南等地，到处是携款潜逃的非法传销公司和大批流动闹事的非法传销难民。还有大批的老鼠会残留分子混入了合法直销公司中。国内社会治安环境显示出极不稳定的因素，中国直销业出现了前所未有的混乱局面。中国的直销行业犹如一个奔跑于狂风暴雨中孤独无助的孩子，找不到自己的出路。