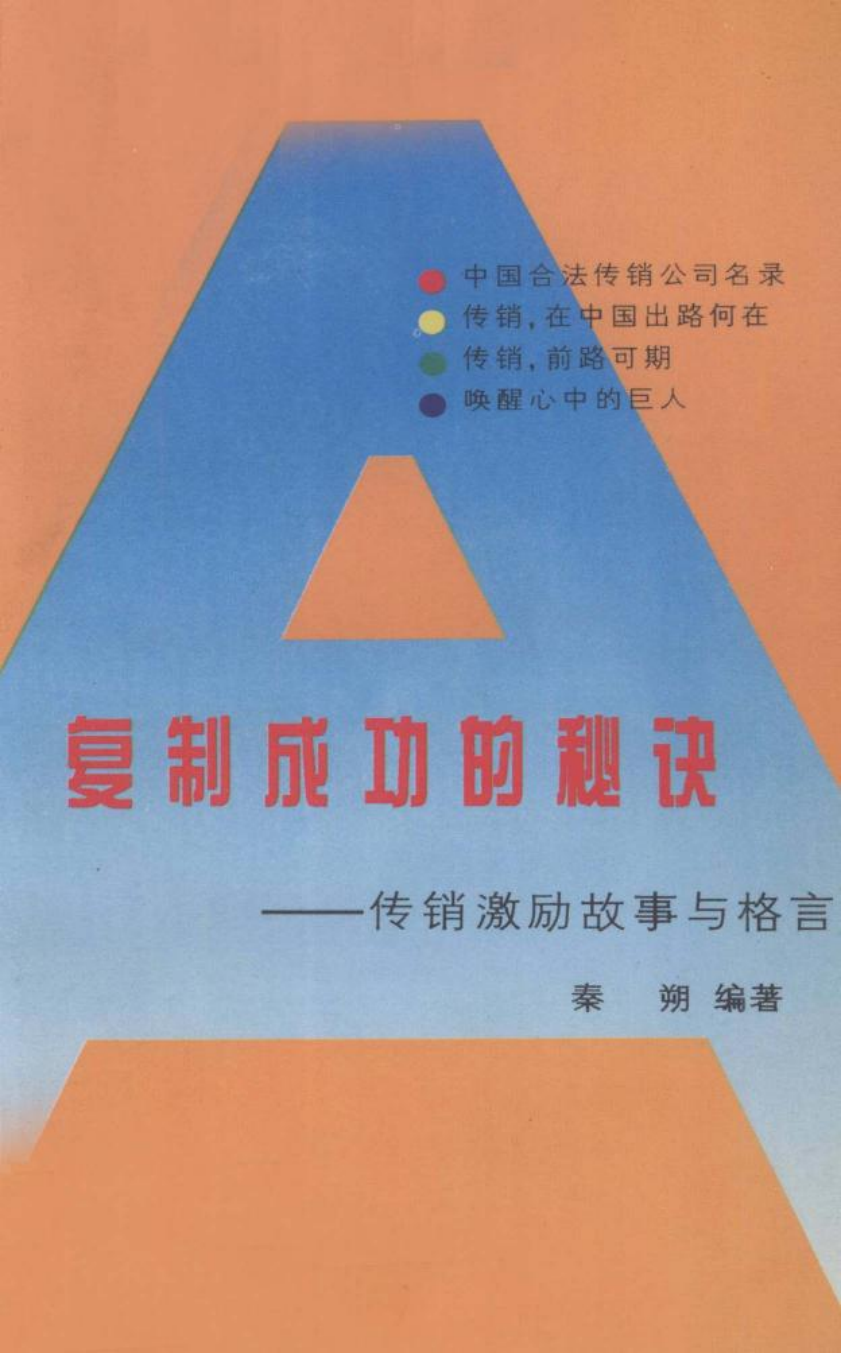


- 
- 中国合法传销公司名录
 - 传销, 在中国出路何在
 - 传销, 前路可期
 - 唤醒心中的巨人

复制成功的秘诀

——传销激励故事与格言

秦 朔 编著

复制成功的秘诀

——传销激励故事与格言

秦 朔 编著

责任编辑：赵世平

封面设计：吴 灿

责任技编：梁碧华

复制成功的秘诀

——传销激励故事与格言

秦 朔 编著

★

广东经济出版社出版发行

华南农业大学印刷厂印刷

厂址：广州五山

787×960毫米 32开本 7.75印张 1插页 150千字

1996年7月第1版 1996年7月第1次印刷

印数1—10,000册

ISBN 7-80632-011-3/F.5

定价：16.00元

如发现印装质量问题，影响阅读，请与承印厂联系调换。

目 录

一、传销扣开中国之门·····	(1)
合法传销公司名录·····	(2)
二、中国传销趋势观察·····	(5)
传销，在中国出路何在·····	(6)
自问自答说传销·····	(9)
传销前路可期	
——《第三波：传销的新纪元》的启示·····	(13)
承诺至上·····	(16)
销售为本·····	(18)
独乐，不如同乐·····	(20)
同舟共济·····	(22)
三、唤醒心中的巨人（导读）·····	(24)
四、激励故事 100·····	(34)
1. 过火路·····	(36)
2. 大鱼不吃小鱼·····	(38)
3. 成功的图像与失败的图像·····	(39)
4. 放大镜与望远镜·····	(41)
5. 甜言蜜语·····	(42)
6. 心理因素占 90%·····	(44)
7. 成功的“本能”·····	(46)

8. “麦当劳”变成“得肺癆”	(48)
9. 关于幸福的论述	(49)
10. 无济于事的抱怨	(50)
11. 酒精实验	(51)
12. 为谁辛苦为谁忙?	(52)
13. 绝处求生	(54)
14. 赞扬就是一种力量	(55)
15. 不怕犯错误	(57)
16. “弟兄们，冲上来啊!”	(59)
17. 成功的道路是目标铺成的	(60)
18. 没忘记爱美	(61)
19. 我懂得一项人生真理	(62)
20. 5万种不成功的方法	(63)
21. 犹豫先生与耕耘先生	(64)
22. 太阳与风	(65)
23. 唯一可以依靠的就是你们	(66)
24. 顾客在哪里?	(67)
25. 鸿雁精神	(68)
26. 每次被拒绝的收入	(69)
27. 原一平的笑	(71)
28. 用心听人说话	(73)
29. 视拒绝为常事	(75)
30. “青蛙法则”	(76)
31. 三个石匠	(77)
32. “先努力改造自己吧!”	(78)

33. 愤怒的驴子	(79)
34. “只要你们保持团结……”	(80)
35. 灰色的猫	(81)
36. 不要为打翻的牛奶而哭泣	(82)
37. “接受一切”	(83)
38. 甲虫与巨树	(84)
39. 忧虑的水滴	(85)
40. 损失健康的代价	(86)
41. 恺撒精神	(87)
42. 集中营里的实验	(88)
43. 富兰克林的搏斗	(89)
44. 顾客管理的要领	(90)
45. 无声的行动	(91)
46. 野鸭的故事	(92)
47. 叫出 5 万人的姓名	(94)
48. 99% 不曾发生的事情	(95)
49. “失去百分之百的生命”	(96)
50. “金银珠宝”在哪里?	(98)
51. 蚂蚁与蟋蟀	(99)
52. 如何接受新的东西?	(101)
53. 猫与老鼠	(102)
54. 左右为难的母亲	(103)
55. 穷书生之梦	(105)
56. 真实的笑话	(108)
57. “上帝会救我的”	(109)

58. 横扫一切	(111)
59. 三位仆人	(112)
60. 结了 1.3 万个果实的西红柿树	(114)
61. 野兔和猎狗	(115)
62. 临危不惧的力量	(116)
63. 紧张的演说家	(118)
64. 你自己最伟大	(119)
65. 不能容忍有始无终的钢琴家	(121)
66. 你不为独身主义后悔吗?	(122)
67. 21 天期限	(123)
68. 临界的 1 英寸	(124)
69. 捕捉转化的契机	(125)
70. 无商不“艰”	(128)
71. 雪舟画鼠	(129)
72. 送什么给每个人的心?	(130)
73. 沙漏的哲学	(131)
74. 鸽子的死活问题	(133)
75. 毛驴与老牛的遭遇	(134)
76. 天国第一律	(136)
77. 索菲亚·罗兰的臀部	(137)
78. 13 年、2000 个球与 4 小时	(138)
79. 灯	(140)
80. 狮子和老鼠	(141)
81. 狮子和兔子	(142)
82. “请你摸摸我的脚底板”	(143)

83. 试用 BMW 汽车	(145)
84. 没有耐性的熊	(146)
85. 大与小的比较	(147)
86. 相等性原理	(148)
87. 妙用掌声	(149)
88. 娃娃肚子里的字条	(151)
89. 马克·吐温的捐款	(152)
90. 鞋子的故事	(153)
91. 蛹如何羽化成蝴蝶	(154)
92. “6C” 法则	(155)
93. 咬住不放	(156)
94. 扭转乾坤的一支粉笔	(157)
95. 转告药房老板	(159)
96. 爬树的思考	(160)
97. “我要看到更远的地方”	(161)
98. 人脑的潜能	(162)
99. 19 世纪最了不起的人	(163)
100. 数字魅力	(164)
五、传销格言 365	(165)
六、后记	(241)

一、传销扣开中国之门

合法传销公司名录

1996年4月29日，广州从化温泉宾馆湖滨楼。国家工商局负责同志向经过审批、准许进行多层次传销经营的41家公司发牌。此举标志着政府部门对多层次传销公司的管理进入了一个规范化的新阶段。

41家合法传销公司名录如下：

1. 安利（中国）日用品有限公司
2. 广州露莎莲妮健康用品有限公司
3. 广东开来国际有限公司
4. 广州纽蔓氏有限公司
5. 广东福田有限公司
6. 广东南方李锦记营养保健品有限公司
7. 中山市完美日用品有限公司
8. 上海富迪皮饰有限公司
9. 上海协和日用保健品有限公司
10. 上海玛婷日用化工有限公司
11. 上海康美国际化妆品有限公司
12. 上海维多利亚实业公司
13. 日晖电脑（上海）有限公司
14. 武汉瓜拿纳保健品有限责任公司
15. 武汉未来保健品有限责任公司

16. 辽宁环保科技开发公司
17. 沈阳东宇电器有限公司
18. 沈阳康达制药厂（集团）
19. 辽宁大隆实业中心
20. 辽宁新闻发展公司
21. 伯伦健康用品（沈阳）直销有限公司
22. 沈阳太极保健品有限公司
23. 沈阳鸿福保健品有限公司
24. 天津天狮生物工程公司
25. 派迪马精细化工（天津）有限公司
26. 西藏诺迪奥实业有限公司
27. 河南联基精细化工有限公司
28. 河南康富德产业有限公司
29. 河南雅郾化妆品有限公司
30. 福州福龙生物制品有限公司
31. 福建金伯乐工贸责任有限公司
32. 余姚市国大百货精品日用加工厂
33. 仙妮蕾德（广州）有限公司
34. 天津日健精细化工公司
35. 沈阳友谊公司
36. 沈阳大安实业有限责任公司
37. 仙妮蕾德（天津）有限公司
38. 天津尚赫保健用品有限公司
39. 北京宝健食品工业有限公司
40. 苏州百美化妆品有限公司

41. 江苏雅婷日用化工有限公司

邀请参加会议代表（单层次直销公司）：

42. 广州雅芳有限公司

43. 杭州玫林凯化妆品有限公司

44. 福建莎莉日用化工产品有限公司

二、中国传销趋势观察

传销，在中国出路何在？

自国务院办公厅发文通知各地工商部门（以下简称“国办通知”）清理多层次传销以来，我国的传销业便步入了调整时期。而在眼下，最值得反思的问题是：有中国特色的传销之路应该如何走？

据有关部门不完全统计，中国传销业从 90 年代起步后，短短几年间，已出现“双二百”（即从事传销的企业超过 200 家；参与传销者逾 200 万人）的“疯长”迹象。由于鱼龙混杂，难免泥沙俱下。而其中已经暴露出的问题，归纳起来有以下五种：

第一，偷漏税严重。一些传销公司传销商品不开发票，传销员的个人收入没有登记，进货渠道含混不清，甚至有些传销企业连营业执照也不办，诸如此类，导致税收的大量流失；第二，强拉强卖，夸大商品功能和个人收入，“诱惑”不明就里的人匆匆加入；第三，相当部分传销商品质低价高。如东北某珠宝公司传销的钻戒每枚高达 8000 元以上，而其从海外进货价只有 2000 元左右。由此导致很多人会者的“投资性”大大加强，他们已很少考虑商品本身的功能和作用；第四，退货制度不健全，消费者投诉无门；第五，特权进入传销业，个别有特权者利用其身份发展下线。此类现象虽然不多，但影响极坏。

倘若中国传销业真要健康发展，就必须首先解决好这五大问题。以税收来说，粤闽两省税务部门已经协调制订的“公司代扣代缴税款”的方法，被证明是行之有效的。由于“代扣代缴”，一些传销公司的传销员在向公司购货时已完成向国家缴税的责任。据悉，广东一家较为规范的传销公司在过去一个多月来，已向税务机关缴纳关税、增值税、传销员和员工所得税 3900 多万元，可见其数额之大。再以价格来讲，事实证明，越是商品定价高的传销企业这几年出问题越多。可见在中国，高价商品并不太适合传销，因为它极易导致“赶快赚回来”的心理，从而使入会者盲目并且夸张地“拉人头”。

传销实际上只是一种普通的营销渠道，应该以平常心加以看待。一方面，它确有相当效率，世界传销市场近十几年来一直在增长。美国学者理查·波在最近出版的《第三波·传销的新纪元》一书中指出：“AT&T 从 1988 年到 1992 年内失去了 15% 的美国长途电话市场，原因就在于有两家传销公司在抢占市场；包括高露洁、吉列、可口可乐，都把传销策略引入某些产品之中。但另一面，传销从起步到健康发展，并非一蹴而就之事，需要经过第一波、第二波直至第三波三个阶段。”

中国要发展传销业这一行当，有三条出路是必须考虑和建设的，这就是立法管理、行业自律和社会监督。

发布“国办通知”的一个重要原因即是“鉴于我国关于传销经营方式的法律、法规当前尚未建立健全”，因此用法律、法规对传销加以认定和规范就已成为当务之急。立法并不能保证不出任何问题，但不立法就一定会出问题，而且出了问题不知如何有效处理。

其次，“自行管制”对传销来说非常重要。最近，执意规范地开拓中国市场的外来公司提出了“切合国情、遵守法纪、互助实干、服务社会、稳步发展”的20字发展方针，同时规定了“严禁夸大公司实力和商品效果”、“严禁利用职权或工作的时间搞直销活动”等“十个严禁事项”，这些原则如能普遍落实，则可望业界的风气大为改观。

第三，新闻媒介、消费者保护组织等社会监督对传销业的发展，将起到积极作用。目前的传销网络，基本上是对外封闭的，对于大众来说，它对于自己的运作内幕，总是讳莫如深，这种“黑箱”操作，往往不利于社会的监督，更易令一些害群之马有机可乘。因此，只有在传销网络利于社会监督的前提下，消费者的权利才能真正得到保障。社会监督也有助于分辨真伪，辨别是非。

如果能解决五大问题，踏上三条新出路，那么，传销这种通行世界的营销方式，经过本土化的清理和整顿，亦将会在中国得到应有的发展。

（本文原载1995年12月22日《羊城晚报》）

自问自答说传销

○你一直是传销的研究者，还专门为此写了《现代传销 100 问》这本书。最近“国办通知”要求停止发展多层次传销企业，你有何感想？

●首先我觉得“国办通知”发得非常及时。确有一些非法传销企业和非法传销活动的存在，需要清理整顿。如果不清理，将从根本上动摇传销这种营销方式的根基。考虑到今年国家对期货、国债、股市等等的调控措施，我想对传销采取比较严格的清理措施也并不奇怪。

另外我想说的是，发布“国办通知”的一个重要原因是“鉴于我国关于传销经营方式的法律、法规当前尚未建立健全”。这就说明传销作为一种经营方式已经引起了国家的重视而且准备用法律、法规加以认定，只是当前这些法律法规尚未建立健全。台湾从传销进入到传销立法花了 13 年，美国一些州花了 20 多年，我认为我们的反应速度已经算很快的了。

其三，我认为“国办通知”给传销业界应该说是上了很好的一课，提供了一个认真反思、冷静调整，从而探寻一条有中国特色传销之路的机会。“君子之爱人也，以德；细人（小人）之爱人也，以姑息。”如果我们对问题视而不见，纵容姑息，那恰恰是小人之道，于传销事业有害无利。