

第一部记者见证直销内幕的经典之作

直销 风暴

叶永笔 著

中国出版社

直 销 风 暴

叶永笔 著

中国 社 会 出 版 社

图书在版编目(CIP)数据

直销风暴/叶永笔著. —北京: 中国社会出版社, 2005. 6

ISBN 7-5087-0543-2

I. 直... II. 叶... III. 销售-研究-中国 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 065195 号

书 名: 直销风暴

著 者: 叶永笔

责任编辑: 刘运祥

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号新龙大厦

电话: 66051698 传真: 66051713

欢迎读者拨打免费热线 8008108114 或登录 [www. bj114. com. cn](http://www.bj114.com.cn) 查询相关信息

印刷装订: 中国电影出版社印刷厂

开 本: 787×1092mm 1/16

印 张: 12.75

字 数: 160 千字

版 次: 2005 年 6 月第 1 版

印 次: 2005 年 6 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-5087-0543-2/F·106

定 价: 29.00 元

直銷風暴

賈亞光題



序一

这是一本值得一读的书。

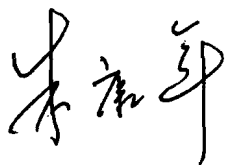
笔触所及中国直销历史最深处。

直销企业风风雨雨；直销领袖纵横捭阖。

翔实的素材，细致的分析，生动的实录，勾勒出许多中国直销风云历史的精彩画面。

不熟悉直销行业的人能从中获得清晰的脉络；
直销业内人士更能从中看见自己走过的身影。

堪称为一本“直销产业风云录。”



中国保健协会秘书长

2005年6月6日

序二

中国直销市场潜力巨大

贾亚光

有资料显示，中国未来的直销市场空间将超过 400 亿元，号称全球最具潜力的直销市场。这些信息令传统经销商有一种冲动感。特别是随着中国开放直销市场的临近，一股掘金直销业的暗流已经在中国市场上涌动。据不完全统计，目前在“灰色地带”直销运作的企业至少在 3000 家以上，其中大部分是中小型企业。

直销是一种靠推销人员打天下的零售方式，为了保持较高的利润率和市场的最大化，就必须不断扩大销售人员队伍，激发每个从业者的平均产能。在这种大环境下，少数不法直销企业则打着这个旗号，进行违规操作。有的干脆称能提供低投入的致富机会，并通过这一致富热给直销方式提供了市场。特别是中国低收入人群占 60% 以上，更是为直销的生长提供了沃土，当然也为非法传销留有生存空间。

其实，一种营销模式是否有生命力，主要看它是否能满足消费者需求。在倡导营销模式创新的今天，营销模式多元化、多样化、差异化是大势所趋。因此，直销模式有很多优势，特别是在中国市场经济法规尚不完善的今天，直销经济的增长更是存在着巨大空间。当然，开展直销不是一朝一夕就可以发展到具有较强的市场竞争力水平的，它需要企业长期艰苦的努力。直销企业不但要与同行竞争，还要与其他商品流通渠道竞争，从国际经验来看也是如

此。

安利中国公司 2003 年有 100 多亿元进账，利用直销手段大赚其钱。假如 2003 年有 100 家准许以安利公司的直销模式经营，那么产品质量和价格竞争是必然的。

由于直销业发展较为成熟规范的国家和地区通常都有着完善透明的企业和个人信用体系，企业或个人造假行骗的机会成本很高。同时，法律法规相对健全，消费者也有着较强的自我保护意识。

在西方国家市场相对成熟、稳定，其直销员弄虚作假败露的风险大，违规成本较高。

而在我国信用系统还没建立，传统的信用结构也被破坏。国家在个人信用、企业信用和国家主权信用这三个信用制度方面发展很不成熟。直销员弄虚作假败露的几率相对较低，违规成本也低。在这种情况下，少数直销企业一夜暴富的虚假宣传瞄准了那些渴望迅速改善生活的人们。一些人在实施直销的过程中往往会向传销变异，让人们最后一点信用也发生了危机。因此，消费者要谨慎选择。

另外，直销也容易透支保健品行业信誉。市场经济条件下，企业必须把自身“信誉”这个资源发挥出它的最大价值，这也是信誉市场化的必然。信誉关系规范，经济行为就会运行健康，并且可以加快运行速度。如果信誉关系不规范，甚至出现“信誉危机”，经济发展就会受到阻碍和制约。但现实中，有不少直销人员在销售时，却利用模式的隐蔽性、鼓动性和人际沟通、情感交流更易于建立信任的优点，通过功能夸大和承诺来提高成功率和单次购买额，加速产品销售。并在这种情感联系利益的驱动下进一步透支保健品市场信誉，严重扰乱了我国保健品的市场秩序。它们使保健品行业在实现销售、获取利润的同时离诚信越来越远，保健品行业的信誉危机将进一步加剧。

因此，各界要引起关注，毕竟直销只适合有资本能力和直销管理经验、讲信誉的大型企业。

（作者系中国保健协会副秘书长）

目 录

引 子 雅芳经销商抗议直销试点 /1

第一章 雅芳直销试点风波 /11

雅芳掌门宣布直销试点背后 /13

雅芳称获首个新直销牌照 /17

直销立法前夜行业模式之争升级 /18

第二章 难以把持的安利(中国) /35

风雨之中的“郑太” /37

直销立法不是“单、多”之争 /43

安利“重磅人物”悄然去职 /55

安利游说立法传闻再度升温 /59

侯力威：中美两国间的超级公关 /62

优雅地演绎商界传奇 /66

第三章 内资直销老大之谜 /87

直销老大 /89

富豪李金元 /90

天狮的直销帝国路到底能走多远 /94

李金元之谜 /98

骆超与李金元反目 /102

钱港基离职 /106

王君平宣布辞职 /115

“王、骆”再次联盟 /116

第四章 备受瞩目的厦门会议 /143

直销立法内外一致 /144

解析直销牌照首发玄机 /151

各方酝酿成立直销协会 /159

保健协会被叫停成立直销分会 /165

我国加快直销立法进程 /168

直销法临近出台大调整 /172

附 录 /177

附 1: 2004 年度中国直销业关键人物 /178

附 2: 中国直销重要时刻 /186

后 记 /191

引 子

雅芳经销商抗议直销试点

试点后的雅芳专卖店，已经不是纯店铺经营，而是为雅芳设立的一个直销提货店，专卖店将面临无法支付店铺高额费用而倒闭的风险。

2005年4月11日上午，就在雅芳获得首个直销试点牌照仅仅两天之后，广州一些雅芳专卖店主以雅芳公司开展直销损害到专卖店利益为由向雅芳公司讨说法。

以下是雅芳经销商致雅芳的抗议信原文：

致：雅芳公司

2005年雅芳成为直销企业，之前开设的专卖店大多数面临倒闭。

目前的雅芳专卖店95%以上是经销商投资，AVON（注为雅芳）招商时签约的经营合同，是零售雅芳产品纯店铺经营，而不是直销企业的提货点。按照雅芳的开店要求（装修，家具，门牌灯箱，电脑+POS系统，铺货，店铺租金，押金，顶手费），以在广州市30平方米投资计算为例：要投资人民币几十万元，每月开支：店员工资，店铺租金，水电费，工商费，地税、国税大约在1万元以上。专卖店以零售利润来支付店铺的所有费用和收回投资成本。

雅芳在说服投资商店时承诺能获得34%~40%利润空间。例：在正常情况下，一间专卖店平均每月顾客价销售额在4万~5万元，投资商在支付1万元以上费用的前提下还可以盈利。

但从雅芳宣称直销以来，生意数月来明显下降的原因（网上购货折扣低于专卖店，大商场专柜价格低于专卖店），尤其是近数日来，大多数专卖店（位于北京路，石牌东旺铺的生意也是一落千丈，每天平均顾客价销售额

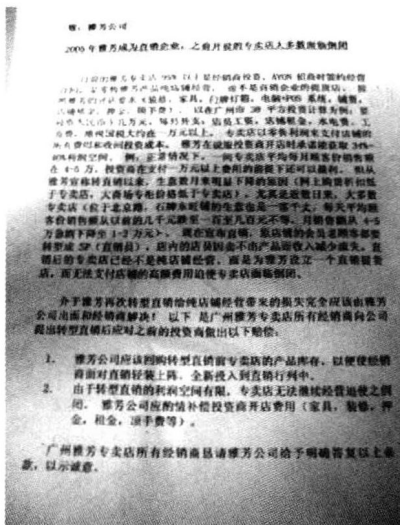


图1 至雅芳公司信的原文



图2 陷入危机的雅芳

从以前的几千元跌至一百至几百元不等，月销售额从4万~5万元急剧下降至1万~2万元)。现在宣布直销，原店铺的会员老顾客都要转型成SP（直销员），店内的店员因卖不出产品而收入减少流失。直销后的专卖店已经不是纯店铺经营，而是为雅芳设立的一个直销提货店，因无法支持店铺的高额费用而迫使专卖店面临倒闭。

介于雅芳再次转型直销给纯店铺经营带来的损失完全应该由雅芳公司出面和经销商解决！以下是广州雅芳专卖店所有经销商向雅芳公司提出转型直销后应对之前的投资商作出以下赔偿：

1. 雅芳公司应该回购转型直销前专卖店的产品库存，以便使经销商面对直销轻装上阵，全新投入到直销行列中。
2. 由于转型直销的利润空间有限，专卖店无法继续经营迫使之倒闭。雅芳公司应酌情补偿投资商开店费用（家具，装修，押金，租金，顶手费等）。

广州雅芳专卖店所有经销商恳请雅芳公司给予明确答复以上条

款，以示诚意。

此事迅速在网络媒体广泛传播，雅芳公司在宣布直销试点之后不到两天便陷入一场危机之中。

2005年4月11日下午，网易商业频道便在显著位置爆出了这条消息：

雅芳高层称直销不会冲击专卖店 但不透露方向

在拿到商务部和工商总局的直销试点资格后，今天上午，广州一些雅芳专卖店主以雅芳公司开展直销损害到专卖店利益为由向雅芳公司讨说法。到底开展直销后会不会对现有的专卖店形成冲击？雅芳有没有预料到这些问题的发生？网易商业报道第一时间采访了雅芳（中国）有限公司企业事务部副总裁孙长青。

孙长青没有否认今天发生在广州的事。他告诉网易商业报道，出现这些问题是一些专卖店主对一些情况不了解造成的，经过沟通现在问题已经解决了。面对网易商业报道提到的，对此类的状况雅芳在开展直销试点前有没有预料到时，孙长青表示，这些情况都在雅芳公司的意料之中。开展直销试点前雅芳与专卖店都作了充分的沟通，也都得到了专卖店主的理解。但是面对6000多家专卖店和1600多家专柜，难免会出现一些新情况。“专卖店主有些想法是正常的。”采访中，孙长青告诉网易商业报道，目前雅芳在全国布局的6000多家专卖店中，雅芳直接投资有几百家，更多的是雅芳公司授权专卖店。正是这些授权专卖店，给雅芳中国公司带来了每年40%的销售增长率。2004年雅芳在中国取得的20多个亿的销售额中，来自专卖店的贡献达到了70%。所以雅芳在开展直销试点准备

工作以前，已经为旗下专卖店的未来方向做好了计划。“转型直销后，肯定不会让专卖店的利益受损失。”孙长青说。不过对于这个“未来方向”，这位雅芳（中国）公司高级管理人士不愿做更细层次的解释。“现在还不到时候，应该会很快出来的”。

对于专卖店主声称的“由于获得直销资格，雅芳通知了他所有的客户可以直接到雅芳拿货”这种说法，雅芳媒介经理翟晨给予了否认，“目前雅芳在中国依靠专卖店形式已经建立起仅次于柯达的第二大销售网络，专卖店已经成为雅芳的一个重要的有效资源，所以我们更要重视专卖店的利益了。”翟晨告诉网易商业报道说，专卖店的存在，对雅芳是极其重要的。翟晨解释说，作为销售终端存在的专卖店可以解决直销模式中存在的“退换货难”的问题，下一步我们准备对专卖店的形象重新进行设计。

这则新闻立刻引起了全国各地媒体的广泛关注。

当天傍晚，雅芳方面就广州部分经销商出现“恐慌”一事向媒体发表声明称：

雅芳已组织了一个专门小组对经销商反映的情况进行调查，调查结果预计本周内将可以得出，雅芳将在完全了解情况后，出台最有效的措施确保专卖店经销商的利益不受损失。转型直销后，雅芳将积极采取措施，确保专卖店的利益不受损失。不过对于具体细节，雅芳仍需要对许多程序和系统进行合理的安排及调整，所以目前还无法就这些具体细节与媒体进行探讨。在接下来的几周内，雅芳将完成内部系统的准备工作以保证试点计划的顺利实施。

同时，雅芳方面还表示，广州的经销商前往雅芳公司沟通是由于一些经销商对一些情况不了解，造成了误解，经过及时沟通后问题已经解决了。

雅芳在开展直销试点前与专卖店都作了充分的沟通，也都得到

了绝大部分专卖店主的理解和支持。但是面对中国 6000 多家专卖店和 1700 多家专柜，难免会出现一些新情况。专卖店主有些想法和建议是正常的。雅芳公司都会非常重视并给予及时解决的。试点期间，试点的体系将完全独立于目前的专卖店运作体系，无论在试点区还是非试点区，专卖店都将正常运营。

不论是直销试点，还是未来的直销开放，都不会影响专卖店的利益。将来，雅芳将一如既往确保专卖店的盈利。

虽然此时业界对雅芳如何处理这一危机极为关注，但此事发生后雅芳特别谨慎。直到 5 月 20 日，雅芳才向社会公开了直销试点方案细则，其内容如下：

一、直销人员申报资格将严格审核，销售区域有所限制

建立档案是传统直销行业进行直销销售最基本的状况。雅芳直销试点对于招募的直销人员资格将有严格审核。按照国家规定，雅芳对于试点地区的直销人员在年龄和身份上要求必须是年满 18 周岁的具有完全民事行为能力的中国公民。应聘人员必须持有试点城市的身份证、暂住证或所在地的临时户口，这三点是国家的要求。

此外，公务人员、现役军人、全日制在校学生以及国家另外规定的人员不具备申请直销人员的资格，不能参与到直销队伍。

为了规范管理，应聘人员要填写申请表和签订合同书。按照目前试点的规定，完成招聘以后，合同书和申请表将存放在雅芳广州总部，正本存放 5 年，以备相关的主管机关来查询。雅芳将对他们进行规范的档案管理以及必要的培训和辅导，并进入雅芳的账号管理。

直销试点的规定里清楚地限定了销售的地区。在试点期间，经

过培训合格，取得《直销试点推销员证书》的直销人员不被允许跨区域直销。

二、从业前培训内容丰富

为了贯彻国家相关法律法规的政策和保护消费者的合法权益，提高从业人员自身的法律意识，打击非法传销、变相传销和违法犯罪行为，确保企业人员依法销售，促进企业合法经营是当务之急。在试点地区，雅芳将按照规定，对所招募的直销从业人员进行相关的从业前培训。

培训内容涉及直销的背景包括厦门会议及其精神、历年来政府有关于传销、直销管理办法条例里面相关的法律条文以及在最近五六年时间里，最高人民法院对于直销、传销所做的一些定性的判决。相关的直销法规，如《民法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》、《反不正当竞争法》以及劳动与劳务关系和相关行政法规等都将作为从业前培训课程的内容。此外，还涉及《刑法》中有关的安全罪、扰乱市场秩序罪、侵犯民主人身权利罪、侵犯财产罪以及打击邪教组织的司法解释等。

希望通过严格的从业前培训和对法律的宣讲、说明，提高销售人员的素质。参与培训的直销人员在签订合同后，必须前往雅芳公司的分公司



图3 雅芳公司召开新闻发布会

进行从业前培训。并且必须通过从业前培训考核，考试达到 70 分，才能合格并获得《直销试点推销员证书》。

三、直销证书的发放和管理有严格要求

从业前培训完成后，经过推销员确认的个人资料将会存放到区域的顾客服务中心，由专人负责档案的管理。每个推销员获取《直销试点推销员证书》后，其账号将获得雅芳公司 600 元人民币的贷款，以快速地启动生意。

《直销试点推销员证书》仅限于以雅芳推销员名义在指定的区域里面从事雅芳产品的推销行动。证书将显现出推销员的姓名、身份证号码和账号，还有被允许进行推销的地区、联络电话、服务店铺及地址和发证时间。进行商品推销时，推销员应该向顾客主动出示此从业证书。相关主管机关将和雅芳公司共同参与监督直销人员的从业前培训，督促相关法规的执行。

雅芳直销员合格者寥寥无几

雅芳启动直销试点方案之后，直销人员的招募和培训工作紧锣密鼓地进行，但通过为期近一个月时间的培训和考核，截至 2005 年 5 月中旬，北京仅有 3 名雅芳直销员在结束培训后拿到了盖着钢戳的《直销试点推销员证书》。

培训考核标准完全按照此前雅芳新闻发布会上公布的程序进行，考试成绩达到 70 分才能领到证书。准确地说，这 3 名直销人员将成为直销试点过程中全国第一批有证直销员。据悉，她们的证件号为 001 ~ 003，今后培训合格的直销员将陆续编号，在试点的北