

完美传销丛书

1

如何投入传销行业

任建云 编著



湖南出版社

作者自序

什么是传销？

是营销还是直销？是馅饼还是陷阱？是网络还是锁链？

当你在大街小巷，面带微笑的姑娘向你推销化妆品；当你在候车或旅游，笑容可掬的先生向你推销保健器具。你如果有机会出席创业说明会（OPP）或新传销商培训会（NDO），一定会被那独特的文化氛围和水乳交融的人际关系所吸引……

这就是传销。

这就是在神州大地上掀起狂涛巨浪的传销！

这就是足以使千百万人神魂颠倒的传销！

二

在40年代中叶，美国哈佛大学两个独具发散性思维的青年人 Lee Mrtinger 和 William Casselberry，为

Nutrilitte 公司销售营养补品一反常规，设计了一种崭新的营销方式。

他们运用倍增学原理和人际关系学理论，创造性地发明了传销。传销像一剂灵丹妙药，给疲惫不堪的商业注入了强大的生命力。

这种破天荒的创举，在商界引起了极大的震动，被人们称之为商业革命。

传销，伴随着西方的经济增长而迅猛发展。

传销，造就了一个又一个百万富翁。

三

在改革开放的中国，待岗职工要生存，剩余劳力要就业，工薪族欲求第二职业。既然风云莫测的股市交易和风险机遇共存的期货贸易能让人一夜致富，那么据说“投资很少而依靠网络优势赚大钱”的天赐良机，能让人错过吗？

90年代初，传销在中国登陆。改革开放的良好机遇，改变命运的人生追求，潜力深蕴的消费市场，为多层次传销的迅速发展提供了得天独厚的条件。

因此，塞北江南，风起云涌；沿海内陆，浪涌波翻。成千上万的人们情不自禁地投身传销行列。他们奔走相告，趋之若鹜；他们全心投入，走火入魔，使人瞠目结舌。

然而，当传销洪流滚滚向前的时候，难免泥沙俱下，鱼目混珠。因此，少数害群之马亦乘虚而入，于是，出现了“老鼠会”，发生了上海的“鸿安聚富”事件和郑州的“再升公司”风潮……因为这样，政府主管部门开始了全国性的传销行业大整顿。

整顿是为了更好地发展。严守国家的法律法规，遵循市场的规律规则，中国的传销行业仍是一片最诱人的发展天地。

四

我热爱传销事业，因为它具有很大的魅力。其一，传销是团队合力的晴雨表。其二，传销是人际关系的净化器。其三，正统及完美的传销不但使人获得财富，它还能使人向上向善。

本书最大的宗旨是要引导人们认识传销的真谛和正统的理念，从而建立起正确的心态。

至于是事倍功半，还是事半功倍？对于传销尚未入门的朋友或者是对传销感到困惑的朋友，都不可避免地要碰到许多这样或那样问题。本书会从启蒙和释疑这个角度，将本人的体会分享给朋友们。如果您从中得到这样或那样的启示，我便心满意足，拱手称谢，有不胜荣幸之感了！

目 录

第一章 先进的传销破门而入	(1)
一、传销“登陆”是开放的必然结果.....	(3)
二、引进传销符合“三个有利于”.....	(5)
三、发展传销的可能性.....	(9)
四、发展传销的合法性.....	(12)
第二章 到底什么是多层次传销	(15)
一、传销的真谛.....	(17)
二、传销是“口碑”生意.....	(21)
三、传销与传统营销确实不同.....	(23)
四、别把“老鼠会”当作传销.....	(26)
五、多层次传销的优势.....	(28)

六、传销是属于自己的事业·····	(34)
第三章 传销是如何发挥倍增力量的·····	(39)
一、几何倍增学原理·····	(41)
二、在 20 分钟内能打电话给 780 个人吗 ·····	(43)
三、他有 4000 个下线 ·····	(45)
四、传销使她走出困境·····	(47)
第四章 传销商应具备的正确心态·····	(49)
一、传销商定位·····	(51)
二、学习心态·····	(52)
三、老板心态·····	(56)
四、积极乐观的心态·····	(60)
五、要过冷水关·····	(67)
六、传销商与公司的关系·····	(70)

第五章 怎样选择传销公司	(73)
一、对公司进行分析.....	(76)
二、了解公司的制度.....	(77)
三、传销产品的选择.....	(80)
第六章 如何开始做传销	(85)
一、必须克服不正确的心态.....	(87)
二、不要操之过急.....	(92)
三、积极参加各种会议与课程.....	(95)
四、从“四个 S”开始.....	(100)
五、注重自身形象.....	(105)
第七章 传销商行为规范	(109)
一、坚持“五大原则”.....	(111)
二、做到“三不准”.....	(113)
三、遵守其他行为规则.....	(114)

四、做一个贤孝的传销人.....	(117)
------------------	-------

第八章 传销商成功的方法..... (119)

一、确定奋斗目标.....	(121)
二、战胜“三大敌人”.....	(125)
三、主动出击.....	(131)
四、“百分之百”的复制.....	(133)
五、“勤于奔走加勇于开口”.....	(138)

第九章 理念问题探讨..... (141)

一、怎样踏入传销行业.....	(143)
二、传销是本分的生意吗.....	(145)
三、传销就是推销吗.....	(148)
四、传销真是没有根的事业吗.....	(150)
五、做传销只有上线赚钱吗.....	(152)
六、传销为什么不是“老鼠会”.....	(154)

七、赚朋友的钱真是不好意思吗·····	(156)
第十章 公司问题释疑·····	(159)
一、传销公司为什么不登广告·····	(161)
二、同时“做”两家公司的传销有什么不好···	(162)
三、传销公司会不会倒闭·····	(164)
第十一章 产品问题解惑·····	(167)
一、传销产品质量可靠吗·····	(169)
二、传销产品的价格贵吗·····	(171)
三、为什么要自我消费其产品·····	(173)
四、传销产品市场会饱和吗·····	(175)
第十二章 其他问题回答·····	(179)
一、从事传销赚钱没有兴趣吗·····	(181)
二、传销商的收入是从哪里赚来的·····	(183)

三、开始为什么不能专职做传销.....	(185)
四、真是缺时间、少口才吗.....	(187)
 后 记.....	 (191)

第一章

先进的传销破门而入

- 一、传销“登陆”是开放的必然结果
- 二、引进传销符合“三个有利于”
- 三、发展传销的可能性
- 四、发展传销的合法性

一、传销“登陆”是开放的必然结果

人类的历史，本来就是在艰难曲折中不断前进的历史。好象长江和黄河，从冰川上走来，经过许许多多的高山峡谷，经过许许多多的平原岗地，以其无与伦比的磅礴之势，奔流到海不复回。

进入 90 年代，中国大陆的改革开放正在不断深化中，迎来了稳步前进的新局面。

计划经济逐步向市场经济转变，形成了多种经济成份多种经营方式的大格局。工业生产中产品结构得到调整，生产稳定增长，经济效益逐渐提高。制约国民经济发展的交通、邮电、能源等基础产业得到长足发展。农业生产战胜了频繁出现的多种自然灾害，主要农产品产量创造了历史最高纪录，畜牧水产业持续发展，农村产业结构不断得到调整。城乡居民收入增加，消费水平提高，生活不断得到改善，银行储蓄存款余额增幅较大。随着社会需求增加，市场规模变动与生产增长日趋适应，物价涨幅得到有效控制，居民消费层次逐步改善，社会商品零售总额稳步上升。

正是这改革开放的伟大壮举，使中国的普通老百姓获益匪浅，生活水平的提高已成为事实。

正是这改革开放的伟大壮举，新的思想观念迅速取

代传统的陈腐观念，先进的观念迅速取代保守的观念。尤其是数以万计的百万富翁活灵活现地出现在现实生活中时，人们那种兴奋、激动、不安和羡慕，早已是溢于言表。

当“本世纪致富”的最后一次良机——传销破门而入，悄然登陆时，中国的老百姓就不再犹豫了。

引进传销，这是改革开放的必然。

引进传销，也是发展市场经济的必然。

传销是一种世界性的潮流。它是发源于美国的一种行销方法。由于这种销售方式本轻利厚，工作时间有相当大的弹性，又能充分达到自我实现的目标，因而被许多公司采用。这样，传销商人数迅速增加。

进入 60 年代，美国一些商人开始利用多层次传销从事不正当的竞争活动，是靠猎人头而不是推销商品来赚钱。

这种变质的多层次传销被称为“金字塔式销售”。

这种变质的传销传到欧洲，英国仍称“金字塔式销售”，其他国家则称之为“滚雪球系统”。

这种变质的传销传到亚洲，在日本和台湾被称为“老鼠会”，在香港和东南亚被称为“猎人头”。

1975 年，美国联邦贸易委员会控告安利公司采取的多层次传销属违法行为，此官司一直打到 1979 年，最后，安利公司以“不需购买一定数额产品作为入会条

件为主的原因”而获得胜诉。

这个案例，为正当的多层次传销及从业者确立了一个合法的生存空间。

从此，人们将不正当的非法变质的多层次传销行为归类为“金字塔式销售”，以有别于正当合法的多层次传销。至此，传销事业有了大规模的发展前景。

日本在 60 年代开始发展多层次传销，至 1992 年，从业人员 150 万人，直销额达 200 亿美元。70 年代台湾开始发展多层次传销，1992 年营业额达 400 亿新台币，在世界排名第 8 位。90 年代亚洲的传销业是全球发展最迅速、增长率最高的地区行业，其中马来西亚、香港等地传销业的发展尤为突出。

中国大陆的传销业发展较晚。自 1990 年底在广州登记注册的美国雅芳公司开始，传销经历了一个从不认识到逐步接受，最后大胆采用的过程。尤其是在“大胆吸收和借鉴人类一切文明成果”的号召下，中国大陆传销风起云涌，传销公司如雨后春笋，传销商迅速倍增，形成了一种前所未有的时尚潮流。

二、引进传销符合“三个有利于”

1. 有利于市场经济的发育与完善

自 90 年代初，中国逐渐推行市场经济以来，全国

范围的经济改革便进入到一个新的历史阶段。伴随着这一历史性的改革，许多发达国家的先进经营理念及营销方式也逐渐被引进到中国，多层次传销就是在这种气候条件下悄然降临的。

传销在初期阶段与股市贸易、期货市场、房地产开发一样，一经登陆，便得到了许多人的青睐。

1993年，北京、广州、沈阳、上海和深圳等地传销业发展比较迅猛，形成了南北呼应之势。特别引人注目的是美国几家大型直销公司继雅芳公司之后，纷纷来到中国，注册子公司，开设办事处。

传销的发展，从表面上看是一个观念问题，从深层次看，它对原有的经济体制形成了挑战。

(1) 对传统企业方式的挑战。

传销商与传销公司没有雇佣关系，双方是由传销公司的奖励制度和其他福利制度来连接的。传销商本人的产品受益和经济受益，是传销网络扩张的动力。

这种社会组织与经济组织结合的方式打破了传统企业的组织方式，使传销商往往把自己当做老板，其工作积极性很高，这是值得企业界深思的。

(2) 对传统营销通道的挑战。

多少年来，制造—批发—零售这种传统的营销渠道已让人们习以为常。而这种方式表现出它对市场的迟滞性。当然，不能否认，传统营销渠道中也有十分优越的企业，但如果观察一下中国企业的营销现状，很容易会

发现一个现象，即有不少企业有好的产品，但就是不能将产品推进目标市场。

销售渠道，是企业营销的命脉。正是在这种情况下，传销作为一种直销渠道，靠消费者去推动产品的销售，应该是一种行销通道的革命。

(3) 对传统的收入分配体制提出挑战。

由于大部分传销商是兼职，在自由的气氛中增加了就业机会和增加收入的机会，这对传销商个人是好事，也是传销发展的一种动力。但这显然对传统的收入分配体制也是一种冲击。从市场经济条件下多元化经济发展的过程来看，这是一个难以避免的趋势。

总之，引进传销有利于市场经济的进一步发育与完善。

2. 有利于增强综合国力

综合国力的主要指标是国民生产总值及人均国民收入，当然还有其他方面的指标。

(1) 多层次传销的引进，毫无疑问，对于增加国民生产总值，提高人均国民收入水平是很有益的。

更重要的一方面是，我国面临着加入世贸组织的问题，商贸领域许多环节及经营方式均要与国际接轨，才能适应世界市场竞争的需要，适应在大气候条件下发展国民经济的需要。因此，凡是被发达国家证明了行之有效的经营方式都可以引进。