

传销 谋略与技巧

李蔚 肖凤翔 编著

● 世界三大投机事业之一
● 本世纪末
工薪族暴富的
最后一次良机



四川大学出版社

谋 略 与 技 巧

传 销



策 划： 兰 明 春 编 著： 李 蔚 肖 凤 翔 四 川 大 学 出 版 社 出 版

(川)新登字 014 号

传销谋略与技巧

李蔚 肖凤翔 编著

四川大学出版社出版发行

(成都市望江路 29 号)

成都七二三四工厂印刷

787×1092mm 32 开本 8.75 印张 180 千字

1995 年 10 月第 1 版 1995 年 10 月第 1 次印刷

印数:1—20000 册

ISBN7-5614-1156-1/F·170 定价 11.80 元

传销谋略与技巧

兰明春 策划
李 蔚 肖凤翔/编著

Jm126/17

四川大学出版社
一九九五年·成都

专
家
点
评

目 录

1	传销扫描	
1—1	什么是传销	(1)
	传销的理论基础是几何倍增效应·传销的基本形式是人际传播·传销属于直销的一种形式	
1—2	传销的起源	(4)
1—3	传销的优势	(8)
	传销是一种高速的行销方法·传销可以节省销售成本·在传销中,顾客是真正的上帝·传销可以杜绝假冒伪劣产品·传销可以消灭三角债·传销可以使企业快速反映市场需求·传销建立了一种新型的人际关系·传销给人们提供了新的就业机会	
1—4	传销的理论基础	(15)
	倍增学理论·人际学理论·传播学理论·网络学理论	
1—5	传销与传统营销	(21)
	传销与传统营销没有本质区别·传销渠道和传统营销渠道没有本质区别·传销的促销方式与传统	

销售没有本质区别·传销在价格策略上与传统销售无实质区别

2 传销纷争

2-1 传销纷争的历史 (28)

2-2 传销纷争的原因 (33)

缺乏法律规范·缺乏深刻认识·传销对传统商业产生了冲击·传销打破了过去某些分配制度·传销改变了企业形态·传销改变了税收形式

2-3 传销纷争的化解 (36)

加紧传销立法工作·加强传销理论的研究·加强传销业自律·加强对传销的正面宣传

3 传销制度

3-1 注册制度 (41)

3-2 监督制度 (42)

定期审查制·投诉制

3-3 职级制度 (43)

3-4 奖金制度 (44)

业绩计算制度·奖金分配制度·冷静期制度

3-5 抢线保障制度 (54)

登记制·仲裁制·时限制

3-6 推荐制度 (56)

3-7 转线制度 (57)

3-8 培训制度 (58)

创业说明会(OPP)·技巧培训·产品培训·潜能
开发培训·问题解剖培训

3—9 易主制度 (61)

3—10 业绩调阅制度 (61)

4 传销心态

4—1 焦虑心态 (65)

担心传销商品达到市场饱和状态·对上当受骗的
恐惧·赚亲友的钱的内疚心理·对商人的歧视与
偏见的恐惧

4—2 好奇心态 (77)

探索不投资当老板的奥秘·探究如何骗人·尝试
挣大钱的滋味

4—3 证实自我价值的心态 (83)

发挥潜能,体现自我价值·展示能力,证实自己不
是失败者·通过传销改变生活方式,实现人生目
标

4—4 淘金者心态 (91)

无商不富、无商不好的心态·投机的心理·不劳
而获的心理

5 传销技巧

5—1 激发人的成功意识,吸引人们参与传销 (98)

服饰·容貌·言谈举止·礼节

5—2 推荐他人加入传销网络的技巧 (105)

列出推荐对象的名单·邀约的技巧·推荐潜

	在顾客参加 OPP 创业说明会	
5-3	促使他人加入传销网络的技巧.....	(119)
5-4	扩大传销网络技巧.....	(130)
	直销公司扩大传销网络的技巧·帮助下线传 销商建立传销网络的技巧·扩大自己传销网 络的技巧	
5-5	热心为顾客服务的技巧.....	(144)

6 传销培训

6-1	传销说明会.....	(151)
	讲习教案·传销讲习·会后沟通	
6-2	传销技巧培训会.....	(158)
6-3	心态分析会.....	(160)
6-4	疑问解析会.....	(160)
	对传销的疑问·对公司的疑问·对产品的疑 问·对制度的疑问	
6-5	讲师培训会.....	(163)
	礼仪培训·理论培训·OPP 和 NDO 讲习培训 ·讲习技巧培训	

7 公司传销导入

7-1	传销导入原则.....	(166)
	战略性原则·规范性原则·系统性原则·排 它性原则·合法化原则	
7-2	传销导入程序.....	(172)
	设置导入机构·传销理念诊断·传销导入调	

查·传销理念设计·传销行为设计·传销视听识别设计·财务制度设计·传销注册·传销实施

8· 国内外著名公司传销规则与操作

- 8—1 深圳世点电脑软件有限公司多层次传销规则（摘）……………（194）
- 8—2 北京斯汀摩生物技术有限公司多层传销规则（摘）……………（198）
- 8—3 中美合资·广州雅芳有限公司直销规则……………（204）
- 8—4 安利公司传销商酬金计算方法……………（213）

9 世界传销巡礼

- 9—1 美国传销业现状……………（216）
- 9—2 日本传销业现状……………（222）
- 9—3 马来西亚传销业现状……………（226）
- 9—4 台湾多层次传销的历史发展……………（232）

10 国际传销商德约法

- 10—1 世界直销商德约法……………（246）
- 10—2 美国传销合法性9大检验标准……………（258）
- 10—3 日本有关传销的法规……………（262）
- 10—4 加拿大禁止的几种传销……………（266）

1

传销扫描

古老华夏大地,还没有来得及从当年火爆的股市中回过神来,新一轮投资狂潮已突兀而至。传销,一个神秘而陌生的名字,几乎是一夜之间,传遍了大江南北,传进了千家万户。

1-1 什么是传销

传销,是英文 Network selling 的中译,也称多层直销,或网络销售法。关于传销的定义,目前学术界还众说纷纭,莫衷一是。笔者认为,传销是以几何倍增效应为理论基础,以人际传播为基本形式的商品直销。

1—1—1 传销的理论基础是几何倍增效应

· 几何倍增效应是以一增十，十增百，百增千，千增万的方式所进行的爆炸或倍增。曾有一个国王同一个大臣下棋。国王说：“你征战沙场，保家卫国，功勋卓著，我准备奖励你，你需要什么奖励？”大臣说：“国王，我只要这一棋盘麦子。”国王说：“要这点麦子干什么？为什么你不要金银珠宝或土地？”大臣说：“国王，我就要麦子，不过，我要求在这棋盘的361格上摆满麦子，其方法是第一格2粒，第二格4粒，第三格8粒，第四格16粒，第5格32粒，依此类推，总共361格所摆满的麦子就是我要的数量。”国王说：“太少了，既然你坚持，到国库取得了。”请问读者，这位国王给得起吗？下面我们来看看：

第1格	2粒	$=2^1$
第2格	4粒	$=2^2$
第3格	8粒	$=2^3$
第4格	16粒	$=2^4$
第5格	32粒	$=2^5$
.....		
第361格		$=2^{361}$

这简直是个天文数字，国王就是把他的国家卖了，也满足不了大臣的需求。这，就是几何倍增效应。

传销运用几何倍增学，正是要借用其快速裂变魔力，来迅速倍增市场，倍增时间，倍增利润。

比如，有一位顾客买了一件商品，他把这消息告诉他的朋友、邻居、同事，有4人也购买了产品，这4人又分别介绍

4 人来买产品,就有 16 人买产品,这 16 人又分别介绍 4 人,就有 64 人购买产品,如此进行下去,将是什么情形?

第 1 代	1 人	共购 1 件产品	$=4^0$
第 2 代	4 人	共购 4 件产品	$=4^1$
第 3 代	16 人	共购 16 件产品	$=4^2$
第 4 代	32 人	共购 32 件产品	$=4^3$
.....			
第 100 代	人	共购 产品	$=4^{99}$

这是什么情形?简直不可思议。当然,现实中,不可能象理论计算那样发展顺利,但速度仍然是惊人的。传销之所以一问世,即能风靡世界,其奥秘也正在于此。

1-1-2 传销的基本形式是人际传播

传播有三大门类:大众传播、组织传播和人际传播。

大众传播是借助于大众传播媒介来进行信息传播的方式,它主要包括广播、报纸、电视等。

组织传播是借助于组织间的沟通来进行的信息传播方式,如发文件、开会等。

人际传播是借助于人与人之间直接的接触来进行的信息传播,如电话、通信、对话等。

传统的产品营销,是借助于大众传播(打广告、做宣传)和组织传播(总经销→区经销→批发商→零售商→顾客)来进行的,而传销则不借助大众传播,也不借助组织传播,仅仅是借助于人际传播来进行的产品销售,这是一种先进的、快速的产品营销形式。

1-1-3 传销属于直销的一种形式

直销,是英文 Direct selling 的中译,又称无店铺销售。它产生于本世纪 50 年代美国经济大萧条时期,因当时市场滞胀,产品销售不畅,严重积压,以“经商天才”著称的犹太人发明了这一种产品销售方式。这种方式,回避了传统的层层批发的模式,而采用不广告、不上柜的直接面对顾客的销售方式。这种方式一诞生,即迅速扩及世界,成为商品销售的重要形式。

直销分为两种形式:一为单层直销,一为多层直销。

单层直销,是由销售人员从厂家处直接进货,然后直接卖给顾客。这种销售从厂家到顾客之间只有一个层次,它不仅减少了滞货时间,也节省了中间费用。

多层直销,是由人际关系链来进行的直接销售,它同单层直销的区别是中间商不再是一个人或公司,而是一个人际关系链。

单层直销,对人们已不再陌生,但多层直销,或曰传销,一般人就不甚了解。其实,传销也只不过是直销的一种形式而已,它既不神秘,也不是什么魔鬼。只要有直销的知识,就不难接受传销。

1-2 传销的起源

传销从产生至今,虽然只有短短的几十年,却经历了一个血泪斑斑的历史。

传销起源于美国。1945 年美国加州的 Lee Mytinger 和 William Casselberrg 二人为 Nutrilite 公司销售营养补品时设计了这一种产品行销方法。

在本世纪 40 年代,由于二战的影响,美国的商业竞争尤为剧烈,厂家销售严重受阻。一方面商业企业拼命压低商品进价,让生产企业亏不胜亏,另一方面又因促销费用猛增,消费者仍购买着高价产品。于是,一些生产企业便撇开商业企业,而借助直销商让产品与顾客直接见面,从而实现了厂家可获得较高利润,顾客又能购到廉价产品的“双赢”局面,于是产生了传销。由于许多企业纷纷采用这一先进的营销方式,所以传销很快在美国盛行起来。

经过战争创伤的日本,50 年代一直在谋求重振经济实力的宏伟计划,许多企业都剑拔弩张,各自在寻求发展的路子。于是,美国人发明的传销在 60 年代迅速被日本引进。但早期的日本传销多是变质的传销,即所谓的“老鼠会”,直到 70 年代末,美国安利公司在官司中胜诉,传销终于求得了合法地位,日本的传销业才迅速扩展开来,成为全球最大的传销王国。

受日本的影响,亚洲的其它地区如台湾、马来西亚、香港、韩国等也迅速引进了传销。其中发展最为快捷的也最为规范的是台湾。

台湾于 70 年代开始发展传销,早期是日本“老鼠会”的翻版,由于“台家事件”的爆发,使传销陷入困境。直到 1982 年美国安利公司在台设立分公司,带来了正当的传销理念和手法,才带动了传销业的健康发展。1992 年 2 月 4 日公

布了“公平交易法”，该法明确规定了传销的合法性，并对不正当传销和正当传销进行了界定，使传销走上了法制化管理的轨道。到目前为止，台湾有传销企业 378 家，从业人员 150 万，年营业额达 400 亿新台币，1991 年成立了“直销协会”，1992 年成立了“直销市场发展学会”，1993 年创办了《传销世纪》杂志。

马来西亚于 1979 年成立了直销协会，1992 年约有 100 家传销公司，年营业额约为 10 亿马币。1993 年马来西亚颁布了“直销业法案”，使传销走向了合法化。目前在马来西亚，只要在政府部门办理了经营执照，就可以开展传销业务，现在马来西亚的传销公司还以 15—20% 的速度增长。

印度尼西亚在 1984 年成立了传销公司，展开传销活动，其产品多与保健有关。现在印尼有 45 家传销公司，它们的传销事业主要多受马来西亚、台湾和香港的影响，产品多为进口。印尼也成立了传销协会，但基本未发挥作用，政府也没制定专门的传销法令，只把传销公司视为一般的商业公司。可以这样说，印尼的传销尚处于萌芽阶段，市场还正待开拓。

至于香港，在 70 年代引进了传销，但由于一家外商公司引用“老鼠会”经营方式，造成公众对传销的误会与排斥，使传销形象大受影响。1979 年，安利、雅芳和时代生活三家直销公司倡议成立了“香港直销协会”，提议管制“金字塔式”销售。香港当局也制定了相应的法令，但由于法令太模糊，并未发挥实质作用。80 年代中叶，随着一些外资传销公司的进入，香港的传销行业重新热闹起来。但因法令不健

全,无法管理,1991年,又出现了“拉人头”事件。一家澳洲公司以“拉人头”方式敛财,它的经营方式引发了大众传媒的关注,被严重曝光,被当局查封,负责人被捕,并以商业欺骗罪判刑7年。

香港直销协会至今有8家团体会员,遵守协会的共同规则,如必须给顾客7天的冷静期,在购货契约中必须注明退货手续等。香港的传销业也基本上才起步,一般人认为,它属于女士们的事业,或是挣外快的一种手段,也有的人认为传销是一种投机事业,就象股票、期货一样,是可以“炒”的。目前香港大约有50多家传销公司,大都发展健康、正常。

在欧洲,德国是较早引进传销的国家,1967年德国直销协会成立,有公司会员7家,总营业额3.25亿马克。1991年协会有公司团体会员19家,总营业额35亿马克。

作为传销业的国际性组织,有欧洲的“欧洲直销联盟”和世界性的“世界直销联盟”。

欧洲直销联盟成立时有16个国家会员。由于从1993年开始,欧洲共同市场实行单一市场制,“欧洲直销联盟”正在谋求设立“欧洲直销商德约法”,以统一规范所有会员国家的直销行为。

“世界直销联盟”目前拥有37个会员国,从事直销的人员估计在1500万以上。

在中国大陆出现传销方式,还只是近几年的事。1990年11月14日,中美合资广州雅芳有限公司成立,由此,传销进入了中国大陆。紧随其后,上海、济南、北京、西安、乌鲁

木齐、大连、沈阳、哈尔滨等地纷纷出现了传销为行销方式的企业,世点、安利、雅芳、雅婷、龙权、斯汀摩、仙妮蕾德等产品在传销界名声大振。1994年上海出台了《上海市多层次传销管理暂行办法》,1994年8月,国家工商局发出了《关于制止多层次传销中违法活动的通知》,深圳市也已草拟了《深圳多层次传销管理办法》。1995年3月28日,中华人民共和国国内贸易部办公厅发文,宣布正式成立“多层次传销管理条例”立法工作机构,正式起草国家关于多层次传销管理办法。1995年初,仙妮蕾德、安利和纽蔓氏之家世界著名直销公司已得到广州市工商部门的批准,在广州正式展开传销活动,在他们的营业执照经营范围一栏,明确标出了“直销”二字。这恐怕是国内第一批正式获得传销通行证的外国公司。

据不完全统计,目前国内采用传销方式推销产品的企业,约有200余家,从事传销的人员约有50余万人。而更为可观的是,目前已有一大批公司和一大批企图寻求第二职业者,正跃跃欲试,打算投入到传销活动中,传销业正以惊人的速度发展,可以预料,就在一两年内,一场传销风暴,将以远远超过当年火爆的股市规模,迅速席卷大江南北,构成继股票热之后的“第二次狂潮”。

1—3 传销的优势

传销之所以能以惊人的速度在全球推广,是因为传销自身拥有着其它销售方式所缺乏的明显优势: