政策與程序

目錄

介　紹 3

PART 1 第一章：獨立傳銷商身份

1.1 成為傳銷商 4
1.2 無購買產品之要求
1.3 傳銷商之權利及義務
1.4 法定年齡
1.5 共用配送地址
1.6 已婚夫妻
1.7 同時利益
1.8 公司、合夥、有限公司和信託
1.9 非營利組織 5
1.10 虛構和 / 或化名
1.11 獨立簽約
1.12 所得稅申報
1.13 法律遵循
1.14 傳銷商識別號碼
1.15 無專屬區域授權
1.16 其他產品
1.17 跨團隊銷售 6
1.18 聯絡

PART 2 第二章：期限和續約

2.1 期限 6
2.2 年度續約費 NT$1,000 / 年

PART 3 第三章：傳銷商的職責

3.1 持續發展之義務 6
3.2 提供申請人文件
3.3 違反政策之報告
3.4 公司聲明 7
3.5 地址、電話、傳真或電子郵件更改
3.6 推薦招募
3.7 利益衝突
3.8 下線活動報表（組織報表）8

PART 4 第四章：解約或終止

4.1 自願終止
4.2 暫停或非自願終止 9
4.3 申訴
4.4 終止的效力
4.5 重新申請
4.6 適用法律

PART 5 第五章：轉讓

5.1 收購傳銷權 10
5.2 轉移條件
5.3 規避政策
5.4 繼承
5.5 重新加入
5.6 對傳銷商業務的更改
5.7 分離傳銷商業務 11
5.8 傳銷商喪失能力後之轉移

PART 6 第六章：專有資訊

6.1 保密合約 12
6.2 版權限制
6.3 供應商和其他業務夥伴之保密性

PART 7 第七章：商標、文獻及廣告

7.1 商標 12
7.2 電話、電話簿名單
7.3 印記支票
7.4 印製名片或信紙圖形
7.5 印製及電子廣告 13
7.6 網際網路
7.7 保護未成年人
7.8 社群媒體
7.9 背書 14
7.10 獨立通信
7.11 醫療聲明
7.12 禁止重新包裝
7.13 電話應答
7.14 責任

PART 8 第八章：廣告

8.1 通則 14
8.2 未經授權的聲明和行動
8.3 產品聲明
8.4 收入聲明 15
8.5 使用名人姓名和肖像
8.6 與科學顧問委員會和其他公司顧問的互動
8.7 大眾媒體
8.8 網際網路
8.9 傳銷商網站 16
8.10 官方施樂恩公共 Facebook（或類似）頁面
8.11 第三方智慧財產權的使用
8.12 尊重隱私
8.13 專業
8.14 禁止張貼
8.15 回應負面線上文字 17
8.16 傳銷權終止
8.17 線上分類
8.18 線上拍賣網站
8.19 線上零售
8.20 橫幅廣告
8.21 垃圾連結
8.22 數位媒體訂閱
8.23 按點擊付費和付費搜索
8.24 垃圾郵件和非請求通信 ... 18
8.25 電話行銷
8.26 廣告產品價格

目錄

PART 9 第九章：銷售要求

9.1 產品銷售 18
9.2 獎金和佣金資格 19
9.3 佣金依據
9.4 實際月曆
9.5 佣金和獎金支付日期
9.6 調整獎金和佣金
9.7 獎勵旅行和獎勵

PART 10 第十章：產品的購買、銷售及出貨

10.1 訂購 20
10.2 購買產品
10.3 運送和缺貨政策
10.4 訂單確認
10.5 押金
10.6 存款不足
10.7 購買要求
10.8 禁止囤積
10.9 訂購方式 21
10.10 直接購買
10.11 付款方法選項
10.12 運送和處理
10.13 產品交付
10.14 貨物損壞
10.15 價格變動
10.16 收據及零售定價
10.17 交貨不正確
10.18 零售店 22
10.19 服務導向的機構
10.20 醫療診所
10.21 貿易展覽
10.22 銷售
10.23 禁止重新包裝和重新填裝

PART 11 第十一章：零售保證及傳銷商之退換貨

11.1 零售客戶保證 22
11.2 瑕疵品保證
11.3 傳銷商換貨 23
11.4 傳銷商一般退貨
11.5 傳銷商之解除契約或終止

PART 12 第十二章：一般條款

12.1 賠償合約 24
12.2 其他服務和產品
12.3 責任限制
12.4 損害限制
12.5 記錄保存
12.6 非邀約
12.7 修訂 25
12.8 非豁免條款
12.9 仲裁
12.10 懲罰處置
12.11 申訴和投訴 26
12.12 禁制令救濟
12.13 完整合約
12.14 適用法律
12.15 不可抗力
12.16 注意事項
12.17 可分割性
12.18 違反

PART 13 第十三章：專業道德規範

13.1 - 13.10 作為傳銷商，我同意 27

多層次傳銷管理法

第一章 總 則 28
第二章 多層次傳銷事業之報備
第三章 多層次傳銷行為之實施 29
第四章 解除契約及終止契約 31
第五章 業務檢查及裁處程序
第六章 罰 則 32
第七章 附 則 33
多層次傳銷管理法施行細則 34

直銷協會商德約法 36

商德約法施行細則 42

美商施樂恩生技有限公司台灣分公司

政策與程序
適用中華民國（台灣）

作為美商施樂恩生技有限公司台灣分公司（以下簡稱「本公司」）的獨立傳銷商（以下或稱「傳銷商」），您需要了解並遵從本傳銷商政策與程序（以下簡稱「本手冊」）中所包含的所有規則、法規、政策與程序，本手冊可由本公司發布或傳播。當本公司得視需要修改之，本公司保留發布或傳播修訂本手冊之權利。

每位傳銷商有責任閱讀、理解、遵守並確保他／她知悉並履行最新版本的政策與程序。當推薦新的傳銷商時，推薦人有責任在申請人簽訂【傳銷商入會申請書】（或稱「傳銷合約」前向申請人提供最新版本的政策與程序以及獎勵計畫。

由於地方法律及商業環境會定期變動，本公司將保留修改協議（包括但不限於傳銷合約、條款和條件、政策與程序）及其價格、產品提供之唯一且絕對之審酌權利。本公司將藉由以下一種或多種方法提供所有傳銷商修訂條款的完整版本：（1）在本公司官網上發布；（2）電子郵件（電郵）；（3）傳真；（4）語音郵件系統廣播；（5）刊於本公司期刊；（6）刊於產品訂單或獎金支票；或（7）本公司的特別郵件。最新施行的版本將刊載於本公司官網。所有傳銷商的責任是定期檢視官網上最近公佈的修正條文。一旦修改發布，傳銷商可以選擇接受或拒絕修改。如果傳銷商拒絕，他們的協議將終止，不予續約。若傳銷商繼續購買或銷售公司產品，註冊和／或接受本公司的獎金收入，此類行為均將被視為已接受修訂。

本公司尊重所有關於傳銷的政府法規，並要求每個傳銷商也要遵守。因此，您必須閱讀並理解本手冊中的資訊，這一點非常重要。若您對任何規則或政策有任何疑問，請向您的推薦人傳銷商或本公司尋求解答。「專業道德守則」載於本手冊第 13 章，您應檢視這些資料並將其作為您計劃的一部分。

第一章：獨立傳銷商身份

1.1 成為傳銷商

當申請人滿足以下要件時，得成為本公司的傳銷商：

a) 申請人遞交入會申請合約書及相關文件至公司營業處所，前項書面得以電子文件為之。

b) 申請人以公司價格購買傳銷商入門組合，包含傳銷商文件、公司資訊和手冊，這些都是銷售資料（非用於轉售）。所繳金額並非服務或特許經營費，而是本公司傳銷商所需的教育和業務資料成本。

c) 國際推薦限已有本公司正式開放分公司或子公司營運之國家。以新入會者所屬國家為主，獎金依所屬國家當地幣值發放；且入會者必須遵守所屬國家當地之政策程序及法律規定。

d) 本公司保留以任何理由拒絕任何合約之權利。

1.2 無購買額外產品之要求

除入會套組外，您無需購買任何產品即可申請成為傳銷商。

1.3 傳銷商之權利及義務

傳銷商有權出售本公司的產品和服務，並參與公司的獎勵計畫。傳銷商可向公司推薦新的傳銷商。

1.4 法定年齡

傳銷商應滿法定年齡 18 歲使得申請為本公司傳銷商。

1.5 共用配送地址

同一個送貨地址不得超過三（3）個傳銷商或客戶將產品運送。

1.6 已婚夫妻

已婚夫妻及其受扶養子女限共有一個傳銷商事業體。

婚前已是本公司的兩位傳銷商，隨後兩人結婚則其傳銷商身份將各自保持單獨；除非原先一方是另一方的直接推薦人，在這種情況下，他們的傳銷商事業體得以合併。

當共有傳銷商事業體的一對夫妻離婚或分居時，本公司將繼續以離婚或分居前相同之方式支付獎金，直到本公司收到雙方簽署、或由法院頒發命令指定何者應接受佣金之書面通知，條件是夫妻已符合第 5.2 章之要件（若適用）。

1.7 同時利益

傳銷商及其配偶和受撫養人不得在多個傳銷商事業體同時受益（領有獎金），同一戶籍地址僅限擁有一個施樂恩傳銷商帳號；且已成年獨立之子女可另外擁有施樂恩傳銷帳號，但必須為其父（母）親自推薦。又，施樂恩傳銷商不可同時擁有多重身分，例如，作為法人傳銷商的公司股東則不能申請為個人傳銷商；個人傳銷商亦不可申請擁有另一個法人傳銷商帳號。

1.8 公司、合夥、有限公司和信託

公司、合夥、有限公司或其他形式的商業組織和 / 或信託得成為本公司的傳銷商，須於提出入會申請的同時提交下列文件：

a) 參與該公司的所有董事、高級職員和股東，合夥企業的所有普通合夥人和有限合夥人，有限公司成員或信託受益人（若適用）的完整名單；

b) 身分證號 / 統一編號。

c) 隨時被合理要求之其他文件和資料。

傳銷商事業體的股東、董事、高級職員、合夥人、成員、受益人和受託人（若適用），均同意其與該事業體對本公司負連帶責任，並受本手冊規範。

1.9 非營利組織

非營利組織可在本合約附帶有以下文件的公證副本時，須於提出入會申請的同時提交下列文件：

a) 公司營登、章程、合夥合約、信託文件和 / 或其他管理文件；

b) 所有參與非營利組織並被授權代表組織簽訂契約的董事和主管之完整名單；

c) 身分證號 / 統一編號；

d) 隨時被合理要求之其他文件和資料。

1.10 虛構和 / 或化名

任何個人或事業體不得用虛構或化名申請成為傳銷商，本公司有最終審核權。

1.11 獨立簽約

每位傳銷商都是以獨立簽約人身分參與傳銷活動並就其傳銷活動予以負責。傳銷商並非本公司的員工、加盟商、合夥人、或代理人，傳銷商嚴禁以口頭，文字或其他方式明示或暗示為施樂恩之員工、加盟商、合夥人、或代理人。傳銷商不得 a) 使施樂恩受任何義務之約束、b) 代表施樂恩簽訂合約；及 / 或 c) 任何第三方自稱是施樂恩的員工。本公司不負責支付或共同支付任何傳銷商的員工福利。傳銷商負擔勞工之責任、健康、殘疾理賠保險。傳銷商可依本手冊設置自己的工作時間並決定如何開展業務。

1.12 所得稅申報

作為獨立傳銷商，不被視公司員工，傳銷商應自行負責而且同意遵守與施樂恩獨立傳銷商相關之稅務法令或地方法律、法規、法令、規則。

1.13 法律遵循

傳銷商應遵守有關傳銷商業務運營的所有法規、規則和命令。傳銷商負責自己的管理決策和支出，包括所有預估收入和年度所得稅金。

1.14 傳銷商識別號碼

依據稅法規定，傳銷商必須提供正確且真實的身分證資料。傳銷商將被指定一組傳銷商識別號碼（以下稱為「ID」）用於傳銷商與本公司的業務。此號碼應與所有傳銷商與本公司之訂單和通信一致。本公司將在所有內部傳銷商交易中使用此號碼。因使用向本公司提供之不正確稅務識別號碼，而導致任何懲罰或罰金者，由傳銷商自行負責。

1.15 無專屬區域授權

任何傳銷商亦不得暗示或聲明其擁有特定區域內招募會員或販賣公司產品的獨家特權。在台灣地區並不存在地理限制。如果傳銷商希望在非傳銷商的授權國家開展業務，他 / 她必須遵守該國的所有適用法律和規則。

1.16 其他產品

傳銷商同意，除本公司產品外，不得在銷售或展示本公司產品的任何活動中出售或展示任何其他公司的產品。在傳銷合約期限內以及其後之六（6）個月期間內，傳銷商不得向任何本公司員工，代理人或傳銷商，銷售或宣傳任何競爭產品、服務或行銷計劃。任何違反本規定的傳銷商會喪失購買權，暫停和 / 或終止傳銷商職位以及參與公司獎勵計畫。

1.17 跨團隊銷售

禁止向本公司的其他傳銷商出售商品以獲得獎金和獎金的積點。傳銷商應直接自本公司獲取本公司所有產品、文獻和行銷材料。任何違反本規則的行為都會使傳銷商被暫停和 / 或終止。

1.18 聯絡

未經公司明確書面批准，不得與公司的合作夥伴、供應商、顧問或聘僱之專業人員進行直接聯繫。

第二章：期限和續約

2.1 期限

根據第四章的規定，本合約的有效期自本公司接受之日起至一年後之日期（「周年日」）結束。

2.2 年度續約費 NT$1,100/ 年

傳銷商應每年續約一次。年度續約費用將在周年日到期時支付。傳銷商可選擇自動續訂合約，授權公司以信用卡收取續約費用，並由本公司確認續約。在任何 90 個連續日期內不進行產品購買的傳銷商將被視為不活躍，無法收到公司相關活動訊息通知。

如果本合約未按續約日期續約：

a) 自續約日起 3 至 60 天為續約寬限期，期間傳銷商無法訂購任何產品、不具備獎金領取資格且個人網站及後台辦公室將被暫時關閉，直至完成續約費訂單。

b) 若超過 60 天未完成續約，傳銷商將被視為自願終止其與本公司的傳銷商關係，失去其傳銷商資格、所有推薦人權利、其在獎勵計畫中的聘階、所有佣金權利、獎金、獎勵且無法自公司購買任何產品。

c) 未完成續約且超過 60 天之傳銷商，可於自傳銷商關係終止日起算六個月後重新申請入會。

第三章：傳銷商的職責

3.1 持續發展之義務

a) 持續培訓

成功的傳銷商推薦人，應執行確實的援助和培訓功能，以確保他 / 她的下線正確地經營他 / 她的業務。成功的傳銷商持續與其下線組織中傳銷商聯繫和溝通，激勵和培訓新傳銷商產品知識、有效的銷售技巧、獎勵計畫和遵守本手冊。然而，與下線傳銷商的溝通和培訓不得違反第八章規定，以確保下線傳銷商不會產生不當的產品或業務賠償，或從事任何非法或不當行為。每一傳銷商應提供自己作為導師和推薦人不斷努力之書面證明。

b) 持續銷售責任

傳銷商無論其成就高低，成功的傳銷商藉由為現有客戶提供服務，以及向非傳銷商的零售客戶銷售，不斷產生新客戶來促進銷售。

c) 不得謾罵

施樂恩希望為其傳銷商提供業內最好的產品、獎勵計畫和服務。因此，需要傳銷商建設性的批評和評論。然而，所有此類評論不應貶低、貶損本公司、其他傳銷商、產品、獎勵計畫或本公司的董事，高級職員或員工。

3.2 提供申請人文件

申請人簽署傳銷商申請合約前，推薦人須向考慮成為傳銷商之個人提供最新版本的政策與程序以及獎勵計畫。

3.3 違反政策之報告

當傳銷商察覺另一傳銷商違反政策，應直接提交請本公司注意該違規之書面報告。報告中應包括事件的詳細情況，例如日期、發生次數、涉及的人員和任何證明文件。

3.4 公司聲明

任何傳銷商皆不得聲明或暗示與本公司享有優勢或特權，或以任何方式免除其他傳銷商之相同義務和要求。

3.5 地址、電話、傳真或電子郵件更改

為確保及時交付產品、支援材料和佣金，維持我們的文件為最新至關重要。運輸時需要街道地址，因為產品無法遞送至郵政信箱。如果傳銷商當前參與自動送貨計畫中，自動送貨之收貨地址將自動更新為新地址。如果提交多個地址或自動送貨合約更改通知，最新者將取代先前的通知或合約。本公司將在收到通知或協議後七（7）天內處理。

3.6 推薦招募

a）合約

傳銷商可在美國和本公司執業中的任何國家招募其他傳銷商。推薦人應確保每一新傳銷商已收到，閱讀並了解本公司之合約，其居住國的政策手冊和獎勵計畫。傳銷商僅根據產品銷售量而獲得獎金，而非推薦新會員。

b）重複遞交入會申請

如果一位申請人提交多份不同推薦人之合約，本公司只接受的第一份收到之合約。最終之推薦人決定權在本公司。

c）收入宣稱

傳銷商不能向潛在客戶做出收入預估，包括完全基於數學預測或公司獎金計畫的「理想預測」。傳銷商不應向他人做出收入成功的保證，因為收入的成功取決於許多變數。佣金支票或存款數據不得用作行銷工具。傳銷商不得對潛在客戶保證或預估該業務的報酬、佣金、費用或扣除額。傳銷商應真實、公正地描述和呈現獎勵計畫。

d）堆疊行為

施樂恩禁止任何操縱虛假或人頭帳號以獲取獎金之「堆疊」行為。所謂「堆疊」是指針對公司獎勵計畫或行銷促銷計畫，進行演練計算後觸發佣金之方式，包含但不限於利用下線排線大量購貨或以推薦人頭帳號加入公司獲取利潤等非正當手法。

3.7 利益衝突

聘階 15K（含）以上之傳銷商，在合約期間內不得直接或間接經第三方參與任何實際或企圖為其他傳銷公司招募或推薦之業務活動，包含但不限於擔任其他傳銷公司或其傳銷組織之講師、代言人、薦證人或為其宣傳、招募或推薦之行為。

為避免利益衝突和忠誠，傳銷商必須遵守以下內容：

a）非招募

在合約期限內，傳銷商不得直接或經第三方參與任何實際或企圖為其他傳銷公司招募或推薦施樂恩的傳銷商。這包括但不限於向任何施樂恩傳銷商或零售客戶提供、協助、暗示或明確鼓勵其加入另一個與施樂恩具有競爭性或同質性之傳銷公司。

在傳銷商合約終止之後 90 天內，嚴禁前傳銷商為其他傳銷公司招募任何施樂恩傳銷商或零售客戶。每個傳銷商承認並同意，本公司藉此保護合法的商業利益，並且此類禁止的範圍和持續時間是合理的。

在合約期限內，傳銷商不得：

- 為任何第三方或其他傳銷公司製造、提供或轉讓該傳銷商所使用的任何性質的文獻、磁帶、CD、DVD 或其他宣傳材料用以為前述傳銷公司招募施樂恩的傳銷商；
- 向施樂恩傳銷商或零售客戶銷售、促銷或提供任何非施樂恩之競爭產品或服務。任何與施樂恩產品相同類別的產品皆被視為競爭產品，例如，任何營養補充劑與施樂恩的營養補充

劑屬同一通用類別；

●在提供施樂恩產品或促銷方案之同時，提供非施樂恩的產品、服務、事業計畫、機會或誘因；

●在任何施樂恩會議、研討會、發表會、大會，或此類活動之前和／或之後提供任何非施樂恩產品、服務、商業計畫、機會或誘因或其他旅遊獎勵。

b) 瞄準其他公司傳銷商

施樂恩不鼓勵傳銷商針對另一傳銷公司的銷售部門銷售施樂恩產品或成為傳銷商，也不鼓勵傳銷商招募或誘使另一傳銷公司的銷售人員違反與該公司簽定之契約條款。

c) 交叉保薦

嚴禁實際或意圖上的之交叉保薦。「交叉保薦」，係指為在施樂恩有傳銷商合約存檔的個人或公司組織之客戶，於過去前六個月內有簽過合約，且屬於另一保薦組織體系者。傳銷商嚴禁利用配偶或親屬的姓名、商號、化名、公司、合夥、信託、身份證號碼、統一編號或其他方式來規避本手冊的任何條款。傳銷商不得貶低、詆毀或貶損其他施樂恩傳銷商，或誘使另一傳銷商成為前者行銷組織的一部分。儘管有上述規定，本手冊不禁止轉讓施樂恩傳銷商事業。但若發現有交叉保薦，則須立即向本公司報告。施樂恩將對改變組織的傳銷商和／或鼓勵或參與交叉保薦的傳銷商採取行動。若本公司認為公平和可行，施樂恩亦可將全部或部分違規傳銷商之下線移至其原始下線組織。然而，施樂恩沒有義務挪動交叉保薦的傳銷商之下線組織，施樂恩有權全權處置其下線組織。

傳銷商同意放棄對由於或關於交叉保薦的傳銷商下線組織重置處分所產生的爭執，並放棄對施樂恩的一切求償權償和訴訟。

d) 扣押入會申請或產品訂單

傳銷商不得操縱新申請人的入會申請和購買產品。所有傳銷商入會申請合約和產品訂單必須於自傳銷商簽署或零售客戶下單後四十八（48）小時內發送至施樂恩。亦不得違反同時利益規則（前述第 1.7 條）或推薦虛構個體或單位組織到施樂恩事業計畫中。

3.8 下線活動報表（組織報表）

傳銷商可在施樂恩官方網站上查看。傳銷商對其「下線活動報告表」的受密碼保護。所有下線活動報表及其中包含的資訊屬機密，構成專有資訊和商業秘密，由施樂恩獨家擁有。以最嚴格的機密提供下線活動報表給傳銷商，其唯一目的是幫助傳銷商與其各自的下線組織合作開發施樂恩傳銷商事業。上線傳銷商應使用其下線活動報表來幫助、激勵和培訓下線傳銷商並支援他們的客戶。

傳銷商和施樂恩承認並同意，為遵守此保密合約，施樂恩不會向傳銷商提供下線活動報表。傳銷商不得代表自己或代表任何其他人、合夥、協會、公司或其他事業體：

●直接或間接地向任何第三方披露任何下線活動報表中所含的任何資訊；

●直接或間接公開其下線活動報表的密碼或其他相關密碼；

●使用該資訊與施樂恩競爭，或用於宣傳他／她的傳銷商業務以外之任何目的；
招募或徵求任何報表上列出的任何傳銷商或零售客戶或以任何方式試圖影響或誘使任何傳銷商或零售客戶改變與施樂恩的業務關係；

●使用或向任何人、合夥人、協會、公司或其他實體披露任何下線活動報表中所含的任何資訊。一旦本公司要求，任何現有或以前的傳銷商將需退回下線活動報表的原件及所有副本；和

●傳銷商或第三方以遠端監控或任何其他方式對接觸此資料，皆視違反本手冊。

第四章：解約或終止

4.1 自願終止

a) 傳銷商可因未續約或經向公司發送書面解約或終止通知而自願終止傳銷商地位。自願解約於本公司收到此類通知後生效。

b) 解約或終止傳銷商身份的傳銷商可在合約終止後六（6）個月按最低聘階重新申請傳銷商。

4.2 暫停或非自願終止

傳銷商會因違反合約條款而被暫停或終止傳銷權，包括本政策手冊、獎勵計畫和本公司有權所作的其他增訂文件或下列任一情形發生時：

a) 以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加傳銷組織。
b) 假借多層次傳銷事業之名義向他人募集資金。
c) 以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。
d) 以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。
e) 違反多層次管理傳銷法、刑法或其他法規之傳銷活動。

當本公司決定傳銷商暫停或終止傳銷權時，將以書面通知傳銷商，該暫停或終止傳銷權以在書面通知之日生效。該通知將依本手冊中的通知條款發送到傳銷商在本公司的存檔地址。

本公司可在暫停傳銷權期間採取某些行動，包括但不限於以下行為：

a) 禁止該傳銷商以本公司傳銷商名義或使用公司的任何專有標誌和 / 或材料舉辦傳銷商會議或外部活動；
b) 停權期間扣除傳銷商的佣金和獎金；
c) 禁止該傳銷商購買公司服務和產品；和 / 或
d) 禁止傳銷商推薦新傳銷商，聯絡當前傳銷商或參加傳銷商的公司活動或會議。
e) 如果本公司自行決定確定導致停權的違規行為還在持續，尚未得到圓滿解決，或發生涉及停權傳銷商的新違規行為，則可以終止該停權之傳銷商。

4.3 申訴

若被暫停傳銷權之傳銷商希望申訴，本公司應在停權通知之日起十五（15）天內收到書面申訴。本公司將審查並考慮，並在停權通知之日起三十（30）天內以書面形式通知傳銷商其決定。本公司的決定為最終決議，毋須進一步檢討。

如果傳銷商希望對終止提出申訴，公司應於終止通知之日起十五（15）天內以書面形式收到申訴書。如果在十五（15）天內沒有收到申訴，終止將自動被視為最終決定。如果傳銷商及時提出申訴通知，本公司將審查該申訴，並在收到後十（10）天內通知傳銷商其決定。本公司的決定為最終決議，毋須進一步檢討。如果終止未予撤銷，則將在原始終止通知中規定的日期起始有效。

4.4 終止的效力

終止後，對終止的傳銷商應立即：

a) 刪除並永久停止使用與任何施樂恩產品、計畫或計畫相關的商標、服務標記、商號以及任何標誌、標籤、文具或廣告；
b) 不得再代表自己為本公司的傳銷商；
c) 失去傳銷商身份及在獎勵計畫中由此產生的所有未來佣金和獎金的所有權利；以及
d) 對本公司合理要求保護公司機密資訊採取所有的行動。
e) 針對非自願終止之傳銷商，本公司有權不受理其退貨申請。

本公司有權將傳銷商欠本公司之任何款項以傳銷商的佣金或其他獎金抵償。本公司亦可根據本合約第 12.1 條傳銷商應支付之合理金額估算所產生的賠償義務予以抵償。

4.5 重新申請

本公司自行全權決定且可能拒絕接受已終止合約之傳銷商的任何重新申請或該傳銷商的任何家庭成員的申請。

4.6 適用法律

如果這些相關終止之規定違反中華民國（台灣）法律之公共政策，則改依中華民國（台灣）法律辦理。

第五章：轉讓

5.1 收購傳銷權

任何希望取得另一傳銷商業務利益的傳銷商應首先終止其傳銷商身份並等待六（6）個月後，方有資格取得此類購買。所有該等交易須全數向本公司揭露，並經本公司之事先批准。

5.2 轉移條件

傳銷商不得在未經本公司事先書面許可之情況下出售、轉讓、合併或轉讓傳銷商職位（或其權利），任何此類轉讓若取得許可，則須符合以下條件：

a) 出售傳銷商（或轉讓方）應向本公司提供傳銷商身份轉讓申請書，並提供詳細說明轉讓詳情之所有文件副本，包括但不限於購買者（或承接方）姓名，購買價格以及購買和付款條件；

b) 繳交轉讓文件應附帶新台幣 2,500 元整之手續費；

c) 文件應包含由求售傳銷商（或轉讓方）所制定之契約，需利於購買者（或承接方），且轉讓方於轉讓生效起 6 個月內不得加入本公司其他保薦組織；

d) 一旦本公司以書面形式許可出售、轉讓或移轉，承接方應承擔轉讓方的身分，並執行當前的合約以及本公司合理要求之所有其他文件。

e) 批准任何銷售或轉讓之提案之前，本公司保留訂定附加條款和條件之權利。本公司保留拒絕任何銷售或轉讓之權利。

5.3 規避政策

若本公司全權決定，轉讓傳銷商身份是為了規避遵守合約、政策與程序或獎勵計畫，則轉讓將被視為無效，傳銷商身份將回復至原傳銷商，視為從轉回日以來轉移從未發生。若有必要，由本公司自行決定，對轉讓傳銷商採取適當行動，包括但不限於終止，以確保其遵守本合約和本手冊。

5.4 繼承

縱使有本第五章之任何其他規定，傳銷商死亡後，傳銷商的身份將經法定的傳銷商受益人繼承；然而在受益繼承人執行當前合約，並提交死亡證明和公司所要求的證明、或其他所有權轉讓的證明副本前，本公司將不承認此繼承。繼承人此後將有權享有本公司傳銷商之所有權利及義務規範。

若繼承人已具有施樂恩傳銷商身分，則僅可選擇一傳銷經營權。

5.5 重新加入

a) 任何轉讓傳銷商業務的傳銷商將在轉移生效日期後等待六（6）個月，方能重新申請成為新的傳銷商。

b) 傳銷商可以經自願取消他 / 她的傳銷商業務並保持不活動（即沒有購買施樂恩產品用於轉售，沒有銷售施樂恩產品，沒有保薦，沒有參加任何施樂恩會議，參與任何其他形式傳銷商活動或任何其他施樂恩傳銷商業務的運作）六（6）個月後加入另一保薦組織。

C) 任何傳銷商之重新入會申請上限不得超過二次，且本公司保留審核傳銷商重新入會之最終同意權。

5.6 對傳銷商業務的更改

每一傳銷商須立即通知施樂恩對包含於其傳銷商入會書中所有資訊的變更。傳銷商可修改其入會資訊（例如：身分證號碼，或將所有權形式從自然人更改為法人），以書面提交姓名更改申請表格，正確執行的傳銷商入會申請書，以及適當的支持性文件。

a) 添加共同申請人

當要求於現有傳銷商權添加共同申請人（個人或業務事業體）時，本公司要求書面申請以及填妥

傳銷商入會申請書，其中包含主要申請人和共同申請人的身份證號碼和簽名。主要申請人必須仍是原始傳銷商入會合約的主要一方。如果主要申請人希望終止其與公司的關係，則他／她應依第 5.2 條轉讓或指定他／她的傳銷商業務。所有獎金和佣金將被發送到主要申請人之銀行帳戶。請注意，在本章第 5.6 條範圍內允許之修改不包括更改推薦人。下面（b）節中討論推薦人的更改。每次請求更改都需要支付手續費，這些費用必須包括在書面請求和已完成的傳銷商入會申請書中。

b）更改推薦人

為保護所有行銷組織的完整性和捍衛所有傳銷商的辛勞成果，施樂恩強烈禁止推薦人的變更。保持傳銷商定位的完整性對於每個傳銷商和行銷組織的成功至關重要。因此，將施樂恩傳銷商傳銷權轉移到另一推薦人極少被允許。更改請求須透過聯繫傳銷商客服支援部門提交，且須包括更改的原因。由本公司全權決定是否核可。如果更改被批准，每一推薦人只允許一次更改。只有在以下兩種情況下更改推薦人方被考慮：

- 在涉及欺詐利誘或不道德招募之情況下，傳銷商可要求將其整個行銷組織原封不動轉移／更改到之另一組織。所有涉及欺詐招募活動的轉移／更改請求將依個案根據具體情況進行評估。
- 尋求轉移／更改的傳銷商應提交一份填妥並完全執行的推薦人更改申請表，其中包括其推薦人和直屬七（7）層上線傳銷商的書面批准。不接受複印或傳真簽名。請求轉移的傳銷商須繳交行政和資料處理手續費。如果轉移傳銷商欲轉移他／她組織中的任何傳銷商，每個下線傳銷商須取得填妥的「推薦人變更請申請表」，並附手續費將其遞回至施樂恩（即轉移／改變組織中所有傳銷商人數乘以手續費，等於轉移一個施樂恩組織的費用）。除非滿足所有要求，下線傳銷商不會隨著被轉移／更改的傳銷商而轉移。在收到轉讓／更改傳銷商的推薦人更改申請表後，施樂恩需於三十（30）天內，進行處理作出決定。

5.7 分離傳銷商業務

施樂恩傳銷商有時以夫妻法人經營施樂恩傳銷權。當婚姻結束或法人解散時，須作出安排，以確保事業體的完成分割後對其他傳銷商的利益和收入或傳銷商的上下線業務不會產生不利影響。如果分割雙方不能提供其他傳銷商和本公司最佳利益，施樂恩不得不立即終止合約並往上壓縮該其傳銷權及其整個行銷組織。

在任何情況下，離婚或合法分居的配偶或解散法人的下線，不得根據離婚或合法分居雙方的請求或意願分割。同樣地，在任何情況下，施樂恩不得在離婚或合法分離配偶或解散法人成員之間拆分佣金和獎金。施樂恩僅承認一個下線，並在每個佣金週期對每個施樂恩傳銷商傳銷權發出一筆獎金。獎金將發予個人傳銷商或法人傳銷商。若解散程序的當事人無法解決對獎金和傳銷商所有權的處置爭議，獎金將繼續支付給該帳戶的初始成員。若前配偶或前述附屬個人已完全放棄其原始施樂恩傳銷商業務的所有權利，只要他們滿足等待期之要件，則可以自由選擇之任何推薦人。但在這種情況下，前配偶或伴侶對其前組織的任何下線都不具有任何權利。前配偶或合夥人須以與任何其他新傳銷商相同之方式開發新的行銷組織。

5.8 傳銷商喪失能力後之轉移

為使因喪失行為能力傳銷商轉讓傳銷權，合法繼承人須向施樂恩提供以下資訊：

a）公證過受託人證明影本一份；

b）公證過的信託文件或其他證明委託人擁有施樂恩傳銷權的文件影本一份；和

c）由委託人填寫的傳銷合約一份。如果有興趣的代表已是施樂恩傳銷商，本公司可根據相關代表的書面請求，根據家族規則授予傳銷商業務之例外。

第六章：專有資訊

6.1 保密合約

施樂恩遵守個人資料保護法，為計算獎金與統籌傳銷商下線活動之必要，得透過傳發業績報表和下線名單之方式，使上線傳銷商得知與該目的有關之資料。所有組織及下線活動的報表，包含其中的資訊，屬於施樂恩的專有資訊和商業機密。施樂恩所獲的下線活動報表，其唯一的目的為協助他們各自的下線組織有效的發展施樂恩傳銷網。基於保密協定，所有傳銷商和施樂恩都同意不應提供傳銷商下線活動報告。

方式提供傳銷商下線組織報表。本條規定在合約終止之後仍然有效。施樂恩傳銷商不得代表他（她）自己或代表其他人或商業組織進行下列行為：

a) 直接或間接地透露任何下線資訊和 / 或活動報告給第三者；

b) 用於它途，除了發展其他施樂恩傳銷權和促進施樂恩產品和服務銷售之外；

c) 推銷或招募任何出現在報告中的傳銷商或零售顧客；

d) 以任何方式企圖影響或誘導任何人改變他們與施樂恩的生意關係。公司有權要求前任或現任傳銷商退還所有下線活動報告的正本和影本。

6.2 版權限制

關於自本公司購買的產品，傳銷商應遵守所有製造商的使用限制和版權保護。

6.3 供應商和其他業務夥伴之保密性

本公司與其供應商、製造商、供應商和研究人員的業務關係具保密性。除在公司要求的情況下，於供應商、製造商或研究人員出席本公司招募活動時，傳銷商不得直接或間接與本公司的任何供應商、製造商或研究人員聯繫。

第七章：商標、文獻及廣告

7.1 商標

本公司的名稱、商標、服務標誌和版權資料歸本公司所有，包括本公司產品名稱。使用這些標誌和材料應嚴格遵守本手冊之條款規定。只有本公司有權依這些商標生產和銷售產品和文獻。禁止對未由本公司生產或授權之任何項目使用本公司之名稱，但以下述方式則除外：

1. 傳銷商姓名　2. 獨立傳銷商　3. 施樂恩

7.2 電話、電話簿名單

傳銷商不得在電話簿白或黃色頁面中使用公司的商業名稱。傳銷商不得在事先未取得本公司之書面批准時，以本公司的商標名稱列出其電話號碼。如果批准使用，應以下列方式說明：

1. 傳銷商姓名　2. 獨立傳銷商　3. 施樂恩

7.3 印記支票

傳銷商不得在其業務或個人支票帳戶上使用公司商號或其任何商標或服務標誌；然而，傳銷商可將傳銷商的業務檢查印記為「施樂恩傳銷商」。

7.4 印製名片或信紙圖形

當使用公司的商品名稱和 / 或商標，傳銷商不得「創建」傳銷商自己的文具、名片或信紙圖形。只有經批准的公司圖形版本和文案是允許的。

7.5 印製及電子廣告

只有本公司製作或事先以書面形式批准之宣傳和廣告材料，方可用於任何印刷或電子媒體（包括網路網站）上宣傳或促銷傳銷商業務，或銷售本公司的產品或服務。任何人不得在未由本公司產生的廣告中或未經本公司事先明確書面許可的情況下使用公司名稱、標誌、商標或版權材料。未經公司事先書面許可，本公司的文獻資料不得複製或轉載。是否保留本公司的同意或批准由公司全權決定。橫條，展覽會材料等必須經本公司書面批准。

7.6 網際網路

本公司透過自己的網站在網路面對世界。傳銷商禁止在網際網路上以任何形式使用公司的任何商標，包括名稱施樂恩、施樂恩標誌和任何產品名稱，或任何其他商業名稱、商標，或公司使用之特殊短語或備註，包括與任何產品相關的任何術語，或任何與其混淆相似之術語。若傳銷商希望能提供自傳銷商的個人網站直接到本公司網站的連結，傳銷商的請求須以書面為之，且得到本公司的全權決議。在傳銷商收到施樂恩的書面批准前，不能建立連結。

7.7 保護未成年人

施樂恩網站不是為兒童設計或針對兒童。我們不會故意蒐集、使用或傳播 18 歲以下兒童的任何個人身份資料。但是如果我們發現有關 18 歲以下兒童的個人身份資料已在施樂恩網站被蒐集，我們使用此類資訊的唯一目的是聯繫該兒童的父母或監護人以取得可茲證明的家長同意。如果在合理的時段內無法取得同意，或於聯繫時，父母或監護人要求我們不得使用或維護此類資訊，我們將做出合理努力將其從我們的記錄中刪除。根據父母或監護人的要求，施樂恩將提供從 18 歲以下兒童蒐集的個人資料的特定類型描述。

7.8 社群媒體

a) 作為施樂恩的傳銷商，您可以但不必要在社群媒體保持曝光。但若您選擇這樣做，您必須遵守施樂恩規定的指南和政策。這些指南和政策旨在確保施樂恩品牌的一致性和專業性，從而有利於您的業務。

b) 施樂恩為整個公司（包括客戶，傳銷商和公眾）提供線上業務。我們要求在我們的公共論壇（Facebook，Twitter 等）中保持你的意見能與所有人相關。

c) 您不得使用公司施樂恩官方頁面來開展、招攬業務，將人們引導至您自己的網站或招募傳銷商。我們的商標品牌名稱不能用於減少我們公司網站的流量。

d) 不得將您的獨立事業當成是公司的營業處。所有傳銷商通信，印刷及線上，皆須清楚地顯示為您為獨立傳銷商之身分，不可以引導消費者認為他們是在與公司營業處來往。

e) 歡迎您在您的業務的各種社群媒體網站的名稱 / 描述中使用術語「施樂恩傳銷商」。你不得使用「官方」或任何類似的詞。您不能為任何網站（如 Twitter 等使用任何排列之施樂恩名稱）創建別名。有關命名的更多說明，請參見第 8.8 條。

f) 當線上發布關於施樂恩的資訊時，請思考您分享的資訊是否對您的業務和整個公司都有益。不要在線上以任何方式聲稱是自己的，這有損於施樂恩品牌。所有傳銷商同意、承認並接受在社交網絡網站（包括但不限於 Facebook、Twitter、Instagram、LinkedIn、Flickr 等）上發布的任何內容（照片、推薦、聲明、行銷材料等），必須遵守「印製和電子廣告」。任何健康 / 醫療聲明、收入聲明或毀謗性評論、評析等為明確禁止，均不被批准或允許。

g) 如果您自願或非自願終止施樂恩傳銷商合約，您須在十天內從社群網絡個人資料中刪除所有對施樂恩的引用。

h) 如果施樂恩發現不合規定的簡介文件和 / 或網站，將要求您立即刪除該材料。

i) 違反任何社群媒體指南者可能會有處分，包括終止您的傳銷商帳戶。

7.9 背書

除在公司文獻和通信中明確說明，不得宣稱本公司主管或任何第三方之背書。台灣政府監管機構不批准或背書傳銷計畫。因此，傳銷商不得直接或間接明示或暗示本公司的計畫，產品或服務已被任何政府機構批准或認可。

7.10 獨立通信

依本第 7 章之限制，傳銷商被鼓勵向傳銷商各自的下線發布訊息和指導；但傳銷商應識別和區分個人通信和本公司之正式通信。

7.11 醫療聲明

傳銷商不得對任何公司產品提出醫療聲明（明示或暗示）。本公司建議需醫生照顧或患有任何慢性疾病的客戶，在開始進行任何飲食或營養計畫改變之前，應諮詢他們的醫生。本公司的營養產品設計在於增進，而不是替代。本公司鼓勵所有公司客戶尋求營養和保健專業人士的建議和諮詢。

7.12 禁止重新包裝

傳銷商不得以任何方式重新包裝公司的產品或原料。

7.13 電話應答

傳銷商不得透過說出「施樂恩」或以任何其他方式來應答電話，導致撥話者相信他是與本公司的公司營業處通話。

7.14 責任

違反本手冊中包含的任何規則可為終止個人傳銷權之理由。違反者可能就未經授權使用本公司的版權，商標和材料所造成的損害承擔責任。

第八章：廣告

8.1 通則

為保障和促進施樂恩及其產品的良好聲譽和知名品牌，並確保施樂恩機會、獎勵計畫和施樂恩產品的推廣符合公眾利益，避免所有不誠實、欺騙、誤導、不道德或不實的行為或做法，鼓勵所有傳銷商使用施樂恩生產的銷售輔助和支援材料。公司精心設計其產品、產品標籤、獎勵計畫和促銷材料，以確保施樂恩的每個方面之公開、真實、實在，並符合當地法律的廣泛和複雜法規要求。

8.2 未經授權的聲明和行動

所有沒有明確包含在官方的施樂恩材料中的口頭和書面聲明，傳銷商應負全責。傳銷商同意賠償施樂恩的董事、高級職員、員工和代理人，並使他們免受任何責任，包括但不限於判決、民事處罰、退款、律師費、法院費用或由於的傳銷商的未經授權的表示或行動所造成的施樂恩業務損失。本條款在合約終止後仍然有效。

8.3 產品聲明

除包含在官方施樂恩材料中的那些產品資訊外，不得有關於施樂恩提供的任何產品的治療、診療或有益性質的任何宣稱，包括個人見證。其中傳銷商不得聲明施樂恩產品可用於治療、診療、診斷、減輕或預防疾病或病徵或症狀。這些聲明不僅違反施樂恩政策，且可能違反適用法律，包括食品安全衛生管理法等等。

在任何媒體中提供產品體驗見證的傳銷商應當小心地披露他們與施樂恩的聯繫，他們的個人經驗是

誠實的，並聲明他們聲稱的經驗不是消費者會體驗的典型結果。

8.4 收入聲明

由於過於熱衷於招募潛在傳銷商，一些傳銷商偶爾會試圖藉收入聲明或收入代表性來證明網路行銷和施樂恩的固有能力。這是適得其反的，因為如果他們的結果不像其他人已經取得的成果一樣的廣泛或快速，新傳銷商可能很快會失望。有些法律和法規規範甚至禁止從事網路行銷的某些類型的收入聲明和證言。雖然傳銷商可能認為提供支票副本或披露自己或他人的收入是有益的，但這些方法具有法律後果，可能對施樂恩以及提出聲明的傳銷商產生負面影響。

由於傳銷商無法提供公正的收入聲明，在向潛在傳銷商提交或討論施樂恩機會或獎勵計畫時，可能無法進行收入預測、收入聲明或披露他 / 她的施樂恩收入（包括支票、銀行對賬單或稅務記錄）用於解釋獎勵計畫的數學預測，因此只要使用此假設性例子的傳銷商須明確表示這些盈餘僅為假設。在施樂恩公佈官方收入披露聲明前，傳銷商不得於宣傳其傳銷商業務時使用假設性收入示例。

8.5 使用名人姓名和肖像

未經施樂恩的書面批准，傳銷商不得與施樂恩聯合發布名人的姓名或肖像。

8.6 與科學顧問委員會和其他公司顧問的互動

施樂恩透過與許多卓越的科學、行銷、公關、商業和法律專業人士的特殊關係在市場上占有獨一無二之地位。為維護所有傳銷商和本公司的利益關係，傳銷商必須嚴格遵守本公司的廣告政策；未經本公司明確之事先書面同意，不得與本公司董事會、科學顧問委員會或本公司其他顧問的任何成員聯繫。

8.7 大眾媒體

a) 大眾傳媒宣傳：禁止使用大眾媒體。除另有特別授權，傳銷商不得使用任何形式的媒體或其他大眾傳播廣告宣傳產品或機會。包括電視節目、新聞廣播、娛樂節目、網路廣告等新聞報導或宣傳片。產品只能由個人聯繫或由本公司或傳銷商以合乎本手冊規範的文獻進行宣傳。傳銷商可以在允許此類型廣告的管轄區域中，根據本手冊以及符合適用法律的情況下放置一般性事業機會廣告。

b) 媒體採訪：除公司書面特別授權， 傳銷商不得經媒體、出版物、新聞報導、新聞稿或任何其他公共訊息、行業或行業資訊來源的訪談來宣傳產品或機會。包括私人、付費會員或團體內出版物。傳銷商不得代表本公司向媒體發表言論，也不得表示他們已經獲得本公司授權代表其發言。所有媒體聯繫或詢問應立即轉交本公司行銷傳播部門。

8.8 網際網路

所有施樂恩傳銷商都對其線上發布和與施樂恩相關的所有其他線上活動負個人責任。因此，即使施樂恩傳銷商不擁有或不經營部落格或社群媒體，若施樂恩傳銷商發佈到與施樂恩相關的任何此類網站或可被追蹤到施樂恩，則施樂恩傳銷商負責發布且須建立、加強和提高施樂恩在社群中的聲譽、形象和地位的方式為之。

施樂恩傳銷商亦負責在施樂恩傳銷商擁有、經營或控制的任何外部網站上發布的帖子。施樂恩傳銷商須在與施樂恩及其產品或業務相關的所有相關社交媒體簡介上公開全名，並且每個人都必須明確地將自己稱為「施樂恩獨立傳銷商」。匿名發布或使用化名是被禁止的。施樂恩傳銷商必須避免不恰當的對話、評論、圖片、視頻、音頻、應用程式或任何其他成人、猥褻、歧視或庸俗的內容。本公司可自行定義任何不適當的公眾帖子或言論，違規的施樂恩傳銷商將受處分。

施樂恩傳銷商不得使用部落格垃圾郵件或任何其他大量複製方法在任何網站、部落格或留言板上發表評論。施樂恩傳銷商線上創建或張貼之評論須是有用的、獨特的、相關的和特定於部落格之文章。作為通則，施樂恩傳銷商不得在其相關的社群媒體或外部網站的頁面名稱 / 標題或

URL 中使用任何地理參考。為澄清和避免疑義，除已默認之 URL 或對默認 URL 的批准修改外，施樂恩傳銷商不得在任何外部網站地址或相關 URL 中使用術語「施樂恩（或 cerule）」，或其任何衍生詞（例如，www.sellincerule.com 或 www.blogspot.cerule.com）

任何包含「施樂恩」或其他施樂恩產品和程序名稱或其在 URL 中的任何衍生外部網站須轉移到施樂恩或依施樂恩的要求關閉 / 終止。在任何情況下，施樂恩傳銷商在施樂恩未事先明確書面同意的情況下，不得將此類域名出售予任何第三方。

8.9 傳銷商網站

如果傳銷商希望利用網路網頁來宣傳他 / 她的傳銷商業務，則他 / 她僅能藉本公司複製的網站程序，使用官方施樂恩模板為之。該程序允許傳銷商在網路上廣告，並可以使用傳銷商的聯絡資訊進行個性化的主頁設計。這些網站給予傳銷商在網路上的專業和本公司批准的證明。線上銷售只能從傳銷商的施樂恩個人網站產生。傳銷商不得在網路上使用「盲目」廣告，使人產生與施樂恩產品、施樂恩機會或施樂恩獎勵計畫或收入聲明等相關的聯想。

8.10 官方施樂恩公共 Facebook（或類似）頁面

施樂恩有一官方公共 Facebook 頁面，用來邀請潛在客戶和投資者查詢本公司。它並非用於讓施樂恩傳銷商用於銷售產品或促銷他們的業務或與其他傳銷商或消費者互動。因此，施樂恩傳銷商不得在公共施樂恩 Facebook 頁面上放置連結資訊，也不得發布與其業務相關的任何定價、促銷、營銷材料、銷售、廣告或公告。施樂恩保留根據其自行裁量決定，刪除在官方公司 Facebook 頁面上發布的任何消息的權利。

8.11 第三方智慧財產權的使用

如果施樂恩傳銷商在任何線上發布中使用任何第三方的商標、商號、服務標記、版權或智慧財產權，則他們有責任確保他們已取得使用此類智慧財產權的適當許可並支付相應的許可費用。所有第三方智慧財產權必須適當地作為第三方的財產，傳銷商必須遵守智慧財產權所有者對其財產使用的任何限制和條件。

8.12 尊重隱私

施樂恩傳銷商須始終尊重他人的隱私權。他們不得從事有關任何個人、公司或競爭性產品或服務的謠傳或宣傳。除取得作為其發布對象的個人或實體的書面許可，施樂恩傳銷商不得列出其他個人或事業體的名稱。

8.13 專業

施樂恩傳銷商須確保他們的貼文是真實且正確的。他們應實際檢查他們在線上發布的所有資料。並仔細檢查他們的帖子文字拼寫、標點符號和語法。嚴禁使用冒犯性話語。

8.14 禁止張貼

施樂恩傳銷商不得張貼或連結到任何張貼或下列等材料：

a) 性剝削、淫穢或色情；
b) 冒犯、褻瀆、仇恨、威脅、有害、抵誹、誹謗、騷擾或歧視（無論是對種族、民族、信仰、宗教、性別、性取向、身體殘疾或其他）
c) 圖像暴力，包括任何暴力的視頻遊戲圖像；
d) 有任何非法行為；
e) 對任何個人，團體或事業體進行人身攻擊；或
f) 違反本公司或任何第三方的任何智慧財產權。

8.15 回應負面線上文字

對於那些發布負面文字攻擊施樂恩傳銷商、施樂恩及其管理階層，員工、顧問的人，施樂恩傳銷商不應與之對話。他們應該向本公司報告負面文字，並交由本公司自行處理。

8.16 傳銷權終止

如果傳銷商的施樂恩傳銷權因任何原因被取消，他們必須在任何發文和所有外部網站停止使用施樂恩的名稱、所有施樂恩的商標、商號、服務標記和其他智慧財產權，及所有這些標記和智慧財產權的衍生物。如果傳銷商在任何社群媒體網站上的發文，已將其標識為獨立施樂恩代表，則須明確地披露他們不再是獨立施樂恩代表。

8.17 線上分類

施樂恩傳銷商不得使用線上分類廣告去列出、銷售或零售特定的施樂恩產品、產品包或機會。

8.18 線上拍賣網站

施樂恩的產品和計畫不得在 eBay 或其他網上拍賣中列出，傳銷商也不得招募或有意允許或促使第三方在 eBay 或其他拍賣網站上出售施樂恩產品。

8.19 線上零售

傳銷商不得在任何零售商店或電子商務網站（包括 Amazon.com 等）上列出或出售施樂恩產品（除了自己的施樂恩傳銷商個人網站）。此外，傳銷商不得：

（1）招募或故意允許第三方在任何線上零售商店或電子商務網站銷售施樂恩產品或

（2）銷售產品予那些傳銷商有理由相信該第三方會在任何線上零售商店或電子商務網站上銷售此類產品者。

傳銷商可以從虛擬辦公室的「工具」選項取得當時的產品圖像和說明，傳銷商只能在其施樂恩傳銷商個人網站上顯示。

8.20 橫幅廣告

傳銷商可以在他們的第三方網站上放置橫幅廣告（如下文所述）；但他們只能使用施樂恩批准的模板，並且不得於此廣告上列出任何施樂恩產品的定價、折扣或促銷。這些網站上的任何施樂恩相關橫幅廣告必須直接連結到他們施樂恩傳銷商個人網站。

8.21 垃圾連結

垃圾連結被定義為相同或相似內容之部落格、維基網站、留言版、網站或其他可公開訪問的線上討論板或論壇的多個串聯的訂閱連結，這是不允許的。包括部落格垃圾、部落格評論垃圾。傳銷商在部落格、論壇、留言版等上發表的任何評論必須是唯一的、資訊性的和相關的。

8.22 數位媒體訂閱（例如，YouTube、iTunes、Photobucket 等）

傳銷商不得向任何網站上傳、提交或發布施樂恩所有或相關的視頻、音頻或照片內容。

8.23 按點擊付費和付費搜索

如本文所述，您可以接受指定的連結或每次點擊費用廣告（PPC）。目標網址和顯示網址須相同。廣告不得有任何可能導致用戶相信他們是被引導至施樂恩公司網站之說明，或有任何不當或具有誤導性之網址。在向搜索引擎提交 Google AdWords，Bing 關鍵字等時，傳銷商不能使用施樂恩的商標名稱，商標或其他版權。

8.24 垃圾郵件和非請求通信

除本手冊有規定，傳銷商不得發送或傳輸未經請求的傳真、大規模電子郵件發送、未經請求的電子郵件或相對於其運營的傳銷商業務之「垃圾郵件」。

「未經請求的傳真」和「未經請求的電子郵件」兩術語分別表示藉電話、傳真或電子郵件傳播任何宣傳或促銷施樂恩產品、獎勵計畫或本公司的任何其他方面的材料或資訊，傳送給未事先明確邀請或許可之任何收件人；或任何與傳銷商有業務或個人關係者。

「既定的業務或個人關係」指由傳銷商與個人之間的自願雙向通信，基於個人對此類產品的查詢、應用、購買或交易而形成的先前或現有關係傳銷商；或個人或家庭關係，這種關係以前沒有被任何一方終止。

8.25 電話行銷

雖然施樂恩不認為傳銷商是傳統意義上的「電話銷售商」，但這些政府法規廣泛定義了「電話行銷商」和「電話銷售」這一術語，使得傳銷商的無意識行動，撥打某人的電話號碼被列在「不能打電話」名冊，可能會導致他們違反法律。此外，這些規定不能輕忽，因為每次違規可能會承擔重大懲罰和罰款。

因此，傳銷商不得在其傳銷商業務的運營中進行電話行銷。術語「電話行銷」意指向個人或事業體發出一通或多通電話呼叫以誘其購買施樂恩產品或服務，或者為施樂恩機會招募。禁止針對促進產品或服務或施樂恩機會的潛在客戶或傳銷商的電話行銷。此外，傳銷商不得使用自動電話撥號系統或施樂恩傳銷商業務操作的隨機電話列表。術語「自動電話撥號系統」是指具有以下功能的設備：隨機或依序存儲或產生之號碼生成器呼叫之電話號碼並撥打之。

8.26 廣告產品價格

傳銷商不得以低於施樂恩產品的單位建議零售價格對施樂恩產品進行廣告。 傳銷商也同意，關於產品價格的所有廣告是真實的，且不會包含誤導性陳述（例如，「最低價格可用」，這意味著傳銷商能夠以比其他傳銷商低的價格銷售產品等）。傳銷商違反本章的行為構成違反合約，可能導致懲罰性行動。

第九章：銷售要求

9.1 產品銷售

施樂恩獎勵計畫是以向最終消費者銷售施樂恩產品為基礎。傳銷商必須滿足個人和下線組織的零售銷售要求（及履行合約中規定的其他責任）才有資格獲得獎金和晉升到更高位階之成就。

傳銷商必須滿足以下銷售要求才有資格獲得佣金：

a) 銷售量

傳銷商必須滿足個人點數（PV）和團隊點數（GV）的要求，以滿足在施樂恩獎勵計畫中指定的特定等級的相關要求。PV 包括由個人招募的零售客戶對傳銷商的購買。所有傳銷商仍需有其個人每月訂單量來滿足獎金計畫中指定的月度要求。GV 應包括其行銷組織中所有傳銷商的總 PV 以及該傳銷商的 PV。

b) 遵守 70%銷售規則

傳銷商必須遵守以下所列的 70%銷售規則。透過下訂新產品訂單，傳銷商被視為已經證明他 / 她已銷售或消費先前訂單中購買至少 70%的產品。每位收取價差、獎金或佣金和訂購額外產品的傳銷商同意保留證明以符合本政策的文件，包括零售銷售之證據至少四（4）年。傳銷商同意根據公司的要求向本公司提供此文件。未能遵守此要求或虛報銷售或消費產品數量構成違反合約，本公司有權終止其傳銷權。此外，在此期間不保存此類文件或違反此規定，本公司有權收回任何支付給傳銷商的任何期間的佣金。

c) 銷售收據

傳銷商必須在銷售時向其零售客戶提供收據。這些收據說明適用法律規定的消費者保障權利。傳銷商須保持所有零售銷售收入四（4）年，並根據公司的要求提供給施樂恩。記錄傳銷商的直接零售客戶購買記錄的記錄將由施樂恩維護。傳銷商須確保每個銷售收據上包含以下信息：（1）交易日期；（2）買方可以發出取消通知的日期（不早於交易日後第三個營業日）；和（3）銷售傳銷商的名稱和地址。請記住，客戶必須收到兩份銷售收據副本。此外，傳銷商必須口頭通知買方有取消之權利。

9.2 獎金和佣金資格

「報酬」一詞指的是在施樂恩事業機會之下任何支付給傳銷商的獎金、佣金。傳銷商須積極遵從合約，才有資格獲得報酬。只要傳銷商符合合約條款，施樂恩就應根據獎勵計畫支付傳銷商所賺取的報酬。

9.3 佣金依據

每月月底結束前完成的銷售業績，在本公司收到並接受完成的合約後，才能支付佣金和其他獎金。報酬僅限支付銷售本公司的服務和產品。購買傳銷商入會資料袋、入門套組、宣傳材料與活動不支付佣金。

9.4 實際月曆

佣金和傳銷商成就級別按月為計算基礎。傳銷商在每個獎金期間結束時晉升到合格的最高級別。佣金和獎金按實付聘階支付。

9.5 佣金和獎金支付日期

推薦獎金為週結獎金，將於推薦後二週支付。每月月結獎金將於次月十五（15）日結算後於二十（20）日前支付。萬一付款日落在法定假日或週末，付款將在下一工作日執行。佣金支付給獎勵計畫中定義的「合格」傳銷商。佣金結構詳述於獎勵計畫中。

9.6 調整獎金和佣金

傳銷商根據對消費者之產品和服務實際銷售額獲取報酬。但當產品因退款退回到公司或者是由公司再次購買，該退回產品的佣金和獎金將在退款月份時扣除，或爾後持續於每個佣金週期扣除，直到該扣除額完全扣除為止。

9.7 獎勵旅行和獎勵

有時，公司可能會提供合格的傳銷商獎勵旅行和其他獎勵。這些獎勵或旅行可能基於聘階或傳銷商的表現，並僅提供給符合條件的傳銷商合約上列出的人，最多兩人的機票和一個酒店房間住宿。獎勵旅行或獎勵不得展延期至未來，且不得兌換現金。對於不能或不選擇參加旅行或接受獎勵的人，不給付現金或積點。縱使本文有任何相反的規定，雖本公司可能已支付此類激勵旅行的部分或全部費用，但傳銷商同意賠償並使本公司免受與旅行相關或由傳銷商和／或其客人造成的任何賠償，傷害，損失或其他損害。

傳銷商不能索賠或依賴本公司的任何保險單，以抵補對傳銷商和／或傳銷商客人造成的任何傷害、損失或其他損害的費用和開支。

政府稅法可能要求公司依照公平市場價值將任何獎勵、獎勵旅行等包括在傳銷商年度稅務報告中。傳銷商對所有適用之稅目負責，並同意使公司免受與這些獎勵旅行和獎勵相關的納稅義務要求。如果公司發現傳銷商作出任何虛假陳述或違反本合約以符合獲得這些獎勵旅行和獎勵的資格，則本公司可向傳銷商收取任何因之產生的費用或收到的任何利益或獎勵。本公司保留根據其認為必要之任

何理由，酌情決定不允許傳銷商參與之權利。

第十章：產品的購買、銷售及出貨

10.1 訂購

公司鼓勵傳銷商向其客戶推廣施樂恩的零售客戶計畫。客戶亦可直接向施樂恩訂購產品。為確保傳銷商收到適當的佣金，零售客戶不得在沒有傳銷商 ID 號碼的情況下下訂單。

10.2 購買產品

每個傳銷商應從他們的 ID 號碼直接從施樂恩購買他 / 她的產品。如果傳銷商從另一傳銷商或任何其他來源購買產品，則購買傳銷商將不會收到與該購買相關聯的個人銷售量。

10.3 運送和缺貨政策

施樂恩將迅速裝運當前庫存現有的任何部分訂單。但如果訂購的商品缺貨，則會形成預購訂單，當施樂恩接收到額外的庫存時將立即裝運。除非產品已停產，否則將對傳銷商收取費用並給予訂購項目之個人銷售額。如果物品被延遲交貨，施樂恩將通知傳銷商和客戶，並預計在訂單之日起三十（30）天內發送。當傳銷商要求退款或取消訂單時，傳銷商的個人銷售積點將減少，並影響當月的獎金金額。

10.4 訂單確認

傳銷商和 / 或訂單收貨人必須確認收到的產品與裝運發票上列出的產品相符，且無毀損。未能在收到產品後七（7）天內通知施樂恩任何運輸差異或損壞，將視為放棄要求更正的權利。

10.5 押金

只有在產品交付時，傳銷商才可向零售客戶收取或接受任何款項。傳銷商不應接受來自零售客戶的預付款，預期未來再行交貨。

10.6 存款不足

每個傳銷商有責任確保他 / 她的帳戶中有足夠的存款或信用以支付每月自動送貨。因資金或信用不足而取消訂單時，施樂恩並無義務聯繫傳銷商。此類訂單的取消，可能導致傳銷商未能收到產品或滿足其本月之個人銷售積點的要求。

10.7 購買要求

申請人無需購買產品才能成為傳銷商，儘管根據獎勵計畫的要求，傳銷商需要購買或銷售產品以利晉升。已經獲得本公司接受之合約的傳銷商可以直接從本公司以傳銷商價格購買產品。

10.8 禁止囤積

本公司的成功取決於對最終消費者的銷售，嚴格禁止所有形式的庫存，包括但不限於為獲得額外報酬而購買產品。本公司知悉傳銷商將購買自己使用的產品，但是，公司嚴格禁止嘗試符合獎勵計畫的晉升條件而花費不合理之金額購買產品。

10.9 訂購方式

所有提交給本公司的訂單應有傳銷商的識別碼（ID），以幫助公司正確處理和運送訂單。未能提供此資訊可能導致訂單處理之延遲。

10.10 直接購買

傳銷商應直接從本公司購買傳銷商需要的產品。如果傳銷商從傳銷商的推薦人傳銷商個人庫存取得產品，則本公司不會就此類交易支付佣金。

10.11 付款方法選項

除非另有特別說明，購貨可以現金、匯款、轉帳、信用卡支付。沒有預先付款，沒有訂單會予以發送。

10.12 運送和處理

傳銷商訂購時的唯一責任，是指明（a）運送的方式，（b）配送地址、和（c）收貨人姓名及聯絡電話。

10.13 產品交付

在付款後，本公司會處理訂購的產品和材料的裝運。如果某項目暫時缺貨（TNA），收貨人將在裝運所附的裝箱單上收到該通知。如果發生 TNA，則該項目將盡快發送。傳銷商在產品出貨之前三（3）可以書面請求取消缺貨之訂單。

10.14 貨物損壞

運輸公司負責產品運輸途中所發生的任何損壞。因此，傳銷商應及時報告損害，以便使施樂恩向托運人提出索賠。

若傳銷商收到外觀損壞的包裹，應遵守以下程序：

- 接受交貨。
- 在可能的情況下，在司機離開前，請注意交貨單上看起來有損壞的箱子數量，並要求司機以書面確認損壞。
- 保存損壞的產品或箱子，由運輸代理人進行檢查。
- 與施樂恩客服部門聯繫，安排換貨訂單和通報受損貨物。

本公司將追蹤所有交貨。傳銷商應在發現任何運輸差異或貨品異常時立即與本公司聯繫。

10.15 價格變動

施樂恩保留更動任何產品、服務和行銷資料的價格以及修正產品點數的權利。

10.16 收據及零售定價

傳銷商需提供書面收據給本公司所有零售客戶。雖本公司提供之建議零售價格可作為指導，但傳銷商可以以他們和他們的客戶同意的任何零售價格出售本公司產品。

10.17 交貨不正確

如果公司錯誤運送產品，則錯誤的商品回運由本公司支付，但須採取以下步驟：

- 傳銷商或零售客戶在收到訂單後七（7）天內通知本公司；
- 傳銷商或零售客戶必須填寫相關表格，和
- 產品應以原裝容器退回，並妥善包裝以防止返回運輸途中的損壞。本公司將負責產品寄回的運費。

10.18 零售店

本公司的行銷計畫的完整性建立在人對人，一對一，和家庭聚會銷售法。 嚴格禁止藉由任何零售連鎖商店銷售本公司之產品，包括但不限於藥局、藥房、超市、保健食品店、購物中心攤位或餐館等。

經向本公司書面批准後，傳銷商得於其擁有或經營的零售店或專業營業處銷售公司的產品，但必須為非連鎖店。

10.19 服務導向的機構

可以在健康溫泉、健康渡假村或類似機構之企業接受本公司產品訂單。

10.20 醫療診所

只有當醫生或專業健康人員為傳銷商時，醫生和其他專業健康人員才可以於其診所銷售本公司產品。

10.21 貿易展覽

經本公司書面授權，本公司產品或服務和機會可在傳銷商的展覽會上展示。本公司須在展覽會前至少兩個星期前收到參展書面請求。需先收到本公司的書面授權才能參展。除非取得本公司的書面授權，否則本公司產品或服務和 / 或機會應為該展攤位上唯一提供之產品或服務和 / 或機會。

只有本公司印製的營銷資料才可展示或分發。傳銷商不得在跳蚤市場、互換會或車庫拍賣會中出售或促銷本公司的產品或服務或機會。

10.22 銷售

任何傳銷商不得從美國或其所屬領土直接或間接出口或出售本公司產品、文獻、銷售與本公司相關之輔助教材，其產品或服務相關的促銷材料或本公司計畫至任何其他國家。

選擇在國際保薦的傳銷商只能在本公司完成公司註冊及開始經營業務之國家進行，且須完全遵守該國之傳銷商運營規則。任何違反本規則的行為都構成對本契約之重大違反，構成立即終止傳銷權之理由。

10.23 禁止重新包裝和重新填裝

傳銷商在任何情況下皆不得以任何方式重新包裝、重新貼標、重新填充或更改任何施樂恩產品、資訊、原料或程序上之標籤。施樂恩產品須以原始容器和完整包裝出售。重新貼標或重新包裝的這種行為將違反適用之法律，可能導致嚴重的刑事處罰。

傳銷商必須了解，由於重新包裝或重新貼標產品，產品使用人可能遭受任何類型的傷害和 / 或財產損害，可能會產生民事責任。

第十一章：零售保證及傳銷商之退換貨

11.1 零售客戶保證

公司透過它的傳銷商提供所有零售客戶三十（30）天內 100%退款保證。傳銷商必須對零售客戶的保證和退款負責。如果零售客戶出於任何原因對任何公司產品或服務不滿意，則該零售客戶可以在購買日算起三十（30）天內將未過期、未拆封、可再銷售的產品（帶有原始購買證明或收據）退還給購買之傳銷商，傳銷商應為之換新、交換或全數退費。

11.2 瑕疵品保證

施樂恩傳銷商產品送達七（7）天內，若發現產品有短少或外包裝破損或其他產品不良品之瑕疵事

項，可向施樂恩提出瑕疵品退換貨申請。公司將負擔產品退換之來回運費。

傳銷商在收到產品後必須立即檢查是否有任何損壞。一旦產品離開施樂恩，遺失或損壞的包裹是貨運業者的責任。

傳銷商在收到損壞產品，必須在七（7）天內完成以下步驟：

a) 仍應從貨運業者收下產品 （勿直接拒收退回）

b) 致電客服部門，告知：

(1) 損壞的狀況 / 數量， (2) 出貨地址， (3) 傳銷商編號， (4) 其他必要的任何資訊；

c) 客服專員將通知貨運業者取回產品和檢查，及安排替換損壞的產品和重新出貨。

11.3 傳銷商換貨

公司受理傳銷商更換的產品，限於在運送途中損壞、錯誤交貨者，且未經開封。接受更換產品時，將提供更換完好的相同產品，除非該產品已停售或缺貨。

11.4 傳銷商一般退貨

傳銷商要求本公司處裡退貨事宜，必須遵守以下規定否則不予退款：

a) 傳銷商提出退回施樂恩產品和行銷資料時，必須填寫退換貨申請書。

b) 退貨的產品須為未拆封、可再上架販售之商品。施樂恩得依下列標準檢視產品之特性、效用考量及可再銷售性予以辦理退款：

●產品可提領日起至 60 天內商品減損標準為 0。

●產品可提領日起 61 天至 120 天商品減損標準為 20%。

●產品可提領日起 121 天至 6 個月商品減損標準為 40%。

●可提領日逾 6 個月，恕不受理退貨申請。

c) 將欲退回之產品和 / 或行銷資料、退換貨申請書以及原始購買發票一併寄回本公司，傳銷商需自行負擔將退貨產品寄回公司之運費與郵寄風險。

d) 施樂恩得於扣除可歸責於傳銷商所致產品減少之價值與因此筆退貨物品所得之報酬後，與可歸責於傳銷商所致產品減少之價值，在收到退貨後三十（30）日內完成退款事宜。所有經施樂恩檢視後因不符合退貨規定而未獲退款之退貨，應由傳銷商自行取回，如果傳銷商在施樂恩通知三十（30）日內未領走，退貨將被銷毀。

e) 傳銷商未獲得施樂恩適當授權下的退貨，將會收到公司的通知，且可能影響退款的時間。

f) 施樂恩將另向因傳銷商購買該被退貨物品而獲得報酬之上線請求報酬之返還。

11.5 傳銷商之解除契約或終止

傳銷商自願終止合約者，可以將存貨或行銷資料退回施樂恩而獲得退款。但限於傳銷商直接向本公司購買所得之產品（傳銷商自行向國外進口之產品將不在退貨允許範圍）。

因產品瓶裝內之膠囊內容物為散裝（沒有獨立包裝），拆封後無法確保產品品質，因此退貨的產品須為未拆封、可再上架販售之商品。施樂恩有權決定產品是否具有可再販售的條件，否則施樂恩可視情況扣除產品減損之價值。傳銷商須自行負擔退貨運費。所有款項將依原付款方式退還給原購買人。

a) 傳銷商於簽約後三十（30）日內以書面通知本公司提除解除或終止合約，本公司將依合約解除或終止生效後三十（30）日內接受傳銷商的退貨申請、受領傳銷商送回之商品，並返還傳銷商退貨商品所付價金及其他給付本公司之款項。

依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。

b) 傳銷商於簽約後超過三十（30）日亦可隨時以書面終止契約並要求退貨。但其持有商品自可提領日起算已逾 6 個月者，不得要求退貨。本公司將於契約終止後生效後三十（30）日內受理傳銷商退貨申請，以原購價格之 90% 買回傳銷商所持之商品。退款得扣除傳銷商因此筆退貨物品

所得之報酬與可歸責於傳銷商所致產品減少之價值：

●產品可提領日起 61 天至 120 天內退貨者，得扣除原購價格之 20%。

●產品可提領日起 121 天至 6 個月內退貨者，得扣除原購價格之 40%。

c) 施樂恩傳銷商依據本手冊第 11.5 條規定提除解除或終止傳銷資格之退或申請時，不須負擔額外手續費或施樂恩因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

第十二章：一般條款

12.1 賠償合約

傳銷商對於其對外就施樂恩的產品、服務、和施樂恩事業機會之口頭和書面說明負完全責任，但施樂恩正式書面資料中有明確記載者不在此限。傳銷商同意賠償施樂恩和施樂恩的董事、主管、受雇人及代理人，而且讓他們免於受到包括因傳銷商未經授權之聲明或其行為，而使其遭受訴訟、民事賠償、退款、律師費、法院費用、或商業損失之所有風險。本條款在合約終止後仍然有效。

12.2 其他服務和產品

除本公司產品或服務外，任何產品或服務不得在出售或展示本公司產品或服務的任何情況下出售或展示。除上述規定外，不限制傳銷商銷售與本公司產品和服務不相似的其他公司服務和產品。但嚴禁與任何人直接銷售和 / 或網路行銷計畫和 / 或競爭性服務或產品。

12.3 責任限制

在法律允許的範圍內，當傳銷商

（a）違反合約和 / 或政策手冊的條款和條件；

（b）執行業務營運；

（c）提供任何不正確或錯誤的數據或資訊；

（d）提供的資料侵犯版權；或

（e）未能提供本公司經營其業務所需之任何資訊或數據，包括但不限於獎勵計畫、招募、和接受傳銷商或支付之佣金和獎金。

本公司不對傳銷商負責，傳銷商同意免除公司責任並放棄因以上諸項造成的利潤損失、間直接、特殊或必然損害或遭受的任何其他損失的所有索賠。

12.4 損害限制

在法律允許的最大範圍內，本公司及其附屬機構、主管、董事、員工和其他代表不對此負任何責任，且無論是契約、侵權還是嚴格責任，傳銷商在此放棄上述損失之利益、偶發、特殊、後果之任何索賠或任何與本公司的績效、非績效、行為或疏忽相關之業務關係或其他任何傳銷商和其他事項之對本公司索賠。

此外，同意對傳銷商的任何損害明確限制於傳銷商所擁有之未售出的公司計畫、服務和 / 或公司的產品以及尚未支付於傳銷商的任何佣金。

12.5 記錄保存

本公司鼓勵傳銷商保存所有傳銷商的業務交易之完整和準確記錄。

12.6 非邀約

本公司訂立本合約之誘因，並考量本合約所載之雙方契約，傳銷商不得直接或間接以其本人或任何其他人士或事業體之名義，誘使或僱用本公司的任何傳銷商、僱員、成員、客戶、供應商、顧問、轉包商或供應商。

12.7 修訂

本公司保留在任何時候修改合約、政策手冊、零售價格、產品可用性和獎勵計畫之權利。修訂將由官方公司出版物，在公司網站上公佈和 / 或電子郵件傳達予傳銷商。修訂自發布之日起對傳銷商有效並具有約束力。如果原始文件或政策與任何此類修正案之間有任何衝突，則以修正案為準。

12.8 非豁免條款

本公司根據本手冊行使任何權利或堅持傳銷商嚴格遵守之義務或條款，並無違反本手冊的任何慣例，亦無任何對本公司要求嚴格遵守本手冊之豁免。

本公司對傳銷商對任何特定違約之豁免不應影響或損害本公司對任何後續違約之權利，也不得以任何方式影響任何其他傳銷商的權利或義務。本公司對因違約而行使任何權利的任何延遲或疏忽亦不影響或損害本公司對該等或任何後續違約之權利。本公司的豁免只能由本公司的授權人員以書面形式為之。

12.9 仲裁

a) 除本合約明確規定外，傳銷商與本公司間因為本合約、本獎金計畫、本政策與程序、本公司制定的其他文件、本公司產品、傳銷商和本公司的權利和義務，或任何其他與根據合約和本政策手冊執行任何傳銷商有關的索賠或訴訟原因所產生的糾紛、索賠和爭議，應經本公司的備用爭議解決程序（ADRP），以仲裁來完全、最終和周全解決。

本公司的 ADRP 副本可以由書面請求自本公司索取。任何法院均不得對「ADRP」中定義的爭議提出法律訴訟。仲裁之爭議包括聲稱傳銷商的終止是非法的或不法的。

b) 仲裁是一種常用解決爭議的技術，它普遍被接受、及時、經濟效益高。任何傳銷商認為他 / 她的傳銷權被終止是非法的或不合法的，則可在終止決定的六（6）個月內直接或由律師提出申訴並開始仲裁程序。

c) 儘管有上述規定，仲裁員在沒有公司事先書面同意的情況下，對與本公司的任何商標或其他智慧財產權或專有或機密資訊之所有權、有效性或招募相關的爭議無管轄權。本公司可在任何適用的論壇中就這些爭議及就本公司欠款尋求任何適用的補救。除金錢損失外，本公司可對傳銷商或傳銷商的任何違反合約或濫用本公司的商標，版權或機密資訊政策的行為取得禁制令救濟。

d) 本條規則不得妨礙本公司向任何具有管轄權的法院申請並向任何具有管轄權的法院取得扣押令狀、臨時禁制令、初步禁制令和 / 或其他禁制令或緊急救濟，以保障和保護公司的利益。提交或在任何仲裁或其他法律程序期間或之後，或在與任何仲裁或其他程序有關的決定或裁決被移交之前。

e) 本合約中的任何規定均不得視為賦予仲裁員任何更改、變更、修改、修訂、增加或減少本合約任何規定之權力、職權或權利。

12.10 懲罰處置

任何違反合約，包括這些政策與程序，或傳銷商的任何非法、欺詐、欺騙性或不道德的商業行為，可以由施樂恩自行決定。採取以下之一項或多項行動：

a) 發出書面警告或忠告；
b) 傳銷商立即採取糾正措施；
c) 失去一項或多項全部或部分的獎金；或處以罰款（可以立即處以或從未來的佣金支付中扣除）
d) 在施樂恩正調查據稱違反合約的行為期間，扣留傳銷商的獎金；
e) 暫停傳銷權一個或多個支付期；
f) 取消或終止合約；針對非自願終止之傳銷商，施樂恩有權不受理其退貨申請。
g) 對違約傳銷商的任何其他家庭成員或附屬個人取消或終止傳銷商合約；
h) 施樂恩認為適當且有必要執行合約明確允許的任何其他措施，以便為由傳銷商部分或全部違約

造成的損害提供補救；或

i）開始進行經濟或公平救濟或兩者兼具之法律訴訟。

各當事人應承擔其本身的律師費，以及解決爭議所產生的任何其他費用和開支。

12. 11 申訴和投訴

當傳銷商對其他傳銷商因其行為或經營方式違反合約文件而產生投訴或申訴時，投訴的傳銷商應先向其上線報告，其上線推薦人應該檢視問題並與另一方的上線一起設法解決。如果問題不能解決，則必須以書面形式向本公司報告。

12. 12 禁制令救濟

傳銷商承認，本合約中關於保護施樂恩的機密和 / 或專有資訊的條款是合理和必要的，以保障施樂恩的合法利益。傳銷商進一步承認他 / 她違反此約定會造成一系列不可彌補的損害，其數量和程度將非常難以估計或確定。因此，傳銷商同意，施樂恩有權，且無需提出約束或其他擔保，而聲請法院發出禁令救濟，以禁止傳銷商威脅或違反此契約。但在任何情況下，禁令救濟不應是施樂恩可獲得的唯一救濟途徑。

12. 13 完整合約

本手冊與獎勵計畫一同納入合約，構成雙方就其業務關係之完整合約。

12. 14 適用法律

傳銷合約和本手冊受應中華民國（台灣）為準據法律管轄，且本合約引起的所有索賠之管轄權應在中華民國台灣新北地方法院為之。

12. 15 不可抗力

公司不對因罷工、勞動困難、火災、戰爭、自然災害、政府法令或命令等因超出其能控制之情況而造成之延誤或失敗負責，或者限制當事人之一般供應來源。

12. 16 注意事項

任何傳銷商或本公司可能需要或希望向另一方提供或服務的任何通訊、通知或任何類型的要求，應以書面形式及以電子通訊（無論是電傳、電報、電子郵件或傳真）發送（如果以書面或書面形式則以掛號，預付郵資，請求回執或個人服務確認）。

任何當事人可以按照本章規定的方式以書面通知另一方，以更改通訊地址。

任何此類交流，通知或要求均應視為在個人提供服務之日送達，在由電子通信確認發送之日送達，或如果是通過郵件交付，則以回執收據上顯示之日期或其他證據視為送達。

12. 17 可分割性

如果根據適用管轄權的適用和有約束力之法律或規則，本合約包括本手冊或本公司規定的任何規範、標準或操作程序的任何條款等被認為是無效或不可執行，修改無效或不可執行的條款、規範、標準或操作程序或其任何部分之權利以達到要求有效和可執行的程度，則傳銷商應受任何此類修改之約束。其修改內容僅限於需要之管轄範圍有效。

12. 18 違反

每個傳銷商都有義務遵守並保持本手冊的完整性。如果傳銷商察覺另一傳銷商違反，傳銷商應直接與違規的傳銷商討論該違反。任何向本公司報告違反情事應遵循公司的報告程序，並可以電話報告予施樂恩客服部門。

第十三章：專業道德規範

施樂恩相信其傳銷商應該本於公正、誠實、真誠和服務的原則。公司對傳銷商，傳銷商對客戶和傳銷商對其他人的關係應根據最高行為標準得到保障、保護和促進。因此，傳銷商同意遵守並注意本章中包含的專業道德規範（或稱「道德規範」）。

作為傳銷商，我同意：

13. 1 作為本公司的傳銷商，我將在所有交易中誠實和公平。

13. 2 我將尊重我所聯繫成為本公司零售客戶的時間和隱私。我將對在我公司業務過程中聯繫的每個人都禮貌和尊重。

13. 3 我將以提高我的自己和公司聲譽的方式執行我的所有專業活動。

13. 4 我將履行我作為招募人的領導職責，包括在我的銷售組織培訓和支持傳銷商。

13. 5 我不會從事任何欺騙性或非法性的活動，或任何被本合約或政策手冊禁止的行為。

13. 6 我不會對公司的產品做出診斷、治療或治療性的聲明。我不會提出不包含在官方公司文獻中的任何聲明。我將僅表示「每個產品都是獨一無二的，並對不同的產品做出獨特的反應」，謹記即使我將該產品的個人經驗用作銷售工具，也可能被解釋為「標籤聲明之延伸」。

13. 7 我不會就公司獎勵計畫作出任何收入聲明或示例，謹記對公司獎勵計畫的理想預測是不切實際的。沒有任何收入會以完美的幾何級數成長，因此不可能預測收入。此外，傳銷商的成功取決於許多變數，例如致力於他 / 她的業務的時間量和組織能力的程度。

13. 8 我理解並同意，我單獨負責在我作為施樂恩的傳銷商業務過程中我所承擔的所有財務和 / 或法律義務，包括營業稅、所得稅、銷售稅、和相關個人費用。

13. 9 我始終遵守公司的零售客戶三十（30）天退貨保證及其他退換貨政策。

13. 10 我會積極而公平地競爭，我會尊重其他傳銷公司的專業人士。我不會從其他傳銷公司印製輸出其專有卷宗或組織細節。我不會使用可能被其他公司認定為專有的銷售資料。

多層次傳銷管理法

中華民國 103 年 1 月 29 日總統華總一義字第 10300013741 號令制定公布全文 41 條；並自公布日施行
中華民國 113 年 8 月 7 日總統華總一義字第 11300069621 號令公布修正多層次傳銷管理法第 13 條條文

第一章 總 則

第一條（立法宗旨）

為健全多層次傳銷之交易秩序，保護傳銷商權益，特制定本法。

第二條（主管機關）

本法所稱主管機關為公平交易委員會。

第三條（多層次傳銷之定義）

本法所稱多層次傳銷，指透過傳銷商介紹他人參加，建立多層級組織以推廣、銷售商品或服務之行銷方式。

第四條（多層次傳銷事業之定義）

本法所稱多層次傳銷事業，指統籌規劃或實施前條傳銷行為之公司、工商行號、團體或個人。

外國多層次傳銷事業之傳銷商或第三人，引進或實施該事業之多層次傳銷計劃或組織者，視為前項之多層次傳銷事業。

第五條（傳銷商之定義）

本法所稱傳銷商，指參加多層次傳銷事業，推廣、銷售商品或服務，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益，並得介紹他人參加及因被介紹之人為推廣、銷售商品或服務，或介紹他人參加，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者。

與多層次傳銷事業約定，於一定條件成就後，始取得推廣、銷售商品或服務，及介紹他人參加之資格者，自約定時起，視為前項之傳銷商。

第二章 多層次傳銷事業之報備

第六條（開始實施傳銷行為之報備、退件及補正）

多層次傳銷事業於開始實施多層次傳銷行為前，應檢具載明下列事項之文件、資料，向主管機關報備：

一、多層次傳銷事業基本資料及營業所。

二、傳銷制度及傳銷商參加條件。

三、擬與傳銷商簽定之參加契約內容。

四、商品或服務之品項、價格及來源。

五、其他法規定有商品或服務之行銷方式或須經目的事業主管機關許可始得推廣或銷售之規定者，其行銷方式合於該法規或取得目的事業主管機關許可之證明。

六、多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。

七、其他經主管機關指定之事項。

多層次傳銷事業未依前項規定檢具文件、資料，主管機關得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

第七條（變更報備、退件及補正）

多層次傳銷事業報備文件、資料所載內容有變更，除下列情形外，應事先報備：

一、前條第一項第一款事業基本資料，除事業名稱變更外，無須報備。

二、事業名稱應於變更生效後十五日內報備。

多層次傳銷事業未依前項規定變更報備，主管機關認有必要時，得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未變更報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

第八條（報備方式及格式之授權依據）

前二條報備之方式及格式，由主管機關定之。

第九條（停止實施傳銷行為之報備及公告）

多層次傳銷事業停止實施多層次傳銷行為者，應於停止前以書面向主管機關報備，並於其各營業所公告傳銷商得依參加契約向多層次傳銷事業主張退貨之權益。

第三章 多層次傳銷行為之實施

第十條（應告知傳銷商之事項）

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計劃或組織前，應告知下列事項，不得有隱瞞、虛偽不實或引人錯誤之表示：

一、多層次傳銷事業之資本額及營業額。

二、傳銷制度及傳銷商參加條件。

三、多層次傳銷相關法令。

四、傳銷商應負之義務與負擔、退出計劃或組織之條件及因退出而生之權利義務。

五、商品或服務有關事項。

六、多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。

七、其他經主管機關指定之事項。傳銷商介紹他人參加時，不得就前項事項為虛偽不實或引人錯誤之表示。

第十一條（明示從事傳銷行為之義務）

多層次傳銷事業或傳銷商以廣告或其他方法招募傳銷商時，應表明係從事多層次傳銷行為，並不得以招募員工或假借其他名義之方式為之。

第十二條（宣稱案例之說明義務）

多層次傳銷事業或傳銷商以成功案例之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加時，就該等案例進行期間、獲得利益及發展歷程等事實作示範者，不得有虛偽不實或引人錯誤之表示。

第十三條（參加契約之締結及交付）

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計劃或組織時，應與傳銷商締結書面參加契約，並交付契約正本。 前項之書面，得以電子文件為之。

第十四條（參加契約應記載事項）

前條參加契約之內容，應包括下列事項：

一、第十條第一項第二款至第七款所定事項。

二、傳銷商違約事由及處理方式。

三、第二十條至第二十二條所定權利義務事項或更有利於傳銷商之約定。

四、解除或終止契約係因傳銷商違反營運規章或計劃、有第十五條第一項特定違約事由或其他可歸責於傳銷商之事由者，傳銷商提出退貨之處理方式。

五、契約如訂有參加期限者，其續約之條件及處理方式。

第十五條（特定違約事由及其處理）

多層次傳銷事業應將下列事項列為傳銷商違約事由，並訂定能有效制止之處理方式：

一、以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加傳銷組織。

二、假借多層次傳銷事業之名義向他人募集資金。

三、以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。

四、以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。

五、違反本法、刑法或其他法規之傳銷活動。

多層次傳銷事業應確實執行前項所定之處理方式。

第十六條（招募無行為能力人、限制行為能力人之禁止及限制）

多層次傳銷事業不得招募無行為能力人為傳銷商。

多層次傳銷事業招募限制行為能力人為傳銷商者，應事先取得該限制行為能力人之法定代理人書面允許，並附於參加契約。 前項之書面，不得以電子文件為之。

第十七條（財務報表之揭露）

多層次傳銷事業應於每年五月底前將上年度傳銷營運業務之資產負債表、損益表，備置於其主要營業所。

多層次傳銷事業資本額達公司法第二十條第二項所定數額或其上年度傳銷營運業務之營業額達主管機關所定數額以上者，前項財務報表應經會計師查核簽證。

傳銷商得向所屬之多層次傳銷事業查閱第一項財務報表。多層次傳銷事業非有正當理由，不得拒絕。

第十八條（變質多層次傳銷之禁止）

多層次傳銷事業，應使其傳銷商之收入來源以合理市價推廣、銷售商品或服務為主，不得以介紹他人參加為主要收入來源。

第十九條（禁止行為）

多層次傳銷事業不得為下列行為：

一、以訓練、講習、聯誼、開會、晉階或其他名義，要求傳銷商繳納與成本顯不相當之費用。

二、要求傳銷商繳納顯屬不當之保證金、違約金或其他費用。

三、促使傳銷商購買顯非一般人能於短期內售罄之商品數量。但約定於商品轉售後支付貨款者，不在此限。

四、以違背其傳銷計劃或組織之方式，對特定人給予優惠待遇，致減損其他傳銷商之利益。

五、不當促使傳銷商購買或使其擁有二個以上推廣多層級組織之權利。

六、其他要求傳銷商負擔顯失公平之義務。

傳銷商於其介紹參加之人，亦不得為前項第一款至第三款、第五款及第六款之行為。

第四章 解除契約及終止契約

第二十條 （傳銷商猶豫期間內解除或終止契約及退貨規定）

傳銷商得自訂約日起算三十日內，以書面通知多層次傳銷事業解除或終止契約。

多層次傳銷事業應於契約解除或終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請、受領傳銷商送回之商品，並返還傳銷商購買退貨商品所付價金及其他給付多層次傳銷事業之款項。

多層次傳銷事業依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除商品返還時因可歸責於傳銷商之事由致商品毀損滅失之價值，及因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

第二十一條（傳銷商猶豫期間後終止契約及退貨規定）

傳銷商於前條第一項期間經過後，仍得隨時以書面終止契約，退出多層次傳銷計劃或組織，並要求退貨。但其所持有商品自可提領之日起算已逾六個月者，不得要求退貨。

多層次傳銷事業應於契約終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請，並以傳銷商原購價格百分之九十買回傳銷商所持有之商品。

多層次傳銷事業依前項規定買回傳銷商所持有之商品時，得扣除因該項交易對該傳銷商給付之獎金或報酬。其取回商品之價值有減損者，亦得扣除減損之金額。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

第二十二條（多層次傳銷事業請求損害賠償或違約金之限制）

傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業不得向傳銷商請求因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

傳銷商品係由第三人提供者，傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業應依前二條規定辦理退貨及買回，並負擔傳銷商因該交易契約解除或終止所生之損害賠償或違約金。

第二十三條（不當阻撓退貨及扣發佣金、獎金之禁止）

多層次傳銷事業及傳銷商不得以不當方式阻撓傳銷商依本法規定辦理退貨。

多層次傳銷事業不得於傳銷商解除或終止契約時，不當扣發其應得之佣金、獎金或其他經濟利益。

第二十四條（服務準用之規定）

本章關於商品之規定，除第二十一條第一項但書外，於服務之情形準用之。

第五章 業務檢查及裁處程序

第二十五條（記載及備置傳銷經營資料）

多層次傳銷事業應按月記載其在中華民國境內之組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況，並將該資料備置於主要營業所供主管機關查核。

前項資料，保存期限為五年；停止多層次傳銷業務者，其資料之保存亦同。

第二十六條（接受檢查及提供資料之義務）

主管機關得隨時派員檢查或限期令多層次傳銷事業依主管機關所定之方式及內容，提供及填

報營運發展狀況資料，多層次傳銷事業不得規避、妨礙或拒絕。

第二十七條（依檢舉或職權調查處理）

主管機關對於涉有違反本法規定者，得依檢舉或職權調查處理。

第二十八條（調查之程序）

主管機關依本法調查，得依下列程序進行：

一、通知當事人及關係人到場陳述意見。

二、通知當事人及關係人提出帳冊、文件及其他必要之資料或證物。

三、派員前往當事人及關係人之事務所、營業所或其他場所為必要之調查。依前項調查所得可為證據之物，主管機關得扣留之；其扣留範圍及期間，以供調查、檢驗、鑑定或其他為保全證據之目的所必要者為限。

受調查者對於主管機關依第一項規定所為之調查，無正當理由不得規避、妨礙或拒絕。

執行調查之人員依法執行公務時，應出示有關執行職務之證明文件；

其未出示者，受調查者得拒絕之。

第六章 罰 則

第二十九條（罰則一）

違反第十八條規定者，處行為人七年以下有期徒刑，得併科新臺幣一億元以下罰金。

法人之代表人、代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務違反第十八條規定者，除依前項規定處罰其行為人外，對該法人亦科處前項之罰金。

第 三 十條（罰則二）

前條之處罰，其他法律有較重之規定者，從其規定。

第三十一條（罰則三）

主管機關對於違反第十八條規定之多層次傳銷事業，得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。

第三十二條（罰則四）

主管機關對於違反第六條第一項、第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上五百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上一千萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止；其情節重大者，並得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。

前項規定，於違反依第二十四條準用第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，亦適用之。

主管機關對於保護機構違反第三十八條第五項業務處理方式或監督管理事項者，

依第一項規定處分。

第三十三條（罰則五）

主管機關對於違反第十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上四百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

第三十四條（罰則六）

主管機關對於違反第七條第一項、第九條至第十二條、第十三條第一項、第十四條、第十五條、第十七條、第十九條、第二十五條第一項或第二十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上一百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

第三十五條（罰則七）

主管機關依第二十八條規定進行調查時，受調查者違反第二十八條第三項規定，主管機關得處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰；受調查者再經通知，無正當理由規避、妨礙或拒絕，主管機關得繼續通知調查，並按次處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰，至接受調查、到場陳述意見或提出有關帳冊、文件等資料或證物為止。

第七章 附 則

第三十六條（本法施行前非屬公平交易法第八條所定多層次傳銷事業適用本法之補正規定）

非屬公平交易法第八條所定多層次傳銷事業，於本法施行前已從事多層次傳銷業務者，應於本法施行後三個月內依第六條規定向主管機關報備；屆期未報備者，以違反第六條第一項規定論處。

前項多層次傳銷事業應於本法施行後六個月內依第十三條第一項規定與本法施行前參加之傳銷商締結書面契約；屆期未完成者，以違反第十三條第一項規定論處。

本法施行前參加第一項多層次傳銷事業之傳銷商，得自本法施行之日起算至締結前項契約後三十日內，依第二十條、第二十二條、第二十四條之規定解除或終止契約，該期間經過後，亦得依第二十一條、第二十二條、第二十四條之規定終止契約。

前項傳銷商於本法施行後終止契約者，關於第二十一條第一項但書所定期間，自本法施行之日起算。

第三十七條（本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業應配合本法規定辦理事項之補正規定）

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業之報備文件、資料所載內容應配合第六條第一項規定修正，並於本法施行後二個月內向主管機關補正其應報備之文件、資料；屆期未補正者，以違反第七條第一項規定論處。

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業，應於本法施行後三個月內配合修正與原傳銷商締結之書面參加契約，以書面通知修改或增刪之處，並於其各營業所公告；屆期未以書面通知者，以違反第十三條第一項規定論處。

前項通知，傳銷商於一定期間未表示異議，視為同意。

第三十八條（保護機構之設置及授權依據）

主管機關應指定經報備之多層次傳銷事業，捐助一定財產，設立保護機構，辦理完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商權益保障及爭議處理業務。其捐助數額得抵充第二項保護基金及年費。

保護機構為辦理前項業務，得向完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商收取保護基金及年費，其收取方式及金額由主管機關定之。

完成報備之多層次傳銷事業未依前二項規定據實繳納者，以違反第三十二條第一項規定論處。

依主管機關規定繳納保護基金及年費者，始得請求保護機構保護。

保護機構之組織、任務、經費運用、業務處理方式及對其監督管理事項，由主管機關定之。

第三十九條（公平交易法有關傳銷之規定停止適用）

自本法施行之日起，公平交易法有關多層次傳銷之規定，不再適用之。

第四十條　（施行細則）本法施行細則，由主管機關定之。

第四十一條（施行日）本法自公布日施行。

多層次傳銷管理法施行細則

中華民國 103 年 4 月 17 日公法字第 10315602971 號令訂定發布全文
中華民國 104 年 10 月 7 日公法字第 10415608581 號令修正發布第 19 條

第一條　本細則依多層次傳銷管理法（以下簡稱本法）第四十條規定訂定之。

第二條　本法第六條第一項第一款所稱多層次傳銷事業基本資料，指事業之名稱、資本額、代表人或負責人、所在地、設立登記日期、公司或商業登記證明文件。

本法第六條第一項第一款所稱營業所，指主要營業所及其他營業所所在地。

第三條　本法第六條第一項第二款所稱傳銷制度，指多層次傳銷組織各層級之名稱、取得資格與晉升條件、佣金、獎金及其他經濟利益之內容、發放條件、計算方法及其合計數占營業總收入之最高比例。

第四條　本法第十條第一項第一款所稱多層次傳銷事業之營業額，指前一年度營業總額，但營業未滿一年者，以其已營業月份之累積營業額代之。

本法第十條第一項第二款所稱傳銷制度，指多層次傳銷組織各層級之名稱、取得資格與晉升條件、佣金、獎金及其他經濟利益之內容、發放條件及計算方法。

第五條　本法第十條第一項第五款所稱商品或服務有關事項，指商品或服務之品項、價格、瑕疵擔保責任之內容及其他有關事項。

第六條　本法第十八條所稱合理市價之判斷原則如下：

一、市場有同類競爭商品或服務者，得以國內外市場相同或同類商品或服務之售價、品質為最主要之參考依據，輔以比較多層次傳銷事業與非多層次傳銷事業行銷相同或同類商品或服務之獲利率，以及考量特別技術及服務水準等因素，綜合判斷之。

二、市場無同類競爭商品或服務者，依個案認定之。

本法第十八條所稱主要之認定，以百分之五十作為判定標準之參考，再依個案是否屬蓄意違法、受害層面及程度等實際狀況合理認定。

第七條　本法第二十條第三項及第二十一條第三項所稱傳銷商，指解除契約或終止契約之當事人，不及於其他傳銷商。

第八條　本法第二十一條第一項但書所稱可提領之日，指多層次傳銷事業就推廣、銷售之商品備有足夠之存貨，並以書面或其他方式證明商品達於可隨時提領之狀態。

第九條　本法第二十五條第一項所定組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況，包括下列事項：

一、事業整體及各層次之組織系統。

二、傳銷商總人數、各月加入及退出之人數。

三、傳銷商之姓名或名稱、國民身分證或事業統一編號、地址、聯絡電話及主要分布地區。

四、與傳銷商訂定之書面參加契約。

五、銷售商品或服務之種類、數量、金額及其有關事項。

六、佣金、獎金或其他經濟利益之給付情形。

七、處理傳銷商退貨之辦理情形及所支付之價款總額。

前項資料得以書面或電子儲存媒體資料保存之。

第十條　多層次傳銷事業於傳銷商加入其傳銷組織或計畫後，應對其施以多層次傳銷相關法令及事業違法時之申訴途徑等教育訓練。

第十一條　多層次傳銷事業報備名單及其重要動態資訊，由主管機關公布於全球資訊網。

前項所稱多層次傳銷事業報備名單及其重要動態資訊，包括已完成報備名單、尚待補正名單、搬遷不明或無營業跡象名單及已起訴或判決名單等。

第十二條　多層次傳銷事業辦理解散、歇業或停業者，主管機關得將該事業名稱自前條報備名單刪除。

第十三條　主管機關對於無具體內容、未具真實姓名或住址之檢舉案件，得不予處理。

第十四條　主管機關依本法第二十八條第一項第一款規定為通知時，應以書面載明下列事項：

一、受通知者之姓名、住居所。其為公司、行號或團體者，其負責人之姓名及事務所、營業所。

二、擬調查之事項及受通知者對該事項應提供之說明或資料。

三、應到之日、時、處所。

四、無正當理由不到場之處罰規定。

通知書至遲應於到場日四十八小時前送達。但有急迫情形者，不在此限。

第十五條　前條之受通知者得委任代理人到場陳述意見。但主管機關認為必要時，得通知應由本人到場。

第十六條　第十四條之受通知者到場陳述意見後，主管機關應作成陳述紀錄，由陳述者簽名。其不能簽名者，得以蓋章或按指印代之；其拒不簽名、蓋章或按指印者，應載明其事實。

第十七條　主管機關依本法第二十八條第一項第二款規定為通知時，應以書面載明下列事項：

一、受通知者之姓名、住居所。其為公司、行號或團體者，其負責人之姓名及事務所、營業所。

二、擬調查之事項。

三、受通知者應提供之說明、帳冊、文件及其他必要之資料或證物。

四、應提出之期限。

五、無正當理由拒不提出之處罰規定。

第十八條　主管機關收受當事人或關係人提出帳冊、文件及其他必要之資料或證物後，應依提出者之請求掣給收據。

第十九條　依本法量處罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：

一、違法行為之動機、目的及預期之不當利益。

二、違法行為對交易秩序之危害程度。

三、違法行為危害交易秩序之持續期間。

四、因違法行為所得利益。

五、違法者之規模及經營情況。

六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。

七、違法後悛悔實據及配合調查等態度。

第二十條　本細則自發布日施行。

直銷協會商德約法

- 1995 年 12 月 15 日 第三屆第二次會員大會通過
- 1996 年 6 月 1 日 商德約法正式實施
- 2009 年 12 月 15 日 第十屆第二次會員大會修正通過
- 2011 年 12 月 21 日 第十一屆第二次會員大會修正通過
- 2017 年 12 月 22 日 第十四屆第二次會員大會修正通過

前言

直銷協會認為，從事直銷行為的直銷商是基於個人關係而建立產品與服務銷售管道，因此對其消費者負有責任。因此，本協會訂立本商德約法，建立基本的公平與道德性之行為準則，主要宗旨在於滿足消費者需求及保護消費者權益，提倡公平競爭以及加強直銷之整體社會形象。以使直銷公司及其直銷商在從事業務行為上可持續遵循本商德約法之準則規範。

一、通則

1.1 專門用語

商德約法中之專門用語解釋如下：

- 商德約法督導人：由直銷協會指派的獨立個人或團體，其任務是督導會員公司對商德約法遵循，同時根據商德約法負責處理申訴案件。
- 直銷公司：直銷公司是透過直銷體系來銷售其商品的商業組織，並且是直銷協會之會員公司。
- 消費者：向直銷公司或直銷商購買其產品之顧客。
- 直銷協會：直銷協會是由直銷公司所組成的全國性協會，代表一個國家的直銷業。
- 直銷商：直銷商由直銷公司授權銷售公司產品及推薦新人加入，直銷商通常無固定銷售地點，並透過產品之說明或展示及服務等方式直接銷售給消費者。直銷商可以是代理商、承包商、經銷商或批發商，受雇或獨立經營，經特許授權等。
- 訂單：包括印刷或手寫的訂單、收據及合約等。
- 商品：包括有形及無形產品及服務。
- 銷售：銷售行為包括拜訪潛在消費者，介紹並示範商品使用方法，接訂單並於買賣成交後送貨及收款。
- 家庭聚會：由直銷商到邀請了其他人聚會的主人家中或其他場所，介紹並示範產品使用方法以銷售商品。
- 推薦活動：任何為介紹他人成為直銷商的活動。

1.2 協會

每一個國家的直銷協會須承諾採用商德約法主要條文作為營業守則，以作為加入並繼續保有世界直銷聯盟會員資格的條件。

1.3 直銷公司

每一個直銷協會會員公司，均須遵守以商德約法為最低標準之商德規約，方可成為或繼續為直銷協會的會員。直銷協會會員公司亦需公告商德約法及其內容中與消費者及直銷商相關之條款，與如何取得商德約法影本之指引。

1.4 直銷商

直銷商不直接受制於商德約法，但其直銷公司須要求其直銷商遵守商德約法或公司之營業守則，以作為保有公司之直銷商資格的條件。

1.5 自律

商德約法是直銷業自律的準則，並非法令。其所要求的職責是一種超乎法令所要求的商業道德。 不遵守商德約法並不直接產生民事責任。直銷公司之直銷協會會員資格被終止者，即不再受制於此商德約法，但是會員公司在離開協會前所從

事之活動與交易仍屬本商德約法之適用範圍內。

1.6 法令

直銷公司及直銷商必須遵守其所在國家之法令，本商德約法並不重述所有法令的規定。會員公司與其直銷商如欲獲得或延續其直銷協會成員資格，嚴守法律相關規定乃為基本條件。

1.7 準則

商德約法含有直銷公司和直銷商之商德行為準則，各國直銷協會可修改這些準則，但須維持商德約法之基本精神或法令所要求者。商德約法可作為直銷業的準則根據。

1.8 商德約法在本地市場區域外的效力

每一個國家的直銷協會須承諾，要求其會員公司於境外所從事的直銷相關活動亦遵循世界直銷聯盟（WFDSA）商德約法之約束，除非這個境外地區的直銷活動也受到當地直銷協會商德約法所約束，以此作為其加入並繼續保有世界直銷聯盟會員資格的條件。若該會員公司並非該當地市場的直銷協會會員而依商德約法提出申訴或被申訴，該會員公司須接受本地直銷協會之商德約法督導人之裁決，且應負擔商德約法督導人於處理申訴案件時所產生之合理費用。此外，商德約法督導人可與該當地市場之商德約法督導人（如有）合作，依以下之優先順序：（i）申訴提出國之商德約法準則；（ii）提起申訴公司所屬國家之商德約法準則，或（iii）至少依 WFDSA 商德約法中的最低標準，來對申訴案件進行審酌處理。

二、有關消費者之營業守則

2.1 禁止行為

任何直銷公司或其直銷商都不可從事具有誤導性、欺騙性、錯誤性、不道德或違法的業務或招募行為。會員公司應確保不得發表任何可能誤導潛在消費者或直銷商之聲明、保證或推薦。

2.2 表明身份

開始介紹直銷計畫時，直銷商即應自動向潛在的消費者表明身分並告知其代表的公司、銷售的商品及拜訪的目的。在聚會銷售中，直銷商應向主人及在場參加聚會者，表明聚會的目的;並應在合理的時間下，以有禮的態度與參加聚會者接觸。如參加聚會者要求停止銷售說明或商品展示，應立即停止。會員公司與直銷商並應依法令要求保護消費者、直銷商或任何人所提供的個人資料。

2.3 說明及示範

會員公司與其直銷商所提供給潛在與現任直銷商或消費者的任何有關事業機會與權利義務的資料、商品的說明及示範，都必須完整與正確，尤其是關於商品價格或分期付款價格、付款方式、猶豫期或退貨權利、品質保證及售後服務，送貨等事項。會員公司與其直銷商不應提供未經證實的資訊，或對外作出無法達成的承諾。會員公司與其直銷商不得運用不實、不公平或欺騙性的方式對潛在與現任的直銷商或消費者進行推薦或銷售行為。針對消費者的疑問，直銷商應提供易懂與確實的解答。如需提供商品相關聲明，直銷商應僅止於提供經會員公司所授權的商品聲明內容。

2.4 答覆問題

直銷商應明確答覆消費者所提出有關商品及買賣的問題。

2.5 口頭承諾

直銷商對商品的口頭承諾，不得逾越其公司授權的範圍。

2.6 訂單

於買賣成交時應給予消費者一份書面訂單或收據，上面應列出直銷商及其所屬公司的全名、事務所或住居所地址及電話

號碼，並應詳列買賣條款。所有條款須清楚易讀。如果交易行為非透過面對面的銷售方式，如透過信函、電話或網路，訂單或收據需在事前準備妥當並於交付商品之同時提供予消費者，或者提供可列印或下載的訂單。訂單或收據內容必須清楚、易讀與明確。

2.7 商品聲明、品質保證及售後服務

直銷公司與所屬直銷商，針對商品所做出的聲明必須具有效與可靠的證明，並且絕不可誤導消費者。消費者對商品所下的訂單必須即時處理與完成。訂單或其他附件或商品上，應明列品質保證條件、售後服務的方式及範圍、保證人的姓名住址、買方所享有的保證期限及補償辦法。

2.8 文宣

促銷文宣、廣告或郵寄信件均不得刊載誇大不實、欺騙性或誤導性的商品介紹、聲明、描述、照片或插圖，而應印有公司或直銷商之全名及地址或電話。

2.9 薦證資料

直銷公司及直銷商不得引用未經授權、不實、過期、已作廢的證明書或擔保書來誤導消費者。

2.10 比較及詆毀

直銷公司及直銷商不得使用容易誤導且有違公平競爭原則的比較方式，作為比較的論點。須公平且根據事實並有明確證據。直銷公司及直銷商不得以直接或影射方式來詆毀任何公司或商品。直銷公司及直銷商不得冒用其他公司之名稱或產品之商標以獲取不當的利益。

2.11 猶豫期及退貨

不論是否法令有規定，直銷公司及直銷商應在訂單或其他文件上，明列消費者得在一定期間內隨時解除或終止合約，返還所購商品及取回貨款的猶豫期條款。若直銷公司或直銷商所提供的是無條件退貨者，應書面明列之。

2.12 尊重隱私權

直銷商應選擇適當時機且以得體的態度，進行個人拜訪或電話拜訪，以避免妨礙對方。並應於消費者要求停止時，立即中止商品示範或直銷計畫說明。

2.13 正直原則

直銷商不得濫用消費者的信賴，應顧及對方商業經驗的不足，不得利用對方之高齡、疾病、理解力之不足或缺乏語言能力。

2.14 引介式推銷

直銷公司及直銷商，不得以介紹其他消費者給賣方即可享受折扣或折現之方式，來引誘消費者購買產品或服務，若此種折扣或折現優待並無任何保障時。

2.15 送貨

直銷公司及直銷商應確保消費者所訂購的產品能按約定時間準時送達。

三、有關直銷商之營業守則

3.1 直銷商之遵循

直銷公司應要求其直銷商遵守本商德約法或相類同的營業守則，以作為加入公司的直銷體系成為直銷商的條件。

3.2 推薦活動

直銷公司及直銷商不得有誤導、欺騙或不公平的推薦行為

3.3 資訊

直銷公司提供其直銷商有關直銷創業機會及其權利義務的資料應詳盡且正確，直銷公司不得對推薦對象提出不實的言論或無法實現的承諾。直銷公司不得以錯誤或不實的方式，向推薦對象表示有關直銷創業機會的各種好處。

3.4 獎金及獎金清單

直銷公司應提供一份周期性的各項獎金清單予直銷商，例如銷售、購買、所得細目、佣金、獎金、折扣、運費、取消訂單及其他相關的事項，並應根據直銷公司和直銷商間的安排，所有應付款項應準時支付，且不得有不合理的扣留。直銷商領取之獎金應來自提供給消費者之產品或服務之銷售。獎金計算可基於直銷商或其下線自身使用或銷售給消費者之產品數額。直銷商不應藉由招募新進直銷商進入事業體系獲取獎金。

3.5 收入聲明

直銷公司及直銷商不得以誇大、誤導或錯誤性方式呈現直銷商實際或可能達到的銷售業績及收入。若提及任何收入或銷售業績，均須有可證明之事實及文件作根據。對於可能被推薦加入之新人，直銷公司及直銷商必須做到：告知其實際收入及銷售額因人而異，且取決於銷售者本身之銷售技巧、投入時間、努力程度及其他因素。此外，並應提供其相關資訊，使其對可能收入作出合理評估。

3.6 契約關係

直銷公司應提供其直銷商一份經過雙方簽署的契約書或聲明書，此契約書或聲明書應詳列雙方基本的權利義務關係。直銷公司應告知直銷商其應負的法律責任，如營業執照、註冊登記及稅金等。

3.7 費用

直銷公司及直銷商不得向其他直銷商收取於當地市場標準下明顯不合理的高額入會費、訓練費、經銷權費、業務推廣資料的費用，或任何有關加入直銷業或維持直銷商身分之費用等。任何基於加入直銷業或維持直銷商身分之費用所生之獎金，實質上等同藉由招募新進直銷商進入事業體系而獲得之報酬，應禁止之。

3.8 尊重隱私權

直銷公司及直銷商應選擇適當時機且以得體的態度，進行個人拜訪或電話拜訪，以避免妨礙對方。直銷商及直銷公司應採取適當方式確保所有由消費者、可能之消費者、或直銷商所提供之個人隱私資料受當地相關法律規定所訂標準之保護。

3.9 存貨

直銷公司不得要求或鼓勵直銷商購買無法在合理時間內銷售或使用之過量存貨。直銷公司應採取明確與合理措施以確保直銷商銷售給下線或消費者之商品為實際消費或轉賣所購買的產品或服務，才能領取獎金。直銷公司或直銷商若要求或鼓勵其他直銷商購買不合理數量之產品庫存或輔銷品，將被視為違反公平性且具欺騙性之行為。商德約法督導人得以任何適合之方式確保任何直銷商不因前述行為而受重大財務損失。商德約法督導人若發現會員公司有任何錯誤性、誤導性或欺騙性之招募行為，得以任何適當方式確保任何申訴人不因前述行為而受重大財務損失，包括但不限於要求該違規會員公司買回該申訴人先前購買之任何產品庫存、文宣材料及輔銷品。

3.10 其他文宣資料

直銷公司應禁止其直銷商販賣給其他直銷商未經公司授權或不符合直銷公司營業守則之任何文宣與資料。直銷商販賣公司授權之任何物品應遵循下列原則：

(1) 使用公司正統資料；直銷公司並應確保直銷商個人製作之輔銷文宣品，完全符合商德約法，不可誤導或欺騙消費者。

(2) 不得強制下線購買輔銷文宣品。

(3) 輔銷文宣品需為合理價格，且直銷商不得自銷售輔銷文宣品中取得顯著利益。

(4) 提供與公司相同之退貨保證。

直銷商藉由銷售訓練教材、促銷推廣等輔銷文宣品獲取獎金，並達成或維持直銷商級別考核或維持級別身分者，實質上等同藉招募新進直銷商進入事業體系而獲得報酬，應禁止之。

3.11 教育及訓練

直銷公司應提供直銷商適當的教育及訓練，使其以誠信的方式經營並應竭其所能地確保其直銷商所製作的行銷或訓練素材符合本商德約法的規定，而無虛構、誤導或欺騙性。直銷公司並應禁止直銷商要求他人購買與其政策與制度不符的素材。教育訓練可透過訓練課程，或事業手冊，或事業指南，或視聽資料來進行。

直銷商藉由銷售訓練教材、促銷推廣等輔銷文宣品獲取獎金，以達成或維持直銷商級別考核或維持級別身分者，實質上等同藉招募新進直銷商進入事業體系而獲得報酬，應禁止之。直銷商在販售公司所核准的行銷或訓練素材時，無論以書面或電子檔案的形式呈現，都需遵守以下規定：

(1) 只使用符合該直銷公司標準的素材；

(2) 不應硬性要求購買素材；

(3) 所提供素材的價格不應高於其他在市場上類似素材的價格；

(4) 需提供與該直銷公司相同的書面退貨規定。

3.12 終止契約

終止直銷商契約時，直銷公司應接受直銷商之退貨並買回可供再銷售之存貨，包括業務推廣資料、輔銷器材及創業資料袋，並依據相關法令所訂標準，向直銷商買回可供再銷售之存貨，但可扣除直銷商購買該批存貨時所獲得的獎金。

四、有關直銷公司之間的營業守則

4.1 原則

直銷公司應對其他直銷公司公平相待。直銷公司從事與其他直銷公司相關的活動時，都應遵守此商德約法與所有法律規定。直銷公司與其直銷商皆不可針對其他直銷公司的銷售機會、商品作出誤導性的比較，任何比較必須有客觀與正當的事實依據與證明。直銷公司與其直銷商，無論是以直接或間接的手法、或以虛構或誤導的方式，皆不可毀謗其他直銷公司或其業務、商品，並且不得以任何不公平的方式，利用他人的品牌、商譽、生意、商標來享有不當好處或利益。

4.2 勸誘

直銷公司及直銷商不得向其他公司的直銷商，以有計畫性的誘導方式，來慫恿其離開或勸誘其加入自己的組織。

4.3 詆毀

直銷公司不得且不得允許其直銷商，不公平的詆毀其他公司的商品、業務計畫或該公司的其他事項。

五、商德約法之施行

5.1 直銷協會之職責

直銷協會應指派人員負責處理申訴案件。協會應在合理的範圍內，盡其所能妥善處理申訴案件。

5.2 直銷公司之職責

直銷公司之首要職責即遵守本商德約法，應建立、公布與執行處理申訴案件流程，以確保所有申訴案件迅速地獲得解決。若有違反商德約法的情形發生。例如申訴人提出申訴，因提供商品的直銷商，運用不當言行解說所欲販售之商品，致申訴人被誤導而購買，直銷公司應迅速進行申訴調查，並在需要的情況下，執行必要與適當的行動，並對調查後所發現的不良行為進行補救的動作，且應在合理的範圍內盡其所能滿足申訴人之要求。

5.3 直銷公司的行銷規範

直銷公司應竭盡所能地告知其員工與直銷商，在行銷其商品時，有遵循本商德約法的義務。直銷公司不應以任何方式企圖勸說、引誘或遊說其他公司違反本商德約法。企圖誘導違反本商德約法乃視為本商德約法之違反。

5.4 必要的規範宣傳

所有直銷公司都需對其直銷商與消費者宣傳直銷協會商德約法與宣導違反商德約法的處理流程，並需要做到下列至少一項。於完成上述作業後，每年向直銷協會呈報其運作狀態與變動狀況：

5.5 商德約法聯絡人

直銷公司的網站上需包含直銷協會商德約法與處理違反商德約法的明確流程。

直銷公司的網站上需將能導入至直銷協會商德約法網頁的連結放於明顯位置，並宣導違反商德約法的處理辦法。

直銷公司的網站上需說明當糾紛案件發生時，申訴人在依據商德約法申訴處理辦法下，如對解決方式仍有不滿，應如何將違反商德約法之案件呈報給商德約法督導人，同時需提及資料來源為直銷協會商德約法網頁。

直銷公司之商德約法聯絡人須負責促進該公司遵循此商德約法之規範，此聯絡人同時是該直銷公司向其直銷商、員工與消費者及一般大眾宣導直銷協會商德約法的主要窗口。被申訴人之商德約法聯絡人須負責回覆申訴個案中由商德約法督導人所提出的質疑。

5.6 商德約法督導人

直銷協會理事會應指派獨立個人擔任商德約法督導人（督導人）之職，任期為兩年。在任期間，直銷協會理事會除有正當理由外不得解除督導人的職務，理事會應提供充足的權限以使督導人完整地執行在本商德約法中所賦予的職責。商德約法督導人僅直接對理事會負責，並應採取適當行動來督導直銷公司遵守商德約法，並應妥善處理因違反商德約法而產生的申訴案件。有關督導人之權責事項，授權協會理事會，於商德約法施行細則訂定之。

5.7 違反商德約法之處分

違反商德約法之處分可由直銷公司、直銷協會或商德約法督導人自行決定，其中包括取消訂單、退回訂購商品，返還價金或其他適當的處分，包括告誡涉及違反的直銷商，終止直銷商與直銷公司契約關係、告誡涉及違反規範的直銷公司，終止協會會員資格，及公布該處分。

5.8 申訴之處理

直銷協會另訂立「商德約法申訴處理辦法」作為處理依據，以確保直銷公司、直銷商及消費者間，因違反商德約法所產生之申訴案件的收件迅速，且於合理期限內提出申訴案件解決方案，並免費處理申訴案件；「商德約法申訴處理辦法」之修訂，授權協會理事會，依多數決為之。

5.9 直銷公司之申訴

直銷公司對另一直銷公司之申訴，應交由商德約法督導人處理。

商德約法施行細則

● 2017 年 12 月 22 日 第十四屆第二次會員大會修正通過

一、申訴案件之處理

1.1 關於直銷公司、直銷商及消費者間，因違反商德約法所產生之申訴案件，依「商德約法申訴處理辦法」處理之。

二、商德約法督導人

2.1 商德約法督導人之任命

商德約法督導人係由商德約法委員會建議，經協會理事會決議通過後，由協會聘任之。任期同理監事。

2.2 商德約法督導人之資格

2.2.1 商德約法督導人應具有為公眾所認可之正直態度，具有產業知識，並有為業界與大眾所信服的特質。

2.2.2 申訴案件由三位督導人共同負責處理並於必要時指派直銷協會秘書處人員協助執行工作。

2.2.3 在任期內，督導人均不得為任何一家直銷公司的員工、管理者或大量股票持有人，並應在任期開始前公開其名下所持任何直銷公司的股票，且日後如有購入任何此類股票，須告知理事會。

2.3 商德約法督導人之職責

2.3.1 督導人應建立並公開所執行之申訴處理流程，以確保迅速處理所有申訴案件。

2.3.2 商德約法督導人於執行職務時，受商德約法及相關法令之保護。

2.3.3 督導人有權裁決違規案件是否屬實，並應在最快時間回應與商德約法相關的問題。在適當狀況下，督導人得提出商德約法修正建議，請理事會考慮更改商德約法內容或其他執行流程，以使商德約法更具體有效。

2.3.4 在督導人的判斷下，如指控案件內容超出督導人自身的專業或資源，督導人可拒絕對此案件執行監管權，並推薦申訴人能夠處理此案件的其他管道。

2.3.5 如督導人在考量所有事證後認定某涉及之直銷商違反本商德約法，其直銷公司即需對此違規案件相關之直銷商要求採取後續修正措施。

2.3.6 督導人應盡其所能參與世界直銷聯盟（WFDSA）主辦之國際性交流活動，以增進對相關糾紛案件處理之資訊與能力。

2.4 有關申訴案件之核決

2.4.1 商德約法督導人應審查所有對直銷公司的申訴，提供被申訴人說明的機會，並有權召開聽證會。

2.4.2 商德約法督導人於接受申訴案件後，應於一個月內完成調查。必要時，督導人得敘明理由延展該期限。

2.4.3 複雜案件應有五位商德約法督導人參與。

2.4.4 關於作成申訴案件之決定，應有三分之二以上人數出席，出席人數過半數之同意行之。

三、仲裁

3.1 當事人如對督導人之最終決定不服者，得於接獲通知後十五日內，以書面請求督導人召集公聽會。

3.2 督導人接受召開公聽會之申請，或認有必要時，應於受理後一個月內召開之，日期由督導人決定，應邀請仲裁人三名與會。

3.3 仲裁人由協會常設社會公正人士名單中，經雙方當事人同意後選任之，仲裁人的車馬費及相關費用由敗訴之一方支付。督導人應於公聽會議前 5 日提供相關資料予仲裁人。

3.4 仲裁人之決定應送交督導人，如督導人認定有違反情事者，則按商德約法糾紛處理辦法第 4.1 款認定處理結果。

3.5 仲裁人之決議為終局裁定，當事人不得再行爭執，均應遵守並依照督導人之處理決定。

cerule®

美商施樂恩生技有限公司台灣分公司

NOV 2024 V1