



我該做直銷嗎？ 以多層次傳銷管理法 實質判斷

童 行

鼎川法律事務所律師

目次	壹、前 言	參、加入直銷事業前的實質判斷
	貳、從多層次傳銷管理法認識「直銷」	肆、結 論

壹、前 言

我國從事多層次傳銷，也就是俗稱的「直銷」，不論是從事之人數、多層次傳銷之規模都呈現直線上升趨勢。於2021年，共347家傳銷事業規模達到1,068.45億，相較109年之980.09億增加高達88億元之多。而從事多層次傳銷商人數，110年從事者有364.87萬，相較於109年348.91萬人，新增多達15.96萬¹。

既然從事直銷之規模及人數已經如

此龐大下，更應該注意多層次傳銷是否有詐欺問題，或者是「老鼠會」疑問，進而造成社會經濟問題²。

而為什麼多層次傳銷往往會被認為是「老鼠會」？因為通常多層次傳銷是由傳銷事業的傳銷商，透過自行消費或介紹他人購買商品，以獲得報酬的一種商業模式。如果某個多層次傳銷是透過介紹他人加入會員，加入者支付一定數額金錢，推薦者可以獲得一定比例資金，而非以推廣商品或服務獲得獎金

時，形成一種表面上拉到人就可以賺到錢，但實際上到後期加入人數減少，獎金降低，後加入的人則只能認賠出場³。

現代社會已經進入斜槓時代，許多人會希望透過兼職從事直銷事業讓自己多一份收入。因此，本文擬以「多層次傳銷管理法」為中心，從法律角度來判斷，在從事直銷事業之前，可以從什麼標準判斷是否要加入這間直銷事業，而非跳入老鼠會的陷阱。

貳、從多層次傳銷管理法 認識「直銷」

一、多層次傳銷之定義

(一)法條規定

多層次傳銷管理法第3條規定：「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。」就此定義，臺灣高等法院臺中分院107年度上訴字第649號判決有詳細的說明：「多層次傳銷管理法所規範之『多層次傳銷』，顯然係指推廣、銷售『商品或服務』之一種行銷手段。而多層次傳銷之經營，乃有別於傳統之單純販賣商品或服務即可獲得佣金、獎金或其他經濟利益，主要係靠著人際關係拓展其組織，如能妥善運用，可以縮短生產者與消費者之距離，節約通路成本，使消費者享受高品質之

服務或價格較低廉之商品，對於整體經濟發展亦將產生正面助益。是以多層次傳銷參加人推廣、銷售商品或服務，同時吸收人員加入銷售行列，並使消費者本身成為下一層之經營者，再分別運用其個別人際關係，透過銷售商品與招募人員，期能層層發展出具有複製作用之行銷網路，提高銷售量。」

(二)公平會見解

公平會解釋「多層次傳銷」，只要是傳銷商以向他人介紹加入方式，藉此形成多層組織以推廣、銷售商品，就可認為是多層次傳銷行為。實務上有發生過，加入者繳交2,000元會費成為會員，就可以取得推保養品的權利，達到特定業績可以獲得20%業績獎金，傳銷商達到一定條件可以晉升「儲備美容師」、「美容師」、「美容技導」、「督導」及「總督導」等。此種模式正是典型的多層次傳銷行為⁴。

(三)只要是透過個人人際網路拓展 組織，即可認為是多層次傳銷

本文認為，多層次傳銷管理法第3條規定的較為抽象，因此是否符合「多層次傳銷」仍要具體判斷。本文認為應該採取比較寬鬆的認定方式。只要是透過介紹他人以拓展組織，藉此銷售商品或服務，並根據組織大小、銷售商品之業績，就可認為是多層次傳銷。至於一

般多層次傳銷與一般業務分享業績有什麼不同？本文認為一般保險業務或房屋仲介，雖然也是根據業績獲得獎金，但他們不是以拓展組織為主要目的，亦即，獲得服務者不會是「下一層」的經營者或消費者，因此不能認為是多層次傳銷。

二、多層次傳銷商

(一)多層次傳銷商之定義

多層次傳銷管理法第5條第規定：「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。」臺灣高等法院108年度金上訴字第33號判決指出：「(1)須給付一定代價始得成為正式會員；(2)且係以由已入會之會員介紹加入組織，為其主要之招募會員方式（即「平行擴散性」）；(3)給付代價之目的與取得介紹佣金之權利間有因果關係等特徵。」

(二)多層次傳銷商與變質多層次傳銷之區辨

臺灣高等法院108年度金上訴字第33號判決指出：「變質之多層次傳銷，則係主要以『介紹他人參加而獲利』之設計，將成為參加人更加速介紹他人參加之誘因，而使後參加人以幾何倍數遽增，後參加人終將因無法覓得足夠之『人頭』而遭經濟上之損失，反觀發起或推動之人則幾無風險，且獲暴利，破壞市場機能，嚴重妨害經濟之安定與繁榮（司法院釋字第602號解釋理由書意旨參照）。」

亦即變質多層次傳銷與正常多層次傳銷商的差別在於，變質多層次傳銷目的在於獲得「人頭」以獲利，一般多層次傳銷商，雖然也是要推薦會員以擴大自己的組織，但獲得的佣金與給付代價之間需有因果關係。舉例而言，一個正常的直銷商，能獲得佣金勢必是建立在下線的「消費」上，而非純粹透過不斷推薦下線，下線付了一大筆錢加入，上線從此一勞永逸。勢必是下線透過上線的推薦加入後，下線因為上線的推薦購買商品或服務，直銷事業為感謝傳銷商推薦他人購買商品或服務，因而給付特定的佣金給傳銷商。

三、多層次傳銷事業

(一)屬於規劃傳銷行為之公司或個人、團體

多層次傳銷管理法第4條第1項規

定：「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。」亦即只要某個公司或個人、團體籌劃多層次傳銷制度，建立銷售組織網、獎金等，即可認為是多層次傳銷事業⁵。

(二)經主管機關報備

多層次傳銷管理法第6條第1項規定：「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：……」由此可知，在判斷一個多層次傳銷事業最直觀的方式，其實是上公平交易委員會的多層次傳銷管理系統查詢報備名單，只要是合法的多層次傳銷事業，肯定可以在報備名單上查詢到⁶。若要加入某個直銷事業之前，不妨先上網查詢看看，以避免加入未經報備的多層次傳銷事業。

四、多層次傳銷的配套機制

(一)退貨、解約制度

1. 解除或終止契約之猶豫期間

多層次傳銷管理法第20條第1項規定：「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。」亦即，直銷商向多層次傳銷事業購買之商品，得於訂約日起30日內隨時解約。且依照同條第2項規定，多層次

傳銷事業原則上應全額退款。

2. 超過猶豫期間之存貨購回

多層次傳銷管理法第21條第1、2項規定：「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，退出多層次傳銷計畫或組織，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。」即使超過30日，多層次傳銷商仍可隨時以書面要求退出不擔任多層次傳銷商，或要求退貨。但此時只能請求退原價的90%，多層次傳銷事業在接受退貨通知即應在30日內受領退貨或退出傳銷商申請。不過如果是已經買入超過6個月的商品，就無法再要求退貨。

簡而言之，傳銷商購買商品30日內可以無條件要求退貨，但若超過30日未滿6個月，仍可要求退貨，只是可退的金額只有原價的90%。超過6個月不得退貨，但仍可要求退出多層次傳銷商。

3. 退貨的範圍？

(1)是否包括贈品？

多層次傳銷商若要求退貨，是否應將贈品一併退還？最高行政法院109年度上字第56號判決：「以贈品方式搭配系爭組合銷售，究竟是屬『贈品』或『所銷售商品之一』，即應予究明？倘該贈品

實屬銷售商品項目之一，而非單純贈品，是於傳銷商退貨時，該贈品應視為銷售商品，則上訴人八〇公司主張其將贈品列入單價計算基礎，依傳銷商所退還套數計算退還金額，是否即未違反多層次傳銷管理法第20條第2項、第21條第2項之規定？此關涉傳銷商於解除或終止契約為退貨申請時，多層次傳銷事業就贈品應如何返還傳銷商款項、買回傳銷商所持有之商品或行使其民事法律關係之權利義務。以上疑義，原審自應詳予查明。」似認為，若以贈品作為銷售商品之一，則贈品部分需要退回。

(2) 退貨之金額應扣除商品毀損或滅失之價值

「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。」、「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。」多層次傳銷管理法第20條第3項、多層次傳銷管理法第21條第3項分別定有明文。

就此而言，實務似乎有放寬商品滅失或毀損之價值的趨勢。臺北高等行政法院110年度訴更一字第64號判決指出：「傳銷事業於履行多層次傳銷管理法系爭規定之退貨還款或照法定價格買回

商品之義務時，除依同法第20條第3項、第4項、第21條第3項、第4項規定，行使商品價值、獎金報酬、運費等之扣抵權外，亦得一併行使其他依多層次傳銷參加契約而得向傳銷商請求之權利。亦即，只要依雙方間多層次傳銷參加契約之民事法律關係，不能認傳銷事業無權行使或有權利濫用等不正當阻擾傳銷商行使退貨還款、賣回商品的權利者，就不應認定傳銷事業已違反系爭規定的退貨還款或照法定價格買回商品的義務。」

直銷商若要請求退貨，多層次傳銷事業除可主張扣減商品減損價值、運費等以外，還可以依照雙方當初簽訂的民事契約，進一步向直銷商行使權利，例如只要退貨，就應該一併將贈品退回。但如果契約約定商品一經拆封，不得退款，實務上有認為這違反多層次傳銷管理法相關規定⁷。

(二) 傳銷事業不得請求違約金

多層次傳銷管理法第22條規定：「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。」實務上發生過某多層次傳銷商

當初加入多層次傳銷事業，辦理2支手機門號，嗣後傳銷商欲退出，多層次傳銷事業要求該傳銷商應負擔退出門號的違約金，被公平會裁處100萬元，認為該傳銷事業違反多層次傳銷管理法第22條禁止向傳銷商收取違約金之規定⁸。

參、加入直銷事業前的實質判斷

一、加入要一筆高額費用

要加入某個直銷事業成為直銷商，往往會被要求收取一筆費用。因此在加入直銷商之前，主要要判斷的是，這家多層次傳銷事業是否是以「拉人頭」方式，使人頭繳納高額入會費，作為主要收入來源。最高法院107年度台上字第1848號判決：「變質之多層次傳銷，其銷售之商品及勞務於整個行銷計畫中虛化及空洞化，變得可有可無，反而鼓勵參加人竭力招募人員加入組織，促使參加人員得不斷從自己介紹加入之人員、或間接從其他人介紹進入之人員所給付之代價中抽取報酬並獲晉級之機會，故該事業或組織並非將商品或勞務推出市場賺取利潤以分享參加人，而係不斷從企業之外拉人進來，貢獻給組織內之既有成員（尤其是高階成員），愈早加入者獲利愈多，失之公平。此種變質之多層次傳銷並不重視銷售，並不具備合法經濟之功能。蓋人際網路總有飽和之時，惟

變質多層次傳銷參加人，受到高利潤之驅使，並恐懼自己成為最後一隻老鼠，落得血本無歸的窘境，勢必無所不用其極，一旦人際關係飽和，無人可拉，類此組織勢必瀕臨崩潰，造成社會經濟秩序之動盪，且誘使社會人心趨向投機、射倖與詐騙，因此變質之多層次傳銷應具有可責性。」

本文認為最高法院見解值得贊同，在實際判斷上，只要去看這家多層次傳銷事業的制度是否是「先到先贏」，以及販售的產品是否是日常用品。如果某家多層次傳銷事業上線可以抽取高額下線支付之入會費，恐怕要特別小心。因為這家多層次傳銷事業不是以銷售日常用品作為主要獲利來源，一家多層次傳銷商之所以可以獲得被動式收入，在於販售優質的日常用品，而產品用完後，消費者會持續購買，因此才可能有真正的被動式收入。

二、是否要求直銷商囤貨？

多層次傳銷管理法第19條針對以不當方式收取費用及囤貨行為有禁止規範，以避免多層次傳銷事業為不當銷售。例如前述之多層次傳銷管理法第21條第2項，傳銷商購貨30日後，仍可以90%價格請求傳銷事業買回，立法目的即在於避免多層次傳銷事業大量塞貨予傳銷商⁹。

例如現在許多傳銷事業會要求傳銷

商每個月固定消費一定金額，或鼓吹傳銷商要上某一個更高階的聘級，因而要購買大量商品，應衡量傳銷商購買之商品數是否係每個月正常使用量，以及是否在短期內難以銷售，若有此情況即可能違反多層次傳銷管理法第19條規定¹⁰。

故每個月要求傳銷商固定消費，雖不一定會違反多層次傳銷管理法規定。惟本文以為，若有家百貨公司要求進去後一定買特定金額之商品，恐怕沒有人會想進入這家百貨公司消費。再以另一個角度來說，若給予傳銷商壓力每月固定消費，往往會造成傳銷事業產品都是傳銷商購買，一個通路卻反而沒有單純的消費者。因此多層次傳銷作為一種降低通路成本的商業模式，應更無需給予傳銷商壓力，相信只要販售的產品夠優，傳銷商很自然會繼續購買，也可以很自然而然推薦給單純想使用優質產品的消費者。且每月固定消費，也往往造成傳銷商的財務負擔，若傳銷商為了每個月固定消費金額造成壓力，也容易有不當推銷行為，對傳銷事業也不一定是好事。

因此每月是否固定消費雖不是判斷傳銷事業能否違法之要件，但仍可作為傳銷事業對自家產品是否有信心的判斷標準。制度上規範傳銷商每月固定消費金額，到底是害怕產品賣不出去？還是另一種變相囤貨？

三、獎金制度是否來自銷售產品本身？

多層次傳銷管理法第18條規定：「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。」最高法院109年度台上字第5382號判決：「多層次傳銷管理法第18條之立法說明亦明列：『……二、多層次傳銷事業如使其傳銷商之主要收入來源，係來自於介紹他人參加，則其後參加之傳銷商必因無法覓得足夠之人頭而遭經濟上損失，但發起或領導推動之人則毫無風險、徒獲暴利，並造成嚴重之社會問題，爰明文加以禁止』；如前說明，同法第29條之罰則，更意在規範變質多層次傳銷行為人之刑事罰責。可見透過傳銷商介紹他人參加，建立多層級組織者，若實際上未以推廣、銷售商品或服務之方式行銷，或其行銷方式非以推廣、銷售商品或服務為主，而以介紹他人加入方式，作為給付參加人佣金、獎金、或其他經濟利益之主要來源者，亦在規範之列，否則多層次傳銷管理法第18條之規定，將形同具文。」

而如何判斷產品售價是否合理，以及收入是否來自產品本身，依據多層次傳銷管理法施行細則第6條規定，主要係以相同或相類似產品之售價、品質為主要比較依據，另輔以非多層次傳銷事業

商品之獲利率及商品水準因素。若市場上無相類似商品，則應個案認定。至於是否以介紹他人為主要收入來源，可參考美國法院見解，收入若有50%以上係透過介紹他人加入，傳銷事業可能符合本條之變質多層次傳銷¹¹。

本文認為美國法院見解恐怕很難構成變質多層次傳銷，蓋只要收入不超過50%是透過拉人頭方式獲得收入，即可認為非屬變質多層次傳銷。因此在實際判斷是否要加入多層次傳銷事業，還是要具體判斷是否有給予多層次傳銷商過多獎金，且是否有鼓吹傳銷事業不斷拉人加入，使傳銷商透過介紹他人獲取高額獎金，而非強調傳銷事業的產品。

四、是否准予退貨

如前所述，多層次傳銷商是享有30日內退貨，30日至6個月內可以退90%，因此在加入成為傳銷商之前，不妨先確認一下傳銷事業的退貨機制是如何。如果不准退貨或對退貨有比多層次傳銷管理法更嚴格的標準，那這家多層次傳銷事業恐怕不值得經營。

五、是否有經過報備

如前所述，合法的多層次傳銷事業肯定是有依照多層次傳銷管理法第4條規定報備的。因此若要加入某個多層次傳銷事業之前，手動上網查詢一下，先

確定這家多層次傳銷事業有向公平會報備，再進一步考慮是否要加入。

肆、結 論

隨著斜槓時代的興起，參加多層次傳銷事業的人越來越多。直銷事業往往有縮短生產者與消費者之距離，節約通路成本，使消費者享受高品質之服務或價格較低廉之商品之優勢。但以直銷為名，行詐騙之實者亦時有所聞，即便是合法的直銷事業，但這個直銷事業本身的制度卻也不一定符合多層次傳銷管理法的精神，因此是否要加入仍要特別小心，尤其是變相要求傳銷商囤貨、加入要一筆高額費用者。

本文提出幾個判斷標準，相信在透過直銷斜槓創業之前，可以透過這幾個標準確認。首先可先判斷加入是否要一筆費用，如果加入要一筆高額費用，或許會有以「拉人頭」作為主要收入來源的嫌疑。其次，這家傳銷事業是否有要求傳銷商囤貨，當然是否有要求囤貨沒有一個固定標準，本文認為或許可以傳銷事業是否有要求傳銷商每個月固定消費作為判斷標準，因每個月若有固定消費，這些商品又是正常人用不完的量，多的商品只好繼續囤著再出售給其他下線。第三，多層次傳銷商的獎金是否來自商品或服務本身，這也不是一個容易判斷的標準，本文認為可以獎金是否過高，傳銷事業有無鼓吹傳銷商要不斷拉

人以獲得他人入會費作為獎金。其四，要觀察傳銷事業的退貨標準，是否有如多層次傳銷管理法相同，30日內無條件退貨，超過30日可退90%要求。最後，當你發現一家傳銷事業如此完美時，還

是要確認一下這個傳銷商是否有向公平會報備。不要為了加入看似好賺的直銷，最後導致「斜槓」一時，「跌倒」一世的下場。♣

註釋

1. 公平交易委員會，多層次傳銷事業營業額首次破千億元，網址：<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=126&docid=17085>。
2. 黃士軒，初探變質多層次傳銷行為罪（上）——以關於變質多層次傳銷行為之判斷的我國立法、學說與實務為中心，月旦法學教室，228期，2021年10月，48頁。
3. 對於多層次傳銷之基本認識：什麼是老鼠會？，網址：<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=61&docid=684>。
4. 公平交易委員會公處字第103073號處分書。
5. 臺灣高雄地方法院109年度訴字第822號刑事判決。
6. 多層次傳銷管理系統：https://fair.ftc.gov.tw/fair/report/report_search.aspx。
7. 臺北高等行政法院94年度訴字第03009號判決。
8. 公平交易委員會公處字第103033號處分書。
9. 吳秀明、沈麗玉，多層次傳銷管理法制的新紀元，月旦法學雜誌，231期，2014年8月，188-189頁。
10. 傳銷公司不應要求傳銷商大量進貨，網址：<https://www.ftc.gov.tw/internet/main/doc/docDetail.aspx?uid=61&docid=723&mid=13>。
11. 吳秀明、沈麗玉，同註9，187-188頁。

關鍵詞：多層次傳銷管理法、直銷、變質多層次傳銷、多層次傳銷、多層次傳銷商

DOI：10.53106/279069731511

（相關文獻☛月旦知識庫 www.lawdata.com.tw；
更多裁判分析☛月旦法律分析庫 lawwise.com.tw）