



NU SKIN[®]

POLICIES & PROCEDURES

政策與程序 – 台灣市場





目錄 Contents

第 1 章 會籍 01

- 1 如何成為會員
- 1.1 申請成為會員
- 1.2 一個會籍僅限一人
- 1.3 年齡限制
- 1.4 限制行為能力人（不適用）
- 1.5 合法居民
- 1.6 曾經是會員
- 1.7 配偶和同居人
- 1.8 是否接受您的會員協議書
- 1.9 納稅人識別號碼
- 1.10 營利事業
- 1.10 A 共同參與之會籍
- 1.11 變更為營利事業形式經營
- 1.12 臨時會籍（不適用）
- 1.13 線上培訓課程
- 2 個人資料
- 2.1 個人資料的蒐集
- 2.2 授權使用及轉移您的個人資料
- 3 維護您的會籍
- 3.1 及時更新您的會員協議書、
營利事業表格和共同參與表格
- 3.2 增加新的參與人
- 3.3 在新的保薦人下建立會籍
- 3.4 一個人只有一個會籍
- 3.5 在會籍中獲得受益權及會籍合併
- 4 轉讓和終止您的會籍
- 4.1 轉讓會籍
- 4.2 因死亡而轉讓
- 4.3 離婚
- 4.4 終止的權利

第 2 章 業務的經營 06

- 1 商業道德

- 1.1 直銷協會的商德約法
- 1.2 您的商業目的
- 1.3 一般性的會員道德規範
- 1.4 不毀謗
- 1.5 騷擾
- 1.6 不可以聯絡廠商或科學顧問委員會成員
- 1.7 反貪污
- 1.8 維護公司名譽
- 1.9 資料審查
- 2 獨立訂約人
- 2.1 會員是獨立訂約人
- 2.2 納稅
- 2.3 無權代表公司
- 2.4 禁止聲稱公司是您的僱主
- 3 訂購產品或服務
- 3.1 訂購
- 3.2 所有權之轉移
- 3.3 存貨和 80% 規則
- 3.4 訂貨的方式
- 3.5 信用額之核發
- 3.6 價格變動
- 3.7 以另一名會員的名義訂貨
- 3.8 資金不足時的付款
- 3.9 使用其他人的信用卡
- 3.10 健美宅配計劃（ASO）
- 3.11 產品的零售
- 4 產品的退貨退款和更換
- 4.1 退貨退款政策
- 4.2 從公司直接購買產品的更換政策
- 4.3 退貨退款或換貨的程序
- 5 零售和零售客戶的退貨
- 5.1 零售
- 5.2 不可以銷售產品給批發商
- 5.3 零售收據

5.4	退款保證、退款和更換產品給零售客戶	4	執行總監級品牌大使製作的業務輔銷品
6	銷售獎勵計劃	4.1	執行總監級品牌大使的業務輔銷品
6.1	銷售獎勵計劃	4.2	禁止宣稱已被公司核准或背書
6.2	銷售獎勵計劃的例外	4.3	業務輔銷品的授權協議書
6.3	只靠保薦不能獲得獎勵	4.4	執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的報備
6.4	不保證收入	4.5	執行總監級品牌大使的銷售；目的
6.5	銷售獎勵計劃的操縱	4.6	會員組織
6.6	獎金	5	大眾傳媒；一般的廣告宣傳
6.7	必要的零售；零售的核查	5.1	禁止利用大眾傳媒進行推廣宣傳
6.8	時間安排	5.2	媒體採訪
6.9	收回獎金	5.3	電話號碼簿的廣告
6.10	付款的更正	5.4	宣傳資料之派送
7	產品責任的求償和損害賠償	6	零售店、商業展覽，及服務性相關機構政策
7.1	賠償	6.1	零售店
7.2	求償之必要條件	6.2	攤位形式的商業展覽
7.3	由您賠償	6.3	服務性相關機構
8	銷售稅	6.4	公司擁有最終決定權
9	與公司其他組織聯繫	7	網際網路
		7.1	使用網際網路推廣會員業務
		7.2	許可的網路活動
		7.3	執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站
		7.4	網際網路使用的附加限制
		7.5	網路影像和音像資料
		7.6	網路銷售
		7.7	垃圾郵件
		8	有關人士的資料轉介服務；不得收取演講費
		8.1	有關人士的資料轉介服務
		8.2	不得收取參加會議費用、演講費用
		9	禁止對公司的活動或員工錄音或錄影
第 3 章 廣告宣傳 _____ 14			
1	業務輔銷品和商標的使用		
1.1	業務輔銷品的使用		
1.2	商標和著作權的使用		
2	產品聲明		
2.1	一般的限制		
2.2	禁止作療效的聲明		
2.3	禁止作出獲得美國 FDA 批准的聲明		
2.4	使用產品前後的照片		
2.5	產品包裝的修改		
3	收入聲明		
3.1	禁止作誤導性的收入聲明		
3.2	生活方式和收入聲明要求		

目錄 Contents

第 4 章 保薦 22

- 1 如何成為保薦人
- 1.1 要求
- 1.2 新會員的加入安排
- 1.3 會員入門錦囊
- 1.4 公司轉介資料
- 2 保薦人及領有下線業績獎金之會員的責任
- 2.1 培訓團隊
- 2.2 跳線
- 2.3 不強制要求購買產品或業務輔銷品及輔助服務
- 2.4 填寫在公司表格資料的正確性
- 2.5 您的團隊與公司的溝通
- 3 國際性業務
- 3.1 國際性業務
- 3.2 在核准經營市場與來自未核准經營市場參加者的聚會
- 3.3 國際保薦協議書
- 3.4 中國大陸
- 3.5 預先開發市場的明文禁止
- 3.6 救濟方法
- 3.7 申請許可參加的申請書
- 3.8 其他權利不受影響

第 5 章 限制性制約 25

- 1 會員網絡的所有權
- 2 限制性契約
- 2.1 禁止招攬
- 2.2 排他性
- 2.3 機密資料
- 2.4 會籍資料的保密
- 2.5 禁止誹謗
- 2.6 救濟措施
- 2.7 強制性

第 6 章 合約的履行 27

- 1 合約
- 2 會籍中參與人的行為
- 3 調查程序、紀律和終止
- 3.1 涉嫌違規的舉報
- 3.2 舉報違規的時效
- 3.3 隱私權的平衡
- 3.4 程序
- 3.5 會員紀律上訴委員會 (AC)
- 3.6 公司對於違反合約行為的行動
- 3.7 立即行動
- 3.8 補救措施
- 3.9 您的合約的終止

第 7 章 仲裁 30

- 1 什麼是強制性的仲裁
- 2 仲裁具有強制性並且對所有爭議具有約束力
- 3 爭議的定義
- 4 調解
- 5 要求仲裁
- 6 仲裁程序
- 6.1 仲裁規則；仲裁地
- 6.2 發現真實
- 6.3 仲裁日期
- 6.4 語言
- 6.5 不接受集體起訴
- 6.6 允許的出席者
- 6.7 仲裁的費用和開支
- 6.8 仲裁結果
- 6.9 保密
- 6.10 執行判斷；禁制措施
- 6.11 繼續有效
- 7 第三人申訴

第 8 章	一般條款	33	附錄 A	35
1	一般條款		專有名詞定義之詞彙表	
1.1	修訂合約		附錄 B	40
1.2	棄權聲明和例外		執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務政策	
1.3	完整的合約		附錄 C	44
1.4	合約條文之可分割性		• 相關法規及商德約法	
1.5	準據法 / 管轄權		• 多層次傳銷管理法	
1.6	通知		• 消費者保護法	
1.7	繼承人和權利		• 健康食品管理法	
1.8	標題		• 中華民國直銷協會商德約法	
1.9	內部參考		附錄 D	71
1.10	多元化和性別		如新價值減損認定辦法	
1.11	翻譯		附錄 E	72
			調處機制簡介	

第 1 章 會籍

1 如何成為會員

1.1 申請成為會員

您可以經由完成下列的步驟申請成為會員：

- (a) 填寫並簽署一份會員協議書，將該書面協議書交回公司；及
- (b) 購買一套非營利的會員入門錦囊。

您可直接從公司或您的保薦人處購買一套會員入門錦囊。購買會員入門錦囊將不會被支付獎金。購買其他產品或材料並不是您成為會員的必要條件。

1.2 一個會籍僅限一人

單獨之個人可以向公司遞交一份會員協議書以申請一個會籍，該個人之配偶或同居人亦可加於其會員協議書內。除了增加配偶或同居人，如果超過一個人士想要加入同一會籍，則該等人士必須按照本政策與程序第 1 章第 1.10 節及 1.10A 節分別以營利事業或共同參與之會籍的身份申請。

1.3 年齡限制

您必須為年滿 18 歲之完全行為能力人（即未受法院之監護宣告或輔助宣告者），才能成為一個會員，並且可以參加品牌代表考核。

1.4 限制行為能力人（不適用）

1.5 合法居民

您必須在具有合法居留權（若為中國大陸人士，則為在台持有長期居留證者）或公民權並有合法經營業務權利的市場提交會員協議書及經營您的會籍。如果您不能夠在提交會員協議書的市場提供合法居留權、公民權或合法經營業務的權利的證明文件，則公司可以宣佈您的會員協議書自始作廢無效。您只可以在一個核准經營市場申請成為會員。

1.6 曾經是會員

如果您曾經是會員，您只可在您的原保薦人下成為一位新會員。除非在符合本政策與程序第 1 章第 3.3 節的規定時，您才可申請加入在新的保薦人之下成為一位新會員。

1.7 配偶和同居人

如會員的配偶或同居人亦希望成為會員，其配偶或同居人必須加入其已成為會員的配偶或同居人的會籍內。如果曾為前任會員的配偶或同居人希望加入成為會員，除非這個前任會員已經依據本第 1 章第 3.3 節的規定，在相關之不活動期間內沒有任何商業活動，否則，該配偶或同居人必須在該前任會員的保薦人下建立會籍。

1.8 是否接受您的會員協議書

公司保留可自行拒絕任何會籍申請的權利。公司接受並處理您的會員協議書後，您即可成為會員。如公司從一位申請者收到超過一份的會員協議書，則將以公司收到的第一份會員協議書決定您的保薦人是誰。

1.9 納稅人識別號碼

在您取得領取獎金的資格前或當公司因為處理稅務申報或其他目的所需時，您必須提供您的納稅人識別號碼（即個人的身份證字號）給公司。此規定同時適用於已列名於會員協議書之配偶及同居人。如您以一個營利事業的形式簽署會員協議書，您必須提供該營利事業以及該營利事業的每一位參與人的稅務識別號碼（即該營利事業的統一編號以及每一位參與人的身份證字號）。公司有權暫停接受您的會籍內的銷售訂單或暫停

獎金發放，直至您提供您的稅務識別號碼，以及公司已確認您的稅務識別號碼屬實。

1.10 營利事業

若以營利事業的形式申請加入，可以填寫、簽署和遞交一份所有參與人已簽署之營利事業表格，連同會員協議書及購買一套會員入門錦囊以申請成為會員。另外，營利事業還需符合以下其他規定：

- (a) 營利事業的每位參與人在其提交會員協議書的授權市場中都必須是該市場的公民或是合法居民並擁有合法經營業務的權利，並且必須能夠提供有關證明文件給公司。如果該營利事業或其任何參與人不能按照公司要求提供證明文件，公司可宣佈該會員協議書自始作廢無效。您必須瞭解，縱使您被列為某一個營利事業的成員或參與人，並不一定代表您已被授予任何合法經營業務的權利；
- (b) 獎金將會發放給營利事業。如營利事業或營利事業的任何參與人未將營利事業收到的任何部份或全部獎金分派和支付給營利事業的任何參與人，或作出不正確的分派和支付，完全與公司無關，公司不需對此負任何責任；及
- (c) 其中一位參與人將被指定為該營利事業的法定代理人或負責人。公司只接受並可依賴由該法定代理人或負責人所提供的任何資訊行事。

1.10 A 共同參與之會籍

您可以填寫、簽署和遞交一份由您以主會員的身份及每一位附加參與人簽署之共同參與表格，連同會員協議書及購買一套會員入門錦囊以申請將其他人士列為您的會籍的附加參與人，並共同營運您的會籍。另外，共同參與之會籍還需符合以下其他規定：

- (a) 每一位附加參與人在主會員提交會員協議書的市場中都必須是該市場的公民或是合法居民並擁有合法經營業務的權利，並且必須能夠提供有關證明文件給公司。每一位參與人必須瞭解，縱使您被列為某一個會籍的附加參與人，並不一定代表您已被授予任何合法經營業務的權利；
- (b) 主會員是唯一被授權代表會籍就會員協議書（包括任何該等協議的執行）或任何其他有關公司的事項，可採取任何行動的人士。在所有涉及會員協議書（包括支付的獎金金額）或公司的事項，公司可依賴主會員的權力和指示而行動；
- (c) 每一位附加參與人對任何參與人與會籍有關的行為和疏忽應負連帶責任，及公司可因任何參與人有違反政策與程序而對該會籍採取紀律處分；
- (d) 所有由會籍產生或可歸屬於會籍的獎金及其他利益（包括透過附加參與人的努力而獲得的獎金或其他利益），均應直接支付或提供給主會員。所有附加參與人，不論是個別地或共同地提出，都不可因上述獎金或其他利益而對公司提出索償。

1.11 變更為營利事業形式經營

如您希望將您的會籍從個人形式轉為營利事業的形式，您可隨時向公司提出申請。此申請必須遵守任何適用法律的規定以及填妥所須的營利事業表格並交回公司。

1.12 臨時會籍（不適用）

1.13 線上培訓課程

當您註冊成為會員、遞交品牌代表考核意向書（LOI）或在您經營如新事業的任何階段，公司可能會要求您完成有關銷售績效計劃、政策與程序或其他相關主題的教育訓練或線上培訓課程。此類教育訓練及培訓課程將由公司免費向您提供，授課所需時間或課程內容不會不合理。如果您未能完成公司指定為必修的教育訓練或培訓課程，公司有權根據政策與程序第 6 章第 3.6 節 (e) 項暫停您領取獎金的權利。

2 個人資料

2.1 個人資料的蒐集

公司瞭解您會關心在您成為會員後，有關您的資料將如何被蒐集、使用和分享，並對此作出回應。公司尊重您的隱私權並致力於保護會員們的隱私權。公司向您蒐集和保存關於您的個人資料是為了提供給您業務上的支援、作為會員的利益、以及與您溝通關於 (i) 產品和促銷活動、(ii) 您的會籍和團隊、(iii) 獎金、以及 (iv) 其他有關的業務議題，以及為以下本第 1 章第 2.1 節及第 2.2 節中列明的任何其他指定目的。您提交的所有資料將被公司的美國總部、區域總部、及 / 或您原居市場當地的關係企業所持有。當簽署會員協議書時，即表示您同意您的個人資料轉移到台灣市場（適用於台灣市場會員）以外的地方。您明白您必須按會員協議書之要求提供個人資料，如未能提供的話，您的會籍申請會被拒絕，並且如提供該資料或其中任何部分後需請求停止蒐集、處理、利用或刪除該資料或其中任何部分，公司有權終止您的會員協議書。除會員協議書要求提供的資料外，提供任何個人資料或訊息屬自願性質。您有權致電您所屬公司，就您的個人資料行使下列權利：

1. 查詢或請求閱覽；2. 請求製給複製本；3. 請求補充或更正；4. 請求停止蒐集、處理或利用。5. 請求刪除。

2.2 授權使用及轉移您的個人資料

您授權公司：

- (a) 可以為以上第 1 章第 2.1 節及第 2.2 節列明之任何目的，使用（包括處理及國際傳輸）您以下的個人及 / 或機密資料，即 (A) 您已向公司提供有關您的會籍和團隊的資料，或 (B) 因您的會員活動而產生的資料，給予 (i) 公司的母公司和關係企業，不管其在任何地方；(ii) 當公司認為適當或以確保得到適當的會員支援或會員培訓目的時，在您的銷售組織內有直接推薦連結的其他會員；(iii) 法律所規定的適當的政府機關或司法機關；(iv) 收購或建議收購 NSI 或 Nu Skin 任何一部份的潛在或已確實的收購人士；及 (v) 任何給公司提供行政或與公司業務有關的其他服務的代理人、承包商或其他第三者（包括但不限於銀行、快遞公司、印刷公司）。
- (b) 除您以書面通知公司不得使用您的個人資料外，公司得以表揚您的會員獎銜和其他善行（包括但不限於慈善捐款）為目的，在公司的活動及 / 或公司的業務輔銷品及輔助服務中使用您的個人資料，包括但不限於您的姓名、生日、住址、身分證字號、護照號碼、照片、獎銜、影像、錄音、書面材料和您向公司及 / 或其關係企業或關聯慈善團體捐贈的任何數額，而該活動、業務輔銷品及輔助服務可能發行或提供給所有會員和公眾。
- (c) 在符合您可能提供給公司的另一授權書條款的規範下，公司得以推廣公司的業務和 / 或產品為目的，在公司的活動及 / 或公司的業務輔銷品及輔助服務中使用由您提供或交付予公司或由公司記錄有關您出現於任何公司活動及 / 或表演的分享、演講、表演、照片、影像、錄音及 / 或書面材料當中關於您的個人資料及訊息，而該活動、業務輔銷品及輔助服務可能發行或提供給所有會員和公眾。
- (d) 除了上述授權使用您的個人資料，您亦進一步同意任何其他揭露有關您的個人資料將受公司根據台灣市場個人資料保護法的規定不定時發布及更新的隱私權政策所規範。您謹此向公司確認，您有可能向公司提供的任何照片、文章、影像或任何其他材料的版權或任何其他智慧財產權的擁有人已同意公司根據本第 2.2 節的指定目的使用該等材料。

3 維護您的會籍

3.1 及時更新您的會員協議書、營利事業表格和共同參與表格

- (a) 作為會員，您有責任確保您的會員協議書、營利事業表格或共同參與表格的資料是及時更新和準確的。如有任何更改影響到該些文件所載資料的準確性，您必須立即通知公司。公司如確定會員所提供的資料是虛假或不準確，則公司可終止其會籍或宣佈會員協議書自始作廢無效。如您未能及時更新您的會員協議書、營利事業表格或共同參與表格，您的會籍可能會被列於暫停狀態或被處以其他紀律處分，包括終止會籍。
- (b) 若您的會籍資料有任何變動，您必須遞交一份新的會員協議書、營利事業表格或共同參與表格，在申請表上方寫上“Amended”（「資料修改」）字樣，以修改您的會籍資料。任何修改過的會員協議書、營利事業表格或共同參與表格必須由您親自簽署。若屬營利事業，經修改的會員協議書必須由該營利事業的法定代理人或負責人親自簽署。經修改的營利事業表格必須由該營利事業的法定代理人或負責人以及所有新參與人親自簽署。若屬於共同參與之會籍，則經修改的會員協議書必須由主會員簽署。經修改的共同參與表格必須由該會籍之所有參與人共同簽署。公司可因處理會員協議書、營利事業表格和共同參與表格的修改而酌收費用。公司有權拒絕接受任何修改。

3.2 增加新的參與人

您不可以讓另一人士在您的會籍中從事任何商業活動、或在您的會籍中擁有受益權，除非您的會籍是以營利事業形式經營且該等人士已經申請成為參與人並且已被公司核准接受。公司可自行決定拒絕該申請。如公司拒絕該申請，該另一人士不可以加入到您的會籍。

3.3 在新的保薦人下建立會籍

如果您曾經是會員，只要您於下表中所列明的不活動期間沒有從事任何商業活動（不論在您的會籍或其他人的會籍），您可以在一位新保薦人下建立一個新的會籍：

在最近的商業活動前 24 個月期間的獎銜類型	不活動期間
如果您曾經達到品牌代表或以上獎銜	12 個月
僅是會員	6 個月

當公司斷定不當的更換保薦人行為確已發生或確實有被教唆，則第二個會籍將回歸且合併至第一個會籍中，且公司可採取第 6 章所示的其他補救措施。

3.4 一個人只有一個會籍

您不可以有超過一個會籍中擁有受益權，除非有以下情況：(i) 在結婚前已擁有會籍的兩個會員結婚，(ii) 一位現任會員繼承另一個會籍，或 (iii) 其他經公司書面批准的情況。

3.5 在會籍中獲得受益權及會籍合併

- 概述。會員有時候希望與另外一位現任會員合夥並將兩個會籍合併或者在另一會籍內獲得受益權。除非符合本政策與程序第 3.5 節的規定，否則會員之間的合夥、合併會籍，或由一位曾經開展任何商業活動的會員在另一會籍中獲得受益權，均是被禁止的。
- 獲得受益權。除公司自行酌情批准之情況外，若您曾從事任何商業活動，不論於任何時間，您均不可從已存在於另一保薦人下的會籍中獲得受益權（不論透過收購、合併、合夥、或其他形式），除非 (i) 您已終止您的會籍，並且於本第 1 章第 3.3 節中所述並適用於你的不活動期間內沒有從事商業活動，和 (ii) 您希望獲得受益權的會籍之會員協議書是在上文第 (i) 款中所述並適用於你的不活動期間屆滿後提交予公司的。本 (b) 款的禁令將取代本第 3.5 節 (c) 款的規定。
- 合併。公司可自行酌情考慮是否批准僅限於下列情況之會籍合併：(a) 與 (i) 您的直接上線保薦人；或 (ii) 您的第一層下線會員，進行垂直合併；(b) 公司可自行酌情批准的任何其他合併。
- 公司審查及附加要求。對任何牽涉合夥、合併、或獲得受益權的情況，公司將自行酌情考慮是否批准該等要求作為本政策與程序之例外情況。在審查期間，公司可以向您提出公司認為有必要的額外要求，包括上線的通知及 / 或批准。
- 若會員（包括自然人、營利事業或共同經營同一會籍的形式）有受法院強制執行或其他政府機關具有強制力的處分、指示或命令，公司在收到上述處分、命令或指示後，可遵照其內容，拒絕該會員的會籍合併之申請或要求其他處分。

4 轉讓和終止您的會籍

4.1 轉讓會籍

除非您已經得到公司事前的書面同意，您不可以轉讓您的會籍或其中的任何權利，而公司不會不合理地拒絕您的此等要求。如任何轉讓的提議被公司認為是虛偽不實的、且是為了規避本政策與程序的規定而提出的，公司不會同意該等轉讓的提議。在獲得公司批准該轉讓之前，公司不會承認任何的轉讓，且受讓人在此之前並沒有任何權利。除非公司另有書面同意，公司在合約中為會籍利益而設定的例外規定和棄權聲明在該會籍轉讓後將自動終止。

若會員（包括自然人、營利事業或共同經營同一會籍的形式）有受法院強制執行或其他政府機關具有強制力的處分、指示或命令情事，公司在收到上述處分、命令或指示後，可遵該等處分、命令或指示的內容，不准會員之申請轉讓其會籍或要求為其他處分。

4.2 因死亡而轉讓

- (a) 自然人。在您去世後，可按照您的遺囑、無遺囑的法定繼承或其他方式將您的會籍轉讓給您的繼承人或其他受益人。當公司收到法院命令或有適當的法律文件載明轉讓給一位符合資格的受讓人之文件遞交給公司時，該轉讓將獲公司承認。公司鼓勵您向專長財產規劃的專業律師諮詢有關會籍的轉讓事宜以便您做出合適的安排。
- (b) 營利事業的參與人。如果您是一個營利事業的參與人，在您去世後，您在會籍中的利益將依據該營利事業的法律文件以及規範轉讓的適用法律規定進行轉讓，但所有受讓人都必須符合本政策與程序有關於在會籍中享有權益的資格要求。當公司收到法院命令或適用的法律文件，而該等命令或文件載明會籍將轉讓給一位符合資格的受讓人時，該轉讓將獲公司承認。
- (c) 當會籍在任何時期暫時沒有所有權人，或由於遺囑檢驗或其他法院程序而出現暫時無所有權人的空窗期時，其上線執行總監級品牌大使或以上獎銜的會員將負責操作該會籍。作為對他們提供服務的回報，上線執行總監級品牌特大使或以上獎銜的會員可收取服務費。此費用將相當於該會籍的淨獎金的 15%，公司將從該會籍的淨獎金中扣除此費用。

4.3 離婚

對於離婚的會員，公司既不會決定他們會籍的分割也不會分割他們的會籍或團隊。總括來說，公司將不會分割獎金或其他任何獎勵。然而公司可自行酌情根據每個個案的情況，依據法院或其他政府機關具有強制力的處分、指示或命令或雙方當事人的書面同意，以一個簡單的、固定比例的準則分割獎金。如公司同意以一個簡單的、固定比例的準則分割獎金，會籍的各參與人均同意保證公司免於承擔公司在分割獎金時的任何行為或疏忽而直接或間接地造成或引起的任何及所有責任、損失、費用、損害、判決或支出，包括合理的律師費。如配偶雙方關於會籍有爭議，公司有權依據法院或其他政府機關具有強制力的處分、指示或命令扣住該會籍的獎金。公司可因分割獎金的服務而按月向會員收取費用。

4.4 終止的權利

在您加入會員起 30 天內，您可以遞交一份已簽署的書面通知給公司以解除或終止合約。在前述期間經過後，您隨時可以終止您的會籍詳見第 6 章第 3.9 節規定。

第 2 章 業務的經營

1 商業道德

1.1 直銷協會的商德約法

公司乃美國及世界各國市場之直銷協會會員之一，並遵守直銷協會商德約法的規定。您除了應該瞭解本章節關於一般道德規範的規定外，在您的業務經營上，您應該遵守直銷協會的商德約法的規定。中華民國直銷協會的商德約法可以到網站（www.dsa.org.tw）以及本政策與程序之附錄 C 查閱。

1.2 您的商業目的

您和公司的主要商業目的都是銷售高品質的產品給零售客戶。該業務過程的一部份就是您可以透過保薦其他的會員來建立您的銷售組織。但是，招募其他會員並不是您的主要業務重點，您的主要目標和不可或缺的基本責任是透過您的團隊銷售產品給零售客戶。

1.3 一般性的會員道德規範

您必須以合乎道德、專業和禮貌的態度來經營您的會籍。也就是說，您應該要遵守以下各項規定：

- 您必須遵守合約和相關的法律規定。
- 您必須以誠信經營您的會籍。
- 您應該告知潛在的客戶和會員有關您的身分、為何您會連絡他們，以及您正在銷售什麼產品，並表明您係從事直銷行為、不得以招募員工或假借其他名義之方式為之。
- 您不可以對銷售獎勵計畫的潛在收入，或使用公司產品的好處，或以成功案例之方式推廣、銷售產品或服務及介紹他人參加時就該等案例，作出虛偽不實或誤導性的宣稱或說明。
- 您不可以強迫任何會員或潛在的會員以負債的方式經營業務，包括但不限於強迫他們購買超過合理的使用量或銷售量或維持特定庫存量要求的產品或業務輔銷品及輔助服務。
- 您不可以鼓勵、慫恿或誤導會員或潛在的會員為了參與業務而導致負債。
- 您必須向零售客戶及會員說明退換貨或取消訂單的規定。
- 您不可以對潛在的會員表示他們必須購買產品或套裝產品才能成為會員或品牌代表。您必須告知潛在的會員，他們可以簽署成為自用客戶或會員，以及若他們要購買產品，他們可以選擇購買單一產品而不必是整組套裝產品。
- 您在推廣公司業務或銷售產品時，不得進行任何以下的行為：
 - (i) 造成被接觸對象產生或很可能產生不悅、反感或受干擾的行為；
 - (ii) 損害或很可能損害公司品牌、形象、商譽的行為；或
 - (iii) 造成或很可能造成社會公眾對公司觀感不佳的行為。

1.4 不毀謗

您不可以對下列對象以任何方式作出誤導、不公正、不準確或毀謗的比較、聲稱、說明或言論：

- 公司；
- 公司的產品、或商業活動；
- 其他人士
- 其他公司（包括競爭對手）；或
- 其他公司的產品、服務、或商業活動。

1.5 騷擾

您不可以騷擾、恐嚇、威脅及侮辱等方式經營您的會籍。任何型態的騷擾均不會被容許，包括但不限於：種族、宗教、肢體及言詞的毀謗，或誘使、鼓勵或使其他會員、公司員工或客戶作任何不適當或不受歡迎的書面、口頭、電子形式或身體的關係、性表示、性挑逗、或其他身體、口頭或視覺的性需求行為。

1.6 不可以聯絡廠商或科學顧問委員會成員

未經公司事前書面同意，您不可以直接或間接聯絡公司的廠商、供應商、科學顧問委員會成員、基礎研究合夥人、大學、或任何其他公司的顧問或諮詢人。

1.7 反貪污

您必須遵守公司所經營業務市場的所有反貪污法律，包括美國聯邦政府的“國外反貪污法案”(“FCPA”)。FCPA 要求您絕不可以為了影響外國官員的行為或決定而直接或間接（亦即透過中間代理人）支付款項或餽贈禮物。由於該法案有某些例外情形，且這些有關反貪污的法律規定及例外相當複雜，您可以就業務行為是否符合 ECFA 或有關反貪污法律規定的其他問題諮詢您的法律顧問。如欲了解更多資訊，請參閱公司公佈在如新集團網站 nuskinenterprises.com 上投資者之公司管理章節之公司反貪污政策。

1.8 維護公司名譽

您的行為，包括您的會籍業務範圍以外的行為，均不可以做出有損害公司或其會員的業務或名譽之行為。公司有權自行裁量認定何種行為是被認定為具有損害性之行為，並得按照本政策與程序第 6 章的規定對您採取行動。

1.9 資料審查

作為加入成為會員的條件，您同意公司就調查您在經營會籍的過程中，是否有遵守本政策與程序規定，有權審查與您的會籍活動有關的任何記錄。公司可要求在任何時候就任何原因審查您的會籍紀錄，您必須配合公司審查您的會籍記錄的要求，立即並且完整地將您的真實記錄交予公司審查。

2 獨立訂約人

2.1 會員是獨立訂約人

您是獨立的會員訂約人。您並非公司的代理人、僱員、主管、合夥人、成員或合營者，而且您不可以對外聲稱您與公司有這些關係。作為一名獨立訂約人，您同意：

- 對您的商業決定自行負責，而且您必須自行決定在什麼時間工作以及自行決定您的工作時數；
- 將依據銷售獎金基數（CSV）而獲得獎金而不是依據您的工作時數獲得獎金；
- 作為會員，您會遇到創業的風險，您必須對遭受的所有損失自行承擔責任；
- 必須支付您自己營業相關的許可或牌照費、以及任何保險費用；
- 自行負責您的業務的所有費用，包括但不限於，交通旅費、款待、辦公室、文書、法律、設備、會計、和一般開支費用，而且您不會獲得公司的預付、報銷或擔保；及
- 將不會因政府稅務規定而被視為僱員。

2.2 納稅

您必須依中華民國所得稅法之規定，於每年 5 月 31 日前，就前一年度銷售商品或提供勞務所賺取之利潤及佣金收入申報及支付個人綜合所得稅（如您是個人會員）或營利事業所得稅（如您是營利事業會員）。

2.3 無權代表公司

您無權代表公司作任何行為。包括但不限於作以下任何行為：

- 註冊或擁有公司的名稱、商標、商品名稱或產品之權利；
- 使用公司的名稱、商標或商品名稱登記為 URL 網站來源位置；
- 註冊或獲得公司產品或業務的許可證照；或
- 以公司的名義建立對外任何形式的商業或與政府的接觸。

如您以公司名義作出任何不當之行為，導致公司必須採取救濟行動以免除責任，則公司因而所付出的所有費用和律師費，您必須賠償公司。您必須因違反本章節規定而取得的註冊或擁有權利之公司名稱、商標、商品名稱、產品或 URL 網站來源位置移轉給公司，而公司並不需要支付或賠償您任何已支付的費用。

2.4 禁止聲稱公司是您的僱主

您不可以 在貸款申請、政府表格、就業核查要求、失業救濟的申請或任何其他表格或文件上表示公司是您的僱主。

3 訂購產品或服務

3.1 訂購

您可以直接從公司或其產品中心訂購產品。公司並沒有最低訂購量的要求；然而，產品運送和處理訂單的費用得依據產品的訂購量而有不同的收費。

3.2 所有權之移轉

當公司將您所訂購的產品送達給您、您的受僱人、代理人或使用人、您的配偶或事實上一部或全部與您同居共財之人，或任何您明示、默示同意可代您收件之人（不立即表示反對意思，視為同意）時，該產品的所有權及損失風險會移轉給您。

3.3 存貨和 80%規則

作為一個會員，您沒有一定存貨量的要求。您必須運用個人的判斷力，根據合理推算的零售量以及個人需求來決定需要的存貨量。您所訂購的產品不可以超過合理的存貨量。您在訂購產品時，必須證明已售出或消費掉先前所訂購產品的總存貨量至少八成。

3.4 訂貨的方式

公司不接受以賒賬方式的訂貨。在產品訂購的貨款尚未完全付清之前，公司不會運送交付該訂購產品。貨款必須以現金、信用卡、貨到付款、產品或服務兌換券、銀行匯款及郵政劃撥或其他公司可接受的付款方式。具體可接受的貨款給付方式仍應以各當地授權市場的規定為準。

3.5 信用額之核發（不適用）

3.6 價格變動

公司保留隨時更改公司產品價格，但會在事前出公告通知。

3.7 以另一名會員的名義訂貨

您如事前未獲得另一名會員的書面授權，不得以該會員的名義訂貨。若公司提出要求，您必須依照要求提供一份已經獲得該授權的書面文件影本給公司。

3.8 資金不足時的付款

如任何支票因存款不足而被退票或任何信用卡付款因故被撤銷，您必須立即向公司支付就該退票或撤銷信用卡所應支付的全部款項。如您未能立即付清該筆應繳款項，即構成違反合約。

3.9 使用其他人的信用卡

您如事前未獲得他人的書面授權，不得使用他人的信用卡訂購公司產品或業務輔銷品及輔助服務。若公司提出要求，您必須依照要求提供一份已經獲得該授權的書面文件影本給公司。

3.10 健美宅配計劃 (ASO)

健美宅配計劃 (“ASO Program”) 是在某些經授權核准經營業務之市場的一項自由選擇參與的訂貨計劃。

健美宅配計劃能讓您在公司建立一個預設訂單，以便公司按您的需求送貨給您，並按符合您需求的送貨頻率從您的預先授權付款的信用卡扣除相關款項或貨到收款。健美宅配計劃的條款和條件可於會員協議書、健美宅配計劃協議書中及公司的網站上找到。公司可以終止 (i) 健美宅配計劃，不論在任何時間及因任何理由，和 (ii) 您依健美宅配計劃的條款和條件規定參加健美宅配計劃的權利。您可以依健美宅配計劃的條款和條件規定，以書面通知公司終止您的健美宅配計劃訂單。

3.11 產品的零售

- (a) 您只可以在您的原居市場轉售產品。您所轉售的產品必須是從您原居市場的公司授權市場所購買，並且您不可以將您從非原居市場所購得的產品在您的原居市場內轉售。
- (b) 在您履行會員協議書（其已包含國際保薦協議書）期間，您被授權在某非原居市場之公司授權市場購買產品。但您只可以作為自用或為招募新會員做產品示範用途。您不可以非原居市場轉售產品。此外，您可能在某些特定市場被要求遵守當地市場一些特別的規定。

4 產品的退貨退款和更換

4.1 退貨退款政策

- (a) 不申請解除或終止合約之退貨退款。除非現行適用的法律另有規定，只要是公司銷售的產品和業務輔銷品，若是完整、未經開封、未經更改並可重新銷售的，公司將退回原始售價的 90% 給您，但應先扣除已發放的獎金及 / 或報酬。您必須於訂購產品後十二個月內向公司申請退貨退款。您只能申請退回您直接從公司購買的產品或業務輔銷品。公司不會退還產品運費給你。為使公司正確地取消該退貨於訂貨時累計的獎金，您必須保留訂貨證明單據（即原始銷售訂單發票或產品銷售明細）上的號碼。當您要求退款時，您必須提供該訂貨證明單據正本給公司。您亦可退回獨立出售的產品組合或套裝之一部份。退款的方式將根據各當地授權市場實際付款方式規定，例如銀行轉帳或支票付款，來決定退款方式。產品退貨退款將影響您領取獎金的資格以及您的獎銜。如果被該退貨產品已被支付獎金及 / 或報酬，則公司將依據本第 2 章第 6.9 節的規定收回該筆獎金及 / 或報酬。對於您從其他會員處購買的產品或業務輔銷品及輔助服務，公司不予退款。您只能直接向銷售給您上述產品或業務輔銷品及輔助服務的會員辦理退款。
- (b) (不適用)
- (c) 申請解除或終止合約之退貨退款。若您申請解除或終止合約並退出公司多層次傳銷組織：
 - 1) 您於簽訂會員協議書起 30 天內，得以書面通知公司解除或終止合約，並退出公司多層次傳銷組織。
 - 2) 公司將於合約解除或終止後 30 天內，接受您的退貨申請，您應自行退回產品，公司則退還您於合約解除或終止時所有退回產品之進貨價錢及 / 或其他於合約解除或終止前給付公司之款項，但所退回產品須可重新銷售。
 - 3) 公司依前款規定退還您所付之貨款時，得扣除產品退回時因您的行為所致產品毀損滅失之價值。
 - 4) 您於解約權或終止權期間後，仍可隨時以書面終止合約，及退出公司多層次傳銷組織，並要求退貨。但您所持有之產品自訂購日起算已逾 12 個月者，不得要求退貨。
 - 5) 您依前條規定終止合約後 30 天內，公司將接受您的退貨申請，並按您原來購貨價格 90%，買回您所持有之產品，但得扣除公司已就該產品之交易而對您所給付之獎金及 / 或報酬。如取回之產品價值有所減損，並得扣除減損之價錢，其減損價值之計算方法、基準及理由如附錄 D。
 - 6) 您行使解除權或終止權時，不需給付損害賠償或違約金。
 - 7) 您如欲獲得退款，必須按下列手續辦理：
 - a. 向公司發出書面通知，表示欲解除或終止合約及退出公司多層次傳銷組織，並附上退貨申請表、退貨發票（或產品銷售明細）證明及銷貨退回折讓單並蓋章，提交給公司。
 - b. 向公司取得退貨認可編號及退貨方法指示。
 - c. 支付退回產品的一切運費。
 - d. 將未過期、未開封及可以重新銷售的產品退回。如退回之產品不符合上述情況，不能獲得退款。您向公司申請退貨且獲認可時，公司除得對您扣除公司因您的該項進貨而給付予您的獎金或其他獎勵外，並得向您的相關上線會員追回因該退貨所溢領之獎金或其他獎勵。如果您因違反合約而被公司解除或終止會籍者，公司得不接受您的退貨申請。

4.2 從公司直接購買產品的更換政策

除非現行適用的法律另有規定，如您直接從公司購買產品後 30 天內通知公司，公司將會更換因公司的錯誤交貨或是有瑕疵的產品，或者退還全部購貨款項。

4.3 退貨退款或換貨的程序

您必須依照下列程序來獲得退款或換貨：

- (a) 在您將產品退回公司之前，您必須先取得退貨認可編號（“RMA”）。此認可必須以電話或書面取得，並在運送所退回產品時您必須附有上述退貨認可編號；
- (b) 公司將會告知您退回產品的正確手續和地點，公司不會退還您因退回產品而產生之運費。所有退貨產生的運費均由您支付；
- (c) 事前未取得退貨認可編號的產品，即違反退貨規定。該產品將退還給您，所發生之相關費用由您支付。
- (d) 本退款或換貨程序可能因不同管轄區域的法律規定不同而有所不同。相關管轄區域的法律得決定退貨退款或換貨程序之條款。

4.4 未領取產品政策

您明白公司對於處理您已購買的產品及 / 或業務輔銷品，但仍未被您領取及 / 或無法寄達給您時，將招致行政上的時間及費用。因此，您同意以下條款：

- 1) 當產品及 / 或業務輔銷品應由您提取而您於購買日起之三十（30）天內，仍未能或因任何疏忽原因而未到公司提取產品及 / 或業務輔銷品；或
- 2) 若您要求公司而公司同意寄達任何產品及 / 或業務輔銷品給您，但由於您所提供的寄達地址不正確或地址不全或您所提供的收貨人不在該地址，致使公司未能寄達產品及 / 或業務輔銷品給您，而您於購買日起三十（30）天內，仍未能或因任何疏忽原因而未到公司提取所購買之產品及 / 或業務輔銷品，

在上述的三十（30）天期滿後，公司會取消您訂購該產品及 / 或業務輔銷品的訂單，並會扣除售價的 10% 作為行政費後，把售價的 90% 款項退回給您，但將先扣除已發放的獎金，而無需再向您提示、通知或交代。如果公司已就該產品向您支付獎金，則公司將會依據第 2 章第 6.9 節的規定向您收回該筆獎金。

5 零售和零售客戶的退貨

5.1 零售

從公司購買的產品只可銷售給零售客戶、用於產品示範或供個人自用。公司授權您可以從公司購買的產品轉售給零售客戶。您可以自行決定產品價格以及可以擁有因零售產品給您的零售客戶而獲得的所有利潤。

5.2 不可銷售產品給批發商

您不可以銷售或傳銷產品給打算再轉售產品或過去曾經轉售產品的人。您不得直接或間接地，銷售產品給某些人士，其最終 (i) 透過零售店轉售產品，(ii) 透過網路轉售產品，不管是那種網際網路行銷管道的形式，除非已得公司之書面批准則除外，(iii) 進口產品到未核准經營市場，或 (iv) 使用任何其他違反您及公司的直銷業務的基本目標的其他分銷方式。您必須採取合理的步驟以確保從您處購買產品的人士，不會意圖違反本第 5.2 節。

5.3 零售收據

您必須依照下列要求，交付零售收據給您的零售客戶：

- (a) 您零售公司產品時，必須交付已填妥資料完成之一式二聯的零售收據給零售客戶。零售收據背面有關 7 天內退貨退款政策的空白部份必須填妥。零售收據正面的資料亦應填妥，包括訂購項目、銷售金額、零售客戶姓名、地址、電話號碼、銷售日期、您的姓名、營業地址及營業電話等項目，並取得零售客戶書面同意蒐集處理利用其個人資料之單獨簽名。
- (b) 零售收據白色聯為零售客戶的收執聯。應於白色聯背面簽署及載明日期並交還給您。藍色聯為您的收執聯。您必須保存零售收據作為記錄並保存所有零售收據至少四年。

5.4 退款保證、退款和更換產品給零售客戶

- (a) 您必須給予零售客戶 7 個營業日退貨退款保證。因此零售客戶可以任何理由或要求，獲得按原訂購價格全數款項之退款。唯一的條件是零售客戶必須於購貨後 7 個營業日內提出退貨退款要求，並退回產品未使用的部份。您必須在收到零售客戶退貨退款要求後 10 天內就退回的產品退還貨款。即使超過 7 個營業日的退貨退款保證期限，公司仍鼓勵您接受零售客戶退貨退款或更換產品的要求。
- (b) (不適用)
- (c) 如果您的零售客戶直接從您處購買產品，並且您的零售客戶退回產品給您要求退款，則您有責任和必須為該零售客戶辦理退款，而不會從公司獲得任何補償。即使超過銷售日起 7 個營業日的期限，公司仍鼓勵您遵從您的零售客戶的退款要求。
- (d) 如果您的零售客戶直接從您處購買產品，並且您的零售客戶退回產品給您要求更換，則您有責任為該零售客戶辦理產品更換，及公司將只為在零售日起 30 日內退回及為有瑕疵的產品辦理產品更換。

6 銷售獎勵計劃

6.1 銷售獎勵計劃

公司已提供完整的銷售獎勵計劃給您。銷售獎勵計劃是合約的一部分，因此您應受其條款規定所約束。公司可隨時以 30 天前之通知以修改銷售獎勵計劃。現行有效的銷售獎勵計劃您也可以上公司網站 www.nuskin.com.tw 查詢。

6.2 銷售獎勵計畫的例外

公司有權酌情自行裁量對會員的獎銜予以停止、維持、晉升或降低，而不論其是否符合銷售獎勵計劃中各獎銜資格的要求，或放棄銷售獎勵計劃中任何其他義務或要求。除非另有公司的書面同意，公司可隨時基於各種理由終止列於本第 2 章第 6.2 節所授予的任何例外。

6.3 只靠保薦不能獲得獎勵

您不能只靠保薦其他人士成為會員而獲得任何獎勵。您的獎金、獎勵及獎銜只能透過您本人的努力、您和您的團隊會員成功零售產品而得來。

6.4 不保證收入

您不會獲得保證將有特定收入，亦不會獲得保證將有一定水平的利潤或成就。作為會員，獲得豐厚獎金獎勵需要為業務付出相當多的時間、努力和投入。經營您的會籍，您應該自行負責財務問題並務實地經營。你不應該 (i) 為了購買產品或業務輔銷品及輔助服務而導致負債，(ii) 還沒有等到您有信心能負擔此後的生活而現在即辭去您現有的工作，以及 (iii) 所支出費用超過您的獎金所得。這並不是“快速致富”的事業。您的利潤只能透過您及您的團隊會員成功零售產品而得來。

6.5 銷售獎勵計劃的操縱

維持銷售獎勵計劃的公正性對公司而言至關重要。您必須遵守銷售獎勵計劃所規定之條件，並且您不可以使用例如虛偽的身份證號碼、姓名、會籍編號的方式來購買多餘的產品以維持獎銜，您不可以囤貨或使用其他任何操縱銷售獎勵計劃所規定之條件及條款或其精神和立法原意的手段。

6.6 獎金

您除了從轉售產品中獲得利潤之外，您還可以依據銷售獎勵計劃，並依以下條件獲得獎金：

- (a) 如果您違反了合約，則您不能獲得任何獎金；
- (b) 公司有權隨時透過 30 天前之事先通知以修改獲取獎金的業績要求和決定獎金數額的規定；
- (c) 獎金可以電匯或公司選擇的任何其他方式支付；
- (d) 當公司延遲支付獎金時，不因此產生利息；並且
- (e) 每月產生的獎金數額須累計等於或大於 10 美元（或同等數額的當地貨幣）時，公司才會支付獎金。如果您終止您的會籍或您的會籍被終止，該尚未被支付的小於 10 美元（或同等數額的當地貨幣）的獎金將會被公司沒收。

6.7 必要的零售；零售的核查

除非您已核實在任何一個月銷售產品給至少 5 名不同零售客戶並遵守政策與程序及指南的規定，否則您沒有資格獲得獎金。您必須保留有關的銷售單據最少四年來證明您已經符合了上述零售要求。如公司要求您提供該等單據，您必須立即提供查核。如您未能提供該等單據，即屬違反合約之規定，公司有權收回就您未能提供該等單據之任何月份的訂單所發放的獎金。公司會經常審查會員是否符合本節的規定。為了保護您和公司權益，您必須事前向您的零售客戶取得因銷售行為可能須向公司揭露其個人資料的同意書。揭露的目的可包括：(i) 按照公司政策與程序做零售銷售證明或相關調查；(ii) 關於零售及公司零售客戶群的一般性資料蒐集；及 (iii) 公司為回應第三人的主張或保障權益，依據法律或法定程序規定向有權主張權利的第三方揭露該資料。我們建議您在銷售證明單上增加該同意事項。

6.8 時間安排

公司僅在規定期間的最後一個營業日或之前收到會員的產品訂單，才會將其列入該會員於該期間的獎金及品牌代表資格審核計算內。如會員所訂購的產品屬延期交貨，該產品之銷售業績將在產品運送後的期間才會列入獎金及品牌代表之考核計算內。

6.9 收回獎金

- (a) 除了其他在本政策與程序規定的收回獎金的權利外，公司有權要求您償還有關因下列產品所發給您的獎金及 / 或報酬（包括但不限於贈品或其他獎勵）：
 - (i) 依據公司的退貨退款政策所退回的產品或服務；
 - (ii) 與會員的不當行為有關的案件的退貨；
 - (iii) 公司的錯誤支付；
 - (iv) 如果您違反了本政策與程序第 2 章第 6.5 節的規定，除給予公司的任何其他補償外，不管您是為了保持品牌代表獎銜而購買或退回的產品數量，或違反本第 2 章第 6.5 節的任何其他行為，公司有權調整您在上述行為發生期間的獎銜和重新計算您的獎金。您必須返還公司依據上文計算並調整的獎金中已支付給您的超出部分。
- (b) 您有責任償還給公司任何獎金及 / 或報酬（包括但不限於贈品或其他獎勵）。公司有權收回上述獎金，收回方式可以是 (i) 要求您直接付款，或 (ii) 扣除現在或將來應得的獎金。
- (c) 此程序亦適用法律規定的退貨退款政策、或由於會員因行為失當、作不實聲明或其他特殊情況，導致公司需退還超出既定退貨退款政策所規定之款項。公司將根據每宗個別事件作出追回款項之決定。如果公司被要求退還超出既定退貨退款政策所規定之款項時，公司亦可向您收回因該退貨產品所支付給您的獎金及 / 或報酬（包括但不限於贈品或其他獎勵）。

6.10 付款的更正

確定支付給您的獎金是否正確是您的責任。如您發現支付給您的獎金有錯誤，您必須在收到獎金後 90 天內通知公司。如您未能在上述 90 天內通知公司有關獎金數額錯誤或獎金支付的爭議，您將被視為已經接受上述付款是全數支付並完全符合獎金計算週期內所獲得的獎金數額，同時您將沒有權利質疑獎金的支付或尋求支付任何額外獎金的權利。

7 產品責任的求償和損害賠償

7.1 賠償

第三人因產品瑕疵或使用產品導致損害，向您提出產品責任的求償時，除有本政策與程序第 2 章第 7.2 節限制之情形外，公司將賠償您因遭受求償所受之損害。

7.2 求償之必要條件

為了獲得損害賠償之保障，您必須於收到申訴後 10 天內以書面通知公司該求償有關之事宜。若您有下列任一情形時，公司對您將不負上述損害賠償的責任：(a) 違反合約；(b) 重新包裝、改變或不當使用該產品，或就產品之安全性、使用或效益所作之聲明或指示與公司現行核准之刊物、警告或產品標籤 / 標示所載者不符；或 (c) 未經公司書面允許，擅自為求償之和解或企圖和解。此外，公司對您負前述損害賠償責任之前提要件是您必須同意公司得獨自對該求償提出答辯者為限。

7.3 由您賠償

您同意就因您直接或間接 (a) 違反合約；或 (b) 重新包裝、改變或不當使用該產品，或就產品之安全性、使用或效益所作之聲明或指示與公司現行核准之刊物、警告或產品標籤 / 標示所載者不符，而致第三者所提出申訴，賠償公司。

8 銷售稅（不適用）

9 與公司其他組織聯繫

公司的事業機會不是建立在種族、性別、信仰、或政治聯繫上的。當您培訓您的團隊、銷售產品或推廣事業機會時，您不可以推廣、提倡、銷售、或推廣任何其他組織或個人的，不論是宗教、政治、商業、或社會或暗示任何公司與任何其他組織的聯繫之印刷品、書籍、或其他的材料。公司和會員會議、電話或任何其他聚會均不可 被用作推廣或表達個人信仰、其他組織、公司、事件或個人的論壇。

第 3 章 廣告宣傳

1 業務輔銷品和商標的使用

1.1 業務輔銷品的使用

除了本章第 4 節關於執行總監級品牌大使的業務輔銷品的例外規定外，您只能使用公司為推廣業務、產品以及銷售獎勵計劃而製作發行的業務輔銷品，並且您不可以自行製作或使用您自己的業務輔銷品。此外，因為各市場的法令和規則不同，您只可以使用已在核准經營市場核准使用的業務輔銷品。

1.2 商標和著作權的使用

(a) 公司商標和著作權的使用

公司的商標和著作權是公司的重要資產。公司對於這些商標和著作權的使用有嚴格規範以確保公司或會員的利益不受損害。除非有經本政策與程序規定特別授權或另外獲得公司的書面批准，您不可以使用公司已註冊或以其他任何方式存在的商標、著作權和其他智慧財產權。公司可以禁止任何業務輔銷品或其他媒體使用公司的商標或著作權。

(b) 損害賠償

除非經本政策與程序特別授權或經公司另行以書面批准，對於您以任何方式不當使用公司的商品名稱、商標、著作權和其他智慧財產權導致公司受有任何損害，您必須對公司負損害賠償責任。

2 產品聲明

2.1 一般的限制

您只可以依據公司所發行的業務輔銷品、公司刊物以及經公司批准您在已核准經營市場作業務宣傳使用的刊物內所刊載的聲明和說明作產品的聲明和說明。

2.2 禁止作療效的聲明

您不可以親自或透過、利用任何第三人作出任何療效的聲明，或表明或暗示公司任何產品是公司或任何政府衛生部門所配製、設計或批准以治療任何疾病或具備醫療效果。這些聲明將錯誤地暗示公司產品是藥物而非保養品或營養補充品。您也不可以親自或透過、利用任何第三人將公司產品與藥物作比較，或作出藥物或療效的聲明。由您親自或透過、利用任何第三人所作出的任何此類說明、聲明或比較，將導致您自己必須負擔法律責任。

2.3 禁止作出獲得美國 FDA 或其他法規批准的聲明

除了已於核准經營市場的其他任何政府衛生部門登記某產品，以及您所作的產品聲明均是真實且嚴格遵守該核准經營市場的法律規定，否則，您不應該親自或透過、利用任何第三人聲稱或暗示公司任何產品在美國已經獲得美國食品和藥物管理局或任何政府衛生部門，包括其他市場的當地監管當局或衛生部門的登記或批准。美國食品和藥物管理局以及各當地衛生部門不會要求或授予特別的批准給予公司所銷售的個別化妝品或營養補充品。當會員對有關於營養補充品或其他產品具有影響人體結構或功能，而對外宣稱產品效益或薦證個人使用心得時，該宣稱或薦證必須附帶以下的免責條款：

「本產品聲明並未經美國食品藥物管理局或任何其他當地監管當局或衛生部門評估。本產品並不用來診斷、治療、治癒、或預防任何疾病。」

「結構 / 功能」的聲明是用以描述營養補充品或食品成分的角色可以影響人體的正常結構或功能，舉例來說，“鈣質會增強骨質”。這樣的內容雖未經 FDA 預先批准，但必須為真實且不會造成誤導的結果。

若公司任何產品已獲得台灣市場監管當局或衛生部門的登記或核准，則在該監管當局或衛生部門核准可宣稱的功效範圍內，您可以就該已獲得登記或核准的產品作產品聲明。

2.4 使用產品前後的照片

只有那些已經獲得公司批准的照片和錄音錄影，才可以被公司考慮用來作為產品的薦證。

2.5 產品包裝的修改

您不可以修改公司任何產品的包裝、標籤、印刷品資料或任何產品的使用說明。您不可以對於公司產品的使用指示，擅自使用任何並非公司現行批准的印刷品所描述的文字。您作出的任何修改或說明可能導致您自己必須負擔法律責任。

3 收入聲明

3.1 禁止作誤導性的收入聲明

讓所有會員都完全受告知並對於成為會員可能的收入有合理而實際的期待是重要的。為了幫助所有會員的期待實現，您的各種商業活動均須遵守本第 3 節的規定。最重要的是您不可以明示或暗示方式作出對於收入機會的虛偽不實或誤導性的任何聲明，包括任何形式的收入保證。您亦不可以對外出示獎金支票的正本或影本，或其他獎金收入的記錄。

3.2 生活方式和收入聲明要求

如果能遵守以下所列的條件，您只可以作出有關生活方式的聲明（例如，我所經營的如新事業使我可以購買遊艇、辭掉工作、購買新房屋等等），或作出關於獎金獎銜或與您如新事業有關的收入聲明：

- (a) 必須是準確並且不會造成誤導的資訊；
- (b) 必須是根據您的經驗和實際的獎金獎銜，或您的直接上線或下線會員組織的經驗和獎金獎銜，或與公司或執行總監級品牌大使的業務輔銷品中資料相一致的資訊。
- (c) 必須是以會員以月或年度計算的賺取的獎金金額並以實際所賺取金額的百分比方式來陳述獎金聲明。
- (d) 您必須同時揭露與獎金聲明直接相關的最新會員銷售獎勵計劃概況；
- (e) 未獲得公司事先的書面批准前，您不可以就關於達到某特定獎金獎銜所需的時間作出任何聲明。
- (f) 如果您作出有關「收入」或「利潤」，而不是「獎金」或「獎勵」的聲明，您必須扣掉您獲得這些收入所支出的金額；及
- (g) 如果您就有關獎金獎銜作出聲明，您必須註明上述金額是在扣掉與開展業務有關的支出之前的總金額。

4 執行總監級品牌大使製作的業務輔銷品

4.1 執行總監級品牌大使的業務輔銷品

為了維護直銷網路的誠信，並確保業務輔銷品及輔助服務只由對公司及產品具有豐富經驗和知識的會員製作、利用和發行，只有執行總監級品牌大使可以製作、利用和發行他們自己的業務輔銷品及輔助服務。執行總監級品牌大使只有在遵守本政策與程序的條款，包括但不限於，本第 3 章第 2、3、4.3 和 4.4 節以及附錄 B 的規定時，執行總監級品牌大使才可以製作自己的業務輔銷品及輔助服務以供給他們自己及其他會員使用。執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務僅能在已報備的特定核准經營市場內使用。為本第 3 章的目的所須，執行總監級品牌大使是指具備以下條件的會員而言：(i) 目前是積極活動狀態的執行總監級品牌大使，(ii) 已經成為執行總監級品牌大使獎銜至少 3 個月，和 (iii) 沒有重大的違反合約的行為。

4.2 禁止宣稱已被公司核准或背書

雖然公司允許執行總監級品牌大使製作、利用和發行執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務給其他會員使用，但您必需明白這些執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務是由執行總監級品牌大使自行獨立製作而並非由公司製作、背書、推薦或核准。如您選擇購買或使用執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，公司 (i) 對您沒有退貨退款和換貨的責任或義務，和 (ii) 不保證執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務符合所有現行適用的法律和法規要求。並且，購買上述資料不是必須的並且不保證該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務對您的業務會有重大的助益。您應該自己仔細考慮是否要購買該業務輔銷品。您不應該花費超出根據銷售獎勵計劃您目前的獎金獎銜所能支付的能力範圍來購買上述執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

4.3 業務輔銷品的授權協議書

在製作任何執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務前，執行總監級品牌大使必須簽署和遞交一份授權協議書給公司。該授權協議為期 2 年，如果您希望在期滿後繼續製作和使用您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，則您必須向公司申請為授權協議書續期。該授權協議書授予您使用某些公司的商標和商品名稱的權利，並且制定了一些您為了製作業務輔銷品及輔助服務及使用公司的商標必須同意遵守的條款和條件。

4.4 執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的報備

根據本政策與程序的附錄 B，在使用或發行任何執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務之前，執行總監級品牌大使必須向公司報備該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，並將從公司得到一份關於該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的報備通知。

4.5 執行總監級品牌大使的銷售；目的

執行總監級品牌大使銷售其業務輔銷品及輔助服務給其他會員，必須遵守本政策與程序及其附錄 B 的規定。銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及服務的目的僅是為了推廣公司產品和業務以及為了協助、培訓和激勵其他會員推廣公司產品和業務。

4.6 會員組織

只有執行總監級品牌大使的會員組織才能提供正式的資料、培訓、網站訂閱、業務輔銷品及輔助服務或提供其他業務推廣工具。會員組織必須遵守公司所規定的相關會員組織管理指導原則。執行總監級品牌大使作為會員組織的主要組織者，(i) 必須以書面通知公司關於會員組織的成立，和 (ii) 必須負責確保會員組織遵守上述指導原則。

5 大眾傳媒：一般的廣告宣傳

5.1 禁止利用大眾傳媒進行推廣宣傳

您不可以使用任何形式的媒體或者其他大眾傳播廣告，包括網路上的大眾傳播廣告來推廣公司產品。包括在電視節目上的新聞故事或促銷報導、新聞廣播、娛樂節目、網路廣告等。會員只能透過個人聯繫或使用公司製作發行或由會員根據本政策與程序製作發行之刊物宣傳產品。在允許進行該項宣傳的管轄區域，您可以進行一般性的業務機會宣傳，但仍必須以符合公司政策與程序的方式進行。

5.2 媒體採訪

非經公司事前具體之書面許可，您不可以透過與任何媒體之採訪、出版品、新聞報導，或透過任何其他公共資訊、商業、或產業資訊之來源等方式推廣相關之產品或業務機會。上述出版品包括私人出版品、付費之會員刊物或私人團體之出版品。您不可以代表公司接受媒體採訪，並且不可以聲稱您已獲得公司的授權作為代表接受採訪。任何媒體接觸或詢問均應轉介到本公司之公共關係部門處理，電話號碼是 02-8752-8888行銷處。

5.3 電話號碼簿的廣告

為了在您所屬地區的電話簿黃頁刊登廣告，或於該地區電話簿白頁或經由網路電話簿刊登您的姓名，在您簽署刊登廣告的合約前，您必須是曾為或現為經理級品牌大使或以上獎銜的會員。

- 電話簿白頁中之廣告只限兩行，並須刊登「某某（您的姓名），Pharmanex（或“NU SKIN”）會員」及電話號碼。不得刊登粗體字和醒目大字排印的廣告。該廣告必須只以直銷商會員個人名義刊登。
- 電話簿黃頁中之廣告只可以刊登於「營養」的廣告類別或其他經公司批准之廣告類別。

5.4 宣傳資料之派送

所有宣傳資料，包括但不限於廣告傳單、名片以及根據本政策與程序之附錄 B 報備的執行總監級品牌大使的業務輔銷品，只可透過個人聯繫方式派送。宣傳資料不可以張貼在公眾場所、大量郵寄或傳真、放置在停泊車輛上、投入郵箱，或以任何其他非個人聯繫之其他方式散佈。

6 零售店、商業展覽，及服務性相關機構政策

6.1 零售店

您不可以透過零售店，如健康食品商店、雜貨店及其他類似機構，銷售公司產品及 / 或推廣公司的事業機會。依據第 2 章第 5.2 節的規定，您亦不得對準備購貨後再利用零售店、雜貨店或其他類似機構銷售的任何人士銷售或提供產品。

6.2 攤位形式的商業展覽

您不可以跳蚤市場、舊貨市場、物品交換站、超級市場、健身中心、競技聯賽和遊戲、購物中心或任何其他可展示公司產品或推廣公司事業機會的類似場合以攤位形式展示公司產品和事業機會。

6.3 服務性相關機構

如果您擁有或受僱於服務性機構，只要您根據合約規定，持續提供適當的服務給予您的客戶，即可在該機構內為客戶提供公司的產品。無論在任何情況，公司的產品廣告招牌或其他宣傳材料均不可以公眾可以看到的方式在該機構展示，以吸引公眾入內購買產品。

- 所謂服務性相關機構，是指該機構的主要收入來源是靠提供個人服務，而非靠銷售產品，且其客戶必須擁有會員資格或預約才可享用服務之類似機構。
- 會員可以透過提供與產品相關之服務性相關機構銷售產品。例如，PHARMANEX 的產品可透過醫生的診所、其他專業健康保健組織、健康俱樂部或健身房銷售。NU SKIN 產品可透過理髮店、美容院、指甲美容店或護膚中心銷售。

6.4 公司擁有最後決定權

公司保留可自行裁量對機構是否屬於服務性相關機構，或是否係銷售產品的適當地點，作最終決定之權利。

7 網際網路

7.1 使用網際網路推廣會員業務

只有獲得本政策與程序的第 3 章第 7.2 節或第 7.3 節規定的授權，而且也同時符合本政策與程序的規定包括第 3 章第 2、3、4 和 5 節的規定，以及公司制定的網際網路之書面指導原則時，您才可以使用網際網路推廣公司的產品。公司禁止其他以使用網際網路的方式推廣公司、產品或銷售獎勵計劃。

7.2 許可的網路活動

所有會員可以使用以下的網路活動：

- (a) 您被允許使用公司製作的會員網頁。
- (b) 您可以使用一般 (i) 商業機會推廣網站，或 (ii) 動態網頁與公司網站連結。這些一般網頁的內容不能含有公司的商標或其他有著作權之資料，也不可以含有公司、其產品或其業務的資訊、或產品或公司設施 / 人員的照片。這些網站也不可以含有任何虛假或誤導性的資訊。
- (c) 您可以使用可讓網路訪客共同參與資訊分享的網際網路平台，包括社群網站、部落格網誌、資訊分享媒體和其應用以及其他主要內容可讓使用者參與使用以發佈資訊內容、論壇、佈告欄、網誌、維基和 podcasts (例如 Facebook, Twitter, Flickr 等) 的網站，來從事以下活動：(1) 交流有關公司的基本資料或您參與公司參與業務活動的情況 (2) 指導使用者進入公司網際網路行銷網站或已報備的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站以及 (3) 張貼公司已批准的公司製作的業務輔銷品於個人部落格網誌或社群網站。然而，這樣的交流和使用必須是 (i) 附隨於該論壇、網址、部落格網誌、佈告欄、維基或 podcast、或其他形式的網路使用且不可為該網頁之主要內容；(ii) 不可以是網際網路行銷網站。如本章第 7.3 節的規定，只有執行總監級品牌大使可以擁有網際網路行銷網站。公司有權自行決定是否允許您依據本節規定使用網際網路或是否您所使用的網站是屬於被禁止的網際網路行銷網站。此外，您必須遵守公司所公告就管理網際網路使用的指導原則。上述指導原則可能適時變更並且您有責任了解現在的指導原則並據以遵守。如有違反，公司除了可以要求您立即移除違反公司政策之任何資訊或行銷網站外，並得依照本政策與程序第 6 章的規定對您的會籍進行處分。

舉例：非執行總監級品牌大使被允許使用網際網路

如您擁有個人 Facebook 網頁並張貼各種資訊，您可以張貼有關您是如新的會員、您參與的如新活動的資訊、如新的基本資料和指導讀者進入本公司網際網路行銷網站或已被核准的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站以獲取更多資訊。

舉例：非執行總監級品牌大使不允許使用網際網路

Facebook 網頁的內容主要是介紹如新，包括張貼行銷資料例如錄影或使用前後對比的照片，或如果使用公司商標的粉絲專頁或類似的網頁，將被視為是網際網路行銷網站，並且將被認定是非執行總監級品牌大使的違規行為。

部落格網誌或者社交網站主要介紹產品或事業機會，例如那是您張貼和討論的重點、以如新商標或口號命名或使用行銷資料內容，將被視為是網際網路行銷網站，並且將被認定是非執行總監級品牌大使的違規行為。前述例子只是舉例說明，並非是允許或不允許使用網際網路或條件或因素的完整資料，公司得自行裁量以決定該網際網路的特定使用情形是否是網際網路行銷網站以及是否違反本政策與程序。

7.3 執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站

為了維護網路的健全，以及確保網際網路上的行銷內容只由對公司及其產品具有豐富經驗和知識的會員所建立及張貼，只有執行總監級品牌大使（如本第 3 章第 4.1 節定義）可建立或擁有網際網路行銷網站。該網際網路行銷網站將視為業務輔銷品及輔助服務，並且必須遵守本第 3 章第 4 及 5 節規定。除了本政策與程序第 3 章第 4 節關於執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的規定外，執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站應遵守以下規則：

- (a) 您必須遞交一份執行總監級品牌大使網際網路行銷網站的報備申請書並且獲得一份該執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站的報備通知；
- (b) 如果在執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站上張貼未事先經公司核准報備的有關公司、其產品、或事業機會 / 銷售獎勵計劃的任何資料，您必須立即通知公司；
- (c) 可以供下載的資料，例如 PDFs 檔案、錄影、圖片、簡報和其他檔案文件被視為是另外的業務輔銷品，因此在您張貼在您的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站之前，您必須向公司申請報備並須獲得報備通知；
- (d) 張貼在執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站上的任何收入聲明必須包含公司會員獎金概況的最新版本，並且必須符合本政策與程序第 3 章第 4 節的所有關於收入聲明的規定；
- (e) 未獲得公司的書面同意，您的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站總頁數不能超過 50 頁。您必須提供公司有關登入您的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站的任何部份所需要的任何用戶姓名或密碼；您必須事先在您的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站入口處（或登入前）與登入者約定隱私及授權條款，告知登入者他們的姓名及密碼可能會歸入公司存檔，並在與如新業務有關範圍內被公司使用。您必須在登入同意的情况下，才可以將登入權限開放給登入者；以及
- (f) 如果公司通知要求您移除或刪除的執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站上的資料，或修改或增加資料，例如收入的免責聲明，您必須在 24 小時內（或公司可自行決定的更短期限）完成所要求的變更或先關閉執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站迄至完成所要求的變更為止。

7.4 網際網路的附加使用限制

所有會員網頁，無論是執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站或公司製作的會員網頁，以及本政策與程序所允許的任何其他形式的網站使用，包括網際網路錄影和音像、資訊分享媒體和其他主要由使用者參與並可由使用者發佈內容的網站必須遵守下列規則：

- (a) 除非是公司製作的可複製的網站例如如新集團夢想，否則您不可以使用或散佈複製的網站；
- (b) 您不可以為公司為您代管的網站上特有之網域名稱 / URL（網站來源位置）或 meta-tags 內使用任何公司所擁有或第三人的智慧財產或專有資訊，或以任何其它網路形式的使用，包括但不限於，標籤、連結、網誌名稱、社群網站、社交媒介和申請，和其他主要由使用者參與和使用者發佈的內容、論壇、資訊公告欄、網誌、維基和 podcasts 的網站（例如 Facebook, YouTube, Twitter, Wikipedia, Flickr），或當作「背景圖案」；
- (c) 未經所有權人書面許可，您不可以任何公司所擁有或第三人的智慧財產或專有資訊（例如商標、商品名稱、商業秘密以及著作權資料）在搜尋引擎或網路指南登錄其網站；
- (d) 您不可以使用網際網路搜尋引擎或網頁目錄中所提供的贊助連結或付費廣告；
- (e) 您只可以透過一對一之個人連繫方式推廣您的網站或網頁；並且
- (f) 您只可以從其他已經獲得公司批准報備的網站提供連結到您的網站或網頁。

7.5 網路影像和音像資料

您不可以發佈任何建立、製作、屬於或有關於 (i) 公司、其產品、其銷售獎勵計劃或會員，或 (ii) 您或任何第三人發佈在任何網站上的任何影像或錄音資料。除非您已經獲得公司事前的書面授權或上述發佈的內容為本第 3 章第 7.5 節所特別許可。上述限制，包括但不限於，公司員工、公司或會員主辦的活動、會議、培訓或銷售發表會的影像或音像記錄。本規則的例外規定是公司特別授權已經向公司報備並獲得報備通知可以在網路上張貼公司所製作的影像及音像資料的執行總監級品牌大使，可以在其網際網路行銷網站上發佈公司製作的影像和音像介紹。

7.6 網路銷售

公司產品之網路銷售只可以透過公司網站進行銷售而不能透過會員任何種類的網站或任何其他網際網路形式進行銷售，包括網路影像和音像、社群網站、社交媒介或申請、及其他主要為使用者參與或使用者發佈資訊的論壇、資訊公佈欄、網誌、維基及 podcasts（例如 Facebook, YouTube, Twitter, Wikipedia, Flickr）。執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站可以連結至公司網站。禁止網路銷售的項目包括但不限於，網路拍賣和分類廣告網站例如 ebay.com 或 craigslist.org。

7.7 垃圾郵件

您必須遵守所有關於發送電子郵件的所有法律，而且您有責任了解和遵守所有相關法律的規定及要求。您不可以未經請求，發送關於您的網站或會籍資訊的郵件給一些沒有要求獲得有關公司事業機會或產品資料的人士。如某位人士以前同意接收關於事業機會和 / 或產品的電子郵件資料，而後來要求您停止發送郵件，您必須立即尊重此要求。

8 有關人士的資料轉介服務；不得收取演講費

8.1 有關人士的資料轉介服務（不適用）

8.2 不得收取參加會議費用、演講費用

您不可以收取因參加任何會員會議演講的酬勞。然而，您可以報銷您為了參加該會議和演講而支出的合理費用（例如旅費、住宿費、膳食費）。如果您是該會議或其他聚會的主辦人，您可以向參加會議和聚會的會員收取一定的費用，但該筆費用必須不得超過舉辦上述會議或聚會的必要支出。

21

9 禁止對公司的活動或員工活動錄音或錄影

如果僅為您個人使用，並且不會以任何格式或媒介張貼、分發、複製或廣播，及不會在任何場合展示給任何其他會員、潛在的會員或客戶，您可以對任何公司主辦的活動進行錄音或錄影，或對公司任何員工或其他代表在任何會議、活動、或其他場合所做的任何談話或其他演講進行錄音或錄影。除了在本第 9 節中所描述的僅為個人使用而錄製外，未獲得公司事先書面同意前，您不可以對公司主辦的任何活動進行錄音或錄影、也不可以對公司任何員工或其他代表在任何會議、活動、或其他場合所做的任何談話或其他演講進行錄音或錄影。

第 4 章 保薦

1 如何成為保薦人

1.1 要求

您必須符合合約規定的所有條件，並且願意承擔合約中所規定的一切責任，才可以成為保薦人。

1.2 新會員的加入安排

您可以推薦想要成為公司會員的人士，向公司遞交一份會員協議書。公司接受申請人的會員協議書後，申請人即成為該會員協議書所載明的保薦人之下線會員。雖然您新保薦的會員可以被列入為您的團隊，但此並不會使您在該會籍中擁有任何形式的所有權益或獲得有關該會籍的任何資訊。所有會員均是直銷網路的一部分，該直銷網路和有關該直銷網路的資訊是公司獨有的資產而非保薦人所有。

1.3 會員入門錦囊

當您為其他人介紹事業機會時，您必須完全清楚說明成為會員的唯一財務要求是購買一份非營利性的會員入門錦囊。購買會員入門錦囊不會產生獎金。

1.4 公司轉介資料

當公司收到關於公司產品或事業機會的諮詢時，公司有權酌情將該諮詢人轉介給會員。

2 保薦人及領有下線業績獎金之會員的責任

2.1 培訓團隊

您必須以符合合約規定的方式督導、培訓、支持、和持續不斷地聯繫 (i) 您所保薦的任何會員，和 (ii) 您的團隊。您的責任包括但不限於：

- (a) 定期提供您的團隊有關零售及組織的培訓、指導及鼓勵；
- (b) 盡您的全力確保您團隊的所有會員充份明瞭和遵守合約的條款和條件以及適用的市場法律、條例及規則。
- (c) 為客戶與任何您的團隊成員產生的糾紛加以調停，並力求迅速而友善地予以解決糾紛；
- (d) 與您的團隊保持聯繫並隨時為他們解答問題；
- (e) 提供培訓以確保您團隊所舉辦的產品銷售及創業機會會議符合合約規定、公司現行文件以及符合任何現行適用的法律、條例和規定；
- (f) 監督您親自保薦的人員和您團隊的活動，並真誠地與公司合作以避免他們違反政策與程序規定以及操縱銷售獎勵計劃；
- (g) 督導和協助您的團隊努力銷售公司產品給零售客戶；以及
- (h) 對於公司對您團隊的調查，充份合作。根據公司的要求，提供任何有關調查的所有相關資料。

2.1.1

如果會員在經公司判斷下，被認為已違反合約（包括但不限於本政策與程序第 3 章第 6 節及第 7 節）並因而受到公司的紀律處分時，公司有權自行裁量以公司認為適合的方式，向上線會員追回他們因這些違約會員之銷售或違約行為而領有的獎金或其他利益（追回的方式包括但不限於：原形利益之追回、價格之追回、直接扣抵其本來可受領的獎金或利益等等），並得同時對該等上線會員採取紀律處分。

2.2 跳線

您不可以鼓勵、慫恿或協助另一會員轉換到另一個保薦人之下。如有此等行為，即是對公司和各會員的合約關係構成不當及不合理的干預。上述禁止事項，包括但不限於，為其他會員提供財務上或其他有形的獎勵，使其終止現存的會籍後，重新加入在另一個保薦人之下成為會員。您同意此規定之違反將會對公司造成不可彌補的損害並同意公司採取禁制措施是為了避免此等損害的適當補償方式。公司亦可對教唆或慫恿現存會員更換保薦人的會員以及違規更換保薦人的會員加以處罰。

2.3 不強制要求購買產品或業務輔銷品及輔助服務

成為會員的唯一要求是購買一份非營利性的會員入門錦囊，購買此會員入門錦囊不會產生獎金。您不可以要求任何會員或準會員購買任何產品或任何業務輔銷品及輔助服務或暗示任何上述的購買是必須的。

2.4 填寫在公司表格資料的正確性

您不可以鼓勵或協助任何會員或準會員在他們的會員協議書或任何其他公司的表格中提供虛假的或不準確的資料。

2.5 您的團隊與公司溝通

您不可以任何原因阻止、試圖阻擋或阻擋任何會員直接與公司聯繫，或阻止公司與會員聯繫。當您的團隊中的任何會員或公司提出相關要求時，您有責任為您的團隊的會員與公司之間的聯繫提供便利的溝通管道。

2.6 誠實告知義務

您於介紹他人參加公司會員組織時，不得就下列事項為虛偽不實或引人錯誤之表示：

- (a) 公司之資本額及營業額；
- (b) 公司會員制度及會員參加條件；
- (c) 多層次傳銷相關法令；
- (d) 會員應負之義務與負擔、退出公司會員組織之條件及因退出而生之權利義務；
- (e) 公司產品或服務有關事項；
- (f) 公司於會員解除或終止合約、辦理退貨時扣除買回產品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由；或
- (g) 其他經主管機關指定之事項。

2.7 其他禁止行為

您對於由您介紹參加之會員或準會員，亦不得為下列行為：

- (a) 以訓練、講習、聯誼、開會、晉階或其他名義，要求繳納與成本顯不相當之費用；
- (b) 要求繳納顯屬不當之保證金、違約金或其他費用；
- (c) 促使購買顯非一般人能於短期內售罄之產品數量。
- (d) 以違背公司銷售獎勵計畫之方式，對特定人給予優惠待遇，致減損其他會員之利益。
- (e) 不當促使購買或使其擁有二個以上的會籍；
- (f) 其他要求會員或準會員負擔顯失公平之義務；或
- (g) 以不當方式阻撓辦理退貨。

3 國際性業務

3.1 國際性業務

根據本合約，您可以在任何核准經營市場開展會員的商業活動。如果某市場是一個未核准經營市場，則您僅可以提供名片和主持、組織或參與包括您在內不超過 5 人的聚會。您不可以使用廣告傳單、推銷電話、寄發大量電子郵件、廣告或大量招攬等任何方式以增加聚會的參加人數。在未核准經營市場，您不可以：

- (a) 以任何形式進口或為幫助進口、販賣、贈與或經銷公司產品或產品樣本；
- (b) 除公司特別指明任何可在未核准經營市場內發放的業務輔銷品外，放置有關公司、公司產品或事業機會

- 的任何形式的廣告或發放任何宣傳性資料；
- (c) 為使未核准經營市場之人民或居民承諾參與事業機會、受特定保薦人之引薦或參與特定之保薦權利而招徠或研商任何協議。再者，會員不得在核准經營市場簽署未核准經營市場之人民或居民為下線，或使用核准經營市場之會員協議書簽署未核准經營市場之人民或居民為下線，除非此未核准經營市場之人民或居民在核准經營市場具有永久居留權及合法之工作許可。前述居留權或合法之工作許可應由保薦之會員負責證明。在核准經營市場參與或擁有任何公司、合夥企業或其他法人組織，並不表示符合擁有居留權或合法工作許可之要求。如公司查證其工作和居留許可時，而會籍參與人無法提供資料，則公司得自行裁量宣告其會員協議書自始作廢無效；
- (d) 為公司的產品或事業機會包括承租、出租或購買用以推廣或經營公司相關業務為目的之設備而接受金錢或其他對價、或與任何潛在會員本人或其代理人進行金錢交易；或
- (e) 推廣、協辦或進行任何型態的活動，而該活動逾越本政策與程序的限制規定，或該活動經公司自行裁量被認為抵觸公司拓展國際市場的商業利益或商業道德。

3.2 在核准經營市場與來自未核准市場參加者的聚會

如果您與未核准經營市場的人在核准經營市場聚會，該參加聚會的人應遵照他們擁有居留權和公民權的未核准經營市場的所有法律規定。這表示，他們不可以遞交會員協議書以成為會員或購買產品以進口到未核准經營市場（包括為個人使用的目的）。

3.3 國際保薦協議書

如果您希望在您未獲居留權的核准經營市場開展業務，您必須遵守核准經營市場所有適用的法律，包括但不限於，所有的出入境、簽證、和註冊法規。另外，在您未獲居留權的某核准經營市場開展任何商業活動前，您必須簽署一份國際保薦協議書。如果在您提交您的會員協議書時在國際保薦協議書一欄未勾選「不同意簽署」者，則視為您同意簽署國際保薦協議書。公司自行保留權利拒絕或撤銷您在某核准經營市場作為國際保薦人的授權。如果您已經同意簽署國際保薦協議書，公司同意您有權除了在您原居市場以外還可在某核准經營市場保薦新的會員。然而，國際保薦協議書並不授予您在您原居市場以外的某核准經營市場銷售產品的權利。

3.4 中國大陸

公司在中國大陸的營運模式與任何其他市場採用的營運模式不同。中國大陸不是一個核准經營市場，在您開展業務前必須明白並遵守公司已在中國大陸開展業務的地區所有的現行的法規和政策。

3.5 預先開發市場的明文禁止

公司保留禁止在指定的市場中從事任何預先開發市場的經營行為的權利。您每次在任何未核准經營市場進行預先開發市場的活動前，均有責任透過其與公司目前的聯絡人先行查證其所計畫進行業務活動之市場並非列為禁止活動之市場。

3.6 救濟方法

除合約所允許的其他救濟方式外，如果您違反本第 4 章第 3 節的規定，公司得禁止您在公司認為適當的一定期間內經營該國際市場，並可以採取第 6 章規定的補救措施。此項禁止得包括但不限於：限制您在該特定國際市場中不得保薦新的會員；您及您上線不得領取您及您團隊在該國際市場中獲得之業績獎金。不超過一年之期間內，您在所有市場中不得享有傳統上給予會員之特權，例如在公司活動或公司刊物中的表揚。

3.7 申請許可參加的申請書

因未遵循本第 4 章第 3 節之規定而被禁止參與特定市場之會員，在禁止期間過後，必須以書面向公司申請書面許可，始可加入該特定市場。

3.8 其他權利不受影響

本第 4 章第 3 節之規定不影響公司依本政策與程序或合約之其他規定所享有之權利。

第 5 章 限制性契約

1 會員網路的所有權

您明白並且同意：(i) 會員網路是公司所專屬且具有價值的商業秘密，該等資產應受到保護；(ii) 當會員透過會員網路推廣公司授權的商業活動及公司產品，該會員網路已成為公司及會員的專屬利益；(iii) 保護會員網路是公司和會員獲得成功的根本；(iv) 違反本第 5 章規定的條款義務將造成公司和其會員不可彌補的傷害。基於前述內容，您同意您違反本政策與程序中的第 5 章的行為將對公司、其會員及客戶的合約關係構成不必要和不合理的干預，並會對公司的誠信和會員網路造成損害。

2 限制性契約

2.1 禁止招攬

- (a) 銷售第三人的產品和服務。您不得以任何方式直接或間接地，向會員網路的會員宣傳、推銷或銷售另一營利事業或個人的產品或服務，除非您與該會員在成為公司的會員之前已先建立了業務關係。例如，假如您擁有一間美髮沙龍，且身為會員的您保薦了您的一位客戶成為會員，則您可以在您的沙龍繼續向該客戶銷售您的服務和美髮產品。儘管如此，在未獲得公司事前的書面同意之前，您不可以將第三人的產品、服務或事業機會與公司產品的銷售結合，或將公司產品銷售與第三人的產品、服務或事業機會一起包裝、或在公司或會員會議、電話或任何有關公司的其他聚會上提供或推廣第三人的產品、服務或事業機會。
- (b) 招攬公司會員或客戶加入其他直銷公司。您不可以任何直接或間接的方式招攬、慫恿或保薦任何會員或客戶與其他直銷公司 (i) 建立關係；(ii) 推廣、銷售或購買產品或服務；(iii) 參加成為銷售人員；(iv) 或有聯繫，或鼓勵任何會員或客戶有上述行為或終止他們與公司的關係。
- (c) 義務的延續。在您離開、終止、轉讓或您的會籍的所有權狀態有任何變更後的 2 年期間內，您在本節所負的義務將仍然有效。
- (d) 禁制令救濟。除了其他對公司的損失補償金以外，暫時的或永久的禁制令救濟是防止會員網路和公司之受到損害的適當救濟方式。

2.2 排他性

- (a) 您明白並同意，達到經理級品牌大使或更高獎銜的會員或會籍和任何在該會籍中享有受益權的人士（包括配偶及同居人），或公司將予以獎勵、公開表揚以及提升其為重要的會員領導人，公司合理地期待您僅能夠銷售公司的產品、培訓您團隊的會員和推廣公司的業務。因此，您能領取您團隊的第 3 至 6 代品牌代表的獎金和獲得公司活動上表揚經理級品牌大使或更高獎銜會員的表揚的條件是您不可以從事任何其他直銷公司的任何商業開發活動。
- (b) 身為公司的經理級品牌大使或以上獎銜的會員期間，如果您、您的配偶、您的同居人或在您的會籍享有受益權的任何人士，(i) 從事任何其他直銷公司的商業開發活動，或 (ii) 不管您的第一代下線中有多少品牌代表或您是否已達到領取第 3 至 6 代獎金的其他資格，在您從事上述其他直銷公司的商業開發活動，您將喪失領取任何您團隊的第 3 至 6 代的品牌代表獎金之資格。
- (c) 在您開始從事任何其他直銷公司的商業開發活動後 5 個工作日內，或在您得知在您的會籍中享有受益權的任何人已從事其他直銷公司的商業開發活動後 5 個工作日內，您同意您會通知公司有關您、您的配偶、您的同居人或在您會籍中享有受益權的任何人已從事其他直銷公司的商業開發活動。此外，您亦同意由於您從事其他直銷公司的商業開發活動，您將沒有資格獲得前段所述的第 3 至 6 代品牌代表獎金。您亦同意：(i) 不論您是否已經依照本條第 (c) 款的規定通知公司，您必須負責將在從事其他直銷公司的商業開發活動期間公司已支付給您的品牌代表獎金退回給公司，和 (ii) 如果您未能履行上述責任，公司有權自您依銷售獎勵計劃中在過去、現在或未來可能獲得的任何其他獎金中扣除之以抵銷此相應金額。如您未通知公司您從事其他直銷公司的任何商業開發活動，將被視為違反本政策與程序規定以及可能導致公司採取其他行動，包括終止您的會籍。

2.3 機密資料

作為會員，您將有機會接觸到公司具有業務專屬性、高度敏感性以及具有商業價值的機密資料，提供給您機密資料的目的僅限於是為公司產品的銷售和招募、培訓、和推薦有興趣成為會員的第三人以及進一步建立和拓展您的業務。您和公司均明白並且同意：除非您遵守保密義務，否則公司不會提供給您任何機密資料。在會員協議書履行期間以及會員協議書終止或期滿後的 4 年內，您不可以任何理由，以自己或任何其他人的名義，從事以下活動：

- 直接或間接地向任何第三人透露與公司會員網路或有關的任何機密資料；
- 直接或間接地揭露登入會員網路的密碼或其他登入碼；
- 使用這些機密資料與公司相競爭，或使用於非推廣公司業務的任何目的；
- 招募公司或會員網路的任何會員或客戶，或以任何方式試圖影響或誘使公司的任何會員或客戶以改變其與公司的業務關係；
- 在會員協議書有效期間內使用或向其他人揭露任何與會員網路有關或會員網路的機密資料；或
- 招募或企圖招募現任的會員加入其他直銷公司。

當您的會籍不再存續或終止後，您應立即銷毀或退還所有的機密資料予公司。本 2.3 節的義務將於會員協議書終止或有效期間到期後繼續有效。

2.4 會籍資料的保密

作為會員，為了協助您提供業務支援給其他會籍和其團隊，公司有權決定是否提供有關其他會籍和其團隊的資料給您。但此等資料屬於高度機密且您不可以揭露某會籍和他的團隊的資料予其他會員或任何其他第三人。為了獲得上述資料，您必須明確地表示同意上述限制並且瞭解，除非您簽署保密，否則公司不會提供其他會籍和他們的團隊的資料給您。

2.5 禁止誹謗

鑒於您作為會員而接受公司的表揚、領取獎金和其他獎勵，您不得誹謗公司、任何其他公司或人士，包括但不限於其他會員、公司產品、銷售獎勵計劃、政策與程序或公司員工。前述誹謗行為可能會導致您的會籍被公司終止。

2.6 救濟措施

您明白並同意公司將會因您違反本第 5 章第 2 節的任何未經授權的揭露或使用機密資料規定，包括會員網路、或招募另一現任會員加入其他直銷公司等違規行為而造成無法彌補的傷害，而金錢賠償金並不足以彌補公司的損失。因此，如果您違反了本第 5 章的任何規定，公司有權在未事先通知您之前禁止或暫時限制您訂貨、限制任何未經授權的揭露或使用機密資料和其他可行的補救辦法，包括損害賠償。在任何此類行動中，如果公司勝訴，您同意賠償公司因採取法律行動所支付的全部費用和合理的律師費。您放棄因被暫時限制訂貨及 / 或禁制令而要求公司賠償所有相關損害的要求。

2.7 強制性

如果本第 5 章的任何條款規定被有管轄權的法院或仲裁人視為或決定為超過所應適用的法律規定而應有所限制，則本政策與程序的其他部份仍將被視為在最大範圍內具有效力和執行力；且該等被有管轄權的法院或仲裁人視為應有所限制的條款，得在其受限制範圍內，最大程度被解釋為合法有效。本第 5 章其餘的禁止和保護條款亦將繼續有效。

第 6 章 合約的履行

1 合約

您同意您和公司的關係完全建立在書面合約的基礎上。公司根據政策與程序的規定，有權修訂合約。除非您和公司共同以書面簽署修訂合約，否則您不可以修訂合約。您或公司都不可以宣稱合約 (i) 因任何實務做法或交易方法或行動方針而被更改或修訂，(ii) 被公司的行政人員或僱員作口頭更改或修訂，或 (iii) 您與公司之間有準合約或暗示有事實合約關係。

2 會籍中參與人的行為

會籍內的任何參與人、配偶、合夥人或代理人的行為將被視為是該會籍的行為並受合約的條款和條件所拘束。

3 調查程序、紀律和終止

3.1 涉嫌違規的舉報

所有違規案件的舉報必須由得知違規行為的人士，以書面形式向公司的會員紀律委員會提交檢舉報告。公司同時也會透過獨立的管道或內部調查該涉嫌違規案件。公司可以根據內部的調查在任何時候採取行動而不受本第 6 章第 3.2 節所規定的時間限制。

3.2 舉報違規的時效

為了防止因追究過期違規事件而導致會籍和公司的商業活動受阻，公司將不受理任何未於違規情事第一次發生後 2 年內向公司的會員紀律委員會作書面舉報的違規案件。違規行為將被視為「爭議」，並在附錄 A 的定義中進一步明確解釋。

3.3 隱私權的平衡

公司的調查程序和爭議解決程序的目的係為了在您的隱私權、其他會員的權利和公司的權利之間取得平衡。因此，在爭議被提交到仲裁之前，當公司認為必要時，公司會將所收到的所有資訊和證據只向您和其他涉及爭議的會員揭露。在揭露任何資訊前，公司會考慮 (i) 爭議的複雜性；(ii) 平衡隱私權和揭露義務的責任。如果爭議被提交仲裁，所有資訊和證據將根據第 7 章爭議的仲裁所規定的規則和程序予以提交。

3.4 程序

您根據合約所享有的權利取決於您是否遵守合約中的所有義務。如果公司經調查後決定您確實有違反合約的條款規定，則根據爭議的性質，公司可自行裁量進行以下程序：(i) 立即終止您的會籍或採取本第 6 章第 3.7 節規定的任何其他適當措施；(ii) 根據第 7 章規定，直接交付仲裁；或 (iii) 根據下列程序處理您所涉及的違規行為：

- (a) 書面通知：您會收到公司所發關於您違反或可能違反合約的書面通知。
- (b) 答覆與公司所採取的停權措施：在上述書面通知所載日期起算的 10 個工作日內，您可以書面提交您認為與該違規行為有關的所有資訊。您可以提供相關人士的資料，包含他們的姓名和地址、其他適當的聯絡資訊以及所有相關文件的影本。如果您未能回覆上述書面通知或未能提供所有相關事實和資訊，公司可以自行裁量採取適當的措施。自書面通知發出起迄至作出最後決定的期間，公司有權禁止您的會籍的活動（訂購公司產品、保薦下線以及領取獎金、收受下線名單、接受公司表揚及其他任何公司自行裁量所決定禁止的活動等）。
- (c) 會員紀律委員會。公司將審閱您在 10 個工作日內遞交的任何資料或其他來源及 / 或公司獨立調查所得的任何資訊。會員紀律委員會將對該爭議作出最終決定以及公司將採取的措施（如有的話），並會發送一份會員紀律委員會的決定給您。公司有權自行裁量是否發送會員紀律委員會的決定的影本給其他相關人士。

3.5 會員紀律上訴委員會 (AC)

如果公司根據本第 6 章第 3.7 節採取立即行動，或會員紀律委員會已經對於爭議作出決定，則您可以在書面通知所載日期的 10 個工作日內，遞交您的書面上訴給會員紀律上訴委員會。您的書面上訴應該包括您對於公司的立即措施或會員紀律委員會的決定表示異議的陳述。在收到您的書面上訴後的 90 天內，會員紀律上訴委員會將會審閱您的上訴並給予您以下的書面通知 (i) 其最終的決定，(ii) 其需要更多時間審閱，或 (iii) 此事件應根據第 7 章直接交付仲裁。如果會員紀律上訴委員會決定此事件應該直接交付仲裁，而您不希望參加仲裁，那麼您依然會受到仲裁判斷的約束。當會員紀律上訴委員會作出最終決定後，將會給您書面通知而您在會員紀律上訴委員會作出決定之日起 60 天內可以對會員紀律上訴委員會的決定要求調解或仲裁。

3.6 公司對於違反合約行為的行動

當公司認定確實有違反合約情事發生時，公司可以自行裁量終止您的合約。此外，公司可以採取其他適當的行動代替終止合約，包括以下全部或部分行動：

- (a) 如果您持續違反合約，公司會以書面通知您，表達公司的關注以及擬終止您在合約中的權利之意思；
- (b) 暫停您在合約中的權利；
- (c) 在一定的期間內，密切觀察您的未來表現及行為；
- (d) 要求您必須採取特定行動以糾正您不履行義務的行為，以及要求您向公司提交您計劃如何履行合約義務的書面說明；
- (e) 停止履行公司在合約下的義務和暫停您在合約中的特權，包括但不限於，終止或暫停您領取獎金的權利，停止您在公司活動或媒體（刊物、錄像等）上被表揚的權利，終止您參加公司或會員贊助的活動的權利，停止您訂購公司產品的權利，停止您根據銷售獎勵計劃獲晉升的權利，或終止您參加成為國際保薦人的權利；降低您的獎銜和終止您領取來自一層或多層您的團隊業績的獎金的權利；終止被認可和依銷售獎勵計劃作為品牌代表領取獎金的身份或資格；
- (f) 從您或您的全部或部分團隊的銷售所賺取的獎金中扣除全部或部分支付的款項；
- (g) 將您的全部或部分團隊轉予另一保薦人；
- (h) 從您的會籍追回因違約造成的任何損害賠償、追回已核發的贈品或其他獎勵；
- (i) 採取任何公司認為適當的行動以保護公司及其會員網路；以及
- (j) 採取禁制處分或任何其他法律允許的補救措施。

此外，在不影響上述規定之前提下，依據台灣市場多層次傳銷管理法之規定，會員從事下列行為將被視為違反合約，並應受紀律處分：

- 1) 以欺罔或引人錯誤之方式推廣或銷售產品或服務，或介紹他人參加公司會員組織；
- 2) 假借公司之名義或組織，向他人募集資金；
- 3) 以違背公共秩序或善良風俗之方式，從事直銷活動；
- 4) 以不當之直接訪問買賣影響市場交易秩序或消費者權益；或
- 5) 從事違反多層次傳銷管理法、刑法或其他法規之多層次傳銷活動。

3.7 立即行動

如果公司自行裁量某爭議需要立即採取行為，或公司已事先通知您將會就有關違反或於通知中所描述的類似行為立即採取行動，則公司可以採取任何適當的立即行動或補救措施，包括終止您的會籍或您領取任何獎金的權利。公司將以書面通知您公司所採取的行為。您可以根據本第 6 章的規定在 10 個工作日內對公司採取的行動提出上訴。

3.8 補救措施

公司可以自行裁量保留行使補救措施的權利。公司未能或延遲行使補救措施並不代表公司對該補救措施棄權。

3.9 您的合約的終止

- (a) 根據本第 6 章第 3.9 節的規定，(i) 您可以隨時以書面通知公司終止您的會籍；(ii) 公司可根據本第 6 章的條款終止您的會籍；及 (iii) 當您連續或超過 12 個月在您的會籍中沒有從事任何商業活動，公司有權終止您的會籍而無須發出通知。
- (b) 如您終止您的會籍，則終止即於該日起生效，若：(i) 在公司收到您的書面終止通知書的當日，或 (ii) 在您的書面通知上指定的日期，兩者有異，則，以較遲者為準。
- (c) 終止您的會籍將導致您失去作為會員而得到的所有權利及利益，包括永久失去您的團隊。在終止您的會籍之後，不管是由您或公司終止，您均可重新向公司遞交一份新的會員協議書以申請成為會員。您必須遞交一份新的會員協議書以符合要求，不論您申請成為您的前保薦人之下或一個新的保薦人之下的會員。
- (d) 不管任何理由，如對會籍（包括任何被指控違反或實際上違反合約）有任何懸而未決的調查，及 / 或尚未解決的法律問題，在公司解決所有調查及 / 或法律爭議以及所有處罰均已全部完成之前，該終止的會籍的團隊不可以遞升被其上線會員接手。
- (e) 第 5 章規定的義務在合約被撤銷、終止、或有效期屆滿後仍繼續有效。任何其他條款或條款的一部分，如果根據它們的本質應該始終有效，則同樣在合約被撤銷、終止、或有效期屆滿後仍繼續有效。

第 7 章 仲裁

1 什麼是強制性的仲裁

為了快速解決所有爭議，公司已擬定一強制性的仲裁程序。仲裁是指有關爭議會轉予一個由涉及爭議的您、公司及任何其他牽涉在該爭議的會員所選擇的一個公正的第三人處理。仲裁人將會聽取各當事人提出的證據，並作出一個具有約束力的判斷。仲裁人的判斷與判決有同等效力，依法可以強制執行。仲裁的目標是要比普通法院的程序，以更快速、經濟以及較不正式的方式，對各當事人的不同意見作出最終處理。

2 仲裁具有強制性並且對於所有爭議具有約束力

您和公司均同意具有強制性與約束力的仲裁是解決任何及所有爭議的唯一途徑。您放棄以陪審團或法庭審判的方式來解決爭議的一切權利。仲裁的判斷是最終的且不能上訴。

3 爭議的定義

「爭議」指「任何及所有過去、現在或未來的索償、爭議、訴訟理由或投訴，不論基於合約、侵權、條例、法律、產品責任、衡平法、或任何其他訴訟理由，(i) 因合約或與本合約有關而引起的，(ii) 您和其他會員之間因會籍或與會籍有關而引起，或因您作為公司的獨立訂約人的業務關係而引起的，(iii) 您和公司之間的，(iv) 與公司或公司過去或現在的關係企業、所有權人、董事、行政人員、僱員、投資者、或供應商有關的，(v) 與產品有關的，(vi) 關於公司處理任何其他事務而影響您的會籍，或因公司的業務引起或與公司的業務有關的，包括您對公司所作之紀律處分或合約解釋不服時。」

「台灣市場爭議」是指任何存在於公司與台灣市場會員之間，而不屬於以下「國際爭議」所定義之爭議。「國際爭議」是指任何存在於公司與會員間之爭議，且 (a) 該會員有保薦台灣市場以外的下線會員者；或是 (b) 該爭議涉及在台灣市場以外之行為，或是 (c) 該爭議涉及其他在台灣市場以外之會員的權利或利益。

4 調解

調解是由中立的第三人嘗試解決各當事人之間的爭議的一個程序。調解人的目標是增加爭議雙事人的相互了解並且說服他們互相調整其對對方的立場，以及希望調解彼此的爭議。如參加會員紀律委員會的所有當事人均同意調解，則公司將委由公司外聘之法律顧問在其位於猶他州鹽湖城之辦公處所進行調解。調解將以英語進行。調解所需的所有費用和開支由參加調解的各方當事人平均負擔。如不是所有當事人均同意調解，則有關爭議將按本第 7 章之規定提交仲裁。

5 要求仲裁

為了方便參考，所有參加會員紀律上訴委員會的所有當事人，以及將參加仲裁的人士，包括公司，可以被視為本第 7 章所述的「參與者」。從會員紀律上訴委員會的決定日起 60 天內，任何對會員紀律上訴委員會所作的決定不滿意的參與者，可以書面通知所有其他參加會員紀律上訴委員會程序的人士，要求將該爭議提交另一中立的第三人仲裁人進行仲裁（「申請仲裁」）。若未能及時提交仲裁申請將視為接受會員紀律上訴委員會所作的決定，並且所有參與者均同意遵守該決定。在收到仲裁申請後的合理時間內，公司將透過其外聘的法律顧問，聯絡所有參與者有關仲裁日期及提供一份可能的仲裁人名單。

6 仲裁程序

6.1 仲裁規則；仲裁地

就有關台灣市場爭議以外的所有其他爭議，仲裁將由所有參與者均同意的一位專業仲裁人進行處理。仲裁將依據猶他州統一仲裁規則進行。仲裁將由公司外聘之法律顧問位於猶他州鹽湖城的辦公室舉行。以下第 6.3、6.4 及第 6.8(b) 節不適用於台灣市場爭議。就台灣市場爭議，均應提交中華民國仲裁協會依照中華民國有關仲裁之法律在台北市進行仲裁。

- (1) 仲裁人有權舉行聽證會要求參加人交換資訊，包括（但不限於）製作所要求之文件、交換證人之證詞摘要、詢問證人和參加人等。此外，如經仲裁人許可，參加人亦得提出仲裁之準備書狀，摘要陳述法律事由和背景事實。
- (2) 原則上，所有之仲裁費用與相關支出由參加仲裁之參加人平均分攤之。然而，仲裁人於斟酌仲裁所耗費之時間、費用（包括仲裁費與律師費）和所造成之不便後，得決定適當之金額由某參加人負擔之，但任何爭議均不得有懲罰性之損害賠償金。
- (3) 除法律另有規定或公司用仲裁人之判斷作為決定日後所發生爭議之先例外，未經所有參加人事先書面同意前，參加仲裁之任一參加人或該仲裁人對於仲裁之存在、內容或結果均不得向第三人揭露之。
- (4) 任何參與者、公司或任何公司的關係企業、行政人員、董事、僱員、投資者、供應商，都不會承擔任何懲罰性的、附帶的、隨之發生的、特別的或間接的賠償責任，包括未來收益或收入的損失、因違約或涉嫌違約、或因作為獨立訂約人和公司產品的會員或其參與人的任何行為、疏失、或其他舉動所造成的商業信譽或機會的損失。

6.2 發現真實

仲裁人可以要求參與者在進行仲裁前的資訊交換，包括但不限於，出示所要求的文件，交換證人證詞的摘要以及證人和參與者的證詞。另外，經所選定的仲裁人的批准，參與者可遞交一份仲裁前的摘要，概述合法的訴訟理由和事實背景。

6.3 仲裁日期（此節不適用台灣市場爭議）

就國際爭議，除非所有參與者均同意延長仲裁的期限，仲裁將於提交仲裁申請日後 6 個月內舉行。

6.4 語言（此節不適用台灣市場爭議）

若為國際爭議，仲裁將以英語進行，若參與者願意承擔費用，相關文件和證詞可以被翻譯成提出請求的參與者所選擇的語言。

6.5 不接受集體起訴

在法律允許的範圍內，仲裁或任何的司法程序，不會對集體起訴之爭議進行判斷。

6.6 允許的出席者

若為國際爭議，每位參與仲裁的參與者，僅限於參與者的會員協議書中列明的人士，以及每位參與者的律師不得超過兩名出席。

6.7 仲裁的費用和開支

仲裁人的所有開支和費用將由參與仲裁的參與者平均負擔。

6.8 仲裁結果

- (a) 仲裁的判斷將是終局結果並且具有約束力。它將是參加仲裁的所有參與者間所有索償和爭議的完全解決。
- (b) 若為國際爭議，仲裁人作出的判斷可以交由猶他州的任何法院強制執行。
- (c) 仲裁人將會依據在仲裁人之前的事實所適用法律的嚴謹規定，以書面作成判斷。仲裁人被授權決定參與者獲得任何被視為仲裁所花的時間、開支、以及仲裁金額，包括仲裁費用和律師費。然而，任何爭議均不允許含有懲罰性的賠償金。

6.9 保密

若為國際爭議，仲裁的整個過程是不會向公眾公開並且應保密的。除非是法律的要求以及公司使用仲裁人的判斷係為了作為決定將來的爭議的判例，如未獲得所有參與者的事前書面同意，不論任一參與者或仲裁人都不可以透露任何仲裁的存在、內容或結果。

6.10 執行判斷；禁制措施

儘管有本仲裁政策，任何參與者亦可向美國猶他州有管轄權的法院，或如有需要，向任何其他有管轄權的法院申請裁決 (i) 執行仲裁人作出的仲裁判斷或禁制措施，或 (ii) 於任何仲裁程序之前，或審理期間或在作出判斷後，採取暫時的限制令、初步的禁令、或其他禁制措施。法院對任何訴訟所制定的合理措施，或執行一個仲裁判斷或指令，將不構成任何參與者放棄對仲裁提交任何爭議的義務。

6.11 繼續有效

任何合約或您與公司之間的任何其他協議終止或有效期屆滿後，您的仲裁協議繼續有效。

7 第三人申訴

為保障公司、其資產及商譽不因第三人（非會員）之索償或爭議而受到損害，公司要求下列事項：若會員在使用公司專有財產時被控侵害第三人（非會員）的專有權利，或在進行與公司有關之直銷業務時成為其他人士之索償或訴訟對象，或會員所面對之索償或訴訟可能直接或間接地影響或危害到公司、公司的商譽或各種有形或無形資產時，會員應立即通知公司。公司可給予會員合理的通知後，自費採取其認為必要的各項行動（包括但不限於控制相關的所有訴訟或和解磋商），以保障公司本身、其商譽、以及有形和無形資產。對於所面對的索償和訴訟，會員如未得公司同意，不得任意採取行動，但公司不得無正當理由拒絕同意。

第 8 章 一般條款

1 一般條款

1.1 修訂合約

公司明示保留對合約作出任何修改之權利。修改之合約條款，須於修訂生效前 30 天在公司網站上、以會員聯絡的正常通訊途徑或以本第 8 章第 1.6 節規定的通知方式進行公告。您同意，該經修改之合約條款在有關通知公告後 30 天即告生效，並自動納入您與公司所訂立的合約條款中，具有法律約束效力。該等經修改之條款生效後，您只要仍繼續作為會員，從事任何商業活動或領取任何獎金，即表示您接納新的合約條款。

1.2 棄權聲明和例外

公司可自行酌情決定，放棄對會員的違約行為採取或作出例外的相應行動的權利。公司如聲明任何放棄對違約行為採取相應行動或公司對合約之條款作出任何例外的行動，須以書面方式為之。如公司對會員特定違約行為放棄採取相應行動，不代表亦放棄對會員其後或其他的違約行為採取相應行動或給予例外予任何其他人士。公司可自行酌情決定，行使合約所賦予的任何權利或特權。公司作出的任何例外，或任何暫未或延遲行使合約所賦予的權利或特權，並不能詮釋為公司將來同樣給予例外或放棄使用該等權利或特權。

1.3 完整的合約

合約是最終表達您與公司就合約內一切事宜達成瞭解及協議的文件，並取代雙方之前或同時以口頭或書面形式達成的一切協議或瞭解。先前就合約事宜所作的記錄、備忘錄、說明、討論及敘述亦隨之失效。除非符合本政策與程序的規定，否則不得更改或修訂合約。同時，不得以之前或同時之口頭或書面協議作為駁斥合約存在的證據。如合約條款與公司僱員或其他會員作出的口頭闡述互有出入，則以合約條款為準。

1.4 合約條文之可分割性

如合約之任何條款在某法律管轄區域內被禁止行使、不具法律效力或不能執行，則該條款只是在該法律管轄區域內禁止行使、失效或不能執行。如合約之任何條款被禁止行使、不具法律效力或不能執行，合約之其餘條款未隨同失效或不能執行，亦未導致該合約條款在其他法律管轄區域內失效或不能執行。

1.5 準據法 / 管轄權

若該爭議是屬於台灣市場爭議者，有關合約的效力及義務履行，應按照中華民國的法律加以詮釋。有關任何台灣市場爭議，會員同意因解釋合約而產生或有關的紛爭（必須是不能透過雙方協商及公司內部的紛爭解決程序解決者）均提交中華民國仲裁協會依照中華民國有關仲裁之法律在台北市進行仲裁解決。

若該爭議是屬於國際爭議者，有關本合約的效力及義務履行，應按照美國猶他州的法律加以詮釋。有關任何國際爭議，會員同意因解釋本合約而產生或有關的紛爭（必須是不能透過雙方協商及公司內部的紛爭解決程序解決者）均提交美國猶他州仲裁機構解決。

1.6 通知

除非合約另有規定，合約所要求或同意發送的通知或其他通訊，均應以書面形式發出，並將透過親自遞送、傳真、電子郵件、預付郵費之掛號郵遞、快遞、公告或正常通訊管道等途徑發送。除合約另有規定，若通知是親自遞送，則於送達時視為送達；若是以傳真發送，則於發送一天後視為送達；若是以郵遞方式發送，除非公司接到更改地址之通知，否則於寄送到會員協議書所記載之會員地址五天後視為送達。

1.7 繼承人和權利

合約對各當事人及其繼承人及受讓人均有法律約束力，並須保障各當事人及其繼承人及受讓人的利益。

1.8 標題

合約所定的標題僅供參閱方便之用，不應限制或影響合約各條款規定。

1.9 內部參考

除非另有說明，否則本文提及的所有章或節均指本政策與程序中的章或節。

1.10 多元化和性別

本文的所有文字將會被視為包括複數和單數和包括所有性別。

1.11 翻譯（不適用）

附錄 A – 專有名詞定義之詞彙表

推廣材料

為銷售產品、招募他人成為準會員或為訓練會員之用的任何電子、印刷、口頭介紹或其他材料，而當中提及公司、公司產品、銷售獎勵計劃、或含有商品名稱或標誌、並可能包括個人化的推廣材料。

核准經營市場

公司以書面指定正式開放給所有會員經營業務的市場。

受益權

對於會籍：

不論是直接或間接的任何利益，包括但不限於任何所有權、現在或在將來收取利益（不論是否與財務有關）的權利、參加公司主辦的旅遊和其他活動的權利、以批發價購買產品的權利、任何形式的表揚或其他與會籍有關的有形或無形的權益。

任何人士在其配偶或同居人之會籍中擁有受益權。

如某人士列名於某營利事業的營利事業表格中，則該人士將被視為在該營利事業的會籍中擁有受益權。

任何人士在該營利事業中擁有受益權將被視為在該會籍中擁有受益權。

如某人士以附加參與人的身份列名於共同參與表格中，則該人士將被視為在該會籍中擁有受益權。

對於直銷公司：

不論是直接或間接的任何利益，包括但不限於任何所有權、現在或在將來收取利益（不論是否與財務有關）的權利、參加直銷公司主辦的旅遊和其他活動的權利、購買直銷公司產品的權利、任何形式的表揚或其他與直銷公司之會籍有關的有形或無形的權益。任何人士如 (i) 其配偶或同居人，或 (ii) 某人士在該營利事業中擁有受益權；或 (iii) 如在該其他人士的會籍中享有利益（不論是否與財務有關）的任何人士，則該人士將被視為在直銷公司的會籍中擁有受益權。

執行總監級品牌大使的網際網路行銷網站

上述網站是指：(i) 目前享有執行總監級品牌大使或更高獎銜之會員所擁有、營運、或提供資料的網站；及 (ii) 正式在公司登記並遵守現行的報備通知規定。

獎金

指公司根據會員、其團隊及其品牌代表銷售產品之總數，並符合銷售獎勵計劃中的所有規定而付予給會員的報酬。獎金乃按月計付。

商業活動

指有利於、推廣或協助直銷業務的任何活動，包括簽署會員協議書、向公司購買產品或退貨、保薦及 / 或招募新會員、使用信用卡、送貨服務、或公司自行裁量認為是對公司重要之業務推廣任何其他活動。

商業開發活動

指有利於、推廣、協助、或以任何方式支援業務、發展、銷售或推薦其他直銷公司的任何活動，包括但不限於銷售產品或服務、推廣事業機會、作為其他直銷公司的代表或其中之一個代表出現，允許您的名字被其他直銷公司用作銷售其產品、服務或事業機會，代表其他直銷公司進行保薦或招募，作為其他直銷公司的董事會成員、行政人員、代表或直銷商、或擁有所有權、或直接或間接地擁有任何其他受益權。

營利事業

任何營利事業，例如公司、合夥企業、有限責任公司、信託機構或其他根據其組織所在地合法成立的營業組織。

營利事業表格

指作為會員協議書一部份的補充文件。營利事業必須填妥一份營利事業表格並由營利事業的每一位參與人簽署以申請成為會員。營利事業表格必須列明所有合夥人、股東、委託人、行政人員、董事、成員或在該營利事業中擁有受益權的任何人士。

會員入門錦囊

會員入門錦囊是以成本價發售，非營利的，是成為會員唯一需要購買的產品。會員入門錦囊內有政策與程序、銷售獎勵計劃、會員協議書、營利事業表格、共同參與表格以及其他銷售及展示材料，用以協助會員開展和進行其獨立業務。

業務輔銷品

為銷售產品、招募他人成為準會員或為訓練會員之用而製作的任何電子、印刷、音頻或錄影介紹或其他材料，而當中提及公司、公司產品、銷售獎勵計劃、或含有公司商品名稱。

業務輔銷品及輔助服務

此詞彙包括業務輔銷品和業務輔助服務。

業務輔助服務

為銷售公司產品、招募他人成為準會員或為訓練會員之用的任何服務或業務輔助工具。

同居人

指與會員同住，猶如其配偶但沒有經過註冊結婚之人士。

公司

Nu Skin International, Inc.（如新國際）及其關係企業，包括美商如新華茂股份有限公司。

公司核准的業務輔銷品

經公司書面核准可以在特定授權之市場使用的行銷材料。

機密資料

所有向您披露或由您發現，與公司有關的所有私人的、機密的及 / 或專有的資料，包括但不限於智慧財產權、商業秘密、網絡、個人資料、銷售業績和組織下線名單、說明書、草案、政策、程序、市場行銷以及策略資料、電腦軟體、培訓資料、非公開的財務資料以及任何此類資料的影本、筆記或任何其他公司認為對其業務具有專有的、高度敏感的、或有價值的資料。

合約

會員與公司之間的協議，包括：本政策與程序、銷售獎勵計劃、會員協議書、營利事業表格、共同參與表格、補充服務、國際保薦協議書、產品訂購協議書、仲裁協議書以及其他國際協議書（以下統稱「合約」）。此合約是公司與會員之間完整且唯一的協議。

AC

會員紀律上訴委員會，其職責如第 6 章所述。

CRC

會員紀律委員會，其職責如第 6 章所述。

直銷公司

指採用獨立訂約人作為銷售人員之公司，獨立訂約人銷售產品和服務係依據單層次或多層次的獎勵計劃按(i) 他們本身的銷售獎金基數 (CSV)，及 / 或 (ii) 已簽署合約並加入在該獨立訂約人之下之其他獨立訂約人所銷售相同產品和服務的小組銷售獎金基數 (GCSV)，而獲得獎金。

爭議

定義在第 7 章第 3 節。

會員

經公司核准依據合約購買及零售產品、招募下線會員以及根據銷售獎勵計劃的規定領取獎金的獨立訂約人。會員與公司之間的關係由合約所規範。

會員協議書

會員的申請和協議書（包括，營利事業表格或共同參與表格（如適用）），均必須填妥並提交給公司，以申請成為會員。

會員組織

由會員為特定的下線會員所建立的組織，提供銷售輔助、激勵、或培訓資料、網站訂閱、業務輔銷品及輔助服務、培訓課程、表揚活動、領導或其他商業推廣工具。

會籍

一個由個人或營利事業與公司簽訂合約而成立的會員戶口。

團隊

指由會員在其銷售組織內所直接保薦或與保薦有直接連結的一組會員。

品牌代表

指已達到銷售獎勵計劃所規定的品牌代表考核資格的會員。品牌代表將自其上線保薦組織中脫離，而其銷售業績不會計入上線保薦人的業績總分或維持獎銜的條件中，但上線保薦人仍然可以根據銷售獎勵計劃的規定，持續從下線品牌代表的小組銷售獎金基數（GCSV）中領取領導獎金。

銷售業績

銷售業績是公司用以比較產品在不同貨幣和市場中相對價格的一個點數機制。每個產品都會有一個特定的銷售業績點數。

銷售獎金基數（CSV）

銷售獎金基數是向公司購買產品的獎金計算價值。銷售獎金基數是計算業績獎金的基礎，根據當地市場貨幣的產品銷售價格而計算。銷售獎金基數相當於產品的會員價扣除所有須調整的成本（包括適用的稅金、分享獎金及折扣）。

小組銷售獎金基數（GCSV）

是您及您的小組每月份向公司購買可計算獎金商品的每月貨幣價值總和，按照本公司銷售獎勵計劃計算得出。

國際保薦人

指會員凡具有良好信譽，並根據國際保薦協議書，獲准在其首次與公司建立會籍的市場、地區或其他政治管轄區域以外的核准經營市場作為保薦人。

網際網路行銷網站

「網際網路行銷網站」是指網路上的任何網站（a）主要用於（或用於其中重要部分）張貼或交流有關公司的資訊、其產品、或銷售獎勵計劃 / 收入機會的資訊，或（b）其中包含「網路行銷資料」。網路行銷資料是指非經公司製作以及批准張貼在個人部落格網誌、臉書（facebook）頁面和社群網站上有關公司的行銷資料、產品、或銷售獎勵計劃 / 收入機會。

共同參與表格

指一份補充文件，而該文件是會員協議書的一部分。共同參與表格必須由申請成為會員的個別人士以及每一位希望以參與人身份經營該會籍的人士填寫和簽署。共同參與表格必須列出共同參與會籍的所有參與人。

授權協議書

為公司與執行總監級品牌大使之間的協議，規範執行總監級品牌大使在其業務輔銷品及輔助服務以及在網站上使用公司特定商標、商品名稱權利的授權使用。

網絡

公司的會員和客戶網絡以及所有記錄上述網絡或成員的各種名單，包括但不限於，任何及所有由公司蒐集有關會員和客戶的聯絡或個人資料。

非原居市場

會員原居市場以外的核准經營市場。

參與人

在某營利事業或會籍中擁有受益權或職位的任何人士。

39

人士

指個人或營利事業。

個人化的宣傳材料

印有公司名稱或標誌以及會員姓名、地址、電話號碼及其他個人聯絡資料的名片、信箋、文具、信封、便條紙、自動黏貼標籤、名牌或直銷協會名片。

政策與程序

本文件（包括補充政策）所連載，用以規範會員應如何經營其業務，以及規範相關當事人之間的權利與關係的政策。

產品

公司在各核准經營市場之關係企業所銷售的產品和服務。

原居市場

如果會員協議書是由您個人所簽訂，其生效的市場也就是您作為公民或合法的居民的市場、地區或其他政治管轄區域。如果會員協議書是由營利事業所簽訂，如公司、合夥企業、有限責任公司、或任何其他形式的營利事業，您的營利事業是根據您原居市場之市場、地區或其他政治管轄區域的法律合法設立，同時該營利事業的每個成員在該原居市場具有適當的開展業務的合法授權，並且您的會員協議書生效的市場也就是您的原居市場。

銷售獎勵計劃

列述公司對會員計付獎金的條件及其他詳細規範的特定計劃。

保薦人

成功介紹另一名人士成為其直屬團隊內會員的會員。

未核准經營市場

任何非核准經營的市場。

網址

全球資源定位器或網頁地址。

附錄 B – 執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務政策

1 執行總監級品牌大使的業務輔銷品

1.1 遵守法律及政策與程序

執行總監級品牌大使的業務輔銷品必須遵守本政策與程序，以及所有適用的法律和規則，包括其他人士的任何智慧財產權。您對您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品的內容負全部責任。執行總監級品牌大使的業務輔銷品的報備僅僅是為了追蹤目的，公司並沒有責任確保您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品符合適用的法律和規定。報備程序並不代表是公司的法律意見，公司強烈建議您應該就有關您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品的合法性與否向您的法律顧問諮詢專業意見。

1.2 出版者的識別

執行總監級品牌大使的業務輔銷品必須顯著地標示 (a) 輔銷品是「獨立會員所製作」，以及公司可以要求標示其他注釋以供識別該輔銷品是會員所製作的，和 (b) 出版該執行總監級品牌大使的業務輔銷品的執行總監級品牌大使的姓名和住址。例如：「本輔銷品由如新國際的獨立會員 John Doe 所製作」。您不可以陳述、建議或暗示執行總監級品牌大使的業務輔銷品是經公司製作、批准、認可、提供或推薦的。

1.3 公司製作物內容的使用

執行總監級品牌大使的業務輔銷品可以使用公司指定的公司製作物的內容，例如圖片、錄影和產品的描述，以及銷售獎勵計劃，於 (i) 執行總監級品牌大使的業務輔銷品，和 (ii) 您打算於某授權市場使用該輔銷品。在執行總監級品牌大使的業務輔銷品中使用任何公司商標、商品名稱、口號、或受著作權保護的資料及任何公司製作物的內容，必須遵守在授權協議書中的條款。如果您使用公司製作物的內容，您不能更改其內容並須清楚地表明公司對該內容擁有著作權。公司有權酌情保留隨時取消對上述使用任何公司製作物的資料的權利。

2 執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的銷售

2.1 銷售前的報備要求

在向其他會員銷售您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務之前，您必須根據第 3 章第 6 節的規定向公司報備執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務並得收到報備通知。

2.2 業務重點是銷售產品

您業務必須放在銷售消費性的產品上。執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的銷售不能成為您主要的收益來源。公司建議執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務應按成本價出售，不管如何，您必須以合理的價格出售。為符合本原則，您也不可以向其他會員提供任何獎勵以銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務予其他會員和客戶。例如，您不可以直接或間接地支付獎金給銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務給其他會員或客戶的會員，或轉介執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的潛在購買者給您的會員。

2.3 不強制購買；不銷售給準會員

您不可以要求任何準會員以購買業務輔銷品及輔助服務作為加入成為會員的一個先決條件。您也不可作以下陳述、建議、或暗示：

- 公司或執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務是加入或成功經營業務的必須或必要條件；
- 公司或執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務是得到上線支援和培訓必須或必要的條件；
- 執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務是由公司所製作或出售；或
- 公司批准、認可或推薦該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

在準會員尚未向公司遞交申請成為會員前，您不可向其銷售任何公司或執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

2.4 退貨政策

就有關執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的銷售，您必須提供與公司的業務輔銷品相同條件的退貨政策，包括解除或終止會籍之退貨退款政策。就未解除或終止會籍的會員，您必須對於購買日起 12 個月內就要求退回任何未經開封及可以重新銷售的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，退回其購買價格的 90%。

2.5 公開聲明

在第一次銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務給某位會員時，您必須向其提供一份業務輔銷品的公開聲明。您可從「我的辦公室」的網站上取得所需的業務輔銷品的公開聲明影本。您應該定期查閱網站的資訊以確保您手中的公開聲明是最新版本。在購買執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的同時，您如有依據下文第 2.6 節的規定給予收據，則視為已履行本第 2.5 節所規定的責任。

2.6 收據

您必須提供收據給所有購買執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的買方。您的收據必須符合第 2 章第 6.3 節的規定並包括披露以下的內容：

您無須購買任何業務輔銷品或服務以使您成為如新會員。

「本業務輔銷品或服務是由如新國際的獨立會員所製作和發行而不是由如新國際所製作和發行。雖然某些會員可能認為該等產品和服務有助於他們開展如新業務，但購買上述產品和服務不是您成為會員的必要條件，及不會因您已購買上述產品和服務而保證您一定會成功。拒絕購買上述產品和服務並不會影響您的上線應提供給您培訓和支援的責任。如新國際未有批准、認可、推薦或支持此等資料和服務。您花費在此等資料上的支出應該合理並且所花費的金額應該與您的業務和銷售量有關。

如果您希望退回業務輔銷品或服務，您只可以向對您出售業務輔銷品或服務的會員要求退款。如果您在購買日後 12 個月內退還任何未經開封及可以重新銷售的業務輔銷品或服務給售賣者至該收據所列明的地址，您可以獲得原購買價 90% 的退款。」

倘若您以訂閱形式，或會員對於每次購買沒有明確要求的其他方式（例如每月的網路使用費）提供執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，則您必須為首次訂閱或訂購和任何隨後的收據中載明包括以下的詞句：「您可以隨時以書面或電子通知書的方式寄至『插入名字和聯絡資料（包括電子郵件）』終止您的『訂購 / 訂閱等』。」

2.7 遵守法律規定

銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務及任何執行總監級品牌大使的業務輔助服務的履行，必須遵守本政策與程序和所有適用的法律和規則，包括但不限於就有關消費者隱私、資料保護，反電話騷擾規則、反垃圾郵件規則和任何關於消費者保護的法律。您承擔全部責任以確保您會遵守所有適用的法律，以及如公司因您的違法行為而招致任何責任，您將對公司負責。我們鼓勵您就有關遵守此等法律和規則的事宜諮詢您自己的法律顧問。儘管公司可以審查執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務並可以要求修改該資料，然而公司的審查及許可銷售該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，並非是公司的法律建議也不以任何方式表示該資料係符合所有適用的法律規定。

2.8 負擔能力

您必須確保銷售給另一位會員的任何執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的數量與費用相對於該會員的業績和獎金是合理的。您不可以鼓勵會員以借款負債方式購買公司或執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

2.9 禁止在公司活動中進行銷售活動

您不可以在公司所協辦及主辦的全部或部分會議或活動中展示、推廣或銷售任何執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

2.10 網頁

雖然您可以讓其他會員使用您的網頁並收取合理的費用以補貼您提供服務的花費；然而，如未取得公司事前的書面批准，您不可以銷售複製或網頁格式給其他會員。

2.11 公司保留權利：限制性契約

- (a) 您同意，銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務給其他會員的權利是附有條件的，所有與購買執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的會員有關的資料均屬公司資產，包括他們的聯絡資料。您同意，如您終止您的會籍，您將：(i) 立即把所有該等資料和任何影本歸還給公司或作銷毀；及(ii)不得為任何用途而使用該等資料。
- (b) 鑒於公司允許您行銷並銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務給其會員，在您作為會員期間及此後兩年，您將不會以任何方式，直接或間接招募、教唆、或保薦任何會員（包括向您購買執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的任何會員），以(i) 建立關係，(ii) 推廣、銷售或購買產品或服務，(iii) 參加為銷售人員，(iv) 或以其他方式跟其他直銷公司聯繫在一起，或鼓勵任何會員或客戶這樣做或終止和公司的關係。此責任在合約終止後仍然繼續有效。

2.12 紀錄

您必須就有關執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的任何銷售，保留準確和完整的記錄，包括製作成本費用的財務記錄以及自銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務產生的利潤。如公司提出要求，您必須提供該記錄給公司審查以確認您是否有遵守本政策與程序有關任何銷售執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的規定。您必須立即並完全地遵從公司任何審查您會籍紀錄的要求。

3 執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的報備

3.1 銷售前的報備需求

- (a) 為了報備執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，您必須向公司提交一份報備申請書連同一份被提議的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的影本以及其他輔助文件。報備申請書內容包含管理您所製作和發行的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的特別條款及條件規定。依據報備申請書而發出的報備通知將於發出日起兩年內有效。在有效期滿前，任何額外提出的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，將會被作為在公司記錄中的目前報備申請書的附錄。當該報備通知有效期屆滿時，您必須提交一份新的報備申請書以繼續使用任何之前已遞交的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，或提交任何新的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

- (b) 報備申請書可以從公司或您的事業發展夥伴處索取。公司可以要求您修改您提議的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，因此在未收到公司的報備通知前，您不要將該資料製作的多份影本或支出其他龐大的費用。若您不遵守此規定，公司可要求您銷毀該影本、支付重印執行總監級品牌大使的業務輔銷品的費用或其他不必要或重複的費用，而公司將不會補償您此等費用。

3.2 附加文件；審核權利；修改

當公司收到您的報備申請書時，公司將審核該申請書和所遞交的相關資料，並可自行酌情對您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務提供任何適當的修改建議。公司可以要求您提供適當的附加文件、輔助文件和法律意見。公司有權隨時審查您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務，包括在發出報備通知後的額外的審查。您必須提供公司對審查執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務所需的任何密碼或身份識別碼。根據任何此類審查，公司可自行裁量要求您對您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務作出修改。如果公司通知您必須做任何須要的修改時，您必須立即對您的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務作修改；並且不能再繼續使用、提供、銷售或執行任何未根據公司指示進行修改的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。

3.3 申請費用

公司可為申請報備執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務而收取合理的費用。

3.4 報備通知

在審核報備申請書之後，公司將決定是否對該會員的業務輔銷品及輔助服務的申請發出報備通知。公司有權自行酌情決定和沒有義務必須為報備申請書發出報備通知，以及公司可酌情拒絕發出報備通知。在該情況下，您不可以使用、提供、銷售、或執行報備申請書所稱的執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。如公司決定發出報備通知，公司將把報備通知寄送至您在申請書中所載明的地址。

3.5 報備的更新；撤銷

- (a) 報備通知將會註明該報備通知的有效日期。如果報備通知的有效期已滿，除您已向公司再次遞交資料並得到公司為該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務所發出的新的報備通知，否則您不可以繼續使用、提供、銷售或執行任何業務輔銷品及輔助服務。您希望續期的資料將作為您目前在公司記錄中的申請書的一部份，並根據相同的程序處理。如您的報備申請書有效期已滿，則您必須遞交一份新的報備申請書以及您希望續期的任何執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。
- (b) 對於任何違反本政策與程序的行為，公司保留自行酌情決定隨時終止及撤銷任何報備通知的權利。如報備通知被撤銷，則您必須立即停止使用或發行該執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務。公司不會負責也不會補償您因報備通知被撤銷而已產生的製作執行總監級品牌大使的業務輔銷品及輔助服務的任何費用。

附錄 C – 相關法規與商德約法

多層次傳銷管理法【附件一】

第一章 總則

第 1 條

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 2 條

本法所稱主管機關為公平交易委員會。

第 3 條

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 4 條

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畫或組織者，視為前項之多層次傳銷事業。

第 5 條

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 6 條

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 7 條

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 8 條

前二條報備之方式及格式，由主管機關定之。

第 9 條

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 10 條

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織前，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、退出計畫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 11 條

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 12 條

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 13 條

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織時，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，不得以電子文件為之。

第 14 條

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畫、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 15 條

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 16 條

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 17 條

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 18 條

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 19 條

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、以違背其傳銷計畫或組織之方式，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 20 條

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減失之價值，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 21 條

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。
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 22 條

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 23 條

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 24 條

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 25 條

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 26 條

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 27 條

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 28 條

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 29 條

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 30 條

前條之處罰，其他法律有較重之規定者，從其規定。

第 31 條

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 32 條

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 33 條

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 34 條

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 35 條

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 36 條

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 37 條

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，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。

以書面通知前項通知，傳銷商於一定期間未表示異議，視為同意

第 38 條

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 39 條

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 40 條

本法施行細則，由主管機關定之。

第 41 條

本法自公布日施行。

消費者保護法【附件二】

第一章 總則

第 1 條

為保護消費者權益，促進國民消費生活安全，提昇國民消費生活品質，特制定本法。
有關消費者之保護，依本法之規定，本法未規定者，適用其他法律。

第 2 條

本法所用名詞定義如下：

- 一、消費者：指以消費為目的而為交易、使用商品或接受服務者。
- 二、企業經營者：指以設計、生產、製造、輸入、經銷商品或提供服務為營業者。
- 三、消費關係：指消費者與企業經營者間就商品或服務所發生之法律關係。
- 四、消費爭議：指消費者與企業經營者間因商品或服務所生之爭議。
- 五、消費訴訟：指因消費關係而向法院提起之訴訟。
- 六、消費者保護團體：指以保護消費者為目的而依法設立登記之法人。
- 七、定型化契約條款：指企業經營者為與多數消費者訂立同類契約之用，所提出預先擬定之契約條款。定型化契約條款不限於書面，其以放映字幕、張貼、牌示、網際網路、或其他方法表示者，亦屬之。
- 八、個別磋商條款：指契約當事人個別磋商而合意之契約條款。
- 九、定型化契約：指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂立之契約。
- 十、通訊交易：指企業經營者以廣播、電視、電話、傳真、型錄、報紙、雜誌、網際網路、傳單或其他類似之方法，消費者於未能檢視商品或服務下而與企業經營者所訂立之契約。
- 十一、訪問交易：指企業經營者未經邀約而與消費者在其住居所、工作場所、公共場所或其他場所所訂立之契約。
- 十二、分期付款：指買賣契約約定消費者支付頭期款，餘款分期支付，而企業經營者於收受頭期款時，交付標的物與消費者之交易型態。

第 3 條

政府為達成本法目的，應實施下列措施，並應就與下列事項有關之法規及其執行情形，定期檢討、協調、改進之：

- 一、維護商品或服務之品質與安全衛生。
- 二、防止商品或服務損害消費者之生命、身體、健康、財產或其他權益。
- 三、確保商品或服務之標示，符合法令規定。
- 四、確保商品或服務之廣告，符合法令規定。
- 五、確保商品或服務之度量衡，符合法令規定。
- 六、促進商品或服務維持合理價格。
- 七、促進商品之合理包裝。
- 八、促進商品或服務之公平交易。
- 九、扶植、獎助消費者保護團體。
- 十、協調處理消費爭議。
- 十一、推行消費者教育。
- 十二、辦理消費者諮詢服務。
- 十三、其他依消費生活之發展所必要之消費者保護措施。

政府為達成前項之目的，應制定相關法律。

第 4 條

企業經營者對於其提供之商品或服務，應重視消費者之健康與安全，並向消費者說明商品或服務之使用方法，維護交易之公平，提供消費者充分與正確之資訊，及實施其他必要之消費者保護措施。

第 5 條

政府、企業經營者及消費者均應致力充實消費資訊，提供消費者運用，俾能採取正確合理之消費行為，以維護其安全與權益。

第 6 條

本法所稱主管機關：在中央為目的事業主管機關；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第二章 消費者權益

第一節 健康與安全保障

第 7 條

從事設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者，於提供商品流通進入市場，或提供服務時，應確保該商品或服務，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性。

商品或服務具有危害消費者生命、身體、健康、財產之可能者，應於明顯處為警告標示及緊急處理危險之方法。

企業經營者違反前二項規定，致生損害於消費者或第三人時，應負連帶賠償責任。但企業經營者能證明其無過失者，法院得減輕其賠償責任。

第 7-1 條

企業經營者主張其商品於流通進入市場，或其服務於提供時，符合當時科技或專業水準可合理期待之安全性者，就其主張之事實負舉證責任。

商品或服務不得僅因其後有較佳之商品或服務，而被視為不符合前條第一項之安全性。

第 8 條

從事經銷之企業經營者，就商品或服務所生之損害，與設計、生產、製造商品或提供服務之企業經營者連帶負賠償責任。但其對於損害之防免已盡相當之注意，或縱加以相當之注意而仍不免發生損害者，不在此限。

前項之企業經營者，改裝、分裝商品或變更服務內容者，視為第七條之企業經營者。

第 9 條

輸入商品或服務之企業經營者，視為該商品之設計、生產、製造者或服務之提供者，負本法第七條之製造者責任。

第 10 條

企業經營者於有事實足認其提供之商品或服務有危害消費者安全與健康之虞時，應即回收該批商品或停止其服務。但企業經營者所為必要之處理，足以除去其危害者，不在此限。

商品或服務有危害消費者生命、身體、健康或財產之虞，而未於明顯處為警告標示，並附載危險之緊急處理方法者，準用前項規定。

第 10-1 條

本節所定企業經營者對消費者或第三人之損害賠償責任，不得預先約定限制或免除。

第二節 定型化契約

第 11 條

企業經營者在定型化契約中所用之條款，應本平等互惠之原則。

定型化契約條款如有疑義時，應為有利於消費者之解釋。

第 11-1 條

企業經營者與消費者訂立定型化契約前，應有三十日以內之合理期間，供消費者審閱全部條款內容。

企業經營者以定型化契約條款使消費者拋棄前項權利者，無效。

違反第一項規定者，其條款不構成契約之內容。但消費者得主張該條款仍構成契約之內容。

中央主管機關得選擇特定行業，參酌定型化契約條款之重要性、涉及事項之多寡及複雜程度等事項，公告定型化契約之審閱期間。

第 12 條

定型化契約中之條款違反誠信原則，對消費者顯失公平者，無效。

定型化契約中之條款有下列情形之一者，推定其顯失公平：

- 一、違反平等互惠原則者。
- 二、條款與其所排除不予適用之任意規定之立法意旨顯相矛盾者。
- 三、契約之主要權利或義務，因受條款之限制，致契約之目的難以達成者。

第 13 條

企業經營者應向消費者明示定型化契約條款之內容；明示其內容顯有困難者，應以顯著之方式，公告其內容，並經消費者同意者，該條款即為契約之內容。

企業經營者應給與消費者定型化契約書。但依其契約之性質致給與顯有困難者，不在此限。

定型化契約書經消費者簽名或蓋章者，企業經營者應給與消費者該定型化契約書正本。

第 14 條

定型化契約條款未經記載於定型化契約中而依正常情形顯非消費者所得預見者，該條款不構成契約之內容。

第 15 條

定型化契約中之定型化契約條款牴觸個別磋商條款之約定者，其牴觸部分無效。

第 16 條

定型化契約中之定型化契約條款，全部或一部無效或不構成契約內容之一部者，除去該部分，契約亦可成立者，該契約之其他部分，仍為有效。但對當事人之一方顯失公平者，該契約全部無效。

第 17 條

中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之。

前項應記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、契約之重要權利義務事項。
- 二、違反契約之法律效果。
- 三、預付型交易之履約擔保。
- 四、契約之解除權、終止權及其法律效果。
- 五、其他與契約履行有關之事項。

第一項不得記載事項，依契約之性質及目的，其內容得包括：

- 一、企業經營者保留契約內容或期限之變更權或解釋權。
- 二、限制或免除企業經營者之義務或責任。
- 三、限制或剝奪消費者行使權利，加重消費者之義務或責任。
- 四、其他對消費者顯失公平事項。

違反第一項公告之定型化契約，其定型化契約條款無效。該定型化契約之效力，依前條規定定之。

中央主管機關公告應記載之事項，雖未記載於定型化契約，仍構成契約之內容。

企業經營者使用定型化契約者，主管機關得隨時派員查核。

第 17-1 條

企業經營者與消費者訂立定型化契約，主張符合本節規定之事實者，就其事實負舉證責任。

第三節 特種交易

第 18 條

企業經營者以通訊交易或訪問交易方式訂立契約時，應將下列資訊以清楚易懂之文句記載於書面，提供消費者：

- 一、企業經營者之名稱、代表人、事務所或營業所及電話或電子郵件等消費者得迅速有效聯絡之通訊資料。
- 二、商品或服務之內容、對價、付款期日及方式、交付期日及方式。
- 三、消費者依第十九條規定解除契約之行使期限及方式。
- 四、商品或服務依第十九條第二項規定排除第十九條第一項解除權之適用。
- 五、消費申訴之受理方式。
- 六、其他中央主管機關公告之事項。

經由網際網路所為之通訊交易，前項應提供之資訊應以可供消費者完整查閱、儲存之電子方式為之。

第 19 條

通訊交易或訪問交易之消費者，得於收受商品或接受服務後七日內，以退回商品或書面通知方式解除契約，無須說明理由及負擔任何費用或對價。但通訊交易有合理例外情事者，不在此限。

前項但書合理例外情事，由行政院定之。

企業經營者於消費者收受商品或接受服務時，未依前條第一項第三款規定提供消費者解除契約相關資訊者，第一項七日期間自提供之次日起算。但自第一項七日期間起算，已逾四個月者，解除權消滅。

消費者於第一項及第三項所定期間內，已交運商品或發出書面者，契約視為解除。

通訊交易或訪問交易違反本條規定所為之約定，其約定無效。

第 19-1 條（刪除）

第 19-2 條

消費者依第十九條第一項或第三項規定，以書面通知解除契約者，除當事人另有個別磋商外，企業經營者應於收到通知之次日起十五日內，至原交付處所或約定處所取回商品。

企業經營者應於取回商品、收到消費者退回商品或解除服務契約通知之次日起十五日內，返還消費者已支付之對價。

契約經解除後，企業經營者與消費者間關於回復原狀之約定，對於消費者較民法第二百五十九條之規定不利者，無效。

第 20 條

未經消費者要約而對之郵寄或投遞之商品，消費者不負保管義務。

前項物品之寄送人，經消費者定相當期限通知取回而逾期未取回或無法通知者，視為拋棄其寄投之商品。雖未經通知，但在寄送後逾一個月未經消費者表示承諾，而仍不取回其商品者，亦同。

消費者得請求償還因寄送物所受之損害，及處理寄送物所支出之必要費用。

第 21 條

企業經營者與消費者分期付款買賣契約應以書面為之。

前項契約書應載明下列事項：

- 一、頭期款。
- 二、各期價款與其他附加費用合計之總價款與現金交易價格之差額。
- 三、利率。

企業經營者未依前項規定記載利率者，其利率按現金交易價格週年利率百分之五計算之。

企業經營者違反第二項第一款、第二款之規定者，消費者不負現金交易價格以外價款之給付義務。

第四節 消費資訊之規範

第 22 條

企業經營者應確保廣告內容之真實，其對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。

企業經營者之商品或服務廣告內容，於契約成立後，應確實履行。

第 22-1 條

企業經營者對消費者從事與信用有關之交易時，應於廣告上明示應付所有總費用之年百分率。前項所稱總費用之範圍及年百分率計算方式，由各目的事業主管機關定之。

第 23 條

刊登或報導廣告之媒體經營者明知或可得而知廣告內容與事實不符者，就消費者因信賴該廣告所受之損害與企業經營者負連帶責任。

前項損害賠償責任，不得預先約定限制或拋棄。

第 24 條

企業經營者應依商品標示法等法令為商品或服務之標示。

輸入之商品或服務，應附中文標示及說明書，其內容不得較原產地之標示及說明書簡略。

輸入之商品或服務在原產地附有警告標示者，準用前項之規定。

第 25 條

企業經營者對消費者保證商品或服務之品質時，應主動出具書面保證書。

前項保證書應載明下列事項：

- 一、商品或服務之名稱、種類、數量，其有製造號碼或批號者，其製造號碼或批號。
- 二、保證之內容。
- 三、保證期間及其起算方法。
- 四、製造商之名稱、地址。
- 五、由經銷商售出者，經銷商之名稱、地址。
- 六、交易日期。

第 26 條

企業經營者對於所提供之商品應按其性質及交易習慣，為防震、防潮、防塵或其他保存商品所必要之包裝，以確保商品之品質與消費者之安全。但不得誇張其內容或為過大之包裝。

第三章 消費者保護團體

第 27 條

消費者保護團體以社團法人或財團法人為限。

消費者保護團體應以保護消費者權益、推行消費者教育為宗旨。

第 28 條

消費者保護團體之任務如下：

- 一、商品或服務價格之調查、比較、研究、發表。
- 二、商品或服務品質之調查、檢驗、研究、發表。
- 三、商品標示及其內容之調查、比較、研究、發表。
- 四、消費資訊之諮詢、介紹與報導。
- 五、消費者保護刊物之編印發行。
- 六、消費者意見之調查、分析、歸納。
- 七、接受消費者申訴，調解消費爭議。
- 八、處理消費爭議，提起消費訴訟。
- 九、建議政府採取適當之消費者保護立法或行政措施。
- 十、建議企業經營者採取適當之消費者保護措施。
- 十一、其他有關消費者權益之保護事項。

第 29 條

消費者保護團體為從事商品或服務檢驗，應設置與檢驗項目有關之檢驗設備或委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之機關、團體檢驗之。

執行檢驗人員應製作檢驗紀錄，記載取樣、儲存樣本之方式與環境、使用之檢驗設備、檢驗方法、經過及結果，提出於該消費者保護團體。

消費者保護團體發表前項檢驗結果後，應公布其取樣、儲存樣本之方式與環境、使用之檢驗設備、檢驗方法及經過，並通知相關企業經營者。

消費者保護團體發表第二項檢驗結果有錯誤時，應主動對外更正，並使相關企業經營者有澄清之機會。

第 30 條

政府對於消費者保護之立法或行政措施，應徵詢消費者保護團體、相關行業、學者專家之意見。

第 31 條

消費者保護團體為商品或服務之調查、檢驗時，得請求政府予以必要之協助。

第 32 條

消費者保護團體辦理消費者保護工作成績優良者，主管機關得予以財務上之獎助。

第四章 行政監督

第 33 條

直轄市或縣（市）政府認為企業經營者提供之商品或服務有損害消費者生命、身體、健康或財產之虞者，應即進行調查。於調查完成後，得公開其經過及結果。

前項人員為調查時，應出示有關證件，其調查得依下列方式進行：

- 一、向企業經營者或關係人查詢。
- 二、通知企業經營者或關係人到場陳述意見。
- 三、通知企業經營者提出資料證明該商品或服務對於消費者生命、身體、健康或財產無損害之虞。
- 四、派員前往企業經營者之事務所、營業所或其他有關場所進行調查。
- 五、必要時，得就地抽樣商品，加以檢驗。

第 34 條

直轄市或縣（市）政府於調查時，對於可為證據之物，得聲請檢察官扣押之。前項扣押，準用刑事訴訟法關於扣押之規定。

第 35 條

直轄市或縣（市）主管機關辦理檢驗，得委託設有與檢驗項目有關之檢驗設備之消費者保護團體、職業團體或其他有關公私機構或團體辦理之。

第 36 條

直轄市或縣（市）政府對於企業經營者提供之商品或服務，經第三十三條之調查，認為確有損害消費者生命、身體、健康或財產，或確有損害之虞者，應命其限期改善、回收或銷燬，必要時並得命企業經營者立即停止該商品之設計、生產、製造、加工、輸入、經銷或服務之提供，或採取其他必要措施。

第 37 條

直轄市或縣（市）政府於企業經營者提供之商品或服務，對消費者已發生重大損害或有發生重大損害之虞，而情況危急時，除為前條之處置外，應即在大眾傳播媒體公告企業經營者之名稱、地址、商品、服務、或為其他必要之處置。

第 38 條

中央主管機關認為必要時，亦得為前五條規定之措施。

第 39 條

行政院、直轄市、縣（市）政府應置消費者保護官若干名。
消費者保護官任用及職掌之辦法，由行政院定之。

第 40 條

行政院為監督與協調消費者保護事務，應定期邀集有關部會首長、全國性消費者保護團體代表、全國性企業經營者代表及學者、專家，提供本法相關事項之諮詢。

第 41 條

行政院為推動消費者保護事務，辦理下列事項：

- 一、消費者保護基本政策及措施之研擬及審議。
- 二、消費者保護計畫之研擬、修訂及執行成果檢討。
- 三、消費者保護方案之審議及其執行之推動、連繫與考核。
- 四、國內外消費者保護趨勢及其與經濟社會建設有關問題之研究。
- 五、消費者保護之教育宣導、消費資訊之蒐集及提供。
- 六、各部會局署關於消費者保護政策、措施及主管機關之協調事項。
- 七、監督消費者保護主管機關及指揮消費者保護官行使職權。

消費者保護之執行結果及有關資料，由行政院定期公告。

第 42 條

直轄市、縣（市）政府應設消費者服務中心，辦理消費者之諮詢服務、教育宣導、申訴等事項。直轄市、縣（市）政府消費者服務中心得於轄區內設分中心。

第五章 消費爭議之處理

第一節 申訴與調解

第 43 條

消費者與企業經營者因商品或服務發生消費爭議時，消費者得向企業經營、消費者保護團體或消費者服務中心或其分中心申訴。
企業經營者對於消費者之申訴，應於申訴之日起十五日內妥適處理之。
消費者依第一項申訴，未獲妥適處理時，得向直轄市、縣（市）政府消費者保護官申訴。

第 44 條

消費者依前條申訴未能獲得妥適處理時，得向直轄市或縣（市）消費爭議調解委員會申請調解。

第 44-1 條

前條消費爭議調解事件之受理、程序進行及其他相關事項之辦法，由行政院定之。

第 45 條

直轄市、縣（市）政府應設消費爭議調解委員會，置委員七名至二十一名。
前項委員以直轄市、縣（市）政府代表、消費者保護官、消費者保護團體代表、企業經營者所屬或相關職業團體代表、學者及專家充任之，以消費者保護官為主席，其組織另定之。

第 45-1 條

調解程序，於直轄市、縣（市）政府或其他適當之處所行之，其程序得不公開。
調解委員、列席協同調解人及其他經辦調解事務之人，對於調解事件之內容，除已公開之事項外，應保守秘密。

第 45-2 條

關於消費爭議之調解，當事人不能合意但已甚接近者，調解委員得斟酌一切情形，求兩造利益之平衡，於不違反兩造當事人之主要意思範圍內，依職權提出解決事件之方案，並送達於當事人。
前項方案，應經參與調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之三所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。

第 45-3 條

當事人對於前條所定之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議。
於前項期間內提出異議者，視為調解不成立；其未於前項期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。
第一項之異議，消費爭議調解委員會應通知他方當事人。

第 45-4 條

關於小額消費爭議，當事人之一方無正當理由，不於調解期日到場者，調解委員得審酌情形，依到場當事人一造之請求或依職權提出解決方案，並送達於當事人。
前項之方案，應經全體調解委員過半數之同意，並記載第四十五條之五所定異議期間及未於法定期間提出異議之法律效果。
第一項之送達，不適用公示送達之規定。
第一項小額消費爭議之額度，由行政院定之。

第 45-5 條

當事人對前條之方案，得於送達後十日之不變期間內，提出異議；未於異議期間內提出異議者，視為已依該方案成立調解。
當事人於異議期間提出異議，經調解委員另定調解期日，無正當理由不到場者，視為依該方案成立調解。

第 46 條

調解成立者應作成調解書。
前項調解書之作成及效力，準用鄉鎮市調解條例第二十五條至第二十九條之規定。

第二節 消費訴訟

第 47 條

消費訴訟，得由消費關係發生地之法院管轄。

第 48 條

高等法院以下各級法院及其分院得設立消費專庭或指定專人審理消費訴訟事件。
法院為企業經營者敗訴之判決時，得依職權宣告為減免擔保之假執行。

第 49 條

消費者保護團體許可設立二年以上，置有消費者保護專門人員，且申請行政院評定優良者，得以自己之名義，提起第五十條消費者損害賠償訴訟或第五十三條不作為訴訟。
消費者保護團體依前項規定提起訴訟者，應委任律師代理訴訟。受委任之律師，就該訴訟，得請求預付或償還必要費用。
消費者保護團體關於其提起之第一項訴訟，有不法行為者，許可設立之主管機關應廢止其許可。
優良消費者保護團體之評定辦法，由行政院定之。

第 50 條

消費者保護團體對於同一之原因事件，致使眾多消費者受害時，得受讓二十人以上消費者損害賠償請求權後，以自己名義，提起訴訟。消費者得於言詞辯論終結前，終止讓與損害賠償請求權，並通知法院。

前項訴訟，因部分消費者終止讓與損害賠償請求權，致人數不足二十人者，不影響其實施訴訟之權能。

第一項讓與之損害賠償請求權，包括民法第一百九十四條、第一百九十五條第一項非財產上之損害。

前項關於消費者損害賠償請求權之時效利益，應依讓與之消費者單獨個別計算。

消費者保護團體受讓第三項所定請求權後，應將訴訟結果所得之賠償，扣除訴訟及依前條第二項規定支付予律師之必要費用後，交付該讓與請求權之消費者。

消費者保護團體就第一項訴訟，不得向消費者請求報酬。

第 51 條

依本法所提之訴訟，因企業經營者之故意所致之損害，消費者得請求損害額五倍以下之懲罰性賠償金；但因重大過失所致之損害，得請求三倍以下之懲罰性賠償金，因過失所致之損害，得請求損害額一倍以下之懲罰性賠償金。

第 52 條

消費者保護團體以自己之名義提起第五十條訴訟，其標的價額超過新臺幣六十萬元者，超過部分免繳裁判費。

第 53 條

消費者保護官或消費者保護團體，就企業經營者重大違反本法有關保護消費者規定之行為，得向法院訴請停止或禁止之。

前項訴訟免繳裁判費。

第 54 條

因同一消費關係而被害之多數人，依民事訴訟法第四十一條之規定，選定一人或數人起訴請求損害賠償者，法院得徵求原被選定人之同意後公告曉示，其他之被害人得於一定之期間內以書狀表明被害之事實、證據及應受判決事項之聲明、併案請求賠償。其請求之人，視為已依民事訴訟法第四十一條為選定。

前項併案請求之書狀，應以繕本送達於兩造。

第一項之期間，至少應有十日，公告應黏貼於法院牌示處，並登載新聞紙，其費用由國庫墊付。

第 55 條

民事訴訟法第四十八條、第四十九條之規定，於依前條為訴訟行為者，準用之。

第六章 罰則

第 56 條

違反第二十四條、第二十五條或第二十六條規定之一者，經主管機關通知改正而逾期不改正者，處新臺幣二萬元以上二十萬元以下罰鍰。

第 56-1 條

企業經營者使用定型化契約，違反中央主管機關依第十七條第一項公告之應記載或不得記載事項者，除法律另有處罰規定外，經主管機關令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰；經再次令其限期改正而屆期不改正者，處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

第 57 條

企業經營者規避、妨礙或拒絕主管機關依第十七條第六項、第三十三條或第三十八條規定所為之調查者，處新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

第 58 條

企業經營者違反主管機關依第三十六條或第三十八條規定所為之命令者，處新臺幣六萬元以上一百五十萬元以下罰鍰，並得按次處罰。

第 59 條

企業經營者有第三十七條規定之情形者，主管機關除依該條及第三十六條之規定處置外，並得對其處新臺幣十五萬元以上一百五十萬元以下罰鍰。

第 60 條

企業經營者違反本法規定，生產商品或提供服務具有危害消費者生命、身體、健康之虞者，影響社會大眾經中央主管機關認為情節重大，中央主管機關或行政院得立即命令其停止營業，並儘速協請消費者保護團體以其名義，提起消費者損害賠償訴訟。

第 61 條

依本法應予處罰者，其他法律有較重處罰之規定時，從其規定；涉及刑事責任者，並應即移送偵查。

第 62 條

本法所定之罰鍰，由主管機關處罰，經限期繳納後，屆期仍未繳納者，依法移送行政執行。

第七章 附則

第 63 條

本法施行細則，由行政院定之。

第 64 條

本法自公布日施行。但中華民國一百零四年六月二日修正公布之第二條第十款與第十一款及第十八條至第十九條之二之施行日期，由行政院定之。

健康食品管理法【附件三】

第一章總則

第 1 條

為加強健康食品之管理與監督，維護國民健康，並保障消費者之權益，特制定本法；本法未規定者，適用其他有關法律之規定。

第 2 條

本法所稱健康食品，指具有保健功效，並標示或廣告其具該功效之食品。

本法所稱之保健功效，係指增進民眾健康、減少疾病危害風險，且具有實質科學證據之功效，非屬治療、矯正人類疾病之醫療效能，並經中央主管機關公告者。

第 3 條

依本法之規定申請查驗登記之健康食品，符合下列條件之一者，應發給健康食品許可證：

一、經科學化之安全及保健功效評估試驗，證明無害人體健康，且成分具有明確保健功效；其保健功效成分依現有技術無法確定者，得依申請人所列舉具該保健功效之各項原料及佐證文獻，由中央主管機關評估認定之。

二、成分符合中央主管機關所定之健康食品規格標準。

第一項健康食品安全評估方法、保健功效評估方法及規格標準，由中央主管機關定之。中央主管機關未定之保健功效評估方法，得由學術研究單位提出，並經中央主管機關審查認可。

第 4 條

健康食品之保健功效，應以下列方式之一表達：

一、如攝取某項健康食品後，可補充人體缺乏之營養素時，宣稱該食品具有預防或改善與該營養素相關疾病之功效。

二、敘述攝取某種健康食品後，其中特定營養素、特定成分或該食品對人體生理結構或生理機能之影響。三、提出科學證據，以支持該健康食品維持或影響人體生理結構或生理機能之說法。

四、敘述攝取某種健康食品後的一般性好處。

第 5 條

本法所稱主管機關：在中央為衛生福利部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府。

第二章 健康食品之許可

第 6 條

食品非依本法之規定，不得標示或廣告為健康食品。

食品標示或廣告提供特殊營養素或具有特定保健功效者，應依本法之規定辦理之。

第 7 條

製造、輸入健康食品，應將其成分、規格、作用與功效、製程概要、檢驗規格與方法，及有關資料與證件，連同標籤及樣品，並繳納證書費、查驗費，申請中央主管機關查驗登記，發給許可證後，始得製造或輸入。前項規定所稱證書費，係指申請查驗登記發給、換發或補發許可證之費用；所稱查驗費，係指審查費及檢驗費；其費額，由中央主管機關定之。

經查驗登記並發給許可證之健康食品，其登記事項如有變更，應具備申請書，向中央主管機關申請變更登記，並繳納審查費。

第一項規定之查驗，中央主管機關於必要時，得委託相關機關（構）、學校或團體辦理；其辦法，由中央主管機關定之。

第一項申請許可辦法，由中央主管機關定之。

第 8 條

健康食品之製造、輸入許可證有效期限為五年，期滿仍須繼續製造、輸入者，應於許可證到期前三個月內申請中央主管機關核准展延之。但每次展延不得超過五年。逾期未申請展延或不准展延者，原許可證自動失效。前項許可證如有污損或遺失，應敘明理由申請原核發機關換發或補發，並應將原許可證同時繳銷，或由核發機關公告註銷。

第 9 條

健康食品之許可證於有效期間內，有下列之各款事由之一者，中央主管機關得對已經許可之健康食品重新評估：

- 一、科學研究對該產品之功效發生疑義。
- 二、產品之成分、配方或生產方式受到質疑。
- 三、其他經食品衛生主管機關認定有必要時。

中央主管機關對健康食品重新評估不合格時，應通知相關廠商限期改善；屆期未改善者，中央主管機關得廢止其許可證。

第三章 健康食品之安全衛生管理

第 10 條

健康食品之製造，應符合良好作業規範。

輸入之健康食品，應符合原產國之良好作業規範。

第一項規範之標準，由中央主管機關定之。

第 11 條

健康食品與其容器及包裝，應符合衛生之要求；其標準，由中央主管機關定之。

第 12 條

健康食品或其原料有下列情形之一者，不得製造、調配、加工、販賣、儲存、輸入、輸出、贈與或公開陳列：一、變質或腐敗者。

- 二、染有病原菌者。
- 三、殘留農藥含量超過中央主管機關所定安全容許量者。
- 四、受原子塵、放射能污染，其含量超過中央主管機關所定安全容許量者。
- 五、攙偽、假冒者。
- 六、逾保存期限者。
- 七、含有其他有害人體健康之物質或異物者。

第四章 健康食品之標示及廣告

第 13 條

健康食品應以中文及通用符號顯著標示下列事項於容器、包裝或說明書上：

- 一、品名。
 - 二、內容物名稱；其為二種以上混合物時，應依其含量多寡由高至低分別標示之。
 - 三、淨重、容量或數量。
 - 四、食品添加物名稱；混合二種以上食品添加物，以功能性命名者，應分別標明添加物名稱。
 - 五、有效日期、保存方法及條件。
 - 六、廠商名稱、地址。輸入者應註明國內負責廠商名稱、地址。
 - 七、核准之功效。
 - 八、許可證字號、「健康食品」字樣及標準圖樣。
 - 九、攝取量、食用時應注意事項、可能造成健康傷害以及其他必要之警語。
 - 十、營養成分及含量。
 - 十一、其他經中央主管機關公告指定之標示事項。
- 第十款之標示方式和內容，由中央主管機關定之。

第 14 條

健康食品之標示或廣告不得有虛偽不實、誇張之內容，其宣稱之保健效能不得超過許可範圍，並應依中央主管機關查驗登記之內容。

健康食品之標示或廣告，不得涉及醫療效能之內容。

第 15 條

傳播業者不得為未依第七條規定取得許可證之食品刊播為健康食品之廣告。

接受委託刊播之健康食品傳播業者，應自廣告之日起六個月，保存委託刊播廣告者之姓名（法人或團體名稱）、身分證或事業登記證字號、住居所（事務所或營業所）及電話等資料，且於主管機關要求提供時，不得規避、妨礙或拒絕。

第五章 健康食品之稽查及取締

第 16 條

衛生主管機關得派員檢查健康食品製造業者、販賣業者之處所設施及有關業務，並得抽驗其健康食品，業者不得無故拒絕，但抽驗數量以足供檢驗之用者為限。

各級主管機關，對於涉嫌違反第六條至第十四條之業者，得命其暫停製造、調配、加工、販賣、陳列，並得將其該項物品定期封存，由業者出具保管書，暫行保管。

第 17 條

經許可製造、輸入之健康食品，經發現有重大危害時，中央主管機關除應隨時公告禁止其製造、輸入外，並廢止其許可證；其已製造或輸入者，應限期禁止其輸出、販賣、運送、寄藏、牙保、轉讓或意圖販賣而

陳列，必要時，並得沒入銷燬之。

第 18 條

健康食品有下列情形之一者，其製造或輸入之業者，應即通知下游業者，並依規定限期收回市售品，連同庫存品依本法有關規定處理：

- 一、未經許可而擅自標示、廣告為健康食品者。
 - 二、原領有許可證，經公告禁止製造或輸入者。
 - 三、原許可證未申請展延或不准展延者。
 - 四、違反第十條所定之情事者。
 - 五、違反第十一條所定之情事者。
 - 六、有第十二條所列各款情事之一者。
 - 七、違反第十三條各款之規定者。
 - 八、有第十四條所定之情事者。
 - 九、其他經中央衛生主管機關公告應收回者。
- 製造或輸入業者收回前項所定之健康食品時，下游業者應予配合。

第 19 條

健康食品得由當地主管機關依抽查、檢驗結果為下列處分：

- 一、未經許可而擅自標示或廣告為健康食品者，或有第十二條所列各款情形之一者，應予沒入銷毀。
 - 二、不符第十條、第十一條所定之標準者，應予沒入銷毀。但實施消毒或採行適當安全措施後，仍可使用或得改製使用者，應通知限期消毒、改製或採行安全措施；逾期末遵行者，沒入銷毀之。
 - 三、其標示違反第十三條或第十四條之規定者，應通知限期收回改正其標示；逾期不遵行者，沒入銷毀之。
 - 四、無前三款情形，而經第十六條第二項規定命暫停製造、調配、加工、販賣、陳列並封存者，應撤銷原處分，並予啟封。
- 製造、調配、加工、販賣、輸入、輸出第一項第一款或第二款之健康食品業者，由當地主管機關公告其公司名稱、地址、負責人姓名、商品名稱及違法情節。

第 20 條

舉發或緝獲不符本法規定之健康食品者，主管機關應予獎勵；獎勵辦法由主管機關另行訂定。

第六章 罰則

第 21 條

未經核准擅自製造或輸入健康食品或違反第六條第一項規定者，處三年以下有期徒刑，得併科新臺幣一百萬元以下罰金。

明知為前項之食品而販賣、供應、運送、寄藏、牙保、轉讓、標示、廣告或意圖販賣而陳列者，依前項規定處罰之。

第 22 條

違反第十二條之規定者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰。

前項行為一年內再違反者，處新臺幣九萬元以上九十萬元以下罰鍰，並得廢止其營業或工廠登記證照。第一項行為致危害人體健康者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金，並得廢止其營業或工廠登記證照。

第 23 條

有下列行為之一者，處新臺幣三萬元以上十五萬元以下罰鍰：

- 一、違反第十條之規定。
- 二、違反第十一條之規定。
- 三、違反第十三條之規定。

前項行為一年內再違反者，處新臺幣九萬元以上九十萬元以下之罰鍰，並得廢止其營業或工廠登記證照。第一項行為致危害人體健康者，處三年以下有期徒刑、拘役或科或併科新臺幣一百萬元以下罰金，並得廢止其營業或工廠登記證照。

第 24 條

健康食品業者違反第十四條規定者，主管機關應為下列之處分：

- 一、違反第一項規定者，處新臺幣十萬元以上五十萬元以下罰鍰。
- 二、違反第二項規定者，處新臺幣四十萬元以上二百萬元以下罰鍰。
- 三、前二款之罰鍰，應按次連續處罰至違規廣告停止刊播為止；情節重大者，並應廢止其健康食品之許可證。
- 四、經依前三款規定處罰，於一年內再次違反者，並應廢止其營業或工廠登記證照。

傳播業者違反第十五條第二項規定者，處新臺幣六萬元以上三十萬元以下罰鍰，並應按次連續處罰。

主管機關為第一項處分同時，應函知傳播業者及直轄市、縣（市）新聞主管機關。傳播業者自收文之次日起，應即停止刊播。

傳播業者刊播違反第十五條第一項規定之廣告，或未依前項規定，繼續刊播違反第十四條規定之廣告者，直轄市、縣（市）政府應處新臺幣十二萬元以上六十萬元以下罰鍰，並應按次連續處罰。

第 25 條

違反第十八條之規定者，處新台幣三十萬元以上一百萬元以下罰鍰，並得按日連續處罰。

第 26 條

法人之代表人、法人或自然人之代理人或受雇人，因執行業務，犯第二十一條至第二十二條之罪者，除依各該條之規定處罰其行為人外，對該法人或自然人亦科以各該條之罰金。

第 27 條

拒絕、妨害或故意逃避第十六條、第十七條所規定之抽查、抽驗或經命暫停或禁止製造、調配、加工、販賣、陳列而不遵行者，處行為人新臺幣三萬元以上三十萬元以下罰鍰，並得連續處罰。

前項行為如情節重大或一年內再違反者，並得廢止其營業或工廠登記證照。

第 28 條

本法所定之罰鍰，除第二十四條第四項規定外，由直轄市或縣（市）主管機關處罰。

第 29 條

出賣人有違反本法第七條、第十條至第十四條之情事時，買受人得退貨，請求出賣人退還其價金；出賣人如係明知時，應加倍退還其價金；買受人如受有其他損害時，法院得因被害人請求，依侵害情節命出賣人支付買受人零售價三倍以下或損害額三倍以下，由受害人擇一請求之懲罰性賠償金。但買受人為明知時，不在此限。

製造、輸入、販賣之業者為明知或與出賣人有共同過失時，應負連帶責任。

第七章附則

第 30 條

本法施行細則，由中央主管機關定之。

第 31 條

本法自公布後六個月施行。

本法修正條文自公布日施行。

中華民國直銷協會商德約法【附件四】

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★：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 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。

1.3 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 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。

1.5 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。

1.6 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。

1.7 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 表明身分

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。

5.2.1 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。

5.2.2 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：

- a. 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；
- b. 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；
- c. 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。

5.2.3 商德約法聯絡人

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。

5.3 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。

5.4 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。

5.5 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。

5.6

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。

附錄 D – 如新價值減損認定辦法

1. 本辦法依據「會員協議書」背面第 B 條 (c) 款及「多層次傳銷管理法」第四章之規定制定之。本辦法為「會員協議書」之一部份，由會員與本公司共同遵守。
2. 本辦法所稱之「退出退貨」指會員解除契約或終止契約後之退貨（政策與程序第二章第 4.1.c），以及會員違約遭本公司解除或終止契約後，本公司同意對於該會員所提出之退貨要求處理之；本辦法所稱之「一般退貨」則指非上述「退出退貨」之通常情況之退貨（政策與程序第二章第 4.1.a）。
3. 會員辦理「退出退貨」時，應依政策與程序第二章第 4.1.c.7 之規定辦理；「一般退貨」應由本人攜帶印章、退貨申請表、買受人發票（或產品銷售明細）、銷貨退回折讓單（需蓋上買受人印章）及欲退貨之產品。
4. 會員辦理退貨時，關於產品減損價值之多寡，依照本辦法所列「產品價值減損表」為標準計算之，計算後依法核定應給付之數額，於解除或終止契約且完成退貨手續後三十日內償還會員。
5. 如本辦法中仍無法據以處理認定時，公司保留對產品價值減損之認定標準及解釋權利。
6. 本辦法於向公平交易委員會完成報備後實施，如有必要時，本公司得隨時修正再經變更報備後實施。

附表：產品價值減損及計算說明：

退貨人資格	退貨理由	期間	商品狀況	價值減損	其他費用 (如行政費用、運費)	退還金額 (貨款百分比)
會員	一般退貨	訂購產品後 12 個月內	可重新銷售	0%	10%	90%
			不可重新銷售	100%	無	0%
	退出退貨	訂約後 30 天內 (亦即法定解除權/終止權期間內)	可重新銷售	0%	0%	100%
			不可重新銷售	100%	無	0%
		訂約後 30 天 (解除權/終止權期間) 經過後	可重新銷售	10%	無	90%
			不可重新銷售	100%	無	0%

附註：

1. 可重新銷售之定義係以該退貨商品仍未過保存期限、包裝完整未經開封且未經更改為標準。公司得以該商品之交易特性、效用、功能性及其他因素作個案判斷。
2. 下述狀況之產品，視為不可重新銷售（其價值已百分之百減損）
 - (一) 產品已拆封、已使用或不可重新銷售。
 - (二) 產品訂購已超過十二個月。
 - (三) 其他經公司以該產品之交易特性、效用、功能性及其他因素認定不可重新銷售者。

附錄 E- 調處機制簡介

一、有關調處之依據與目的

調處機構財團法人多層次傳銷保護基金會（以下簡稱傳保會），係依據「多層次傳銷管理法」第 38 條所設立之機構，其主要目的在於居間協助已完成報備之傳銷事業與傳銷商因多層次傳銷業務所生之民事爭議，作成調處，以消彌紛爭，為此，爰以附錄 E 簡單介紹此調處機制，作為協商解決傳銷民事爭議之途徑之一。

二、申請調處資格（須全數符合）：

- 1、申請人須為已向公平交易委員會完成報備之多層次傳銷事業或該傳銷事業之傳銷商。
- 2、申請調處之事件，須為傳銷事業與傳銷商間因多層次傳銷所產生之民事爭議，且未曾向傳保會申請調處。
- 3、申請人須已向傳保會繳交「保護基金」及「年費」。

三、調處相關之申請程序、表單及處理流程等，請至傳保會網站(<http://www.mlmpf.org.tw>) 參閱及下載使用。



美商如新華茂股份有限公司台灣分公司
NU SKIN Taiwan, LLC, Taiwan Branch
田田田 台北市內湖區舊宗路二段189號7樓之1

掌握絕佳事業契機，請與您的專屬直銷商聯絡
產品名稱 政策與程序 業務諮詢專線 02-8752-8555
產品編號 90015888 產品諮詢專線 02-8752-8556
網址 nuskin.com.tw 02-8752-8558

2024 · 05 · 01 版