



USANA[®]

SINGAPORE
政策与程序

Effective Date: August 3, 2020

政策与程序

第一部分 引言	4	3.5 其他公司及产品.....	6
1.1 直销商协议内列明的政策	4	3.6 直销协议终止后的招揽活动.....	6
1.2 目的.....	4	3.7 组织报告	6
1.3 变更.....	4	3.8 个人资料与隐私权	7
1.4 延误.....	4	3.8.1 个人资料.....	7
1.5 可分割性	4	3.8.2 向第三方透露个人资料	7
1.6 条款之宽免.....	4	3.8.3 直销商有权查看个人资料	7
1.7 自行决策	4	3.9 通过电话与电邮推广及销售行为	7
第二部分 成为直销商.....	4	3.10 有限公司、合作机构与信托机构	7
2.1 成为USANA直销商的要求	4	3.11 欺诈与不利行为.....	7
2.2 直销商的获益	4	3.12 独立承包商身份.....	8
2.3 身份证明和直销商号码.....	4	3.13 生意保险	8
2.4 临时登记成为新直销商.....	4	3.14 产品责任险.....	8
2.5 每年延续直销商会籍	4	3.15 风险承担	8
2.6 创业套装	5	3.16 国际业务	8
第三部分 经营USANA直销业务	5	3.17 遵守法律与条规.....	8
3.1 奖励计划	5	3.18 单一直销商会籍.....	8
3.1.1 家庭成员或相关个人行为	5	3.19 禁止重新包装及重新标签	8
3.2 广告.....	5	3.20 出售或转让直销商会籍.....	8
3.2.1 电视和广播	5	3.21 分拆直销商联合会籍	8
3.2.2 传媒咨询.....	5	3.22 继承权.....	8
3.2.3 注册商标及版权.....	5	3.23 税务.....	9
3.2.4 直销商姓名、名称和肖像之使用	5	3.24 行销区	
3.3 直销商声称与表述	6	3.25 商品陈列与展览.....	9
3.3.1 产品声称.....	6	3.26 确定保荐人	9
3.3.2 收入声称.....	6	3.27 更换保荐人.....	9
3.3.3 抹黑竞争对手	6	3.28 向其他组织进行挖角	9
3.3.4 宣传价格.....	6	第四部分 直销商和保荐人的责任	9
3.3.5 赔偿.....	6	4.1 持续监督、培训及销售.....	9
3.3.6 社交媒体.....	6	4.2 领导责任	9
3.4 销售地点	6	4.3 递交申请和订单.....	9

4.4 举报违规行为	9
------------------	---

第五部分 销售要求.....	9
-------------------------	----------

5.1 产品销售	9
5.2 建议零售价	9
5.3 禁止订购过量货品	9
5.4 客户定金与付款	10

第六部分 奖金与佣金.....	10
--------------------------	-----------

6.1 奖金与佣金调整	10
6.2 领取佣金的权利	10
6.3 未领取的佣金与贷项	10
6.4 手续费	10

第七部分 货物更换保证	10
----------------------------	-----------

7.1 零售顾客	10
7.2 优惠客户	10
7.3 直销商	10
7.3.1 最初订单	10
7.3.2 其他退货	10
7.3.3 直销商退货程序	10

第八部分 争议的解决和对违约的处理	10
----------------------------------	-----------

8.1 直销商之间的争议	10
8.1.1 监察部的审核	10
8.2 USANA与直销商之间的争议	10
8.3 对违约的处理	11

第九部分 订货方法.....	11
-------------------------	-----------

9.1 自动订货计划	11
9.2 购买USANA产品	11
9.3 日后交付订货政策	11
9.4 托运产品差错和损坏	11

第十部分 付款及交运产品	11
-----------------------------	-----------

10.1 付款方式	11
-----------------	----

10.2 自动订货计划	11
-------------------	----

10.3 递送服务及送货风险	11
----------------------	----

第十一部分 直销商服务	11
----------------------------	-----------

11.1 更改直销商资料	11
11.2 加入联合申请者	11
11.3 更改地址或电话号码	11
11.4 组织报告	11
11.5 佣金说明	11
11.6 错误或问题	12
11.7 解决问题	12

第十二部分 不活跃和终止政策	12
-------------------------------	-----------

12.1 不活跃	12
12.2 USANA终止协议	12
12.3 直销商终上协议	12
12.4 终止生效	12

第十三部分 定义.....	12
------------------------	-----------

第一部分 | 引言

1.1 直销商协议内列明的政策

这些政策与协议皆已列入“USANA独立直销商申请表与协议”中。在利用USANA制度创建您的独立事业前，您必须阅读并理解这些政策与协议。作为独立的USANA直销商，直销商还必须遵守所有这些政策与程序、独立直销商申请表与协议及奖励计划（以下统称为“直销商协议”）中列出条款与条件，同时遵守新加坡及直销商的USANA业务所在国的所适用法律与规定。

1.2 目的

“直销商协议”的目的是：

- 界定USANA和独立直销商之间的关系；
- 确立可接受的商业行为标准；
- 协助直销商建立和保护自己的业务。

1.3 变更

公司可能不时修改“直销商协议”和价目表。一旦相关变更刊登于USANA的正式刊物，并分发给所有活跃直销商，这些变更将在7天后开始生效。

1.4 延误

若因发生非USANA所能控制的情况（如罢工、劳工争议、暴动、战争、火灾、死亡、若供应来源出现短缺或中断、政府宣布禁令等）而导致其延误及未能履行职责，USANA一概不负责。

1.5 可分割性

若“直销商协议”中列明的任何条款失效、违法或无法实施，USANA可以修订或删除该等条款。修订或删除任何条款不会影响其余款或规定的有效性，该等条款及规定将继续具有全面及全部效力。

1.6 条款之宽免

无论在何种情况下，USANA均不会放弃要求直销商遵守“直销商协议”或任何控管商业行为的适用法规的权利。只有在极其罕见的情况下，USANA才会放弃执行某项政策。若USANA决定就某项政策给予宽免，其将以书面形式通知直销商，且有关宽免只适用于该特定情况。

1.7 自行决策

在处理有关法律或财务等事宜时，直销商应自行寻求专业意见，不应倚赖USANA的建议。

第二部分 | 成为直销商

2.1 成为USANA直销商的要求

- 至少达到所属国家的成人年龄；
- 居住在USANA获准经营业务的地区；
- 阅读USANA的“政策与程序”和奖励计划；
- 向USANA递交已署名的“直销商申请表与协议”或是由电子署名的“直销商申请表与协议”；
- 向USANA提供能与您联系的最新地址与联络号码；
- 按象征性价格购买USANA的创业套装（除非法规不允许）；

- 拥有新加坡身份证、永久居民身证、公司营业登记号码（公司或企业）或是企业编号、或经新加坡人力部批准的工作同意书。USANA要求需要在新加坡有效的身份证件以避免复制性的直销商会籍
- USANA保留以任何理由接受或拒绝申请的权利。
- 如USANA判断直销商的申请与协议书包含着任何不准确或虚假信息，USANA可立即终止销售权或宣布直销商的申请与协议书协议无效。此外，直销商有义务定期向公司报告任何变革，从而影响直销商的应用和协议准确性。

2.2 直销商的获益

当USANA公司正式接纳直销商的申请表及协议书后，新直销商即可享受「奖励计划」及「直销商协议」中的权益，当中包括：

- 购买USANA公司的产品及服务参与USANA公司的「奖励计划」（即在符合资格的情况下赚取佣金和红利）；
- 保荐 (Sponsor) 其他人成为优惠客户 (Preferred Customer) 或直销商，从而建立其团队，并透过USANA「奖励计划」发展业务；
- 获取USANA公司的资料和通讯；
- 参与USANA公司赞助的支援、服务、培训、激励和表扬，活动（需缴付适当费用）；
- 参与由USANA公司所举办的直销商推广及奖励计划及；
- 零售USANA公司的产品及服务，赚取利润；
- 按年续会成为USANA的直销商，并在符合资格的情况下按「奖励计划」赚取佣金及红利，或按「直销商协议」的政策与程序与一切条款及任何相关修订接受其他额外奖励。

2.3 身份证明和直销商号码

当USANA收到并接受您成为新直销商的申请表和协议书后，USANA将为您设定一个特定的直销商号码。当您向USANA订货，查询佣金及奖金时，都必须提供这号码。USANA要求所有直销商在登记有效的银行户口号码时提供身份证号码或永久居民身份证号码或工作准证号码。

2.4 临时登记成为新直销商

于直销商签署「直销商申请表及协议书」后，及USANA收到该申请正本前，直销商申请人可透过传真或互联网，以获取临时直销商编号及暂准成为新直销商。申请人必须向USANA公司提供填妥「直销商申请表及协议书」内的一切资料。申请人亦可使用有效的信用卡购买「直销商创业套装」。

新直销商的临时编号及暂准身份将维持21天，以待USANA正式收到「直销商申请表及协议书」正本。若直销商未能在21天内向USANA公司递交已签妥的「直销商申请表及协议书」正本，USANA公司将保留删除该临时直销商身份或停止向该临时直销商发放业务佣金之权利。当USANA公司收到「直销商申请表及协议书」正本，即会分配一个永久直销商编号给申请人，并将原先批准的直销商会籍 (Distributorship) 的有效期限延长为一年。

2.5 每年延续直销商会籍

USANA公司将每年向直销商收取新币36元延续会籍费（费额已包含7%消费税，费额可随时更改，而不需另行通知）。USANA公司会于直销商的一年会籍期满时，自动从直销商向USANA公司填报用作自动订货缴款的信用卡或银行账户中收取有

关费用。若直销商在USANA公司并没有信用卡或银行账户记录,您必须依时把延续会籍费用亲自交往USANA新加坡办事处。每年的延续直销商会籍费用将可:

- 自动获安排续订USANA公司刊物;
- 延续您的直销商协议(表示您接受并承诺会完全遵照USANA「程序与政策」最新修订版本内的一切条款)及保持进行保荐之权利;
- 继续享有参与奖励计划;购买USANA产品;享用USANA服务支援;参与公司推广、竞赛、零售产品及服务,表扬活动;及参与公司活动的权利。

2.6 创业套装

USANA并不要求您购买产品后方可成为直销商。但是,为帮助新加入者熟悉USANA的产品、服务、销售技术、销售辅助手段和其他有关事宜,USANA要求新加入的直销商购买一份创业套装。

第三部分 | 经营USANA直销业务

3.1 奖励计划

您必须遵守USANA奖励计划中的有关条款,这些条款刊登于USANA的正式文件之中。您不得擅自通过其他销售计划、或者任何未经批准的营销方法、或者将USANA计划同其他计划相组合的方法,向外推荐USANA的直销机会。您不得要求或者鼓励其他现任或潜在优惠客户和直销商,以任何违反USANA在正式资料中所公布计划的方式加入USANA直销。亦不得要求或者鼓励上述人士签署执行除USANA正式协议和合同以外的其他协议和合同,以使他们成为直销商。同样,您不得要求或者鼓励上述人士不向USANA正式公布有关方面购买产品和支付款项,而向其他任何人或者实体购买产品并支付款项,以此达到加入USANA奖励计划的目的。

3.1.1 家庭成员或相关个人行为

如果某行为对直销商而言属违反直销商协议条款者,若直销商的直接家庭成员(直销商的配偶或所抚养的家属)从事该等行为,将被视为等同该直销商违反了直销商协议条款。

3.2 广告

直销商于推广USANA公司、USANA所提供的业务机会、「奖励计划」及USANA产品时,必须确保当中并不涉及任何无礼、失实、不合法及不道德的举止及行为。只有黄金董事(Gold Director)或以上阶级的直销商方可自己制定销售、市场推广及辅助资料,以推广USANA、USANA所提供的业务机会、「奖励计划」及其USANA业务。其他直销商只允许使用USANA公司编制或现已批准使用的销售工具及辅助资料。该等销售、市场推广及辅助资料包括,但不仅限于,培训及招募资料、产品目录、小册子、宣传单张、海报、明信片、信件、分类广告等宣传USANA产品及计划的资料,以及电邮讯息、语音讯息录音、社交媒体和互联网网页等宣传USANA产品、服务或「奖励计划」的材料。

任何黄金董事或以上阶级的直销商,如欲自行编制销售及市场推广资料,必先把资料送交USANA公司覆核。直销商自行编制的所有材料必须事先获得USANA公司批准,方可用作推广他或她的业务或向其他人推荐开展USANA业务机会。在收到建议的推广材料后,USANA公司将覆核有关资料,并决定其方式内容是否合适作推广用途。USANA将收取行政费用以作覆核有关资料之用。USANA公司会尽快以书面通知黄金或

以上级别董事,公司已批准或拒绝批准使用有关资料,以推广及支援他或她的USANA业务活动。黄金或以上级别的董事只可以使用经USANA公司明确批准的销售、市场推广及辅助资料。直销商不得透过出售已获USANA公司批准使用之一切资料赚取利润。直销商必须确保所有获批准使用之资料为最新版本。USANA公司保留取消或撤回任何宣传资料之批准权利,而直销商亦必须自动放弃追讨任何因批核获撤销所引致的损失赔偿,或任何形式之赔偿。

3.2.1 电视和广播

直销商可用USANA编制的销售、推广及辅助材料在电视或广播做广告,但事先需获得USANA的书面许可。

3.2.2 传媒咨询

直销商须将所有传媒就USANA发出的咨询事宜转交给USANA处理,从而确保公司对外所发信息的准确性和一致性。

3.2.3 注册商标及版权

- 直销商不得直接或间接使用USANA公司的注册商标或商业名称或公司标志、以推广个人独立业务。相反,直销商必须使用「USANA独立直销商」(Independent USANA Distributor)名义来推广业务。直销商可向USANA公司索取有关标志,以供制作用途;
- 直销商接听电话时,不得以任何态度明示或暗示来电者已接驳到USANA公司的办事处;
- 直销商不得直接或间接记录或复制任何USANA公司举办的企业活动、会议、演讲等内容;
- 直销商不得直接或间接记录、复制或抄袭任何USANA公司发言人、代表、讲者、行政人员、董事或其他直销商的简报或演讲;
- 直销商不得直接或间接复制或抄袭任何USANA公司制作的CD或录影光碟(VCD)内容;
- 直销商不得在未获USANA公司及/或个别与USANA公司有关人士的书面同意前,以任何书写或电子媒体形式,直接或间接刊登或导致刊登该等人士的姓名、照片或类似材料、或持有版权的材料或财产;
- 直销商不得在未取得USANA公司的书面同意前,以任何书写或电子媒体形式,直接或间接刊登或导致刊登USANA公司持有版权的材料或财产;
- 直销商不得直接或间接使用,或试图注册或售卖任何USANA公司的商业名称、注册商标、服务名称、产品名称或其任何形式之衍生品,以及任何网域名称或电邮地址。

3.2.4 直销商姓名、名称和肖像之使用

直销商同意USANA将自己的名字、亲身体验、肖像等有关资料刊载于广告中,在所有同USANA有关的活动中或由USANA赞助的活动中推广USANA机会或者产品。这亲身体验是指对USANA、USANA产品和机会的陈述,这些陈述将以印刷和录制的方式进行传播,其中包括翻译、复述、制成电子产品等等方式。肖像是指以直销商肖像制做成照片、数码、电子、音像等制品对外传播。

3.3 直销商声称与表述

3.3.1 产品声称

在描述USANA产品的特性时,除USANA正式材料或产品标签中对其产品特性的描述之外,直销商不得声称USANA产品具有治疗或药用特性。特别强调的是:直销商不得声称USANA产品可以治愈、治疗、诊断、减轻或防治任何疾病或相关病症。这种陈述会让人感到USANA产品是医疗产品或药品。这么做不仅会违反直销商协议,也会违反USANA业务所在国的法律与法规。

3.3.2 收入声称

在讲解或讨论USANA事业机会或奖励计划时,直销商不得预测收入前景或者声称或披露从USANA获得的收入(包括出示支票、支票附件或者银行结单)。

3.3.3 抹黑竞争对手

不得抹黑另一家公司或其产品,如利用营养价值对照表,隐指跟USANA的营养素产品相比,竞争对手的产品质量欠佳。

3.3.4 宣传价格

直销商不可自行编制宣传或广告单张,并以低于USANA自动订货价、托运费及税收总和之价格出售USANA产品。

3.3.5 赔偿

当直销商使用任何并非源自USANA公司之正式资料宣传推广USANA产品、服务及奖励计划,直销商必须对自己所作出之一切有关USANA产品、服务及奖励计划之口头或书面陈述负全责。直销商同意并承诺保障及赔偿USANA因直销商作出任何「直销商协议」管辖范围外的行动,而招致之损失索偿,包括法律诉讼所需的一切费用。此条款于「直销商协议」终止后继续有效。

3.3.6 社交媒体

直销商可以使用社交媒体例如:面簿,部落格, Twitter, Instagram,等等,与他或她的网络联系有关他或她的USANA事业。但是,若所刊登的信息有意图让直销商,优惠顾客或是潜在的直销商或优惠顾客购买USANA产品或服务,参加USANA活动或是鼓励他们联系自己等等将列入为广告并应符合条例第3.2。

3.4 销售地点

直销商只可以在指定的销售点陈列及销售USANA产品,而该等销售点是主要倚靠专业服务作为收益的基本来源,销售产品只属其第二收益来源。公司认可以提供服务为主导的机构,包括但不限于:健康水疗中心、美容院、医务所;公司不认可以销售产品为主导的机构,包括但不限于:零售店、拍卖网站(例如:eBay)及药房。任何直销商不知情下提供USANA产品予第三者,并于未经许可情况下作散户转售以赚取利润,即属违反USANA公司之政策。

3.5 其他公司及产品

USANA直销商可参与其他网络行销计划,及同时从事USANA公司以外的产品及服务的销售工作。但直销商不可涉及任何未经许可的招揽活动,包括:

- 直接或经第三者招募或招揽USANA顾客或直销商加入其他网络直销公司。这包括但不限于,直接或协助介绍其他网络直销公司予任何USANA优惠客户或直销商;以明

示或暗示方式鼓励任何USANA优惠客户或直销商加入其他网络直销公司;

- 直销商若招募或招揽USANA顾客或直销商加入其他网络行销公司,即使未知悉他或她亦是USANA顾客或直销商,该直销商亦即违反此条例;
- 为其他直销公司制作任何文宣、影/音带、或任何形式之宣传资料,或在其他直销公司的促销、招募或招揽等资料上出现、引用、或容许该直销商的名字或图像被提及或引用。
- 向USANA直销商或优惠客户,销售或推广任何与USANA产品或服务。任何与USANA产品或服务属相同类别的产品或服务均属具竞争性(例如:任何营养补充品和USANA营养补充品属相同类别的即为具竞争性,不论双方于价格、品质、用料或营养成份上存有不同);
- 在提供USANA的产品,或推广USANA「奖励计划」时,同时推广其他非USANA公司产品、计划或奖励;
- 于任何USANA会议、讲座、发布会、年会或其他USANA活动上,于提供USANA公司的产品或业务计划时,同时推广其他非USANA公司产品或业务机会;
- 不得在USANA公司举办的会议或活动后14天内,保荐由另一名直销商陪同出席该会议的人士成为USANA直销商或优惠客户,或加入其他网络行销公司,除非及直至已获得通知他/她已决定不会自己登记成为USANA直销商,而陪同其出席者亦表明不会保荐他或她加入USANA。任何违反此条例的直销商,USANA公司将立即取消其直销商会籍。违反此条例将严重影响其他USANA直销商及USANA公司业务发展及销售额;
- 直销商可在不参与竞逐USANA领袖红利(Leadership Bonus)及菁英红利(Elite Bonus)的情况下,直接或间接以任何形式参与,包括但不限于经营、保荐直销商、接受奖励或在法律上或衡平法上以独资、合伙、股东、受托人或受益人身份于其他网络行销公司经营业务;
- 不论基于任何意图或目的,若直销商在接受USANA领袖红利或菁英红利时,经营其他网络行销公司的业务,即属违反USANA公司之「直销商协议」;
- 所有直销商无论以任何形式经营其他网络行销公司的业务,均不可存取顾客的个人资料,包括但不限于USANA公司下线管理系统(DLM)内的顾客名单。

3.6 直销协议终止后的招揽活动

“直销商协议”终止后六个月内,USANA前直销商不得代表任何与USANA构成竞争的直销公司,招募其下线组织中的USANA直销商或优惠客户。

3.7 组织报告

USANA的组织报告属保密资料,内含专有的商业贸易机密。除了利用这项报告发展USANA业务外,不得将其用作其它用途。您尤其须注意:

- 不得向第三者报告的任何信息;
- 利用报告内容同USANA进行竞争;
- 招募或者招揽报告中所列优惠客户或者直销商加入其它多层营销事业

3.8 个人资料与隐私权

3.8.1 个人资料

直销商可时常向USANA提供个人资料,用于跟直销业务有关的用途,或申请成为USANA直销商。这些用途包括:

- 办理直销商申请,编制下线组织报告;
- 提供直销商服务,如策划与安排直销商会议与培训;
- 管理与直销商获益相关的行政事务;
- 开发与实施政策、市场推广计划及策略;
- 在USANA新闻简报、促销材料及集团内部通讯中发布个人资料;
- 提供参考;
- 遵照适用法律的规定,配合政府或警方调查;
- 任何与上述用途相关的用途。

3.8.2 向第三方透露个人资料

在适用法律许可的前提下,USANA可以将直销商的个人资料提供给以下第三方:

- USANA及其当地与外国关联公司的员工、董事及经理;
- 向USANA或其关联公司提供行政、广告、印刷或其他服务的任何代理人、承包商、供应商、厂家或其他第三方;包括但不限于分销中心、外部审计师、医疗从业者、受托人、保险公司、保险统计员及任何USANA或其关联公司指定的顾问/代理,以计划、提供和/或管理直销商的获益;
- 需要下线直销商的个人资料的保荐人以及上线领袖,以观察他们的个人销售组的销售活动以及事业发展。但是,USANA不会在未获得直销商许可的情况下透露任何信用卡资料或是任何身份证号码给任何第三方;
- 寻求参考资料的个人或机构;
- 任何政府机构或新加坡其他相应政府、警方及控管机构。

3.8.3 直销商有权查看个人资料

在个人资料隐私条例下,您有权要求USANA提供并取得USANA所保存的关于您的资料,更正其中任何不准确的信息(除非有适用的例外情况)。您也可以要求USANA告知您USANA保存哪些类型的个人资料以及是如何使用或透露您的个人资料。

个人资料隐私保护条例也需要USANA在做任何销售宣传前获得您的许可后才能使用您的个人资料。当您在直销商申请表及协议书上签名,您已同意让USANA在销售宣传活动使用您的个人资料。如欲查阅并更正个人资料,索取USANA有关个人资料的政策与惯例,或是撤销所允许USANA使用个人资料的许可,须先向USANA客户服务部门提出书面要求。

3.9 通过电话与电邮推广及销售行为

· USANA不会发送「垃圾邮件」(未经同意的电子邮件、手机简讯、电子短信/即时通讯等形式的商业电子通讯)给直销商或顾客,USANA也禁止USANA直销商利用垃圾邮件来推广及销售USANA的产品或招募其他直销商。因此,USANA要求直销商在使用电子通讯进行行销及推广USANA商机和产品时,须遵守以下规则:

- 直销商只能发送商业电子通讯给下列人士:

- (a) 与直销商有现存业务、家庭、或个人关系的收件人;或
- (b) 经由他人转介之人士,唯直销商必须与转介人有业务、家庭或个人关系,而转介人必须与被转介者有业务、家庭或个人关系。

· 直销商所发送的商业电子通讯内容必须包含:

- (a) 清楚而明确的主旨标题,
- (b) 明确的发件人联络资料(姓名、邮寄地址、电话号码和电邮地址),
- (c) 若为转介,转介人的姓名,以及
- (d) 有效的「退出」或取消订阅功能。

3.10 有限公司、合作机构与信托机构

直销商可在最初的时候,以有限公司、合作机构、信托机构或任何其他业务机构的形式申请从事直销。同样地,现行直销商也可将其运营身份从个人改为业务实体。在这两种情况下,直销商皆须向USANA提供一份适当的公司成立文件副本及经妥善填写与签署的直销商申请表与协议(如为有限公司,则须提供核准该申请的董事会议记录副本)。如为合作机构,所有合作伙伴须在申请表上签名。任何业务实体的所有各方皆须接受对USANA的任何债务或其他义务的共同或个别责任。

3.11 欺诈与不利行为

直销商须向潜在的直销商以公平、真实地解释USANA产品、机会、奖励计划、政策与程序的内容,包括:

- 向所有潜在直销商诚实、详尽地讲解USANA奖励计划;
- 清楚表明:从USANA奖励计划获取的收入是基于产品销售,而不仅仅是保荐其他直销商;
- 进行利润评估时应根据通常情况下直销商的平均利润做出合理的预测;
- 指出人们在特定情况下的过去收入并不代表未来业绩;
- 不就直销商从事业务活动时可能产生的平均开销提供错误信息;
- 不就直销商从事业务活动,赚取相应利润而需投入的平均时间提供错误信息;
- 不就任何个人直销商所赚取的利润和收入做出保证;
- 在任何情况下均不明述或暗示您将与其他任何人建立团队;
- 在任何情况下均不明述直销商个人的利润或收入可以得到保证;
- 在任何情况下均不明述任何消费者、商业机构或者政府机构赞同或者认可USANA产品或者奖励计划。
- 禁止操控奖励计划,否则可能受到惩罚。操控奖励计划包括但不限于:直销商为了取得晋升阶级或领取佣金的资格而订购非经由直销管道销售的大量产品、籍其下线组织线中的直销商会籍下订单、以及任何其他违反州、联邦、或外国的反金字塔式传销法律的行为。该等操控行为依USANA的裁决,可能导致暂停支付佣金并终止其直销商会籍。

- 若USANA认定某直销商的行为有害、有破坏性、或不利于USANA或其他直销商,则USANA可依靠第8.3.条所述对该直销商采取适当措施。

3.12 独立承包商身份

直销商是自雇的独立承包商,USANA同您之间的协议并不在USANA与直销商之间产生雇主与雇员关系、代理关系、合作伙伴关系或合资关系。他或她须自行负责支付自己的所得税,并确立自己的目标、工作小时和销售手段。

3.13 生意保险

直销商应为自己的商业活动购买保险。

3.14 产品责任险

USANA已为公司及销售商购置产品责任险,以为任何涉及产品的责任提供保障。USANA的“卖方保证”条款已将有关保险的有效范围扩展至包括直销商,但条件是直销商须按适用法规和“直销商协议”条款的规定销售USANA产品。USANA产品赔偿保险并不包括因直销商在销售USANA产品时的任何不当行为所引致的产品索赔。

3.15 风险承担

直销商应明白不论是直接或间接获USANA公司邀请,或在USANA公司同意下参与有关USANA公司的会议、活动、工作坊、奖赏旅程或聚会时,他或她是以经营个人业务的身份,而非以USANA公司受聘员工、代理人或管理层身份参与。直销商须愿意承担所有有关参与上述活动之风险。

3.16 国际业务

直销商只能在USANA获得许可、正式开业的国家推广USANA产品,包括并不限制与,转为某个市场特别设计,专属配方以及获批准的产品(比如:美国标签的产品只能在美国售卖;摩西可标签的产品只共摩西可内销售)和服务。这些开业国家的名单刊载于USANA正式刊物之中。如果您想到新加坡以外的、以获核准的国家从事USANA业务活动,则须遵守所在国的所有相应法规。

3.17 遵守法律与法规

直销商必须服从所有适用于自己业务的法律。

3.18 单一直销商会籍

直销商只可拥有单一的USANA会籍,在这个单一的会籍下经营USANA业务、收取USANA的佣金。作为合伙企业、合伙人,公司股东、信托基金会、或者受益者这类法律上的独立实体也只能有一个直销商会籍。可是,尽管有这一条例,您的配偶只要是放在您的商务中心下,而非旁线的组织内,仍然可以成为直销商并拥有第二个会籍。第二个生意必须是真实诚意的独立生意,由合同上签名者操作,而非由第一个生意的拥有者操作。

3.19 禁止重新包装及重新标签

不得重新为USANA产品标签或以任何方式更改USANA产品的标签。同样的,不得重新包装或把空的原装容器重新注满其它产品出售。须以出厂时的原包装形态进行销售。任何上述行为可能导致犯罪处罚和或民事损害赔偿。

3.20 出售或转让直销商会籍

未经USANA书面同意,不得向任何人或团体出售、转让直销

售会籍。要得到USANA的同意,直销商必须:

- 是信誉良好的直销商,信誉是否良好由USANA全权决定;
- 以书面形式,将相关转让意图通知USANA;
- 转让之前,付清拖欠USANA的所有款项;
- 所有商务中心均不可单一转让。若有销商希望转让其会籍,必须连同所有商务中心一并转让;
- 满足USANA对直销商所制定的条件要求;
- 能够令人满意地履行USANA直销商的义务,是否令人满意由USANA全权判定;
- 继承出售直销商会籍的一方的义务与位置;
- 完成直销商申请表的转让并交付所需手续费;
- 完成直销商申请表与协议书。不得将直销商会籍转让给目前或曾经拥有、经营或参与USANA直销业务的任何个人或个体。USANA保留在核准所提议的出售或转让前,审核全部所提议买卖条款并添加额外条款与条件的权利。如果直销商实施转让的目的是企图避免遵守“直销商协议”,USANA据其全权判定,相关出售或转让将作废。

3.21 分拆直销商联合会籍

若直销商希望解散与其他人士共同持有的直销商会籍,他或她将不得损害其业务组织中团队的收入或权益。直销商决定是否解散其直销联营前,请先考虑以下几点:

- 若任何直销商联营会籍被分拆,任何一名联营者均可接手经营该直销业务,但其他联营者必须放弃该会籍的权利及利益;
- USANA公司不能把团队组织分拆,亦不可把佣金或红利平均分给每名联营者;
- 若以合伙名义经营USANA业务的直销商决定解散,该位放弃原有联营业务权的任何经营者均可即时在任何直销商保荐下重新成为新直销商,但只限于那些在解散前拥有直销商户籍达6个月或以上的人士。惟USANA只会提供一次「六个月免候期」的豁免机会予每位申请人士。所有未能符合以上资格的人士必须在6个月等候期完结后,方可再次申请成为新直销商。
- 这程序并不包括解散夫妻共同经营的直销商户口。先生或是太太只能在获得合法的离婚证书后,才能正式脱离直销商关系并在他/她所选择的保荐人下立即加入。

3.22 继承权

若直销商不幸逝世或丧失处理业务能力,他或她的赚取佣金和红利的权利、团队组织、以及所有直销商责任将转移给其承继人。如直销商不幸逝世或丧失处理业务能力,其承继人必须向USANA监察部呈交死亡或丧失处理业务能力的证明,连同继承证明,及资料正确的「直销商申请表及协议书」,以便USANA公司处理其继承权事宜。即使他或她现时已拥有或经营直销业务,仍可以继承及保留另一个直销会籍。若不幸逝世的直销商没有预立遗嘱,而USANA公司亦没有在已故直销商逝世后之6个月内并接到遗产授权代表、承继人、受遗赠者、继任信托人、遗产代理人或遗嘱执行人的承继权申请,该原有之直销商户籍将会视作不能转让。

3.23 税务

直销商须自行负责就自己作为独力直销商赚得的收入支付税款。

3.24 行销区

USANA的产品或服务不限于独家行销区,任何直销商皆不应暗示或者表明在某个地区拥有独家销售USANA产品和服务的权利。

3.25 商品陈列与展览

直销商可在商品陈列和展览会上展示和/或销售USANA产品。但是所展示的文字说明必须是USANA的正式文字说明,并且必须明确表明自己是独立直销商。不得在旧货市场、车库甩卖或跳蚤市场陈列或销售USANA产品。

3.26 确定保荐人

直销商拥有选择自己保荐人的最后权力。总体规则是:第一个为潜在直销商做了实质性工作的直销商将被认为是第一保荐人。直销商在招募时应自行确定潜在直销商是否与另一USANA直销商合作。应以常识、尊重他人及公平的原则处理直销商保荐事宜。如出现任何直销商保荐方面的问题,由USANA根据全权判定做出最后裁决。一般而言,USANA会将直销商申请表和协议书中列出的第一个人视为保荐人。

3.27 更换保荐人

除下列情况以外,USANA一般不允许任何人更换保荐人:

- 直销商是被以欺骗或不道德的手法引诱加入USANA的;
- 直销商在加入USANA后10天之内提出更改要求。若他或她提出上述请求,必须提供自己保荐人和保荐人之保荐人的书面同意以及所需的更换保荐人费用(10新元)。如果他或她在提出更正请求时已经有了团队组织,那么更正申请将不会获得批准;
- 如果他或她以书面形式要求终止直销商会籍,可在六个月后任选保荐人重新加入USANA直销。在这六个月中,他或她可以优惠客户的身份参加USANA的业务。当他或她终止直销商会籍后,将丧失原先组织中的所有权利、红利与奖金;
- 如果他或她连续12个月没有活跃的活动(即:没有购买或者销售USANA产品,或者没有以直销商身份参加任何其他形式的活动),可以书面形式通知USANA终止直销商会籍,并且立即根据自己所选择的保荐人重新加入USANA。

3.28 向其他组织进行挖角

USANA公司严禁任何直销商向其他组织进行挖角。「向其他组织进行挖角」的定义为直销商向现时以个人名义或业务组织名义经营的USANA优惠客户或直销商,或于过去6个月期间为其他保荐人旗下的直销商,进行或尝试进行保荐活动。直销商不可使用商业名称、有限公司、合伙企业、信托、配偶姓名或虚假身份证明文件进行保荐而意图忽视本条款。直销商不得贬低或破坏其他USANA直销商的名声,以利诱其下线加入您的团队中。

第四部分 | 直销商和保荐人的责任

4.1 持续监督、培训及销售

任何直销商保荐一名新直销商时,必须就USANA产品知识、销售技巧、「奖励计划」,以及公司政策及程序方面为他或她提供培训。您应监察及监督其下线直销商的表现,确保他们以专业及符合操守的态度经营业务,并且以正确方法推广业务和提供优质客户服务。随著直销商晋升至不同阶级,他或她对其下线直销商的推动及培训责任亦相对增加。在保荐新

直销商时,保荐人有责任在新直销商履行「直销商协议」前以任何方式,包括线上形式为新直销商提供最新版本之USANA政策与程序及USANA奖励计划的资讯。

4.2 领导责任

所有直销商在保荐下线成为USANA的会员后,他必须提供产品知识,销售技巧,“奖励计划”以及政策与程序予团队。直销商也必须监督团队,并确保他们在经营事业时遵从道德规范,以正确的销售手法推广,以及提供良好的客户服务。直销商在晋升更高阶级时将拥有大的责任训练及激励其团队。

4.3 递交申请和订单

直销商须在接到其他直销商或者优惠客户提交的、任何经签署的表格和申请表后的第二个工作日,将其送往USANA。除非该直销商或者优惠客户明确表示让他或她暂时保留表格。

4.4 举报违规行为

若直销商发现任何违反“直销商协议”的行为,应马上向USANA报告。

第五部分 | 销售要求

5.1 产品销售

USANA奖励计划建立在向最终消费者销售产品和提供服务的基础上。为了获得佣金分配资格,直销商必须达到下列要求:

- 直销商所订购产品中,至少70%是供个人使用和/或售予他人。直销商本人保荐之优惠顾客的产品订购叶应计算在符合这70%的要求内;直销商必需在上次订货的70%已由个人使用完或售给终端消费者后才可订货
- 向零售客户提供收据,在收据中列明出售日期、销售量、产品名称和“USANA产品满意保证书”;将零售产品收据至少保留2年。为帮助履行他或她的产品销售义务,USANA强烈建议他或她定期发展新的优惠客户或零售消费者。

5.2 建议零售价

直销商可以以任何价格销售USANA产品但是直销商不可以低于购买价格出售产品。若触犯此条例将可导致直销商会籍被取消或停止。

5.3 禁止订购过量货品

USANA公司严禁直销商为了从奖励计划赚取佣金、红利或晋升级别,而购买过多产品或赠送产品。直销商不得在四星期运转周期内订购或鼓励其他人订购超过由公司定明供合理转售或自用的产品数量。除非直销商能提供证据或说明书证明需要过量订购的理由,方可获得例外。

除了创业套装外,不要求直销商购买库存产品或销售辅助材料。选择购买的直销商可能会觉得在构建团队组织时更容易一些,因为在满足消费者订单或新直销商要求时能做出更快的回应。每位直销商必须自行决定上述事宜。

5.4 客户定金与付款

在没有送货之前,不得向零售客户收取任何金钱。

第六部分 | 奖金与佣金

USANA按周支付佣金。直销商应仔细查看自己的佣金报告,如果发现错误或者异议,请在30日内向USANA报告。

6.1 奖金与佣金调整

直销商所赚取的佣金和奖金基于其向消费者销售的产品数量。因此当直销商或者任何最终客户退货退款时, USANA会为此对支付的佣金和奖金进行相应调整。在退款后的两个星期内, USANA将从上线直销商的团体销售额中扣除退回产品的销售额。

6.2 领取佣金的权利

直销商必须保持活跃, 并且遵守“直销商协议”的条款, 方有资格领取佣金和奖金。

6.3 未领取的佣金与贷项

未兑现的支票将在支票签发日后六个月失效。帐户中未认领的贷项将被托管六年。在此期间USANA可能定期以书面通知直销商贷项的余额。USANA将就每次发出或尝试发出的通知收取新元\$30.00的费用。

6.4 手续费

USANA保留就每月办理佣金支付及提供结算单而收取合理手续费的权利, 以抵消由此产生的成本。有关目前收费的信息可向直销商服务部门索取。

第七部分 | 货物更换保证

USANA公司保证提供品质优良的产品, 并乐意为客户更换任何损坏或缺货产品。任何人希望退回损坏或缺货的产品, 必须填写「直销商产品更换或退货表」(Distributor Product Exchange or Return Form)。若直销商旨在透过更换产品以增加佣金分数或操控奖励计划而获取利益(透过观察更换产品的模式是否异于一般直销商而得出结论), 该直销商即属违反「直销商协议」。而USANA亦不接受这种产品更换。

7.1 零售顾客

USANA要求直销商们遵守公司为零售顾客提供的60天内无条件全额退款保证。无论任何原因, 如果零售顾客对USANA产品不满意, 可在购得此产品后60天内将其退给出售产品的直销商, 要求更换产品或者全额退回货款。但如相关产品已被消费超过三分之一, 则不能再办理退换或退款。如果零售顾客要求退款, 出售产品的直销商须立即按原价将货款和数退还顾客。直销商应在接到零售顾客退货的10日之内, 将填写好的“顾客退货表”、原本收据和所退产品一并送往USANA。USANA然后将以同类产品予以更换。

7.2 优惠客户

USANA就每张产品订单为优惠客户提供60天内无条件全额退款保证。如相关产品已被消费超过三分之一, 则不能再办理退换或退款。优惠客户如有任何不满意, 应将产品退给USANA要求更换或全额退款

7.3 直销商

7.3.1 最初订单

如果直销商在刚加入USANA直销商行列不满60天就要退出, USANA将按原价购回创业套装和最初购置的产品(扣除手续费及运费)。前提是所购回的创业套装和产品保存良好, 仍可再出售。您须将产品和完整创业套装附上手续费及运费送回USANA, 同时提交书面说明, 解释自己希望终止会籍并要求退款。

7.3.2 其他退货

第一次订货以后, 直销商可以原价100%的价钱将前六个月的货品(包括促销材料和销售辅助资料)退回(扣除手续费及运费)。前提是所退货品必须保存良好, 仍可再出售。但若根据USANA的看法, 直销商退货的数量不合理或超过100SVP, 则USANA保留取消其“直销商协议”的权利。此外, USANA将从所退的款项中扣除直销商可能已经从这些所退货品中得到的佣金和奖金。不得退回或换取不在新加坡出售的产品。

7.3.3 直销商退货程序

在退款、更换产品和回购产品时, 直销商必须:

- 将产品附上原本订单确认退还USANA;
- 使用适当的运输箱及包装材料将所退货品运回USANA;
- 退款、更换和回购产品必须在购买期的60天之内执行。

必要时, 直销商有责任追查邮寄回公司的产品下落。退货程序完成后, 退款将在四至六星期内转至直销商信用卡帐户或以支票形式清偿。每一样产品退还还将收取新元\$2行政费用。

如果产品由零售顾客退回, 您须:

- 在顾客退货后10天内将产品关回USANA。退货包裹内必须包括填写好的“顾客退货表”、原始收据复印件和装在原始容器中的未用完产品;
- 只有从USANA订货的优惠客户或直销商可将货品直接退回USANA;
- USANA对邮寄中丢失的物品概不负责

第八部分 | 争议的解决和对违约的处理

8.1 直销商之间的争议

如果直销商对另一位直销商从事USANA业务的行为有不满或投诉时, 首选应试图从您的黄金董事获取建议与帮助, 试图解决所存在的问题。如果不能解决争议, 应联络USANA, 以书面形式陈述所有事实。

8.1.1 监察部的审核

当收到直销商的书面投诉后, USANA监察部会调查有关事件, 并根据适合的条款, 对事件作出最后的解决方案。USANA公司会在调查期间暂时冻结直销商之会籍, 直至调查工作完成为止。若调查报告证明该直销商并没有触犯「直销商协议」, USANA公司便会随即支付该直销商于调查期间所得之佣金, 并加付照当时USANA的利率计算该直销商之佣金于调查期间应得之利息。监察部亦会根据条款第8.3条作出适当的纪律处分。

8.2 USANA与直销商之间的争议

“直销商协议”根据犹他州法律制订并受该州法律的管辖。“直销商协议”的相关各方因此应将争议不可撤销地提交给犹他州的非专属管辖。

8.3 对违约的处理

直销商若违反任何“直销商协议”条款, 或发生违法、欺骗、不道德的经商行为, 可能遭到USANA独立做出的下列一项或者多项处罚:

- 书面警告、指出其不当行为和所违反的“政策及程序”的条款, 告之如果再犯将受到进一步处罚;

- 缓期处罚,包括要求直销商纠正自己的行为,USANA将给予进一步跟进,确保直销商遵守协议规定;
- 撤销肯定或奖励、在特定的时期内限制其参加USANA赞助的活动,直至达到满意要求;
- 在某特定期(直至达到满意要求),停止直销商所享受的特定优惠待遇,包括(但不限于)订货、参加USANA的计划、在奖励计划中晋级、保荐人资格(包括国际保荐人资格);
- 暂停发放佣金和奖金,直到改变其行为、达到满意要求为上;
- 在法律的允许条件下,对其实行公平与合理的罚款或其他惩罚,以补偿USANA所遭受损失;
- 终上直销商会籍

第九部分 | 订货方法

直销商可亲临USANA产品提取中心亲自下订单。也可以通过电话、传真、信件、电子邮件、互联网或者自动订货的方式进行订货。欲在互联网上订货,请打电话到直销商服务处索取个人密码(PIN)。

- 电话订货:准备好直销商产品订货表中要求的所有资料。以银行自动转帐(仅为自动订货计划及优惠客户提供)或信用卡方式付款;
- 传真订货:在订货单上清楚填写有关资料,并且用白色正本页传真给公司。以银行自动转帐(如有提供)或信用卡方式付款;
- 每张订单须注明是用于个人消费还是零售。

9.1 自动订货计划

直销商和优惠客户可以参加USANA的自动订货计划。是否参加该计划纯属自愿,USANA并不将参加该计划视为参与USANA营销计划的必要条件。如欲加入自动订货计划,只须填写“直销商自动订货协议”和产品订货单,注明他或她希望USANA每隔四个星期自动邮寄给他或她的产品。USANA将会自动从他或她所授权的信用卡或者银行账户中扣取货款和相应的手续费与运费。如果他或她想更改自动订货信息,请与USANA联络。

9.2 购买USANA产品

为了挣得同销售量有关的分数,直销商必须从USANA直接购货。

9.3 日后交付订货政策

若某些货品缺货,除非透过“自动订货计划”订货,否则USANA公司将不会保留订单及安排日后交货。

9.4 托运产品差错和损坏

若交运货品出现差异或损坏,须在交货后30天内通知USANA。如欲纠正运送差错和损坏,请按“直销商产品更换或退货表格”的程序办理。

第十部分 | 付款及交运产品

10.1 付款方式

USANA接受以下支付方式:

- 以信用卡付款—USANA在新加坡能接受Visa及MasterCard信用卡;

- 以自动转帐方式付款—USANA公司安排直接从直销商或优惠,客户指定的银行帐户扣帐,以支付他或她的货款及其他费用。

10.2 自动订货计划

一旦自动订货计划启动,就将连续生效,直至USANA接到书面取消通知为止;

- 任何变化或者取消书面通知必须在发货该星期的星期五之前寄到USANA;
- 加入自动订货计划完全是一种选择,不会因此放松直销商应将其70%产品售出的要求。
- 如果自动订货在两(2)个自动周期内没有被领取,USANA新加坡将有权限制对该直销商的户口及任何活动。四(4)个自动周期后未被领取的产品,将寄到USANA所记录的地址去。

10.3 递送服务及送货风险

USANA能使用任何递送服务邮寄产品给直销商或优惠顾客。若USANA使用普通的送货服务,直销商或优惠顾客必需承担所有将产品从USANA仓库邮寄至直销商或优惠顾客所属地址的运输及处理费用。当USANA将货物交由送货服务公司后,USANA的送货服务已算结束并将产品以及所可能遇到的风险或损坏之责任交由给直销商或优惠顾客负责。

第十一部分 | 直销商服务

11.1 更改直销商资料

直销商在“直销商申请表及协议”中所申报的资料若发生任何变化,须立即书面通知USANA。

11.2 加入联合申请者

如直销商想在现有直销商会籍中加入联合申请者,必须向USANA提交书面申请和由联合申请者正确填写的“直销商申请表及协议书”。只有从未经营或是加入成为USANA直销商的独立人士有资格加入现有的直销商会籍成为联合申请者。

11.3 更改地址或电话号码

如果直销商的电话号码街道地址有任何更改,请立刻通知USANA。方法是提交直销商资料更改表中的“地址更改部分”。如果您有参加自动订货计划,请在直销商资料更改表上注明。

11.4 组织报告

直销商可填写并通过邮件提交“组织报告申请”。组织报告亦可在互联网上通过“创富无限服务”取得。

11.5 佣金说明

如果直销商没有选择通过电子转帐付款,佣金说明将随同佣金支票一起邮寄给活跃的直销商。

11.6 错误或问题

如直销商发现下线组织报告中的资料不准确或不完整,须在收到报告后30天内通知USANA。

11.7 解决问题

如果直销商对送货、订货、佣金和奖金或者奖励计划有疑问的话,请通过信件或者电话的方式向USANA直销商服务部查询。

第十二部分 | 不活跃和终止政策

12.1 不活跃

若直销商在任何四周运转周期中没有满足奖励计划中对个销售量的要求,将不能领取该阶段下线销售积累所产生的佣金,而且还会失去团队在这个四周中所积累的销售量分数。

12.2 USANA终止协议

若直销商违反“直销商协议”,USANA可能取消其会籍。当某直销商的会籍资格被取消时,USANA将据其留在公司的地址向其发出挂号信,正式通知其会籍取消。会籍取消之日起从挂号信寄出算起,或者从直销商实际收到通知之日算(视何者为早)。被取消直销商会籍资格的人员必须立即停止对外声称自己是USANA直销商。

直销商会籍被取消后,可在12个月后重新申请加入。这类重新加入的直销商应向USANA做出书面陈述,列出其认为USANA应允许其重新经营业务的理由。

直销商的会籍在取消后可向USANA法律事务部门做出上诉。直销商的上诉必须在USANA发出取消会籍通知的日期之十五日内以书面陈述。若USANA没有在十五天的期限内获得任何上诉,直销商会籍将正式取消。直销商必须呈交有关上诉的所有文件与资料。法律事务部门将对有关上诉做出审查。如果直销商在限定的时间内提交上诉,法律事务部门将会重新评估及考虑允许重新经营业务的可能,并以书面的方式通知直销商。法律事务部门将做最终决定。

12.3 直销商终上协议

直销商可在任何时候,因任何理由,以书面形式通知USANA您想终止“直销商协议”。书面通知中必须包括:直销商的签名、印刷体姓名、地址及相应的直销商号码。

12.4 终止生效

无论是自愿取消协议还是被迫取消协议后,直销商都不再就其团队组织拥有权利、要求、权益或利益,不能享受组织生成的佣金和奖励。

前直销商:

- 不得对外声称是USANA的独立直销商;
- 无权订购或销售USANA产品、服务;
- 须从公众可见的地方取下USANA的所有标志;
- 停止使用任何印有USANA标志、商标和服务标志的销售材料

自愿取消协议的前直销商将得到取消协议前的最后一个星期的佣金和奖金。被迫取消协议之前直销商也将得到取消协议前的最后一个星期的佣金和奖金,但是公司在调查事件期间不会发放这部分佣金和奖金。如果调查表明被迫取消前“直销商协议”是由于其行为不当所致,公司将扣留这部分佣金和奖金。

第十三部分 | 定义

活跃直销商: 个人销售量达到USANA奖励计划中的最低要求

授权国家: USANA正式开展业务的任何国家或地区可支付佣金的产品。

可支付相关佣金和奖金的USANA产品: 创业套装和销售辅助资料不是可支付佣金的产品。

客户: 零售或优惠客户。

直销商: 签署“直销商申请表和协议”,并且被USANA接受的个人。直销商也可以是最终客户。

直销商协议: “直销商申请表和协议”中列明的条款与条件、USANA政策与程序及奖励计划。

创业套装: USANA设计的系列培训材料及业务辅助性资料,供新直销商熟悉USANA产品、服务、销售技巧、销售辅助材料及其他业务事宜。

四星期运转周期: 指直销商在发出一个100分以上订单后的四个星期五。如果直销商是某星期五下的订单,那么下订单的那个星期五不计为第一个计算销售量的星期五。

举例: 如果直销商在2013年11月21日星期四下订单(蓝色周期),为保持活跃,必须在2013年12月20日星期五前发出一张订单。

举例: 如果直销商在2013年11月29日星期五下订单(黄色周期),为保持活跃,必须在2013年12月27日星期五前发出一张订单。为使直销商能够挣得奖金和佣金,注意在每个时期保持活跃非常关键。

组织报告: 由USANA制作,提供跟直销商身份、每个直销商组织的销售情况有关的信息。这个报告含有机密信息。

团体销售量: 由团队购买USANA产品而生成的销售量分数。团体销售量不包括直销商个人的销售量(创业套装和销售辅助材料不计为销售量)。

左边团体销售量: 在某个商务中心的左边由可支付佣金的产品而生成的销售量分数。

右边团体销售量: 在某个商务中心的右边由可支付佣金的产品而生成的销售量分数。

个人销售量: 直销商所购买的、以分数表示的、用于零售的USANA产品的价值量。

层次: 直销商在某个直销商团队中的层次。

团队: 直销商个人保荐的所有直销商,及由上线直销商保荐的其他直销商。也包括该直销商个人保荐的所有优惠客户。

优惠客户: 跟USANA开立优惠客户个人户头。优惠客户可以批发价向USANA购买产品,但不允许转售USANA产品或参加“奖励计划”。优惠客户也可以是最终消费者。

阶级: 直销商根据奖励计划所达到的“头衔”。

可再售物品: 满足下列所有条件的物品即可再售物品:

- 没有打开包装或者使用过的物品;
- 包装和商标没有改变或者损坏;
- 商品和包装所处的条件允许公司以全额价钱向直销商或者优惠客户销售;
- 必须在原始订货日期后一年内将产品退回USANA;
- 产品的有效日期不得小于3个月;
- 产品商标是USANA公司现行采用的商标。

零售顾客: 通过USANA直销商购买自用USANA产品的人。零售顾客也可以是最终消费者。

零售利润: 直销商在将产品售于零售客户时,所取得的产品直销商价与建议零售价之间的差额。

保荐人: 发展新直销商或者优惠客户加入USANA直销网络,并在新直销商或者优惠客户的申请表及协议书上被列为保荐人的直销商。



USANA Health Sciences, Inc.
3838 W. Parkway Boulevard | Salt Lake City, UT 84120

Effective Date: 08/03/20

CCR-015429 SG CH 07/20