

USANA®

香港條款與政策

生效日期: 2022 年 1 月 13 日



© Copyright 2021 USANA Health Sciences, Inc.
USANA Associates are hereby granted permission
to reproduce any article that appears in this piece
for personal use, provided the article is reprinted in its entirety
and the reprint bears the following notice: "Reprinted with
the permission of USANA Health Sciences, Inc.,
Salt Lake City, UT 84120 U.S.A."

香港條款與政策

1. 申請成為直銷商	2	35. 產品保管和品質控制要求	6
2. 最低年齡	2	36. 零售銷售額	6
3. 預留	2	37. 佣金和調整	6
4. 臨時加入	2	38. 稅金	6
5. 直銷商的權利與特權	2	39. 郵寄和損失風險	6
6. 獨立承包人身份	2	40. 退貨政策	6
7. 終止直銷商事業	2	41. 濫用退貨制度	6
8. 遵守獎勵計劃	2	42. USANA 事業的期限	6
9. 直銷商製作的廣告資料	2	43. 違反政策的調查與通知	7
10. 產品聲明	3	44. 遵守律政	7
11. 收入和生活方式陳述	3	45. 上訴程序	7
12. 社交媒體	3	46. 終止事業的影響	7
13. 最低銷售價格	3	47. 機密資料保密	7
14. 電子郵件招攬	3	48. 免責條款	7
15. 媒體訪查	3	49. 修訂	7
16. 知識產權	3	50. 自負風險	7
17. 直銷商姓名、肖像和圖像之使用	4	51. 變更保薦之豁免	7
18. 服務性質銷售據點	4	52. 完整的協議	7
19. 網上銷售	4	53. 不可抗力	7
20. 未經授權招募；參與另一家直銷公司	4	54. 分割條款	8
21. 競爭性產品和違規銷售	4	55. 存續	8
22. 跳線/搶線	4	56. 豁免	8
23. 無負評條款	4	57. 不得倚賴	8
24. 一位直銷商一個直銷權	4	58. 標題	8
25. 協議轉讓	4	59. 翻譯	8
26. 事業夥伴的分拆	5	60. 專業術語	8
27. 保薦人/定位變更	5	61. 個人資料及私隱權	8
28. 登記入會之衝突	5	62. 爭議解決協議	9
29. 反操縱條款	5	釋義	10
30. 授權銷售	5		
31. 第三方行為	5		
32. 國際事業	6		
33. 葆嬰公司	6		
34. 遵守法律	6		

1. 申請成為直銷商

完成以下申請步驟，您就可以成為直銷商：

- 繳遞交一份已填妥和簽署的<<直銷商申請表及協議書>>給USANA公司
- 持有有效香港身份證(HKID)和提供正確的聯絡資料
- 購買一套USANA直銷商創業套裝 (BDS)
- 您可從保薦人獲得關於如何填寫<<直銷商申請表及協議書>>和取得直銷商創業套裝 (BDS)的所有資訊。除了創業起步套裝 (BDS)，您無需購買任何產品或材料以成為直銷商。

2. 最低年齡

低於國家/地區的法定成人年齡者不得作為直銷商，且所有直銷商均不得故意招募或保薦，或試圖招募或保薦任何法定成人年齡以下的人士。

3. 預留

4. 臨時加入

新加入者將獲得為期三十 (30) 天的臨時加入資格，在此期間，直銷商必須同意協議的條款。若直銷商在臨時加入的 30 天期滿前未同意協議之條款，則該直銷商的會籍將被凍結並可能被終止。

5. 直銷商的權利與特權

本協議為直銷商提供以下權利與特權：

- 以優惠價格購買 USANA 產品；
- 參與 USANA 獎勵計劃 (並在達到要求的情況下獲得獎金和佣金)；
- 保薦其他人加入 USANA 事業作為優惠客戶或直銷商，從而建立團隊；
- 賺取直銷商購買公司產品的價格與向顧客銷售產品之零售價的差額利潤；
- 參加促銷與獎勵競賽以及其他 USANA 活動；
- 參加國際性的USANA 年會和活動 (自費)；及
- 在適用的情況下，通過支付適當費用參與 USANA 贊助的事業支援、服務、培訓、激勵和表揚活動。

直銷商若持續參與上述任何活動或接受直銷商協議中的任何其它權益，即表示接受本協議，以及任何相關的所有更新與修正。

6. 獨立承辦人身份

直銷商是獨立承辦人。協議書及本條款與政策不構成公司與直銷商之間的僱主/員工關係、代理、合夥或合資關係，直銷商不代表公司員工、代理或公司代表，或連鎖專營權購買者。直銷商負責支付他們可能需要支付的任何收入或其他稅款，以及他們的商務費用。直銷商無權享受USANA可能為其員工提供的福利。直銷商無需尋求公司批准即可僱用其他助手或助理，但直銷商需對其僱用之助手或助理的活動負全部責任，因此如果其僱用之助手或助理違反任何協議內容則將被視作該直銷商的行為。無論在任何情況下，稅務或其他原因，直銷商都不會被視為員工。

直銷商在設立目標、工作時間、經營地點和銷售方法時需遵守協議內容。根據本協議項下直銷商需對其所有決定和活動產所生的費用全權負責。直銷商需承擔本協議項下的所有創業和事業風險。直銷商需負責取得任何適用的州份或地區執照、許可和其他政府核准文件，包括但不限於任

何在其居住地以外的地區運營事業可能需要的資格。

7. 終止直銷商事業

直銷商可通過以下方式自願終止其協議：

- 書面通知。直銷商可以在任何時間以任何理由終止其協議。取消會籍通知須以書面形式發送電郵至 CustomerServiceHK@usanainc.com 或郵寄至公司官方的營業地址。
- 未能重新確認遵守協議。直銷商可能偶爾會接獲須重新確認申請和遵守協議書之要求。若未同意該協議，則可能導致終止直銷商的協議。

8. 遵守獎勵計劃

直銷商必須遵守「獎勵計劃」的條款。直銷商不得：

- 要求或鼓勵其他現職或潛在顧客和/或直銷商以任何不同於獎勵計劃的方式參與 USANA；
- 要求或鼓勵其他現職或潛在顧客和/或直銷商執行非 USANA 官方的申請表及協議書和任何合約以成為直銷商或優惠客戶；
- 要求或鼓勵其他現職及潛在顧客和/或直銷商向任何人或其他團體進行任何非USANA條款與政策中所認同的購買或付款，以參與獎勵計劃；
- 向其他直銷商出售或意圖出售顧客名單；或
- 製作私人版本的入會表格或申請表。直銷商只能通過 USANA 的公司網站或直銷商的 USANA 個人網頁進行網上登記入會，所有其他由直銷商創建的網站均必須附上直銷商的 USANA 個人網頁鏈結以進行登記入會。

9. 直銷商製作的廣告資料

直銷商可以製作自己的廣告或宣傳和廣告資料，大前提是這些材料必須符合本條款與政策之所有規定，這些宣傳和廣告資料內容必須：

- 在宣傳和廣告資料上加上“USANA 獨立直銷商”標識，明確指出該材料是由獨立直銷商製作，該標識可從 The Hub 樞紐站下載。直銷商不得在其個人廣告或培訓文件上使用任何 USANA 公司官方標識；
- 以專業而有品味的方式製作，並且不會拙劣地呈現 USANA，包括含有公司所認定任何無禮、欺騙、誤導、非法、不雅、不道德、冒犯或猥褻的內容。
- 內容真實，不作任何誤導性收入聲明或生活方式聲明，或產品療效之聲明；
- 不含/暗示就業機會；
- 遵守適用於廣告和商業道德行為的所有法律和準則 (包括直銷協會發布的商德守則和世界直銷協會聯盟 (WFDSA) 發布的世界直銷商德約法)
- 不違反公司或任何第三方的知識產權；
- 不能暗示此類宣傳和廣告資料已獲USANA核准、認可、印製或推薦；
- 不能出售給其他直銷商以獲取利潤；及
- 僅在直銷商自己的上線和團隊中作宣傳之用。

為確保完全符合 USANA 的廣告政策，如欲製作獨立宣傳和廣告資料的直銷商必須遵守本條款與政策並完成列載在 The Hub 樞紐站的廣告認證條款。完成認證即表示直銷商已獲授權製作廣告宣傳和廣告資料。違規行為或會導致適當處分，此包括暫緩或終止協議。若直銷商希望 USANA

的商德與培訓部門審核其個人所製作的廣告宣傳和廣告資料，可將資料提交至 ethics@usanainc.com。USANA 公司保留對有關審查和要求編輯或刪除宣傳和廣告資料的最終決定權。

10. 產品聲明

直銷商不得聲稱 USANA 產品對於任何疾病、病徵、或受傷處理具有治癒、治療、診斷、舒緩或預防等效力。直銷商若做出被禁止的聲明，則 USANA 的產品責任保險即不適用於該直銷商。

直銷商不得聲稱或暗示任何產品已在任何監管機構註冊或通過其核准。

11. 收入和生活方式陳述

在介紹或討論 USANA 商機或獎勵計劃時，直銷商不得提出誤導性收入聲明、陳述或證明（統稱為「收入聲明」）。

誤導性收入聲明包括與 USANA 商機相關的任何書面或口頭聲明、見證、陳述或其表示：

- 對收入、盈利或利潤的誇大或擔保；
- 以任何形式對收入、盈利或利潤提出具有誤導性的假設、潛力或預測；
- 聲明直銷商能賺取永續或無限收入，或取替他們的原有收入；
- 聲明直銷商能獲得財務自由；或
- 任何其他虛假、不實、不完整，或歪曲 USANA 直銷商典型收入或盈利結果的誤導或潛在誤導信息。

欲確保不作出誤導性的收入聲明，聲明必須嚴格遵守以下每項要求：

- 除了典型的聲明，否則直銷商必須附上正確的免責聲明。請到 The Hub 樞紐站選取並套用合適的收入聲明
- 直銷商不得透露 USANA 賺取的獎金、佣金或其他獎勵，也不得顯示支票、支票副本、銀行結單或稅單，或相關財務記錄；及
- 直銷商不得以任何方式修改或口頭潤飾收入聲明或收入免責聲明，包括但不限於添加/刪減任何文字。

直銷商不得提出誤導性的「生活方式」收入聲明（「生活方式聲明」）。生活方式聲明是一種暗示或表述直銷商可以獲得非典型成果的陳述或描述。誤導性生活方式聲明的範例包括但不限於陳述或聲明 USANA 商機將帶來：

- 提前退休或能夠辭去工作；
- 相當於全職工作（「職業收入水平」）的收入；
- 奢華的生活風格；
- 買屋和買車的能力；
- 豪華假期；或
- 任何類似或曲解 USANA 直銷商典型收入或利益的陳述。

此外，直銷商不得在任何誤導性收入聲明或生活方式聲明中以暗示的方式提及或關聯 USANA，比如，在一篇奢華生活方式的社交媒體貼文中提及 USANA。

*在講解或討論收入或獎勵計劃時，直銷商必須向潛在顧客明確表示要在 USANA 獲得財務成功需要毅力、努力、資金投入和銷售技巧。直銷商絕不能描繪不勞而能獲或者保證收入。

12. 社交媒體

直銷商有責任確保他們製作和/或發布在他們所擁有、管理或控制的任何社交媒體網站上的所有內容和推廣材料都符合本條款與政策。社交媒體平台的範例包括但不限於部落格、Meta (Facebook & Instagram)、Twitter 推特、LinkedIn、YouTube、MeWe 微信或 Pinterest。

13. 最低銷售價格

直銷商可以自己決定其庫存產品的銷售價格。但是，在宣傳產品時，其價格不得低於 The Hub 樞紐站價目表中的自動訂貨價。不過直銷商可以配合產品一起宣傳下列與價格無關的獎勵活動：免運費、免費贈送或折扣的商標商品，以及產品試用裝。

14. 電子郵件招攬

為遵守法律並避免損害 USANA 品牌的完整性，直銷商禁止發送宣傳 USANA、產品和事業商機的電子郵件給未明確要求此類資訊的人士。請對提出要求停止發送電子郵件的收件人立即予以尊重。

15. 媒體訪查

除 USANA 事先批准，否則直銷商不得透過媒體採訪、刊物文章、新聞報導、部落格或任何其他公開平台、貿易或行業資訊來源以宣傳產品或事業商機。若直銷商在 USANA 活動中接獲媒體或廣泛媒體機構（比如國際性或全球新聞機構）的任何接觸或查詢均應轉介至 ethics@usanainc.com。

16. 知識產權

USANA 是所有 USANA 知識產權的唯一擁有者，包括 USANA 產品名稱、商標、商標名稱、商業外觀、專利、版權和商業秘密（統稱「知識產權」）。除非經過與公司溝通後並獲允許，根據這些條款與政策，直銷商於宣傳 USANA 產品及推廣其 USANA 事業獲授權使用的知識產權許可是有所限制，直銷商不得將獲授權使用的知識產權用於其他任何目的。直銷商（無論基於任何原因，自願或非自願）終止其事業後，該直銷商使用知識產權的有限許可權亦相繼即時終止。於有限許可權終止後，原直銷商亦應立即停止使用知識產權，將所有書面的知識產權歸還給 USANA，並永久刪除任何知識產權的電子副本。為保護公司品牌的完整性和知識產權，直銷商不得：

- 試圖在任何國家或地區註冊或出售任何知識產權；
- 在任何法律團體名稱、網站 URL 或電子郵件地址中使用任何知識產權或任何由此演變而衍生的對外任何形式的商業接觸；
- 在社交媒體帳號或用戶名稱使用公司名稱，除非清楚表明其獨立直銷商身份；
- 在未經同意的情況下，於任何 USANA 公司活動中或任何 USANA 代表、員工或其他直銷商所做的報告及演講中進行錄製影音或複製任何資料；
- 未經個人和/或 USANA 明確書面授權，在任何書面或電子媒體發布或誘導發布與 USANA 相關的個人姓名、照片或肖像、有版權的資料或財產。

直銷商在以下情況允許在其社交媒體帳號或用戶名稱中使用「USANA」：

- 包括其在 USANA 記錄所登記的姓名或公司名稱，並；
- 在帳戶個人資料中清楚表明其獨立直銷商身份。

如果是團體帳戶，無論該社交媒體帳號屬於私人或公開性質，則資料介紹欄必須列出網頁的聯繫人。

17. 直銷商姓名、肖像和圖像之使用

直銷商永久同意且不撤銷USANA公司可為了推廣和銷售的用途而使用您的姓名、見證、圖片、照片、圖像、影音檔，及您於直銷商協議書中所提供的其他個人資料(連同您不時提供給公司的更新資料)。

直銷商放棄個人使用權，並且進一步放棄對USANA追討使用此類資料的索償權利。

18. 服務性質銷售據點

為保護USANA品牌的完整性，直銷商只能在以提供服務為主的商業據點(定義為以提供服務為主要收入來源的事業)中展示和零售產品。允許的商業據點包括但不限於健康水療中心、美容院以及醫生和脊醫診所。不能於公眾地方展示任何產品橫額或其他USANA廣告材料以吸引大眾進入商業據點購買產品。直銷商不得在任何其他類型的零售據點(即收入來源非以提供個人服務，而是靠產品銷售)推廣或銷售產品。禁止的零售據點包括但不限於實體零售店和攤位形式的商業展覽。

19. 網上銷售

直銷商可以通過網絡渠道銷售產品，例如由直銷商所管理的社交媒體或網站。為保護USANA品牌的完整性並確保其他直銷商能公平地參與USANA商機，在分類廣告網站、拍賣網站、電子商務購物網站或物流網站(包括但不限於亞馬遜、Facebook Marketplace、eBay、天貓、旋轉拍賣網、Price.com 和淘寶網)等進行網上銷售是不允許的。通過任何經核准的網上媒體推廣產品時，必須遵守本條款與政策中的所有促銷與行銷政策。若直銷商通過其社交媒體網站銷售產品，就必須將訂單放置於產生業績分數而指定營運社交媒體銷售的商務中心；不能將此業績分數放置於其他直銷商的商務中心，也不得將單一銷售的業績分數分配放置於直銷商自己多個的商務中心。

20. 未經授權招募；參與另一家直銷公司

在協議有效期內，以及協議到期日或任何一方出於任何原因終止協議之後十二(12)個月內，直銷商不得推廣產品，或招募任何直銷商或顧客以任何方式參與任何其他直銷公司事業。

「招募」一詞是指以任何方式直接或間接，實行或意圖推薦、招攬、招募、鼓勵或努力而造成影響。這包括任何可能導致終止或縮減任何直銷商或優惠客戶與USANA業務關係之間的行為。「推廣」一詞是指以任何方式直接或間接地向任何在職直銷商或優惠客戶銷售、意圖銷售，或推銷競爭直銷公司的產品，包括但不限於透過使用任何網站、部落格，或其用於或曾用於討論或推銷商機或產品的其他社交媒體平台。

直銷商可以參與其他直銷事業，大前提是他們必須遵守本條款與政策並在加入其他直銷公司後在五(5)個工作日內通知USANA。加入另一家直銷公司的直銷商不得：

- 獲取任何USANA顧客機密資料，包括但不限於「事業加速套件」中包含的顧客名單；
- 獲得表揚的資格，包括但不限於獎勵旅程、在活動中演講等；
- 轉讓事業及
- 參與USANA的領袖紅利或菁英紅利計劃。

公司已向直銷商提供其保密資訊以及專業培訓和銷售與行銷的策略，這些對公司而言極其有價值且機密。該直銷商因而同意本節的規定是公平且合理，這亦是保護公司業務及其關係企業所必需的，並且本節的規定並不妨礙直銷商維持生計。

21. 競爭性產品和違規銷售

直銷商不得聲明或暗示在USANA登記入會是加入另一個商機或購買其他產品或服務的條件。直銷商不得聲明或以暗示形式推薦，鼓勵購買或參與非USANA產品或商機是在USANA獲得成功的基本條件。直銷商不得刻意鎖定或接觸直銷商或優惠客戶參與任何非USANA認可的培訓計劃。

22. 跳線/搶線

嚴格禁止跳線/搶線。「跳線/搶線」的定義為直銷商慫恿或嘗試勸誘其他組織在職或會籍取消後而未滿六(6)個月等候期的前直銷商/優惠客戶加入自己的組織/團隊。

- 直銷商不得以貶低、詆毀或抵制其他直銷商的手法來誘導其他直銷商加入自己的團隊。
- 直銷商不得保證在自己的團隊會比在另一個團隊獲得更大成就。
- 如果直銷商被其他直銷商接觸，或主動接觸跨線的直銷商，他/她必須引導並鼓勵該直銷商回到其原上線的團隊。
- 若準直銷商或準優惠客戶與一名在職直銷商參加USANA會議或活動，則其他USANA直銷商不得招募該潛在顧客加入USANA；此限制的期限為十四(14)天，或除非並直到陪同該潛在顧客參加會議或活動的直銷商告知其他直銷商，該潛在顧客已選擇不加入USANA，並且該直銷商也不再打算招募該潛在顧客加入USANA；以上兩種情況先發生者為準。違反本政策皆會對其他直銷商的事業和USANA業務的增長造成傷害。

23. 無負評條款

直銷商不得以不公平的方式對USANA、其他直銷商、產品、獎勵計劃、USANA員工、其他公司(包括競爭對手)，或其他公司的產品、服務或商業活動進行詆毀、嘲諷、貶損、嘲弄、貶低、譴責或採取不適當的行動。本節所述的「詆毀」是指任何使人難堪和/或負面的事情，無論此種訊息是真實還是不真實。雖然直銷商放棄了任何接受財務彌補的權利，但本節中的任何內容均不得詮釋為禁止直銷商向美國食品藥品監督管理局(FDA)或其他當地執法機關提出指控或投訴，包括對本條款與政策的豁免條款的有效性提出質疑；或參與由FDA或其他地方執法機構所作的調查；或遵守直銷商應提供法院或法規所要求的真實證詞或資訊的義務。

24. 一位直銷商一個直銷權

直銷商只能擁有一個直銷權，在此事業中經營USANA事業、接受報酬，或以法律上之成員、獨資、股東、信託人或受益人等身份收受利益或受益。然而，儘管有本規則，直銷商的配偶也可以登記成為直銷商並開展另一個直銷權，只要配偶的商務中心是安置在直銷商的其中一個商務中心之下，並且不是安置在旁線/跨線組織之下(除非直銷商在與配偶結婚之前已經經營了各自會籍一段合理的時間或在與配偶結婚之前繼承了該會籍)。配偶的會籍必須是由配偶親自經營的真正獨立事業。

25. 協議轉讓

直銷商(「轉讓人」)可以在申請並獲得USANA核准後將其事業銷售或轉讓給個人、合夥企業、信託或公司(「受讓人」)，USANA公司保留對有關申請的最終決定權。審查至核准整個流程將會在USANA收到事業轉讓申請要求需遞交的所有文件之後才開始。

以下情況下，USANA將不會批核轉讓事業：

- 涉及當前違反協議或因相同原因正在接受調查的直銷商；
- 轉讓給任何在職直銷商或擁有事業經營權權益的任何個人或團體，或曾擁有或經營USANA事業的任何個人或團體；
- 如果轉讓人或受讓人當前正同時參與另一家直銷公司；
- 如果購買事業的款項由轉讓人出資或受讓人未能支付相關市場價值；或
- 如果USANA認為受讓人購買或將事業轉讓給受讓人不符合USANA或其會籍上線或下線之直銷商的最大利益。

轉讓人應將會籍的「現狀」基礎授予受讓人。轉讓後會籍的保薦人及定位將維持不變。作為出售或轉讓事業的一部分，受讓人需向轉讓人支付的所有款項必須在轉讓日期當天或之前全數付清。會籍轉讓後，轉讓人將不再對該會籍擁有任何財務利益，包括但不限於在轉讓日期之後從會籍或受讓人處獲得任何款項。轉讓人也將不再因該會籍在轉讓日期之後產生的銷售而獲得任何獎勵。此外，轉讓人在轉讓日期之後將不再參與對會籍的管理或控制，包括但不限於向受讓人提供基本事業建議。

若獲批核，作為轉讓批准的額外考量，除了USANA條款與政策中規定的終止直銷商的限制，轉讓人明確同意在USANA執行該事業轉讓申請後的一年內，轉讓人將不以員工、獨立承包商或其他形式為任何競爭直銷公司工作或合作。轉讓人聲明同意，為任何競爭直銷公司工作或合作的限制是合理的，其目的是為保護USANA和受讓人的事業和專有利益。轉讓人進一步同意，一年期的限制是合理的，並聲明、承認並同意明確遵守該限制不會造成過度負擔。雙方理解並同意，如果轉讓人違反本條例，為任何競爭直銷公司工作或合作，USANA可終止受讓人協議並尋求其有權獲得的任何其他損失或其他補償。如果USANA發現轉讓人違反直銷商協議或USANA條款與政策中的任何規定，或事業轉讓申請表包括任何虛假或不完整的陳述或其他訊息，USANA則有權終止受讓人協議並尋求其有權獲得的任何其他損失或其他補償。

在將任何事業轉讓給第三方之前，USANA有優先權購買該事業。USANA將有權以下列條件中較小的金額收購業務：

- 與做好準備、願意和能夠履行的第三方所提供並接受的相同條款；或
- 由專業事業鑑定人員所評定並經USANA和直銷商共同協商的事業之市場公平價值。評定事業價值的費用由USANA承擔。

26. 事業夥伴的分拆

如果共同持有的會籍被分拆或轉讓給其他原本持份者/聯名人，則每一位放棄原本事業持有權的個人或團體可重新申請成為新直銷商，但唯需在完全停止參與USANA事業活動六(6)個月之後，此等活動包括但不限於培訓、促銷產品或商機，以及招募。

27. 保薦人/定位變更

除下列情況以外，USANA不允許任何人更換在團隊中的定位和/或保薦人：

- 直銷商是被不道德欺騙手法引誘加入USANA；
- 由於直銷商的錯誤，將新直銷商的商務中心放置在不正確的定位和/或保薦人之下。此類更正應在新直銷商加入後十(10)天之內提出要求。

- 若直銷商的事業連續六(6)個月處於「不活躍」狀態，該直銷商可以先申請取消原有會籍，待程序完成後申請另一個會籍和新定位。僅適用於本政策的「不活躍」，是指在該直銷商的商務中心完全沒有任何業績分數。

若直銷商以書面申請終止其事業，則在完成連續六(6)個月的等待期之後，該名前直銷商可以自己選擇新保薦人和新定位重新加入。在此等期間，前直銷商不得為自己或間接為另一位直銷商去從事任何USANA事業活動(如本節所述)。

28. 登記入會之衝突

每位準直銷商都擁有選擇自己保薦人的最終權利。一般規則是：第一個能夠積極帶動準直銷商被確認為是優先保薦人。若準直銷商或有其他直銷商代準直銷商向USANA遞交多份填寫了不同保薦人的直銷商申請表及協議書，公司將視第一份收到的直銷商申請表及協議書為有效並按協議書上所填寫的資料安排辦理。如果有任何關於準直銷商的保薦爭議，USANA公司擁有最終決定權。

29. 反操縱條款

為協助確保遵守適用於直銷公司的法律，嚴格禁止由直銷商或與其他第三方合作的任何直銷商操縱獎勵計劃。

操縱包括但不限於：

- 虛構的登記入會，包括使用虛假或不完整的聯絡資料或身份，或無法循合法和正常途徑驗證的資料；
- 在個人不知情的情況下被登記入會、對其事業認知甚少或根本不了解，或沒有意願經營事業而招攬和登記的會籍；
- 將希望僅成為顧客的個人登記為直銷商；
- 為了達到獎勵計劃中領取佣金、獎金或領袖晉級的資格，從而大量購買或轉贈的產品；其是否過量由公司執行裁定。直銷商不得在任何四星期運轉週期內購買超過他/她可以合理轉售給最終消費者或自己使用的產品，也不得鼓勵他人作出相同的做法；
- 濫用退貨制度從而得到退款；
- 參與下線訂購(將銷售訂單放在非產生該銷售分數的商務中心)；
- 未能在一個工作日內提交直銷商或優惠客戶的申請；及
- 任何其他非法、欺詐或不道德的行為。

直銷商同意公司可以調整或收回因操縱獎勵計劃所發放的報酬，無論該報酬的收受者有否參與操縱。該直銷商同意退還公司認為因操縱獎勵計劃而獲得的任何款項，或簽署任何必要的文件授權公司可以從往後支付給直銷商的款項中扣款。

30. 授權銷售

直銷商只允許向顧客銷售協議中規定的產品。直銷商不得將產品出售或轉讓給其知情或意圖轉售產品的任何個人或團體。直銷商不得向任何人出售或轉讓超出其於四(4)星期運轉週期內能夠個人使用的產品。

31. 第三方行為

如果第三方代表或通過主動或被動協助或知情個別直銷商從事違反本條款與政策的行為，則第三方的行為將被歸究於該直銷商，且該直銷商的事業可能會遭到終止。對不當行為的「知情」不僅限於實際了解。若直銷商參與或忽略直銷商須知，或應該知道的不適當行為規範，從而促使第三方違反本條款與政策，則該直銷商將被視為違反公司守則。

32. 國際事業

直銷商只可以在USANA公司正式通訊中公布已註冊市場的地區銷售及推廣USANA產品、業務機會及服務，或招募或招攬任何準直銷商及顧客。如果直銷商想要在其隸屬地區以外之其他USANA已註冊市場境內從事USANA的業務活動，直銷商必須遵守該地區的相關法律及規定，包括僅銷售專門為該市場特定設計、配方、標籤並批准的產品。

33. 葆嬰公司

儘管有第32條之規定，但只有在葆嬰公司註冊為葆嬰直銷商的中國公民才可以在中國從事直銷事業。未在葆嬰公司註冊的直銷商不得在中國從事業務活動，包括但不限於在中國進行培訓、促銷和招募。直銷商不得寄運任何USANA產品到中國。

34. 遵守法律

直銷商必須遵守所有適用於直銷商業的法律、規定和法令。尤其是，直銷商不應推廣、經營或參與「層壓式投資」，根據《禁止層壓式計劃條例》(香港法例第617章)及其任何修訂及/或重新制定而界定及禁止。

35. 產品保管和品質控制要求

直銷商不得以任何方式對任何USANA產品上的標籤、資訊、材料、包裝或計劃重新做貼標、修改或竄改。USANA產品必須僅以原廠包裝銷售。任何此類竄改都將使任何產品的責任保險應用於直銷商失效，並可能使直銷商受到嚴厲的民事和刑事制裁。直銷商必須在收到產品後立即檢查產品及其包裝是否存在損壞、缺陷、密封破損、竄改證據或其他不合格情況(「缺陷」)。若發現任何缺陷，請勿銷售該產品並立即將缺陷產品報告給USANA。直銷商還必須定期檢查庫存，找出過期或即將過期的產品並作妥善處理。直銷商不得銷售任何超過最佳使用日期、過期或將在九十(90)天內過期的產品。產品必須存放在陰涼、乾燥、避免陽光直射處，且產品及其包裝不易受到外在因素而遭破壞的地方。直銷商還必須配合USANA執行任何產品回收或其他保障消費者安全的警告或告誡。

36. 零售銷售額

為協助確保遵守適用於直銷公司的法律，直銷商必須將產品銷售給顧客才有資格獲得佣金。此等顧客可以是零售顧客、優惠顧客或兩者的任意組合。直銷商必須向零售顧客提供電子收據或一式兩(2)份USANA公司官方的零售收據。直銷商必須保留所有零售收據兩(2)年，並按公司的要求將零售收據遞交給USANA檢閱。

37. 佣金和調整

佣金和獎金是根據產品銷售額的分數而計算和發放的。因此，隨後若發生退貨或退款的情況，USANA將對其已發放的佣金和獎金進行相對調整。在退款處理完成後，USANA將從上線直銷商的團體銷售額中扣除退貨/退款產品的銷售額分數。

USANA每週支付佣金。直銷商必須仔細查看自己的佣金報告，若發現錯誤或異議，必須在佣金發放日期起三十(30)天內向USANA報告。若未能在三十(30)天內向USANA通知相關錯誤或異議，一切款項均作正確無誤及表示該直銷商放棄追索。

直銷商不應在送貨前對顧客付出或收取金錢或任何形式的款項。

除非法律另有規定，USANA未能成功聯繫的直銷商而無法支付給直銷商的任何佣金和獎金，將受制於USANA The Hub 樞紐站上的<<無人認領佣金政策>>。

38. 稅金

所有直銷商需自行向稅務局申報每年以獨立直銷商身份所累積的收入及繳付稅金。USANA不提供任何個人的稅務建議；如有任何問題，直銷商應向他/她自己的顧問諮詢。

39. 郵寄和損失風險

USANA經由物流公司向直銷商運送產品。如果USANA經由物流公司運送產品，且直銷商同意支付運費、手續費和其他相關運送費用以覆蓋產品從USANA倉庫運送至直銷商收貨地址。USANA將產品交付給物流公司時即完成運送責任，屆時產品的擁有權即轉移至直銷商及直銷商需承擔運送過程中遺失或損壞的風險。

40. 退貨政策

滿意保證：USANA為顧客提供對所有產品和事業工具，包括直銷商創業套裝(BDS)的無條件退款滿意保證。若買方因任何原因對任何產品或事業工具不滿意，則買方可以在購買日計起三十(30)天內退回事業工具或任何未使用的產品，要求更換或100%退款(扣除運費)。

直銷商必須向其零售顧客履行此退款保證。無論任何原因，零售顧客如果對從直銷商購買的任何USANA產品不滿意，可以將產品於購買日計起三十(30)天內退回給銷售產品給他們的直銷商。若該零售顧客要求退款，則出售該產品的直銷商必須立即按銷售價(扣除運費)將金額如數退還給零售顧客。零售顧客則必須將產品退還給該名直銷商；USANA不接受零售顧客的直接退貨。然而，直銷商隨後可聯繫顧客服務部門申請退款/換貨。

滿意保證不適用於從非直銷商或經由未授權渠道(包括但不限於亞馬遜、Facebook Marketplace臉書商城、eBay、carousell 旋轉拍賣、天貓、Price.com 和淘寶)所購買的產品和銷售工具。

產品和事業工具退貨：經由USANA香港公司購入後未逾三百六十五(365)天之產品或事業工具處於可作轉售，包括仍未過期、未開封及未更改包裝/標籤等，以公司發票日期及貨號為準可獲申請退貨及安排100%退款(扣除運費)。在銷售時已明確標識為不可退貨、清倉、停產或作為季節性項目的產品，或在產品標示的「最佳使用日期」少於三(3)個月內的產品，均不具有可重新銷售的條件；USANA香港公司保留最終決定權。

事業工具(包括直銷商創業套裝(BDS)若處於可重新銷售之狀態，即可退回公司並獲得100%退款。處於可重新銷售之狀態的事業工具必須：

- 未開封且未使用；
- 未遭毀損或更改；且
- 公司可以合理的正常價格重新銷售的狀態。

所有退貨申請必須由該產品發票之直銷商親自處理。

41. 濫用退貨制度

如果USANA確定某直銷商濫用滿意保證，USANA將根據政策第40條給安排退款給該名直銷商，但該直銷商的會籍有機會被終止。

42. USANA 事業的期限

直銷商協議將持續套用條款與政策直至會籍終止。在下列情況，USANA保留終止直銷商協議的權利並會於在三十(30)天前通知所有直銷商：(1) 停止業務營運；(2) 解散商業團體；或(3) 終止以直銷渠道分銷其產品和/或服務。

43. 違反政策的調查與通知

若 USANA 認為或有理由認為某直銷商違反了或處於違反本協議中的任何條款(包括但不僅限於本條款與政策)的潛在風險,商德與培訓部則將對該等行為進行調查。調查結果將提交給商德委員會作最終決定。USANA 有權在調查期間和作出最終決定前將獎金、佣金或其他獎勵凍結發放。如果商德委員會在審查檔案後的結案認為應採取適當處分,包括但不僅限於終止直銷商協議,則商德與培訓部會將最終決定通知該直銷商。結案之書面通知將以任何正統的商業方式發出,包括但不限於以電郵發送至直銷商在本公司登記的電郵地址。

44. 遵守律政

違反本協議、任何非法、欺詐、欺騙或不道德的商業行為,或公司合理認為會損害其名聲或商譽的任何不適當的行為規範,均可能會導致直銷商的事業被終止、暫停,和/或其他處分以處理該不當行為。

45. 上訴程序

直銷商或前直銷商可以針對商德委員會的決定向 USANA 商德申訴委員會提出上訴。直銷商的申訴必須透過書面形式並且須確定商德與培訓部已接收。若直銷商提出上訴,將先由商德與培訓部審核,獲接納後方提交給商德申訴委員會。商德申訴委員會將審查商德委員會對該檔案的決定並將其對上訴之結果通知直銷商。商德申訴委員會的這一決定即為最終決定。在倡議任何爭議解決訴訟程序之前,直銷商必須完成所有與 USANA 的申訴程序。

46. 終止事業的影響

無論因任何理由,直銷商在其事業終止生效後,該直銷商將不會對其原事業、先前經營的團隊獲享有任何權利、階銜、索賠或利益,也不會從其前團隊產生的銷售收入中獲得任何獎金和/或佣金。在直銷商因任何理由終止事業後,該直銷商將:不再是 USANA 直銷商、無權繼續出售 USANA 產品或服務、必須從公開平台中刪除任何 USANA 標誌,並且必須停止使用任何其他附有 USANA 標誌、商標或服務標章的宣傳和廣告資料。自願終止其協議的直銷商將只能領取在其終止之前,最後一週完整的佣金和獎金。

至於協議是被 USANA 終止的直銷商只能領取在會籍終止之前,最後一週完整的佣金和獎金。但是,若有款項在調查過程中被扣起,無論該終止是自願性還是非自願性,直銷商都無權領取這些款項。在事業終止後,直銷商即無權領取佣金或獎金。

如果直銷商在協議終止時提出要求 USANA 回購直銷商在過去十二(12)個月購買而任何未售出、可轉售的產品庫存、官方 USANA 材料、輔銷品和套裝並退回直銷商購入的成本價(減去最高為購買淨價 10% 的手續費)。USANA 也可以從回購的退款金額中扣除直銷商從該(些)訂單所獲得的任何利益。

47. 機密資料保密

USANA 的機密資料包括但不限於 USANA 所保有的直銷商和/或顧客名單,以及直銷商所擁有及使用的所有商業機密資料或「下線團隊報表」中的所有資料。除用於開展自己的事業之外,直銷商不得將 USANA 的機密資料用於任何其他目的。為保護 USANA 品牌的完整性和知識產權,直銷商不得代表直銷商本人或任何第三方作出下列行為:

- 向任何第三方透露任何機密資料;或
- 將報表或報表中的資料用於發展或經營直銷商事業以外的任何其他目的。

本條款在直銷商協議終止或到期後仍然生效,並具有法律效用。

48. 免責條款

直銷商同意保障並免除 USANA 對以下事項的責任:任何違反直銷商協議、誤用產品或違法、以及在開展其事業的過程和範圍內所發生的任何行為或疏忽等所導致的任何索償、損害賠償、損失、罰款、處罰、判決、和解或其他費用(包括但不限於 USANA 須負擔的合理的律師費)。本條款的規定在協議終止後仍然生效,並具有法律效用。

49. 修訂

USANA 可能會不定期地修訂本協議,包括但不限於本條款與政策。修訂通知將透過在 The Hub 樞紐站發布並於發布日期計起之三十(30)天後生效。電子郵件通知將同時發送至直銷商登記在會籍中的電子郵箱。除第 62 條所述爭議解決協議中另有規定外,直銷商同意,在此通知發布的三十(30)天後,任何修訂將立即生效,並自動納入協議中作為有效且具有約束力的條款。直銷商可在擬議修訂生效日期之前終止其協議以選擇不參與任何擬議修訂。直銷商在任任何修訂的生效日期或之後繼續參與商機即表示接受修訂後的協議。除非直銷商明確同意,否則修訂不追溯發生在修訂生效日期之前的行為。

50. 自負風險

直銷商瞭解,在往返參加與公司有關的會議、活動、研討會、研習營或聚會的旅程時,均屬於其獨立事業之一部分,而完全不是以公司員工、代理或在職人員的身份參加,儘管其出席可能全部或部分出於公司的邀請或與公司達成的協議。直銷商應自行負責此類行程的所有風險與責任。

51. 變更保薦之豁免

如果直銷商不適當地更改其保薦人,USANA 保留決定該直銷商在其新的保薦人和其所衍生團隊的解散及最終處置權。在不適當更換保薦人的直銷商所衍生的下線團隊,相當於直銷商放棄對 USANA 與其關聯方的所有處置、決定或相關的衍生索賠。

52. 完整的協議

本協議書(包含條款與政策及獎勵計劃)是直銷商與公司(統稱「締約方」)之間對於本協議中提及的所有事項的瞭解與協定的最終表達,並取代雙方之間所有先前和當前的瞭解之協議(口頭與書面形式的)。由於本協議,先前與該協議主題有關的所有說明、備忘錄、示範、討論和描述均告無效。除非本協議另有規定,否則不得更改或修訂本協議。任何宣稱是本協議以前的口頭或書面協議的證據都不能推翻本協議。若本協議的條款與任何公司員工或其他直銷商的口頭陳述之間存在任何差異,則以本協議明確的書面條款和規定為準。

53. 不可抗力

USANA 不會就任何未能或延遲履行或執行本協議的任何條款而對直銷商負責,也不被視為違反或違反本協議,當此類失敗或延遲發生時由 USANA 無法控制的行為引起或導致,包括但不限於以下不可抗力事件(“不可抗力事件”):(a) 不可抗力;(b) 洪水、火災、地震、海嘯、流行病、大流行病(包含 2019 新型冠狀病毒(COVID-19)或其他災害或災難)(c) 戰爭、入侵、敵對行動(無論是否宣戰)、恐怖威脅或行為、暴亂或其他內亂;(d) 政府命令或法律;(e) 在本協議之日或之後生效的行動、禁運或封鎖;(f) 任何政府當局的行動;(g) 國家或地區緊急情況;(h) 罷工、勞工停工或怠工,或其他行業騷亂;(i) 缺乏足夠的電力或交通

設施；(j) 超出 USANA 合理控制範圍的其他事件。

54. 分割條款

若現行協議中列明存在的任何條款或修訂的條款因任何原因被認定為無效、違法或無法執行時，此等規定只應在使其具有可執行性的必要範圍內進行修改，如果無法進行對此修改則只有等此無效的條款被從協議中刪除，其餘條款及規定均維持全面有效，猶如協議中並不存在該等無效、違法或不可執行的條款。

55. 存續

本協議第20、31、32、48、49、50、62條中規定的條款及其違約補救措施應在本協議取消或到期後仍然有效。

56. 豁免

根據本協議，絕不可因 USANA 未行使或延遲行使任何權利或補救措施，而視為其放棄權利；對違反本協議的任何條款之任何單一或部分豁免，也不可被視為對任何後續違約行為的豁免；對本協議的任何權利或補救措施的任何單獨或部分行使也不妨礙本協議的任何其他或進一步行使該權利或補救措施，或本協議或法律授予的任何其他權利或補救措施的行使只有在極少數情況下才會豁免某項政策，此類豁免必須以書面形式為之，並由 USANA 授權的主管簽署。豁免僅適用於該特定情況。

57. 不得倚賴

直銷商應尋求與其事業相關的專業建議（法律、財務、稅務等）；USANA 不會向直銷商提供專業建議。

58. 標題

本條款與政策的標題只為方便閱讀和僅供參考，並不影響本條款與政策的闡釋，亦不具有實質性效力。

59. 翻譯

如果條款與政策和協議的英文版本與其任何翻譯版本之間有任何差異，則以英文版本為準。

60. 專業術語

此處使用的所有大寫的術語若在本條款與政策中未予定義，則其意義與獎勵計劃中的解釋相同。

61. 個人資料及私隱權

直銷商個人資料

USANA Health Sciences, Inc.公司位於猶他州，USANA（統稱為「UHS」）是資料使用者並負責直銷商個人資料。

如何收集直銷商個人資料？

UHS將通過獲得批准的UHS渠道，包括通過UHS網上平台、電子通訊及供予直銷商的正式UHS資料，來收集某些直銷商的個人資料（這些個人資料是指與直銷商有關並且可直接或間接識別出該直銷商的訊息）。

UHS收集哪些個人資料？

UHS 可能會收集下列各類個人資料：

- 身份資料包括名字、中間名字、婚前姓氏、姓氏、用戶名或類似的標識訊息、婚姻狀況、頭銜、出生日期、出生地、國籍國家/地區、首選語言、年齡、收入和性別。
- 聯繫資料包括通訊地址、郵寄地址、電郵地址和電話號碼。
- 財務資料包括銀行賬戶和信用咭訊息。

- 交易資料包括直銷商的收付款細節，以及直銷商從UHS處購買產品和服務的其他細節。
- 技術資料包括互聯網協議（IP）地址、直銷商登錄資料、瀏覽器類型和版本、時區設置和定位、瀏覽器插件類型和版本、操作系統和平台以及直銷商瀏覽UHS網站和其他在線服務所使用的其他技術。
- 個人帳戶資料包括直銷商的用戶名稱和密碼、直銷商的興趣、偏好、反饋和調查反饋。
- 使用資料包括關於直銷商如何使用UHS網站、產品和服務的訊息。
- 營銷和通訊資料包括直銷商接收來自UHS和第三方營銷資訊的偏好，以及直銷商的通訊偏好。

如何使用直銷商的個人資料？

UHS可為履行與該直銷商訂立的合約（包括本直銷商協議、任何附屬於本直銷商協議的合約，以及任何供應產品或服務的合約）所必需的目的而處理該直銷商的個人資料，並遵守其法律義務。這包括出於訂單和一般管理目的（包括根據獎勵計劃領取獎金的資格和付款）而處理直銷商的詳細訊息。

UHS可為其本身的合法利益處理直銷商的個人資料，但該等利益不得凌駕於直銷商的私隱權之上。這包括處理市場推廣、業務開拓及發展、統計及管理方面事宜（包括分析及追蹤交易，以及建立市場推廣資料庫，使UHS能夠為直銷商提供更好的服務）。

UHS在取得直銷商同意後，可將該直銷商的個人資料用作某些其他用途。

根據UHS使用資料的特定目的，UHS可能在多個合法理由下處理個人資料。

UHS使用直銷商個人資料的目的

在法律許可的情況下，UHS可將直銷商的個人資料用於下列用途：

- 處理直銷商申請；
- 處理、完成並通知直銷商有關該直銷商產品訂單的情況；
- 製作下線團隊報表或其他相關事業報表；
- 提供直銷商服務，諸如規劃和協助會議與培訓；
- 管理直銷商權益；
- 制定與執行政策、營銷計劃和策略；
- 在UHS 通訊簡報、宣傳推廣資料，和公司與集團內部之通訊中發布個人資料；
- 提供參考文獻；
- 遵守適用的法律法規要求，以及協助任何監管單位或警方的調查；及
- 其他與上述各項直接相關的目的。

UHS使用直銷商的個人財務資料於帳務管理及防止欺詐的目的。

分享直銷商的個人資料

在法律許可的情況下，UHS可出於指定目的與下列第三方分享直銷商的個人資料：

- UHS人員及其關聯公司在履行職責時需要獲取直銷商的個人資料；

- 向UHS或其關聯公司(包括配送中心、審計師、醫療從業者、受託人、保險公司和會計)提供運輸、支付處理、網絡工具、欺詐防範、行政、營銷、促銷、印刷或其他服務的任何代理、承包商、供應商、供銷商或第三方;
- 保薦人及上線領袖,他們可能需要取得下線的個人資料,以便觀察其銷售團隊的銷售活動和事業發展。
- 任何政府機構或其他適當的政府、警察或監管機關,以滿足法律安全和監管要求;
- 任何為UHS提供諮詢、銀行、法律、保險和會計服務的專業顧問,包括律師、銀行家、審計師和保險公司;以及
- 由UHS或其附屬公司委任的任何顧問/代理人,負責計劃、提供和/或管理直銷商利益。

UHS可向第三方披露任何資料(包括個人資料),作為可能出售、合併、兼併、更改控制權、轉讓大額資產、重組或清盤UHS的準備或結果。如發生上述情況,UHS會根據本私隱政策及資料保護法例,採取適當措施以確保持續個人資料的安全。如UHS業務有任何更改,新擁有者可按本私隱政策所訂明的方式使用直銷商的個人資料。

國際轉移

在UHS設有業務的任何國家或地區均可能儲存和處理直銷商的個人訊息。USANA Health Sciences, Inc.總部位於美國,直銷商的個人資料將被轉移到美國並在美國進行處理。

資料安全

UHS已採取適當安全措施以防個人資料意外遺失、未經授權使用或取用、更改或洩露。UHS限制有業務需要的人士才可查閱直銷商的個人資料。這些人士只能根據UHS的指示處理直銷商的個人資料,並負有保密責任。UHS亦已制定程序如何處理任何疑似違反個人資料的個案,並會在法律規定UHS必須採取行動的情況下,通知直銷商及任何適用的監管機構。

資料保留

UHS只會在有需要的情況下保留直銷商的個人資料,以履行收集該等資料的目的。至於保留期限,則視乎直銷商與UHS之間關係的性質及持續時間而定。

為確定個人資料的適當保留期限,UHS考慮個人資料的數量、性質和敏感度、以及未經授權使用或洩露直銷商個人資料而造成損害的潛在風險、UHS處理直銷商個人資料的目的和UHS能否透過其他途徑達到這些目的,以及適用的法律規定。

在某些情況下,UHS可能會將直銷商資料隱去姓名或使用假名,使其不再與該直銷商有關聯。在這種情況下,UHS可使用該等資料,而無須另行通知該直銷商。

直銷商法律權利

根據直銷商所在國家/地區的不同,直銷商可能對直銷商個人資料享有一定的法律權利。

如果該直銷商希望獲得任何進一步的訊息或行使任何權利,包括拒絕處理其個人資料或撤回同意處理其個人資料的權利,請點擊這連結或發送電子郵件至 dataprivacy@usanainc.com 聯繫USANA。

顧客及其他直銷商的個人資料

直銷商同意經營USANA直銷事業時,直銷商將收集和/或處理顧客或其他第三方的個人資料,包括任何其他直銷商(「第三方個人資料」),那麼該直銷商將代表USANA就適用的資料保護法律而對資料負責,以資料處理者的身份處

理此等個人資料,除非直銷商根據適用的資料保護法律而被要求處理任何第三方個人資料,否則特許專營僅可出於本條款與政策(構成USANA作為資料控制者的書面指示)中規定的目的,並僅可通過本條款與政策中規定的方法,處理任何第三方個人資料。

直銷商僅可處理通過USANA批准的渠道或提供給直銷商的材料(如顧客表格)收集到的第三方個人資料。直銷商處理第三方個人資料的目的只能出於發展和經營直銷商的USANA直銷事業,包括按照USANA官方材料中包含的形式提供給第三方的隱私通知以執行任何相關第三方簽訂的合同。

直銷商將確保其已採取經USANA審核和批准的適當安全措施,以預防未經授權或非法處理第三方個人資料的風險,以及防止該等個人資料的意外遺失、銷毀或損壞。直銷商若發現任何涉及第三方資料洩露的情況,將盡快或在24小時內通知USANA,並將協助USANA對任何資料洩露、資料當事人的任何請求(包括任何對資料當事人權利的行使)作出回應,並證明其遵守了適用的資料保護法律。該直銷商將以USANA提供的形式保存其處理活動的記錄。

除非上傳到USANA自設專屬的安全服務器上存儲,否則直銷商不得將任何第三方個人資料傳輸到其居住國家/地區以外。直銷商不得指定任何第三方處理者處理任何第三方個人資料。

除本條款與政策的隱私政策部分的規定、範圍、性質、目的和任何第三方個人資料的處理時間和處理個人資料的類型,所有條款均應在USANA網站上發布的隱私政策中規定,該等條款應構成USANA向直銷商作為資料處理者所發出的書面指示的一部分。

在直銷商協議終止時,除非根據適用的資料保護法律要求保留任何第三方個人資料,否則直銷商將根據USANA的書面指示刪除所有第三方個人資料。

62. 爭議解決協議

本規定影響直銷商與USANA及其關聯方之間產生的任何性質的糾紛、索賠或爭議,論此類爭議基於由法令、合同、侵權行為、普通法或其他(「爭議」)法律承認或以為之基礎的權利、特權或利益,均應得到解決。雙方理解並同意,本第62節作為獨立的明確協議生效,可與本協議其他章節分離,並且不論本協議任何其他條款(包括但不限於本條款與政策)能否執行,本條款均可執行。雙方進一步理解並同意,直銷商協議全部或部分不可執行不代表本第62節爭議解決條款不可執行。對本條款的考慮包括但不限於雙方就仲裁爭議協議達成共識。本第62節在本協議終止後仍然有效。

提交仲裁通知時,所有爭議均應提交並最終由香港國際仲裁中心(HKIAC)依據有效的HKIAC機構仲裁規則進行仲裁解決。

本爭議解決協議應根據香港法律的管轄和解釋。

此爭議協議應受香港法律管轄並按其解釋。

仲裁地為香港。仲裁程序應以英文進行。

為了在合理範圍內最大限度以及時、高效且高性價比的方式促進雙方友好解決爭端,雙方各自特此放棄由陪審團或任何法院進行審判的權利。然而,本爭議解決協議中的任何規定均不得阻止直銷商在法律允許之適當管轄範圍內的小額錢債審裁處(「小額索賠法院糾紛」)中針對金額港幣75,000元或以下的索賠(但不包括其他法律補償)提起個人訴訟。

在法律允許的最大範圍內,任何爭議的解決方案應僅限於個人賠償,且應不包括類別、集體或代表賠償。在任何爭議

仲裁中，仲裁員或仲裁小組僅有權裁定個人賠償，無權裁定任何類別、集體或代表賠償。雙方理解並同意，各自均放棄由陪審團審判或參加類別、集體或代表訴訟的權利。

在適用法律允許的範圍內，仲裁應在嚴格保密的基礎上進行，直銷商應遵守這些保密條款，不得向第三方揭露已存在或有關於任何索賠、辯護或論據；與任何索賠、辯護或辯論有關的任何來往或呈交的文件、信件、訴狀、簡報、證物、論據、證詞、證據或資訊；或任何裁決、決定或任何索賠、辯護或論據的結果（統稱為「仲裁材料」）；除了直銷商的法律顧問為唯一例外，但需確保他們遵守這些保密條款。雙方同意採取一切必要步驟保護與任何法院訴訟有關的仲裁材料機密；同意盡合理範圍內最大努力歸檔本協議允許的任何法院程序，並且在所有包含機密資料的文件上蓋上印章；並同意簽訂包含本直銷商協議機密條款的適當保護令。除上述規定外，不論 HKIAC 的規則，根據爭議金額將附加某些程序。爭議金額低於美金1,000,000.00元（一百萬美元）的爭議和索賠將適用以下程序：

- 仲裁將在指派指定仲裁員之日起180天內進行，持續時間不超過五個工作日。
- 將根據 HKIAC 仲裁規則在 HKIAC 提供的名冊上選擇和委任一位仲裁員。
- 仲裁員應進行符合仲裁目標的發現。訊息的發現和洩露將在 HKIAC 提供的規則下進行，以實現一般仲裁目標，包括高經濟效益並高效地解決雙方之間的爭議，但在任何情況下。仲裁庭應參考 IBA 2020 年國際仲裁取證規則（“IBA 規則”）作為本次仲裁中文件製作的一般準則。
- 爭議金額等於或多於 美金1,000,000.00元（一百萬美元）的爭議和索賠將適用以下程序：
- 將根據 HKIAC 仲裁規則在 HKIAC 提供的名冊上選擇和委任三位仲裁員。
- 仲裁員應進行與仲裁目標一致的證據開示。訊息的發現和洩露將根據 HKIAC 提供的規則進行，以實現仲裁的通常目標，包括具有高經濟效益和高效的解決當事人之間的爭議，仲裁庭應將 IBA 規則作為本次仲裁中文件製作的一般準則。

仲裁人無權裁決對勝訴方未經衡量的實際損害的懲罰性損害賠償、間接損害賠償、間接損害賠償，特殊損害賠償或任何其他損害賠償或民事處罰（除非適用法律或法規明文規定損害賠償或民事處罰而非實際損害賠償），並且無論如何不得作出不符合條款與政策或直銷商協議規定的任何裁決、裁定或判定。仲裁員或仲裁小組有權作為初步事項決定管轄權和可仲裁性問題，但仲裁員或仲裁小組無權決定仲裁是否可以代表針對類別。雙方理解並同意，如果仲裁員或仲裁小組在本協議所述權限以外裁定任何賠償，任何一方均可在就位於香港法院的專屬管轄權和審判地申請撤銷仲裁裁決。任何仲裁中的舉證標準都應該是清楚有說服力的證據。

仲裁各方需自行負擔其自身的支出和仲裁費用，包括但不限於法律和提起訴訟費用，但如依制定不同費用或訴訟費標準的法規或規則尋求費用，則該法規適用。然而，如果損害賠償金額超過 美金1,000,000.00元（一百萬美元），或仲裁人認定該爭議是吹毛求疵，仲裁人得要求敗訴方在適用法律允許的最大範圍內支付勝訴方的支出和仲裁費用，包括法律、專家和提起訴訟的費用和支出。

根據本爭議解決協議進行的仲裁程序必須在爭議或索賠發生後一年之內展開。如果未及時啟動仲裁程序，則構成絕對禁止再就該爭議展開仲裁程序，也構成對該爭議的放棄。雙方同意時間為關鍵因素。

本爭議解決協議應在直銷商協議因任何原因終止後仍繼續有效。

仲裁人的裁決即為最終裁定並且對當事人具有約束力，若有需要，可以裁定由任何有管轄權的法院作出判決。

除法律另有規定外，不得向任何法院提出中間上訴，也不得提出任何撤銷仲裁人的非最終仲裁裁定的動議。該命令並非對整個仲裁具有決定性影響的最終裁決。

本協議中的任何內容均不得阻止 USANA 或直銷商在提交任何仲裁或其他訴訟之前、期間或之後，或在就任何仲裁或其他法律程序做出裁決或裁定之前向任何具有司法管轄權的法院申請和取得扣押令、臨時禁止令、臨時禁制令、永久禁制令或其他可用救濟令，以維護和保護 USANA 或直銷商之利益。

任何不受理於仲裁的事項的管轄權和地點應在香港法院執行。各方當事人放棄任何聲稱這種管轄權為不方便或不適當的議題。香港的法律在不考慮法律原則的選擇之情況下，將管轄涉及該直銷商協議的爭議。小額錢債審裁處爭議不應受本第62節規定的管轄權和審判地點要求的限制。香港的法律在不考慮法律原則的選擇之情況下，適用於小額錢債審裁處的爭議。

不論本協議中存在任何對立，USANA 對本第62節中的爭議解決協議所做的任何修訂僅限直銷商明確表示同意此等修訂後生效。直銷商可透過遵守擬議修訂中附帶的指示來表明其同意此等擬議修訂。任何不同意對爭議解決協議提出修改意見的合夥人，在發出修改通知後三十(30)天內，USANA 可與其直銷商終止其直銷商協議。任何此等修訂應適用於修訂生效日期當日或之後由直銷商或 USANA 提出的所有索賠，不論此等索賠原本發生日期或任何事實的準確性。

釋義

協議：公司與直銷商之間具有法律約束力的合同，包括直銷商申請表、條款與政策以及獎勵計劃。

申請表（或「直銷商申請表及協議書」）：由希望與公司簽訂直銷商協議的人士填寫並簽署的表格。

自動訂貨價格：比優惠價低 10%。

事業：個人或企業團體與公司建立合同關係時所開設的帳戶。

商務中心：商務中心是您建立事業活動的中心，使您可以購買產品、獲得分數及累積銷售額。

直銷商創業套裝(BDS)：是以成本價發售，非營利的，是成為直銷商唯一需要購買的產品。創業起步套裝內有條款與政策、雙向式獎勵計劃、直銷商協議書、其他表格以及產品資訊及輔銷品，用以協助直銷商開展和進行其獨立業務。

商機：公司確定的關於公司產品促銷或獎勵計劃的活動。

獎勵計劃：列述公司對直銷商計付獎金的條件及其他詳細規範的特定計劃。

競爭直銷公司：銷售類似或競爭性營養補充品、食品和能量產品、護膚產品，或任何其他健康和保健產品的直銷公司。

機密訊息：由直銷商提供或提供給直銷商的 USANA 相關事業訊息，不論以書面、電子、口頭或任何其他形式，均為機密、專有和/或通常不向外界公開的訊息，包括但不限於 USANA 商業機密、知識產權、直銷商和顧客身份及聯繫訊息，和組織報表或其他非公開報表中包括的資料。

旁線團隊：非直接位於您的保薦關係位置線的上方或下方的直銷商。

顧客：為個人使用購買產品以及沒有向任何第三方意圖轉售或轉售產品的消費者。

直銷：直接銷售(簡稱直銷)、網絡行銷或多層次行銷企業。

直銷公司：指採用獨立訂約人作為銷售人員之公司, 在非零售環境中通過獨立的銷售團隊直接向消費者銷售產品或提供服務。

直銷協會：香港直銷協會有限公司。

直銷商：由公司授權的獨立承包商並根據協議購買並將產品轉售給顧客、招募下線直銷商以及根據銷售獎勵計劃的規定領取獎金的獨立訂約人, 直銷商與公司的關係受協議所約束。

下線：指由直銷商在其組織內所直接保薦或與保薦有直接連結的所有直銷商。

登記入會(入會)：與公司簽訂合約以經營獨立事業的行為。

四星期運轉週期：直銷商發出第一張產品訂單開始計算的四個佣金派發日(即連續四個星期五)。

下線團隊報表：由公司製作的報表, 內容提供有關直銷商身份和每一名直銷商團隊之銷售資料。該報告包含專利商業交易秘密資訊。

團體銷售額：一名直銷商的團隊透過銷售USANA產品取得之佣金分數。團隊銷售額不包括該名直銷商之個人銷售額。(直銷商創業套裝及事業工具不包含銷售額分數)。

The Hub 樞紐站：USANA 直銷商專用網站。

USANA 官方推廣材料：公司所提供關於產品和商機的廣告及資訊材料。

定位：直銷商在其保薦人安排下放置的下線位置。

優惠客戶：以折扣價直接向 USANA 購買產品供其個人使用的消費者。優惠客戶無權轉售產品, 也不能參與獎勵計劃。

優惠價格：直銷商購買產品享有的折扣價格。

產品：授權直銷商根據協議推銷及銷售的產品。

關聯方：任何USANA官方人員、董事、持有者、職員、代理商或附屬團體。就本協議中具體提及的目的而言, 關聯方為本協議的有意第三方受益人, 包括但不限於第62節中的爭議解決協議。

事業工具：公司所製作, 用於產品銷售、招攬或進行直銷商培訓的任何類型之材料。

銷售額：直銷商銷售產品所產生的佣金分數。

保薦人：新直銷商的直接保薦的上線。

團隊：直銷商的團隊由其銷售組織中所有的優惠客戶和直銷商組成。

上線：指在直銷商組織內在其上方位置有直接連結的所有直銷商。

USANA或公司：USANA 香港有限公司。

WFDSA：世界直銷協會聯盟。

為免生疑問, 在“include”、“includes”或“including”之後提及任何內容並不限制其可能包含的任何其他內容的引用

Notes:

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

[illegible]



USANA 香港有限公司

香港九龍尖沙咀麼地道66號尖沙咀中心8樓802-804及806-807A室

生效日期:2022 年 1 月 13 日

Rev. 12/21 CCR-017808 HK-CHT