



TAIWAN
條款與政策

有效日期: 2023 年 7 月 23 日



© Copyright 2023 USANA Health Sciences, Inc.
USANA 特許專營商獲准轉載本《政策與程序》中任何段落
供個人使用，唯轉載時須整段轉載，並加註「獲
USANA Health Sciences, Inc.,
Salt Lake City, UT 84120 U.S.A.
許可轉載」字樣。

條款與政策

1. 申請成為直銷商	3	34. 遵守法律	7
2. 最低年齡及資格	3	35. 產品保管和品質控制要求	7
3. [預留]	3	36. 零售銷售額	7
4. 臨時入會	3	37. 佣金和調整	7
5. 直銷商權利與特權	3	38. [預留]	7
6. 獨立承包人身份	3	39. 郵寄和損失風險	7
7. 終止直銷商事業	3	40. 退貨政策	7
8. 遵守獎勵計劃	3	41. 取消訂單退貨	7
9. 直銷商製作的文宣資料	3	42. 濫用退貨制度	8
10. 產品聲明	4	43. USANA 事業的期限和續約	8
11. 收入和生活方式聲明	4	44. 違反政策的調查與通知	8
12. 社群媒體	4	45. 遵循法令	8
13. 最低廣告價格	4	46. 申訴程序	8
14. 電子郵件招攬	4	47. 終止事業的影響	8
15. 媒體訪問	4	48. 機密資訊之保護	8
16. 智慧財產權	4	49. 損害賠償	8
17. 直銷商姓名、肖像和圖像之使用	4	50. 修訂	8
18. 服務據點	5	51. 自負風險	8
19. 線上銷售	5	52. 變更推薦之豁免	8
20. 未經授權招募；參與另一家直銷公司	5	53. 完整協議	8
21. 競爭性產品和違規兜售	5	54. 不可抗力	8
22. 跨線掠奪	5	55. 可分割性	9
23. 無負評條款	5	56. 持續有效	9
24. 一位直銷商經營一份事業	5	57. 非棄權	9
25. 協議轉讓	5	58. 不得倚賴	9
26. 事業夥伴的分離及繼承權	6	59. 標題	9
27. 推薦人/位置變更	6	60. 專業術語	9
28. 登記入會之衝突	6	61. 個人資料及私隱權	9
29. 反操縱條款	6	62. 爭議解決協議	10
30. 授權銷售	6	63. 釋義	10
31. 第三方行為	6	法規名稱：多層次傳銷管理法	12
32. 國際事業	6	法規名稱：多層次傳銷管理法施行細則	14
33. 葆嬰公司	7		

1. 申請成為直銷商

完成以下步驟申請，您就可以成為直銷商：

- 提交或繳交一份妥善填寫並簽名的直銷商申請書紙本予公司；
- 提供有效的身分證文件（身份證）和聯絡資料影本；並
- 購買一組創業套裝。

您可從您的推薦人那裡獲得關於如何填寫直銷商申請書和取得創業套裝的所有資訊。除了創業套裝，您無需購買任何產品或輔銷工具以成為直銷商。

2. 最低年齡及資格

未滿其居住國家法定年齡的人不得成為直銷商，且所有直銷商均不得故意招募或推薦，或試圖招募或推薦任何法定年齡以下的人士。

在中華民國，欲成為直銷商，您需符合以下其中資格

- 年滿 18 歲的中華民國公民；或
- 住在中華民國的外國人應提供有效護照影本及附有統一證號的文件（例如外僑居留證及統一證號基資表）

3. [預留]

4. 臨時入會

新入會將獲得為期三十(30)日的臨時入會資格，在此期間，直銷商必須提交簽署的直銷商同意書給公司。若直銷商未能在臨時入會的 30 日期滿前提供已簽署的書面直銷商同意書，則該直銷商的帳戶將被凍結並可能被終止。

5. 直銷商權利與特權

本協議書為直銷商提供以下權利與特權：

- 以折扣直銷商價格購買 USANA 產品；
- 參與 USANA 獎勵計劃（並在符合資格的情況下獲得獎金和佣金）；
- 推薦其他人加入 USANA 事業作為優惠顧客或直銷商，從而建立團隊；
- 銷售 USANA 產品並賺取直銷商向公司訂購產品支付貨款與直銷商向顧客銷售產品價格之間的差價；
- 參加促銷與獎勵競賽以及其他 USANA 活動；
- 參加全球 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、鼓勵和表揚性活動。

直銷商若繼續參與上述任何活動或接受直銷商協議中的任何其他權益，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/僱員關係、代理、合夥或合資關係，直銷商不代表公司僱員、代理或公司代表，或連鎖專營權購買者。直銷商應負擔其可能需要支付的任何所得稅或其他稅款，以及他們的營運支出。直銷商無權享受 USANA 可能為其僱員提供的福利。直銷商無需尋求公司批准即可僱用其他助手或助理，但直銷商如果僱傭他人則需對其助手或助理的活動負全部責任，因此如果任何助手或助理違反任何協議內容則將被視為該直銷商的行為。直銷商不會因任何稅務目的或其他任何理由被視為僱員。

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本協議內容。直銷商需全權負責其於本協議項下活動做出的所有決定和產生的所有費用。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

執照、許可和其他政府批准，包括但不限於任何在其居住地以外地區營運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隨時終止其協議。取消通知須以書面形式提交至公司的主要營業地址。
- 未按時續約。未按時更新本協議。
- 未能重新確認遵守協議。直銷商有時可能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：

- 要求或鼓勵其他現有或潛在顧客或直銷商以任何不同於獎勵計劃的方式參與 USANA；
- 要求或鼓勵其他現有或潛在顧客或直銷商簽署非 USANA 正式協議書和合約之外的任何協議或合約，以成為直銷商或優惠顧客；
- 要求或鼓勵其他現有及潛在顧客或直銷商向任何個人或其他實體進行任何未受 USANA 正式文宣資料所認同之購買或付款，以參與獎勵計劃；
- 向其他直銷商出售或試圖出售潛在顧客名單；或
- 製作私人版本的登記入會表格或申請表。直銷商只能通過 USANA 的公司網站或直銷商的 USANA 個人網頁及多層次傳銷管理法所定要求，進行線上登記入會並簽署 USANA 之正式參加協議書。所有直銷商創建的其他網站均必須連結到直銷商的 USANA 個人網頁進行登記入會，並僅能透過簽署 USANA 之正式參加協議書後始能入會。

9. 直銷商製作的文宣資料

直銷商可以製作自己的廣告或文宣資料，前提是這些材料必須符合本條款與政策之所有規定。這些資料內容必須：

- 在文宣資料上明顯加上 USANA 獨立直銷商標章，明確指出該資料是由獨立直銷商製作，該標章可從 USANA 官方網頁 THE HUB 樞紐站下載。直銷商不得在其個人廣告或培訓資料上使用任何 USANA 公司官方標章；
- 以專業而有品味的方式製作，並且不會對 USANA 造成不良影響，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，不作任何欺騙性收入聲明或生活方式聲明，或產品療效之聲明；
- 未暗示就業機會；
- 遵守適用於廣告和商業道德行為的所有法律和準則，包括但不限於《公平交易法》、《消費者保護法》、《化粧品衛生安全管理法》、《食品安全衛生管理法》和《健康食品管理法》；及《多層次傳銷管理法》
- 不得違反公司或任何第三方的任何智慧財產權；
- 不得暗示該等文宣資料已經 USANA 批准、認可、印製或推薦；
- 不得出售予其他直銷商以獲取利益；及
- 僅於直銷商自己的上線和團隊中宣傳使用。

為確保完全符合 USANA 的廣告政策，欲製作獨立廣告文宣的直銷商必須遵守本條款與政策，並完成公佈在 USANA 官方網頁 THE HUB 樞紐站的廣告檢核表。完成檢核表即授權直銷商製作廣告文宣資料。違規行為可能會

使其受到適當處分，包括暫停或終止協議。若直銷商希望 USANA 的商標與教育部門審核其個人所製作的廣告文宣資料，可將資料提交至 ethics@usanainc.com。USANA 保留自行決定審查和要求編輯或刪除資料的權利。

10. 產品聲明

直銷商不得聲稱 USANA 產品對於任何疾病、病癥、缺陷或傷害有醫治、治癒、診斷、減輕或預防的效果。如直銷商做出前開應禁止之聲明，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經任何主管機關註冊或核准。

11. 收入和生活方式聲明

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

欺騙性收入聲明包括與 USANA 商機相關的任何書面或口頭之宣稱、見證、陳述或其他表示：

- 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、潛力或預估；
- 聲明直銷商能賺取永續或無限收入，或取替他們的收入；
- 聲明直銷商能獲得財務自由；或
- 任何其他虛假、不實、不完整、誤導或意圖誤導而扭曲 USANA 直銷商典型收入或盈利結果的資訊。

欲確保收入聲明不產生欺騙性，聲明必須嚴格遵守以下各項要求：

- 除了典型聲明，直銷商之聲明必須包括適當的收入免責聲明；當前的收入免責聲明可在 USANA 官方網頁 The Hub 樞紐站獲得。
- 直銷商不得透露透過 USANA 賺取的獎金、佣金或其他獎勵金額，也不得出示支票、支票影本、銀行報表或稅單，或類似財務記錄；及
- 直銷商不得以任何方式改變或口頭修飾收入免責聲明，包括但不限於在收入免責聲明中 添加任何文字。

直銷商不得提出欺騙性的「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。欺騙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（「職業水平收入」）的收入；
- 奢華的生活方式；
- 能夠買房或買車；
- 度假；或
- 任何類似曲解 USANA 直銷商典型收入或盈利結果的陳述。

此外，直銷商不得在任何欺騙性收入聲明或生活方式聲明中以暗示的方式提及或涉及 USANA，比如，在一篇暗示奢華生活方式的社群媒體貼文中提及 USANA。

在提出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在 USANA 的財務成功需要投入毅力、努力、資金和銷售技巧。直銷商絕不能表述可以不經過親自勤奮地投入即能獲得成功，或者保證收入。

12. 社群媒體

直銷商有責任確保他們製作和/或發佈在他們所擁有、管理或控制的任何社群媒體網站上的所有內容和文宣資料皆符合本條款與政策。社群媒體平台包括但不限於部落格、臉書、Instagram、推特、LinkedIn、YouTube 或微信或 Pinterest。

13. 最低廣告價格

直銷商可以自己決定其庫存產品的銷售價格。但是，不得惡性削價競爭或以可能影響 USANA 公司品牌聲譽之低價促銷方式宣傳產品。不過直銷商可以與產品一起宣傳以下與價格無關的獎勵活動：免運費、免費附送或打折的官方商標商品，以及產品試用品。

14. 電子郵件招攬

為遵守法律並避免損害 USANA 的品牌完整性，禁止直銷商主動發送宣傳 USANA、產品和商機的電子郵件給未明確要求此類資訊的人士。如電子郵件的收件人提出要求停止發送，應立即予以尊重。

15. 媒體訪問

除 USANA 事先批准，否則直銷商不得通過媒體訪談、刊物文章、新聞報導、部落格或任何其他公開資訊、貿易或行業資訊來源宣傳產品或商機。若直銷商在 USANA 活動中接獲媒體或廣泛媒體機構（比如全國或全球新聞機構）的任何訪問，其應該將該訪問轉介至 ethics@usanainc.com。

16. 智慧財產權

USANA 是所有 USANA 智慧財產權的唯一擁有者，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「智慧財產權」）。除非與公司溝通，根據這些條款與政策，直銷商被授權使用智慧財產權以宣傳 USANA 產品及推廣其 USANA 事業的有限許可，直銷商不得將任何智慧財產權用於任何其他目的。直銷商（無論出於何種原因，自願或非自願）終止其事業後，該直銷商使用智慧財產權的有限許可亦立即終止。於有限許可終止後，原直銷商應立即停止使用智慧財產權，並將所有紙質智慧財產權歸還給 USANA，並永久刪除任何智慧財產權的電子副本。為保護公司品牌的完整性和智慧財產權，直銷商不得：

- 試圖在任何國家註冊或出售任何智慧財產權；
- 在任何法律實體名稱、網站 URL 或電子郵件地址中使用任何智慧財產權或其任何衍生或使人混淆的相似變體；
- 在社群媒體名稱或用帳戶名稱中使用公司名稱，如該使用已清楚表明獨立直銷商身份則不在此限；
- 從任何 USANA 公司活動中或任何 USANA 代表、僱員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佈或誘導發佈與 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群媒體用戶名或帳號中使用「USANA」：

- 包括其在 USANA 存檔的姓名或公司名稱，並；
- 在帳戶個人介紹中清晰表明自己是獨立直銷商。

如果社群媒體網頁為私有或公共團體性質，則個人介紹或帳戶中必須列出單獨聯繫人。

17. 直銷商姓名、肖像和圖像之使用

直銷商永久且不可撤銷地同意 USANA 在 USANA 的促銷文宣資料上使用其姓名、見證、圖片、照片、圖像、影音

檔，以及該直銷商的任何其他肖像。直銷商放棄個人公開權，並進一步放棄對 USANA 使用此類資料的索償權利。

18. 服務據點

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、美容院以及醫生和整脊師診所。任何產品橫幅或其他 USANA 廣告材料都不得以吸引大眾進入商業據點購買產品的方式向大眾展示。直銷商不得在任何其他類型的零售據點（亦即不是以提供服務為主要收入來源的非服務相關事業）行銷或銷售產品。禁止的零售據點包括但不限於實體零售店等。

19. 線上銷售

直銷商可以通過網路管道銷售產品，例如由直銷商所管理的社群媒體或網站。為保護 USANA 品牌的完整性並確保其他直銷商能有意義地參與 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、臉書商城、eBay、蝦皮、PCHome、MOMO 和露天、淘寶網）等進行線上銷售是不允許的。通過任何經核准的線上媒體推廣產品時，必須遵守本條款與政策中的所有促銷與行銷政策。若直銷商通過其社群媒體網站銷售產品，就必須將通過網站銷售所產生的銷售額指定予該透過其社群媒體網站產生銷售的直銷商所營運之商務中心；銷售額不能指定給任何其他直銷商的商務中心，也不得將單一訂單的銷售額分開歸入該直銷商所擁有的多個商務中心。

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事業。

「招募」一詞是指以任何其他方式直接或間接，實際或意圖推薦、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顧客與 USANA 之間業務關係之行為。「推廣」一詞是指以任何方式直接或間接地向任何當前直銷商銷售、建議銷售，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群媒體網站。

直銷商可以參與其他直銷事業，前提是他們必須遵守本條款與政策，並在加入任何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；
- 獲得表揚福利的資格，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對公司有價值和保密的機密資訊，以及專業培訓和銷售與行銷策略的權限。因此，直銷商茲此同意本條的規定是公平而合理的，是為保護公司業務及其關係企業所必需，並且本條的規定並不妨礙直銷商謀生。

21. 競爭性產品和違規兜售

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。直銷商不得聲明推薦、鼓勵非 USANA 產品或商機，或聲明非 USANA 產品或商機是在 USANA 獲得成功的基本條件。直銷商不得專門鎖定或接觸直銷商或優惠顧客參與任何非 USANA 認可的培訓計劃。

22. 跨線掠奪

嚴格禁止跨線掠奪。「跨線掠奪」意指招募或意圖招募目前已是優惠顧客或在 USANA 檔案中已簽署了直銷商協議，

或者在前六（6）個月內已簽署此協議加入不同推薦人團隊的個人或實體。

- 直銷商不得以貶低、詆毀或抵制其他直銷商的手法來引誘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。
- 如果直銷商被跨線直銷商接觸，或主動接觸跨線直銷商，他/她必須引導並鼓勵該直銷商回到其原上線的團隊。
- 若一名潛在的直銷商或優惠顧客隨同一名直銷商參加 USANA 會議或集會，則其他 USANA 直銷商不得招募該潛在直銷商或優惠顧客加入 USANA；此限制的期限為十四（14）日，或除非並直到將該潛在直銷商或優惠顧客帶到集會的直銷商告知其他直銷商，該潛在直銷商或優惠顧客已選擇不加入 USANA，並且該直銷商也不再招募該潛在直銷商或優惠顧客加入 USANA；以上兩種情況以先發生者為準。違反本政策會嚴重不利於其他直銷商的事業和 USANA 業務的增長和銷售。

23. 無負評條款

直銷商不得對 USANA、其他直銷商、產品、獎勵計劃、USANA 僱員、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，譴責或採取不公平的行為。本節中所述的「詆毀」是指任何使人難堪和/或負面的事情，無論此種訊息是否真實。即便直銷商放棄了任何接受財務彌補的權利，但本條款中的任何內容均不得詮釋為禁止直銷商向食品藥物管理署、公平交易委員會或其他本地主管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；或參與由食品藥物管理署、公平交易委員會，或其他地方主管機構所作的調查；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. 一位直銷商經營一份事業

直銷商只能擁有並經營一份事業，並自此事業中依法，作為一成員、獨資、股東、信託人或受益人等身份收取報酬利益或受益。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第二份事業，只要配偶的事業是安置在直銷商的一個商務中心之下，而不是安置在旁線團隊（除非直銷商在與另一位直銷商結婚之前已經經營了一段合理的時間或在與另一位直銷商結婚之前繼承了該事業）。配偶的事業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 批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」），但 USANA 有權決定是否批准。審查和批准流程將會在 USANA 收到事業轉讓申請表中所要求提交的所有文件之後才開始。

以下情況下，USANA 將不會批准轉讓事業：

- 涉及當前違反協議或因相同原因正在接受調查的直銷商；
- 轉讓給任何現任直銷商或擁有任何事業所有權權益的任何個人或實體，或任何先前曾擁有或經營事業的任何個人或實體；
- 如果轉讓方或受讓方當前正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支付市場價值；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 或直銷商事業其上線或下線的最大利益。

轉讓方應使受讓人按「現狀」接受事業。轉讓後，事業在推薦人團隊中的位置將維持不變。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日或之前全額支付。轉讓事業後，轉讓人將不再對該事業擁有任何財務利益，包括但不限於在轉讓日期之後從事業或受讓人處獲得任何款項。轉讓人也將不再因該事業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事業的管理或控制，包括但不限於向受讓人提供基本事業建議。

若獲批准，作為轉讓批准的額外代價，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 簽署該事業轉讓申請表後的一年內，轉讓人將不以僱員、獨立承包商或其他形式為任何競爭直銷公司工作或合作。轉讓人聲明並同意，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。轉讓人瞭解並同意，並應讓受讓方也同意，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害賠償或其他補償。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資訊，USANA 有權終止受讓人協議並尋求其有權獲得的任何其他損害賠償或其他補償。

在將任何事業轉讓給第三方之前，USANA 有優先購買權買下該事業。USANA 將有權以下列金額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件；或
- 由專業事業鑑定人員所評定並經 USANA 和直銷商共同商定的事業市場公平價值。評估事業價值的費用由 USANA 承擔。

26. 事業夥伴的分離及繼承權

如果共同持有的事業被解散或轉讓給其他原本持有者，則每一位放棄原本事業所有權的個人或實體可於完全停止參與 USANA 事業活動六 (6) 個月之後，重新申請成為新直銷商，前開事業活動包括但不限於培訓、促銷產品或商機，以及招募。

除有特別之指定繼承人外，倘若直銷商不幸逝世或喪失處理業務能力，其賺取佣金和紅利的權利、團隊、以及所有直銷商責任將轉移給其法定繼承人。法定繼承人超過一人時，應自行協調由其中一人繼承之。若直銷商不幸逝世或喪失處理業務能力，其繼承人必須向 USANA 呈交死亡或喪失處理業務能力的證明，連同繼承權證明，例如遺囑認證書或永久授權書，及資料正確的「直銷商申請表及協議書」，以便 USANA 處理有關事宜。即使您現時已擁有或經營直銷商業務，您仍可以繼承及保留另一直銷商會籍。

若不幸逝世的直銷商沒有預立遺囑，且 USANA 未在已故直銷商逝世後 6 個月內接獲其遺產授權代表、繼承人、受遺贈人、繼任受託人、遺產代理人或遺囑執行人的繼承權申請，該原有之直銷商戶籍將視為不得轉讓。

27. 推薦人/位置變更

除下列情況以外，USANA 不允許任何人更換在團隊中的位置和/或推薦人：

- 直銷商是被以不道德欺騙手法引誘加入 USANA；
- 由於直銷商的錯誤，將新直銷商放置在不正確的位置上和/或推薦人之下。此類推薦人/位置變更之更正要求，應在新直銷商加入後十 (10) 日之內提出。
- 若直銷商的事業連續六 (6) 個月處於「不活躍」狀態，該直銷商得終止其事業並立即向另一推薦人重新提出申請。本政策中所指之「不活躍」，是指在該直銷商的商務中心完全沒有任何產品訂單 (此定義僅適用於本政策)。

若直銷商以書面要求終止其事業，則在完成連續六 (6) 個月的等待期之後，該名前直銷商可以在自己所選擇的推薦人之推薦下重新加入。在此等待期間，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 (如第 26 條所定義)。

28. 登記入會之衝突

每位潛在直銷商都擁有選擇自己推薦人的最終權利。一般規則是：第一個為潛在直銷商做了實質性工作的直銷商被認為是優先推薦人。若潛在直銷商或代表潛在直銷商的直銷商重複向 USANA 遞交多份載明不同推薦人的直銷商協議，公司將認定第一份收到、接受並處理的該名直銷商之直銷商協議為有效。如果有任何關於某直銷商的推薦問題，將由 USANA 作出最終裁決。

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，或無法以合理方式驗證的資訊；
- 招攬不自知被登記入會、對其事業認知甚少或根本不了解，或沒有意願經營事業的個人；
- 將希望僅成為顧客的個人登記為直銷商；
- 為了獲得獎勵計劃中領取佣金、獎金或領袖晉級的資格，而購買或贈送過多產品，是否過量則由公司自行認定。直銷商不得在任何四星期循環週期內購買超過他/她可以合理轉售給最終消費者或自己使用的產品，也不得鼓勵他人如此做；
- 濫用退貨從而得到退款；
- 參與下線訂購 (將銷售訂單放在非產生該銷售的商務中心)；及
- 未能在一個工作日內提交直銷商或優惠顧客申請；及
- 任何其他非法、詐欺性或不道德之行為。

直銷商同意公司可以調整或收回因操縱獎勵計劃所得的報酬，無論該報酬的收受者是否參與操縱。該直銷商同意還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，使公司得以自將來支付給直銷商的款項中扣除。

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已知悉或有理由知悉意圖轉售產品之任何個人或實體。直銷商不得向任何個人出售或轉讓超出此人在四星期循環週期內能夠自行消耗用量的產品。

31. 第三方行為

如果第三方代表某直銷商或通過某直銷商之主動或被動協助，或某直銷商知情該第三方，從事違反本條款與政策的行為時，該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。若直銷商採取了該直銷商知道或者應該知道的行為或不作為，將使第三方違反本條款與政策，則該直銷商將被視為對違規行為知情。

32. 國際事業

直銷商只能在 USANA 於公司正式通告中宣佈獲准營業的市場從事銷售和推廣產品、USANA 商機和服務，或招募或登記加入任何潛在直銷商或顧客。若直銷商想要在其所登記入會並居住的市場以外其他具有營業許可的市場開展事業，則必須遵守該市場的所有適用法律、法規和 USANA 針對該市場的政策，包括僅銷售專門為該特定市場設計、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大陸從事事業。未在葆嬰公司註冊的直銷商不得在中國大陸從事業務活動，包括但不限於在中國培訓、促銷和招募。直銷商不得寄送任何 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事業的法律、規定和法令，包含但不限於《公平交易法》、《消費者保護法》、《化粧品衛生命理法》、《食品安全衛生管理法》以及《健康食品管理法》及《多層次傳銷管理法》。

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、包裝或計劃重新貼標、修改或篡改。USANA 產品必須僅以出廠時的原裝包裝銷售。任何此類篡改都將使任何產品的責任保險對直銷商失效，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、篡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，並立即將缺陷產品通報USANA。直銷商還必須定期檢查庫存，找出並清理過期或即將過期的產品。直銷商不得銷售任何超過有效期或過期之產品。如銷售之產品將在九十（90）日內到期，直銷商則應通知顧客該等情形。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物理損壞處。直銷商還必須配合 USANA 執行任何產品召回或其他消費者安全資訊教導。

36. 零售銷售額

為協助確保遵守適用於直銷公司的法律，直銷商必須銷售產品以符合佣金資格。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兩（2）份正式的 USANA 零售收據紙本副本。直銷商必須保留所有零售收據兩（2）年，並根據公司的要求將其提交給 USANA。

37. 佣金和調整

佣金和獎金是根據產品銷售而支付的。因此，隨後發生退貨或退款的任何銷售，USANA 將對此所支付的佣金和獎金進行相應調整。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。

USANA 每週支付佣金。直銷商必須仔細查看自己的佣金，若發現錯誤或差異，必須在佣金支付日期起三十（30）日內向USANA 報告。若直銷商未能在 30 日內向 USANA 報告相關錯誤或差異，即被視為該直銷商放棄申訴。

除非產品已交付，否則直銷商不得被支付或接受任何款項除法律另有規定外，如USANA 未能成功找到直銷商，而無法支付給直銷商的任何佣金和獎金，則將依照USANA 在USANA 官方網頁 The Hub 樞紐站上的無人認領佣金政策辦理。

38. [預留]

39. 郵寄和損失風險

USANA 經由公共承運人向直銷商運送產品。如果 USANA 經由物流商運送產品，且直銷商同意支付運費、手續費和其他相關運送費用，以便產品從 USANA 倉庫運送至直銷商送貨地址。USANA 將產品交付予物流商時即完成產品交付，屆時產品的所有權及其在運送過程中丟失或損壞的風險即轉移至直銷商。

40. 退貨政策

直銷商退貨、換貨程序

滿意保證：USANA 為所有產品和銷售工具（包括創業套裝）提供無條件退款滿意保證。若買方因任何原因對任何產

品或銷售工具不滿意，則買方可以在購買之日起 30 日內退回銷售工具或任何未使用的產品，要求更換或100%退款（扣除運費）。

退回或換貨的產品應處於可轉售狀態，即產品未開封、未使用，且其包裝和標籤未更改或損壞。公司有權從退款金額中扣除直銷商因退回產品而產生的佣金或獎金的金額。退貨需酌收手續費新台幣150元；換貨原則不收手續費，但所換貨品金額較低時，酌收其差額10% 之手續費。

直銷商必須向其個人零售顧客兌現此退款保證。無論任何原因，直銷商的零售顧客如果對從直銷商購買的任何USANA 產品不滿意，可以將產品退回給原出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原售價（扣除運費）將貨款如數退還給零售顧客。零售顧客則必須將產品退還給出售該產品的直銷商；USANA 不接受零售顧客的直接退貨。然後，直銷商應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管道購買的產品及銷售工具，未授權管道包括但不限於亞馬遜、Ebay PCHome、蝦皮、淘寶或其他類似的線上平台。

產品和銷售工具退貨：若產品處於可重新銷售狀態，買方也可以在購買之日起30天內退回任何產品或銷售工具，以獲得100% 退款（扣除運費），超過30天退回任何產品或銷售工具，已獲得90%退款（扣除運費），如果產品未開封、未使用、且包裝和標籤未遭更改或毀損，則產品即處於可重新銷售之狀態。在銷售時明確標識為不可退貨、清倉、停產或作為季節性項目的產品，或在其標示的「有效日期」之後三（3）個月內的產品，均不具有可重新銷售的條件。

銷售工具（包括創業套裝）若處於當前仍可銷售之狀態，即可退回公司並獲得100% 退款。處於當前仍可銷售之狀態的銷售工具必須：

- 未開封且未使用；
- 未遭毀損或更改；且
- 處於可合理以正常價格重新出售的狀態。

直銷商終止會籍退貨程序

如果本協議在簽訂協議後的三十（30）日內終止，公司應接受直銷商退貨其所購買產品的申請，並按退回產品的購買價100% 退還直銷商。在退還退回產品的購買價款時，本公司得扣除產品返還時因可歸責於直銷商之事由致產品毀損滅失之價值、運費以及在購買此產品時已支付給直銷商的佣金和獎金。

如果本協議在簽訂協議後三十（30）日後終止，公司應接受直銷商的退貨申請，並退還直銷商該退貨產品的購買價格的90%；但是，如果產品已被直銷商購買並擁有超過六（6）個月者，則直銷商無權要求退貨。在退還退回產品的購買價款時，本公司得自退款金額中扣除產品返還時因可歸責於直銷商之事由致產品毀損滅失之價值、運費以及購買該產品時已支付給直銷商的佣金和獎金。

如果產品（I）距其有效日後九十（90）日內；（II）係使用前一版本之包裝；（III）是過時的銷售工具；或（IV）已使用且其剩餘量少於1/6時，該產品的價值將被視為已減損至零，而不能退還給本公司。

所有的直銷商退貨必須由購買該等產品的帳戶擁有者提出。

41. 取消訂單退貨

顧客、優惠顧客和新登記入會的直銷商有三（3）個工作日可以取消其首張訂單並獲得全額退款。但是，如果此類初次購買屬於《消費者保護法》規定之通訊交易或訪問交易，則三（3）個工作日的期限將延長至七（7）日。

42. 濫用退貨制度

如果 USANA 認定某直銷商有濫用 USANA 的退貨和退款政策，產品仍得依據第 40 至 41 條給予退款，但 USANA 得終止該直銷商的事業。

43. USANA 事業的期限和續約

直銷商協議之期間為一年（根據本條款與政策，可提前終止）。USANA 每年向直銷商收取一次事業續期年費新台幣 500 元以及相關稅款。於直銷商申請加入 USANA 的日期之週年日，USANA 將自動自該直銷商留存於 USANA 之信用卡或銀行帳戶收取年費。如果公司選擇：(1) 停止業務營運；(2) 解散商業實體；或 (3) 終止通過直銷管道分銷其產品和/或服務，USANA 有權以三十 (30) 日之提前通知，終止所有直銷商協議。

44. 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正在違反本協議中的任何條款（包括但不僅限於本條款與政策），商德與教育部門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決定。USANA 有權在調查期間扣留獎金、佣金或其他獎勵。如果商德委員會在審查調查結果後，認為應採取適當處分，包括但不僅限於終止直銷商協議，則商德與教育部門會將其結論通知該直銷商。任何書面通知均可以任何商業上合理的方式發送，包括但不限於發送電子郵件至直銷商在本公司留存的電子郵件地址。

45. 遵循法令

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聲譽或商譽的任何行為，均可能導致直銷商的事業被終止、暫停，和/或其他解決該等不當行為之處分。

46. 申訴程序

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申訴。直銷商的申訴必須採用書面形式為之，且須寄達商德與教育部門。若直銷商提出申訴，將由商德教育部門審核後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的決定並將其決定通知直銷商。商德申訴委員會的這一決定即為最終決定。在提起任何爭議解決程序之前，直銷商必須完成所有 USANA 申訴程序。

47. 終止事業的影響

在直銷商因任何理由終止其事業的生效日期之後，該直銷商將不會對其原事業、先前經營的團隊享有任何權利、所有權、索賠或權益，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、必須從公眾平台中刪除任何 USANA 標誌、並且必須停止使用任何其他附有 USANA 標誌、商標或服務標章的素材。自願終止其協議的直銷商將只能領取在其終止之前，最後一個完整日曆週的佣金和獎金已非自願終止協議的直銷商只能領取在終止之前，最後一個完整日曆週的佣金和獎金。但是，若有款項在調查過程中被扣留，無論該終止是自願還是非自願，直銷商皆無權領取這些款項。在事業終止後，直銷商即無權領取佣金或獎金。

48. 機密資訊之保護

USANA 的機密資訊包括但不限於 USANA 所保有的直銷商及/或顧客名單，以及直銷商所擁有及使用的所有營業秘密資訊或「團隊管理報表」中的所有數據。除用於開展自己的事業之外，直銷商不得將 USANA 的機密資訊用於任何其他目的。為保護 USANA 品牌的完整性和智慧財產權，直銷商不得以直銷商本人名義或代表任何第三方作出下列行為：

- 向任何第三方透露任何機密資訊；或
- 將報表或報表中包含的資訊用於發展或經營直銷商事業

- 以外的任何其他目的。

本條款在協議終止或到期後依然有效。

49. 損害賠償

直銷商同意賠償並確保 USANA 免於因直銷商違反直銷商協議、濫用產品或違法、以及任何因開展其事業的過程和經營其事業之範圍內，所發生之任何行為或疏忽等所導致之任何索賠、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 自身合理的律師費）。本條款的規定在直銷商協議終止後依然有效。

50. 修訂

USANA 將會自行決定合理善意地不定時修訂本協議，包括但不限於本條款與政策。修訂將於該修訂透過在 THE HuB 樞紐站所發佈通知之三十 (30) 日後生效。電子郵件通知將同時發送至直銷商登記在帳戶中的電子郵件箱。除第 62 條所述爭議解決協議中另有規定外，直銷商同意，在此通知發佈的三十 (30) 日後，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。直銷商可在擬修訂生效日期之前終止其協議以選擇退出任何修訂。直銷商在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。

51. 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，而完全不是以公司僱員、代理人或在職人員的身份參加，儘管其出席可能全部或部分是由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。

52. 變更推薦之豁免

如果直銷商不當變更其推薦人，USANA 保留決定該直銷商在其新的推薦線上所發展出之團隊的單獨且排他之最終處置權。直銷商放棄對 USANA 與其關聯方，就 USANA 對不當更換其推薦人之直銷商所發展的下線團隊所為決定，所衍生之所有請求權。

53. 完整協議

本協議書是直銷商與公司（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口頭與書面形式之協議。先前與該協議主題有關的所有說明、備忘錄、示範、討論和描述均為無效。除非本協議另有規定，否則不得更改或修訂本協議。任何宣稱屬於簽署本協議以前的口頭或書面協議的證據皆不能推翻本協議。若本協議的條款與任何公司僱員或其他直銷商對某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。

54. 不可抗力

如違約或延遲發生之事由為 USANA 無法控制的行為引起或導致時，USANA 不會就任何違約或延遲履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。該等情形，包括但不限於以下不可抗力事件（「不可抗力事件」）：(A) 天災；(B) 洪水、火災、地震、海嘯、全球流行病、疫情、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) 在本協議日或其後生效之行動、禁運或封鎖；(F) 任何政府當局的行動；(G) 國家或區域緊急情況；(H) 罷工、勞工停工或勞動力下降，或其他行業騷亂；(I) 電力或交通設施之短缺；(J) 超出 USANA 合理控制範圍的其他事件。雙方進一步明確同意，2019 年新型冠狀病毒大流行 (COVID-19) 或任何相關情況，應被視為協議項下的不可抗力事件（無論是在協議簽訂時預見的還是不可預見），USANA 將不會因此類情況所導致之延遲和違約而負有責任。

55. 可分割性

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，該等規定只應在使其具有可執行性的必要範圍內進行修改，如果無法進行修改，僅該等無效之條款自協議中刪除，其餘條款及規定均維持完整有效，並解釋為協議中從未存在該等無效、違法或不可執行之條款。

56. 持續有效

本協議第20、31、32、48、49、50、61、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持續有效。

57. 非棄權

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 授權的高級主管簽署。豁免僅適用於該特定情況。

58. 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。

59. 標題

本條款與政策的標題僅供參考，不具有實質性效力。

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」）是數據控制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信息）。

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、婚前姓、姓氏、用戶名或類似的標識信息、婚姻狀況、頭銜、出生日期、出生地、國籍、首選語言、年齡、收入和性別。
- 聯繫資料包括賬單地址、送貨地址、電子郵件和電話號碼。
- 財務資料包括銀行賬戶和支付卡信息。
- 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、直銷商登錄數據、瀏覽器類型和版本、時區設置和定位、瀏覽器類型和版本、操作系統和平台以及直銷商訪問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、產品和服務的信息。
- 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信息。

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，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使用數據的特定目的，UHS可能在多個合法理由下處理個人數據。

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每週快報、宣傳文宣材料，和公司與集團內部之通訊中發佈個人資料；
- 提供參考文獻；
- 遵守適用的法律法規要求，以及協助任何主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出於帳單及防止欺詐的目的使用直銷商的個人資料。

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信息；
- 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；
- 推薦人及上線領袖，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或其附屬公司任命的任何顧問/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均可能儲存和處理直銷商的個人信息。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、更改或披露。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亦已製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披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可能會將該等個人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信息或行使任何權利,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[這裡](#)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UHS作為數據控制者的書面指示)中規定的目的,並僅可通過本條款與政策中規定的手段,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丟失、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、資料主體的任何請求(包括任何對資料主體權利的行使)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自己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網站上發佈的隱私政策中規定,該等條款應構成USANA向直銷商作為數據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

雙方茲此不可撤銷地授予台灣台北地方法院對因本協議引起或與本協議有關的任何訴訟、法律行動或程序的一審專屬管轄權。雙方並放棄任何聲稱此類管轄權屬於不便利或不適當管轄之主張。不考慮法律適用原則,涉及本協議之爭議應以中華民國法為準據法。

63. 釋義

協議:公司與直銷商之間具有法律約束力的合約,包括直銷商申請表、條款與政策、獎勵計劃,以及USANA要求的其他合約、契據或文件。

申請表(或「直銷商申請表」):由希望與公司簽訂直銷商協議之人士填寫,並簽署之表格。

直銷商:公司根據協議授權其購買及轉售產品、招攬其他直銷商,並參與公司的獎勵計劃的獨立承包商。直銷商與公司的關係受協議所約束。

自動訂貨價格:比優惠價格低10%。

事業:個人或企業實體與公司建立合約關係時所開設之帳戶。

商務中心:商務中心是直銷商擴展事業的活動之中心,通過該活動購買產品並累積銷售額。

商機:由公司認定關於公司產品促銷或獎勵計劃的活動。

獎勵計劃:公司使用的特定計劃,用以界定直銷商獎勵結構的細節和要求。

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。

機密資訊:由直銷商提供或提供給直銷商有關USANA事業的資訊,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資訊,包括但不限於USANA營業秘密、智慧財產權、直銷商和顧客身份及聯繫資訊,和組織報表或其他非公開報表中所含的資料。

旁線團隊:非直接位於您的推薦關係位置線的上方或下方的直銷商。

顧客:為個人用途購買產品以及沒有向任何第三方轉售產品意圖之人。

直銷:直銷、網絡行銷或多層次傳銷企業

直銷公司: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服務的公司。

下線:位於一名特定直銷商推薦關係線之下的所有直銷商。

登記入會(入會):與公司簽訂合約以經營獨立事業的行為。

四星期循環週期:連續四個支付佣金期(四個星期五)的循環週期。

團隊管理報表：一項由公司製作的報表，提供有關直銷商團隊的身份和銷售資訊等專有資料。

團體銷售額：一名直銷商的團隊銷售產品所產生能用以計算支付佣金的銷售額。

The Hub **樞紐站：**USANA 會員專屬網站。

USANA **正式文宣資料：**公司所提供關於產品和商機的廣告及資訊材料。

位置：直銷商在其推薦人下線中安置的位置。

優惠顧客：以折扣價直接向 USANA 購買產品供其個人消費之人。優惠顧客無權轉售產品，也不參與獎勵計劃。

產品：根據協議授權直銷商行銷及銷售之產品。

關聯方：任何 USANA 主管、董事、所有者、僱員、代理人或關係企業。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條中的爭議解決協議。

銷售工具：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分數。

推薦人：新直銷商的直接上線。

團隊：直銷商的團隊由其銷售組織中所有的優惠顧客和直銷商組成。

上線：在直銷商之上方的直接推薦人。

USANA **或公司：**USANA Health Sciences, Inc., Taiwan Branch (U.S.A.) 美商優莎納股份有限公司台灣分公司。

創業套裝：每位新直銷商購買的一系列公司培訓材料和事業支援資料。創業套裝以成本價出售給直銷商，不支付佣金，是直銷商唯一需要購買的材料。

法規名稱：多層次傳銷管理法

公布日期：民國 103 年 01 月 29 日

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

1. 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。
2. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。

2. 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

1. 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。

2. 多層次傳銷事業未依前項規定變更報備，主管機關認為

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

1. 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。

2. 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

1. 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。

2. 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

1. 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。

2. 多層次傳銷事業應確實執行前項所定之處理方式。

第 16 條

1. 多層次傳銷事業不得招募無行為能力人為傳銷商。
2. 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。
3. 前項之書面，不得以電子文件為之。

第 17 條

1. 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。
2. 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。
3. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。
2. 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。
3. 多層次傳銷事業依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除商品返還時因可歸責於傳銷商之事由致商品毀損滅失之價值，及因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。

4. 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

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。

2. 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。
3. 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。
4. 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

1. 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。
2. 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

1. 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。
2. 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。
3. 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

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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

1. 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。
2. 本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業，應於本法施行後三個月內配合修正與原傳銷商締結之書面參加契約，以書面通知修改或增刪之處，並於其各營業所公告；屆期未以書面通知者，以違反第十三條第一項規定論處。
3. 前項通知，傳銷商於一定期間未表示異議，視為同意。

第 38 條

1. 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。
2. 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。
3. 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。
4. 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。
5. 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。

法規名稱：多層次傳銷管理法施行細則

修正日期：民國 104 年 10 月 07 日

第 1 條

本細則依多層次傳銷管理法(以下簡稱本法)第四十條規定訂定之。

第 2 條

1. 本法第六條第一項第一款所稱多層次傳銷事業基本資料,指事業之名稱、資本額、代表人或負責人、所在地、設立登記日期、公司或商業登記證明文件。
2. 本法第六條第一項第一款所稱營業所,指主要營業所及其他營業所所在地。

第 3 條

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

第 4 條

1. 本法第十條第一項第一款所稱多層次傳銷事業之營業額,指前一年度營業總額,但營業未滿一年者,以其已營業月份之累積營業額代之。
2. 本法第十條第一項第二款所稱傳銷制度,指多層次傳銷組織各層級之名稱、取得資格與晉升條件、佣金、獎金及其他經濟利益之內容、發放條件及計算方法。

第 5 條

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

第 6 條

1. 本法第十八條所稱合理市價之判斷原則如下:
 - 一、市場有同類競爭商品或服務者,得以國內外市場相同或同類商品或服務之售價、品質為最主要之參考依據,輔以比較多層次傳銷事業與非多層次傳銷事業行銷相同或同類商品或服務之獲利率,以及考量特別技術及服務水準等因素,綜合判斷之。
 - 二、市場無同類競爭商品或服務者,依個案認定之。
2. 本法第十八條所稱主要之認定,以百分之五十作為判定標準之參考,再依個案是否屬蓄意違法、受害層面及程度等實際狀況合理認定。

第 7 條

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

第 8 條

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

第 9 條

1. 本法第二十五條第一項所定組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況,包括下列事項:
 - 一、事業整體及各層次之組織系統。
 - 二、傳銷商總人數、各月加入及退出之人數。
 - 三、傳銷商之姓名或名稱、國民身分證或事業統一編號、地址、聯絡電話及主要分布地區。
 - 四、與傳銷商訂定之書面參加契約。
 - 五、銷售商品或服務之種類、數量、金額及其有關事項。

六、佣金、獎金或其他經濟利益之給付情形。

七、處理傳銷商退貨之辦理情形及所支付之價款總額。

2. 前項資料得以書面或電子儲存媒體資料保存之。

第 10 條

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

第 11 條

1. 多層次傳銷事業報備名單及其重要動態資訊,由主管機關公布於全球資訊網。
2. 前項所稱多層次傳銷事業報備名單及其重要動態資訊,包括已完成報備名單、尚待補正名單、搬遷不明或無營業跡象名單及已起訴或判決名單等。

第 12 條

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

第 13 條

主管機關對於無具體內容、未具真實姓名或住址之檢舉案件,得不予處理。

第 14 條

1. 主管機關依本法第二十八條第一項第一款規定為通知時,應以書面載明下列事項:
 - 一、受通知者之姓名、住居所。其為公司、行號或團體者,其負責人之姓名及事務所、營業所。
 - 二、擬調查之事項及受通知者對該事項應提供之說明或資料。
 - 三、應到之日、時、處所。
 - 四、無正當理由不到場之處罰規定。
2. 通知書至遲應於到場日四十八小時前送達。但有急迫情形者,不在此限。

第 15 條

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

第 16 條

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

第 17 條

主管機關依本法第二十八條第一項第二款規定為通知時,應以書面載明下列事項:

- 一、受通知者之姓名、住居所。其為公司、行號或團體者,其負責人之姓名及事務所、營業所。
- 二、擬調查之事項。
- 三、受通知者應提供之說明、帳冊、文件及其他必要之資料或證物。
- 四、應提出之期限。
- 五、無正當理由拒不提出之處罰規定。

第 18 條

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

第 19 條

依本法量處罰鍰時，應審酌一切情狀，並注意下列事項：

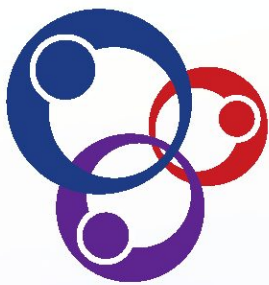
- 一、違法行為之動機、目的及預期之不當利益。
- 二、違法行為對交易秩序之危害程度。
- 三、違法行為危害交易秩序之持續期間。
- 四、因違法行為所得利益。
- 五、違法者之規模及經營情況。
- 六、以往違法類型、次數、間隔時間及所受處罰。
- 七、違法後後悔實據及配合調查等態度。

第 20 條

本細則自發布日施行。



有效日期:2023 年 7 月 23 日



財團法人多層次傳銷保護基金會

Multi-Level Marketing Protection Foundation

設立依據

依據：「多層次傳銷管理法」第38條所設立之保護基金會。

目的：調處已完成報備之傳銷事業與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議，與保障傳銷商之相關權益。

性質：類似「證券投資人及期貨交易人保護中心」或「旅行業品質保證協會」之保護機構。



Q: 為何要加入多層次傳銷保護基金會？

本會對於繳納保護基金及年費的傳銷商與傳銷事業，可提供完整的調處機制、訴訟協助、代償、辦理教育訓練及相關法令的推廣與諮詢服務等。

Q: 多層次傳銷保護基金會可以如何協助傳銷商／傳銷事業？

對於傳銷商（坊間所稱直銷商）而言，繳費雖非強制性義務。但繳費即如同保險概念一樣，若在繳費後的該年度內，與所屬的傳銷事業發生多層次傳銷民事爭議，則可向本會申請法律諮詢或爭議調處服務。同時，也可藉由本會的各種活動、電子報、Facebook等管道，經常性地獲取傳銷產業的相關資訊，與加強自我權益的保障。

對於傳銷事業（坊間所稱直銷公司）而言，本會則為依法設立的基金會，期望能成為傳銷事業與傳銷商間的最佳溝通橋樑。如果，傳銷事業能多提供一層保障予傳銷商，相信將有利於其商品或服務的銷售，且亦有利於招收傳銷商。因此，藉由與本會密切的合作，相信必定可以提高該傳銷事業的企業形象，使該傳銷事業更加蓬勃發展。

Q: 甚麼樣的爭議可以向多層次傳銷保護基金會申請調處？

調處案件為傳銷商與所屬傳銷事業間，因多層次傳銷所產生的民事爭議。而可申請調處案件發生的時間，因繳費時間而有所不同：

- （一）若傳銷商在104年3月31以前向本會繳費者，可申請調處案件的時間，溯及自「多層次傳銷管理法」公布施行起（103年1月29日），到104年年底止；
- （二）若傳銷商在104年4月1日以後向本會繳費者，則可申請調處案件的時間，自其繳費日起，到104年年底止。

財團法人多層次傳銷保護基金會對於繳納年費及保護基金之傳銷事業與傳銷商，提供完善的調處機制、法令諮詢及教育宣導等服務。想了解詳情，敬請參考本會網站：<http://www.mlmpf.org.tw/>



首次繳費申請

傳銷事業/傳銷商
首次繳費申請入口

欲使用本會服務之傳銷商，需繳納保護基金一百元整及年費兩百元整。歡迎至本會網站使用「繳費申請系統」。



協助申請

已繳費者專屬，需要協助？從此不再孤立無援！

欲申請法律協助者，歡迎至本會網站使用「協助申請系統」。



調處申請

已繳費者專屬，第三方
調處機制，共創雙贏！

欲申請調處者，歡迎至本會網站使用「調處申請系統」。

財團法人多層次傳銷保護基金會

Multi-Level Marketing Protection Foundation

地 址：10487 臺北市中山區復興北路150號3樓之3

服務時間：星期一至星期五 9:00-12:00；13:30-17:30

電 話：(02)2546-1636 傳 真：(02)2546-1096

Email信箱：foundation@mlmpf.org.tw

網 站：<http://www.mlmpf.org.tw/>



<https://www.facebook.com/mlmpf>



<https://www.youtube.com/channel/UCdl-9LFNy51622ZPEmirVig>

基金會網站QR CODE

