

4Life
政策與程序
2024 年 05 月

目錄

1.序言

- 1.1.會員申請及合約包含本政策
- 1.2.政策目的
- 1.3.會員入會申請書、政策與程序、獎勵計畫、產品價格的更改
- 1.4.延誤
- 1.5.政策與條款效力的各自性
- 1.6.標題不具實意
- 1.7.棄權

2.成為會員

- 2.1.成為會員的條件
- 2.2.新會員入會
- 2.3.會員可享有的權益
- 2.4.會員續約說明

3.經營 4Life 業務

- 3.1.業務及教育系統
- 3.2.廣告宣傳
- 3.3.參加 4Life 公司會議及業務活動
- 3.4.電話銷售技巧及相關規範
- 3.5.商標與版權
- 3.6.媒體詢問
- 3.7.以營利事業作為會員
- 3.8.4Life 業務變更

- 3.9.增加或移除共同申請人
- 3.10.經營權管理
- 3.11.變更安置人
- 3.12.解除及終止與重新申請
- 3.13.未經授權行為導致之索賠與訴訟的補償
- 3.14.產品聲明
- 3.15.收入聲明
- 3.16.交易場所
- 3.17.商業展覽、博覽會和其他銷售集會
- 3.18.利益衝突/不招攬
- 3.19.商業機密資訊
- 3.20.搶線
- 3.21.錯誤或疑問
- 3.22.禁止囤積購買
- 3.23.公開權利
- 3.24.政府核准或認可
- 3.25.所得稅
- 3.26.獨立經營權
- 3.27.跨國產品銷售
- 3.28.遵守法律與法令
- 3.29.遵守法律與道德標準
- 3.30.每位會員只限擁有一個經營權
- 3.31.家庭成員或關係人的行為
- 3.32.禁止重新包裝與重新標記
- 3.33.事業組織的向上遞補
- 3.34.4Life 業務的出售、轉移或轉讓

3.35.4Life 業務的分割

3.36.推薦與安置

3.37.會員死亡時的轉讓

3.38.會員喪失能力時的轉讓

4.會員的責任

4.1.了解 4Life 業務的經營模式

4.2.更換住址或電話號碼

4.3.持續發展與後續訓練

4.4.訓練責任的增加

4.5.持續銷售的責任

4.6.禁止惡意中傷

4.7.向申請人提供文件

4.8.報告違規行為

5.資格要求

5.1.產品推薦

5.2.沒有價格或區域的限制

5.3.銷售收據

6.佣金與獎金

6.1.佣金與獎金的條件

6.2.退貨產品的佣金與獎金之調整

6.3.未領取的紅利佣金與債權

7.產品保證、退貨

7.1.產品保證

7.2.零售客戶退貨

7.3.會員存貨的退還（解除及終止合約時）

7.4.所有退貨的程序

7.5.美商福萊有限公司台灣分公司退貨辦法

8.解決爭議與懲罰程序

8.1.懲罰性制裁

8.2.不滿與申訴

8.3.制裁的申訴

8.4.紛爭解決

8.5.管轄法律、司法權和審判地

9.訂貨

9.1.購買 4Life 產品

9.2.一般訂貨政策

9.3.運送政策

9.4.確認訂單

9.5.付款與運送保證金

9.6.遭退回支票

9.7.第三方使用信用卡與支票帳戶的限制

9.8.營業稅

10.不活躍與解除及終止合約

10.1.解除及終止合約的影響

10.2.因不活躍而解除及終止會員資格

10.3.非自願解除及終止會員資格

10.4.自願解除及終止會員資格

名詞解釋表

附錄 1、多層次傳銷管理法

附錄 2、多層次傳銷管理法施行細則

附錄 3、中華民國直銷協會商德約法

1.序言

1.1.會員申請及合約包含本政策

本政策與程序（以下稱「本政策」）以其現有形式及美商福萊有限公司台灣分公司（以下稱「4Life」或「公司」）自行決定修改的內容構成 4Life 會員入會申請書及合約（以下稱「會員合約」）不可分割的部分。在本政策中，「會員合約」指 4Life 會員入會申請書、本政策，以及 4Life 獎勵計畫。上述文件均被涵蓋於 4Life 會員合約（包括所有其現有形式和 4Life 的修訂）。每位會員均有責任閱讀、理解、遵守並確保自身知道最新的政策，並依據其規定經營。此外，會員應確實遵守公平交易法及多層次傳銷管理辦法等相關法令。當推薦新會員時，推薦人有責任在申請人簽署其會員合約前向其提供最新的政策（包含「附錄 1.多層次傳銷管理法」、「附錄 2.中華民國直銷協會商德約法」）。政策中所有的名詞解釋皆已詳列於此政策之「名詞解釋表」。

1.2.政策目的

4Life 會員必須遵守 4Life 可自行決定隨時更改的合約中的條款與條件，並遵守管理其 4Life 業務及行為的所有應適用之法律與規定。由於會員可能不熟悉許多標準及實務，所有 4Life 會員均應閱讀並遵守合約。請務必詳細本政策，來維護會員與公司之間的規範及權益。

1.3.會員入會申請書、政策與程序、獎勵計畫、產品價格的更改

4Life 保留自行決定更改合約及其產品價格的權利。透過簽署會員合約，會員即同意遵守 4Life 對合約的所有修訂與更改。4Life 將在正式資料中公布修訂內容。產品價格之修改無須事先通知，修訂內容將自其在 4Life 正式資料中公布時起生效，公布方式包括但不限於在 taiwan.4Life.com 上張貼、透過電子郵件及網際網路的傳播媒介散發、在 4Life 的簡訊中公布、以產品插頁或任何其他合理的商業方式公布。會員繼續參加 4Life 業務或會員接受公司的佣金與獎金，即代表同意任何與全部修訂。

1.4.延誤

如果由於超過 4Life 合理控制的情況而無法實施商業行為，4Life 將不對其履行義務的延誤或無法履行義務而承擔責任。這包括但不限於罷工、勞工爭議、暴動、戰爭、火災、水災、死亡、流行病、產品的供應來源減少，或政府的法令或命令。

1.5.政策與條款效力的各自性

如果合約中的任何條款，無論以現有形式還是經過修訂，由於任何原因而無效或無法執行，則只有該條款的無效部分失效，其餘條件與條款仍然保留其全部效力與效果，並在解釋時視同合約從未包括該失效或無法執行的條款。

1.6.標題不具實意

本政策的標題與題目僅供參考，不構成並且不能被解釋為本政策的實際條款。

1.7.棄權

合約雙方均不放棄要求遵守會員合約和與業務經營相關之法律的權利。雙方未能行使合約規定的任何權利或權力，或不要求嚴格遵守合約的任何義務或規定，以及雙方與合約之條款不一致的習慣或行為，均不應構成放棄要求準確地遵守合約的權利。對權利的放棄只有在公司授權的行政主管或代表書面簽署後方可生效。一方放棄對他方某一個別違約行為請求之權利不影響追究任何隨後之違約行為的權利，亦不會以任何方式影響任何其他會員的權利或義務。4Life 延遲或忽略行使因違約行為而產生的任何權利，亦不會影響或損害 4Life 追究該違約行為或任何隨後之違約行為的權利。

任一方任何索賠或起訴事由之存在，均不應構成對一方執行合約中任何條件或條款的阻礙。

2.成為會員

2.1.成為會員的條件

欲成為 4Life 會員，每位申請人必須符合以下條件：

- 達到法定成年年齡 18 歲。
- 持有有效中華民國國民身分證。
- 向 4Life 提交填寫正確，且已簽名的會員入會申請書（公司保留拒絕任何新會員資格申請或續約申請的權利）。
- 外籍人士必須持有永久居留證效期達 6 個月以上者，擁有合法居留權（若為中國大陸人士，則為在台持有長期居留證者）。
- 不具有永久居留權之外籍人士，則必須先在其母國國籍的 4Life 公司註冊成為會員。

2.2.新會員入會

1. 欲成為 4Life 會員，須完成下述步驟：
透過 4Life 官網完成註冊、線上完成購買「4Life 會員套裝」，取得會員編號。
2. 於註冊當日算起，於 30 日內書面遞交或郵寄繳交「會員入會申請書」正本至 4Life 台灣分公司。若公司於 30 日內未接獲正本文件，則該會員之入會申請將視為未完成，且不具經營權及獎金領取資格。

透過上述方式加入者，其會員編號將於第一筆訂單成立後才會生效啟動。購買 4Life 的產品或服務不是成為會員的必要條件。

2.3.會員可享有的權益

當 4Life 同意會員合約，新會員即可享有獎勵計畫及會員合約之權益，包含以下：

- 以會員價購買 4Life 產品。
- 透過參與 4Life 獎勵計畫，完成階段性目標（取得目標階銜），可獲得佣金與獎金。

- 不定期收到由 4Life 發行之文宣刊物。
- 擁有 4Life 個人專屬網站（以下簡稱 MyShop）帳號，以促成其客戶最簡易的上網註冊及購物經驗。
- 參與由 4Life 所主辦的各項教育訓練、大型表揚活動及其他軟性課程。
- 參加由 4Life 為其會員在當地所主辦的各項短期獎勵競賽。

2.4.會員續約說明

會員合約自 4Life 訂約之日起 1 年內有效。會員必須在其會員合約期滿 1 年之日支付公司制訂的年度續約費。續約費將在會員合約期滿之月，由會員的佣金與獎金中扣除。如果在現有的會員合約期滿之日起 30 日內未支付續約費，會員合約將被解除或終止。若無特殊可被接受之情況，所有合約都在 1 週年期滿之日自動續約，續約費將在會員合約期滿之月，由會員的佣金與獎金中扣除。如果佣金與獎金不足以支付續約費，將在會員的帳戶中記帳，直到金額足夠可以支付。為確保會員有遵循本政策之精神及文義，且會員係以符合 4Life 之形象及特色之道德方式從事會員行為，所有的續約都須經過公司同意。若未能續約本合約即終止。

3.經營 4Life 業務

3.1.業務及教育系統

會員必須遵守 4Life 正式文件所述之 4Life 獎勵計畫的條款。會員不應透過或結合任何其他業務及教育系統、計畫，或不符合 4Life 正式文件的行銷方案。會員不應要求或鼓勵其他現有或潛在客戶或會員，以任何不同於 4Life 正式文件所述計畫的方式參加 4Life。會員不應要求或鼓勵其他現有或潛在客戶或會員簽署非 4Life 正式合約的任何合約，以成為 4Life 會員。

同樣，會員不應要求或鼓勵其他現有或潛在客戶或會員，向任何個人或其他營利事業進行除了 4Life 正式文件建議所要求的購買、付款之外的任何行為，以參加 4Life 獎勵計畫。

3.2.廣告宣傳

所有會員皆有責任維護 4Life 及 4Life 產品的良好聲譽。對 4Life 事業機會、獎勵計畫，以及 4Life 產品與服務之宣傳，必須符合公共利益，且避免任何無禮、欺詐、誤導、不道德或具有性表示之行為或動作。4Life 明確禁止使用大規模電話自動撥號、傳真、電子郵件等方式來進行廣告宣傳。

為宣傳 4Life 提供的產品和事業機會，會員必須使用 4Life 製作的銷售輔助資料和支援材料或會員向公司呈交並獲得公司事先核准之資料。若公司核准之資料有任何變更，會員應呈交變更後之資料重新申請。除非會員獲得使用資料的明確書面核准，否則其請求將被視為拒絕。會員取得書面核准後得提供該資料給其他會員使用。公司保有撤銷同意會員使用自行製作輔助資料的授權，會員放棄任何或所有關於該撤銷的索賠及訴訟行為之權利。

網路廣告、行銷及推廣

會員有義務確保其網路行銷活動符合本政策，係真實、不具有欺騙性且不會以任何方式誤導潛在零售客戶、潛在會員或會員。任何透過網路所舉辦的銷售活動（包括但不限於社群媒體），均不能有任何誤導或欺騙的意圖。此包括但不限於電子垃圾郵件（或 blog spam）、不道德且具誤導性的搜尋引擎優化（SEO）、誤導性點擊廣告（例如：顯示連結到 4Life 官方網站的 URL 點擊付費廣告，實際卻是連結到其他外部網站）、或是其他未經 4Life 批准的數位化廣告或是新聞稿。

4Life 個人專屬網站(MyShop)

MyShop 是指由 4Life 為會員提供的個人網站。MyShop 能為會員在線上推廣及新會員招募時，帶來更即時且更方便的購物體驗。

由於 MyShop 是建立在 4Life.com 的網域，因此 4Life 保留接收有關該網站使用情況的分析和資訊的權利。

在預設情況中，MyShop 網址為 www.4Life.com/<4Life 會員編號>。

當發生以下狀況，且經 4Life 相關部門核准後，此預設會員編號有可能被改變，但不能：

1. 網址與 4Life 官方網站的其他網址類同。
2. 網址讓對方誤以為進入 4Life 官網頁面。
3. 與任何 4Life 團隊或組織名稱混淆。
4. 含有任何會暗示產品或收入等的字眼，或音譯上含有其他誤導性、不雅語言之暗示。

4Life 保留核可所有 MyShop 資訊之權利。

由 4Life 所核准的外部網站

外部網站一詞是指由會員自己架構的個人網站，或是會員以 4Life 業務為目的所使用的其他網路平台。此外部網站並非託管於 4Life 的官方伺服器，且與 4Life 沒有正式隸屬關係。此外，只要是以 4Life 業務為目的所使用之部落格及網路社群平台，亦被視為所謂的外部網站。4Life 允許會員可以有一個外部網站，作為推廣 4Life 產品及 4Life 業務為使用目的，前提是該外部網站必須經過 4Life 批准，確認並無任何違反本政策的規範。若該會員要開發外部網站，則需遵循此下述步驟：

1. 向 4Life 法務部門 (compliance@4Life.com) 繳交一份簽署完成的外部網站合作協議（合約），以供 4Life 審核是否符合大眾觀看之標準，並取得 4Life 之事前同意。
2. 將此外部網站的所有內容，繳交給 4Life 審核，確認內容無任何違反本政策的規範，始可公開顯示。4Life 保有修改及審查任何以 4Life 業務為使用目的之外部網站的權利，並且在終止此類授權後，該會員不得對 4Life 的最終決策申請索賠。
3. 該外部網站的所有文字、影像，必須遵守本政策中，對於品牌商標、收入聲明、產品聲明的使用規範。
4. 同意需配合本政策與規範當前及將來的所有規範，作為調整外部網站內容的依據。

5. 在會員資格終止之後，該名會員將遵從本政策，終止使用該外部網站。

外部網站內容

會員必須對他／她在外部網站的所有內容（文字、影像、影音、錄音資料、所有與 4Life 相關的資訊與聲明）、訊息、請求及資訊承擔全部的責任，並確保該外部網站須與 4Life 品牌商譽一致，且符合本政策的所有規範。此外，該外部網站不可含有彈出式廣告(pop-up ad)及其他惡意代碼(malicious code)，此方面之決策及改正措施將由 4Life 單獨認定。會員應單獨負責確保其外部網站顯示之內容並無侵害第三人之智慧財產權。如果會員的外部網站內容因任何違反事宜使得 4Life 被訴訟，會員必須同意賠償 4Life 這期間所造成的所有損失及賠償。會員需同意支付給 4Life 這期間所有的法律費用，亦同意若有任何積欠之款項，將從該會員在 4Life 獎金中直接扣除。若獎金不足以支付賠償費用，則會員將無異議同意 4Life 從他／她其他來源的資金中扣除。

外部網站必須只能以推廣 4Life 業務

會員使用的外部網站，必須僅以 4Life 產品或 4Life 業務為唯一資訊。會員不得在該外部網站趁機宣傳其他產品或其他業務的資訊。

外部網站終止使用

若會員決定解除或終止會員資格，則他／她必須在完成解除或終止會員資格後的 3 日之內，將其外部網站關閉。4Life 將視情況核准，該外部網站是否可轉移至其他會員使用。

團隊使用的外部網站

會員可以以團隊的名義經營外部網站，作為團隊成員之間聯繫、交流、培訓、教育及分享最佳實務等使用目的。

網域名稱、電子郵件、網路用之別名（外號）

會員不得在公司為他／她的外部網站上特有之網域名稱／URL（網站來源位置）、電子郵件、甚至是網路用之別名使用“4Life”或是 4Life 商標作為名稱命名，包括但不限於標籤、連結、網誌名稱、社群網站。此外，會員亦不得在網域名稱、電子郵件、網路用之別名（外號）的命名，涉及任何會引起混亂、誤導或欺騙的文字，導致閱覽人誤認該網域為 4Life 官方所有。

4Life 連結

所有試圖引導網路使用者連結到會員的個人外部網站或 MyShop 網址的文字與視覺，必須明確呈現該連結是引導至該會員的個人外部網站或 MyShop。任何試圖誤導網路使用者該連結為 4Life 官方網站，實際上卻是該會員的個人外部網站或 MyShop 的行為，將不被允許。4Life 將保有該行為是否有誤導之嫌疑的最終決策權。

會員的外部網站，將不可連結至 MyShop 以外的其他網站。會員可以在其他網站提供連結到他／她的網站或網頁，但該網站不得包含任何暴力、仇恨、色情或其他非法內容，或是可能涉及損害 4Life 商譽的連結。4Life 將保有該行為是否有誤導之嫌疑的最終決策權。

線上分類廣告

會員在網路銷售 4Life 產品時，可以依 4Life 台灣官網 (<https://taiwan.4Life.com/corp/shop>) 作為分類廣告的依據，亦可將商業機會推廣、召募在線上做分類廣告。但會員必須將自己標示為「4Life 會員」，且資訊內容必須先提供給 4Life 事先審核。如果提供網路連結或 URL（網站來源位置），僅能以會員自身的外部網站及 MyShop 為主。該連結或 URL 不得連到其他會員之 MyShop 頁面。

網路廣告

會員可以在第三方網站放置網路廣告，前提為該會員必須使用 4Life 批准的影像及文字。所有網路廣告必須只能連結到該會員的 MyShop 或是該會員的外部網站。會員亦不得在任何軟性廣告（Blind ads）或網頁上有任何與 4Life 產品聲明或 4Life 收入聲明相關之虛假與誤導性資訊。網路廣告所放置之網站不得包含任何暴力、仇恨、色情或其他非法內容，或是可能涉及損害 4Life 商譽的誤導性資訊。4Life 將保有該行為是否有誤導之嫌疑的最終決策權。

垃圾連結

垃圾連結（Spam linking）的定義為複數且重複到內容相同或類似之網站、維基百科、留言板、網站或其他公眾可接觸之網路討論平台。會員不得使用垃圾連結，包含垃圾部落格、垃圾部落格留言及／或垃圾索引。會員在部落格、論壇、留言板等網站之任何評論，必須是唯一的、內容詳實且相關的。

數位影音平台（YouTube, iTunes, PhotoBucket 等）

會員可以製作或上傳任何與 4Life 產品及 4Life 業務相關的影像、音頻或影片，前提是這些內容資訊必須是真實、準確且無誤導、並遵守本政策之規範，與 4Life 的價值觀保持一致，並能為 4Life 推廣帶來更正面的效益。會員必須在上傳的內容及內容描述明確表明自己是「4Life 會員」並遵循所有著作權及法律要求。

贊助連結／點擊付費廣告

贊助商連結或點擊付費廣告是可以被接受的，前提是網站連結或 URL（網站來源位置）必須是會員的外部網站或 MyShop。顯示網址亦必須導向會員 MyShop 網站或會員外部網站，並且不得描繪任何可能導致其他人認為自己正被引導至 4Life 公司網址，或者有任何不當或誤導情事。

社群媒體網站

會員可以使用社群媒體網站分享有關 4Life 產品及 4Life 業務的公開資訊。然而，會員在使用任何社群媒體時，必須遵守本政策的相關規範。

會員被認可可以使用個人社群媒體網站，作為公司產品之銷售與推廣。然而，會員在個人社群媒體網站的個人簡介 (Profile) 中，必須清楚說明他／她為「4Life 會員」，且會員在社群內的溝通，必須遵守網路禮儀與社群規範，他／她必須避免進行不恰當的對話、評論、圖像、影片、音頻或任何其他涉及成人、褻瀆、歧視或不雅的內容。4Life 將保有該行為是否有涉及不恰當內容的最終決策權，任何有違規之言語或對話，4Life 將可視情況進行處分。任何在社群媒體網站所使用的數位廣告及影像必須是最新的，並且必須事先獲得 4Life 的許可。如果提供網路連結，則必須連結到該會員的 MyShop 或是該會員經核准的外部網站。

會員應為個人發文承擔言論責任

會員在他／她的社群媒體的所有言論，皆須承擔個人的言論責任。因此，即便會員不擁有或經營該部落格或社群網站，若會員在該網站有與 4Life 相關或可以被連結到 4Life 的發文，該會員即應為該文負責。會員也應該為其擁有、營運或控制之任何部落格或社群媒體網站上之其他人之發文負責。

會員在社群媒體網站的定位與命名

會員必須在所有社交媒體發布中披露其全名，並將自己標示為「4Life 會員」。會員不得使用匿名或其他別名。

在社群媒體網站的銷售和註冊

所有在社群媒體發生的銷售及註冊，只能從會員的 MyShop 或是會員的外部網站連結。

不實的發言及溝通

會員在所有社群媒體上的發言，禁止以誇張不實、誤導或欺騙的方式溝通。這包括但不限於與 4Life 商業機會、4Life 產品和／或會員的見證分享。

使用第三方的智慧財產或專有資訊

若會員使用任何第三方的商標、商號、服務標誌、版權以及著作權資料，會員有義務確保其已取得適當的授權並已支付相關費用。所有第三方的智慧財產權都應該被適當的表明為第三方的財產，會員應遵循第三方關於使用其智慧財產權之限制與條件。

尊重隱私

會員在社群媒體上的言論必須尊重他人隱私。會員不得散佈八卦或任何個人、公司、競爭產品的不實謠言。

保持專業

為維持其專業形象，會員在社群媒體上的言論必須保持真實、準確。這包括應確認所有在社群媒體上的資料必須符合事實。會員亦有責任確定所有文字、標點符號及語法是否有錯誤。帶有歧視及不雅的言論更是被禁止的。

禁止張貼

會員禁止張貼以下發文、至該發文之連結或其他資料：

1. 淫穢或色情的圖文資訊。
2. 令人反感、褻瀆、仇恨、威脅、誹謗、騷擾或歧視（無論是基於種族、信仰、宗教、政治、性別、性取向或身體殘疾等）。
3. 涉及暴力之圖文，包括任何暴力的影片或遊戲。
4. 任何涉及非法的行為。
5. 對任何個人、團體進行人身攻擊。
6. 侵犯公司或任何產品的智慧財產權。

對負面訊息的回覆

為保護公司及會員的雙方權益，當有任何不利於 4Life 或是其他會員的資訊時，會員盡量以不對任何人發言為行為準則。會員可將此負面資訊留存並寄發電子郵件至 4Life 法務部門 (compliance@4Life.com)。對於此類負面訊息之回應，通常只會引起人們輿論、讓有心人士趁機操弄，而這些人並不符合 4Life 重視的行為準則，此行為也只會間接損害 4Life 公司及會員的聲譽。

具有與傳統網站相似功能的社群媒體

由於社群媒體的發達，越來越多的社群媒體與傳統網站之間的區隔將更不明確。因此，4Life 保留將某些社交媒體歸類為網站的唯一專有權利，並要求會員對這些社群媒體的使用或使用目的應遵守外部網站相關政策。

使用社群媒體來推廣直銷業務

除了需遵守本政策的規範之外，如果會員使用任何形式的社群媒體，包括但不限於 Facebook, Instagram, Line, Twitter, LinkedIn, YouTube 或 Pinterest，需同意以下守則：

1. 所有在社群媒體發生的銷售及新會員註冊，只能從會員的 MyShop 或是會員的外部網站連結。
2. 除 Pinterest 和其他類似的社群媒體以外，任何由會員直接或間接運營或控制的網站、用於討論或宣傳 4Life 產品或 4Life 業務的社群媒體，均不得連結到其他外部網站、社群媒體網站。
3. 在本合約有效期內以及此後的 12 個月內，會員不得使用與其他 4Life 會員的任何討論或推廣、或已經討論或已經推廣 4Life 業務或 4Life 產品的任何社群媒體，直接或間接要求 4Life 會員參與其他直銷或網絡營銷計畫（統稱為「直銷」）。為符合此規範，會員不

得採取任何合理可預見會引發其他會員關於該會員其他直銷活動問題的行為。違反此規定將構成違反第 3.18 節中的「利益衝突／不招攬」之行為規範。

4. 如果會員在任何宣傳與 4Life 產品或業務相關的社群媒體建置了相關頁面，該頁面內容必須只能以 4Life 產品或業務相關。如果會員的會員資格因任何原因被解除或終止，則該會員應停用在社群媒體介紹 4Life 產品或業務的頁面。

3.3.參與 4Life 公司會議及業務活動

4Life 鼓勵所有會員參與公司的會議及業務活動，並透過活動現場與其他會員交流並分享觀點。並且，會員也被鼓勵參加所有公司舉辦的電話會議，以便與公司行政團隊及會員互動與分享想法。向公司呈交的所有資料，包括口頭參與公司舉辦的電話會議的發言，皆為 4Life 資產。

公司舉辦的所有會議都是 4Life 擁有著作權的資料，僅供會員個人使用。未經 4Life 書面許可，禁止轉播、複製或分發這些具有著作權的資料。

3.4.電話銷售技巧及相關規範

儘管從傳統定義上，4Life 會員並非「電話推銷員」，但部分當地政府對「電話推銷員」和「電話推銷」一詞進行了廣泛定義，甚至有相關規範來約束電話推銷的行為，因此亦不能掉以輕心。

因此，會員不得從事電話銷售。所謂的「電話銷售」是指個人一次大量撥打多個電話，以誘使對方購買 4Life 產品或進行招募。向陌生客戶進行「陌生電訪」之行為亦被禁止。「電話銷售」僅在以下情況可被允許：

1. 會員與客戶已建立良好的「業務關係」。所謂良好的「業務關係」是指會員與客戶之間，在電話前的 18 個月以內，已基於與潛在客戶之產品銷售、租賃、或其他金融交易建立起關係。
2. 該潛在客戶在 3 個月以內，對於會員所提供的產品及服務資訊，有任何想要深入了解的部分。
3. 該潛在客戶已簽署同意會員電話拜訪的同意書，並同意會員可以進行電話拜訪。該授權書必須表明可以撥打的電話號碼。
4. 會員可以致電給其親屬、好友及熟識的朋友，進行電話拜訪。所謂「熟識的朋友」的定義，是指在最近 3 個月以內，有任何面對面互動的友好關係。請謹記，會員若是以收集名片的方式匯集名單，並針對該名單進行電話拜訪，將被認定為「電話銷售」的形式，此行為不被允許。因此，與「熟識的朋友」的互動模式僅限於偶爾為之，不得為固定做法。
5. 4Life 禁止會員使用任何自動化電話招攬設備或電話銷方式，以宣傳或推廣 4Life 產品及事業機會。
6. 會員不得以預錄語音的方式，大量對外播打電話，進行電話拜訪。

3.5.商標與版權

4Life 名稱、其他可能使用的名稱為公司之商標。商標和著作權是公司的重要資產，僅有經本政策規定特別授權或另外獲得公司的書面許可，會員才能使用。會員為銷售 4Life 產品或 4Life 業務機會而使用 4Life 智慧財產權時必須標註下列文字：

會員之姓名

4Life 會員

會員在電話黃頁或白頁得將「4Life 會員」列於其姓名之下。會員不得於電話簿使用 4Life 之名稱或商標。所有會員必須在對外公開的廣告中，需將自己列為「4Life 會員」。會員在接聽電話時不能自稱「4Life」、「美商福萊公司」，或能夠使致電者認為他／她是致電 4Life 公司辦公室的任何其他稱呼。未得 4Life 的具體授權，會員不得於網址連結使用「4Life」或其他公司擁有之商標以使消費者誤認該網址連結為該網址連結為 4Life 網站。沒有 4Life 的書面許可，會員不能出於銷售或任何其他目的製作公司活動與演講的任何記錄。會員也不能出於銷售或個人使用的目的複製公司製作的任何影音記錄。

有鑑於會員嚴格遵守使用 4Life 商標的上述說明，4Life 允許每位遵守此規定的會員以非獨佔的方式使用上述標誌。4Life 可隨時決定取消上述許可。且當會員解除或終止經營權時，上述許可亦將自動撤銷。

3.6.媒體詢問

會員不可以回答媒體關於 4Life、其產品或其他獨立 4Life 業務之問題。任何媒體接觸或詢問均應轉介到 4Life 台灣分公司處理。

3.7.以營利事業作為會員

公司、合夥、股份有限公司或信託可以透過向 4Life 呈交其公司執照、合夥合約、營利事業表格（或其它必須文件），申請成為 4Life 會員。4Life 業務可以在推薦人相同的情況下，將其身分由個人變更為合夥、公司、股份有限公司或信託，或由一種營利事業變更為另一種營利事業。以營利事業作為會員，必須向 4Life 提供實體文件。會員申請書必須由所有的股東、合夥人、社員或受託人簽署。股東、高階主管、合夥人、社員、受託人及受益者必須共同與各自承擔對 4Life 的債務或其他義務。實體文件正本請郵寄至 4Life 台灣分公司。營利事業亦可申請轉換為個人會員。

3.8.4Life 業務變更

會員必須立即向 4Life 通知其會員合約中所含資訊的所有變更。會員可以透過呈交書面申請、正確簽署的會員合約，以及適當的證明文件修改其現有的會員合約。所有的變更請致電 4Life 台灣分公司客戶服務或寄發電子郵件至 taiwancs@4Life.com 確認。

3.9.增加或移除共同申請人

在現有的 4Life 業務中增加共同申請人時，會員需要提出正式的書面申請和正確填寫的會員入會申請書，其中包括申請人和共同申請人的身分證字號與簽名。移除共同申請人需出具與會員入會申請書中相同身分證字號與簽名之共同申請人的書面及公證文件。關於增加或移除共同申請人的文件可透過郵寄、傳真或寄發電子郵件至 4Life 台灣分公司客戶服務

taiwanCS@4Life.com 辦理。為防止「4Life 業務的出售、轉移或轉讓」章節（有關 4Life 業務的轉移與轉讓）中的欺詐行為，原申請人必須仍然做為會員合約中的一方。如果原申請人希望解除或終止他／她與公司的關係，或來自同一家庭單位的申請人與共同申請人欲轉換位置，則必須依據「4Life 業務的出售、轉移或轉讓」章節，轉移或轉讓他／她的業務。如果未遵循此過程，業務將在原始會員解除或終止後結束與 4Life 的合作關係。請注意，本節範圍內允許的變更不包括更改安置關係。更改安置關係將在「更改安置人」章節中敘述。

4Life 可以自行決定要求在對 4Life 業務進行任何更改前提供公證文件。請給予 4Life 收到申請後 30 日的時間，以進行處理。

3.10.經營權管理

如需對會員的經營權進行管理，且經營權由營利事業（公司行號）或多人／多方擁有，則 4Life 將根據下列原則處理：

- 如經營權屬於任何形式的營利事業（公司行號），則 4Life 將依據營利事業（公司行號）所提供的相關文件進行管理決策。若文件不明確或被指派做出管理決策者無法代表多數，則 4Life 將以會員合約上的「申請人」個人為決策者。
- 如經營權為多人所共有，4Life 將以大多數人為管理考量。若多數人對管理決策無法達成共識，4Life 將以會員合約上的「申請人」之個人為決策者。

3.11.變更安置人

4Life 業務由一個安置人轉讓至另一個安置人很少被允許。變更安置人的申請必須以書面方式提交至 4Life 公司，並且必須包括轉讓原因。轉讓通常只在下述三種情況中的其中之一才會被加以考慮：

- 在正式成為會員後的 10 日之內，申請轉讓之會員提交填妥之「安置人變更申請書」，其內容包含申請轉讓之會員之簽名、原安置人之簽名及推薦人之簽名。
- 如果涉及欺詐原因或不道德的推薦，會員可以申請將他／她及其全部組織原封不動地轉讓至另一個組織。所有聲稱欺騙性登記的轉讓申請都將接受個案評估，並且必須在登記之日起 60 日內以書面方式呈交公司。申請必須包括為何會員認為他／她的參加是因欺詐導致的詳細說明。
- 雖然很少被許可，申請轉讓之會員呈交正確填寫並簽署的安置人變更申請書，其中包括將被轉讓影響收入的各方的書面核准。公司不接受影印或傳真的簽名文件。所有會員簽名都

必須被公證。申請轉讓的會員必須在 4Life 收到安置人變更申請書後等待 30 日的時間，以便處理和核實變更請求。轉讓的會員的下線將保持原先的關係，並且不隨轉讓的會員而變動。但是，4Life 保留依據其判斷力，以合理的業務目的而變更下線關係的權利。

放棄索賠：在合法的安置人轉換過程尚未依指定程序辦理前，針對其不同經營權下的組織發展，4Life 保有組織人員最終處置的唯一審核決定權。在合法完成安置人變更之前的下線發展的紛爭是非常難以解決的，會員放棄任何／所有向公司、行政人員、主管、負責人、員工及涉及推薦人變更影響組織發展的相關事業代表索賠之權利。

3.12.解除及終止與重新申請

最高階銜為總監 II 或以下之會員可依據政策中 10.4 自願解除及終止條款自願退出他／她的 4Life 業務並保持不活躍（即不購買 4Life 產品並轉售、不銷售 4Life 產品、不推薦、不出席任何 4Life 活動、參加任何其他形式的會員活動或經營任何其他 4Life 業務）滿 6 個日曆月，以變更銷售團隊。在不活躍 6 個月後，上述會員可以在新的推薦人名下以會員重新申請入會。

最高階銜為總監 III 或更高之會員可依據政策中 10.4 自願解除及終止條款自願退出他／她的 4Life 業務並保持不活躍（即不購買 4Life 產品並轉售、不銷售 4Life 產品、不推薦、不出席任何 4Life 活動、參加任何其他形式的會員活動或經營任何其他 4Life 業務）滿 12 個日曆月，以變更銷售團隊。在不活躍 12 個月後，上述會員可以在新的推薦人名下會員重新申請入會。

根據政策，任何階銜會員只能有一次變更銷售團隊，4Life 將不接受已依據本政策變更銷售團隊一次者的會員入會申請。

3.13.未經授權行為導致之索賠與訴訟的補償

會員對其就 4Life 產品、服務及 4Life 正式資料未明確包含的獎勵計畫做出的口頭和／或書面聲明，需負完全責任。會員同意補償 4Life 由於會員未經授權的陳述或行為而招致的任何及所有的義務，包括判決、民事處罰、退款、律師費用、法庭費用或業務損失，並使 4Life 免受傷害。此條款在解除或終止會員合約後仍有效。

3.14.產品聲明

除非明確表明於 4Life 官方資料，會員不得做出任何關於 4Life 提供之產品的聲明。會員不可以親自或透過、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。會員不得使用照片或以其他 4Life 產品的陳述暗示公司任何產品具備醫療、診斷、減緩或預防任何疾病之效果。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，以及會員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，他／她不應該親自或透過、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見證個人使用心得時，該宣稱或見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，也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，他／她可以就該已獲得登記或核准的產品作產品聲明。

3.15.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。部分會員偶爾會希望以收入聲明來展現其業務的潛在力量。這種收入聲明可能是生活型態的聲明包括昂貴的房子、汽車、假期及／或金錢的照片或其他陳述。這是具有反效果的，因為新的會員若沒有達到如預期一般全面及快速的結果，可能很快地感到失望。在 4Life，我們堅信 4Life 的收入潛力已具有高度吸引力，不需要報告他人的收入。

雖然會員可能認為提供支票影本或獎金報告，或揭露自己或他人的收入是有益的，除非依法揭露或做即時的收入聲明，這種方法對於 4Life 及這麼做的會員可能有負面的法律效果。因為會員可能沒有遵循法律關於收入陳述的要求的必要資料，會員在對潛在會員呈現或討論 4Life 業務機會或獎勵計畫時不得做收入預測或收入聲明或揭露其 4Life 收入（包含出示支票、獎金報表、支票影本或銀行帳簿）。4Life 鼓勵會員瀏覽 4Life.com 上的 4Life 收入揭露聲明（4Life Income Disclosure Statement）。

3.16.交易場所

4Life 強烈鼓勵透過人與人接觸來推廣其產品與服務。因此 4Life 產品不得在百貨公司、連鎖或專賣零售場所、大型銷售場所或任何具有 2000 平方英尺或更大零售空間的零售場所銷售。然而，4Life 認可部分會員可能認為在小型零售場所銷售產品可能有幫助。會員必須申請書面許可以在小型、個人擁有的零售場所銷售 4Life 產品，且 4Life 保留限制其產品在任何不適當的零售場所銷售的最終決定權。

3.17.商業展覽、博覽會和其他銷售集會

會員可以在商業展覽和專業博覽會中展示和／或銷售 4Life 產品。在獲得公司的事先書面許可前，會員不得在二手交換會、二手市場出售、跳蚤市場或農家市場展示和／或銷售 4Life 產品。會員得在符合本政策 3.2 及 5.2 條之前提下於其外部網站銷售 4Life 產品。

3.18.利益衝突／不招攬

4Life 會員可以自由地參加其他多層次或網絡式行銷業務投資或行銷機會。但是，在本合約有效期限內，並且在解除或終止後的 12 個月內，會員或前會員不得招募任何 4Life 會員或客戶進行其他多層次行銷業務。因為多層次行銷經常透過電話或透過由個人建立的網路，在台灣甚至國際範圍內進行，所以針對此不招攬政策的任何地區限制將使其無法執行。因此，此政策將適用於 4Life 及其關係企業正式開展業務的所有國家。「招攬」的意思是直接或透過第三方，以任何實際或試圖招攬、招收、鼓勵或努力影響 4Life 會員或客戶，使其登記或參加另一項多層次行銷、網絡式行銷或直接銷售機會的組織。

會員不得在展示任何其他非 4Life 產品時，同時展示 4Life 產品。在實體零售地點或外部網站運作時，4Life 產品必須與非 4Life 產品分開展示。會員不得在向潛在或現有的客戶或會員提供 4Life 機會、產品服務時，同時提供非 4Life 之業務。會員不得在任何與 4Life 有關的集會、討論會或會議上，提供非 4Life 機會、產品之服務。

3.19.商業機密資訊

所有團隊報表及其包含的資訊以及組織圖、活動資料及會員的 MyShop 後台之其他資料（下線活動報告及會員的 MyShop 後台之其他資料整體都被稱為「團隊報表」），都是機密資料並且屬於 4Life 專有的商業機密資訊。團隊報表將以最嚴格的保密方式提供給會員，並且僅供會員用於輔助下線組織合作、拓展其 4Life 業務為唯一目的。會員應當使用其下線活動報告來管理、激勵和訓練其下線會員。會員和 4Life 同意，除依據此保密與不公開同意書的規定外，4Life 將不向會員提供下線活動報告。因此，會員不應以他／她本人，或代表任何其他人、合夥、同業組織、公司或其他營利事業的名義有下列行為：

- 向任何第三方直接或間接公開任何團隊報表中包含的任何資訊。
- 使用此資訊與 4Life 競爭。
- 未經已被解除及終止之會員同意，使用其資料重新入會。
- 將這些資訊用於除促進其 4Life 業務之外的任何目的。
- 招募或招攬任何報告所列之任何 4Life 會員或客戶，或透過任何方式試圖影響或致使任何 4Life 會員或客戶改變其與 4Life 的業務關係。
- 向任何人、合夥、同業組織、公司或其他營利事業使用或公開任何團隊報表中包含的任何資訊。

一旦公司要求，任何現有或前會員需：

- 將團隊報表的原件和所有複本送回公司或銷毀。
- 永久性刪除從團隊報表中所獲得的任何資訊及電子式清單。
- 永久性刪除因會員與其他會員的聯絡資訊或交易活動記錄所獲得或衍生的任何資料或資訊清單。

此條款在解除或終止 4Life 會員合約後仍有效。

3.20.搶線

嚴格禁止事實上或試圖的搶線。「搶線」係指直接或間接，招募現為個人或營利事業加入或與 4Life 簽署會員合約，或該個人或營利事業在前 6 個日曆月內為總監 II 及其以下階銜，或前 12 個月內為總監 III 及其以上階銜的個人或營利事業，而將其登記於不同的推薦關係中。禁止使用配偶或親屬的姓名、商業名稱、假名、公司、股份有限公司、合夥、信託或虛構的身分證號碼，以避開此政策。此政策不禁止依據「4Life 業務的出售、轉移或轉讓」章節進行的轉讓。

3.21.錯誤或疑問

如果會員對佣金與獎金、團隊報表或費用具有疑問或認為具有任何錯誤，會員必須在認為有錯誤或出現問題的 60 日內通知 4Life。4Life 將不為 60 日內未報告的任何錯誤、遺漏或問題負責。

3.22.禁止囤積購買

會員並未被要求備置產品或銷售輔助材料的存貨。但會員備有合理的產品或銷售輔助材料可以減少執行客戶訂貨或滿足新會員需求的反應時間，從而比較容易地進行零售和建立事業團隊。每位會員必須制訂他／她本人對於此項事宜的決策。為保證會員不被他們無法銷售的過多存貨所阻礙，這些存貨可依據「會員存貨和銷售輔助資料的退還」章節，在會員解除或終止合約時退還 4Life。

4Life 禁止為獲得佣金與獎金的資格或獎勵計畫的升級，而購買不合理數量的產品。會員不得購買超過他們能夠每月合理轉售或消費的存貨，也不得鼓勵別人這麼做。

3.23.公開權利

4Life 得以推廣公司的業務和／或產品為目的，在公司的活動及／或 4Life 的業務輔銷品及輔助服務中使用由會員的姓名、照片、影像、及／或錄音、個人故事、見證、喜好及個人資料並放棄一切請求權及報酬。

3.24.政府核准或認可

主管機構和／或官方並未對任何直接銷售或組織行銷的公司或計畫或產品核准背書。因此，會員不得提出或暗示 4Life 或獎勵計畫或產品被任何政府機構「核准」、「背書」或取得其他許可。

3.25.所得稅

會員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獎金收入申報及支付個人綜合所得稅（如他／她是個人會員）或營利事業所得稅（如他／她是營利事業會員）。

3.26.獨立經營權

會員為獨立事業代表，而非加盟權或業務機會的購買者。4Life 與其會員之間的合約不構成公司與會員之間的聘僱、代理、合夥或聯合投資關係。會員不因為他／她的服務或繳納稅款而被當做 4Life 雇員。所有會員都必須為因身為公司的會員而賺取的所有報酬支付稅款。會員沒有權利（無論係明確的或隱含的）讓公司承擔任何義務。只要遵守會員合約的條款、本政策以及適用的法律，每位會員都可以建立他／她本人的銷售目標、時間和方法。

3.27.跨國產品銷售

透過與各個政府機關合作，4Life 已在全球許多國家完成 4Life 註冊登記，為保護已註冊登記的產品，並遵守 4Life 業務發展的各個國家之產品進口與註冊相關法令，4Life 必須對跨國間的產品銷售有所限制。因此，會員若有意在已完成註冊登記的國家銷售產品或輔助銷售資料，僅限於銷售、提供、轉讓、進口、出口或分售這些已完成當地國家註冊登記的產品。禁止從其他國家進口其它產品轉售。

4Life 可自行決定允許某些未註冊產品在特地的國家進口，但嚴禁轉售。進口時必須強調這些產品僅供會員個人使用，不得轉售給客戶。

3.28.遵守法律與法令

許多城市及國家有法律規範某些家庭事業活動。在大多數的情形，基於會員業務的本質，這些法律並不適用。然而，會員應該遵守當地政府的法規政策。如有政府單位主動告知該會員已涉及某項法規政策，會員必須以合乎專業、禮貌的態度來回應及合作，並且立即將此情況以郵件回報至 4Life 法務部門或寄發電子郵件至 compliance@4Life.com。在大多數的情形，適用於會員的法律有其例外。

3.29.遵守法律與道德標準

會員在經營其業務時，應當遵守所有當地適用的法律和規章。會員在經營 4Life 業務時，違反任何法律、或進行任何不道德或依據 4Life 的判斷可能損害其聲譽或關係的行為，將成為進行懲戒的依據。

3.30.每位會員只限擁有一個經營權

不論會員是以個人或是合夥經營權的方式加入 4Life 成為 4Life 會員，他／她都只限擁有一個經營權。任何人不得擁有或經營多於一項以上的 4Life 經營權，並因此獲得佣金與獎金。若每一個其後的家庭成員位置被放在第一個加入的家庭成員的第一層時，同一個家庭單位中，已符合法定成年年齡的家庭成員，將可各自擁有一項獨立的 4Life 經營權。「家庭單位」定義為生活在同一地址或在同一地址開展業務的配偶、家庭伴侶和受撫養子女。

3.31.家庭成員或關係人的行為

如果會員的任何家庭成員從事任何違反會員條款的行為，4Life 將依據政策聲明對在合約書上署名的會員進行懲戒。同樣，如果與公司、合夥、信託或其他營利事業有任何關係的任何人（統稱為「關係人」）違反合約，這些行為將被認為該營利事業違反條款，4Life 將對其營利事業和／或其家庭成員的每個股東、經營主管、合夥人、成員、所有人和其他成員採取共同和個別的紀律處分。

3.32.禁止重新包裝與重新標記

會員不得對任何 4Life 產品、資訊、資料或計畫，以任何方式進行重新包裝、重新標記、補充或更改標籤。4Life 產品必須以其原廠包裝及當地呈報之包裝形式銷售。這種重新標記或重新包裝可能違反相關法律，並將引致嚴重的刑事責任。會員還應當意識到，當重新包裝或重新標記產品時，一旦使用產品者遭受任何類型的傷害或損害其財產，將可能遭致民事責任。

3.33.事業組織的向上遞補

當原會員合約解除或終止時，4Life 得單獨決定其所有第一層人員都將往上遞補至其原有的空位。解除或終止合約的會員帳戶將會被保留在原本的位置直到其法律風險皆已解除。

3.34.4Life 業務的出售、轉移或轉讓

雖然 4Life 業務是私人擁有、獨立運作的業務，但 4Life 業務的出售、轉移或轉讓必須符合某些限制。除非經書面同意，如果會員希望出售其 4Life 業務，則必須滿足下述標準：

- 會員必須提供公司優先權，使公司得以用會員向任何第三方提供之相同條件購買該業務。如果公司購買該業務，公司有權決定是否保留業務或允許其下線會員遞補至原有的空位。
- 必須始終保護現有的推薦關係，以便 4Life 業務繼續沿該推薦關係運作。
- 購買人或受讓人必須成為合格的 4Life 會員。如果購買人是參與活動的會員，他／她必須在符合購買、轉移、轉讓或獲得任何 4Life 業務利益的條件前，依據政策中的 3.12 先解除及終止其 4Life 業務並保持不活躍。
- 出售的會員須將出售、轉移或轉讓申請書於遞交客戶服務。
- 在出售、轉移或轉讓被 4Life 核准前，必須清償出售的會員所積欠 4Life 的任何債務。
- 出售的會員必須具有良好的信譽、未違反合約的任何條款、未受法務部門審查，始得具備出售、轉移或轉讓 4Life 業務的資格。
- 在提供 4Life 業務進行出售前，出售的會員必須通知 4Life 公司其出售 4Life 業務的意向，並獲得公司的書面核准。
- 被出售、轉移或轉讓的經營權將不會維持以其最高階銜表揚。4Life 基於市場等考量，擁有調整其階銜之權利。
- 當被出售、轉移或轉讓的經營權在被出售、轉移或轉讓之前已贏得其資格條件的獎勵旅遊，則購買人或受讓人不得以相同資格條件獲得該獎勵旅遊。4Life 保有所有獎勵旅遊核准權。

4Life 保有決定會員階銜的最終核准權。

3.35.4Life 業務的分割

會員有時以夫妻合夥、合夥、公司、股份有限公司或信託之方式，運作其 4Life 業務。當離婚或公司、股份有限公司、合夥或信託（後四個實體在下文中統稱為「營利事業」）解散時，必須進行安排以確保完成業務的任何分割或分離，以確保不會對推薦關係的上線或下線業務的利益和收入產生不良影響。如果分割的各方無法確保其他會員與公司的最佳利益，4Life 將非自願解除或終止會員合約並依據「3.33 事業組織的向上遞補」章節使其全部組織向上遞補。在處理離婚或營利事業解散期間，各方必須採取下述運作方法之一：

- 在另外一方（多方）書面同意的情況下，一方可以依據放棄的配偶、股東、合夥人或受託人出具的轉讓書，經營 4Life 業務，而該轉讓書係授權 4Life 與另一配偶或未放棄的股東、合夥人或受託人直接並單獨交易；或
- 各方可以繼續共同經營 4Life 業務，且所有的 4Life 佣金與獎金將支付給會員的聯合名稱或營利事業的名稱，然後再按照其獨立達成的協議進行分配。

如果各方不選擇上述方式之一，4Life 將繼續向離婚或解散前支付佣金與獎金的同一人支付佣金與獎金。

離婚的配偶或解散的營利事業，其下線組織絕不得被分割。同樣，只有獲得 4Life 核准後，4Life 會在離婚配偶或解散營利事業的成員之間分割佣金與獎金。4Life 將只承認一個會員申請合約書。如果在申請離婚或進行解散程序後的 6 個月後，離婚或進行解散的各方無法解決對業務的佣金與獎金與所有權的爭議，會員合約可能被非自願解除或終止。如果前配偶或前營利事業成員已經完全放棄其最初的 4Life 業務的所有權利，他／她隨後可以自由地透過他們選擇的任何推薦人加入，並且不需重新申請的等待期。

當離婚和營利事業解散時，放棄的各方對其前組織的任何會員或任何前零售客戶不具有任何權利。他們必須透過任何與其他新會員相同的方式發展新業務。

3.36.推薦與安置

所有信譽良好、參與活動的會員都擁有推薦和安置其他人加入 4Life 的權利。每位潛在客戶都擁有選擇其安置人的最終權利。如果多位會員宣稱是同一位新會員或客戶的安置人，公司將依據公司收到的第一份申請書為準。

3.37.會員死亡時的轉讓

當會員死亡時，他／她的業務可以被轉讓至其繼承人。繼承人必須向公司呈交適當的法律文件，以確認轉讓正確。因此，會員應當向律師諮詢，以幫助他／她準備遺囑或其他遺囑文件。當 4Life 業務是透過遺囑或其他證述程序轉讓，該遺產之執行人應提供 4Life 證述或其他法院認可的文件已證明執行人之代理權，以及處理該業務之書面指示。在獲得已故會員之團隊組織的經營及所有佣金與獎金的權利之前，繼承人必須：

- 簽署並遞交會員申請與合約書及相關文件，所有佣金與獎金將撥發給合約書上所載明之個人或營利事業；
- 提供死亡證明原本，以及確認繼承人對 4Life 業務之權利的遺囑或其他經公證文件的複本；及
- 遵守合約的條件和條款。

4Life 保有依據市場考量決定繼承會員階銜的權利。

3.38.會員喪失能力時的轉讓

在 4Life 業務因為會員喪失能力而轉移時，繼受人必須向 4Life 提供：

- (1) 指派受託人為喪失能力之會員之業務之受託人之法院命令；
- (2) 受託人之書面指示，及
- (3) 由受託人簽署的完整會員合約。受託人隨後必須：

- 遵守會員合約的條件與條款經營業務；及
- 符合喪失能力之會員身分的所有資格條件。若受託人未能達成轉讓者的階銜資格維持，則將依據每個佣金與獎金計算期間裡實際達成的資格來計算佣金與獎金。

4Life 保有決定繼承會員階銜的權利。

4.會員的責任

4.1.了解 4Life 業務的經營模式

4Life 產品是透過會員以一對一的方式銷售給顧客，人與人之間的交易模式，能夠對 4Life 產品有充分的說明與指導。選擇經營 4Life 事業的會員就是透過網絡行銷的模式，將 4Life 產品銷售給顧客。

4.2.更換住址或電話號碼

為確保會員能在預設時間內收到宅配產品、輔銷資料或獎酬相關文件，會員在留下個人資料時，務必確認其住址為最新資訊。欲搬遷之會員應當將其新住址和電話號碼呈交 4Life 公司。為確保能在預設時間內收到產品，會員必須至少提前 2 週向 4Life 通知提出更改。

4.3.持續發展與後續訓練

任何會員均被鼓勵做為另一位會員的推薦人或安置人的任何會員積極落實監督行為，以確保他／她的下線正確地經營其 4Life 業務。鼓勵會員與其下線組織中的會員持續聯絡、交流和管理監督。這些聯絡和監督的方式可能包括，但不限於：簡訊、書面信函、個人會議、電話聯絡、語音郵件、電子郵件，以及陪同下線會員參加 4Life 會議、訓練課程和其他活動。上線會員亦被鼓勵去激勵和訓練新會員了解 4Life 產品知識、有效的銷售技巧、4Life 獎勵計畫，並遵守公司的政策與程序。

4.4.訓練責任的增加

隨著會員進展到不同的領導階銜，他們將在銷售技巧、產品知識、理解 4Life 獎勵計畫等方面更加富有經驗。他們可能被號召與其團隊內經驗較少的會員分享這些知識，並帶領團隊成長。

4.5.持續銷售的責任

無論其領導階銜為何，4Life 鼓勵會員持續透過推薦新會員和服務現有會員或客戶，拓展個人及團隊業績。

4.6.禁止惡意中傷

4Life 希望向其會員提供最優質的產品、獎勵計畫和服務。因此，我們重視他／她的建設性評論和意見。所有這些意見都應具體寫下來呈交 4Life 台灣分公司或寄發電子郵件至 taiwancs@4Life.com。4Life 歡迎會員提供對公司、產品或獎勵計畫的建設性資訊、回饋和評論。因此，做為其下線的正确榜樣，會員不得詆毀、貶低或消極評價 4Life、其他 4Life 會員、4Life 產品、4Life 獎勵計畫或 4Life 內部行政團隊。

4.7.向申請人提供文件

會員應在申請人簽署會員合約前，向經其推薦成為會員者提供最新版本的政策與程序和獎勵計畫。

會員可從 4Life 公司或 4Life 官方網站獲得本政策的數位檔案。

4.8.報告違規行為

當會員發現另一位會員違反政策時，應當直接向 4Life 法務部門呈交一份書面的違規報告或以電子郵件寄至 compliance@4Life.com。報告應當包括事件的細節，例如日期、發生次數、相關人員，以及任何支持文件。

5.資格要求

5.1.產品推薦

4Life 獎勵計畫的基礎是向客戶推薦 4Life 產品與服務。會員必須達到個人與下線組織的資格要求（並滿足合約所述之其他責任），才能獲得領取佣金與獎金及晉升至更高階銜的資格。

5.2.沒有價格或區域的限制

在推薦 4Life 產品方面，4Life 沒有授予任何人專屬的營業區域，會員亦不需要支付特許加盟費用。4Life 不要求會員必須以零售價格銷售 4Life 產品，會員可以以會員價或高於會員價的任何價格銷售 4Life 產品。會員如欲在外部網站或第三方購物網站販售 4Life 產品，得在符合本政策 3.2 條之前提下於其外部網站銷售 4Life 產品。

在此政策規範下，禁止會員招攬、協助或故意允許非 4Life 會員之第三方在外部網站或第三方購物網站販售 4Life 產品。會員被鼓勵透過 MyShop 銷售其產品。

5.3.銷售收據

如果會員從其存貨中或其個人的外部網頁銷售任何 4Life 產品，他／她必須在銷售時向客戶提供一份 4Life 產品零售收據的複本，並於銷售收據上說明客戶取消交易的權利。會員必須保存所有零售收據 2 年，並在公司要求時將其提供給 4Life。會員的顧客直接向公司購貨的記錄文件將由 4Life 保存。無論其會員階銜為何，4Life 鼓勵會員持續透過推薦新會員和服務現有會員，拓展個人及團隊業績。

6.佣金與獎金

6.1.佣金與獎金的條件

會員必須參與活動並遵守合約，才能具有獲取佣金與獎金的資格。只要會員遵守合約的條款，4Life 就將依據獎勵計畫，向這些會員支付佣金與獎金。4Life 佣金與獎金匯款的最小金額為新台幣 300 元，得由公司自行決定調整之。如果會員的佣金與獎金未達到或超過最小金額，公司將積累佣金與獎金直到達到最小金額。一旦達到此金額，即匯入至會員指定銀行帳戶。

6.2.退貨產品與服務的佣金與獎金之調整

會員透過將產品實際銷售給客戶獲得佣金與獎金。當產品退回 4Life 要求退款或由公司購回時，所退回或購回產品的佣金與獎金將在退貨當月扣除，或從公司所欠之任何佣金與獎金或其他款項中扣除。並將在隨後每個獎酬支付日持續扣除，直至因銷售此退還產品而獲得佣金與獎金的會員償還完該佣金與獎金為止。

6.3.未領取的紅利佣金與債權

會員必須提供正確的本人銀行轉帳戶，以匯入佣金與獎金。未提供帳號或因帳號錯誤者，而保留未開出之佣金與獎金將在次月份匯出至正確的銀行帳戶。

7.產品保證、退貨

7.1.產品保證

- 4Life 向新入會之會員提供 30 日全額退款保證（需扣除運輸費用）。如果新會員向 4Life 會員購買產品，新會員必須將產品退回該會員，以進行退款。如果新會員直接從公司購買產品，產品應被直接退回公司。如果新會員對因個人使用而購買的任何 4Life 產品不滿意，新會員可以自入會後首筆訂單購買之日起 30 日內退貨，以獲得全額退款（需扣除運輸費用），公司將依據「7.3 會員存貨的退還」章節中的條款購回存貨。
- 4Life 向所有會員提供 30 日全額退款保證（需扣除運輸費用），此保證有任何 12 個月內新台幣 9600 元的限制。如果會員對因個人使用而購買的任何 4Life 產品不滿意，會員可以自購買之日起 30 日內退貨，如果會員希望在任何 12 個月內退回超過新台幣 9600 元的產品，退回將被視為存貨購回，公司將依據「7.3 會員存貨的退還」章節中的條款購回存貨。

7.2.零售客戶退貨

個人零售客戶將產品退回給出售產品的會員，會員可以將其退回公司進行退款（由退回產品的會員負責所有的運輸費用。）

7.3.會員存貨的退還（解除及終止合約時）

會員得自訂約之日起 30 日內，以書面通知公司解除及終止合約。公司將於合約解除生效後 30 日內，接受會員退貨之申請，在此情況下，會員可以退回存貨以獲得全額退款及其他加入時給付之費用。惟公司得扣除商品因可歸責於會員之事由而毀損滅失之價值，以及已因該進貨而對會員給付之佣金與獎金。運費應由會員負擔。會員得隨時以書面解除或終止合約。當會員終止合約後 30 日內，會員可以退回存貨和銷售輔助資料，以獲得退款。會員只能夠退回他／她購買的產品和銷售輔助資料。收到產品和銷售輔助資料後，公司將依照本辦法下列附表之「產品價值減損表」為標準計算之，並且需扣除運費。如果會員使用信用卡，退款將貸記回相同的帳戶。公司將從支付給會員的退款中，扣除會員與所退產品有關的任何佣金與獎金、折扣或其他獎勵以及商品減損之價值（產品保存期限短於 60 日者，其商品價值為零）。會員依法解除及終止合約時，不需支付損害賠償或違約金。

7.4.所有退貨的程序

所有商品必須由會員或直接向 4Life 購買的客戶退回，以進行退款公司的所有退貨，退貨必須附上：

- 註明有原始購買日期的訂購發票正本
- 原始包裝內未使用的產品
- 折讓單

應使用適當的運輸箱和包裝材料包裝將被退回的產品。所有退貨必須透過發件人付款方式運送至 4Life，4Life 不接受由收件人付款之包裹。所退產品在運輸中遺失的風險應由會員承擔。如果公司的客服部未收到所退產品，由會員負責查詢運輸過程。

如果會員向 4Life 退回個人零售客戶所退之產品，此產品必須自零售客戶退回會員之日起 10 日內送達 4Life，並且必須附上會員在銷售時給予客戶的銷售收據。

7.5.美商福萊有限公司台灣分公司退貨辦法

1. 本辦法依據「會員參加契約」第 7.3 條及「多層次傳銷管理法」第 4 章之規定制定之。本辦法為「會員參加契約」之一部份，由會員與 4Life 共同遵守。
2. 本辦法所稱之「退出退貨」指會員解除及終止契約後之退貨，以及會員違約遭本公司解除及終止合約後，本公司同意對該會員所提出之退貨要求處理之。
3. 會員辦理「退出退貨」時，應由本人填寫會員退出申請書及欲退貨之產品，向本公司客服部申請辦理。

4. 會員辦理退貨時，關於產品減損價值之多寡，依照本辦法下列附表之「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，於解除及終止合約且完成退貨手續後 30 日內償還會員。
5. 會員辦理退貨後，本公司有權依據對該會員買回產品之數量（即會員退貨之數量）、產品減損價值、對該會員扣除佣金與獎金之金額等事項，另對於其他階銜之會員分別依其當時因該項交易獲得佣金與獎金之比例追回因該項交易而取得之佣金與獎金。
6. 會員因其他階銜之會員退貨而必須繳回因該項交易而取得之佣金與獎金時，應於本公司書面通知後 7 個工作日內將應繳回之金額匯入本公司指定之帳戶，否則本公司得自應發給該會員之所有所得中扣除。如經扣除仍有不足時，經本公司結算催告後，會員應於收到催告通知後 7 日內補足應繳回之款項。在會員未依規定補足應繳回款項前，本公司得繼續扣除該會員之各項佣金與獎金至完全補足為止。
7. 會員辦理退貨時，若曾因該次訂貨交易而晉升階銜之其他會員，本公司有權因該退貨而恢復其原有階銜資格（即恢復至無該筆訂貨之狀態）。此恢復原階銜資格之狀態以該會員退貨手續完成後之次月 1 日生效。
8. 退貨之產品價值減損原則：
 - 產品價值減損之計算標準，原則上以該商品之功能、效用、交易上特性，及其可銷售性等因素而為認定。
 - 化妝與美容保養品及保健食品較重視品質及保存時效；衣飾類較重視衛生及外觀；機器類產品較重視功能之正常運作及主要零配件之供應。
9. 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。

退貨理由		自收取貨物日期	價值減損百分比 (產品未拆封仍可販售)	價值減損百分比 (產品已使用不可販售)
一般退貨		第 0 至 30 日內	0%	100%
		第 31 至 60 日內	10%	
		第 61 至 120 日內	30%	
		第 121 至 183 日內	50%	
		第 184 (含) 日內	100%	
解除合約	訂約之日 30 日內 (猶豫期)		0%	100%
終止合約 (退出退貨)	訂約之日 30 日後	第 31 至 60 日內	10%	100%
		第 61 至 120 日內	30%	
		第 121 至 183 日內	50%	
		第 184 (含) 日內	100%	

附註：

1. 依據「多層次傳銷管理法」第 4 章之規定制定之。

2. 合理檢視範圍：指會員因檢查的必要或因不可歸責於自己之事由，導致所收取的產品有毀損、滅失、或變更者，其解除權不消滅。也就是會員於「合理檢視範圍」和「鑑賞期內」，可不具任何理由、負擔任何費用，要求公司退貨並全額還款。反面解釋，只要產品之毀損、滅失或變更，係因檢查以外之任何可歸責於消費者之事由所致者，消費者之契約解除權即告消滅，也就是不得再主張。
3. 可重新銷售之定義係以該退貨商產品仍未過保存期限、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。（4Life 台灣分公司不重新銷售退貨之產品）
4. 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）：
 - 產品已拆封使用。
 - 產品已變色、變質或變形。
 - 產品遭蓄意毀損、破壞。
 - 產品已無交易上價值。
 - 產品已喪失其應有之功能。

8.解決爭議與懲罰程序

8.1 懲罰性制裁

依會員不得有任何違反合約以及**多層次傳銷管理辦法相關規定之行為**，特別是下列行為：

1. 以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售商品或勞務及介紹他人參加 4Life 組織。
2. 假借多層次傳銷事業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傳銷活動。
4. 以不當之直接訪問買賣影響市場交易秩序或造成消費者重大損失。
5. 從事違反刑法或其他工商管理法令之傳銷活動。

依據 4Life 的判斷，會員如有任何違背合約、本政策或任何違法、欺詐、欺騙或不道德的行為者，將導致一項或多項下述糾正措施：

- 發布書面警告或告誡。
- 要求會員立即採取更正措施。
- 喪失特權，包括但不限於 MyShop 特權的喪失。
- 喪失一份或多份佣金與獎金。
- 當 4Life 調查任何涉嫌違背合約之行為時，4Life 可以扣留會員的所有或部分佣金與獎金。

如果會員的業務因為懲罰而被解除及終止會員資格，會員將沒有資格重新獲得調查期內扣留的任何佣金與獎金。

- 失去 4Life 階銜認可，包括但不限於參與 4Life 官方活動、獎勵活動和獎勵旅行的資格。
- 暫停個人的會員合約一個或多個獎金支付期。
- 非自願終止違反者的會員合約。
- 合約的任何條款明確允許的任何其他措施，或 4Life 認為能夠執行並且可以公正地解決部分或全部因會員違反政策或違背合約而造成之損失的任何其他措施。

在 4Life 認為適當的情況下，公司可以提起財務和／或公平救濟的法律訴訟。

此外，會員合約因可歸責於會員之事由遭解除或終止時，4Life 有權不接受會員之退貨。

8.2 不滿與申訴

如果會員對另一位會員就與其各自 4Life 業務有關的任何營業或行為產生不滿或申訴，申訴的會員應當以書面方式報告至 4Life 公司法務部門或寄發電子郵件至 taiwanCS@4Life.com。

8.3 制裁的申訴

在進行制裁（不同於等待調查的暫停）後，受罰之會員可以向公司提起申訴。會員的申訴必須為書面方式，並且自 4Life 通知制裁之日起 15 日內送達法務部門。如果 4Life 在 15 日內未收到申訴，制裁將成為最終決定。會員必須連同其訴願書一起呈交所有佐證文件，並且完整、詳細地說明他／她認為公司的最初決定有誤之原因。如果會員對制裁及時訴願，公司將檢查並重新審議解除及終止，考慮任何其他適當的行動，並以書面方式向會員通知其決定。

8.4 紛爭解決

對於因本合約或與本合約有關金額為美金 10,000 元以上之請求，在依本條提起仲裁前，雙方應善意會面並嘗試以保密且不具拘束力的調解解決此紛爭。一個雙方同意的個人應被指派為調解人。若雙方不能同意調解人，提出請求之一方應請求中華民國仲裁協會（The Chinese Arbitration Association, Taipei）指派調解人。調解應於指派調解人後 60 日內發生。調解人的費用及支出，以及調解的費用及支出，應由雙方共同公平分擔。每一方均應最少於調解 10 日前支出其應分攤之預期費用及支出。每一方均應支付其自己的律師費、費用及關於舉行及參加調解的個人支出。調解應於台灣台北市（Taipei, Taiwan）進行，且不得超過 2 日。

除非本合約另有約定，因合約引起或與其有關的任何法律起訴緣由、或對合約的違背，將由中華民國仲裁協會（The Chinese Arbitration Association, Taipei）依據仲裁法（Arbitration Law）進行仲裁，並可將仲裁人宣布的結果呈交任何擁有司法權的法庭。會員放棄透過法庭進行審判的所有權利。仲裁程序是用於未能依前段調解程序或其他和解協商解決之爭端，或其他少於美金 10,000 元而無前段調解要件拘束的爭議。除非雙方另行約定，下列法律應適用於所有仲裁：

- 美國聯邦證據法應適用於所有案件。
- 雙方均有所有聯邦民事程序法許可的證據開示（Discovery）權利。

- 雙方得依聯邦民事程序法第 12 和／或第 56 條提出聲請。
- 聯邦仲裁法將規範所有關於仲裁之事項。無論國際私法之規定，美國猶他州之法律將規範與此合約有關或由此合約而生的事項。
- 指派仲裁人後應於 365 日內舉行仲裁庭，仲裁庭不得超過 5 日。
- 雙方應有相同的時間答辯。
- 仲裁應以單獨案件提起，不得為共同或集體仲裁。

所有仲裁程序都應當在台灣台北市（Taipei, Taiwan）進行。應由中華民國仲裁協會之名單內選擇一名仲裁人。各仲裁方均應負擔自己的仲裁費用與支出，包括法律及仲裁費。進行仲裁的各方應將仲裁庭的裁定做為最終決定約束各方，並且可以在必要時改為有司法權的任何法庭的判決。此仲裁協議在合約終止或期滿後仍然有效。

當事者各方及仲裁人皆須對仲裁過程保密，不得向第三方透露：

- 爭議、爭論或宣稱的內容或基礎；
- 任何和解的內容或討論的和解方案或協議的內容；
- 仲裁過程中任何論辯、論辯內容、證詞等；
- 仲裁聽證會或仲裁過程中所呈的證詞或證據；
- 仲裁裁決的條款或罰金；及
- 仲裁人對案件涉入的程序和／或爭議點的裁決。

合約中的任何條款均不得阻止任何一方向合約中各方同意管轄的任何法院申請和取得臨時禁止令、初步或永久性禁制令或保護其商業秘密和智慧財產權的其他保護措施、貿易協議和／或保密條款，包括但不限於強制執行合約中非招攬條款的權利。

損害限制

任何因合約引起或與合約有關的訴訟中，即使另一方已被告知可能發生類似損害，雙方皆放棄所有附帶和／或間接損害的索賠，亦放棄未來所有懲戒性或懲罰性賠償的索賠。

約定違約金

雙方皆認同，任何因會員合約和／或獨立經營權的錯誤終止而產生或與之相關的糾紛，其損害極難以確定。因此，雙方同意，若會員合約的非自願終止和／或獨立經營權的喪失係因違反合約或其它在法律理論下的錯誤而終止，會員的單一最高補償金額之計算為：

- 「獎金支付」階銜為總監 II 以下階銜的會員，最高補償金額為他／她在終止前 12 個月內依獎勵計畫所領取到的佣金與獎金總和。
- 「獎金支付」階銜為總監 III 至銀級總監 II 的會員，最高補償金額為他／她在終止前 18 個月內依獎勵計畫所領取到的佣金與獎金總和。

- 「獎金支付」階銜為黃金總監 I 至首席白金總裁的會員，最高補償金額為他／她在終止前 24 個月內依獎勵計畫所領取到的佣金與獎金總和。

佣金與獎金總和應包括會員依獎勵計畫所領取到的獎金與分紅，以及銷售 4Life 產品而獲得的零售利潤。零售利潤方面，會員須將銷售產品給客戶時所提供的完整且詳細填寫的銷貨收據之詳實正確的影本提供給公司，以茲證明。

雙方同意上述補償金額之計算公平且合理。

會員的「獎金支付」階銜係指獎金計算期間實際符合獎勵計畫中的階銜。就本政策而言，界定會員「獎金支付」階銜的獎金計算期間為會員業務被暫停或終止月份的前一個月之獎金計算期間，以先發生者為準。「獎金支付」階銜與「最高階銜」不同，「最高階銜」是指會員曾依照獎勵計畫所達成的最高階銜。

8.5 管轄法律、司法權和審判地

對於所有不適用仲裁之爭議，中華民國法律將管理與合約相關或因合約引起的所有其他事宜，除非會員所居住地的法律明確要求應適用其法律。

9. 訂貨

9.1 購買 4Life 產品

每位會員應當直接從 4Life 購買他／她的產品。如果會員從另一位會員或任何其他來源購買產品，購買的會員將不能獲得與此次購買有關的個人產品積分（LP）。

9.2 一般訂貨政策

如果訂單的付款無效或不正確，4Life 將透過電話和／或郵件聯絡會員，努力取得另一次付款。如果這些嘗試在 5 個工作日後仍不成功，訂單將不被處理地退回。

9.3 運送政策

正常情況下，4Life 將自收到訂單之日起 1 個工作日內發貨。4Life 將立即發送訂單中任何有庫存的产品。

9.4 確認訂單

會員和／或訂單接收者必須確認收到的產品符合運送發貨單所列之產品，並且沒有損毀。未在運送之日起 30 日內向 4Life 通知任何運送差異或損毀，將取消會員申請更正的權利。

9.5 付款與運送保證金

除了在交付產品時，會員不得收取或接受向客戶銷售的任何費用。會員不得接受客戶的資金，做為預期將來交貨的保證金。

9.6 第三方使用信用卡與支票帳戶的限制

會員不得使用未經授權的信用卡；同樣，會員不得允許其他會員、零售客戶或會員使用他／她的信用卡，或允許貸記入其支票帳戶，以進行登記或從公司購買產品。

9.7 營業稅

由於其業務經營，會員需負擔營業稅。因此，4Life 可能依據會員支付予公司的產品購買價格收取營業稅，並繳交給稅務機關。

10. 不活躍與解除及終止合約

10.1 解除及終止合約的影響

只要會員保持參與活動並遵守會員合約和本政策的條款，4Life 就將依據獎勵計畫向會員支付佣金與獎金。

會員的佣金與獎金構成了會員進行銷售和與銷售有關所有活動的全部報酬（包括但不限於建立下線組織）。在會員不續簽其會員合約、因為不活躍自願解除及終止或非自願解除及終止其會員合約後，上述會員對其經營的下線組織，或組織銷售產生的任何佣金與獎金，即不具有權利、資格、要求或利益。會員放棄在他們可能曾經擁有的下線事業組織中的任何與全部權利，包括但不限於財產權。當會員解除及終止其會員合約後，上述會員不應再聲稱自己為 4Life 會員，並且不應擁有銷售 4Life 產品或服務的權利。解除及終止會員資格的會員只能獲得他／她在解除及終止前工作的最後一個完整支付週期內的佣金與獎金（扣除任何非自願解除及終止前進行調查扣留的金額）。

10.2 因不活躍而解除及終止會員資格

會員個人銷售額在任何支付期內低於 4Life 獎勵計畫明確要求之個人業績（PV）的會員，將不能獲得其團隊組織在該支付期內產生之銷售佣金與獎金。如果會員在連續 6 個月內未達到他／她的個人銷售要求（並因此成為「不活躍」），他／她的會員合約將因為不活躍而在不活躍的第 6 個月的最後一日被解除及終止會員資格。4Life 亦不提供解除及終止會員資格的書面證明。自 2024 年 5 月 1 日起，未從事產品與服務的銷售與推廣之會員（或稱優惠顧客），自入會日第十三個月起，每月推算過去三十六個月內至少成立一筆有效訂單即維持會員合約，若無有效訂單，會員合約將被解除或終止。

10.3 非自願解除及終止會員資格

會員違反合約的任何條款，包括 4Life 自行決定進行的任何修訂，將引致合約所列之任何處罰，包括但不限於他／她的會員合約的非自願解除及終止。解除及終止將以郵寄、傳真、快遞至公司最後所知之會員或其律師住址或以電子郵件寄送到公司資料所載的電子信箱，或會員收到實際通知，並以最先抵達之方式及時點生效。4Life 保留根據個案之具體情況預扣和／或永久扣留資金和阻止任何結束組織的權利。

10.4 自願解除及終止會員資格

會員有權在任何時間，出於任何理由解除及終止 4Life 會員資格。解除及終止會員資格必須透過郵寄、傳真或電子郵件的方式以書面形式提交給公司的主要營業地址。書面通知必須包括會員的簽名、正楷姓名、住址和會員編號。若會員欲重新入會，則需遵守本政策中 3.12 相關規定。

名詞解釋

4Life

條款中所提到的「4Life」為美商福萊有限公司台灣分公司。

4Life 會員編號（會員 ID）

每一位簽署完成會員合約而加入 4Life 的會員都會獲得一個專屬的編號。4Life 用於識別 4Life 會員的唯一編號。

4Life 收入揭露聲明

每年更新，位於 4Life.com 的 4Life 收入揭露聲明。

活躍會員

完成產品或入會手冊購買的會員。

會員

非特許權或團隊機會的購買的獨立承攬人。4Life 與其會員之間的合約不構成公司與會員之間的雇主/雇員、代理、合夥或聯合投資關係。會員不因為他/她的服務或繳納稅款而被當作 4Life 雇員。所有會員都必須因為身為公司的會員而賺取的所有報酬支付稅款。會員沒有權利（無論係明確的或隱晦的）讓公司承擔任何義務。只要遵守會員合約的條款、本政策以及適用的法律，每位會員都可以建立他/她本人的目標、工時及銷售方法。

會員價格

產品價目表中，會員直接向公司購買產品的價格。

合約

公司與每位會員之間的合約，包括會員入會申請書、4Life 政策與程序、4Life 獎勵計畫，並包括其現有形式和 4Life 自行決定進行的修訂。這些文件統稱為「合約」。

關係人

會員之家庭單位和/或公司、合夥、有限公司、信託或其他與會員有關的營利事業。

營利事業

以公司、合夥、股份有限公司、信託等名義加入成為會員。

會員帳號轉讓申請書

用於將個人會員轉為公司行號會員的表格。位於 4Life.com 「事業資源」。

解除或／及終止

會員基於以下原因，而喪失與 4Life 的合作關係：(1) 因不活躍而被非自願結束合作關係；
(2) 自願結束合作關係；(3) 非自願結束合作關係。

公司

條款中所提到的「公司」為美商福萊有限公司台灣分公司

法務部門

4Life 內部負責監督執行這些政策的部門。法務部門的電子信箱為 compliance@4Life.com。

搶線

透過直接、間接或其他方式，使已經是現有會員合約或在 6 個月（總監 II 以下）或 12 個月（總監 III 以上）內有此合約之個人或營利事業加入。

客戶服務

4Life 內協助會員達成其 4Life 購買與業務需求之部門。可以致電免付費服務專線 00801-491-311 或 e-mail 至 taiwanCS@4Life.com 與客戶服務聯絡。

下線

屬於特定會員以下組織中的會員。

團隊報表

由 4Life 所提供的報表，供會員做業績查詢、產品銷售統計、及新人入會數的統計。下線活動報告包含會員之 MyShop 帳號之資料。該報表所有資訊皆為商業機密，禁止向任何第三方直接或間接公開任何資訊。

推薦人

推薦會員入會並使其成為下線的會員。新會員的推薦人也可以同時是安置人。

安置人變更申請書（入會 10 日內）

新會員入會的 10 日內，得申請更改安置人。

營利事業須繳交文件

公司營業登記證、組織章程、合夥協議、經營協議、信託文件或商業實體的其他相關文件。

外部網站

會員之個人網頁，或非 4Life 伺服器所經營、亦非 4Life 官方連結的會員作為經營 4Life 事業用途的網頁。除傳統網頁外，在部落格平台上經營的部落格或網頁，宣傳 4Life 產品和/或 4Life 的機會皆被視為外部網站。

家庭單位

生活在同一地址或在同一地址開展業務的配偶、家庭伴侶和受撫養子女。

層

在會員的組織中，會員的安置下線和會員之間的關係。此詞指涉會員與特定上線會員之關係，取決於其間有安置關係之會員的人數。例如：A 是 B 的安置人、B 是 C 的安置人、C 是 D 的安置人、D 是 E 的安置人，則 E 是在 A 的第 4 層。

個人產品積分 (LP)

個人產品積分(Life Point)，每個用於計算佣金與獎金的 4Life 產品皆有積分值。會員獎金來自於每位會員及其組織中所售產品的總積分值。

獎勵計畫

4Life 會員專屬的獎勵計畫。

4Life 個人專屬網站(MyShop)

由 4Life 提供給會員所使用的專屬網站。會員必須登入 4Life 網站。會員預設 URL 為「www.4Life.com/<4Life_會員編號>」。此預設會員編號若要更動，將依據政策與程序 3.2 的規範，且需經 4Life 相關部門核准。

4Life 官方資料

4Life 設計、印刷、出版和/或分發給會員的文宣、影音以及其他資料。

政策

本政策及程序。

個人業績(PV)

個人業績 (Principle Volume) 意指會員在個人產品積分(LP)的計算總額。包括：(1) 會員為個人使用或重新銷售而訂貨之積分，(2) 顧客在其 MyShop 之顧客購買及以該會員帳號訂貨之積分。

產品價目表

4Life 給會員直接自 4Life 購買之隨時更新之產品價目表。位於 4Life.com 且另有印刷形式。

社群媒體

任何異於傳統媒體只傳遞訊息，但不允許閱聽人參與創設話題、發展、討論、回應內容的網路媒體，歡迎、開放、允許對話、討論或由使用者發起話題。典型的社群媒體包括但不限於部落格(Blogs)、臉書(Facebook)、IG(Instagram)、推特(Twitter)、LinkedIn、Pinterest、YouTube。

安置人

新會員在組織中的上層直屬會員。新會員的推薦人也可以同時是安置人。

附錄 1、多層次傳銷管理法

多層次傳銷管理法

中華民國 103 年 1 月 29 日 華總一義字第 10300013741 號

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滅失之價值，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，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。

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。

附錄 2、多層次傳銷管理法施行細則

多層次傳銷管理法施行細則

中華民國一百零四年十月七日公平交易委員會公法字第 10415608581 號

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

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。

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

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。

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

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。

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，不及於其他傳銷商。

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

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。

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

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。

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

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。

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，應載明其事實。

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、違法後悛悔實據及配合調查等態度。

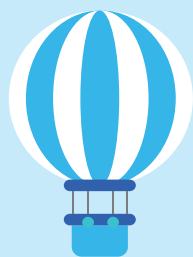
第 20 條

本細則自發布日施行。



財團法人多層次傳銷保護基金會

Multi-Level Marketing Protection Foundation



互助互信互利 共創傳銷榮景



專業 知能

教育訓練

每年不定期在全台舉辦中小型教育宣導會，協助傳銷商、傳銷事業更加認識傳銷產業，並瞭解自己的權益。

研討會

為傳保會年度大型活動，針對傳銷法令議題邀請學者專家進行研討與建議。

法令 遵循

法律諮詢

由優秀律師提供諮詢、協助解答多層次傳銷相關的法律問題，歡迎來電預約。

檢舉獎金

為杜絕違法傳銷行為，如發現有公司未向公平會報備就進行傳銷行為，或以吸金等方式進行變質傳銷，歡迎檢具證據資料向公平會或檢調單位檢舉，傳保會並提供檢舉獎金。



財團法人多層次傳銷保護基金會

Multi-Level Marketing Protection Foundation

地址：104509台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

服務電話：(02)2546-1636 傳真：(02)2546-1096

服務信箱：foundation@mlmpf.org.tw

傳保會



LINE@



facebook



YouTube



十大任務

傳保會任務為協助解決傳銷民事爭議，並增進傳銷法令知識。

- 一、調處多層次傳銷事業(以下簡稱傳銷事業)與傳銷商間之多層次傳銷民事爭議。
- 二、協助傳銷商提起訴訟。
- 三、代償及追償傳銷事業因多層次傳銷民事爭議，而對於傳銷商所應給付之金額及損害賠償。
- 四、管理及運用保護基金、年費及其孳息。
- 五、協助傳銷事業及傳銷商增進對多層次傳銷法令之專業知能。
- 六、協助辦理教育訓練活動。
- 七、提供有關多層次傳銷法令之諮詢服務。
- 八、輔導及評鑑傳銷事業與傳銷商間紛爭處理機制。
- 九、獎勵檢舉違反多層次傳銷管理法第六條及第十八條之行為。
- 十、辦理其他有利傳銷商權益保障及多層次傳銷業發展之相關事項。



爭議調處

第三方調處機制，共創和諧雙贏

- 一、傳銷事業及其傳銷商之間的傳銷民事爭議，可以請傳保會調處委員會協助雙方溝通協調。
- 二、申請要件
 - (一) 調處案件須為雙方因為多層次傳銷所產生的民事爭議，如：退貨、獎金發放、停止傳銷權等。
 - (二) 調處案件須未曾向傳保會申請過調處。

調處程序

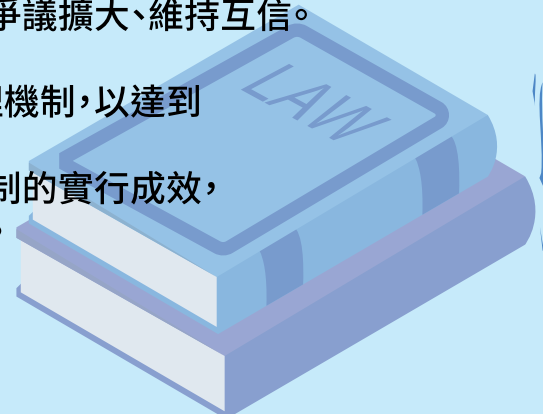
調處申請 → 審查 → 調處 → 程序終結

輔導評鑑

輔導及評鑑傳銷事業的紛爭處理機制

傳銷市場蓬勃發展的同時，產業內對於紛爭解決的需求亦應運而生，如果傳銷事業具備健全的紛爭處理機制，除可解決與傳銷商的爭議案件，也可避免爭議擴大、維持互信。

- 一、輔導：傳保會協助傳銷事業內部建立或完善其紛爭處理機制，以達到有效減少紛爭及爭議訴訟案件的可能性。
- 二、評鑑：配合輔導，再透過評鑑檢視傳銷事業紛爭處理機制的實行成效，強化傳銷商對產業信心的同時亦提升產業自律的形象。



中華民國直銷協會商德約法

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：

- 商德約法督導人：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 協會

每一個國家的直銷協會須承諾採用商德約法主要條文作為營業守則，以作為加入並繼續保有世界直銷聯盟會員資格的條件。

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 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。

1.5 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。

1.6 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。

1.7 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。

1.8 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 表明身份

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階銜考核或維持階銜身分者，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階銜考核或維持階銜身分者，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，並需要做到下列至少一項。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：

5.2.3 商德約法聯絡人

- 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。

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之處分，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。