

書面回應者全部名單及個別意見書

Full list of Written Submissions and Individual Submissions

Name / Organisation 姓名 / 機構	Submission No. 意見書編號
來信人要求以不具名方式公開 Anonymity	<a href="#">001</a>
Fan	<a href="#">002</a>
法律為公	<a href="#">003</a>
來信人要求以不具名方式公開 Anonymity	<a href="#">004</a>
沒有署名 No name supplied	<a href="#">005</a>
黃先生	<a href="#">006</a>
Allen	<a href="#">007</a>
Danny	<a href="#">008</a>
文先生	<a href="#">009</a>
沒有署名 No name supplied	<a href="#">010</a>
香港基督教服務處 Hong Kong Christian Service	<a href="#">011</a>
沒有署名 No name supplied	<a href="#">012</a>
香港直銷協會有限公司 The Direct Selling Association of Hong Kong Limited	<a href="#">013</a>
香港中華廠商聯合會 The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong	<a href="#">014</a>
愚民	<a href="#">015</a>
經濟動力 Economic Synergy	<a href="#">016</a> , <a href="#">016A</a>
香港工業總會 The Federation of Hong Kong Industries	<a href="#">017</a>
香港直銷及經濟學會	<a href="#">018</a>
香港律師會 The Law Society of Hong Kong	<a href="#">019</a>
消費者委員會 Consumer Council	<a href="#">020</a>



09/12/2010 16:52

To &lt;pyramid@cedb.gov.hk&gt;

cc

bcc

Subject Ref: Pyramid Schemes

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

Dear Sir,

I totally agree with the new amendments proposed regarding the ordinance covering pyramid schemes. I also believe that the participants have to be treated on par with the persons establishing such pyramid schemes because the participants are also well aware of what they are doing when they take up such schemes. If participants are also held accountable, this will largely make the scheme ineffective in the first place.

I'm a middle-class Nepalese working and living here in Hong Kong for the past 10 years and I've witnessed many such pyramid schemes duping people of my ethnic background off their hard-earned money. And for the past few months, I've learnt of another such pyramid scheme which has become very popular with our people here. The company goes by the name of \_\_\_\_\_ and has several offices in \_\_\_\_\_ which we all know is a prime business district. In my opinion, the only reason they have their offices in such an expensive location is to convince their prospective victims that the company is very big, well reputed and has a very sound financial standing. To join their scheme, the participants have to pay HKD 5,000 initially which can easily grow up to HKD 70,000 depending on how aggressive the participants want to be. In return for this fee, they receive some company products which they promote as very effective medicinal products. I was baffled when one of my friends who joined the scheme told me that they have a product which can cure Gastritis and that product comes with a guarantee. Further, they have an oil-lamp which gives out scents of different types depending on the oil you use with that lamp. And surprisingly, even these oils have medical uses. One type of oil is effective in curing back pains, another is effective in improving digestion and another is effective to cure allergies like cold and sneezing. And what surprised me most is that the company claims that all their products are 100% produced in France and are certified by the relevant department of the Hong Kong Government. Many of my people have fallen victim to this scheme losing lots of money. And more surprisingly, they have now started the same business in India as well. How they did this is simply beyond me. And for the Indian market, they are using my people (Nepalese people) along with Indian people.

I would really appreciate if you could forward this e-mail to the relevant department and make some enquiries against.

Thank you.

Anonymous

FAN

12/12/2010 20:19


To pyramid@cedb.gov.hk

cc

bcc

Subject 取代層壓

☐ Urgent☐ Return receipt☐ Sign☐ Encrypt

此銷售應取代, 例如  
地居然在雜誌賣廣告, 可惡

在HK之分支,

, 佢

法律為公

To pyramid@cedb.gov.hk

cc

13/12/2010 17:48

bcc

Subject 取締層壓式計劃修例建議

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

本人反對建議「以刑責阻嚇市民參與及誘使其他人加入層壓式計劃」。政府既然認同騙子都是高IQ罪犯，罪犯必會找法例漏洞脫身，新例未必有效阻嚇騙子。「明知」是含糊的字眼，騙子唔會認自己是騙子，「明知」變成「應該估到」。如果我蠢，真係估唔到，都算犯法？如果我信朋友唔會騙我，所以冇深究，又是否算明知？

政府「以刑責阻嚇市民」的態度是不負責任、懶惰及誤解法庭的角色。新法例只會被罪犯利用，反過來阻嚇被騙者報警，或威迫被騙者繼續參與變共犯，最後變替死鬼。

法庭釋法是基於實際需要，政府有可能就每一案件重新諮詢公眾，所以法庭被授權暫代公眾決定什麼是非法。但在立法期間，立法者(政府及議員)有責任清晰界定非法行為，要求被騙者自行向法庭解釋及乞求法庭開恩是荒謬的事情。又或要求法庭界定什麼是「明知」是剝奪市民的立法權力，政府應該諮詢公眾什麼是「明知」，再清晰界定什麼是「明知」。

其實政府根本無須採用連坐法對付層壓式計劃，我建議修改《貨品售賣條例》，加入條例規管涉及介紹費的貨品、服務、會籍等銷售行為。要求收款公司預先(交易前)披露所收款項中用以支付公司以外人士的介紹費，亦要求介紹人預先(提交介紹申請前)披露自己所收利益。另凡涉及介紹費的交易，收款公司須給與消費者七天冷靜期。一般情形，介紹人應跟消費者認識，介紹費支出亦不會太多，所以我的建議對合法推廣或傳銷活動冇影响。

層壓式計劃的特点是該等介紹費支出佔消費者付出款項大部份，介紹人名單包括消費者唔認識人士，合理市民應會懷疑公司性質及履行承諾的能力。政府有需要立法保障非理性行為(例如錯信朋友)，但不應將非理性行為變成犯法行為。

市民如果不幸被騙，祇要他曾經誠實披露自己所收利益，便無須担心被牽連，亦不怕被罪犯威迫或利用。

法律為公

16/12/2010 13:42

To pyramid@cedb.gov.hk

cc

bcc

Subject public consultation on proposals to eradicate pyramid schemes

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

Dear Sir,

In my opinion, i strongly agree to criminalized anyone who collaborate with pyramid schemes.

I suggest that the law should states that the director and any sales of the companies which making profit through pyramid schemes, their personal asset is liable to claims at any level of courts if their company are found guilty of running a pyramid schemes.

Also, the organized and serious crime ordinance should apply to the pyramid schemes and the proceed of the crime should be treated the same as other organized crime.

Regards

(please do not incl. my name if published)

17/12/2010 00:40

To pyramid@cedb.gov.hk

cc

bcc

Subject 打击层压式销售，打击

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

亲爱的局长：

我是大陆人，听说你们要修改层压式销售的法例，我真是太高兴了。等了这么多年终于等到了。但请你们快点，迅速一点，害惨我们大陆人了。10万人受骗10人。随便上网都可以看到民怨沸腾的消息。我们公安机关也打不死这些老鼠屎，因为是你香港的法例有问题，允许这样的公司存在。

真的请求你们清掉这样的公司，如果这样的公司在我们大陆早就铲掉了。就是你们的法例有问题，这样的公司才可以存在10年。我的亲人沉迷，负债累累。进了的人都负债累累。这样的公司，还有那么多明星去为他们表演，迷惑我们，这些，之类的明星在台上表演，但在台下看的人都是负资产的，还在做梦自己会发达。真是亚洲大骗局。最臭传销公司，香港。被 骗过的人，以后都不愿意再去香港了。

諮詢文件大體上是可行的，不過，遺漏了一些十分重要的問題，本人下面陳述，既然有良樂意聽取，不如提出一些卑微的建議。

條例的目的就是防止會計檔案損失歸徒故意詐騙金錢的污渠暗道，但是，又怎麼整整10頁諮詢文件卻無法見到以“套架”作傳銷陰謀的字眼！（可以隱晦）字述，但是，社會上平真萬確有如此現象，點可以不針破時弊？）騙徒喪心病狂竭力推行“套架”這惡劣手段去誘騙金錢，為甚麼你們卻罕見地如此這般孤陋寡聞？！請你們不要忘記——誘騙？千千萬萬苦主的呻吟和眼淚！苦主沒有不是因“套架”而破產，沒有不是因“套架”致60萬到216萬。夫婦侯爵付之。而長期承受家庭巨大壓力而故一死了之！

這個“套架”害人子淺！我曾用電話和書信向經濟及商務發展局和警察高罪案調查科揭發過。却未知緣何——如此黑暗，怎可以輕描淡寫？

何謂“套架”？“套架”就是就是內部一間集團控股有限公司利用樓全層500個座位（經常入滿為患，企站聽訓）強迫買票“特殊訓練”，公司月收訓練金900萬元，年收過億元鉅財。“特殊訓練”換講師不換內容，照版煮碗舊瓶新酒，誘騙會員用“套架坐火箭發財”的麻醉術，只要付67,648元則可買一個人頭（免外出拉人頭）又設一間空壳公司，108萬元買16個套架，可申辦16間空壳公司，人頭壓人頭，公司疊公司，組成了層壓式傳銷。一個新會員付108萬升侯爵之後，如無拉人頭”就整月整年得個吉，毫無收入，還要月蝕4千元消費直至慘重收場！這就是集團史無前例呢騙金錢的大陰謀！是可忍？孰不可忍？

指派公爵公爵以圍坐一圈的圈會用威赫強迫手段要每個人當場表态繳交67,648元升伯爵（職稱）才可以走人。以男公爵（職級）為首的，集團六位股東每日每夜向500多個新舊會員輪翻轟炸，竭力誘呢、威赫、麻醉！誰抗拒接受“特殊訓練”者，就強迫買票！

當你被誘呢“套架”錢財流入後，他就用昂貴價錢兌換做劣貨品給你。例如香薰精油是點火的酒精，550元250毫升，市面售的30支的紅酒，收572元支，生髮水是掉髮水，700元35毫升（我不斷用，不斷大量掉髮）



b. 罰則

3.5 除建議……我們樂意聽取。

本人身受其害，洞悉其詳，有見及此，建議：

(1) 無論層壓式推銷計劃內或外都是偷樑換柱的門面功夫，都是搜腸刮肚設法達到如何誘騙金錢的目的。例如“套架”騙款，一切的前奏鋪墊，董事、經理、公爵嘔心瀝血，都是出於威嚇誘騙會員借貸“套架”充換假貨之居心，所以，集團六位股東都干犯刑事。此是事物銳變的必然結果！

(2) 因而，建議增加策劃、推行、威逼、利誘“套架”應負刑責人士的適用範圍，大力推廣、主講“特殊訓練”的董事、公爵以及操作卡通比大幅銀幕電視者，均屬犯罪。  
~~誘騙套架坐火驚發財~~ 在“特殊訓練”中

(3) 從2000年始，誘騙詐騙苦主10萬人，以人均6,648元推算，涉案70億，數目特別巨大，苦主特別龐大，影響特別惡劣，建議監禁15年及罰款500萬元。監禁7年及罰款100萬元等於隔靴搔痒，難起有效的阻嚇作用！

(4) 正在營業中。他要常加厲實施“套架”及“拉人頭”傳銷。

(5) 為公平息眾怒，“套架”“拉人頭”犯下的滔天罪行必須追溯到10年前有效。事因九零年傳銷法例355章第2第3條是正確的，現在只是修訂漏洞而已。

寄語：有血性的首長官員，有責任的警察大哥，尊貴的立法會議員，你們任重而道遠。

(本人擬作的本份報告內容全部屬實，本人所寫的情況沒有虛偽，本人愿意承受檢控之虞。)

(6) 錯別字：第3頁第二章檢討結果第三行載述應為敘述

2010年12月

Allen

&lt;

&gt;

26/12/2010 18:30

To "pyramid@cedb.gov.hk" &lt;pyramid@cedb.gov.hk&gt;

cc Allen

&lt;

&gt;

bcc

Subject Proposed Legislative Amendments to Eradicate Pyramid Scheme

☐ Urgent☐ Return receipt☐ Sign☐ Encrypt

Ordinary citizens like me may have difficulty to differentiate legitimate multi-level marketing schemes and illegal pyramid schemes. I would suggest to introduce a hotline or e-mail to answer enquires. Whenever any relevant government official receives an enquiry and he/she highly suspects there is an existence of any illegal pyramid selling activities, the relevant government official may start to directly investigate the suspected scheme. Besides, the government may consider to publish the company name if it is found to be an illegal pyramid scheme.

allen( )

<  
30/12/2010 16:03

> To <pyramid@cedb.gov.hk>  
cc  
bcc

Subject Public Consultation

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

Dear Sir,

In nowadays HK, we can easily purchase whatever products/services we needed from shops/outlets or thro' vast media e.g. Internet, phone etc, without the need of multi-level marketing/direct selling schemes.

These kind of schemes are obviously have no economic purpose but provided a platform for criminals to recruit naive but greedy individual to assist the expansion of such tumour.

Unless the SAR Government has the courageous to prohibit all multi-level marketing/direct selling activities, I don't think the proposed amendment can rectify the problem.

Best regards,

Danny

to: citbenq@cedb.gov.hk

2011/01/04 12:21

From: Unbalance Man

To: citbenq@cedb.gov.hk

致商務及經濟發展局  
與工商及旅遊科有關citbenq@cedb.gov.hk 電: (852) 2918 7500 傳真:(852) 2840 1621  
香港 金鐘道88號 太古廣場一期29樓

1月4日2011年

備註:有關打擊層壓式銷售

主持公司:

地址:

熱線服務:

取貨地址:

1. 藉著參加者(經銷商)個人發展事業一定要經銷商親自拉攏2個新人做左右手才可發展個人事業(新經銷商第一次入會要300點)
2. 其二 - 點數一定由左(002),右(003)兩邊由下而上到自己001, 左買了1200點及右買了1200點, 金字塔形式上到自己001, 才會出港幣2,300元支票給001
3. 若沒有左右手 - 已買點數(BV)會在一年之後自動取消
4. 如點數只是001自己購買並分配到自己002 及 003 戶口,超過1200點便當失誤歸零
5. 在這金字塔形式銷售下, 所有參加者要不斷拉攏新人入會(附圖1)
6. 購買產品有不同點數劃分, 點數便是金錢, 平均港幣12元一點
7. 諸多藉口 - 如沒有做1000表格 - 便取消300點, 令經銷要重新再投放金錢
  - 沒有自動出貨又取消點數
  - 更強迫經銷商以 為開電腦首頁
  - 強制接收 資訊這不必要條文
8. 做推廣 只是 信用卡先, 其他信用卡押後, 若貨推廣完, 其他卡者便沒優惠價買推廣產品
9. 是網上營運公司, 有網上合作的伙伴商店, 硬要經銷商每月向伙伴商店購物滿港幣390元才可有IBV(incentive business volume)
10. 若介紹客人到經銷商網站購物, 客人有現金回贈, 儲滿港幣500元, 可以通知 取回, 但 解釋, 是美國公司要扣稅, 若取回只有七除八扣, 這樣對經銷商及客人也不公平
11. 初入會要繳付入會年費HKD790元, 網上平台祕書費每月HKD150元, 每個月一定要經銷商自動出貨50點, 100點 或 150點, 要維持戶口活躍, 否則扣除經銷商點數及終止營運
12. 辦公時間由星期一至五中午12:00 - 晚上8:00, 星期六早上10:00 - 晚上6:00星期日休息, 太遲上班和太早下班及星期日沒辦公, 剝削經銷商購貨而令點數取消
13. 顧客查詢服務電話3512 9198 星期一至五中午12:00-晚上8:00星期六日休息大大不方便經銷商查詢
14. 要到 上堂, 費用由港幣50, 100元, 150元, 200元及購買大會票港幣800元都是榨取經銷商金錢

以上種種都是 所定的制度, 經銷商拉人頭是 所教導,

懇請當局立法時考慮針對公司並不是打擊要付出血汗錢的小小經銷商

敬希有關當局嚴厲處理  
有勞待覆

有任何問題, 敬請聯絡 申訴人 先生 電郵 :

wai wu

To pyramid@cedb.gov.hk

cc

14/01/2011 21:41

bcc

Subject 遞交意見

☐ Urgent☐ Return receipt☐ Sign☐ Encrypt

本人認為法律上即使加入參與者會受刑事的懲罰,但依然無法根治該問題,原因是證明該人物動機和搜集該犯罪者的犯罪證據是非常困難的,不過個人認為參與者受到刑責的法例是一定需要的,因為亦有阻嚇作用,個人認為,可考慮參考律師公會的做法,要入會才可以經營,這樣正常和合理的公司可以一直不受影響,而不法之徒亦除法律以外,有多一個客觀點去量度是否能經營該業務



香港基督教服務處  
HONG KONG CHRISTIAN SERVICE

全人關心 卓越創新  
care for all excel in all

香港金鐘道 88 號  
太古廣場一期 29 樓  
商務及經濟發展局  
工商及旅遊科  
特別職務部

執事先生:

傳真: 2869-4420

香港基督教服務處  
對《取締層壓式計畫修例建議公眾諮詢》的意見

本處認為層壓式推銷手法對社會及受騙人士帶來巨大損失，因此贊同商務及經濟發展局就《禁止層壓式推銷法條例》進行修例，以加強阻嚇作用。另外，本處對是次諮詢文件的詳細建議有以下的意見：

1. 贊成商務及經濟發展局就建議的方向對“層壓式計畫”的定義進行修訂。
2. 贊成任何人如明知而設立、管理或推廣層壓式計畫，即屬干犯《禁止層壓式推銷法條例》的罪行。
3. 贊成提高《禁止層壓式推銷法條例》所訂罪行罰則。

行政總裁吳水麗

二零一一年一月十四日

聯絡地址：尖沙咀加連威老道 33 號 聯絡人：陳志慧小姐 電話：2731 6236  
電郵：[researchscb@hkcs.org](mailto:researchscb@hkcs.org) 傳真：2724 3655



香港社區服務局  
A MEMBER AGENCY OF  
THE COMMUNITY CHEST

中國香港特區九龍加連威老道33號  
33 Granville Road, Kowloon, Hong Kong SAR, China  
Tel +852 2731 6316 Fax +852 2731 6333  
[info@hkcs.org](mailto:info@hkcs.org) [www.hkcs.org](http://www.hkcs.org)

Game Frankie

To pyramid@cedb.gov.hk

cc

24/01/2011 18:46

bcc

Subject 取締層壓式計劃意見

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

本人欲就以上修例提出意見:

1. 諮詢文件中提及政府不想就正當的多層形式傳銷推廣計劃造成過度監管, 但正當的多層形式傳銷推廣中, 會員也會招攬新會員而透過新會員購買貨品而獲得佣金, 這樣做會否跌入如諮詢文件3.1中"藉招攬新會員而從中獲得利益"的範圍.

2. 請政府清楚界定想規管的層壓式計劃是否泛指一些以高回報投資為招徠, 以後來投資者金錢來支付早來投資者回報 (不論該早來投資者有否介紹後來投資者), 最後因沒有新投資者加入而爆煲的計劃. 如果係的話, 因為政府未有清楚說明, 不斷只以"層壓式"稱呼該等計劃, 令公眾/媒體以至執法人員對一些正當的多層形式傳銷推廣計劃造成誤解和不公平的評價/標籤.....這個現象並非無矢放的; 在 貴局官員宣佈作出諮詢的記者會上, 有記者竟提問並以健身院會員介紹朋友入會並得到優惠會否隨入規管範圍, 從這例子便可知道社會人士對什麼是"層壓式推銷"的認知是何其薄弱.....





**The Direct Selling Association of Hong Kong Limited**

A member of the World Federation of Direct Selling Associations  
www.hkdsa.org.hk

013

**BY MAIL & BY FAX (852-2869-4420)**

January 25, 2011

Special Duties Division,  
Commerce, Industry and Tourism Branch,  
Commerce and Economic Development Bureau,  
Level 29, One Pacific Place,  
88 Queensway, Hong Kong

Dear Sirs,

We refer to the Public Consultation Paper on Proposed Legislative Amendments to Eradicate Pyramid Schemes issued by the Commerce, Industry and Tourism Branch of the Commerce and Economic Development Bureau in December 2010 (hereinafter referred to as the "Consultation Paper").

We note the government's objective as set out in the Consultation Paper is not to hinder the operation and development of legitimate multi-level marketing schemes. On this basis, we are in general supportive of the government's directions in closing the loopholes in the current legislation as it is in line with the interest of the legitimate multi-level marketing business as well as the public at large. We agree to maintain the regulatory approach currently adopted in Hong Kong so as to avoid over-regulation of legitimate multi-level marketing schemes. Such approach is in line with international practices and appropriate to our legal and economic environment. We also agree that the Ordinance should be amended so as to make it more effective in combating the pyramid scheme; in particular, those designed to get around the current legislation.

Our comments on the proposed amendments are as follows:-

**A. Definition of "Pyramid Scheme"**

The scope of the proposed definition of "Pyramid Scheme" in the Consultation Paper is wide and we are concerned that this may have an adverse impact on legitimate multi-level marketing schemes.

#### "Payment (or other consideration)"

It is a common practice in the legitimate multi-level marketing businesses to require new participants to purchase information packs or starter kits containing basic information and materials of the businesses including forms, sales commission plan, code of conduct, policy etc. This is to enable the new participants to gain a better understanding of the business and the products. Usually, the information pack or starter kit is sold at a nominal price or at cost and cannot be resold. No commission will be given to any participants in respect of the information pack or starter kit.

We are concerned that the payment for the information pack or starter kit may be caught under the proposed amendments. We consider that the "participation payment" and "other consideration" should be clearly defined to ensure the purchase price for the information pack or starter kit in legitimate multi-level marketing schemes will not be caught. In fact, in the legislation of other jurisdictions (such as Singapore), the purchase of sales demonstration equipment and/or materials at a price not exceeding their cost is expressly allowed.

#### "Induced by the prospect held out to the new participants"

The proposed definition refers to the inducement of a participation payment by the prospect held out to new participants that they will be entitled to receive a benefit (financial or otherwise) in relation to introduction of further new participants. Under this approach, we are concerned that legitimate multi-level marketing schemes may be affected.

Although pyramid selling schemes and legitimate multi-level marketing schemes are distinguishable in that the participants in pyramid schemes are rewarded primarily based on the number of new participants introduced by them rather than selling genuine products or services, both types of schemes share certain common features. The participants in both pyramid selling schemes and legitimate multi-level marketing schemes may recruit further new participants so as to increase their entitlement to rewards. In legitimate multi-level marketing schemes, the recruitment of further participants is for expansion of the network through which the genuine products or services can be sold for earning rewards. In pyramid schemes, the mere recruitment of new participants without genuine sales may entitle the referring participants rewards. Very often, both pyramid selling schemes and legitimate multi-level marketing

schemes may require the participants to make certain participation payments upon joining.

In a legitimate multi-level marketing scheme, the participants may receive a benefit (such as expansion of selling opportunity for earning rewards) by introduction of further new participants. In fact, this may be a major reason for the participants joining the legitimate multi-level marketing scheme so that they can have the prospect of earning rewards through sales of products or services through the network. If the proposed amendments are adopted, it may be argued that the participation payment in legitimate multi-level marketing schemes is induced by the prospect held out to the new participants that they will be entitled to receive a benefit (such as expansion of selling opportunity).

As mentioned in the Consultation Paper, the fundamental problem of pyramid schemes is that there is not a genuine business objective and modus in effecting sales organization of products and/or services which are based on genuine market value benchmarked. We understand it may be the design of the proposed amendments to leave as much basis and criteria flexible to account for the many and various tactics of dubious trade practices of the day.

In a pyramid scheme, the participants will be induced to participate and pay the participation fees because of the false perception that they will be entitled to a share of the participation fees paid by the further new participants that they recruit. We suggest refining the proposed definition of "pyramid scheme" along this line.

"Benefit (financial or otherwise) substantially relating to"

As mentioned above, the meaning of "benefit" is not clearly defined. If the proposed amendments are to be construed broadly, the meaning of "benefit" can be very wide and may embrace expansion of the selling opportunity.

Further, the proposed adoption of "substantially relating to" may be interpreted to incidentally cover benefits obtained "as a result" of the introduction of another participant. We note that the UK and Australian legislations use the term "in relation to" in their equivalent legislations. However, case law in both jurisdictions has evolved such that the term "in relation to" is now more narrowly interpreted to mean "for" the introduction of further new participants. Case law has so evolved as

legitimate direct selling operations were brought to Court and argued to be pyramid selling schemes. We list two such examples below:-

In a recent UK High Court case, it was argued that

“the offence [of pyramid selling] does not require the prospect being held out of payment "for" the introduction of other persons but such payments "in respect of" the introduction of other persons, and that a payment can be made "in respect of" the introduction even if it is not "for" the introduction...if you hold out the prospect of a payment "as the result of" the introduction of another participant (even if some other conditions have also to be fulfilled) then the offence is committed.”

This argument was rejected by the judge, and the decision was subsequently affirmed by the Court of Appeal in 2009.

In the same way, this argument was considered in the Australian case of Australian Communications Network Pty Ltd v. Australian Competition & Consumer Commission [2005] FCAFC 221 at paragraphs 33 to 43. The Federal Court of Australia, after considering the position in other jurisdictions, and the intention of the legislator concluded

“that the vice inherent in pyramid selling schemes is the reward, that, as a matter [of] substance, is given directly or indirectly, for the introduction of new participants, rather than a reward based on sales or other such activities by a participant or others introduced by participants.”

Notwithstanding the adoption of “in relation to” in the legislations, the position in both jurisdictions is that the legislation should be construed narrowly and may be more appropriately understood nowadays to include only those benefits given *for* the introduction of further new participants.

We note the Consultation Paper’s proposal is to adopt the phrase “substantially relating to”, which we consider may not be effective in eliminating the uncertainty that existed in the legislations of UK and Australia as we outlined above. “Substantially” is a subjective term, and is likely to be open to interpretation and therefore may cause further uncertainty. As was argued before the UK Court and the Australian Court, the adoption of the phrase “relating to” (which is similar to “in

relation to") may be interpreted to cover the benefit obtained as a result of the introduction of new participants including the expansion of selling opportunity for earning rewards or the rewards earned based on sale, thereby affecting legitimate multi-level marketing schemes.

In order to prevent legitimate activities such as rewards received from the subsequent activities of the introduced participants from falling under the proposed amended legislation, we submit that the government should consider following the interpretations adopted by the Courts of UK and Australia and adopting an expression with sufficient certainty to that effect.

In the light of the aforesaid, we propose to refine the proposed amendments as follows:-

"to define "pyramid scheme" as a scheme in which new participants must make a payment and such a payment entirely or substantially induces the new participants to perceive that they will be entitled to receive a payment for introduction of further new participants."

We also propose to add an express proviso to ensure payment for genuine purchases of information packages or starter kits at a nominal price or at cost will not be regarded as "participation payment".

B. Pyramid scheme whether or not there is marketing or supply of goods or services (or both)

We welcome the government's proposal to close the loopholes of the current legislation raised in the two Court of Appeal judgments in 2003 and 2004. We agree that the definition of "pyramid scheme" should be formulated in a way to eliminate the current requirements of (i) selling of goods or services and (ii) selling of goods or services by participants.

C. Scheme involving marketing or supply of goods

The proposed amendments set out several factors which the Court may have regard to in deciding whether a scheme involving the marketing or supply of goods or services (or both) is a pyramid scheme. We understand that this allows for flexibility in the legislation to deal with the ever-evolving pyramid schemes.

However, it is unclear from the Consultation Paper as to whether such factors will form an independent basis for the Court to decide whether a scheme is a pyramid scheme or not. If this is so, we are of the view this will create great uncertainty as to what activities will amount to a "pyramid scheme" and may significantly affect the operations of legitimate multi-level marketing schemes.

Our view is that the factors should only be considered if (i) the scheme fall within the definition of "pyramid scheme" as mentioned in Part A above and (ii) such scheme involves marketing or supply of goods or services (or both).

Further, for the similar reasons set out in Part A above, we suggest replacing "benefit receivable" by "payment receivable". We also propose revising the last paragraph of the second factor by adding "and/or services" after "comparable products".

#### D. Criminal liability & penalty level

As the association for legitimate multi-level marketing companies, we agree to stringent penalties being imposed on illegitimate pyramid schemes. As long as "pyramid scheme" is defined with sufficient certainty as per our comments set out in Part A, we have no comment to the Consultation Paper's proposal to impose criminal liability to those persons who induce or attempt to induce other persons to participate in such schemes with the knowledge that the benefits they may get from joining are entirely or substantially derived from the introduction of further new participants.

In relation to the penalty level, we have no comment to the proposed maximum penalty of 7 years and a fine of HK\$1 million on conviction upon indictment.

We hope the government could take into account our comments. We shall be pleased to discuss the above, if necessary.

Yours faithfully,

Ms. Angela Lau  
President  
Direct Selling Association of Hong Kong



014

香港中華廠商聯合會  
The Chinese Manufacturers' Association of Hong Kong  
(一九三四年成立 Established in 1934)

同心展關懷  
caringorganisation  
Awarded by The Hong Kong Council of Social Service  
香港社會服務處頒發

**永遠名譽會長**  
Permanent Honorary  
Presidents

洪祥保先生 JP  
Mr C P HUNG  
倪少傑先生 SBS OBE JP  
Mr NGAI Shiu Kit  
朱祖遜先生  
Mr Lawrence C H CHU  
梁敬榮先生 SBS MBE JP  
Mr Herbert LIANG  
陳永傑先生 SBS OBE JP  
Mr CHAN Wing Kee  
楊孫西博士 SBS SBS JP  
Dr Jose S S YU  
洪克協先生  
Mr Peter H H HUNG  
尹德麟先生 SBS SBS JP  
Mr Paul T S YIN

**會長**  
President  
黃友嘉博士 JP  
Dr David Y K WONG

**立法會代表**  
Legco Representative  
林大輝議員 SBS JP  
Dr the Hon LAM Tai Fai

**副會長**  
Vice Presidents  
羅富昌先生 JP  
Mr LO Foo Cheung  
(第一副會長 First Vice President)

施榮懷先生  
Mr Irons SZE  
倪錦輝博士 JP  
Dr Danny K F NGAI  
李秀恒博士 SBS  
Dr Eddy S H LI  
顧美齡女士 JP  
Mrs NGAN NG Yu Ying Katherine  
陳淑玲小姐  
Ms Shirley S L CHAN  
吳永基先生  
Mr Jimmy W K NG  
徐炳光博士  
Dr Edward P K TSUI  
楊志雄先生  
Mr Johnny C H YEUNG

**總務委員會主席**  
Chairman  
General Affairs Standing  
Committee

施榮懷先生  
Mr Irons SZE

**財務委員會主席**  
Chairman  
Finance Standing Committee

羅富昌先生 JP  
Mr LO Foo Cheung

**行政總裁**  
Chief Executive Officer

梁世華先生 SBS  
Mr Paul S W LEUNG

香港金鐘道 88 號  
太古廣場第一期 29 樓  
商務及經濟發展局(工商及旅遊科)  
劉吳惠蘭局長太平紳士  
(傳真號碼: 2918 7449)

尊敬的劉局長:

多謝 貴局於十二月七日的來信。有關「取締層壓式計劃修例建議」, 本會經研究後, 意見如下:

1. 本會贊成有關「層壓式計劃」定義的修訂建議, 並認為新定義有助於釐清灰色地帶和堵塞現有《條例》存在的漏洞, 為打擊層出不窮的不良層壓式推銷活動奠定更完善的法律基礎。本會亦贊成諮詢文件中的其他主要建議, 包括擴闊及明確相關罪行的定義、為不知情的廣告出版人提供免責辯護、以及提高罪行的最高罰則。
2. 至於讓參與層壓式計劃人士亦負起刑責, 本會則持保留態度。一方面, 層壓式計劃的參與者對社會的危害程度明顯輕於計劃的「始作俑者」, 故二者所應承擔的責任和受到的法律制裁不宜等量齊觀。另一方面, 參與層壓式計劃的人士往往是普通市民, 尤以教育程度較低者更容易被誘上當, 他們未必有足夠的知識和信息去判斷所參加的計劃是否合法; 而法庭在裁定時, 亦較難分清「明知故犯」和「無知之過」二者的分別。本會擔心, 為參與者引入刑責恐會導致規管過度, 亦會帶來執法上的困難。

對於以上建議, 如有任何查詢, 請聯絡本會總經理顏紅曉先生(電話: 2542 8631)。

敬頌  
政祺!

香港中華廠商聯合會  
行政總裁 梁世華

二零一一年一月二十七日

**總辦事處**  
HEAD OFFICE

香港中環干諾道中64-66號廣商會大廈  
CMA Building,  
64-66 Connaught Rd Central, H.K.  
電話 Tel: 2545 6166 / 2542 8600  
傳真 Facsimile: 2541 4541  
網址 Web Site: <http://www.cma.org.hk>

**旺角辦事處**  
MONGKOK OFFICE

九龍旺角彌敦道664號  
惠豐中心701-2室  
Room 701 2, Wai Fung Plaza,  
664 Nathan Road,  
Mongkok, Kowloon  
Tel: 2393 2189

**觀塘辦事處**  
KWUN TONG OFFICE

九龍觀塘巧明街111-113號  
富利廣場23樓6室  
Room 6, 23/F, Futura Plaza,  
111-113 How Ming Street,  
Kwun Tong, Kowloon  
Tel: 2344 3380

**廣州代辦處**  
GUANGZHOU OFFICE

中國廣州中山七路85-99號廣東抽紗大廠1605室  
郵編: 510145  
Rm. 1605, Guangdong Artex Bldg.,  
85-99 Zhong Shan Rd. 7, Guangzhou, China  
P.C.: 510145  
Tel: (86) (20) 8129 8969

**廠商會檢定中心**  
CMA TESTING & CERTIFICATION LABORATORIES

新界沙田火炭黃竹洋街9-13號仁興中心1302室  
Room 1302, Yan Hing Centre,  
9-13 Wong Chuk Yeung St, Fu Tan, Shatin, NT  
Tel: 2698 8198 Fax: 2695 4177  
Web Site: <http://www.cmatcl.com>  
E-mail: [info@cmatcl.com](mailto:info@cmatcl.com)

將' 上市,納"層壓式傳銷"為特首藍圖中的香港第七大產業 全1頁

於上世紀末入侵香港,在香港特區政府刻意栽培下,茁壯成長.於 月假亞洲國際博覽館舉行.澳門特區花3年時間立法,迫使 ) 有限公司. 結業. 從這事件可見香港特區政府目光遠大,胸襟廣闊. 在10年艱辛發展期中,集團克服無數挫折,包括 遊行,抗議,絕食,企跳,自焚,臥軌等負面新聞,仍不忘企業社會責任---在九牛中拔出一毛,捐贈. 而此次當局發出諮詢文件---取締層壓式計劃修例建議---實出於無奈. 追源溯始,得歸咎於有議員於 答問大會中,就"借貸做傳銷,19歲女生破產"事件,當面質詢特首而引發的.由於事件背後似有勢力支持(不排除包括官員,議員...),修例肯定事倍功半,甚或有意無意,似是而非地提供更多法律上的灰色地帶,提升集團的應變能力.從諮詢到修例,到通過,到生效,閒閒地也要兩,三年,以往相關案件中,集團多置身事外.本愚民就不相信集團會改變本質,更不會結業. 只要重整架構,重新部署策略,高度自我保護,又豈有不應刃而解的道理? 少擔心!!!

商務及經濟發展局局長說得好(2009年11月18日):特區政府鼓勵及支持自由開放貿易,並致力提供有利營商環境,前提是必須合法進行....要合法?最佳選擇是將集團上市,成立 香港特區政府持股份51%,

餘下25%公開發售. 公務員可以股代薪優先認購,以確保股東質素.特首持爵士勳銜,順理成章成為榮譽主席,執行董事應包括商務及經濟發展局局長(與目前總裁齊齊負責集團運作),律政司司長(任集團法律顧問),警務處處長(負責鎮壓遊行示威及查案),如此一來,無往而不利矣!

十多萬公務員中,只要有一半優先認購成為股東並加盟為兼職傳銷商,每人招攬2-5個下線,下線再如此這般延續下去...,遲早組成一支勢不可擋的傳銷大軍.屆時滿朝盡是公,侯,伯爵,..每年的股東大會勢必成為特區盛事.營業額與股價齊飆升,晉身為 指數成份股,指日可待.

作為合法層壓式傳銷行業的龍頭股,更應把握機會收購,併購其他層壓式傳銷集團,將其合法化,方不負特區政府期望.更應透過CEPA安排,以合法地位,首先重奪澳門特區市場,繼而昂首步入國內,取代國內的非法地下層壓式傳銷組織.建立世界級的合法層壓式傳銷事業的地位,創立特區第七大產業,將香港經濟自由度再推向巔峯.遙望遠方,隱約看到"

典禮2019"的龐大LED顯示屏,在璀璨奪目的煙花與悠揚音樂中,與祖國齊齊慶祝建國70週年. 此情此景,夫復何求? 此致

商務及經濟發展局 工商及旅遊科 特別職務部

日期: 2011年 1月 25日

愚民 上



致：商務及經濟發展局

### 回應《取締層壓式計劃修例建議》諮詢文件

1. 俗稱「老鼠會」的「層壓式計劃」並非正當經濟活動，更往往令參與者蒙受損失，應設法杜絕。經濟動力贊成當局修訂法例，更新及完善「層壓式計劃」的定義，同時把刑責擴展至明知故犯的計劃參與者，堵塞現時《禁止層壓式推銷法條例》的漏洞，以免不法之徒藉此行騙。
2. 然而，「層壓式計劃」與「多層式傳銷推廣」有不少類似之處，不但市民及業界容易混淆，海外經驗亦發現執法時有機會出現爭議，我們促請政府在修例外，同時加強向工商業界及市民的教育及宣傳，以免市民誤墮法網，並令合法的傳銷企業被錯認成「層壓式計劃」。

#### 「層壓式計劃」定義

3. 《禁止層壓式推銷法條例》於 1980 年訂立，至今已 30 年，有關「層壓式計劃」定義不合時宜，如《條例》第 2(b)條，隱含「層壓式計劃」必須涉及銷售貨品或服務的意思，令不涉銷售產品的計劃不屬《條例》涵蓋範圍，過去部分案件因此難以入罪，或只能以其他相關法例作出檢控。
4. 我們認同，政府需要修訂現行法例中的「層壓式計劃」定義，堵塞法例漏洞。諮詢文件提出，更新「層壓式計劃」定義為：
  - 新參與者必須支付款項(或其他代價)，而誘使他們支付相關款項或代價是完全或主要因為新參與者有權介紹其他新會員並因此而從中取得利益(財務或其他方面利益)；
  - 不管參與者或其他人或實體有否推銷或供應貨品或服務(或貨品及服務)，均可以被視為「層壓式計劃」。
5. 換言之，「層壓式計劃」不一定牽涉貨品或服務的銷售，而是以「計劃有否強調參與者在介紹新參與者時有權從中得益」，以及「新參與者支付的款項與貨品或服務價值兩者的關係是否合理」為考慮因素，相信能堵塞漏洞，有助促進正當傳銷行業的發展。

齊心激發無窮動力！  
SynergyIgnitesInfiniteEnergy!

### 避免混淆「層壓式計劃」與「多層式傳銷推廣」

6. 不過，我們關注「層壓式計劃」與「多層式傳銷推廣」有類似之處，例如兩種計劃均設「上線」及「下線」的多層結構、會員介紹新會員會獲得直接或間接的報酬，但「層壓式計劃」主要或純粹是瓜分新會員的參加費而獲利，「多層式傳銷推廣」則真正銷售貨品或服務，會員報酬按貨物或服務的銷售額而定。
7. 如澳洲2005年案例「Australian Communications Network Pty Ltd (ACN) v Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)」，ACCC入稟控告電訊服務供應商CAN，指ACN向介紹新成員的會員發放報酬，而會員加入須付499澳元的「參加費用」，每年亦須付163.9澳元續會，法庭在初審時判ACN敗訴，認為會員所獲「報酬」與介紹新會員有關。
8. 但其後ACN向Full Federal Court上訴得值，法庭指ACN會員不能單憑介紹新會員而獲「報酬」，而是按其介紹的新會員購買電訊服務的帳單金額而定，所有「參加費用」亦是由ACN收取，裁定ACN的多層式傳銷不屬「層壓式」，ACCC其後申請上訴失敗。
9. 從有關個案反映，不但市民及業界容易混淆「層壓式計劃」與「多層式傳銷推廣」，執法時亦容易出現爭議，因此政府須加強相關的教育推廣，教導市民分辨，避免被騙取金錢，或令正當傳銷活動被誤會「層壓式計劃」，並須給予業界清晰指引，以免企業誤墮法網。

### 提高罰則

10. 當局建議提高對參與「層壓式計劃」的刑罰，包括：
  - 建議明知加入計劃所得利益是完全或主要來自介紹其他新參與者，而又曾誘使他人參加層壓式計劃的人士，應與明知而設立、宣傳或管理層壓式計劃的人士一樣，受刑事懲處，其最高刑罰亦相同；
  - 最高罰則由罰款 10 萬元及監禁 3 年，提升至罰款 100 萬元及監禁 7 年

11. 由於計劃要依賴參與者介紹新人才能延續，為加強參與「層壓式計劃」的阻嚇力，我們認同「參與者」應與「設立、推廣或管理計劃的人」(即策劃者)同樣受到法律制裁。
12. 目前澳洲、愛爾蘭、新加坡及澳門的相關法例，「參與者」亦同受法律制裁，前三地「參與者」與「策劃者」的最高刑罰相同，而澳門於 2008 年 6 月實施的新法例，對「參加者」採較低的最高刑罰，為 6 個月監禁及 60 日罰金(每日罰金由 50 元至 1 萬元不等)，不知情者則最高判 60 日罰金；「策劃者」刑罰最高可監禁 10 年及 600 日罰金。
13. 「策劃者」與「參與者」在推動「層壓式計劃」上，角色畢竟有主次之分，其最高刑罰應有所分別，以反映罪行的嚴重性，亦有部分「參與者」受親友影響而加入，對「層壓式計劃」未必知情。
14. 我們認為，政府可參考澳門的分級制刑罰，「參與者」無論是否知情，同樣負上法律責任，並設立具阻嚇力、但低於「策劃者」的最高刑罰，而法例須明確指出，法庭判罰時須考慮「參與者」是否明知故犯、參與程度及所獲利益等因素，或為不知情者設抗辯，以免過猶不及，令市民對合法的「多層式傳銷推廣」亦避如蛇蠍，影響傳銷行業營運，同時加強相關的宣傳，教導市民避免墮入「層壓式」陷阱。

經濟動力  
2011 年 1 月 31 日

**"Ivy Tse"**

To "Pyramid CITB" &lt;pyramid@cedb.gov.hk&gt;

cc

23/03/2011 09:51

bcc

Subject RE: 取締層壓式計劃修例建議公眾諮詢

☐ Urgent ☐ Return receipt ☐ Sign ☐ Encrypt

致商務及經濟發展局：

首先感謝局方聆聽本會意見，然而我們關注 貴局提交立法會以匯報諮詢結果的文件中，所引述我們的意見，與我們的原意有所出入。

文件的第13段指：「經濟動力(意見書編號016)更提議，所有參與者，不論知情與否，一律應負上刑責，但不知情人士應獲得寬待。」

這與本會的意見原意有所出入。

我們對「知情參與者的刑責問題」的立場，是同意 貴局諮詢文件所提出的定義，即：「明知加入層壓式計劃所得利益是完全或主要來自介紹其他新參與者，而又曾誘使或企圖誘使他人參加層壓式計劃」。

我們並非要求「所有參與者」均需負上責任，例如被誘使參與層壓式計劃、而從未唆使他人參加計劃的人士，我們並不同意這類人士需負上法律責任。

本會意見書第10至14段中，為讓行文簡潔，故「參與者」以引號作出強調，是對應及概括諮詢文件的定義：「明知加入層壓式計劃所得利益是完全或主要來自介紹其他新參與者，而又曾誘使或企圖誘使他人參加層壓式計劃」的參與者，並以之區分「設立、宣傳或管理層壓式計劃人士的」之「策劃者」。

至於意見書第14段中「我們認為，政府可參考澳門的分級制刑罰，「參與者」無論是否知情，同樣負上法律責任」，當中的「參與者」亦同樣是指「明知加入層壓式計劃所得利益是完全或主要來自介紹其他新參與者，而又曾誘使或企圖誘使他人參加層壓式計劃」的參與者。

由於諮詢結果對局方將來制定相關法例時會有所影響，因此，我們希望更清晰、準確表達我們的意見。

我們亦關注文件或會令未有細閱本會意見書的人士產生誤解，敬請貴局考慮及作出適當處理，謝謝。

如有垂詢，請與我聯絡，電話：                      謝謝。

Ivy Tse  
Economic Synergy

Website: [www.economicsynergy.org](http://www.economicsynergy.org)



香港工業總會  
Federation of Hong Kong Industries

017

香港九龍長沙灣 長裕街8號  
億京廣場31樓  
31/F, Billion Plaza, 8 Cheung Yue Street  
Cheung Sha Wan, Kowloon, Hong Kong  
電話 Tel +852 2732 3188 傳真 Fax +852 2721 3494  
電郵 Email fhki@fhki.org.hk

27 January 2011

Mr K C Yau  
Principal Assistant Secretary for  
Commerce and Economic  
Development (Commerce & Industry)  
Government Secretariat  
Level 29, One Pacific Place  
88 Queensway  
Hong Kong

Dear Mr Yau,

**Public Consultation on Proposed Legislative  
Amendments to Eradicate Pyramid Schemes**

Thank you for your letter to our Chairman dated 7 December 2010, inviting the Federation of Hong Kong Industries to give views on the above consultation.

Having consulted our members in the relevant trades, we have no comments to make on the issue at the present stage.

Yours sincerely,

Alexandra Poon  
Director  
Policy, Research & Communications

致：

1. 香港禮賓府  
香港特別行政區行政長官辦公室  
曾蔭權先生
2. 香港金鐘道 88 號太古廣場一期 29 樓  
香港特別行政區商務及經濟發展局局長  
劉吳惠蘭女士

副本致：

1. 香港北角渣華道 191 號嘉華國際中心 22 樓  
消費者委員會主席  
張炳良教授
2. 香港軒尼詩道郵政信箱 20072 號  
香港直銷協會主席  
劉明欣女士

香港直銷及經濟學會

就《取締層壓式計劃條例建議公眾諮詢文件》提交之意見書

尊敬的曾蔭權先生：

二零一零年十月十五日，在香港立法會內討論中，政府商務及經濟發展局建議修訂《禁止層壓式推銷法條例》，並於十二月七日發表《取締層壓式計劃條例建議公眾諮詢文件》(公眾諮詢文件)。

「香港直銷及經濟學會」會員來自社會上不同行業，大部份都曾在業餘或全職參與過香港直銷業的活動，或曾是直銷公司的會員消費者，對直銷業的性質和經營方式，都有近距離的接觸和認識，亦有心研究推動香港直銷業步上正面和專業的道路。

因應香港政府此次公開諮詢，本會提交這份意見書，希望能對取締層壓式計劃，為直銷業去蕪存菁提供考意見，以及進一步反思，在香港經濟轉型中，一個正常經營的直銷業可否為市民提供更多工作和事業發展機會。

本意見書包含兩部份：第一部份會先釐清直銷業中一些重要的概念，例如「直銷」、「多層形式直銷」、「層壓式計劃」的異同；並分析直銷業內正常與不正常經營的重要元素，以作為建議的背景。在了解和區別「正常多層形式直銷」和「層壓式計劃」的基礎上，意見書第二部份將會因應公眾諮詢文件，對取締層壓式計劃條例提出我們的意見。

這關乎香港直銷業內超過十多萬人的利益。若這份意見書能協助將問題釐清，也可略盡我們的社會責任。

余沛強

香港直銷及經濟學會主席

二零一一年一月二十二日

## 第一部份：分析「正當多層形式直銷」與「層壓式計劃」

### (1) 背景

直銷業是個很特別的行業。就算以一些擁有跨國市場規模的直銷公司，也很少在電視、報刊賣廣告，也從不在中環、銅鑼灣、尖沙咀等名店區開設大量零售店。可是很多人都可能接觸過、或聽過不同直銷公司的名字，例如香港直銷協會內的八間公司會員<sup>①</sup>都不乏知名度較高的跨國直銷公司。但有一個奇怪的現象：多數人對直銷都傾向有負面印象；少數人持較中立開放的態度；絕少人會對它趨之若鶩，主動進入這個行業。

作為一個公開的行業，特別是一些大型的、跨國的直銷公司長期公開營運十多年以至數十年的現象看，「直銷業是我們經濟體系中的一部份」這現實已是彰彰甚明。我們認為，一般人如果對直銷業有負面的印象，有一部份是基於真實經驗(例如曾遇上不良的直銷公司、團隊或人員，甚至曾遇上層壓式計劃的騙局)；另一部份卻可能基於對直銷業的認知先入為主，以偏蓋全。

要打擊取締層壓式計劃，以至有效規管和發展直銷業，有一個根本重要的問題，就是先要釐清行業內一些重要的概念。若對一個行業內重要概念的認知混淆不清的話，要推行有效的公眾教育，以至法例監管，又從何談起呢？

### (2) 先釐清，後討論

讓我們先想一想幾個名稱的意思：「直銷」、「單層形式直銷」、「多層形式直銷」、「傳銷」、「層壓式推銷」、「金字塔式推銷」，它們的意思是不是都一樣？

假如以上所有名稱所指涉的意思都是一樣，並且整個行業都是不良行業，行內所有公司都是不良騙人的公司，那麼政府的政策取態就清晰好辦，索性全面取締就是了。

但假如直銷業有不齊一的特性：有財務健全的公司、也有財務不健全的公司；有些產品品質優良、也有些產品質量平平；有人認真正當地工作、也有人以不良的手法經營，魚目和珍珠混在一起，一般人難以分辨，那麼政府今次修例，正



正是一個契機，可以加強發揮鑑別和監管的功能和責任，將直銷行業整頓，去蕪存菁，納入正軌。

## (2.1) 釐清第一步：甚麼是直銷？

由於不同的人對「直銷」一詞可能有不同的理解，為免雞同鴨講，讓我們先釐清幾個重要的概念。

根據世界直銷協會聯盟<sup>②</sup>的說法，直銷的定義是不經定點零售商，而是以人對人的銷售方式作為市場推廣的主調<sup>③</sup>。

在這定義下，一些在名義上雖有「直銷」二字的公司，假如它的銷售媒介和模式是店舖直銷、電話直銷、郵遞直銷、電視直銷、網絡直銷等等與傳統零售業的經營模式十分接近，而不是主要以人對人的銷售方式經營的話，由於不是今次政府修例針對的對象，所以不在本文討論之列。

在人對人銷售方式直銷行業之下，可進一步分類為「單層形式直銷」和「多層形式直銷」(Multi Level Marketing – MLM)。

## (2.2) 單層形式直銷

在「單層形式直銷」中，直銷公司設計的誘因制度，主要是

- 鼓勵會員直接向其他消費者銷售產品，並可從中得益；
- 消費者成為新會員再向其他消費者銷售產品時，原來的會員再不能從中賺取佣金。

由於「單層形式直銷」的營運模式比較簡單，所以已是比較容易理解和規管了。

但要留意的是，從廣義的角度，如果一間「非直銷的傳統公司」設計了一個誘因制度，鼓勵以「人對人方式銷售產品，並且介紹人可得益」的話，它可說已有「直銷」的性質了。日常生活中，銀行信用卡用戶介紹親友加入而從中獲利(現金回贈、飛行里數、或超市禮券)；無線電話用戶介紹親友上台而從中獲利；銷售員透過電話銷售產品賺取佣金，都有這種特性。<sup>④</sup>

### (2.3) 多層形式直銷 (MLM) 的再分類：正當傳銷、層壓式傳銷

「多層形式直銷」計劃中，會員除了可自己消費或向消費者銷售產品外，公司的誘因制度也鼓勵會員介紹其他人成為會員。透過人對人的推廣方法，擴大會員消費者的連鎖網絡，當中新參加者加入時需付款(購買產品或付參加費)，介紹人人會消費又可從中獲取報酬得益。

從多層形式直銷公司的角度，當會員和新會員也重複地介紹其他人成為會員消費者時，就會發展成一個集合了銷售群和消費群的多層形式會員團隊。每一個這樣的直銷會員團隊都可說是它的市場渠道。透過大量不同直銷團隊，而不是用傳統市場學上層層疊疊的總代理、分區代理制度開拓市場，正是多層形式直銷公司的一個市務營運特色。

同時，一個會員如果能在「多層形式直銷」計劃中自己發展一個集合了銷售群和消費群的直銷會員團隊時，也等如拓展了他自己的市場渠道，發展了他自己的事業。

若我們對照《禁止層壓式推銷法條例》(香港條例第 355 章)，會發現「層壓式推銷計劃」的其中一個性質，也是透過人對人的銷售推廣方法，擴大計劃中人士的連鎖網絡。就這一點而言，「多層形式直銷」與「層壓式計劃」可說十分相似，容易令人混淆。政府修例時，應小心界定不正當的「層壓式計劃」，以免造成過度監管，影響「正當的多層形式直銷」商業活動<sup>⑤</sup>。至於如何分辨「正當的多層形式直銷」的要點，詳見(第一部份 3)。

對於「多層形式直銷」，不同國家會有不同程度的規管。大畧而言，世界相當多地區，包括美、加、香港、日本、澳洲和歐洲多國的法例都容許正當的「多層形式直銷」(或稱正當傳銷)，這從多間跨國多層形式直銷公司長期在多國公開經營可見。同時，不同國家亦針對性地明文禁止「不良的多層形式直銷、金字塔式、層壓式傳銷計劃」(統稱不正當傳銷)。例如歐盟對規範正當的多層形式直銷 (MLM) 和禁止層壓式推銷之間的平衡，就有相當仔細的分析和建議<sup>⑥</sup>。

### (2.4) 有關直銷概念分類的小結

- 「直銷」有時會泛指傳統零售業模式的店舖直銷、電話直銷、郵遞直銷、電

視直銷、網絡直銷。本意見書討論所針對的，是指不經定點零售商，而是以人對人銷售推廣的經營方式。

- 在這以人對人的銷售推廣方式定義之下的「直銷」，可分為「單層形式直銷」和「多層形式直銷」。
- 「多層形式直銷」(或稱傳銷)，可分為「正當的多層形式直銷」(正當傳銷)與「不正當的多層形式直銷」。後者包括「層壓式計劃」、「金字塔式推銷」、「老鼠會」、「拉人頭會」種種不正當經營的名稱或形容詞。

### (3) 如何分辨「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」

下文會着重剖析「多層形式直銷」中的幾個重要元素，分辨「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」，希望有助政府立法監管時能瞄準焦點。

#### (3.1) 從公司有否財務健全的商業模式看正當的多層形式直銷

查考公司的財務報表，可有助瞭解一間公司的經營收支是否穩健、商業模式是否健康。其中損益表可反映公司的商業模式，在營業收入扣除了成本後，有沒有淨利潤。一間公司長期都能產生利潤，它才較可能持續經營，不會容易倒閉。這其實也離不開傳統智慧：一間公司能否持續經營，從經濟角度看的必須條件就是要有錢賺。若「條數計唔掂」(賠本)，這間公司遲早關門大吉<sup>①</sup>。

健康的商業模式就是可產生利潤的商業模式。  
不能產生利潤的商業模式就是不健康的商業模式。

不能持續產生利潤的商業模式的多層形式直銷公司不能持續發展，遲早關門。同樣是多層形式直銷，有些公司透過正常的產品交易，在派發多層銷售佣金後仍有利潤，有健康的商業模式，才可能持續發展<sup>②</sup>。相反，有些公司(金字塔式、層壓式計劃)的收入不是透過正常的產品交易，而是往往以佣金誘使舊人介紹新人加入，靠新人加入(拉人頭)<sup>③</sup>的高額購貨費或入會費支撐營運。短期而言，這類金字塔式、層壓式計劃的公司可憑操控現金流入(新人加入費)和現金流出(支付舊人佣金)，支撐一段短時間的營運，而已加入的舊人初期亦可能真的有收入。但當一層一層新人加入，又沒有正常市價的產品交易帶來持續利潤，累積膨脹過高

的營銷佣金成本便會把公司的利潤侵蝕拖垮，利潤和現金流無以為繼，所以這類公司長期而言必然倒閉。這類「金字塔式、層壓式計劃」公司，可說從它開業時規劃的商業模式已註定要「爆煲」<sup>⑩</sup>。

### (3.2) 從公司的價值導向看正當的多層次直銷

除了健康的商業模式外，正當的多層形式直銷公司還會較為注重產品的公平市價和有助建立長遠商譽的行為，反影其正當經營的價值導向。

#### (3.2.1) 產品<sup>⑪</sup>的市場價值：公司是否提供公平市價的產品

「正當的多層形式直銷」主要收入應來源自產品在市面上的真實成交。只有它的產品能長期被消費者接受，有經濟效益，這間公司才可以長期創造收入和利潤，支持它持續發展。所以成功的多層形式直銷公司一般都會較注重產品質素和公平的產品定價(即有市場競爭力的產品定價)。而放眼長遠市場發展的公司，一般都不會殺雞取卵，所以正當的多層形式直銷公司的一次性參加費通常較低。

「層壓式計劃」的收入來源主要來自新人的巨額參加費，透過不健康商業模式的多層佣金制度，支付舊人的佣金。它的價值導向不重視產品在市面上的競爭力，而側重以拉人頭形式賺取未爆煲前的短期利潤，所以產品質素大多是參差低劣，甚至是垃圾產品<sup>⑫</sup>。

#### (3.2.2) 公司有否注重商譽並保障消費者權益

一間著眼於長期持續發展的「正當多層形式直銷公司」，會比較注重建立長遠的商譽，亦會製訂一些政策和守則保障消費者權益和加強客戶關係，以提升它的專業形象和競爭力。例如香港直銷協會內的公司會員，都對消費者購物設定不少於七日的冷靜期退貨保證，亦會向退出的會員購回過多而仍可售賣的存貨。

「層壓式計劃」著眼於賺取新人加入時的使費，支撐一段短時間的營運，不需透過正常的產品市價交易來創造公司利潤，所以產品質素往往低劣。當然亦不會設定冷靜期，又或者退貨條件苛刻，以求達致它短視的抓錢目的。

### (3.3) 從參與費和團隊行為看正當的多層次直銷

不穩固的地基不能支撐百丈高樓，但良好的地基仍有可能起出偷工減料的危機。

如果說在公司層面，健康的商業模式、優質的產品、有市場競爭力的產品定價、公司的商標等等是正當多層形式直銷的基石，那麼良好的團隊行為文化和個人操守，可說就是多層形式直銷的上層建築了。

多層形式直銷公司不經傳統市場學層層疊疊的代理制度，而是透過大量不同的直銷團隊開拓市場。不同公司裏的人的行為固然可能不同，就算同一間公司，同一套制度，同一系列產品的公司平台，不同團隊和個人在發展的過程中，仍可能有良莠不齊的溝通行為和經營手法。

以下會分析在多層形式直銷中，參與費用或初次購貨量的重要性，與及由它引伸對團隊和個人不良手法的影響。

**(3.3.1) 參與費或初次購貨量：**公司或團隊有否要求新人付巨額參加費或購買產品

在「正當的多層形式直銷」，會員由於會自用或少量轉售產品，所以新加入者購買一些產品是很正常的現象。

但在「層壓式計劃」中，公司和上層會員的佣金，主要是藉招攬新會員而從中獲益，所以會有巨大誘因鼓吹大額參與費或初次購貨量(並且往往是劣質產品)。

另一方面，雖然正當的多層形式直銷公司不鼓吹新人用巨額購貨加入，但公司中仍可能有些不良手法的直銷團隊，往往借生意商機或其他藉口，遊說新加入者花費巨額購買產品，來增加上層會員的佣金(縱使產品或有公平的市價)。<sup>⑬</sup>

所以「巨額參與費或初次購貨量」，正正是「層壓式計劃」和「不良手法的直銷團隊」的常見重要病徵。

### (3.3.2) 團隊和個人的操守和手法

在多層形式直銷行業中，層壓式公司、不良的直銷團隊、以及不良手法的個別成員，為誘使新人花巨額加入來增加自己佣金，往往由此引伸種種不良的手法，甚至犯罪的行為。例如鼓吹快速致富、高壓手法、對賺錢機會作出失實陳述等等不良手法、甚至偽造文件借貸、串謀行騙，也時有所聞。

不良團隊和個人的手法就算層出不窮，但歸根到底，其目的也多數離不開要求新人付巨額參加費或大額初次購貨量，來增加上層會員的佣金。監督的方向，應扼其要害，管制巨額參與費或大額初次購貨量。

### (3.4) 小結：分辨「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」的主要因素

- 公司有沒有財務健全的商業模式
- 交易是不是基於公平的產品市值
- 公司、團隊或個人有沒有鼓吹巨額參與費或初次購貨量

除了以上最核心、最有根本性的因素外，公司有沒有設定守則保障消費者權益，特別是提供「冷靜期退貨保證，和向退出的會員購回仍可售賣的存貨」，都是一些參考要素。

了解「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」的主要分別，能有助修例時對症下藥。以下第二部份將會針對層壓式計劃的各種主要元素，提出我們的建議。

## 第二部份：對條例監管的意見

### (1) 公司層面的監管：引入公司發牌制度，取締財務不健全商業模式的多層形式直銷公司

根據上文(第一部份 3.1)分析，既然有些層壓式計劃從它開業時規劃的商業模式已注定要「爆煲」，政府應針對財務不健全的多層式計劃公司，把關設防，全面取締。

政府要取締這類層壓式計劃的公司，可考慮對多層形式直銷行業引入公司發牌制度，定期審核多層形式直銷公司的財務和商業模式（例如可從損益表觀其經營收支的穩健性、從資產負債表觀其資產實力、從現金帳觀其現金流風險管理等）。由於人對人多層形式直銷的輻射關連人數可以很廣，政府一經發現有不健康商業模式的公司，應事前禁止該類多層形式直銷公司經營，而不是等到公司倒閉、受害人數擴大蔓延時，才作事後追究。

政府可參考其他國家和地區對具體經營運作的規管安排<sup>④</sup>，亦可考慮加入公司牌照按金制度，提高發牌資格的門檻，確保持牌多層形式直銷公司有穩健的財務質素。

### (2) 產品層面的監管：應監察「有否公平市價的產品的真實成交」

正如上文(第一部份 3.2.1)分析：正當的多層形式直銷主要收入應來源自產品在市場上的持續真實成交，並從中創造經濟效益。層壓式計劃的收入主要來自新人的巨額參加費或初次購貨量，所以無須注重產品的質素和市場上的競爭力。

《公眾諮詢文件》(第 1.3 項)指出：「層壓式計劃並無經濟效益」。第(2.5)項註(5)更指出：「正當的多層形式傳銷推廣計劃建基於實際的銷售活動，會員的得益或報酬，主要來自其本身的銷售活動，及/或新會員成功進行的銷售活動。相反，參與層壓式計劃的主要誘因是從介紹新會員加入而從中得益。」我們深表讚同。

但我們認為，從執法角度而言，不宜將規管的焦點放在「實際的銷售活動」，因為銷售活動是一種行為，行為的表面現象(軟性銷售、硬性銷售、銷售方式……)

可以千變萬化。如果規管的焦點放在「實際的銷售活動」，而這類行為的涵蓋範圍又模糊不清的話，在執法時容易出現漏洞，引起爭議。

如果「實際的銷售活動」的意思是指「促成公平市價產品真實成交的活動」，那麼與其監管意義不清的「實際的銷售活動」，不如監察較有可檢驗性的「有否公平市價的產品的真實成交」。相比意義含糊的「實際的銷售活動」，「成交個案」顯然更有「案」可查。

我們建議：政府可透過賦與有關監管機構法定的仲裁權力，參考同類產品的市場價格，對多層形式直銷有價值疑問的個案作出仲裁判斷，引入罰則。亦可考慮由監管機構將「受質疑有否公平市價的產品」公佈，讓市民有所警惕。這將可對「牛奶種菌」之類無公平市價劣質產品的層壓式計劃起阻嚇作用。

### (3) 有關參與費與初次購貨量的問題

#### (3.1) 參與費的本質：不可成為介紹權的先決條件

有關《公眾諮詢文件》第 (1.2) 項：「層壓式計劃的特質是，參與計劃者必須支付一筆參與費，才有權介紹其他新參與計劃者，並從中取得利益。」

另外，《公眾諮詢文件》第 (3.2.a iii) 項提到介紹權和層壓式計劃的關係：新參與者加入時需付款，而「介紹新參與者時有權從中得益」。

當中涉及三個主要概念：

- (1) 新參與者加入時是否「需付款」(參與費、購貨或其他費用)
- (2) 參與者介紹新參與者時是否「有權從中得益」
- (3) 「參與費」是否「新參與者有權介紹其他新參與者，並因此而從中取得利益」的「先決條件」

就第(1)點而言，正如上文分析(第一部份 3.3.1)，參與計劃者由於會自用或少量轉售產品，所以新參與者支付少許參與費，或付款購買一些產品，是很正常的事，所以「新參與者加入時需付款」不應作為界定層壓式計劃的準則。其實，新參與



者加入時「需付款」不是問題，「需付巨款」加入才是層壓式計劃常見的病癥。

就第(2)點而言，參考註④及⑤，「介紹新參與者時有權從中得益」只是「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」的共通點，甚至是「各行各業中常見的銷售活動」的共通點，而不是界定「層壓式計劃」的充足條件。政府修例時，必須小心定義，避免影響正常的商業活動。

問題主要在第(3)點：「有權介紹其他新參與計劃者，並因此而從中取得利益」不能以「巨額參加費或購貨量」為先決條件，亦不能以其他巧立名目的費用(例如培訓費)為先決條件，必須將其強制脫鉤。此舉可以解除層壓式計劃「欲得介紹權，先交巨額費」的陷阱。

### (3.2) 參與費的監管：限制巨額參與費或初次購貨量

新參加者的巨額參與費或初次購貨量，是層壓式公司、不良的直銷團隊、以及團隊內成員的主要利益誘因，是種種層出不窮不良手法的重要根源，值得重點監管。

問題是參與費多少才算高？由於不同行業、不同產品的消費性質和價格都不同，參加費或初次購貨量難有絕對客觀的量化指標。月入數千的工人，以一、兩千元購買產品消費可能已經算多；但有心創業者以一、兩萬元購買幾種產品作為樣本試用，從而研究捕捉一個發展事業的機會，則可能會覺得是一個低風險的創業良機。

監管參與費或初次購貨量的上限，雖沒有絕對客觀的量化標準，但沒有絕對客觀的量化標準不等如就不可以有合理範圍內的指標。在平衡「監管巨額參與費或初次購貨量」和「不宜過度限制消費者或投資者的選擇自由」的考慮之下(上限過高則監管無效、上限過低則損害經濟選擇自由)，我們建議針對多層形式直銷計劃的參與費或初次購貨量，可以用兩萬元為上限指標。⑥

參與費或初次購貨量的上限，只是一個合理範圍內的硬指標。如再配合其他監管措施：貨源從健康商業模式的公司購得、產品又有公平市價、公司又設有冷靜期退貨保證(見下文第二部份 4.1)，參與者加入時的風險便會大大降低(有限度地購買有質素和公平定價的產品)，參與者亦會對有關產品、市場作出較務實的認知和衡量，而可避免墮入「巨額購貨→買介紹權→強調靠介紹其他人巨額購貨加入而從中謀取快利」這類層壓式計劃的彀中。亦可在保障消費者權益，和不損害

市場經濟之間取得平衡。

限制巨額參與費或初次購貨量，是重中之重，是釜底抽薪，可以減低層壓式計劃上層會員的行騙利益誘因，從根本上遏抑層出不窮的不良手法。

#### (4) 有關其他營運上的意見

(4.1) 從營運方面，可設立法定的行業行為手冊。例如立法規定多層形式直銷公司必須設定冷靜期退貨保證，保障消費者權益。亦可規定直銷公司必須向退出的會員購回過多而仍可售賣的存貨。

層壓式計劃著眼於短線賺取新人加入費，引伸的種種不良手法都是旨在瞞天過海。立法規定設立冷靜期退貨保證，及規定向退出的會員購回過多而仍可售賣的存貨，將可打擊它招募會員時「過了海就是神仙，參加後無得退貨」的伎倆，有助遏抑層壓式計劃。

(4.2) 政府亦應加強與業內有公信力的商會團體(例如香港直銷協會、世界直銷聯盟等組織)的聯系。亦可參考商會的業內商德指引、服務承諾為藍本，立法成為專業指引，提高行業的專業性，推動正當的多層形式直銷經營。

(4.3) 就多層形式直銷團隊和直銷人員的行為操守而言，亦可設定相關的行為指引。甚至參考銀行、保險、地產等行業，引入多層形式直銷人員的發牌制度，加強監管直銷人員的質素管理。

#### (5) 建議設立恆常的監察機制

「不健康的公司商業模式」；「沒有公平市值的產品的真實成交」；「巨額參加費或初次購貨量」，都是層壓式計劃中最常見、最有根本性的毛病。這三點互相關連，而往往同時在層壓式計劃中出現。

凡犯有這些毛病的多層形式直銷，不管一個計劃有沒有涉及銷售產品或服務，也不管該計劃是不是由參與者銷售產品或服務，也不管參與者是不是用公司形式參

與，也不管參與者獲取的利益是金錢還是貨物，都可能判斷為層壓式計劃，而應該受禁止層壓式計劃條例監管。

針對監管層壓式計劃中三個最常見的病癥，無論是「定期審核公司的財務資料，以監察其商業模式狀況」，「監察有否公平市值的產品的真實成交」，「限制巨額參加費或初次購貨量」，除了修訂法律條文，亦需要一個常設的監管機構，就不同個案作出有法律效力的仲裁判斷。如果對多層形式直銷公司或人員引入發牌制度，則更需要交由一個常設的機構，負責執行。

但假如法例對重要的概念界定含糊，留下大片演繹空間，讓正當經營的業界難所適從，讓不法之徒有隙可乘，又沒有恆常的監管機制監察逾軌的行為，而只是將有問題的個案交由法庭裁決，事後追究，這對整頓直銷行業，將它提升為香港經濟動力的一環，僅能起被動的作用。

## (6) 總結

有關直銷的定義和分類，在人對人的銷售推廣方式定義之下的「直銷」，可分為「單層形式直銷」和「多層形式直銷」。

「多層形式直銷」(或稱「傳銷」)，又可分為「正當的多層形式直銷」與「不正當的多層形式直銷」。

「不正當的多層形式直銷」包括「層壓式計劃」、「金字塔式推銷」、「老鼠會」、「拉人頭會式推銷」等等不正當的經營手法。

「正當的多層形式直銷公司」，透過大量銷售群和消費群的會員團隊，而不是用傳統市場學上層層疊疊的總代理、分區代理制度開拓市場，正是多層形式直銷的一個市務營運特色。

一個普通市民，如果能夠有一個正當的、合法的、有公平市值產品的多層形式直銷商業平台，以低風險(低加入費)為起步，發展出一個集合了銷售群和消費群的直銷會員團隊時，也等如拓展了他自己的市場營銷管道，掌握了一個事業機會。

我們期待，政府今次修例取締層壓式計劃，透過對直銷業的分類和整齊，經過法律的小心界定，在避免對正當商業行為造成過度監管的前題下，能恰如其份地鑑別「正當的多層形式直銷」(正當傳銷)與「層壓式計劃」。對「層壓式計劃」種種不正當的經營手法和違法行為，能瞄準目標，加強罰則，嚴厲取締。

政府修例後，亦應加強公眾教育，整齊直銷業內一些重要的概念。令市民大眾有獨立思考能力，判別直銷業中正常和不正當的成份，知所取捨。

果能如此，今次政府修例取締層壓式計劃，正正是一個契機，發揮監管的功能和責任，提高香港直銷業內包括公司、團隊、和人員各個層面的質素。將直銷行業整頓，去蕪(層壓式計劃)、存菁(正當的多層形式直銷)，讓這行業對香港經濟發揮貢獻，也令市民在面對香港宏觀經濟轉型的環境中，在社會上少一個商業陷阱，多一個正當合法的工作選擇和發揮創意的機會。

希望政府不要忽略香港經濟體系中相關業界和消費者人數以十萬計<sup>④</sup>的這一環。

註：

① 香港直銷協會 (Hong Kong Direct Selling Association) 於一九七九年成立，目前共有八間直銷公司會員，會員公司轄下的直銷商共逾十萬人。

參考網站：<http://www.hkdsa.org.hk/>

② 世界直銷協會聯盟於一九七八年成立，由國家直銷協會組成之協會，代表著全球直銷業。

參考網站：<http://www.hkdsa.org.hk/chinesevision/theasschi.html>

③ 見 8/1/2008 信報專欄「面對面」〈與世界直銷聯盟主席賀楚門的對話〉

④ 「廣義的人對人方式銷售產品，並且介紹人可從中得益」常見於各行業和市民日常生活，政府修訂監管條例時，應避免影響日常正當的商業活動。

⑤ 「透過人對人的發展消費者方法」和「新參加者加入時需付款，介紹新參與者時有權從中得益」只是「正當的多層形式直銷」與「層壓式計劃」的共通點之一，而不是界定「層壓式計劃」的充足條件 (sufficient condition)。

比喻：

1. 賊人有眼耳口鼻。

2. 正常人有眼耳口鼻，

界定何謂賊人時，就不能以「有眼耳口鼻」為充足條件。

⑥ 有關歐盟在不同國家的監管，可參考《Door To Door Selling - Pyramid Selling - Multi Level Marketing, A Study Commissioned By the European Commission, Final Report, Volume I: Outline Of A Possible Approach To Regulation, November 1999》

參考網站：[http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_jnt/safe\\_shop/door\\_sell/sur10\\_01.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/cons_jnt/safe_shop/door_sell/sur10_01.pdf)

⑦ 一間公司能持續經營的重要條件，是有一個健康商業模式：

$$\text{利潤} = \text{營業額} - \text{總成本} > 0$$

本文討論的範圍和脈絡，主要是從經濟學原則性地指出公司持續經營的條件，而不加入具體經營中比如創造性會計之類的管理細節。

⑧ 一間正當的多層形式直銷公司，透過正常的產品交易，在派發多層銷售佣金(營銷成本)後仍有正利潤的話，是健康的商業模式，才有可能持續發展。

$$\text{利潤} = \text{營業額} - \text{總成本} > 0$$

$$\text{利潤} = \text{營業額} - \text{多層銷售佣金營銷成本} - \text{其他非營銷總成本} > 0$$

⑨ 「拉人頭」是一個從俗的說法去形容「不正當的多層形式直銷」，但要小心「拉人頭」一詞的意思含混，容易張冠李戴。

「正當的多層形式直銷」以人對人銷售推廣方式，透過正常的產品交易賺取利潤，開拓市場，不應以「拉人頭」來形容。

「層壓式計劃」不注重產品質素和正常的產品交易，只靠新人加入的高額購貨費或入會費支付舊人佣金。可用「拉人頭」將它的不良手法形象化。

「拉人頭」、「劣質產品」、「層壓式計劃」往往是互為表裏的三胞胎，使直銷業蒙污。

⑩ 在「層壓式計劃」的商業模式，累積膨脹過高的多層銷售佣金(營銷成本)會把公司的利潤侵蝕拖垮，這類公司長期而言必然倒閉。

$$\text{利潤} = \text{營業額} - \text{累積膨脹過高的營銷成本} - \text{其他非營銷總成本} < 0$$

要留意的是：「層壓式計劃」不但會因最終沒有新會員加入而倒閉，而是就算不斷有新會員加入，也可因為商業模式中的佣金成本(營銷成本)膨脹速度快過新會員入會費(營業額)而倒閉，所以說從它一開業規劃商業模式時已註定要「爆煲」。

現實中，層壓式計劃的主事人，往往不俾公司倒閉，已挾款而逃，提早「爆煲」。

⑪ 「產品」可包括「服務」及其他「交易項目」。

⑫ 例如多年前在香港出現過的「牛奶種菌」，便是完全不需顧產品質素，單靠新人入會購貨費支撐的典型層壓式計劃。

⑬ 在「層壓式計劃」中，新人付了巨額參加費或大額初次購貨量，但公司最終倒閉而會員囤積劣質產品。

在「正當的多層形式直銷」中，雖然公司不需新人付大額參加費，但不良手法的直銷團隊仍可能會以種種藉口遊說新人花巨額購買產品(初次購貨量)，來增加上層直銷商的佣金。那間正當的公司未必會倒閉，但部份新會員仍有可能囤積大量質素可能不差的產品。

⑭ 例如新加坡《2000年多層式傳銷及層壓式推銷(豁免的計劃及安排)令》、台灣《公平交易法》中《多層次傳銷管理辦法》都有對容許多層形式直銷但又同時禁止層壓式計劃有具體經營運作的規管安排。

上文註⑥歐盟文件中 (Part III.B.III.1)，建議限制「多層形式直銷」中的「層數」。其實制度中的「層數」、「佣金計算方式」等等最終都會反影在公司的「財務和商業模式」，層數較少也可能是不健康的商業模式，反之，層數較多也可能是健康的商業模式。與其規管「層數」，不如直接從「商業模式」規管、取締有關公司。

⑮ 「參與費或初次購貨量上限」只應針對：(1)「多層形式直銷計劃」，及(2)「參加費或初次購貨量」這個行業特徵而設。

⑯ 僅包括香港直銷協會八間直銷公司會員轄下的直銷商數目。

附件一：可公開姓名之聯署人

姓名	職業
陳靜敏	顧問公司合夥人 (前跨國資訊科技公司總監)
徐淦	香港直銷及經濟學會榮譽顧問 (退休公務員)
鄭桂芳	香港直銷及經濟學會榮譽顧問 (退休校長)
陳志虹	商人 (前跨國資訊科技公司銷售經理)
陳志楊	跨國電訊公司高層銷售管理
張淑怡	商人 (前地產公司助理企業傳訊經理)
徐慧敏	會計師樓合夥人
石啓泳	財務公司強積金業務助理副總裁
譚展鴻	商人 (前美國軟件公司區域總經理)
譚頌棋	資訊科技公司北亞區區域經理
黃志明	註冊專業工程師
胡建威	商人 (前美國戴爾電腦業務拓展經理)
霍錦潔	大中華區市場研究副總裁
黃逸衡	跨國資訊科技公司產品經理
譚慧華	業務拓展助理
邱潔心	美容業業務拓展顧問
崔志賢	室內設計師
崔慧心	財務公司私人助理
王詠詩	保險代理
趙志偉	資訊科技產品管理
黃志達	出版業批發及銷售
鄧淑娟	律師
范必華	商人 (前微頓區域產品市場經理)
侯志偉	商人 (前 Palm 資訊科技公司香港區銷售經理)
謝素麗	投資公司顧問
葉詠娜	律師
陳詩雅	跨國服裝貿易公司總經理
趙芝勝	電子廠東主
楊煥冰	家庭主婦
趙芝佳	電子貿易公司
王燕卿	家庭主婦
許慧蓮	家庭主婦
許綺華	商人 (前跨國資訊科技公司銷售及市場拓展經理)
梁明茵	商人 (前資訊科技公司市場拓展)
周玉瑛	秘書
鄧潔雯	商人 (前資訊科技公司顧問)
彭翠萍	會計
梁振國	成衣業生產主管
朱寶琪	銷售管理
陳志豪	家電品牌代理商商人



附件一：可公開姓名之聯署人 (續)

姓名	職業
李惠芳	時裝設計師
蔡炳釗	銀行業
李溫娜	採購
陳慧怡	大學校友及發展主任
黃偉鎔	商人 (前資訊科技公司 Computer Associate 銷售經理)
湯舜君	公務員
戴思敏	僱傭公司東主
李倩怡	成衣貿易公司總監
黃佩妍	美容顧問
廖海明	空中服務員
廖海鑾	珠寶設計
李卓榮	髮型店東主
尹少芬	行政秘書
丁梓筠	廣告公司東主
褚偉強	財務總監
胡敬宜	物業管理
余美儀	風險管理
傅海晨	運輸業
鄭兆銘	資訊科技項目經理

附件二：不欲公開姓名之聯署人

姓名	職業



THE

# LAW SOCIETY

OF HONG KONG

## 香港律師會

3/F WING ON HOUSE · 71 DES VOEUX ROAD  
CENTRAL · HONG KONG DX-009100 Central 1  
香港中環德輔道中71號  
永安集團大廈3字樓

TELEPHONE (電話) : (852) 2846 0500  
FACSIMILE (傳真) : (852) 2845 0387  
E-MAIL (電子郵件) : sg@hklawsoc.org.hk  
WEBSITE (網頁) : www.hklawsoc.org.hk

Our Ref :  
Your Ref :  
Direct Line :

CL&amp;P

BY FAX (28694420) AND BY POST

1 February 2011

**President**  
會長

Huen Wong  
王桂壙

**Vice-Presidents**  
副會長

Junius K.Y. Ho  
何君堯  
Dieter Yih  
葉禮德

**Council Members**  
理事

Peter C.L. Lo  
羅志力  
Michael J. Lintern-Smith  
史密夫  
Ip Shing Hing  
葉成慶  
Billy W.Y. Ma  
馬華潤  
Sylvia W.Y. Siu  
蕭詠儀  
Cecilia K.W. Wong  
黃吳潔華  
Kenneth S.Y. Ng  
伍成業  
Stephen W.S. Hung  
熊運信  
Ambrose S.K. Lam  
林新強  
Joseph C.W. Li  
李超華  
Amirali B. Nasir  
黎雅明  
Melissa K. Pang  
彭韻禧  
Thomas S.T. So  
蘇紹聰  
Angela W.Y. Lee  
李慧賢  
Brian W. Gilchrist  
喬柏仁  
Gavin P. Nesbitt  
倪廣恒  
Denis G. Brock  
白樂德

**Secretary General**  
秘書長

Raymond C.K. Ho  
何志強

**Deputy Secretary General**  
副秘書長

Heidi K.P. Chu  
朱潔冰

Special Duties Division,  
Commerce, Industry and Tourism Branch,  
Commerce and Economic Development Bureau,  
Level 29, One Pacific Place,  
88 Queensway,  
Admiralty,  
Hong Kong.

Dear Sirs,

### PROPOSED LEGISLATIVE AMENDMENTS TO ERADICATE PYRAMID SCHEMES

The Law Society's Criminal Law & Procedure Committee has reviewed the legislative proposals put forward in your December 2010 Public Consultation Paper on the above subject.

The Committee noted the proposal under paragraph 3.4 of the Paper to make those *"who induce or attempt to induce other persons to participate in the scheme, with the knowledge that the benefits they may get from the joining the scheme are entirely or substantially derived from the introduction of further new participants"* criminally liable under the new legislation. Essentially, it is a policy question for the Government to consider where the law should draw the line, i.e. how far down the line of the organization of a pyramid selling scheme should one be made criminally liable? The Committee has concern that this proposal will catch *"mere"* participant in a pyramid selling scheme and would like to seek clarification on what defences will be made available to *"innocent"* participants under your proposal.

Yours faithfully,

Christine W. S. Chu  
Assistant Director of Practitioners Affairs

P.25

138954



消費者委員會 CONSUMER COUNCIL  
香港 • HONG KONG

國際消費者聯會  
執委會及理事會成員  
EXECUTIVE AND  
COUNCIL MEMBER OF  
CONSUMERS  
INTERNATIONAL

來函檔號 YOUR REF.

本函檔號 OUR REF.

9 February 2011

Mr. YAU Kin Chung  
Principal Assistant Secretary for  
Commerce & Economic Development  
Commerce & Economic Development Bureau  
Level 29, One Pacific Place, 88 Queensway, Hong Kong

Dear KC,

**Public Consultation  
on Proposed Legislative Amendments  
to Eradicate Pyramid Scheme**

Thank you for your letter of 7 December 2010 inviting the Council's views on the captioned consultation paper. Attached please find the Council's submission for the consideration of the Bureau.

Yours sincerely,

Connie LAU  
Chief Executive  
Consumer Council

Encl.

## **The Submission of Consumer Council on the Proposed Legislative Amendments to Eradicate Pyramid Schemes**

The Consumer Council welcomes and supports the proposals to expand the regulatory regime and increase the penalties for offences under the Pyramid Selling Prohibition Ordinance (Cap. 355) ("PSPO") as set forth in the Public Consultation Paper on "Proposed Legislative Amendments to Eradicate Pyramid Schemes".

2. The inherent unsustainability of and the unfair trade practices involved in pyramid selling schemes have caused serious social concern. To prevent consumers from being lured into joining the schemes, the Council has issued consumer alerts on the improprieties of the schemes. Besides, the Good Corporate Citizen Guide – Rule 2 published by the Council as the benchmark for best business practice requires enterprises not to engage in pyramid selling.

### Revision of Legal Definitions

3. The narrowly drawn definition of "pyramid selling scheme" under the existing statute limits the application of the PSPO to pyramid schemes that only envisages selling of goods or services by participants; thus leaving pyramid schemes not falling squarely within the definition unregulated.

4. To address this loophole, the Council supports the recommendation to expand the existing prohibition under the PSPO to cover pyramid selling schemes irrespective of whether or not the schemes involve the selling, licensing, leasing, supply or provision of any goods, services, rights or interest and whether or not these transactions are conducted by a participant, a scheme operator or any person under such scheme.

5. It is further noted that the proposed new definition of "pyramid scheme" will in effect expand the regulatory regime of the PSPO to any inherently unsustainable marketing scheme which relies entirely or substantially on recruitment of new participants irrespective of whether it involves the marketing or supply of goods or services (or both) by participants of the scheme or by other persons or entities.

## Penalty

6. Given that the network of a pyramid scheme could be extensive, the number of persons it victimizes could be massive and the personal and social harm it brings about could be enormous. It seems that the current maximum penalty under the PSPO for establishing, advertising, managing or assisting in managing a pyramid scheme does not reflect the relative gravity of the offence. The Council is supportive of the proposal to increase the maximum penalty for the said offence.

7. The Council supports that the regulatory regime of pyramid scheme be extended to the participants. The Council shares the view that a pyramid scheme cannot be sustained if not for the introduction of new participants by existing participants. Therefore, the Council supports the proposal of making it an offence for a person to participate in a pyramid scheme. As regards the maximum penalty for such an offence, the Council deems that it should be set at the same level as that proposed for the offence of establishing, advertising, managing or assisting in managing a pyramid scheme.

8. That said, care should be taken to prevent the net from being cast so wide that innocent participants are caught. It appears that the attributes of the participants proposed to be targeted by the PSPO as set forth in paragraph 3.4 of the Consultation Paper are sufficiently specific and narrow to prevent an innocent participant from being convicted under the proposed offence of participation. To establish such an offence, the prosecution will be required to prove beyond reasonable doubts not only the inducement or attempt of inducement by the participants for other persons joining the scheme, but also the participants' knowledge that the benefits they may get from joining the scheme are entirely or substantially derived from the introduction of further new participants. The Council is of the view that the provisions concerned should be carefully and tightly drafted along this line.

## Public Education

9. Apart from the said legislative improvements, it is equally important, if not more, that members of public are able to discern inherent unsustainability and improprieties of the schemes and the perils of joining them. The Council therefore urges the Administration to strengthen public education so that

consumers can be better informed of the new provisions under the revised legislation with a hope to resisting the inducement of recruitment.

February 2011  
Consumer Council