

直销中的自我规范和教育

致：中华人民共和国国家管理工商管理总局
代表的论文

呈现于

国际反金字塔式销售讨论会

吉隆坡， 马来西亚

作者

刘绍园

副主席

新加坡的直销协会

www.dsa.org.sg

2004年8月26日，

直销中的自我规范和教育

致中华人民共和国国家工商管理总局代表的一篇文章

内容

I.	介绍	3
II.	目的	3
III.	直销的概要	3
IV.	自我规范的基本原理	4
V.	自我规范能强化政府规章制度效应	5
VI.	自我规范的选择	6
VIV.	结论	9

I 介绍

自我规范指的是由行业自身发起并制定的系统用来管理本行业。它可以根椐政府，消费者团体，或其他的第三方的规定而制定，但是它仅由行业本身来管理和执行。

自我规范不是指那些通过立法和其他的政府规章制度严格执行的规则，工具或标准。它也不包括那些拥有法规支持或其他重要的政府背景的叫做联合规章的系统。

自我规范包括:

1. 由代表行业所有或者部分成员的协会制定的系统;
2. 由一套自有规则和指导方针来管理的民间团体; 或
3. 独立的企业通过建立明确规则来自我管理。

自我规范是一种主动的以消费者，直销人员和政府三赢关系为目的的自发自制形式。一个发展良好的自我调整系统已被公认可以帮助政府提升行业标准，减少滥用，保护社会相关群体的利益。

第二 目的

这篇论文的目的是提供建议，通过直销协会的自我规范，来达到强化政府规章制度，保护消费者，直销者，直销公司和社会的利益。

第三 直销的概要

直销目前已经广泛被接受，它是一种分销真实有意义的产品模式，主要通过直销者口口相传来完成。直销者不受性别，年龄，文化，教育或经验所限制，经营场所一般在住家或者其他非固定零售场所，通过科技手段，像电话，视频会议或互联网来进行服务。

直销和传统销售模式一样都是通过金字塔式的组织来操作，以人员不同的权威水平来排列层次。他们还可能获得多层次的佣金或其他福利回报，普通人可以拥有平等的机会根据成功结果多少获得经济回报，

直销已经造就了积极的影响，它已被接受作为商业和社会组成的一部分。它能帮助企业和个人在本地和海外销售他们的产品和服务。

直销能促进创业奋斗的精神，促进经济增长，创造就业机会，提升人力资源素质，并为民众提供另一种收入的来源渠道。直销的产品，包括化妆品，

保健品，还有网上学习产品，这些产品的销售为个人，家庭和社会已经做出积极的贡献。

根据世界直销协会(WFDSA)的统计，全球直销总额已超过 880 亿美元，从业人数超过四千八百万，而且在 21 世纪这些数字还在继续增加。

今天，许多上市公司和业绩优异的公司，包括波克夏.哈萨威，花旗集团，维京公司和科尔盖特-棕榄集团公司，他们都在通过直销销售他们的产品。

尽管直销有很多益处，但是我们一定还是要注意，每一件事可以有用也可以被滥用，药品和计算机如此，其他任何行业，任何职业也是如此。事实上，老鼠会等非法经营会以直销的模式出现，同时也从反面证明了直销的价值和有效性，直销和这些非法经营在理念上，动机上，系统上以及结果上都有着本质的不同。

直销业中的每一个负责任的成员都会支持相关立法，使直销和非法经营得以区分，阻止一切欺诈的行为；由政府机关来管理直销，设立直销协会以协助政府；通过自我规范来发展促进高标准的商业行为。

IV 自我规范的基本原理

要使直销有效，受益并且成长，它首先必须从消费者，直销人员，政府，和其他公众成员那里拥有正面积极的形象和感觉。如果感觉是消极的，它将影响销售，盈利，资金的来源和整个环境。

例如，如果消费者对产品和服务感到不满，他们不会购买，更别说继续购买来帮助直销业发展。

对消费者保护和高标准的需求被直销的许多合法可靠的参与者认可，所以超过 56 个市场都已经设立直销协会，会员包括最著名的直销公司，有些已经在中国以“转型企业”的模式在运行。

这些公司一起合作找出策略，调整自我，教育市场，促进他们的事业发展。它也是一种方法来区别他们自己作为对社会负责的具有行为规范的公司。直销协会会员的身份也能成为一个‘信任标记’来帮助公司在本地和海外推广他们的产品。

自我规范不只是一种自发的自我约制，它还可以很有效的用来提升形象，增强消费者信心，降低昂贵的法规需求，并使昂贵的诉讼减到最小。

V 自我规范能强化政府规章制度管理

自我调整和管理规章相互补充。就像一把羽毛球球拍的网和框架，他们能协作并产生更好的结果，具有相同目标。

自我规范在明确的政府保护消费者和社会利益的法规大构架内最能发挥效应，和耗时的立法过程相比，它能以一个快速，灵活和相对低成本的方式对市场作出反应。

自我规范能解决直销业中面对的独特问题，满足具体消费者的期望，对快速变化的问题作出迅速回馈，这些变化包括全球化，直销和其他商业模式结合，竞争压力和创新的生产线等等。它填补了政府无法或者还没有来得及面对空白，例如：跨国界的销售投诉等。

自我规范能提供更多选择或甚至比法规设立的更高标准来保护消费者利益。比如很多国家直销协会成员为客户提供了的退货保证期要比法律要求的还要长很多。

自我规范能积极地促进公众对直销更好的理解，教育市场，并帮助政府执行规章制度。直销协会还能通过和他非政府组织例如消费者协会合作来维护消费者利益，并进一步稳定社会秩序。直销协会的成员也能帮助政府监视直销市场，举报欺诈的行为，协助根除非法经营。他们也能提供建议来帮助政府检验并完善所制定的法规。

自我规范是直销参与者自发行为，不会给政府和社会造成任何费用，它无疑是可以为消费者，直销的参与者，和政府提供多赢结果。

VI 自我调整的选择

直销协会有多种工具用来达到具体不同的效果，解决市场问题以及规范会员的行为。这些工具从简单的参考系统到复杂的调解和纪律系统，在每个系统内，都有为以提升自我规范为结果的有效机制

1. 道德行为与规范准则

直销协会可以建立一个程序去设立，宣扬，执行并检讨一套道德行为标准，以此规范直销业的行为。它可以参照世界直销协会标准(www.wfdsa.org)，这是世界各国都接受的促进国际协作和自我规范的准则。另外，协会还可以结合中国特有的法律，经济，社会和文化的要求，类似的准则的样版可以在www.dsas.org.sg中找到。

此标准不仅要保护消费者和直销者的利益，它也必须满足或甚至超过国家和社区法律和习惯的要求。它要包括具体规则，提倡的行为标准细则，禁止不道德和其他消极行为，保护消费者和直销者利益，确保社会次序稳定。它也应该包括处理投诉程序，解决纠纷程序，当准则没有被遵守时的处罚程序，以及向消费者和其他各界的赔偿等。

准则应该用一种平常和简单的语言而不用复杂的法律和技术术语，以便消费者和另外的行业各界能明确他们各自的权利和义务，它还应该要经常不断检讨并完善，以应对各种变化，包括国家的发展，市场变化和消费者要求。

下列一些条款，是来自直销世界直销协会和其他直销组织的修正建议，它绝不代表着全面完善，要进一步了解可以写信至 patrick@sprl.net。

1. 消费者有 15 天时间退还未使用和适于销售的产品，无需提供理由。
2. 直销商可以在收到货后 60 天内在相应的商业条款下退还未售出的货物。
3. 辞职的直销商可以在辞职的 60 天内，退还所有未使用和适于销售的产品和销售工具，无需提供任何理由。
4. 直销商为取得经销权，不可被要求支付入门费或强制性购买产品。
5. 任何形式的直销支持和服务应该以成本提供，不允许从中产生经济效益。
6. 直销商不能使用暴力，强迫或骚扰的形式来促销产品和服务。
7. 直销者不能在直销的名义下从事非商业活动，特别是政治，宗教或其他不道德的活动。
8. 禁止任何宣扬收入的行为。
9. 直销公司应向直销商和政府提供全面的奖金分配信息，以帮助计划税收。
10. 直销公司应该对直销人员提供必要的培训。
11. 直销公司应该制定，公布并执行规范规则，确保直销人员遵守所有的法律和规章制度，以及提到的道德行为规范。

2. 委派， 许可并认证过程

直销协会能建立系统来委派， 许可并认证直销企业， 以此确保行业的高标准以及专业化程度， 并且提高服务的水准。 如此也能改善公共形象和商业环境。

许多直销协会为信誉好的成员提供“信任标记”， 它向消费者展示这些公司是协会的成员， 并承诺以道德行为规范为标准， 如果他们对这些公司不满， 可以向协会提出投诉， 协会有义务进行纠正并给予解决。

直销协会能自主地与政府一起帮助建立基本的标准， 保证直销者有基本的训练， 装备和管理能力。 这是为确保他们能专业地有道德的经营他们的事业。

另外， 直销公司还能选择相关直销人员协助公司去支持和服务消费者和直销人员。 这些系统也包括奖励规范行为的直销人员以及处罚违反准则的人员。 处罚行为包括中止， 延迟， 和延缓奖金的颁发等， 或者负面的公开处罚。

3. 调解服务

直销协会也能建立系统， 解决成员和成员之间和或者成员和外届间的冲突。 例如， 新加坡直销协会有一条额外的条例来帮助受害者从消费者协会寻求调解服务， 这样服务的费用控制在通常可接受的限度内

4. 信息系统

直销协会能建立信息系统来教育成员， 消费者， 和一般的公众， 例如， 通过网站， 手册， CD， VCD， 书和其他出版物。

公共教育

自我规范的最好的方法是依照这句格言：“预防胜于治疗”。 目前世界各地， 直销协会正主动的采取各种方式来教育消费者， 直销者， 政府， 教育家， 大众媒体， 和其他的社会各界。

已经举办的项目，包括设立对直销的专业研究机构，举办公开的研讨会，或者和教育界和新闻界等社会各界配合的活动，为社会利益而服务。

有负责感的直销公司也意识到他们需要完成各自的社会责任。他们需要和各界公开沟通和教育并建立良好关系，不光是他们的客户，还有业界其他团体以及各社团。

处理投诉的系统

直销协会可以建立委员会和相关程序来解决消费者的和公共成员的投诉。这些投诉可以通过 3 个阶段基本得以解决：

- a. 投诉被相关的成员出面解决。
- b. 如果投诉者对成员提供的解决方法不满，他能向直销协会提交投诉。
- c. 如果投诉者仍然对直销协会建议的解决办法感到不满，他能够将问题提交到一个独立并有权威的全国性执行机构，这个机构的决定所有会员都必须接受。(这个相应的执行机构可以在 www.wfdsa.org 或地区直销协会的网站找到)。

在整个过程中，投诉方不用负担任何费用。在很多案例中，直销协会通常会将这些投诉者记录归档，而且一般来说，这些解决方案都是对消费者有利。目前，协会也在面对国家间交叉销售的国际投诉问题设立解决系统。

非常有趣并值得一提的是，欧洲直销协会的会员们如果他们不遵守自我规范的准则，他们会被认为是触犯欧洲法律中关于不公平商业行为条规，会被诉诸于法庭。无论如何，大多数成员对投诉都会做出迅速积极的反应，而不会冒险面对可能的尴尬和消极的公共影响。

VII 结论

有责任感的直销公司会建立自我规范系统来协助政府并遵守相关规章制度来保护民众，稳定社会秩序，保障国家利益。这些规范的条例，绝不可以设置障碍以阻止尤其是当地中小企业进入市场，抑制创新和创业精神；减少健康的竞争；增加不必要的费用；和创造困难的条件来阻碍行业健康成长。

自我调整看起来复杂，耗费时间且麻烦，然而，如果谨慎使用且坚持不懈，它能提升直销整体形象，扩展市场，促进企业成长和国家发展。

如有疑问，请别犹豫致电刘绍园：65-96173826，或写信至
patrick@srpl.net