

商德约法 建立大众对直销业信心

1960年代在美国出现假直销之名，行敛财之实的非法公司，到处拉人头敛财，造成很大的社会风波，使直销业蒙上清白之污名；其后更蔓延到欧洲、日本、台湾甚至中国大陆，使「金字塔贩卖术」、「滚雪球制度」、「老鼠会」等非法敛财的恶名变成直销的代名词，社会大众与政府单位也视直销为洪水猛兽，不只避之唯恐不及，更群起抵制。直到1979年美国判定有些直销公司是合法经营之后，才露出一线生机。

在市场被非法公司破坏得满目疮痍之下，合法经营的直销公司要重整市场秩序，就需要花费加倍的努力！美国的直销协会为了建立市场对直销的信心，在1990年代制定了「商德约法」的自律公约，规范直销公司和消费者之间的关系，要求直销人员和消费者接洽时，就要表明自己是直销商的身分 and 公司名称，及接洽的目的，不可假藉其他名义来进行直销的活动，以免让消费者被误导。此外还要求介绍产品时，必须诚信，不得夸大，引用不实的见证；举其他公司产品作比较时，也要公平诚实，不得有误导的行为。消费者购买产品之后，要给予一段冷静期，在冷静期期间若消费者决定不买了，必须容许无条件退货。

整个商德约法的精神，就是要建立公平的商业销售行为，不容许直销公司或直销商利用消费者信息不对称的劣势来销售产品；或让消费者在人情压力下，仓促作出购买的决定，事后没有补救的机会；更禁止直销公司或直销人员藉鼓励消费者再介绍其他亲友购买产品，以赚回自己购物的支出，甚至赚取佣金，来诱导消费者购买产品。

商德约法的规范标准比一般消费者保护法更严格，给消费者更大的保障，其出发点就是要用更严格的道德标准，来赢得社会大众的认同。这个商德约法经过世界直销联盟的推广，规定世界各国或地区直销协会的会员公司都要签署遵行。台湾的直销协会也根据世界直销联盟所制定的商德约法订定台湾的商德约法，协会的会员公司都遵循不逾。非直销协会的直销公司数目庞大，若是正派经营的公司，也应参考直销协会的商德约法，一体遵循，加强自律，才能早日重建社会大众对直销产业的信心。

（国立中山大学直销学术研发中心主任 陈得发教授）