

商德約法 建立大眾對直銷業信心

1960年代在美國出現假直銷之名，行斂財之實的非公司，到處拉人頭斂財，造成很大的社會風波，使直銷業蒙上不白之污名；其後更蔓延到歐洲、日本、台灣甚至中國大陸，使「金字塔販售術」、「滾雪球制度」、「老鼠會」等非法斂財的惡名變成直銷的代名詞，社會大眾與政府單位也視直銷為洪水猛獸，不只避之唯恐不及，更群起抵制。直到1979年美國判定有些直銷公司是合法經營之後，才露出一線生機。

在市場被非法公司破壞得滿目瘡痍之下，合法經營的直銷公司要重整市場秩序，就需要花費加倍的努力！美國的直銷協會爲了建立市場對直銷的信心，在1990年代制定了「商德約法」的自律公約，規範直銷公司和消費者之間的關係，要求直銷人員和消費者接洽時，就要表明自己是直銷商的身分和公司名稱，及接洽的目的，不可假藉其他名義來進行直銷的活動，以免讓消費者被誤導。此外還要求介紹產品時，必須誠信，不得誇大，引用不實的見證；舉其他公司產品作比較時，也要公平誠實，不得有誤導的行爲。消費者購買產品之後，要給予一段冷靜期，在冷靜期期間若消費者決定不買了，必須容許無條件退貨。

整個商德約法的精神，就是要建立公平的商業銷售行爲，不容許直銷公司或直銷商利用消費者資訊不對稱的劣勢來銷售產品；或讓消費者在人情壓力下，倉促作出購買的決定，事後沒有補救的機會；更禁止直銷公司或直銷人員藉鼓勵消費者再介紹其他親友購買產品，以賺回自己購物的支出，甚至賺取佣金，來誘導消費者購買產品。

商德約法的規範標準比一般消費者保護法更嚴格，給消費者更大的保障，其出發點就是要用更嚴格的道德標準，來贏得社會大眾的認同。這個商德約法經過世界直銷聯盟的推廣，規定世界各國或地區直銷協會的會員公司都要簽署遵行。台灣的直銷協會也根據世界直銷聯盟所制定的商德約法訂定台灣的商德約法，協會的會員公司都遵循不逾。非直銷協會的直銷公司數目龐大，若是正派經營的公司，也應參考直銷協會的商德約法，一體遵循，加強自律，才能早日重建社會大眾對直銷產業的信心。

（國立中山大學直銷學術研發中心主任 陳得發教授）