

试析中国直销现状及对策

龚 勋, 李 亮

(西昌学院 经管系, 四川 西昌 615013)

【摘 要】直销是新型销售模式的典范,对经济的发展有特殊的作用,同时监管措施的相对落后,它又干扰正常的经济秩序,并诱发社会问题。

【关键词】中国;直销;现状;对策

【中图分类号】F713.3 【文献标识码】A 【文章编号】1673-1883(2006)04-0079-05

随着经济一体化、全球一体化的进程,中国直销业的春天到来了,一方面将使规范的企业获得巨大的发展机遇,另一方面将使大批的城市下岗职工和农村富余劳力获得大量的就业机会,将重新打破或者调整目前已经形成的就业格局,也将使许多有理想、有心智、有能力,但缺乏创业资金的人有了叩开财富大门的机遇,从而实现自己的人生梦想。

一、直销模式及中国的现状

(一) 直销的概述

1. 直销的渊源

世界直销协会对于直销的概念是如此定义的:直销是指在固定零售店铺以外的地方(例如个人住所、工作地点或者其他场所),由独立的营销人员以面对面的方式,通过讲解和示范方式将产品和服务直接介绍给消费者,进行消费品的行销。直销,就是产品不通过各种商场、超市等传统的公众的销售渠道进行分销,而是直接由生产商或者经销商组织产品销售的一种营销方式。直销产生于 20 世纪 50 年代的美国。由于当时美国资本主义的高速发展,社会贫富差距越来越大,形成典型的社会现象:(1)约 80% 的财富被约为 20% 的富人所掌握。(2)贫穷的百姓由于贫穷而没有改变贫穷现状的机会。因此,面对贫富极度不均的社会现实,美国哈佛大学的两个研究生,研究出了这样一种从事商品营销的职业:

(1)能够让穷人改变命运。(2)让富人消费商品。(3)让从业者的财富成倍数增长。这种渗透着解决社会贫富问题的理想的职业营销模式,这就是直销模式。这种销售模式被推向社会后,很快产生出前所未有的市场效应:(1)使许多企业滞销的产品找到了销路。(2)使萧条的美国市场渐渐焕发了勃勃生机。(3)使许多失业者找到了职业。(4)使许多穷人因从事直销而跨入了富人行列。于是,这种新的营销方式流传并盛行起来。很快,就成了风靡美国市场的一大新鲜的具有活力的营销模式。

2. 直销的运作模式

直销的运作模式主要通过销售渠道,生产厂家—直销商—消费者。直销员通过举行各种产品推介活动,向顾客介绍产品,演示产品用途的一种促进销售的形式。具体直销方式有:(1)专营店专门销售自己生产的或厂家生产的产品的直销形式。(2)专卖店+直销员的上下呼应的直销形式。(3)以店铺为销售中心+辐射四方的推销员登门推销的内外呼应的直销方式。(4)经销商招聘直销员层层推销、层层购买、层层发展下线的直销方式。(5)电话直销。(6)邮递直销。(7)电视直销。(8)网上直销。(9)面对面直销。直销,必须具备两大要素:(1)优质的产品。(2)高质量的服务。直销企业的成功需要三个条件:(1)要有严格的法律规范。(2)行业自律,即直销业者的自我约束和规范。(3)消费者、大众对直销的认识。

收稿日期 2006-06-20

作者简介 龚勋(1969-)男,讲师,经济师,经济管理系教师。主要从事管理、营销等方面的教学与研究。

（二）直销在中国的现状

1. 直销给中国经济造就巨大的机遇

直销，在中国已走过了风风雨雨的十多年历程。十年给予世界的的是一个惊奇，告知世界的是一种震撼：世界最大的直销市场在中国！世界最激烈的直销战场在中国！中国直销业市场不是任何一个数字或符号所能概括和描述的。

（1）外资企业延伸市场

直销业在全球有 850 亿美元的市场空间，而中国的市场还没有形成。在 2003 年，整个中国直销业的营业额为 350 亿元人民币左右，其中 10 家外资转型企业营业额为 300 亿元人民币，而整个内资企业的营业额却不到 50 亿元人民币。而中国特有的东方文化讲究人际关系的特点，却是直销业的天然土壤。因此中国直销业的市场年增长率将有望达到 20%，甚至更高。以安利公司为例，从 1995 年在中国正式开业到 1997 年，营业额急速上升至 15 亿元人民币；2001 年营业额达到 48 亿人民币；2002 年上升至 60 亿人民币；2003 年更是创下营业额 80 亿的新高。更让人侧目的是，尽管中国的直销市场 2003 年高压态势严管，但总营业额居然达到 350 亿元人民币。雅芳、玫琳凯、如新、仙妮蕾德等外资企业也取得不俗的成绩。2001 年 12 月 1 日，中国正式加入 WTO，成为世界贸易组织中的合法成员，从而大大缩短了中国与世界各贸易成员国之间的距离。2001 年 12 月 14 日，国家经济贸易委员会法规司司长张德霖、贸易司司长黄海，在新闻发布会上表示：中国承诺在加入 WTO 的 3 年中，在充分考虑 WTO 成员意见的基础上，就直销问题立法。进一步开放中国市场。2004 年 8 月 10 日，国务院常务会议审议并原则通过《直销管理条例(草案)》和《禁止传销条例(草案)》。进一步拓展了外资企业的想象空间。

（2）中国企业发展的历史机遇

直销对中国企业提供了解决长期困扰的思路，直销对中国企业的魅力可以体现在几个方面。首先，随着中国制造能力的增强，市场饱和程度的增加，企业产品的分销通路上的问题越来越多，比如渠道不畅通、网络不完善、不宽广，与终端客户关系不是很紧密等，在通道方面，直销企业的产品通过其庞大的直销人员网络“一步到位”，直销到消费者，解决了渠道问题；另外，在资金流方面，依照传统销售渠道，生产商、各级批发商，零售商之

间资金流不畅通，三角债、赊销等问题更是制约了生产企业的发展，从资金流来说，直销企业基本上能够做到 90% 以上的现金流，能解决企业货款回笼所遭遇到的困境；还有更严重的一点，分销商本身的忠诚度不是很高，一个分销商可能面对无数的供货商，那么他在实际活动中就不会特别注重推广某一个产品。在直销特有的激励机制下，直销人员的忠诚度很高，而且直销人员通过一定的关系网络，“一对一”培养起来的客户群忠诚度也十分高；第四，随着现代营销手段的发展，促销等营销费用也不断提高，而直销则可以省下这笔高昂费用。直销在前面几个问题上相对传统企业有很大优势，有很多的创新和突破。

（3）直销给中国民众带来的机遇

市场经济给人们带来了许多观念上的转变，当中影响最大的就是让人们感受了财富的魔力。在计划经济时代，吃穿住行，生老病死都是国家“包”，而现在，很现实的问题是，拥有财富，你就可以在城市最好的地段买到最好的房子，你可以拥有汽车，孩子可以受到很好的教育等等。在这种社会大背景下，人们特别是社会底层人们急切寻求创业的机会，从而摆脱经济上的困境。而直销恰恰宣扬这些“自由、低成本创业”时，就能在社会上引起共鸣。有一个问题至关重要，就是直销为何在中国有那么强的生命力。那些外国直销巨头为何宁可转型也不肯退出中国市场？为何那么多公司“铤而走险”？为什么有那么多人趋之若鹜？仅仅从追求暴利、就业压力大、民众心态不成熟等方面来解释是不够的，最根本的问题是直销的本质或灵魂是什么？有分析说，全世界的直销公司都遵循这个商业模式：直销公司—产品—多层次奖金分配制度—培训会议—直销商网络—获利，从这个商业模式我们可以看出直销显然是一种“产品分销模式”，最关键的原因和最大的误区就在这里：直销不是产品分销模式而是建立在产品分销模式基础上的“个人创业模式”！这就是直销的本质和灵魂！所以，直销企业不是“生产产品”而是“生产机会”；直销商(员)不是“推销产品”而是“推销梦想”，原因很简单：人不会活在产品和制度中，人永远只会活在他的希望和梦想里！直销业春天的到来，将使大批的城市下岗职工和农村富余劳力获得大量的就业机会，将重新打破或者调整目前已经形成的就业格局，也将使许多有理想、有心智、有能

力, 但缺乏创业资金的人有了叩开财富大门的机遇, 从而实现自己的人生梦想。

2. 直销在中国的问题

在中国内地市场, 最早通常将“直销”统称为“传销”。由于营销方式(多层次、多层次)运作上的特殊性因素而致, 这一销售模式在国内往往被一些不法分子所利用, 慢慢演变成“金字塔”推销骗术的代名词。原以为随着国门打开带进一个新的营销模式, 让市场活跃, 让许多失业的人找到一个不需多大成本投入就可以创业的机会, 可事实上也并没有这么简单: 随着上个世纪90年代初雅芳悄然登陆960万平方公里土地, 再随着安利的长驱直入, 也随着台湾兴田安康“老鼠会”的趁火打劫, 就像一枚枚“飞毛腿”导弹, 到1997年底, 已是掘地三尺, 又像蝗虫席卷一样让人惶惶不可终日。于是, 当非法传销成为牟取暴利的工具, 很多人被非法的传销活动蒙骗、弄得倾家荡产时, 中国走上了“打击非法传销”之路。1998年4月18日, 在多次调整都未取得明显效果的情况下, 国务院发布了《关于全面禁止传销经营活动的通知》, 规定自通知发布之日起立即停止传销经营活动。中国政府开始了一场旷日持久、持续六年的打击非法传销的战争。而事实上, 自从1998年禁止传销之后, 非法传销一直都没有停止过。首先在国内曝光的大案有1998年底到1999年在重庆、长沙的“天然丽莎国际集团绿色经典公司”、“百顺日合”、“兴田加盟连锁”等地下运作、异地炒作的“老鼠会”组织; 接着1999年、2000年以至到2003年, 国内先后出现过“华良消费联盟”、“得利卡友”、“申奇”、“直复营销”、“武汉新田”、“深圳文斌”等全国性的非法传销大案。2000年底, 全国各地发生各种利用非法传销、变相传销进行违法犯罪活动的案件近500起, 参加各种非法传销的人员百万人次, 非法经营额达近百亿元; 2001年, 我国共查处非法传销案件2400多件, 取缔传销窝点2500多个; 2003年9月至2004年10月, 全国共查处传销案件2797起, 取缔传销窝点1.1万个, 遣散传销人员20多万人次, 移交公安机关案件248件。据长期关注直销业的北京商业管理干部学院副教授黎少华调查, 目前非法传销和处于灰色地带的传销企业有几百家之多, 而且企业的规避方式、非法传销操作方式相比1998年之前更为复杂, 监管的任务变得更为艰巨。而且演变为严重的

政治和社会问题。

二、直销的对策和思路

(一) 国家对直销的政策

在中国直销的发展一波三折, 中国政府对待直销业的态度也经历了从最初的开放, 到后来的紧缩、直至完全禁止, 再到逐步放开的过程。漫长的直销立法过程终于结束了, 2005年8月10日的国务院常务会议审议并原则通过了《直销管理条例(草案)》和《禁止传销条例(草案)》, 上述两项条例即将由国务院公布实施, 历程坎坷的中国直销业将进入全面依法发展的新阶段。2005年9月2日, 《直销管理条例》(12月1日实施)和《禁止传销条例》(11月1日实施)正式出台, 并于年底付诸实施。虽然全面放开直销, 但我国对直销企业的设立仍有严格规定, 并且禁止传销。同时商务部和国家工商总局都将成立独立监管机构, 对直销进行专业化管理。

1. 立法指导思想

立法始终坚持两个指导思想。一是条例的内容要符合WTO的有关规定和我国的入世承诺。制定条例将要确立的法律制度与WTO规则和我国入世承诺作了逐条比对, 在两者不相一致的方面, 对条例进行了修改完善。二是坚持从严监管。买卖双方信息不对称的特点在直销这种经销模式上表现的十分突出, 同时, 由于目前我国市场发育还不够完善, 监管手段也较为落后, 群众消费心理尚不成熟, 因此, 直销过程中很容易出现损害消费者利益的情形。1998年以前传销在我国发展的情况已经证明了这点。有鉴于此, 条例对直销业确立了较为严格的监管制度。这一方面有利于保障消费者的合法权益; 另一方面, 也有利于直销业的发展。严格的监管制度可以尽量减少违法行为的出现, 而只有合法经营, 直销业的发展才能获得良好的外部环境, 从而走上持续、健康发展的良性发展道路。

2. 立法的规定

国务院在颁布《直销管理条例》的同时还颁布了《禁止传销条例》, 其目的就是在开放并规范直销的同时, 一如既往地严厉打击传销。主要在市场准入、直销员制度、保障制度、监管等方面建立相应条例。

(1) 准入制度

根据条例规定,一个企业要申请成为直销企业应当具备四个条件:第一:投资者具有良好的商业信誉,在提出申请前连续 5 年没有重大违法经营记录;外国投资者还应当有 3 年以上在中国境外从事直销活动的经验;第二:实缴注册资本不低于人民币 8000 万元;第三:依照本条例规定在指定银行足额缴纳了保证金;第四:依照规定建立了信息报备和披露制度。

(2) 直销员制度

直销就是通过直销员在固定营业场所之外进行推销,因此,包括直销员的招募、培训和直销行为规范等内容的直销员制度,是直销法律制度的核心内容之一。因此,条例对直销员制度作了以下几方面的规定:一是,直销企业及其分支机构可以招募直销员,其他任何单位和个人不得招募直销员。二是,直销企业及其分支机构不得招募未满 18 周岁的人员、无民事行为能力或限制民事行为能力的人员、全日制在校学生、教师、医务人员、公务员、现役军人、直销企业的正式员工、境外人员及法律以及法规规定不得从事兼职的人员为直销员。三是,直销企业及其分支机构招募直销员时应当与其签订推销合同。未与直销企业或者其分支机构签订推销合同的人员,不得以任何方式从事直销活动。四是,直销企业应当对拟招募的直销员进行业务培训和考试。经考试合格的人员,由直销企业颁发直销员证后,方可从事直销活动。五是,直销员在直销过程中不得有欺骗、误导等宣传和推销行为,并应当严格遵守出示直销员证、尊重消费者意愿等直销行为规范。六是直销员的奖励最高不超过 30%。

(3) 直销员培训制度

条例明确规定,对直销员进行业务培训的授课人员应当是直销企业的正式员工,并符合以下条件:1、在本企业工作 1 年以上;2、具有高等教育本科以上学历和相关的法律、市场营销专业知识;3、无因故意犯罪受刑事处罚的记录;4、无重大违法经营记录。直销企业应向符合相应条件的授课人员颁发依照商务部规定式样印制的直销培训员证,并将取得直销培训员证的人员名单报商务部备案。

(4) 保障制度

为了最大限度地保障直销员和消费者的合法权益,条例借鉴了一些国家和地区的监管经验,确立以下三项制度:一是退货制度。条例规定,直销员和消费者在购买直销产品后 30 日内,产品未开封

的,有权凭直销企业开具的发票或者售货凭证向直销企业及其分支机构、所在地的直销企业服务网点或者推销产品的直销员办理退换货;后者应当在 7 日内,按照发票或者售货凭证标明的价款办理退换货。二是信息披露制度。针对直销活动的隐蔽性,以及直销过程中直销企业与直销员、直销员与消费者之间信息不对称等特点,为了便于直销员和消费者及时掌握有关情况,防止上当受骗,同时有利于监管,条例规定,直销企业应当建立并实行完备的信息报备和披露制度。三是保证金制度。为充分保护消费者的合法权益,防止直销企业或者直销员不履行退货义务,条例明确对直销企业实行强制提取保证金制度。根据条例规定,直销企业应当在国务院商务主管部门和国务院工商行政管理部门共同指定的银行开设专门账户,存入保证金。保证金的数额在直销企业设立时为人民币 2000 万元;直销企业运营后,保证金的数额应当保持在直销企业上一个月直销产品销售收入 15% 的水平,但最高不超过人民币 1 亿元,最低不少于人民币 2000 万元。

(5) 监管制度

为了加强对直销业的监管,防止以直销为掩护进行各种违法行为,条例专设一章,明确了工商行政管理部门实施日常监督管理可以采取的手段和措施。根据条例规定,工商行政管理部门在进行现场检查时,可以采取进入企业、询问当事人以及查阅、复制、查封、扣押有关材料和非法财物等措施。同时,为了及时查处直销活动中的违法行为,防止直销演变为多层次传销,条例还规定,工商行政管理部门发现企业有涉嫌违反本条例的行为,可以责令其暂时停止经营活动。为保证管理相对人的合法权益,条例对工商行政管理部门采取上述监管手段和措施的程序,都作了明确而严格的规定。

(6) 处罚规定为保证条例各项规定的落实,条例对违反本规定的各类违法行为设定了严格的法律责任

一是,对未经许可从事直销活动或者通过欺骗、贿赂等手段取得直销许可的违法行为,条例规定:由工商行政管理部门责令改正,没收直销产品和违法销售收入,处 5 万元以上 30 万元以下的罚款;情节严重的,处 30 万元以上 50 万元以下的罚款,并依法予以取缔;构成犯罪的,依法追究刑事责任。通过非法手段取得直销许可的,还应当由国务院商务主管部门撤销相应的许可。二是,对直销

企业的其他违法行为,由工商行政管理部门责令改正、没收直销产品和违法销售收入、处以罚款、吊销其分支机构营业执照直至由国务院商务主管部门吊销其直销经营许可证。三是,对直销员、直销培训员以及其他个人的违法行为,条例规定了没收直销产品和违法销售收入、罚款以及责令直销企业撤销其直销员或者直销培训员资格等行政处罚。

(二) 企业的对策

直销行业要得到良好的发展,除了有效的监管和良好的执法以外,还需要企业有良好的自律能力与企业诚信。在这样的环境下,无论是单个直销企业,还是整个直销行业,在赢得合法经营的权利之后,接下来更应当做的是修炼内功,规范自己内部管理,最大限度地消除从业人员的不规范行为,切实改善本行业社会形象。只有在此基础上才能实现直销业的可持续发展,才能从政府的外部监管转向更多地依靠企业、行业内部自主约束。毋庸置疑,非法传销现象仍将长期存在,“灰色经营”也不可能很快杜绝。能否抵制住非法市场高额回报的诱惑,则也是市场能否健康发展的关键。而参考国外

建立直销行业协会的作法也许是解决此类问题很好的途径。

(三) 建立社会教育机制

消费者能否具备辨别直销和非法传销的能力,需要完善的直销社会教育机制。直销开放最大的风险是消费者缺乏对直销和非法传销的辨别能力带来的社会风险。一个共识是,消费者尽管辨别能力有所提高,但仍然不足。而这种不足正是容易产生非法传销和非法直销的温床。直销开放后,直销将成为合法的市场行为,不排除会有更多的声音来鼓吹直销的事业机会;如果没有完善的直销教育机制,消费者将会因为这种鼓吹而降低原本不高的辨别能力——这有可能形成恶性循环而导致新一轮社会风险的产生。直销立法为直销在中国的发展制订了游戏规则,除了要使企业遵守这个游戏规则外,更需要广大消费者明白这种游戏规则,提高对直销与非法传销的辨别能力。这需要政府、未来的行业协会、直销企业、舆论机构等通力合作,建立完善的直销社会教育机制。只有这样,直销才能真正走向理性的发展。

本文写作过程中,得到经管系丁利国教授的大力指导,特此表示感谢。

注释及参考文献:

- [1]冯宗智. 科技智囊[M]. 科技出版社, 2004, 7.
- [2]晏剑滨. 环球供应链[M]. 企业管理出版社, 2005, 7.
- [3]赵博琛. 中国营销市场[M]. 营销出版社, 2005, 7.
- [4]国务院. 直销管理条例[M]. 2005, 9.
- [4]国务院. 禁止传销条例[M]. 2005, 9.

Analysis of the Status Quo and Countermeasures of Direct Sales

GONG Xun, LI Liang

(Xichang College, Xichang, Sichuan 615013)

Abstract: Direct sale is the paragon of new patterns. It plays a unique role in the development of economy. At the same time, it is interfering with the normal economic order of the state and will induce some social problems, for the relative lagging behind of the control measures.

Key words: China; Direct Sale; The Status Quo Countermeasures

(责任编辑:周锦鹤)