



## 国家市场监督管理总局关于进一步加强直销监督管理工作的意见

国市监竞争（2018）8号

各省、自治区、直辖市工商行政管理局、市场监督管理部门：

为适应商事制度改革带来的监管方式转变，做到在“放管服”改革大背景下，维护直销市场秩序，促进直销市场规范健康有序发展，根据《直销管理条例》《禁止传销条例》及有关法律、法规、规章规定，现就进一步加强直销监督管理工作提出如下意见：

### 一、加强对直销企业、直销员及直销企业经销商、合作方、关联方的监管

（一）加强对直销企业、直销员及其直销活动的监管。各地工商和市场监管部门应按照《直销管理条例》等法律法规要求，加强对直销经营主体的监管，关注其是否获得直销活动区域许可，是否及时变更直销经营许可和企业登记注册事项等；加强对直销员招募活动的监管，关注招募主体、招募对象和招募广告内容是否合法，是否以交纳费用或购买商品作为发展直销员的条



件；加强对直销培训活动的监管，关注直销培训员是否持证上岗，培训内容和方式是否合法；加强对直销经营活动的监管，关注退换货制度是否有效执行，直销产品是否超出产品核准范围，是否有夸大或虚假宣传及欺诈消费者等情形；加强对计酬行为的监管，关注计酬奖励制度是否合法，是否存在团队计酬等违法行为。

（二）加强对直销企业经销商的监管。各地工商和市场监管部门应加强对分销直销企业产品的经销商及各类经营主体的监管，督促直销企业对其经销商的经营行为进行指引和约束。应对辖区内直销企业的经销商的注册登记信息加强了解，关注其是否有固定经营场所，是否具有合法营业执照，是否与直销企业签订经销合同，是否在经营场所醒目位置摆放营业执照，是否在经营活动中遵守各项法律规定，保障消费者合法权益等。应充分运用各种监管手段，督促辖区内直销企业经销商不得从事直销活动，不得对产品进行夸大虚假宣传，不得以直销企业名义从事商业宣传、推销等活动，不得组织或参与传销。对有证据证明经销商的传销行为系按照与直销企业的约定或者由直销企业支持、唆使的，由工商和市场监管部门依据《禁止传销条例》的相关规定，处罚经销商的同时处罚直销企业。



（三）加强对直销企业合作方、关联方的监管。工商和市场监管部门应加强对与直销企业有合作协议关系的合作方、关联方的监管。如有合作方、关联方挂靠直销企业，打着直销企业旗号或借助直销牌照影响力从事传销，而直销企业提供支持、帮助、纵容或默许的，对合作方、关联方以从事传销活动进行查处的同时，对直销企业以为传销活动提供便利条件进行查处，情节严重的，对直销企业以传销共同违法行为人进行查处；如直销企业负责人为合作方、关联方违法活动站台、宣传或提供帮助、便利，又难以追究直销企业责任时，对该负责人个人追究为传销活动提供便利条件的责任或共同违法责任。

（四）加强对各类直销会议的监管。工商和市场监管部门应加强对直销企业及其分支机构组织召开的含有产品推介、营销方式、计酬制度、加入方式等内容的直销会议（包括但不限于研讨会、激励会、表彰会、产品推介会、业务沟通会、美容或者营养讲座等）及经销商组织的各种会议的监管。会议的内容不应存在夸大产品功效、夸大奖励回报等欺骗、误导的宣传和推销行为。

## 二、依法查处与直销相关的各类违法行为

（五）工商和市场监管部门应依法查处直销企业、直销员及其相关经营主体的下列违法行为：违反《直销管理条例》的违法



行为；违反《禁止传销条例》的违法行为；违反《反不正当竞争法》《广告法》等其他工商和市场监管法律法规的违法行为。

（六）依法查处以直销名义从事的传销、非法集资等违法行为。通过各种渠道及时掌握打着直销企业名义，欺骗、误导、引诱群众从事传销、非法集资等行为线索，发现违反工商和市场监管法律法规的，立案查处，发现违反其他领域法律法规的，及时移送。

（七）依法查处以直销企业名义从事的违法行为。对直销行业的新动向、新经营手法应保持关注，如发现非直销企业或团队挂靠直销企业，利用直销企业的产品、销售队伍、物流体系、结算平台等资源从事违法活动的，在对非直销企业或团队处以行政处罚的同时，对直销企业也要依法进行查处。

（八）综合运用工商和市场监管领域法律法规。工商和市场监管部门不仅要查处违法直销、传销等行为，如发现虚假宣传、违法广告、违反企业登记注册等领域规定的违法活动，应综合、全面运用各项工商和市场监管法律法规，一并查处。

（九）充分运用现代化执法办案手段。工商和市场监管部门在查处违法活动时，应充分运用各项法律法规赋予的权限，充分运用各种执法办案手段，搜集证据。在违法行为发现环节，充分

依靠日常监管信息、投诉举报信息，充分运用网络监测、大数据等手段；在违法证据搜集和固定环节，在注重传统办案方式的同时，充分运用电子数据取证、远程取证等现代化方式，固定核心证据。

### 三、建立健全直销监管工作机制

（十）分级分类监管机制。分级监管是指在工商和市场监管部门内部实行分级监管。主要内容是：整合监管资源，按管辖范围分级开展直销监管工作；构建与分级监管相适应的管理运行机制；建立健全分级监管的信息交换渠道，完善上下联动协调机制等。

分类监管是指对直销企业实行动态分类监管。主要思路是：科学分配监管资源，提高监管效能。根据各地实际，采取不同的分类监管模式。如基于直销企业、直销企业分支机构、服务网点、经销商等监管主体不同进行分类；基于直销企业守法等信用状况进行分类等。对守法、诚信记录较好、投诉举报较少的直销企业、分支机构、服务网点及经销商，在工作中保持关注；对违法行为多发、诚信记录不良或投诉举报较多的直销企业、分支机构、服务网点及经销商，在工作中要作为重点对象进行监管。



（十一）行政指导机制。及时掌握监管信息，加强行政指导。发挥网络监管便捷优势，登录国家市场监督管理总局打击传销规范直销信息系统、企业信息披露网站，查阅企业报备披露信息，处理举报投诉等，及时掌握有关直销企业的监管信息，建立以信息化手段为主的直销监管方式。针对直销企业经营中存在的不规范现象，采取行政提示、行政告诫、行政建议等多种方式，指导企业整改、规范。针对问题突出的直销企业，可采取集体约谈或个别约谈的方式，及时约谈企业负责人，提出警示，并给予相关的意见和建议，指导企业及时查找并解决存在的问题。

（十二）企业信息公示和“双随机、一公开”机制。直销企业的注册、年报、监管等信息，应及时在国家企业信用信息公示系统公示。在“双随机、一公开”工作中，对国家市场监督管理总局清单列明的直销抽查项目需认真检查，对清单未列入的直销抽查项目可根据工作需要决定是否进行检查。在检查中发现的重大问题，应及时调查核实，并依法作出处理。

（十三）宣传工作机制。在规范直销宣传工作中，应充分依托新闻媒体的力量，发挥直销企业能动性，在传统媒体和互联网、微信、APP上，通过多种方式向社会公众宣传直销与传销的区别、



直销监管制度、直销行业现状、直销热点问题、直销监管重点，提高社会公众认识，争取做到宣传覆盖面广、宣传有实效。

（十四）风险预警和化解机制。强化直销行业风险预警。对新批准的直销企业加强宣传、教育与指导；对举报投诉、案件等问题较多的直销企业及时提醒、告诫，避免出现违规经营所引发的群体性事件。各地工商和市场监管部门要逐步建立案件预警和风险评估制度，对可能引发群体性事件的案件，立案查处前要制定预案，防止出现导致社情不稳定的情况。

强化直销行业风险化解。对涉及直销企业的群体上访、信访、抗议、集会、静坐、示威等事件，应基于部门职责，对属于工商和市场监管职责范围内的事项，依法处理；对不属于工商和市场监管职责范围内的事项，耐心向群众解释，属于民商事纠纷的，引导群众通过诉讼方式解决，属于其他部门管辖的，引导其向有管辖权的部门反映，或将线索转交有管辖权的部门。各地工商和市场监管部门在发现群体性事件隐患或苗头时，应及时处理，防止扩大升级；在具体处理群体性事件时，应根据实际需要，采取各种方式应对、化解，妥善处置事件，化解风险。

国家市场监督管理总局

2018年4月8日

- 7 -