

# 政策 與 程序 - 台灣

自 2025 年 3 月 1 日起生效

第 1 節 - LifeVantage 政策與程序之目的

第 2 節 - 介紹

2.1 納入 LifeVantage 顧問協議的政策

2.2 政策之目的

2.3 協議之變更

2.4 延遲

2.5 可分割性

2.6 棄權聲明

第 3 節 - 行為準則；成為顧問

3.1 成為顧問的要求

3.2 新顧問註冊

3.2.1 線下註冊

3.2.2 電子註冊

3.3 LifeVantage 顧問業務的續約

第 4 節 - 經營 LifeVantage 顧問業務

4.1 遵守《LifeVantage 獎勵計畫》

4.1.1 家庭成員或相關個體的行為

4.2 商業實體

4.3 未成年人或無行為能力者

4.4 每個人及每個家庭僅能擁有一個 LifeVantage 顧問業務

4.5 獨立承包商身分

4.6 推薦/保薦或贊助

4.7 LifeVantage 顧問業務之變更

4.7.1 一般條款

4.7.2 增加共同申請人

4.7.3 推薦人之變更

4.7.4 配售贊助人之變更

4.7.5 取消與重新申請

4.8 空缺帳戶的下線組織

4.9 出售、轉讓或分配 LifeVantage 顧問業務

4.10 LifeVantage 顧問業務的分離

4.11 繼承

4.12 顧問去世後的轉讓

4.13 顧問無行為能力後的轉讓

#### 4.14 錯誤或問題

### 第 5 節 - 顧問的責任

#### 5.1 地址、電話或電郵變更

#### 5.2 持續發展義務

##### 5.2.1 持續培訓

##### 5.2.2 關於持續銷售的責任

#### 5.3 不得詆毀

#### 5.4 向申請人提供文件

#### 5.5 報告政策違規行為

#### 5.6 關於公司的聲明

### 第 6 節 - 利益衝突

#### 6.1 招募限制

##### 6.1.1 禁止同步招募

##### 6.1.2 禁止協議終止後招募

##### 6.1.3 禁止同時交叉推廣

##### 6.1.4 補救措施

#### 6.2 以其他直銷商為目標

#### 6.3 交叉贊助

#### 6.4 持有申請或訂單

#### 6.5 層疊

### 第 7 節 - 顧問之通訊與保密

#### 7.1 行銷組織活動（家譜報告）

#### 7.2 溝通與資料保護

### 第 8 節 - 廣告

#### 8.1 一般條款

#### 8.2 商標和版權

#### 8.3 未經授權的聲明和行為

##### 8.3.1 賠償

##### 8.3.2 產品聲明

##### 8.3.3 關於收入的聲明

##### 8.3.4 使用名人的名字和肖像

##### 8.3.5 與科學顧問委員會及其他公司顧問的互動

##### 8.3.6 政府批准或認可

#### 8.4 大眾媒體

##### 8.4.1 禁止利用大眾媒體進行促銷

##### 8.4.2 媒體採訪

#### 8.5 網際網路

##### 8.5.1 一般條款

- 8.5.2 顧問網站
- 8.5.3 社群媒體和其他網站
  - 8.5.3.1 LifeVantage 官方 Facebook (或類似) 公開專頁
  - 8.5.3.2 關閉的顧問 Facebook (或類似) 專頁
  - 8.5.3.3 其他網路使用
- 8.5.4 使用第三方智慧財產
- 8.5.5 尊重隱私
- 8.5.6 專業精神
- 8.5.7 禁止發布的內容
- 8.5.8 如何回應網上的負面文章
- 8.5.9 LifeVantage 顧問業務的取消
- 8.5.10 電郵
- 8.5.11 線上分類廣告
- 8.5.12 線上拍賣網站
- 8.5.13 線上零售
  - 8.5.13.1 清算賠償
  - 8.5.13.2 禁令補救
  - 8.5.13.3 配合調查
- 8.5.14 橫幅廣告
- 8.5.15 垃圾連結
- 8.5.16 上傳數位媒體內容 (例如 YouTube、iTunes、PhotoBucket)
- 8.5.17 贊助連結、按次付費廣告 (PPC) 和付費搜尋
- 8.6 垃圾郵件和未經請求的傳真與電郵
- 8.7 電話行銷
- 8.8 廣告產品價格

## 第 9 節 – 規則與法規

- 9.1 識別
- 9.2 所得稅
- 9.3 保險
  - 9.3.1 商業糾紛保險
  - 9.3.2 產品責任範圍
- 9.4 國際行銷
- 9.5 遵守法律和法規
  - 9.5.1 地方法規
  - 9.5.2 遵守適用法律
  - 9.5.3 反腐敗法

## 第 10 節 – 銷售

- 10.1 商業出口
- 10.2 貿易展覽、博覽會和其他銷售論壇
- 10.3 禁止購買過量存貨
- 10.4 禁止購買獎勵
- 10.5 禁止重新包裝和重貼標籤

#### 第 11 節 – 銷售要求

- 11.1 產品銷售
- 11.2 銷售量
- 11.3 無區域限制
- 11.4 70% 銷售規則
- 11.5 銷售收據

#### 第 12 節 – 財務分紅

- 12.1 財務分紅資格
  - 12.1.1 財務分紅處理費
  - 12.1.2 財務分紅的調整
  - 12.1.3 取消和前 30 天內退貨
- 12.2 未領取的財務分紅與餘額
- 12.3 獎勵旅行和其他獎項
- 12.4 報告
  - 12.4.1 行銷組織報告
  - 12.4.2 報告賠償

#### 第 13 節 – 產品保證、退貨與庫存回購

- 13.1 產品保證
- 13.2 庫存回購
- 13.3 退款政策的例外情況

#### 第 14 節 – 爭議解決與補救

- 14.1 補救的限制
- 14.2 解決爭議的階段和一般爭議解決程序
  - 14.2.1 非正式協商
  - 14.2.2 調解
  - 14.2.3 仲裁或訴訟
- 14.3 由 CAA 主導的仲裁
- 14.4 爭議解決程序的保密性
- 14.5 違反保密義務的違約金
- 14.6 中間和永久性衡平法賠償
- 14.7 不適用三步爭議解決程序的爭議
  - 14.7.1 中間賠償申請
  - 14.7.2 規範性制裁

- 14.8 集體訴訟豁免
- 14.9 管轄法律
- 14.10 法律費用與成本
- 14.11 規範性處分、違約和補救措施
- 14.12 爭議解決政策的修改與修訂

#### 第 15 節 – 訂購

- 15.1 客戶
- 15.2 購買 LifeVantage 產品
- 15.3 一般訂單政策
- 15.4 運費和延期訂單政策
- 15.5 訂單確認
- 15.6 產品棄置

#### 第 16 節 – 付款與運送

- 16.1 定金
- 16.2 資金不足
- 16.3 第三方信用卡限制

#### 第 17 節 – 非活躍狀態與取消

- 17.1 取消協議的影響
- 17.2 由因非活躍狀態而取消協議
- 17.3 非自願取消協議
- 17.4 自願取消協議
- 17.5 無續約
- 17.6 重分類為顧客
- 17.7 便宜終止

#### 第 18 節 – 定義

#### 第 19 節 – 多層次傳銷管理法

#### 第 20 節 - 公司維護個人資料檔案安全的計畫及業務終止後處理個人資料的方法

## 第 1 節 - LifeVantage 政策與程序之目的

LifeVantage Taiwan Pte. Ltd. 及其母公司和關聯企業（以下簡稱「LifeVantage」或「公司」）已制定以下指導方針，以協助公司及其獨立承包商顧問（定義見下方第 18 節）在彼此關係中共同取得成功。

LifeVantage 的政策和程序提供以下好處：

透過提供一個框架，保護所有顧問的權利，使每位顧問能夠以道德、有效和安全的方式工作；

為所有顧問提供平等且公平的機會；

定義 LifeVantage 與其顧問之間的合約關係；以及

向顧問通報 LifeVantage 要求所有顧問了解的合規問題和法規要求，以便我們一起推廣 LifeVantage 產品和活動。

## 第 2 節 - 介紹

### 2.1 - 納入 LifeVantage 顧問協議的政策

LifeVantage 政策與程序（以下稱為「手冊」或「P&P」）以目前的形式及不定期修訂的內容，納入並成為 LifeVantage 顧問協議（以下稱為「LifeVantage 顧問協議」或「協議」）的不可或缺的一部分。

在 P&Ps 中，當使用「協議」一詞時，指的是 LifeVantage 顧問申請及協議（以下稱為「申請」）、這些 P&P、LifeVantage 獎勵計畫（以下稱為「獎勵計畫」）、LifeVantage 虛擬辦公室協議（後台協議）、LifeVantage 隱私政策和網站使用協議，以及任何適用的商業實體表格。

這些文件以引用方式納入 LifeVantage 顧問協議中。

除非本文件另有定義，否則大寫的術語應具有 P&P 第 18 節中所規定的意義。

每位顧問有責任閱讀、理解、遵守並確保他們了解並在最新版本 of P&P 下運作。

在推薦新顧問時，推薦者有責任在協議執行之前，向申請者提供這些 P&P 和《獎勵計畫》的最新版本。

本 P&P 中包含的所有條款均受 LifeVantage 顧問協議中的條款約束。

在 LifeVantage 顧問協議與 P&P 或《獎勵計畫》之間的任何條款存在不一致情況下，以 P&P 為準。

### 2.2 - 政策之目的

LifeVantage 是一家透過顧問行銷產品的直銷公司。

所有顧問必須了解，他們的成功依賴於所有行銷 LifeVantage 產品人士的誠信。

為了明確定義顧問與 LifeVantage 之間的關係，並明確設立可接受商業行為的標準，LifeVantage 制定了這份協議。

顧問必須遵守協議中所列的所有條款和條件，以及所有適用於其業務和行為的法律。特別重要的是，所有顧問必須閱讀並遵守這份協議。

請仔細檢閱本手冊中的信息。

它解釋並規範了顧問與公司之間的關係。

對於任何政策或規則的問題，應直接聯繫 LifeVantage 合規與教育部門。

### 2.3- 協議之變更

因為適用的法律以及商業環境會定期變更，LifeVantage 保留單獨及絕對的權利，在其全權酌情下對協議的任何部分進行修訂。

公司將通過以下一種或多種方式通知協議的任何修訂：(1) 在公司的官方網站上公告；(2) 電子郵件（電郵）；(3) 公司特別郵寄；或 (4) 在顧問的後台辦公室上公告。

最新和具有約束力的版本將位於 資源 | LifeVantage 台灣。

協議的任何修訂將在以上任一種或多種方式發布後立即生效。

修訂發布後，顧問可以選擇接受或拒絕修訂。

如果顧問拒絕修訂，則其協議將終止且不會續約。

如果顧問不願意接受這些變更，必須以書面形式通知 LifeVantage，並聯繫 LifeVantage 合規與教育部門。

通過簽署協議，顧問同意遵守 LifeVantage 選擇對協議進行的所有正式通知的修訂或修改。

如果顧問繼續購買或銷售公司的產品，或推薦及/或接受 LifeVantage 的財務分紅（如第 12.1 條中定義），則這些行為將被視為接受任何正確通知的協議修訂。

透過本節中包含的通知和選擇退出程序完成的任何協議修訂不應追溯適用於修訂協議生效日之前發生的行為。

### 2.4 – 延遲

LifeVantage 對於因超出其合理控制範圍的情況而導致履行其義務的商業上不可行而造成的延遲或失敗，將不承擔責任。

這包括但不限於罷工、勞動困難、騷亂、戰爭、火災、死亡、供應來源的縮減、政府法令或命令、內部動亂或公共衛生危機，包括但不限於傳染病或全球大流行。

### 2.5 - 可分割性

如果協議的任何條款，無論是目前的形式還是經過修訂的形式，被認定為無效或不可執行，則僅無效的部分將被剝離，其餘條款和規定將保持有效，並應被解釋為該無效或不可執行的條款從未構成協議的一部分。

### 2.6 - 棄權聲明

公司永遠不放棄要求遵守協議及適用於顧問行為的法律的權利。

LifeVantage 未能執行協議下的任何權利或權限，或未能堅持顧問對任何義務或協議條款的嚴格遵守，以及雙方之間的任何習慣或實踐與協議條款有差異，均不構成放棄 LifeVantage 對協議的精確遵守的要求。

LifeVantage 的放棄僅可由公司授權官員以書面形式進行。

LifeVantage 對顧問的任何違約行為的放棄不會影響或損害 LifeVantage 對於任何後續違約的權利，也不會以任何方式影響任何其他顧問的權利或義務。

此外，LifeVantage 延遲或省略行使因違約而產生的任何權利，亦不會影響或損害

LifeVantage 對該違約或任何後續違約的權利。

顧問對 LifeVantage 的任何指控或索賠的存在，均不構成 LifeVantage 強制執行協議任何條款或條件的辯護理由。

### 第 3 節 - 行為準則；成為顧問

每位顧問承諾：

以誠實、道德和合法的方式，作為顧問進行自我及其業務運作，以幫助保護所有人對 LifeVantage 活動的權益；

確保自己的行為體面，並對自己和 LifeVantage 產生良好的影響；

友好地評價 LifeVantage 及其競爭對手；

根據 LifeVantage 的文獻，誠實地呈現 LifeVantage 的產品，包括準確且合法的健康聲明和益處；

誠實而全面地解釋《獎勵計畫》；

尊重他人的隱私，並保持自己及他人的個人收入私密；

認真對待自己的推薦人和上線的責任，包括幫助和支持其市場組織中的成員；

遵守產品保證和退貨政策，無論是對自己還是對自己的客戶；

尊重 LifeVantage 與其顧問、代言人或附屬機構之間的專業關係，適當地談論這些關係並避免聯繫他們；

將所有媒體查詢指向 LifeVantage；

尊重推薦人與被推薦人之間的既定關係，避免與其他顧問、推薦人與被推薦人之間的利益衝突；以及

遵守本協議。

#### 3.1 - 成為顧問的要求

要成為顧問，每位申請者必須：

至少滿十八 (18) 歲，並具備合法簽訂合同的能力；

具備台灣政府發出的有效身分證（如果申請者為個人），或者具備公司統一編號及利潤事業的有效登記證明和公司存在的證明（如果申請者為法人），或持有台灣政府發出的有效居留證和有效護照（如果申請者為外國人）；



購買 LifeVantage Start Kit ；

擁有有效的台灣銀行帳戶 ；

提交一份正確填寫並簽名的申請表給 LifeVantage。

### 3.2 - 新顧問註冊

申請人可以依據下文第 3.2.1 和 3.2.2 條所述的方法註冊為新的顧問。

#### 3.2.1 - 線下註冊

如果申請人無法根據第 3.2.2 條以電子方式註冊，則申請人必須通過親自或郵寄的方式向 LifeVantage 提交下列文件：(1) 完整填寫並簽署的原申請表複本；(2) 申請人的有效身分證明文件的複本，依據上述第 3.1 條第 2 項的要求適用；(3) 有效的台灣銀行帳戶證明。

提交以上文件後，LifeVantage 將核實信息是否齊全，如果齊全，將向申請人發放顧問 ID 號碼，此號碼將使新顧問提交推薦訂單並有資格參加《獎勵計畫》。

如果 LifeVantage 自行判斷申請人的提交資料不完整，則 LifeVantage 可以拒絕申請人的申請。

#### 3.2.2 - 電子註冊

如果申請人是持有正式且有效台灣身分證的個人，則申請人在招攬時可以 (1) 透過公司的網站電子提交經正確填寫並簽名的申請表副本，並 (2) 將其正式且有效的台灣身分證上傳至公司第三方身分驗證提供者以驗證申請人的身分。

申請人在成功認證身分後將獲得顧問 ID 號碼，允許進行招攬申請並獲得參與《獎勵計畫》之資格。

若申請人的身分未能成功認證，則 LifeVantage 將視其申請為「被拒絕」狀態。

在收到顧問 ID 號碼後的十 (10) 個工作天內，新顧問必須向 LifeVantage 提交有效台灣銀行帳戶的證明。

如果新顧問未能提供有效台灣銀行帳戶的證明，則顧問承認 LifeVantage 將無法支付財務分紅，並同意 LifeVantage 將暫停向顧問支付財務分紅，直到顧問提供有效台灣銀行帳戶的證明。

儘管有任何相反的規定，公司保留全權和絕對酌情權拒絕任何成為顧問的申請。

本協議在接受後生效。

### 3.3 - LifeVantage 顧問業務的續約

本協議有效期限為自接納之日起計一 (1) 年。

在 LifeVantage 實施續約費用的範圍內，該費用將在協議周年月每年收取一次。

一旦收取了適用的續約費用，協議將被續約，前提是顧問必須狀態為「已簽約」，且協議未以其他方式根據本文件被取消。

公司保留自行全權決定拒絕任何續約申請的權利。

#### 第 4 節 - 經營 LifeVantage 顧問業務

##### 4.1 - 遵守《LifeVantage 獎勵計畫》

顧問必須遵守《獎勵計畫》的條款。

顧問不得通過任何其他系統、計畫或行銷方法，或與此結合，提供 LifeVantage 機會，除非明確在官方 LifeVantage 材料中規定。

顧問不得要求或鼓勵其他現有或潛在的顧問以任何方式參與 LifeVantage，這種方式必須與官方 LifeVantage 材料中規定的 LifeVantage 活動保持一致。

顧問不得要求或鼓勵其他現有或潛在的顧問簽署除官方 LifeVantage 協議以外的任何協議或合約以成為顧問。

同樣地，顧問不得要求或鼓勵其他現有或潛在的顧問向任何個人或其他實體購買或支付任何款項，以參加《獎勵計畫》和 LifeVantage 活動，除了協議和/或官方 LifeVantage 材料中所指明的內容以外。

##### 4.2 - 商業實體

一個法人、有限公司、合夥企業、信託或當地等效機構（統稱為「商業實體」）可以通過向 LifeVantage 提交其組織文件的副本以及正確填寫的商業實體表格，申請成為顧問。

如果顧問是在線招攬的，所有要求的文件和相應的商業實體表格必須在在線招攬後的十 (10) 個工作日內提交給 LifeVantage。

如果在這十個工作日內未收到，LifeVantage 可以自行選擇延長顧問提供請求文檔的時間，或終止協議。

顧問可以在同一推薦人下，通過正確填寫 LifeVantage 合規與教育部門的名稱變更申請表，將其身分從個人更改為合夥企業、公司、信託或當地等效實體，或從一種類型的實體更改為另一種類型。

這些表格必須由所有股東、合夥人、受託人、成員、擁有者或其他對相關商業實體擁有任何所有權或管理責任的方（統稱為「關聯方」）簽署。

商業實體及所有關聯方對 LifeVantage 所有的債務、責任、索賠和/或其他義務，包括遵守和履行協議的所有義務，均個別、共同及連帶負責。

##### 4.3 - 未成年人

在其居住地被視為未成年人的人（「未成年人」）或心智失常的人，不能成為顧問。

顧問不得招攬或招募未成年人或心智失常的人成為 LifeVantage 的顧問。

##### 4.4 每個人及每個家庭僅能擁有一個 LifeVantage 顧問業務

除在第 4.11 條至第 4.13 條中另有規定外，一個顧問僅可經營一個顧問業務並持有相關法律或衡平法上的所有權利益，不論顧問的身分是獨資企業、合夥人、股東、受託人、成員、所有者還是受益人皆應如此。

同一個家庭單位的人士不得參與或擁有多個 LifeVantage 顧問業務（詳見第 6.5 條）。

「家庭單位」定義為配偶或事實婚伴侶（統稱為「配偶」）以及與其共同居住或在同一地址經營業務的未成年受養子女。

顧問可將配偶招攬為顧客。

自 2025 年 3 月 1 日起，新「商務中心」將不允許創建，且所有現有商務中心（無論是否「活躍」）都將停止運營，不得再辦。

所有在商務中心下保薦或推薦的帳戶都將在主帳戶下保薦並/或推薦。

同一家庭單位在多個 LifeVantage 顧問業務持有利益的情況只可在該業務於 2025 年 3 月 1 日之前啟動的前提下存在。

2025 年 3 月 1 日後同一個家庭單位不得參與或擁有多個 LifeVantage 顧問業務。

#### 4.4.1 - 家庭成員或相關個體的行為

如果顧問的直系家庭成員參與任何活動，而這些活動如果由顧問本人執行將違反協議的任何條款，則該活動將被視為顧問的違規行為，LifeVantage 可以根據協議對顧問採取紀律處分。

同樣地，如果與商業實體有任何關聯的個人（統稱為「關聯個體」）違反本協議，則此類行為將被視為該商業實體顧問的違規行為，LifeVantage 可以對該商業實體採取紀律處分。

#### 4.5 - 獨立承包商地位

顧問是獨立承包商，而不是公司的員工。

顧問不具備特許經營或商業機會的購買者身分。

LifeVantage 與其顧問之間的協議不創建任何雇主/雇員關係、代理、合夥或合資企業。

顧問對作為顧問所獲得的所有財務分紅所需支付的所有適用稅款負責。

顧問無權（明示或暗示）使公司承擔任何義務。

每位顧問應自行確定他們的目標、工作時間和銷售方法，只要他們符合協議的條款及所有適用的法律。

#### 4.6 - 推薦/保薦或贊助

所有狀態為「已簽約」的活躍獨立顧問都可以將符合資格的顧問申請人推薦並保薦（贊助）至 LifeVantage。

每位潛在顧問擁有選擇自己的推薦人和配售贊助人的最終權利。

如果兩位顧問聲稱自己是同一位新顧問或顧客的推薦人和/或配售贊助人，公司將假定首個提交的申請為優先，但公司保留酌情決定所有爭議保薦問題的權利。

#### 4.7 - LifeVantage 顧問業務之變更

##### 4.7.1 - 一般規則

每位顧問必須立即通知 LifeVantage 所有關於其協議和/或商業實體表格中信息的變更（如適用）。

顧問可透過提交書面的姓名變更申請表、正確簽署的 LifeVantage 顧問修訂申請及協議（「修訂申請」）或 LifeVantage 要求的任何其他支持文件來修改其現有協議。

LifeVantage 可酌情要求在實施任何 LifeVantage 顧問業務的變更之前提供公證文件。

#### 4.7.2 - 增加共同申請人

當將共同申請人（無論是個人或商業實體）添加到現有的 LifeVantage 顧問業務時，公司要求提交書面請求，以及正確填寫和簽署的修訂申請。

為防止繞過關於轉讓和/或分配 LifeVantage 顧問業務的條款（見第 4.9 條），原申請人必須保持為原協議的主要當事方。

如果原顧問希望終止與公司的關係，必須根據第 4.9 條轉讓或分配其 LifeVantage 顧問業務。

如果不遵循本協議，LifeVantage 顧問業務可能會在原顧問撤回後被 LifeVantage 取消。

所有財務分紅將發送到原顧問的帳戶和/或記錄地址。

每次變更請求都需支付處理費，該費用必須與書面請求和完整的修訂申請一起提交。

請注意，任何涉及推薦人或配售贊助人變更的請求修改在以下第 4.7.3 和 4.7.4 條中單獨處理。

#### 4.7.3 - 推薦人之變更

為了保護所有行銷組織的完整性並保障所有顧問辛勤工作的成果，LifeVantage 強烈不鼓勵更改推薦人或配售贊助人。

維護配售的完整性對於每位顧問和行銷組織的成功至關重要。

因此，本公司極少允許將 LifeVantage 顧問業務從一個推薦人轉至其他推薦人。

如需變更，須先聯絡 LifeVantage 合規和教育部門並提交相關文件，其中須包括變更原因。

本公司將自行決定是否允許變更。

變更獲准後，LifeVantage 業務不得再次進行變更。

推薦人之變更僅允許在以下兩（2）種情況下考慮：

4.7.3.1 - 在涉及欺詐性誘導或不道德贊助的情況下，顧問可以請求轉讓/變更到另一個組織，並保留其整個行銷組織。

所有關於轉讓/變更的請求，若聲稱存在欺詐性保薦行為，將根據具體情況逐案評估。

4.7.3.2 - 申請轉讓/變更的顧問須提交填妥並有效簽署的《推薦人變更申請表》，其中須包括表中所要求的書面批准和所需簽名。

本公司不接受影印或傳真簽名。

申請轉讓的顧問必須提交處理費以支付行政費用和數據處理費用。

如果轉讓的顧問還希望將其行銷組織中的任何顧問一併轉讓，每位下線顧問都必須取得一份完整填寫的推薦人變更申請表，並將其連同處理費一併提交給 LifeVantage（即轉讓/變更的顧問及其行銷組織中的每位顧問乘以處理費，即為轉讓整個行銷組織的費用）。除非

滿足第 4.7.3.2 條的所有要求，否則行銷組織的下線顧問不會隨轉讓/變更的顧問一同轉讓。

要求轉讓/變更的顧問必須在公司收到完整填寫的推薦人變更申請表並支付處理費後，至少等待三十 (30) 天以獲得決定。

#### 4.7.4 - 配售贊助人之變更

未在保薦時被指定為特定配售贊助人下的新被推薦人，將默認位於其推薦人的直接下線位置。

如果在保薦後的前三十 (30) 天內未選擇配售贊助人，則其推薦人將成為其配售贊助人，此後的變更必須根據並透過一份完整填寫且正式簽署的配售贊助人變更申請表進行，該表必須包含配售贊助人變更申請表中列出的書面批准和所需簽名。

申請變更的顧問必須提交處理費以支付行政費用和數據處理費用。

申請變更的顧問必須在公司收到配售贊助人變更申請表並支付處理費後，至少等待三十 (30) 天以獲得決定。

如果變更獲得批准，每位顧問僅允許進行一次配售贊助人變更。

#### 4.7.5 - 取消與重新申請

顧問可以通過自願取消其 LifeVantage 顧問業務並保持不活躍狀態（即連續六 (6) 個日曆月內沒有購買 LifeVantage 產品進行轉售、沒有銷售 LifeVantage 產品、沒有招攬新顧問、沒有參加任何 LifeVantage 活動、沒有參與任何其他形式的顧問活動，或沒有經營任何其他 LifeVantage 顧問業務）來變更行銷組織。

在連續六 (6) 個日曆月的不活躍期後，前顧問可以在新的推薦人下重新申請。

LifeVantage 將考慮在特殊情況下豁免六 (6) 個月的等待期。

此類豁免請求必須以書面形式提交給 LifeVantage 合規與教育部門。

儘管本文中有任何相反規定，如果根據第 4.7.5 條取消 LifeVantage 顧問業務時，顧問欠 LifeVantage 款項且 LifeVantage 無法根據協議收回該款項，則如果該顧問嘗試在新的推薦人下重新申請，LifeVantage 可以從其新的 LifeVantage 顧問業務中收回該款項。

#### 4.8 - 空缺帳戶的下線組織

LifeVantage 顧問帳戶被取消時，行銷組織中的下線位置並不會自動提升。

若有位置被取消，則空出的位置將留在其行銷組織中保薦或配售位置，其下線組織保持不變，需至少等到 LifeVantage 已收回全部相關成本和損失（包括律師費）並了解位置空缺原因（如顧問終止合作或發生相關終止或導致終止的事件）後方可變動，

且該損失包括與此終止行為相關或由其導致的訴訟及其全部相關成本、費用和開支。

LifeVantage 自行決定已收回所有成本和損失後，被空出的顧問位置可能會在保薦樹中變為「非活躍」狀態，可能會被 LifeVantage 從配售樹中移除。

若請求在空缺帳戶對應的行銷組織中變更下線位置的推薦者和/或保薦者，則該請求須根據適用之 P&P 第 4.7.3 或 4.7.4 條進行。

顧問在如下方面均無任何既得權利或要求權：(1) 任何行銷組織中的任何已取消位置，或(2) 取消動作和/或推薦者或保薦者變更發生時間。

同時，空缺位置及其下線行銷組織產生的銷量將依《獎勵計畫》相關辦法進行壓縮。

#### 4.9 - 出售、轉讓或分配 LifeVantage 顧問業務

儘管 LifeVantage 顧問業務是私人擁有、獨立運營的業務，但 LifeVantage 顧問業務的出售、轉讓或轉移，以及擁有或運營 LifeVantage 顧問業務的商業實體中權益的出售、轉讓或轉移，均受協議中某些限制的約束。

如果顧問希望出售、轉讓或轉移其 LifeVantage 顧問業務，或擁有或運營 LifeVantage 顧問業務的商業實體中的權益，該顧問必須獲得公司的書面授權，公司有權自行決定批准或拒絕此類出售、轉讓或轉移。

任何此類出售、轉讓或轉移必須滿足以下最低標準：

如果買方、受讓人或受讓人是活躍顧問，則必須首先終止其當前的 LifeVantage 顧問業務，並等待至少六 (6) 個月，才有資格持有另一個 LifeVantage 顧問業務；

LifeVantage 必須以書面形式批准該交易；

出售、轉讓或轉移的顧問必須保持「已簽約」狀態，並且未違反協議的任何條款，才有資格出售、轉讓或轉移其 LifeVantage 顧問業務；

任何出售、轉讓或轉移均不得導致已出售、轉讓或轉移的顧問業務的上線或下線的招攬線路或行銷組織發生變更；

出售、轉讓或轉移的顧問必須向公司提供優先購買權，以按照與潛在買方商定的相同條款購買或收購該業務或權益。

應允許本公司在收到書面出售報價後的三十 (30) 天內行使優先購買權；

買方、受讓人或受讓者必須是或成為合格的顧問。

為此，新買方或受讓方須簽署並向本公司提交申請書並同意協議中的所有條款；

出售、轉讓或轉移的顧問必須自其 LifeVantage 顧問業務出售、轉讓或轉移之日起等待六 (6) 個月，才有資格再次招攬為顧問；以及

計劃交易的各方須簽署本公司要求的相關該交易的所有文件。

滿足相關出售、轉讓或分配 LifeVantage 顧問業務的最低標準不代表本公司會批准相關交易。

LifeVantage 將始終保留是否批准相關交易的自行決定權。

#### 4.10 - LifeVantage 顧問業務的分離

顧問有時會通過商業實體與配偶共同經營其 LifeVantage 顧問業務。

當婚姻結束或商業實體解散時，必須作出安排，以確保商業實體的任何分離或分割不會對業務的上線或下線其他顧問的利益和收入產生不利影響。

如果分離雙方未能為其他顧問和公司的最佳利益作出安排，LifeVantage 可能會非自願地立即終止協議。

在任何情況下，離婚或合法分居的配偶或解散的商業實體的下線都不會根據離婚或合法分居方的要求或意願進行分割。

同樣地，在任何情況下，LifeVantage 都不會在離婚或合法分居的配偶或解散的商業實體成員之間分割財務分紅。

LifeVantage 將僅承認一項業務，並且每個佣金週期僅為每個 LifeVantage 顧問業務發放一筆財務分紅款項。

財務分紅款項將發放給列在 LifeVantage 顧問業務上的個人或商業實體。

如果離婚或解散程序的各方無法解決關於財務分紅處置和 LifeVantage 顧問業務所有權的爭議，財務分紅將繼續支付給帳戶上的主要成員/申請人。

如果前配偶或前關聯個體已完全放棄其原有 LifeVantage 顧問業務的所有權利，則此後他們可以自由選擇在任何推薦人下重新招攬，只要他們滿足協議中規定的等待期要求。

然而，在這種情況下，前配偶或合夥人將不再擁有其原有組織中任何下線行銷組織的權利。

前配偶、業務合夥人和/或關聯個體必須以與任何其他新顧問相同的方式發展新的行銷組織。

#### 4.11 - 繼任

當顧問去世或喪失行為能力時，其 LifeVantage 顧問業務可以傳給其繼承人或繼任者。

必須向公司提交適當的法律文件，以確保轉讓是合法的。

因此，顧問應諮詢其律師，以協助準備遺囑或其他遺產文件。

每當透過遺囑或其他遺產程序轉讓 LifeVantage 顧問業務時，法律上的權益繼承者獲得根據當前《獎勵計畫》收取已故顧問的行銷組織所賺得的所有財務分紅的權利。

權益繼承者必須：

提交申請；

遵守協議的條款和規定；

符合已故顧問的資格要求；

向 LifeVantage 提供“記錄地址”和所有財務分紅支付的帳戶信息。

根據本協議第 4.11 條轉讓的 LifeVantage 顧問業務的財務分紅支付將以一次性付款的方式共同支付給法律權益繼承者；以及

如果 LifeVantage 顧問業務遺贈給多位法律權益繼承者，則必須組成一個商業實體並獲取適用的稅務識別號碼、國家身分證號碼或其他等效識別號碼。

LifeVantage 將根據適用稅務機關的要求，向每位顧問發放所有財務分紅支付和稅務表格。

#### 4.12 - 顧問去世後的轉讓

為了實現 LifeVantage 顧問業務的遺產轉讓，權益繼承者必須向 LifeVantage 提供以下文件：(1) 死亡證明的經過認證的副本；(2) 遺囑或其他證明繼承人對 LifeVantage 顧問業務權利的經過公證的副本；以及 (3) 填妥並簽署的申請表。

如果權益繼承者已經是顧問，公司可以在收到繼承者的書面要求後，對每戶— (1) 個 LifeVantage 顧問業務的規則提供例外。

#### 4.13 - 顧問無行為能力後的轉讓

為了實現因顧問無行為能力而轉讓 LifeVantage 顧問業務，法律指定的代表必須向 LifeVantage 提供以下文件：(1) 經過公證的受託人或其他法律指定代表任命的副本；(2) 經過公證的信託文件或其他證明受託人有權管理 LifeVantage 顧問業務的文件；以及 (3) 由受託人簽署的填妥申請表。

如果指定的權益代表已經是顧問，公司可以在收到該權益代表的書面要求後，對每戶— (1) 個顧問業務的規則提供例外。

#### 4.14 - 錯誤或問題

如果顧問對財務分紅、行銷組織活動報告或信用卡收費有疑問或認為存在任何錯誤，顧問必須在發生所謂的錯誤或事件之日起的六十 (60) 天內以書面方式聯繫及/或通知 LifeVantage。

LifeVantage 對於未在所謂的錯誤或事件之日起的六十 (60) 天內向公司報告的任何錯誤、遺漏或問題概不負責。

### 第 5 節 - 顧問的責任

#### 5.1 - 地址、電話或電郵變更

為了確保產品、支援材料和財務分紅付款的及時交付，顧問的地址必須是最新的，這點至關重要。

由於 LifeVantage 的產品將不會送到郵政信箱，因此需要提供實際的街道地址。

計畫搬遷的顧問應將任何地址、電話或電郵的變更發送至 LifeVantage 顧問支援部門。

如果顧問目前有訂閱訂單，此訂閱訂單將自動更新為新的地址。

如果向 LifeVantage 提交了多個地址變更通知或訂閱訂單，則最新的一個將取代之前的通知或訂單。

請在收到通知或新的訂閱訂單後，預留三十 (30) 天進行處理。



## 5.2 - 持續發展義務

### 5.2.1 - 持續訓練

作為新顧問的推薦者，顧問們扮演了實際協助的角色，以確保他們的行銷組織正確運作其 LifeVantage 顧問業務，並遵循協議。

顧問們應該與其行銷組織中的顧問保持持續的聯絡和溝通。

此類聯絡和溝通的例子包括但不限於電子報、書信往來、個人會議、電話聯絡、語音郵件、電郵，以及陪同其顧問參加 LifeVantage 會議、訓練課程和其他活動。

作為贊助商的顧問還需激勵和協助新顧問了解 LifeVantage 產品知識、有效的銷售技巧、

《獎勵計畫》以及遵守本協議。

上游顧問必須確保其下游顧問不會做出不當的產品或收入聲明，或從事任何非法或不當的行為。

### 5.2.2 - 關於持續銷售的責任

無論其成就水平如何，顧問應持續努力促進銷售，並透過開發新客戶和服務現有客戶來實現，同時在其行銷組織中推廣相同的客戶銷售行為。

## 5.3 - 不得詆毀

LifeVantage 希望為其顧問提供行業內最優質的產品、獎勵計畫和服務。

因此，我們重視您的建設性批評和意見。

所有顧問均同意將這些意見以書面形式提交給 LifeVantage 顧問支援部門。

然而，顧問不應詆毀、貶低，或對 LifeVantage、其他顧問、LifeVantage 產品、《獎勵計畫》或任何 LifeVantage 的董事、官員或員工發表負面言論，除非這些陳述是真實的並且是由法律程序所要求的。

## 5.4 - 向申請人提供文件

推薦人必須在申請人簽署 LifeVantage 顧問協議之前，向他們考慮招攬為顧問的潛在申請人提供最新版本的協議，包括這些 P&P 以及《獎勵計畫》。

最新的 LifeVantage 顧問協議可以在官方的 LifeVantage 網站上找到。

## 5.5 - 報告政策違規行為

若顧問得知其他顧問違反政策，應直接向 LifeVantage 合規與教育部提交違規的書面報告。

報告中應包含任何事件的詳細資訊，例如日期、發生次數、涉及人員以及任何支持文件。

## 5.6 - 關於公司的聲明

不得聲稱或暗示任何顧問在公司享有優勢或特殊待遇，或是以任何方式免除其他顧問所承擔的相同義務和要求。

## 第 6 節 - 利益衝突

除非與公司另有書面協議，否則在協議期間，顧問可以參與其他直銷、網絡行銷或多層次行銷事業（統稱為「網絡行銷事業」），並且顧問可以根據自身意願從事與非 LifeVantage 產品和服務相關的銷售活動。

為避免利益衝突、忠誠度問題以及違反協議的情況，所有顧問必須遵守以下規定：

#### 6.1 - 招募限制

##### 6.6.1 - 禁止同步招募

在協議期間，且在法律允許的最大範圍內，顧問不得直接或間接為任何其他網絡行銷事業（即「競爭活動」）招募其他顧問。

##### 6.1.2 - 禁止協議終止後招募

在 LifeVantage 顧問業務取消後（無論是自願還是被迫，不論取消的原因）的兩（2）年內，前顧問不得招募 LifeVantage 顧問從事競爭活動。

顧問應同意：由於競爭活動通常是透過遍佈台灣和國際各地的獨立承包商網進行的且商業活動通常是透過網際網路和電話進行的，因此針對此招募限制條款的人為的地理限制是無法達到預期效力的。

因此，顧問同意：此招募限制條款將盡可能適用於所有存在 LifeVantage 業務的國家。

顧問同意：此條款所涵蓋之地理範圍是合理的，且顧問應避免辯稱地理上的局限可或將使招募限制條款無效。

此條款之效力需各方採取積極態度來維護。

若有法院在其在管轄權範圍內認定本條款之部分是不可執行的，則各方同意對此條款進行調整，使其在法律允許的最大範圍內生效。

##### 6.1.3 - 禁止同時交叉推廣

在協議期間，顧問亦不得利用其 LifeVantage 顧問業務活動來推廣任何非 LifeVantage 的商業機會或任何競爭性的非 LifeVantage 產品，或向其他顧問提供此類非 LifeVantage 的商業機會或競爭性產品，無論該商業機會或產品是否與網絡行銷事業相關。

特別是，在不限於以下情況的前提下，顧問不得：

製作、提供或轉移任何用於招募顧問或客戶以參與其他商業機會的文獻、電子文獻、電子媒體或其他性質的宣傳材料，無論是顧問本人或任何第三方使用；

向顧問或客戶銷售、推銷或宣傳任何與 LifeVantage 競爭的非 LifeVantage 產品或服務（任何與 LifeVantage 產品屬於同類別的其他產品均被視為競爭產品，例如任何營養補充品或個人護理產品與 LifeVantage 的營養補充品和/或個人護理產品屬於同類別，因此視為競爭產品，無論成本、品質、成分或營養含量是否存在差異）；

在推廣 LifeVantage 產品或《獎勵計畫》時，結合任何非 LifeVantage 產品、服務、商業計畫、機會或激勵措施進行宣傳；

在任何 LifeVantage 會議、研討會、發佈會、大會或其他 LifeVantage 活動中，或在此類活動結束後立即提供任何非 LifeVantage 產品、服務、商業計畫、機會或激勵措施。

若顧問有意推廣或提供非競爭性的非 LifeVantage 產品或服務，則該推廣活動須在 LifeVantage 產品或服務的推廣活動之外單獨進行。

#### 6.1.4 - 補救措施

每位顧問均同意，若其違反本協議第 6.1 條的任何部分，LifeVantage 將遭受無法彌補的損害，且公司損害的完整範圍將難以計算。

因此，顧問同意 LifeVantage 有權立即對顧問及所有與其共同行動的人士採取臨時、初步及永久禁制令救濟，以防止並禁止任何違反本條款的行為。

此補救措施不同於 LifeVantage 可能享有的其他法律補救，包括本協議規定的紀律性制裁和對因獨立顧問違約而造成的損害的追償。

本第 6.1 條之規定在協議終止後繼續有效。

#### 6.2 - 以其他直銷商為目標

LifeVantage 不鼓勵顧問針對其他直銷公司的銷售團隊來推銷 LifeVantage 產品或成為 LifeVantage 的顧問，也不鼓勵顧問誘使或慫恿其他直銷公司的銷售團隊成員違反其與任何其他公司簽訂的合約條款。

#### 6.3 - 交叉贊助

嚴禁實際或試圖進行交叉贊助。

「交叉贊助」被定義為招攬已經是 LifeVantage 客戶或顧問的個人或實體，並且在前六 (6) 個日曆月內有過此身分，而在不同的招攬或贊助系統進行招攬。

使用配偶或親屬的姓名、商業名稱、經營名稱 (DBA)、假名、公司、合夥企業、信託、台灣身分證號碼或虛構身分號碼來規避此政策或協議的任何其他條款是嚴格禁止的。顧問不得貶低、抹黑或誹謗其他顧問，以企圖誘使其他顧問成為第一位顧問的營銷組織的一部分。

儘管如此，此政策不應禁止根據第 4.9 條轉讓 LifeVantage 顧問業務。

如果發現交叉贊助，必須立即通報公司。

LifeVantage 可能會對改變組織的顧問以及那些鼓勵或參與交叉贊助的顧問採取行動。

如果公司認為這是合理和可行的，LifeVantage 也可能將違規顧問的下線全部或部分轉移回其原始行銷組織。

然而，LifeVantage 沒有義務轉移交叉贊助顧問的行銷組織，對於行銷組織的最終處置完全由 LifeVantage 自行裁量。

顧問放棄對 LifeVantage 由於或與交叉贊助顧問的行銷組織處置有關的所有索賠和訴訟原因。

#### 6.4 - 持有申請或訂單

顧問不得操縱新申請者的招攬和產品的購買。

所有顧問申請及產品訂單必須在顧問簽署或顧客下單後的四十八 (48) 小時內送至 LifeVantage。

#### 6.5 - 權利層疊

嚴禁權利「層疊」。

「層疊」一詞包括：(1) 在顧問申請執行後超過兩 (2) 個工作日未將其傳送至 LifeVantage 或持有顧問申請（見第 6.4 條）；(2) 違反每個家庭只能有一名 LifeVantage 顧問的規定（見第 4.4 條）；和/或 (3) 招攬虛構的個人或商業實體成為顧問或客戶（見第 10.4 條）。

### 第 7 節 - 顧問之通訊與保密

#### 7.1 - 行銷組織活動（家譜報告）

行銷組織活動報告可在 LifeVantage 官方網站上供顧問訪問和查看。

顧問對其行銷組織活動報告的訪問是受密碼保護的。

所有行銷組織活動報告及其所含信息均為機密，並構成專有信息和商業機密，專屬於 LifeVantage 擁有。

行銷組織活動報告以最嚴格的保密方式提供給顧問，僅供顧問協助他們與各自的行銷組織合作，以發展他們的 LifeVantage 顧問業務及銷售行銷組織使用。

顧問應利用其行銷組織活動報告來協助和激勵其行銷組織，提高銷售並支持其客戶。

顧問認可並同意，若無此保密和不披露協議，LifeVantage 不會向顧問提供行銷組織活動報告。

顧問不得以其自身名義，或代表任何其他人、合夥企業、協會、公司或其他實體：

直接或間接向任何第三方披露任何行銷組織活動報告中的信息；

直接或間接公佈自己的行銷組織活動報告密碼或其它訪問碼。

不得使用該信息來與 LifeVantage 競爭或用於推廣其 LifeVantage 顧問業務以外的任何目的；

招募或競招 LifeVantage 顧問或報告中所列顧客，或以某種方式試圖影響或誘使顧問或顧客改變他們與 LifeVantage 的業務關係；

不得使用或向任何人、合夥企業、協會、公司或其他實體披露任何行銷組織活動報告中的信息。

根據公司的要求，任何現任或前任顧問應將所有行銷組織活動報告的原件及副本歸還給公司；以及

不得直接或透過第三方通過逆向工程、鍵盤監控或任何其他非法或不道德的手段訪問這些數據。

本協議第 7.1 條之規定在協議終止後繼續有效。

## 7.2 - 溝通與資料保護

各顧問同意：LifeVantage 或代其行事者可以透過在《顧問申請》中所列或其賬戶中已更新之電郵位址、電話號碼或傳真號與獨立顧問聯絡。

顧問了解：同意意見不代表購買條件。

顧問在簽署本協議之時即同意並接受《LifeVantage 隱私政策》和《網站使用協議》。

LifeVantage 為任何可能在訂購產品或服務時提供的個人資訊（如 LifeVantage 隱私政策和網站使用協議中所定義）之資料控制者。

顧問同意：LifeVantage 或代其行事者可從獨立顧問處收集個人資訊，包括名字、出生日期、性別、地址、電話和傳真號碼及銀行和信用卡資訊，並將該資訊傳送至位於美國的 LifeVantage Corporation，以便執行訂單及支付財務分紅。

LifeVantage Corporation 可將顧問和顧客的「個人資訊」提供給其運送合作商和信用卡合作商以便處理訂單。

顧問同意 LifeVantage 以上述目的轉讓該資料。

顧問可以透過電話 02-5579-8000、傳真 02-5571-3066、電郵 [twsupport@lifestage.com](mailto:twsupport@lifestage.com) 或郵寄至台北市松山區南京東路三段 337 號 11 樓 C 室，LifeVantage Taiwan Pte. Ltd.，請求個人資訊的副本，或請求更正、刪除或更新個人資訊。

顧問確認並同意，LifeVantage 可以隨時向顧問發送未經請求的 LifeVantage 訊息，無論是以電郵、傳真、電話或其他任何形式，無論是錄音還是親自發送，只要該訊息與 LifeVantage 的業務有關。

## 第 8 節 – 廣告

### 8.1 - 一般條款

為了保障並促進 LifeVantage 及其產品的良好聲譽和既有品牌，並確保 LifeVantage 的推廣、LifeVantage 的活動及 LifeVantage 產品的推廣符合公共利益，避免任何不禮貌、具誤導性、欺騙性、不道德或不良的行為或做法，所有顧問（除了以下進一步定義之具有豐富經驗的顧問以外）都被鼓勵僅使用 LifeVantage 所製作的銷售輔助工具和支援材料。

公司已仔細設計其產品、產品標籤、《獎勵計畫》及促銷材料，以確保 LifeVantage 各方面的呈現公平、真實、有根據且符合所有適用法律的廣泛且複雜的法律要求。

若一位具有經驗的顧問（已達到《獎勵計畫》中所定的管理顧問 1 級或更高級別）或若不是管理顧問 1 級或更高級別，但達到執行顧問 1 級或更高級別（同樣依《獎勵計畫》定義）同意以書面形式支持其他顧問並承擔該顧問的行為責任，所產出的任何補充行銷材料（

包含但不限於各種媒體的廣告、傳單、小冊子、數位媒介、網站、音訊錄製、海報或橫幅），LifeVantage 要求必須在使用或公開之前提交給 LifeVantage 合規與教育部門進行審核。

所有這類提議的材料可寄至 LifeVantage 合規與教育部門，電郵地址為 [compliance@lifevantage.com](mailto:compliance@lifevantage.com)。

若顧問未獲得使用該材料的具體書面批准，則該請求將被視為拒絕。

此外，LifeVantage 保留自行編輯或終止先前批准的顧問材料的權利。

所有這類材料不得出售，僅可免費提供。

LifeVantage 進一步保留自行決定拒絕或撤回任何銷售工具、促銷材料、廣告或其他文獻的批准權利，顧問放棄因該撤回所產生或相關的任何損害或報酬索賠。

不論本文中有任何相反規定，顧問不得聲稱他們所撰寫或製作的文件或材料已獲得 LifeVantage 合規與教育部門的批准，或聲稱這些材料是「合規批准」的，即使他們已根據本協議第 8.1 條透過 LifeVantage 合規與教育部門獲得其行銷材料的批准。

由於這些合規政策對 LifeVantage 的長期穩定性和所有人活動的維持至關重要，對於這些政策的違反將會嚴格執行。

未能獲得任何類型補充行銷材料的批准及/或未能在任何材料中執行這些政策，可能會導致本協議中規定的任何行動，包括但不限於以下情況：

正式警告信及/或試用期；

暫停財務分紅；

終止 LifeVantage 顧問業務；以及

對 LifeVantage 提起損害賠償訴訟。

所有顧問在依本文第 8.1 條製作自己的廣告時，即表示並向本公司保證該廣告不違反適用的當地法律。

若顧問因違反本文第 8.1 條款而產生任何損失、索賠、責任或訴訟，則該顧問同意進行相關賠償，使本公司免受相關損失。

本條款將在協議終止後繼續有效。

## 8.2 - 商標和版權

任何顧問在未事先獲得書面許可的情況下，不得使用任何 LifeVantage 公司的商號、商標、設計或符號。

舉例來說，除非在本文中特別提到的有限情況下，顧問不得使用或嘗試註冊「LifeVantage」、「Protandim」、「LifeVantage TrueScience」、「AXIO」、「Nrf2 Synergizer」、「NRF1 Synergizer」、「NAD Synergizer」、「LFVN」或任何其他 LifeVantage 商標、產品名稱或與公司相關的任何衍生名稱，亦不得在任何互聯網域名、互聯網/搜索引擎

AdWords、社交媒體頁面或博客、電郵地址、用戶名稱、團隊名稱、電話號碼或任何其他地址、標題或在線別名中使用，以避免造成混淆，或使人誤認為該通訊來自或屬於 LifeVantage。

顧問不得在未獲得 LifeVantage 事先書面許可的情況下，製作任何公司活動或演講的錄音以供銷售或分發。

顧問不得重製任何公司製作的音頻或數位媒體演示的錄音以供銷售或其他使用。

「LifeVantage」、「Protandim」及其他 LifeVantage 可能採用的名稱是公司的專有商號、商標和服務標誌的例子。

因此，這些標誌對 LifeVantage 具有重要價值，僅以明確授權的方式提供給顧問使用。

在公司未生產的項目上使用 LifeVantage 標誌是被禁止的，除非按照以下方式進行：

LifeVantage® 顧問的姓名

LifeVantage® 獨立承包顧問

所有顧問必須在任何廣告媒介中以自己的名字列為 LifeVantage® 獨立承包顧問。

獨立顧問不得在張貼、使用或展示廣告時使用 LifeVantage 的名稱或標誌。

顧問不得通過說「LifeVantage」、「LifeVantage Corporation」、「LifeVantage Asia」、

「LifeVantage Taiwan」或以任何其他方式回答電話，讓來電者認為他或她已經聯繫到 LifeVantage 的企業辦公室。

同樣，顧問也不得在未經所有者書面同意的情況下，使用任何人物或公司的名稱、商標、設計或符號來推進其 LifeVantage 顧問業務。

### 8.3 - 未經授權的聲明和行為

#### 8.3.1 - 賠償

顧問對於關於 LifeVantage 產品和《獎勵計畫》的所有口頭和書面陳述（這些陳述未明示包含在官方 LifeVantage 材料中）承擔全部責任。

顧問同意對 LifeVantage 及其董事、高層、員工和代理人進行賠償，並使其免於因顧問的未經授權的陳述或行為而導致 LifeVantage 承擔的任何及所有責任，包括但不限於判決、民事罰款、退款、律師費、法庭費用或商業損失。

該條款在協議終止後仍然有效。

#### 8.3.2 - 產品聲明

關於 LifeVantage 所提供的任何產品的治療、療效或有益特性的聲明，包括個人證言，除了包含在官方 LifeVantage 材料中的內容外，不得成立。

特別是，顧問不得聲稱 LifeVantage 產品在治療、診斷、緩解或預防任何疾病或疾病的徵兆或症狀方面是有用的，或暗示 LifeVantage 產品（或其成分）與健康之間存在關聯。

這類聲明不僅違反 LifeVantage 政策，還可能違反適用法律和規定，以及國家或地方（市政、社區或其他）法律和規定。

任何在任何媒介中提供產品使用經驗證言的顧問，應謹慎披露與 LifeVantage 的關聯，即標明為「LifeVantage® 獨立承包顧問」，並在其個人經驗的證言中保持誠實，聲明他們並不聲稱其經驗是消費者所經歷的典型結果。

#### 8.3.3 - 關於收入的聲明

應重視確保顧問充分知情，對成為 LifeVantage 顧問後得到的獲得盈利活動有合理期望。為此，顧問不得 (1) 就盈利活動或 (2) 任何形式的盈利保證進行任何不當、虛假、欺騙性或誤導性（即使屬實）宣稱（無論是明示或暗示）。

顧問可向潛在顧問提供用於解釋《獎勵計畫》運作的假設收入示例及數學推演，但應事先清楚表明此收入都是假設的並且同時展示《獎勵計畫》上的免責聲明。

#### 8.3.4 - 使用名人的名字和肖像

顧問不得未經 LifeVantage 事先書面批准公開將某名人的名字或肖像與 LifeVantage 進行關聯。

#### 8.3.5 - 與科學顧問委員會及其他公司顧問的互動

LifeVantage 在市場上獨特定位，因為它與許多傑出的科學、行銷、公關（“PR”）、商業和法律專業人士有特殊關係。

為了維護這些關係，以造福所有顧問和公司，顧問必須：(1) 嚴格遵守公司的廣告政策；以及 (2) 在未經公司事先明確書面同意的情況下，不得與公司董事會、科學顧問委員會或其他顧問或顧問之成員聯繫。

#### 8.3.6 - 政府批准或認可

政府監管機構不負責批准或認可任何直銷或網路行銷公司或計畫。

因此，顧問不得聲稱或暗示 LifeVantage、其產品或《獎勵計畫》已獲得任何政府機構的“批准”、“認可”或以其他方式的背書。

### 8.4 - 大眾媒體

#### 8.4.1 - 禁止利用大眾媒體進行促銷

除非本協議另有明確授權，顧問不得使用任何形式的媒體或其他大眾傳播廣告來推廣產品或活動。

這包括電視節目、新聞報導、娛樂節目、互聯網廣告等的新聞故事或促銷內容。

產品只能通過個人聯繫或由公司生產和分發的文獻，或由顧問依據協議進行推廣。

顧問可以在法律允許該類廣告的轄區內投放一般性活動廣告，但僅根據本手冊和適用法律進行。



為了避免疑義，任何打算在其轄區內投放一般性活動廣告的顧問，必須事先獲得 LifeVantage 的書面許可，確認該行為在法律上是允許的。

#### 8.4.2 - 媒體採訪

顧問不得通過與媒體的訪談、出版物中的文章、新聞報導、新聞稿或任何其他公共信息、貿易或行業信息來源來推廣產品或活動，除非經公司特別授權並以書面形式確認。

這包括私人、付費會員或“封閉小組”出版物。

顧問不得代表公司與媒體發言，也不得聲稱自己已獲得公司授權代表其發言。

所有媒體聯繫或查詢應立即轉交給公司處理。

#### 8.5 - 網際網路

##### 8.5.1 - 一般條款

無論是否遵守本協議和其中規定的政策，所有顧問均對其在線發帖及與 LifeVantage 相關的所有其他在線活動負有個人責任。

因此，即使顧問不擁有或經營博客或社交媒體網站，如果顧問在任何與 LifeVantage 相關或可追溯到 LifeVantage 的網站上發帖，則該顧問對該發帖負責，並必須以有助於建立、增強及提升 LifeVantage 在社區中聲譽、形象和地位的方式行事。

顧問還需對其所擁有、經營或控制的任何外部網站上的發帖負責。

顧問必須在所有與 LifeVantage 及其產品或業務相關的社交媒體資料中披露全名，並且每位顧問必須明確標識自己為“LifeVantage 獨立承包商顧問”。

禁止匿名發帖或使用別名。

顧問應避免不當的對話、評論、圖片、視頻、音頻、應用程式或任何其他成人、粗俗、歧視性或低俗的內容。

對於什麼是不當內容的判斷將由公司自行決定，違規的顧問將面臨紀律處分。

顧問不得使用博客垃圾郵件、垃圾索引或任何其他大規模複製的方法在任何網站、博客或留言板上發表評論。

顧問創建或在網上發表的評論必須是有用的、獨特的、相關的，並且具體針對博客文章的內容。

作為一般規則，顧問不得在與 LifeVantage 相關的社交媒體或外部網站的頁面名稱/標題或 URL 中使用任何地理參考。

為了澄清和避免疑義，除了默認 URL 或對默認 URL 的批准修訂外，顧問不得在任何外部網站地址或相關 URL 中使用「LifeVantage」、「Protandim」或其任何衍生詞（例如，www.jillsellsProtandim.com 或 www.blogspot.lifevantageoftaiwan.com）。

任何包含「LifeVantage」或「Protandim」以及其他 LifeVantage 產品和計畫名稱或其任何衍生詞的外部網站 URL，必須在 LifeVantage 要求時轉讓給 LifeVantage 或關閉/終止。

顧問不得在未經 LifeVantage 事先明確書面同意的情況下，將此類域名出售給任何第三方。

#### 8.5.2 - 顧問網站

如果顧問希望利用互聯網網頁來推廣他們的 LifeVantage 顧問業務，則只能通過公司的複製網站計畫來實現，並使用官方的 LifeVantage 模板。

該計畫允許顧問在互聯網上進行廣告，並使用可以個性化顧問聯繫信息的首頁設計。

這些網站為顧問提供了專業且經公司批准的互聯網存在。

在線銷售只能從顧問的 LifeVantage 複製網站中產生。

顧問不得在互聯網上使用「盲」廣告，這些廣告如果做出與 LifeVantage 產品、活動或《獎勵計畫》相關的產品或收入聲明。

#### 8.5.3 - 社群媒體和其他網站

非複製的外部網站，特別是社交媒體網站，是建立關係的平台。

雖然建立關係是銷售過程中重要的一部分，但外部網站，包括但不限於社交媒體網站，不能直接用作生成銷售或解釋 LifeVantage 盈利活動或產品的媒介。

##### 8.5.3.1 - LifeVantage 官方 Facebook（或類似）公開專頁

LifeVantage 擁有一個官方的公開 Facebook 頁面，用於邀請潛在客戶和投資者來了解該公司。

該頁面用意並不是讓顧問用於銷售產品、推廣他們的業務，或與其他顧問或消費者互動。

因此，顧問不得在公共的 LifeVantage Facebook 頁面上放置鏈接信息，也不得發佈任何與其業務相關的定價、促銷、行銷材料、銷售、廣告或公告。

LifeVantage 保留自行決定刪除任何在官方公司 Facebook 頁面上發佈的消息的權利。

##### 8.5.3.2 - 關閉的 LifeVantage 顧問 Facebook（或類似）頁面

LifeVantage 還創建了一個供公司和顧問使用的封閉企業 Facebook 社區。

顧問只有在獲得 LifeVantage 同意後才能加入這些小組，所有內容和討論都將受到密碼保護，並對公眾閉鎖。

任何顧問不得允許他人訪問或散佈來自這些小組的信息。

##### 8.5.3.3 - 其他網路使用

顧問可在網際網路、社群網站、網路日誌、社群媒體和各種應用程式及其他基於用戶參與和用戶生成內容的網站，以及論壇、留言板、網路百科和播客上進行以下工作：

傳達有關 LifeVantage 或其參與 LifeVantage 的初步資訊；

引導用戶至其 LifeVantage 複製網站；以及

僅發布經 LifeVantage 批准並取自公司核准的「網路工具箱」中的 LifeVantage 製作業務支援材料。

此類使用是被允許的，前提是：(1) 此類使用是網站或論壇主要用途的附帶行為，(2) 不包含任何關於 LifeVantage、其產品或商業機會的虛假或誤導性資訊，以及 (3) 符合本文所述的其他政策，包括但不限於與使用 LifeVantage 商標、商業名稱及其他智慧財產權相關的政策。

#### 8.5.4 - 使用第三方智慧財產

如果顧問在任何在線發布中使用任何第三方的商標、商號、服務標記、版權或智慧財產，他們有責任確保已獲得使用該知識產權的適當許可並支付相應的許可費。

所有第三方智慧財產必須正確標明為第三方的財產，顧問必須遵守智慧財產所有者對其財產使用所施加的任何限制和條件。

#### 8.5.5 - 尊重隱私

顧問必須在其貼文中始終尊重他人的隱私。

他們不得參與八卦或散播有關任何個人、公司或競爭產品或服務的謠言。

顧問不得在其貼文中列出其他個人或實體的姓名，除非已獲得該個人或實體的書面許可。

#### 8.5.6 - 專業精神

顧問必須確保他們的貼文是真實和準確的。

這需要他們對所有在線發布的材料進行事實核查。

他們還應仔細檢查其貼文中的拼寫、標點和語法錯誤。

禁止使用冒犯性語言。

#### 8.5.7 - 禁止發布的內容

顧問不得發表任何貼文或鏈接到任何貼文或其他材料，該材料具有以下特徵：

性暗示、淫穢或色情內容；

冒犯性、粗俗、仇恨、威脅、傷害、誹謗、造謠、騷擾或歧視（無論是基於種族、民族、信仰、宗教、性別、性別認同、性取向、身體殘疾或其他）；

圖形暴力，包括任何暴力視頻遊戲的圖像；

煽動任何非法行為；

對任何個人、團體或實體進行人身攻擊；

侵犯公司或任何第三方的智慧財產；

對本公司產品或事業活動進行不當、虛假、欺騙或誤導（即使屬實）的宣稱。

#### 8.5.8 - 如何回應網上的負面文章

顧問不應與發布針對他們、其他顧問或 LifeVantage 的負面貼文的人交談。他們應該將負面貼文報告給公司，電郵地址為 [compliance@lifestage.com](mailto:compliance@lifestage.com)。對此類負面貼文作出回應只會助長與那些抱有怨恨且不遵守 LifeVantage 同樣高標準的人的討論，因此會損害 LifeVantage 的聲譽和良好品牌形象。

#### 8.5.9 - 取消您的 LifeVantage 顧問業務

如果顧問的 LifeVantage 顧問業務因任何原因被取消，他們必須停止使用 LifeVantage 名稱，以及所有 LifeVantage 商標、商號、服務標記和其他智慧財產，及其所有衍生物，並立即在他們所使用的任何貼文和所有外部網站中如此操作，最遲不得超過取消之日起的十四 (14) 天。

此外，任何顧問在其之前已表明與 LifeVantage 有關聯的社交媒體網站上的貼文，必須修訂以明顯披露該顧問已不再是該公司的獨立承包顧問。

#### 8.5.10 - 電郵

顧問在討論 LifeVantage 或 LifeVantage 活動時，必須在任何電郵通信中使用以下免責聲明：本電郵的發件人為 LifeVantage 顧問，因此是 LifeVantage 的獨立承包商。

LifeVantage 顧問並不是 LifeVantage 的員工。

如果您對本公司有任何問題，請透過電話聯繫 LifeVantage 顧問支援，電話號碼為 02-5579-8000，傳真號碼為 02-5571-3066，或電郵至 [twsupport@lifestage.com](mailto:twsupport@lifestage.com)。

本電郵（包括附件）包含可能是機密和/或受法律保護的信息。

若您不是指定收件人，則不得使用、複製或向任何人透露郵件或附件中的訊息或資訊。

若此郵件為誤收，請透過電郵告知寄件人並刪除此郵件。

未經授權透露並/或使用此電郵中的資訊可能會導致民事和刑事責任。

#### 8.5.11 - 線上分類廣告

現任和前任顧問不得使用在線分類廣告（包括但不限於 Craigslist）來列出、銷售或零售特定的 LifeVantage 產品、產品捆包或組合及 LifeVantage 活動。

#### 8.5.12 - 線上拍賣網站

除非法律另有禁止，LifeVantage 產品和活動不得在 eBay、Trademe、Amazon、Alibaba 或其他在線拍賣網站上列出，顧問也不得招募或明知地允許或促成第三方在 eBay、Amazon 或其他在線商店或拍賣上銷售 LifeVantage 產品。

#### 8.5.13 - 線上零售

除非法律另有禁止，顧問不得在任何零售商店或電子商務網站（包括 Amazon.com 或類似網站）上列出或銷售 LifeVantage 產品（除了他們自己複製的網站）。

此外，顧問不得 (1) 招募或明知地允許第三方在任何在線零售商店或電子商務網站上銷售 LifeVantage 產品，或 (2) 銷售產品給顧問有理由相信將在任何在線零售商店或電子商務網站上銷售此類產品的第三方。

顧問可以從其虛擬辦公室的工具標籤中獲取當前的產品圖片和描述，這些顧問僅可在他們的複製網站上顯示。

#### 8.5.13.1 - 清算賠償

若顧問違反第8.5.11、8.5.12或8.5.13款所載之規定，則須需支付違約金，金額為以違反本協議之方式出售的貨品的零售價格的十（10）倍。

雙方同意、認可並了解：此類違反行為對LifeVantage造成的傷害可能是無法彌補或極難量化的。

#### 8.5.13.2 - 禁令救濟

LifeVantage 有權在獨立顧問違反本協議第 8 節時對其追討即時且單方面的禁令救濟，此為本協議規定的其他救濟措施的補充（而非替代）。

#### 8.5.13.3 - 配合調查

為協助 LifeVantage 在識別可能被轉移的產品的來源方面的重要工作，顧問同意應 LifeVantage 書面請求立即向 LifeVantage 提供相關名單，以告知自己經手的所有 LifeVantage 產品銷售對象。

為此，顧問應及時記錄銷售情況，獲取所有產品購買者的身分資訊。

此外，顧問在 LifeVantage 懷疑有人轉售 LifeVantage 產品並有相關書面通知時須立即暫停相關產品銷售或運送。

#### 8.5.14 - 橫幅廣告

顧問可以在其第三方網站上放置橫幅廣告（如下文所述）；然而，前提是他們僅使用 LifeVantage 批准的範本和來自虛擬辦公室工具標籤中的圖像，並且在該廣告上不列出任何 LifeVantage 產品的定價、折扣或促銷。

任何與 LifeVantage 相關的橫幅廣告必須直接鏈接回他們的複製網站。

#### 8.5.15 - 垃圾連結。

垃圾連結定義為將相同或相似內容連續多次提交至部落格、維基、訪客簿、網站或其他公共可訪問的在線討論板或論壇，這是禁止的。

這包括部落格垃圾資訊、部落格評論垃圾資訊和/或垃圾索引。

顧問在部落格、論壇、訪客簿等上所發表的任何評論必須是獨特的、具資訊性且相關的。

#### 8.5.16 - 上傳數位媒體內容（例如YouTube、iTunes、PhotoBucket）

顧問不得將與 LifeVantage 相關的視頻、音頻或照片內容上傳、提交或發佈至任何網站。

8.5.17 – 贊助連結、按次付費廣告 (PPC) 和付費搜尋。

顧問不得購買、安排或以其他方式在其 LifeVantage 顧問業務中使用付費搜尋贊助連結或按次付費廣告 (PPC)。

8.6 – 垃圾郵件和未經請求的傳真與電郵

除本手冊另有規定外，顧問不得在其 LifeVantage 顧問業務中發送或傳送未經請求的傳真、大量電郵分發、未經請求的電郵或“垃圾郵件”。

“未經請求的傳真”和“未經請求的電郵”是指通過電話、傳真或電郵傳輸的任何材料或信息，廣告或促銷 LifeVantage、其產品、其活動或公司的任何其他方面，傳輸給任何人，但這些術語不包括以下情況的傳真或電郵：根據適用法律的允許，(1) 向任何收件人發送該收件人事先明確邀請或許可；或 (2) 向任何與顧問建立了業務或個人關係的人發送。“建立的業務或個人關係”是指顧問與某人之間基於雙方自願的雙向溝通建立的先前或現有關係，其基礎包括：(1) 該人對顧問提供的產品的詢問、申請、購買或交易；或 (2) 個人或家庭關係，該關係未經任一方事先終止。

8.7 - 電話推銷

適用的當地主管機關各有規範，限制電話行銷的行為。

許多主管機關的電話行銷法規中包含“勿撥打”規定。

雖然 LifeVantage 不將顧問視為傳統意義上的“電話行銷員”，但這些政府法規對“電話行銷員”和“電話行銷”的定義非常廣泛，因此顧問不小心撥打在“勿撥打”名單上的電話號碼可能會違法。

此外，這些規範必須引起重視，因為每次違規都可能面臨重大罰款和處罰。

因此，顧問在經營其 LifeVantage 顧問業務時不得從事電話行銷。

“電話行銷”一詞是指撥打一個或多個電話給個人或實體，以引誘其購買 LifeVantage 的產品或服務，或招募他們參加 LifeVantage 的活動。

針對潛在客戶或顧問進行的“冷電話”，如促銷 LifeVantage 的產品或服務或 LifeVantage 的活動，都構成電話行銷，並且是被禁止的。

此外，顧問不得在經營 LifeVantage 顧問業務中使用自動電話撥號系統或隨機電話名單。

“自動電話撥號系統”是指具有以下功能的設備：(1) 儲存或使用隨機或順序數字生成器產生將被撥打的電話號碼；以及 (2) 撥打這些號碼。

此外，顧問確認並同意遵守電話行銷指導方針。

8.8 - 產品的廣告價格

LifeVantage 可能不時為顧問提供建議的產品價格，供顧問進行 LifeVantage 產品的個人銷售，這些價格是 LifeVantage 建議顧問銷售產品的價格。

顧問同意，所有有關產品價格的廣告必須真實，且不得包含誤導性陳述。

顧問對這一關於誤導性定價義務的任何違反都將構成對協議的違約，並可能導致包括但不限於協議中列出的任何懲罰性行動。

## 第 9 節 – 規則與法規

### 9.1 – 身分識別

所有顧問都必須在申請表上向 LifeVantage 提供其中華民國（台灣）身份證號碼、台灣統一編號和台灣銀行帳戶資訊。

根據第 3.2 節註冊後，公司將向顧問提供唯一的顧問識別號碼，以識別其身份。

此號碼將用於確認訂單和追蹤財務分紅。

### 9.2 – 所得稅

每位顧問均有責任根據中華民國（台灣）的適用法律和法規，支付本協議項下作為顧問所產生的任何收入的所有適用稅項。

### 9.3 – 保險

#### 9.3.1 – 商業糾紛保險

有顧問可能希望為其 LifeVantage 顧問業務安排保險。

請注意，大多數業主保險不承保與業務相關的傷殘或庫存或業務設備失竊或損壞造成的損失。

每位顧問應聯絡其保險代理人，以確保相關財產受到保護。

#### 9.3.2 – 產品責任範圍

LifeVantage 購有保險以保護公司與顧問免於產品責任索賠。

只要顧問以正常行為過程行銷 LifeVantage 產品，且符合公司政策及適用法律與法規，本公司的保險政策便會為其提供保障。

LifeVantage 產品責任保單可能不會承保因顧問行銷產品時行為不當而產生的索賠或訴訟。

### 9.4 – 國際行銷

顧問僅有權在 LifeVantage 官方資料或公司網站公佈的 LifeVantage 授權開展業務的國家/地區（「授權國家」）為客戶或顧問註冊。

在上述規定的前提下，顧問不得（1）在其顧問業務註冊國以外的地區經營顧問業務或（2）向其顧問業務註冊的國以外的地址出口產品（除非所售產品在合理的個人消耗範圍內）。

若顧問移居其他國家並希望在當地經營其顧問業務，則顧問須事先填寫並提交「國家變更表格」並在經營相關顧問業務前獲得 LifeVantage 批准。

在公司於一個國家正式開業之前，允許的顧問活動僅限於提供名片以及主持、組織或參加包括顧問在內不超過五（5）位出席者的會議。

其他出席者必須是個人的熟人或個人熟人的熟人。

這些會議必須在家中或公共場所舉行，但不得在私人飯店房間舉行。

在所有市場中禁止的開業前顧問行為包括但不限於：

所有冷訪技巧（招攬事先未與聯絡顧問個人相識的人）；

以任何方式進口或協助進口、銷售、贈送或分銷公司產品、服務或產品樣本；

刊登任何類型的廣告，或散佈任何有關公司、其產品或機會的宣傳資料，但公司特別授權在未開封市場散佈的官方 LifeVantage 資料除外；

為了讓未開放市場的公民或居民承諾接受此機會、成為特定的推薦人或獲得特定的贊助項目，而徵求或協商任何協議。

此外，顧問不得在授權國家或使用授權國家的顧問協議表格與未開放市場的公民或居民簽約，除非該未開放市場的公民或居民在簽約時擁有授權國家的永久居留權和合法工作權。

註冊顧問有責任確保符合居留和工作授權要求。

在授權國家加入或參與公司、合夥企業或其他法律實體，或擁有該等公司、合夥企業或其他法律實體的個人，本身可能並不符合居住或合法工作授權的要求。

如果 LifeVantage 顧問業務的參與者未能在公司要求時提供居住地和工作授權的證明，公司可自行選擇宣佈協議自始無效；

接受金錢或其他物品，或親自或透過代理人與任何潛在顧問進行任何財務交易，以達到與公司產品或機會相關的目的，包括租用、租賃或購買設施以促進或開展公司相關業務；

推廣、促進或進行任何類型的活動，而此類活動超出了協議中所規定的限制，或公司自行判斷認為此類活動與公司在國際擴展中的業務或道德利益相矛盾。

非供銷售（NFR）國家是指允許其居民在「非供銷售」的基礎上進口產品僅供個人使用，但禁止轉售這些產品的國家。

## 9.5 – 遵守法律和法規

### 9.5.1 – 地方法規

有法律規範某些以家庭為基礎的業務。

在大多數情況下，由於其 LifeVantage 顧問業務的性質，這些條例並不適用於顧問。

但是，顧問必須遵守對其適用的法律。

如果政府官員告訴顧問某項條例適用於他或她，顧問應禮貌合作，並立即將該條例的副本寄給 LifeVantage 合規與教育部（Compliance and Education Department）。

在大多數情況下，法令都有可能適用於顧問的例外情況。



### 9.5.2 遵守適用法律

顧問在執行其 LifeVantage 顧問業務時，應遵守所有適用的中華民國（台灣）法律與法規。

### 9.5.3 反腐敗法

顧問必須遵守公司業務所在市場的所有反貪腐法律。

應反腐敗法律要求，您不得以影響外國官員的行為或決定為目的直接或間接（即透過第三方）進行付款或贈禮。

## 第 10 節 – 銷售

### 10.1 – 商業出口

LifeVantage 強烈鼓勵透過人與人之間的接觸來銷售其產品。

為了強化這種行銷方式，並協助為所有顧問提供一個公平的標準，顧問不得在任何零售場所展示或銷售 LifeVantage 產品或資料。

但是，顧問可以在只接受顧客預約的服務機構銷售 LifeVantage 產品，例如美髮沙龍、水療中心或脊椎按摩診所等。

LifeVantage 僅在事先獲得公司書面批准後，才會允許顧問進行商業銷售。

「商業銷售」是指將 LifeVantage 產品銷售給打算將此類產品轉售給最終消費者的第三方。

### 10.2 貿易展覽、博覽會和其他銷售論壇

顧問可在貿易展和專業博覽會上展示和/或銷售 LifeVantage 產品。

在向活動發起人提交保證金之前，顧問必須以書面方式聯絡 LifeVantage 合規與教育部門，以取得有條件的批准，因為 LifeVantage 的政策是每個活動只授權一位顧問。

最先提交活動官方廣告、顧問與活動官方簽署的合約副本，以及已支付攤位訂金的收據的顧問將獲得最終批准。

批准僅限於指定的活動。

任何參與未來活動的要求都必須再次提交至 LifeVantage 合規與教育部門。

如果 LifeVantage 認為任何活動不適合推廣其產品、服務或 LifeVantage 機會，LifeVantage 有權拒絕授權參加該活動。

交換會、車庫賣物會、跳蚤市場或農夫市場不會獲得批准，因為這些活動不利於 LifeVantage 希望塑造的專業形象。

### 10.3 – 禁止購買過量存貨

顧問不需要攜帶任何庫存的产品或銷售輔助工具。

但是，如果顧問這樣做，向客戶銷售和建立行銷組織可能會變得更加容易，因為在履行客戶訂單或滿足新顧問需求方面的回應時間會縮短。

每位顧問必須自行決定這些事項。

為確保顧問不會因無法銷售而持有過剩存貨，在顧問根據本協議取消合約時，可將此類存貨退還 LifeVantage。

LifeVantage 嚴禁以獲得財務分紅或提升獎金計劃的資格為主要目的而不合理地大量購買產品。

顧問購買的存貨量不得超過其在一個月內可合理轉售或消耗的數量，也不得鼓勵他人購買。

#### 10.4 禁止購買獎勵

購買獎勵為嚴格禁止的行為。

「購買獎勵」包括，但不限於直接或間接的參與：（1）個人或實體在不之情和/或沒有簽訂顧問協議的情況下加入；（2）個人或實體以欺詐手段加入成為顧問或顧客；（3）加入或企圖加入不存在的個人或實體成為顧問或顧客；（請參閱第 6.5）；（4）當顧問或客戶並非信用卡帳戶持有人時，由顧問或客戶使用或代表其使用信用卡；及（5）代表其他顧問或客戶或以其他顧問的識別號碼或客戶身份購買 LifeVantage 產品，以取得財務分紅的資格。

#### 10.5 禁止重新包裝和重貼標籤

顧問不得以任何方式對任何 LifeVantage 產品、資訊、資料或計劃進行重新包裝、重新標籤、重新填充或更換標籤。

LifeVantage 產品必須以原始容器和完整包裝出售。

上述重貼標籤或重新包裝之行為將違反適用法規，可能導致嚴重的刑事處罰。

顧問也應注意，如果因重新包裝或重新標籤產品，導致使用產品的人可能遭受任何類型的傷害或其財產受到損害，則可能產生民事責任。

### 第 11 節 – 銷售要求

#### 11.1 – 產品銷售

獎金計畫的基礎是向最終消費者客戶銷售 LifeVantage 產品。

顧問必須達到個人與行銷組織的銷售要求（以及履行本協議中規定的其他責任），才有資格獲得適用的財務分紅和晉升到更高的成就等級。

#### 11.2 – 銷售量

顧問必須滿足獎勵計畫中規定的銷售額要求和團體銷售額要求，才能滿足與特定等級相關的要求。

若顧問在某月份未能符合資格，則LifeVantage允許該顧問在一個日曆年內免費補足一次所需銷量。

之後，顧問可在同一日曆年內以補足之方式最多再得兩次資格，每次需支付\$100的費用。

### 11.3 – 無區域限制

任何人都不會有專屬銷售區。

### 11.4 – 70%銷售規則

70%銷售規則是指在下任何新產品訂單時，每位顧問會被默認已證明他們已售出或消耗之前訂購的所有產品的70%。

每位獲得財務分紅並訂購額外產品的顧問均同意在至少四（4）年的時間內保留證明遵守此政策的文件，包括零售銷售的證據。

顧問同意在公司要求時向公司提供這些文件。

未遵守此規定或偽造產品銷售量或消費量以提升獎金計劃等級，即構成違反協議，且是公司終止協議的正當理由。

此外，如果顧問違反此規定，公司有權收回在未保留此類文件或違反此規定的任何期間內支付給顧問的任何財務分紅。

### 11.5 – 銷售收據

顧問必須在銷售時向其零售客戶提供兩份 LifeVantage 正式銷售收據。

這些收據規定了適用法律賦予的消費者保護權利。

顧問必須將所有零售收據保存四（4）年，並在本公司要求時提供給 LifeVantage。

LifeVantage 將保存顧問零售客戶的購買記錄。

顧問必須確保每張銷售收據上包含以下資訊：（1）交易日期；（2）買方可發出取消通知的日期（不得早於交易日期後的第三個營業日）；以及（3）銷售顧問的姓名和地址。零售客戶必須收到兩份銷售收據。

此外，顧問必須口頭告知零售客戶其取消權。

## 第 12 節 – 財務分紅

### 12.1 – 財務分紅資格

顧問必須保持活躍和良好的聲譽，才有資格獲得回扣、獎金和佣金（「財務分紅」）。

只要顧問遵守本協議的條款，LifeVantage 就應根據獎金計畫向該顧問支付財務分紅，且僅支付給 LifeVantage 顧問業務上的姓名。

對於商業實體帳戶，LifeVantage 將支付給 LifeVantage 顧問業務中列出的企業；否則，LifeVantage 將支付給顧問業務中的主要成員。

#### 12.1.1 – 回扣、獎金和佣金的調整

顧問根據其自身或其行銷組織向最終消費者實際銷售產品的情況獲得財務分紅。

當產品被退還給 LifeVantage 以取得退款時，退還產品應佔的財務分紅將在退款當月扣除，並在之後的每個薪資期扣除，直到財務分紅收齊為止。

#### - 財務分紅支付費用

LifeVantage 發放分紅的最低金額為新臺幣390元。

如果顧問的財務分紅不等於或超過新臺幣390元，本公司將累積財務分紅，直到總額達到新臺幣390。

累積到新臺幣390元後，公司將發放保證金。

LifeVantage 將所有財務分紅中收取處理費用新臺幣75元 + 新臺幣4元 = 新臺幣79元（含稅）。

如果顧問遺失支票，並要求 LifeVantage 重新簽發支票，LifeVantage 將收取每次要求新臺幣450元的手續費。

#### 12.1.3 – 取消和前30天內退貨

顧問可根據第17.4節條例提交取消本協議的書面請求，在註冊後的前三十（30）天內自願取消本協議，並要求退還在註冊時購買的產品。

LifeVantage 將在根據本第12.1.3節取消本協議後的30天內接受顧問提出的產品退貨請求，接收退貨產品，並將退貨產品100%的購買價退還給顧問。

顧問可以在註冊的前30天後，根據第17.4節提交取消協議的書面請求，主動取消協議，並要求退還已購買的產品。

LifeVantage 應在根據本第12.1.4節取消本協議後的30天內，接受顧問提出的產品退貨請求，接收退貨產品，並將退貨產品購買價的 90%退還給顧問，但顧問持有的產品，自產品可供提貨之日起計時已超過180天的，則不符合退貨條件。

儘管有上述規定，如果顧問持有的產品價值已折舊，LifeVantage 可根據下表扣除折舊金額。

#### 退款期限

產品價值折舊

## 根據原購買價的退款比例

產品可供提貨後的 第 1 天至<2>第 30 天

0%

100%

產品可供提貨後的 第 31 天至 第 45 天

10%

90%

產品可供提貨後的 第 46 天至 第 180 天

50%

50%

產品可供提貨後的第 180 天之後

100%

0%

產品可供提貨的日期從發票日期開始計算，但如果產品可供提貨的實際日期較晚（例如產品缺貨），則採用該日期。

已開啟並被使用的產品被視為完全消耗，退款比例為原始購買價格的 0%。

顧問在處理合約終止和退貨時，應考慮上述情況，以避免額外的運費。

LifeVantage 根據本第 12.1.3 節退還顧問持有的退貨產品時，可扣除根據第 12.1.1 節就該交易支付給顧問的任何財務分紅。

如果 LifeVantage 協助取回退回的產品，LifeVantage 也可扣除取回產品所產生的運費。

當顧問依照本第 12.1.3 條取消本協議時，LifeVantage 不會因顧問取消本協議而向其要求損害賠償或懲罰。

## 12.2 – 未領取的財務分紅與回饋

顧問必須提供正確的銀行存款資訊，以便其財務分紅款被直接存入。

如果存款未完成，則財務分紅將作為回饋存入顧問的帳戶。

顧問有責任通知公司並提供正確的存款相關資訊。

帳戶中有回饋的客戶和顧問必須在回饋出現之日起六（6）個月內使用回饋。

如果回饋未在六（6）個月內使用，LifeVantage 將嘗試每月通知顧問或客戶，向其最後為人所知的地址寄送書面通知，告知顧問或客戶回饋情況。

每次嘗試通知的費用為新臺幣 300 元。

此費用從顧問或客戶的帳戶回饋中扣除。

無人認領的財務分紅和回饋將在帳戶終止時被沒收。

### 12.3 – 獎勵旅行和其他獎項

公司可能會不時向合格的顧問提供獎勵旅行和其他獎項。這些獎勵或旅行可能基於顧問的等級和/或優秀的銷售業績，並且只提供給合格的 LifeVantage 顧問協議中列出的人員，且最多可提供兩（2）人的機票和單間酒店住宿。獎勵旅遊或其他獎項不得延遲至未來，且無現金價值。

對於無法或選擇不參加旅行或接受獎勵的人，將不給予任何付款或回饋。

無論本條例是否有規定衝突，儘管公司可能會支付此類獎勵旅遊產生的部分或全部費用，但顧問須同意賠償公司因顧問及/或其賓客（包括參觀及/或前往 LifeVantage 辦事處）參加旅遊途中遭受的任何索賠、傷害、損失或其他損害，並使公司免受損害。

顧問不得向公司的任何保險單提出索賠，或依賴該保險單支付顧問和/或其賓客所遭受的任何傷害、損失或其他損害的費用和開支。

當地法律可能會要求公司將任何獎勵、旅行等的公平市價列入顧問的年終稅務報告中。

顧問有責任支付所有適用的稅款，並同意使公司免受與這些獎勵旅行和獎勵相關的稅務責任的索賠。

如果公司發現顧問在獲得這些獎勵旅行和其他獎勵時有任何失實陳述或違反協議，公司可能會向顧問收取公司產生的任何費用或顧問獲得的任何利益或獎勵。

公司保留唯一和絕對的酌情決定權，並可以其認為必要的任何理由禁止顧問參加活動。

### 12.4 報告

僅就本第12.4節而言，「LifeVantage」係指實體、其關係企業及其所有員工、主管、董事、LifeVantage 承辦商、顧問、客戶及代理人。

#### 12.4.1 – 行銷組織報告

顧問須知 LifeVantage 會定期向其每位顧問提供資訊。

這包括但不限於線上或電話行銷組織活動報告，如銷售額和團體銷售額，以及下線推薦活動（「<1>資訊</1>」）。

#### 12.4.2 – 報告賠償

每位顧問同意絕不向 LifeVantage（包括其主管、董事、員工和獨立承包商）提出任何性質的索賠，包括與 LifeVantage 對資訊的介紹、編輯、開發、出版和傳播有關，但不限於利潤損失、財務分紅損失和機會損失的索賠。

每位顧問的協議延伸至 LifeVantage 的任何作為或不作為，例如但不限於資訊的不準確、不完整、不便、延遲或使用上的損失。

但是，本12.4.2節不適用於 LifeVantage 因蓄意不當行為或罔顧顧問權利而可能導致的索賠。

## 第 13 節 – 產品保證、退貨與庫存回購

### 13.1 – 產品保證

如果顧問希望取消本協議並退還購買的產品，則可以按照第12.1.3節的規定進行退還手續。

如果顧問希望在不取消協議的情況下退還購買的產品，他們可以退還處於可再售和可再存貨狀態的產品。

收到退回的產品後，顧問將獲退還原購買價格的90%；若顧問在訂購產品後第 31天起要求退貨，LifeVantage 將根據產品的折舊價值退還顧問費用（請參閱第13.2節）。

退回的產品必須保持原狀，包括配件、包裝、文件和贈品。

只有未開封的產品（封條和包裝完好）才有資格獲得上述退款，有瑕疵的產品除外。

### 13.2 – 庫存回購

當顧問退還產品而未取消協議時，退款比例如下：

#### 退款期限

#### 產品價值折舊

#### 根據原購買價的退款比例

產品可供提貨後的 第 1天至 第 30天

10%

90%

產品可供提貨後的 第 31天至 第 180天

50%

50%

產品可供提貨後的第180天之后

100%

0%

產品可供提貨的日期從發票日期開始計算，但如果產品可供提貨的實際日期較晚（例如產品缺貨），則採用該日期。

以下情況的產品被視為已完全消費，退款比例為原購買價格的0%：（1）已開封使用的產品；（2）停產產品和舊包裝產品；（3）已超過保質期或以接近保質期的產品出售但已超過保質期的產品。

顧問在處理非合約終止退貨時，應考慮上述情況，以避免額外的運費。

LifeVantage 依據本第13.2節購回顧問所持有的產品時，可扣除依據第12.1.1節就交易支付給顧問的任何財務分紅。

如果 LifeVantage 協助取回退回的產品，LifeVantage 也可扣除取回產品所產生的運費。

若顧問拒絕收貨（無論是定期收貨或單次訂單），LifeVantage 將按照上述比率處理。

### 13.3 – 退款政策的例外情況

先前支付的財務分紅可能會因退回產品而被撤回或調整，並由公司自行決定。

因顧問或客戶退回產品而支付給顧問及其上線的任何財務分紅，可能會從各自的上線顧問帳戶中扣除，或從目前或未來的財務分紅中扣留。

顧問同意，在佣金期結束時，他們不會依賴現有的行銷組織銷售額，因為退貨可能會導致銷售額、頭銜、職級和/或財務分紅的變化。

## 第 14 節 – 爭議解決與補救

### 14.1 – 補償的限制

在適用法律允許的最大範圍內，LifeVantage 或其任何主管、董事、經理、員工、代理人或關聯公司均不對任何顧問或其他任何人因本協議引起或與本協議相關的任何間接、衍生性、附帶、特殊或懲罰性損害賠償負責，包括但不限於：與 LifeVantage 產品的訂購、交貨和品質方面的延遲或失誤有關的可能損害；獎金計劃下的財務分紅的支付或不支付；以及 LifeVantage 提供給顧問的任何資訊，包括與行銷組織、上線、顧問名單和收入以及其他類似資訊有關的資訊。

LifeVantage 及其任何主管、董事、經理、員工、代理人或關聯公司對於不可抗力造成的任何狀況或情況均不承擔任何理論上的責任，包括但不限於：罷工、勞工困難、暴亂、戰爭（無論宣佈與否）、敵對行動、侵略、外敵行為、大規模軍事動員、爆炸、火災、設備破壞、運輸、電信、資訊系統或能源長期故障、自然災害或極端自然事件、死亡、健康危機（包括瘟疫、流行病和大流行病）、內戰或動亂、叛亂和革命、軍政府或篡權、叛亂、恐怖主義行為、破壞或海盜行為、供應來源的削減或中斷、合法或非法的權力行為、遵守任何法律或政府法令或命令、徵用、扣押工程、徵用、國有化、抵制、罷工和關廠、停工、佔領工廠和房地、貨幣和貿易限制、禁運和制裁等一般勞動騷亂。

### 14.2 – 解決爭議的階段和一般爭議解決程序

任何因 (i) 協議，包括協議的存在、有效性、解釋、履行、違約或終止，或 (ii) 顧問經營的業務，或 (iii) 公司提供的機會，以及因上述任何事項引起或與之相關的非合約義務的任何爭議、爭論、分歧或索賠（「爭議」），均應按照以下三步程序解決：(a) 非正式協商；(b) 無約束力的調解；及 (c) 法院審判，若索賠金額在新臺幣725000元以下



， 只要不尋求衡平法上的救濟（下述情況除外）；若索賠金額在新臺幣725000元或以上， 及/或尋求衡平法上的救濟， 則進行具有約束力的保密仲裁。

若一方提出新臺幣725000元或以上之金錢索賠， 包括損害賠償請求， 及/或尋求衡平法上之救濟（下述情形除外）， 雙方同意透過具約束力之仲裁解決爭議。

以下規定適用於本爭端解決政策下的所有程序：

一方對另一方提出的任何索賠， 必須在訴訟因由產生之日起一年內提出， 否則訴訟權利將被禁止並取消。

在根據第14.2.1節規定需要進行非正式協商的情況下， 一旦以書面形式要求進行非正式協商， 本政策中的一年訴訟限制規定應予延期， 直至根據第14.2.2節完成調解階段為止， 並在其後的十個日曆日內延期。

在完成以下談判和調解程序之前， 任何一方均不得提起與本協議或業務相關的仲裁或訴訟， 除非本爭端解決政策另有規定。

非正式談判和調解階段中的所有通訊都是保密的， 就適用的證據規則和適用法律規定的任何其他保密和專業保密保護而言， 應視為在妥協和和解談判過程中進行的通訊。

非正式談判和調解應在香港進行， 除非雙方共同協定其他地點。

如果任何一方提出要求， 非正式談判和調解可遠程進行。

無論談判、調解或任何後續仲裁或司法程序的結果如何， 每一方均應承擔其在非正式談判和調解中產生的費用， 包括法律費用。

#### 14.2.1 – 非正式協商

雙方應盡力解決任何爭議， 並由受損顧問與公司有權解決爭議且管理層級高於直接負責管理本協議的人員進行協商。

一方可選擇由律師陪同進行此類談判。

如果一方選擇讓其律師出席， 另一方也必須同意讓其律師出席（如果該方已聘請律師）。

為了啟動協商程序， 任何一方均可向另一方發出書面通知， 告知在正常業務過程中未解決的任何爭議。

在發出通知後 10 天內， 收到通知的一方應向另一方提交書面回應。

通知和回應應合理詳盡地包括：（a）各方立場的陳述和支持該立場的論據摘要， 以及（b）將陪同該方（如適用）進行談判的行政人員和律師的姓名和職稱， 或陪同其進行談判的顧問及其律師（如適用）的姓名和職稱。

通知送達後20天內， 雙方及雙方律師（如適用）應在雙方均可接受的時間和地點開會。

當一方以書面形式通知另一方其認為談判「結束」時， 談判階段即告「結束」。

如果雙方希望繼續或稍後進行談判， 則此談判結束並不排除繼續或稍後進行談判的可能性。

#### 14.2.2 – 調解

如果爭議無法根據第14.2.1條通過非正式協商解決，則在協商階段結束後一個營業日或雙方書面同意的其他期限屆滿時，爭議應提交台北中華仲裁協會（「CAA」）根據其當時的調解規則進行非約束性調解。

向 LifeVantage 提出的任何書面調解請求，必須註明地址並送交 LifeVantage 位於美國的主要公司辦事處的總法律顧問。

若雙方在協商階段結束後7天內均未要求調解，則應視為爭議已解決，未經雙方同意，不得透過調解、仲裁或訴訟採取進一步行動。

調解員應盡其最大努力在其任命後14天內完成調解。

未經所有當事人書面同意，其任命時長不得超過2天。

雙方當事人同意平分除自身費用以外的所有費用，包括調解員的費用和開支、調解員的費用和開支、調解員經雙方當事人同意要求的任何證人或專家建議或意見的費用，以及支持調解的任何行政費用，包括 CAA 的費用。

#### 14.2.3 – 仲裁或訴訟

如果根據第14.2.2節的規定，爭議不能通過調解解決，並且：

一方的金錢索賠金額低於新臺幣725000元，且不尋求衡平法上的救濟，則各方均不可撤銷地同意台灣法院對解決爭議有專屬管轄權。

雙方在此不可撤銷地同意台灣法院對該爭議有專屬管轄權，並不可撤銷地放棄對台灣法院被指定為審理和裁定該爭議之法院可能有的任何異議，且雙方同意不主張任何該等法院為不方便或不適當之法院。

一方提出新臺幣725000元或以上的金錢索償，和/或尋求衡平法救濟，則該爭議應提交下文第14.3節規定的仲裁，並由仲裁最終解決。

#### 14.3 – 由 CAA 主導的仲裁

任何提交仲裁並最終解決的爭議，應由 CAA 根據提交仲裁通知時有效的 CAA 管理仲裁規則（以下簡稱「規則」）進行仲裁。

如果您向 LifeVantage 合規與教育部（compliance@lifevantage.com）提出要求，我們將通過電子郵件向您不時發送當時有效的 CAA 規則副本。

本仲裁條款的法律為台灣法律。

仲裁地點應為台灣。

仲裁員人數為一人。

仲裁程序應以英語進行。

除非所有仲裁的當事人同意合併，否則 CAA 無權合併根據 CAA 規則待決的兩個或兩個以上的仲裁。

當事人同意，仲裁員無權判給衍生性或懲罰性損害賠償，或任何其他非以勝訴方的實際和直接損失和損害衡量的損害賠償。

本仲裁協議在協議取消後仍然有效

#### 14.4 – 爭議解決程序的保密性

各方承諾，在任何時候均不得發佈、披露或傳播與爭議相關的任何資訊（包括但不限於任何爭議、索賠、和解討論和要約、立場、指控、問題、訴狀、證據、證言、案情、裁定、裁決和命令）（「受保護資訊」），包括但不限於在互聯網或任何社交媒體或博客平台上。

上述禁令並不阻止一方在以下情況中公開、揭露或傳播另一方的機密資訊：

在法院或其他機關的法律程序中，為了保護或追求該方的合法權利或利益，或為了執行或挑戰裁決或緊急決定；或

向任何政府機構、監管機構、法院或審裁處，且該方依法有義務進行公布、披露或通訊；或

提供給任何一方的專業或任何其他顧問，包括任何實際或潛在的證人或專家；或為獲得或尋求第三方仲裁資金之目的而提供給某人。

#### 14.5 – 違反保密義務的違約金

雙方承認，若一方違反本爭議解決政策所規定的保密義務，非違約方的聲譽和商譽將遭受無法輕易計算的重大損害。

因此，若一方違反本爭議解決政策之保密規定，非違約方有權就每次違約獲得新臺幣290000元違約金，若受保護資訊在網際網路上通訊、揭露、公開或以其他方式散佈，包括但不限於在任何網站或任何社交媒體論壇上揭露，則每次違約可獲得新臺幣725000元之違約金。

每次通訊、揭露、發表或散佈每項「受保護資訊」均構成一項違法行為。

各方同意，這些算定損害賠償金額和本算定損害賠償條款是合理的，且與非違約方在維護爭議解決程序保密性方面的合法利益相稱，並同意放棄對這些算定損害賠償金額和本算定損害賠償條款構成懲罰的所有主張和抗辯。

#### 14.6 – 中間和永久性衡平法賠償

各方同意，任何違反本條款第6.1節（非招攬）、第7.1節（行銷組織活動）、第8.5.12節（線上拍賣）和第8.5.13節（線上零售）政策和程序的行為，均屬違法行為，且

LifeVantage 有權就此獲得中間賠償，（包括緊急賠償和臨時措施）和/或永久性衡平救濟

，因為（a）在法律上沒有足夠的補救方法；（b）如果違反這些政策，LifeVantage 將立即遭受無法彌補的損害；及（c）如果不給予緊急賠償、臨時措施和/或永久性衡平賠償，

很可能會造成損害賠償無法彌補的損害，且此種損害遠大於如果給予緊急賠償、臨時措施和/或永久性衡平賠償可能對違反這些政策的顧問造成的損害。

#### 14.7 – 不適用三步爭議解決程序的爭議

以下事項無需嚴格遵守爭議解決程序的三個步驟：

##### 14.7.1 – 中間賠償申請

如果一方認為有必要尋求中間賠償（無論是向緊急仲裁員還是法院）以保護其利益，則可以尋求此類賠償，而無需事先參與上述非正式談判或調解程序。

儘管有上述規定，鼓勵但不要求當事方在申請或請求任何未決的中間賠償時，同時進行談判和/或調解。

#### 14.7.2 – 規範性制裁

LifeVantage 根據下文第14.12節對違反本協議的行為實施規範性制裁之前，無需進行三步爭議解決程序。

#### 14.8 – 集體訴訟豁免

任何爭議應以個人為基礎提出和進行。

各方放棄在集體或綜合基礎上對另一方和/或其各自所有者、高級職員、董事和代理提起任何訴訟的權利。

#### 14.9 – 管轄法律

與本協議、LifeVantage 業務、雙方關係或雙方之間的任何其他索賠相關或因其產生的所有事宜，均應受台灣法律管轄，不適用法律衝突原則。

#### 14.10 – 法律費用與成本

儘管有第14.2條第5款的規定或本協議中任何其他潛在衝突的規定，在為處理未經授權的產品轉用（如本協議第8.5.11、8.5.12和8.5.13節所述）而開始的任何法律訴訟中，勝訴方有權收回其在調查和起訴或抗辯此類訴訟中產生的法律費用、成本和開支。

#### 14.11 – 規範性處分、違約和補救措施

顧問違反本協議及規範（包括本政策和程序）的任何行為，或任何非法、欺詐、欺騙或不道德的商業行為，都可能導致公司自行決定採取下列一項或多項規範行動：

發出書面警告或訓誡；

發出書面指示，要求顧問立即採取規範措施；

喪失一次或多次財務分紅的權利，全部或部分；

在 LifeVantage 調查任何涉嫌違反本協議的行為期間，扣留財務分紅；

在一個或多個付款期間暫停本協議；

取消本協議；

取消與違約顧問有關聯的任何其他顧問直系親屬或關聯個人的協議；和/或

LifeVantage 認為有必要且適宜實施的本協議明確允許的任何其他措施，以便對部分或全部由顧問違約造成的傷害進行補救。

#### 14.12 – 法定投訴或調查程序

本協議的任何條款均不阻止進入任何適用的法定申訴或調查程序。

#### 第 15 節 – 訂購

### 15.1 – 顧客

我們鼓勵顧問向其客戶推廣 LifeVantage 客戶計劃。

LifeVantage 客戶計劃允許客戶透過訂購訂單或現貨訂單直接向 LifeVantage 購買其 LifeVantage 產品。

客戶可在 LifeVantage 網際網站上線訂購，或撥打 LifeVantage 免付費訂購專線下訂單，訂單金額可從信用卡中扣除。

LifeVantage 會將訂購的產品直接寄送給客戶，並將此類訂單的信用額度提供給所提及的顧問。

### 15.2 – 購買 LifeVantage 產品

每位顧問應使用其顧問號碼直接向 LifeVantage 購買產品。

如果顧問從其他顧問或任何其他來源購買產品，則購買的顧問將不會獲得與該購買相關的銷售量和/或任何可能的財務分紅。

### 15.3 – 一般訂單政策

在收到付款無效或不正確的郵購訂單後，LifeVantage 會嘗試透過電話和/或電子郵件聯絡顧問或客戶，以嘗試獲得其他付款。

如果這些嘗試在五（5）個工作日後仍未成功，則訂單將被退回，不予處理。

不接受貨到付款或貨到付款（C.O.D.）訂單。

LifeVantage 不設最低訂單要求。

產品與銷售輔助工具的訂單可合併處理。

### 15.4 – 運費和延期訂單政策

LifeVantage 會迅速出貨訂單中任何目前有存貨的部分。

但是，如果所訂購的商品缺貨，則會將該商品列入備貨訂單，待 LifeVantage 收到額外存貨時再行寄送。

除非發票上通知顧客該產品已停產，否則顧客將獲得已訂貨品的銷售額。

LifeVantage 會通知顧問和客戶是否有滯銷產品，且預計在訂單日期後三十（30）天內不會出貨。

同時將告知預計發貨日期。

經顧客或顧問要求，可取消已訂購的產品。

顧客和顧問可要求退款、貸記帳戶或更換已取消訂單的商品。

如果要求退款，顧問在退款當月的銷售量將減少退款金額。

### 15.5 – 訂單確認

顧問和/或訂單收貨人必須確認收到的產品與運費發票上所列的產品相符，且無損壞。

若顧問未在裝運後三十（30）天內通知 LifeVantage 任何裝運差異或損壞，則代表顧問放棄要求更正的權利。

#### 15.6 - 產品棄置

只有當訂單已付款且送貨方式已滿足時，訂單交易才算完成。

如果在訂單日期後九十（90）天內仍未滿足這些條件，LifeVantage 保留決定訂單最終結果的權利，且顧問免除本公司任何進一步的義務或責任。

### 第 16 節 – 付款與運送

#### 16.1 – 訂金

除非在產品交貨時，否則顧問不得向其個人零售客戶支付或接受任何銷售款項。

顧問不應接受零售客戶的款項，作為預期未來交付的訂金。

#### 16.2 – 資金不足

各顧問有責任確保其帳戶中有足夠的資金或信用額以支付任何認購訂單或任何其他訂單。

LifeVantage 無義務就因資金或信用不足而取消的訂單與顧問聯絡。

此類訂單取消可能會導致顧問無法收到產品或無法達到當月的銷售量要求。

拖欠 LifeVantage 的任何未付回饋將從後續的財務分紅中扣除。

若未能補償拖欠 LifeVantage 的任何回饋，可能會導致帳戶被非自願取消。

顧問或客戶若有一（1）次信用卡退款或一（1）次付款被拒，可能會失去訂購權限，直到資金問題解決為止。

#### 16.3 – 第三方信用卡限制

顧問不得允許其他顧問或客戶使用其信用卡或任何其他第三方的信用卡。

### 第 17 節 – 非活躍狀態與取消

#### 17.1 – 取消協議的影響

只要顧問保持活躍和良好記錄，LifeVantage 就應根據獎勵計劃向該顧問支付財務分紅款。

顧問的財務分紅款由顧問為創造銷售額（包括建立行銷組織）所付出的努力和活動的全部代價所構成。

在本協議終止和/或停止續約之後（根據本第17節中規定的一種或多種方法，或本協議中的其他規定）（統稱為「取消協議」），前顧問對其經營的行銷組織或行銷組織所產生的銷售額中的任何財務分紅不享有任何權利、所有權、索賠或利益。

LifeVantage 顧問業務被取消的顧問將永遠喪失其作為顧問的所有權利。

這包括銷售 LifeVantage 產品的權利被取消，以及因顧問前行銷組織的銷售和其他活動而獲得未來財務分紅的權利被取消。

在取消協議時，顧問同意放棄其可能擁有的所有權利，包括但不限於對其前行銷組織的財產權，以及對其前行銷組織的銷售和其他活動所產生的任何財務分紅或其他報酬的權利。

在顧問取消其協議後，前顧問不得以顧問自居，也無權銷售 LifeVantage 產品。

協議被取消的顧問只能獲得其在取消協議前最後一次活躍且合格的完整佣金期的財務分紅（減去非自願取消協議前調查期間扣留的任何金額）。

顧問可以依照第4.7.5節的規定，以新顧問的身份重新申請協議。

#### 17.2 - 由因非活躍狀態而取消協議

顧問有責任以身作則，領導其行銷組織向最終消費者進行銷售。

若顧問沒有展示出正確的榜樣和領導力，未達到任何佣金期的150銷售量要求時，他們將喪失從其行銷組織所產生的銷售中獲得財務分紅的權利。

如果顧問連續十二（12）個月未達到銷售額要求，且未支付任何適用的續約費用，公司可能會因顧問的不活躍而取消其協議。

取消協定將於第12個月最後一天的翌日生效。

顧問可以依照第4.7.5節的規定，以新顧問的身份重新申請協議。

#### 17.3 - 非自願取消協議

如果顧問違反協議的任何條款，可能導致協議中的任何制裁和/或行動，包括非自願取消其協議。

除非取消通知中另有規定，否則取消應在書面通知郵寄、傳真或交付快遞至顧問最後已知地址、電子郵件或傳真號碼或其受權人當日，或顧問收到實際取消通知當日（以先發生的事件日期為準）生效。

在取消協議後，若顧問同意簽訂任何其他協議，則必須由公司提出，並由公司自行裁定。

#### 17.4 - 自願取消協議

顧問有權隨時取消協議。

取消協議必須以書面形式提交至公司的主要營業地址：台北市松山區南京東路三段337號11樓3區C室，或透過與顧問相關聯的電子郵件地址發送電子郵件至 [compliance@lifevantage.com](mailto:compliance@lifevantage.com)。

書面通知必須包括顧問的簽名、印刷姓名、地址和顧問識別號碼。

但是，如果顧問在 LifeVantage 收到取消通知時未保持良好信用，則非自願取消的後果可能會根據本協議生效。

顧問可以依照第4.7.5節的規定，以新顧問的身份重新申請協議。

#### 17.5 - 無續約

顧問可在週年日的第一天起三十（30）天內發出書面通知，或未能支付第3.3節所述的任何適用續約費用，主動取消其協議。

公司也可根據本協議的下述條例，自行決定不在本協議的週年日續約。

#### 17.6 – 重分類為顧客

17.6.1 – 若公司根據第17.2節取消本協議，公司可自行決定將前顧問重新歸類為客戶，並為該前顧問創建客戶帳戶，使公司能夠繼續處理產品訂單，包括取消協議時存檔的有效訂購訂單。

本公司將在重分類前最晚三十（30）天對該顧問進行通知。

17.6.2 – 若顧問有意自願取消本協議並以 LifeVantage 顧客身份繼續合作，則可依第17.4節或第17.5節提出取消請求及關於本公司將其重分類為顧客並建立顧客帳戶的請求，以便得以繼續購買LifeVantage產品。

17.6.3 – 根據本條款第17.6節將顧問重新歸類為客戶後，顧問特此承認並同意，在此重新歸類後所進行的所有產品個人購買，不論是否訂購產品，均受 LifeVantage 客戶協議的約束，該協議可在Resources | LifeVantage 台灣 找到（其條例已納入本條款），且此重新歸類後的顧問將無法再銷售、轉售或分銷 LifeVantage 產品或參與獎金計畫。

根據本條款第17.6節被重新分類的顧問可根據第4.7.5節重新申請成為新顧問。

#### 17.7 – 單方面終止

本公司保留在任何時候單方面終止本協議的權利，但需提前三十（30）天發出書面通知。

公司終止與顧問之協議，無需任何理由，亦無需證明任何原因。

如果協議終止，顧問不得向公司、其關聯公司或其各自的高級職員、董事、代理、員工、服務人員和代表索賠，也無權索賠或收取利潤損失、機會損失或任何其他損害賠償。

本協議之條款滿足所有法定和普通法關於索賠的規定，包括但不限於關於合理通知終止合約關係的權利。

#### 第 18 節 – 定義

接受- 指決定成為顧問的個人已向 LifeVantage 提交完整填寫並簽名的申請表以及所需的證明文件，並已完成本文所述的所需顧問註冊程序，且 LifeVantage 已決定接受該申請表，並認為該註冊程序已完成。

「活躍」或「活躍顧問」 – 指獎金計畫中所述之意義

協議 – 指本公司與第2.1節所定義的每位顧問之間的合約，所有合約均為其現行版本，或經 LifeVantage 自行斟酌不時修訂的版本。

這些文件被統稱為「協議」。

違約 – 「違約」、「違反」及「觸犯」係指實際或據稱違反或違反本協議之任何部分。



業務中心- 指在2025年3月1日之前生效的獎勵計畫所允許的原LifeVantage 顧問業務下設置的額外顧問職位。

取消協議- 指在第17.1節中所述之意義。

「終止」或「取消」一詞在此可與「取消協議」交換使用。

「公司」- 指 LifeVantage Taiwan Pte. Ltd. 及其母公司、聯屬公司和/或子公司實體。

競爭活動- 指在本條款第6.1.1節中所述之意義。

顧問- 指透過向 LifeVantage 提交完整填寫並簽名的申請書，簽訂正式 LifeVantage 顧問協議，且其申請書已被 LifeVantage 接受的獨立承包商。

顧問必須符合特定資格，並負責激勵、支援和發展其各自行銷組織中的顧問。

顧問有權以顧問價格購買 LifeVantage 產品、為客戶和新顧問註冊，以及參與獎金計畫。

顧客- 指本公司在所接受LifeVantage顧客協議中相對的法人。

LifeVantage 顧客可透過訂閱註冊獲得較低的價格，在訂閱註冊中，客戶每月可收到以經常性月費支付的所選產品。

客戶不是顧問，無權獲得任何財務分紅或零售產品。

註冊人- 指由其他顧問（即其註冊人）註冊成為顧問或顧客的顧問和顧客。

推薦人- 指獎金計畫中所述之意義。

推薦者可對新顧問進行贊助並將其安置在自己位置下或安置在自己行銷組織的其他位置下。

為避免疑慮，顧客只能被放置在顧問的位置下。

新顧問或顧客所在位置為「保薦者」。

顧問可同時為推薦者和保薦者。

推薦樹- 指獎金計畫中所述之意義。

良好聲譽- 指獎金計畫中所述之意義。

團隊銷量- 指獎金計畫中所述之意義。

直系親屬- 指居住在同一房屋的戶主和受其供養的家庭成員。

行銷組織- 指 LifeVantage 顧問業務中的顧問和顧客網，亦被稱為「下線」。

各顧問了解：

(1) 對於行銷組織中的成員、實體、其他行銷組織或由LifeVantage或顧問製作的材料，顧問不擁有任何所有權或佔有權、頭銜或利益。此亦適用於LifeVantage行銷組織的資訊或本協議全部或部分提及的其他個人或實體所製作的材料。

(2) 顧問在行銷組織的唯一財產利益是依本協議規定收取財務分紅的合約權利。同時，

(3) LifeVantage是所有行銷組織權利、頭銜、利益和材料的唯一所有者。

行銷組織活動報告- 指由LifeVantage生成的月度報告，提供相關各顧問的行銷組織中的顧問、顧客、銷售資訊和相關注冊活動的重要資料。

該報告含機密和商業秘密資訊，屬於LifeVantage的專有財產。

該報告完全由LifeVantage所有。

網路行銷事業- 具有本條款第6節所述的涵義。

LifeVantage 官方資料 – 指由 LifeVantage 開發、印刷、出版並分發給顧問和客戶的文獻、音訊或數位錄音及其他資料。

分成級別 – 根據獎金計畫決定的顧問在任何日曆月的目前等級。

顧問必須符合獎金計劃中規定的標準，才能被視為某一特定等級的活躍顧問。

安置推薦人（有時也稱為推薦人）– 指被安排為新顧問上綫的顧問。

安置樹 – 指獎金計畫中所述之意義。

招募 – 指實際或試圖贊助、招攬、註冊、鼓勵的行為，或以任何其他方式，直接、間接（包括但不限於使用網站或社交媒體）影響他人的行為，或通過第三方、其他顧問或客戶，影響註冊或參加競爭活動的行為。

若顧問的行為是回應其他顧問或顧客的詢問或聯絡，此行為仍構成招募。

可再存貨和再銷售 – 指符合下列各要素的產品和銷售輔助工具：(1) 未開封、未使用；(2) 包裝與標籤未被改動或損壞；(3) 產品與包裝狀況良好，可按全價出售商品，符合業界合理的商業慣例；(4) 產品自購買日期起三十 (30) 天內退回 LifeVantage；(5) 產品到期日未過；及 (6) 產品包含最新的 LifeVantage 標籤。

任何在銷售時明確標示為不可退貨、已停產或屬於季節性商品的商品不得再銷售。

銷量– 指獎金計畫中所述之意義。

銷量要求– 指獎金計畫中所述之意義。

創業資料袋 – 指新顧問須購買的一系列 LifeVantage 訓練材料和業務支援材料。

該資料袋在某些司法管轄區為按需購買項目。

訂閱 – 指可選的 LifeVantage 計劃，透過此計劃，產品會定期自動運送給顧問和客戶。

訂閱包含在「協議」中，可在應用程式或客戶協議中找到。

上線 – 指獎金計畫中所述之意義。

## 第 19 節 – 多層次傳銷管理法

中華民國多層次多層次傳銷事業管理法，民國103年1月29日，華總一義字第 10300013741號

### 第一章 總則

#### 第一條（立法宗旨）

為健全多層次傳銷的交易秩序，保障傳銷者的權益，特制定本法。

#### 第二條（主管機關）

就本法而言，主管機關為公平交易委員會。

### 第三條（多層次傳銷的定義）

本法所稱多層次傳銷，指透過傳銷商介紹他人參加，建立多層級組織以推廣、銷售商品或服務之行銷方式。

### 第四條（多層次傳銷事業之定義）

本法所稱多層次傳銷事業，指統籌規劃或實施前條傳銷行為之公司、工商行號、團體或個人。

外國多層次傳銷事業之傳銷商或第三人，引進或實施該事業之多層次傳銷計畫或組織者，視為前項之多層次傳銷事業。

### 第五條（傳銷商之定義）

本法所稱傳銷商，指參加多層次傳銷事業，推廣、銷售商品或服務，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益，並得介紹他人參加及因被介紹之人為推廣、銷售商品或服務，或介紹他人參加，而獲得佣金、獎金或其他經濟利益者。

與多層次傳銷事業約定，於一定條件成就後，始取得推廣、銷售商品或服務，及介紹他人參加之資格者，自約定時起，視為前項之傳銷商。

## 第二章 多層次傳銷事業的報備

### 第六條（多層次傳銷的報備、退件及補正）

多層次傳銷企業開始進行多層次傳銷活動前，應向主管機關提交說明下列事項之文件及資料：

1. 多層次傳銷事業之基本資料及營業處所。
2. 多層次傳銷制度及參與多層次傳銷之條件。
3. 與經銷商簽訂之參與契約內容。
4. 商品或服務之品項、價格及來源。
5. 其他法規定有商品或服務之行銷方式或須經目的事業主管機關許可始得推廣或銷售之規定者，其行銷方式合於該法規或取得目的事業主管機關許可之證明。
6. 多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。
7. 其他經主管機關指定之事項。

多層次行銷企業未依前項規定提出文件、資料者，主管機關得命其限期補充、更正；逾期未補充、更正者，視為自始未經申報，主管機關須將原文件退回，待其備妥後重新申報。

### 第七條（變更、退件及補正）

多層次行銷企業申報之文件、資料所載內容有變更時，除下列情形外，應事先報備：

1. 前條第一項第一款之企業基本資料，除變更企業名稱外，不得報備。
2. 企業名稱於變更生效後十五日內報備。

多層次行銷企業未依前項規定辦理變更報備者，主管機關認為有必要時，得命其限期補正；逾期未補正者，視為自始未變更報備，主管機關得將原報備資料退回，待其備妥後重新報備。

第八條（報備方式及格式之授權依據）

前二條報備之方式及格式，由主管機關定之。

第九條（停止實施傳銷行為之報備及公告）

多層次傳銷事業停止實施多層次傳銷行為者，應於停止前以書面向主管機關報備，並於其各營業所公告傳銷商得依參加契約向多層次傳銷事業主張退貨之權益。

第三章 多層次傳銷行為之實施

第十條（應告知傳銷商之事項）

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織前，應告知下列事項，不得有隱瞞、虛偽不實或引人錯誤之表示：

1. 多層次傳銷事業之資本額及營業額。
2. 多層次傳銷制度及參與多層次傳銷之條件。
3. 多層次傳銷相關法令。
4. 傳銷商應負之義務與負擔、退出計畫或組織之條件及因退出而生之權利義務。
5. 商品或服務有關事項。
6. 多層次傳銷事業依第二十一條第三項後段或第二十四條規定扣除買回商品或服務之減損價值者，其計算方法、基準及理由。
7. 其他經主管機關指定之事項。

傳銷商介紹他人參加時，不得就前項事項為虛偽不實或引人錯誤之表示。

第十一條（明示從事傳銷行為之義務）

多層次傳銷事業或傳銷商以廣告或其他方法招募傳銷商時，應表明係從事多層次傳銷行為，並不得以招募員工或假借其他名義之方式為之。

第十二條（宣稱案例之說明義務）

多層次傳銷事業或傳銷商以成功案例之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加時，就該等案例進行期間、獲得利益及發展歷程等事實作示範者，不得有虛偽不實或引人錯誤之表示。

第十三條（參加契約之締結及交付）

多層次傳銷事業於傳銷商參加其傳銷計畫或組織時，應與傳銷商締結書面參加契約，並交付契約正本。

前項之書面，得以電子文件為之。

第十四條（參加契約應記載事項）

前條參加契約之內容，應包括下列事項：

1. 第十條第一項第二款至第七款所定事項。

2.傳銷商違約事由及處理方式。

3.第二十條至第二十二條所定權利義務事項或更有利於傳銷商之約定。

4.解除或終止契約係因傳銷商違反營運規章或計畫、有第十五條第一項特定違約事由或其他可歸責於傳銷商之事由者，傳銷商提出退貨之處理方式。

5.契約如訂有參加期限者，其續約之條件及處理方式。

#### 第十五條（特定違約事由及其處理）

多層次傳銷事業應將下列事項列為傳銷商違約事由，並訂定能有效制止之處理方式：1.

以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售商品或服務及介紹他人參加傳銷組織。

假借多層次傳銷事業之名義向他人募集資金。3.以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。

4.以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。

5.違反本法、刑法或其他法規之傳銷活動。

多層次傳銷事業應確實執行前項所定之處理方式。

#### 第十六條（招募無行為能力人、限制行為能力人之禁止及限制）

多層次傳銷事業不得招募無行為能力人為傳銷商。

多層次傳銷事業招募限制行為能力人為傳銷商者，應事先取得該限制行為能力人之法定代理人書面允許，並附於參加契約。

前項之書面，得以電子文件為之。

#### 第十七條（財務報表之揭露）

多層次傳銷事業應於每年五月底前將上年度傳銷營運業務之資產負債表、損益表，備置於其主要營業所。

多層次傳銷事業資本額達公司法第二十條第二項所定數額或其上年度傳銷營運業務之營業額達主管機關所定數額以上者，前項財務報表應經會計師查核簽證。

傳銷商得向所屬之多層次傳銷事業查閱第一項財務報表。

多層次傳銷事業非有正當理由，不得拒絕。

#### 第十八條（變質多層次傳銷之禁止）

多層次傳銷事業，應使其傳銷商之收入來源以合理市價推廣、銷售商品或服務為主，不得以介紹他人參加為主要收入來源。

#### 第十九條（禁止行為）

多層次傳銷事業不得為下列行為：

1. 以訓練、講習、聯誼、開會、晉階或其他名義，要求傳銷商繳納與成本顯不相當之費用。
2. 要求傳銷商繳納顯屬不當之保證金、違約金或其他費用。

3. 促使傳銷商購買顯非一般人能於短期內售罄之商品數量。但約定於商品轉售後支付貨款者，不在此限。但約定於商品轉售後支付貨款者，不在此限。
4. 以違背其傳銷計畫或組織之方式，對特定人給予優惠待遇，致減損其他傳銷商之利益。
5. 不當促使傳銷商購買或使其擁有二個以上推廣多層級組織之權利。
6. 其他要求傳銷商負擔顯失公平之義務。

傳銷商於其介紹參加之人，亦不得為前項第一款至第三款、第五款及第六款之行為。

#### 第四章 解除契約及終止契約

##### 第二十條（傳銷商猶豫期間內解除或終止契約及退貨規定）

傳銷商得自訂約日起算三十日內，以書面通知多層次傳銷事業解除或終止契約。

多層次傳銷事業應於契約解除或終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請、受領傳銷商送回之商品，並返還傳銷商購買退貨商品所付價金及其他給付多層次傳銷事業之款項。

多層次傳銷事業依前項規定返還傳銷商之款項，得扣除商品返還時因可歸責於傳銷商之事由致商品毀損滅失之價值，及因該進貨對該傳銷商給付之獎金或報酬。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

##### 第二十一條（傳銷商猶豫期間後終止契約及退貨規定）

傳銷商於前條第一項期間經過後，仍得隨時以書面終止契約，退出多層次傳銷計畫或組織，並要求退貨。

但其所持有商品自可提領之日起算已逾六個月者，不得要求退貨。

多層次傳銷事業應於契約終止生效後三十日內，接受傳銷商退貨之申請，並以傳銷商原購價格百分之九十買回傳銷商所持有之商品。

多層次傳銷事業依前項規定買回傳銷商所持有之商品時，得扣除因該項交易對該傳銷商給付之獎金或報酬。

其取回商品之價值有減損者，亦得扣除減損之金額。

由多層次傳銷事業取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

##### 第二十二條（多層次傳銷事業請求損害賠償或違約金之限制）

傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業不得向傳銷商請求因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。

傳銷商品係由第三人提供者，傳銷商依前二條規定行使解除權或終止權時，多層次傳銷事業應依前二條規定辦理退貨及買回，並負擔傳銷商因該交易契約解除或終止所生之損害賠償或違約金。

##### 第二十三條（不當阻撓退貨及扣發佣金、獎金之禁止）

多層次傳銷事業及傳銷商不得以不當方式阻撓傳銷商依本法規定辦理退貨。

多層次傳銷事業不得於傳銷商解除或終止契約時，不當扣發其應得之佣金、獎金或其他經濟利益。

#### 第二十四條（服務準用之規定）

本章關於商品之規定，除第二十一條第一項但書外，於服務之情形準用之。

#### 第五章 業務檢查及裁處程序

#### 第二十五條（記載及備置傳銷經營資料）

多層次傳銷事業應按月記載其在中華民國境內之組織發展、商品或服務銷售、獎金發放及退貨處理等狀況，並將該資料備置於主要營業所供主管機關查核。

前項資料，保存期限為五年；停止多層次傳銷業務者，其資料之保存亦同。

#### 第二十六條（接受檢查及提供資料之義務）

主管機關得隨時派員檢查或限期令多層次傳銷事業依主管機關所定之方式及內容，提供及填報營運發展狀況資料，多層次傳銷事業不得規避、妨礙或拒絕。

#### 第二十七條（依檢舉或職權調查處理）

主管機關對於涉有違反本法規定者，得依檢舉或職權調查處理。

#### 第二十八條（調查之程序）

主管機關依本法調查，得依下列程序進行：

- 1.通知當事人及關係人到場陳述意見。
- 2.通知當事人及關係人提出帳冊、文件及其他必要之資料或證物。
- 3.派員前往當事人及關係人之事務所、營業所或其他場所為必要之調查。

依前項調查所得可為證據之物，主管機關得扣留之；其扣留範圍及期間，以供調查、檢驗、鑑定或其他為保全證據之目的所必要者為限。

受調查者對於主管機關依第一項規定所為之調查，無正當理由不得規避、妨礙或拒絕。

執行調查之人員依法執行公務時，應出示有關執行職務之證明文件；其未出示者，受調查者得拒絕之。

#### 第六章 罰則

#### 第二十九條（罰則一）

違反第十八條規定者，處行為人七年以下有期徒刑，得併科新臺幣一億元以下罰金。

法人之代表人、代理人、受僱人或其他從業人員，因執行業務違反第十八條規定者，除依前項規定處罰其行為人外，對該法人亦科處前項之罰金。

#### 第三十條（罰則二）

前條之處罰，其他法律有較重之規定者，從其規定。

### 第三十一條（罰則三）

主管機關對於違反第十八條規定之多層次傳銷事業，得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。

### 第三十二條（罰則四）

主管機關對於違反第六條第一項、第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上五百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上一千萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止；其情節重大者，並得命令解散、勒令歇業或停止營業六個月以下。

前項規定，於違反依第二十四條準用第二十條第二項、第二十一條第二項、第二十二條或第二十三條規定者，亦適用之。

主管機關對於保護機構違反第三十八條第五項業務處理方式或監督管理事項者，依第一項規定處分。

### 第三十三條（罰則五）

主管機關對於違反第十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰；

屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣二十萬元以上四百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

### 第三十四條（罰則六）

主管機關對於違反第七條第一項、第九條至第十二條、第十三條第一項、第十四條、第十五條、第十七條、第十九條、第二十五條第一項或第二十六條規定者，得限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並得處新臺幣五萬元以上一百萬元以下罰鍰；屆期仍不停止、改正其行為或未採取必要更正措施者，得繼續限期令停止、改正其行為或採取必要更正措施，並按次處新臺幣十萬元以上二百萬元以下罰鍰，至停止、改正其行為或採取必要更正措施為止。

### 第三十五條（罰則七）

主管機關依第二十八條規定進行調查時，受調查者違反第二十八條第三項規定，主管機關得處新臺幣五萬元以上五十萬元以下罰鍰；受調查者再經通知，無正當理由規避、妨礙或拒絕，主管機關得繼續通知調查，並按次處新臺幣十萬元以上一百萬元以下罰鍰，至接受調查、到場陳述意見或提出有關帳冊、文件等資料或證物為止。

## 第七章 附則



第三十六條（本法施行前非屬公平交易法第八條所定多層次傳銷事業適用本法之補正規定）

非屬公平交易法第八條所定多層次傳銷事業，於本法施行前已從事多層次傳銷業務者，應於本法施行後三個月內依第六條規定向主管機關報備；屆期未報備者，以違反第六條第一項規定論處。

前項多層次傳銷事業應於本法施行後六個月內依第十三條第一項規定與本法施行前參加之傳銷商締結書面契約；

屆期未完成者，以違反第十三條第一項規定論處。

本法施行前參加第一項多層次傳銷事業之傳銷商，得自本法施行之日起算至締結前項契約後三十日內，依第二十條、第二十二條、第二十四條之規定解除或終止契約，該期間經過後，亦得依第二十一條、第二十二條、第二十四條之規定終止契約。

前項傳銷商於本法施行後終止契約者，關於第二十一條第一項但書所定期間，自本法施行之日起算。

第三十七條（本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業應配合本法規定辦理事項之補正規定）

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業之報備文件、資料所載內容應配合第六條第一項規定修正，並於本法施行後二個月內向主管機關補正其應報備之文件、資料；屆期未補正者，以違反第七條第一項規定論處。

本法施行前已向主管機關報備之多層次傳銷事業，應於本法施行後三個月內配合修正與原傳銷商締結之書面參加契約，以書面通知修改或增刪之處，並於其各營業所公告；屆期未以書面通知者，以違反第十三條第一項規定論處。

前項通知，傳銷商於一定期間未表示異議，視為同意。

第三十八條（保護機構之設置及授權依據）

主管機關應指定經報備之多層次傳銷事業，捐助一定財產，設立保護機構，辦理完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商權益保障及爭議處理業務。

其捐助數額得抵充第二項保護基金及年費。

保護機構為辦理前項業務，得向完成報備之多層次傳銷事業與傳銷商收取保護基金及年費，其收取方式及金額由主管機關定之。

完成報備之多層次傳銷事業未依前二項規定據實繳納者，以違反第三十二條第一項規定論處。

依主管機關規定繳納保護基金及年費者，始得請求保護機構保護。

保護機構之組織、任務、經費運用、業務處理方式及對其監督管理事項，由主管機關定之。

第三十九條（公平交易法有關傳銷之規定停止適用）

自本法施行之日起，公平交易法有關多層次傳銷之規定，不再適用之。

第四十條（施行細則）

本法施行細則，由主管機關定之。

第四十一條（施行日）

本法自公布日施行。

第 20 節 - 公司維護個人資料檔案安全的計劃及業務終止後處理個人資料的方法

一、主旨

為防個人資料被竊取、竄改、損壞、遺失或洩漏，本公司人員應依本計畫進行理個人資料檔案的安全維護及業務終止後之個人資料的處理。

二、資料安全管理措施1

禁止本公司人員使用個人便攜式設備（如USB隨身碟、外接硬碟、筆記型電腦、行動電話、記憶卡等）存儲本公司持有的個人資料檔案。

三、資料安全管理措施2

本公司持有的個人資訊檔案應以加密方式儲存，只有授權人員才可以進行開啓、處理和使用。

個人資料在網際網路上的傳輸也應加密進行。

四、資料安全管理措施3

本公司持有之個人資料檔案應每季備份一次，以防止資料損壞，並依正本對備份資料進行保護。

五、資料安全管理措施4

本公司所持有的個人資料於保存期滿後應以碎紙和外包焚化等方式銷毀。

若本公司在磁碟、磁帶、光碟、微縮影片、積體電路晶片等媒體中持有的個人資料，則在媒體作廢時應採取消磁、切割、攻牙等措施銷毀媒體，以防個人資料洩露。

六、資料安全管理措施5

本公司在委託其他業者銷毀紙張、磁碟、磁帶、光碟、微縮影片、積體電路晶片等媒體時應與受委託方簽訂個人資料保護條款並指派人員監督處理程序並保留相關證據。

七、人員管理措施1

本公司所屬人員使用電腦設備蒐集、處理、利用個人資料，應以專屬帳號密碼登入電腦系統，存取個人資料檔案權限應與所職掌業務相符。

八、人員管理措施2

因業務需要而須利用非權限範圍之特定個人資料者，應事前提出申請，經業務主管人員同意後開放權限利用。

九、人員管理措施3

本公司所屬人員均應簽署保密協定，就於本公司任職期間因業務所接觸個人資料均負保密義務。

#### 十、設備安全管理措施1

本公司所保有個人資料存在於紙本者，應儲存於上鎖之保管箱或檔案室內，僅業務主管有開啟調閱權限。

本公司所保有個人資料存在之電腦主機應置放於機房，並設門禁管制，僅業務主管及資訊人員得刷卡進入。

其他所屬人員因業務需要而須調閱個人資料者，應事前提出申請，經業務主管人員同意後調閱。

#### 十一、設備安全管理措施2

本公司所屬員工應妥善保管個人電腦存取資料之硬體，並設定登入及螢幕保護程式密碼。本公司所屬員工於下班前應關閉電腦電源，並將所保有其他個人資料之媒介物置於個人抽屜內上鎖保管。

#### 十二、設備安全管理措施3

儲存個人資料紙本之保管箱或檔案室內，應設置防火裝置及防竊措施。

儲存個人資料之電腦主機系統應設置防火牆，降低外部入侵風險。

前項主機置放之機房應設置門禁、監視錄影及防火設備。

#### 十三、規範性管理措施1

傳銷商於從事多層次傳銷經營之特定目的範圍，且符合參加契約條款規定時，得向本公司蒐集其他傳銷商之個人資料。

傳銷商應以書面或其他可留存紀錄並確認身分之方式向本公司提出前項申請，並應敘明蒐集之目的，倘蒐集之目的與多層次傳銷經營之特定目的無關或與參加契約條款規定不符，本公司得拒絕所為申請。

#### 十四、規範性管理措施2

傳銷商為推廣多層次傳銷業務，非自本公司蒐集第三人之個人資料者，應遵循個人資料保護法規定如踐行告知義務，並妥善保存所保有個人資料。

傳銷商因不當蒐集、處理、利用他人個人資料涉有違反法令規定情事者，本公司視情節輕重依契約所定條款予以懲處。

#### 十五、業務終止後個人資料處理方法

本公司因結束多層次傳銷業務經營、交易完成、特定目的消失、契約或法令規定期限屆滿等，所保有之紙本個人資料應以碎紙、委外焚化等方式銷毀紙本，個人資料儲存於磁碟、磁帶、光碟片、微縮片、積體電路晶片等媒介物者，應以消磁、剪斷、敲擊等破壞措施銷毀。

本公司進行前項個人資料銷毀處理時，應記載處理之時間、地點，並以照相或錄影方式留存紀錄。