



品質保證標準-內容標準

安利香港

Amway

業務輔銷用品全球品質保證標準

本文件旨在為安利企業家 (ABO) 和講者在代表安利事業時使用的內容提供標準。此外，它亦適用於協助ABO及其團隊準備業務輔銷用品 (BSM) 。

業務輔銷用品 (BSM) :

- (i) 為發掘和/或培育潛在顧客或現有顧客關於安利®產品和服務，或為支援、培訓、激勵和/或培育安利企業家 (ABO) 而設計，或
- (ii) 包含或使用一個或多個安利名稱、商標、服務標誌、受版權保護的作品或其他知識產權，或
- (iii) 以明示或暗示的方式表示與安利有從屬關係、聯繫或關聯。如使用業務輔銷用品而沒有加上「由安利製作」，則表示其並非安利製作的業務輔銷用品

儘管此標準涵蓋了廣泛的主題，但不代表能為每種可能的情況進行說明和提供建議。許多因素會決定材料內容是否合規，其中包括視覺效果、情境、目標受眾、法規限制，以及帶給潛在客戶或 ABO 的整體印象。

任何形式的業務輔銷用品 (例如印刷、音訊、影片、應用程式、電子郵件、語音信箱、網站和直播) 均不得包含虛假、誤導、錯誤或欺騙性的陳述。所有業務輔銷用品及其推廣，都必須遵守安利為ABO，團隊和講者在各自市場制定的政策及守則。

安利相信，使用業務輔銷用品 (BSM) 可以有效地幫助建立安利事業。由成功的領導人和團隊所開發和/或提供的工具和教學，應能對安利事業產生有意義及正面的影響"。

全球內容標準

定位安利事業機會

如何向潛在客戶介紹安利事業機會對於ABO或其團隊及整體安利業務的聲譽和可信度有著至關重要的影響。潛在客戶及ABO須要對安利及ABO或其團隊的角色有清晰且準確的理解。

向潛在客戶所作的陳述必須真實、準確且不具誤導性。

描述安利事業機會

安利事業必須被呈現為一個透過銷售產品賺取收入的機會，並能透過推薦來幫助其他人做同樣的事。這是一項為ABO提供產品、產品教育、分銷、銷售、客戶服務及安利業務計劃的事業。

安利事業不應被稱為安利事業機會以外的任何名稱。必須清楚的是，團隊並不提供事業機會，而是提供可選的培訓和教育材料，以及社群支援。

全球內容標準

展示計劃/安利事業

有關直接或間接的收入陳述必須真實、準確、不具誤導性，且只能反映透過安利直銷計劃及其他獎勵計劃可獲得或賺取的收入。所有其他收入來源均不可包括在內。

與安利事業業績有關的收入說明，僅限於作出聲明的ABO實際賺取的收入。除非經安利明確允許，否則ABO不得就其他ABO或任何其他獎銜的業績作出收入闡述。

每當描述安利直銷計劃時，必須依照所有安利的準則、指示、程序與政策，準確地解釋平衡安利事業發展的元素（ABO的產品銷售、個人使用與推薦）。

- **ABO的產品銷售** — 向顧客銷售產品須被清晰地表明這是作為一種通過零售利潤賺取即時收入的方式，並且是獲得額外獎金的必須條件。

個人使用 — 個人使用必須被界定為一個了解產品和發掘使用感受的方式，從而或有助於產品銷售。通過個人使用節省的金錢並不是收入，且不應被表述為收入。不得以任何形式暗示安利事業是批發採購組織或描述其成功可以單靠個人使用達到，這是違反營業守則的，因為擁有顧客是安直銷計劃的重要組成部分。

- **推薦** — 務必強調推薦是一個讓ABO以最大限度善用安利直銷計劃的機會，但ABO不能以推薦賺取收入。任何陳述或暗示ABO可以單靠推薦他人獲得成功或賺取獎金是不正確的，也是不允許的。在描述推薦時，必須強調推薦人與新ABO之間先前或現有的個人聯繫的重要性。

全球內容標準

將安利事業表述作一個自我提升計劃，例如用作提升自我、挽救婚姻、改善與家人或他人關係的方法，而非以盈利為主的事業是對安利事業的歪曲描述。這意味著安利事業的主要業務是其他非賺取利潤的活動從而帶來誤導。

不得陳述或暗示安利直銷計劃及/或安利事業是能減稅或獲得稅務寬免的方法。

不得使用任何具有欺騙性的同義詞代表安利。

下列皆是安利事業不可被定位成為的例子：

- 就業機會
- 社交活動
- 市場調查
- 稅務研討會
- 財務研討會
- 投資研討會

必須讓潛在 ABO 明確知道，安利是主要的合同方，提供以下事務：

- 《安利獎金及獎勵計劃》包括：
 - 提供獎金（及其行政事務）
 - 提供獎勵（及其行政事務）
 - 提供表揚（及其行政事務）
- 產品
- 有關產品的培訓和支援
- 分銷

若ABO或其團隊的名稱及/或標誌被使用於宣傳活動中，安利的名稱及/或標誌亦須以同樣顯著地出現在ABO或其團隊的名稱及/或標誌的首次及最後一次出現時使用。

任何聲明或暗示成功或收入保證的用語都是不允許的。

定位安利機會

包括但不限於下列內容

准許的內容	不准許的內容
• 直銷機會 • 安利事業 • 安利直銷計劃 • 安利事業機會	• 私人特許經營 / 加盟 • 實習計劃 • 批發採購 • 金融或投資研討會 • 導師計劃 • 成為鑽石領導人只需推薦六個人 成為新ABO

內容不被允許的原因

批發採購組織和特許經營公司可能受制於與直銷公司不同的監管準則。

將安利直銷計劃介紹成其他非商業的行為是誤導的。

將成功與成就描述成是能快速且簡單達到的事情，是對建立成功事業所需時間和努力的誤導。

全球內容標準	
時間和努力	
不得發表任何對於保證成功的陳述。	
每個ABO對其工作時數和工作時間的安排都有完全的自由。不得強加任何要求達到指定會面、電話通話次數或其他強制性的事項。	
事實與數據	
公司資訊	
公司的統計數據、排名及歷史資料應與安利或安達高目前所提供的一致，而不得有所差異。不得以任何形式或媒體使用安利或安達高的專有及/或機密資訊。	
任何用於宣傳安利事業或安利產品的內容，包括陳述、統計數字、直接引述及其他資訊，都必須真實、準確且不具誤導性。此外，除了演講和錄音之外，所有含有統計數據的業務輔銷品必須在使用時註明統計資料的來源和日期。	

全球內容標準

創辦人家族

在提及狄維士與溫安洛家族時，可同時提及其與安利和安達高公司的所有權。凡提及溫安洛和狄維士家族的任何私人項目、企業和慈善事業時，必須始終保持準確，並清楚區分這些項目、企業和慈善事業與安利和安達高公司之間的區別。

統計資訊

任何圖表、視覺效果展示、引文和統計資料的參照，除非屬於歷史性質，否則必須由已確認、可信且是最近期的來源（不超過 3 年）加以證實。當中事實必須適用於目標市場。

建議用語

自1959年以來，安利向全球ABO發放的獎金和金錢獎勵比歷史上任何其他直銷公司都要多。*

*資料來源：歐睿國際有限公司

www.euromonitor.com/amway-claims

全球內容標準

知識產權

使用受版權保護的資料

未經所有者的許可、授權或同意，且未能提供相關證明，不得使用任何受版權保護的材料或其他知識產權，包括但不限於音樂、文本材料、圖表、照片、人物或模型影像、標誌或商標，無論是來自第三方還是由安利或安達高公司所製作的。

播放、演奏、錄製或廣播與開發或使用業務輔銷品相關的音樂必須獲得所需的授權。所有必要的許可和授權證明均要保留，並在安利提出要求時出示。

受版權保護的材料，包括但不限於：音樂；書籍；雜誌；文章、摘要、翻譯作品等書面作品，演講、照片、設計作品包括網上圖像、網站、網誌和其他社交媒體內容，影片、電影、劇本、雕塑、建築、3D作品、電腦軟件。

關於音樂的特別聲明：不得使用透過網絡複製、修改、播放、演奏、錄製、廣播或串流的音樂，除非得到擁有者提供的書面授權、許可或其他使用許可，或依據相關法律允許下使用。**使用錄製的音樂時通常需要多於一個的許可。**所獲得的任何書面許可應由 ABO/培訓提供者保留，並在安利要求時提供。

版權所有人可能只授予有限的版權材料使用權。這些權利可能受到多種限制，包括時間、使用的方式、區域或媒體。因此，在一種情況下使用版權材料的許可，在另一種情況下使用相同的材料有機會不被允許。ABO/培訓提供者有責任確認其對受版權保護材料的使用是否已得到版權所有者的許可。

全球內容標準

避免違規的做法

1. 不要假設網絡上的材料可以在未經允許的情況下複製。網絡上張貼的內容可能受版權保護。這包括重用ABO/培訓提供者網站中訪客提交的材料。如您想重新發佈或再使用您網站上發佈的資料，例如在宣傳資料中重新發佈客戶的引述，您應該尋求許可。
2. 如果您允許他人在您的網站上張貼內容，則他人發佈的材料應符合業務輔銷品的限制，包括禁止在未經安利批准的情況下發佈業務輔銷品。
3. 從iTunes®商店或其他音樂供應商購買音樂後，並不表示購買者可以任何目的使用所購買的音樂。例如，您可能需要取得額外的授權，才能將音樂用於與業務輔銷品相關之用途，例如在影片中，或用於網絡上使用。
4. 引用受版權保護的作品，即使是一小部分，也可能會侵犯作者的版權。在使用他人的著作或演講之前，請先取得書面許可。若要提及作者姓名，您可能也需要取得書面許可。
5. 即使安利已取得某著作權材料的使用許可，也不一定表示該許可可能適用於ABO/培訓提供者對該材料的使用。

全球內容標準

公開權

ABO/培訓提供者應避免在未獲得他人的書面許可的情況下在業務輔銷品中使用其肖像，包括其姓名、照片、形象或聲音。這適用於名人、安利員工及其他ABO/培訓提供者。ABO/培訓提供者應保存該人的書面許可，並應要求向安利出示。

使用個人肖像的許可可能受到多種限制，包括時間、使用方式、地域或媒體。因此，在一種情況下使用個人肖像的許可，在另一種情況下使用的權利可能不被允許。您應確認您的使用是否在授權範圍內。

以下是可能牽涉公開權的常見情況：

1. 一張照片中或包含多個人的影像。攝影師向 ABO/培訓提供者提供書面許可使用該照片。然而，在以任何方式使用照片中出現之人的影像前，您應獲得當中每一位的書面許可（例如，模特兒授權書）。
2. 一位名人在ABO/培訓提供者的會議上發表激勵演講，並允許ABO/培訓提供者錄下該演講。該許可不會自動包括使用該名人的姓名進行業務推廣或其他用途的權利。

全球內容標準

正確使用商標

未經商標的書面轉讓、許可或其他許可，ABO/培訓提供者不得複製、分發或以任何其他方式使用第三方或安利或安達高的商標。書面許可應由ABO/培訓提供者保留，並應要求向安利出示。

安利或安達高擁有的商標和公司標誌圖案、產品照片以及公司相關圖片只能從安利指定的認可來源獲得。

商標是適當的形容詞 - 商標是適當的形容詞（絕非名詞），必須跟隨產品的通用（或常見描述）名稱。標準的企業風格是在文字中以首字母大寫顯示商標，或以風格化、粗體或獨特的字型顯示商標，後面再加上「TM」符號。如果商標本身使用全部大寫或小寫字母，則首字母大寫規則可能有例外。

例如 L.O.C.TM、NutriliteTM、XSTM、iCookTM。

一般產品描述符號必須只使用小寫字母。

例如：ArtistryTM 防水睫毛液

每次使用商標時必須顯示商標符號（TM 或 ®）。

在文本或文案中，產品描述或名詞需緊隨在商標後。

全球內容標準

正確使用商標

商標的注意事項 — 除非得到安利審核時的指示，否則在使用TM符號時，不需附上註腳。標準的企業風格是在文字中以首字母大寫，或以風格化、粗體或獨特的字型顯示商標。(例如：Nutrilite™營養補充品) 當商標以造型化的標誌形式出現時，使用小寫字母也是可以接受的。通用的產品描述應只使用小寫字母。(例如：Artistry™ 防水睫毛液。) TM 符號應出現在每次使用商標之後。

商業名稱與商標並不相同 — 商標不得與商業名稱混淆，商業名稱是企業或商業機構的名稱，亦是專有名詞。商業名稱可以用於所有格形式，且不需要加上通用名詞。在商業名稱後使用商標符號 (™或®) 是沒有必要，也不恰當的。

例子：「安利生產優質商品」或「我很喜歡安利最新的紐崔萊益生菌補充劑」

安利修訂的標準企業風格適用於過往的已獲授權的業務輔銷品之再生產及於此內容標準發布之日起新製作的業務輔銷品。對於所有在質量保證標準發布之日之前已獲授權並已存在的業務輔銷品，之前的安利標準企業風格 (全大寫字母或採用風格化、粗體或獨特的字型) 是可以接受的。

全球內容標準

材料品質

所有業務輔銷品應為使用者帶來專業且愉悅的視覺、觸覺和/或聽覺體驗。

安利製作的材料

所有由安利製作的輔銷品均受版權保護，未經安利的特別書面授權，不得使用或複製全部或部分內容。如業務輔銷品包含安利製作的材料，則必須在該業務輔銷品中的有關部分保留或加入安利香港© (並附上首次出版年份)的標記。

安利員工

未經安利事先書面授權，不得錄製、複製、使用、散佈或銷售安利員工或代表的全部或部分演講內容。

其他資源

只有在獲得出版商書面許可的情況下，方可引用大眾媒體中有聲望的出版物所進行的測試結果，但測試結果不得被視為對安利或安利產品的支持。業務輔銷品不得引用健康或醫療協會或類似機構的資料作為與安利產品有關的來源。在獲得出版商的許可後，仍必須遵守以下「產品描述」部分的規定。

全球內容標準

產品宣稱

有關安利產品的宣稱必須逐字摘錄自安利官方資料，不得以任何方式修改。有關安利產品的陳述，只可逐字摘錄自安利官方宣傳品及安利官方網站，並必須已在相關市場經批准使用。

只要受眾能清楚區分一般聲稱和為安利產品所發表的聲稱，則安利可接受如實、準確且不具有誤導性的一般營養補充品的好處聲稱。

認可與推薦

- 認可與推薦必須是誠實且不誤導的。
- 認可與推薦必須反映該支持及推薦者的真實意見。
- 有關認可與推薦的聲稱不得是一個安利無法合法提出的主張。
- 安利與ABO之間的關係必須清楚劃分。

一些不被准許的例子

- 關於疾病/病症的聲明
- 醫療主張
- 分析、診斷
- 直接或暗示的治療、處理或預防聲明
- 使用草本、有機或天然等用語

全球內容標準

收入宣稱

收入

有關直接或間接的收入陳述必須真實、準確、不具誤導性，且只能反映透過安利直銷計劃及其他獎勵計劃可獲得或賺取的收入。不得作出與其他來源的收入有關或結合其他來源的收入之陳述，並暗示這是發展安利事業所產生的。

不得在沒有持續努力和/或符合資格的情況下，將收入描述為持續性（或其任何同義詞）。

所有有關收入的表述必須符合現實，不得誇大。收益和安利直銷計劃的資料可能需要根據市場的特定指引而有適當的披露。

不得作任何有關能保證收入的陳述。安利提供的是事業機會而非收入或成功的保證。暗示安利事業能保證收入或成功的話語皆是對安利事業的歪曲。不得使用任何類似「無風險」或其他隱含保證結果的措辭。

生活方式

在下列情況下，有關生活方式的描述可以使用：

- 描述提供了真實，且不誇大的收入潛力；
- 該種生活方式與進行描述的ABO（在安利事業中）的獎銜相符合；
- 描述反映出該ABO的實際生活方式，以及要達到該生活所需的時間和努力。

全球內容標準

收入宣稱

退休

ABO可將他們的安利事業發展到一定的水平，讓他們可以離開傳統的職業，全職經營其安利事業。必須清楚的是，透過安利直銷計劃賺取收入需要時間和努力。安利事業機會並不保證終生收入。

ABO可以討論從安利事業退休的生活及由安利事業所產生的持續收入。然而，這討論必須基於有持續努力的前提下。

繼承

安利直銷計劃的特點之一是讓ABO建立和發展一個可觀的事業，並將其作為遺產的一部分傳承給他們的繼承人。

安利事業能在根據營業守則下繼承。只要繼承人能繼續達到安利直銷計劃的資格要求，他們便能繼續獲得收入和獎勵。

討論收益

包括但不限於

准許的內容	不准許的內容
• 收益必須被清楚說明為來自安利直銷計劃的收入 • 月結獎金收入 • 若提及有持續投入努力時，有關持續收入的描述是可被接受的 • 基於業績表現的收入 • 財務自由	• 剩餘、被動、使用費 • 無風險 • 不需再工作 • 為達到某收入水平及獎銜設定時間框架 • 將個人使用節省的金錢視作收入 • 永久的收入

內容不被准許的原因

如「剩餘、被動」等措辭，均有暗示透過安利事業賺取收入並不需要持續努力的意思。

若為達到特定獎銜或收入設定時間框架，而該時限被描述為安利事業中的正常預期，這意味著某種保證。

以直銷價目購買產品所節省的金額描述為收入或利潤會造成誤導。

全球內容標準	
團隊的參與和業務輔銷品的購買	
參與和購買均是非強制性的	
參與團隊的業務輔銷品計劃和購買業務輔銷品必須被視為建立安利事業的可選項目，而非必須項目。	
參與團隊的業務輔銷品計劃可協助ABO建立成功事業，但不保證成功。	
不得強制ABO購買除了安利啓業錦囊中的文本材料外的任何其他材料。	
退款政策	
銷售業務輔銷品的ABO需根據營業守則中的第7.1.2條及第7.1.X條的退款政策為其售出的業務輔銷品提供退款。	
財務責任	
分享購買安利產品或業務輔銷品的故事，或其他行為或行動，而這些行為根據一般社會標準被視為財務上不負責任的決策或行為，是不允許的。	
任何聲明或暗示在業務輔銷品上花費的金錢是投資機會的一種也是不允許的。	
其他事業機會	
業務輔銷品不得用於宣傳安利事業以外的其他事業機會。	

團隊中的參與

准許的內容	不准許的內容 (包括但不限於)
• 必須清楚表明購買輔銷品或參與團隊是非强制性的 • 專業的發展計劃或教材 • 支援系統 • 創業發展計劃 • 團隊提供訓練、教育、激勵、發展支援及社群支持	• 陳述或暗示參與團隊能保證成功 • 陳述或暗示參與團隊是經營安利事業的必要條件 • 有關婚姻、靈性或財務的諮詢 • 將培訓系統等同於高等教育 • 人生教練

內容不被准許的原因

成功與否並非基於體制的參與。

團隊的角色是協助ABO建立他們的安利事業，並非是提供個人事項上的諮詢。

團隊的參與並不會帶來與傳統教育相關的學位或認證。

全球內容標準

安利事業環境

安利事業必須被呈現為一個提供平等機會的事業。必須清楚說明，安利事業是一個平等機會的事業，開放給各行各業的所有人，不論其宗教、政治、國籍、民族、種族、性別、教育、專業/職業或其他基礎。

靈性 / 宗教 / 政治傳播

有關靈性、宗教及政治的傳播是不允許的。

道德 / 社會傳播

對安利、安達高及其任何附屬公司、員工、ABO或培訓提供者的詆毀是不允許的。

利用安利事業平台發表貶低他人信仰或信念的言論是不允許的。

鼓勵ABO限制與家人和/或朋友的聯繫或斷絕關係是不允許的。

鼓勵 ABO 保持專業形象是恰當的。

不得強制規定穿著特定的制服。