

XANGO

直銷商政策與程序
及獎金計畫
美國

2009 年 3 月 17 日起生效

目錄

政策與程序.....	2
道德規範	3
Section 1 - 成為傳銷商	3
Section 2 - 傳銷商義務及傳銷商資格管理.....	4
Section 3 - 推薦人資格	7
Section 4 - 推薦人/安置更改；移轉；權益	7
Section 5 - 獎金.....	9
Section 6 - 訂購公司產品	10
Section 7 - 行銷產品與機會.....	13
Section 8 - 違反合約程序	16
Section 9 - 終止.....	17
Section 10 - 其他.....	18
附錄 A 定義名詞.....	20
附錄 B 獎金計畫	23
Section 1 - 獎金支付	23
Section 2 - 傳銷商級別	23
Section 3 - 啟步獎金	24
Section 4 - 紅利計畫獎金	25
Section 5 - 全球分紅獎池獎金.....	26
Section 6 - 500K 分紅獎池獎金	26
Section 7 - 零售銷售獎金	27
Section 8 - 獎勵旅遊與獎酬.....	27
Section 9 - 定義.....	27

以下「政策與程序」自上述日期起生效，其內容規範 XanGo®（讚果™）直銷商與「公司」、其他 XanGo 直銷商及零售客戶間之業務行為；其效力取代所有先前的版本。詞語定義列於附錄 A。此等政策與程序之任何解釋、說明、排除或例外，均須經公司授權主管書面簽核，始具有效力。公司致力以公平一致之方式落實各項政策與程序。然而，若公司未對特定直銷商確切執行任何政策與程序條款，並不表示公司放棄對該直銷商或其他直銷商執行該等條款之權利。

此等政策與程序、獎金計劃（附錄 B）、實質權益聲明（依實際公告）、直銷商合約書及其適用於任何國家或情況之特定補篇、任何其他直銷商與公司之間協議之現行版及公司日後自行更新之修訂版，均納入並構成上述各項文件合稱之「合約」其必要之一部分。每位直銷商均須閱讀、了解、遵循合約規定，並確實遵循最新版之合約進行作業。推薦新直銷商時，在其簽署直銷商合約書之前，推薦人應提供該申請人最新版之合約。直銷商一旦簽訂傳銷商合約書或接受公司發給之獎金，即表示已閱讀並了解合約書之內容，並將遵守該合約與任何修訂之規定並受其約束。

公司得依法令或企業狀況之變動，隨時修訂合約之任何部份；但公司須於變更生效日至少三十天前，於其網站上公佈所有修訂內容。所有直銷商均須定期閱讀最新公佈之合約，網址為：www.xango.com 或公司其他另行公告的網站。若直銷商提出申請，公司亦將提供一份最新合約給直銷商。

道德規範

公司承諾提供直銷商優質產品、卓越服務，以及證實有效之獎金計畫。直銷商得直接向公司購買產品，供個人使用，或轉售予消費者。直銷商則同意以道德與專業之態度，向顧客說明產品及事業機會。每位直銷商均同意遵循下列道德規範：

身為直銷商：

1. 進行直銷商業務時，本人將尊重所有遇見之人。
2. 任何時候，本人均會以道德、合法、財務健全之方式，經營Xango事業，不會從事任何欺騙或非法活動。
3. 本人不在任何人面前詆毀競爭者產品，亦不中傷、毀謗或貶抑競爭者或其他直銷商。
4. 本人不會從事任何可能損害公司、其他直銷商或本人名譽之活動。
5. 本人將忠實呈現產品，且除公司正式出版品上之資訊外，不針對產品另作聲明。
6. 本人將負起推薦人之領導責任，訓練、協助或以其他方式支援個人下線組織之直銷商。
7. 本人將依法正確介紹獎金計劃以及其收入機會。
8. 本人將恪遵合約中所有條款條件及細則。
9. 與零售顧客進行業務時，本人將遵守產品退貨與退款政策。
10. 本人將尊重所有其他直銷商之推薦人關係，不會干預或改變此等關係，或詆毀其他傳銷商或散播不實謠言。

Section 1 成為傳銷商

- A. 法定年齡。要成為直銷商，所有申請人均須符合所住管轄區之法定成人年齡通常為十八（18歲或以上）。
- B. 申請表。若申請人符合下述程序，則可取得公司授權，行使直銷商權利從事直銷活動：1) 購買直銷商資料袋；) 將一份填妥且簽署之原始或電子（傳真或影印）直銷商合約書交給公司，或透過公司線上申請流程簽訂合約書（若該國有提供）；且（3）公司接受該合約書。（直銷商合約書及其他必要表格可於公司網站取得。）
 1. 為獲公司接受，申請人居住國家使用之直銷商合約書以及所有必要文件皆須由直銷商填妥並呈交予公司，所有內容不得有任何錯誤或遺漏。
 2. 當直銷商未能應要求提交完整和正確的合約書或未能提供適當的文件時，公司可拒絕接受直銷商合約書。公司擁有接受任何直銷商合約書或續約之單向權利。
 3. 直銷商可能需要提供直銷商合約書所述居留地之居留證明、工作許可證明與合法營業證明。
- C. 必須購買項目。除非法律另有規定外，要取得並維持直銷商資格，只需購買直銷商資料袋並繳納年度續約費；是否購買產品純屬個人自願。
- D. 電話申請。透過網際網路或電話處理的直銷商合約書將會獲得臨時直銷商資格，直至公司收到完整的合約。臨時直銷商資格仍受合約之所有條款及細則所規範，並在正本文件被收受和處理期間，使申請人有三十（30）天的時間訂購產品。若在三十（30）天之內申請人未能提供公司經簽署之直銷商合約書正本或其電子副本，臨時直銷商資格可能會被取消。
- E. 商業實體。若申請人是公司行號，直銷商合約書必須由已獲該公司行號之公司負責人(營利事業登記證所登錄者)授權之人親自簽署。除了直銷商合約書，申請人還須呈交：（1）公司行號之統一編號，及（2）一份實質權益聲明，內含該公司負責人及所有具有實質權益股東的簽章與身份證字號、護照或居留證號碼，或其他個人證件號碼。為確認公司行號的結構、實質權益所有人和獲授權簽署人，XanGo 公司可隨時要求申請人提交一份組織章程、註冊成章程或其他文件。
- F. 統一編號。為報稅（若有需要）和識別之用（法律許可），公司要求申請人提供統一編號，或其他個人證件號碼。

無法提供此號碼者，申請可能會遭拒絕，或直銷商資格被取消。

- G. 不實資訊。若公司認定直銷商合約書或實質權益聲明內容不實或有誤，可立即終止直銷商格，或宣布直銷商資格自始無效並且作廢。此外，若有任何變更足以影響合約正確性，直銷商應隨時向公司呈報。
- H. 居所變更：若直銷商變更其居住國家，須呈交下列物件予公司：（1）新居住國家之直銷商合約書（頁首「修訂版」部分須打勾）；（2）一份已簽署並註明日期之通知申請（3）新居所之官方證明文件（例如，駕照或護照影本等）；及（4）100 美元或當地貨幣等值手續費。直銷商有責任遵守合約中所有的條款及細則，包括適用於新居留國家之合約條款及細則。
- I. 條款。直銷商資格自加入日期後有效期為一（1）年，此後每年繳交續約費，即可續約。此筆費用須由直銷商於一年有效期屆滿而需要續約之日支付。此筆費用之目的是為了提供傳銷商有關公司產品、方案、政策與程序的材料和資訊以及其他相關訊息，以便支援直銷商。
 - 1. 直銷商明確授權公司透過現有付款方式收取年度續約費，該等方式包括利用所存檔之直銷商信用卡扣款或以獎金扣抵。
 - 2. 若直銷商未於續約日前繳交年度續約費，將喪失直銷商權利，且同意其身份將轉變為其推薦人之顧客，且可能失去其下線組織，或喪失參加獎金計劃的資格。
- J. 非獨家授權地區。直銷商行使直銷商權利與在其下從事直銷商活動之授權，並不授予直銷商獨家授權或地區獨家授權，亦不允許直銷商如此宣稱。

Section 2 直銷商義務及直銷商資格管理

- A. 遵循。直銷商在任何時候均須遵循合約中所有條款及細則。
- B. 獨立簽約人。直銷商為獨立簽約人，其業務開銷、決策與行動均須自行負責。
 - 1. 直銷商不得以公司代理人、員工、合夥人或合資人身份自居。直銷商不得以公司之名義進行採購或交易。
 - 2. 直銷商之工作時數、業務開銷及業務計劃並非由公司規定；直銷商不得以書面或口頭形式為不同之聲稱或暗示。
 - 3. 直銷商有關產品、服務、獎金計劃之口頭或書面陳述，若非明白載於公司正式資料中者，須由直銷商完全負責；且所有因直銷商合約規範外之任何表示或行為造成的相關求償、損害、或其他費用，包括律師費，直銷商同意賠償公司。本條規定在合約終止後仍具效力。
- C. 法律遵循。從事直銷商業務時，直銷商必須遵守所有國家和地方法律、規則及規例。直銷商不得違反任何適用於不公平競爭或不公平經營方式之法律，該等法律或規例包括禁止以廣告、推銷或銷售要約讓產品以低於批發價之價格進行銷售。
- D. 直銷商提供項目。直銷商不得在推銷產品的同時，提供或推銷任何不屬於公司之方案、獎勵、機會或未經批准之銷售工具。
- E. 推銷競爭產品。於合約期間內，直銷商禁止於任何批准營業國家推銷或販賣任何含有氧雜蔥酮，或含全部或部份自藤黃屬倒捻子 (*L. Garcinia mangostana*) 果實或植物中萃取物質之非公司品牌可攝取或局部產品。
- F. 競業禁止。在此條規範之下，直銷商於合約期間內禁止直接或間接作為競爭公司之獨立直銷商、員工、主管或顧問，或代競爭公司擔任以上職務。若直銷商於成為公司之直銷商以前，或於本政策生效前，即為競爭公司之獨立直銷商、員工、主管或顧問，或代競爭公司擔任以上職務，則本條款不適用於該直銷商。
- G. 零售銷售。直銷商之成功須仰賴時間、努力及投入。並無保證之獎金，唯有以生產力為準之報酬。成功的直銷業務必須透過直銷商定期重覆的產品零售達成。直銷商下線組織之零售銷售也有助於讓直銷商業務獲得成功。公司鼓勵每月至少對兩位客戶完成零售銷售。公司要求直銷商保留至少四年的零售銷售記錄，而公司也會不時觀察其零售銷售條件是否受到遵循。由非直銷商或客戶購買的每項產品皆會自動計入每月的零售銷售要求額。
- H. 負面陳述。直銷商不得對於以下事項作出具有詆毀性、誤導性、不準確或不公平的聲明、陳述、主張或比較：
 - 1. 公司及其產品、其商業活動或其直銷商；或

2. 其他公司，包括競爭對手及其服務、其產品或商業活動。
- I. 不道德活動。直銷商在從事直銷商業活動時必須始終遵循道德規範、秉持專業態度。直銷商不會從事不道德活動，亦不允許其下線組織之直銷商從事不道德活動。不道德的活動包括但不限於下列行為：
 1. 於零售商店銷售產品；
 2. 未經其他直銷商書面同意，而使用其信用卡；
 3. 未經授權使用公司任何機密資訊；
 4. 跨公司招募新成員（包括協助或唆使他人跨公司招募新成員）；
 5. 跨線招募新成員（包括協助或唆使他人跨線招募新成員）；
 6. 開立空頭支票給公司或其他直銷商；
 7. 做出未經批准之產品陳述；
 8. 做出未遵循本政策與程序內條款之直銷商業收入聲明；
 9. 做出任何不實或具誤導性之陳述，包括但不限於：涉及產品品質、供應情況、等級、價格或產品性能之不實或具誤導性的聲明或銷售要約；
 10. 有害公司及□或其直銷商信譽之個人行為；
 11. 違反直銷商業相關法規；
 12. 未盡推薦人責任；
 13. 違反道德規範；
 14. 違反合約。
 - J. 跨線招募新成員。直銷商禁止涉入跨線招募新成員之活動。
 - K. 跨公司招募新成員。
 1. 直銷商於合約期間及合約終止後一（1）年內，不得招募另一直銷商，唯直系親屬不在此限。直銷商約定並同意此類招募會對公司與其直銷商之間的合約關係造成不合理和不正當的干預，並造成公司財產轉換與公司商業機密之濫用。直銷商亦約定並同意違反此規定將使公司蒙受立即而不可挽救之傷害，而公司有權在獲得任何其他可得賠償外，同時採取立即性、臨時性、暫時性與永久性禁令救濟，而無需擔保金；禁令救濟可自此條款最後一次遭違反後將本限制終止後之期限至多再延伸一（1）年。儘管如此，若違反規定之直銷商可提供經公司判斷為充分之證據，顯示該違反規定之直銷商於加入公司前便已認識此受招募之直銷商，且與公司無任何關聯，則公司可視之為招募特例撤回此條款。本條規定在合約終止後仍具效力。本條款內容並不會使公司就其使用機密資訊與任何其他違反合約之處之任何其他權利與補救辦法，發生棄權的效果。
 2. 直銷商同意，當其在另一直銷公司之促銷、招攬或招募資料出現、被引述，或同意其姓名或類似名稱在該等資料顯現，即構成跨公司招募新成員
 - L. 調解爭端。直銷商之所有活動必須符合公司的最佳利益。直銷商應盡力調解其下線組織中發生的爭端。直銷商之間的個人恩怨必須盡快且私下依符合公司最佳利益之方式解決。
 - M. 禁止聲稱特殊關係。直銷商不得聲稱或暗示自己與公司的主管或員工，有其他直銷商所沒有的特殊關係、優勢或管道。
 - N. 有害行為。若公司認定直銷商或該直銷商資格中的任何參與者的任何行為，足以誹謗、破壞或傷害公司或其他直銷商，公司得依 Section 8 規定對直銷商及其直銷商資格採取適當行動。
 - O. 不得依賴。直銷商不得依賴公司提供法律、稅務、財務或其他專業建議，即使公司提供任何建議亦不可仰賴之。

- P. 服務收費。公司為直銷商提供多項免費服務。然而直銷商之部分申請可能較為費時費心，包括收據影本、文件、須經深入計算並摘要的獎金資訊、研究報告、銀行作業指示、停止付款申請等。直銷商得為此等及其他特殊的申請，費用為每小時 40 美元（或等值當地幣別），外加實際費用，每項申請最低收費 40 美元（或等值當地幣別）。該等實際費用包括銀行費用、影印開支、專業費用等。
- Q. 保險。公司為商業上合理數目的產品投保責任險。但是公司不會派發保單副本亦不會公開投保金額。因為每個管轄區法律不同，公司鼓勵其直銷商向律師諮詢有關其獨立事業之個人法律責任範圍。
- R. 保密。直銷商於簽署直銷商合約書後，即同意保持機密資訊與其他商業機密和專有資訊之機密性。保密義務不可取消亦為永久性質，於合約終止後仍具效力，違反規定可導致以禁制令形式出現之法律措施及必要產生之成本與費用賠償。所有機密資訊嚴格限定於從事直銷業務時所需才可供傳送或收集。直銷商必須盡其所能維持此類資訊之機密性，絕對不得直接或間接將其透露給任何第三方。直銷商不得使用機密資訊或任何從中衍生之任何其他資訊與公司競爭，或用於任何推銷公司計畫、產品及服務以外之目的。直銷商並無任何機密資訊或從中衍生資訊之所有權，包括下線組織之聯絡方式與個人檔案，或直銷業務中收集而來之其他直銷商聯絡資訊。直銷商不可對任何他方販售、散播或提供此類資訊。直銷商承認並同意其收到與下線組織檔案或報告相關之機密資訊，或於直銷商業務中收集而來之其他直銷商資料（亦包含從中衍生資料），均構成公司之商業機密。
- S. 直銷商資訊的隱私權。申請人在直銷商合約書上所提供之所有資料僅限作為評估直銷商合約書及直銷商相關活動之用。直銷商授權公司可自行判斷向直銷商之上線和三（3）級下線，或視其為最接近之「頂尖」代表之直銷商公布其聯絡方式。聯絡方式僅能作為直銷商業務之用。
- T. 機密資訊之使用。直銷商可能會於期間內透過向公司直銷商販售直銷商工具或商品等活動取得機密資訊，其中包含直銷商本身之跨線直銷商。因此，不論機密資訊之來源，直銷商了解並同意：
1. 機密資料僅供直銷商單獨為擴大業務，而對直銷商下線組織進行訓練、支援與服務之使用為限；
 2. 直銷商不得直接或間接揭露機密資訊予第三方（包括其他直銷商），若有此種行為則構成合約之誤用、濫用及違反情事；
 3. 此類資訊為特殊資訊，且其揭露將對公司造成無可彌補之損害；因此公司有權在獲得任何法律上或權益上其他可得賠償外，申請立即性、臨時性、暫時性與永久性禁令救濟，預防違反本政策，或作為違反之補償；
 4. 直銷商不得使用此等資訊直接或間接與公司競爭，其不當使用將導致合約終止；
 5. 直銷商可能會於自公司接受機密資訊前，或參與允許直銷商取得機密資訊之活動前，被要求簽署保密協議。
 6. 在合約到期、不續約、終止時，直銷商將不再使用此類機密資訊，並銷毀或立即歸還公司所有其支配或擁有之機密資訊。2.R、2.S、2.T 條款於合約終止後仍具有效力。
- U. 不利行動之通知。直銷商遇到任何可能對公司有不良影響且起因於或牽涉直銷商業務或其下線組織之可能或實際之第三方法律索賠，直銷商應立即以書面通知公司之法務相關部門。在通知直銷商之後，公司可以採取任何必需之自我保護措施，包括控制法律索賠之訴訟或和解。若公司著手處理問題，直銷商不得進行干預或參與。
- V. 使用照片、語音或視訊影像、及/或證明背書的同意。
1. 公司得拍攝直銷商在公司活動的照片、影音，或記錄其口語或書面陳述，或直接向直銷商取得此等資料。直銷商茲此同意並授予公司絕對且不可撤回的權利與許可，以使用、再利用、廣播、重播、出版、或重新出版任何此類照片、語音、影片或背書之全部或部分，於任何目前或未來的媒體，單獨使用或與任何其他照片或影片、其他背書一同使用；且不論用途為何，包括（但不限於）行銷、廣告、促銷及□或宣傳；公司並有權以公司名義或任何其他人之名義取得此類照片及□或影片正版或重新出版之著作權。不論直銷商是否與任何其他實體簽定其他合約書或合約，直銷商同意，公司對本節所述資訊的任何運用皆不須支付權利金；該等資訊屬直銷商職務上完成之著作（work made for hire），不受任何其他聲明限制。若有任何他方質疑公司對此處所述之使用權，直銷商同意為公司辯護並提供相關賠償。直銷商確認其證明背書、照片及影音中所提供之資訊，就其所知內容皆為屬實。直銷商放棄審查或同意此等作品之使用權利，包括已完成或未完成之相關廣告文案、印刷品、錄製品、照片或影片。
 2. 直銷商同意由直銷商或任何第三方於公司活動所拍攝之照片、語音、影片，直銷商或任何第三方不可用於推廣直銷商業務以外之任何業務。
- W. 進行國際直銷業務。直銷商有權在任何批准合法直銷商營業之國家開展業務。直銷商有責任在從事直銷業務時，遵

守所有國家及地方法律、規則及規例。

1. 公司在特定可進行直銷業務的國家展開業務之前，將會進行宣佈。業務展開前期之宣佈，可於正式展開前 30 天為之。
2. 直銷商無權亦不得在非批准營業國家，或公司業務展開前期限定國家以外的任何國家，進行直銷商業務（除在此准許之外），或介紹或設立公司的業務與產品。包括但不限於：試圖獲取產品或業務開展之批准、註冊或預訂公司名稱、商標、商品名或網路區域名稱、或以公司之名義與政界或商界建立關係。
3. 在宣布業務展開前期之前，在未營業國家中之直銷商業務受到以下嚴格的限制：直銷商僅能遞出名片，並且僅能參與總數不超過八（8）人之小型會議，且該等參與人必須為直銷商本身認識或直銷商聯絡人所認識之人士。

Section 3 推薦人資格

- A. 推薦。要成為推薦人，直銷商必須符合合約所列之所有條件並接受合約所列之所有責任。希望成為直銷商之人士可以透過推薦人向公司提出申請。唯有居住在批准營業國家，或業務展開前期指定國家之申請人可以接受推薦。
- B. 安置。一旦公司接受申請人的直銷商合約書，新直銷商就會加入推薦人的下線組織。推薦人可安排新直銷商到前線（第一代直B）或下線組織中的任何位置。推薦人不得將新的直銷商安置於下線組織之外。若有此等情形發生，公司保留權利對組織進行調整，以便於正確付款及確保各線完整性。
- C. 訓練與支援。推薦人必須：
 1. 盡合理之努力確保其下線組織所有直銷商均了解其合約之條款及細則，以及所有適用之相關國家或地區法令；
 2. 提供定期訓練，誠意支援其下線組織的業務與產品銷售之發展。
 3. 提供誠意教育與指示，以確保下線組織直銷商所進行之產品銷售與創業說明會遵守合約規定，且遵循任何適用之國家或地區法令；
 4. 指導鼓勵其下線組織直銷商；
 5. 以商業上合理的方式私下調解其下線組織所發生之任何爭端。

Section 4 推薦人/安置更改；移轉；權益

- A. 推薦人與安置更改。直銷商可以申請更改推薦人及/或其本人或其親自推薦之直銷商之安置直銷商只可進行一次推薦人更改和一次安置更改，其後不得再進行任何更改。因為需要維護下線組織的完整性，推薦人/安置之更改未必可行；因此公司可完全自行斟酌是否允許任何更改。
 1. 每次推薦人/安置更改之申請費用為 35 美元（或等值當地幣別）。即使公司駁回申請仍將收取該費用。所有申請必須完整填妥，並於當月二十日美國山區時區下午五時（世界協調時 -7 標準時間，及世界協調時 -6 山區夏令時間）之前送達公司。在此最後限期後收到的申請將在下一個月處理。在當月十五日美國山區時區下午五時（世界協調時 -7 標準時間，及世界協調時 -6 山區夏令時間）之前收到的所有推薦人/安置更改申請，將僅收取折價費用 25 美元（或等值當地幣別）。
 2. 除上述申請表之外，凡申請推薦人/安置更改之直銷商必須重新提交一份現行正確的直銷商合約書和實質權益聲明，以備存檔。
- B. 安置更改程序。如果取得原推薦人和直銷商的書面授權，則直銷商資格可以轉移到直銷商下線組織中的新位置，惟：
 1. 轉移時間在加入日期後九十（90）天之內；
 2. 轉移位置是直銷商之下三（3）代或以內；及
 3. 直銷商的下線組織每月團體業績（「團體業績」一詞定義見獎金計畫）累積尚未超過2,500美元。
- C. 上移。直銷商資格可以轉移到上線的新安置位置，惟須取得其轉移安置所超越的每一個直銷商資格的書面授權。直

銷商資格可以轉移到上線的一位新推薦人，惟須取得其轉移推薦資格所超越的每一個直銷商資格的書面授權。

- D. 推薦更改程序。如果取得原推薦人的書面授權，則直銷商可以更改新推薦人，惟該新推薦人必需是在原推薦人的下線組織之內，且：
1. 轉移時間需在加入日期後六（6）個月之內；及
 2. 直銷商還未達到20K級別。
- E. 出售或轉讓直銷商資格。直銷商資格出售、指派或轉讓發生於直銷商將直銷商資格之所有權或支配權出售、指派、轉讓予另一方。（若一成員、主任、經理、股東、合夥人、高階主管或具有類似職務或職稱之一方將具有直銷商資格權益之事業體直銷商資格中的控制權益或多數權益予以出售、指派、轉讓，則此出售、指派、轉讓受此條款規範。）公司保留自行斟酌是否批准此出售、指派、轉讓之權利。惟出售、指派、轉讓時此直銷商資格根據此處 9. E 條款為合格，直銷商資格出售、指派、轉讓方可發生。在任何出售、指派、轉讓活動中，受讓直銷商資格的直銷商將保留轉讓批准前相同的下線組織和相同的級別/職銜。直銷商資格可在不需公司事先書面批准下予以指派或轉讓（例如作為禮物）。任何直銷商資格之出售、指派、或轉讓均須遵守此處 4. E 條與下列 4. F、4. G、4. H 與 4. I 條之細則。
- F. 第一優先承購權。公司擁有直銷商資格移轉之第一優先承購權（Right of First Refusal；RFR），而第二優先承購權則屬於「合格直接上線」。
1. 若直銷商收到欲購買其直銷商資格之「誠意收購要約」，應先以前項誠意收購要約相同之條款及細則，向公司要約販賣其直銷商資格。直銷商應以書面提供誠意收購要約給公司，且公司應於 15 個工作天內就前揭要約為承諾。合法要約之證據，包括但不限於，存入專款帳戶之現金或證券、貸款承諾證據，及其他為購買此直銷商資格而採取之重要具體行動。
 2. 若公司未於 15 日期限內行使其優先承購權（RFR），直銷商應對其合格直接上線提出相同要約，其條款及細則與誠意收購要約相同。公司應以書面通知，轉交相同誠意收購要約予該直銷商之合格直接上線。該合格直接上線應於 10 個工作天內決定接受或拒絕此要約。若合格直接上線接受要約，須於接受時呈交書面聲明給公司。
 3. 若合格直接上線未於指定時間內行使其優先承購權，直銷商得以誠意收購要約中之相同條款及細則，將直銷商資格移轉予第三方；惟直銷商須遵循本節中之其他所有移轉程序，以及公司隨時訂定之程序。
 4. 優先承購權應適用於直銷商所收到之所有新的誠意第三者收購要約。
 5. 下列情形不受上述第 4.F 條優先承購權規定之限制；然而，均須呈交修訂過之直銷商合約書與實質權益聲明給公司。
 - a. 當享有直銷商資格實質權益之人的姓名增列至直銷商合約書時（例如，妻子增列丈夫之姓名）。
 - b. 當不再享有直銷商資格實質權益之人的姓名自直銷商合約書刪除時（例如，當一少數成員退出公司，或不持有控制權益之股東讓售其公司股份時。）
 - c. 當個人直銷商將其所有權移轉給其所屬法人時，且該直銷商為該法人中唯一享有實質權益者（例如，夫妻成立有限責任公司以進行直銷業務，且公司之成員□管理者僅有該二人）。
- G. 讓售及移轉的限制
1. 現行直銷商不得另行購買直銷商資格。
 2. 直銷商在出售其直銷商資格經公司批准後六（6）個月之內，不得重新申請成為另一名推薦人之下的直銷商。
 3. 過去兩（2）年內有參與直銷商業務之人，不得對先前存在的直銷商資格進行合併或取得利益。
 4. 若直銷商欲將直銷商資格移轉給合格直接上線，此資格將併入合格直接上線既有之直銷商資格，並應符合直銷商資格移轉程序。
 5. 若直銷商出售或移轉其直銷商資格且在出售日期後一年內與另一家直銷公司、網路行銷公司或多層次行銷公司簽約，或參與、開始為該公司工作，則此類行為可視為違反本合約，公司保留根據本合約終止條款終止此移轉之直銷商資格的權力。此條款於合約終止後仍具效力。

H. 程序。其他程序規定包括：

1. 讓售或移轉的直銷商必須為所有申請移轉之商業實體，提供或保有最新正確的直銷商合約書及實質權益聲明。
2. 此外，亦須呈交公司網站上提供之特定文件，始能進行直銷商資格讓售或移轉。
3. 讓售申請表或移轉申請表須於每月 20 日前呈交公司的直銷商教育與行為準則部門，變更方能自該月份起生效。
4. 任何於二十（20）日之後收到之申請，將於次月受理。
5. 每項申請收費 100 美元（或等值當地幣別）。
6. 任何不完整、不正確、或被駁回之申請可能將另外收取 35 美元（或等值當地幣別）處理費。

I. 解釋。直銷商資格讓售、指派或移轉相關政策與程序之解釋，應以公司最佳利益為前提。公司有權拒絕接受任何受讓人或買主。

J. 合併。若某直銷商為另一直銷商之推薦人，兩者之直銷商資格可合併為一。僅限合併一次。欲實行合併，兩位直銷商都必須呈交修訂過之直銷商合約書，並取得公司同意，但公司得以任何理由拒絕。

K. 多項實質權益限制

1. 直銷商禁止在多於一項直銷商資格中擁有實質權益。
2. 若某人已在現有直銷商資格中擁有實質權益，但希望成為另一名推薦人之下的直銷商，其必須先終止在現有直銷商資格中之實質權益，然後再等六（6）個月才能申請成為直銷商。
3. 公司針對多項實質權益之限制可確保（1）直銷商建立其業務之努力可專注於單一資格上，而不會分散至多項資格之需求；且（2）上線可獲得該直銷商之完整權益。公司判定直銷商是否具有實質權益時，將考慮該詞於附錄 A 中之定義及此限制之意圖。

L. 結婚、離婚與死亡對直銷商資格之影響

1. 結婚。配偶享有直銷商資格之實質權益，其所有行為與疏失皆歸於直銷商。若兩位直銷商結婚，得分別保留其直銷商資格。然而，合約中實質權益規定之所有條件均適用於兩直銷商資格。

2. 離婚。當一對夫妻各自之名字均顯現於直銷商合約書中而為直銷商時，若其分居或離婚，公司將繼續以分居或離婚前之相同方式，依獎金計劃支付酬勞，直到公司收到合法正式離婚證書或其他法院命令，授予公司依合約付款及/或為權利之處置。若法院命令造成所有者變更，維持直銷商身分之一方必須呈交修訂過之直銷商合約書。直銷商資格絕不可分割。

3. 死亡與繼承。若直銷商死亡，合約將依據所適用之法律，將直銷商資格轉予其合法繼承人（符合合約資格者）。公司規定須提交經驗證之死亡證明書影本（或醫師證明），及一份經驗證之遺囑、法院命令，或其他適當法律文件。享有權益之繼承人須呈交修訂過之直銷商合約書。獲得轉讓通知時，公司保留向已死亡直銷商的帳戶繼續支付之權利。若合法繼承人希望終結帳戶，則必須提交書面簽署之聲明請求終結，同時亦須提交適當的合法死亡證明。若直銷商資格合法繼承人目前已是直銷商，公司將允許其經由繼承而享有多項實質權益達六（6）個月，屆時該直銷商必須讓售或轉讓其現有的直銷商資格或所繼承的直銷商資格。

Section 5 獎金

A. 銷售收入。獎金給付對象為符合獎金計劃且遵守合約之直銷商。直銷商之成功唯有透過定期重覆的產品零售以及下線組織定期及重覆的零售，才得以實現。鑒於任何直銷商的成功大都歸功於直銷商個人的努力，公司無法對利潤幅度或成功標準作出擔保，亦不能就直銷商能否取得特定收入作出擔保。直銷商推薦或招募其他直銷商並不會獲得獎金。唯一賺取獎金之方式為販售產品。

B. 付款：產品訂單符合以下條件後，公司將支付獎金給直銷商：1）公司在獎金計算期限前收到訂單；及2）訂單已以適當付款方式付清。

1. 獎金給付對象為直銷商合約書所列出的商業實體。若無商業實體時，獎金給付對象為合約書中所列的第一位直

銷商。

2. UniLevel 組織獎金與分紅獎金於每月 20 日當天或之前發放。所有非線上產品訂單須於每月最後一個工作天下午五點(世界協調時 -7 標準時間, 及世界協調時 -6 山區夏令時間)前交給公司, 方能列入當月UniLevel 組織獎金之獎金計算。所有線上產品訂單須於山區時間每月最後一個工作天晚上 11 點 59 分前交給公司, 方能列入當月UniLevel 組織獎金之獎金計算。
 3. 啟步獎金於每週合格期之次週五發放。欲列入當週合格期之訂單, 須於星期一凌晨 12 點整至下個星期日晚間 11 點 59 分之間送出。
 4. 若直銷商認為獎金計算及□或方案資格有誤, 則必須及時向公司通報。若此類問題沒有在相關獎金期限後四十五 (45) 天內以書面通報公司, 視為直銷商放棄追究所聲稱錯誤之權利。
- C. 重新簽發支票。倘必須向直銷商重新簽發獎金支票, 公司會向直銷商收取 15 美元 (或等值當地幣別) 的費用。若重新簽發獎金支票乃因公司的失誤所致, 則不另加收費用。
- D. 最低支票金額。獎金和分紅支票付款之最低金額為 10 美元。給付期間獎金及□或分紅低於 10 美元者, 將累積至 10 美元 (含 10 美元) 以上時, 始予以支付。
- E. 支票退回或未兌現。公司盡力確保直銷商收到獎金支票。然若因直銷商遷居卻未留下轉寄地址, 或因公司無法控制之因素, 致使寄至直銷商最新地址之獎金支票被退回或未兌現, 該支票將被註銷, 該金額得於支票簽發日 180 天後存入直銷商之帳號, 而直銷商將須支付 15 美元 (或等值當地幣別) 之處理費、10 美元 (或等值當地幣別) 之銀行取消/止付手續費。之後每月 10 美元 (或等值當地幣別) 之管理費將從直銷商帳戶中扣除
- F. 禁止操縱。禁止操縱獎金計劃, 否則可能遭到處分。操縱獎金計劃包括但不限於: 直銷商為獲得升級資格或獎金資格而大量購買非經直銷通路銷售的產品, 以及其他任何違反州、聯邦或海外反金字塔銷售術法的行為。此種操縱行為經公司判定後, 可能導致獎金暫停支付以及直銷商資格遭取消。
- G. 抵減及沖抵。直銷商授權公司從其獎金中扣除適當費用, 但須遵循本 Section 6 或本合約所有其他條款及細則。所有費用均由公司自行酌定。

Section 6 訂購公司產品

- A. 庫存。因為公司並沒有規定直銷商應有的存貨量, 直銷商要自行判斷決定存貨量以便維持預計的零售收入和個人使用量。
- B. 訂購。產品訂購可以透過電話、郵寄、傳真、網路、或直接向公司總部訂購。
1. 傳真訂單、郵寄訂單、或親自提交訂單必須使用現行的直銷商價目表和填寫完整的訂購表格。公司產品之價格變更均由公司自行酌定。
 2. 付款金額必須與訂單金額完全相同, 且應使用目前可接受之各項付款方式 (本票、匯票、信用卡、現金, 轉帳代繳、電子轉帳及□或個人或公司支票。銀行匯款限大量訂單使用。
 3. 取貨或出貨前, 訂單必須付清。所有送貨和處理費用將依送貨地點和產品訂購量決定。
 4. 禁止未經授權使用他人之信用卡。
 5. 電話訂單須待公司客服代表提供直銷商或客戶訂單號碼, 始得視為下單成功。
- C. 提貨。若有提貨服務的地方, 直銷商可以在提貨中心所在地取貨。若直銷商未於預定的自動送貨計劃日期後九十 (90) 個工作天之內或當月月底之前取貨 (二者擇其較晚之日期), 公司對於註明在提貨中心取貨之產品得予以付運, 費用由直銷商負擔。若產品由提貨中心運送給直銷商, 公司可以使用直銷商所授權存案中的任何付款方式收取運費。或者, 公司可自行酌定: 1) 將貨品轉換為公司另一項產品訂單, 包括但不限於讚果精華餐包產品 (XanGo Goodness Meal Pack Product), 或 2) 使直銷商放棄提貨。
- D. 延期交貨。若所訂產品公司暫時缺貨, 直銷商將收到「延期交貨」通知。新的庫存抵達時, 將優先處理延期交貨。延期交貨業績將列入公司收到原始訂單款項之月份。
- E. 電子金融轉帳 (Electronic Funds Transfer ; EFT)。此種付款方式亦稱為 ACH, 在部分批准營業國家, 得以此

方式訂購產品並支付獎金予直銷商。若直銷商設立電子金融轉帳戶頭購買產品或接受獎金，即表示直銷商授權公司得循環性的以電子方式自其帳戶轉入獎金或扣除訂購款，此等交易受直銷商居住之批准營業國家法律所管轄。

1. 若要建立電子金融轉帳戶頭購買產品或接受獎金，合格的直銷商必須向公司客戶服務代表提交必要的表格。各國表格有所不同，可以上公司網站於各國鏈接之下取得。電子金融轉帳的執行可能需要一段等待期。
 2. 電子轉帳可用某些批准營業國家之訂單，但實際情況視各國而定。於最初九十（90）天或更多天內，利用電子金融轉帳的訂單可能會使送貨延後達七（7）個工作天，以便核實金額。
 3. 直銷商使用他人之銀行帳戶通過電子金融轉帳購買，需要獲得該銀行帳戶所有人經過公證的書面授權書。未取得適當的授權等同違反合約。
- F. 不履行付款。任何付款若資金不足或被退還而未兌現，即構成違反合約。所有金額不足之付款，公司將收取 20 美元或等值手續費。公司保留限制直銷商付款方式之權利。
1. 當沒有足夠金額時，直銷商必須負責所有的銀行費用再加上公司的處理費。使用電子金融轉帳時，直銷商了解若公司第一次嘗試收款失敗，銀行會於三天內嘗試第二次。直銷商之銀行可能在每次收取費用未果之際，收取存款不足的費用。若金額不足，公司會暫停產品出貨或取消送貨。若產品已送出，直銷商應使用其他付款方式為產品付款。若公司未在合理的時間內收到款項，公司可能會進一步採取收費措施、停止未來訂單之送貨、並根據合約採取任何其他追討措施。
 2. 任何未收取的費用可能將從直銷商目前或未來的獎金中扣除。
 3. 直銷商了解，所有列於直銷商合約書上之人士，或任何對於直銷商資格擁有實質權益的人士，將共同及個別對未付清款項負法律責任。直銷商確切了解，這項共同及個別之法律責任超越任何直銷商資格或其實質權益擁有人可能有限的法律責任。
- G. 自動送貨計劃
1. 直銷商可以選擇參與自動送貨計劃 (ADP)。任何時間都可以透過提交自動送貨計劃申請書或向公司提出書面申請的方式建立自動送貨計劃，申請書上請指明每月送貨量和付款方式。如在加入時建立自動送貨計劃，則以直銷商合約書作為建立之確認。每月固定時間將會從自動送貨計劃帳戶中收取費用，而產品送貨時間則為之後設立的固定時間。直銷商在產品送出後會從公司取得貨物追蹤編號。自動送貨計劃處理的排定日期、帳戶費用、送貨或帳戶變更等公佈於公司的「我的讚果辦公室」(myxango office) 網站，公司可不定時變更此類資訊。
 2. 在冬季時，公司可能在特定的地區會使用下雪日送貨方案。這項方案旨在避免產品於特定地區因暴露於極端氣候條件而遭到損害。若採用此種方式，直銷商放棄對公司延遲出貨之任何求償權利。
 3. 有兩（2）種自動送貨計劃可供直銷商選擇：
 - a. 條件式自動送貨計劃：加入條件式自動送貨計劃期間，若直銷商在每月特定日期（請見公司「我的讚果辦公室」網站上之自動送貨排定日期）下單，且若訂單的業績量等於或超出該月自動送貨計劃之業績量，則訂單將取代該月之自動送貨計劃。自動送貨計劃處理後所下之訂單，以及所有不等於或超出該月自動送貨計劃之業績額，而在自動送貨計劃處理前所下之訂單，將不計入該月或任何後續月份之自動送貨計劃業績額；以及
 - b. 無條件自動送貨計劃：一旦建立「無條件自動送貨計劃」，直銷商每月將收到自動送貨計劃貨物，無論該直銷商在任何指定月份的其他時期訂單業績量之多寡。
 4. 訂單和自動送貨計劃處理前將進行付款核證。若授權被拒，公司可能會試圖聯絡直銷商再次設法取得授權。若在該月底仍無法取得授權，訂單將被視為「未處理」並且不會包含於計算獎金和處理過程當中。公司對於因訂單未被處理而造成的業績不足將不負任何責任。
 5. 若欲變更或終止自動送貨計劃，直銷商須本月特定日期向公司提出書面申請（註明日期、直銷商姓名、識別號碼及欲變更資訊直銷商之授權簽名）。此類申請包括但不限於更改產品數量、送貨地址、付款方式等等。自動送貨計劃帳戶變更的排定日期公佈於公司的「我的讚果辦公室」(myxango office) 網站，公司可不定時變更此類資訊。
 6. 一旦取消自動送貨計劃，直銷商可以將最近一次的貨物退還，條件是其不得超過九十（90）天，且直銷商遵守退貨政策之所有條款（見 Section 6, K 段）。僅是退還產品或拒絕出貨，不足以取消自動送貨計劃。直銷商必須提交已簽名之取消申請書。取消通知必須以傳真、郵寄、親自送達、或以電子郵件附加掃描簽名之方式送

出。

- H. 百分之七十規定。每次下新產品訂單時，直銷商均須保證其已售出或消耗所有先前訂單購得產品之百分之七十。獲得獎金且購買更多產品之直銷商同意保留能夠證明其遵守此項政策之文件，包括零售銷售證明，保留時間至少四（4）年。直銷商同意在公司的要求之下，向公司提供文件證明。為提升獎金計劃資格而違反此規定，或謊報銷售或消耗產品數量者，視同違反合約，且構成合約終止之理由。除此之外，違反此項規定時，公司有權向直銷商收回任何其在無法提出證明文件期間或違反此項條款期間所收到之獎金。
- I. 消費稅、商品及服務稅（GST）、增值稅（VAT）。
1. 美國消費稅外加於產品之建議零售價，且按產品到達地稅率計算。公司將收取並匯寄消費稅予相關稅務機關。若直銷商已於該地區之消費稅務機關登記為扣繳義務人，且已呈交「銷售與使用免稅證明書」或效力相當之文件給公司，則徵收消費稅之責任屬於直銷商。傳銷商有責任每年提供其最新的免消費稅證明。
 2. 在所有其他國家及地區，商品及服務稅、增值稅，或其他適用之交易稅，均依售價計算。公司將提供其商品及服務稅或增值稅編號及適當發票，可能包括電子發票（若法令許可）。公司之獎金付款不包括商品及服務稅或增值稅。已登記且須負責收取並匯寄此等商品及服務稅或增值稅之直銷商，需寄送有效之商品及服務稅或增值稅發票給公司，以收取獎金收入之商品及服務稅或增值稅。
- J. 給顧客的退貨期限通知。零售產品時，直銷商應口頭告知顧客擁有取消交易的權利。此等權利記載於公司事前列印之銷售收據，直銷商銷售產品時，須開立銷售收據給零售顧客。銷售收據置於直銷商資料袋中，且直銷商可以從公司網站 <http://www.xango.com> 下載。若客戶取消交易，直銷商應遵照本節所述退款程序退還款項。顧客應退還所有未使用之產品。
- K. 退貨、退款、換貨。公司將依下列規定退款，或予以換貨。
1. 如果直銷商（和/或其直接向公司訂貨的顧客）對首次產品訂購不完全滿意，可於原本購買日後三十（30）天之內將首次訂購產品中未使用部份送回公司，公司將退還 100% 的購買金額（減去送貨與處理費）。若首次訂購產品超過三十（30）天才退回，公司將退還 99% 的購買金額（減去送貨與處理費）。
 2. 非首次產品訂購退貨時，公司將退還款為產品之原售價，但應扣除 10% 的重新進貨處理費。
 3. 欲申請退款之直銷商（以及其直接向公司訂貨的顧客）須洽公司客服部，取得退貨授權號碼（return merchandise authorization；RMA）。退回公司的產品須於送貨箱外部註明退貨授權號碼，任何沒有退貨授權號碼之產品將不符退款資格，且將被退還給直銷商，運費由直銷商承擔。公司收到退貨產品後將記錄此次退貨，且將於三十（30）天內退款給直銷商。退款方式須與原始付款方式相同，若無法使用原始付款方式，則使用美金支票或公司選用之方式退款。產品超過購買日後一年將不得退款。所有退款應符合如下限制：
 - a. 退款申請須於購買日起 90 天內為之；
 - b. 上述 Section 6, H 的百分之七十規定（限直銷商）；
 - c. 退還之產品狀況完好可銷售（未拆封、未改變、可再銷售），由公司判定。
 - d. 退還之產品必須透過可追蹤的方式運送（例如 UPS），且必須在通知公司後七（7）天之內送達。
 4. 若有直銷商行為不當、陳述不實、或其他情有可原之情事，公司得視為例外，而放寬退款政策。發生此類例外情事時，公司得自行決定是否撤銷及□或調整已支付之獎金或頒發的級別。
 5. 客戶得退貨給直銷商，而直銷商則須負責與公司換貨，或退款給客戶。只要客戶適時申請退貨，即使已經超過法定退貨限期，直銷商亦應予以辦理。所有於購買日起 90 天之內之退貨，均視為適時申請。
 6. 任何因已退貨商品而支付直銷商及其上線之獎金，將自其上線直銷商之帳戶扣除，或由現在或未來之獎金折抵。直銷商同意於獎金給付期結束時，不依賴現有下線組織之業績，因退貨可能影響其本身之職銜、級別及/或獎金支付。
 7. 除非遭法律禁止，直銷商將獨自承擔所有與退還產品有關之運費或快遞費，。運送期間產品遭受的任何損壞或損失，將由直銷商負責。若公司收到產品有損壞（即視為無法轉售），公司將拒收包裹。根據公司標準退貨政策，退貨產品若不完整將不會被接受或獲得退款。

8. 若產品在送貨期間損壞、因公司失誤造成送貨錯誤、或產品品質不良，則公司將會進行換貨。但若無法換貨，公司會針對退還產品進行退款。若產品有損壞或瑕疵，直銷商應在收到產品後十（10）天之內聯絡公司。公司將會核發產品回收條並且立即送出代替產品。公司會在收到產品後審查產品。
- L. 買回。若直銷商主動依合約第 9, E 節終止合約，公司將買回已賣給直銷商但未使用的產品與銷售材料。此等買回受本節退貨政策限制，惟直銷商購買之銷售材料（無論開封或未開封）可享扣除運送費用的購買價全額退款。直銷商主動終止合約時須呈交書面通知，方可於退還直銷商工具包及/或銷售材料時取得退款。

Section 7 行銷產品與機會

- A. 使用銷售工具。直銷商在批准營業國家或宣布業務展開前期國家中僅能使用公司所批准之銷售工具。直銷商若選擇其使用其他廠商或其他第三方販售銷售工具，該直銷商將與該履約商或該其他第三方簽立（由公司提供）之保密協議，以確保所有直銷商和顧客資料不致外流，且仍完全屬於公司所有。
- B. 使用銷售工具之批准。直銷商須透過直銷商教育與行為準則部門，將所有銷售工具呈交給公司批准後方可使用。公司有完全酌情決定權，以決定是否批准所提出之銷售工具。批准流程通常需要至少三（3）個星期。為遵守法律與規定之修正，公司可以撤回先前對銷售工具之批准，且可能要求直銷商承擔所有費用和義務，而移除市場上先前批准之銷售工具。若經批准，公司將發給直銷商：
1. 一個專屬的銷售工具批准號碼和標誌，以及
 2. 公司出具之書面授權，特別指明銷售工具係得以發行。
- C. 產品聲明。直銷商僅能對產品作出於公司發行出版品中所能見到的聲明或表述。作為直銷商業務之用的任何第三方資料必須遵守所有聯邦和地方法律與規定。所有的直銷商都必須閱讀並且遵循「直銷商廣告守則」中所教導之觀念，此守則發佈於公司網站。直銷商不得對任何產品作出任何任何明示或暗示之健康或醫療聲明，惟該國批准之公司文宣所記載者除外。
。直銷商在任何情況之下，都不得將任何的產品作為適用於個別病痛的藥方。不得聲稱公司之任何產品具有療效或治癒功能。
- D. 禁止變更。直銷商對產品不得重貼標籤、更改或重新包裝。
- E. 禁止背書聲明。任何直銷商都不得暗示公司之推廣、營運或組織獲得任何政府管理機構之批准、認可或支持。任何直銷商皆不可聲明或暗示任何產品已經由任何政府機關批准。
- F. 禁止收入聲明。直銷商禁止作出與可賺得利益相關之不實、誤導或非代表性的聲明。若直銷商作出收入聲明，該聲明必須基於實際收益及公司現有之平均年度收入報告（公佈於 www.xango.com/misc/policies），且須與收入聲明同時呈現。
- G. 註冊商標與著作權之使用。
1. 公司得授權直銷商使用其註冊商標，然須受此處規定及任何授權合約書相關規定之限制。授權合約書可向直銷商教育與行為準則部門索取。
 2. 直銷商不得使用公司現有或嗣後取得之商標，或與前述商標相似且容易混淆之其他商標，不得造成人們對所宣傳產品或服務之來源不明、誤解、或受騙的現象。
 3. 除於本處敘明，直銷商不得在商業名稱、電子郵箱地址、網路區域名稱或子網路名稱、URL、電話號碼、或其他任何的地址或職銜中使用公司之商標或其他任何相似且容易混淆之商標（例如，Zango、XANGO、Xan2go、Xang等）。若直銷商已對公司授權網站取得授權同意書，則可於 URL、網路區域名稱或子網路名稱使用公司商標，但不包括與 Xango 此字相關之標記。直銷商同意遵循此同意書條款，並承認公司擁有且持續擁有公司商標中或商標上於此類 URL、網路區域名稱或子網路名稱之權利，公司亦有權在任何時刻基於任何原因撤回公司商標之此類使用。直銷商也同意公司有權在任何時刻以支付名義註冊費用給直銷商以取得此 URL，直銷商同意將此 URL 移轉予公司，亦同意採取任何公司要求之必要步驟使移轉生效。
 4. 直銷商同意立即向公司轉讓違反此項政策而註冊或保留之公司名稱、商品名、商標、或網路區域名稱的註冊權。本條規定在合約終止後仍具效力。
 5. 直銷商不得在未經批准之銷售工具上使用公司之商標。

6. 公司得全權決定類似商標是否過於相似以致混淆。
 7. 直銷商不得於禁止使用此類標誌的國家使用公司標誌。
 8. 直銷商不得於任何銷售工具、書信或任何形式之廣告中，擅自使用公司名稱、標誌、註冊商標或提及其他公司業務或製造夥伴。
 9. 公司出版品及媒體之著作權皆為公司所有，不得複製。
- H. 「獨立直銷商」之廣告。若直銷商選擇職銜，則職銜必須註明直銷商為「XanGo獨立直銷商」。直銷商之職銜不得暗示其為公司之員工或代理人。每當以書面形式使用公司之標誌或名稱且牽涉直銷商時，直銷商必須指明其為「XanGo獨立直銷商」。
- I. 廣告方式。直銷商可使用下列方式宣傳：
1. 報紙：直銷商可以在當地報紙分類廣告版中刊登一般商業機會廣告，但是廣告必須符合所有適用法律和規定。
 2. 電話簿：任何直銷商都可在電話簿中白頁私人電話部分或黃頁工商類部分列出其姓名，並在其後標註「XanGo獨立直銷商」。禁止在電話簿中刊登圖片廣告和展示廣告。
 3. 電子郵件廣告：所有透過電子郵件、電話、或傳真送出的廣告，必須符合廣告對象居住地所有的州立或全國性反垃圾郵件法律。直銷商有責任自行研究並遵守所有與未經同意之商業廣告電子郵件有關之法律。
 4. 電視與廣播：電視與廣播廣告須事先取得公司行銷、公關、法律部門書面批准。申請必須透過直銷商教育與行為準則部門提出。
 5. 名人代言：直銷商使用明星代言之前，必須獲得公司書面批准以及該代言明星對每次使用其姓名之事先特定書面批准。
 6. 展覽會、交換市集等：直銷商不得於市集、舊貨市場、展覽會、交換集會、或其他類似集會出售或推銷產品。直銷商可於商業展覽會中推銷並銷售產品，除非公司已於網站上（www.xango.com）宣布其將設有專門攤位。
 7. 網路拍賣網站：直銷商不得在以拍賣為買賣形式之網站上出售或促銷產品（例如，eBay）。直銷商不得利用第三方在拍賣網站上銷售產品，或在已知（或有理由得知）產品會在拍賣網站上銷售的情況下將產品賣給第三方。本條規定在合約終止後仍具效力。
- J. 於公司贊助活動進行廣告。在公司贊助活動上，除非得到公司明確書面批准，否則直銷商不得廣告、販賣或推銷非公司產品或服務，其中包括但不限於：1) 推銷非公司活動、制度或材料，2) 進行私下拉攏，3) 發送傳單、DVD或其他材料，或 4) 使用任何其他公司視為不適當之形式。禁止收入聲明。直銷商禁止對其他直銷商、申請人或有可能的申請人出示獎金支票、個人收入、下線組織收入或其他銷售數字、估計值，或其直銷商業務收入。
- K. 網路廣告。直銷商在網路上僅能使用經過公司許可之網站，進行產品或業務機會行銷；嚴禁透過未經許可之網站進行產品或業務機會行銷。希望使用公司許可網站之直銷商必須符合以下要求：
1. 除非完成公司安排的網站訓練課程，否則直銷商不得訂立網站許可協議。
 2. 不論網站於何時架設，所有許可網站必須收取單一首次費用與年度管理費用。費用詳情請見網路許可協議，該協議可以透過申請獲得。為使公司能夠提供訓練及指派直銷商網站監督人員來監督其是否符合本政策與程序，這些費用是必要的。
 3. 所有授權網站必須先經公司審核批准，方得做為銷售工具，並遵循上述 Section 7.B段。授權網站須為公司專屬，不可為其他產品或機會進行廣告、宣傳或提供連結。然而，所有此類網站及其任何變更皆必須先經公司審核批准，方得做為銷售工具，並遵循上述 Section 7.B 段。若經批准，直銷商須與公司簽立授權合約書，網站必須顯示公司製作之「經授權」圖示。獲取首次許可後，要對網站進行變更必須事先獲得公司直銷商教育與行為準則部門代表之書面授權。
 4. 若搜尋關鍵字或meta tag 網路索引標籤明示或暗示為非法或不實際之健康或收入聲明，則傳銷商不得使用此類關鍵字或meta tag網路索引標籤，而在網路上廣告許可網站。

5. 在網路搜尋引擎上使用任何贊助連結以增加公司許可之網站瀏覽次數前，必須事先獲得公司書面授權。
 6. 公司可以隨時且因任何理由，包括聯邦或地方法律與規定之改變，取消先前批准網站之許可。
- L. 網路廣告與產品售價。直銷商明瞭並同意於網路上廣告及販售產品時僅得透過公司許可之網站，且此類網站之廣告與所有產品售價必須遵守下列規定：1) 若銷售對象為申請人，則價格不得低於批發價格加上合理運費與公司課稅和處理費，申請人亦須支付直銷商工具包之費用；且 2) 若銷售對象為非申請人 (例如為顧客等人)，則價格不得低於公司建議零售價格加上合理運費與公司課稅和產品處理費。關於此條款，直銷商也同意所有產品價格相關之廣告必須為誠實價格，不可含有誤導性聲明 (例如「市面上最低價格」等暗示直銷商提供之價格低於其他直銷商之聲明)。直銷商明瞭並同意不得在網路上廣告或販賣任何從其他直銷商處購買之產品。直銷商若違反此條款任何部份即構成違約，且將面對合約所載之違約程序。
- M. 大眾傳播訊息。基於此條款之目的，「大眾傳播訊息」定義為七 (7) 日內有意傳送予五十 (50) 位或以上之傳送者下線組織直銷商或至少三位跨線直銷商的訊息。以下規則適用於直銷商發出之所有大眾傳播訊息：
 1. 鎖定為接收此大眾傳播訊息目標之直銷商必須在知情的條件下透過下列方法「選擇要」聽到或收到此大眾傳播訊息：
 - a. 透過登記 (若此大眾傳播訊息將於某活動或網路研討會後傳播)；及/或
 - b. 透過確認請求，若此大眾傳播訊息以電子郵件或網站傳播。
 2. 若藉由電子郵件傳播，此大眾傳播訊息必須在顯著位置提供「選擇不要」接收訊息的選項。
 3. 此大眾傳播訊息必須遵循此條款規定。
 4. 下列免責聲明應明顯置於所有推廣任何特定建立方法之大眾傳播訊息內：

有許多方法與技巧可成功用於建立您的讚果事業。此 [網站/網路研討會/電子郵件/會議] [中/上] 所推廣之經營方式可能與您上線所授與之方式不同。若您的上線授與您不同的經營方式，或您有任何疑問，請洽您的上線。
 5. 直銷商明瞭，允許直銷商為大眾傳播訊息、工具銷售、或任何其他目的建立直銷商資訊資料庫，均構成公司機密資訊之使用，此資訊為公司商業機密，而此資訊之使用可為直銷商帶來可觀的財務利益。直銷商明瞭其受以上 Section 2,K 條所述跨公司招募之責任規範。此條款於合約終止後仍具效力。

N. 顧客分配。經常有未加入公司網路的人士向公司詢問產品之相關資訊。若公司能夠判定該詢問人士已從特定直銷商獲得資訊或其認識特定的直銷商，則會盡可能設法讓該直銷商接洽該人士。若無法找出相關直銷商，則該人士將會被隨機置於「頂尖」等級直銷商之下。公司保留配置機會人士之最終決定權。

O. 公關事宜。公司鼓勵其直銷商使用個人媒體報導，以擴充並建立其業務；但是在特定情況之下，直銷商必須聯絡公司之公關部門。該等情況包括：
 1. 報導可能具有全國性之情況；
 2. 報導需要更廣泛的公司/產品觀點之情況；及/或
 3. 當直銷商被詢問有關公司銷售數據及/或商業策略。

P. 零售通路：除於本處敘明，直銷商不得透過一般零售通路出售產品或推銷商業機會。直銷商不得將產品賣給其明知或有理由懷疑會透過零售通路銷售產品之任何人。獨立直銷商資訊可於零售通路之經營場所展示，但須遵循本條款以及以下所有相關廣告規定：
 1. 為達廣告目的，同時可於每個零售通路針對每項產品展示一份產品及/或數張此產品之影像
 2. 不得於零售通路場所出售任何產品，包括展示中之產品。
 3. 零售通路不得以在店鋪外部可見之方式，展示或廣告公司產品或機會。
 4. 公司指定之免責聲明必須置於展示產品旁之顯著位置。不得變更免責聲明之大小、顏色、內容等。免責聲明可於公司網站下載且應陳述如下：

「感謝您的喜愛。身為直銷公司，XanGo® 產品是由獨立直銷商而非零售商店發行與出售。請聯絡（直銷商姓名）（直銷商聯絡方式），以便訂購XanGo產品。

5. 若零售通路為餐廳、咖啡店、果汁店或類似組織，產品僅能以試用量販售（例如以杯裝販售），而直銷商須為該通路提供持續支援。

Q. 服務性機構：直銷商得於服務性機構或場所進行直銷業務，惟產品標旗或其他銷售工具不得以吸引大眾至服務性場所之方式展示。一個場所是否為與服務性組織且為適合銷售產品之場所由公司全權決定。

Section 8 違反合約程序

A. 終止。

1. 依此 Section 9.E 條款直銷商得於直銷商合約書一年有效期屆滿時不續約，或呈交終止申請書給公司，以終止合約。
2. 若直銷商違反本合約條款及任何合約修訂條款，公司得終止合約。
3. 終止合約時，公司可自行酌定是否要在推薦人與安置組織中保留此直銷商資格或將其取消及移除。

B. 交還機密資訊。合約終止或公司要求時，直銷商必須將其可直接或間接控制之公司機密資訊交還公司，其中亦包含從此資訊衍生的任何其他資訊。若任何此等機密資訊為電子形式而無法歸還，直銷商應於合約終止或公司要求時，永久刪除並銷毀該等機密資訊。

C. 買回：若直銷商違反合約，公司保留停止或延後本合約 Section 6.L 條所述買回程序之權利。

D. 違反合約導致終止之影響。

1. 傳直銷商合約經公司終止者，必須在一（1）年之後，方得重新申請直銷商資格。在此期間，直銷商不可享有任何其他直銷商資格之實質權益。申請前，他或她必須先透過直銷商教育與行為準則部門向公司提出請求。該等請求須包含一份背信罰則之宣誓書，經簽名並取得公證，由直銷商確證在先前一年內未享有任何直銷商資格之實質權益。
2. 合約終止時，所有授予直銷商的直銷商資格權利與所有進行直銷業務的權利皆同時撤銷及終止。直銷商同意任何未支付之獎金可受公司沒收，以沖抵因直銷商違約而可能及/和將對公司產生之損害。這些損傷包括但不限於下列：1) 商譽損傷及公司機密資訊和專有資訊與商業機密之損傷；2) 公司業務價值之部份損傷；3) 未來利益之損傷。
3. 直銷商資格因違約而終止時，公司得選擇重組其下限組織以符合公司、下線組織及上線之最佳權益。
4. 公司選擇終止直銷商資格時，若享有實質權益者超過一人，適用下列條款：
 - a. 離開的實質權益擁有人必須放棄在直銷商資格中的所有權利和利益。
 - b. 公司不得劃分或對下線組織之任何部分進行重新配置；且
 - c. 公司不得分割擁有直銷商資格的前任或現任實質權益人之獎金。

E. 直銷商主動終止之影響。

1. 直銷商可出於任何原因隨時終止合約，惟須向公司發出書面通知，通知書必須有直銷商合約書所列所有人士之簽名。終止生效日為公司獲得書面通知之日，雖然處理終止請求可能因直銷商資格的現有業務而延至次月。若直銷商違反本合約，在下列日期前（以其中較晚日期為準）將不可主動或單方面終止合約：1) 合約續約期間最終日，或 2) 等同於公司發現直銷商違約前直銷商違約之期間長度的最終日，但其不超過一（1）年。在此情況下，公司可依據 Section 8 中所述選擇任何可得之違約救濟，而直銷商無權收到此期間之獎金，此期間則由公司自行酌定。
2. 合約終止時，所有授予直銷商的直銷商資格權利與所有進行直銷業務的權利皆同時撤銷及終止。

3. 直銷商自願終止合約後，可重新在新的推薦人之下申請新的直銷商資格，但要在公司獲得書面通知終止合約之日至少六（6）個月之後。在此六（6）個月期間，自願終止合約之直銷商不得參與直銷商業務或對任何的直銷商資格擁有實質權益。申請前，直銷商必須先透過直銷商教育與行為準則部門向公司提出請求。該等請求須包含一份背信罰則之宣誓書，經簽名並取得公證，由直銷商確證在先前一年內未享有任何直銷商資格之實質權益。
 4. 若直銷商於公司內之直銷商資格尚未完備，則不可主動終止合約，未完備之事實可包括但不限於下列形式：1) 暫時性的直銷商資格；2) 暫停、中止或試用之直銷商資格；3) 直銷商資格正受到調查，但尚未有正式懲戒；或4) 已送出終止意願書。
- F. 效力期。Section 2.E、2.F、2.K、2.R、2.S、2.T、8、9、10 在合約終止後仍具效力。合約終止、讓渡、到期將不會解除合約中明確表示在合約到期後仍具效力之直銷商責任。

Section 9 終止

A. 終止。

1. 依此 Section 9.E 條款直銷商得於直銷商合約書一年有效期屆滿時不續約，或呈交終止申請書給公司，以終止合約。
2. 若直銷商違反本合約條款及任何合約修訂條款，公司得終止合約。
3. 終止合約時，公司可自行酌定是否要在推薦人與安置組織中保留此直銷商資格或將其取消及移除。

B. 交還機密資訊。合約終止或公司要求時，直銷商必須將其可直接或間接控制之公司機密資訊交還公司，其中亦包含從此資訊衍生的任何其他資訊。若任何此等機密資訊為電子形式而無法歸還，直銷商應於合約終止或公司要求時，永久刪除並銷毀該等機密資訊。

C. 買回：若直銷商違反合約，公司保留停止或延後本合約 Section 6.L 條所述買回程序之權利。

D. 違反合約導致終止之影響。

1. 傳直銷商合約經公司終止者，必須在一（1）年之後，方得重新申請直銷商資格。在此期間，直銷商不可享有任何其他直銷商資格之實質權益。申請前，他或她必須先透過直銷商教育與行為準則部門向公司提出請求。該等請求須包含一份背信罰則之宣誓書，經簽名並取得公證，由直銷商確證在先前一年內未享有任何直銷商資格之實質權益。
2. 合約終止時，所有授予直銷商的直銷商資格權利與所有進行直銷業務的權利皆同時撤銷及終止。直銷商同意任何未支付之獎金可受公司沒收，以沖抵因直銷商違約而可能及/和將對公司產生之損害。這些損傷包括但不限於下列：1) 商譽損傷及公司機密資訊和專有資訊與商業機密之損傷；2) 公司業務價值之部份損傷；3) 未來利益之損傷。
3. 直銷商資格因違約而終止時，公司得選擇重組其下限組織以符合公司、下線組織及上線之最佳權益。
4. 公司選擇終止直銷商資格時，若享有實質權益者超過一人，適用下列條款：
 - a. 離開的實質權益擁有人必須放棄在直銷商資格中的所有權利和利益。
 - b. 公司不得劃分或對下線組織之任何部分進行重新配置；且
 - c. 公司不得分割擁有直銷商資格的前任或現任實質權益人之獎金。

E. 直銷商主動終止之影響。

1. 直銷商可出於任何原因隨時終止合約，惟須向公司發出書面通知，通知書必須有直銷商合約書所列所有人士之簽名。終止生效日為公司獲得書面通知之日，雖然處理終止請求可能因直銷商資格的現有業務而延至次月。若直銷商違反本合約，在下列日期前（以其中較晚日期為準）將不可主動或單方面終止合約：1) 合約續約期間最終日，或 2) 等同於公司發現直銷商違約前直銷商違約之期間長度的最終日，但其不超過一（1）年。在此情況下，公司可依據 Section 8 中所述選擇任何可得之違約救濟，而直銷商無權收到此期間之獎金，此期間則由公司自行酌定。

2. 合約終止時，所有授予直銷商的直銷商資格權利與所有進行直銷業務的權利皆同時撤銷及終止。
 3. 直銷商自願終止合約後，可重新在新的推薦人之下申請新的直銷商資格，但要在公司獲得書面通知終止合約之日至少六（6）個月之後。在此六（6）個月期間，自願終止合約之直銷商不得參與直銷商業務或對任何的直銷商資格擁有實質權益。申請前，直銷商必須先透過直銷商教育與行為準則部門向公司提出請求。該等請求須包含一份背信罰則之宣誓書，經簽名並取得公證，由直銷商確證在先前一年內未享有任何直銷商資格之實質權益。
 4. 若直銷商於公司內之直銷商資格尚未完備，則不可主動終止合約，未完備之事實可包括但不限於下列形式：1) 暫時性的直銷商資格；2) 暫停、中止或試用之直銷商資格；3) 直銷商資格正受到調查，但尚未有正式懲戒；或4) 已送出終止意願書。
- F. 效力期。Section 2.E、2.F、2.K、2.R、2.S、2.T、8、9、10 在合約終止後仍具效力。合約終止、讓渡、到期將不會解除合約中明確表示在合約到期後仍具效力之直銷商責任。

Section 10 其他

- A. 完整合約。本合約包含了公司與直銷商對合約內主要事項之完整瞭解，其為雙方條款之最終、完整、且專有之表述。本合約接替並取代了先前不論以書面或以口頭形式之協商，以及所提出但未執行之協議。先前，不論以書面或以口頭形式訂立的任何與本合約主要事項有關之協議、承諾、協商、或表述皆失去效力。如合約條款與公司員工或代理人之口頭表述有所出入，則以合約書面條款與要求之表述為準。
- B. 標題。本合約中各節與其下小節完全因方便與參照起見而插入，將不視為任何條款之意義與詮釋。除非上下文明確要求，否則各節參照均包含其下小節。
- C. 公司變更合約。公司保留對合約進行修改之權利，但公司在修改事項生效至少三十（30）天前應通知直銷商。公司可以透過公司網站刊登合約修改後之任何一部分，或透過其他任何溝通方式予以通知。在三十（30）天期間結束後，若直銷商進行直銷商業務、直銷商資格續約、或接受獎金，將被認為是接受修改後之合約。
- D. 模稜兩可。若本合約有任何模稜兩可之處，均不得以傷害任一方之方式解釋，不論哪一方被視為此模稜兩可條款之作者。
- E. 保證。除了在合約中之特定表述，公司不對產品提供任何明示或默示保證。公司不主張且禁止所有因直銷商業務而生之可能侵害美國或外國專利、商標、商品名、著作權、或營業秘密之保證。公司特此不主張任何明示或默示之保證，其中包含但不限於可銷性、適用於特定目的、正確性與非侵害之所有默示保證。此項保證免責聲明為本合約書之必要部份。
- F. 棄權。公司若放棄追究直銷商違反合約條款，則必須以書面形式作出棄權聲明，但該聲明並不代表亦放棄追究直銷商日後或再次違約。公司若未行使合約中之權利或特權，不構成對該權利或特權的棄權。
- G. 條款效力之獨立性。若合約中有任何條款或細則在任何管轄區內失去效力、被禁止使用、或不能執行，則該條款或細則只是在該管轄區內失去效力、被禁止使用、或不能執行，且並不會使合約中其他條款不能執行或失去效力，亦不會使得合約在其他管轄區內不能執行或失去效力。此外，任何不能執行之條款可依法受到最大程度的部份執行。
- H. 不可抗力因素。直銷商明瞭，凡因罷工、意外事件、火災、水災、政府當局作為、恐怖份子事件，或任何其他超出公司控制範圍之外的因素，導致產品無法製造、銷售或送貨，造成任何損害或損失，公司無須負責。
- G. 準據法、仲裁及禁制令。美國猶他州是合約起源地，且是公司接受申請人成為直銷商之地，亦是直銷商與公司訂立合約之地。因此合約應根據猶他州法律解釋（並不實行任何法律條款或規則之衝突），如同其是在猶他州制訂且在猶他州執行一樣。任何自合約產生或與違反本合約相關之爭議或主張，或任何與直銷商之間關係相關之爭議或主張，皆應於美國猶他州的鹽湖城進行強制、最終、具約束力、不可上訴之仲裁解決。仲裁人應具備公正、獨立之立場，仲裁相關方須在仲裁要求通知書收到之七（7）日內均同意此人選。若參與仲裁方在此七（7）日期間內未能同意此位仲裁人人選，則同意該仲裁根據商業仲裁規則由美國仲裁協會（AAA）執行（惟只得有一位仲裁人），且受猶他州法律規範，其中包括但不限於依據猶他州民事程序規則之取證程序。該仲裁人作出之判決裁定可送與任何具有該裁定管轄權的法庭，而該裁定之執行應受猶他州法律規範。仲裁相關方須平等分攤與仲裁相關之估定費用，包括所有仲裁人費用。若一方未能支付估定費用，且因此造成仲裁人無法及時指派或仲裁過程之延後，則另一方可依據猶他州法 78B- 11-109 節猶他州統一仲裁法強迫未付款方遵循其支付責任。此暫時救濟可透過猶他州猶他郡之法庭尋求，作為此類臨時訴訟之唯一管轄區，而仲裁相關方茲此同意這些法庭具備此類訴訟之屬人管轄權且為適當訴訟場所。未能根據此節支付估定費用及任何因另一方被要求尋求臨時救濟而相應產生之成本、費用或賠償，應成為該仲裁中受傷害一方之額外主張。仲裁相關方、美國仲裁協會（AAA）、仲裁人應維持整個仲裁過程之機密性，不得向任

何與仲裁過程非直接相關人士揭露：1) 爭議、爭端或主張之內容或根據；2) 仲裁聽證會上呈現或透過仲裁取證取得之任何證詞內容或其他證據；或 3) 仲裁判決之條款或金額。美國仲裁協會 (AAA) 與仲裁人有權制定適當規定以確保機密性，除非法律與其相反。仲裁相關方同意在仲裁要求提出之前或之後，一方 (在其可能有的任何其他救濟和茲此專有保留之救濟以外) 有權透過申請無擔保禁制令 (暫時性禁制令、預備禁制令、及所有其他提出訴訟方享有之其他形式的臨時救濟) 保留其合約中所述權利，且任何訴訟之唯一場所為猶他州猶他郡內的州立法院，或由公司自行酌定是否要於猶他州鹽湖城之聯邦法庭進行。仲裁相關方同意此向法庭提出之訴訟：a) 不代表提出告訴一方放棄繼續先前提出的任何仲裁要求之權利，及 b) 將不會以任何方式影響提出告訴一方在取得臨時救濟後要求仲裁之權利。仲裁相關方明確放棄任何對此法庭屬人管轄權與地點之反對，以及對在美國猶他州鹽湖城舉行仲裁之反對。

- J. 律師費。若採取任何訴訟、法律行動或程序以便執行本合約書之條款或細則，勝訴方除了可能有權獲得之其他補償外，將有權收取合理之律師費、訴訟費、以及相關費用。
- K. 繼承人與受讓人。本合約對此處各方個別之繼承人、受贈遺者、遺囑執行人、遺產管理人、個人代表、繼任者和受讓人 (視適用) 均具有法律效力和約束力。
- L. 法律責任限制。任何因下列因素而造成之利益損失以及直接、間接、特定、或衍生損害，或任何其他直銷商所造成之損失，在合法範圍內，公司、其董事、主管、成員、管理者、股東、員工、受讓人和代理商 (統稱為「負責方」) 無須負擔法律責任，且直銷商豁免公司及其負責方之法律責任，並且放棄所有求償權：(1) 直銷商違反合約之情事，(2) 直銷商資格或直銷商業務之晉升或進行；(3) 直銷商提供不正確資訊或資料給公司或其負責人；或 () 直銷商未提供任何公司營運所需的資訊或資料。所有直銷商均同意，針對公司與其負責人應負之合約相關 (但不限於) 賠償責任，所採取之有關合約、侵權及衡平之行動，均不應超過其購自公司且仍可再銷售之產品之金額。

附錄 A

下列之定義名詞適用整份合約：

申請人	提交直銷商合約書之人。
批准營業國家	公司核准所有直銷商可進行直銷商業務之國家。
自動送貨計劃	可選擇性之方案，授權公司每月定期將產品自動運送給直銷商。
實質權益	若個人符合下列資格，則享有直銷商資格實質權益：（1）擁有直銷商資格之直接或間接所有權，不論其身份為個人、合夥人、股東、會員、管理者、受益人、受託人、主管、董事或直銷商資格之主要擁有者；（2）對直銷商資格有實際或事實上之控制；（3）直接或間接由直銷商資格獲得收入（依據獎金計劃透過上線傳銷商獲得之收入除外）；（4）由直銷商資格獲得家庭支援；（5）由直銷商資格獲得配偶支援；或（6）為配偶或同居人（7）對直銷商資格有類似之利益。
誠意收購要約	係為購買直銷商資格之常規要約，由非直銷商之人以書面提出，公司可自行判定此要約是否合理。
商業實體	任何根據組織設立地管轄區法律所組成之營業組織形式，包括但不限於合法組成之：公司、合夥關係、信託和有限責任公司。
同居人	任何年滿十八（18）歲，與另一人共同居住並有類似婚姻關係之人。
獎	給付直銷商之獎金，由直銷商出售產品之業績及其下線組織購買和/或出售產品之業績而定。獲取獎金資格是根據獎金計劃中現行有效之每月銷售要求而定。
公司	XanGo, LLC，一家美國猶他州之有限責任公司，或不論地理位置所在之任何合法受讓人、繼承人、子公司、或附屬組織。
公司授權網站	公司根據政策與程序中 Section 7.K 條款核准之網際網路網站。
獎金計劃	公司使用之專門方案，詳細說明直銷商須遵守之規定以及獎金結構下可以獲得的福利。獎金計劃詳如附錄 B。
競爭公司	於 Section 2.F 中所列任何於批准營業國家內出售或批發任何健康、營養或個人照護產品之直銷公司、網路行銷公司、或多層次行銷公司。
機密資訊	根據合約揭露予直銷商之資訊，或直銷商收集之與其他直銷商相關之產品推銷或銷售材料資訊，包括但不限於（i）下線組織或上線直銷商之資訊，包括直銷商姓名、連絡資訊，由公司制定或直銷商透過直銷商會議、網站、電子郵件及/或資料收集工具，與直銷商或其代理人用以收集、儲存及/或開發任何關於直銷商和顧客資訊之任何電子或手寫申請書等途徑，為公司與代公司制定之客戶資訊（包括但不限於信用資料、零售客戶與直銷商資料及產品購買資訊），（ii）客戶名單、生產與供應商資訊、商業報告、獎金或銷售報告、商業計劃、估計資料、商業機密、智慧財產、分析及相關資訊與其他可被合理理解為機密及/或提供競爭優勢的財務與商業資訊。機密資訊之形式包括文件、圖形、規格、軟體、技術或工程資料，或其他形式，揭露方式可為口頭或文字，可透過電子或磁性媒體，以視覺或其他方式呈現。
合約	描述直銷商與公司之間特定關係之文件，包括直銷商合約書、實質權益聲明、獎金計劃、政策與程序、任何與特定國家或情況有關之其附錄、其任何修訂，以及其他任何直銷商與公司間之書面協議，該等文件均納入此處以為參照。
跨公司招募	違反政策與程序中 Section 2.K 之違約行為。
跨線招募	以間接或其他方式推薦、或招募既有直銷商（或任何享有該直銷商資格實質權益之人）給推薦人。跨線招募政策僅適用於既有之直銷商，並不適用於非公司直銷商之人士。公司不能因直銷商招攬或誘使另一位直銷商接觸過但未曾成為直銷商的人士，而懲罰此直銷商。如同任何商業行號，投入金錢與時間至他人身上的直銷商，會面對此人或許會選擇經由另一人推薦之風險。
顧客	非直銷商而以建議零售價格購買產品之人。
加入日期	公司獲得申請人的直銷商合約書並接受之日期，直銷商合約書須包含本人簽名或為本人簽名之電子副本。

直銷商	被公司授權許可而目前可行使直銷商資格之人。若直銷商合約書有多人具名，則所有具名之人士可統稱為「直銷商」。
直銷商合約書	申請人欲成為直銷商所提交之合約書。在提交合約書時，申請人保證其已閱讀並將遵守合約中之條款及細則。
直銷商業務	由公司全權判定之推銷公司產品或商業機會之活動。此類活動包括但不限於：簽訂直銷商合約書；廣告、銷售或展示產品；主持、舉辦聚會或活動，或在當中演講（包括由公司或直銷商主辦）；以批發價購買產品、退換貨；參加獎金計劃、定期收到公司刊物及其他文宣資訊、參加公司舉辦的支援服務訓練、激勵與表揚活動；推薦新直銷商；及/或出售機會、銷售工具、網站等給直銷商。
直銷商權利	合約中直銷商經營直銷商業務之權利。
直銷商資格	在公司直銷商組織中所定義之地位，而受合約約束者。
下線組織	於推薦人組織或安置組織中，在某直銷商下之直銷商及其客戶所構成之一有系統的組織。直銷商須由下列人員親自推薦（1）由某一直銷商推薦，且透過安置或推薦人資格，成為該直銷商之下線，或（2）由直銷商透過安置推薦或安置之人及其個別客戶所推薦，而這些人在該直銷商之下形成一條直接的直銷商資格鏈結。
電子金融轉帳（EFT）	非強制性之方案，授權公司以電子交易方式從直銷商銀行帳戶中提取訂單款項。
首次產品訂購	直銷商首次訂購任兩個個別單位的公司產品（例如讚果 XanGo [®] 果汁、Glimpse TM 護膚產品、3SIXTY5TM 補充品等等）。
前線	於特定直銷商之下線組織中，出現在推薦人組織第一層之直銷商，俗稱為直B。他們可透過推薦人緊縮方式於往後代數出現。顧客的可計業績（CV）將被視為前線業績，以利計算 UniLevel 組織獎金（關於此處名詞之定義，請參照獎金計畫）。
識別號碼	政府指定給個人或公司的特殊號碼。例如：社會安全號碼（美國個人）、社會保險號碼（加拿大個人）、雇主識別號碼（EIN，美國公司）、身分證號碼或NRIC 號碼（新加坡個人）、和身分證號碼（香港個人）。
人	獨立存在的個人、商業實體、或任何個別存在之其他實體，以及其繼任者、繼承人或受讓人。
安置人；安置	作為名詞：
政策與程序	在此所包含之公司政策與程序，以及由公司隨時修正者。
業務展開前期	在一國還未成為授權國之前，由公司宣布之一段時期，該期間內允許直銷商於該國開始從事直銷商業務。
產品	任何由公司提供且可列入業績計算之貨品或服務，不含輔銷工具及宣傳品。
合格直接上線	關於第一優先承購權，係為直銷商未有違約情事之直接推薦人，並於上一個月依據獎金計畫可合格獲得收益。
位階	根據獎金計畫，直銷商資格等級中之目前的獎金支付位階。直銷商之位階會影響依推薦人組織所計算之直銷商獎金，並可能每月改變，且取決於直銷商符合獎金計畫中之各種資格條件。
招募	實際或企圖之招攬、登記、鼓勵、說服或遊說、任何直接或間接影響、或透過第三方（包括但不限使用網站）使另一位直銷商販售或購買產品或服務，及/或登記或表現為另一家於任何批准營業國家以任何方式運作、執行業務或擁有直銷商之直銷公司、網路行銷公司、多層次行銷公司的獨立直銷商、員工、高階管理人、顧問或代其執行以上職務。縱使直銷商行為是為了回應另一位直銷商作出或開始之詢問或溝通，此行為仍構成招募。
零售場所	任何具實體位置的非服務性之場所，包括但不限於大眾市場和專賣店。為此定義之目的，直銷商遵循政策與程序中關於批准網路銷售與廣告相關條款時，零售場所不包含網路。
零售	直銷商銷售產品給顧客之行為。
第一優先承購權	政策與程序中 Section 4.F 制定之權利。
輔銷工具	任何直銷商為直銷商業務所設計之資訊、材料或產品。
建議零售價格	公司建議直銷商販售產品給顧客之價格。建議零售價格公佈於公司網站。

服務相關組織	大眾除非透過預約或成為會員否則無法自由出入之組織，及□或組織之主要功能為提供專業服務而非銷售商品，包括但不限於私人或管制進出之辦公室、沙龍、spa會館、健身中心、健康俱樂部，或以提供服務為主但亦出售某些產品之私人組織。
推薦人	列於直銷商合約書中之推薦人，且直接招攬其他直銷商至其下線組織之直銷商。推薦 直接招攬其他直銷商加入其下線組織之行為。
實質權益聲明	若申請人為商業實體所需提出之文件，並構成合約之一部分。實質權益聲明中必須列出所有合夥人、持股人、委託人、幹事、主管、託管人、受益人、或其他對商業實體有直接或間接實質權益或控制之人。
職銜	某一直銷商獲得之最高位階，作為識別之用。
上線	推薦人及□或直銷商自直銷商安置點向上延伸之直系階級。
業績	為支付獎金之目的，而賦予產品之特定價值。
批發價	公司向直銷商收取之產品價格。

附錄 B

獎金計劃

目錄

Section 1 - 獎金支付	23
Section 2 - 傳銷商級別	23
Section 3 - 啟步獎金	24
Section 4 - 紅利計畫獎金	25
Section 5 - 全球分紅獎池獎金	26
Section 6 - 500K 分紅獎池獎金	26
Section 7 - 零售銷售獎金	27
Section 8 - 獎勵旅遊與獎酬	27
Section 9 - 定義	27

獎金計劃

獎金計劃係直銷商自身及其下線組織因零售產品及個人購買產品而獲得獎金的方式。支援、訓練 其下線組織之直銷商亦可獲得獎金。獎金計劃係公司與其直銷商所立合約之一部分。本文件中之特定專有名詞，係以標題粗體呈現。此等條款及其定義之說明，請見本文件末節、本文件內文，及列於本文件內而供參考之公司政策與程序。

Section 1 獎金支付

- A. 公司基於產品銷售而支付許多類別之獎金。獎金係根據可計業績（CV）計算，包括推薦人組織或安置組織中訂購產品產生之可計業績、直銷商個人業績（PV）、直銷商資格之團體業績（GV）、及其他本文所述之資格。
- B. 凡可計獎金的產品銷售係發生於美國境內，依本獎金計劃所應支付之銷售獎金，由公司負責並支付。凡可計獎金的產品銷售係發生於美國境外，依本獎金計劃所應支付之銷售獎金，由 XanGo DISC或其指定之人負責並支付。然而，為求行政作業方便，本獎金計劃下之獎金通常得以單張支票或類似方式或交易予以支付，並考量直銷商之便利，亦得一併支付美國與非美國地區之銷售獎金。
- C. 公司得依政策與程序規定，自直銷商獎金中扣除必要之手續費或匯寄費用。

Section 2 直銷商位階

- A. 直銷商若達到特定要求，則可取得各項位階資格，要求標準包括安置組織之每月個人業績（PV）和每月團體業績（GV）、每月自動送貨計劃（ADP）及整體的推薦人資格要求。直銷商位階及其當月須達到之要求如下所示：
 - 1. 代表 - 100PV (個人業績)。
 - 2. 優先代表 - 100PV (個人業績)，且參與當月 100PV 之自動送貨計劃。
 - 3. 1K 代表 - 100PV (個人業績)；參與當月 100PV 自動送貨計劃；至少 1,000 GV；且其推薦人組織中至少有三位直B(親自推薦之直銷商)是合格的優先代表直銷商（或更高）。
 - 4. 5K 代表 - 100PV (個人業績)；參與當月 100PV 自動送貨計劃；至少 5,000 GV；且其推薦人組織中至少有三位直B是合格的 1K 直銷商（或更高）。
 - 5. 20K 代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 20,000 GV；且其推薦人組織中至少有由其親自推薦之三位直B是合格的 5K 直銷商（或更高）。

6. 頂尖代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 50,000 GV；且其推薦人組織中至少有由其親自推薦之二位直B是合格的20K 直銷商 (或更高) 及一位直B是合格的5K 直銷商 (或更高)。
7. 100K 頂尖代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 100,000 GV；且其推薦人組織中至少有由其親自推薦之三位直B是合格的20K 直銷商 (或更高) 及一位直B是合格的5K 直銷商 (或更高)。
8. 200K 頂尖代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 200,000 GV；且其推薦人組織中至少有由其親自推薦之三位直B是合格的頂尖代表直銷商 (或更高) 及一位直B是合格的20K 直銷商 (或更高)。
9. 500K 頂尖代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 500,000 GV；且其推薦人組織中由其親自推薦者，至少有一位直B是合格的200K 精選頂尖代表直銷商 (或更高)、二位直B是合格的100K 精選頂尖代表直銷商 (或更高)，以及二位直B是合格的頂尖代表直銷商 (或更高)。所需之五位頂尖代表直銷商中，必須有二位安置於安置組織之第一層。
10. 總量頂尖代表 - 200PV (個人業績)；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 750,000 GV6 (從傳銷商支領層級往下緊縮六層之UniLevel組織緊縮團體業績)；且於當季連續三個月達成以下條件：其推薦人組織中 (i) 至少有一 (1) 位直 B 是合格的 500K 菁英頂尖代表直銷商 (或更高)，(ii) 有一 (1) 位直 B 是合格的 200K 精選頂尖代表直銷商 (或更高)，(iii) 有一 (1) 位直 B 是合格的 100K 精選頂尖代表直銷商 (或更高)，(iv) 有三 (3) 位直 B 是合格的頂尖代表直銷商 (或更高)。此等直 B 直銷商資格須於總量頂尖代表當季之前，達到其等級 (不包括三種直 B 頂尖代表)，且在總量頂尖代表當季中之每個月，均須保持菁英代表資格。所需的六 (6) 位合格直銷商中，必須有三 (3) 位安置於安置組織之第一層。
11. X1 頂尖代表 - 200PV 個人業績；參與當月 200PV 自動送貨計劃；至少 1,000,000 GV6 (從傳銷商支領層級往下緊縮六層之UniLevel組織緊縮團體業績)；且於當季連續三個月達成以下條件：其推薦人組織中 (i) 至少有一位直 B 是合格的 500K 菁英頂尖代表直銷商 (或更高)，(ii) 有二位前線是合格的200K 精選頂尖代表直銷商 (或更高)，(iii) 有四位直B是合格的頂尖代表直銷商 (或更高)。此等直B直銷商資格須於 X-1 頂尖代表當季之前，達到其等級 (不包括四種直B頂尖代表)，且在 X-1 頂尖代表當季中之每個月，均須 (包括四種直B頂尖代表) 保持菁英代表資格。所需的七位合格直銷商中，必須有四位安置於安置組織之第一層。

B. 單季中三個月均保持其位階資格之頂尖代表直銷商，即具有額外之「菁英」級別。

Section 3 啟步獎金

- A. 啟步獎金每週給付，係依據新直銷商加入後 30 天內所提出之首次訂單之可計業績額來發放。此類可計業績 (CV) 之獎金係以推薦人組織予以計算。公司支付首次訂單可計業績額之50%做為獎金。45%係作為啟步獎金，支付給提出首次訂單直銷商之上線推薦人，3% 歸入全球分紅獎池，其餘 2% 歸入 500K 分紅獎金池。
- B. 啟步獎金限於首次訂單之前 1,000 可計業績 (CV)；但公司可不時發出通知給所有直銷商以變更可計業績限制。首次訂單所有未發出之獎金將作為 UniLevel 組織獎金給付。
- C. 啟步獎金將依推薦人之個人業績 和 自動送貨計劃 狀態，以下列兩種方式之一給付：
 1. 基本啟步獎金 - 公司支付首次訂單之可計業績之 20% 給推薦人組織中第一層合格之 (100PV 個人業績) 上線。首次訂單之可計業績其餘的 25% 則付給推薦人組織中上一層合格 (200PV 個人業績，且參與 200PV 自動送貨計劃) 之上線。請見下表摘要：

推薦人	資格條件	獎金
第一合格層上線	100 個人業績，不必參與自動送貨計劃	20 %
第二合格層上線	200 個人業績，參與 200 自動送貨計劃	25 %

2. 加值啟步獎金 - 公司支付首次訂單 可計業績之 30% 給推薦人組織中第一層合格 (100PV 個人業績，參與 100PV 自動送貨計劃) 上線。首次訂單可計業績其餘的 15% ，則付給推薦人組織中上一層合格 (200 PV個人業績，且參與 200 PV自動送貨計劃) 之上線。請見下表摘要：

推薦人	資格條件	獎金
第一合格層上線	100 個人業績，參與 100 自動送貨計劃	30 %
第二合格層上線	200 個人業績，參與 200 自動送貨計劃	15 %

- D. 若合格的上線直銷商在新人民首次訂單下單當週或前五週內之任何時間，曾經達到最低資格要求，便有資格領取啟步獎金。若合格的上線直銷商於此六週之期限內未達最低資格要求，則公司將透過啟步獎金緊縮延，將獎金付給再上一層合格上線。啟步獎金係根據推薦人組織之業績予以計算。
- E. 首次訂單須於週五下午 5 點（山區時間）前交到公司，才能於隔週領到啟步獎金。週日晚上 11 點 59 分（山區時間）前送出之線上訂單，可於隔週領取獎金。

Section 4 UniLevel 組織獎金

- A. UniLevel 組織獎金每月支付，依所有產品訂單之可計業績額（CV）計算。所有產品可計業績全部一起計算，公司支付可計業績之 50%。訂單中可計業績之 47% 作為 UniLevel 組織獎金，3% 歸入全球分紅獎金池。
- B. UniLevel 組織獎金係依照不列入啟步獎金之總可計業績額計算，包含直銷商下線組織至多 9 層的緊縮層級。直銷商可領取多少層之 UniLevel 組織獎金，由其位階決定。若直銷商未符合位階可領取某一層以下的 UniLevel 組織獎金，則該等獎金將透過 UniLevel 組織緊縮，付給下一層最符合資格的直銷商。UniLevel 組織獎金依照以下直銷商位階下發放，位階越高，可領取之獎金層數愈多。

獎金層數愈多：

1. 代表 — 第一層的可計業績之 5%，以及第二層的可計業績之 5%。
2. 優先代表 — 領取與代表相同之可計業績百分比，外加第三層的可計業績之 10%。
3. 1K 代表 — 領取與優先代表相同之可計業績百分比，外加 第四層的可計業績之 5%。
4. 5K 代表 — 領取與 1K 代表相同之可計業績百分比，外加第五層的可計業績之 5%。
5. 20K 代表 — 領取與 5K 代表相同之可計業績百分比，外加第六層的可計業績之 5% 與第七層的可計業績之 5%。
6. 頂尖代表（含）以上 — 領取與 20K 代表相同之可計業績百分比，外加第八層的可計業績之 5% 與第九層的可計業績之 2%。

請見下表摘要：

級別	代表	優先代表	1K代表	5K代表	20K代表	頂尖代表(含)以上
第一層	5%	5%	5%	5%	5%	5%
第二層	5%	5%	5%	5%	5%	5%
第三層	-	10%	10%	10%	10%	10%
第四層	-	-	5%	5%	5%	5%
第五層	-	-	-	5%	5%	5%
第六層	-	-	-	-	5%	5%
第七層	-	-	-	-	5%	5%
第八層	-	-	-	-	-	5%
第九層	-	-	-	-	-	2%

- C. 所有非線上訂購之產品訂單須於每月最後一個工作天下午五點整（美國山區時間）前交給公司，方能列入當月 UniLevel 組織獎金計算。所有線上訂購產品訂單須於每月最後一個工作天晚上 11 點 59 分（美國山區時間）前交給公司，方能列入當月 UniLevel 組織獎金計算。
- D. UniLevel 組織獎金之計算亦受推薦人資格緊縮的限制，目的在於協助保障直銷商位階晉升所需之最低每月個人業績。

Section 5 全球分紅獎金池

- A. 全球分紅獎金池是每季發放的獎金，此獎金池係由全球所有可計業績額之 3% 所組成。全球分紅獎金池於每一季結束後之次一月，發放給該季每個月均符合菁英頂尖代表資格或更高位階之直銷商。每季全球分紅獎金池支出的計算方式，係以當季合格頂尖代表直銷商所有適用之 GV3、GV6、GV9（受UniLevel 組織緊縮限制之團體業績）總和，產生一個獎金池總業績值。付給某一合格頂尖代表直銷商的總獎金池之百分比，乃以該直銷商貢獻之 GV3、GV6、GV9除以獎金池總業績值計算。將此百分比乘以全球分紅獎金池總金額（美元），即可得到該直銷商之全球分紅獎金。
- B. 頂尖代表等級須滿足下列條件，方得參加全球分紅獎金池：
1. 頂尖代表：達到菁英代表資格，且在符合資格期間每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 2,500 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻為 GV3。
 2. 100K頂尖代表：達到菁英代表資格，且在符合資格期間每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 5,000 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻是 GV6。
 3. 200K頂尖代表：達到菁英代表資格，且在符合資格期間每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 10,000 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻以 GV9為基礎。
 4. 500K頂尖代表：達到菁英代表資格，且於符合資格當季每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 10,000 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻以 GV9 為基礎。
 5. 總量頂尖代表：達到菁英代表資格，且於符合資格當季每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 10,000 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻以 GV9 為基礎。
 6. X1 菁英代表：達到菁英代表資格，且於符合資格當季每個月均領取 UniLevel 組織獎金，金額至少為 10,000 美元（或等值當地幣別）。對獎金池之貢獻以 GV9 為基礎。對獎金池之貢獻以 GV9為基礎。
- C. 全球分紅獎金會與UniLevel 組織獎金一併發放。

Section 6 500K分紅獎金池

- A. 500K 分紅獎金池每季發放，其獎金池係由全球所有新加入直銷商首次訂單可計業績之2%所組成，而該等首次訂單在當季是以啟步獎金發放。500K 分紅獎金池於每一季結束後之次一月，發放給該季每個月均符合500K 菁英頂尖代表資格或更高位階的直銷商。
- B. 500K 分紅獎金支付的計算方式，係以當季合格 500K 菁英頂尖代表直銷商或更高位階直銷商所有適用之 GV6總和，產生一個獎金池總業績值。付給某一合格 500K 菁英頂尖代表直銷商之獎金池總業績百分比，乃以該直銷商貢獻之 GV6，除以獎金池總業績。此百分比再乘以 500K 獎金池總金額（美元），即可得到該直銷商之 500K 分紅獎金。
- C. 直銷商必須符合下列條件，方得參加 500K 獎金分紅：
1. 500K 菁英頂尖代表：符合資格當季，每個月均符合 500K 菁英頂尖代表資格。對獎金池之貢獻係根據直銷商之 GV6。
 2. 總量菁英頂尖代表：符合資格當季，每個月均符合 500K 菁英頂尖代表資格（或更高）。對獎金池之貢獻係根據直銷商之 GV6。
 3. X1 菁英頂尖代表：符合資格當季，每個月均符合 500K 菁英頂尖代表或更高位階資格。對獎金池之貢獻係根據直銷商之 GV6。
- D. 500K 分紅獎金將與UniLevel 組織獎金一起發放。
- E. 若無直銷商符合 500K 分紅獎金資格，則該獎金池金額將歸入當季之全球分紅獎金池。

Section 7 零售獎金

A. 直銷商得透過下列方式，獲得零售獎金：

1. 以批發價向公司購買產品，再轉售給顧客，及□或
2. 指引顧客透過公司之零售銷售訂貨專線，以直銷商帳號購買產品。

B. 所有透過公司零售銷售訂貨專線銷售給顧客之產品，公司均會發放零售獎金給介紹顧客之直銷商。此外，此等銷售所生之可計業績，將被視為介紹顧客的直銷商之第一層下線，以利UniLevel 組織獎金計算。零售獎金係產品零售價與批發價之差額，再扣除行政手續費。

C. 零售獎金將與UniLevel 組織獎金一起發放。

Section 8 獎勵旅遊與獎酬

A. 公司將不定期舉辦獎勵旅遊，並提供其他獎酬，鼓勵合格的直銷商。此等獎勵之發放或旅遊通常乃依據直銷商之位階和優異表現，且只提供予合格直銷商合約書中所列人員，其價值至多可達兩張機票和一間旅館房間。獎勵旅遊或獎酬不得延期領取，或折抵現金。無法或拒絕參加旅遊或接受獎酬者，不可折抵現金或點數。

B. 雖然公司支付此等獎勵旅遊之全部或部分費用，然若旅遊時直銷商本人及□或其邀請之同伴發生任何傷害，直銷商同意公司不必承擔任何責任。直銷商不得向公司索賠，或依賴公司之任何保險，以彌補直銷商本人及□或其邀請之同伴因任何傷害造成之支出。

C. 公司或需依法將任何獎酬或旅遊之公平市值，列入直銷商之年終稅報。直銷商須負擔此等適用稅金，且同意公司無需負擔此等獎勵旅遊與獎酬之相關稅金。

D. 若直銷商為符合此等獎勵旅遊與獎酬資格，有呈報不實或違反任何政策與程序之情事，一經發現，公司得向直銷商收取任何由公司所付之相關費用，或依直銷商收到之任何獲益收取費用。

Section 9 定義

以下專有名詞適用於整份獎金計劃：

500K 獎金池	獎金池係由全球所有可計入啟步獎金的首次訂單可計業績之 2% 所組成，發放給合格的 500K 菁英頂尖代表直銷商。
自動送貨計劃	定義請見政策與程序之附錄 A。
可計業績 (CV)	特定市場中可計算獎金的實際業績額。
公司	定義請見政策與程序之附錄 A。
獎金計劃	定義請見政策與程序之附錄 A。
合約	定義請見政策與程序之附錄 A。
客戶	定義請見政策與程序之附錄 A。
直銷商	定義請見政策與程序之附錄 A。
直銷商合約書	定義請見政策與程序之附錄 A。
直銷商資格	定義請見政策與程序之附錄 A。
下線組織	定義請見政策與程序之附錄 A。
前線(直B)	定義請見政策與程序之附錄 A。
全球分紅獎金池	支付給合格的菁英頂尖代表或更高位階直銷商之獎金池，由全球所有可計業績之 3% 所組成。
團體業績 (GV)	直銷商及其下線組織購買產品之總業績
GV3、GV6、GV9	在安置組織有合格業績可供撥發獎金的三層 (GV3)、六層 (GV6)、九層 (GV9) 之團體業績 (GV) 總計。

首次訂單	直銷商第一筆有可計業績 (CV) 之產品訂單，產品必須出貨至單一地址。若於傳銷商加入日期後的三十 (30) 天之內下此訂單，其可計業績 (CV) 將作為啟步獎金發放。
獎金代數	根據下線組織中的直銷商資格，直銷商得依 UniLevel 組織緊縮或啟步計劃緊縮而獲得獎金。
人	定義請見政策與程序之附錄 A。
個人業績 (PV)	直銷商為轉售或自用所購買產品之業績。
安置	定義請見政策與程序之附錄 A。
安置組織	透過安置所建立之有系統的直銷商資格結構組織。UniLevel 組織獎金係依安置組織之結構計算。
啟步獎金	依推薦人組織中首次訂單可計業績所算出之獎金，每週計算一次。
啟步獎金緊縮	計算啟步獎金時，跳過推薦人組織中不符合直銷商資格之程序。
頂尖代表	獎金計劃 Section 2 中所定義之位階；亦為頂尖代表至 X1 頂尖代表等級者之職銜。
產品	定義請見政策與程序之附錄 A。
位階	定義請見政策與程序之附錄 A。
零售	定義請見政策與程序之附錄 A。
菁英代表	一季中連續三個月均符合頂尖代表或更高位階之資格。菁英代表資格適用於該季達到之最低位階。
推薦人	定義請見政策與程序之附錄 A。
推薦	定義請見政策與程序之附錄 A。
推薦人組織	透過推薦所建立之有系統的直銷商資格結構組織。啟步獎金係依據推薦人組織中每週可計業績進行計算。
推薦人資格緊縮	計算推薦人組織之獎金的程序，如下所述：若一個月內前線未訂購產品，此程序會從該未訂貨直銷商資格之前線中，找出最高級別直銷商資格，將之往上移，取代該未訂貨直銷商之資格。程序會循序進行，自組織底層向上，若某一直銷商資格符合其推薦人資格，則可中止此一程序；若該直銷商資格不符合其推薦人資格，其最高合格之前線(第一代)則移至其位置，以便計算；之後，程序會檢查下一位上線，若其任何前線沒有可計業績，則該前線直銷商資格最高級別之前線就會上移。
組織線形緊縮	係指啟步獎金緊縮、UniLevel 組織緊縮及□或推薦人資格緊縮。
職銜	定義請見政策與程序之附錄 A。
UniLevel 組織獎金	直銷商安置組織中可計業績之獎金計算方法。
UniLevel 組織緊縮	於安置組織中，跳過沒有可計業績之直銷商，或跳過級別不符合下一層UniLevel 組織獎金之直銷商之程序。
上線	定義請見政策與程序之附錄 A。
業績	定義請見政策與程序之附錄 A。
批發價	定義請見政策與程序之附錄 A。