

【直销经济研究】

DOI: 10.14168/j.issn.1672-8572.2015.04.09

# 关于直销人员人性变异的若干思考

刘伟东<sup>①</sup>

(东北财经大学经济与社会发展研究院, 辽宁大连 116025)

**摘要:** 根据直销人员人性变异的现状, 分别从宏观、微观环境及个人内在原因三方面进行分析, 认为要想从根本上改变这种现象, 政府不应该仅仅是简单的管控, 更重要的是疏导, 才可以有效防范直销人员人性变异的事情继续蔓延, 最终引领中国直销业逐步走向健康发展之路。

**关键词:** 直销人员; 直销业; 人性变异

**中图分类号:** F713.32

**文献标志码:** A

**文章编号:** 1672-8572(2015)04-0043-05

2015年5月6日至9日, 某直销企业6500人, 花费大约1300万欧元去法国进行4日游, 其活动又一次轰动了法国, 震惊了欧洲。法国不仅为此专门开设了高铁专列, 就连外长法比尤斯也接见了该企业的领导人。法国有媒体报道称, 中国游客团队占领巴黎的现象早已屡见不鲜<sup>[1]</sup>。“但是, 6500人一下子涌到法国首都, 却是闻所未闻之事。”对此, 本人既高兴也担忧。高兴的是, 作为中国民族直销企业, 仅仅经过20年的发展, 就成为一家横跨生物技术、健康管理、电子商务、酒店旅游等诸多领域的跨国企业集团; 担忧的是, 在炫耀光环的背后, 如果是由无数充满“血”与“泪”的大量直销难民堆积而成, 则并不是中国直销业的福音。近期调研过程中, 遇到一位从20世纪90年代初就从事直销工作人士, 读到他有感而发所写的一首自由诗《莫等闲·直销英雄传》时, 感触颇深, 更加担心中国直销业的未来到底还能走多远。

此诗前两节写了作者为了利益, 在直销运作中不择手段; 后两节写了作者幡然悔悟, 开始从事反传销事业。在直销刚刚进入中国的时候, 作者就开始从事直销活动。刚开始充满梦想、满怀激情, 经

历了八年的努力做到了大区总裁。然而在这个过程中, 为了“保住级别, 赚足业绩”, 开始欺骗亲人和朋友, 无所不用其极, 人性发生了严重变异, 最终变成了一个“恶魔”。后来, 作者在经历了“长沙暴动”的惨烈之后, 才幡然悔悟, 后悔不已, 于是开始从事反传销的活动。

从与该诗作者多次交流情况看, 他本人并不是一个特例, 这种现象大量存在于现实社会, 仅仅是表现的程度不同而已。如今许多最早从事直销的人士, 或是成为今天反传销的斗士, 或是由于内心受到良心上的谴责纷纷金盆洗手转入其他领域, 当然也有人仍然活跃在直销行业之中, 继续在感乱中国的直销业。像这些直销人士, 最开始都是充满激情和梦想, 为何成了人性变异的“恶魔”。笔者认为造成这种现象的原因是多方面, 既有政府管控能力不足, 更有企业追逐暴利的无良行为, 当然也有参与者个人的原因。

## 一、直销人员人性变异的诱因分析

### (一) 宏观环境的诱因

#### 1. 政策滞后导致直销业初始混乱

<sup>①</sup> 收稿日期: 2015-05-20

基金项目: 清华大学社科学院经济所直销产业研究基金项目

作者简介: 刘伟东(1959—), 男, 博士, 教授, 研究方向: 企业诊断学、地域经济学、中小企业经营学。

任何一项政策的制定,都是建立在大量客观事实基础之上,经过反复探索与研究之后才得以产生的。而在改革之初,我国市场开放却一定程度上走了一条模仿与山寨之路,虽然在全盘接受西方理念与方法过程中,的确也使中国经济受益颇多,但代价也是巨大的,如传销就成为破坏经济社会稳定的因素之一。对于这种新的营销方式如何使用、产生与应用的前提条件以及如何避免使用中带来不利于社会安定的后果等等均一无所知的情况下,就放任其进入中国内地,当然也就缺少必要的应变之策。传销进入中国内地之后,基本上处于自然蔓延与发展过程之中,如果不是发生上海安利“退货门”事件和索安康“长沙暴乱”事件的话,那么,美国安利所创的直销模式仍然会在中国内地延续,而且也就不会出现1998年4月21日国务院宣布全面禁止传销活动。直到这个时候开始,政府和一些学术机构才开始对直销进行系统性研究,经过了七年休克期后,于2005年诞生了《直销管理条例》和《禁止传销条例》。

实际上,直销活动中的乱象早已在美国、日本、韩国等国家和地区发生过,如美国安利公司于1975年就经历了长达五年的司法纠纷,安利公司的分配制度到底是多层次还是金字塔的争论是司法纠纷的核心点。假设政府在改革之初引进传销模式时,做过基本的调研,就一定会发现这种情况,至少可以做到简单的预防。但是因为缺少了这个简单而重要的环节,也就为直销人员人性变异埋下了种子。

## 2. 两个条例限制了直销业健康发展

两个条例虽然一定程度上规范了直销行业的发展,但在政策规定与实际操作之间却充满着矛盾,这也反映了政府的无奈与艰难抉择。这是因为在休克过程中,无论是政府,还是科研机构,均没有找到既适合中国直销企业健康运营又可以防止变相传销惑乱社会安定的方法。因此,两个条例颁布的真实用意,可能是既要限制传销,使之逐步回归到传统营销方式上来,同时又不违背加入WTO时的承诺。这样一来,就给许多直销企业带来许多不便,

如果按照两个条例规定来运作企业,则不符合直销的本来面目;如果按照世界直销联盟的直销规定来运作企业,在多层次与金字塔两个分配方式无法明确区分的情况下,几乎所有的直销企业都涉嫌传销。在政府监管上,直销企业获得商务部颁发的直销牌照,属于合法企业,但是按两个条例规定,中国直销企业都涉嫌非法从事传销,在此情况下,执法部门只能接到举报后“被动执法”。正是这种似是而非的矛盾,也为一些用心不良的直销企业提供了浑水摸鱼的漏洞,运用“中国式过马路”的方式大量制造直销难民也在所难免。此外,两个条例在对直销员与直销企业的法律关系上没有清晰界定,到底是属于劳务关系还是劳动关系,两个条例没有说明,这也进一步加剧了直销难民的产生。

## 3. 缺少全国性行业组织

对于企业而言,政府与行业组织虽然都具有服务功能,但不同之处在于政府侧重管控,而行业组织则侧重自律,即在国家法规之下如何保证行业或企业健康运行。由于目前获得商务部直销牌照的企业数量较少与分散,至今还没有全国性的行业协会组织。曾几何时,有识之士准备成立全国性行业组织,却因既得利益者千方百计、想方设法地阻挠而流产。这种结果对于中国直销企业健康发展来说,无疑是巨大的损失,不仅失去了规范直销企业经营行为的机会,同时也延缓了中国直销业走向标准化、科学化健康发展的步伐。在这种情况下,直销人员人性变异的恶劣环境还将持续。

## (二) 微观环境的诱因

中国经济体制改革不过才三十多年,现在许多企业家们都是第一代创业者。这些企业家从一点点开始起步,追逐个人利益,改变贫穷落后面貌,则无可非议。但是,当事业有成,个人意愿已经转变成企业意愿之时,特别是当企业发展到对一定区域内的社会发展有着影响力之时,如果企业经营者还停留在最初的“商人”水平,那么就会对社会安定产生一定的负面效应。目前,民族直销企业则大多数处于这种状态。

## 1. 逐利放在第一位

许多民族直销企业原本都是从传统经营方面转变过来的，既保留着传统营销的部分，同时也选择了直销形式。选择直销方式的一个主要原因就是认为在不用增加太多成本（特别是人力资源成本）的前提下，能够快速盈利。笔者曾于2014年参加过一家知名企业的新产品发布会，会场之内座无虚席，盛况空前。本人作为邀请嘉宾，也完全被气氛所感染，大有希望成为其中一员的冲动。然而，当最后宣布新产品问世之时，却如同被淬火一般，因为企业仅仅是发布了一个与本企业没有任何关联的产品的概念。当然，作为一个非直销人难以理解企业的行为到底是什么，但有一点却是不争的事实，就是利用此次活动，让各经销商们报告年末要完成的任务额是多少。由此可见，“逐利”是直销企业放在第一位的，至于是否违法、违规，与两个条例规定是否相悖这已经都是其次。

### 2. 断章取义地模仿

笔者曾以安利公司为标准来分析其他直销企业的情况，大多数企业基本停留在对安利公司断章取义式的模仿，去掉根基只取形式，这也是中国直销企业不断出现问题的根源所在。两个条例颁布之后，安利公司对于两个条例进行了深入研究，寻找到了既不违反两个条例的规定，又能保持直销本质特征的运营方式。因此，这十年来，在众多直销企业不断被媒体曝光、被政府约谈的情况下，而安利公司却能平静地来运作自己的企业。并不是说安利公司攻关能力多么强，而是因为安利公司在原有的基础上又研究出适合于中国国情的直销运营模式，而且是其他公司难以抄袭、模仿与山寨的模式。在这种情况下，其他的直销企业也只能延续着导致直销人员人性变异的方式。

### 3. 激情教育占主体

中国教育的缺失，不仅体现在正规的教育之中，更体现在企业的能力教育方面。虽然说企业逐步认识到能力教育的重要性，但基本上是处于缺少有效方法的水平上，特别是直销企业的教育培养，更多是所谓正能量的激情式、坐井观天式等的教育，如“相信是成功的开始，坚持是成功的终点”

这样的格言几乎成为直销真理与宗教信条；要求直销人绝对服从，而不能有任何异议，否则一定会遭到群起而攻之等。至于是理性“相信”还是盲目“相信”并不重要，重要的是上线所说的话，无论是正确的还是错误的都必须无条件“相信”；至于方向错误的“坚持”还是方向正确的“坚持”也不重要，重要的是需要下线简单的复制按照上线指示和要求去做就行了，即使失败了也不能怪上线，也只能归结为没有做到准确无误的复制。

### （三）个人内在的原因

虽然说许多直销人由“人”变“魔”的过程中，大环境起到了孵化作用，但如果本人素质较高，这种情况也难以发生。因此，在整个变异过程中，个人原因也占有相当的分量。

#### 1. 整体素质偏低，缺少主见盲目跟随

调查中发现，直销人员的整体素质偏低、文化水平不高也是直销人员人性变异的一个重要原因。特别是在当今社会就业艰难的情况下，许多文化素质较低且又无法就业之人，很容易成为直销企业猎捕的对象。因此，传销猖獗的地区大多都是经济发展落后的地区，其直销人基本上都是处于社会最底层仅仅能够追求衣食温饱的一群人。缺少主见、盲目跟随、知识缺乏、头脑发热等是这批人的典型特征。

#### 2. 知识结构偏颇，盲目放大自己所谓的长处

不排除许多人因为企业激情式培训获得了大量的知识，特别是国外的成功学成为直销企业激励直销人员的必备法宝，也有许多人因此而获得了所谓成功，即利益获得了回报、团队也在不断扩大。但由于知识结构偏差，而导致自己超越了自信走向了自负的一面，其鲜明特征就是坚信自己所讲的、所做的完全是正确的。而为了这种所谓的正确性，不遗余力地去影响他人，甚至认为可以改变中国、改造世界。笔者遇到一位直销行业鼎鼎大名的人物，自封为行业大师，自称创造了许多创新模式。听他几个小时的夸夸其谈之后，除了许多似是而非、外人听不懂的词汇和只有自己懂得的概念之外，本人只能用“听天书”来表达自己的感受了。而且这

样的大师居然也站在一定高位之上开班授课,其结果只会让更多的无知之人进入一种虚幻、迷幻与疯狂状态。

### 3. 虚荣心加速自己走向反面

自尊心是每个人或多或少所拥有的天性,这也是人的本性所决定的。但是,在直销人员之中,由于企业逐利的目的与教育方式的偏差,使每个直销人员的自尊心变异成为虚荣心,成为直销人员的共同特性。

面子是每个直销人员最为看重的,为了不丢面子,“打肿脸充胖子”的做法则成为一种常态。为了上级别、保级别,让下线看到自己的成功,不择手段来维护自己所谓的虚荣心,也是每个直销人员惯用的做法,这也导致了自己心灵扭曲与性格变异,同时也导致大量直销难民的产生。

## 二、直销人员人性变异的几点思考

虽然说,在直销人员的人性变异中,政府、企业乃至个人都有不可推卸的责任,但其中政府与企业却是导致直销人性变异的主要原因,正所谓环境改变人。因此,防止直销人员人性变异,从根本上讲,需要从政府和企业两个层面来展开,既要“堵”又要“疏”,才可以有效防范直销人员人性变异的继续蔓延。

### (一) 加速建立中国式的直销管理体系

建立中国式的直销企业管理体系,是政府无法回避的责任。无数事实表明,不仅是被认为“最完美的企业运行制度”在中国的失效,几乎所有的欧美式管理模式对于中国企业运行而言,几乎难以找到成功的案例。这一点早在2005年的《人民日报》就已经有了结论性意见,当年2月28日《人民日报》发表了《本土的“和尚”在哪里?》的文章,文章认为:“管理伪书的‘繁荣’提醒我们思考:我们该如何满足、应对、引导、提升读者的这种热情?更重要的是,我们是否缺少对中国商业管理经验的本土化梳理?该是我们自己总结中国特色管理经验的时候了。”

那么,中国式的直销管理模式应该是什么样

的?笔者认为该是建立在中华优秀传统文化基础之上的“以人为本”管理体系,具体可以包括两个体系,即企业文化体系和企业运行管理与监控体系,这个问题将在另篇文章中作详细说明。虽然从政府层面,没有义务为企业制订具体的管理制度,但政府完全可以通过提高准入门槛,制订新的准入标准而要求企业管理水平必须达到一定高度后才可成为直销企业<sup>[2]</sup>。

### (二) 强化学术研究在直销发展中的作用

中国直销业水平低,除了上述宏观、微观等方面的诱因之外,更为深层的原因在于直销研究的整体水平不足或缺失。所以,从根本上解决中国直销业的乱象,需要强化学术研究力量,努力提高科学研究水平。特别是在“管理伪书繁荣”的条件下,研究出有利于中国直销业发展的政策体系与管理体系,则成为改变中国直销业乱象和防止直销人员人性变异的初始点。

从宏观层面看,两个直销管理条例如何修改、《直销法》何时出台、多层次分配与金字塔分配如何认定、直销企业如何管控等诸多问题,现在都缺少明确的答案。从微观层面看,直销企业文化体系如何建设、如何承担起基本的社会责任等都没有得到有效解决。从科研队伍角度讲,虽然个别大学成立了直销研究中心,但目前国内并没有一个专业的直销学术期刊或直销学术会议,科研队伍基本都处于零星、分散的状态,没有形成合力等。总之,作为政府管理部门,有责任也有义务来组织一支由政府、高校以及社会经验者共同组成的科学研究团队,有效地为中国直销企业服务。

### (三) 企业经营者需要发生“质”变

有效避免直销人员人性变异的另一个关键点,是直销企业经营者需要从“商人”向“企业家”转变。“商人”与“企业家”虽然在表面上似乎没有什么区别,但本质上却存在着巨大差异。作为“商人”,无论他有多少钱,在本质上没有提升之前,他仍然是个商人,唯一的区别仅仅在于是打着冠冕堂皇旗号的“大商人”还是唯利是图的“小商人”的问题。而“企业家”却是把社会责任放

在首位，“义”在前“利”在后，同时有一整套企业完整的运营体系。

综观中国民族直销企业的经营者，至今还仅仅处于“大商人”的水平上，的确需要有一个“质”的飞跃。当然，从“商人”到“企业家”的质变是一个飞跃，需要有一个过程，其中有许多标准，但最终标志却是明确的，即企业运行不是以经营者为参照系，而是由企业团队来运行企业，企业经营者只是标志性人物。对于直销企业来说，既然是由企业团队来运行企业或组织，我们不能要求所有直销人员在短期内都成为受益者，但至少要实现一定时期内有50%的直销人员成为受益者，而实际中受益的直销人员不足10%。

#### （四）建立以人为本的社会责任体系

中美两国直销企业最大的区别是，美国直销企业从业人员绝大多数是兼职，即便是专职直销人员更多的是为兼职和新增人员服务的；而中国直销企业从业人员恰好相反，绝大多数是专职人员。产生这种逆反现象的一个原因就是美国是世界“中小

企业王国”，是人均拥有中小企业数量最多的国家，而且，中小企业经营者同时拥有几家企业的现象大量存在，因此，再兼职参与以健康为主的直销行业也就成为顺理成章的事。中国直销企业的从业人员大多是难以就业的人员，参与直销工作更多的是专职的人员。在这种情况下，如果中国直销企业仍然按照美国直销企业的模式来运营，这本身就存在着问题，即美国直销企业可以不考虑直销人员如何生存问题，如果中国直销企业也这样做的话，产生大量直销难民，导致人性变异也就成了必然。因此，如何解决直销人员生存问题，如何建立起“以人为本”的社会责任体系则成为中国直销企业无法回避的课题<sup>[3]</sup>。

总之，解铃还须系铃人，既然导致直销人员人性变异的主要原因在政府和企业，那么，就需要政府和企业真正承担起自己的责任来，不仅仅是以“堵”的方式来管理直销企业，更重要的是需要用“疏”的方式来引导中国直销企业不断健康发展。

#### 参考文献：

- [1] 中国直销公司 6500 人游法国 惊动法国外长 [EB/OL]. [http://finance.cnr.cn/txcj/20150511/t20150511\\_518517394.shtml](http://finance.cnr.cn/txcj/20150511/t20150511_518517394.shtml).
- [2] 刘伟东. 简论中国内资直销企业的社会责任 [J]. 辽东学院学报：社会科学版, 2015, 17 (3): 75 - 80.
- [3] 刘伟东. “正本清源”，促进民族直销企业健康发展的战略思考 [J]. 辽东学院学报：社会科学版, 2015, 17 (2): 62 - 68.

（责任编辑：游媛媛）

## Some Thinking on Abnormal Human Nature of Direct Sellers

LIU Wei - dong

(Institute of Economic and Social Development, Dongbei University of Finance and Economics, Dalian 116025, China)

**Abstract:** The reasons for abnormal human nature are analyzed from macroscopic and microcosmic environments as well as the sellers themselves. To solve the problem, the government should pay more attention to persuasion besides simple control, so as to lead the direct selling industry to a healthy development way.

**Key words:** direct seller; direct selling industry; abnormal human nature