

dōTERRA®
政策手冊

dōTERRA®

政策手冊

第 1 條 . 引言	1
第 2 條 . 定義	2
第 3 條 . 行為守則	4
第 4 條 . 成為健康倡導者或愛用會員	4
第 5 條 . 購買產品	6
第 6 條 . 產品退貨政策	7
第 7 條 . 零售義務和限制	9
第 8 條 . 介紹或推薦健康倡導者	10
第 9 條 . 安置政策、換線及禁止交叉招募	11
第 10 條 . 銷售獎勵計畫	13
第 11 條 . 關於產品的聲明	22
第 12 條 . 宣傳和使用公司的智慧財產權	23
第 13 條 . 零售店、服務場所銷售與商展政策	28
第 14 條 . 國際業務	30
第 15 條 . 支付稅款	31
第 16 條 . 產品責任聲明	31
第 17 條 . 授權使用健康倡導者資訊	32
第 18 條 . 責任限制	33
第 19 條 . 紀律處分	33
第 20 條 . 契約變更	35
第 21 條 . 繼承者及主張	36
第 22 條 . 其他	37
附錄：多層次傳銷相關法令	39
附錄：年度報稅作業須知	45

第1條． 引言

本 dōTERRA® 政策手冊（簡稱「政策手冊」）已被納入 WAA 條款和條件，並構成 WAA 條款和條件的一部分。政策手冊自 2014 年 5 月 1 日起生效。本政策手冊、健康倡導者協定（簡稱「WAA」）及經銷申請附錄構成 dōTERRA®（簡稱「公司」）與健康倡導者（簡稱「WA」）之間的完整協議（簡稱「契約」）。公司可隨時自行酌情決定對契約或其任何部分進行修訂。修訂通知將在公司官方網站上公佈。

健康倡導者未遵守構成公司與健康倡導者之間契約的本政策手冊或任何相關文件的規定可能導致以下任何或全部結果（由公司自行酌情而定）：終止健康倡導者的經銷權、失去推薦其他健康倡導者的權利、失去獲取獎金的權利、失去公司的正式認可以及中斷或終止其他權利和特權。

A.dōTERRA® 公司宗旨：dōTERRA® 致力於在全世界推廣調理級精油的益處，以提高人們的生活品質。dōTERRA® 通過如下方式實現其宗旨：

- 透過專精之植物學家、化學家、科學家和保健專家所組成的網絡，發掘並研發出世界上最優質的調理級精油產品。
- 製造在精油市場上最優質、最純正和最安全的精油，也就是合乎 CPTG® 專業純正調理級認證的標準。
- 透過健康倡導者在自己的家中介紹、教導、銷售 dōTERRA® 美商多特瑞保健產品，可面對面的分享，也可透過個人專屬的購物網站來服務顧客。
- dōTERRA® 美商多特瑞為有興趣想了解如何將 CPTG® 專業純正調理級認證精油應用在保健及促進健康的人士提供學習的機會。
- 集合傳統和非傳統的健康保養專業的智慧，更深入研究如何將調理級精油應用在現代的保健上。

B.dōTERRA® 公司價值觀：dōTERRA® 美商多特瑞公司的根本理念是要成為一股積極正面的影響力，讓所接觸的每個人，不論是顧客、健康倡導者、員工、供應商和工作夥伴都因而受益。我們的做法是：

- 經商秉持誠信正直的原則
- 善待並尊重接觸到的每一位人士
- 秉持服務與關懷精神與他人互動
- 認真工作並妥善運用公司資源
- 展現笑容與幽默，振奮團隊工作士氣
- 對成功心懷感激，並多加給予他人肯定
- 對社會和世界上的不幸慷慨解囊

第 2 條． 定義

活躍：在過去十二個月內曾購買 dōTERRA® 產品的健康倡導者（WA）。健康倡導者或愛用會員的重新啟動是指健康倡導者或愛用會員自上一次訂單當月的最後一天起算，十二個獎金週期月份後再次下單。

年度續約金：健康倡導者每年在其簽約周年日為延續其經銷權須向公司支付的費用。

獎金：在達到 dōTERRA® 銷售獎勵計畫的要求後，公司根據健康倡導者組織的產品銷售業績向健康倡導者支付的報酬（亦稱為「佣金」）。參見第 10 條。

經銷申請附錄：WAA 的補充文件。經銷申請附錄必須由申請成為健康倡導者的企業（定義見下文）完成並簽署。經銷申請附錄應列明企業的所有合夥人、股東、負責人、管理人員、董事或成員及其中華民國身分證號碼或營業登記證號碼（如適用）。

公司：公司或「dōTERRA®」指 dōTERRA® GH Ireland Limited 及其子公司，包括 dōTERRA® 美商多特瑞有限公司台灣分公司。

公司信用額：公司信用額是指健康倡導者的應收帳款餘額，公司信用額可用於購買產品。（概念比較：產品積分）

顧問：公司銷售獎勵制度中，第一級健康倡導者的位階，有時亦用以指稱全體 dōTERRA® 健康倡導者。

契約：健康倡導者與公司之間的協議（含本政策手冊），包括隨後對其進行的任何修訂，以及 WAA 連同任何經銷申請附錄。

企業：任何事業體，例如公司、合夥事業、商號、或依中華民國法律合法成立的任何其他組織。

經銷權：經銷權一詞系任何健康倡導者所從事業務的另一專門用語，其體現於健康倡導者和公司之間的契約關係。

dōTERRA® 智慧財產權：dōTERRA® 智慧財產權指 dōTERRA® GH Ireland Limited、dōTERRA® 美商多特瑞有限公司台灣分公司或任何關聯公司主張擁有或主張有權使用的所有智慧財產權，包括但不限於商標、商品名、服務標章及其出版物內容，且無論以上各項是否在相關政府機關進行登記。

下線：組織的另一專門用語。

入會者：一名健康倡導者或愛用會員，其介紹人資格由另一名健康倡導者所持有。

介紹人：介紹人是一個正式頭銜，係指有資格獲得銷售獎勵計畫中的位階及快速獎金之健康倡導者。介紹人也享有在介紹人組織內指定新健康倡導者之保薦人的權利。介紹人同時也可以是保薦人。（概念比較：保薦人）。

健康倡導者 (WA)：經公司授權購買並向客戶零售產品、招募其他健康倡導者，並根據銷售獎勵計畫要求獲取獎金及佣金的獨立訂約人士。健康倡導者與公司的關係受契約約束。經銷權中可包含一名以上人士的共同申請人。在此情形下，健康倡導者指所有人士的合稱，但每個人士擁有所有健康倡導者權利和義務。健康倡導者的重新啟動，是指健康倡導者自上一次訂單當月的最後一天起算，十二個獎金週期月份後再次下單。

健康倡導者協議書 (WAA)：成為健康倡導者提交的申請書，不論是紙本或電子形式，該申請一經公司接受，即構成健康倡導者與公司之間契約的一部分。

本地市場：公司指定的單個國家或多個國家。

開放本地市場：公司書面指定為對 dōTERRA® 業務正式開放的國家或地區。

組織：在合格獎金代數內的一群健康倡導者，隸屬於同一名健康倡導者之直屬及其附隨下線鍊，並由該健康倡導者享有保薦人資格。

人士：指個人，企業，合夥關係或其他法人實體。

位階：在公司銷售獎勵計畫結構中由健康倡導者贏得並被授予的頭銜（階層），位階包括：顧問級、經理級、總監級、執行總監級、菁英級、尊爵級、銀級、黃金級、白金級、鑽石級、藍鑽級，以及鑽石總裁級。位階會在每個獎金週期月份內按月獲取並確定。

政策手冊：契約的另一專門用語。

愛用會員：愛用會員是以折扣價購買產品的人士，愛用會員不能透過 dōTERRA® 銷售獎勵計畫賺取獎金，但可以透過忠誠顧客獎勵計畫獲得產品批量折扣。愛用會員的重新啟動，是指愛用會員自上一次訂單當月的最後一天起算，十二個獎金週期月份後再次下單。

產品聲明：與 dōTERRA® 產品功效或效果有關的聲明。產品聲明由中華民國政府監管，其中包括公平交易委員會、衛生福利部、行政院消費者保護會或類似的政府機構。

產品積分：產品積分是不得用現金贖回的積分，可用於購買公司指定的產品。產品積分是忠誠顧客獎勵計畫的一部份，並可由公司自行酌情授予值得獎勵的健康倡導者及愛用會員。兌換產品積分與個人業績或組織業績無關。（概念比較：公司信用額）

銷售工具：任何提供或銷售公司產品、招募潛在的健康倡導者或培訓健康倡導者時使用的，提及公司、公司產品、銷售獎勵計畫或 dōTERRA® 智慧財產權的材料，無論其為印刷品還是以電子形式呈現。

保薦人：一位健康倡導者，其組織中有另一位健康倡導者直接被安置在他／她底下。（概念比較：介紹人）

第 3 條． 行為守則

dōTERRA® 期望並要求其獨立銷售人員根據最高道德行為標準行事。dōTERRA® 希望其健康倡導者在向人們介紹公司及其產品或代表公司及其產品時遵守以下行為準則。健康倡導者違反行為守則的，公司將視違反情節輕重對健康倡導者給予紀律處分。以下指導原則說明確保在 dōTERRA® 組織中執行統一的卓越標準。所有健康倡導者應：

- A. 在開展有關 dōTERRA® 的業務時尊重每個人。
- B. 在自身行事及開展業務時遵守倫理道德規範、遵紀守法並在財務上秉承誠實原則。健康倡導者不得從事不尊重或有辱 dōTERRA® 及其企業管理人員、雇員、健康倡導者自身或其他健康倡導者的活動和行為。
- C. 不得做出與其他公司及其雇員或其產品有關的負面或譏謗性言論。
- D. 不得做出與其他 dōTERRA® 健康倡導者有關的負面或譏謗性言論。
- E. 誠實地陳述 dōTERRA® 產品。不要宣稱診斷、治療、醫療效果或誇大其辭。
- F. 給予客戶支援和鼓勵，確保其對 dōTERRA® 的體驗是有意義並有回報的。健康倡導者應為其推薦的人士及屬於其組織的人士提供適當支援和培訓。
- G. 準確說明及陳述 dōTERRA® 的銷售獎勵計畫。誠實說明在銷售獎勵計畫下可賺取的收入。健康倡導者不應以自己收入用於保證他人可能取得的成就或將獎金支票做為行銷工具。
- H. 遵守當前在本政策手冊及其他契約文件中能找到的，且今後可能做出修訂的所有 dōTERRA® 政策和流程。

第 4 條． 成為健康倡導者或愛用會員

健康倡導者關係是 dōTERRA® 最重要的關係。公司非常樂意與健康倡導者合作，推出公司產品及提供機會，以改變人們的生活。

- A. 簽約成為健康倡導者。欲成為一名 dōTERRA® 健康倡導者，申請人必須：
 - 1. 支付 NT\$800 的申請費，且該等費用不可退還；
 - 2. 申請入會者應於 30 天內向公司提交適當完成的 WAA，以取得經銷權。
 - 3. 年滿 18 歲且有資格訂立 WAA；

4. 擁有並提供有效的中華民國身分證號碼，如為企業申請人，擁有並提供有效的營業登記證號碼。
- B. 接受或拒絕 WAA。dōTERRA® 保留權利自行酌情決定批准或拒絕提交的 WAA。
- C. 不準確申請。不完整、不準確或欺騙性的 WAA 將從一開始被視為無效協議。
- D. 經銷權任何成員的約束效力。如有一名或多名人士將做為共同申請人成為經銷權的一部分，則任何一名人士的行為、出具的同意或認可將對整個經銷權有約束力。
- E. 維持準確的 WAA 資訊的義務。為說明確保公司持有最新的資訊，健康倡導者必須將提交的 WAA 及附件出現的變更告知公司。如欲對個人資訊做出變更，應提交一份新的 WAA 或經銷申請附錄，並在文件最上方注上「修訂」字樣。經銷權的所有當事人應在將修訂協議提交公司前簽署該協議。
- F. 經銷申請附錄。如欲成為 dōTERRA® 健康倡導者，除提交經銷申請附錄外，企業還須提交其成立文件真實和準確的影本（包括但不限於：公司登記證明文件和營業登記證書），以及公司可能要求的任何其他有關文件。可由獲得授權的董事、管理人員、代理或受託人簽署 WAA。簽約不得在網上完成。
- G. 契約期限及契約續簽。契約期限為一年，自將契約提交給 dōTERRA® 之日起算。除非健康倡導者通知公司其不願意續簽，或除非契約由公司終止，契約每年於其簽署周年日起自動續簽。健康倡導者同意在 WAA 獲得接受滿周年之日當天或之前支付年度續簽費。健康倡導者同意並授權公司每年於周年日自動從在公司檔案上的信用卡收取 NT\$800，以延續和公司之間的契約。續約時，未安置下線的健康倡導者將會續約成為愛用會員，並同意遵守愛用會員的約定條款。公司可選擇將年度續簽費納入下一份產品訂單中。公司將年度續簽費用於針對產品和服務、公司計畫、政策和程式及相關事項為健康倡導者提供必要的支援性材料和資訊。年度續約費還涵蓋由公司進行的所有直接郵寄項目的費用。
- H. 禁止同時在多個經銷權享有利益。健康倡導者不得同時在多個經銷權中享有受惠權益或同時成為多個經銷權的共同申請人，或同時擁有愛用會員的受惠權。受惠權益包括但不限於任何所有權權益；對現有或未來的財務或其他方面的利益的任何權利；以批發價購買的權利；表揚；或與經銷權或愛用會員相關聯的其他有形或無形利益。夫妻須屬於同一經銷權，且他們之間不得擁有一份以上經銷權，或擁有愛用會員的受惠權，但婚前已各自擁有一份經銷權者不在此限。企業成員及其配偶與企業須屬於同一經銷權，不得在企業擁有一份經銷權的同時，以成員、成員配偶或另一企業名義另外擁有一份經銷權或擁有愛用會員的受惠權。鑽石總裁級得例外開設複數帳戶，請參第 10.I 條規定。
- I. 健康倡導者與公司之間為獨立訂約人關係。健康倡導者是獨立的訂約人，而不是 dōTERRA® 的雇員、代理、合夥人、法定代表人或特許經營人。健康倡導者未被授權且將不會代表 dōTERRA® 或以 dōTERRA® 名義產生任何債務、開支或義務，或開立任何

支票帳戶。健康倡導者在遵守契約的前提下控制其經營 dōTERRA® 業務的方法和手段。健康倡導者自行承擔其所有開支，包括但不限於差旅、餐飲、住宿、文件秘書、辦公、長途電話等發生的所有費用及其他開支。就稅務而言，健康倡導者不被視為公司的雇員，且其確認並同意，公司沒有責任也不應從獎金和佣金中預扣或扣減任何性質的稅費，但法律要求進行的除外。

- J. **公司表揚。**公司可決定在選定事件中以及在各種出版物（包括各種大會和雜誌）中對健康倡導者給予表揚。表揚將以公司不時採用或變更的準則和標準為依據。公司表揚將以在最近十二個月期間內至少三個月達成的最高位階，首次晉升位階除外。

第 5 條． 購買產品

- A. **不要求購買產品。**欲成為 dōTERRA® 健康倡導者不一定要購買任何產品。
- B. **授權轉售 dōTERRA® 產品。**只有健康倡導者可購買 dōTERRA® 產品進行轉售。
- C. **禁止僅為獲得獎金購買產品。**dōTERRA® 機會的建立是為了向最終消費者進行零售銷售。公司建議健康倡導者將庫存量控制在健康倡導者及其家庭自行消費、做為銷售工具使用或將被轉售給其他人用作最終消費目的的數量。禁止僅為獲取獎金購買產品。健康倡導者購買的存貨不得超出預期在合理期限內將被轉售、用作銷售工具或消費的數量。如公司自行酌情認為健康倡導者採購的主要目的是為了有資格領取獎金而不是消費或進行轉售，則公司保留權利限制該等採購的數量。此外，如公司發現獎金產生於公司認為違反契約的銷售，則公司保留權利收回已支付的獎金。
- D. **信用卡使用。**強烈反對健康倡導者使用自己的信用卡為另一健康倡導者購買產品。禁止健康倡導者使用自己的信用卡為成為健康倡導者時間不到 30 天的健康倡導者購買產品。未經信用卡所有人書面同意，健康倡導者不得使用他人信用卡訂購產品。在少數情況下如有必要為另一健康倡導者購買產品，公司必須收到該另一健康倡導者的書面同意。在公司要求時如不能出具該等同意可能導致取消銷售、收回因該等銷售產生的佣金及受到第 19 條列出的其他紀律處分。
- E. **禁止重新包裝。**健康倡導者不得印刷其自己的標籤或對 dōTERRA® 產品重新包裝。產品須以其原始包裝出售。例如，健康倡導者不得將套裝中的各組成部分從原始套裝包裝中拆分出來進行轉售，除非公司已為各組成部分設定批發價格。同樣，未經公司書面同意，健康倡導者不得將 dōTERRA® 精油做為非 dōTERRA® 產品的成份（如做為其他產品的組成部分或食品配方中的成分）對其用途進行宣傳。健康倡導者對 dōTERRA® 名稱的使用受本政策手冊第 12 條管轄。
- F. **待取訂單。**未能在 20 天內取貨的待取訂單將被運輸至健康倡導者的登記地址。公司將視該等訂單為原本屬於為送貨而下的訂單，對向健康倡導者進行該等運輸產生的費用進行收取。取貨期限依本地市場而定。請與訂購的產品所在本地市場的待定中心進行相關諮詢（台灣地區取貨時間為 20 天）。

第 6 條． 產品退貨政策

A. 在 30 天內退還產品。

1. 對於健康倡導者在從公司購買後三十（30）天內退還的當前可售產品，dōTERRA® 將退還其百分之百（100%）的購價（加上適用稅費，如已預付），減去運輸費和已付獎金。
2. 對於健康倡導者在從購買後三十（30）天內退還的當前不可售產品（參見第 6.D 條），dōTERRA® 將按其百分之百（100%）的購價（加上適用稅費，如已預付）提供產品積分，或退還其百分之九十（90%）的購價（加上適用稅費，如已預付），減去運輸費和已付獎金。

B. 在購買後三十一（31）天至九十（90）天期間退還產品。從購買之日起三十一（31）天至九十（90）天期間，對於健康倡導者退還的當前可售產品，dōTERRA® 將按其百分之百（100%）的購價（加上適用稅費，如已預付）提供產品積分或退還其百分之九十（90%）的購價，減去運輸費和已付獎金。

C. 在購買後九十一（91）天至一年期間退還產品。從購買之日起九十一（91）天至滿十二（12）個月期間，對於健康倡導者退還的當前可售產品，dōTERRA® 將按其百分之九十（90%）的購價（加上適用稅費，如已預付）提供產品積分或退還其百分之九十（90%）的購價，減去運輸費和已付獎金（不含限期供應的產品及已到期的產品）。

D. 當前可售。在滿足以下所有因素的情況下，產品和銷售工具應被視為當前可售：1) 它們未被開封且未被使用；2) 包裝和標籤未被修改或損壞；3) 產品及包裝所處的狀態使得以全價出售商品屬於業內商業上合理的行為；4) 產品尚未到期；以及 5) 產品含有當前的 dōTERRA® 標籤。如公司在購買前披露產品屬於不受退還政策限制的季節性、已停產、限期供應或特別促銷產品，則該等產品不應被視為當前可售。

E. 破損或誤發產品的退還。如擬退還產品在被買方收取時已處於破損狀態或屬於誤發產品，dōTERRA® 將更換產品。該等產品必須在收到後十五（15）天內退還。只要可能，即應以未受損產品更換退還產品。但是，如更換產品不可行，公司保留權利對更換產品的金額提供積分。

F. 保留銷售訂單號碼的義務。為使公司正確收回對退還產品適用的獎金，必須保留發票上的原始銷售訂單號碼。退款時經要求必須向公司提供該號碼。

G. 套裝退還。做為一套套裝或一整套產品的一部分被購買的產品必須做為整套產品進行退還。

H. 退款方案。公司可自行酌情針對產品退還確定可接受的退款方案，包括但不限於如下方式：dōTERRA® 公司信用額、產品積分、銀行支票、銀行轉帳或信用卡退單，詳見本政策手冊規定。實際退款形式將基於本地市場的付款流程及原始付款形式。退款僅可支付

給原始付款人。

I. **退貨流程**。為取得退還產品或銷售工具的退款，健康倡導者必須遵守如下流程：

1. 在將貨物退還給公司前必須獲得退貨批准。該等批准必須以電話或書面形式取得，且實際退還貨物必須註明健康倡導者的編號。
2. 公司將為健康倡導者提供與退還產品或銷售工具有關的正確流程和地點。所有退貨的運輸費用必須由健康倡導者支付。
3. 未經事先授權退還給公司的產品或銷售工具將沒有資格獲取產品積分或退款，且將在由健康倡導者承擔費用的前提下被退還給健康倡導者。
4. 不同司法管轄權之轄區法律規定的購回要求不同，因此本退貨 / 退款流程將因司法管轄權之轄區而異。
5. 對於在交貨地點被拒絕並退還至公司的貨物，公司可收取 NT\$100 的費用。

J. **公司收回未賺取的獎金的權利**。獎金基於客戶或客戶下線組織成員對公司產品的購買支付給健康倡導者。如產品被退還，公司有權收回基於已退還產品的購買已經支付的獎金。公司可通過要求健康倡導者直接向公司付款的形式收回該等獎金，或者公司可從未來的獎金付款中扣除上述獎金金額。

K. **個性化銷售工具的退還**。個性化銷售工具不可退還或退款，但存在印刷錯誤的個性化銷售工具除外。必須按照產品退還政策在三十天內退還該等銷售工具。

L. **信用卡退單**。健康倡導者需根據公司的產品更換和退還政策退還產品，而不是進行信用卡退單。

M. **台灣地區自願解除或終止契約之退款事宜**

1. 健康倡導者得於簽署契約後三十（30）天內，以書面通知 dōTERRA® 其解除或終止契約的意願。dōTERRA® 應於接獲解除或終止契約通知後三十（30）天內，接受健康倡導者退回的所有產品，並且退還所有貨款及健康倡導者所給付之費用。如果健康倡導者致使產品價值貶損，退款需扣除此筆損失；此外尚須扣除健康倡導者因購買該批產品，而依銷售獎金制度領取任何獎金、紅利與其他報酬。由 dōTERRA® 取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。
2. 如果健康倡導者在三十（30）天期限後終止本契約，dōTERRA® 美商多特瑞公司應於接獲終止通知後三十（30）日內，以購買價格的百分之九十（90%）買回所有產品。如果健康倡導者致使產品價值貶損，退款需扣除相關損失；此外尚須扣除健康倡導者因購買該批產品，而依銷售獎金制度領取任何獎金、紅利與其他報酬。健康倡導者持有商品自可

提領之日起算已逾六個月者，不得要求退貨。由 dōTERRA® 取回退貨者，並得扣除取回該商品所需運費。

3. 本公司健康倡導者解除或終止經銷權時，dōTERRA® 不會向健康倡導者請求因該契約解除或終止所受之損害賠償或違約金。
4. 受損產品的價值損失應取決於健康倡導者退回 dōTERRA® 的產品，是否仍保持「合理完整、未開封、未改變、可再銷售的良好狀態」。產品一旦開封、改變、過期或因其他原因無法再銷售，則按購買價格退款百分之五十（50%）。

N. 台灣地區非自願終止契約之退款事宜

1. 如果健康倡導者違反本契約任何條款或條件，dōTERRA® 得終止契約。在此情況下，dōTERRA® 應於契約終止三十（30）日內，以購買價格的百分之九十（90%）買回所有產品。如果健康倡導者致使產品價值貶損，退款需扣除此損失。此外尚須扣除健康倡導者因購買該批產品，而依銷售獎金制度領取之任何獎金、紅利與其他報酬。健康倡導者應負責賠償 dōTERRA® 利與其他報酬因前述契約終止而蒙受的所有損害。
2. 上述健康倡導者違反本契約的情況，包括但不限於下列項目：
 - 以欺罔或引人錯誤之方式推廣、銷售產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。以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。
 - 以不當之直接訪問買賣，影響消費者權益。
 - 違反多層次傳銷管理法、刑法或其他法規之傳銷活動。

第 7 條． 零售義務和限制

- A. **三天退款保證。**健康倡導者必須向其零售客戶提供三（3）天退款保證。這意味著無論因任何原因一經要求健康倡導者必須將購價全額退還給客戶。客戶須在購買後三個工作日內提出退款要求並退還尚未使用的那部分產品。健康倡導者必須在客戶提出要求後十（10）天內就退還產品提供退款。

即便退款或產品更換要求是在從購買起三個工作日後提出的，公司仍建議健康倡導者兌現該等要求。公司制定了慷慨的產品退還政策（見第 6 條）以支持此項政策。

- B. **提供銷售收據的義務。**健康倡導者在銷售時必須向客戶提供兩份完整的零售銷售收據。必須填寫收據背面和三天退款政策有關的所有空白欄。
1. 零售銷售收據正面應予以填寫，並包括訂購的專案、銷售數量、客戶姓名、位址和電話號碼。
 2. 零售銷售收據背面應予以填寫，包括銷售日期、從銷售起滿三個工作日之日期、健康倡導

者的名稱、營業地址及營業電話號碼。

3. 第一份為客戶的購買收據。客戶應在第二份的背面簽字並署明日期，並在要求退款時將第二份返還給健康倡導者。第三份為健康倡導者的購買收據。如客戶願意，健康倡導者可自行選擇以產品更換替代退款。
4. 健康倡導者應保留所有零售銷售收據，時間至少為六年。

第 8 條． 介紹或推薦健康倡導者

- A. **接受契約責任的義務。** 在健康倡導者成為介紹人或保薦人前，其必須滿足契約規定的所有要求並接受契約規定的所有責任。
- B. **安置。** 健康倡導者可介紹他人向公司申請成為健康倡導者。公司接受 WAA 後，申請人將被安排至 WAA 列出的介紹人組織。
- C. **培訓及對組織的支援。** 為成為成功的介紹人或保薦人，健康倡導者應對其組織中的健康倡導者承擔培訓和支援義務。健康倡導者通過對公司產品的系統銷售和其組織內其他健康倡導者進行的產品銷售取得成功。
- D. **開放的本地市場。** 健康倡導者僅有權在開放的本地市場介紹或推薦其它健康倡導者。參見第 15 條。
- E. **成為成功的介紹人或保薦人。** 欲成為成功的介紹人或保薦人及領導者，健康倡導者應承擔以下責任：
 1. 定期為該健康倡導者的組織提供銷售和組織性培訓、指導和鼓勵。介紹人或保薦人應與其組織中的每個人保持聯繫，並隨時解答問題；
 2. 盡該健康倡導者最大努力確保其組織中的所有健康倡導者充分理解並遵守契約的條款和條件，以及相關的國家和當地法律、條例和法規；
 3. 調解客戶與該健康倡導者的組織中的任何健康倡導者之間發生的任何爭議，並盡力以及時、友好的方式解決該等爭議；
 4. 提供培訓，確保該健康倡導者的組織根據契約及任何適用法律、條例和法規開展產品銷售和召開機會會議；
 5. 及時解決該健康倡導者、其他健康倡導者和該健康倡導者的組織之間的任何爭議；以及
 6. 就公司政策為該健康倡導者介紹和推薦的那些健康倡導者進行培訓。

- F. **介紹人和保薦人的審慎義務**。介紹人和保薦人有責任和特別審慎義務確保其作為和不作為不會導致或造成其組織中的任何人士或公司遭受損失、損害或有辱其組織中的任何人士或公司，且必須及時採取行動對該等損失、損害或恥辱進行補救。

簽約時，介紹人應確保其介紹的人瞭解誰是自己的介紹人。健康倡導者不應將對新健康倡導者的介紹轉讓給其上線或其他人士。

- G. **對組織的全部或部分重組**。如介紹人或保薦人違反本政策手冊條款或做出或涉及公司自行酌情認為道德墮落的行為，公司保留權利使該等介紹人或保薦人和其組織分離或對該等組織進行全部或部分重組。但本條款無任何內容要求公司採取任何行動，且公司亦未放棄推遲或拒絕採取上述行動的任何權利。

道德墮落行為可包括但不限於如下行為：不受歡迎的性示好或性交往、未能償還債務、破產、身體傷害、惡作劇或虐待，偷盜以及干擾家庭關係。

如欲分離或重組任何介紹人或保薦人的組織，公司將提前 30 天通知該介紹人或保薦人。

第 9 條． 安置政策、換線及禁止交叉招募

- A. **初步安置**。介紹新的健康倡導者時，新健康倡導者的介紹人可將新健康倡導者安置在介紹人組織的任何地方。

- B. **簽約後的安置變更**。

1. 在新健康倡導者與公司簽約後次月的第 10 天前（含第 10 天），經公司批准後，介紹人可將新健康倡導者調至介紹人組織任何地方（即並非介紹人組織之外）一次。

2. 在上述期限過後，健康倡導者獲得最終安置，公司通常不會批准將健康倡導者安置在組織其他地方的請求。

a. 進一步的安置變更不常發生，且必須獲得公司特例委員會的特別書面批准。

b. 在批准安置變更前，公司將考慮包括以下各項在內的因素：

- i. 擬調配的健康倡導者是否至少有六個月處於不活躍狀態（如為銀級或更高位階，則為十二個月），
- ii. 擬調配的健康倡導者是否取得該健康倡導者三代上線介紹人以及該健康倡導者七代上線保薦人的書面同意（通過簽名或其他方式驗證），
- iii. 該等變更是否會導致位階上升，
- iv. 是否會導致以往獎金支付發生變化，
- v. 健康倡導者是否曾違反契約，
- vi. 變更對組織帶來的變化，以及

vii. 任何其他相關事實

c. 鑽石級或以上位階的健康倡導者親自介紹新的健康倡導者入會，若於入會 3 個月內就達到尊爵級位階時，該名新健康倡導者將可以安置於介紹人的前沿組織或安置在現有保薦人與介紹人之間的任何健康倡導者組織。只要該名介紹人在新健康倡導者達成尊爵級位階的次月第 10 天前（含第 10 天）填妥「尊爵換線」表格，即使在入會後已進行了安置變更，仍可以進行上述變動。計算本條 3 個月期間時，自該名新健康倡導者安置他的第一位下線開始起算。如果該名新健康倡導者在當月第 10 天後才安置他的第一位下線，則次月才算第一個月。如果該名新健康倡導者當月第 10 天前（含第 10 天）安置他的第一位下線，則當月就算第一個月。

C. **介紹愛用會員成為健康倡導者。**健康倡導者可以介紹愛用會員申請成為健康倡導者。當愛用會員成為健康倡導者時，將不再是愛用會員。如果愛用會員升級成為健康倡導者後親自介紹至少一位愛用會員或健康倡導者的個人業績達 100 PV，介紹人可以將該名升級後的健康倡導者安置在介紹人組織任何地方。此項安置須在符合本條所述條件之日的次月第 10 天前（含第 10 天）完成。

D. **介紹的重新分配。**經公司批准後，公司允許介紹人更改健康倡導者的介紹人一次。因特殊情形而需要申請額外的介紹人變更時，須經公司特例委員會批准。

E. **禁止跨公司和跨線招募**

1. **跨公司招募。**健康倡導者不得直接或間接（包括但不限於透過其配偶、成員或成員配偶）實際或企圖招攬、介紹、鼓動 dōTERRA® 客戶或其他健康倡導者或其配偶或成員（含成員配偶）加入其他多層次傳銷事業，或嘗試以任何方式直接或間接（包括但不限於通過網站）影響 dōTERRA® 客戶或其他健康倡導者或其配偶或成員（含成員配偶）加入其他多層次傳銷事業。健康倡導者（或其配偶、成員或成員配偶）回應 dōTERRA® 客戶或其他健康倡導者（或其配偶、成員或成員配偶）所做出的諮詢，視為招募行為。

2. **跨線招募。**在不同的推薦線內實際或企圖招攬、介紹、鼓動介紹當前擁有 dōTERRA® 經銷權的任一個人或實體，或嘗試以任何方式直接或間接（包括但不限於通過網站）影響對當前擁有 dōTERRA® 經銷權的任一個人或實體的介紹。跨線招募亦適用於對在過去六個月中在 dōTERRA® 擁有經銷權的個人或實體的介紹，或者如果位階是銀級或更高位階的健康倡導者，則為對在過去十二個月中在 dōTERRA® 擁有經銷權的個人或實體的介紹。

3. **禁止。**健康倡導者不得跨公司招募或跨線招募其他健康倡導者。禁止為繞過本政策使用配偶或親屬的姓名、商品名、假名、公司、合夥、信託、中華民國身份證號碼或編造的身份證號碼。

4. **公司可獲得的司法救濟。**健康倡導者約定並同意，跨公司招募和跨線招募（詳見上文）構成對公司與其經銷商之間契約關係的不合理及不當干涉，以及對公司財產的轉換和對公司商業秘密的盜用。健康倡導者進一步約定並同意，1) 對本規則的任何違反將給公司帶

來直接且不可彌補的損害，2) 對公司造成的損害超出健康倡導者可能獲得的任何利益，3) 以及除任何其他可獲得的救濟外，公司應有權獲得直接、臨時、初步和永久的禁制令或在公司業務所在司法管轄權中與其相當之措施的救濟，且該等救濟不附帶任何義務，以及 4) 該等禁制令救濟可將本限制規定的終止後期限延長一 (1) 年，起算日期為對本條規定的最後一次違反之日。本條規定在契約終止後繼續有效。本條中無任何內容表示放棄公司針對使用其保密資訊或任何其他違反契約的行為可獲得的任何其他權利和救濟。並且，健康倡導者同意，在契約終止後一年期限內，以下行為均構成跨公司招募：其名稱或肖像出現在為其他直銷公司製作的任何促銷、招募或招攬材料中，在為其他直銷公司製作的任何促銷、招募或招攬材料中提及其名稱或肖像，或允許在為其他直銷公司製作的任何促銷、招募或招攬材料中特別介紹或提及其名稱或肖像。

第 10 條． 銷售獎勵計畫

健康倡導者可通過兩種基本途徑獲得獎金：(1) 零售差價；和 (2) 獎金（有時稱佣金），即健康倡導者自己及其所在組織的其他健康倡導者銷售產品後產生的銷售獎勵。一位健康倡導者的成功只能通過系統性地銷售公司產品以及在其組織內部的產品銷售來實現。

零售差價：健康倡導者按批發價從公司購入 dōTERRA® 產品，然後轉售給顧客供其用於輔助銷售或留作自用。公司提供建議零售價，且健康倡導者知悉公司可單方面實施最低廣告價格 (MAP) 政策。然而，健康倡導者可自行決定銷售價格。

獎金及佣金：健康倡導者的獎金制度設計是為了獎勵從起步階段到熟練的職業健康倡導者每個人堅持不懈的努力。dōTERRA® 的獎金及佣金包括零售利潤、快速獎金、三次方的威力團隊獎金、太陽系組織獎金、分紅獎金、鑽石基金和創始人獎金。台灣市場以外的銷售獎金和佣金將受當地市場的銷售獎勵計畫和匯率影響。並非所有公司的產品或促銷活動都會產生獎金和佣金，所有會產生獎金或佣金的產品，都會被指定一個可計佣業績點數和 / 或個人業績點數。

A. 定義

可計佣業績 (CV)：銷售訂單的 PV（個人業績）轉換為本地市場貨幣，並以銷售訂單或交易地點的幣別表示。CV 由公司的產品定價決定，並用於計算健康倡導者在適用獎金週期內的銷售獎金。CV 不包括以產品積分兌換的產品。

多特瑞公司銷售業績 (DCV)：多特瑞公司銷售業績是指在每個獎金週期月份內銷售給所有健康倡導者、愛用會員和零售客戶的總金額，該金額為 CV（可計佣業績）兌換成美元的數額。DCV 不包括以產品積分兌換的產品。

本地市場業績：居住在指定之本地市場的全體健康倡導者可計佣業績 (CV) 的總和。本地市場業績一詞將用於定義創始人獎金。

忠誠顧客獎勵計畫 (LRP 計畫)：允許依照會員模板處理每月產品訂單的方案。

組織業績 (OV)：一位健康倡導者的個人業績，以及其所在組織所有其他健康倡導者、愛

用會員以及零售顧客的個人業績的總和。OV 不包括以產品積分兌換的產品。

個人業績 (PV)：透過會員帳戶銷售的每項可獲佣金的產品都會被分配產品點數額。PV 是健康倡導者或愛用會員的個人帳戶在每個獎金週期月份內的總點數額。不是所有產品都有可計佣金的產品點數額。PV 不包括以產品積分兌換的產品。

個人成長業績 (PGV)：在每個獎金週期月份，健康倡導者向其過去十二 (12) 個月親自介紹的入會者銷售的 LRP 訂單所產生的 PV 總和。入會者註冊當月的 PV 數額不計入 PGV 中。健康倡導者的入會者將依公司在計算獎金當天的情況為準。PGV 不包括以產品積分兌換的產品。

三次方業績組合：此詞用於三次方的威力團隊獎金。三次方業績組合由 500PV 以上的業績組成，該等業績應來自健康倡導者在每個獎金週期月份向其保薦人譜系下線第一代的健康倡導者和愛用會員銷售的 LRP 訂單，但不包含新人首購訂單和重啟訂單。三次方業績組合不包括以產品積分兌換的產品。

合格組織線：合格組織線是指在其介紹人的個別保薦人譜系下線中達到指定位階的入會者。白金以上位階的合格組織線也包括位階壓縮的合格組織線，允許白金以上位階的會員利用其保薦人譜系下線中最高位階的健康倡導者來滿足位階晉升條件，前提是這些健康倡導者需同時位於介紹人譜系。為了滿足介紹人的位階晉升條件，每條合格組織線必須位於介紹人的不同保薦人譜系下線中。

合格業績 (QV)：一位健康倡導者的個人業績 (PV)，以及其親自介紹的零售客戶在每個獎金週期月份的 PV。QV 不包括以產品積分兌換的產品。

零售客戶：零售客戶是擁有零售帳戶的人。因零售客戶訂單而獲得報酬的健康倡導者不會再因其他獎金和佣金而獲得額外報酬。

團隊成長業績 (TGV)：在每個獎金週期月份，銷售給特定的保薦人譜系代數當中，過去十二 (12) 個月新入會者或重新啟動會員的 PV 總和。入會者註冊當月或會員重新啟動當月的 PV 數額不計入 TGV 中。健康倡導者的新人入會月份將依公司在計算獎金當天的情況為準。TGV 不包括壓縮銷售業績或以產品積分兌換的產品。

B. 快速獎金

概述：快速獎金每週支付給介紹人，用於獎勵其新推薦的健康倡導者和愛用會員在前六十 (60) 天 購買的所有 CV (可計佣業績)。獎金支付給健康倡導者及愛用會員的第一代、第二代和第三代介紹人。第一代介紹人獲得百分之二十 (20%)，第二代介紹人獲得百分之十 (10%)，第三代介紹人獲得百分之五 (5%)。見圖 1。

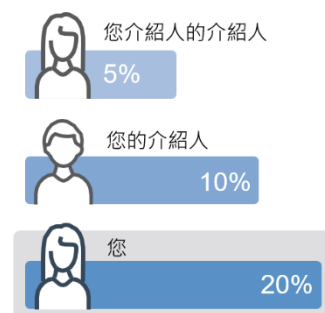


圖 1

要具備獲得快速獎金的資格，介紹人必須 (1) 在結算快速獎金前的每個獎金週期月份擁有 100QV（合格業績），且 (2) 參加忠誠顧客獎勵計畫（LRP 計畫）。介紹人未賺得的獎金不會被累計支付給別的介绍人。每週三計算上週（週一至週日）的獎金。這些銷售額不會產生太陽系獎金。

C. 三次方的威力團隊獎金

概述：三次方的威力團隊獎金（簡稱「三次方獎金」）每月支付給健康倡導者，金額分為 NT\$1,600、NT\$8,000、NT\$40,000 三種，健康倡導者也可額外獲得最多 NT\$4,000 元的激勵獎金。健康倡導者入會當月無法領取三次方獎金。以下是每項三次方獎金的必要領取條件。

第一層三次方獎金：在每個獎金週期月份，健康倡導者自己必須完成總計 100 PV 或以上的 LRP 訂單，並且擁有一個「三次方業績組合」，該業績組合中至少有 100 PV 的 LRP 訂單來自親自介紹入會的健康倡導者或愛用會員，才有資格獲得 NT\$1,600 元三次方獎金。

第二層三次方獎金：要有資格獲得 NT\$8,000 元三次方獎金，在每個獎金週期月份，健康倡導者必須達成菁英以上位階，且符合第一層三次方獎金的資格。接著，健康倡導者的第一代保薦人譜系下線中，應有三位健康倡導者底下各擁有一個「三次方業績組合」。健康倡導者得在其保薦人組織線中的其他健康倡導者未達到三次方獎金資格的情況下，仍有資格獲得第二層三次方獎金。

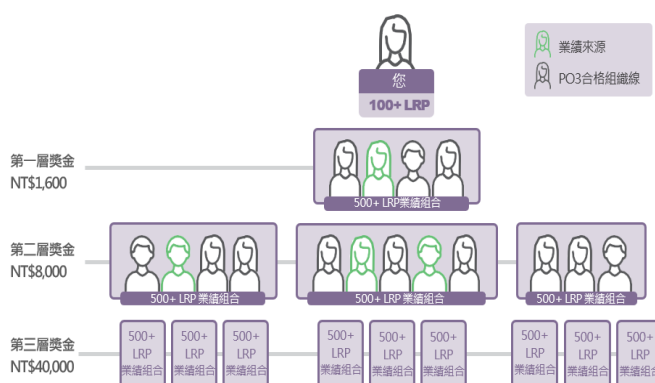


圖 2

第三層三次方獎金：要有資格獲得 NT\$40,000 元三次方獎金，在每個獎金

週期月份，健康倡導者必須先達成銀級以上位階，且符合第二層三次方獎金的資格。在其第一代保薦人譜系下線的三位健康倡導者，每人底下都擁有一個「三次方業績組合」，此三個業績組合中，再各自有三個健康倡導者，底下各擁有一個「三次方業績組合」。健康倡導者得在其保薦人組織線中的其他健康倡導者未達到三次方獎金資格的情況下，仍有資格獲得第三層三次方獎金。如果健康倡導者獲得第三層三次方獎金，且其組織每月的三次方獎金支付金額超過組織 CV（可計佣業績）的 15%，則健康倡導者當月須達成黃金以上位階才能獲得第三層三次方獎金。若健康倡導者未達到黃金以上位階，則健康倡導者最高僅能獲得第二層的三次方獎金。

三次方激勵獎金：健康倡導者每月可根據其最高的合格個人成長業績（PGV）賺取一次三次方激勵獎金。符合第一層三次方獎金領取資格且 PGV 達到 400 以上，可獲得 NT\$1,600 激勵獎金。符合第二層或第三層三次方獎金領取資格且 PGV 達到 800 以上，則可獲得 NT\$4,000 激勵獎金。激勵獎金不能累計，且每個健康倡導者帳號在每個獎金週期月份只允許獲得一次激勵獎金。

三次方獎金架構：若藍鑽以上位階的健康倡導者在獎金週期月份符合 NT\$40,000 元三次方獎金資格，他們將獲得從第二個三次方獎金架構領取獎金的資格。用來符合第一個三次方獎金架構資格的健康倡導者、愛用會員及相關業績額，不能重複用於第二個三次方獎金架構。

所有在 2024 年 12 月 31 日前曾經從多個三次方獎金架構獲得三次方獎金的健康倡導者，將有資格繼續從現存的額外架構的獎金層級中獲得獎金，但這些現存額外架構應符合新的三次方獎金資格要求。如果某個架構累計六 (6) 次未能達標，則該架構將不再有資格作為額外的三次方架構。

D. 太陽系組織獎金

太陽系組織獎金概述：太陽系組織獎金（簡稱「太陽系獎金」）每月支付給健康倡導者。太陽系獎金以健康倡導者所在組織的月度 CV（可計佣業績）計算，各月份的太陽系獎金取決於健康倡導者當月所達成的位階，每個月都必須滿足合格業績、位階及組織業績的要求。計入快速獎金的業績量不包含在太陽系獎金的業績量中。見圖 3。

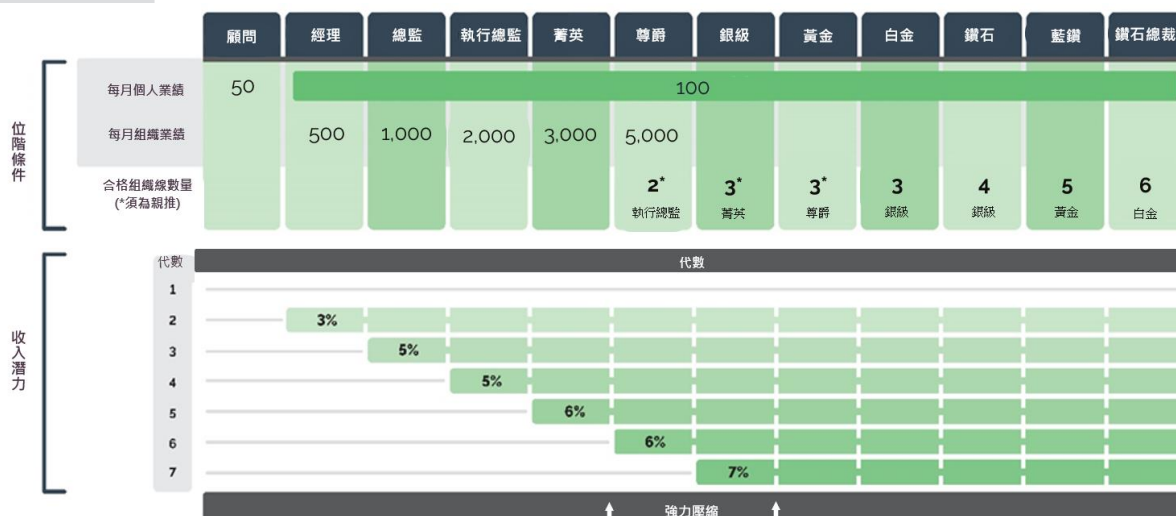


圖 3

達成位階：要達成位階，每個位階都有最低每月合格業績及組織業績的要求。例如，經理位階需要達成 100 QV（合格業績）及 500 OV（組織業績）。

位階及代數：每個位階對應於健康倡導者得從中獲得獎金的組織代數數量。見圖 3。例如，執行總監位階可從第二、三、四代獲得獎金。通常當健康倡導者晉升位階時，他就可以從所在組織中更深的代數獲得獎金，直到達成銀級位階。從銀級到鑽石總裁位階都有資格從第二至第七代獲得獎金。

支付給健康倡導者的獎金百分比也會因代數而不同。如圖 3 所示。起始的太陽系獎金比例為百分之三 (3%)，隨後逐代遞增，直至第七代的百分之七 (7%)。計算獎金時會累計各代數的獎金金額，例如：執行總監位階將能夠從第二代獲得百分之三 (3%) 的起始太陽系獎金，並從接下來兩代各獲得百分之五 (5%)。

要領取太陽系獎金最深兩代的完整獎金百分比，位階達到菁英、尊爵、銀級、黃金的健康倡導者必須在每個獎金週期月份達到以下必要的團隊成長業績 (TGV) 門檻：菁英的前三 (3) 代保薦人譜系下線必須達到至少 300TGV 業績，且其中 100PV 須來自親自介紹的健康倡導者或愛用會員；尊爵的前四 (4) 代保薦人譜系下線必須達到至少 400TGV 業績；銀級的前五 (5) 代保薦人譜系下線必須達到至少 500TGV 業績；黃金的前六 (6) 代保薦人譜系下線必須達到至少 600TGV 業績。

合格組織線及位階頭銜：要達到特定位階，健康倡導者需在不同的保薦人譜系下線中分別擁有合格組織線。見圖 3。例如，一個健康倡導者想要達到銀級位階，他需要在不同的保薦人譜系下線中分別有三個親自介紹的菁英合格組織線。見圖 3。白金以上位階的健康倡導者被允許利用在不同的保薦人下線組織中親自介紹的合格組織線，或利用位階壓縮的合格組織線。白金以上位階的會員得藉由位階壓縮的合格組織線，利用其保薦人譜系下線中最高位階的健康倡導者來滿足晉升條件，前提是這些健康倡導者需同時位於介紹人譜系。

壓縮：dōTERRA® 銷售獎勵計畫通過壓縮的方式使健康倡導者的收入最大化。當某健康倡導者的位階資格不足以領取與更高位階相關的獎金時，獎金將會向上累積，並支付給更高位階的合格健康倡導者，但不包括菁英至黃金位階的會員因為不符合領取最深兩代太陽系獎金資格而未領取之獎金。

E. 分紅獎金 – 一種基於領導能力的獎金

分紅獎金概述：分紅獎金按月賺取和支付給尊爵以上位階的健康倡導者。分紅獎金合計為多特瑞公司銷售業績 (DCV) 的百分之五 (5%) – 包含全球新領袖基金 (1.5%)、領袖基金 (2%) 以及業績基金 (1.5%)。見圖 4。健康倡導者在特定月份達到位階及各獎金池的指定條件，就有資格從獎金池獲得分紅獎金。一份分紅獎金的月度金額等於指定獎金池的百分比 (1.5%、1.5% 或 2%) 乘以當月的多特瑞公司銷售業績 (DCV)，再除以當月健康倡導者符合資格可獲得的分紅總份數。

支付位階	尊爵	銀級	黃金	白金			
		領袖基金					
可能獲得份數		1	5	10			
*業績成長要求		—	—	—			
全球總業績占比		2%			鑽石	藍鑽	鑽石總裁
	全球新領袖基金			業績基金			
可能獲得份數	1	1	2	1 3	3 4	3 6	3 8
*業績成長要求	介紹一位100PV入會新人領取1份			4,000	6,000	12,000	18,000
全球總業績占比	1.50%			1.50%			

圖 4

全球新領袖基金的份數：合格尊爵、銀級或黃金位階的健康倡導者在當月介紹一位新入會的健康倡導者或愛用會員且其購買 100 PV 以上業績，將可獲得一份全球新領袖基金分紅。黃金位階的健康倡導者若在同月份額外介紹一位新入會的健康倡導者或愛用會員且其購買 100 PV 以上業績，將可再獲得第二份全球新領袖基金分紅。獎金份數不得累計到下一個位階。一份分紅獎金的月度金額等於指定獎金池的百分比 (1.5%) 乘以當月的多特瑞公司銷售業績 (DCV)，再除以當月健康倡導者符合資格可獲得的分紅總份數。

領袖基金的份數：每一位銀級健康倡導者會獲得一份領袖基金分紅。每一位黃金健康倡導者會獲得五份領袖基金分紅。最後，每一位白金健康倡導者會獲得十份領袖基金分紅。如果某位下線第一次達成菁英位階，作為介紹人的健康倡導者該月可以額外獲得一份分紅獎金。獎金份數不得累計到下一個位階。例如，從銀級晉升到黃金的健康倡導者可獲得五份分紅獎金，而不是銀級的一份再加上黃金的五份。一份分紅獎金的月度金額等於指定獎金池的百分比 (2%) 乘以當月的多特瑞公司銷售業績 (DCV)，再除以當月健康倡導者符合資格可獲得的分紅總份數。

業績基金的份數：每一位白金健康倡導者會獲得一份業績基金分紅。每一位鑽石、藍鑽、鑽石總裁健康倡導者會獲得三份業績基金分紅。如果某位下線第一次達成尊爵位階，作為介紹人的健康倡導者該月可以額外獲得兩份分紅獎金。每個獎金週期月份，當健康倡導者在前七 (7) 代保薦人譜系下線達成適用的團隊成長業績 (TGV) 門檻時，可獲得額外的業績基金分紅份數。當白金達成至少 4,000 TGV 時，可額外獲得兩 (2) 份分紅。在 2026 年 1 月 1 日前，在沒有達成最低 TGV 的情況下，鑽石仍可額外獲得一 (1) 份分紅，藍鑽可額外獲得三 (3) 份分紅，鑽石總裁可額外獲得五 (5) 份分紅。但在那之後，鑽石的一 (1) 份額外分紅需要達成至少 6,000 TGV，藍鑽的三 (3) 份額外分紅需要達成至少 12,000 TGV，鑽石總裁的五 (5) 份額外分紅需要達成至少 18,000 TGV。適用的 TGV 門檻將定期更新並公布於 www.doterra.com。獎金份數不得累計到下一個位階。一份分紅獎金的月度金額等於指定獎金池的百分比 (1.5%) 乘以當月的多特瑞公司銷售業績 (DCV)，再除以當月健康倡導者符合資格可獲得的分紅總份數。

F. 鑽石基金 – 一種基於領導能力的獎金

鑽石基金概述：鑽石基金的機制類似於分紅獎金。獎金按月賺取及支付。鑽石基金是在業績基金的份數之外另行支付的。同分紅獎金一樣，獎金份數不得累計到下一個位階。一份分紅獎金的月度金額等於指定獎金池的百分比 (1%) 乘以當月的多特瑞公司銷售業績 (DCV)，再除以當月健康倡導者符合資格可獲得的分紅總份數。見圖 5。

鑽石基金的份數：

每一份鑽石基金、藍鑽基金和鑽石總裁基金均分別等於每個獎金週期月份多特瑞公司銷售業績

位階	鑽石	藍鑽	鑽石總裁
	鑽石基金	藍鑽基金	鑽石總裁基金
可能獲得份數	2 4	2 4	2 4
團隊成長業績(TGV)	6,000	12,000	18,000
DCV占比%	1%	1%	1%

圖 5

(DCV) 的百分之一 (1%)。見圖 5。每戶合格的鑽石、藍鑽及鑽石總裁在每個獎金週期月份可獲得兩 (2) 份獎金。每個獎金週期月份，當鑽石、藍鑽及鑽石總裁在前七 (7) 代保薦人譜系下線中達成適用的團隊成長業績 (TGV) 門檻時，可獲得額外兩 (2) 份分紅份數。鑽石的 TGV 門檻是 6,000，藍鑽的 TGV 門檻是 12,000，鑽石總裁的 TGV 門檻是 18,000。適用的 TGV 門檻將定期更新並公布於 www.doterra.com。

鑽石基金的一次性額外份數：鑽石總裁、藍鑽及鑽石健康倡導者得依照下列條件獲得額外份數：如果某位健康倡導者第一次達成銀級位階，且是由鑽石總裁親自介紹入會，該鑽石總裁該月可一次性獲得一份額外的鑽石總裁基金分紅。如果某位健康倡導者第一次達成尊爵位階，且是由鑽石或藍鑽親自介紹入會，該鑽石或藍鑽該月可一次性獲得一份額外的鑽石基金或藍鑽基金分紅。

G. 創始人獎金 – 一種基於市場開拓的獎金

概述：為了獎勵在新的本地市場開展業務的健康倡導者，dōTERRA® 會根據市場拓展情況提供創始人獎金。創始人獎金按年支付。創始人是指在本地市場中預先決定好數量的健康倡導者之一，他們是最先達到並持續滿足公司為該市場設定之特定條件的成員。創始人將與其他創始人分享基於本地市場銷售量一定百分比的獎金。

資格：每個市場的資格條件公佈在 dōTERRA.com 本地市場網站的特定欄位。除非另有規定，否則每次資格期間為 12 個月。健康倡導者一旦達成創始人的位置，必須每年在不適用位階壓縮的情況下達到預先為該 12 個月期限設定的條件從而維持創始人資格。公司在下一個資格期間開始之前會就資格要求的變化發佈通知。

如果創始人不能再次符合資格或因其他原因失去創始人資格，該創始人或其他健康倡導者不再有機會獲得該創始人的位置，該創始人之位置將不復存在。如果合格創始人的實際數量發生變化，利益分享百分比仍舊不變。創始人之位置專屬於最初符合資格的健康倡導者，該位置不可被讓渡、轉讓、贈與或出售給其他健康倡導者或個人，並且不會延續到個別創始人去世之後。不是所有市場都設有創始人。

公司保留權利在適當通知並經相關機關核准後，酌情提供額外的創始人獎金，每個版本的獎金將對應於本地市場銷售額的指定銷售區塊，並從中支付。

H. 忠誠顧客獎勵計畫

概述：健康倡導者及愛用會員可通過參加忠誠顧客獎勵計畫（簡稱「LRP 計畫」）確保按月收到 dōTERRA® 發出的產品。LRP 計畫避免了每個月人工下單的不便。

贏得產品積分：健康倡導者或愛用會員的首次忠誠顧客獎勵計畫訂單（簡稱「LRP 訂單」）得有資格獲得產品積分，而後續每個月至少 50PV 以上的 LRP 訂單每月也有資格獲得產品積分。

兌換產品積分：健康倡導者或愛用會員在參加 LRP 計畫 60 天後，可用產品積分兌換完整 PV 數的產品。LRP 計畫產品積分可自積分產生之日起 12 個月內兌換，在此之後積分過期。每次兌換產品需支付手續費 NT\$100，兌換電話：(04)2210-7105。以 LRP 計畫產品積分兌換的產品不得轉售，也不得退貨。如果產品被退回，公司有權從未來可能授予的產品積分中扣除並追回用於購買退回產品的積分數額。兌換訂單不計入個人業績，也不可與其他產品訂單合併。產品積分不提供現金兌換，且不得轉讓。所有產品積分在取消參加 LRP 計畫時將一併被取消。健康倡導者初次的 LRP 訂單只能通過書面申請才能取消，其後的 LRP 訂單可從網路上取消。

代表他人行事：未經參加 LRP 計畫的健康倡導者或愛用會員書面同意，其他健康倡導者不得代表該健康倡導者或愛用會員設定 LRP 訂單，且該書面同意必須在訂單設定前提交給公司備案。此類訂單必須由參加 LRP 計畫的健康倡導者或愛用會員付款，且產品將被運送到參加 LRP 計畫者帳戶上的主要地址。

I. 關於獎金之其他一般性規定

鑽石總裁的複數帳號：鑽石總裁可以在他們的主要鑽石總裁帳號（簡稱「PD1 帳號」）底下開設另一個額外帳號，稱為複數帳號 1（簡稱「M1 帳號」）。擁有六條穩固下線組織的鑽石總裁，可以在 M1 帳號底下增加新的下線，並因為這些下線創造的新業績而獲得額外的太陽系獎金，使他們有機會觸及 PD1 帳號 8 代以下的業績。

健康倡導者達到鑽石總裁位階後即可開設 M1 帳號。在 PD1 帳號達成鑽石總裁位階的月份，M1 帳號就有領取獎金的資格。若 PD1 帳號某個月未達到鑽石總裁位階，當月 M1 帳號將無資格享有任何獎金。M1 帳號本身不能是 PD1 帳號的六條合格組織線之一。M1 帳號不得透過位階壓縮使用與主帳號重複的合格組織線來達成資格。然而，若 PD1 帳號的六條合格組織線中，有其中一條在某個月未達到白金位階，則 PD1 帳號可利用 M1 帳號親自介紹的其中一條白金位階合格組織線，達到鑽石總裁位階，但前提是由 M1 帳號底下的合格組織線，而非 M1 帳號本身，達到白金位階。於此情況下，M1 帳號當月將不被允許重複利用該條白金合格組織線。

M1 帳號一旦開設，只要鑽石總裁位階的健康倡導者親自介紹的第一代下線尚未達到白金以上位階，他可選擇將該帳號從 PD1 帳號移動到 M1 帳號。這些下線帳號不能相互堆疊，組織架構亦不能更改，但得將他們依照現有架構自 PD1 帳號的第一代移至 M1 帳號的第一代。

當 M1 帳號本身達到鑽石總裁級位階時，公司將准許建立額外的複數帳號 2（簡稱「M2 帳號」），作為 M1 帳號的第一代帳戶，使健康倡導者有三個帳戶可從其所創造之最新業績量中獲得收入，還可讓他們自其原本鑽石總裁帳戶 9 代以下的業績中受益。只要必要的白金合格組織線本身符合上述條件，上述複數帳戶之效益就能持續下去。

特別或促銷性的獎金或獎勵

健康倡導者及愛用會員不時會收到特別或促銷性的獎金或獎勵。為此目的提供的產品可能計入也可能不計入個人業績，健康倡導者可能不會因購買這些產品獲得獎金。有關詳情將會公佈在 doterra.com.tw 網站上。

不得僅因介紹其他人加入而獲得獎金。健康倡導者的收入來自產品銷售，健康倡導者不會僅因介紹或推薦其他健康倡導者而獲得獎金。

不保證收入。與從事其他銷售工作一樣，各健康倡導者在收入上差異懸殊。成為健康倡導者的所需成本很低，人們出於各不相同的原因成為健康倡導者。許多僅僅是為了以批發價享受公司產品的人成為了愛用會員，但他們也可以註冊為健康倡導者。有些人加入是希望提高自己的能力或體驗由自己經營事業。另外有些人成為健康倡導者，但由於各種原因而未曾向公司購買產品。因此很多健康倡導者從未有資格領取獎金及佣金。公司既不保證健康倡導者能獲取特定的收入，也不保證其能實現任何程度的獲利或成功。健康倡導者的獲利和成功完全取決於出色的產品銷售及其所在組織內其他健康倡導者的銷售業績。所有成功主要係基於每位健康倡導者所付出的努力。

努力。要實現有意義的收入，健康倡導者需要付出相當的時間、努力和承諾。這不是一個能迅速致富的途徑，公司亦無法保證財務上的成功。

計入獎金計算期間。任何人必須在獎金計算期間的最後一天之前被批准為正式的健康倡導者，始能參加該期間之獎金及資格計算。沒有經許可的例外情況，只有在該獎金期間最後一天前完成產品銷售且公司收到付款，才能有資格獲得該期間的獎金及位階。

獎金支付的先決條件。健康倡導者只有在充分履行了 dōTERRA® 銷售獎勵計畫規定的全部條件、且未違反合約規定的任何主要義務時，才能獲得獎金或佣金。為了提倡良好的商業行為，健康倡導者同意所有獎金或佣金均可接受公司稽核。

為便於追回因產品退貨和 / 或稽核所導致之分紅獎金及鑽石基金的超額支付與特例情況，公司被允許估算超額支付的金額，並從每月分紅獎金和鑽石基金付款中預扣上述估算金額。公司將定期校正分紅獎金及鑽石基金的支付情況，從預扣資金和 / 或未來之分紅獎金及鑽石基金付款中追回實際超額支付的款項。若持有的資金在支付後一年內超過超額支付金額，公司將定期從持有資金中校正分紅獎金及鑽石基金的支付。

獎金及佣金支付。獎金或佣金將支付給健康倡導者協議書 (WAA) 上的主要申請人。

集中組織線：如果健康倡導者組織中某條下線的業績量超過該健康倡導者組織總銷售額的百分之八十 (80%)，該健康倡導者之位階若是菁英，其全部的太陽系獎金總額不得超過 US\$2,000；若是尊爵不得超過 US\$5,000；若是銀級不得超過 US\$11,000；若是黃金不得超過 US\$18,000。白金以上位階的太陽系獎金則不封頂。獎金採用浮動匯率換算成新台幣，當匯率調整時，依公司當月公告適用的匯率為準。

兌換公司信用額。如果公司信用額是針對已訂購但當月未供應的產品所發行，則這些產品的個人業績只能在兌換信用額當月計入獎金、佣金和位階資格的計算。

有責任保存文件。獲得獎金或佣金的每位健康倡導者，同意保存得證明該獎金月份內進行之產品銷售和服務情況的文件，至少保存 6 年。如公司提出要求，健康倡導者同意向公司提

供相應的文件，未能提供文件即構成違約，公司有權追回未能提供銷售文件的月份內，公司為訂單所支付的任何獎金或佣金。

獎金及佣金的追回。除了契約中另行規定的任何追回權利外，公司保留追回因產品而支付給健康倡導者之任何獎金或佣金的權利：

- a. 根據公司的退貨政策退回的產品；
- b. 根據適用的法律退回公司的產品；
- c. 由於健康倡導者的不當行為退回的產品，不當行為包括但不限於任何涉及產品或服務的提供或銷售、或關於 dōTERRA® 銷售獎勵計畫機會之誤導性或未經許可之陳述；或
- d. 購買數量不合理地超過在合理的時間內預計可轉售和 / 或耗用的數量。

追回已發放的獎金及佣金。如出現本章節描述之追回獎金及佣金的情況，公司得自行酌情裁量要求涉事的健康倡導者直接支付追回的獎金，或從當前或今後的獎金和佣金中抵銷應追回的部分。

退回獎金及支票的費用。有時健康倡導者可能要求公司補發遺失的獎金或佣金，公司得為補發遺失款項而酌收費用。此外，公司得自行酌情裁量並決定要求金融機構停止支付原始的（遺失的）支票或款項，且健康倡導者須向公司支付因此發生的止付費用。

無人領取之資金。未及時（根據相關法律）兌現支票、或因其他原因未能受領公司支付之獎金或佣金的健康倡導者，授權公司在法律允許的範圍內收取休眠費、利息、手續費和文件費用。每份寄給健康倡導者的文件或通知的文件費用不得超過 US\$25，且在十二個月之期間內，休眠費、利息、手續費和文件費用之總額不得超過 US\$50。

第 11 條． 關於產品的聲明

A. **食品和藥品管理標準。**許多產品屬於受中華民國海關和衛生福利部監管的營養保健品和化妝品。中華民國海關和衛生福利部監督管理多數 dōTERRA® 產品的生產和銷售，確保其安全性，並使民眾對產品有正確的認識。此外，dōTERRA® 還需遵守相關的標籤和包裝標準。

B. **允許的產品聲明。**健康倡導者可以介紹說 dōTERRA® 產品是安全的，可用來：

- 1. 特別配方以改善健康狀況；和
- 2. 有助於改進個人的外貌。

C. **美國食品藥物管理局免責聲明。**在介紹 dōTERRA® 產品功能時，健康倡導者應引用 dōTERRA® 產品標籤上美國食品藥品管理局的聲明：「以上陳述未經美國食品藥品管理局認證。本產品並無診斷、醫治、治療或預防疾病的效果。」

D. **不得做關於療效或藥用作用的聲明。**健康倡導者不可以宣稱產品具有醫學療效，也不

可以推薦任何特定產品用以治療任何特定疾病，此類陳述暗示產品為藥品，而不是營養補充劑或化妝品。任何情況下不得將 dōTERRA® 產品描述為可治療特定疾病的藥品。

- E. **披露。**如使用博客或其他方式推廣 dōTERRA® 或 dōTERRA® 產品，健康倡導者必須披露以下事實：其是 dōTERRA® 公司健康倡導者，並從 dōTERRA® 領取獎金和佣金。

第 12 條． 宣傳和使用公司的智慧財產權

- A. **dōTERRA® 智慧財產權。**dōTERRA® 智慧財產權（包括其商標、服務標章、商品名、商業外觀及出版物的內容）屬於寶貴的資產。通過使用 dōTERRA® 智慧財產權，健康倡導者同意並確認 dōTERRA® 智慧財產權存在巨大價值及商譽，並確認公司享有對該等產權的所有權利且與該等產權有關的商譽僅屬於公司。並且，健康倡導者還確認，該等智慧財產權在公眾心目中具有引申含義。智慧財產權受中華民國及國際版權和商標法律及其他專有權利保護。上述權利無論以何種形式（包括當前現有或今後開發的媒體和技術）呈現均受保護。

公司批准銷售工具及其官方網站上的內容（包括文本、繪圖、標識、音訊剪輯、音樂、歌詞、視頻、圖片、軟體）及其他資訊均屬於 dōTERRA® 和 / 或其關聯公司或合作夥伴的財產，或是由協力廠商許可 dōTERRA® 使用的。鑒於 dōTERRA® 並未擁有所有該等內容，dōTERRA® 將不會許可健康倡導者使用其未擁有的內容。因此，在使用 dōTERRA® 智慧財產權和內容時，健康倡導者同意僅使用本政策手冊中明確限定和同意的允許內容。

B. 定義。

1. **服裝：**服裝包括 T 恤、帽子及其他衣物。
2. **允許內容：**允許內容僅指在網站 www.doterratools.com 上提到或發佈的，與健康倡導者行銷產品或招募其他健康倡導者所在本地市場有關的內容。
3. **電影媒體：**傳播新聞、文娛節目、教育、資料或推廣資訊所用的直播或記錄電子頻道，包括廣播和窄頻廣播媒體，如電視、無線電廣播、電影及音訊或視頻。電影媒體不包括基於電腦和電話的媒體。
4. **公司批准銷售工具：**經批准用於公司書面指定的具體本地市場的行銷材料。
5. **公司自產銷售工具：**公司自產銷售工具指由公司製作並分發的用於公司書面指定的具體本地市場的行銷材料。
6. **基於電腦和電話的媒體：**通過基於電腦的系統進行的內容傳輸，該等系統包括但不限於電郵、博客、社交媒體或網站傳輸；以及基於電話或手機的傳輸。
7. **內容：**內容指在公司自產銷售工具及網站 www.doterra.com 中找到的任何文本、繪圖、

標識、音訊剪輯、視頻、圖片、軟體或 dōTERRA® 智慧財產權。

8. **dōTERRA® 智慧財產權：**dōTERRA® 智慧財產權指 dōTERRA® Holdings, LLC 或任一關聯公司聲稱擁有或聲稱有權使用的所有智慧財產權，包括但不限於商標、商品名、服務商標及其出版物的內容，且無論其是否在有關政府機關進行註冊。
9. **具體媒體指南：**具體媒體指南指具體本地市場指南，其針對特定媒體格式規定了允許內容的使用標準。必須遵循具體媒體指南並在網站 www.doterratools.com 上對其進行發佈。
10. **商品：**具有 dōTERRA® 智慧財產權的任何項目，但不包括服裝、電影媒體、公司批准銷售工具、公司自產銷售工具、基於電腦和電話的媒體。
11. **銷售工具：**提供或銷售公司產品、招募潛在健康倡導者或培訓健康倡導者時使用的任何材料（無論是印刷品還是以電子形式為載體），且該等材料提及了公司、公司產品、銷售獎勵計畫或 dōTERRA® 智慧財產權。
12. **社交媒體：**利用基於網路的技術以及移動技術使通訊成為互動對話。

C. 允許的用途。

1. 在受使用條件限制的前提下，允許健康倡導者在以下情況下使用允許內容。
 - a. 產生及使用銷售工具。
 - b. 產生及使用基於電腦或電話的媒體。
2. 在受使用條件限制的前提下，經公司書面批准後，允許健康倡導者在以下情況下使用允許內容：服裝，以健康倡導者名義使用；用於建築物和標誌上；商品，且用於任何未分類的目的。

D. 使用條件。允許內容的允許的用途以如下條件為前提：

1. **品牌指南和具體媒體指南。**允許內容僅可按照僅在 dōTERRA® 網站有關允許內容的網頁上找到的，針對健康倡導者經營所在具體本地市場規定的品牌指南和具體媒體指南予使用。
2. **語境及如實陳述。**健康倡導者不得通過利用修飾語、附加措辭或其他內容在使用允許內容時斷章取義，或推斷出允許內容明確規定含義之外的含義。所有內容必須是真實及準確的。
3. **與 dōTERRA® 產品有關的主張和聲明。**健康倡導者不得使用且 dōTERRA® 不支持使

用違反中華民國法律、政府規章和指南（包括由公平交易委員會、衛生福利部、行政院消費者委員會及其他監管機構頒佈的規章和指南）的任何內容（參見第 11 條）。

4. **變體、滑稽模仿詞或縮略語。**健康倡導者不得為任何目的使用允許內容的變體，包括同音詞、外文對等詞、滑稽模仿詞或縮略語。以下為不被接受的變體範例：「多特」或「多特蕾」。
5. **標語和品牌口號。**健康倡導者不得以任何方式對公司的標語或品牌口號增減詞語或修訂該等標語或品牌口號。例如：將「大地的禮物（Gift of the Earth）」改為「來自大地的禮物（Gift from the Earth）」或「人間的禮物（Earthly Gift）」。
6. **譏謗性或冒犯性使用。**健康倡導者不得以造成譏謗、冒犯或傷害的方式使用允許內容。
7. **最佳方式。**必須採用有利於公司及其產品榮譽的方式或語境以最佳方法展現所有允許內容。
8. **認可或贊助協力廠商。**健康倡導者對允許內容的使用不得暗示公司與任何協力廠商產品或服務或任何政治動因或問題存在關聯，或公司認可、贊助或支援任何協力廠商產品或服務或任何政治原因或問題。
9. **用於基於電腦或電話的媒體。**以下內容適用於基於電腦和電話的媒體。
 - a. **抬頭和標題。**名稱「dōTERRA®」不得用於基於電腦或電話的媒體的任何標題、小標題或抬頭，除非在該等標題或抬頭的同一行或下一行置有「健康倡導者」字樣。「健康倡導者」的字體大小至少是該等標題、小標題或抬頭字體大小的一半，且其顏色和字體應和該等標題或抬頭同等顯著。
 - b. **免責聲明。**每一基於電腦或電話的媒體應清晰註明其作者並非 dōTERRA® 或其任何關聯公司以及網站所有人承擔與內容有關的所有責任。
 - c. **網域名稱。**未經公司明確書面同意（由公司自行酌情決定是否給予同意），健康倡導者不得將 dōTERRA® 智慧財產權用於網域名稱。進行該等使用還必須與公司簽署一份書面使用協定。不被接受的使用範例：「dōTERRA.com」、「dōTERRAcompany.com」或「dōTERRAcorporate.com」等。健康倡導者應諮詢其本地市場的具體媒體指南。
 - d. **網址。**所有電腦網路網址必須含有「健康倡導者」的字樣。
 - e. **隱私政策規定。**健康倡導者必須實行書面隱私政策，以保護從網站收集的任何資訊不被任何人出售或使用。
 - f. **禁止散佈垃圾郵件。**健康倡導者不得散佈垃圾電子郵件。垃圾電子郵件包括但不限於下列各項：（1）從健康倡導者帳戶向線上使用者發送其未主動索取的含有任何電郵位址

或網址的電郵資訊；（2）在和健康倡導者的產品無關的新聞群組張貼含有健康倡導者服務位址的資訊；（3）在電郵或張貼有健康倡導者服務位址的新聞群組中捏造不實的「資訊來源」，造成資訊來自公司或其健康倡導者網路的印象；（4）向不屬於健康倡導者組織或健康倡導者先前未曾與其建立商業或個人關係的人群發送其未主動索取的電郵或傳真。所有有關公司的電郵傳播只能發給健康倡導者組織中的健康倡導者。電郵不得含有任何不實陳述、收入保證或他人證明。

10. **適當使用商標。** 健康倡導者必須按如下規定適當使用允許的智慧財產權：商標做為形容詞修飾名詞；名詞為產品或服務的一般名稱。商標用作形容詞時不得採用複數或所有格形式。

11. **在中華民國境內使用允許內容。** 在將僅於中華民國散發的通訊上，在首次出現 dōTERRA® 智慧財產權處，健康倡導者必須使用適當的商標或版權符號（TM、SM、® 或 ©）。

a. 健康倡導者必須參照並使用商標或版權的正確拼寫，並參照並使用商標採用的通用術語。一般而言，符號出現在商標右肩處，但也可能存在例外情形。

b. 健康倡導者必須在健康倡導者的銷售工具、個人網站或社會媒體的版權通知部分註明 dōTERRA® 的允許內容歸 dōTERRA® 所有。就商標而言，以下為正確格式：

_____ 是 dōTERRA® Holdings, LLC 的註冊商標
_____ 是 dōTERRA® Holdings, LLC 的商標

12. **在中華民國境外使用允許內容：**

a. 健康倡導者不得在將在中華民國境外分發的產品宣傳上使用商標符號。

b. 可以使用下述任何一種國際版權通知：

_____ 是 dōTERRA® Holdings, LLC 在美國和其他國家註冊的商標。
_____ 是 dōTERRA® Holdings, LLC 的商標。

E. 權利確認及保護

1. **權利確認。** 健康倡導者同意所有允許內容歸 dōTERRA® Holdings, LLC 獨家所有，或者被許可給 dōTERRA® Holdings, LLC。除了契約授予的在契約期限內的有限權利外，健康倡導者確認，公司特此為所有目的保留對智慧財產權所享有的所有法定權利、實益所有權和所有權利以及與之有關的全部智慧財產權。健康倡導者同意在公司要求時協助公司保護公司對智慧財產權享有的權利。

2. **同意保護。** 健康倡導者同意在必要範圍內協助公司獲得對允許內容進行的任何保護或者

同意保護公司對允許內容享有的任何權利。

3. **轉讓。**健康倡導者同意契約中的任何規定不應被解釋為向健康倡導者轉讓或授予了允許內容的任何權利、所有權或權益。各方理解與之有關的所有權利均由公司保留，但契約中明確規定的允許內容的使用權除外。健康倡導者同意，在契約終止或到期時，健康倡導者將被視為已向公司授予、轉讓及出讓了根據本政策手冊中包含的任何規定健康倡導者已經獲得的或者健康倡導者已經被授予的 dōTERRA® 智慧財產權的任何商標權、產權、商譽、所有權或者其他權利，而且健康倡導者將簽署公司要求的任何文件以完成或確認以上各項。除了契約中的互相承諾和對價，任何該等授予、轉讓或出讓應沒有其他對價。

4. **終止。**

a. 健康倡導者不得終止本第 12 條授予給公司的權利。

b. 如果健康倡導者從事以下任何事宜，公司可在不發出通知的情況下立刻終止本第 12 條授予的健康倡導者的權利，而且不提供補救機會：

(a) 提交破產申請或者利用任何破產法的申請；

(b) 進行了任何不誠實的行為；

(c) 未能或者拒絕履行本契約或者健康倡導者和公司或其關聯公司達成的其他協議下的任何其他義務；

(d) 做出有關取得本政策手冊中授予的權利的任何不實陳述，或者從事對公司或者公司業務的運營和聲譽有不利影響的行為；或者

(e) 被判犯有可被起訴的刑事犯罪或者進行了與契約有關的任何其他犯罪行為。

c. 如果因任何原因終止本許可，健康倡導者應立即停止使用所有允許內容並且此後不應使用與之類似的任何智慧財產權、標識或商品名。根據本第 12 條規定終止許可不會影響公司另行針對健康倡導者可以享有的任何權利。

5. **權利是個人的。**本條項下的權利和義務對於健康倡導者而言是個人的，而且未經公司書面同意（公司可自行酌情決定授予或拒絕該等同意），該等權利和義務不應由健康倡導者或者通過法律手段進行轉讓、抵押、再許可或者另行設立產權負擔。

6. **救濟。**每一位健康倡導者確認並同意遵守本第 12 條規定對於保護公司的商譽和其他專有權益是必要的。因此，健康倡導者同意如果違反本第 12 條：

a. 公司應有權獲得禁制令救濟和 / 或特定履行；

b. 健康倡導者不得以存在普通法方面的充分救濟為由反對該等救濟；以及

c. 健康倡導者進一步約定並同意：（1）對本規則的任何違反將給公司帶來直接且不可彌補的損害，（2）對公司造成的損害超出健康倡導者獲得的任何利益，（3）以及除任何其他可獲得的救濟外，公司應有權獲得直接、臨時、初步和永久的禁制令救濟，且該等救濟不附帶任何義務，以及（4）該等禁制令救濟可將本限制規定的終止後期限延長一（1）年，起算日期為對本條規定的最後一次違反之日。本條規定在契約終止後繼續有效。本條中無任何內容表示放棄公司針對使用其保密資訊或任何其他違反契約的行為可獲得的任何其他權利和救濟。

F. 其他廣告規定

1. 健康倡導者不得以「dōTERRA®」名義接聽電話或者暗示其代表公司或者其不僅僅是健康倡導者。
2. 任何廣告不得暗示 dōTERRA® 可提供工作機會或職位。
3. 不得承諾特定收入。
4. 所有媒體詢問必須被立即提交給公司市場通訊總監處理。
5. 未經公司授權管理人員事先書面批准，不得就契約向新聞媒體或者一般公眾做出新聞發布。
6. 經要求時，任何銷售工具或者健康倡導者準備的、責成他人準備的或者分發的，同時包含任何 dōTERRA® 智慧財產權或內容的其他素材必須立即提供給公司。健康倡導者必須保留一份其分發的所有銷售工具或其他廣告材料，保留期限為最後一次分發之日起 7 年。
7. 健康倡導者同意，在法律允許之最大限度內，解除並免除公司及其繼承人、受讓人、雇員和代理承擔因為或由於創造及使用他人或公司的智慧財產權所產生的任何及所有責任、金錢賠償、索賠和 / 或要求，包括因誹謗或虛假陳述提出的任何索賠。

第 13 條． 零售店、服務場所銷售與商展政策

- A. **零售店政策。**經公司書面批准，健康倡導者可通過零售店銷售商品和 / 或宣傳 dōTERRA® 業務機會，如健康食品店、雜貨店以及其他類似場所，但公司自行決定認為其規模足以被視為是國家級的、地域性的或全國性的連鎖店的店面或場所除外。
- B. **線上銷售。**健康倡導者不得透過拍賣網站或網路商城銷售 dōTERRA® 產品，包括但不限於沃爾瑪（威名百貨）網站（Walmart.com）、淘寶網（Taobao.com）、阿里巴巴（Alibaba）、天貓（Tmal.com）、騰訊（Tencent）、Yahoo!、eBay 或 Amazon 等網站。健康倡導者確認公司可實施線上銷售與促銷政策。健康倡導者得透過公司複製

網站及公司核可網站銷售 dōTERRA® 產品。成套產品或套裝產品拆分出來的散裝產品不得於線上銷售。

- C. **服務場所。**健康倡導者可通過提供與產品有關的服務場所銷售產品。例如，可通過醫生和其他醫療保健專家的辦公地點、保健俱樂部、水療院和健身房出售 dōTERRA® 產品。
- D. **適宜性。**公司保留某場所是否適宜做為出售產品的場所自行做出最終決定的權利。公司在某特殊情況下授予許可並未放棄其在任何及所有其他情況下執行本政策的權利。
- E. **商展政策。**如果健康倡導者想要在有關商展上展示、宣傳及銷售 dōTERRA® 產品和機會，健康倡導者可在商展或展會（「展會」）上租用展位或舉辦展覽，但需取得公司對展會做出的書面批准而且健康倡導者需遵守以下規定：

1. 填寫並向公司提交活動提案表。
2. 為了獲得展位及取得排他權，公司必須在舉辦展覽前至少四周收到請求准許參加的表格。公司保留每次展覽僅允許有一個參展單位代表公司和產品的權利。在商展參展單位上僅可提供 dōTERRA® 產品和 / 或機會。僅可展示或分發 dōTERRA® 製作的推廣資料。必須購買公司製作的健康倡導者橫幅並將之展示在展位上。公司可自行決定授予排他權。
3. 健康倡導者不得在任何形式的廣告或宣傳資料上提及 dōTERRA® 以暗示 dōTERRA® 是展會的參展單位。相反，任何經公司批准的廣告或宣傳資料必須明確說明健康倡導者是 dōTERRA® 的健康倡導者，包括展會主辦方編制的任何地圖或清單。
4. 健康倡導者不得做出任何類別有關收入的陳述。
5. 除健康倡導者可能參與的 dōTERRA® 業務外，健康倡導者不得利用展會推廣任何產品、服務或業務機會。
6. 在展會期間，健康倡導者自身必須遵守政策手冊而且對下列事項負責：(i) 展會期間在展位工作的每個人的行為，(ii) 展會上分發的所有資料，以及 (iii) 參展的所有其他事宜。
7. 除了政策手冊中規定的其他救濟外，公司有權因參展過程中違反政策的任何行為而拒絕再次參展。

第 14 條． 國際業務

- A. **未開放市場中允許的活動。**在開放本地市場正式開放前，經允許健康倡導者在未開放本地市場中的活動僅限於提供名片以及開展、組織或者參加會議。任何該等會議的出席人數（包括健康倡導者）不得超過 5 名。參會者必須是健康倡導者的友人或者健康倡導者的參會友人的友人。會議地點必須是家庭或者某公共場所但不得是隱秘的酒店房間。嚴禁在未開放本地市場運用電話銷售技術（招攬以前不是有聯絡的健康倡導者的友人）。

B. 未開放本地市場中被禁止的行為。

1. 健康倡導者不得進口、銷售、贈與或經銷公司產品、服務或者產品樣品或者為進口公司產品、服務或產品樣品提供便利。
2. 除經明確授權可在未開放本地市場分發的公司批准銷售工具外，健康倡導者不得投放關於公司、其產品或機會的任何類別的廣告或者分發關於公司、其產品或機會的宣傳資料。
3. 健康倡導者不得為了使未開放本地市場的公民或居民參與機會、加入特定介紹保薦人或者特定保薦人體系而招攬或磋商任何協議。此外，健康倡導者不得與開放本地市場中未開放本地市場的公民或居民簽約，也不得運用開放本地市場的 WAA 表格（WAA）與未開放本地市場的公民或居民簽約，除非未開放本地市場的公民或居民在簽約時擁有在開放本地市場的永久居留權和合法工作權。介紹保薦人有責任確保遵守居留權和工作權規定。在開放本地市場的公司、合夥或其他法人實體擁有會員身份或者參與或擁有該等公司、合夥或其他法人實體本身並不符合居留或合法工作權的規定。如果經銷權參與人無法在公司要求時提供居留和工作權證明，公司可自行選擇宣布 WAA 自始無效。
4. 健康倡導者不得接受金錢或其他對價，或與為宣傳或開展與公司有關的業務而租用、租賃或購買設施的潛在健康倡導者進行任何財務交易。
5. 健康倡導者不得宣傳、促成或者開展超出本政策手冊中載述之限制的，或者公司自行決定認為有悖於公司進行國際擴張時的商業或道德利益的任何類別的活動。

C. 反海外腐敗法。健康倡導者不得：

1. 為了協助任何人獲得或者保留業務或者協助獲得或保留與任何人的業務，或者協助將任何業務引導給任何人，
2. 以賄賂為動機，
3. 向外國政府官員（包括政黨官員或者國有企業的管理人員）付款或提議支付金錢或有價物或做出支付金錢或有價物的授權或許諾，
4. 或者在明知道付款或支付許諾將被轉交給外國官員的情況下向任何其他人付款或提議支付金錢或有價物或做出支付金錢或有價物的授權或許諾，
5. 從而：（i）影響該人的任何行為或決定，（ii）誘使該人違反其法定職責採取或不採取任何行動，（iii）獲得不當利益，或者（iv）誘使該人運用其影響力影響官員的行為或決策。

D. 無排他本地市場或特許權。不存在排他本地市場或特許權。健康倡導者有權在健康倡導者居住的國家的任何地點進行運營。

E. **被禁止的本地市場。**公司保留權利指定明確禁止進行所有推廣前活動的某些本地市場。每單位健康倡導者有責任在每次於未開放市場開展推廣前開放活動前，通過與公司現有的聯繫方式確認其打算開展該等活動所在的本地市場是否是被禁止的本地市場。健康倡導者可通過致電公司的方式獲得被禁止的本地市場清單。

F. **違反國際政策。**除了契約允許的其他救濟外，未遵守本第 14 條任何規定的健康倡導者可能在公司認為適宜的期限內被禁止參與受影響的國際市場。該等禁止可包括但不限於以下各項：

1. 健康倡導者可能無權在受影響的本地市場享有國際經銷 / 推薦權；
2. 健康倡導者和健康倡導者的上線可能無權獲得健康倡導者和健康倡導者的下線組織在各自本地市場實現的獎金；
3. 此外，健康倡導者在所有市場可能無權享有傳統上提供給健康倡導者的特權（時間最長可達一年），如在公司活動或公司文件中獲得褒獎，以及在任何新市場正式開放前收到新健康倡導者的簽約資料。

因未遵守本政策手冊第 14 條而不能參與市場的健康倡導者必須以書面形式向公司提出申請，請求公司出具書面許可，准許在禁止期過後參與市場。

G. **未放棄其他權利。**本第 14 條的規定並未影響契約中其他地方載述的公司的權利。

第 15 條． 支付稅款

所得稅。健康倡導者自行承擔因做為 dōTERRA® 健康倡導者而賺得的收益所產生的所有所得稅。在每個日曆年年末，dōTERRA® 應為了課稅目的向年收入等於或超過需向稅捐稽徵機關申報的最低收入的每個健康倡導者提供盈餘表。在法律允許的範圍內，公司應向有關稅捐稽徵機關發送關於健康倡導者產品購買和獎金支付情況的通知。

第 16 條． 產品責任聲明

A. **公司對索賠的辯護。**在遵守本條載述之限制的情況下，如果協力廠商客戶主張因使用產品或瑕疵產品受傷而提出索賠，dōTERRA® 應為健康倡導者進行辯護。健康倡導者最遲必須在從協力廠商索賠人發出主張受到傷害的函件之日起滿十（10）天之日將任何該等索賠及時以書面形式通知公司。未能根據前述規定通知公司，將在法律允許之最大限度內減輕公司就該等索賠承擔的任何義務。健康倡導者必須允許公司對索賠的辯護享有獨立及絕對的裁量權，並將使用和選擇顧問做為公司有義務為其進行辯護的條件。

B. **賠償健康倡導者的例外情況。**在下列情況下，公司應沒有義務賠償健康倡導者：

1. 健康倡導者未遵守契約中關於產品經銷和 / 或銷售的義務與限制；或者

2. 健康倡導者已重新包裝、改裝或濫用產品，對產品的用途、安全、效力、好處或成效做出與公司核准文件不一致的聲明、指示或建議；或者
3. 健康倡導者未經公司書面批准和解或試圖和解索賠。

第 17 條． 授權使用健康倡導者資訊

- A. **健康倡導者名單。**健康倡導者（健康倡導者）名單和因之產生的所有聯繫方式（「名單」）是 dōTERRA® 的保密財產。公司已經耗費大量時間、精力和金錢來取得、編輯、整理該等名單而且目前維持著該等名單。現有和未來格式的名單構成公司具有商業優勢的資產和商業秘密。公司明確保留披露名單和公司維持的其他健康倡導者資訊的權利而且公司可自行決定拒絕予以披露。
- B. **名單的保密性。**通過製作或分發資料獲得健康倡導者名單的供應商、供應商或其他人員契約性的同意該等郵寄名單的保密性和專有性，而且該等名單以及由其實現的聯繫方式被明確禁止用於推廣公司業務以外的用途。他們還同意資訊是公司的財產，每次向健康倡導者提供提及公司或其專案的任何資料時必須經公司事先書面同意。
- C. **特定名單。**公司向健康倡導者（用於名單時稱「接收人」）提供一份特別編制的名單。所提供的每一份該等名單僅包含針對接收人層數及其自有下線組織的資訊。
- D. **使用限制。**該等名單是為了接收人排他且有限的使用而提供，以便於接收人進行下線組織的培訓、支援與服務從而推廣與公司有關的業務。每位接收人同意每次在其限定範圍內使用名單構成接收人和公司之間單獨的排他授權合約。
- E. **名單屬於公司。**該等名單在任何時候均是公司的專有財產，公司可在任何時候自行決定收回及佔有名單。因此，每單位健康倡導者同意：
 1. 對任何名單或者其中任何部分保密並且不會將之披露給任何協力廠商，包括但不限於現有健康倡導者、競爭對手以及公眾；
 2. 僅將名單用於促進健康倡導者的與 dōTERRA® 有關的業務的預定範圍。名單不得被用於確認 dōTERRA® 健康倡導者以及招攬 dōTERRA® 健康倡導者參與其他商業機會和活動。
 3. 在本政策手冊授權範圍之外或者為了任何協力廠商的利益使用或披露名單均構成接收人濫用、盜用及違反接收人的授權合約，將對公司造成無法彌補的損害。
 4. 在違反本條規定時，接收人明確要求將禁制令或在公司業務所在司法管轄權中與其相當之措施的救濟做為適當的救濟，依照有關國家或地方法律禁止不當使用行為，並在公司要求時立即將先前提供給接收人的所有名單歸還並返還給公司，而且本條項下的義務將在接收人契約終止後繼續有效。

- F. 公司針對違約可獲得的救濟。公司有權依有關國家或地方法律尋求所有適當的救濟，以保護其對名單中包含的上述專有和商業秘密資訊的權利。未尋求任何適當的救濟並不構成對該等權利的放棄。

第 18 條． 責任限制

除本政策手冊規定之外，dōTERRA® 未對本政策手冊中提供的 dōTERRA® 產品或其狀況、適銷性、任何特定用途的適用性、健康倡導者的使用方法做出任何明示或暗示的聲明或保證。在法律允許之最大限度內，公司對下列事項概不負責：

- A. 因施用或使用產品而產生的或與之有關的任何特殊、間接、偶發、懲罰或衍生性損失，包括但不限於因收入或利潤損失而產生的損失、未能實現成本節省或其他效益、設備損害以及任何第三人對健康倡導者提出的要求，即使公司已被事先告知該等損失的可能性；
- B. 公司因其無法合理控制的原因延遲或無法履行契約履行義務所造成的損失（不論屬於何種性質）。
- C. 在被指控的違法行為發生超過兩年後成為針對公司提起的訴訟對象的要求。即使契約載有任何其他規定，公司依據本政策手冊所需負擔的責任，總計不得超過其依契約條款實際獲得的金額。

第 19 條． 紀律處分

- A. 以履約為條件的權利。健康倡導者必須持續履行契約條款，方可享受契約賦予的權利。一旦健康倡導者未履行契約規定的義務，其權利將隨之停止。公司可以完全或部分不追究健康倡導者不履行契約的責任，但不放棄其在契約項下的權利或救濟。
- B. 可能採取的紀律處分。如果健康倡導者違反契約的任何條款，或從事任何違法、詐欺、欺騙或不道德的商業行為，公司可以自行酌情採取其認為適當的紀律處分。可能的紀律處分如下所示：
 - 1. 向健康倡導者發出口頭及 / 或書面警告或告誡；
 - 2. 在特定期間密切監督健康倡導者的行為，確保健康倡導者履行契約義務；
 - 3. 要求健康倡導者向公司額外保證日後其將遵守契約。保證內容可包括要求健康倡導者採取某些行動，以減輕或糾正不履約行為；
 - 4. 拒絕給予或暫停公司不時授予的特權，或停止履行公司在契約項下的義務，包括但不限於獎勵、於公司活動或公司文件中進行表揚、參與公司主辦的活動、訂購產品、依銷售獎勵計畫獲得晉升、瞭解公司資訊和系譜，或健康倡導者參與公司其他計畫或創業機會；

5. 中止或限制給付健康倡導者本身或組織銷售業績所產生的全部或部分獎金；
6. 罰款，可立即收取或從日後的獎金或佣金支票扣取；
7. 全面或部分重新分配健康倡導者的組織；
8. 調低健康倡導者的健康倡導者地位；
9. 終止健康倡導者的權利，這可能導致權利終止或有條件或有限制的復權；
10. 終止健康倡導者的經銷權；以及
11. 尋求禁制令或其他法定救濟。

C. **調查**。dōTERRA® 調查被指控的契約違反行為時，將採取下列程序：

1. 公司將被指控的契約違反行為口頭通知及 / 或書面通知健康倡導者。每個健康倡導者同意，其與公司間的關係完全是合約關係，因此如果健康倡導者宣稱雙方關係為準合約關係、是因任何持續的作為或做法默示產生的、或來自公司員工違反契約規定的口頭授權，或另行事實上默示的，公司不接受也不考慮該健康倡導者的說法。
2. 公司一旦發出書面通知，自通知發出後十個工作日內，健康倡導者可以就公司正在調查的事件提出所有相關資訊供公司審核。公司有權自通知發出後，禁止健康倡導者的經銷權活動（例如下訂單、推薦、修改健康倡導者資訊、領取獎金等），直到公司做出最後裁定為止。
3. 根據通過周邊管道以及公司對收集的陳述或事實開展調查取得的資訊以及在答覆期間向公司提交的資訊，公司將決定最終適當的救濟方法，其中可能包括終止與健康倡導者的契約。公司將及時將其決定通知健康倡導者。所有救濟方法均於公司發出決定通知當日生效。
4. 經要求，公司將提供補充資訊，說明公司決定的理由以及糾紛解決政策（見本政策手冊第 22.C 條）。

D. **要求終止**。經將終止契約的意向書面通知公司，健康倡導者可以隨時因任何理由要求終止契約。對於達到尊爵級或以下位階的健康倡導者，該健康倡導者在其經銷權被終止後必須等待六個月（自最後活動當天起算）才可以再度簽約成為健康倡導者。達到銀級或以上位階的則需要等十二個月才可以再度簽約成為 dōTERRA® 的健康倡導者。活動包括但不限於購買產品、招募健康倡導者、或賺取獎金等。對資訊及健康倡導者網路的保密義務（包括但不限於第 12 條和第 17 條所述的義務）在契約終止後仍持續有效。

E. **自願終止**。若經銷權係自願終止，帳戶將自最後活動日起暫停十二個月，之後帳戶便實

際終止，並從譜系上去除。換言之，暫停的帳戶會一直存留在譜系上，直到公司實際終止帳戶為止；暫停期間無下線「遞升」問題。由於銷售獎勵計畫的晉級規定，業績積存將越過帳戶暫停的健康倡導者，以累積最高獎金。

- F. **無活動**。如果經銷權不活躍，或未支付年度續約金，公司可終止經銷權。
- G. **共同申請人約束經銷權**。經銷權參與人或共同申請人或健康倡導者之配偶、成員或成員配偶的行為可歸因於經銷權，並且該行為需要的任何救濟（包括終止契約）也適用於該經銷權。
- H. **提出索賠的時限**。如果未在任何違反契約條款和條件的行為發生後兩年內提請公司注意該等行為，在法律允許之最大限度內，公司將對被指控的該等違反行為不予審核。在法律允許之最大限度內，對於未在兩年期限內提報的違約行為，公司將不再追究，以免過時的要求妨礙經銷權後續的商業活動。所有違約行為的舉報均須書面做出，並送交 dōTERRA® 的法律部門。
- I. **針對健康倡導者採取的措施**。如果公司自行酌情認為健康倡導者的行為或經銷權任何參與者的行為對公司的經銷商網路的健康或聲譽有害、有破壞性或有損害，則公司可按本政策手冊第 19 條或契約其他內容的規定針對健康倡導者採取措施。如果公司採取的措施可能存在爭議，公司得自行決定保留該經銷權，直到潛在爭議不再存在為止。

第 20 條． 契約變更

- A. **經提前三十天通知修訂**。經提前三十天於公司出版物上發出書面通知、個別郵寄通知信函或通過在公司網站網上公佈，公司有權修訂或修改契約以及 / 或銷售獎勵計畫。健康倡導者同意，以主管機關業已接受修訂或修改之相關變更申報為前提，於修訂或修改通知公佈滿三十日後，修訂或修改內容即行生效，並自動納入公司與健康倡導者間的契約以及 / 或銷售獎勵計畫，成為具有約束力的有效條款。在修訂或修改內容生效後，繼續做為健康倡導者或從事經銷活動（包括購買產品），即表示健康倡導者承認接受新契約以及 / 或銷售獎勵計畫的條款。
- B. **健康倡導者受修訂內容約束**。當通過 dōTERRA® 任何正式通訊管道（包括公司網站、發給健康倡導者的電子郵件、時事通訊或其他出版物或郵件）做出修訂通知時，健康倡導者將受對本政策手冊、契約、和 / 或銷售獎勵計畫做出的修訂的約束。訂購產品或者接受佣金付款即表示健康倡導者持續接受契約和任何修訂並同意受契約約束。

第 21 條． 繼承者及主張

- A. **約束性和持續利益**。契約應對本政策手冊各方及其繼承人和受讓人均有法律約束力，並符合他們的利益。
- B. **經銷身份轉讓**。除非本政策手冊另有說明，經公司提前書面同意，健康倡導者可按契約

和適用法律允許的任何方式（包括出售、贈與或遺贈）處置、變賣、轉讓或另行出讓其經銷權資產。除非公司已收到關於轉讓的書面通知，並以書面形式正式表示同意，否則任何以對公司索賠或要求公司履行契約義務的形式存在的資產將不會被公司認可為受讓人在公司紀錄中的資產。受讓的經銷權仍受於經銷權轉讓前已在契約項下發生的所有補償措施所約束。

1. 在贈與、出售、轉讓、讓與或者以其他方式處置經銷權時，便建立了新經銷權。儘管建立了新經銷權，但新經銷權應在組織上取代以前的經銷權。此外，除非公司以書面形式明確同意，應收賬款餘額、個人業績、忠誠顧客獎勵計畫積分以及介紹日期應歸以前的經銷權保留。
 2. 就簽約成為健康倡導者而言，贈與、出售、轉讓或出讓被視為對轉讓方的終止。換言之，從正式終止日（或早於終止或轉讓日的最後一次產品購買日）起，贈與、出售、轉讓或另行出讓其經銷權的健康倡導者必須要等六個月（如屬尊爵級或以下位階）或十二個月（如屬銀級或以上位階）才能重新簽約。未經公司事前書面同意，健康倡導者不得將契約規定的任何權利出售、轉讓、出讓或另行讓與給任何人士或實體。健康倡導者雖可委託他人代為履行其責任，但健康倡導者應對確保符合契約以及相關適用法律負最終責任。做為經銷權一部分與健康倡導者合作或為健康倡導者工作的任何人士只可在健康倡導者直接監督下進行上述行為。
- C. **經銷權繼承**。如果健康倡導者去世或喪失行為能力，該健康倡導者的組織將依據有關法律傳給其合法繼承人。獲得公司批准後，第 4.H 條不適用於為另一經銷權合法繼承人的健康倡導者。繼承人應及時將此事通知公司，並提供適當的文件。
- D. **繼承期間經銷權的運營**。在離婚或實體解散過程中，當事人必須採納以下一種運營方式：
1. 經另一方同意，其中一方可根據放棄經銷權的配偶、股東、合作夥伴或者受託人的書面轉讓（並且放棄方授權公司直接且僅與另一配偶或未進行轉讓的股東、合作夥伴或受託人進行交易）而運營經銷權。
 2. 當事人可「一如往常」的共同繼續經營經銷權，公司支付的所有報酬將以健康倡導者共同的名義或者當事人之間獨立約定將被分離的實體的名義進行支付。
- E. **經銷權是不可分割的**。在任何情況下，離婚的夫妻或者解散的業務實體的組織都是不可分割的。與之類似，在任何情況下，公司均不會在離婚的夫妻或者解散實體的健康倡導者之間對獎金支票進行拆分。公司將僅認可一個組織並且將針對每個佣金週期的每個經銷權開具一張獎金支票。支票將一直開具給同一個人或實體。如果離婚的或者解散程序的當事人不能解決關於獎金處置以及業務所有權的爭議，WAA 可被強制廢除。
- F. **法院程序**。處於經銷權所有權或管理的法院程式的健康倡導者有義務通知法院經銷權是不可分割的，而且公司不會拆分組織或獎金支票。最終命令必須明確轉讓經銷權所有權。

- G. **再次加入的等待期。**如果是前配偶或前實體的健康倡導者已經完全放棄其在原經銷權中的所有權利，此後其可隨意加入其選擇的任何保薦人組織，但其需符合第 21.B.2 條項下的等待期規定。在該等情況下，前配偶或者合作夥伴對其之前組織中的任何健康倡導者或者任何前客戶或者優惠會員不享有任何權利。其必須像任何其他新健康倡導者一樣開發新業務。

第 22 條． 其他

- A. **棄權：**dōTERRA® 對健康倡導者違反本契約任何規定行為的棄權均須以書面做出，且此舉不得被解釋為對後續或其他違約行為的棄權。公司未行使契約賦予的任何權利或特權不代表其放棄該項權利或特權。

B. 完整契約

1. 本契約系對公司與健康倡導者之間就契約涉及的所有事宜達成的諒解和協議的最終表述，取代雙方先前及同時達成的協議或諒解（包括口頭和書面形式的協議或諒解）。契約使先前所有涉及契約目標記錄、備忘錄、證明、討論和敘述全部失效。除按契約規定進行的以外，契約不得變更或修訂。不得利用任何宣稱先前及同時存在的口頭或書面協議證據來否認契約的存在。
2. 契約條款如與任何員工對健康倡導者的口頭陳述不一致，將以契約書面明確規定的條款和規定為準。

- C. **爭議解決。**因契約或違反契約致生或與之相關之任何涉及金錢給付或賠償之糾紛、索償、問題或爭議，各方當事人應盡最大努力，解決該糾紛、索償、問題或爭議。為達此目的，各方當事人應以誠意溝通協商，瞭解彼此利益所在，努力達成雙方均滿意之公平解決方案。若各方未於 60 日內達成上述解決方案，則任一當事人得將該糾紛、索償、問題或爭議，聲請中華民國仲裁協會爭議調解中心依該中心調解規則在台北市進行調解。若該糾紛、索償、問題或爭議仍無法經由調解解決，則該糾紛、索償、問題或爭議應於美國猶他州普若佛市（Provo），依據美國仲裁協會之仲裁規則進行最終仲裁。仲裁人作成之仲裁判斷，得交由任何管轄法院承認及執行。此仲裁合意於契約終止或屆期後，仍持續有效。縱有上述規定，契約條款不得阻止 dōTERRA® 公司於提交調解、仲裁或其他程序之前、程序進行期間或結束後，向管轄法院聲請及取得扣押令、暫時限制令、暫時禁制令、永久禁制令或其他可以保護 dōTERRA® 公司利益之救濟方式。

- D. **訴訟及索賠。**為保護公司及其資產和聲譽免遭由外部（非健康倡導者）第三人提起的索賠或糾紛，公司要求，如果任何健康倡導者因公司的專有資產而被指控侵犯任何外部第三人（非健康倡導者）的任何專有權利，或健康倡導者因自身業務相關行為成為任何索賠或訴訟的對象，或如有任何其他行為直接或間接對公司、其聲譽或其任何有形或無形資產產生負面影響，或使公司、其聲譽或其任何有形或無形資產遭遇風險，受影響的健康倡導者應立即通知公司。公司可自費並於合理通知之後，採取任何必要行動（包括但不限於主導相關訴訟或和解討論），以保護公司、其聲譽及其任何有形或無形資產。未

經公司同意（公司無正當理由不得拒絕同意），健康倡導者不得對該等索賠和訴訟採取任何行動。

- E. **管轄法律 / 管轄權**。儘管有上述第 22 條第 C 項之規定，公司可在中華民國或其他國家地區之法院對健康倡導者提起法律程序以獲得禁制令及各種法律救濟。各健康倡導者同意，在法律允許的最大限度內，儘管有任何相反的時效規定，健康倡導者因任何與契約相關的作為或不作為對 dōTERRA® 提起的任何索賠必須於其所宣稱的導致該索賠的作為或不作為發生之日後一（1）年內提出。如果未於許可期間內提出請求，則視為不得再因上述作為或不作為對 dōTERRA® 提出任何要求。健康倡導者放棄要求適用其他任何時效的任何及所有權利主張或權利。
- F. **分割**。契約任何條款如在任何司法管轄權之轄區遭到禁止、經法院判定失效或由於其他原因而無法執行，則該條款僅於該司法管轄權之轄區內被禁止、判定失效或無法執行的範圍內無效，且僅在該司法管轄權之轄區之內無效。契約任何遭到禁止、經法院判定失效或由於其他原因無法執行的條款不會使契約任何其他條款失效或無法執行，該條款也不會在任何其他司法管轄權之轄區失效或無法執行。
- G. **不可抗力**。如因天災、水災、火災、戰爭或社會公敵導致無法或延遲履行契約義務，契約各方毋須負責。
- H. **標題**。契約標題僅為方便參考而設，不限制或另行影響契約的任何條款或規定。
- I. **通知**。除契約另有規定外，契約要求或允許做出的任何通知或其他通訊應採用書面形式並應以專人遞送、傳真傳輸、掛號或快遞（郵資預付）郵件的方式交付。除契約另有規定外，通知應在下列時間視為已送達：（i）如通過專人遞送，於交付時，（ii）如通過傳真傳輸，於發出傳真之後一天，或者（iii）如通過郵寄方式，郵件寄往公司總部的地址或者 WAA 中規定的健康倡導者的地址（除非公司已經收到地址變更通知）後的五（5）天。公司有權以郵寄廣告、公司網站或與健康倡導者之間的其他一般通訊管道取代本條款規定的通知方式。

如果本政策手冊的英文版本和中文版本有任何不一致，就該等不一致而言應以中文版本為準。

附錄：多層次傳銷相關法令

多層次傳銷管理法

第一章 總 則

第一條 為健全多層次傳銷之交易秩序，保護傳銷商權益，特制定本法。

第二條 本法所稱主管機關為公平交易委員會。

第三條 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 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 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 多層次傳銷事業之報備

第六條 多層次傳銷事業於開始實施多層次傳銷行為前，應檢具載明下列事項之文件、資料，向主管機關報備：

- 一、多層次傳銷事業基本資料及營業所。
- 二、傳銷制度及傳銷商參加條件。
- 三、擬與傳銷商簽定之參加契約內容。
- 四、商品或服務之品項、價格及來源。
- 五、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。
- 六、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。
- 七、其他經主管機關指定之事項。

多層次傳銷事業未依前項規定檢具文件、資料，主管機關得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

第七條 多層次傳銷事業報備文件、資料所載內容有變更，除下列情形外，應事先報備：

- 一、前條第一項第一款事業基本資料，除事業名稱變更外，無須報備。
- 二、事業名稱應於變更生效後十五日內報備。

多層次傳銷事業未依前項規定變更報備，主管機關認有必要時，得令其限期補正；屆期不補正者，視為自始未變更報備，主管機關得退回原件，令其備齊後重行報備。

第八條 前二條報備之方式及格式，由主管機關定之。

第九條 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 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：

- 一、多層次傳銷事業之資本額及營業額。
- 二、傳銷制度及傳銷商參加條件。
- 三、多層次傳銷相關法令。
- 四、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。
- 五、商品或服務有關事項。
- 六、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。
- 七、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 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 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 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 前條參加契約之內容，應包括下列事項：

- 一、第十條第一項第二款至第七款所定事項。
- 二、傳銷商違約事由及處理方式。
- 三、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。
- 四、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。
- 五、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 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：

- 一、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。
 - 二、假借多層次傳銷事業之名義向他人募集資金。
 - 三、以違背公共秩序或善良風俗之方式從事傳銷活動。
 - 四、以不當之直接訪問買賣影響消費者權益。
 - 五、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 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，不得以電子文件為之。

第十七條 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 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 多層次傳銷事業不得為下列行為：

- 一、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。
- 二、要求傳銷商繳納顯屬不當之保證金、違約金或其他費用。
- 三、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。
- 四、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。
- 五、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。
- 六、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 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 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 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 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 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 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 主管機關依本法調查，得依下列程序進行：

一、通知當事人及關係人到場陳述意見。

二、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。

三、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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 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 本法施行細則，由主管機關定之。

第四十一條 本法自公布日施行。

年度報稅作業須知

財政部於民國83年3月30日以台財稅字第831587237號函，核釋多層次直銷事業參加人銷售商品或提供勞務取得之所得課稅。dōTERRA®美商多特瑞有限公司台灣分公司根據上述財政部函具體之規定，對個人及營利事業參加人之課稅規定做扼要之說明如下：

個人參加人部份 (註1) (個人直銷商)	
所得類別	說明
營利所得 (71)	指個人直銷商銷售商品予消費者，所賺取之零售利潤。個人直銷商將取得進貨資料申報表，依財政部104.12.15台財稅字第10404684260號多層次傳銷事業之個人參加人，自105年度起，其全年進貨累積金額在新臺幣77,000元以下者，免按建議價格計算銷售額核計個人營利所得；全年進貨累積金額超過77,000元者，應就其超過部份依本部83年3月30日台財稅第831587237號函釋規定，核計個人營利所得課徵綜合所得稅(註2)。
執行業務所得 (9A)	1. 個人直銷商因其下線向直銷事業進貨或購進商品累積積分額(或金額)達一定標準，而自該事業取得之業績獎金或各種補助費，屬佣金收入，在扣繳憑單中歸類為執行業務所得，格式為9A。 2. 佣金收入所得額之計算： (1) 能提供證明所得額之帳簿文據者：佣金收入減除直接必要費用後之餘額為所得額。 (2) 未能提供證明所得額之帳簿文據者：佣金收入減除財政部核定各該年度經紀人費用率計算其必要費用後之餘額為所得額。
其他所得 (92)	個人直銷商因直接向直銷事業進貨或購進商品累積積分額(或金額)達一定標準，而自該事業取得之業績獎金或各種補助費，在扣繳憑單中歸類為其他所得，格式為92。
營利事業參加人部份 (營利事業直銷商)	
帳務處理	1. 進貨折讓：營利事業直銷商向直銷事業購進商品達一定標準而取得之報酬，按進貨折讓處理。 2. 佣金收入：營利事業直銷商因其下線向直銷事業購進商品達一定標準而取得之報酬，按佣金收入處理。

註1：「個人參加人」如無固定營業場所，可免辦理營業登記，並免徵「營業稅」及「營利事業所得稅」，惟應依法於每年5月31日前，就前一年度銷售商品或提供勞務所賺取之利潤，申報「個人綜合所得稅」。

註2：如何就「進貨資料申報表」申報個人營利所得？

當年度全年進貨金額超過\$77,000者，應就其進貨總額超過\$77,000部份計算應稅比例，再按建議售價乘上前述計算之應稅比例，核計個人營利所得。舉例：假設「進貨資料申報表」中全年度進貨金額合計\$100,000，全年度建議售價總額為\$130,000，其個人營利所得為\$1,794($130,000 * [(100,000 - 77,000) / 100,000] * 6\%$)。

親愛的健康倡導者：

我們代表公司感謝您對 dōTERRA® 的信任，包括我們的產品以及公司全球宗旨：給世界帶來更多的希望。我們一同經歷公司的成長，同時與您分享精油的益處。公司的發展引領著我們改善公司的系統與流程，也因公司的成長，我們更能夠分享 dōTERRA® 的產品。

我們在此針對 dōTERRA® 的政策手冊中第 10 條的快速獎金、太陽系獎金、分紅獎金與鑽石基金之獎金兌換匯率作出清楚的說明。

銷售獎勵計畫中，快速獎金、太陽系獎金係分別按照合格點數與佣金業績、組織合格業績與組織佣金業績的換算比率，以公司公告為準；分紅獎金與鑽石基金是根據全球可發放獎金的營業額按月給付，獎金採用浮動匯率換算成新台幣。當匯率調整時，依公司當月公告適用的匯率為準。

美商多特瑞有限公司台灣分公司

公告：

快速獎金之發放係按照合格點數與佣金業績換算，其換算比率為 1:31；太陽系獎金之發放則係按照組織合格業績與組織佣金業績換算，其換算比率為 1:31。
換算比率（美金：新台幣）如有調整，以公司最新公告為準。

美商多特瑞有限公司台灣分公司 謹啟

線上銷售與促銷政策 - 台灣

dōTERRA® 多特瑞鼓勵並感謝健康倡導者們為建立強大的台灣市場所做的努力。為了持續的成長與發展，dōTERRA 多特瑞很高興介紹台灣的線上銷售與促銷政策。本政策適用於所有線上內容，包括網站、購物平台、拍賣平台、部落格、社群媒體、社交網路平台、私密社團和個人平台等（統稱“線上平台”）。實施此一政策將幫助公司、健康倡導者和客戶鞏固及保護 dōTERRA 多特瑞身為 CPTG® 精油生產者的聲譽。本政策有助於維護產品價值並確保所有會員的公平性。

以下指南將幫助健康倡導者們在台灣推廣 dōTERRA 多特瑞精油。

1. 上線可以私訊向其下線發送和傳達個人促銷活動訊息。個人促銷活動不應公開分享，也不應與其他的 dōTERRA 團隊分享。
2. 促銷活動不能減損產品價值及品牌形象 - 例如，如果促銷購買一項產品的同時，可得到免費產品，該免費產品的價值不應超過所購買產品的一半（50% 規則）。當公司有促銷活動時，若您有自己的促銷品，其促銷品價格需加上公司所贈之產品價格，其總和不可高於所購產品價格的 50%。
3. 帳號持有人應使用自己的帳號訂購產品。使用他人帳號訂購產品是不允許的，這會降低 dōTERRA 的聲譽和銷售獎勵計劃，公司會將業績歸於實際購買者。
 - 正確的例子：領導人 A 正在促銷購買保衛複方精油可免費獲得一瓶檸檬精油。下線 B 在自己的帳戶下訂單購買保衛複方精油。領導人 A 在確認下線 B 帳戶訂購了保衛複方精油，可交給下線 B 檸檬精油。
 - 不好的例子：領導人 A 正在促銷購買保衛複方精油可免費獲得一瓶檸檬精油。下線 B 打電話給領導人 A，告訴 A 他想要什麼產品。然後，領導人 A 為了下線 B，在他們自己組織內需要業績的帳戶內下訂單。下線 B 直接向領導人 A 付款。然後領導人 A 將下線 B 訂購的產品連同免費檸檬精油一起給下線 B。下線 B 的帳號沒有下訂單，本來應從下線 B 的訂單中獲得太陽系獎金的人，都將錯失獎金。
4. 健康倡導者可從其他的 dōTERRA 市場購買產品供個人使用，但不得在台灣轉售；銷售未在台灣註冊或未貼台灣市場標籤的產品都是不合法的。所有的產品亦不得在交換平台交換或銷售。
5. 健康倡導者不應使用其他會員的帳戶購買產品而晉升位階或安置業績。公司會查核操縱銷售獎勵計畫的會員，並可追回其不應得的獎金。

根據政策手冊第 19 條，公司可採取其認為適當的紀律處分，包括但不限於以下所示：

- 初犯者：教育、信函、追回違規當月 20% 的獎金。
- 第二次犯規者：教育、信函、追回違規當月 40% 的獎金。
- 第三次犯規者：信函，由公司審查案件以做出最終決定。

公司有權查核與保留額外獎金、追回獎金及核實帳號持有人資料，也可以追回上線不應得的獎金。如有任何問題或疑慮，請聯繫 dōTERRA 的合規或會員權益部門。

Note

Ω

O i

H

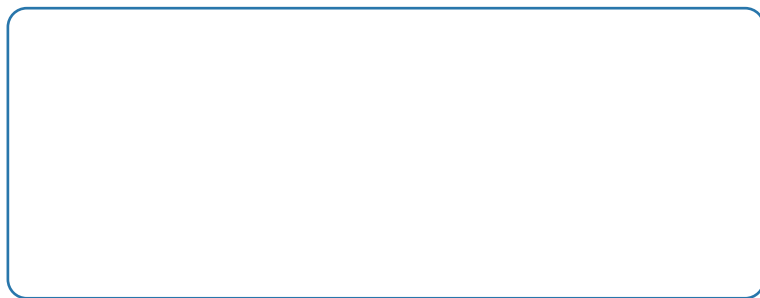
H

R

R

A

dōTERRA®



2022.12/佳20



dōTERRA®