

遵守規定善用資源，建立優質分享平台

小潔知道小安最近努力健身，並於網路上蒐集時下流行的運動影片，希望明年可以拍攝出美麗的婚紗照，於是介紹 NU SKIN 給小安。小潔邊介紹邊打開自己的部落格，指著自己最新文章自豪地對小安說：「你應該多來逛逛我的部落格，我蒐集了所有的產品文宣和重啟人生的薦證照片集。也可以到分享區，我把這幾次參加抗老大使訓練班的講義都掃描好放在裡面了。資料應有盡有，都跟你分享。讓妳由內到外，一切如新。」有決心的小安，仔細閱讀小潔的部落格，越看越有興趣，馬上加入 NU SKIN 的行列。認真的她，也開始在網路上蒐集資訊，偶然發現原來當紅的舞蹈老師也為 NU SKIN 拍攝了運動光碟，讓她信心大增。為了鼓勵自己，也啟發關注自己部落格的朋友們，小安決定於部落格中，分享自己的心路歷程。要吸引大家的關注，決定美編 NU SKIN 的文宣資料，重新排版外，更加入可以吸睛的文字。當然，也要把人氣超高的舞蹈老師運動影片上傳在部落格，並宣告大家連知名舞蹈老師都來當代言人了，這次她一定可以成功重啟人生。

（解析）

每一位 NU SKIN 夥伴都希望將「NU SKIN 的優異」讓更多人看見，並且期望能幫助其他人成功、賦予人們提高生活品質的力量。公司明白網際網路科技的趨勢，透過網站的應用對於商機的推廣是非常有效平台，但也明白網路平台的濫用對於直銷商和公司無疑會造成另一種傷害。為維護公司形象和保障直銷商的權益，以發展穩定公平的平台，NU SKIN 在政策與程序第 3 章第 7 節中，有關於使用網際網路平台推廣直銷業務的詳細規定。台灣地區民法對於人格權（包含肖像權）保護亦有相關的規定，夥伴若任意使用明星或名人肖像甚至虛指明星 / 名人為代言人，不只已侵害他人權利、違反法律，亦會對 NU SKIN 形象及商譽造成傷害。因此 NU SKIN 在此要提醒夥伴，資訊流通快速的平台和豐富的資源是絕對可以讓夥伴經營 NU SKIN 事業一翻再翻登上高峰，但前提是要在合規的賽道上衝刺，才能抓穩速度、步步為贏。

茲摘錄 NU SKIN 直銷商政策與程序相關規定以及相關聲明，以及相關法律規定如下，供夥伴們參酌：

◎ NU SKIN 公告宣導

NU SKIN 目前並未簽約或任用任何代言人，也從未授權任何機構與個人經辦過簽約代言業務，請勿以他人名義進行宣傳，誇大產品效果，誤導消費者，以免觸犯法律法規，請各位夥伴嚴格自律，恪守誠信，共同維護 NU SKIN 的品牌形象。

◎ NU SKIN 直銷商政策與程序歸納整理

為幫助夥伴建立優質的網路分享平台，對於政策與程序「第 3 章廣告宣導」中「第七節 - 網際網路」部分做歸納整理如下：

1. 使用網際網路推廣直銷商業務，必須獲得 NU SKIN 政策與程序規定的授權，且同時符合公司政策與程序以及公司制定的網際網路書面指導原則，才可以使用網際網路平台推廣直銷商業務。如果是一般商業機會推廣網站或者動態網頁與公司網路連結，內容不能含有公司的商標或其他有著作權之資料，也不可以含有公司、其產品或其業務的資訊、或產品或公司設施 / 人員的照片。這些網站也不可以含有任何虛假或誤導性的資訊。
2. 若您使用可讓網路訪客共同參與資訊分享的網際網路平台，例如 Blog, Facebook, twitter, Flickr 等，可以分享公司的基本資料、您參與業務活動或是公司活動的資料等，但這些分享的資料不能變成該網頁的主要內容，也不可以變成 NU SKIN 事業的行銷網站，具體而言，主要內容不應專注在推廣 NU SKIN 事業和產品。
3. 您不可以發佈任何建立、製作、屬於或有關於 (i) 公司、其產品、其銷售獎勵計劃或直銷商，或 (ii) 您或任何第三人發佈在任何網站上的任何影像或錄音資料。
4. 商標和著作權是 NU SKIN 重要的資產，除非有經政策與程序特別授權或經公司另以書面批准，不得使用公司已註冊或以其他任何方式存在的商標、著作權和其他智慧財產權。NU SKIN 有權禁止任何業務輔銷品或其他媒體使用公司的商標或著作權。
5. 更不能有誇大的或涉及療效的產品宣稱以及不實獎勵制度和收入聲明。若您自行對於公司產品說明修改，您必須承擔可能衍生的法律責任。

◎ 台灣法律規定宣

1. 肖像權屬於民法第 18 條與第 195 條中人格權的一種。肖像權具有重要的財產價值，而非只有人格精神的意義。第三人未經同意使用他人肖像，或進而為商業利用，可能構成侵權行為。肖像權人依法得請求法院禁止他人使用其肖像，亦得主張財產上的損害賠償（如相當於授權金的損失）以及非財產上的損害賠償（如精神慰撫金、登報道歉等）。
2. 食品衛生管理法（民國 102 年 06 月 19 日 公布）

第 28 條：食品、食品添加物、食品用洗潔劑及經中央主管機關公告之食品器具、食品容器或包裝，其標示、宣傳或廣告，不得有不實、誇張或易生誤解之情形。

食品不得為醫療效能之標示、宣傳或廣告。

中央主管機關對於特殊營養食品、易導致慢性病或不適合兒童及特殊需求者長期食用之食品，得限制其促銷或廣告；其食品之項目、促銷或廣告之限制與停止刊播及其他應遵行事項之辦法，由中央主管機關定之。

第 45 條：違反第二十八條第一項或中央主管機關依第二十八條第三項所定辦法者，處新臺幣四萬元以上二十萬元以下罰鍰；違反同條第二項規定者，處新臺幣六十萬元以上五百萬元以下罰鍰；再次違反者，並得命其歇業、停業一定期間、廢止其公司、商業、工廠之全部或部分登記事項，或食品業者之登錄；經廢止登錄者，一年內不得再申請重新登錄。

違反前項廣告規定之食品業者，應按次處罰至其停止刊播為止。

違反第二十八條有關廣告規定之一，情節重大者，除依前二項規定處分外，主管機關並應命其不得販賣、供應或陳列；且應自裁處書送達之日起三十日內，於原刊播之一篇幅、時段，刊播一定次數之更正廣告，其內容應載明表達歉意及排除錯誤之訊息。

違反前項規定，繼續販賣、供應、陳列或未刊播更正廣告者，處新臺幣十二萬元以上六十萬元以下罰鍰。