

历年发放直销牌照数量表

| 年份 | 牌照数量 (张) |
|-------|----------|
| 2006年 | 4 |
| 2007年 | 17 |
| 2008年 | 3 |
| 2009年 | 2 |
| 2010年 | 2 |
| 2011年 | 4 |
| 2012年 | 2 |
| 2013年 | 9 |
| 2014年 | 7 |
| 2015年 | 23 |
| 2016年 | 10 |
| 2017年 | 9 |
| 2018年 | 1 |

自2006年2月22日雅芳获得首张直销牌照到2018年汉德森获得最后一张直销牌照，13年间，商务部共计发放直销牌照93张，其中珍奥因虚假宣传被吊销牌照，蚁力神集资诈骗案发公司破产注销，雅芳（中国）退出直销领域而主动放弃直销牌照，权健的直销牌照因被判组织领导传销罪而取消。截至目前，我国拥有直销牌照的企业还有89家。

权健事件发端于2018年底，由此引发的针对保健品行业的“百日行动”导致中国直销乃至健康产业大震荡。在包括网络舆论大爆发等多个因素机缘巧合的作用之下，权健这个当年的内资直销之王被闪电般击溃，由此也开启了拿牌企业被裁定“组织领导传销罪”的开端，整个行业风声鹤唳。

这件事的负面影响是：如果拿牌企业也可以是传销，那企业为什么要以上亿元的资本投入去申请直销牌照，并去接受最严格的直销监管？没有直销牌照的企业自行开展类直销业务反而轻松很多。这就是中国直销业面临的一个最严重悖论，有太多直销人因此而茫然，最终背弃原则，沦为传销或资金盘的“韭菜”。

2019年2月14日，负责直销牌照审批的商务部证实针对直销行业有关情况和存在的问题，宣布已经暂停办理直销相关的审批、备案等事项，正在积极会同相关职能部门开展保健市场整治工作。商务部当时表示，在清理整顿的基础上，还将推动完善直销相关的法规制度，与相关职能部门加强协调配合，严格规范市场准入，加快构建以信用为核心的直销行业监管体制，建立直销企业和主要从业人员信用黑名单制度，加大违法失信的成本，促进行业健康稳定发展。

从那时起，相关部门要求所有申请直销牌照的动作暂停，已经缴纳2000万元申牌保证金的企业全数退还，所有之前取得的申牌进展一律清零。直至2022年的今天，有关直销牌照的申请事宜再无消息。

在所有申牌企业中，最难过的是那些已经发布了申牌声明的企业。这些企业已经通过了相关部门最初的审核，都已缴纳2000万元保证金到指定银行，甚至在某种程度上已经被认定为“准直销企业”进行管理。它们也曾是最有可能顺利拿牌的一批企业。但随着2019年申牌暂停键的按下，所有努力都功亏一篑，期间所有的经历和付出，只有他们自己才懂。

《知识经济》杂志统计了历年来商务部直销行业管理信息系统公示过申请直销牌照声明但未获成功的企业名单，这类企业一共有50家，其他已提交资料或者准备申请直销牌照的企业数量更甚。

现在离最后一块直销牌照的批出已超过四年半，这50家企业是中国数量庞大的准直销企业的代表，它们因为各种不同的原因申请直销牌照，申牌未果之后，它们走向何方？《知识经济》对相关企业的发展历史和近况进行了简单梳理，它们有的回归主业，有的沉沦，有的死亡。（相关数据统计截止至：2022年8月25日）

| 法人有变化的公司 | 2018年至今变动情况 |
|---------------------|--|
| 北京红景天技术开发有限公司 | 法人、董事长由王立明改为王立和 (2022.7.20) |
| 湖北彭墩科技集团有限公司 | 法人由张德华变更为鲁金凤 (2022.1.12) 法人由鲁金凤变更为张德华 (2022.6.28) |
| 雪活泉(天津)日用品有限公司 | 法人由满天德变更为张志纲 (2021.12.20) |
| 广州德家日用品有限公司 | 法人由郭英铭变更为谢淑毅 (2019.11.11) 法人由谢淑毅变更为王鑫晟 (2021.11.26) |
| 天津市索源化学生物技术有限公司 | 法人由唐吉祥变更为白春鸣 (2021.1.18) 法人由白春鸣变更为李倩 (2021.9.30) |
| 吉林正德药业有限公司 | 法人由李国珍变更为王艳丽 (2019.2.18) 法人由王艳丽(执行董事兼总经理)变更为杨学峰(执行董事) (2019.6.19) 法人由杨学峰变更为姚金莉 (2021.9.29) |
| 吉林修养堂健康产业集团有限公司 | 法人由孙向光变更为张伟 (2021.9.29) |
| 山东赛特新材料股份有限公司 | 法人由贾莉变更为刘冠辰 (2021.3.25) |
| 北京新世纪达康生物科技开发有限责任公司 | 法人由杨昭变更为卓雍皓 (2021.3.11) |
| 四川衡爱健康产业有限公司 | 法人由凌贵文变更为阳方忠 (2020.6.4) |
| 湖北随州鸿发蜂产品有限公司 | 法人由陈渊变更为陈明珠 (2020.5.20) |
| 珠海诺氏化妆品有限公司 | 法人由郭萍变更为倪红珊 (2020.4.3) |
| 菏泽尧舜牡丹生物科技有限公司 | 法人由余洪智变更为曹萌萌 (2020.1.17) 法人由曹萌萌变更为王胜卫 (2020.3.26) |
| 中山市理科虫草制品有限公司 | 法人由刘毅变更为李光仪 (2019.12.16) |
| 保罗生物园科技股份有限公司 | 法人由武力变更为武虹 (2019.8.29) |
| 河南老子养生科技有限公司 | 法人由杨忠然变更为刘需海 (2019.7.19) |
| 江西大地医药保健品有限公司 | 法人由李方园变更为禹雪梅 (2019.7.15) |
| 郑州黄帝养生园开发有限公司 | 法人由寇金康变更为黄展 (2019.1.10) 法人由黄展变更为寇金康 (2019.5.21) |
| 威海金颐阳药业有限公司 | 法人由于海先变更为王金忠 (2019.3.26) |
| | 法人由孙东升变更为王留顺 (2018.3.28) |

现象二注册资金变化

天眼查数据显示，2018年至今，50家申牌公示企业中，30%的企业注册资金发生了变更。《知识经济》以2022年8月25日天眼查数据为准，除5家企业已注销/吊销不予统计外，梳理了剩余45家企业，发现了以下数据。

注册资金：共计14家企业注册资金进行了调整，5家上调，9家下调，其中7家企业注册资金金额已低于申牌所需的8000万元。

实缴金额：45家企业中，3家企业未显示实缴金额，10家企业实缴金额低于8000万元，此外值得关注的是修养堂、珠海诺氏2家企业实缴金额为0元。

| 注册资金有变化的公司 | 现有注册资金(万元人民币) (注:黄色表明注册资金已低于8000万) |
|---------------------|---------------------------------------|
| 湖南华莱生物科技有限公司 | 50000 ↑ (实缴8000) |
| 郑州黄帝养生园开发有限公司 | 15000 ↑ (实缴 15000) |
| 广州沣芝生物科技有限公司 | 10000 ↑ (实缴未显示) |
| 北京新世纪达康生物科技开发有限责任公司 | 10000 ↓ (实缴10000) |
| 新生活集团(中国)有限公司 | 1306.58万美元 ↑ (实缴 1306.58万美元) |
| 威海康博尔生物药业有限公司 | 8200 ↑ (实缴1038) |
| 北京红景天技术开发有限公司 | 8000 ↓ (实缴8000) |
| 中山市理科虫草制品有限公司 | 6000 ↓ (实缴6000) |
| 芜湖华信生物药业股份有限公司 | 3066 ↓ (实缴3066) |
| 江苏美域生物医药有限公司 | 1350 ↓ (实缴1350) |
| 江西大地医药保健品有限公司 | 1127 ↓ (实缴32.4) |
| 珠海诺氏化妆品有限公司 | 1000 ↓ (实缴0) |
| 雪活泉(天津)日用品有限公司 | 800 ↓ (实缴800) |

| 已注销/吊销的公司 | 注销/吊销时间 |
|-----------------|----------------------------|
| 仙宜岱股份有限公司 | 吊销营业执照 (2022.4.18) |
| 天津利隆生物科技有限公司 | 决议解散 (2022.1.6) |
| 烟台市万利海洋生物科技有限公司 | 因公司合并或分立而注销 (2021.8.30) |
| 山西三晋源健康科技有限公司 | 因其他原因而注销 (2020.9.29) |

现象四企业更名

《知识经济》观察到，有4家企业更改了企业名称，其中，康缘美域（现更名为：美域生物）、雪薇诗澜（现更名为：雪活泉）2家企业还减少了注册资金。



结语

舞榭歌台，风流总被雨打风吹去！

回顾中国直销50家申牌企业的现状，不免令人唏嘘。在本刊记者的采访了解中，这其中大部分企业仍对直销行业满怀感情，但在行业政策敏感和全球新冠疫情的笼罩下，进退两难。一些企业曾经踌躇满志，却在煎熬等待中凋零；一些企业或彻底失望，更名另辟他途。

中国直销行业目前普遍有两个需求：首先是恢复直销牌照的审批，即使拿牌有如此多的弊端，还是有对直销拥有真感情的人，他们愿意拿到牌照堂堂正正做直销；其次是松绑对多层级和团队计酬的限制，否则监管政策与市场将继续脱节，诸如“经营性执法”这样的直销监管乱象还将长期存在。

如果跳出直销的小圈子看，则还有一个问题亟需面对和解决，那就是社交电商面临的涉传问题。直销是社交商业的鼻祖，社交电商其实就是倍增机制与电商平台融合的产物，通过互联网将引流和销售的效率发挥到了最大化。但所有的倍增机制都绕

不开多层次和团队计酬的嫌疑，因此都会受到《禁止传销条例》相关规定的约束。

在直销逐渐势微之际，曾一度蓬勃发展的社交电商屡屡遭遇“涉传”查办，且涉及企业越来越多。毫不夸张地说，如果相关政策不做修改，直销行业曾面临的监管乱象将在社交电商领域重演一遍，而社交电商所涉及的企业数量、市场容量和金额都远远超过直销市场。

因此，就算解决了直销行业的问题，也不一定能解决社交电商面临的问题。很多业界专家建议，只有将涉及倍增机制的所有商业模式都看做一个泛直销行业的整体，比如统一称作“社交零售”，从调整多层次和团队计酬开始规范这个产业，也许才能一举解决此类问题。

直销牌照审批和团队计酬的问题一直没有得到解决，还有一个原因是中国直销行业的总体规模不大，还略显颓势。但如果把眼界扩大至整个社交商业领域，其实这个领域不但方兴未艾，还是未来商业发展的一个必然方向。

就直销行业整体而言，他们有着严格的管理条例以及各级监管规定，比社交电商的生存条件要艰难得多，但他们在企业实力、管理水平、文化建设、供应链建设、产品品质把控、经销商团队管理、教育培训上却比社交电商平台付出得更多，也更成体系、更加规范。而社交电商行业尚处于草莽阶段，除了应用互联网工具方面的效率优势，各方面都还有很大的进步空间。所以，直销和社交电商之间的相互学习和融合，必然会成为未来社交商业的趋势。

在这样的趋势背景下，直销、社交电商以及不断涌现的新兴商业模式想要得到健康、有序的发展，只有做到“疏而不堵”，将这些商业形态置于平等的监管体系中，充分融合、互采众长、开放竞争、公开竞争。

来源：《知识经济》