

中国首份微传销研究报告：

新型网络传销——微传销在我国的发展、危害及防治研究¹

武长海²

目 录

- 一、传销在我国的演变
- 二、微传销的传播平台和传播内容
- 三、微传销定义和本质
- 四、微传销的特征
- 五、微传销的社会危害性
- 六、微传销在我国泛滥的原因
- 七、微传销预防与监管对策建议

2015 年是我国颁布实施《直销管理条例》和《禁止传销条例》10 周年之际。据统计。据不完全统计，两个条例颁布实施以来，全国工商、市场监管部门共查处传销案件 21904 件，案值 62.38 亿元，罚没金额 9.9 亿元，已送司法机关案件 2251 件，9668 人。经过国家有关部门的联合治理，全国范围内规模化、公开化的传销活动得到有效遏制。

但是近几年来传销组织开始利用智能化手机，通过微信群、手机 QQ 群、QQ 语言聊天室、陌陌、公众号等社交平台进行传销，传销出现了虚拟性、跨地域性、隐蔽性、金融性和更加具有欺骗性等新特点，我们称之为“微传销”。微传销活动的特点是发起灵活，传播速度快，参与人员隐蔽，资金转移方便，发现和查处难度大，社会危害广，参与人员更加广泛，参与总金额更加巨大。因此，本研究报告立足于微传销的新特点、危害性以及防治办法等问题的研究，

¹此研究报告为中国政法大学资本金融研究院网络经济研究中心课题。

² 武长海，法学博士、博士后，金融学博士后，中国政法大学资本金融研究院网络经济研究中心主任，研究生导师。

为微传销行为的预警、防范和行政监管建言献策。

一、传销在我国的演变

传销在我国的发展由来已久，主要分为三个阶段，即传统线下传销、第一代网络传销和第二代网络传销，第二代网络传销是一种新型网络传销。

（一）传统线下传销

传统线下传销是以线下的方式进行，包括暴力传销、传统传销和新式传销。暴力传销是最原始的传销，采用限制人身自由达到传销的目地，不一定以产品为媒介。传统传销一般自由加入，部分限制人身自由，以上课方式“洗脑”、吸引传销成员，以昂贵的产品为媒介。新式传销一般以产品为媒介，不限制人身自由，进出自由。上述传统线下传销组织者通过对被发展人员以其直接或者间接发展的人员数量或者销售业绩为依据计算和给付报酬，或者要求被发展人员以交纳一定费用为条件取得加入资格等方式取得利益。这种传销政府打击比较容易，近年来随着政府打击力度的加大，在地面设点的传统传销模式的生存空间大为缩小，目前已不是传销主流。

（二）第一代网络传销

2005年以后，随着电脑即PC端以及网络的发展，传销“借网还魂”，组织者或传销组织“上线”通过自建网站、在各论坛或其他网站公共区域进行线上传销，这种传销称之为第一代网络传销。第一代网络传销由于PC端和网络没有十分普及，社交平台和参与人员相对较少，以及传销的内容还是基于传统传销，因此并没有形成太大影响。

（三）第二代新型网络传销——微传销

自2013年以后网络传销发展极为迅速，成为传销的主要形式，出现了新的特点，我们称之为第二代网络传销或新型网络传销。新型网络传销的发展借助于以下工具：一是移动端即智能手机端的快速发展和网费的下降；二是微信群、手机QQ、QQ语音聊天室、陌陌、公众号等社交平台的发展；三是一些支付平台未落实实名制为微传销肆虐提供便利和隐蔽条件。新型网络传销无实体项目支撑、无明确投资标的、无实体机构，以高收益、低门槛、快回报为诱饵，靠不断发展

新的投资者实现虚高利润，具有隐蔽性和灵活性等特点，例如传销组织者只要建一个微信或 QQ 群即可组织传销，参与者通过手机移动端无时无刻可以参与，非常便捷。根据新型网络传销具有的这种“轻”、“快”、“隐”等特点，我们称之为微传销。并且，微传销依赖的介质主要为微信、QQ 等网络社交平台。

目前，我国至少一半以上的传销为微传销。从微传销的发展趋势及看，金融性越来越强，“脱媒”特征明显，例如虚拟货币传销和“金融互助”传销就是典型案例，并且在微传销中占的比例越来越大。

近日反传销网 (<http://www.chinafcx.com/>) 曝光了一份微传销名单，共 150 多家平台，以下是部分名单。

MMM金融互助	克拉币	马来西亚BFG集团EV币
SMI	美国莱福	雷达币
MBI	德善DS99互助	湖南敬母云
MIC理财	国宏众筹	GGP全球通用积分
MFC币	石油币	达世币
DGC共享币	鑫利源	Sharecoin共享币
RTT全民互助	互联宝宝	GMK虚拟货币
ROC理财	霏克币	英特币
KTB投资集团	网络黄金EDG	海纳币
BBL国际互助	野狼战队	美国皇冠众筹
SMT国际拆分	火箭币	盛通理财币
MSM互助	百纳红包雨	Swissgolden瑞士黄金
U币	中国蒙商	东南北环球集团易通币
FIFA精算	凯恩泰	开普币
LC	暗黑币	黑石币
WK沃客理财	微转动力	迪拜币复利理财
bob互助理财	绿色世界理财	中天币
LQB	绿藤理财	开元币
MDD互助	云鼎云币	香港华瑞金融
ABCD财富网	金农币	光彩集团慈善币GC币
匀加速	北大粮仓	BM币
珍宝币	大赢家	中国一川（澳门）
聚宝金融	疯狂大富豪	PPE分享经济
环球力金	中华币	中金亿投VAP
美洲矿业	弗尔斯特恒币	Amazing5国际理财
利物币	ton通币IGM	未来城万福币
21世纪福克斯	赫尔币	万达复利理财
万福币	ASI窥币	百川币
福特币	云企湘赢商城	诚信复利理财
马克币	JPM摩根币	麦格币Maccoin
星火草原	华之宝wow华币	雷恩斯币
壹购物xfc	福源币	可汗币
车房时代	R币RISECOIN	中翌理财
	沃斯币Voscoin	@股社区 weibo.com/gushequ

二、微传销的传播平台和传播内容

（一）微传销的传播平台：微信等社交软件

随着互联网的迅速发展，使用微信、QQ、微博、微视、陌陌等交流软件交友成为许多人的选择。与此同时，一些传销组织利用交流软件应用的广泛性和隐蔽性组织传销活动。以微信为例，它覆盖 90% 以上的智能手机，并成为人们生活中不可或缺的日常使用工具。据统计，微信月活跃账户于 2015 年底达 6.97 亿，用户覆盖 200 多个国家、超过 20 种语言。此外，各品牌的微信公众账号总数已经超过 800 万个，移动应用对接数量超过 85000 个，微信支付用户则达到了 4 亿左右。

从使用年龄来看，微信用户平均年龄只有 26 岁，97.7% 的用户在 50 岁以下，86.2% 的用户在 18-36 岁之间。25% 的微信用户每天打开微信超过 30 次。55.2% 的微信用户每天打开微信超过 10 次。微信作为中国微信用户强大的社交工具，接近一半活跃用户拥有超过 100 位微信好友。57.3% 的用户通过微信认识了新的朋友。微信作为一款具有即时传送多媒体、GPS 定位功能可以查找到附近的用户，并可以支持多人群聊的手机软件。QQ、陌陌等社交软件也有以上特点。

微信的上述特点，成为传销的新土壤并被传销组织所利用。利用微信等社交工具软件进行传销具有成本低、成功率高的特点，持有一部智能手机即可实施犯罪行为。在微信、QQ、陌陌等社交平台上犯罪嫌疑人多使用假身份，实施犯罪后也不容易被发现。通过微信、QQ、陌陌等发生的“微传销”，使得传销活动手段更加多变，扩张速度不断加快，虚拟性、隐蔽性、欺骗性进一步增强，传播更跨地域性，成为监管的“灰色地带”。

由于微传销的虚拟性和隐蔽性等特点，参与微传销的人数和金额难以统计。但保守估计，参与人员千万人以上，参与金额达数千亿，无论人数和金额都远远超出传统传销。

（二）微传销的传播内容

1. 打着“电子商务”的旗号实施网络传销活动。一些传销组织通过注册电子商务企业和建立电子商务网站，打着“消费=存钱=返利”、“消费返利”、“零

元购物”、“免费获利”、“增值消费”、“消费不用花钱，免费购买商品”、“消费增值”、“循环消费”、“消费多少返多少”等诱人口号的电子商务网站，以“网购”、“网络营销”、“网络直购”、“网点加盟”等形式从事网络传销活动，成为了传销的新变种。典型案件包括太平洋直购网、万家购物网、百业联盟网、e科威士、“翡翠环球网”、“中国商信网”等传销案。具体案例如下：

案例一：万家购物网传销案涉案金额达 240 多亿元，涉案人员 190 多万人，是我国目前查处的规模最大网络传销案件。**案例二：**太平洋直销网传销案涉案传销会员 680 余万人，会员层级达 16 级，涉案金额达 38 亿元。

2. 以创业、投资为由头实施网络传销活动。以“网赚”、“网络游戏”、“网络加盟”、“网上学习培训”、“网上博彩”、“在家创业”、“网络创业”、“网络资本运作”、“网络投资”、“原始股投资”、“基金发售”、“私募股权”、“投资入股”、“发展渠道商”、“红包互赠”为诱饵进行网络传销活动。这种传销活动往往夹杂着涉众型非法集资，包括目前流行的 PE、私募股权、投资入股、发展渠道商等大额传销，也包括类似的红包互赠等小额金融投资游戏。具体案例如下：

案例一：江苏南通“E 玛国际”传销组织以销售“E 玛国际”电子股权为名，采取双轨制传销模式发展下线，吸收传销资金 1.06 亿元。**案例二：**天津天凯新盛股权投资基金有限公司以传销手段结合时新的 PE(私募股权投资基金)概念，从来自全国 20 多个省份近 9000 人手中非法集资 10 余亿元。“AHK 澳洲汇金理财游戏网”传销案，该案发展 30 个省份 1.7 万余人，涉案金额 1000 余万元。

3. 打着“微信营销”、“微商”等旗号，以微信、微商为平台进行传销。

该种传销利用高额提成的骗局，将一些质量低劣，低成本的商品以高价卖出。形式主要是，通过微信、空间等社交软件将传销信息转发出去，以骗取自己朋友圈朋友购买其质量不好的，价格番数倍的产品。这些传销行为通过代理人的微信、QQ、微博等社交软件转发出去，例如有人购买成功后，会给予转发者 40%以上提成（其实质成本价格可能只有 8%，也就是 8 元的东西卖价 100 元，给予转发者 40 元后，自己赚 52 元）。

通过夸大宣传、炫耀致富，传销嫌疑人多扮成“微商大拿”、“成功人士”，

向微信好友们推荐发财捷径，往往还故意伪造热销氛围，如发布高额打款截图等信息，诱人上当。但这些伪造截图是通过网上花十几元购买的“微信对话生成器”的软件生成的，通过这一软件，可以制造虚假的转帐信息、模仿微商与顾客的对话、自动吸引大量粉丝关注，以及自动在朋友圈或 QQ 空间发广告等工具。现实当中，微信、微商传销带来的社会危害十分严重，既扰乱了市场秩序、侵犯被骗者的财产利益，还阻碍了微商的健康良性发展，有的还往往伴随着生产、销售有毒有害食品、不符合卫生标准的化妆品等违法犯罪行为，侵蚀社会信用基础，必须严厉禁止。具体案例如下：

案例：全国首例微信传销案——陈志华微信传销案。微信传销模式的始作俑者、所谓的“亚洲催眠大师”陈志华，宣传交 59800 元代理费，每天只要转发微信营销课程，拉更多人来听课，就能月入百万，108 天买奔驰，6 个月买房，一年开上劳斯莱斯。陈志华打着“微信营销、月入百万”的口号，以手机微信为平台，陆续在上海、杭州、广州、北京、长沙、南京等十余个城市组织非法传销。陈志华把这种传销伪装成微信营销、免费授课的形式，从 2013 年 1 月到 2014 年 3 月的 15 个月内，涉案人员达 329 人，涉案金额达 461 万元。微信传销的始作俑者陈志华最终被判刑 8 年，罚金 10 万。

4. 虚拟货币传销。虚拟货币源于于 2009 年比特币的诞生，随后各种虚拟货币开始大量产生，目前国内的虚拟货币已经达到数百种。2012 后国内开始大量出现打着虚拟货币的幌子进行非法传销的案例，例如百川币、SMI、MBI、马克币、贝塔币、暗黑币、美国富达复利理财、克拉币、石油币、华强币、CB 亚投行香港集团、币盛、世通元、U 币、聚宝、21 世纪福克斯、万喜理财、BBT（经媒体多次曝光现已改名为摩根币）等所谓的“虚拟货币”都有一个显著特征，都是打着创新的幌子，许以用户高额回报，实则就是传销骗局。我们用百度搜索“虚拟货币传销”已经看到近 50 万条先关信息，而且出现的都是破获的一些虚拟货币传销大案要案的相关信息。虚拟货币传销案的特点是案值和参与人员数量极大，造成的社会危害不用于一般的传销，同时具有破坏金融秩序的特点。以“贝塔币”的运作模式来看，参与者的主要收入来源有两个：一个是贝塔云矿机的挖矿收入，100 个金币可兑换人民币；一个是拉人头倍增的收入，拉一个人获得 120 个金币。此类传销的操作手法有以下几个特点：（1）以上币种大多是非恒量发行、单纯

炒币，没有商业应用。（2）都属于网络金融传销，服务器都在境外，查处难度较大。（3）运行周期短。一般 3-6 个月，到了返钱高峰期直接关网跑路，换个马甲重来。据业内人士介绍，这类虚拟货币的收益模式，一般都分为静态收益和动态收益。所谓“静态收益”，就是虚拟货币自身不断升值所带来的收益，比方说，“虚拟币”首先投资者花 1000 元，购买一台造币机，每台造币机每天产 10 个金币（6.5 个金币+3.5 个金种子），累计到 100 个金币，就可以兑换成现金，一个金币等于 1 块钱。不算金种子的复投，100 天后，就可以收回成本。“动态收益”就是推广费，在微信圈把这个项目分享出去，有人感兴趣就可以注册，只要一注册，分享人就能得到提成，通常注册的投资门槛是 1000 元，分享人就能得到 100 块钱的提成。此外，还根据投资者每一次“报单”，也就是每一笔投资金额的多少，进行抽成。据说“有能力的人”做 3-6 个月后，一天就能有 1-2 万元的收入。具体案例如下：

案例：U 币传销案。该案牵涉 23 个国家 22 万注册会员，国内 31 个省市区 3.6 万名注册会员，涉案金额高达 5 亿元，包括 2 名马来西亚籍嫌疑人在内的 12 名传销组织高层领导成员全部落网。目前，该案主要犯罪嫌疑人已被移送起诉。2014 年以来，境外传销组织泰国优趣集团在境外搭建传销网站，以投资虚拟货币 U 币为名在国内发展会员实施传销犯罪活动。该传销组织在网上公开宣传投资 U 币能够获取暴利，诱骗投资者缴纳 500 美元至 5 万美元等不同金额注册会员，取得一星至五星会员的加入资格，按照加入顺序组成上下级层级关系，通过设立推荐奖、对碰奖、领导奖等奖金形式，激励会员在网下以“拉人头”方式层层发展下线会员以获取高额返利。

5. “金融互助”传销。从 2015 年起，“金融互助”式传销成为微传销的主流。这或与 2013 年下半年微信支付的上线相关，微信支付的快捷支付功能，极大地方便了金融传销中钱币快速流传的需求。2016 年 6 月中旬统计显示，仅在微信上点“金融互助”的搜索，即可搜到 200 余个推广微信公众号和大量的微信交流群。自 2015 年 4 月俄罗斯人谢尔盖·马夫罗季创立的 MMM 金融互助传销模式传入中国以来，“MMM 金融互助社区”及其类似“金融互助”平台大量涌现。这类平台多以“互助”“慈善”“复利”为噱头，无实体项目支撑、无明确投资标的、无实体机构，以高收益、低门槛、快回报为诱饵，靠不断发展新的投资者实现虚

高利润，宣传推广、资金运转等活动完全依托网络进行。

这些平台除了用 QQ 群、微信、论坛、贴吧、手机移动端、新闻网站、搜索引擎等常见媒介做为最主要的扩散渠道外，腾讯和百度等众多带“V”认证标志的网站或公众号也成了重要的传播途径，一些网店大量存在出售“金融互助”平台源码、系统开发的店铺。在百度搜索引擎上输入“金融互助”进行搜索，相关信息达到 487 万多项，首先映入眼帘的是关于“金融互助”金融互助平台制作技术的顶置竞价排名广告。在 MMM 金融互助在中国盛行之际，其他众多金融互助平台也蜂拥出现，包括 MMM 仿盘或采用与 MMM 接近的名字，如臻 MMM，或冒用一些知名金融机构的名号，如万事达、Lending Club 等，或者直接用“某某金融互助”等名称。除此之外，国内还出现了许多 MMM 金融社区异化产品，YBI、WK、韩国 CNC 互助金融平台、智拓金互助平台和亨赢财富等，因此，实际的金融互助投资平台数量之大，影响范围之广，参与人数之众超出我们的想象，难以精确估算。

以微信等社交软件为例，在社交基础上快速发展起金融支付和清算业务，但大量非实名用户的存在，为寄生在这些平台上的金融互助投资传销平台带去极大的隐蔽性，伴随着参与人员流动性、跨区域性和跨境性等特点，再加上相关法律的滞后性，以及对金融互助投资平台的定性和取证等难以确定，监管难度非常大，导致了金融互助平台的非理性繁荣。金融互助具有诈骗和金融传销的性质，对此，中国人民银行多次发出警示，此类运作模式违背价值规律，资金运转难以长期维系，一旦资金链断裂，投资者将面临严重损失。截至目前，已经有上百个这种互助模式的资金盘出现问题，数百亿甚至上千亿元的资金被不法分子骗走，容易引发大规模的群体性事件，不仅严重地扰乱了市场经济秩序，而且直接危害人民群众的人身、财产权益、破坏社会管理秩序，危害社会稳定。具体案例如下：

案例：“MMM”金融互助传销。“MMM 中国”是以资助人和受助人的形式，以互助平台的模式进行操作，也是太阳线模式。MMM 把玩家以资助人和受助人的角色进行配对，资金重组。根据“MMM 金融互助”规则，参与者必须以马夫罗币这种网站内部货币为载体，向其他参与者支付款项，被称为“提供帮助”即买入马夫罗币；由其他参与者处获得款项，则被称为“得到帮助”即卖出马夫罗币。互助参与者每次援助的金额介于 60 元至 6 万元人民币之间，并获取相应数额的马

夫罗币。资助人发起资助后，系统会开始为资助人排队，1-14 天时间，配对完毕，会提示 N 个受助人账户，你按要求给受助人打款过去。打款后，你的角色由之前的资助人转变为受助人。同样，系统会把下面排队的人进行配对，会有 N 个人给你打款。秒匹配，同时获最高回报 30%(按天数 1%计算，时间等越久越多)，排队开始算每天投资额的 1%的利。除制定交易规则外，MMM 社区还对参与程度和频次作出严格规定，如“匹配成功不按时打款，账号会被冻结；2 个星期不推荐朋友也不参与挂单捐助，系统会删除账号”等。

6. 其他形式的微传销。一是打着“慈善救助”、“爱心互助”等幌子，以“做慈善事业，筑和谐家园”、“爱心支助贫困学子”、“消费养老”等形式，欺骗善良的群众上当受骗，如 2013 年北京查处的“集善家园网”传销案。二是打着“旅游直销”、“免费旅游”的旗号，以“免费旅游”、“边旅游边赚钱”等噱头，通过加手机微信好友的形式发展下线，拉群众入会交费，从事网络传销，如近期出现的名叫“WV 梦幻之旅”的组织就涉嫌此类传销。

三、微传销定义和本质

(一) 微传销的定义

微传销是以智能手机为工具，以微信、QQ、微视、微博、博客、陌陌及其他微软件等为平台，以电子商务、网上创投、网上股权投资、微信营销、微商、虚拟货币、金融互助、慈善救助、免费旅游等旗号为内容，以微信支付、支付宝、银行卡以及其他支付工具为资金流转工具的传销活动。

微传销具有虚拟性、跨地域性、隐蔽性、金融性和更加具有欺骗性等新特。微传销活动的特点是发起灵活，传播速度快，参与人员隐蔽，资金转移方便，发现和查处难度大，社会危害广，参与人员更加广泛，参与总金额更加巨大。

(二) 微传销的本质

微传销具备传销的一切特征，即“交入门费”、“拉人头”和“组成层级团队计酬”等。根据 2005 年 8 月 10 日国务院出台《禁止传销条例》对传销作出了清晰的定义：是指组织者或者经营者发展人员，通过对被发展人员以其直接或者间接发展的人员数量或者销售业绩为依据计算和给付报酬，或者要求被发展人员以

交纳一定费用为条件取得加入资格等方式牟取非法利益，扰乱经济秩序，影响社会稳定的行为。

国家工商总局也出台一些根据传销的独特特点来认定传销的办法，如在2016年3月，国家工商总局发布《新型传销活动风险预警提示》中就称：根据禁止传销的相关法律法规规定，不管传销组织如何变换手法伪装自己，只要同时具备以下三点就可以断定涉嫌传销：一是交纳或变相交纳入门费，即交钱加入后才可获得计提报酬和发展下线的“资格”；二是直接或间接发展下线，即拉人加入，并按照一定顺序组成层级；三是上线从直接或间接发展的下线的销售业绩中计提报酬，或以直接或间接发展的人员数量为依据计提报酬或者返利。

以微传销为例，普遍具有以下三个特征。（1）缴入门费。微转动力传销，野狼互助，3M等，虚拟币传销，货物等，都要缴入门费。这些金融互助传销一般没有符合其实际价值的货物。（2）拉人头。以较为流传的“野狼互助”模式为例微信群内发布的游戏规则显示，团队有6层，第一层是群主，只有1个人，第二层为副群主，有两个人。依此类推，到第六层则有32人。（3）组成层级团队计酬。仍以“野狼互助”为例，参与该项目的人需一次性投入2000在第六层排位。该层排满32个位，收入的64000元给第五层16分，依次类推。当该群64个点全排满，群主可以收入64000元然后出局。该群随后裂变为两个群，副群主晋升为群主，然后再次开始新的排位。

四、微传销的特征

（一）不具备合法资质

大部分微传销平台和公司未经工商部门注册登记，不具备合法资质，系非法机构；其推广网站未经核准备案或由境外直接接入，且网址频繁更换，风险巨大。工信部网站备案数据显示，以“金融互助”微传销平台为例，其在中国主网站没有在工信部完成备案注册，根据《互联网信息服务管理办法》等规定，属于非法网站。“金融互助”平台经常会出现经营者突然消失、兑换交易程序无法进行、公司注册地址造假等现象，投资客损失惨重。

（二）没有经营实体、不具理财产品发售资质

“金融互助”等微传销平台不具或没有依托任何经营实体，不生产任何产品和服务，因此不会产生任何价值或利润，完全是瓜分新进投资者的资金，只有不断吸收新鲜血液，才能延续。同时，证监会公示的经营者名录显示，“金融互助”微传销平台也没有互联网基金销售和私募基金发售等资格牌照。因此，“金融互助”等微传销平台违背价值规律，投资风险巨大，资金运转不可长期维系。

（三）运作模式具有非法集资、传销特征

微传销未经批准，通过网站、微博、微信等多种渠道公开宣传，承诺畸高利息，引诱群众投入资金；同时，设置“推荐奖”、“管理奖”等奖金制度，鼓励投资人发展人员加入，并按加入先后形成层级关系、计算返利金额，具有非法集资、传销交织的特征。

（四）传播速度快，迷惑性、利诱性和隐蔽性强

微传销具有传播速度快，迷惑性、利诱性和隐蔽性强等特点。第一，传播速度快。通过 QQ、微信、手机移动平台等手段很快建立一个“金融互助”平台并吸引大量人员参与。第二，迷惑性强，从表面看起来参与者机会均等，没有欺骗等行为。第三，利诱性强。宣称投资门槛低、周期短、收益高。第四，隐蔽性强。微传销的大部分行为通过移动端完成，并且采取暗箱运作模式，没有固定的办公场所，有的连服务器都放置在海外，因此监管部门难以调查。

（五）跨地区和跨国界性

微传销的参与者具有跨地区的特性，参与者可以来自不同省份、不同地区，大家在一个移动端社交平台就可以完成传销行为。有的微传销的组织策划均来自境外，对于中国来说属于“舶来品”，大量的平台组织者及骨干成员经常藏匿在境外，利用互联网或移动通信等手段构建境内传销平台，对其他成员进行遥控与指挥。例如，警方查办的大多数微信案件都有一个特点，即受害者一般遍布中国十几个甚至 20 几个省份，数十个地区。这种跨地域性由微信这种介质决定，微传销让传统的地域限制被突破，让传销的犯罪世界也有变“平”的趋势。

（六）伪互联网金融性

十部委联合发布的《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》中对互联网

金融进行界定，互联网金融是传统金融机构与互联网企业利用互联网技术和信息技术实现资金融通、支付、投资和信息中介服务的新型金融业务模式。目前的互联网金融主要形式为互联网支付、网络借贷、股权众筹融资、互联网基金销售、互联网保险、互联网信托和互联网消费金融等，发展互联网金融的目的是为了促进中小微企业发展。《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》规定，任何组织和个人开设网站从事互联网金融业务的，除应按规定履行相关金融监管程序外，还应依法向电信主管部门履行网站备案手续，否则不得开展互联网金融业务。微传销平台既不满足互联网金融的形式要求，也不能满足互联网金融的实质要求，是假借金融创新“搭便车”的伪互联网金融。

（七）参与者素质高，年轻人尤其深受其害，影响面广

由于“金融互助”微传销平台的参与者主要通过网络传播，例如论坛、QQ 群、微信、贴吧、手机移动端、新闻网站、搜索引擎等，白领阶层、事业单位、公务员甚至金融从业者参与者占了很大比例，涉及人员素质高，影响面广。参与“金融互助”微传销的越来越多的是年轻人，三四年城市进城青年人，越来越多的80后、90后参与其中，对年轻人的毒害非常大。

（八）传销行为主要通过移动端完成

微传销的主要步骤主要通过移动端完成。其一般模式是通过移动端的公众号、门户网站等进行业务介绍，主要通过微信群、手机QQ、QQ语言聊天室等进行实际的传销业务，并且主要通过微信完成支付，又通过朋友圈进行传销（也可同时通过门户网站、社区进行传播）。

（九）参与传销方式便捷，违法成本低

微传销参与方式极其便捷，随时随地，上下线不需见面，开会无需真实场景，支付无需现金和凭条，一切全在移动端完成，吃饭睡觉甚至上班、乘公交、上厕所时皆可进行。违法成本低、打击难度高。拉个群、群再拉群，一套简单的传销体系就完成了，成本非常低，不像原来有房租、聚集等各种支出。利用社交平台传销，也给监管部门打击和取证带来难处。

五、微传销的社会危害性

（一）微传销可能引发金融危机和系统性风险

“金融互助”等微传销在国内参与人员达数百万人，有数百个传销平台，涉及金额达数千亿人民币。“金融互助”微传销通过互联网和手机移动平台进行传播，一旦这些平台大面积出现问题，资金链就会断裂，引发金融风险。

同时，这些风险与其他互联网金融风险相互串联、相互传染、相互叠加、相互混杂，“金融互助”等微传销风险有可能成为风险混合的新纽带，引发风险的集中爆发，严重的话会引发一定规模的金融危机。

（二）微传销扰乱互联网金融市场秩序

“金融互助”等微传销的本质是传销，但其承诺的高收益甚至天价收益，违背了金融本质和金融发展规律。金融的本质是资金融通，其支点是信用，而信任是基于信息的对称。“金融互助”等微传销的运行不透明，完全被组织者把控，信息不对称。创始人和组织者往往利用投资者贪婪、短视、从众等弱点，许以高收益，并打着无风险高获利的口号，营造饥饿营销氛围，让投资者丧失了警惕，盲目跟风，进行大量投资，从而实现短期短期套利，然后抽身而退。

“金融互助”等微传销组织的这种行为严重损害互联网金融的市场信誉，扰乱了互联网金融市场秩序，阻碍了互联网金融创新的步伐。“金融互助”微传销允诺的高回报行为，起到了劣币驱逐良币的效果，抬高了民间融资市场利率，致使真正的产业难以筹集到资金。因此，“金融互助”微传销行为既扰乱了金融市场的良性发展，也阻碍了实体经济的发展。

（三）微传销严重损害了社会公众利益

“金融互助”等微传销以互助的名义，诱以高昂的收入、低门槛会员巨幅优惠，以及拉入新人的巨额返利让更多的投资者深陷其中，无法“破局”，短时间内难以发现其欺骗性和危害性。“金融互助”传销是一种庞氏骗局，最终的结果是崩盘，颗粒无收。

“金融互助”等传销参与者缺乏金融常识和金融风险教育，其之所以持续参与其中，是因为内心的贪婪，总以为自己不会成为最后的接盘者。但事实“金

融互助”等微传销给社会造成了数千亿公共财产损失，参与者不仅是缺乏知识的普通百姓，而且高收入的白领阶层、公务员甚至金融从业者参与者众多。“金融互助”等微传销通过借助了网络的力量，致使受害面更广，渗透深度更深而且也更加难消灭。一些“金融互助”等微传销组织者经常打一枪换一个地方，重新建立“金融互助”等微传销平台实施诈骗。

（四）微传销滋生了大量境内外犯罪活动

“金融互助”等微传销披着普惠金融和互助的外衣，实施诈骗或非法集资活动。相比于普通的金融诈骗，“金融互助”等微传销非法占有目的不明显，组织策划者利用一些社交平台非实名漏洞，仅以服务费等方式收取部分款项，并不占有投资者投入的全部资金，投资者的资金大部分投入了宣传发行、向先前投资者支付利息等方向。因此，“金融互助”微传销具有极大的隐蔽性和欺骗性。同时一些犯罪分子或非法组织利用“金融互助”等微传销的手段，进行洗钱活动或进行资金非法转移，也因为不能有效的落实账户实名制，资金来源和去向难以追踪，人员信息难以锁定，很容易成为犯罪份子洗钱的渠道，增大反洗钱工作的难度，助长各类金融犯罪气焰。一些“金融互助”等微传销组织者甚至进行境内外勾结，共同实施跨境诈骗或其他犯罪活动，应当警惕，例如，有些犯罪组织本身就是国际犯罪集团，只是把触角伸入我国境内吸金。

（五）微传销容易引发社会不稳定因素，影响社会稳定

“金融互助”等微传销由于本质是一种传销，参与者容易被洗脑，深陷其中，一旦上当受骗，利益受损，由于参与群众多、财产损失大，频繁引发群体性事件，甚至导致极端过激事件发生，影响社会稳定。

六、微传销在我国泛滥的原因

（一）微信、QQ和微信支付非实名因素

微信、QQ和微信支付的非实名制，是助长微传销的最重要原因之一。尤其是其中微信支付作为金融支付工具，长期为非实名制。非实名在一定程度上让微信、QQ成为传销的温床。

微传销实施洗脑、缴入门费等的关键“场所”，是在QQ群或微信群的虚拟

空间内。传销群中的数十、数百人基本上没有互加好友，是临时被拉入群的，此时群内“人名”均是可以更改的昵称或不辩真假的字。传销受害者最终会发现，自己一朝被踢出群，就再也无法找到组织者的信息，这为工商、公安查处微传销带来极大难度。

微信支付理论上是可以为公安、工商等查处微传销提供有力帮助的。但在2016年7月1日以前，微信支付是非实名的，因此能够提供的办案线索也有限。监管机构原本寄望，7月1日实名制落地后改善这一情况，但目前看情况不容乐观。有媒体报道微信支付在7月1日以后未履行央行实名制规定，在实名账户中又不严格分级，没有限额限制。客观上给这仍然给传销创造了温床，同时增加打击难度。

（二）关于金融传销的法律法规缺位，现有法律难以发挥作用

近两年来，我国多个省份爆发金融传销大案，互联网上有关金融传销的网站也以“资本运作”、“网络销售”、“网络加盟”、“私募基金”、“股权投资”、“网络直销”等名义进行金融传销犯罪活动。金融传销在一些南方省份吸纳了巨额的民间资本，并有向北方省份迅猛蔓延的趋势。“金融互助”作为一种典型的金融传销行为难以制止的重要原因之一就是我国关于规制金融传销的法律法规缺位，导致金融传销在法律不能触及的空白地带滋长和蔓延。金融传销涉及金融巨大，影响金融秩序，比普通传销犯罪造成的危害更大，但目前没有金融传销罪名，只能按普通传销定罪量刑。

（三）我国金融市场发育不完善，投资渠道狭窄

当前我国多层次的资本市场还没有形成，金融市场还不完善，金融市场缺少成熟、完善、稳定的投资品，投资者投资渠道狭窄，金融市场缺少成熟、完善、稳定的投资品。“金融互助”微传销平台虚假宣传，投资者难以辨别真伪，盲目投资，导致上当受骗。

（四）投资者相关法律和金融知识教育缺失，认知偏差，急功近利

第一，投资者对“金融互助”等微传销行为的法律性质认识不清，没有认识到这是一种严重的金融犯罪行为。同时缺乏金融和投资的基本常识，金融学中有个常识，就是风险和收益匹配，但投资者对于“金融互助”等微传销这种庞氏骗

局没有起码的认知。相比于金融诈骗，“金融互助”等微传销行为的非法占有目的不明显，组织策划者仅以服务费等方式收取部分款项，并不占有投资者投入的全部资金。第二，由于互联网信息泛滥，信息过量产生了认知负担，投资者难以甄别有效信息，导致认知偏差。第三，投资者急功近利。从行为金融学的角度看，投资者在“金融互助”骗局中出现了三个关键性的认知偏差：一是高估被骗小概率事件发生的概率。二是信息可得性偏差。“金融互助”等微传销信息泛滥，但投资者在判断和决策时，总是寻找容易得到的信息作为判断依据，例如网上随便搜下其他人的评价而不会去甄别这些评价的真伪。三是自证偏差。“金融互助”等微传销投资者总是寻求对自己有利的证据，屏蔽对自己不利的说法。因此，投资者的行为对庞氏骗局的形成具有推波助澜的作用。

（五）政府的对微传销行为的认识不足

“金融互助”等微传销行为本身是一种伪互联网金融，但政府对于其行为性质的认定存在存在偏差，对地方政府来说，出于政绩的考虑，往往对这种所谓的创新过于照顾，纵容和加剧了“金融互助”微传销的泛滥。同时，对于“金融互助”微传销平台没有触犯监管部门的“占用资金”、“提供担保”和“有资金池”等红线，有关政府部门对其危害性认识不足。“金融互助”平台投资者认为即使投资资金颗粒无收，不会怪罪他们，只是自认倒霉，很少投资者主动去投诉。有关政府“睁一只眼闭一只眼”、“不如少一事”的心态，不主动进行监管也是造成“金融互助”传销泛滥的原因之一。

（六）政府对金融投资者保护不足

我国目前的《消费者权益保护法》中规定的消费者是“为生活消费需要购买、使用商品或者接受服务”，金融消费者并不属于《消费者权益保护法》的保护对象。目前还没有关于金融消费者的单独立法。对于金融消费者，国务院办公厅曾出台《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》，其第三条指出，金融机构应当依法保障金融消费者在购买金融产品和接受金融服务过程中的财产安全。但《关于加强金融消费者权益保护工作的指导意见》只能算是一个规范性文件，还不能上升到有法律约束力的法律法规或部门规章。

（七）我国的金融业监管侧重结构而非功能监管

目前我国对金融业的监管机构为“一行三会”以及地方各政府金融工作办公室等，实施的是分业经营监管，侧重于金融机构监管而非功能监管。但“金融互助平台”虽然利用互联网进行非法金融活动，但不属于互联网金融的范畴，因此缺乏应有的监管。

（八）传统监管技术和监管手段落后，难以适应新的发展形势

“金融互助”等微传销平台往往利用互联网和移动通信手段进行操作，在互联网不断普及的背景下，信息、资金流动加速，各类金融诈骗花样复杂，手段隐蔽。传统的监管因互联网的无边界性、虚拟性、高科技化而难度加大。

（九）涉案因素复杂，监管责任划分不明确

因为相关法律、网络技术、区域管辖权以及传销性质等诸多因素，以及对“金融互助”等微传销平台的定性和处置没有定论。而且大量案例呈现出跨地区、跨国界的特点“金融互助”等传销组织领导及骨干成员常藏匿在境外，利用互联网或移动通信等手段构建境内传销网络，对其他成员进行遥控与指挥。因此，对于“金融互助”等微传销平台发生的案件涉案人、地和案件的本身属性等综合因素，难以确定监管者和监管责任。

七、微传销预防与监管对策建议

（一）加强微信等社交平台自我审查、管控力度，落实实名制规定

必须看到，虽然微传销的传播途径主要包括 QQ 群、微信、贴吧、手机移动端、新闻网站、搜索引擎等，但其传销主要步骤的完成即拉人头、分层管理、聚集洗脑培训、入门费以及酬资支付等，均主要在微信、手机 QQ 等平台上完成。因此腾讯平台应为微传销负有主要责任。因为微传销的隐蔽性极强，犯罪有分散型的特点，因此依靠单独一地的工商和公安部门，很难完成案件的及时处理，甚至难以发现和固定证据。而微信等社交平台对及时发现和制止传销犯罪的发生、发展有得天独厚的技术优势。微信等社交平台作为微传销的发起工具，对微传销负有不可推卸的自我审查和自我管控责任，因此建议如下：

一是应当加大投入和技术研发，对传销行为实施全天候网络巡查，运用大数据优势进行技术分析和甄别，加强自律和内部监管，营造良好的社交环境。二是

应当对微传销的各个传播途径进行彻底清理和整顿。三是应当按照国家工商总局新出台的《互联网广告管理暂行办法》的相关规定强化广告自律审查责任。四是作为信息汇集方，要承担更多的社会责任，对失信者要曝光，要建立差评制度。五是，按照《非银行支付机构网络支付业务管理办法》规定要求，对客户实行实名制管理，确保有效核实客户身份及其真实意愿，不得开立匿名、假名支付账户，并根据实名认证的充分程度进行分类管理，限制不同的支付交易类型和金额等。

（二）加强各地区各部门相同监管

由于微传销涉案复杂，监管责任划分不明确，以及对微传销认识不足导致监管空白。从近期来看，应当用用监管机构协同监管机制，打破行业壁垒，充分发挥金融监管的主体作用，着力消除信息不对称，严格行为监管，加强对微传销行为的违法惩治。加强对微传销的性质研究，正确划分工商部门、“一行三会”、公安部门、工业信息化部门、电信部门、国家网信办等部门的责任，明确各自职责。建议建立政府牵头、多部门配合的联动机制，突出公安、工商部门在打击微传销活动中的骨干作用，人民银行及监管部门的监控作用，相关职能部门各司其职，形成合力，构筑起打击微传销的协作体系。各地区监管部门要做好本地区摸底排查工作，按照注册地对从业机构进行归口管理，对涉嫌违法违规的从业机构，区分情节轻重分类施策、分类处置。从长期来看，应当在“三会”之上建立一个统一的金融监管机构，即中国金融监督管理委员会，对金融进行统一监管。金融监督管理委员会可以针对金融监管真空或重叠采取相应措施，划分各金融监管机构的职责范围，协调各监管机构的利益冲突以及划分监管归属等。

（三）积极利用大数据和云计算等高科技手段实施监管

微传销是一种新型的传销，对执法机关也提出了更高的要求同时，因此要创新监管方法，建立实时动态监测体系，实现监管的“互联网+”。监管部门通过借鉴云计算、大数据等方面的领先行业实践经验，建立和完善数据分析和风险监测系统，各级工商、市场监管部门要通过多种途径筛查案源线索，从中发现和确定涉嫌从事传销违法活动的网站、网页，综合运用网络调查、实地核实、可疑资金交易分析等手段，加强在线与远程电子数据证据采集、固定和分析工作，获取相关信息，会同有关部门采取措施，追根溯源，确定重点打击对象。同时，要建

立微传销预警机制，实现对微传销风险的及时发现和预警。

（四）完善防治微传销的相关法律法规和部门规章

微传销的发生存在法律层面的问题，立法的不足或不完备影响了有关部门的执法依据，无法可依。因此建议如下：

第一，有关部门应当进一步健全完善处置微传销的相关法律法规。梳理有关法律规定适用中存在的问题，对罪名适用、量刑标准、刑民交叉、涉案财物处置等问题进行重点研究，推动制定和完善相关法律法规及司法解释。第二，修订《非法金融机构和非法金融业务活动取缔办法》，研究地方各级人民政府与司法机关在案件查处和善后处置阶段的职责划分，完善非法集资案件处置依据。第三，加快民间融资和金融新业态法规制度建设，弥补微传销行为的法律与监管空白，为厘清人们对微传销行为的模糊认识。第四，相关部门联合制定《新型网络传销监督管理办法》。第五，修订或加强《消费者权益保护法》的司法解释，使微传销行为适用于该法，保护消费者的合法权益。由于微传销一般没有工商登记，交易者之间的关系不属于传统意义上的消费者和经营者，因此难以试用现有法律的规定。第六，修订或加强《禁止传销条例》的司法解释，将所有微传销的行为纳入到《禁止传销条例》监管中来。以太平洋直销网传销案为例，涉案传销会员 680 余万人，会员层级达 16 级，涉案金额达 38 亿元，社会危害严重，但人们对其是否为传销行为认识不清，监管部门也存在争议和疑惑。通过法律来明确微传销的性质势在必行，刻不容缓。

（五）完善防治微传销行为的工作制度、程序和机制

建立健全跨区域微传销案件执法争议处理机制，完善不同区域间跨执法部门、司法部门查处工作的衔接配合程序。建立健全防范和处置微传销案件的信息共享、风险排查、事件处置、协调办案、责任追究、激励约束等制度，修订完善处置微传销案件的工作操作流程。

（六）完善资本市场制度建设，加强对投资者教育

适时制定《民间融资法》等指导性法律法规，为民间融资提供有效的社会防护性保障，降低其交易成本和法律隐患，通过制度性激励引导民间融资市场探索

非人格化的交易模式。降低金融准入门槛，把民间金融市场纳入金融市场多元化体系。加强对投资者相关法律法规和金融知识的教育，提高投资者素质。否则再好的监管制度也会有监管漏洞和监管空白，被违法犯罪分子所利用。

此研究报告为中国政法大学资本金融研究院网络经济研究中心课题。

（此研究报告为中国政法大学资本金融研究院网络经济研究中心课题。

作者简介：武长海，法学博士、博士后，金融学博士后，中国政法大学资本金融研究院网络经济研究中心主任，研究生导师。）