

## Young Living 香港政策及程序

本文件於2024年12月11日發布，並於2025年1月11日生效。

### 目錄

#### 1: 簡介

- 1.1 歡迎
- 1.2 宗旨
- 1.3 條款
- 1.4 納入品牌夥伴協議的政策和銷售獎勵計劃
- 1.5 修訂/接受
- 1.6 品牌夥伴規範
- 1.7 包容及反歧視

#### 2: 成為品牌夥伴

- 2.1 成為品牌夥伴的要求
- 2.2 網上申請

#### 3: 營運您的銷售組織

- 3.1 獨立承辦商身份
- 3.2 零售客戶及品牌夥伴
- 3.3 多重會藉的違規行為
- 3.4 家庭品牌夥伴或關聯人士的行為
- 3.5 品牌夥伴違規行為
- 3.6 公司、合夥、有限責任公司及信託
- 3.7 銷售、轉移或轉讓
- 3.8 承讓及繼承
- 3.9 品牌夥伴業務分拆
- 3.10 終止帳戶
- 3.11 稅項
- 3.12 違規的商業行為
  - 3.12.1 非招攬及招募
  - 3.12.2 領袖級的非競爭業務
  - 3.12.3 以其他直銷商為目標
  - 3.12.4 跨線招募
  - 3.12.5 操縱銷售獎勵計劃
- 3.13 國際業務
- 3.14 不作轉售產品及服務地點
- 3.15 反賄賂
- 3.16 重新包裝及重貼標籤

- 3.17 保密
- 3.18 個人資料
- 3.19 授權拍攝及使用品牌夥伴照片影片
- 3.20 晉階嘉許
- 3.21 非獨家
- 3.22 不作詆毀、反騷擾及僱員私隱

#### 4: 保薦人的責任

- 4.1 保薦
- 4.2 網上保薦
- 4.3 品牌夥伴和保薦人責任
- 4.4 私隱

#### 5: 宣傳

- 5.1 使用Young Living材料
- 5.2 教育及參考材料
- 5.3 品牌夥伴自製廣告材料及產品
- 5.4 廣告宣稱和陳述
  - 5.4.1 產品宣稱
  - 5.4.2 收入宣稱
  - 5.4.3 銷售獎勵計劃宣稱
  - 5.4.4 有關非法宣傳陳述之保障
- 5.5 Young Living 智慧財產權
- 5.6 域名及電郵地址
- 5.7 互聯網政策
- 5.8 網上銷售限制
- 5.9 電話及電郵招攬
- 5.10 Young Living 品牌夥伴個人網站
- 5.11 服務機構
- 5.12 建議價格
- 5.13 貿易展覽會
- 5.14 媒體查詢

#### 6: 產品銷售

- 6.1 銷售單據
- 6.2 禁止過度存貨及70%規則
- 6.3 產品損壞

#### 7: 佣金及獎金

- 7.1 佣金及獎金查閱
- 7.2 佣金調整
- 7.3 業務支援費
- 7.4 佣金退回

## 8: 訂購 政策

### 8.1 訂購方式

#### 8.1.1 電話

#### 8.1.2 Young Living網站

#### 8.1.3 即時通訊

### 8.2 忠誠獎勵計劃

### 8.3 一般訂單政策

#### 8.3.1 延交訂單

#### 8.3.2 異常訂單

## 9: 送貨

### 9.1 送貨方式及收費

### 9.2 送貨差異

## 10: 付款

### 10.1 付款方式

### 10.2 資金不足

### 10.3 佣金及獎金發放表格

## 11: 產品退貨政策

### 11.1 退貨指引

### 11.2 存貨回購

### 11.3 產品套裝及系列

### 11.4 促銷產品退貨

### 11.5 退貨程序

## 12: 品牌夥伴帳戶管理

### 12.1 更改品牌夥伴帳戶

#### 12.1.1 推薦人/保薦人變更

#### 12.1.2 放棄申索

#### 12.1.3 推薦人/保薦人分配計劃

### 12.2 團隊組織報告

## 13: 爭議解決及處分

### 13.1 與其他品牌夥伴的爭議

### 13.2 個人仲裁協議

### 13.3 管轄權及管轄法院

### 13.4 放棄團體訴訟權利

### 13.5 違反協議

#### 13.5.1 管轄法律

#### 13.5.2 銷售獎勵計劃的管轄法律

### 13.6 處分

### 13.7 對違反品牌夥伴協議的裁決提出上訴

## 14: 非活躍、重新激活及終止

### 14.1 非活躍

### 14.2 重新激活

### 14.3 非自願終止品牌夥伴帳戶

### 14.4 自願終止品牌夥伴帳戶

## 14.5 終止品牌夥伴帳戶的效力

## 15. 其他

### 15.1 延誤

### 15.2 部分效力

### 15.3 棄權

### 15.4 標題無實質涵義

## 1: 簡介

### 1.1 歡迎

歡迎來到Young Living Hong Kong Limited（「Young Living」）！我們很高興您選擇成為Young Living的品牌夥伴。

### 1.2 宗旨

本政策及程序的宗旨是：

- 設定品牌夥伴應作出的可接受業務行為之標準；
- 界定品牌夥伴與Young Living、零售客戶及其他品牌夥伴的關係；及
- 協助品牌夥伴建立及保護其Young Living業務。

### 1.3 條款

在本政策與程序中，Young Living Hong Kong 簡稱為「Young Living」，均指品牌夥伴協議（您據此成為品牌夥伴）、本政策及程序、私隱政策聲明及銷售獎勵計劃之合稱，而簽署本協議（如下文定義）的個人或實體即稱為「品牌夥伴」。「品牌夥伴」、「推薦人」、「保薦人」、「客戶」、「業務組織」和「支援團隊」等術語應具有本文和 Young Living 獎勵計劃（「銷售獎勵計劃」）中規定的各自含義。「品牌夥伴」一詞可用於統稱 Young Living 產品使用者。

「保薦人」一詞是指品牌夥伴的上一級品牌夥伴視為保薦人。如果品牌夥伴在過去 12 個月期間曾購買 50PV 以上產品，則該品牌夥伴帳戶被稱為「活躍」；如果沒有，則該品牌夥伴帳戶被稱為「非活躍」。「推薦人」一詞是指推薦新品牌夥伴加入成為自己團隊中一人。每個人在 12 個月期間只能加入一次。「客戶」（包括零售客戶）是指非品牌夥伴的個人，可以直接從 Young Living 購買僅供個人使用的產品，但無權推薦新品牌夥伴加入、賺取佣金或轉售 Young Living 產品。零售客戶可以透過提交品牌夥伴協議來選擇成為品牌夥伴及購買沒有佣金收取的 Young Living 品牌夥伴的入門套裝。

### 1.4 納入品牌夥伴協議的政策和銷售獎勵計劃

於本政策及程序中，每當使用「協議」一詞時，均指品牌夥伴協議（您據此成為品牌夥伴）、本政策及程序、私隱政策聲明及銷售獎勵計劃之合稱。本政策及程序、私隱政策聲明及銷售獎勵計劃經引用載入品牌夥伴協議（以其現時格式並經 Young Living 不時修訂）。品牌夥伴有責任閱讀、理解及遵守所有該等文件之最新版本（可於 [https://www.youngliving.com/en\\_HK](https://www.youngliving.com/en_HK) 查閱），並確保據此經營。

本協議構成品牌夥伴與 Young Living 之間就本協議達成的最終、完整的協議，並取代您與 Young Living 之間的所有協議、溝通、諒解和交易過程。品牌夥伴同意，Young Living 過去和現在都沒有就本協議做出任何明示或暗示的陳述或保證，除非協議中明確說明，並且品牌夥伴現在和現在都沒有依賴有關本協議主題的任何明示或暗示的陳述或保證，協議中的陳述和保證除外。

儘管本協議中存在任何相反的規定，本協議中的任何內容均不禁止品牌夥伴向任何政府機構報告可能的違規行為，或向此類政府機構進行其他披露、直接溝通、回應詢問或向此類政府機構提供證詞，涉及以下事項：可能的違規行為。在進行此類溝通之前，品牌夥伴無需就任何此類溝通的主題聯繫 Young Living。此外，本協議中的任何內容均不得以任何方式禁止或妨礙品牌夥伴尋求或接受任何政府機構的任何金錢獎勵的能力。

適用的法律因國家而異。因此，品牌夥伴必須始終遵守適用的香港法律，以及品牌夥伴開展業務所在國家/地區適用的法律和 Young Living 政策。Young Living 針對品牌夥伴開展業務的每個市場的政策均透過引用納入本協議，並將指導品牌夥伴在這些國家/地區的公民進行的工作。

### 1.5 修訂/接受

Young Living 或會不時修訂協議的條款及細則。有關變更將於 Young Living 透過 Young Living 官方出版物首次發佈分發予所有活躍品牌夥伴（如電子郵件通訊）或在 Young Living 官方網站發佈後 30 天生效。修訂不得追溯適用於有關修訂生效日期前發生的行為。

當您簽署品牌夥伴協議時即表示您同意遵守 Young Living 作出的所有修訂或變動。如品牌夥伴不願意接受有關變更，必須在有關變更生效前 30 天內以書面通知 Young Living。凡品牌夥伴按本協議約定持續經營、訂貨、接受佣金或獎金支付或任何其他福利，即構成接受本協議之全部與任何及一切修訂。

### 1.6 品牌夥伴規範

品牌夥伴在經營銷售組織及參與 Young Living 的業務時，將遵守適用於經營作為品牌夥伴的銷售組織的所有規則、法規、法律及條例。

任何品牌夥伴違反任何法律、法規、本政策和程序或協議，Young Living 可能會採取一切必要的合規措施，包括但不限於終止品牌夥伴帳戶。

### 1.7 包容及反歧視

Young Living 向所有消費者提供產品服務，不分種族、宗教、語言、性別、文化或其他個人差異，並期望並鼓勵品牌夥伴在開展與 Young Living 或其產品相關的業務時尊重、友善和禮貌地對待他人，即使可能有意見或觀點上差異。品牌夥伴須遵守 Young Living 品牌夥伴包容及反歧視政策，違反該政策是對協議之重大違反。

## 2: 成為品牌夥伴

### 2.1 成為品牌夥伴的資格

如欲成為品牌夥伴，您必須符合以下要求：

- 如為個人身份，必須年滿 18 歲，並提供香港身分證號碼。
- 如為商業團體，須提供公司章程副本及稅號 / 商業註冊編號。
- 已閱讀並同意政策及程序、私隱政策聲明以及銷售獎勵計劃。
- 在遞交申請後的 30 天內，需填妥、簽妥並遞交 Young Living 品牌夥伴協議。
- 購買入門套裝。

Young Living 保留權利並全權決定以任何理由拒絕您的品牌夥伴協議。所有向 Young Living 呈交的文件和聲明必須完整、真實和準時提交。

### 2.2 網上申請

若品牌夥伴通過 Young Living 網站或任何 Young Living 保薦人之複製連結加入，您並不需要遞交紙本申請表格，但仍須同意於網站列出的品牌夥伴同意表格、政策及程序及銷售獎勵計劃。即使您的保薦人或客戶服務代表或會協助您完成網上入會手續，品牌夥伴仍須親自閱覽並同意上述的品牌夥伴同意表格、政策及程序及銷售獎勵計劃。

## 3: 營運您的銷售組織

### 3.1 獨立承辦商身份

作為品牌夥伴，您是獨立的銷售承辦商，而非特許經營或商業機會的購買者。您與 Young Living 之間的協議並不構成僱主/僱員關係、代理、合夥或合資。你亦不會因為任何原因而提供的服務被視為僱員。您需自行負責就作為品牌夥伴而賺取的所有報酬產生之稅項。您無權（明示或暗示）約束 Young Living 承擔任何義務。

我們鼓勵您要在遵守適用法律規定及本協議條款和條件的前提下，設定您自己的目標、工作時間和銷售方法。

Young Living 的主要業務是對 Young Living 產品進行調配、測試和生產。品牌夥伴有機會向消費者銷售、推廣和行銷 Young Living 產品，但並不參與 Young Living 產品的調配、測試或生產。

除遵守法律要求和/或保護 Young Living 的智慧財產權和品牌完整性所必需的範圍外，Young Living 不會對品牌夥伴銷售 Young Living 產品、招募客戶和/或其他品牌夥伴成為其業務團隊，或如何經營業務團隊的方式進行控制。其商業組織中的合作夥伴或經營其業務的合作夥伴，前提是品牌夥伴遵守本協議，前提是品牌夥伴需遵守本協議。品牌夥伴可以在未經 Young Living 批准的情況下單獨聘用幫手或助理，但任何聘用他人的品牌夥伴仍需對此類幫手或助理的活動承擔全部責任，因此任何此類人員違反本協議的行為將被視為由聘用該人員的品牌夥伴的違規行為。

### 3.2 零售客戶及品牌夥伴

個人可以零售客戶或品牌夥伴的身份加入 Young Living。

品牌夥伴按公佈的批發價向 Young Living 購買產品，並可按照銷售獎勵計劃中概述的資格並達成所需位階而賺取佣金和獎金。

於本政策及程序中，如註冊成為新品牌夥伴，並在過去 12 個月內購買至少 50 個人點數(PV)的產品，則該品牌夥伴的帳戶被稱為「活躍」，否則被稱為「非活躍」。如任何品牌夥伴帳戶連續 12 個月訂購少於 50 產品分數(PV)，則該品牌夥伴被視為非活躍。

非品牌夥伴的零售客戶可直接向 Young Living 購買產品供個人使用，但不能參與品牌夥伴銷售組織或銷售獎勵計劃。零售客戶毋須簽署品牌夥伴協議。零售客戶以公佈的零售價購買產品。零售客戶的購買會納入其保薦人的組織銷售業績(OGV)。因此，品牌夥伴的任何零售客戶所下的訂單將納入其保薦人的組織銷售業績(OGV)。零售客戶可以透過提交品牌夥伴協議來選擇成為品牌夥伴及購買沒有佣金收取的 Young Living 品牌夥伴的入門套裝。

### 3.3 多重會藉的違規行為

除非第 3.3 節的其他部分已有規定，否則每個品牌夥伴僅可操作一個品牌夥伴帳戶或在一個品牌夥伴帳戶擁有法定或衡平法權益。如 Young Living 發現您在多個品牌夥伴帳戶擁有權益，Young Living 將會終止重複的品牌夥伴帳戶，並只保留首個建立的品牌夥伴帳戶。Young Living 嚴禁重複建立品牌夥伴帳戶以試圖變更保薦線、操控銷售獎勵計劃或以任何方式規避該協議。

然而，如果品牌夥伴以繼承方式（透過直接承讓或作為信託的受益人）成為其他品牌夥伴帳戶之受益人，可同時受益於一個以上的品牌夥伴帳戶，品牌夥伴應以書面通知 Young Living 有關繼承事宜（如第 3.7 節及第 3.7.1 節所述），並由 Young Living 以書面批准有關轉讓。

Young Living 將與該品牌夥伴合作，將繼承帳戶合規地整合到品牌夥伴和任何其他家庭成員和/或現有 Young Living 品牌夥伴的組織中。

品牌夥伴及其配偶/家庭伴侶可以各自擁有品牌夥伴帳戶，只要第二個品牌夥伴帳戶獲保薦為其配偶品牌夥伴帳戶的銷售組織中。Young Living 將定期審核該兩個品牌夥伴帳戶，如被發現配偶帳戶被用於操縱銷售獎勵計劃、或不遵守 70% 規定(如第 6.1 節所述)，Young Living 有權自行決定終止第二個申請的帳戶。一個共有銷售組織將被視為同一個具有生存者財產權的共同財產。

### 3.4 家庭品牌夥伴或關聯人士的行為

如家庭成員或其業務夥伴的關聯人士作出任何違反協議任何條文的行為，導致 Young Living 或其業務受損該活動即會視為品牌夥伴本人的違規行為；Young Living 可以強制執行並按本政策與程序規定對您作出處分，

### 3.5 品牌夥伴違規行為

任何品牌夥伴如果鼓勵、幫助、支持或教導（包括透過非正式指導或正式付費指導）另一品牌夥伴違反本協議的任何條款（包括操縱銷售獎勵計劃或參與任何不道德行為），則其本身就是違反本協議，Young Living 可以終止該品牌夥伴帳戶或採取 Young Living 認為任何適合的處分。

### 3.6 公司、合夥、有限責任公司及信託

合夥、公司、有限責任公司或信託需透過個人經理展現出積極建立商業組織的能力和意願，並透過向 Young Living 遞交合夥協議、信託協議、註冊證書、組織章程大綱及細則以及該有限責任公司最新的週年申報表和該合夥、公司、有限責任公司或信託的其他文件（不論是否已提交香港公司註冊處存檔），註明有關實體的所有股東、董事、成員、管理人、合夥人或受託人（視情況而定）（「關聯方」）的姓名，而成為品牌夥伴。實體必須證明該實體中並無任何部分或參與者參與其他銷售組織，因為任何人不得以任何方式參與一個以上銷售組織。品牌夥伴可透過遞交上述適當文件，把同一保薦人下的身份由個人改為合夥或公司。

Young Living 保留批准或不批准任何品牌夥伴為稅務、遺產規劃及有限責任之目的而變更業務名稱、合夥及公司及信託組成的權利。此外，遞交合夥註冊證書或其他證明文件副本，即證明在遞交有關證書起6個月內，概無在新業務實體中擁有權益的人士在其他銷售組織中擁有權益（除非是既有銷售組織要變更其營業型態且該組織會持續營運）。

### 3.7 銷售、轉移或轉讓

品牌夥伴可以向 Young Living 提出以公平市場價格，銷售、轉移或轉讓（統稱「轉讓」）整個帳戶和協議，或其中的任何權利或義務的選項，並且雙方都同意該公平市場價格為累積過去12個月所收到的佣金。

- 轉讓方和接受方須以書面通知 Young Living 雙方出售或轉移整個銷售組織之意願，該申請書必須由雙方簽名並由公證人簽名，發送申請至 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com) \$50元美金的申請費用，並且需要給予 Young Living 30 天時間選擇是否以公平市場價格購買該帳戶。
- 白金級或以上支付位階的品牌夥伴將提交給 Young Living 管理層批准，以確保此轉讓合法合規，並以促進 Young Living、轉讓方和接受方的共同利益的方式執行。

Young Living 不放棄追究本協議任何違約行為之權利，即使違約行為是在您銷售組織由前擁有人營運時發生。作為現有銷售組織的新擁有人，品牌夥伴須承擔其銷售組織的先前擁有人違反協議的責任，Young Living 有可能對您採取對先前擁有人的銷售組織採取的任何處分。

### 3.8 承讓及繼承

品牌夥伴死亡或喪失能力後，該品牌夥伴的帳戶和其業務組織可能會轉移給品牌夥伴的法定繼承人或法定遺產執行人。該等人士應向 Young Living 提供該品牌夥伴死亡或喪失能力的證明、有關法律文件，以及經簽署的協議：

- 如已故品牌夥伴立有轉讓帳戶所有權的遺囑，則必須提供遺囑副本；
- 如已故品牌夥伴由信託持有，則必須提供信託文件；
- 如果遺產透過遺囑認證程序來確定品牌夥伴帳戶的所有權，則必須提供確定所有權的遺囑認證法院命令。

審查和決定品牌夥伴帳戶承讓及繼承的過程可能需要一段時間處理，特別是在涉及遺產承辦處或帳戶擁有權存在爭議的情況下，Young Living 或會暫時凍結該品牌夥伴帳戶及其收入/佣金，或允許繼承人或法定代表在暫時喪失行為能力期間或在審查任何擬議的繼承權期間臨時管理該品牌夥伴帳戶。

如果品牌夥伴帳戶臨時管理或轉讓給繼承人或法定代表獲得批准，Young Living 保留將品牌夥伴的任何或全部業務組織轉讓或重新分配給信譽良好的其他品牌夥伴的權利，如果繼承人或代表未能向 Young Living 證明其積極經營品牌夥伴帳戶的能力和承諾，Young Living 保留因任何理由隨時拒絕品牌夥伴的原有帳戶和繼承帳戶擁有權的權利，包括如 Young Living 確定品牌夥伴未能證明經營兩個品牌帳戶和相關業務組織的能力；如 Young Living 拒絕品牌夥伴透過繼承而獲得的第二個品牌夥伴帳戶擁有權的權利，Young Living 或會批准品牌夥伴於寬限期內出售您在其中一個帳戶中的權益。在該寬限期後，繼承帳戶將會被凍結或終止。

### 3.9 品牌夥伴業務分拆

品牌夥伴可與他人以夫妻合夥關係、普通合夥、公司、有限責任公司或信託（後四種實體統稱為「業務實體」，各自為一個「業務實體」）的形式經營單一銷售組織。如品牌夥伴的婚姻因離婚而終止，或您的業務實體解散，必須立即作出安排，以確保完成業務的任何形成的分拆，以免對保薦的其他業務支援團隊或團隊的權益及收入造成不利影響。如離婚配偶或解散業務實體未能提供其他品牌夥伴及Young Living的最佳利益，有關行為將違反協議，Young Living可根據本政策及程序終止協議。

在離婚或業務實體解散過程中，離婚配偶或解散業務實體必須採用以下其中一種經營方法：

- 其中一方可在另一方同意的情況下，根據放棄方藉以授權Young Living直接及單獨與其他方進行交易的書面轉讓經營業務。須提交由被移除人士妥為簽署的請求。仍留在品牌夥伴帳戶的人士須提供新品牌夥伴協議。
- 各方可按「照常營業」的方式繼續共同經營銷售組織，據此，由Young Living支付的所有獎勵將以品牌夥伴聯名或各方之間獨立同意分立的業務實體的名稱支付。
- 各方可根據涉及有關各方的法院命令經營業務。
- 如不滿足其中一項要求，Young Living將維持佣金支付方式之狀況。

Young Living不會把品牌夥伴的銷售組織與離婚配偶或解散業務實體的關聯方分開。同樣地，Young Living不會在您和離婚配偶或解散業務實體的關聯方之間分配您的佣金或獎勵。Young Living將僅認可一個銷售組織，及在每個佣金週期為每個銷售組織發出一筆佣金按金。佣金按金將只存入同一個人或業務實體，除非銷售組織的所有各方同意把佣金支付予其他人，或根據對Young Living有司法管轄權的法院命令支付。如您已完全放棄您作為前配偶或銷售組織前關聯方之所有權利，您可自由註冊為您選擇的任何保薦人下的新品牌夥伴。然而，在此情況下，品牌夥伴將不再享有前銷售組織的任何品牌夥伴或零售客戶權利。在此情況下，品牌夥伴必須以任何其他新品牌夥伴相同的方式開發新業務。

### 3.10 終止帳戶

當品牌夥伴帳戶因任何原因被終止時，Young Living 將評估該帳戶在業務組織系譜中的位置，以供將來使用。Young Living 可以將任何已終止的品牌夥伴帳戶出售給 Young Living 選定的任何合格候選人。此外，任何已被終止的帳戶均可安置於信譽良好的現有品牌夥伴，由Young Living 全權決定，認為該品牌夥伴展現出強大的銷售領導能力、對Young Living 品牌的忠誠度以及在內部發展業務的承諾。

根據本政策將任何品牌夥伴安置到已終止的帳戶位置都不會改變現有業務組織系譜，並且已被終止帳戶的上線業務組織必須同意此安置。

Young Living 也可以自行決定允許 該有品牌夥伴的經營團隊將以「向上遞升」的形式，自動被轉移至上一級的合資格品牌夥伴作為直屬經營團隊，意味著已終止的帳戶會從系譜中刪除，並將先前的前線帳戶移至與終止帳戶相同的保薦人下方。

### 3.11 稅項

品牌夥伴確認為自僱人士，並非受僱為Young Living的僱員。在香港，作為自僱人士，品牌夥伴須就透過其銷售組織產生的收入繳納利得稅。您確認您須：

- 保留足夠的業務記錄至少7年；
- 基於您的會計記錄編制賬目；
- 每年填妥並向稅務局遞交報稅表，以報告業務盈虧；
- 在相關課稅年度基準期結束後，以書面通知稅務局有關您的利得稅責任，除非您已自稅務局收到報稅表；
- 在您業務停止後一個月內，通知稅務局有關業務停止的資料；
- 在您地址變更後一個月內，通知稅務局有關地址變更的資料；及
- 繳納利得稅。
-



其他國家或會要求Young Living收取增值稅、關稅或徵費。您將須支付該等額外費用。如您對於您的納稅義務有任何問題，應諮詢您的稅務顧問。零售客戶毋須提供任何稅務資料。

### 3.12 違規的商業行為

#### 3.12.1 非招攬及招募

Young Living及其品牌夥伴投入了大量資源在業務發展方面，Young Living 品牌夥伴和客戶名單是Young Living 品牌夥伴獨有的機密資料，受益於Young Living 獨有和機密資料的授權使用。為保護所有品牌夥伴努力建立及維護的銷售組織和零售客戶的努力，並且作為與Young Living 簽訂協議的條件，品牌夥伴理解並同意，以下限制對於保護 Young Living 和其他品牌夥伴的合法商業利益是合理且必要的，並且此類限制不會妨礙品牌夥伴從事其他工作或商業機會或以其他方式謀生。尤其是：

- 品牌夥伴不得（並須促使您的關聯人士不得）於協議有效期內及在協議由於任何原因終止後12個月內，在香港單獨或與任何人士或透過第三方直接或間接招攬和/或招募任何 Young Living 品牌夥伴或零售客戶參與任何與Young Living 提供類似或替代產品或服務或商業機會的網路行銷企業，無論是誰發起聯絡。
- 品牌夥伴不得（並須促使您的關聯人士不得）於協議有效期內及在協議由於任何原因終止後12個月內，於任何Young Living 會議、研討會、發表會、大會或其他Young Living 活動中，在提供 Young Living 業務的同時招攬和/或提供任何非 Young Living 產品、服務或從事競爭業務的商業機會。

本文所用的「招募」一詞是指：1) 招收、招引或招攬個人或實體以加入業務、計劃或組織，或持有相關行為的企圖；2) 促進、影響或鼓勵個人或實體加入業務、計劃或組織，或持有相關行為的企圖；或 3) 向個人或實體呈示或參與或協助呈示業務、計劃、組織或其產品，該等招募均違反本章節，不論有關個人或實體是否最終結束與Young Living的關係。無論是企圖直接透過以個人聯絡方式（包括但不限於以直接對話或電子訊息方式進行）由第三方間接進行，此行為均構成招攬和/或招募。招攬和/或招募任何 Young Living 品牌夥伴或零售客戶均違反本協議，無論該個人或實體是否已知為品牌夥伴或零售客戶。

品牌夥伴(i) 違反本禁止招攬和招募部分的任何規定（自違規之日起生效），將視為自願終止品牌夥伴的帳戶，並且(ii) 放棄因任何行為而賺取的任何收入、佣金和/或獎金。如果 Young Living 在品牌夥伴違規行為發生後曾支付任何收入、佣金和/或獎金，則違規發生後曾支付的所有收入、佣金和/或獎金均應退還給 Young Living。

此外，任何違反本節規定的品牌夥伴應向 Young Living 提供任何招攬和招聘活動以及因這些活動直接或間接產生或與之相關的任何利潤、報酬、佣金、報酬或其他利益的帳目應向Young Living， 返還任何此類利潤、報酬、佣金、報酬或其他利益，並且還應對此類活動對其他品牌夥伴造成的任何不利財務影響而向其負責。

Young Living可以透過禁制令以及尋求損害賠償和其他金錢救濟來執行本節，所有此類措施將是累積的並不會互相排斥。儘管本協議有任何其他規定，Young Living 可以選擇透過在猶他州有管轄權的法院提起訴訟、透過調解或仲裁或其任意組合來執行本節。

#### 3.12.2 領袖級的非競爭業務

為了保護 Young Living 的品牌形象和誠信，作為本協議的條件，已達到鑽石級或更高領袖位階的品牌夥伴理解並同意不得從事任何其他網路行銷業務。

任何品牌夥伴包括鑽石級或以上，都可以自由參與聯盟營銷，只要此類營銷產品不是與 Young Living 產品互相競爭的精油或營養補充品，並且此類營銷產品透過以推薦為基礎的行銷或銷售方式出售給單一客戶。

任何品牌夥伴包括鑽石級或以上，都可以從其他多層次營銷、派對規劃或其他直銷公司購買僅供個人使用的產品。

鑽石級或以上的品牌夥伴還可以在其Young Living 品牌夥伴帳戶和業務之外單獨開展任何非網絡營銷業務活動，並且不得違反上述第3.12.1 條“非招攬及招募”的規定。

就此而言，在協議有效期內達到鑽石級及以上的品牌夥伴：

- 不得與非Young Living計劃宣傳材料（與另一直銷計劃或其產品相關）一起或在其相同地點同時展示Young Living的宣傳材料、銷售輔助、產品或服務（「宣傳材料」），或以任何方式或形式使觀看者同時看到Young Living的宣傳材料及非Young Living計劃的宣傳材料。例如於相同社交媒體帳戶，同時呈示Young Living的宣傳材料及非Young Living計劃的宣傳材料；
- 不得與任何非Young Living計劃的計劃、機會、產品或服務一起，向潛在或現有零售客戶或品牌夥伴提供Young Living的計劃、機會、產品或服務；及
- 於任何Young Living相關的會議、研討會、大會、網絡研討會、電話會議或其他活動上，提供任何非Young Living計劃的產品、機會、產品或服務。

達到鑽石級及以上是非常尊貴的，需要花費大量時間投入到Young Living。此外，達到鑽石級及以上的品牌夥伴可專享額外的Young Living保密及商業秘密資料。要達到鑽石級及以上並參加鑽石領袖獎勵，品牌夥伴必須在其Young Living業務的各個方面都樹立榜樣，並致力於Young Living。因此，儘管有上述規定，一旦您在協議有效期內及在協議由於任何原因終止、失效或終止後六個月期間達到鑽石級或以上，您不得直接或間接以任何其他多層營銷、派對規劃或其他直銷公司的成員、代表、顧問、僱員、代理、高級職員、董事、股東、合夥人、賣方、分銷商或擁有人的身份提供服務，不論該實體提供的產品或服務類型如何。此限制適用於協議有效期內您（或您的銷售組織）提供服務或您（或您的銷售組織）親身工作所在的任何地理市場。此限制適用於品牌夥伴（或品牌夥伴的業務組織）服務的任何市場或品牌夥伴（或品牌夥伴的業務組織）在本協議期限內實際工作的任何市場。

經銷商至白金級的品牌夥伴可以加入並經營其他網路行銷公司和/或任何其他沒有與Young Living的直接競爭的精油產品或營養補充品的業務，前提是他們不得違反第3.12.1條“非招攬及招募”的規定。

### **3.12.3 以其他直銷商為目標**

Young Living不容許品牌夥伴特別或故意地以其他直銷公司的銷售人員為目標銷售Young Living產品或成為Young Living的品牌夥伴。Young Living亦不容許招攬或誘使其他直銷公司的銷售人員品牌夥伴違反其與該其他公司所訂合約之條款。

### **3.12.4 跨線招募**

嚴禁實際或企圖跨線招募。「跨線招募」是指（i）直接或以其他方式招募其他保薦人團隊中已經擁有Young Living品牌夥伴資格，或在6個月內曾與Young Living簽署協議的個人或實體；；（ii）教導不同保薦人之團隊品牌夥伴如何以Young Living不允許的手段更換保薦人，以致品牌夥伴轉移至您的團隊；或（iii）協助、鼓勵或促進定義（i）或（ii）中概述的行為。嚴禁使用配偶或親戚的姓名、商號、商業化名、假名、公司、信託、香港身份證/護照號碼或虛構的香港身份證/護照號碼以逃避此規定。

您亦不得貶低、抹黑或誹謗其他品牌夥伴，特別是企圖誘使其他品牌夥伴成為您的銷售組織。如未能遵守本節規定，Young Living保留終止您的銷售組織的權利。

### **3.12.5 操縱銷售獎勵計劃**

Young Living的業務模式乃基於Young Living 100%的銷售原則是為消費者提供最優質的產品。如品牌夥伴直接或透過第三方設備或手法購買產品是為獲得額外獎金或佣金，有關行為均構成欺詐並且違反本協議。為確保符合本地有關法例，進行以下活動可能導致帳戶被終止：

- 在當事人不知情的情況下介紹該人入會
- 在當事人不知情的情況下，替該人或該公司實體簽署品牌夥伴協議
- 以詐欺方式將個人或公司實體加入成為品牌夥伴或零售客戶。

- 將不存在的個人或實體加入或企圖將其加入成為品牌夥伴或零售客戶
- 向品牌夥伴或零售客戶提供財務援助、購買產品，或透過他人帳戶提供運輸服務，以提高您組織的銷售業績
- 不當或未經授權為其他品牌夥伴或代表其他品牌夥伴使用信用卡、PayPal 帳戶或其他付款方式，而該品牌夥伴並非此類信用卡、PayPal 帳戶或用於獎勵購買的其他付款方式的帳戶持有人。
- 購買超出合理使用或轉售範圍的產品，以追求佣金、獎金或其他報酬
- 指示其他品牌夥伴購買產品只是為了使某人滿足銷售獎勵計劃中的任何資格要求
- 儘管本章節的任何內容，品牌夥伴可為新登記人士或重新激活的品牌夥伴提供最高 \$200 港元作為登記入會獎勵（如禮品卡或禮品），以及其他合宜的參考材料作為獎勵。但絕不能向新登記或重新激活的品牌夥伴提供其他折扣、促銷優惠或金錢作獎勵。

### 3.13 國際業務

遵守有關知識產權、資料私隱及保護、海關、稅務、作品內容的外國法律及其他直銷指引，對於Young Living在國際上成功拓展新市場至關重要。因此，您只可於Young Living獲授權的國家（列於Young Living的官方文獻中）及僅在遵守該等國家的政策及程序的情況下，才有權招募及保薦其他品牌夥伴。未經授權的開放市場前行為或會危害 Young Living進入新市場的能力，並可能導致其他品牌夥伴失去機會。鑑於可能造成嚴重後果，Young Living可終止擅自進行市場開發活動的人士的品牌夥伴協議。品牌夥伴亦無權代表Young Living在任何國家註冊產品、商號、商標、專利、網絡域名或IP地址。您同意就您損害Young Living的任何有關行為彌償Young Living，包括但不限於利潤損失、商譽損失、任何損害賠償及合理的律師費。

Young Living 品牌夥伴不會向任何受美國法律禁運或未經 Young Living 批准的國家或司法管轄區下訂單以運送方式或以其他方式轉讓、轉售或再出口 Young Living 產品。Young Living 保留終止與違反本條款的 Young Living 品牌夥伴的協議的權利，恕不另行通知，且不對 Young Living 品牌夥伴承擔任何責任。

如想保薦已正式確認為開放國家的品牌夥伴，您必須作出所有以下各項：

- 在居住國家無不良紀錄
- 閱讀、明白及同意遵守該國家的 Young Living 政策及程序。
- 同意遵守一切有關適用的法律。
- 同意該國家有可能徵收的任何稅項。

本政策及程序僅適用於美國品牌夥伴作出的銷售以及向美國客戶作出的銷售。如Young Living授權您向其他地區的客戶出售產品，但可能需遵守其他條款及/或當地的政策及程序並同意受其約束。只有已在美國註冊供出售的產品才可在美國宣傳和銷售。

在不擴大上述規定的前提下，品牌夥伴可在全球各地保薦及/或招收品牌夥伴，但只限於在已獲Young Living批准的國家。請留意基於不作轉售原則下，產品供應或有所不同。對於開放市場，只有已在該國註冊供出售的產品才可促銷及銷售，而有關銷售必須符合Young Living的任何授權，以及該等國家有關銷售的條款或政策。品牌夥伴不得進口產品至不能合法進口或銷售的任何國家。您同意遵守您在該國保薦品牌夥伴的任何國家的所有法律，包括但不限於所有直銷法律、所有招攬法律、所有廣告法律、所有申索法律、所有稅務法律，以及適用於在外國經營業務組織的任何其他法律。

若您並非美國居民，則您同意所有您提供的Young Living業務相關服務均在美國境外進行。若您在美國境內提供有關 Young Living業務的服務，您則同意在提供該服務後 30 天內透過電郵

[usbusinessstrips@youngliving.com](mailto:usbusinessstrips@youngliving.com) 通知Young Living您在美國境內所提供與Young Living業務相關的服務。

### 3.14 不作轉售產品及服務地點

在部分國家，品牌夥伴或以零售顧客身分購買Young Living的不作轉售產品，但該產品是不能作轉售用途。如果您購買了不作轉售產品，您不可以把產品再售賣給別人。NFR 產品的供應在每個國家/地區可能有所不同。

### 3.15 反賄賂

品牌夥伴和其代理人、員工或顧問都不能支付或給予、也不能表示願意或承諾將會支付或給予任何金錢或任何有價物品給任何政府官員或公務員、政黨或公職候選人(以下合稱為「政府收受者」) – 也不能給明知或有理由知道對方會將相關金錢或有價值的物品全部或部分直接或間接支付給或提供給、或表示願意或承諾將會給政府收受者的任何人 – 目的是為取得不當利益或要影響政府收受者的任何行為或決定，或要引誘政府收受者運用其對政府或部門的影響力，以影響或改變相關政府或部門的任何行為或決定；而且您也會使您的員工、經理人、代理人和副顧問也遵守以上規定。

### 3.16 重新包裝及重貼標籤

品牌夥伴不得重貼標籤、更改標籤、重新包裝或重新灌裝任何Young Living的產品。Young Living的產品只能以原包裝出售。Young Living強烈建議品牌夥伴不要把Young Living的產品作為任何轉售產品的成分或材料。如果品牌夥伴使用Young Living的產品作為任何可供銷售產品的成分，絕不能在出售有關產品時使用Young Living的商標或標誌。相關重貼標籤或重新包裝可招致嚴重的刑事處罰。違反此規定的品牌夥伴將會受到處分，而無損Young Living的其他權利。此外，品牌夥伴同意對於因使用Young Living產品做為其他產品成分以及將其任何產品重新包裝或重貼標籤而產生的任何損害向Young Living 作出賠償。

### 3.17 保密

作為品牌夥伴，您或會獲提供保密或專有性質的機密資料，例如由Young Living製作的組織架構報告、顧客名單、顧客資訊 (包括但不限於顧客及品牌夥伴檔案和產品購買資訊)、品牌夥伴名單、製造商和供應商資訊、營業報告、佣金或銷售報告、市場推廣和計畫、產品配方、產品資訊，以及其他財務和商業資訊 (下稱「機密資料」)。

所有機密資料 (不論是書面的、口頭的或電子形式的) 都是基於必須知悉的原則以最嚴格的保密方式傳送給你，並僅供在您的銷售組織中用於Young Living業務目的而使用。您須對所有機密資料予以保密，採取合理的安全措施來維護資料的保密性，並且不得向第三方人士直接或間接披露任何相關資料。您亦不得使用或披露有關資料與Young Living競爭，您亦不得將有關資料運用於推廣Young Living計畫、產品與服務以外之任何目的。在不限制前文的一般性的原則下，您只可嚴格按照YoungLiving可能不時酌情施加的條件和限制下使用及披露保密資料 (例如：高階品牌夥伴不得將提早獲得的促銷資訊告知他人 (包含其團隊品牌夥伴)，直到Young Living主動向所有品牌夥伴公開該促銷資訊為止。)。您及您的銷售組織同意就您作出或引致的任何及所有未經授權披露所產生的損害向Young Living作出賠償。

協議因任何理由失效或終止後，您必須停止使用有關機密資料，並銷毀或立即向Young Living退還您管有的任何保密資料。在不限制本章節所載義務的情況下，Young Living可進一步要求簽署保密協議，方可向您發放任何業務資料，並可要求您根據《宣誓及聲明條例》(香港法例第11章) 作出法定聲明，以證明您在您品牌夥伴資格終止後已退還或銷毀所有保密資料。

倘若任何保密資料載有關於可識別個人的資料 (「個人資料」)，您確認您須遵守本章節及個人資料私隱條例項下有關 (含其他) 收集、處理、使用及保留個人資料的相關條文。

您於本章節下之保密義務不可撤銷，並在協議因任何理由失效或終止後仍然有效，並受制於禁令、損害賠償及所有可用的補救方式的法律執行。您進一步同意，倘若Young Living在執行本章節下權利權利的任何法律訴訟中勝訴，Young Living有權獲得執行其本章節下權利所產生的一切費用及合理的律師費。

### 3.18 個人資料

品牌夥伴確認，Young Living將根據個人資料私隱條例及私隱政策聲明收集、使用及保留 (i) 您申請成為品牌夥伴時及其後不時根據協議向Young Living提供的您的個人資料；及 (ii) 您由於作為品牌夥伴之活動而可能擴充的任何其他個人資料（包括您的個人資料及其他第三方的個人資料）。就有關您向Young Living提供的其他第三方的個人資料，您保證該等第三方已同意向Young Living轉讓其個人資料，及由Young Living收集、使用、轉讓或保留其個人資料，以作私隱政策聲明所述之用途。

您亦確認，Young Living有權向Young Living的關聯人士及/或適用的政府機構或監管部門及/或根據適用法律之規定披露您的個人資料。

在不限上述規定一般性的前提下，您同意 (i) 使用您的個人資料，以處理您作為品牌夥伴之申請、訂單、訂單交付、為您提供行政支援（如經營、管理或發展您的品牌夥伴資格服務或保薦）、處理（在訂明銷售規定之規限下）向您支付銷售獎勵計劃項下的獎勵、佣金及其他利益，及維持銷售獎勵計劃之營運，組織研討會、培訓或Young Living的其他營銷或開發計劃或活動，製作Young Living的出版物或營銷材料，為您提供有關性質的服務或產品或活動，以及與上述相關或附帶的所有其他用途；(ii) 向您的推薦人及/或保薦人（包括根據Young Living下單計劃分配予您作為您的保薦人及/或推薦人）以及該等保薦人或推薦人的所有支援團隊品牌夥伴披露您的個人資料，以（含其他）提供持續監督、培訓及銷售，與您溝通以確保您不作出不當產品或業務申索，或從事任何非法或違反協議的不當行為；(iii) 向您的團隊披露您的個人資料，以（含其他）作培訓及支援用途；及 (iv) 使用您的個人資料作個人資料私隱條例中界定的直銷用途（「直銷」），包括但不限於營銷Young Living的產品或服務，及就此進行促銷或特別優惠，以及向其他人士轉讓您的個人資料，供該人士用作直銷。您須持續同意Young Living不時的要求。

您同意並向Young Living承諾，其有權使用、轉讓及保留上述向您收集的個人資料，以作協議所述之用途或任何直接相關用途。

Young Living 有權保留不時修改私隱政策聲明的權利，將在其網頁通知新修訂版本的私隱政策聲明的事宜，該修訂將在通知當日三十天後生效（「生效日期」）。您應在獲通知有關修訂後查閱私隱政策聲明，以確保您知悉最新版本。請注意，一旦Young Living 修訂私隱政策聲明，而有關修訂的效果是使用及/或轉讓您被我們的個人資料以作個人資料私隱條例資料保護第三項原則項下界定的「新用途」，您應被視為已自願同意Young Living 使用及/或轉讓您的個人資料以作該等「新用途」，除非於生效日期或之前，您向Young Living的商德部門（[hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com)）發送電郵，或不時向其營業地址發送信函。在不限Young Living於協議項下任何權利之前提下，如 (a) 您不同意上述「新用途」；或 (b) 您不同意使用及/或轉讓您任何個人資料；或 (c) 在您有權不作出或撤回您同意使用及/或轉讓您任何個人資料的情況下，您不作出或撤回有關同意，Young Living有權並可終止協議。

### 3.19 授權拍攝及使用您的照片影片

品牌夥伴同意由 Young Living 員工在 Young Living 贊助的各種活動中拍攝他們的照片或視頻，並讓 Young Living 在其認為合適的廣告和行銷材料中使用這些圖像。品牌夥伴不會因上述任何使用圖像材料而獲得補償。如果品牌夥伴基於宗教或道德原因反對拍攝自己的照片或出現在影片中，則必須在拍攝照片和影片的活動中通知 Young Living 的工作人員。本節的規定將在本協議期限內永久有效。

### 3.20 晉階嘉許

銷售獎勵計劃基於該計劃所述之不同等級及條件而發放獎勵。每個月可根據您符合資格的位階獲得獎勵。隨著品牌夥伴達到若干位階，將以不同方式及於不同時間獲確認。

僅供您參考，品牌夥伴應檢視經更新及約束您的銷售獎勵計劃，為獲確認為銀級或以上的位階並享有其津貼，必須獲得該位階或以上連續三個月。自第四個月開始，品牌夥伴將獲確認為該新及較高位階。為保持銀級或以上之確認，在首次獲得該位階的資格後，您必須在您獲得該位階資格的最後一個月內再次獲得該位階（或以上）之資格。如您連續六個月未能再次獲得某位階之資格，則您將於第七個月獲確認

您在該六個月期間獲得的最高位階，並須在連續三個月再次獲得資格，方可再次獲確認較高等級。於2018年8月1日，所有品牌夥伴將獲確認其於2018年7月達到的最高位階，並將被視為已首次獲得該位階之資格，意味著他們將毋須於連續三個月達到該位階，即可獲確認該位階。但如本條所述，他們必須保持該位階，方可繼續獲確認該位階。

如任何上述規定與現行銷售獎勵計劃條款不一致，應以現行銷售獎勵計劃條款為準。

### 3.21 非獨家

作為品牌夥伴，您不會獲授予獨家區域，亦毋須支付特許費。Young Living保留透過任何銷售渠道（包括透過其他公司（如中國的直銷公司））發售其產品及服務之權利。

### 3.22 不作詆毀、反騷擾及僱員私隱

品牌夥伴不得貶低、詆毀或誹謗Young Living、其他品牌夥伴、Young Living的僱員或高級職員，或Young Living的創辦人。但您得以口頭或書面形式，對Young Living的產品及服務作出誠實評價，包括負面評價，而不違反本條，只要有關評價為準確、誠實及非誤導。Young Living品牌夥伴對Young Living產品或服務的評價亦不得為誹謗、騷擾、辱罵、淫穢、庸俗、色情或在種族、性別、民族或其他內在特徵方面為不適當。

Young Living亦不容忍其僱員（就本章節而言及為免疑慮，包括Young Living的公司高級職員）收到騷擾、網絡纏擾或以其他方式受到虐待。Young Living要求其品牌夥伴及專業客戶謹記，Young Living的僱員在其公司工作範圍之外有個人生活、個人見解及私隱。僱員在透過其個人電郵、社交媒體頁面、電話等進行交流時，並不代表公司發言。即使僱員以其Young Living僱員的身份發言，各僱員亦只是人類，或會說錯話或說話不完美。Young Living要求其品牌夥伴及專業客戶在相互之間或與公司僱員打交道時，均能展現優雅。對Young Living員工進行人身攻擊或言語虐待的品牌夥伴或會受到本政策及程序項下之處分。此外，所有等級的品牌夥伴及專業客戶應遵循適當的公司渠道以解決客戶問題或提供反饋（如客戶服務團隊、鑽石支援等），而非嘗試透過不當渠道直接聯絡Young Living的僱員。

違反本條構成品牌夥伴對協議之重大違反，並會導致Young Living終止其與違約品牌夥伴之品牌夥伴協議。

## 4: 保薦人的責任

### 4.1 保薦

每名品牌夥伴，包括您，均可保薦其他品牌夥伴。每名擬加入的品牌夥伴都有權選擇其保薦人。若兩名品牌夥伴同時希望成為某名新品牌夥伴或零售客戶的保薦人，該新品牌夥伴或零售客戶有權在首20天內在該兩名品牌夥伴之間仍出選擇。其後，Young Living 會把首先收妥之申請視為有效。

在保薦新品牌夥伴前，您必須在其簽妥品牌夥伴同意表格前，向其提供最新的品牌夥伴同意表格、政策及程序及銷售獎勵計劃，或確保該名人士已於網上閱覽該等資料。

### 4.2 網上保薦

當通過網上加入程序保薦新品牌夥伴，您可協助新申請人填寫加入資料。但是，該申請人必須您仍須親自閱覽並同意上述的品牌夥伴同意表格、政策及程序及銷售獎勵計劃。您或不需要就新申請填寫網上申請和品牌夥伴同意表格。

### 4.3 品牌夥伴和保薦人責任

作為保薦人，品牌夥伴需通過信件、通訊、電話聯絡、留言、電郵、訓練及陪伴加入者出席Young Living訓練會議，以訓練、監督及與您的下屬聯絡。若您覺得您未能從保薦人得到一定程度的支援，您可諮詢下一個上級領袖，或電郵至[hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com) 與品牌夥伴服務聯絡。作為保薦人，您亦可把聯絡資料（電話號碼 / 電郵）給了您的下屬，作為訓練和支援用途。品牌夥伴應監察團隊內品牌夥伴，以確保他們不會作出不合適的行為或商業主張或參與任何非法或不恰當的違約行為。

隨著品牌夥伴在領袖階梯中升級，品牌夥伴會對銷售變得更有經驗和技巧，對於產品知識更為熟識，亦更了解Young Living 計劃。此時，品牌夥伴或會被邀請跟較沒有經驗的品牌夥伴分享知識。

不論品牌夥伴獲得怎樣的成就，仍有持續的責任，通過新一代的客戶和服務現有客戶，繼續進行宣傳銷售。為了符合所有及完整的領袖條件，所有位階的品牌夥伴均需與其團隊的品牌夥伴需每三個月通過電郵或社交媒體進行溝通。

#### 4.4 私隱

品牌夥伴必須根據載於youngliving.com的 Young Living 私隱條款，保障及保護由品牌夥伴及客戶在您企業運作期間向您提供之所有私隱資料。您不得售賣任何私隱資料，或因本合約所預示之商業關係以外的用途，保留、使用或披露任何私隱資料。此外，您必須跟據以下私隱儲存指引，使用及存放私隱資料：

- 把紙本私隱資料存放在只有您能接觸到的安全空間，盡可能在鎖櫃裡。
- 只在您能開啟的已加密電腦、手提電腦及設備內，查閱電子本的私隱資料。
- 在您存放及使用私隱資料私設備，採取適當的安全措施，包括惡意程式掃描、清除工具。
- 在必須儲存電子文件時，應把私隱資料存放於只有您能開啟的已加密電腦、手提電腦及設備內，而不應把隱資料存放於未加密之便攜式存儲設備，例如記憶棒或外置硬體。

### 5: 宣傳

#### 5.1 使用Young Living材料

為了避免疏忽而引致的錯誤或非法申索，品牌夥伴須在宣傳及解釋Young Living 產品或計劃時，使用現行的Young Living 宣傳物料、單張及官方文字。這些材料應在不涉及誤導的情況下使用。

#### 5.2 教育和參考材料

Young Living 非常重視教育，並鼓勵我們所有的品牌夥伴擴展他們對我們開發的卓越產品的了解。我們對教育的承諾延伸到我們自己的 Young Living 網站，其中包含經科學證實和已批准的和Young Living 產品聲明。

Young Living鼓勵品牌夥伴透過各種資源（包括書籍、網站、YouTube 頻道、部落格等）研究和了解我們的產品。我們相信持續學習對於理解我們的產品至關重要。

作為承諾教育的一部分，Young Living 品牌夥伴可以自由使用第三方來源的參考資料來推廣 Young Living 及其產品。然而我們強調，品牌夥伴在廣告/銷售 Young Living 產品時，不得作出任何不正確及未經許可的聲明。不當的產品聲明包括明示或暗示 Young Living 產品可用於診斷、治療、治癒或預防疾病。

作為品牌夥伴，所創建的任何行銷資料都被視為 Young Living 公司的廣告素材。我們強烈鼓勵品牌夥伴推廣 Young Living 產品，必須同時遵守我們的政策所有有關法律，包括但不限於商品說明條例（香港法律第 362章）。

#### 5.3 品牌夥伴自製廣告材料及產品

若品牌夥伴選擇製作或使用不是由Young Living製作的宣傳物料，您必須列明該資料是由「獨立品牌夥伴」而非Young Living製作的。使用任何品牌夥伴Young Living製作的宣傳物料必須遵守所有適用的法律及該等政策及程序，特別是5.4.1章。該物料必須以專業及知性的方式製作。使用的物料不得損害Young Living Group。違規行為在不損害Young Living 的其他權利下，或會招致處分。

## 5.4 宣傳聲明及表現

### 5.4.1 產品宣稱

品牌夥伴不得對任何 Young Living 產品做出不準確和不允許的聲明。品牌夥伴不得聲稱 Young Living 產品旨在用於診斷、治療、治癒或預防疾病，包括在個人證明中。品牌夥伴還必須避免就 Young Living 產品發表任何虛假或誤導性的聲明和聲明。品牌夥伴在作出任何聲明時，必須遵守所有有關法律，包括但不限於商品說明條例（香港法律第362章）。

### 5.4.2 收入宣稱

品牌夥伴禁止對賺取的收益, 收入, 生活方式作出任何製造虛假或誤導的期望。

品牌夥伴禁止提出與 Young Living 業務機會相關的不當收入主張、任何推薦、聲明或其他書面或口頭陳述:

- 誇大或保證的收入、收益或利潤
- 以任何方式誤導的假設、潛在或估計收入、收益或利潤
- 誇張或奢華的生活方式
- 任何有關收入、收益或生活方式的任何其他虛假、不真實、不完整或其他誤導性或潛在誤導性資訊

Young Living 的宗旨並不在於創造奢華及財富，而是幫助人們建立均衡，有目標及豐盛的人生。因此，品牌夥伴不應聲稱（明示或暗示，用文字或圖像）營運生意會帶來奢華的生活（豪華住宅，豪華汽車，渡假或類似的表述）或財富。品牌夥伴不應披露所賺取的任何佣金支票的影像或銀行帳戶、餘額、稅務報表或任何類似財務記錄的影像。

Young Living 品牌夥伴必須提供清晰的免責聲明於當眼位置，並描述客觀收入結果，例子如下：「品牌夥伴賺取的收入將取決於他們的個人勤奮度、工作努力程度和市場狀況而定。Young Living 並不對任何收入、佣金、獎金或位階成就作任何保證。」

### 5.4.3 銷售獎勵計劃宣稱

品牌夥伴在介紹或討論銷售獎勵計劃時，必須向潛在品牌夥伴清楚表述要取得財政上的成功需要努力，決心和銷售技巧。換句話說，不得向任何人表達自身的成功並不需要努力。這方面的虛假陳述包括：

- 即使不努力或只付出少許努力也能成功
- 失敗只是因為不夠努力
- 系統會幫你完成工作
- 你只需加入，然後團隊人員會替你工作
- 你只需加入，然後我會幫你建立團隊
- 公司會幫你進行所有工作
- 你不需要銷售任何東西
- 你只需要在每個月購買你的產品

以上只是有關銷售獎勵計劃不當陳述的例子。最重要的是，不得作出任何該等或其他陳述，以誤導潛在品牌夥伴相信，即使不投放時間或努力也能夠成為一名成功的品牌夥伴。

### 5.4.4 有關非法宣傳陳述之保障

除列明在官方物料外，您須為您作出的任何有關產品，服務及銷售獎勵計劃的口述或書面陳述負責。您同意保障董事，員工，品牌夥伴，股東，經理，給中介人，以免他們因為 Young Living 所遭受由因為或有關您於宣傳或銷售機構營運時所引致的責任而所承擔的責任，包括判決，民事索償，退款，法律費用，法庭費用或失去生意的影響。本條款在合約終止的情況下仍然生效。



## 5.5 Young Living 智慧財產權

Young Living、Young Living精油、YL、YLEO及Young Living或其相聯方可能採用或該等實體使用的任何其他名稱，如商用名稱、產品品牌名稱、商標、標誌、口號、話題標籤、網址或URL、文字、圖片或影片（或任何相似而易於混淆的名稱）在本政策及程序中均稱為「Young Living 智慧財產或 IP」，且均屬 Young Living 所擁有。

在協議有效期間，品牌夥伴獲授權 (i) 複製及使用可於Young Living 網頁（或其他日後會用的免費網頁或服務）找到的相片、由Young Living 提供的產品及服務資訊，及於Young Living 影片網頁上載的影片（例如Young Living's Vimeo 及YouTube 頁面）及 (ii) 除本文所提及的禁止項目外，您可以使用Young Living的商標（不包括Young Living 公司標誌）製作網上與實體印製之材料，以利建立與管理您的Young Living銷售團隊，但不得使用於其他任何用途。

此外，品牌夥伴不得在未取得Young Living書面許可的前提下使用這些受版權保護的材料或Young Living商標進行任何超出權限範圍的活動。品牌夥伴亦不得出售含有Young Living 資產（例如營銷材料（包含實體或電子材料）、精油配件、贈品、軟體或行動應用程式、品牌商品、書、小冊子、電影，或其他您販售給他人（包含其他Young Living品牌夥伴）之產品）之材料，不論直接或間接販售皆然。上述權限在您的品牌夥伴資格終止之際即自動失效，品牌夥伴必須立即停止使用所有Young Living商標、文字、相片與影片。

品牌夥伴不可在全球內申請、擁有、或註冊任何 Young Living 商標，不論任何或部份、或相似的商標。若您已進行或在進行此行為，您須在Young Living 書面要求的10天內，不收取任何費用把商標註冊或申請同意轉讓Young Living。

品牌夥伴必須表明其「獨立品牌夥伴」的身份，並以合法合規的方式使用已授權的 Young Living 智慧財產於任何有關網絡收費市場推廣平台，進行網絡收費行銷或活動，包括一鍵付款的網絡推廣，Google 關鍵字廣告、社交平台收費廣告、影片內容、系統內容及熒幕推廣。

## 5.6 域名及電郵地址

品牌夥伴不可在香港或海外使用、登記或擁有任何包含Young Living 商標或其他衍生名稱的領域名。品牌夥伴亦不可在電郵地址內加入或嘗試加入Young Living 商標或其他衍生名稱。依據本節，所有品牌夥伴擁有的現有域名如違反本條條文，將須在接獲Young Living發出的違規通知後3個月內糾正有關情況。在有限情況下，侵權的網域名稱或電子郵件地址註冊有可能在與Young Living簽訂年度商標授權協議（可能須支付授權費）之前提下而准許存在。這類授權協議得經 Young Living全權斟酌決定而隨時提供、撤回或修改，且擁有違規網域名稱註冊的品牌夥伴如果不與Young Living簽署此等協議，即須於前述3個月期間內將相關註冊轉讓給Young Living。

## 5.7 互聯網政策

品牌夥伴或會利用網站、博客、或社交媒體等網絡工具促進業務，用作宣傳 Young Living、Young Living 產品或活動的品牌夥伴網頁都必須在當眼的位置展示現時的Young Living 獨立品牌夥伴標誌及其品牌夥伴號碼，避免訪客誤以為該網站為Young Living 官方網站。

任何使用網路推廣品牌夥伴帳號的行為可包含現時產品的描述、相片、影片及其他向品牌夥伴提供的媒體。然而，這些網頁不得(a) 使用Young Living 的商業地址；(b) 作出於第5.3節列出的有關產品、收入或獎勵計劃的不當宣聲；(c) 宣傳其他公司的業務或產品；(d) 含有錯誤或誤導的資訊；或(e) 收集、貯存、處理、或傳送品牌夥伴或客戶的保密資料。(f) 看似由 Young Living 官方或任何第三方（指品牌夥伴以外的任何人）經營。

使用社交媒體時，品牌夥伴不可使用可與任何Young Living集團成員混淆或暗示得到Young Living集團的贊助的任何 Young Living集團的商用名稱、公司名稱或任何其他名稱為其使用者名稱、品牌夥伴帳戶名稱或其他識別名稱（統稱「使用者名稱」）。然而，使用者名稱可包括「Young Living」名稱，惟其亦必須包括「獨立品牌夥伴」或類似 識別字眼，以使有效地與Young Living企業帳戶作出區分。

品牌夥伴可以使用個人網站銷售 Young Living 產品（下文第 5.8 條禁止的網站除外），但僅須遵守上述和以下條件：

- 每個網站必須由品牌夥伴以其法定名稱或註冊的虛構名稱運營，並顯著註明此類名稱、郵寄地址、電話號碼和電子郵件地址（統稱為「網站擁有者資訊」）以及此類網站擁有者資訊必須包含在任何產品運送之內。
- 品牌夥伴必須向 Young Living 註冊用於銷售的網站，將 URL 名稱和品牌夥伴號碼透過電子郵件發送至 [hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com)
- 此類網站必須展示現時的 Young Living 獨立品牌夥伴標誌及其品牌夥伴號碼
- 此類網站必須具有接收客戶回饋的機制，且品牌夥伴將 (a) 盡一切合理努力及時處理收到的所有客戶回饋和詢問；(b) 根據要求向 Young Living 提供與客戶回饋（包括對客戶的任何回應）相關的任何資訊的副本；(c) 配合 Young Living 調查與 Young Living 產品的品牌夥伴銷售相關的任何負面線上評論，並盡一切合理努力解決任何此類評論。
- 儘管有協議中上述(c) 條的規定，此類網站仍可以收集、儲存、處理和傳輸品牌夥伴或其客戶的機密信息，前提是該網站遵守所有適用的隱私、可訪問性和數據安全法律；法規；和行業標準。

品牌夥伴有責任確保代表品牌夥伴或專業帳戶，或運營任何互聯網網站的所有人員皆遵守本節和本協議其餘部分所述的所有要求。

品牌夥伴用於以任何方式推廣其 Young Living 帳戶的任何網站或線上應用程式都可能受到 Young Living 的監控。在任何時間段內未能監控任何此類網站或線上應用程式並不意味著 Young Living 放棄確保遵守本節規定的權利。根據 Young Living 的要求，品牌夥伴將合理地配合展示和/或提供所有網頁、社交媒體貼文以及與品牌夥伴或 Young Living 促銷活動相關的任何其他線上內容和/或活動的存取和副本。Young Living 可以終止品牌夥伴的帳戶，或針對違反本節的行為採取 Young Living 認為適當的任何其他行動。

## 5.8 網上銷售限制

一般而言，品牌夥伴不可於任何網上分類廣告網站、網絡市場(marketplace)（包括但不限於Facebook marketplace、Walmart 市場）、拍賣網站（包括但不限於Carousell 旋轉拍賣網站）、購物網站（包括但不限於HKTV Mall 網站）、訂購網站（包括但不限於eBay、Amazon、OrderDogTM.com、Overstock.com）、品牌夥伴限定網站（包括但不限於The ClubTM、亞洲萬理通、信用卡獎賞網站）或同類型網站出售或展示 Young Living 產品。另外，品牌夥伴不可(1) 默許或明示容許第三方於任何網上分類廣告網站、拍賣網站、購物網站、訂購網店、品牌夥伴限定網站或同類型網站售賣任何 Young Living 產品；或(2) 向任何品牌夥伴認為會於網上分類廣告網站、拍賣網站、購物網站、訂購網店、品牌夥伴限定網站或同類型網站售賣 Young Living 產品的第三方。Young Living 保留權利全權酌情決定特別容許別於本節的例外情況，但品牌夥伴必須向 Young Living 登記網上賣家名稱和品牌夥伴編號。品牌夥伴可以在其個人的網站和獨立直銷商的零售網站銷售 Young Living 產品，但品牌夥伴必須向 Young Living 登記其網站，且必須在網站上以當眼方式顯示獨立品牌夥伴標誌及其品牌夥伴編號。

若品牌夥伴觸犯任何法律、條例及本政策及程序，Young Living 保留權利禁止、監督、收費及行使所有必要權力，包括但不限於終止品牌夥伴網上銷售帳戶。若您被發現觸犯本節的條款，Young Living 應獲得有關權利行使所牽涉的合理法律費用及有關費用。

## 5.9 電話及電郵招攬

品牌夥伴不可以自動撥號裝置或「鍋爐室」的操作方式使用 Young Living 的名義或版權材料以招攬潛在的品牌夥伴。此外，發出用以招攬業務的任何電郵訊息必須符合《個人資料（私隱）條例》。

品牌夥伴不可以電話行銷推廣 Young Living 的產品、Young Living 的機遇或招攬潛在的品牌夥伴。就本節而言，電話行銷指未得對方事先明確批准或邀請而致電撥出一個或多個電話至該名人士。如您違反本節，您同意彌償 Young Living 及 Young Living 的董事、高級人員、成員、股東、經理、僱員及代理，並確保其免受因您的電話行銷活動而造成的任何及所有法律責任的損害，包括判決、民戶事處罰、退款、律師費、法院訟費，或業務損失。

### 5.10 Young Living 品牌夥伴個人網頁

Young Living 提供個人化的網頁以協助您的市場營銷。品牌夥伴應確保網站內容和設計符合公司的規定。此外品牌夥伴必須將其全名，品牌夥伴號碼，聯絡方法，其網址以及業務模式說明發送電郵至 [hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com) 以供批核。請留意品牌夥伴應在其網站向公眾提供聯絡方法，以便他們可以向您提出問題。對於此服務的任何意外或不利後果，Young Living 概不負責。

### 5.11 服務機構

Young Living 產品可在服務機構中銷售，這些機構被定義為個人服務機構，例如醫生、牙醫、脊醫和其他健康專業人員的辦公室、健身俱樂部、健身房、理髮店、美容店、美甲精品店、諮詢服務機構和其他此類企業，場所的使用均受會員資格或預約限制

### 5.12 建議售價

品牌夥伴可在銷售Young Living 產品時自訂售價。

在《競爭條例》許可的範圍內並不限制上述權利情況下，建議品牌夥伴在出現於零售場所以外之任何廣告或材料包括（但不限於）互聯網、報章、雜誌、產品目錄、廣告板或直郵為Young Living的產品刊登廣告時，其廣告價不應低於Young Living官方網站不定時更新的香港批發價的10%。為避免誤會，不遵守上述建議將不會在本協議下有任何後果。

某些廣告可威脅精油及保健產品的良性競爭環境、減低Young Living的產品的銷售額，並貶低Young Living努力建立的形象，Young Living將全權單方面酌情決定是否接受直接或間接使用媒體廣告以宣傳Young Living的產品。

### 5.13 貿易展覽會

在受本協議規限下，您可在貿易展覽會及博覽會內展示及銷售Young Living的產品。活動中展示的所有文獻必須為Young Living的官方文獻，您亦必須清晰表明自己為獨立品牌夥伴的身分。

### 5.14 媒體查詢

品牌夥伴不可嘗試回答任何有關Young Living、其產品或服務、或您的銷售機構的媒體查詢。所有媒體查詢必須立即轉介至Young Living。這會確保轉達至大眾的都是正確及統一的資訊。如果您收到訪問邀請，您有責任通知Young Living公司，並在訪問的至少兩星期前將訪問資料（包括訪問主題，內容，日期，廣播頻道）發送至[hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com) 作審批。

## 6 產品銷售

### 6.1 銷售單據

品牌夥伴必須記錄所有零售銷售情況。品牌夥伴必須向其顧客提供銷售收據副本，其中註明銷售日期、銷售金額和購買的商品。品牌夥伴必須告知其客戶其取消權利。此外，如果品牌夥伴將產品庫存出售給其他品牌夥伴，則必須向買方提供銷售單據。品牌夥伴必須保存近兩年的所有銷售單據副本，並在Young Living要求時提供所有副本證明

### 6.2 禁止過度存貨及70%規則

品牌夥伴禁止及不可鼓勵團隊成員或其他品牌夥伴作不必要的產品訂購，以免導致大量貨品囤積。這即是「過早存貨」或「存貨」，亦即未被消耗而囤積、銷毀或丟棄的產品，而不止是被購入及貯存的產品。品牌夥伴及領袖必須使用他們的產品，或將產品售予會使用它們的人。若發現任何品牌夥伴為了達到銷售獎勵計劃要求，Young Living 可以終止該品牌夥伴帳戶或採取 Young Living 認為適當的任何其他行動。

品牌夥伴同意不得囤貨，並遵守「70%規則」，即在訂購更多產品前需先售出70%的庫存。在您購買更多產品前，必須先至少售出您或您個人推薦零售顧客訂單的70%。您個人推薦零售客戶之訂購量會計入用以釐定是否符合70%要求的銷售額。您不得在向終端客戶售出至少70%的訂購貨品前購買更多產品。向Young Living 訂購產品時，代表您保證已出售或使用最少70%的已訂購貨品。

## 6.3 產品損壞

品牌夥伴不得銷售任何損壞、有缺陷、密封破損、有竄改痕迹或不合格的產品。品牌夥伴應盡快將任何損壞的產品或運輸損壞的情況通知 Young Living。

## 7: 佣金及獎勵獎金

### 7.1 佣金及獎金查閱

為符合獲取銷售獎勵計劃佣金的資格，品牌夥伴必須在過去12個月購買產品，並遵守協議條款，而品牌夥伴帳戶亦不能被凍結。佣金會根據最新銷售獎勵計劃發放，而計劃的最新版本可在[www.youngliving.com/zh\\_HK](http://www.youngliving.com/zh_HK) 閱覽。

品牌夥伴可以選擇透過以下選項收取佣金，或聯絡顧客服務以獲取更多資訊：

- 直接存款-品牌夥伴必須先申請才可以選擇透過直接存入當地銀行帳戶的方式收取銷售佣金。直接存款會根據 Young Living 的政策而被允許。
- 帳戶餘額- 銷售佣金可以透過帳戶餘額保留在品牌夥伴帳戶中，以供將來購買產品使用。品牌夥伴也可以選擇透過電郵 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com) 提交佣金及獎金發放表格，將全部或部分未來佣金以帳戶餘額方式存入其帳戶。表格必須先由 Young Living 收到並批准。所有產品餘額都會在 12 個月內到期且沒有貨幣價值。

品牌夥伴可於虛擬辦公室參閱詳細的佣金報告。若您未能連接網絡，您可申請收費的定期郵寄報告，費用由 Young Living 全權決定。

品牌夥伴應審閱其佣金及獎金帳單，如發現任何錯誤或誤差，應於存入佣金之四十五天內向 Young Living 報告。任何沒有於四十五天內向 Young Living 報告之錯誤或誤差將被視作為放棄。

### 7.2 佣金調整

您同意您的佣金會就其他服務所產生的手續費、未付金額或欠款而被調整。當產品被退回 Young Living 以申請退款，或被 Young Living 回購時，該被退回或回購的產品之額外獎金或佣金，會從任何未來之佣金中扣除，包括上級之佣金。任何其他欠款亦可能會與未來之佣金抵消。

### 7.3 業務支援費用

業務支援費用會於每月收取，並用作會計、手續、帳戶維持及其他費用。此費用或未能被扣稅，如有疑問，請諮詢您的個人稅務顧問。

Young Living 可能會收取其他費用包括非活躍帳戶或非活躍費用以及帳戶通知費用。這些費用用於抵銷 Young Living 維護非活躍帳戶以及在六個月或更長時間的向任何非活躍品牌夥伴提供通知所涉及的費用。

Young Living 可以從任何所虧欠銷售佣金中扣除任何業務支援費和/或非活躍費用以及本文列出的其他費用，或從帳戶上的任何帳戶餘額中扣除，包括但不限於：銷售佣金餘額、退回訂單餘額和取消訂單餘額。

### 7.4 佣金退回

退回直接匯款 – 任何失敗的直接匯款將保留為待處理狀態，以便品牌夥伴能夠及時更新銀行資料，將來可進行直接匯款。

## 8: 訂購政策

### 8.1 訂購方式

所有品牌夥伴可通過電話、電郵、網站，即時通訊或通過忠誠獎勵計劃下單。

### 8.1.1 電話

在訂購時，若要透過電話更改或查閱帳戶資訊，品牌夥伴應準備所有Young Living訂購表格需要的資料，包括品牌夥伴號碼及PIN碼。電話顧客服務主任會於香港時間星期一至五的早上11時至下午7時提供服務。只接受信用卡或Paypal付款。

如需了解目前營業時間，請參閱[https://www.youngliving.com/zh\\_HK/](https://www.youngliving.com/zh_HK/) 並點擊「聯絡我們」連結。

### 8.1.2 Young Living 的網站

透過Young Living 網站下單及查閱資料既方便又快捷。您可隨時隨地通過網站下單。您需要品牌夥伴號碼及密碼（請保密）以在[https://www.youngliving.com/zh\\_HK](https://www.youngliving.com/zh_HK) 建立登入及安全碼（4位數的PIN碼）。您必須保密PIN碼，

### 8.1.3 即時通訊

品牌夥伴可透過Young Living Hong Kong官方提供的WhatsApp即時通訊服務下單。

## 8.2 忠誠獎勵計劃

參加忠誠獎勵計劃，Young Living產品會自動於每個月郵寄給您。您可通過此計劃獲贈免費產品、品牌夥伴專屬的特別禮物，並有機會符合資格獲得銷售獎勵計劃的回報。您可前往虛擬辦公室或聯絡Young Living，以了解及登記參加計劃。我們建議您把自動訂單設置在每月的1號至22號之間。在每月24號之後，所有自動訂單均不會被處理。下單愈早，就愈容易處理任何有關付款及 / 或產品缺貨的問題。Young Living不會為任何因品牌夥伴未能妥善付款而未能處理之訂單負責。通過PV Assist服務，若某些產品缺貨，您可授權Young Living寄送替代產品。

## 8.3 一般訂購政策

所有付款無效或錯誤之訂單，或任何阻礙Young Living處理訂單之情況，Young Living會在7個工作天內自動再次嘗試處理訂單(不超過下個月的4號)。品牌夥伴於此期間如有任何疑問，應主動聯絡顧客服務以確認訂單狀況。系統如在嘗試後仍未成功，訂單將會被取消。

若希望訂單被計算於該指定月份，訂單必須在該月的最後一天被收取及接納。任何對於待確認而又未寄出貨品之訂單的更改，會繼續以首次收到訂單的日期被記錄。這或會影響佣金之計算。

若某項產品缺貨或停止生產，品牌夥伴有責任確認訂單中的產品在運送時仍有存貨。品牌夥伴如對訂單有任何疑問，必須於當月主動聯絡顧客服務以確認訂單狀況。

Young Living 並不接受分期付款。款項可以使用不同的信用卡支付，但必須在訂單送貨前支付全數。

### 8.3.1 延交訂單

Young Living或需以延交訂單發貨。產品會在到貨時與您下一張訂單一併發貨。所有延期交付訂單均會收取運費。

### 8.3.2 異常訂單

若品牌夥伴在下單時遇到任何問題，導致未能符合佣金要求，請聯絡 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com)。

## 9: 送貨

### 9.1 送貨方式及收費

一般來說，訂單會在2-5個工作天內送貨，視地區而定。離島的訂單一般需要更多時間。每次送貨的包裹都會夾附裝箱單，列明訂單編號、品牌夥伴號碼及姓名、產品名稱、價錢、付款金額及方法。品牌夥伴應保存這些裝箱單作個人會計用途。大部分主要運輸公司均提供包裹追蹤服務。

## 9.2 送貨誤差

在收到訂單貨品時，您須核對是否與裝箱單上所列的產品相符，確保沒有誤差或損壞。如有任何送貨誤差或損壞，請盡快通知Young Living。如未能在5個工作天內通知Young Living，您將失去更正訂單的權利。

所有處理送貨誤差或損壞的要求均需附上「退貨許可」編號。若沒有附上「退貨許可」編號，Young Living 將不會處理送貨誤差、發放餘額或更換損壞之產品。「退貨許可」編號會在每張訂單的包裹附上。

如您需修正任何您送貨貨品的問題，請聯絡Young Living。Young Living會研究修正的程序，並發出「退貨許可」編號。

## 10: 付款

### 10.1 付款方式

Young Living Hong Kong 接受以港元現金（只限即場付款）、信用卡、PayPal、八達通、支付寶香港、WeChat Pay HK及PayMe 或任何本公司接受的付款方法付款。在未經信用卡持有人的書面許可下使用他人之信用卡付款屬非法行為，Young Living可因此終止您的銷售組織運作，並展開法律行動。

### 10.2 資金不足

品牌夥伴有責任確保其帳戶中有足夠的資金來支付日常訂單和自動發貨訂單。任何未收取的金額均可從佣金中扣除。

### 10.3 佣金及獎金發放表格

您可選擇以電子錢包餘額方式在品牌夥伴帳戶內保留佣金及獎金（全數或部分）。此餘額可根據第7節列出的細則於將來訂購產品時使用。在以餘額形式發放您的佣金前，必須先由Young Living收妥並批核佣金及獎金發放表格。

## 11: 產品退貨政策

Young Living 保留根據具體情況審查每次退貨或換貨的權利。退貨將導致促銷、積分、佣金和獎金被調整或撤銷，無論是對於退貨者還是對於因此類購買而獲得補償的任何支持團隊品牌夥伴。

### 11.1 退貨指引

如品牌夥伴對任何Young Living產品不滿意，經Young Living評估後，可退回：

- 任何於送貨日後30天內未曾開封的貨品，我們將透過與付款相同的形式，全數退還貨品金額（扣除送貨費用後）。
- 任何於送貨日後30天內已開封的貨品，我們將會把貨品金額（扣除送貨費用後）以餘額形式退還至您品牌夥伴帳戶的電子錢包。
- 任何於送貨日後90天內未曾開封或已開封的貨品，我們將會把貨品金額（扣除送貨費用及10%手續費後）以餘額形式退還至您品牌夥伴帳戶的電子錢包。已開封的貨品之退還餘額會根據退貨時之餘量而決定。例如您退回產品時容量剩餘50%，那麼50%之貨品餘額（扣除送貨費用及10%手續費後）就會被退還至您的品牌夥伴帳戶。

如向非品牌夥伴出售產品，需要向該名非品牌夥伴提供此11.1.1節列出之退貨指引。您需要在收到該非品牌夥伴退還之產品後的10天內將產品交回Young Living。Young Living不會直接向非品牌夥伴退款及接受非品牌夥伴直接退回的產品。過量退貨將會被視為濫用Young Living退貨政策保障之權利，可能會導致經銷商被暫停行使退貨之特權及銷售組織之運作。如貨品出現損壞或運送錯誤的情況，將不會收取運費。如果你退回僅供個人使用的非轉售產品，請發送電郵至[apacnfr@youngliving.com](mailto:apacnfr@youngliving.com)處理。

## 11.2 存貨回購

如果品牌夥伴選擇終止協議，而無法出售或使用產品，可退回過去12個月內購買的產品存貨或銷售輔助用品。除非法律另有規定，否則您只需要退還可再出售的產品或銷售輔助用品。可再出售的定義為產品尚未開封，如同全新狀態。

您必須向Young Living退回產品，預付送貨費用，並附上信件解釋希望終止協議及獲得退款。Young Living收到貨品後，您將獲退還扣除送貨費用後，原來購買產品淨成本的90%。Young Living亦會從退款中扣除您從退回之貨品中所獲取的佣金、獎金或其他利益。如您的品牌夥伴帳戶已終止，您可在終止帳戶後90天內就重新購買所有退回產品事宜與Young Living協商。您需知道從終止帳戶起的90天後，您將不得退回產品。

## 11.3 產品套裝及系列

所有Young Living的產品套裝和系列必須以一個整體出售。品牌夥伴不得將產品套裝及系列的產品分拆出售，並在其銷售組織內推廣有關行為。

任何向Young Living退回的產品套裝及 / 或系列必須保持完整，否則該套裝及 / 或系列將不獲替換或退款。退還產品套裝及 / 或系列中的任何單件產品不會獲得退款。

## 11.4 促銷產品退貨

有關任何客戶經合規訂單或買一送一推廣優惠所獲得的贈品，退貨安排如下：

- 如需退還全部或部分以合規訂單購買的產品，而因此失去獲得贈品的資格，品牌夥伴必須同時退回該贈品，否則需繳付贈品的費用。
- 如品牌夥伴只退回其中一款推廣產品，Young Living不會將款項退還予該品牌夥伴，因為Young Living假設退回的產品為推廣產品。如品牌夥伴退回所有推廣產品，Young Living會將產品款項退還予該品牌夥伴。

## 11.5 退貨程序

下列程序適用於所有需退款、重新購回或換貨的退貨：

- 直接從Young Living購買產品的零售客戶或品牌夥伴必須退回所有產品。
- 所有產品必須以其原來的容器被退回。
- 退回的產品必須附有「退貨許可」編號，該號碼可以通過聯繫Young Living獲取。退貨時必須將「退貨許可」編號寫在包裹上，否則包裹會被退回給發件人。
- 退回Young Living的產品必須預先繳付運費。Young Living 不會接受任何貨到付款包裹。
- 如果Young Living的配送中心未收到退回的產品，則品牌夥伴有責任追蹤發貨。Young Living對運輸途中丟失或損壞的物品概不負責。
- 換貨量將會計入購買貨品當月之下。
- 除非該產品已損壞或破損，否則連續退回同一產品將不會獲得退款。Young Living處理退貨程序後便會將餘額退還至電子錢包。

## 12: 品牌夥伴帳戶管理

### 12.1 更改品牌夥伴帳戶

如果您的品牌夥伴協議信息有任何更改，您必須立即通知Young Living。您可發送註明更改之處的書面申請至 [hk@youngliving.com](mailto:hk@youngliving.com)，或透過虛擬辦公室作相關更改。本節所允許的更改範圍不包括保薦人或稅務信息之變更。保薦人及推薦人不可要求更改品牌夥伴帳戶或轉達該等請求。

### 12.1.1 更改推薦人/保薦人

為保護所有宣傳選團的誠信及守衛所有品牌夥伴的努力，Young Living強烈反對更改保薦人，然而，Young Living明白在某些情況下或存在更改保薦人之必要。因此，只有當以下情況出現時，更改保薦人之請求方會被考慮：

- 在入會後的首三十個日曆天內及得到品牌夥伴及現時推薦人的同意下，只可作出一次免費的保薦人 / 推薦人更改請求。在註冊後的首五個日曆天內，可通過電話直接請求更改。五個日曆天後（但在三十天內），必須經由電郵或其他Young Living要求之方式提交申請。經由電郵提交之申請須發送至 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com)。電郵或表格必須由新品牌夥伴或新品牌夥伴的推薦人直接發出，並且必須由 Young Living存檔的電郵地址發出。即使是以轉發電郵的形式，亦不可由其他品牌夥伴提交請求。
- 保薦人之更改必須在每個月最後一個日曆天結束前提交，以在該月確認。如果在該月的最後一個日曆天後、但仍在入會後的三十日內申請更改保薦人，則該保薦人之更改會在下一個月被確認。Young Living不會承擔因未能於三十日內或按本協議列明之要求提交申請，而導致保薦人更改延誤之責任。如果在三十日內推薦人及品牌夥伴均提交更改保薦人 / 推薦人之更改請求，品牌夥伴的請求會被優先處理。只有新入會品牌夥伴及重新激活帳戶的品牌夥伴有權在登記或重新激活帳戶的三十日內要求為其個人帳更改保薦人。團隊成員或家庭成員不可提出此項要求。
- 在例外或情有可原的情況下，品牌夥伴可在入會三十日後通過遞交保薦人變更- 三代上線同意書之申請表格（「Three Active Upline Approved Sponsor Change Request Form」），並通過電郵至 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com) 並繳交不可退回的\$35 美元手續費請求更改保薦人；「三名活躍支援團隊」的定義是品牌夥伴所屬團隊中，連續六個月達到Young Living 銷售獎勵計劃的100PV要求之首三位品牌夥伴。不可退回的\$35 美元手續費必須以信用卡支付，即使申請被拒絕亦不予退還。Young Living在收妥所需的簽名文件前，不會考慮保薦人更改請求。
- 如果三位品牌夥伴中的其中一位在六十日內未有回應，品牌夥伴可要求被轉移至其選擇的保薦人。品牌夥伴必須證明他們已經盡一切辦法聯絡三位團隊保薦人。盡一切辦法所指的是品牌夥伴需提供足夠證據，證明其在六十日內曾試圖通過電郵和掛號信等方式聯絡支持團隊的品牌夥伴，同時支持團隊的品牌夥伴沒有理睬或回應其請求。證明文件必須經由電郵發送至 [hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com) 提交予商德部門。如果該品牌夥伴無法提供證據證明其已盡一切辦法，Young Living可全權決定是否拒絕其申請。如果經由3位活躍支援團隊成功更改保薦人，品牌夥伴之原銷售組織的下線將升級至上一級支援團隊並維持原來的系譜。如果就3位活躍支援團隊的一個或多個簽名有所爭議，商德部門會作出調查。而Young Living可拒絕更改保薦人之申請並將還原該品牌夥伴的原有保薦人。推薦人之更改在首次入會的三十日後將不被允許。Young Living保留批准和 / 或拒絕所有更改保薦人之申請的全部權利。如在調查後發現有證據證明品牌夥伴違反了協議中的保薦人更改政策，不論何時發現違規行為，Young Living可全權自行決定是否撤銷保薦人之更改。
- 如果品牌夥伴未能得到其三名活躍支援團隊的批准，該品牌夥伴可選擇六個月不購買任何訂單以更改保薦人。六個月後，該品牌夥伴可通過發送電郵至 [apac-resolutions@youngliving.com](mailto:apac-resolutions@youngliving.com) 並支付\$35美元的費用申請更改保薦人。新的保薦人不得成為推薦人。當品牌夥伴從原有團隊轉至新團隊，推薦人狀態 / 獎金將會作廢。

有關請求不能由其他品牌夥伴提交。Young Living不會批准其認為旨在操縱從銷售獎勵計劃所得佣金的更換保薦人請求。任何因更換保薦人而導致支援團隊成員即時晉階的情況都將不獲接納。如果品牌夥伴在前一個月加入Young Living或訂購產品，而在下一個月的首五個工作日內更換保薦人或推薦人，該變化可能會影響前一個月的排名、資格和佣金。



### 12.1.2 放棄申索

若品牌夥伴未遵循第12.1.1條中所述的適當程序更換推薦人或保薦人，則需要承擔 Young Living 可能不批准此類變更的風險。品牌夥伴瞭解並同意在法律允許的範圍內，Young Living、其高級職員、董事、持有人、僱員和代理商員工或代理人均不對與 Young Living 就任何決定相關或由此產生的任何損害負責。品牌夥伴將就此放棄就 Young Living 對任何以不當程序更換保薦人之銷售組織下建立的團隊所作之決定，對 Young Living、其高級職員、董事、持有人、僱員和代理商的所有申索。

### 12.1.3 推薦人/保薦人分配計劃

如果新品牌夥伴在沒有指定保薦人或介紹人的情況下入會，則他 / 她會被視為無保薦人品牌夥伴。Young Living 可全權分配任何無保薦人品牌夥伴至其認為合適的人選。

## 12.2 團隊組織報告

下線系譜報告（「報告」）是可自由選擇及隨時訂購。擁有 Young Living 贊助個人網站的品牌夥伴每月可經電郵收取兩份免費報告，如需要額外電郵報告，每份需收取港幣40元。如沒有 Young Living 贊助個人網站的品牌夥伴要求收取電郵報告，每份將收取港幣40元。若品牌夥伴希望經傳真或以郵寄方式收取報告，報告的首10頁將收取港幣40元，其後每額外一頁會收取1毫。Young Living 保留修改第12.2條中所述費用的權利。此報告被視為如第3.14條所述的機密資訊。在不限第3.14條規定的義務為前提下，您不得將報告用於發展及支援銷售團隊以外的任何目的。具體而言，不論任何原因，在協議到期或終止期間和之後，您不可：

- 向任何第三方披露報告所包含的任何資料；
- 使用報告與 Young Living 進行競爭，違反第3.12.1條；
- 使用報告以招攬報告中所列的任何品牌夥伴或零售客戶，或從事受第3.12.1條禁止的行為；及
- 向任何個人、合夥企業、協會、公司或其他實體披露報告所包含的任何資料。

在本協議到期或終止時，或在 Young Living 要求下，您需向 Young Living 交還報告的原件及所有副本（包括電子文件），或銷毀所有您持有的印刷副本、電子或其他任何形式的報告。無論基於任何原因，第12.2條將在本協議到期或終止後繼續生效。

## 13: 爭議解決及處分

### 13.1 與其他品牌夥伴的爭議

如您對其他品牌夥伴的任何做法或行為有式所不滿或投訴，可透過電郵至（[hkconduct@youngliving.com](mailto:hkconduct@youngliving.com)）以書面方式向 Young Living 報告。投訴應指明涉嫌不當行為的具體情況，並在可能的範圍內，指明所投訴事件發生的相關日期、事發地點，以及對有關不當行為有第一手了解的所有人士。Young Living 在收到書面投訴後，會調查有關事件，檢視適用政策，並決定如何解決有關爭議。Young Living 可作出處分。

### 13.2 個人仲裁協議

第13.2條個人仲裁協議，在協議終止後仍然有效。

本個人仲裁協議為品牌夥伴與 Young Living 及/或關係人之間所生任何性質爭議之爭議解決方式。為促進雙方以盡可能合理的方式及時、高效且具成本效益地解決爭議，除本個人仲裁協議明確規定外，雙方同意放棄向任何法院或其他司法機關提出訴訟或任何法律程序之權利，並拋棄一切請求權。

品牌夥伴與 Young Living（包含關係人在內之各方分稱「一方」，合稱「雙方」）理解並同意，本個人仲裁協議作為雙方之間的一份單獨且獨立的協議，與協議其他條款分開，無論協議其他條款是否可執行，本個人仲裁協議均具有可執行性。雙方進一步理解並同意，即使協議的全部或部分被認定不成立、無效或經撤銷、解除、終止，均不應影響本個人仲裁協議之效力。本個人仲裁協議是基於雙方共同同意以仲裁方式解決爭議。

儘管協議有任何相反規定，Young Living 對本個人仲裁協議的任何修訂只有在您明確同意後方能生效。品牌夥伴可依照連同修訂通知一併刊登或發送的指示表示明確同意。若在收到修訂通知後三十天內未同意修訂，Young Living 有權終止與您的協議。且儘管協議有任何相反規定，此類修訂適用於修訂生效日後提出的所有損

害賠償請求或其他爭議，無論相關事實發生或累加的時點為何。

儘管協議是在品牌夥伴與 Young Living 之間達成，Young Living 的附屬機構、所有者、成員、經理人、董事及員工（合稱「關係人」）在本協議涉及其的條款中（包括但不限於本個人仲裁協議）是協議的第三方受益人。雙方認知且同意，協議中的任何內容均無意創造關係人與您及 Young Living 之間的任何責任或義務，也不應被解釋為關係人放棄任何抗辯權。

如果本個人仲裁協議中的任何條款因任何原因被認定為無效或不可執行，該條款將被剔除，而剔除的條款將僅在必要範圍內進行修訂以使其可執行。其餘部分仍完全有效。

除本協議另有約定外，品牌夥伴與 Young Living 及/或關係人之間因任何性質的爭議、索賠或糾紛，包括但不限於因協議或其違約、Young Living 產品或服務的銷售、購買或使用，以及雙方之間的商業、經濟或其他關係而引起的爭議（合稱「爭議」），無論該索賠是否基於法律、契約、侵權行為、民法、習慣、法理或其他依據，均應根據協議進行具有約束力的仲裁解決。

除本協議另有規定外，所有爭議均應根據司法仲裁和仲裁機構 (JAMS) 和本個人仲裁協議的規則，提交品牌夥伴居住國家具有約束力的仲裁解決，除非品牌夥伴所在州或省的法律另有明確要求。JAMS 規則和程序可在 [jamsadr.com](http://jamsadr.com) 上獲得，並透過電郵請求發送至 [conduct@youngliving.com](mailto:conduct@youngliving.com)

於法律允許的最大範圍內，雙方（包括關係人）同意，每一方僅可以個人身份提出本訴或反訴，且放棄作為集體、聯合、合併、大規模或選定當事人訴訟中的原告或成員的權利。儘管 JAMS 規則可能另有規定，仲裁人無權審理雙方爭議作為集體、聯合、合併、大規模或選定當事人訴訟的案件，並且未經所有仲裁程序參與方的書面同意，仲裁人不得合併多人的爭議或以非個人方式主持任何程序。

若法律不允許放棄以代表身份對訴訟方式進行的本訴或反訴的權利，雙方同意此類訴訟應停止，等待個別爭議仲裁的結果。如果該停止被解除，除非法律另有禁止，此類訴訟應根據 13.3 所述的適用法律、管轄權及地點條款進行訴訟。

**仲裁程序：**儘管有 JAMS 規則的相關規定，以下程序適用於所有仲裁行為：

- 雙方同意仲裁時間至關重要。
- 仲裁將使用當地語言進行（如有必要，配備適當的翻譯人員）。
- 雙方將獲得平等時間陳述各自案件，包括交叉質詢。
- 仲裁人之判斷對雙方將與法院之確定判決有同一效力，如有必要可簡化為法院判決，但其中一方可選擇對仲裁裁決提出上訴。任何確認、撤銷、修改或執行仲裁判斷之訴訟或非訟行為，均需遵守本協議第 13.3 條的規定。此外，在法律允許的最大範圍內，任何一方如欲執行仲裁人判斷，應以密封形式提交，以保護機密信息，雙方同意並接受以密封形式提交此類申請。
- 除非適用法律或法規另有明確規定，仲裁人無權裁定懲罰性賠償。

儘管有 JAMS 規則的相關規定，針對爭議金額的不同，將適用以下程序。如爭議金額低於一百萬美元，除雙方另行達成協議外，將適用以下程序：

- 仲裁需在仲裁庭於接獲被選為仲裁人之通知日起十天內，決定仲裁處所及詢問期日，通知雙方當事人，並於六個月內作成判斷書。
- 將根據 JAMS 規則選定一位仲裁人。
- 仲裁人應根據仲裁目標進行發現程序，包括揭露資訊以實現仲裁的高效及成本效益。

如爭議金額等於或超過一百萬美元，除雙方另行達成合意外，將適用以下程序：

- 將根據 JAMS 規則選定三位仲裁人。
- 雙方有權根據 JAMS 可選仲裁上訴程序向上訴小組對任何仲裁裁決提出上訴。雙方同意對根據可選仲裁上訴程序提出的任何上訴要求進行口頭辯論。

除本協議另有規定外，仲裁人應擁有專屬權力裁定並處理有關仲裁人是否具有管轄權主持該爭議的挑戰，包括針對本個人仲裁協議的存在、範圍或效力，以及任何爭議是否適宜仲裁的異議。

雙方理解並同意，Young Living 擁有珍貴的商業機密與機密信息，這些內容已在協議中進行定義。雙方同意採取一切必要措施，以防止此類商業機密與機密信息在根據本個人仲裁協議進行的任何程序中被公開揭露。

**仲裁費用：**Young Living 將補償您因根據本個人仲裁協議啟動仲裁程序而產生的所有申請費、行政費及仲裁人費用。儘管有上述規定，在法律允許的最大範圍內，您仍需承擔仲裁過程中產生的其他所有額外費用和支出，包括但不限於其律師費及專家證人費用。

**保全程序與強制執行：**除以下條款另有規定外，任何一方不得針對任何爭議事項在法院提起或繼續任何訴訟，直至該事項已按照協議進行提交並獲得裁定，且僅限於執行該仲裁判斷。儘管有本個人仲裁協議的規定，任何一方均可向具有管轄權的法院申請強制執行仲裁判斷，或申請定暫時狀態假處分、假處分、假執行或假扣押，以確保仲裁中所要求的救濟在仲裁進行期間或判斷作出後不會變得無效。特別是（但不限於此），您確認第3.12條的規定對於保護 Young Living 的合法權益是合理且必要的。您進一步確認，其違反這些條款和約定將對 Young Living 造成無法彌補的損害，而這些損害的範圍和程度將極難估算或確定，且法律上無法提供充分的補救。因此，您同意，Young Living 有權聲請並獲取定暫時狀態假處分、假處分、假執行、假扣押或其他必要的衡平法救濟，以防止您違反或威脅違反這些條款和約定。此外，儘管協議有任何相反規定，若任何一方向法院對上述定暫時狀態假處分、假處分、假執行或假扣押的管轄權提出異議，該法院應擁有管轄權以決定其是否有權對此類請求進行裁定。任何法律行動的提起均不構成放棄任何一方根據本段規定將訴訟提交仲裁的權利或義務。

**退出條款：**若不希望受本個人仲裁協議約束，可於簽署本個人仲裁協議後三十天內以書面形式通知 Young Living 表達其退出意願。可接受的通知方式包括發送電子郵件至 [conduct@youngliving.com](mailto:conduct@youngliving.com)。

電郵需清楚載明品牌夥伴的姓名及退出本個人仲裁協議的意圖。Young Living 有權與退出本個人仲裁協議之品牌夥伴終止其協議。

### 13.3 管轄權及管轄法院

任何未提交仲裁的事項，應以香港終審法院為第一審管轄法院，且不會在其他法院進行，除非法律另有明確規定之專屬管轄法院。通過簽署協議，品牌夥伴已同意接受上述法院之規定下。

### 13.4 放棄團體訴訟權利

雙方同意，任何一方僅能以個體身分對另一方提起訴訟，並且雙方放棄其作為任何現有或未來團體訴訟或選定當事人訴訟程序的成員參與的權利。

### 13.5 違反協議

Young Living 自行決定如品牌夥伴違反了本協議的條款和條件，則 Young Living 可以終止品牌夥伴帳戶或採取 Young Living 認為適當的任何其他行動。對品牌夥伴違反協議條款和條件的指控可能會導致 Young Living 發起調查，以確定發生了什麼行為（如果有）以及該行為是否違反了協議。

如果 Young Living 確定品牌夥伴嚴重違反了本協議，Young Living 可以立即終止本協議或採取 Young Living 認為適當的任何其他行動。嚴重違反本協議包括但不限於以下行為：

- 從事任何可能為 Young Living（或其任何管理人員、代理商或員工）、精油、營養補充品和/或個人護理產品行業或直銷行業帶來破壞聲譽的行為
- 違反任何聯邦或州法律或法規
- 向 Young Living 提起或誘導他人或機構提起毫無事實根據或沒有法律依據的訴訟
- 屢次違反協議的條款和條件
- 從事跨線招募或建立多重會藉

如果 Young Living 確定品牌夥伴違反了本協議，Young Living 可以為品牌夥伴提供 15 天的時間來糾正其違規行為或對 Young Living 的決定提出上訴。Young Living 會以書面通知違規的品牌夥伴如何糾正違規行為以及違規品牌夥伴必須糾正或上訴的日期。

如果違規的品牌夥伴未能在收到通知後 十五天內糾正違規行為，Young Living 可以終止本協議。治療措施的例子包括但不限於以下一項或多項：

- 當品牌夥伴違反本協議並透過任何媒介傳播與有關 Young Living 的誤導性、欺騙性或虛假產品、生活方式、收入或賠償索賠時，Young Living 可以要求品牌夥伴透過提供以下資訊來糾正違規行為：糾正誤導性、欺騙性或虛假產品、生活方式、收入或賠償索賠的書面聲明。
- 當品牌夥伴違反本協議的任何條款時，Young Living 可能會要求品牌夥伴提供額外的後續監控，以確保違規行為不會持續發生。
- 當品牌夥伴違反本協議的任何條款時，Young Living 可以要求品牌夥伴放棄因違規而獲得的任何利益；這可能包括在指定時間內喪失獎勵、佣金、獎金、位階晉升或參與 Young Living 贊助的活動。

在 Young Living 調查可能違反本協議的行為期間，Young Living 可以暫時凍結被調查品牌夥伴的全部或部分佣金或獎金。若因品牌夥伴違反協議而導致品牌夥伴協議終止，品牌夥伴將無權收回在調查期間扣留的任何佣金或獎金。Young Living 可能會在適當的時候提起法律訴訟以尋求金錢和/或公平救濟。Young Living 未能終止協議或要求品牌夥伴糾正違反協議的行為並不表示放棄違反條款或 Young Living 提起法律訴訟的權利。

#### **13.5.1 管轄法律**

在以下第13.5.2條之規限下，協議受香港法律管轄並據此詮釋，您及Young Living茲此不可撤銷地接受香港法院非專屬司法管轄。

#### **13.5.2 銷售獎勵計劃的管轄法律**

銷售獎勵計劃受美國猶他州法律管轄，由銷售獎勵計劃所產生或與之相關的任何爭議、分歧或申索應根據其條款解決。

#### **13.6 處分**

Young Living可全權決定，如您違反協議任何條款及細則，在不損害Young Living的其他權利下，可能會凍結您的品牌夥伴帳戶，這會導致無法下訂單及賺取或收取佣金。該等違反包括但不限於任何非法、欺詐、欺騙、不專業或不道德的商業行為；違反協議的任何條款（包括但不限於您違反保密義務）；您於Young Living開立的帳戶未付款，或信用卡未能取得授權。

就有關上述Young Living進行的任何調查或違反協議任何條款及細則，Young Living可全權決定對您或任何品牌夥伴不作出或作出任何處分，包括但不限於以下各項：

- 書面警告，闡明本政策及程序項下特定義務之含義及應用，並告知持續違反會導致進一步處分；
- 觀察期，可能包括要求您採取補救措施，例如由Young Living作出跟進監察，以確保符合協議；
- 在指定期間或直至您滿足若干指定條件前，扣起或拒絕承認獲得的獎項、獎賞或表揚，或在指定期間不能參Young Living贊助的活動；
- 在指定期間或直至您滿足若干指定條件前，暫停銷售團隊的若干特權，包括但不限於下產品訂單、參與 Young Living的計劃及/或推廣、參加較高級別品牌夥伴電話會議、在銷售獎勵計劃中晉階或以品牌夥伴身份活動；
- 暫停及/或禁止登入虛擬辦公室；
- 在指定期間或直至您滿足若干指定條件前，扣起部分或全部佣金或獎金；
- 作出公平合理的罰款，或與Young Living產生的實際損害相稱、法律允許的其他懲罰；
- 終止協議及您的會籍；

- 重新分配品牌夥伴銷售團隊之全部或部分；及/或
- 任何協議條文中明確允許、或Young Living視為對於公平解決部分或全部由於您違反協議造成的損害屬切實可行及適當的任何其他措施。

在Young Living調查任何違反協議行為的任何期間，Young Living可扣起您獎金及佣金之全部或部分。如您的銷售團隊根據以下第14.3條被非自願終止，您將無權收回在調查期間扣起的任何佣金或獎金。在Young Living認為適當的情況下，Young Living可提出法律訴訟，以獲得金錢及/或衡平法濟助。

### **13.7 對違反品牌夥伴協議的裁決提出上訴**

如您受到處分（暫停品牌夥伴權利待查除外），您可要求Young Living覆核有關處分。您的覆核請求必須以書面提出，Young Living於作出制裁當日起十五天內收到。如在十五天期限內未收到檢視請求，有關制裁將為終局。檢視請求應與所有證明文件一併遞交。Young Living將檢視並重新考慮制裁或其他處分，考慮其他適當措施，並以書面形式通知您有關決定。

## **14: 非活躍、重新激活及終止**

### **14.1 非活躍**

如品牌夥伴在任何特定月份未達到個人銷售 (PV) 要求，則品牌夥伴將不會獲得透過團隊組織產生的銷售佣金或獎金。如品牌夥伴連續十二個月未購買至少50累積PV及十二個月未有獲得銷售佣金，其品牌夥伴帳戶將被視為非活躍（品牌夥伴帳戶將於下一個月的十五號在我戶們的系統中刪除），非活躍品牌夥伴可以重新註冊為新的品牌夥伴。

### **14.2 重新激活**

如品牌夥伴被視為非活躍（品牌夥伴在十三個月內沒有任何訂單並且已從組織中退出，下線列表不再顯示您的帳戶），可透過聯絡Young Living並購買100 PV之產品或入門套裝，以重新激活品牌夥伴帳戶。

任何品牌夥伴重新激活帳戶時將視為新加入品牌夥伴。

### **14.3 非自願性終止品牌夥伴帳戶**

如品牌夥伴帳戶被 Young Living 終止，品牌夥伴將立即失去對其下線及由其產生的任何佣金或獎金之所有權利，包括在受調查期間產生的佣金及獎金。在此情況下，品牌夥伴將收到在被調查及/或其銷售組織被終止前，完全遵守本政策及程序的最後一個完整曆月之報酬。

如品牌夥伴的銷售組織被終止，品牌夥伴可自終止當日起十二個月內再次申請成為品牌夥伴。如重新申請，品牌夥伴須向Young Living遞交信函，列出認為應獲允許經營銷售組織之理由。Young Living可全權決定是否批准該申請。

### **14.4 自願性終止品牌夥伴帳戶**

品牌夥伴可隨時及以任何理由終止協議，惟必須向Young Living提供書面通知自願終止其品牌夥伴協議。在終止後六個月內重新註冊時，品牌夥伴必須在先前推薦人和保薦人的名下進行註冊。

### **14.5 終止品牌夥伴帳戶的效力**

在協議終止後，品牌夥伴將解除您作為品牌夥伴的所有權利及利益，包括下線以及自下線銷售產生的所有未來佣金和獎金。在協議終止後，Young Living 可自行決定保留、出售該品牌夥伴的業務組織、將其轉入下一個活躍支持團隊品牌夥伴或將其從保薦人中解散並刪除。

在協議終止後，品牌夥伴必須立即停止聲稱您為品牌夥伴，並即時歸還及刪除Young Living集團的所有知識產權，包括報告、下線的其他名單及聯絡資料。在任何品牌夥伴帳戶因任何原因終止後，Young Living 應自行決定該品牌夥伴職位的未來，包括作為品牌夥伴運營該職位的選項，允許其壓縮和/或向上轉移上線團隊和/或出售或處置Young Living 認為最適合其業務的職位。

## **15. 其他**

### **15.1 延誤**

Young Living對在履行其義務時，由於其合理控制範圍以外的情況造成的延誤及失誤概不承擔責任。這包括但不限於天災、罷工、勞工問題、暴亂、戰爭、火災、水災、死亡、供應來源短缺或中斷、政府法令或命令等。

### **15.2 部分效力**

如協議任何條文（不論現時或經修訂之版本）由於任何原因被裁定為無效或不可被強制執行，則僅有關條文的無效部分將被分拆。其餘條款及細則將維持十足效力及持續生效，並猶如該無效或不可被強制執行條文從未構成協議一部分。Young Living將盡最大努力按符合推進業務利益的方式詮釋協議。

### **15.3 棄權**

Young Living絕不放棄其要求您遵守該協議或管限業務行為的適用法律法規之權利。例如，Young Living對任何違反該協議的行為採取或不採取任何行動，不得被視為放棄任何Young Living的權利或默認此等行為。就任何品牌夥伴違反該協議的行為，Young Living保留全權酌情決定採取或不採取其認為適當的任何及所有行動的權利。未有針對您或任何其他品牌夥伴強制執行該協議的任何條文並不免除Young Living強制執行該條文或其他條文的權利。您於該協議下的任何責任將僅在罕有情況下獲得寬免，並且有關寬免須由Young Living授權代表以書面方式轉達。有關寬免將僅適用於該特定個案。

### **15.4 標題無實質涵義**

品牌夥伴茲此確認並同意，協議是從Young Living的角度擬備的，品牌夥伴在執行及/或簽署協議前，應就有關協議尋求獨立法律意見。品牌夥伴茲此亦確認並同意，完全明白協議的目的、性質及效力。