

CODE OF ETHICS



PREAMBLE

Am Life International Sdn Bhd (hereinafter referred to as “the Company” or “AmLife”) engages in direct selling assumes certain responsibilities towards consumers arising out of the personal contact method of distribution of AmLife products and services, hereby sets forth the basic and ethical principles and practices to which AmLife and its distributors shall adhere to in the conduct of the business.

This Code of Ethics may be cited as the AmLife CODE OF ETHICS (here in after referred to as “the Code”) and shall come into effect from 1 January 2020. The Code shall be applicable to all members who have been accepted by AmLife as the member (here in after referred to as “the Distributor(s) or Member(s)”).

The Code primarily defines the relationship between AmLife and the Distributors/Members, the Code also concerns the relationship among the Distributors/Members. Its objectives are:

- To ensure an equal opportunity for the Distributors/Members through ethical and responsible business conduct;
- To protect and build a conducive environment for a long-term and profitable AmLife business;
- To promote unity and harmony among the Distributors/Members;
- To preserve the benefits of AmLife Sales & Marketing plan equitably for all the Distributors/Members.

AmLife reserves its sole right to adopt, amend, modify, supplement, or rescind any part or all the Code for whatsoever reasons without prior notice. It is the responsibilities of each Distributor/Member to read, understand, adhere to and ensure that he/she is aware of and operating under the most current version of the Code.

In case of attempt to circumvent or acting against the intent and spirit of the Code, AmLife may at any time take corrective action at its discretion.

There are three versions of the Code (English, Chinese and Malay language). In case of inconsistency between these versions, the English version shall prevail.

1. Deceptive or Unlawful Consumer or Recruiting Practices

- 1.1 No Distributor/Member shall engage in any deceptive, false, unethical or unlawful consumer or recruiting practices. The Distributor/Member shall ensure that no statement, promises or testimonials are made that are likely to mislead consumers or prospective Distributor/Member.
- 1.2 The Distributor/Member shall comply with all requirements of law. While the Code does not restate all legal obligations, compliance with all pertinent laws by the Distributor/Member is a condition of acceptance by and continuing membership of AmLife.
- 1.3 The Distributor/Member shall conduct his/her activities toward other Distributor/Member in compliance with the Code and all pertinent laws.
- 1.4 Information provided by the Distributor/Member to prospective or current Distributor/Member concerning the opportunity and related rights and obligations shall be accurate and complete. The Distributor/Member shall not make any factual representation to prospective Distributor/Member that cannot be verified or make any promise that cannot be fulfilled. The Distributor/Member shall not present any selling opportunity to any prospective Distributor/Member in a false, deceptive or misleading manner.

- 1.5 The Distributor/Member shall not induce a person to purchase products or services based on the representation that a consumer can recover all or part of the purchase price by referring other consumers, if such reductions or recovery are violative of applicable laws.
- 1.6 The Distributor/Member shall respect any lack of commercial experience of consumers. The Distributor/Member shall not abuse the trust of individual consumers, or exploit a consumer's age, illness, handicap, lack of understanding or unfamiliarity with a language.

2. Products, Services and Promotional Materials

- 2.1 The offer of products or services for sale by the Distributor/Member shall be accurate and truthful as to price, grade, quality, make value, performance, quantity, currency of model and availability. All product claims made by the Distributor/Member shall be substantiated by competent and reliable evidence and shall not be misleading. A consumer's order for products and services shall be fulfilled in a timely manner.
- 2.2 No Distributor/Member shall make misleading comparisons of another company's direct selling opportunity, products or services. Any comparison shall be based on facts that can be objectively and adequately substantiated by competent and reliable evidence. No Distributor/Member shall denigrate any other Distributor/Member directly or by implication in a false or misleading manner and shall not take unfair advantage of the goodwill attached to the trade name and symbol of Amlife.
- 2.3 Promotional literature, advertisement and mailings shall not contain product descriptions, claims, photos or illustrations that are false, deceptive or misleading. (Promotional literature shall contain the name and address or telephone number of the Distributor/Member).
- 2.4 The Distributor/Member shall offer consumers accurate information regarding price, credit terms, terms of payment, a cooling-off period, including return policies, terms of guarantee, after-sales service and delivery date. The Distributor/Member shall give understandable and accurate answers to questions from consumers. To the extent claims are made with respect to products, the Distributor/Member shall make only those product claims authorised by Amlife.

3. Terms of Sale

- 3.1 A written order or receipt shall be delivered to the consumer at or prior to the time of the initial sale. In the case of a sale made through the mail, telephone, internet or other non-face-to-face means, a copy of the order form shall have been previously provided, be included in the initial order, or be provided in the printable or downloadable form through the official website of Amlife. The order form must set forth clearly, legibly and unambiguously the identity of the Distributor/Member and contain the full name, permanent address, and the remedial action available to the consumer. Alternatively, this information may be provided with other accompanying literature provided with the product or service.
- 3.2 Pursuant to Section 23 of the DIRECT SALES AND ANTI-PYRAMID SCHEME ACT 1993 (ACT 500), the Distributor/Member shall offer a written, clearly stated cooling-off period permitting the consumer to withdraw from a purchase order within ten (10) working days from the date of the purchase transaction and receive a full refund of the purchase price. The cooling-off period notice shall contain immediately above the place provided for the signature of the consumer the statement "THIS CONTRACT IS SUBJECT TO A COOLONG-OFF PERIOD OF TEN WORKING DAYS" printed in upper case in type not smaller than 18 point Times.



4. Sales Compliance

- 4.1 The terms of any warranty or guarantee offered by AmLife in connection with the sale shall be furnished to the consumers in a manner that fully conforms to the applicable laws and regulations.
- 4.2 The Distributor/Member is not permitted to sell/purchase any AmLife products from the Company's employees.
- 4.3 The Distributor/Member shall not sell or distribute any other product(s) of similar nature or related to AmLife products, whether the product is sourced from any direct sale company or otherwise.
- 4.4 The Distributor/Member shall not contact or make use of any other company to carry out any commercial activity at AmLife.
- 4.5 The Distributor/Member shall not disguise other non-AmLife products as the Company's products, or be involved in any sale activity that markets AmLife products alongside non-Company's products.
- 4.6 The Distributor/Member shall not attempt to raise private fund in the name of the Company or any of its subsidiaries or affiliates.
- 4.7 The Distributor/Member shall not demand a prospective Distributor/Member to purchase tickets for and or attend or participate in rallies, seminars or other meetings, and also shall not sell literature, audio-visual aids or other materials.
- 4.8 The Distributor/Member shall sell AmLife products at retail price without undercutting or marking-up price.
- 4.9 The Distributor/Member shall not make negative or disparaging remarks about AmLife, its products, prices and employees, and shall be respectful to the Company and the direct sales business.
- 4.10 The Distributor/Member shall not be involved in any other direct selling company either directly or indirectly. He/She shall also not sponsor other AmLife Distributors/Members to join other direct selling companies.
- 4.11 The Distributor/Member shall not use any marketing materials to sell AmLife products or services without the approval from the Company.
- 4.12 The Distributor/Member shall strictly be prohibited to do online marketing for AmLife products or services without the Company's approval.
- 4.13 The Distributor/Member shall not repackage AmLife products, change the content of the products or otherwise change or alter any of the packaging labels of AmLife products.
- 4.14 The Distributor/Member shall not conspire to solicit or entice other Distributors/Members to join the other company that is running the similar nature of business.
- 4.15 The Distributor/Member shall not conspire with any other person to breach or induce a breach of the Code or the AmLife Business Policy or to induce or attempt to induce another Distributor/Member to breach the Code or the AmLife Policy. Any such activity shall constitute a breach of the Code.
- 4.16 The Distributor/Member shall not solicit or entice any other Distributor/Member whom he/she did not to breach the Code or the AmLife Policy. Any such activity shall constitute a breach of the Code.
- 4.17 The Distributor/Member shall at all times conduct himself/herself in a courteous and considerate manner and shall not engage in any high-pressure tactics, but shall make a fair presentation of AmLife products or services, or the AmLife Sales and Marketing Plan, when and where appropriate.
- 4.18 The Distributor/Member shall not exceed the scope of authorizations granted by the Company. Any such activity shall constitute a breach of the Code.

- 4.19 The Distributor/Member may only use AmLife's produced websites, corporate websites, and web tools when promoting the Company's products or services over the internet. Additionally, the Distributor/Member is permitted to create generic business opportunity sites. These generic pages may not contain the Company's trademarks or other copyrighted materials and shall not contain information on the Company, its products or its business, or pictures of the products or corporate facilities/personnel. In the event of violation, the Company may require the defaulting Distributor/Member to immediately remove the web page that is in violation of AmLife policies, in addition to taking other disciplinary actions against the responsible Distributor/Member in accordance with the Code and the Company's policies.
- 4.20 The Distributor/Member shall explain to the customers based on the product information provided by AmLife. AmLife's products are not meant to cure any disease or illness. The Distributor/Member shall accordance with the relevant procedures.
- 4.21 The Distributor/Member shall not own any geographical rights and limitations and shall not claim to own the distribution right to any geographical area or country.
- 4.22 The Distributor/Member shall not be party to causing products sold, to be imported or exported by any means beyond the borders of Malaysia. The Distributor/Member may need to run his/her business but the Company will not be held responsible for any claims, demand, liability, loss, cost or expense arising or alleged to arise in connection with its Distributor's/Member's operations.
- 4.23 The Distributor/Member shall not display or sell the Company's products through retail stores and shall not display Company's logo / signboard at any places or stores and other such establishments without prior written approval from AmLife.
- 4.24 The Distributor/Member shall not modify or alter in any way products purchased from the Company or its packaging, literature, sales tools, or any other item produced or marketed by AmLife.
- 4.25 The Distributor/Member shall may only use or distribute the Sales Aids or Kits reviewed by the Company and bearing the specific designation "CONTENT REVIEWED".
- 4.26 AmLife shall reserve the right to require any change to a Sales Kits it deems necessary to ensure appropriate content before allowing the Sales Kits to bear its review designation as stated above.
- 4.27 AmLife shall reserve the right to deny approval for any proposed Sales Kits and if changes in regulatory requirements or other circumstances so dictate, to require, at the Company's sole discretion, the removal from the marketplace of the previously reviewed Sales Kits.
- 4.28 The Distributor/Member shall not carry out his/her own promotions, unless with written approval from the Company.
- 4.29 The Distributor/Member shall honestly declare and dutifully pay the annual income tax. He/she shall bear the consequences of non-compliance of the law or tax evasion.

5. Identification and Privacy

- 5.1 At the beginning of sales presentations the Distributor/Member shall truthfully and clearly identify himself/herself, the Company, the nature of the Company's products or services, and the reason for the solicitation. Contact with the consumer shall be made in a polite manner and during reasonable hours. A demonstration or sales presentation shall stop upon the consumer's request.



5.2 Except by prior appointment, no Distributor/Member shall call at any premises for the purpose of negotiating any door-to-door sale:

5.2.1 on Sunday, where a public holiday falls on a Sunday;

5.2.2 on Friday, where a public holiday falls on a Friday;

5.2.3 on any public holiday; and

5.2.4 on any other day between the hours of midnight and 9 am and between the hours of 7 pm and midnight.

5.3 The Distributor/Member shall present the authority card issued by the Company containing the following details:

5.3.1 his/her name and address;

5.3.2 the name, address and telephone number of AmLife;

5.3.3 the signature of an authorised person of AmLife issuing the authority card;

5.3.4 the licence number of the direct sales business; and

5.3.5 a photograph affixed thereto of such Distributor/Member which shall conform to the following requirements:

(i) The size of the photograph shall be 3.8 cm x 3.2 cm and shall be without border;

(ii) The full face of the Distributor/Member shall be shown and the image from the chin to the top of the head shall not be less than 2.54 cm in a vertical position; and

(iii) The photograph of the Distributor/Member should be taken without his/her headgear but any Distributor/Member who habitually wears a headgear in accordance with his/her religious or racial custom may be photographed with his/her headgear provided that such headgear does not hide his/her facial features.

5.4 The Distributor/Member shall take appropriate steps to safeguard the protection of all private information provided by a consumer.

6. Pyramid Scheme

6.1 For the purpose of the Code, pyramid or endless chain schemes shall be considered actionable under the Code. The DIRECT SALES AND ANTI-PYRAMID SCHEME ACT 1993 (ACT 500) shall determine whether such pyramid or endless chain schemes constitute a violation of the Code in accordance with applicable laws and regulations.

6.2 AmLife shall remunerate the Distributor/Member on the basis of sales of products, including services, purchased by any person for actual use or consumption. Such remuneration may be based on the sales and personal consumption by the Distributor/Member and his/her downlines.

6.3 The Distributor/Member shall not receive earnings for recruiting other participants into a sales system.

7. Inventory Purchases

7.1 AmLife marketing plan that involves selling products directly or indirectly to the Distributor/ Member shall adopt and communicate a policy, in its recruiting literature, sales manual, or contract with a Distributor/Member, that AmLife will repurchase on reasonable commercial terms currently marketable inventory, in the possession of the Distributor/Member and purchased by that Distributor/Member for resale prior to the date of termination of the Distributor/Member's business relationship with AmLife.

7.2 For purposes of the Code, "reasonable commercial terms" shall include the repurchase of marketable inventory, promotional materials, sales aids, tools and kits within six (6) months from the Distributor/Member's date of purchase at not less than 90% of the Distributor/Member's original net cost less appropriate set offs and legal claims, if any.

- 7.3 For purposes of the Code, products shall not be considered “currently marketable” if returned for repurchase after products’ commercially reasonable usable or shelf life period has passed; nor shall products be considered “currently marketable” if AmLife clearly discloses to the Distributor/Member prior to purchase that the products are seasonal, discontinued, or special promotion products and are not subject to the repurchase obligation.
- 7.4 AmLife may take initiative to commence any investigation on the Distributor/Member. Upon finding a Distributor/Member has engaged in false, misleading or deceptive recruiting practices, AmLife may employ any appropriate remedy to ensure any complainant shall not incur significant financial loss as a result of such prohibited behaviour, including but not limited to requiring such Distributor/Member to repurchase any and all inventory, promotional materials, sales aids and/or kits which a complainant has purchased.

8. Earnings Representations

- 8.1 The following shall be considered “earnings representations” under the Code:
- 8.1.1 Any oral, written or visual claim that convey, expressly or by implication:
- (i) A specific level or range of actual or potential sales; or
 - (ii) Gross or net income or profits, including but not limited to representations that either explicitly or implicitly suggest that lifestyle purchases – including homes, vehicles, vacations and the like are related to income earned.
- 8.2 Any statement, representation or hypothetical scenario from which a prospective Distributor/Member could reasonably infer that he/she will earn minimum level of income.
- 8.3 Any chart, table or mathematical calculation demonstrating possible income, actual or potential sales, or gross or net profits based on a combination of variables.
- 8.4 Marketing materials or advertising explicitly describing or promising potential income amounts, or material based lifestyles of the Distributor/Member.
- 8.5 Any award or announcement of compensation describing the earnings of any current or past Distributor/Member. The company’s sales incentive awards, trips or meetings, and/or commissions, overrides, bonuses or other compensation, shall not be considered earnings representations unless they are accompanied by express indication of their value.
- 8.6 The Distributor/Member shall comply with the following standards:-
- 8.6.1 Earnings representations and sales figures shall be truthful, accurate and presented in a manner that is not false, deceptive or misleading.
- 8.6.2 Current and prospective Distributor/Member shall be provided with sufficient information to understand that:
- (i) Actual earnings can vary significantly depending on time committed, skill level and other factors;
 - (ii) Not everyone will achieve the represented level of income; and
 - (iii) Such amounts are before expenses, if any.
- 8.6.3 Current and prospective Distributor/Member shall be provided with sufficient information to enable a reasonable evaluation of the opportunity to earn income.
- 8.6.4 If a specific Distributor/Member’s commission or bonus payments are included in an earnings representation, any distributions made for those payments to others in the sales organization shall be disclosed or deducted from the figure(s) used.
- 8.6.5 Any sales and earnings representations shall be documented and substantiated. The Distributor/Member shall maintain such documentation and substantiation, making it available to AmLife upon written request.



8.7 In assessing whether an earnings representation violates the Code, AmLife shall consider all relevant facts and information, including but not limited to the factors outlined in this section.

9. Inventory Loading

9.1 The Distributor/Member shall not require or encourage the prospective Distributor/Member to purchase inventory in an amount which unreasonably exceeds that which can be expected to be resold and/or consumed by the Distributor/Member within a reasonable period of time.

9.2 The Distributor/Member shall take clear and reasonable steps to ensure that the Distributor/Member is consuming, using or reselling the products and services purchased.

9.3 It shall be considered an unfair and deceptive recruiting practice for a Distributor/Member to require or encourage the prospective Distributor/Member to purchase unreasonable amounts of inventory or sales aids. AmLife may employ any appropriate remedy to ensure any Distributor/Member shall not incur significant financial loss as a result of such prohibited behaviour.

10. Training and Materials

10.1 The Distributor/Member shall attend adequate training to enable himself/herself to operate ethically.

10.2 The Distributor/Member is prohibited from marketing or requiring the purchase by others of any materials that are inconsistent with AmLife's policies and procedures. Further, the Distributor/Member is prohibited from marketing any materials that are not approved by AmLife and that are inconsistent with AmLife's policies and procedures.

11. Procedure

11.1 AmLife shall have the sole authority to determine whether a violation of the Code has occurred.

11.2 If the Distributor/Member refuses to comply voluntarily with any remedy imposed by AmLife and has not required a review by an Appeals Review Panel, AmLife Board of Directors or designated part thereof, AmLife may conclude that the Distributor/Member should be suspended or terminated from membership in AmLife.

11.3 The Distributor/Member whose membership has been terminated can only re-apply to join as the Distributor/Member again after twelve (12) months from the date of his/her termination.

11.4 The Distributor/Member whose membership has been terminated shall automatically no longer be entitled to the benefits and status of his/her membership and his/her downline organization shall be transferred to his/her direct active Sponsor.

11.5 AmLife reserves the right to forfeit the benefits and/or bonuses of the defaulting Distributor/Member.

11.6 The Distributor/Member whose membership has been terminated shall not allow to participate either directly or indirectly in any activity organized by AmLife or any of its Distributors/Members. He/she shall also refrain from acting as an AmLife's Distributor/Member and shall not get involved in any act which is unfavourable, influential, and divisive or could potentially damage the Company's image or negatively influence any other Distributors/Members or employees.

12. Amendments

12.1 The Code may be amended by AmLife from time to time without further notice to the Distributor/Member.

12.2 The Distributor/Member shall check with AmLife office pertaining to the latest version of the code from time to time.

13. Indemnity

13.1 The Distributor/Member shall indemnify or keep AmLife fully indemnified for any damage or losses incurred or suffered by AmLife as a result of the action by the Distributor/Member.

14. Rules and Regulations

14.1 The Distributor/Member is required to strictly observe and follow AmLife's policies and procedures including but not limited to the Rules and Regulations.

14.2 Non-compliance with AmLife's policies and procedures including but not limited to the Rules and Regulations shall be treated as a violation of the Code.

道德准则



序言

恩莱富国际私人有限公司（以下简称“本公司”或“恩莱富”）从事直销业，即通过人与人接触的方式营销恩莱富产品和服务。本公司有责任协助消费者解决和处理由于此直销方式而引起的各项问题。为此，本公司特此制定一套基本道德操守与行为准则，作为恩莱富及其直销商在执行业务活动时务必遵循的准绳。

本《道德准则》于2020年1月1日起开始生效，亦称为《恩莱富道德准则》（以下简称“本《准则》”）。本《准则》适用于所有已获恩莱富批准成为其会员者（以下简称“直销商或会员”）。

本《准则》主要阐明恩莱富与直销商/会员之间的关系，同时也注重直销商/会员之间的关系。其宗旨是：

- 确保直销商/会员通过合乎道德和负责的商业操守享有平等的机会；
- 保护和建立有利于促进恩莱富业务长期增长和取得可观盈利的环境；
- 促使直销商/会员团结友爱，和睦共处；
- 维护直销商/会员在恩莱富的营销计划下享有公平的利益。

恩莱富有权基于任何原因采纳、修订、修改、补充或撤销本《准则》的任何部分或全部，恕不另行通知。所有直销商/会员有责任详阅、理解、遵守及确保本身知悉并依据最新版本的《准则》执行业务。

若发生任何企图设法避免或违反本《准则》宗旨和精神的情况，恩莱富有权随时酌情采取纠正措施。

本《准则》备有中英巫三个版本。若不同版本之间出现任何歧义，概以英文版本为准。

1. 欺骗性或非法的消费或招募行为

- 1.1 任何直销商/会员不得涉及任何欺骗性、虚假、不道德或违法的消费或招募行为。直销商/会员应确保本身不做出任何可能误导消费者或潜在直销商/会员的声明、承诺或见证。
- 1.2 直销商/会员必需遵守所有法律规定。即便本《准则》无重述所有相关法律责任，但是直销商/会员遵守所有相关法律是恩莱富接受其为会员及继续符合恩莱富会员资格的条件。
- 1.3 直销商/会员在对其他直销商/会员执行其活动时必需遵守本《准则》及所有相关法律。
- 1.4 直销商/会员必需确保提供予潜在或现有直销商/会员有关创业机会及相关权利和责任的资料准确及完整。直销商/会员不得向潜在直销商/会员做出任何无法证明的事实声明或无法兑现的承诺。直销商/会员不得以任何虚假性、欺骗性或误导性的方式向任何潜在直销商/会员展示任何销售机会。
- 1.5 直销商/会员不得诱使他人购买产品或服务，即向消费者表示通过介绍其他消费者的方式可取回全部或部分的购买价格，而该类削价或追回手段属违反适用法律的行为。
- 1.6 直销商/会员必需尊重任何缺乏商业经验的消费者。直销商/会员不得滥用消费者的信任，也不得利用消费者的年龄、疾病、残缺、理解力欠佳或不熟悉某种语言的劣势。

2 产品、服务及促销资料

- 2.1 与直销商/会员献售的产品或服务相关的价格、等级、质量、制造价值、性能、数量、型号货币和可用等资料必需准确属实。直销商/会员所做出的所有产品声明必需附有可接受及可靠证据的支持，不得具有误导性。直销商/会员必需准时交付消费者所订购的产品和服务。
- 2.2 任何直销商/会员不得对另一家公司的直销机会、产品或服务做出误导性的比较。任何对比必需根据客观事实，并提出充分可接受及可靠的证据作为支持。任何直销商/会员不得直接或以虚假或误导性的方式暗示性诋毁任何其他直销商/会员，并且不得不公平的利用恩莱富的商标名称和符号所附带的良好声誉。
- 2.3 所有促销文宣资料、广告和邮件等不得含有虚假性、欺骗性或误导性产品说明、声明、相片或图解。（所有促销文宣资料必需含有直销商/会员的姓名和地址或电话号码）。



- 2.4 直销商/会员必需向消费者提供准确的价格、赊帐条款、付款方式、冷静期等相关信息，包括退货政策、保用条款、售后服务及交货日期。对于消费者的查询，直销商/会员必需给予准确易懂的答复。就产品声明而言，直销商/会员仅可提出恩莱富授权的产品声明。

3. 销售条款

- 3.1 书面订单或收据应在销售开始时或之前交给消费者。至于通过邮件、电话、网上或其他非面对面方式进行的销售，则必须预先提供一份订单副本，或连同初始订单附上，或以可打印或可通过恩莱富官方网站下载表格的方式提供。该订单必须清楚明确的注明直销商/会员的身份，并包含其全名、永久地址以及为消费者提供的补救措施。此外，直销商/会员也可选择在连同产品或服务附上的其他文献中提供上述资料。
- 3.2 根据《1993年直销及反金字塔计划法令》（第500号法令）第23条文规定，直销商/会员必需以书面方式明确注明冷静期条款，阐明消费者可在为期十（10）个工作日（从购买交易日起）的冷静期内取消该订单，并可获得全额退款。冷静期说明应安置在消费者签署空格的正上方，并以Times字体，字号设定不小于18点的大写字母清楚注明“此合同具有十个工作日的冷静期”。
- 3.3 直销商/会员所提供的退货权，无论是否以特定情况为条件，均需以书面形式提供。

4. 销售合规

- 4.1 恩莱富针对所售产品为消费者提供的任何保修或保证条款，必需完全符合适用法律和法规。
- 4.2 直销商/会员不得向公司员工销售/购买任何恩莱富产品。
- 4.3 直销商/会员不得销售或分销任何与恩莱富产品的性质相同或相关的其他产品，无论该产品是来自任何直销公司或是其他来源。
- 4.4 直销商/会员不得接触或利用任何其他公司可在恩莱富展开任何商业活动。
- 4.5 直销商/会员不得将其他非恩莱富产品伪造成为本公司产品，也不得参与同时营销恩莱富产品及非本公司产品的任何销售活动。
- 4.6 直销商/会员不得要求潜在直销商/会员出席或参加和/或购买任何集会、研讨会或其他会议的门票，并且不得销售文宣资料、视听销售辅助工具或其他资料。
- 4.7 直销商/会员必需以零售价出售恩莱富产品，不得削减或提高售价。
- 4.8 直销商/会员不得对恩莱富、其产品、价格及职员做出任何负面或贬损性言论，反之，直销商/会员必需尊重本公司和直销事业。
- 4.9 直销商/会员不得直接或间接参与任何其他直销公司，并且不得保荐其他恩莱富直销商/会员加入别的直销公司。
- 4.10 凡未经本公司批准，直销商/会员不得使用任何营销资料以销售恩莱富产品或服务。
- 4.11 凡未经本公司批准，直销商/会员严禁上网营销恩莱富产品或服务。
- 4.12 直销商/会员不得重新包装恩莱富产品、更改产品内容或以其他方式更换或更改恩莱富产品的任何包装标签。
- 4.13 直销商/会员不得与任何其他人士合谋违反或诱导违反本《准则》或恩莱富业务政策，或诱使或企图诱使其他直销商/会员违反本《准则》或恩莱富政策。任何该等活动均属违反本《准则》。
- 4.14 直销商/会员不得招揽或诱使非其本人亲自保荐的其他直销商/会员销售或购买非为本公司提供的产品或服务。
- 4.15 直销商/会员必需时时以体贴有礼的态度执行业务，不得使用任何高压手段。直销商/会员必需在适当时机和情况下，公平地展示恩莱富产品或服务或恩莱富销售与营销计划。



- 4.16 直销商/会员不得超出本公司授予的授权范围。任何该等活动均属违反本《准则》。
- 4.17 直销商/会员在网上宣传本公司的产品或服务时，仅可使用恩莱富制作的网站、企业网站及网络工具。此外，本公司允许直销商/会员创建通用创业站点，惟这类通用网页不得含有本公司的注册商标或其他版权资料，并且不得含有本公司、其产品或服务相关的资料，或产品或企业设施/员工的图片。一旦发生违规情况，本公司可要求该违规直销商/会员即刻删除该违反恩莱富政策的网页，并根据本《准则》及本公司的政策，对该负责的直销商/会员采取其他纪律行动。
- 4.18 直销商/会员在向顾客解说产品时必需根据恩莱富提供的产品资料。恩莱富的产品非旨在用于治愈任何疾病或病症。直销商/会员必需指导顾客或下线正确的产品使用方法，并按照相关程序处理顾客的提问。
- 4.19 直销商/会员无拥有任何地理区域的权利和限制，并且不得宣称本身拥有任何地理区域或国家的分权。
- 4.20 直销商/会员不得成为导致产品销售或以任何方式被进口或出口至马来西亚境外的一方。直销商/会员可经营本身的业务，但对于与直销商/会员经营的业务而引起或发生的任何索赔、要求、责任、损失、成本或费用，本公司概不承担任何责任。
- 4.21 凡未经恩莱富事先书面批准，直销商/会员不得在零售商店展示或销售本公司的产品，也不得在任何地方或商店和其他类似场所展示本公司的标志/招牌。
- 4.22 直销商/会员不得以任何方式修改或更改购自本公司的产品或其包装、文宣资料、销售工具或恩莱富生产或营销的任何其他物品。
- 4.23 恩莱富有权拒绝批准任何建议销售资料袋的权利，若是按法规的要求或其他情况而必需更改，则本公司可全权决定将之前已通过审查的销售资料袋从市场上撤回。
- 4.24 凡未获本公司书面批准，直销商/会员不得展开本身的促销活动。
- 4.25 直销商/会员应如实申报及缴纳年度所得税，并需自行承担不遵守法律或逃税的后果。

5. 身份与隐私

- 5.1 在开始销售演示环节时，直销商/会员必需据实表明自己的身份、公司、公司产品或服务的性质，以及进行招募的原因。直销商/会员必需在适当的时间以有礼的态度联络消费者，并在消费者的要求下停止进行示范或销售演示。
- 5.2 除非已预约，否则任何直销商/会员不得在下列时间以洽谈任何上门销售为由拜访任何地点：
- 5.2.1 星期日，若当地的公共假期为星期日
 - 5.2.2 星期五，若当地的公共假期为星期五；
 - 5.2.3 在任何公共假期；以及
 - 5.2.4 在任何其他日子的半夜时分至上午9时之间以及晚上7时至半夜之间。
- 5.3 直销商/会员必需出示本公司发出的授权卡，该授权卡上含有下列资料
- 5.3.1 其姓名及地址；
 - 5.3.2 恩莱富的名称、地址及电话号码；
 - 5.3.3 签发该授权卡的恩莱富授权人员的签署；
 - 5.3.4 直销商业执照号码；以及
 - 5.3.5 贴着一张直销商/会员的照片，该照片必需符合下列规定：
 - (i) 照片尺寸为3.8厘米x 3.2厘米，无边框；
 - (ii) 该照片必需显示直销商/会员的整个脸部，从下巴到头顶的垂直长度不少于2.54 厘米；以及
 - (iii) 该直销商/会员的照片不得佩戴头饰，但是若基于宗教或种族习俗等因素而必需佩戴头饰的直销商/会员则可佩戴头饰拍摄，唯该头饰不得遮盖其五官特征。
- 5.4 直销商/会员必需采取适当步骤以保护消费者所提供的的所有私人资料。



6. 金字塔计划

- 6.1 就本《准则》而言，金字塔或循环链计划将被视为可在本《准则》下被诉诸法律的违法活动。《1993年直销及反金字塔计划法令》（第500号法令）将根据适用法律和法规，判定该类金字塔或循环链计划是否于违反本《准则》。
- 6.2 用或消费而购买时提供报酬。该类报酬将依据直销商/会员及其下线的销售额和个人消费额计算。
- 6.3 直销商/会员不会因招募其他参与者加入销售系统而赚取收入。

7. 存货采购

- 7.1 所有涉及直接或间接销售产品予直销商/会员的恩莱富营销计划，必需在其招募资料、销售手册或与直销商/会员签署的合同中实施一项政策，即恩莱富将以合理的商业条款回购直销商/会员手头上的存货，而该存货必需是当前适销产品，并为该直销商/会员与恩莱富终止业务关系日期之前购入以供转售。
- 7.2 就本《准则》而言，“合理的商业条款”应包括以不低于直销商/会员原本净成本90%的价格，回购直销商/会员自购买日起不超过六（6）个月并且当前适销的产品存货、促销资料、销售辅助品、工具、资料袋等。直销商/会员的原本净成本需扣除适当的抵销款项和法律赔偿（如有）。
- 7.3 就本《准则》而言，若该产品在商业上的合理使用期限或保质期结束后被退回以要求回购，则该产品不可被视为“当前适销产品”；若恩莱富在购买前明确告知直销商/会员该产品属于季节性、停产或特殊促销产品，并且本公司无需承担回购义务，则该产品亦不可被视为“当前适销产品”。
- 7.4 恩莱富可采取行动对直销商/会员展开任何调查。一旦发现直销商/会员涉及虚假性、误导性或欺骗性招募行为，恩莱富可采取任何适当的补救措施，以确保任何投诉人不会因该类违规行为而蒙受严重的财务损失，包括但不限于要求该直销商/会员回购该投诉人所购入的所有存货、促销资料、销售辅助工具和/或资料袋。

8. 收入声明

- 8.1 根据本《准则》，下列情况一概被视为“收入声明”：
 - 8.1.1 任何以口头、书面或视觉方式传达、明示或暗示性宣称；
 - (i) 特定程度或范围的实际或潜在销售量；或
 - (ii) 总或净收入或利润，包括但不限于明示或暗示性宣称提升生活方式的消费与所赚取的收入有关，包括购置房屋、汽车、度假旅游等。
- 8.2 任何会让潜在直销商/会员就此推断其可能赚取的最低收入水平的陈述、声明或假设情况。
- 8.3 以变量组合显示可能赚取的收入、实际或潜在销售量或总利润或净利润的任何图表、表格或数学计算。
- 8.4 明确描述或保证潜在收入金额、或直销商/会员物质生活丰裕的营销资料或广告。
- 8.5 描述直销商/会员任何当前或过去的收入的任何奖项或奖金通告。除非附有其价值的明确说明，否则本公司的销售奖励、旅游奖励或会议，和/或佣金、抽佣、奖金或其他报酬，一概不得被视为是收入声明。
- 8.6 直销商/会员必需遵守下列标准：
 - 8.6.1 收入声明和销售数据必需准确属实，并且其演示方式不得具有虚假性、欺骗性或误导性。
 - 8.6.2 必需提供充足的资料予现有和潜在直销商/会员，以协助他们了解：
 - (i) 实际收入将因个人投入的时间、技能水平及其他因素而出现明显的差异；
 - (ii) 并非每个人都能达致所说明的收入水平；以及
 - (iii) 该类金额尚未扣除费用（如有）。
 - 8.6.3 必需提供充分的资料予现有和潜在直销商/会员，以让他们对赚取收入的机会做出合理的评估。
 - 8.6.4 若在收入声明中纳入特定直销商/会员的佣金或奖金，则应披露派发予该销售组织其他成员的分红或将之从该数据中扣除。
 - 8.6.5 任何销售和收入声明必需备存文件记录和证明。直销商/会员必需保存该类文件记录和证据，并应公司的书面要求将其提呈予恩莱富。

8.7 在评估收入声明是否违反本《准则》时，恩莱富将考虑所有相关事实和资料，包括但不限于本节所述的因素。

9. 存货囤积

- 9.1 直销商/会员不得要求或鼓励潜在直销商/会员购入超出合理数量的存货，意即该存货是该直销商/会员在合理期限内根本无法转售和/或用完的数量。
- 9.2 直销商/会员必需采取明确合理的步骤，以确保直销商/会员使用或转售所购入的产品和服务。
- 9.3 直销商/会员要求或鼓励潜在直销商/会员购入不合理数量的存货或销售辅助工具，一概被视为是不公平和欺骗性的招募行为。恩莱富可采取任何适当的补救措施，以确保任何直销商/会员不会因该类违规行为而遭受严重的财务损失。

10. 培训与资料

- 10.1 直销商/会员应接受适当的培训，以确保本身能以合乎道德操守的方式执行业务。
- 10.2 直销商/会员严禁销售或要求他人购入与恩莱富的政策与程序不相符的任何资料。此外，直销商/会员也严禁销售任何未经恩莱富批准，并且与恩莱富的政策和程序不相符的资料。

11. 程序

- 11.1 恩莱富有权断定是否发生违反本《准则》的行为。
- 11.2 若直销商/会员拒绝自愿遵守恩莱富实施的任何补救措施，并且不要求上诉审查团、恩莱富董事局或其指定方展开审查，则恩莱富就此得出的结论是该直销商/会员的恩莱富会员籍应被吊销或终止。
- 11.3 一旦会员籍被终止，该直销商/会员仅可在会员籍终止日起的十二（12）个月后重新申请加入成为恩莱富直销商/会员。
- 11.4 一旦会员籍被终止，该直销商/会员将自动丧失其会员籍下的所有利益和地位，其下线组织将被转移至其直属活跃保荐人之下。
- 11.5 恩莱富 有权没收违规直销商/会员的利益和/或奖金。
- 11.6 一旦会员籍被终止，该直销商/会员不得直接或间接参与恩莱富或其任何直销商/会员举办的任何活动。该直销商/会员也不得继续当恩莱富的直销商/会员，并且不得涉及任何不利于、足以影响及分裂或可能有损本公司形象或可能对任何其他直销商/会员或职员产生负面影响的行为。

12. 修订条文

- 12.1 恩莱富可不时修订本《准则》，恕不另行通知直销商/会员。
- 12.2 直销商/会员必需不时向恩莱富办事处查询最新版本的《准则》。

13. 赔偿

- 13.1 对于因直销商/会员的行动而致使AMLIFE蒙受或承担任何损坏或损失，该直销商/会员必需赔偿或确保恩莱富获得全额赔偿。

14. 条款与规则

- 14.1 直销商/会员必需严格遵从及遵守恩莱富的政策与程序，包括但不限于本条款与规则。
- 14.2 凡是不遵守恩莱富的政策和程序，包括但不限于本条款与规则，一律被视为违反本《准则》。



KOD TATALAKU



MUKADIMAH

Am Life International Sdn Bhd (selepas ini dirujuk sebagai “Syarikat” atau “AmLife”) yang terlibat dalam perniagaan jualan langsung dan memikul kewajipan tertentu terhadap pengguna berikutan kaedah pengedaran produk dan perkhidmatan AmLife melalui komunikasi peribadi, dengan ini menetapkan prinsip serta amalan dasar dan etika yang perlu dipatuhi oleh AmLife dan para pengedarnya ketika melaksanakan operasi perniagaan.

Kod Tatalaku ini juga dikenali sebagai KOD TATALAKU AmLife (selepas ini dirujuk sebagai “Kod”) dan akan berkuatkuasa mulai 1 Januari 2020. Kod ini perlu dipatuhi oleh semua individu yang telah diterima sebagai ahli oleh AmLife (selepas ini dirujuk sebagai “Pegeddar atau Ahli”).

Tujuan utama Kod ini adalah untuk mentakrifkan hubungan antara AmLife dengan Pegeddar/Ahli, selain boleh dijadikan panduan untuk mengekalkan keharmonian dalam kalangan Pegeddar/Ahli. Objektif Kod ini adalah untuk:

- Menyediakan peluang yang saksama kepada Pegeddar/Ahli melalui tatalaku perniagaan yang beretika dan bertanggungjawab;
- Melindungi dan membina persekitaran yang kondusif untuk perniagaan jangka panjang AmLife yang menguntungkan;
- Menggalakkan perpaduan dan keharmonian dalam kalangan Pegeddar/Ahli;
- Menjamin ketersediaan manfaat pelan Jualan & Pemasaran AmLife yang saksama kepada semua Pegeddar/ Ahli.

AmLife mengekalkan hak mutlaknya untuk mempraktikkan, mengubah, meminda, menambah atau membatalkan mana-mana bahagian atau keseluruhan Kod ini atas sebarang sebab tanpa memberikan notis terlebih dahulu. Setiap Pegeddar/Ahli bertanggungjawab membaca, memahami, mematuhi dan memastikan bahawa mereka mengetahui dan melaksanakan operasi mengikut versi Kod yang terkini.

Sekiranya ada cubaan untuk mengelak atau bertindak secara bertentangan daripada tujuan dan nilai-nilai Kod, AmLife boleh mengambil tindakan pembetulan pada bila-bila masa mengikut budi bicaranya.

Kod ini disediakan dalam tiga versi (bahasa Inggeris, Cina dan Melayu). Sekiranya berlaku percanggahan antara mana - mana versi ini, versi Bahasa Inggeris hendaklah diguna pakai.

1. Amalan Pengguna atau Perekrutan yang Menipu atau Menyalahi Undang-undang
 - 1.1 Pegeddar/Ahli tidak boleh terlibat dalam sebarang amalan pengguna atau perekrutan yang bersifat menipu, palsu, tidak beretika atau menyalahi undang-undang. Pegeddar/Ahli hendaklah memastikan agar tiada pernyataan, janji atau testimoni mereka boleh mengelirukan pengguna atau bakal Pegeddar/Ahli.
 - 1.2 Pegeddar/Ahli hendaklah mematuhi semua keperluan undang-undang. Walaupun Kod ini tidak menyenaraikan segala kewajipan di sisi undang-undang, pematuhan Pegeddar/Ahli kepada semua undang-undang yang berkenaan merupakan syarat penerimaan keahlian dan juga penyertaan berterusan sebagai ahli AmLife.
 - 1.3 Pegeddar/Ahli hendaklah melaksanakan aktivitinya dengan Pegeddar/Ahli lain melalui cara yang mematuhi Kod ini dan semua undang-undang yang berkenaan.
 - 1.4 Maklumat yang disampaikan oleh Pegeddar/Ahli kepada bakal Pegeddar/Ahli atau Pegeddar Ahli sedia ada tentang peluang serta hak dan kewajipan yang berkaitan hendaklah tepat dan lengkap. Pegeddar/Ahli tidak boleh memberi sebarang fakta yang tidak dapat disahkan atau membuat sebarang janji yang tidak dapat dipenuhi kepada bakal Pegeddar/Ahli. Pegeddar/Ahli tidak boleh membentangkan sebarang peluang jualan kepada mana-mana bakal Pegeddar/Ahli melalui cara yang bersifat palsu, menipu atau mengelirukan.
 - 1.5 Pegeddar/Ahli tidak boleh mendorong seseorang individu untuk membeli produk atau perkhidmatan berdasarkan gambaran bahawa pengguna boleh mendapat semula semua atau sebahagian daripada harga pembelian dengan memperkenalkan pengguna lain, sekiranya diskaun atau perolehan sedemikian melanggar undang-undang yang berkenaan.
 - 1.6 Pegeddar/Ahli hendaklah menghormati pengguna yang kurang pengalaman komersial. Pegeddar/Ahli tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan pengguna, atau mengeksploitasi pengguna berdasarkan faktor umur, penyakit, kecacatan, kekurangan pemahaman atau ketidakfasihan bahasa.

- 1.6 Pengedar/Ahli hendaklah menghormati pengguna yang kurang pengalaman komersial. Pengedar/Ahli tidak boleh menyalahgunakan kepercayaan pengguna, atau mengeksploitasi pengguna berdasarkan faktor umur, penyakit, kecacatan, kekurangan pemahaman atau ketidakfasihan bahasa.

2. Produk, Perkhidmatan dan Bahan Promosi

- 2.1 Tawaran bagi sesuatu produk atau perkhidmatan yang dijual oleh Pengedar/Ahli hendaklah tepat dan benar dari segi harga, gred, kualiti, nilai, prestasi, kuantiti, mata wang, model dan ketersediaan. Semua dakwaan produk yang dibuat oleh Pengedar/Ahli hendaklah disahkan dengan bukti yang kukuh, boleh dipercayai dan tidak mengelirukan. Pesanan produk dan perkhidmatan oleh pengguna hendaklah dipenuhi dengan secepat yang boleh.
- 2.2 Pengedar/Ahli tidak boleh membuat perbandingan yang mengelirukan dengan peluang, produk atau perkhidmatan syarikat jualan langsung yang lain. Sebarang perbandingan hendaklah dibuat berdasarkan fakta secukupnya yang boleh disahkan secara objektif dengan bukti yang kukuh dan boleh dipercayai. Pengedar/Ahli tidak boleh mengkritik, sama ada secara terus-terang ataupun berselindung, mana-mana Pengedar/Ahli lain melalui cara yang menipu atau mengelirukan dan tidak boleh mengambil kesempatan daripada reputasi baik yang dikaitkan dengan jenama dan simbol AmLife.
- 2.3 Risalah promosi, iklan dan surat-menyurat tidak boleh mengandungi deskripsi produk, dakwaan, gambar atau ilustrasi yang bersifat palsu, menipu atau mengelirukan. (Risalah promosi hendaklah mengandungi nama dan alamat atau nombor telefon Pengedar/Ahli).
- 2.4 Pengedar/Ahli hendaklah memberi pengguna maklumat yang tepat mengenai harga, syarat kredit, syarat pembayaran, tempoh bertenang, termasuk dasar pemulangan, syarat jaminan, perkhidmatan selepas jualan dan tarikh penghantaran. Pengedar/Ahli hendaklah memberikan jawapan yang boleh difahami dan tepat kepada soalan pengguna. Untuk dakwaan keberkesanan produk, Pengedar/Ahli hanya boleh membuat dakwaan produk sepertimana yang dibenarkan oleh AmLife.

3. Syarat-syarat Jualan

- 3.1 Pesanan atau resit bertulis hendaklah dihantar kepada pengguna ketika atau sebelum jualan pertama dilakukan. Sekiranya jualan dilakukan melalui surat, telefon, internet atau kaedah lain yang tidak melibatkan pertemuan secara bersemuka, satu salinan borang pesanan perlu dikemukakan terlebih dahulu, disertakan dalam pesanan pertama itu, atau diberikan dalam bentuk borang yang boleh dicetak atau dimuat turun melalui laman web rasmi AmLife. Borang pesanan itu mesti menyatakan identiti Pengedar/Ahli dengan jelas, tepat dan mudah dibaca, serta mengandungi nama penuh, alamat tetap dan tindakan pembetulan yang boleh diambil oleh pengguna. Sebagai alternatif, maklumat ini mungkin diberikan bersama risalah lain yang disertakan dengan produk atau perkhidmatan berkenaan.
- 3.2 Mengikut Seksyen 23 AKTA JUALAN LANGSUNG DAN SKIM ANTI-PIRAMID 1993 (AKTA 500), Pengedar/Ahli hendaklah menawarkan tempoh bertenang yang dinyatakan dengan jelas secara bertulis. Tempoh bertenang membenarkan pengguna membatalkan pesanan pembelian dalam masa sepuluh (10) hari bekerja dari tarikh transaksi pembelian dan menerima bayaran balik yang penuh untuk harga pembelian tersebut. Notis tempoh bertenang hendaklah ditulis di atas ruang yang disediakan untuk tandatangan pengguna dan ia mesti mengandungi pernyataan berikut "KONTRAK INI TERTAKLUK KEPADA TEMPOH BERTENANG SEPULUH HARI" yang dicetak dalam huruf besar, dengan font Times bersaiz lebih daripada 18 mata.
- 3.3 Pengedar/Ahli yang menawarkan hak pemulangan produk, sama ada bersyaratkan peristiwa tertentu atau sebaliknya, hendaklah melakukannya secara bertulis.

4. Pematuhan Jualan

- 4.1 Syarat-syarat bagi sebarang waranti atau jaminan yang ditawarkan oleh AmLife untuk sesuatu jualan hendaklah dimaklumkan kepada pengguna melalui cara yang mematuhi sepenuhnya undang-undang dan peraturan yang berkenaan.



- 4.2 Pengedar/Ahli tidak dibenarkan menjual/membeli sebarang produk AmLife daripada kakitangan Syarikat.
- 4.3 Pengedar/Ahli tidak boleh menjual atau mengedarkan sebarang produk lain yang serupa atau mempunyai kaitan dengan produk AmLife, sama ada produk itu diperoleh daripada mana-mana syarikat jualan langsung atau sebaliknya.
- 4.4 Pengedar/Ahli tidak boleh menghubungi atau menggunakan mana-mana syarikat lain untuk menjalankan sebarang aktiviti komersial di AmLife.
- 4.5 Pengedar/Ahli tidak boleh menggunakan produk syarikat lain lalu memperkenalkannya sebagai produk AmLife, atau terlibat dalam sebarang aktiviti jualan yang memasarkan produk AmLife bersama-sama produk syarikat lain.
- 4.6 Pengedar/Ahli tidak boleh melakukan sebarang aktiviti pengumpulan dana peribadi atas nama Syarikat atau mana-mana subsidiarinya atau rakan sekutunya.
- 4.7 Pengedar/Ahli tidak boleh mengarahkan bakal Pengedar/Ahli untuk membeli tiket dan/atau menghadiri atau menyertai perhimpunan, seminar atau mesyuarat lain, atau untuk menjual risalah, peralatan audio visual atau bahan-bahan lain.
- 4.8 Pengedar/Ahli hendaklah menjual produk AmLife pada harga runcit tanpa menurunkan atau menaikkan harga yang ditetapkan.
- 4.9 Pengedar/Ahli tidak boleh membuat pernyataan negatif atau yang bersifat memfitnah terhadap AmLife, produknya, harga dan kakitangannya, dan Pengedar/Ahli hendaklah menghormati Syarikat dan perniagaan jualan langsungnya.
- 4.10 Pengedar/Ahli tidak boleh terlibat dengan mana-mana syarikat jualan langsung yang lain, sama ada secara langsung atau tidak langsung. Mereka juga tidak boleh menaja Pengedar/Ahli AmLife yang lain untuk menyertai syarikat jualan langsung yang lain.
- 4.11 Pengedar/Ahli tidak boleh menggunakan sebarang bahan pemasaran untuk menjual produk atau perkhidmatan AmLife tanpa kelulusan daripada Syarikat.
- 4.12 Pengedar/Ahli dilarang sama sekali daripada melakukan aktiviti pemasaran dalam talian untuk produk atau perkhidmatan AmLife tanpa kelulusan daripada Syarikat.
- 4.13 Pengedar/Ahli tidak boleh membungkus semula produk AmLife, mengubah kandungan produk, atau mengubah atau meminda mana-mana label pembungkusan produk AmLife.
- 4.14 Pengedar/Ahli tidak boleh berkomplot untuk mengajak atau memujuk Pengedar/Ahli lain supaya menyertai syarikat lain yang menjalankan perniagaan yang serupa dengan AmLife.
- 4.15 Pengedar/Ahli tidak boleh berkomplot dengan mana-mana individu lain untuk melanggar atau mencetuskan pelanggaran Kod atau Dasar Perniagaan AmLife, atau untuk mendorong atau cuba mendorong Pengedar/Ahli lain untuk melanggar Kod atau Dasar AmLife. Sebarang aktiviti sedemikian akan dianggap sebagai pelanggaran Kod.
- 4.16 Pengedar/Ahli tidak boleh mengajak atau memujuk mana-mana Pengedar/Ahli bukan tajaannya untuk menjual atau membeli produk atau perkhidmatan lain selain daripada yang ditawarkan oleh pihak Syarikat.
- 4.17 Pada setiap masa, Pengedar/Ahli hendaklah menjaga budi bahasa, bersikap bertimbang rasa dan tidak terlibat dalam sebarang taktik yang bersifat agresif. Sebaliknya, mereka hendaklah membentangkan produk atau perkhidmatan AmLife, atau Pelan Jualan dan Pemasaran AmLife, dengan jujur dan saksama bila dan di mana bersesuaian.
- 4.18 Pengedar/Ahli tidak boleh bertindak melebihi skop yang dibenarkan oleh Syarikat. Sebarang aktiviti sedemikian akan dianggap sebagai pelanggaran Kod.



- 4.19 Pengedar/Ahli hanya boleh menggunakan laman web yang dicipta oleh AmLife, laman web korporat AmLife dan alat-alat pembangunan web yang dihasilkan oleh AmLife apabila mempromosikan produk atau perkhidmatan Syarikat melalui internet. Di samping itu, Pengedar/Ahli dibenarkan mencipta laman web generik yang mengetengahkan peluang perniagaan Syarikat. Laman generik ini tidak boleh mengandungi tanda dagangan Syarikat atau bahan lain yang dilindungi hak cipta, dan ia juga tidak boleh mengandungi maklumat mengenai Syarikat, produk atau perniagaannya, atau gambar produk atau kemudahan korporat/kakitangan. Sekiranya syarat ini gagal dipatuhi, Syarikat mungkin mengarahkan Pengedar/Ahli yang ingkar untuk menyahaktifkan laman web yang melanggar dasar AmLife itu dengan segera, malah Syarikat juga boleh mengambil tindakan tatatertib yang lain terhadap Pengedar/Ahli yang berkenaan, selaras dengan keperluan Kod dan dasar Syarikat.
- 4.20 Pengedar/Ahli hendaklah menjelaskan kepada pelanggan, berdasarkan maklumat produk yang disediakan oleh AmLife, bahawa produk AmLife tidak bertujuan untuk menyembuhkan sebarang masalah kesihatan atau penyakit. Pengedar/Ahli hendaklah membimbing pelanggan atau downline tentang cara yang betul untuk menggunakan produk dan menjawab soalan-soalan mengikut prosedur yang berkenaan.
- 4.21 Pengedar/Ahli tidak boleh menuntut hak dan sekatan kawasan geografi, dan tidak boleh mendakwa bahawa mereka memiliki hak pengedaran kepada mana-mana kawasan geografi atau negara.
- 4.22 Pengedar/Ahli tidak boleh terlibat dalam sebarang aktiviti penjualan, pengimportan atau pengeksportan produk keluar dari sempadan Malaysia melalui apa-apa cara. Pengedar/Ahli mungkin perlu menjalankan perniagaannya, namun Syarikat tidak akan bertanggungjawab terhadap sebarang tuntutan, permintaan, liabiliti, kerugian, kos atau perbelanjaan yang berlaku atau yang didakwa berlaku berhubung dengan operasi perniagaan Pengedar/Ahli.
- 4.23 Pengedar/Ahli tidak boleh memaparkan atau menjual produk Syarikat di premis runcit dan tidak boleh memaparkan logo/papan tanda Syarikat di mana-mana tempat atau premis dan kemudahan lain yang seumpamanya tanpa kelulusan bertulis terlebih dahulu daripada AmLife.
- 4.24 Pengedar/Ahli tidak boleh mengubah atau meminda, dalam apa jua cara, produk yang dibeli daripada Syarikat atau pembungkusnya, risalah, alat jualan, atau apa-apa barang lain yang dihasilkan atau dipasarkan oleh AmLife.
- 4.25 Pengedar/Ahli hanya boleh menggunakan atau mengedarkan Alat Bantu Jualan atau Kit Jualan yang telah diperiksa oleh Syarikat dan mempunyai pernyataan khusus "KANDUNGAN TELAH DIPERIKSA".
- 4.26 AmLife berhak membuat sebarang perubahan pada Kit Jualan sebagaimana yang diperlukan bagi memastikan kandungan yang bersesuaian sebelum membenarkan Kit Jualan itu ditulis dengan pernyataan yang dinyatakan di atas.
- 4.27 AmLife berhak menafikan kelulusan untuk mana-mana Kit Jualan yang dicadangkan. Sekiranya keperluan kawal selia berubah atau berlaku situasi lain yang menghendaknya berbuat demikian, Syarikat juga berhak, mengikut budi bicara mutlak, untuk mengeluarkan Alat Bantu Jualan yang sebelum ini telah diperiksa daripada pasaran.
- 4.28 Pengedar/Ahli tidak boleh melakukan aktiviti promosinya sendiri, melainkan mendapat kelulusan bertulis daripada Syarikat.
- 4.29 Pengedar/Ahli hendaklah mengisytiharkan pendapatannya dengan jujur dan membayar cukai pendapatan tahunan. Dia akan menanggung akibat sekiranya dia tidak mematuhi undang-undang atau mengelakkan daripada membayar cukai.

5. Pengenalan Diri dan Privasi

- 5.1 Ketika mula mengadakan pembentangan jualan, Pengedar/Ahli hendaklah dengan terus-terang dan jelas memperkenalkan dirinya, Syarikat, ciri-ciri produk atau perkhidmatan Syarikat, dan sebab untuk perjumpaan tersebut. Urusan dengan pengguna hendaklah dilakukan dengan cara yang sopan pada waktu yang bersesuaian. Demonstrasi atau pembentangan jualan hendaklah dihentikan apabila diminta oleh pengguna.

5.2 Melainkan janji temu dibuat terlebih dahulu, Pengedar/Ahli tidak boleh hadir di mana-mana premis bagi tujuan membuat sebarang jualan pintu ke pintu:

- 5.2.1 pada hari Ahad, sekiranya cuti umum jatuh pada hari Ahad;
- 5.2.2 pada hari Jumaat, sekiranya cuti umum jatuh pada hari Jumaat;
- 5.2.3 pada mana-mana hari cuti umum; dan
- 5.2.4 pada hari-hari lain di antara waktu tengah malam hingga 9 pagi, dan di antara pukul 7 petang hingga tengah malam.

5.3 Pengedar/Ahli hendaklah menunjukkan kad kuasa yang dikeluarkan oleh Syarikat dan mengandungi butiran berikut:

- 5.3.1 nama dan alamat Pengedar/Ahli;
- 5.3.2 nama, alamat dan nombor telefon AmLife;
- 5.3.3 tandatangan orang yang diberi kuasa oleh AmLife yang mengeluarkan kad kuasa tersebut;
- 5.3.4 nombor lesen perniagaan jualan langsung tersebut; dan
- 5.3.5 gambar Pengedar/Ahli berkenaan, yang perlu mematuhi keperluan berikut:-
 - (i) saiz gambar hendaklah berukuran 3.8 cm x 3.2 cm tanpa sempadan;
 - (ii) muka penuh Pengedar/Ahli hendaklah dipaparkan, dan jarak dari dagu ke bahagian atas kepala tidak kurang daripada 2.54 cm dalam kedudukan menegak; dan
 - (iii) gambar Pengedar/Ahli hendaklah diambil tanpa berselubung; namun mana-mana Pengedar/Ahli yang biasanya memakai penutup kepala/tudung mengikut keperluan agama atau budayanya boleh mengambil gambar dengan memakai penutup kepala/tudung, dengan syarat penutup kepala/tudung itu tidak menyembunyikan raut wajahnya.

5.4 Pengedar/Ahli hendaklah mengambil langkah-langkah yang sewajarnya untuk melindungi segala maklumat peribadi yang diberikan oleh pengguna.

6. Skim Piramid

6.1 Bagi tujuan Kod ini, skim piramid atau skim berantai tanpa penghujung dianggap boleh dikenakan tindakan undang-undang di bawah Kod ini. AKTA JUALAN LANGSUNG DAN SKIM ANTI-PIRAMID 1993 (AKTA 500) akan menentukan sama ada skim piramid atau skim berantai tanpa penghujung itu melanggar Kod mengikut undang-undang dan peraturan yang berkenaan.

6.2 Amlife akan memberi ganjaran kepada Pengedar/Ahli berdasarkan jualan produk, termasuk perkhidmatan, yang dibeli oleh mana-mana individu untuk penggunaan atau pengambilan sebenar. Ganjaran sedemikian mungkin dibuat berdasarkan jualan dan penggunaan peribadi oleh Pengedar/Ahli dan downline mereka.

6.3 Pengedar/Ahli tidak boleh menjana pendapatan dengan merekrut peserta lain ke dalam sistem jualan.

7. Pembelian Inventori

7.1 Sama ada dalam risalah perekrutan, manual jualan mahupun kontrak dengan Pengedar/Ahli, pelan pemasaran AmLife yang melibatkan penjualan produk secara langsung atau tidak langsung kepada Pengedar/Ahli hendaklah mempraktikkan dan mencerminkan dasar bahawa AmLife akan membeli balik inventori yang boleh dipasarkan pada masa ini, mengikut syarat-syarat komersial yang munasabah, yang dimiliki oleh Pengedar/Ahli dan dibeli oleh Pengedar/Ahli tersebut untuk dijual semula sebelum tarikh penamatan hubungan perniagaan antara Pengedar/Ahli dengan AmLife.

7.2 Bagi tujuan Kod ini, "syarat-syarat komersial yang munasabah" hendaklah meliputi pembelian balik inventori yang boleh dipasarkan, bahan promosi, alat bantu jualan, peralatan dan kit jualan dalam tempoh enam(6) bulan dari tarikh pembelian oleh Pengedar/Ahli, dan pada kadar tidak kurang daripada 90% kos bersih asal Pengedar/Ahli ditolak pembayaran hutang dan tuntutan undang-undang, jika ada.

- 7.3 Bagi tujuan Kod ini, produk tidak boleh dianggap “boleh dipasarkan pada masa ini” sekiranya dipulangkan untuk pembelian balik selepas tempoh penggunaan komersial yang munasabah atau jika jangka hayat produk itu sudah berlalu. Malah, produk tidak boleh dianggap “boleh dipasarkan pada masa ini” sekiranya AmLife dengan jelas memaklumkan kepada Pengekar/Ahli sebelum urusan pembelian dilakukan bahawa produk itu bermusim, tidak lagi dikeluarkan, atau merupakan produk promosi khas dan tidak tertakluk kepada komitmen pembelian balik.
- 7.4 AmLife boleh mengambil inisiatif untuk memulakan sebarang penyiasatan ke atas Pengekar/Ahli. Apabila mendapati Pengekar/Ahli terlibat dalam amalan perekrutan yang bersifat palsu, mengelirukan atau menipu, AmLife boleh mengambil sebarang tindakan pembetulan yang wajar bagi memastikan mana-mana pengadu tidak menanggung kerugian kewangan yang ketara akibat perbuatan yang dilarang itu, termasuk tetapi tidak terhad kepada mengarahkan Pengekar/Ahli supaya membeli balik sebarang dan semua inventori, bahan promosi, alat bantu jualan dan/atau kit jualan yang telah dibeli oleh pengadu.

8. Gambaran pendapatan

- 8.1 Berikut hendaklah dianggap sebagai “gambaran pendapatan” di bawah Kod ini:-
- 8.1.1 Apa-apa dakwaan lisan, bertulis atau visual yang menyampaikan, secara tersirat atau tersurat:
- Tahap tertentu atau anggaran jualan sebenar atau jualan yang berpotensi; atau
 - Pendapatan atau keuntungan kasar atau bersih, termasuk tetapi tidak terhad kepada gambaran tersirat atau tersurat yang mencadangkan bahawa pembelian gaya hidup – termasuk rumah, kenderaan, percutian dan sebagainya – berkait dengan pendapatan yang diperolehi.
- 8.2 Sebarang pernyataan, gambaran atau senario hipotetikal yang menyebabkan bakal Pengekar/Ahli membuat kesimpulan munasabah mengenai sesuatu tahap pendapatan minimum yang mampu diperolehi.
- 8.3 Sebarang carta, jadual atau pengiraan matematik yang menunjukkan kemungkinan pendapatan, jualan sebenar atau yang berpotensi, atau keuntungan kasar atau bersih berdasarkan gabungan beberapa pembolehubah.
- 8.4 Bahan pemasaran atau pengiklanan yang menggambarkan atau menjanjikan dengan jelas jumlah pendapatan yang berpotensi, atau gaya hidup berasaskan kemewahan, yang boleh dinikmati oleh Pengekar/Ahli.
- 8.5 Sebarang anugerah atau pengumuman ganjaran yang menggambarkan pendapatan mana-mana Pengekar/Ahli pada masa ini atau masa lalu. Insentif jualan, percutian atau mesyuarat, dan/atau komisen, override, bonus atau ganjaran lain, tidak boleh dianggap sebagai gambaran pendapatan melainkan ia disertai dengan petunjuk khusus mengenai nilainya.
- 8.6 Pengekar/Ahli hendaklah mematuhi piawaian berikut:
- 8.6.1 Gambaran pendapatan dan angka jualan hendaklah benar, tepat dan dibentangkan dengan cara yang tidak bersifat palsu, menipu atau mengelirukan.
- 8.6.2 Pengekar/Ahli sedia ada dan bakal Pengekar/Ahli hendaklah diberikan maklumat yang secukupnya supaya mereka faham bahawa:-
- Pendapatan sebenar boleh berubah dengan ketara, bergantung pada masa yang diluahkan, tahap kemahiran dan faktor lain;
 - Bukan semua orang akan mencapai tahap pendapatan yang digambarkan; dan
 - Jumlah tersebut adalah jumlah sebelum pengiraan perbelanjaan, jika ada
- 8.6.3 Pengekar/Ahli sedia ada dan bakal Pengekar/Ahli hendaklah diberikan maklumat yang secukupnya supaya mereka dapat membuat penilaian yang munasabah mengenai peluang untuk memperolehi pendapatan tersebut.
- 8.6.4 Sekiranya komisen atau pembayaran bonus Pengekar/Ahli yang tertentu dimasukkan dalam gambaran pendapatan, sebarang pengagihan bayaran tersebut kepada orang lain dalam organisasi jualan hendaklah didedahkan atau ditolak daripada angka yang digunakan.
- 8.6.5 Sebarang gambaran jualan dan pendapatan hendaklah direkodkan dan disahkan. Pengekar/Ahli hendaklah menyimpan rekod dan pengesahan tersebut serta mengemukakannya kepada AmLife apabila diminta secara bertulis.

8.7 Bagi menilai sama ada sesuatu gambaran pendapatan melanggar Kod atau tidak, Amlife akan mempertimbangkan segala fakta dan maklumat yang berkaitan, termasuk tetapi tidak terhad kepada faktor-faktor yang digariskan dalam bahagian ini.

9. Pembelian Inventori

9.1 Pengedar/Ahli tidak boleh meminta atau menggalakkan bakal Pengedar/Ahli supaya membeli inventori dalam jumlah yang tidak wajar, iaitu melebihi jumlah yang dijangka boleh dijual semula dan/atau digunakan oleh Pengedar/Ahli dalam tempoh masa yang munasabah.

9.2 Pengedar/Ahli hendaklah mengambil langkah-langkah yang jelas dan wajar bagi memastikan bahawa Pengedar/Ahli mengambil, menggunakan atau menjual semula produk dan perkhidmatan yang telah dibeli.

9.3 Pengedar/Ahli dianggap melakukan amalan perekrutan yang tidak adil dan mengelirukan sekiranya mereka meminta atau menggalakkan bakal Pengedar/Ahli supaya membeli inventori atau alat bantu jualan dalam jumlah yang tidak munasabah. AmLife boleh mengambil sebarang tindakan pembetulan yang wajar bagi memastikan mana-mana Pengedar/Ahli tidak menanggung kerugian kewangan yang ketara akibat perbuatan yang dilarang itu.

10. Latihan dan Bahan

10.1 Pengedar/Ahli hendaklah menghadiri latihan yang secukupnya bagi membolehkan mereka melaksanakan operasi perniagaan secara beretika.

10.2 Pengedar/Ahli dilarang daripada memasarkan atau meminta individu lain membeli sebarang bahan yang bertentangan dengan dasar dan prosedur AmLife. Pengedar/Ahli juga dilarang daripada memasarkan sebarang bahan yang tidak diluluskan oleh AmLife dan bertentangan dengan dasar dan prosedur AmLife.

11. Prosedur

11.1 AmLife memiliki kuasa mutlak untuk menentukan sama ada sesuatu pelanggaran Kod telah berlaku.

11.2 Sekiranya Pengedar/Ahli enggan mematuhi secara sukarela sebarang tindakan yang dikenakan oleh AmLife dan tidak perlu menjalani semakan semula oleh Panel Semakan Rayuan, Lembaga Pengarah AmLife atau bahagian yang dilantik, AmLife boleh membuat kesimpulan bahawa Pengedar/Ahli harus digantung atau ditamatkan keahliannya dalam AmLife.

11.3 Pengedar/Ahli yang telah ditamatkan keahliannya hanya boleh membuat permohonan untuk menyertai AmLife sebagai Pengedar/Ahli semula selepas dua belas (12) bulan dari tarikh penamatannya.

11.4 Pengedar/Ahli yang telah ditamatkan keahliannya tidak lagi berhak secara automatik untuk menerima manfaat, manakala status keahliannya dan organisasi downlinenya akan dipindahkan kepada Penaja lang sungnya yang aktif.

11.5 AmLife berhak memansuhkan manfaat dan/atau bonus Pengedar/Ahli yang ingkar itu.

11.6 Pengedar/Ahli yang telah ditamatkan keahliannya itu tidak akan dibenarkan untuk menyertai, sama ada secara langsung atau tidak langsung, sebarang aktiviti yang dianjurkan oleh Amlife atau mana-mana Pengedar/Ahli. Dia juga hendaklah mengelakkan diri daripada bertindak sebagai Pengedar/Ahli Amlife dan tidak boleh terlibat dalam apa-apa tindakan yang boleh merugikan, mempengaruhi dan memecahbelahkan atau berpotensi merosakkan imej Syarikat atau membawa pengaruh negatif terhadap mana-mana Pengedar/Ahli atau kakitangan lain.

12. Pindaan

- 12.1 Kod ini boleh dipinda oleh Amlife dari semasa ke semasa tanpa notis selanjutnya kepada Pengedar/Ahli.
- 12.2 Dari semasa ke semasa, Pengedar/Ahli hendaklah membuat semakan dengan pejabat AmLife untuk mengetahui versi terkini Kod.

13. Indemniti


- 13.1 Pengedar/Ahli hendaklah membayar ganti rugi atau membayar pampasan penuh kepada AmLife berikutan sebarang kerosakan atau kerugian yang berlaku atau yang ditanggung oleh AmLife akibat tindakan Pengedar/Ahli.

14. Peraturan dan Undang-undang

- 14.1 Pengedar/Ahli dikehendaki mematuhi sepenuhnya dan akur dengan dasar dan prosedur AmLife, termasuk tetapi tidak terhad kepada Peraturan dan Undang-undang Syarikat.
- 14.2 Ketidakpatuhan kepada dasar dan prosedur Amlife, termasuk tetapi tidak terhad kepada Peraturan dan Undang-undang, akan dianggap sebagai pelanggaran Kod.



Am Life International Sdn Bhd

www.amlife.com.my  Amlife2u