

《传销破解方程式》一本洗脑天书、反传销秘笈，看透中国所有传销洗脑套路（一）

原创：传神易铁 传神渡 2018-11-02



一本传销洗脑的葵花宝典
 一册反传销反洗脑的独孤九剑
 作者10年一线卧底调查的实战经验
 全篇幅5万余字，可识破3大类42种传销
 刺穿社会浮躁的秘密，瞬间加成20年社会经验

全文导读目录

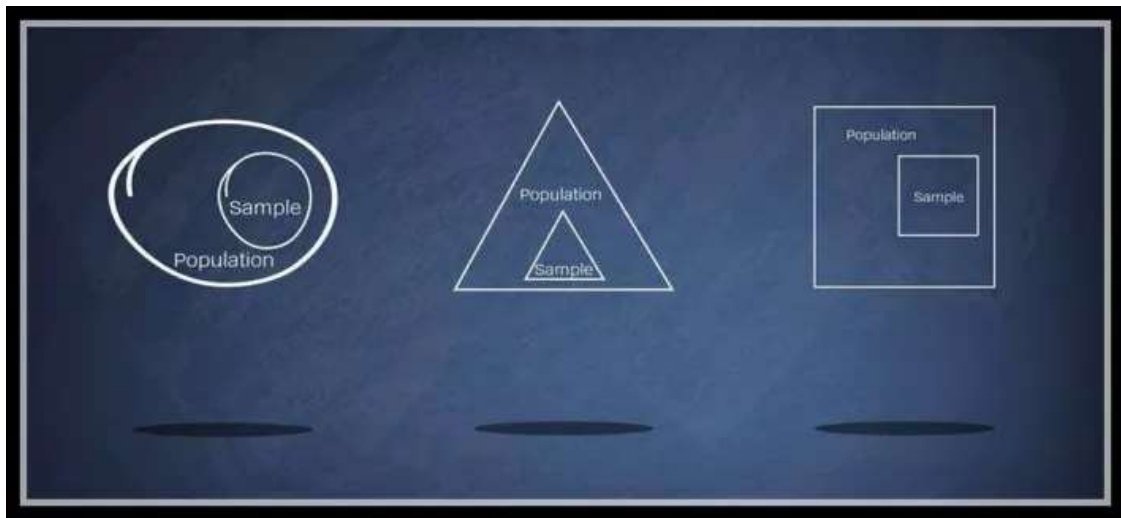
《传销破解方程式》 传神渡 @易铁

- 1 前言
 - 1.1 当前问题
 - 1.1.1 近年网络传销接连爆发,已构成严重社会问题
 - 1.1.2 社会大众对传销和洗脑的认知依旧困惑重重
 - 1.1.3 研究信息上的缺失:缺乏普适性的传销和洗脑判断方法研究
 - 1.2 写作目的
 - 1.2.1 正确全面地认识传销和洗脑
 - 1.2.2 让参与者反思,让参与者家属理性解决问题
 - 1.2.3 提出传销解构方法论,弥补基本框架的空白
 - 1.3 本文概述
 - 1.3.1 传销人群的多层次需求
 - 1.3.2 传销参与者需求层次金字塔
 - 1.3.3 传销组织的四个链条、五种人格、六种阵型
 -
- 2 传销组织的运作机制:四个链条
-
- 3 链条一:利益链——骨骼系统
 - 3.1 利益链的现状解析
 - 3.2 利益链的演化趋势

“天上不会掉馅饼”的预防宣传早已被浮躁淹没，传销的复杂性注定了科普不可能简单。传销已经开始从4.0的网络时代转向5.0的学院时代，又臭又长的传销名单除了罗列毫无新意，不论治理还是预防，我们连判断识别都已经变成难题了，整体陷入混沌。

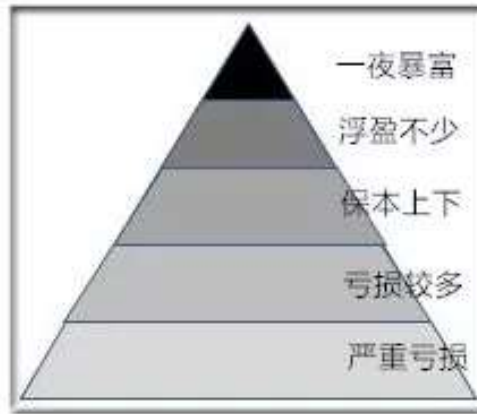
我自2008至今一直在一线调查，在二十余种细分类别传销里，和近千名传销参与者面对面交流，记录分析他们迷失的过程，把心理分层细化后，提取共性推导群体心理，写下这一篇汇总分析，为科普预防做最基本的理论建设，95%传销和洗脑的模式、套路、现象、行为、心理等疑难杂症，都可以找到答案。

把这么大的一群人、这么复杂的事儿说明白，首先需要对这个人群分类，笼统的“传销人”来界定会非常矛盾（我全文用参与者或传销参与者），骗子和受害者的标签化导致很多问题无解，整篇方法论从群体心理需求开始。



传销人群的多层次需求

传销参与者在金字塔食物链中所处阶段的不同，决定了不同的视野和心态，同时又有不同的群体氛围影响，其组织内三教九流的各种三观，相爱相杀又相生相克的环境，其中对碰出来的“共识”具有高强度的韧性和张力，寻找共性理清基础性的脉络，而后搭建框架寻找破局点。

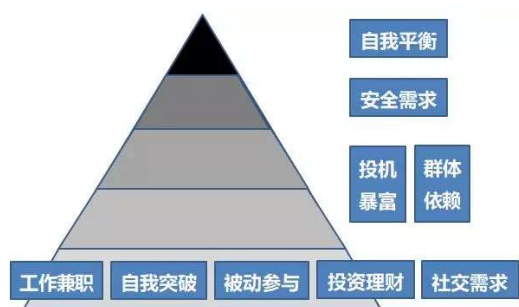


因为参与时间长短、收益的不同，认知体验等等的需求都会产生阶段性的变化，我们直接借鉴社会心理学中的需求层次论，来做类比分析：



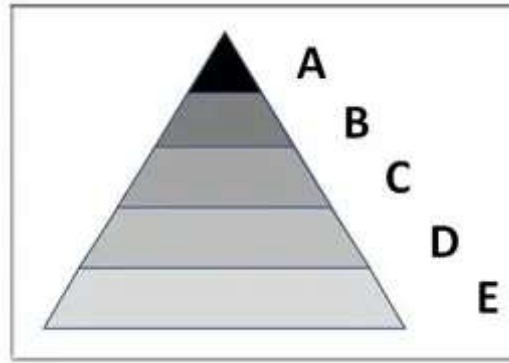
马斯洛需求层次论

马斯洛的理论是构建与整个人类社会的基础之上，在经济学中有普遍性运用，对解构巨大的传销群体也有帮助。



传销参与者需求层次金字塔

传销参与者个体在多层次过程中产生的人格渐变，从价值观改变到三观扭曲有一个漫长的时间过程，在反复推敲对比各个细分种类后，我把对应的群体心理需求分为ABCDE的五个段位，两个二元对立太弱智，三个张力不够无法包含各种传销。



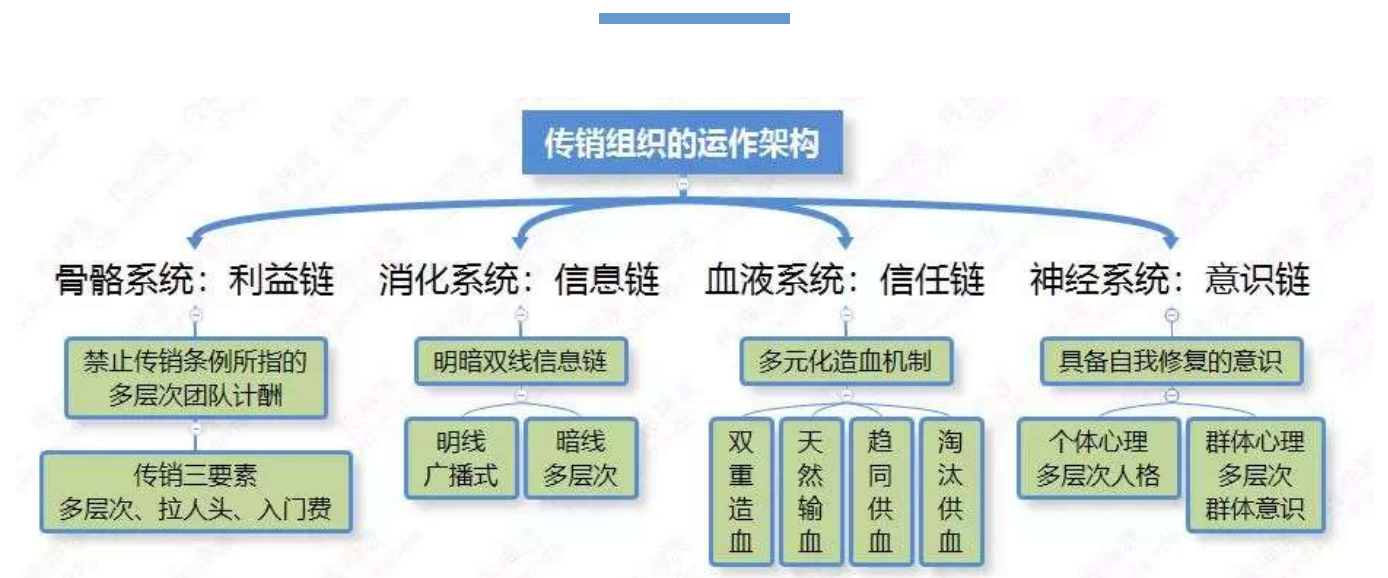
传销群体心理需求的五个段位

多层次需求的定义，会打破我们拟人化看待传销的定式思维，解决很多表象的矛盾性，譬如：有人说传销非常愚蠢，有人说传销非常狡诈善于心计；有人说传销就等于倾家荡产，有人说新闻上被判刑的都一夜暴富，更有人说确实在身边也见过赚钱的人。

问题根源在于缺乏系统性的剖析框架，现在从传销分类到传销预防都很混乱，网络传销、拉人头传销、金融传销、微传销、资金盘传销、慈善传销、电商传销、返利传销、暴力传销，这些我们第一次看到时眼花缭乱无从下手，从里到外从上到下都需要整体性的梳理，基于多层次需求的五个段位设定之后，归类拆解能够解决所有问题，传销洗脑的逻辑也可以整理清楚，以此作为科普预防传销的最底层建设。

终极答案在意识链，意识链前提是多层次人格，而多层次人格必须推导其形成过程，那么所有的逻辑从运作机制的四个链条中逐步铺展开来分析，作图水平有限，意会只为言传。

传销组织运作机制：四个链条



利益链

利益是传销犯罪的终极目标，利益链也是最底层的因素，没有利益的维系都是妄想，但利益内涵已经稍有延伸和变形，有时候并不仅仅是钱的问题，只要存在需求市场的都会形成利益；

信息链

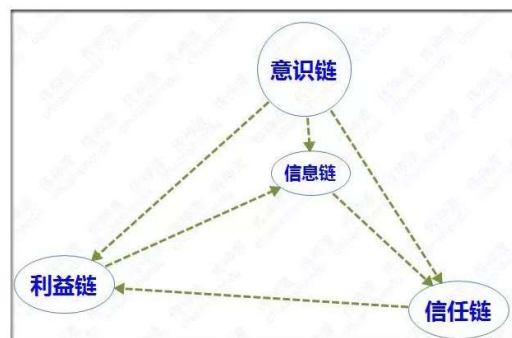
维护利益，需要制造和释放大量的信息作为背书，这个信息链宽度和深度都远超想象，用模糊分类大致分为：理论模式、话术套路、操作技巧三种，在明暗双线的运作机制中多层次体现，这是全文逻辑起点。

信任链

无论再完美的理论和逻辑都无法阻止传销的狂热，再弱智的谎言也可以通过洗脑术，形成信任基础甚至信仰，让参与者产生单向认知放弃辩证思维，三维的信任链中社会性因素非常多，把感性洗脑用理性逻辑梳理，洗脑的秘密在这里简单通透一目了然，知识点非常丰富。

意识链

洗脑后引发主观意识的自我膨胀和客观的盲从，各种的群体意识的组合变化称之为意识链。意识链里拆解个体人格变化过程，提取群体意识，归纳分类所有传销的运作框架，展现传销意识形态的四维生态分布。



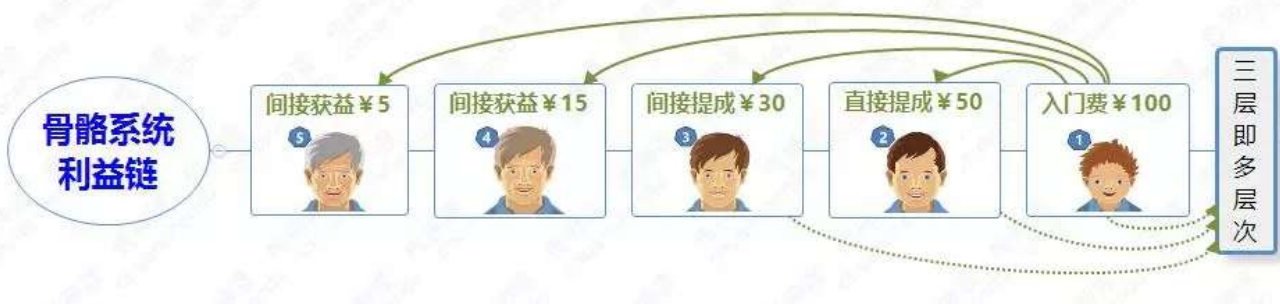
四个链条，利益链构成利益共同体的骨骼系统，信息链的建立认知体系的消化系统，信任链产生信任的血液系统，意识链是神经系统完成自我修复、自我矫正。四位一体相生相克，可以找到所有传销的共性和个性，方便寻找规律和趋势。逐个解读四个链条，从这里开始。



利益链：骨骼系统

传销三要素是基本判断标准，入门费、拉人头、多层次。很多骗术以及很多商业行为都有入门费和拉人头，但是只要有多层次就和传销搭边了，所以传销三要素里的多层次是核心要素。

A发展B，B发展C，C又发展出DEF的这个过程中AB都有提成，形成三层以上的团队计酬裂变，也就是说C交入门费的时候AB都有对应关联的提成，即称之为多层次团队计酬。



利益链的变化趋势

现实社会浮躁的泛化导致越来越多人寻求精神寄托，而在缺乏信息获取渠道，对自我认知不足的群体中，会产生普遍性的非金钱的利益因素，这已经形成趋势在不断扩大。



如上图的简单归纳所示，只要有情感需求、有精神需求的空间，都会形成一条情感链，不仅仅是暴富思想作祟，传销的主要工具洗脑术，在相当程度上伪装成精神层面的十全大补丸，看起来包治百病药到病除，很大程度上变成了主要需求，在2012年被我标记为精神传销，到如今居然变成共识性的提法。

在传销延伸的变异诈骗**民族大业、国网东望里**，只洗脑没有入门费，体现出接近于善心汇的动员能力，这些头目都出自于传销，强大的洗脑可以让他们随时进入传销。所以，我们看待利益链，不能用老旧的资金链来衡量，也不能被传销本身所约束。这些特殊情况放在治理层面则需跳出传销罪，来制定洗脑相关的精神卫生法操作空间，也便于维护全局的意识形态建设。

稍有了解传销的人都知道传销判断三要素，法律背景就是禁止传销条例，这里不浪费笔墨，但我们要思考一下，链条是钱捆绑的，链条断了钱也断了，可参与者并不会醒悟脱离。

《禁止传销条例》的脱节

禁止传销条例中的金额限制，已经完全与社会发展脱节，组织领导者最高两百万的罚款也毫无威慑力，几千元的各种行政处罚不仅让法律毫无尊严，在实际运用中案例也极少，处罚提供场所、居住、书籍工具的，相关案例凤毛麟角。

广为宣传的多层次这个基本特征，也与现实脱节，最新花样的传销奖金制度中，大量的两层制度在产品传销里流行，金融传销里没有提成的单层制度出现两年了还是零案例。

2

信息链：消化系统

我常用江湖称呼传销圈儿，主要因其生态圈形成闭环拥有完整的话语体系，其表述与正常社会基本一样，但认知体系大相径庭，其中信息量驳杂巨大，化繁为简后模糊的分为三类信息：

1. 歪理邪说类的理论模式

歪理邪说类的理论模式（后文简称为理论模式）是基础，主要是消费资本论、几何倍增、国家暗中支持1040、宏观调控等等，这些歪理邪说和移花接木的真实信息一起勾兑混合，造成一定程度的识别难度，包括共享经济、万众创新、中国梦、西部开发等被剽窃嫁接的概念。

2. 操作技巧

操作技巧则是拉人的方式方法，利益最大化的方式方法，还有大量邪门歪道的内部人员尔虞我诈，欺上瞒下、哄骗诱导等等，集合社会中绝大部分骗术，又有正常经济形态中正常的社会规则运用及表述。

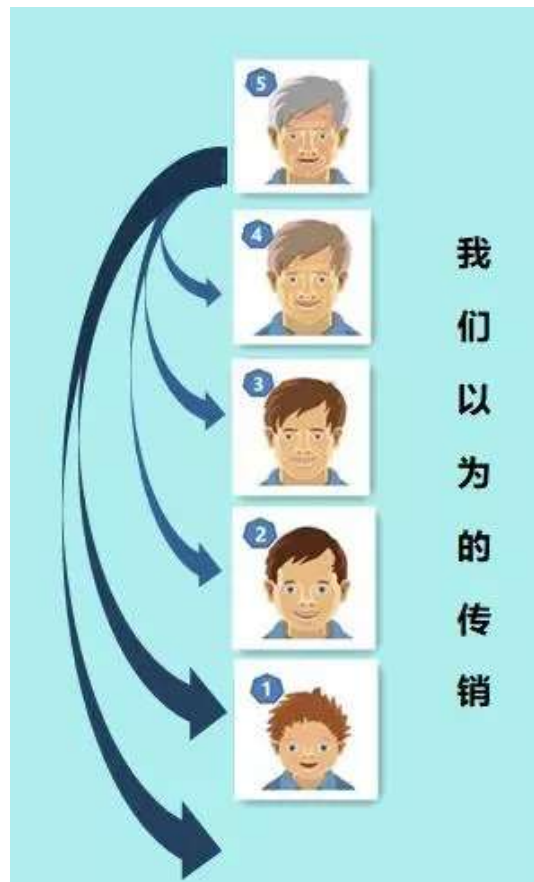
3. 话术套路

承载前两者的是话术，传销的“工作能力”也主要靠嘴上功夫，话术就是传销语境，类似于鸡汤的各种悖论说辞，但凡说不通的就讲心态、正能量、相信产生力量这样的说辞敷衍，把理性的问题变成感性的话术回答，是洗脑中最主要的工具，套路则是各种语言陷阱，转移注意力掩饰真实目的。

在叠加垃圾成功学后经过二十多年进化，传销话语体系已经是面面俱到，积累的通用套路、词汇、鸡汤悖论、口头禅等等是非常全面的，嫁接主流社会用词出神入化，其认知定义很多已经到了越俎代庖的地步，知识宽度稍有不足就会被误导。比如“**没有了解就没有发言权、黑猫白猫抓到耗子就是好猫**”，这两句已经是江湖入门基本功了。

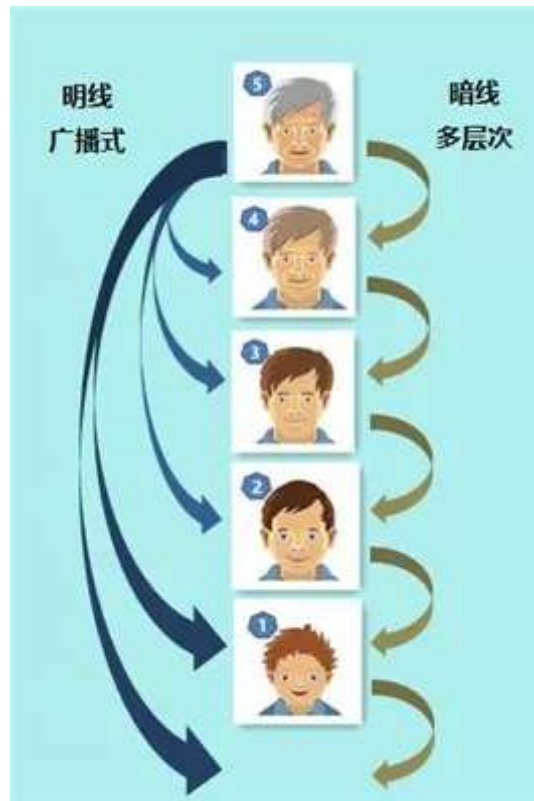
绝大多数人初期掉进传销，主要因为对话术缺乏理解，情商低听不懂话术背后隐藏的逻辑陷阱，耳旁喋喋不休的也没空整理。同时话术里因为夹杂了大量的心理学元素，社会经验匮乏的人在这个过程中会觉得大有受益，客观来说也有一定程度的启蒙自我成分。所以把话术作为信息分类的一种这样看比较简单直观，单列出来拆解就会让整个方法论凌乱。

信息链的运作机制



▲ 假象

我们以为的传销信息传播是这样的广播式



▲ 其实，真实的传销信息是**双线运行**

这是一个无人深究的问题，信息链分为明暗双线并行的传递方式，明线的理论模式只是传销障眼法，一直以来是非常的成功，媒体自媒体都是集中火力在明线信息链，电视新闻里表达暗线的时候太轻描淡写。

信息链的传递方式

明线：广播式宣传

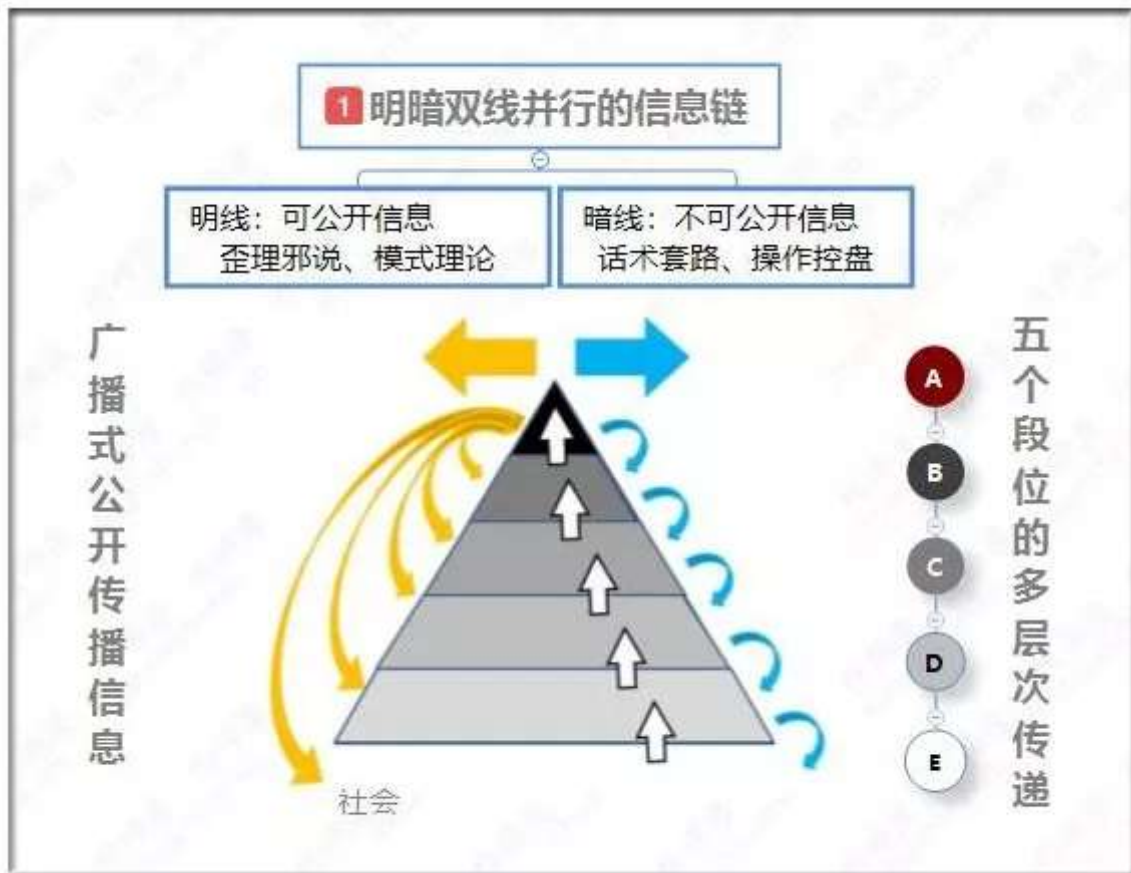
是指我们通常第一时间遇到的传销信息，主要是其第一类信息的歪理邪说，最常见的明线信息。

偶像崇拜、垃圾成功学经常作为明线信息补充，少数诈骗传销会有一部分操作方法也在明线里出现，比如拆分制比级差双轨好；个别也会把成功学、心理学、垃圾鸡汤作为明线来操作，比如明目张胆的搞心理暗示的催眠。

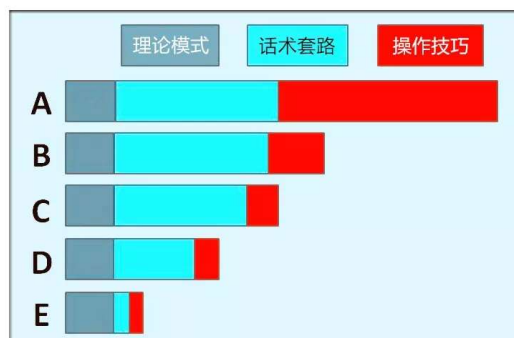
暗线：ABCDE的多层次逐层传递

暗线信息是指不方便直接说出来的信息，最常见的就是其多层次奖金制度，在你相信明线的歪理邪说准备交钱，起码有意愿交钱的时候，才会拿出来和你说；同理，你变成E才会开始了解D，进入C才会开始接触B的信息。

一般人遭遇传销时，不论对方是ABCDE中的哪一个段位，他都是从明线理论开始沟通，沟通接受后或者说被洗脑后，才会进入对应的暗线节奏，这是标准的游戏规则。



个别媒体的深度爆料里，会体现出来A、E段位的信息，BCD是空白区域，而过渡过程完全没有。这是一个常人无法理解传销的起源点，仔细体会，这也是这篇文章**推导逻辑的基本出发点**。



灰色理论信息为明线，绿色红色为暗线

▲ 五个段位传销参与者 掌握的信息宽度对比

洗脑越来越多信息量的增长越多越快，对于参与者是“学习的过程”。需要注意的是明线数据量基本不会有变化，也就是说：在纵向时间轴上，参与时间越久的人，对应的变化是话术套路和操作技巧两种信息的增加，理论模式类的基本不动。

备注：但是产品盘叠加消费返利、消费返利叠加电商概念和虚拟币、区块链概念的时候，就会扩充理论信息量的宽度，但所占比重总体不变，理论毕竟只是羊头，狗肉还是狗肉，羊头多了一点而已。

话术和操作的多层次变化轨迹

举例说明

以传销核心利益的“钱”的认知操作，来体验这个多层次话术过程，话术口语用红色字体，表达本意注解用灰色字体，传销内部的多层次是没有明显分界线的（没有仪式和硬性要求），但是依旧能清晰感知其渐变的话锋，大致如下：（此段口语表达比较啰嗦，但非常有必要**沉浸式体验**）

E段位洗脑话术

你对某个传销项目感兴趣，不会直接告诉你怎么赚钱，而是先在理论上洗脑灌输几个回合之后，看你听进去了，起码有兴趣了，才会开始讲暗线的多层次奖金制度；

▶ 看清楚模式的理论，我们不是拉人头，我们的模式不讲明白，很容易误解为传销。

讲完制度，这时候就是催单逼单，督促你交钱；

▶ 我们现在了解清楚了，要赚钱就要投资，不能空手套白狼，要不然和传销没区别。

你交入门费的钱了，会告诉你怎么样拉人；

▶ 我们做市场的就是要推广，推广要找人啊，这不是拉人是为了推广，要找合作伙伴啊。

拉人会产生庞大的费用开支，完全没有心理准备，上线又是一通忽悠；

▶ 费用在这个行业里都是AA制，当然是自己赚钱自己花，我们大家都这样。

拉一次两次后，会告诉你怎么拉人选人，怎么说话，怎么对新下线催单；

▶ 哎哟你这个人找的不太合适，太死心眼了，多和上线学习，她肯定会帮你的，帮你选人带你赚钱。

D段位洗脑话术

你想赚更多钱，教你怎么逼单，开始督促你复制学习；

▶ 你不能只顾着自己赚钱，我们是团队，所以你要多学习教下线怎么发展，这样才能倍增，发展才会快，赚钱才会快。对呀发展有直销经验的人比较快，他们容易接受，多学习多听课。

你想退出退单，各种成功学的鸡汤鬼话说的你“深感自责惭愧不已”；

▶ 你怎么这么消极，遇到困难就放弃，你看看我们老大吃了那么多苦为我们赚钱，多学学他，多和大家交流就不会有那么多消极思想了，看看我们这么多正能量，怎么能消极呢，你是不是又被你老公给吓唬的胆小了，你告诉我为什么，你看看我眼睛里的真诚。

你发展下线总是被认为是传销，还有朋友告诉你什么是传销，你又情绪低落了；

▶ 和新朋友交流不要总是说赚多少钱，拉多少人，别人会误解为传销的，你以后要注意，要学习的还多着呢，他们说那些都是什么乱七八糟的，没有了解哪有发言权，都听不懂模式，他怎么能把握机会，天生就是个打工的命。

你发展下线时人脉破坏完了，再教你怎么样发展陌生人，怎么样认识网友，怎么样约网友，以至于发展到怎么样用色诱等等等等；

▶ 现在很多人思想很传统，难免发展会遇到困难，最近也有的负面，不过方法总比困难多，我们发展陌生市场也可以成功的，你看那个老王，就是这样的，也赚了很多钱啊。我看你长这么漂亮，可以试试找网友相亲啊，感情邀约啊，很简单的，上世纪佳缘就可以了，别告诉你家那个油瓶。

C段位洗脑话术

发现很难赚钱维持的时候，已失去亲友信任，不得已继续传销，饮鸩止渴；

▶ 你现在离开我们大家，你愿意吗，这个行业就是只有放弃没有失败，我们一起努力。你看老李去年也这样差点离开了，人家借钱高利贷坚持了过来，看看现在赚了多少钱啊。

赚了一点点钱，又想更多钱，又被蛊惑追加投资；

▶ 现在机会好，我帮你再做一个点位一条线，你再投一单，这样赚钱更快更多。

传销被曝光或者被打击了，要安稳情绪；

▶ 现在负面比较多，有些直销公司妒忌我们攻击我们，还有有水军有汉奸，有被收买的执法部门，还有做传销的贼喊抓贼，相信公司很快会恢复的，我们要安抚好下线，让他们有正能量，不要传播负能量，很快会好起来，马上就会重新发钱的。

做的传销崩盘跑路，或者变成死盘了，又重新找个盘重新投资；

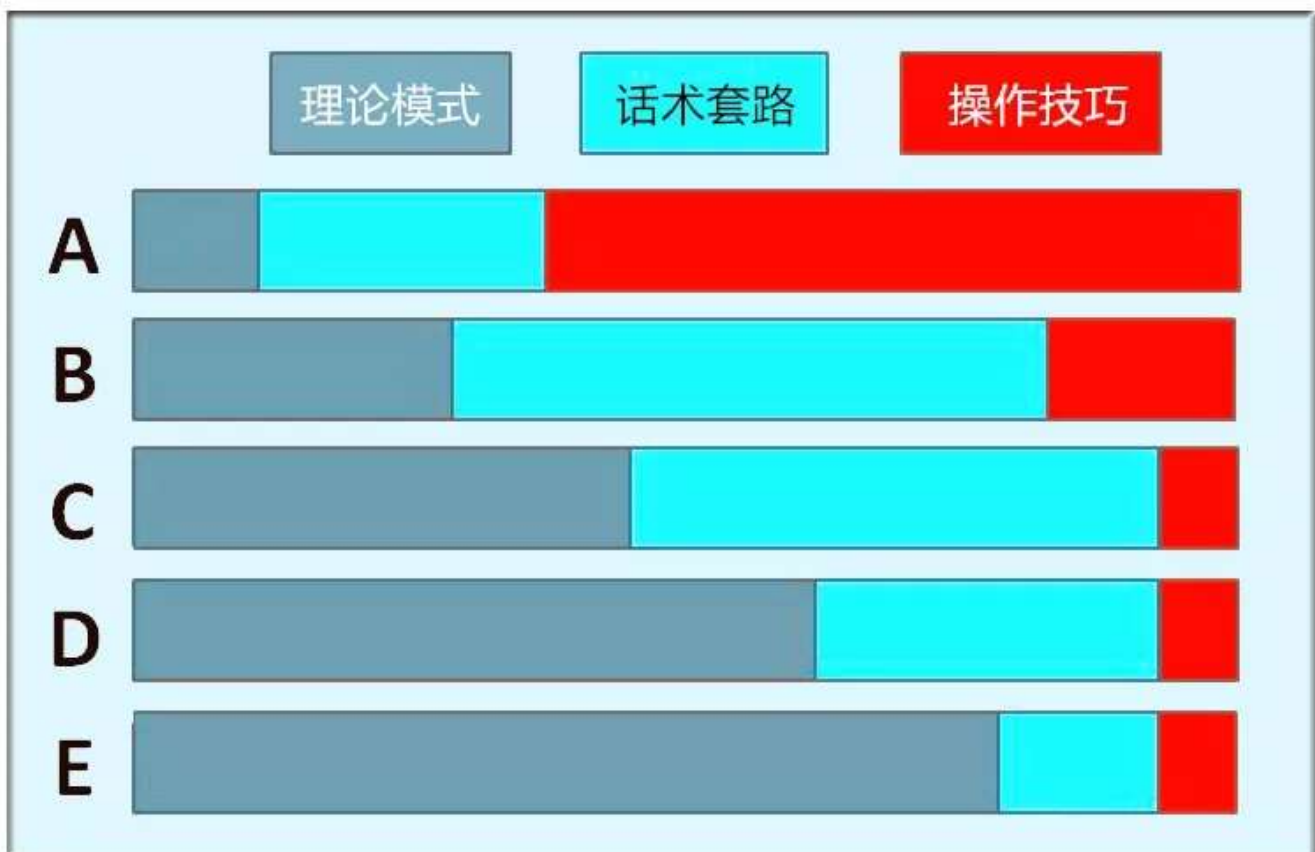
▶ 那个项目现在不好动，瓶颈期不好赚钱，现在这个盘机会好模式新制度来钱快，比原来那个还要好，我们好多人都过来了，抓紧时间进去排个好位置，越早越赚钱啊，简直就是捡钱啊。

以上这种蛊惑是基本套路，涉及钱的比较直观，也只有上线引导CDE三个段位的变化。我们在持续接触传销参与者的过程中，也会很容易感受到他们的这种变化，而他自己则认为是“我在努力成长”。

红色话术里，传递了大量涉及钱的操作技巧，灰色字体中看似复杂的问题，在红色字体的话术中包装成一个润物细无声的过程，仔细体验话术套路和操作技巧的变化。

信息链的多层次

我们现在把注意力收回来，放置在纵向的多层次上，那就是理论、话术、操作的比例：



▲ 说明：理论信息的总量是相对恒定的，变量在于暗线的话术套路和操作技巧，看不明白可对比前面的的纵向信息量对比三色图

信息的比重在不断变化，这是从多层次延伸出来的第一个内幕，那么为了不断巩固，就会有各种各样的洗脑手段来强化，于是传销参与者的思想在传销中，就处于一个动态的变化过程中，不是一成不变的。

记住，进了传销不是马上就被改变三观，更不是瞬间变恶魔，是动态的逐渐变化的，这是传销家属第一个前提性错误认知，进了传销不需要急于一两天，但也不能放任半月一月更不能半年一年，而坐等其撞墙了自己回头，这种想法简直就是送羊入虎口，这是上个世纪的方法，非常过时且愚蠢。（后面意识链里会有细化归类）

你能感觉到的变化



我们偶尔听闻到的瞬间变恶魔，多为当事人有长期心理隐疾，在传销里被一次性激活之后大爆发；或者价值观本就扭曲，或者已经过多次传销，这些类型后面会有分析，这里注意区别。

收一下思绪，因为：**暗线信息的重点不是信息本身，是多层次逐层传递的传递方式。**

多层次的逐层传递

传销是一层层骗，一层层洗脑，中间BCD段位的人是即受骗又骗人的状态，这个情况稍有了解的人都明白，但是延伸的问题都在这里开始发散推导。

每一种信息，在金字塔结构之内，都有五种认知理解，由浅入深循序渐进，每一个传销“知识点”都是如此多层次状态。BCD段位的人没有依赖外界信息去判断，依旧死死抓住来自于上线的暗线信息链，一级靠一级的信任。心理前提是“外面人不懂，不值得信任参考，不了解没有发言权”。

金字塔顶端的A段位有很多信息是不会说的，说出来也是假的，这其中包含每一个传销金字塔最关键的操盘控盘信息，包括“**资金链紧张程度、泡沫比例、新进人头数量、流失人员数量、真实利润**”，这些信息对B段位也会严重过滤甚至欺骗；

对内传递信息，主要集中于发展下线所需要的信息，除了核心数据其他数据A只对B段位的人传递80%，但是B段位会出于掩饰、安抚、“正能量”表达，会弄虚作假虚张声势；同理，其余段位向下传递都以“少传递负面信息”为自我暗示，自觉屏蔽一部分真实情况，那么传递到E段位的人，基本上就只剩下明线信息的夸大吹嘘，操作类微乎其微，你问他他往往也是两眼一抹黑，这就造成了传递中的层层过滤。

从下向上看多层次在这里体现的是过滤和欺骗，反向思考从上向下看就是A的安全。

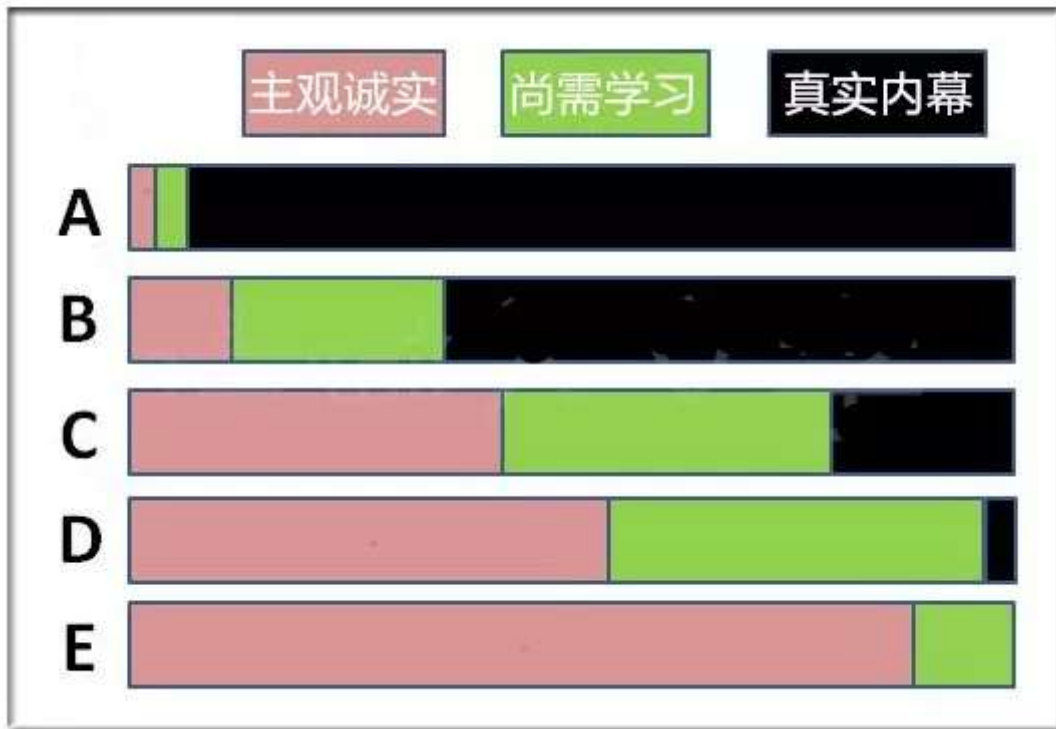
比如，我们常见的**传销核心数据在传递中的上下差异**：

产品传销里，产品功效一层层加码越吹与大，越靠上层的数据越真实，越基层的水分越大；产品传销基本上数据类信息除以三，接近于事实。产品功效在其基层往往会出现包治百病十全大补的宣传，这在微商和直销里也有体现。

集资本质的概念传销里，你不会在任何一个消费返利盘、SMI\MBI\SVI传销的会场里，听到传销头目拿出自己的数据，卖了多少东西获利多少，发下去多少，公司还有多少，公司费用税收成本等等，他们只会说某某某赚了多少钱，公司发了多少钱，公司还剩余多少，运作成本风险成本一概不提。

诈骗本质的传销里呢，这个毫无廉耻观念的群体里，那就是随便吹水了。1040传销会吹嘘全国同行业有几百万几千万，马云史玉柱牛根生都曾经是同伙。而收益则是无底线吹嘘，层层倍增似乎是真实的，而且言之凿凿，你从上线的眼睛里很难看到欺骗。

每一个失真都是一层层过滤后导致的，每一个信息你若问每一个层的人，都会有不尽相同的答案；你听到的每一个人所表达的数据，都不相同。



从参与者主观感受上来说：

我们需要理解的问题在于，通常我们面对的人大多都是E段位和D段位的人，其不理解实情是前提，他只是在不了解情况的前提下，真诚的传播一个错误的信息。即便有欺骗也只是小部分的很有限的欺骗，这就造成了当事人撒谎没有太多的心理负担，唯一的心理负担是“这东西还没完全弄明白”，但也不会说。

反之呢？如果把所有信息都晒出来，传销不用打击自己就垮了呗：

在你第一次进去告诉你所有的事情，你自然会产生**风险意识**，风险需要思考掂量，而传销洗脑就是为了让你现场交钱下单，岂会让你白白洗脑。

每一个人反对传销时都会被车轱辘话绕圈子，打太极。这是因为参与者的口头表达在明线，大量的潜意识在暗线，所以你抓暗线他会不自觉的转移至明线，你抓明线他又不自觉绕回暗线，这是思维误区不是主观欺骗，甚至有愚钝者以此兜圈子而自以为高明。

换位思考在传销参与者立场，他觉得自己有80%的信息绝对真实，20%的信息还在逐步“学习”，他面对你是没有撒谎的愧疚，越低段位的人越是“真诚”，打太极拳则是他的操作技巧，他花了时间学来的真功夫，这种状态下真诚就是赤裸裸的，你否定这种真诚他当然会暴怒，而偏激性格则会做出极端反应。

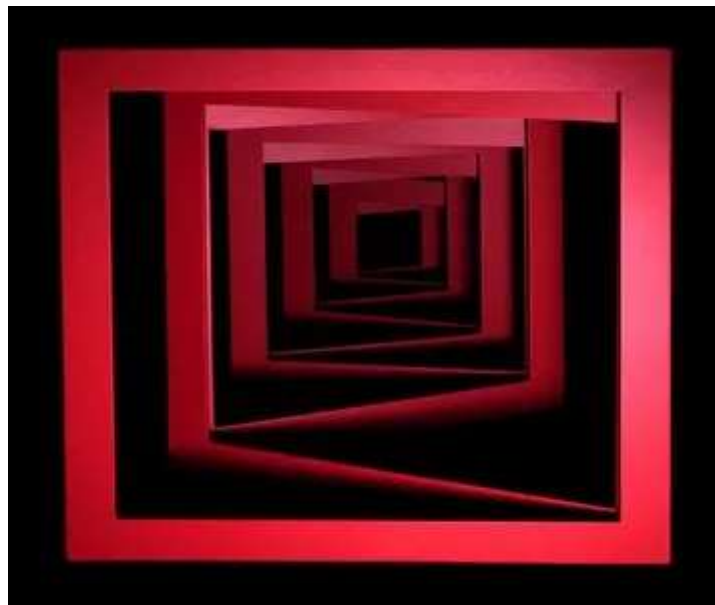
多层次运作的原因

从传销立场，积极建设的角度看

吹嘘夸大，这是一个人很难厚着脸皮去做到的事情，但是通过多层次的放大，一个萝卜就能变成包治百病药到病除的人参，而且会很自然的主观去添油加醋，因为每一层只加一两油一份醋，心理负担不太大，这个很容易理解吧。

一般而言从运作层面来说，常态商业行为的运作链条越短效率越高，我们称之为垂直高效。但传销明线可以垂直广播，暗线却一定要保证其链条的足够长度，这样分类逐层处理欺骗信息，可以尽可能让每一级的人尽可能保有80%的“真诚”，具备足够的群体氛围感染力，一群都知道自己撒谎的人，是不会有群体氛围的，再多鸡血也不够用。

同时化解所谓的“负面”这个职能，教给其信任的上线处理，一次性消化负面情绪是普通人不能承受的，就采取分期分批多层次处理，吃辣椒也是从一点点尝试开始，到每天每顿必吃，渐变的过程也是适应的过程，抵抗力也就逐渐强化，一个正常人被带歪了带坏了不可能是两三天的事情。



如：ABCDE五层传销结构中，如果C段位的人产生新的疑问、负面情绪，都需要有人解答，而当事人不会相信比自己低的DE段位，就像初中生不可能向小学生请教英语发音。那么就需要高段位的B来沟通，原来沟通DE低段位的方法已经识破了或者免疫了听吐了，这就导致B段位来沟通时，需要用新的辣椒新的方法来洗脑。同时B段位的人又不能一次性把底牌晒完，否则吓跑了C，C下面的D和E全吓跑了。

C已经了解一部分真实信息后，因为AB重新做思想工作，所以依旧坚持传销，那么你只了解E、D段位信息，就会认为C是主观故意欺骗，那你的判断就出问题了，那么这时候你从金字塔外部来看矛盾点错误的置于C身上，但是A却减少了风险。

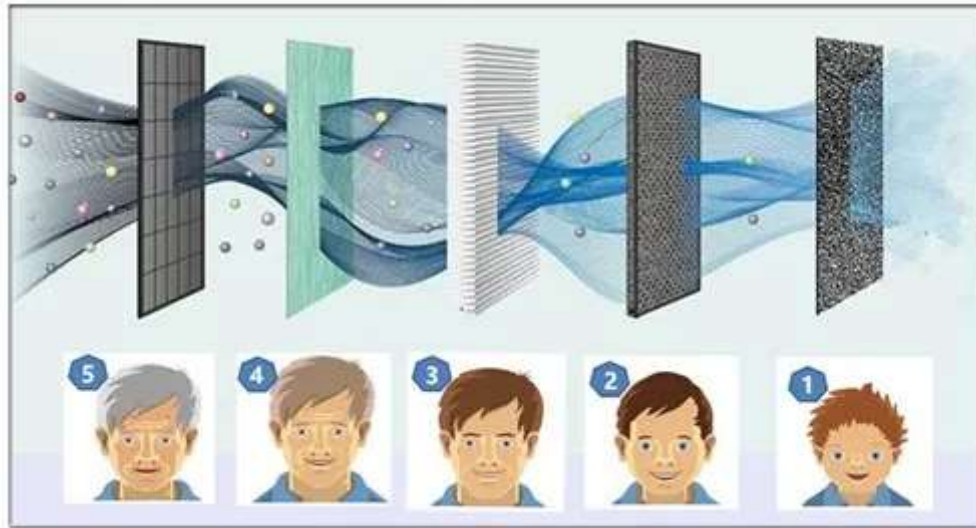
解决这种我们常人认为不可思议的问题，对AB段位的老传销参与者来说，几乎就是基本技能，黑话称之为“**会不会带团队、会不会管理**”，C段位的则是“**会不会带人**”，这里所说的带团队、管理、带人，都是含而不露的黑话，其实就是骗人的骗术。



▲ 参与者永远是只看“正能量”的

举个现实中的例子：

几年前某市北城发生上千人的群体乱象，事后我在暗访调查中，CDE层面获取到的信息是“宏观调控”，B段位的说法是胡乱抓人；而A段位的传销头目们，我却听到的是“有协管员搜查时顺手牵羊一台笔记本电脑，电脑主人是传销孕妇，双方有肢体冲突可能流产了，从此开始发生对立”，但是我反复打听十几个A段位的大头目，没人知道到底是否真的流产，但是这十几个人要么极力煽动，要么极力撇清怕沾染自己。



从传销立场的消极防御角度看

• 先说记者：

多层次是传销组织的层层防火墙，拉长链条首先杜绝了“卧底”长驱直入的可能性，大部分记者写的新闻为何对传销参与者没杀伤力，因为只写到了E段位，然后依据公开信息又写写A段位，你明白了问题在哪里了吗？缺乏过程，没参与传销的人不会看，参与的看了看“哟，这记者没有了解清楚就说是传销啊，误会我们公司了”。

我们偶尔在新闻里看见记者采访传销公司的A，你就会看的清清楚楚，他只说明线的信息，记者反复追问暗线的信息，他要么闭口不谈要么轻描淡写，你若是石锤证据在手，他就会甩锅“**那不是我和公司的问题，那是公司经销商推广商的认知理解错了，和公司行业无关**”，类似套路在直销违规里也常见，对错都在他一张嘴里随意涂抹，话术就是一个万能的挡箭牌。

• 再说警察和工商：

你抓到了E，不一定会知道D，抓到了D并不代表能抓到C和B，那么A段位在这个过程中就有足够的时间空间周旋或者跑路，所以抓个传销领导者确实很难，现有法律的证据链简直就是帮助A，尤其是南北两派异地传销，把基层执法折磨的毫无办案积极性，原因就在于此。

一个稍微大点的传销案往往涉众几百几千人，能轻轻松松把一个分局市局所有的警力消耗完一两个月，要办个大点的传销案，局领导还得好好掂量掂量人手和时间，因此走过场这种事情我也会假装没看见。经常找熟人去举报时被回复“某某某案子，没空啊”，拿着正义和证据能逼出来时间吗？

举报传销信息有奖发动群众打击预防，又有什么效果呢？我们大家举报的信息里，有暗线信息吗？这就是一群外行拍脑门的瞎胡闹。

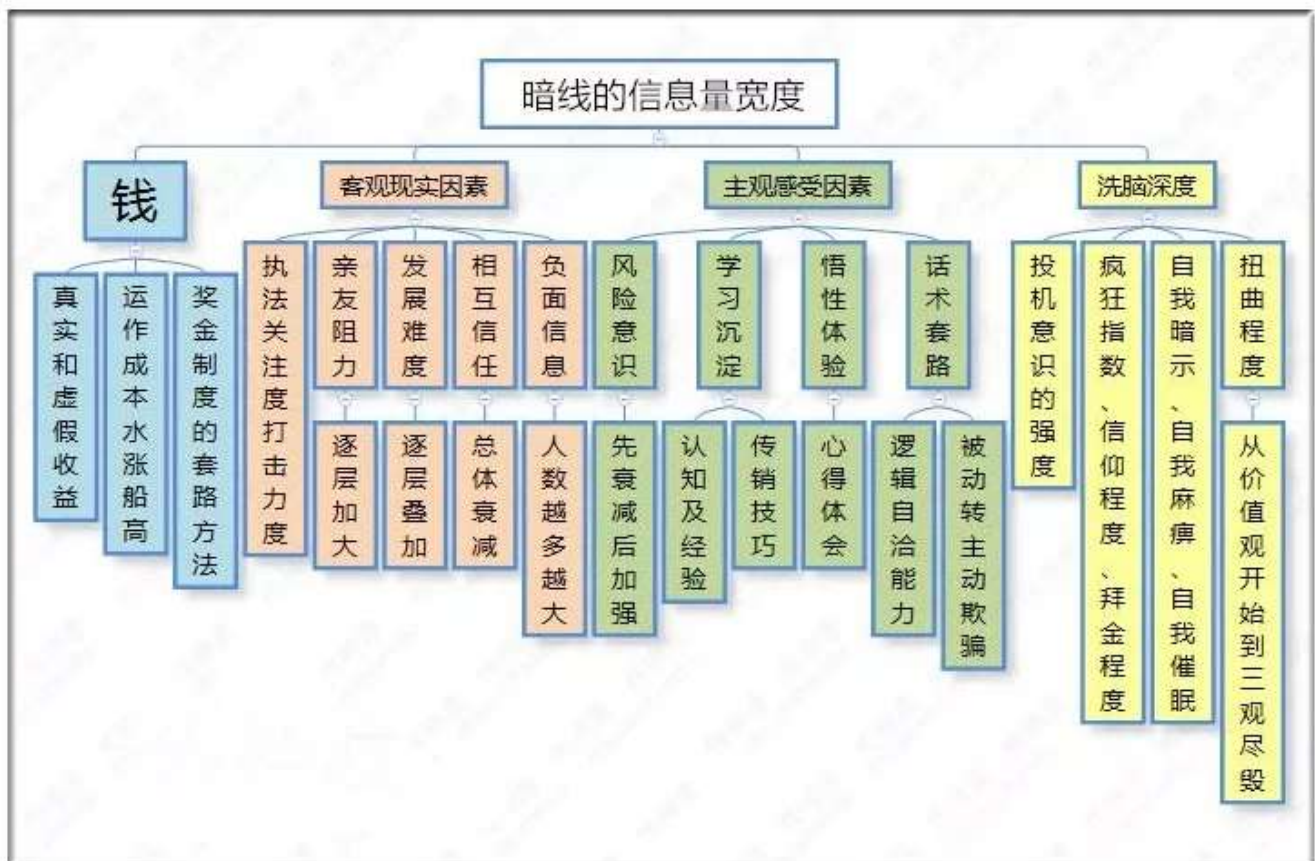
• 最后说“叛徒们”：

更邪门的，层层防御不仅可以防御外部入侵，更可以防御内部“叛徒”，叛徒如果只是个CDE，他知道多少信息呢？他掌握的资料能凑齐证据链吗？我指导卧底搜集证据很多次，十年里只有几个光棍单身汉能耗上三五个月，什么都不干去搜集证据，穿透这个多层次防火墙哪有那么简单，我卧底成瘾也经常搞不定证据链。

你以为我把多层次这三个字发挥过头了，没有，这仅仅只是开始，预热都算不上！

多层次，延伸含义非常丰富

为了掩饰欺骗必须撒谎，是多层次的，简单的撒谎搞不定就要洗脑话术来忽悠，这又是多层次的，每一个情况发生都可能会在组织内部扩散，因此传销内部会有多层次的套路应对，久而久之“知识量就非常大”。



和话术操作相关的是从内部看，从整体看起来更复杂：

- 多层次内幕
- 多层次话术
- 多层次洗脑
- 多层次欺骗
- 多层次学习
- 多层次淘汰

- 多层次吹水
- 多层次防火墙
- 多层次沉淀
- 多层次悟性
- 多层次信息过滤
- 一直到建立多层次信任

(放心，这些都不会啰嗦解释，那样我会累死)

理论的真实漏洞，商业模式的破绽，操作技巧的掌握，奖金制度的利益最大化方法，对公司、模式、领袖的迷信程度，鸡血亢奋程度，心理学话术套路的运用、哲学国学心理学鸡汤政经常识的嫁接粉饰，以及对应的主观认知和情绪，也是逐层变化的，以至于群体心理、潜意识也是多层次的。

最简单的理解方法是：

所有的所有，每一层都有一整套完整的方法，一共有五层（明线歪理邪说是透明通用的）。你认为他进了传销就一次，其实每一个传销里面相同的流程有五次，把一个单个传销洗脑看成是五次传销洗脑，只是后面四层没有明确的形式仪式，这样一分为五的看多层次就会比较简单。

但是：

破局必须细化，这么长的链条薄弱点是非常多的，为什么治理传销不利，深层次问题就是对传销运作的认识一直流于表面形式，从打击视角想简单有力打击领导者，但却一直打在棉花团里用不上力。

我将这些驳杂信息统归为信息链范围内，每一个“知识点”展开后，都会因为多层次产生因果逻辑上的几何级变数，交叉之后会非常啰嗦，写的像一本传销武功心法大全一样。阳光虽然是最好的消毒剂，但也不能无所忌惮的去说，这个拆解方法论里是重框架疏细节含而不露。



明暗双线的相生相克，相爱相杀

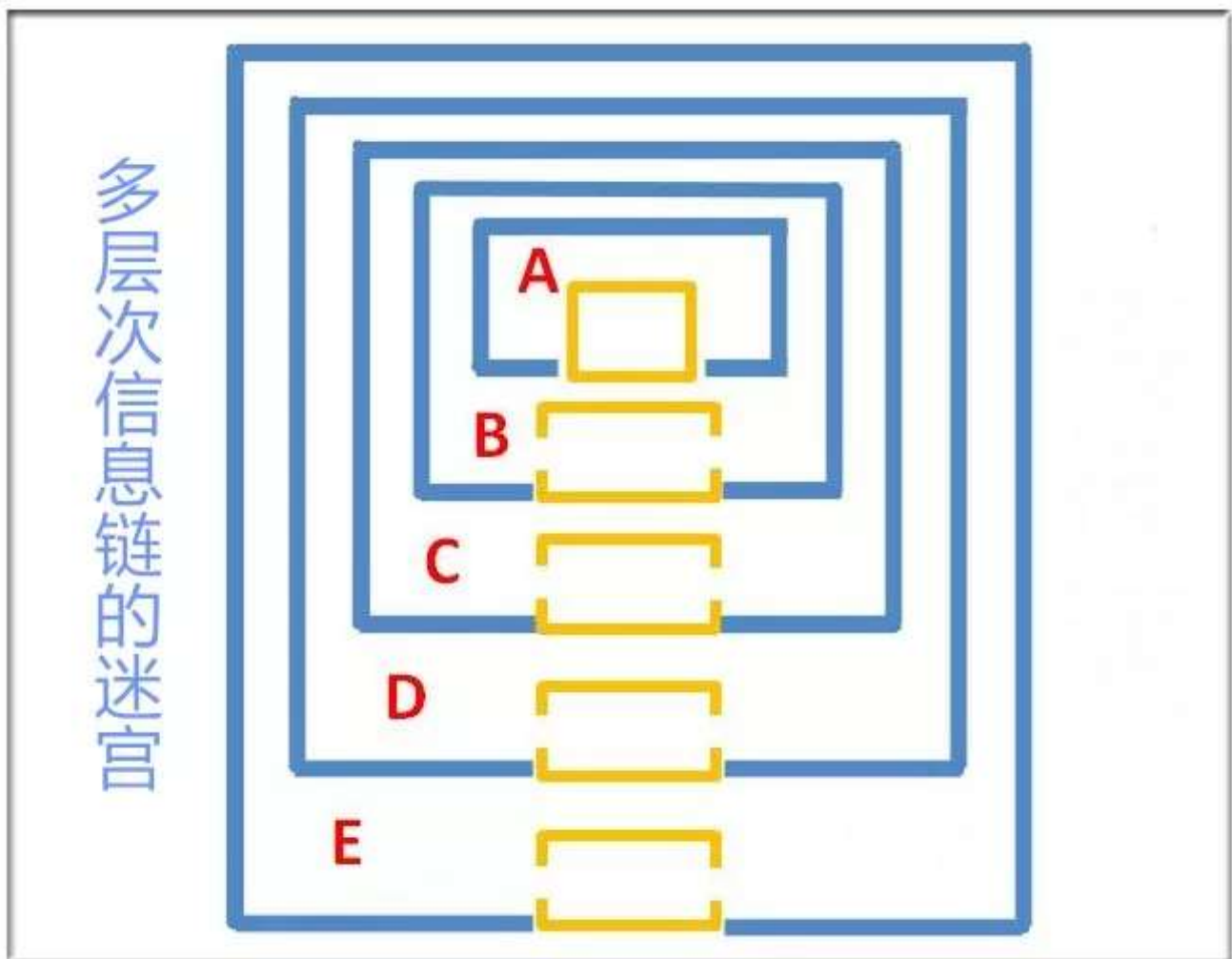
以上这些了解之后，我们基本上把明暗双线各自看清楚，双线机制还有互相转化的功能，也是传销的标准游戏规则之一：

明线信息不小心爆出负面素材未能搞定，会转移至暗线处理，或者干脆抛弃掉。通常自媒体揭开传销虚假理论模式，传销组织会用各种话术解释，解释的不够有说服力就会丢掉这些伪装，更换新的伪装；

暗线信息如果能够产生所有参与者的正面情绪，在不暴露暗线的情况下变成明线广播。比如某个人因为这个项目人变的开朗了、有钱了、会演讲了，就会推上台变成新成功典范，这就由暗转明。

这两条游戏规则，在传销内被总结为很精炼的八字真言“**正面向下，负面向上**”，产生正面情绪的信息采取广播式扩散，反之产生负面情绪的信息，只许向上线询问，不向下扩散。

当负面情绪上级不能化解，就会逐级向上寻找答案，直至解决其心中的疑问，或者被转移注意力，这其实就是进入下一个层次的洗脑了。我们偶尔会感知这种状态，参与者的洗脑式感慨“**我以为我都懂了，原来这里还有知识可以学，真是博大精深啊，我要多来学习请教**”，境界提高就意味着洗脑又深化了一层。



▲ 当参与者在黄色蓝色信息围栏中找不到答案，就会顺着缺口走流程转圈儿，自然而然接受下一个层次的洗脑

相生产生的相克，相爱伴随的相杀

任何事物都有两面性，所以成功学的基本出发点就是胡说八道。做传销EDCBA从下至上五个段位是越来越难，对抗法律、媒体、质疑也是层层加码的多层次承受，还有层层加码的负面情绪、法律之剑越逼越近的同时，就需要不断调整心理需求，降低自己的道德底线。

对上线怀疑、对下线戒备、对外界神经兮兮、还要对自己打鸡血，这样一个只能用未来的金钱梦安慰的自我，是永远无法平衡的自我，内心天人交战导致的人格分裂，远远不是普通人可以体会的。

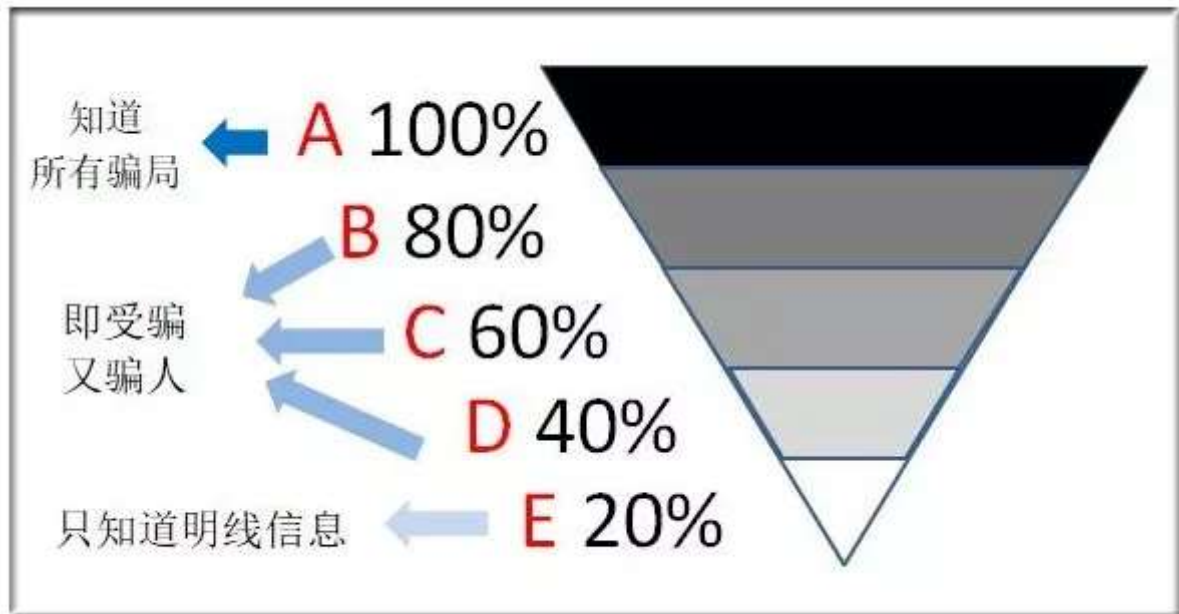


一个负面情绪没有处理好，就会迅速的在传销群体中发酵扩大，瘟疫迅速蔓延就会迅速崩盘。每一个崩盘之前的传销都有最后一根稻草，自媒体有时候也会无意中碰到，就会瞬间点爆情绪提前崩盘。内部矛盾没有控制住就会变成公开矛盾，甚至互相举报提前完蛋。

每一个案例都有这种规律可循，每一个“叛徒”都有痛点，而“叛徒和失败者”永远、远远多于执迷不悟者，难的是整理归纳、寻找周期律、建立方法论。

信息链小结

传销信息链，就是个倒金字塔
再想想“你没有了解就没有发言权”这句话
了解个皮毛有什么发言权？



研究传销人群的多层次结构，需要在五个段位中来回切换视角，从上向下看，从下向上看，这是基本能力，还需要站在中间同时顾虑下面，观察上面。通常我们辩证思考的时候总是一正一反两个角度就足够了，揣摩传销思维三个层次表达不清楚，五个层次确实多了但表达很精确，后面意识链的延展也需要如此精细。

信息链破解的再完美，丫眼珠子转两圈还是不相信，讲道理是讲不通为什么？在下篇信任链里有这个答案.....

想与作者更多交流、想了解最新动态的朋友
可以加社群助理微信号 CSDzhuli，通过后入群
与大家一起互动 获取、分享知识资源

End

更多阅读

点击公众号菜单-[关注必点]即可

全民科普 预防传销 **南派1040 自助反洗**

新型传销 曝光揭秘 **话术心理 独家深度**

推荐相关热文

[两巴掌拍死消费返利！论战云联惠、悦花越有、云支付、陈瑜等伪创新者](#)

[传销“红卫兵”群体意识深度分析，善心汇-云数贸-民族大业](#)

[“芳华”刘峰形象，就是善心汇、国网、1040传销的意识形态背影](#)

[传销治理的战略错误，我要这铁棒有何用](#)

[【社会心理】传销已成公信力最大破坏源头，政府却毫无知觉](#)

[2018传销江湖，七大武林圣地排行榜](#)



- 点击“阅读原文”，查看更多深度好文 -

传神渡 @易铁

专注传销洗脑相关研究，十年一线调查经验
超30万下载量、50万字《南传密码》作者
提笔为刀，致力科普

阅读原文