

2020-2026年中国直销产业 发展现状与市场需求预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国直销产业发展现状与市场需求预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/165575.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

直销（Direct Selling），按世界直销联盟的定义，直销指厂家直接销售商品和服务，直销者绕过传统批发商或零售通路，直接从顾客接收订单。直销是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者（以下简称消费者）推销产品的经销方式。七大地理分区直企分布情况2015-2019年直销行业市场规模分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国直销产业发展现状与市场需求预测报告》共十一章。首先介绍了中国直销行业市场发展环境、直销整体运行态势等，接着分析了中国直销行业市场运行的现状，然后介绍了直销市场竞争格局。随后，报告对直销做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国直销行业发展趋势与投资预测。您若想对直销产业有个系统的了解或者想投资中国直销行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 直销的相关概述

第一节 直销的定义

一、台湾直销协会的定义

二、香港直销协会的定义

三、世界直销联盟对直销的定义

第二节 直销的特征及优势

一、直销的基本特征

二、直销具有独特优势

三、直销与传统市场营销的区别

第三节 直销与非法传销的区别分析

一、直销与传销的概念区别

二、直销和传销的区别

三、金字塔式销售定义

四、合法直销事业与非法金字塔式销售区别

第四节 直销的商德守则

- 一、概念
- 二、行为
- 三、公司
- 四、原则
- 五、责任

第五节 世界直销联盟的概况及职能

- 一、世界直销联盟的概况
- 二、世界直销联盟的职能
- 三、与中国直销市场的关系

第二章 2019年中国直销业行业发展环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP总量及增长分析
- 二、工业发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、居民收入与消费情况
- 五、对外贸易发展形势分析

第二节 中国直销业行业政策环境分析

- 一、直销业行业政策法规分析
- 二、直销业行业相关标准分析
- 三、上下游产业相关政策

第三节 中国直销业行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、资源生态环境
- 三、教育科技环境
- 四、城镇化进程趋势

第三章 2019年世界直销业发展环境分析

第一节 世界直销业发展概述

- 一、世界直销行业总体发展状况
- 二、主要国家直销业发展情况
- 三、全球直销业百强企业分析

四、世界直销新模式分析

五、世界直销业的六大走势

第二节 美国直销业

一、美国直销业的产生及发展

二、美国直销行业持续快速发展

三、美国直销业动摇商场地位

四、美国葡萄酒直销市场景气上升

第三节 日本直销业

一、日本直销业的发展回顾

二、日本直销业发展近况

三、日本直销市场发生变化

第四节 中国台湾直销业

一、台湾直销发展历史

二、台湾直销协会大力推进市场发展

三、台湾直销行业发展格局

四、台湾直销所面临的问题

第四章 2015-2019年中国直销业所属行业经济运行状况分析

第一节 2015-2019年中国直销业所属行业发展分析

一、2015年中国直销业行业主要经济指标

二、2016年中国直销业行业主要经济指标

三、2017年中国直销业行业主要经济指标

第二节 2012-2019年中国直销业行业规模分析

一、2012-2019年直销业行业企业规模分析

2016年我国79家直销企业中，外资直销企业数量为28家，占比为35%；内资企业数量为51家，占比为65%。2016年我国直销企业数量分析2016年我国直销企业结构分析

二、2012-2019年直销业行业资产增长分析

三、2012-2019年直销业行业销售收入分析

四、2012-2019年直销业行业利润总额分析

第三节 2012-2019年中国直销业所属行业经营效益分析

一、2012-2019年直销业行业偿债能力分析

二、2012-2019年直销业行业盈利能力分析

三、2012-2019年直销业行业毛利率分析

四、2012-2019年直销业行业运营能力分析

第四节 2012-2019年中国直销业所属行业成本费用分析

一、2012-2019年直销业行业销售成本分析

二、2012-2019年直销业行业销售费用分析

三、2012-2019年直销业行业管理费用分析

四、2012-2019年直销业行业财务费用分析

第五章中国直销业行业重点区域发展分析

第一节 长三角地区

一、长三角区位与发展优势

二、长三角直销业行业企业规模

三、长三角直销业行业收入利润

四、长三角直销业行业经营效益

五、长三角直销业行业市场前景

第二节 珠三角地区

一、珠三角区位与发展优势

二、珠三角直销业行业企业规模

三、珠三角直销业行业收入利润

四、珠三角直销业行业经营效益

五、珠三角直销业行业市场前景

第三节 环渤海湾地区

一、环渤海湾区位与发展优势

二、环渤海湾直销业行业企业规模

三、环渤海湾直销业行业收入利润

四、环渤海湾直销业行业经营效益

五、环渤海湾直销业行业市场前景

第六章我国直销业行业产业链分析

第一节 直销业行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 直销业上游行业分析

一、直销业成本构成

二、2013-2019年上游行业发展现状

三、2020-2026年上游行业发展趋势

四、上游行业对直销业行业的影响

第三节 直销业下游行业分析

一、直销业下游行业分布

二、2013-2019年下游行业发展现状

三、2020-2026年下游行业发展趋势

四、下游需求对直销业行业的影响

第七章 直销业市场竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 直销业行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 直销业行业竞争格局分析

一、2019年直销业行业竞争分析

二、2019年国内外直销业竞争分析

三、2019年中国直销业市场竞争分析

四、2019年中国直销业市场集中度分析

第八章国内外直销业行业企业经营情况分析

第一节 天狮集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第二节 完美

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第三节 安利

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第四节 雅芳

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第五节 玫琳凯

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第六节 爱茉莉太平洋集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第七节 无限极（中国）有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第八节 中脉科技集团

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第九章 2020-2026年中国直销业行业投资前景预测分析

第一节 2020-2026年中国直销业行业投资前景分析

一、直销业行业市场前景预测

二、直销业行业销售收入预测

三、直销业行业投资机会分析

第二节 2020-2026年中国直销业行业投资风险分析

- 一、产业政策风险
- 二、原材料的风险
- 三、市场竞争风险
- 四、技术风险分析

第三节 2020-2026年中国直销业行业投资策略及建议

第十章 直销业企业投资战略与客户策略分析

第一节 直销业企业发展战略规划背景意义

- 一、企业转型升级的需要
- 二、企业强做大做的需要
- 三、企业可持续发展需要

第二节 直销业企业战略规划制定依据

- 一、国家产业政策
- 二、行业发展规律
- 三、企业资源与能力
- 四、可预期的战略定位

第三节 直销业企业战略规划策略分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第四节 直销业企业重点客户战略实施

- 一、重点客户战略的必要性
- 二、重点客户的鉴别与确定
- 三、重点客户的开发与培育
- 四、重点客户市场营销策略

第十一章 研究结论及投资建议

第一节 直销业行业研究结论

第二节 直销业行业投资价值评估

第三节直销业行业投资建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：行业生命周期的判断

图表：2019年中国直销业行业经济财务指标统计

图表：2012-2019年中国直销业企业数量增长趋势图

图表：2012-2019年中国直销业行业从业人员统计

图表：2012-2019年中国直销业行业资产总额统计

图表：2012-2019年中国直销业行业资产增长趋势图

图表：2012-2019年中国直销业行业销售收入统计

图表：2012-2019年中国直销业行业销售收入增长趋势图

图表：2012-2019年中国直销业行业利润总额统计

图表：2012-2019年中国直销业行业利润增长趋势图

图表：2012-2019年中国直销业行业资产负债率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业成本费用利润率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业销售利润率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业资产利润率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业毛利率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业应收账款周转率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业流动资产周转率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业总资产周转率情况

图表：2012-2019年中国直销业行业成本费用结构构成情况

图表：2012-2019年中国直销业行业销售成本统计

图表：2012-2019年中国直销业行业销售费用统计

图表：2012-2019年中国直销业行业管理费用统计

图表：2012-2019年中国直销业行业财务费用统计

图表：2020-2026年中国直销业行业销售收入预测趋势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165575.html>