

# 2020-2026年中国直销行业 分析与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国直销行业分析与投资战略研究报告》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/202005/162854.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

报告目录：

### 第1章：中国直销行业发展概述

#### 1.1 直销行业的界定

##### 1.1.1 直销行业的定义

##### 1.1.2 直销商品的分类

##### 1.1.3 直销运作的考量

##### 1.1.4 直销消费群特征

##### 1.1.5 直销商群体特征

#### 1.2 研究报告的范围

##### 1.2.1 研究报告的目的

##### 1.2.2 研究报告的方法

##### 1.2.3 研究报告的框架

#### 1.3 行业国民经济地位分析

##### 1.3.1 行业占GDP比重分析

##### 1.3.2 行业未来增长空间分析

#### 1.4 行业发展环境分析

##### 1.4.1 行业政策环境分析

###### (1) 行业法律法规分析

###### (2) 行业国家政策分析

##### 1.4.2 行业经济环境分析

###### (1) 全球经济环境分析

###### (2) 国内经济环境分析

##### 1.4.3 行业社会环境分析

###### (1) 中国人口结构统计分析

###### (2) 中国居民消费结构分析

### 第2章：国际直销行业发展状况分析

#### 2.1 美国直销行业发展状况分析

##### 2.1.1 美国直销行业发展综述

###### (1) 销售额与从业人员

- (2) 直销产品种类分析
- (3) 销售方式多样性分析
- (4) 销售主体变化分析
- 2.1.2 美国直销行业渠道分析
- 2.1.3 美国直销行业服务分析
- 2.1.4 美国直销行业发展启示
- 2.2 日本直销行业发展深度分析
  - 2.2.1 日本直销行业发展综述
    - (1) 直销人员规模分析
    - (2) 直销人员结构分析
    - (3) 直销资金规模分析
  - 2.2.2 日本直销行业发展历程
  - 2.2.3 日本直销行业现状分析
  - 2.2.4 日本直销繁荣原因分析
  - 2.2.5 日本直销行业发展启示
- 2.3 其他国家/地区直销行业发展分析
  - 2.3.1 德国直销行业形势分析
  - 2.3.2 俄罗斯直销行业形势分析
  - 2.3.3 台湾直销行业形势分析
  - 2.3.4 韩国直销行业形势分析
  - 2.3.5 新加坡直销行业形势分析

### 第3章：中国直销行业发展状况分析

- 3.1 中国直销行业发展阶段分析
  - 3.1.1 起步阶段（20世纪80年代末&mdash;1993年）
  - 3.1.2 混乱整顿阶段（2012-2019年）
  - 3.1.3 停滞转型阶段（1998年6月&mdash;2005年底）
  - 3.1.4 法定直销阶段（2005年底&mdash;至今）
- 3.2 中国直销行业发展形势分析
  - 3.2.1 企业发展形势分析
  - 3.2.2 产品发展形势分析
  - 3.2.3 制度发展形势分析

- 3.2.4 系统发展形势分析
- 3.3 中国直销行业五力模型分析
  - 3.3.1 购买者议价能力分析
  - 3.3.2 供应商议价能力分析
  - 3.3.3 行业进入者威胁分析
  - 3.3.4 行业内竞争状况分析
  - 3.3.5 行业替代品威胁分析
- 3.4 中国直销行业发展前景分析
  - 3.4.1 中国直销行业面临的问题
    - (1) 行业声誉问题
    - (2) 申请许可问题
    - (3) 服务网点设立问题
    - (4) 报酬限制问题
    - (5) 获准产品类别问题
  - 3.4.2 中国直销行业解决方案分析
  - 3.4.3 中国直销行业运作方式分析
  - 3.4.4 中国直销行业发展前景分析
- 3.5 2019年中国直销行业发展概况

#### 第4章：中国直销行业发展模式分析

- 4.1 直销模式的发展分析
  - 4.1.1 直销模式的发展历程
  - 4.1.2 与传统销售的区别
    - (1) 销售渠道分析
    - (2) 销售环节分析
    - (3) 职业比较分析
  - 4.1.3 直销与传销的区别
- 4.2 直销模式的形式分析
  - 4.2.1 单层次直销分析
  - 4.2.2 多层次直销分析
- 4.3 直销企业经营模式分析
  - 4.3.1 成功直销企业必备因素

(1) 优质的产品

(2) 高质量服务

#### 4.3.2 直销企业主要系统分析

(1) 产品系统

(2) 教育系统

(3) 营销系统

(4) 物流系统

#### 4.4 案例分析：安利直销模式

##### 4.4.1 传统产品分销渠道概述

(1) 传统分销渠道类型

(2) 传统分销渠道利弊

##### 4.4.2 安利直销模式分析

(1) 安利直销模式模型建立

(2) 安利销售渠道模式评价

### 第5章：中国直销行业经营模式分析

#### 5.1 “返利经济”模式分析

5.1.1 “返利经济”概念及特点

5.1.2 “返利经济”优缺点分析

5.1.3 “返利经济”运作分析

#### 5.2 “特许经营”模式分析

5.2.1 “特许经营”概念及特点

5.2.2 “特许经营”优缺点分析

5.2.3 “特许经营”运作分析

#### 5.3 “连锁加盟”模式分析

5.3.1 “连锁加盟”概念及特点

5.3.2 “连锁加盟”优缺点分析

5.3.3 “连锁加盟”运作分析

#### 5.4 “会议营销”模式分析

5.4.1 “会议营销”概念及特点

5.4.2 “会议营销”优缺点分析

5.4.3 “会议营销”运作分析

- 5.5 “员工制”模式分析
- 5.5.1 “员工制”概念及特点
- 5.5.2 “员工制”优缺点分析
- 5.5.3 “员工制”运作分析

## 第6章：中国直销企业奖励制度分析

- 6.1 级差制分析
  - 6.1.1 级差制概念及特点
  - 6.1.2 级差制优劣势分析
  - 6.1.3 典型企业——安利
- 6.2 矩阵制分析
  - 6.2.1 矩阵制概念及特点
  - 6.2.2 矩阵制优劣势分析
  - 6.2.3 典型企业——美乐家
- 6.3 双轨制分析
  - 6.3.1 双轨制概念及特点
  - 6.3.2 双轨制优劣势分析
  - 6.3.3 典型企业——优莎娜
- 6.4 T90制度分析
  - 6.4.1 T90制度概念及特点
  - 6.4.2 T90制度优劣势分析
  - 6.4.3 典型企业——富尔
- 6.5 混合制度分析
  - 6.5.1 混合制度概念及特点
  - 6.5.2 混合制度优劣势分析
  - 6.5.3 典型企业——Unicity

## 第7章：直销行业电子商务发展模式分析

- 7.1 中国网购市场发展概况
  - 7.1.1 中国互联网发展规模分析
  - 7.1.2 中国网购形态特征分析
  - 7.1.3 中国网购市场发展现状

## 7.2 直销E化经营管理分析

### 7.2.1 电子商务直销模式分析

### 7.2.2 E化直销作业体系分析

### 7.2.3 E化直销行业建构分析

### 7.2.4 直销电子商务导入分析

### 7.2.5 电子商务社群建立分析

## 7.3 直销电子商务模式分析

### 7.3.1 ERP整合

### 7.3.2 CRM管理

### 7.3.3 SCM管理

### 7.3.4 安全付款交易机制

### 7.3.5 知识管理

## 7.4 直销行业电子商务发展前景分析

## 第8章：中国直销行业产品市场分析

### 8.1 中国保健食品直销市场分析

#### 8.1.1 中国保健食品行业发展分析

##### (1) 保健食品相关政策解读

##### (2) 保健食品消费群：中老年群体分析

##### (3) 保健食品发展规模及增长预测

#### 8.1.2 中国保健食品直销市场分析

##### (1) 保健食品行业直销模式分析

##### (2) 保健食品直销四大风险分析

##### (3) 保健食品行业直销市场规模

##### (4) 保健食品行业直销前景预测

### 8.2 中国美容保养品直销市场分析

#### 8.2.1 中国美容化妆品行业发展分析

##### (1) 美容化妆品行业相关政策

##### (2) 美容化妆品行业发展规模及增长预测

##### (3) 全部化妆品企业零售总额

##### (4) 限额以上化妆品企业零售总额

#### 8.2.2 中国美容化妆品直销市场分析

- (1) 美容化妆品直销模式发展分析
- (2) 美容化妆品销售渠道对比分析
- (3) 美容化妆品行业直销市场规模
- (4) 美容化妆品行业直销前景预测

### 8.3 其他主要零售产品直销市场分析

#### 8.3.1 中国清洁用品直销市场分析

#### 8.3.2 中国炊具用品直销市场分析

#### 8.3.3 中国净滤水器直销市场分析

## 第9章：中国直销行业重点企业分析

### 9.1 安利（中国）日用品有限公司

#### 9.1.1 企业发展简况分析

#### 9.1.2 企业经营财务分析

#### 9.1.3 企业主营业务分析

#### 9.1.4 企业销售渠道与网络

### 9.2 雅芳（中国）有限公司

#### 9.2.1 企业发展简况分析

#### 9.2.2 企业经营财务分析

#### 9.2.3 企业主营业务分析

#### 9.2.4 企业销售渠道与网络

### 9.3 三生（中国）健康产业有限公司

#### 9.3.1 企业发展简况分析

#### 9.3.2 企业财务指标分析

#### 9.3.3 企业主营业务分析

#### 9.3.4 企业销售渠道与网络

### 9.4 宝健（中国）日用品有限公司

#### 9.4.1 企业发展简况分析

#### 9.4.2 企业财务指标分析

#### 9.4.3 企业主营业务分析

#### 9.4.4 企业直销重要直销信息

### 9.5 新时代健康产业（集团）有限公司

#### 9.5.1 企业发展简况分析

- 9.5.2 企业财务指标分析
- 9.5.3 企业主营业务分析
- 9.5.4 企业直销重要直销信息
- 9.6 富迪健康科技有限公司
  - 9.6.1 企业发展简况分析
  - 9.6.2 企业主要产品分析
  - 9.6.3 企业销售渠道与网络
  - 9.6.4 企业直销重要直销信息
- 9.7 金士力佳友（天津）有限公司
  - 9.7.1 企业发展简况分析
  - 9.7.2 企业主营业务分析
  - 9.7.3 企业销售渠道与网络
  - 9.7.4 企业直销重要直销信息
- 9.8 南京中脉科技发展有限公司
  - 9.8.1 企业发展简况分析
  - 9.8.2 企业主营业务分析
  - 9.8.3 企业销售渠道与网络
  - 9.8.4 企业直销重要直销信息
- 9.9 如新（中国）日用保健品有限公司
  - 9.9.1 企业发展简况分析
  - 9.9.2 企业财务指标分析
  - 9.9.3 企业主营业务分析
  - 9.9.4 企业直销重要直销信息
  - 9.9.5 企业经营优劣势分析
  - 9.9.6 企业最新发展动向
- 9.10 欧瑞莲化妆品（中国）有限公司
  - 9.10.1 企业发展简况分析
  - 9.10.2 企业主营业务分析
  - 9.10.3 企业销售渠道与网络
  - 9.10.4 企业直销重要直销信息
  - 9.10.5 企业经营优劣势分析
- 9.11 康宝莱（中国）保健品有限公司

- 9.11.1 企业发展简况分析
- 9.11.2 企业财务指标分析
- 9.11.3 企业主营业务分析
- 9.11.4 企业直销重要直销信息
- 9.12 完美（中国）有限公司
- 9.12.1 企业发展简况分析
- 9.12.2 企业财务指标分析
- 9.12.3 企业主营业务分析
- 9.12.4 企业销售渠道与网络
- 9.12.6 企业经营优劣势分析
- 9.12.7 企业最新发展动向
- 9.13 无限极（中国）有限公司
- 9.13.1 企业发展简况分析
- 9.13.2 企业主营业务分析
- 9.13.3 企业销售渠道与网络
- 9.13.4 企业直销重要直销信息
- 9.14 玫琳凯（中国）化妆品有限公司
- 9.14.1 企业发展简况分析
- 9.14.2 企业财务指标分析
- 9.14.3 企业主营业务分析
- 9.14.4 企业销售渠道与网络
- 9.15 北京罗麦科技有限公司
- 9.15.1 企业发展简况分析
- 9.15.2 企业主营业务分析
- 9.15.3 企业销售渠道与网络
- 9.15.4 企业直销重要直销信息

## 第10章：中国直销行业投资风险及对策分析

- 10.1 中国直销行业投资风险分析
- 10.1.1 行业政策风险分析
- 10.1.2 行业市场风险分析
- 10.1.3 行业外竞争风险分析

## 10.2 中国直销行业SWOT分析

### 10.2.1 行业优势（S）分析

### 10.2.2 行业劣势（W）分析

### 10.2.3 行业机会（O）分析

### 10.2.4 行业威胁（T）分析

## 10.3 中国直销行业投资对策及建议

### 10.3.1 行业最新投资动向

### 10.3.2 行业投资发展对策

部分图表目录：

图表1：获准直销产品

图表2：研究报告框架图

图表3：直销行业相关政策

图表4：2012-2019年美国实际GDP（年化季率）变化情况（单位：%）

图表5：2012-2019年欧元区GDP季度增速走势图（单位：%）

图表6：2012-2019年度日本GDP环比变化情况（单位：%）

图表7：2019年世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表8：2012-2019年中国国内生产总值增长情况（单位：万亿元，%）

图表9：2012-2019年国内工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/162854.html>