

# 2019-2025年中国直销行业市场前景预测及投资战略研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国直销行业市场前景预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/413265.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

近年来，随着国内直销企业的不断崛起，中国直销一直保持着远远高于全球平均水平的速度在增长。值得注意的是，目前中国的直销企业只有91家，市场空间仍巨大。未来，中国直销市场有可能赶超美国，成为世界直销第一大市场。截止2018年底，我国一共累计91家直销牌照企业。

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 直销行业相关基础概述及研究机构

#### 1.1 直销的定义及分类

##### 1.1.1 直销的界定

##### 1.1.2 直销的分类

##### 1.1.3 直销的特性

#### 1.2 直销行业特点分析

##### 1.2.1 市场特点分析

##### 1.2.2 行业经济特性

##### 1.2.3 行业发展周期分析

##### 1.2.4 行业进入风险

##### 1.2.5 行业成熟度分析

#### 1.3 直销行业研究机构

##### 1.3.1 直销行业介绍

##### 1.3.2 直销行业研究优势

##### 1.3.3 直销行业研究范围

### 第二章 2015-2018年中国直销行业市场发展环境分析

#### 2.1 中国直销行业经济环境分析

##### 2.1.1 中国经济运行情况

##### 1、国民经济运行情况GDP

##### 2、消费价格指数CPI、PPI

##### 3、全国居民收入情况

#### 4、恩格尔系数

#### 5、工业发展形势

#### 6、固定资产投资情况

### 2.1.2 经济环境对行业的影响分析

## 2.2 中国直销行业政策环境分析

### 2.2.1 行业监管环境

#### 1、行业主管部门

#### 2、行业监管体制

### 2.2.2 行业政策分析

#### 1、主要法律法规

#### 2、相关发展规划

### 2.2.3 政策环境对行业的影响分析

## 2.3 中国直销行业社会环境分析

### 2.3.1 行业社会环境

#### 1、人口环境分析

#### 2、教育环境分析

#### 3、文化环境分析

#### 4、生态环境分析

#### 5、中国城镇化率

#### 6、居民的各种消费观念和习惯

### 2.3.2 社会环境对行业的影响分析

## 2.4 中国直销行业发展阶段分析

### 2.4.1 起步阶段（20世纪80年代末—1993年）

### 2.4.2 混乱整顿阶段（1993-1998年5月）

### 2.4.3 停滞转型阶段（1998年6月—2005年底）

### 2.4.4 法定直销阶段（2005年底—至今）

## 第三章 中国直销行业产业链分析

### 3.1 直销行业产业链简介

#### 3.1.1 直销产业链上游行业分布

#### 3.1.2 直销产业链中游行业分布

#### 3.1.3 直销产业链下游行业分布

### 3.2 直销产业链上游行业分析

#### 3.2.1 直销产业上游发展现状

#### 3.2.2 直销产业上游竞争格局

### 3.3 直销产业链中游行业分析

#### 3.3.1 直销行业中游经营效益

#### 3.3.2 直销行业中游竞争格局

#### 3.3.3 直销行业中游发展趋势

### 3.4 直销产业链下游行业分析

#### 3.4.1 直销行业下游需求分析

#### 3.4.2 直销行业下游运营现状

#### 3.4.3 直销行业下游发展前景

## 第四章 国际直销行业市场发展分析

### 4.1 2015-2018年国际直销行业发展现状

#### 4.1.1 国际直销行业发展现状

#### 4.1.2 国际直销行业发展规模

#### 4.1.3 国际直销主要技术水平

### 4.2 2015-2018年国际直销市场总体分析

#### 4.2.1 国际直销市场特点

#### 4.2.2 国际直销市场结构

#### 4.2.3 国际直销市场规模

### 4.3 2015-2018年国际区域直销行业研究

#### 4.3.1 欧洲

#### 4.3.2 美国

#### 4.3.3 日韩

### 4.4 2019-2025年国际直销行业发展展望

#### 4.4.1 国际直销行业发展趋势

#### 4.4.2 国际直销行业规模预测

#### 4.4.3 国际直销行业发展机会

## 第五章 2015-2018年中国直销所属行业发展概述

### 5.1 中国直销行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国直销行业发展阶段

#### 5.1.2 中国直销行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国直销行业发展特点分析

### 5.2 2015-2018年直销所属行业发展现状

#### 5.2.1 2015-2018年中国直销行业发展热点

#### 5.2.2 2015-2018年中国直销行业发展现状

### 5.2.3 2015-2018年中国直销企业发展分析

## 5.3 中国直销经营模式分析

### 5.3.1 返利经济模式分析

### 5.3.2 特许经营模式分

### 5.3.3 连锁加盟模式分析

### 5.3.4 会议营销模式分析

### 5.3.5 员工制模式分析

## 5.4 中国直销行业发展问题及对策建议

### 5.4.1 中国直销行业发展制约因素

### 5.4.2 中国直销行业存在问题分析

### 5.4.3 中国直销行业发展对策建议

## 第六章 中国直销所属行业运行指标分析及预测

### 6.1 中国直销行业企业数量分析

#### 6.1.1 2015-2018年中国直销行业企业数量情况

全国目前有22个省（直辖市、自治区）有获牌直销企业，除去港澳台地区和已有申牌企业的河南、江西、湖北、宁夏四省，全国还有新疆、甘肃、广西、贵州、西藏5个省（自治区）暂未出现直销企业。

#### 6.1.2 2015-2018年中国直销行业企业竞争结构

### 6.2 2015-2018年中国直销行业财务指标总体分析

#### 6.2.1 行业盈利能力分析

#### 6.2.2 行业偿债能力分析

#### 6.2.3 行业营运能力分析

#### 6.2.4 行业发展能力分析

### 6.3 中国直销行业市场规模分析及预测

#### 6.3.1 2015-2018年中国直销行业市场规模分析

#### 6.3.2 2019-2025年中国直销行业市场规模预测

### 6.4 中国直销行业市场供需分析及预测

#### 6.4.1 中国直销行业市场供给分析

##### 1、2015-2018年中国直销行业供给规模分析

##### 2、2019-2025年中国直销行业供给规模预测

#### 6.4.2 中国直销行业市场需求分析

##### 1、2015-2018年中国直销行业需求规模分析

##### 2、2019-2025年中国直销行业需求规模预测

## 第七章 中国互联网+直销行业发展现状及前景

### 7.1 互联网给直销行业带来的冲击和变革分析

#### 7.1.1 互联网时代直销行业大环境变化分析

#### 7.1.2 互联网给直销行业带来的突破机遇分析

#### 7.1.3 互联网给直销行业带来的挑战分析

#### 7.1.4 互联网+直销行业融合创新机会分析

### 7.2 中国互联网+直销行业市场发展现状分析

#### 7.2.1 中国互联网+直销行业投资布局分析

##### 1、中国互联网+直销行业投资切入方式

##### 2、中国互联网+直销行业投资规模分析

##### 3、中国互联网+直销行业投资业务布局

#### 7.2.2 直销行业目标客户互联网渗透率分析

#### 7.2.3 中国互联网+直销行业市场规模分析

#### 7.2.4 中国互联网+直销行业竞争格局分析

##### 1、中国互联网+直销行业参与者结构

##### 2、中国互联网+直销行业竞争者类型

##### 3、中国互联网+直销行业市场占有率

### 7.3 中国互联网+直销行业市场发展前景分析

#### 7.3.1 中国互联网+直销行业市场增长动力分析

#### 7.3.2 中国互联网+直销行业市场发展瓶颈剖析

#### 7.3.3 中国互联网+直销行业市场发展趋势分析

## 第八章 中国直销企业奖励制度分析

### 8.1 级差制分析

#### 8.1.1 级差制概念及特点

#### 8.1.2 级差制优劣势分析

#### 8.1.3 典型企业——安利

### 8.2 矩阵制分析

#### 8.2.1 矩阵制概念及特点

#### 8.2.2 矩阵制优劣势分析

#### 8.2.3 典型企业——美乐家

### 8.3 双轨制分析

#### 8.3.1 双轨制概念及特点

#### 8.3.2 双轨制优劣势分析

#### 8.3.3 典型企业——优莎娜

## 8.4 T90制度分析

### 8.4.1 T90制度概念及特点

### 8.4.2 T90制度优劣势分析

### 8.4.3 典型企业——富尔

## 8.5 混合制度分析

### 8.5.1 混合制度概念及特点

### 8.5.2 混合制度优劣势分析

### 8.5.3 典型企业——Unicity

## 第九章 中国直销行业市场竞争格局分析

### 9.1 中国直销行业竞争格局分析

#### 9.1.1 直销行业区域分布格局

#### 9.1.2 直销行业企业规模格局

#### 9.1.3 直销行业企业性质格局

### 9.2 中国直销行业竞争五力分析

#### 9.2.1 直销行业上游议价能力

#### 9.2.2 直销行业下游议价能力

#### 9.2.3 直销行业新进入者威胁

#### 9.2.4 直销行业替代产品威胁

#### 9.2.5 直销行业现有企业竞争

### 9.3 中国直销行业竞争SWOT分析

#### 9.3.1 直销行业优势分析（S）

#### 9.3.2 直销行业劣势分析（W）

#### 9.3.3 直销行业机会分析（O）

#### 9.3.4 直销行业威胁分析（T）

### 9.4 中国直销行业投资兼并重组整合分析

#### 9.4.1 投资兼并重组现状

#### 9.4.2 投资兼并重组案例

### 9.5 中国直销行业竞争策略建议

## 第十章 中国直销行业领先企业竞争力分析

### 10.1 安利（中国）日用品有限公司竞争力分析

#### 10.1.1 企业发展基本情况

#### 10.1.2 企业主营业务分析

#### 10.1.3 企业竞争优势分析

- 10.1.4 企业经营状况分析
- 10.1.5 企业最新发展动态
- 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 雅芳（中国）有限公司竞争力分析
  - 10.2.1 企业发展基本情况
  - 10.2.2 企业主营业务分析
  - 10.2.3 企业竞争优势分析
  - 10.2.4 企业经营状况分析
  - 10.2.5 企业最新发展动态
  - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 三生（中国）健康产业有限公司竞争力分析
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业主营业务分析
  - 10.3.3 企业竞争优势分析
  - 10.3.4 企业经营状况分析
  - 10.3.5 企业最新发展动态
  - 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 宝健（中国）日用品有限公司竞争力分析
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业主营业务分析
  - 10.4.3 企业竞争优势分析
  - 10.4.4 企业经营状况分析
  - 10.4.5 企业最新发展动态
  - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 南京中脉科技发展有限公司竞争力分析
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业主营业务分析
  - 10.5.3 企业竞争优势分析
  - 10.5.4 企业经营状况分析
  - 10.5.5 企业最新发展动态
  - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 新时代健康产业（集团）有限公司竞争力分析
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业主营业务分析
  - 10.6.3 企业竞争优势分析

- 10.6.4 企业经营状况分析
- 10.6.5 企业最新发展动态
- 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 富迪健康科技有限公司竞争力分析
  - 10.7.1 企业发展基本情况
  - 10.7.2 企业主营业务分析
  - 10.7.3 企业竞争优势分析
  - 10.7.4 企业经营状况分析
  - 10.7.5 企业最新发展动态
  - 10.7.6 企业发展战略分析
- 10.8 金士力佳友（天津）有限公司竞争力分析
  - 10.8.1 企业发展基本情况
  - 10.8.2 企业主营业务分析
  - 10.8.3 企业竞争优势分析
  - 10.8.4 企业经营状况分析
  - 10.8.5 企业最新发展动态
  - 10.8.6 企业发展战略分析
- 10.9 完美（中国）有限公司竞争力分析
  - 10.9.1 企业发展基本情况
  - 10.9.2 企业主营业务分析
  - 10.9.3 企业竞争优势分析
  - 10.9.4 企业经营状况分析
  - 10.9.5 企业最新发展动态
  - 10.9.6 企业发展战略分析
- 10.10 无限极（中国）有限公司竞争力分析
  - 10.10.1 企业发展基本情况
  - 10.10.2 企业主营业务分析
  - 10.10.3 企业竞争优势分析
  - 10.10.4 企业经营状况分析
  - 10.10.5 企业最新发展动态
  - 10.10.6 企业发展战略分析

## 第十一章 2019-2025年中国直销行业发展趋势与投资机会研究

- 11.1 2019-2025年中国直销行业市场发展潜力分析
  - 11.1.1 中国直销行业市场空间分析

- 11.1.2 中国直销行业竞争格局变化
- 11.1.3 中国直销行业互联网+前景
- 11.2 2019-2025年中国直销行业发展趋势分析
  - 11.2.1 中国直销行业品牌格局趋势
  - 11.2.2 中国直销行业渠道分布趋势
  - 11.2.3 中国直销行业市场趋势分析
- 11.3 2019-2025年中国直销行业投资机会与建议
  - 11.3.1 中国直销行业投资前景展望
  - 11.3.2 中国直销行业投资机会分析
  - 11.3.3 中国直销行业投资建议

## 第十二章 2019-2025年中国直销行业投资分析与风险规避

- 12.1 中国直销行业关键成功要素分析
- 12.2 中国直销行业投资壁垒分析
- 12.3 中国直销行业投资风险与规避
  - 12.3.1 宏观经济风险与规避
  - 12.3.2 行业政策风险与规避
  - 12.3.3 上游市场风险与规避
  - 12.3.4 市场竞争风险与规避
  - 12.3.5 技术风险分析与规避
  - 12.3.6 下游需求风险与规避
- 12.4 中国直销行业融资渠道与策略
  - 12.4.1 直销行业融资渠道分析
    - 1、银行抵押或信用贷款
    - 2、股权融资
    - 3、融资租赁
    - 4、政府补助
    - 5、民间借贷
  - 12.4.2 直销行业融资策略分析

## 第十三章 2019-2025年中国直销行业盈利模式与投资战略规划分析

- 13.1 国外直销行业投资现状及经营模式分析
  - 13.1.1 境外直销行业成长情况调查
  - 13.1.2 经营模式借鉴
  - 13.1.3 国外投资新趋势动向

- 13.2 中国直销行业商业模式探讨
  - 13.2.1 行业主要商业模式
  - 13.2.2 保健品直销
  - 13.2.3 美容品直销
  - 13.2.4 日化用品直销
- 13.3 中国直销行业投资发展战略规划
  - 13.3.1 战略优势分析
  - 13.3.2 战略机遇分析
  - 13.3.3 战略规划目标
  - 13.3.4 战略措施分析
- 13.4 最优投资路径设计
  - 13.4.1 投资对象
  - 13.4.2 投资模式
  - 13.4.3 预期财务状况分析
  - 13.4.4 风险资本退出方式

## 第十四章 研究结论及建议

- 14.1 研究结论 (AK LY)
- 14.2 建议
  - 14.2.1 行业发展策略建议
  - 14.2.2 行业投资方向建议
  - 14.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

- 图表：直销行业特点
- 图表：直销行业生命周期
- 图表：直销行业产业链分析
- 图表：中国GDP增长情况
- 图表：中国CPI增长情况
- 图表：中国人口数量及其构成
- 图表：中国工业增加值及其增长速度
- 图表：中国城镇居民可支配收入情况
- 图表：销售渠道类型
- 图表：多层次分销渠道
- 图表：安利（中国）直销模式

图表：特许经营的特点

图表：安利特许经营运作方式

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/413265.html>