

# 2020-2025年中国直销行业投资潜力分析及行业发展趋势报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国直销行业投资潜力分析及行业发展趋势报告》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/507035.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

直销是一个汉语词语，意思是生产者不经过中间环节，直接把商品卖给消费者。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。

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 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

#### 1.3 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

### 第二章 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

## 第三章 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

#### 3.1.2 混乱整顿阶段

#### 3.1.3 停滞转型阶段

#### 3.1.4 法定直销阶段

### 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 年中国直销行业发展概况

## 第四章 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

### 第五章 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

### 第六章 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

## 第七章 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

## 第八章 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

#### 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 中国净水滤水器直销市场分析

## 第九章 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

#### 9.2.6 企业经营优劣势分析

#### 9.2.7 企业最新发展动向

### 9.3 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

#### 9.3.6 企业经营优劣势分析

#### 9.3.7 企业最新发展动向

### 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 企业主营业务分析

#### 9.5.3 企业直销重要直销信息

#### 9.5.4 企业经营优劣势分析

### 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

## 第十章 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

图表目录：

图表：获准直销产品

图表：研究报告框架图

图表：直销行业相关政策

图表：2015-2019年美国GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表：2015-2019年美国非农就业人数（单位：万人）

图表：2015-2019年美国失业率走势（单位：%）

图表：2015-2019年欧元区GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表：2015-2019年欧元区PMI走势（单位：%）

图表：2015-2019年巴西GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表：2015-2019年南非GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表：2015-2019年印度GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表：2015-2019年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/507035.html>