

# 2021-2027年中国直销市场 深度研究与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国直销市场深度研究与未来发展趋势报告》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.chinairr.org/report/R09/R0902/202103/27-395065.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国直销市场深度研究与未来发展趋势报告》共十章。首先介绍了直销行业市场发展环境、直销整体运行态势等，接着分析了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 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（20世纪80年代末—1993年）

#### 3.1.2 混乱整顿阶段（1993-1998年5月）

#### 3.1.3 停滞转型阶段（1998年6月—2005年底）

#### 3.1.4 法定直销阶段（2005年底—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 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 &ldquo;特许经营&rdquo;优缺点分析
- 5.2.3 &ldquo;特许经营&rdquo;运作分析
- 5.3 &ldquo;连锁加盟&rdquo;模式分析
- 5.3.1 &ldquo;连锁加盟&rdquo;概念及特点
- 5.3.2 &ldquo;连锁加盟&rdquo;优缺点分析
- 5.3.3 &ldquo;连锁加盟&rdquo;运作分析
- 5.4 &ldquo;会议营销&rdquo;模式分析
- 5.4.1 &ldquo;会议营销&rdquo;概念及特点
- 5.4.2 &ldquo;会议营销&rdquo;优缺点分析
- 5.4.3 &ldquo;会议营销&rdquo;运作分析
- 5.5 &ldquo;员工制&rdquo;模式分析
- 5.5.1 &ldquo;员工制&rdquo;概念及特点
- 5.5.2 &ldquo;员工制&rdquo;优缺点分析
- 5.5.3 &ldquo;员工制&rdquo;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&mdash;&mdash;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&mdash;&mdash;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&mdash;&mdash;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&mdash;&mdash;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（ ）

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4：2015-2019年美国GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表5：2015-2019年美国非农就业人数（单位：万人）

图表6：2015-2019年美国失业率走势（单位：%）

图表7：2015-2019年欧元区GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表8：2015-2019年欧元区PMI走势（单位：%）

图表9：2015-2019年巴西GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表10：2015-2019年南非GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表11：2015-2019年印度GDP走势分析图（单位：亿美元，%）

图表12：2015-2019年全球主要经济体经济增速及预测分析（单位：%）

图表13：2015-2019年中国国内生产总值（季度累计）（单位：亿元）

图表14：2015-2019年规模以上工业增加值增速（%）

图表15：2015-2019年全社会固定资产投资及同比增速（单位：亿元，%）

图表16：2015-2019年社会消费品零售总额及其增速变化趋势图（单位：亿元，%）

图表17：2015-2019年我国城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）（单位：%）

图表18：2015-2019年我国农村居民人均纯收入实际增长速度（累计同比）（单位：%）

图表19：2015-2019年我国进出口总值（单位：亿美元）

图表20：2015-2019年中国货物进出口总额（单位：亿美元）

图表21：2015-2019年中国变化趋势图（单位：%）

图表22：2015-2019年中国制造业PMI指数（单位：%）

图表23：2015-2019年中国人口规模变化情况（单位：万人）

图表24：2015-2019年我国人口年龄结构情况（单位：%）

图表25：2015-2019年中国人口出生率（单位：‰）

图表26：建国以来我国居民消费经历的三次升级转型情况

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0902/202103/27-395065.html>