

# 2019年中国直销市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国直销市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/461910461910.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

### 【报告大纲】

#### 第一部分 直销行业发展现状

##### 第一章 中国直销行业发展概述

###### 第一节 直销行业的界定

###### 一、直销行业的定义

###### 二、直销商品的分类

###### 三、直销运作的考量

###### 四、直销消费群特征

###### 五、直销商群体特征

###### 第二节 行业国民经济地位分析

###### 一、行业占GDP比重分析

###### 二、行业未来增长空间分析

#### 第二章 直销行业市场环境及影响分析（PEST）

##### 第一节 直销行业政治法律环境（P）

###### 一、行业管理体制分析

###### 二、行业主要法律法规

###### 三、直销行业标准

###### 四、行业相关发展规划

###### 五、政策环境对行业的影响

##### 第二节 行业经济环境分析（E）

###### 一、宏观经济形势分析

###### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

##### 第三节 行业社会环境分析（S）

###### 一、直销产业社会环境

###### 二、社会环境对行业的影响

###### 三、直销产业发展对社会发展的影响

##### 第四节 行业技术环境分析（T）

###### 一、行业主要技术发展趋势

###### 二、技术环境对行业的影响

#### 第三章 中国直销行业产品市场分析

## 第一节 中国保健食品直销市场分析

### 一、中国保健食品行业发展分析

### 二、中国保健食品直销市场分析

## 第二节 中国美容保养品直销市场分析

### 一、中国美容化妆品行业发展分析

### 二、中国美容化妆品直销市场分析

## 第四章 中国直销行业发展状况分析

### 第一节 中国直销行业发展阶段分析

#### 一、起步阶段

#### 二、混乱整顿阶段

#### 三、停滞转型阶段

#### 四、法定直销阶段

### 第二节 中国直销行业发展形势分析

#### 一、企业发展形势分析

#### 二、制度发展形势分析

#### 三、系统发展形势分析

### 第三节 中国直销行业五力模型分析

#### 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

### 第四节 中国直销行业发展前景分析

#### 一、中国直销行业面临的问题

#### 二、中国直销行业解决方案分析

#### 三、中国直销行业运作方式分析

#### 四、中国直销行业发展前景分析

### 第五节 中国直销行业发展概况

## 第五章 我国直销行业整体运行指标分析

### 第一节 中国直销所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国直销所属行业产销与费用分析

- 一、产成品分析
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析
- 六、销售成本分析
- 七、销售费用分析
- 八、管理费用分析
- 九、财务费用分析
- 十、其他运营数据分析

### 第三节 中国直销所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

## 第六章 中国直销行业发展模式分析

### 第一节 直销模式的发展分析

- 一、直销模式的发展历程
- 二、与传统销售的区别
- 三、直销与传销的区别

### 第二节 直销模式的形式分析

- 一、单层次直销分析
- 二、多层次直销分析

### 第三节 直销企业经营模式分析

- 一、成功直销企业必备因素
- 二、直销企业主要系统分析

### 第四节 案例分析：安利直销模式

- 一、传统产品分销渠道概述
- 二、安利直销模式分析

## 第七章 中国直销行业经营模式分析

### 第一节 “特许经营”模式分析

- 一、“特许经营”概念及特点
- 二、“特许经营”优缺点分析

### 三、“特许经营”运作分析

#### 第二节 “连锁加盟”模式分析

#### 第三节 “会议营销”模式分析

##### 一、“会议营销”概念及特点

##### 二、“会议营销”优缺点分析

##### 三、“会议营销”运作分析

## 第八章 中国直销企业奖励制度分析

### 第一节 级差制分析

#### 一、级差制概念及特点

#### 二、级差制优劣势分析

#### 三、典型企业- - 安利

### 第二节 矩阵制分析

#### 一、矩阵制概念及特点

#### 二、矩阵制优劣势分析

#### 三、典型企业- - 美乐家

### 第三节 双轨制分析

#### 一、双轨制概念及特点

#### 二、双轨制优劣势分析

#### 三、典型企业- - 优莎娜

### 第四节 T90制度分析

#### 一、T90制度概念及特点

#### 二、T90制度优劣势分析

#### 三、典型企业- - 富尔

### 第五节 混合制度分析

#### 一、混合制度概念及特点

#### 二、混合制度优劣势分析

#### 三、典型企业- - Unicity

## 第九章 直销行业电子商务发展模式分析

### 第一节 中国网购市场发展概况

#### 一、中国互联网发展规模分析

#### 二、中国网购形态特征分析

#### 三、中国网购市场发展现状

### 第二节 直销E化经营管理分析

## 一、电子商务直销模式分析

### 二、E化直销作业体系分析

### 三、E化直销行业建构分析

### 四、直销电子商务导入分析

## 第三节 直销电子商务模式分析

### 一、ERP整合

### 二、CRM管理

### 三、SCM管理

### 四、安全付款交易机制

### 五、知识管理

## 第四节 直销行业电子商务发展前景分析

## 第十章 中国直销渠道管理分析

### 第一节 建立和控制直销渠道

#### 一、吸纳直销商进入直销渠道

#### 二、对直销渠道的控制方法和策略

#### 三、合理设计和改进直销渠道

### 第二节 直销渠道管理的最佳状态分析

#### 一、三种产权分析

#### 二、道德关系的产权分析

#### 三、三种产权的统一

### 第三节 渠道管理重点分析

#### 一、直销员分析

#### 二、直销员的法律定位

#### 三、渠道管理的重要性

## 第十一章 直销行业领先企业经营形势分析

### 第一节 山东安然纳米实业发展有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业产品服务分析

#### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

#### 四、企业竞争优势分析

## 第二节 绿之韵生物工程集团有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第三节 嘉康利（中国）日用品有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第四节 美乐家（中国）日用品有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第五节 山东安然纳米实业发展有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第六节 广东太阳神集团有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析



### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第七节 湖南炎帝生物工程有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第八节 康宝莱公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第九节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

#### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

## 第十节 三生（中国）健康产业有限公司

### 一、企业发展简况分析

### 二、企业产品服务分析

### 三、企业经营状况分析

#### 1、企业偿债能力分析

#### 2、企业运营能力分析

### 3、企业盈利能力分析

### 四、企业竞争优势分析

#### 第十一节 大连美罗药业集团

##### 一、企业发展简况分析

##### 二、企业产品服务分析

##### 三、企业经营状况分析

##### 1、企业偿债能力分析

##### 2、企业运营能力分析

##### 3、企业盈利能力分析

##### 四、企业竞争优势分析

## 第十二章 2020-2026年直销行业前景及趋势预测

### 第一节 2020-2026年直销市场发展前景

#### 一、2020-2026年直销市场发展潜力

#### 二、2020-2026年直销市场发展前景展望

#### 三、2020-2026年直销细分行业发展前景分析

### 第二节 2020-2026年直销市场发展趋势预测

#### 一、2020-2026年直销行业发展趋势

#### 二、2020-2026年直销市场规模预测

#### 三、2020-2026年直销行业应用趋势预测

#### 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测

### 第三节 2020-2026年中国直销行业供需预测

#### 一、2020-2026年中国直销行业供给预测

#### 二、2020-2026年中国直销行业产值预测

#### 三、2020-2026年中国直销市场销量预测

#### 四、2020-2026年中国直销行业需求预测

#### 五、2020-2026年中国直销行业供需平衡预测

### 第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

#### 一 市场整合成长趋势

#### 二 需求变化趋势及新的商业机遇预测

#### 三 企业区域市场拓展的趋势

#### 四 科研开发趋势及替代技术进展

#### 五 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十三章 2020-2026年直销行业投资机会与风险防范

## 第一节 直销行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、直销行业投资现状分析

## 第二节 2020-2026年直销行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、重点区域投资机会
- 三、直销行业投资机遇

## 第三节 2020-2026年直销行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

## 第四节 中国直销行业投资建议

- 一、直销行业未来发展方向
- 二、直销行业主要投资建议

## 第十四章 2020-2026年直销行业面临的困境及对策

### 第一节 2016-2019年直销行业面临的困境

#### 第二节 直销企业面临的困境及对策

- 一、重点直销企业面临的困境及对策
- 二、中小直销企业发展困境及策略分析
- 三、国内直销企业的出路分析

#### 第三节 中国直销行业存在的问题及对策

- 一、中国直销行业存在的问题
- 二、直销行业发展的建议对策
- 三、把握国家投资的契机
- 四、竞争性战略联盟的实施
- 五、企业自身应对策略
- 六、市场的重点客户战略实施
- 七、实施重点客户战略的必要性

八、合理确立重点客户

九、重点客户战略管理

十、重点客户管理功能

第四节 中国直销市场发展面临的挑战与对策

第十五章 直销行业发展战略研究

第一节 直销行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国直销品牌的战略思考

一、直销品牌的重要性

二、直销实施品牌战略的意义

三、企业的品牌战略

四、品牌的竞争趋势

五、品牌战略管理的策略

第三节 直销行业投资战略研究

一、2016-2019年直销行业投资战略

二、2016-2019年直销行业投资战略

三、2020-2026年直销行业投资战略

四、2020-2026年细分行业投资战略

第四节 研究当前直销行业投资战略

第十六章 研究结论及投资建议

第一节 直销行业研究结论及建议

第二节 直销子行业研究结论及建议

第三节 直销行业投资建议

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：2016-2019年国内生产总值及增长速度

图表：2016-2019年居民消费价格比2016-2019年涨跌幅度

图表：2016-2019年社会消费品零售总额

图表：2016-2019年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2016-2019年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2016-2019年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2016-2019年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2016-2019年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2016-2019年社会固定资产投资

图表：2016-2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2016-2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2016-2019年全国一般公共预算收入

图表：2016-2019年国家外汇储备

图表：2016-2019年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表：2016-2019年中国对外贸易进出口总额

图表：2016-2019年货物进出口总额及其增长速度

图表：2016-2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2016-2019年末人口数及其构成

图表：2016-2019年城镇新增就业人数

图表：2016-2019年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2016-2019年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表详见报告正文……（GY YX）

## 【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国直销市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局

，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/461910461910.html>