

2019年中国直销市场分析报告- 市场发展现状与发展机会预测

报告大纲

观研报告网

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-市场发展现状与发展机会预测》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/jinrongyinhang/459290459290.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】

第一章 直销相关概述

1.1 直销基本介绍

1.1.1 直销的概念界定

1.1.2 直销方式分类

1.1.3 直销与非法传销的比较

1.2 直销的特征及优势

1.2.1 直销的基本特征

1.2.2 直销的独特优势

1.2.3 直销与传统市场营销的区别

1.3 直销的商德守则

1.3.1 概念

1.3.2 行为

1.3.3 公司

1.3.4 原则

1.3.5 责任

第二章 国际直销业相关法规分析及监管情况

2.1 世界直销业相关法规综合分析

2.1.1 英美直销监管制度

2.1.2 直销市场准入制度

2.1.3 政府监管制度分析

2.1.4 各国直销法规形式

2.2 各国及地区直销立法及监管概况

2.2.1 美国

2.2.2 欧洲

2.2.3 亚洲

2.2.4 韩国

2.2.5 老挝

2.2.6 马来西亚

第三章 2016-2019年中国直销业政策监管分析

3.1 我国直销立法的价值分析

3.1.1 提高交易效率

3.1.2 保障交易公平

3.1.3 维护交易安全

3.2 直销市场监管机制分析

3.2.1 分级分类监管

3.2.2 行政指导机制

3.2.3 宣传工作机制

3.2.4 企业信息公示机制

3.2.5 风险预警和化解机制

3.3 直销业政策监管态势分析

3.3.1 直销牌照发放继续放缓

3.3.2 医药直销利好政策出现

3.3.3 虚拟币传销继续严控

3.3.4 保健品直销管理加强

3.4 《直销管理条例》分析

3.4.1 管理条例发布价值

3.4.2 直销管理条例概览

3.4.3 直销管理条例原文

3.4.4 直销产品范围调整

3.5 《禁止传销条例》分析

3.5.1 传销管理条例原文

3.5.2 传销惯用的手法及危害

3.5.3 条例对政府提出新要求

3.5.4 相关的查处措施和制度

3.5.5 传销需要承担的法律責任

3.6 直销业的相关政策监管动态

3.6.1 工商总局开展直销行业密集督查走访

3.6.2 《关于配合做好直销行业安全生产工作的通知》

3.6.3 《关于进一步加强直销监督管理工作的意见》

3.6.4 《关于进一步加强打击传销工作的意见》

3.6.5 查处以直销名义等形式实施传销的违法行为

3.6.6 《关于办理组织领导传销活动刑事案件适用法律若干问题的意见》

第四章 2016-2019年世界直销业发展分析

4.1 世界直销业运行状况

4.1.1 全球直销市场规模

4.1.2 直销市场区域格局

4.1.3 全球直销公司排名

4.1.4 直销企业业绩状况

4.1.5 直销产品结构分析

4.2 美国直销业

4.2.1 美国直销行业销售情况

4.2.2 美国直销行业从业情况

4.2.3 美国直销行业服务状况

4.2.4 美国直销银行发展状况

4.3 日本直销业

4.3.1 日本直销市场业绩

4.3.2 日本直销市场产品

4.3.3 直销市场主体结构

4.3.4 直销行业政策环境

4.3.5 直销市场投资准入

4.4 中国台湾直销业

4.4.1 多层次传销商人数量

4.4.2 多层次传销事业运营

4.4.3 细分商品及进货成本

4.4.4 网络营销模式的应用

4.4.5 多层次传销事业佣金

4.4.6 多层次传销事业前景

4.5 其他国家或地区直销行业发展分析

4.5.1 韩国直销业发展概况

4.5.2 印度直销业发展回顾

4.5.3 泰国直销业发展分析

4.5.4 印尼直销业发展分析

第五章 2016-2019年中国直销行业发展全面分析

5.1 中国直销行业发展综述

5.1.1 企业基本特征

5.1.2 企业业务范围

5.1.3 企业经营特点

5.1.4 在电商领域发展

5.2 2016-2019年中国直销行业运行分析

5.2.1 市场发展规模

5.2.2 企业发展变化

5.2.3 产品数量变化

5.2.4 消费者满意度

5.2.5 行业热点动态

5.3 2016-2019年中国直销企业竞争情况分析

5.3.1 直销企业业绩规模

5.3.2 品牌集中度分析

5.3.3 区域集中度分析

5.4 2016-2019年全国直销企业品牌价值分析

5.4.1 品牌价值整体表现

5.4.2 品牌价值指数排行榜

5.4.3 品牌价值实力指数

5.4.4 品牌价值形象指数

5.4.5 品牌价值美誉指数

5.5 直销行业面临的问题及发展对策

5.5.1 直销行业现存问题分析

5.5.2 直销法律规范体系重构

5.5.3 提高直销行业大众形象

5.5.4 直销行业健康发展对策

第六章 美容化妆品直销

6.1 直销业与美容业的相关性分析

6.1.1 直销业与美容业相同点

6.1.2 直销业与美容业结合分析

6.1.3 美容业是直销行业的沃土

6.2 美容化妆品直销发展状况分析

6.2.1 化妆品消费收入规模

6.2.2 直销化妆品产品品类

6.2.3 化妆品直销渠道份额

6.2.4 直销化妆品市场分析

6.2.5 企业布局动态情况

6.2.6 美容直销APP发展模式

6.3 美容化妆品直销盛行的原因及消费者分析

6.3.1 直销化妆品优势分析

6.3.2 美容化妆品直销体系优势

6.3.3 女性消费者行为分析

6.3.4 直销给消费者带来好处

6.3.5 直销化妆品发展方向

6.4 美容化妆品直销存在的问题及对策

6.4.1 美容业直销面临挑战

6.4.2 美容业直销模式风险

6.4.3 直销美容业发展对策

第七章 保健品直销

7.1 中国保健品直销市场综合分析

7.1.1 行业背景发展

7.1.2 行业发展政策

7.1.3 直销模式优势

7.1.4 行业发展方向

7.1.5 产品发展趋势

7.2 保健品直销运行情况

7.2.1 直销渠道份额

7.2.2 直销企业格局

7.2.3 直销形式分析

7.2.4 直销监管情况

7.3 中草药保健品直销面临的环境及挑战

7.3.1 行业发展分析

7.3.2 直销面临的问题

7.3.3 直销发展策略

7.4 保健品直销行业存在的问题及对策

7.4.1 行业存在问题

7.4.2 行业面临挑战

7.4.3 行业处理措施

第八章 直销业经营模式解析

8.1 直销模式分析

8.1.1 单轨制直销模式

- 8.1.2 双轨制直销模式
- 8.1.3 三三复制模式
- 8.1.4 多轨制直销模式
- 8.1.5 五级三阶制模式
- 8.1.6 定制开发新模式
- 8.2 直销模式发展综合分析
 - 8.2.1 传统直销基本模式
 - 8.2.2 零售直销与传统直销分析
 - 8.2.3 网络直销和传统直销区别
- 8.3 互联网+直销模式发展分析
 - 8.3.1 互联网+直销模式概述
 - 8.3.2 互联网+直销特点分析
 - 8.3.3 互联网+直销应用模式
 - 8.3.4 互联网+直销结合情况
 - 8.3.5 互联网+直销对策建议
- 8.4 直销经营模式与策略
 - 8.4.1 电视直销营销策略
 - 8.4.2 会议直销管理方向
 - 8.4.3 定制直销模式分析
 - 8.4.4 网络直销特点及优点
 - 8.4.5 家庭直销模式解析
 - 8.4.6 直销商心理定位分析
- 8.5 直销业企业经营模式评析
 - 8.5.1 康宝莱直销案例分析
 - 8.5.2 农产品网络直销分析
 - 8.5.3 戴尔公司直销模式的发展

第九章 直销行业重点企业经营状况分析

9.1 安利

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

9.2 雅芳

- 1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.3 玫琳凯

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.4 完美

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.5 康美药业

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.6 天士力

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.7 以岭药业

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.8 康恩贝

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.9 香雪制药

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

9.10 浪莎股份

1、企业发展简况分析

2、企业产品服务分析

3、企业经营状况分析

4、企业竞争优势分析

第十章 2020-2026年直销行业发展前景及趋势分析

10.1 中国直销业发展前景分析

10.1.1 行业发展机遇

10.1.2 行业发展思路

10.1.3 行业发展趋势

10.1.4 企业战略布局

10.1.5 未来战略路径

10.2 2019-2032年中国直销行业预测分析

10.2.1 2020-2026年中国直销行业影响因素分析

10.2.2 2020-2026年中国直销市场规模预测

图表目录

图表1 直销与非法传销的比较

图表2 2019年全球直销百强企业各区域发展情况

图表3 2019年全球直销企业前十名名单（基于2019年收入）

图表4 2019年中国地区全球直销前100强企业业绩情况

图表5 2019年全球各地区直销产品结构

图表6 美国直销银行发展规模

图表7 日本直销市场业绩

图表8 2016-2019年印度尼西亚直销营业额及增长率

图表9 2016-2019年印度尼西亚直销群体总量及人均销售额

图表10 2016年印度尼西亚各类直销产品销售份额

图表11 2016-2019年中国直销企业数量变化

图表12 2016-2019年中国直销产品数量变化

图表13 2016-2019年中国直销企业业绩规模

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【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-市场发展现状与发展机会预测》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/jinrongyinhang/459290459290.html>