2010-2015年直销行业发展动态深度分析及投资风险预测报告

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《2010-2015年直销行业发展动态深度分析及投资风险预测报告》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://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/9024390243.html

报告价格：电子版: 6000元　纸介版：7000元　电子和纸介版: 8000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联 系 人 : 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

2009年24家拿牌企业销售业绩在600亿元以上，准直销企业的业绩在400亿元以上，中国内地直销行业业绩规模在2009年正式突破1000亿元大关。直销前四强企业以365亿的总额占据600亿的大半，与第二梯队分化明显。与此同时，亚太区正越来越成为各大直销公司的关键性业绩支撑，内地与台湾的跨海合作也日益紧密。目前国内直销拿牌企业24家，正在走申牌程序的企业15家，其它以直销方式运作的企业在900家左右，总体直销和准直销企业有近千家。其中拿牌企业的贡献度较高，从2008年的23家企业业绩总额400亿，进展到2009年的24家企业600亿。国内直销十强中，安利以200亿元遥遥领先，第二名完美则在70亿元，玫琳凯也让人惊异地突破50亿大关，而南方李锦记则取得了45亿的好成绩。其他6家分别为25亿的雅芳、21亿的天狮、18亿的新时代、17亿的宝健、15亿的富迪和13亿的康宝莱。中国直销行业就业人数超过1000万人，其中拿牌企业直销员人数为700万人(注册直销员人数为250万人左右)，其它准直销企业的直销业务人员超过300万人，直销行业2009年新进就业人员近300万人。2009年中国直销行业纳税规模超过100亿元，即使是公益慈善款项也在12亿元左右，正成为越来越不容忽视的行业力量。

中央经济工作会议把2010年作为我国经济结构调整的关键年，并把扩大内需特别是增加居民消费需求作为经济结构调整的重点。在这形势下，2010年我国直销发展将会出现重大突破，营销额预估将会突破800亿人民币。2008年国际金融危机冲击我国经济后，政府对直销的监管工作已发生了明显变化：对真正的传销打击力度加大，对24家直销企业支持力度也加大。政府部门改变了监管方式，对直销企业更多的是提供服务。2010年，国家在扩大内需特别是增加居民消费需求方面，对直销企业寄予厚望，政府对直销企业的服务内容将会进一步深化，因此，我国直销发展的社会环境将会更加宽松。如果说《直销管理条例》实施以来直销行业发展是以量的积累为主的话，那么，从2010年开始，直销行业应该是真正开始朝质的提高方向转变。2010年，我国直销企业的文化建设将会在与系统(团队)文化和民众的消费文化的结合上有新的突破。2010年我国直销企业的文化建设将会提高到一个的水平。过去的几年，我国直销市场处在春秋战国时期，恶性竞争的情况比较严重。从2010年开始，这种恶性竞争的现象，在直销市场上明显减少，2010年我国直销市场竞争的有序性将会明显增加。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、世界直销协会联盟、中国直销行业协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及直销研究单位等公布和提供的大量资料，结合中研普华公司对直销相关企业的实地调查，对我国直销行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了直销行业的前景与风险。报告揭示了直销市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策

依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目 录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析
第一章 全球直销行业发展分析
第一节 2009年全球直销市场分析
一、2009年全球直销市场回顾
二、2009年全球直销市场环境
三、2009年全球直销销售分析
四、2009年全球直销市场规模
第二节 2010年全球直销市场分析
一、2010年全球直销需求分析
二、2010年全球直销市场规模
三、2010年全球直销品牌分析
四、2010年中外直销市场对比
第三节 部分国家地区直销行业发展状况
一、2009-2010年美国直销行业发展分析
二、2009-2010年欧洲直销行业发展分析
三、2009-2010年日本直销行业发展分析
四、2009-2010年韩国直销行业发展分析
第二章 我国直销行业发展现状
第一节 我国直销行业发展现状
一、直销行业品牌发展现状
二、直销行业消费市场现状
三、直销市场消费层次分析
四、我国直销市场走向分析
第二节 我国直销行业发展状况
一、2009年中国直销行业发展回顾
二、2009年直销行业发展情况分析
三、2009年我国直销市场特点分析
四、2010年我国直销市场发展分析
第三节 中国直销行业供需分析
一、2009年中国直销市场供给总量分析
二、2009年中国直销市场供给结构分析
三、2010年中国直销市场需求总量分析

四、2010年中国直销市场需求结构分析
五、2010年中国直销市场供需平衡分析
第三章 直销企业发展分析
第一节 直销企业发展概况
一、直销企业的特性分析
二、直销企业发展的基点和立足点
三、直销企业发展的保障分析
四、直销企业的长远销售方向
第二节 直销企业中国市场的出路分析
一、直销出路分析
二、内资民族直销企业转型分析
三、外资的民族直销企业的转型分析
四、民族品牌在内资民族直销企业中的作用
五、内资民族直销企业跨国经营的战略依托
六、内资民族直销企业跨国经营中的战略路线
七、香港在内资民族直销企业中的地位
八、内资民族直销企业跨国经营的"雁阵"结构
九、内资民族直销企业跨国经营的核心竞争力
第三节 后奥运时代国内外直销企业的变革分析
一、会销企业两极分化
二、会销企业的核心定位分析
三、知名公司及中小型会销企业分析
四、产品和市场推广的个性化
五、会销企业的规范复制
第四章 中国直销消费市场分析
第一节 直销行业产品目标客户群体调查
一、不同收入水平消费者偏好调查
二、不同年龄的消费者偏好调查
三、不同地区的消费者偏好调查
第二节 直销市场消费需求分析
一、直销市场的消费需求变化
二、直销行业的需求情况分析
三、2010年直销品牌市场消费需求分析
第三节 直销消费市场状况分析
一、直销行业消费特点

二、直销消费者分析
三、直销消费结构分析
四、直销消费的市场变化
五、直销市场的消费方向
第四节 直销行业产品的品牌市场调查
一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
四、消费者经常购买的品牌调查
五、直销行业品牌忠诚度调查
六、直销行业品牌市场占有率调查
七、消费者的消费理念调研
第五章 中国直销行业区域市场分析
第一节 华北地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第二节 东北地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第三节 华东地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第四节 华南地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析

四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第五节 华中地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第六节 西南地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第七节 西北地区直销行业分析
一、2009-2010年行业发展现状分析
二、2009-2010年市场规模情况分析
三、2010-2015年市场需求情况分析
四、2010-2015年行业发展前景预测
五、2010-2015年行业投资风险预测
第六章 直销行业投资与发展前景分析
第一节 2010年上半年直销行业投资情况分析
一、2010年上半年直销行业总体投资结构
二、2010年上半年直销行业投资规模情况
三、2010年上半年直销行业投资增速情况
四、2010年上半年直销分行业投资分析
五、2010年上半年直销分地区投资分析
第二节 直销行业投资机会分析
一、直销投资项目分析
二、可以投资的直销模式
三、2010-2015年直销投资机会
四、2010-2015年直销细分行业投资机会
五、2010-2015年直销投资新方向
第三节 直销行业发展前景分析
一、直销市场发展前景分析

二、我国直销市场蕴藏的商机
三、后危机时代直销市场的发展前景
四、2010年直销市场面临的发展商机
五、2010-2015年直销市场面临的发展商机
第二部分 市场竞争格局与形势
第七章 直销行业竞争格局分析
第一节 直销行业集中度分析
一、直销市场集中度分析
二、直销企业集中度分析
三、直销区域集中度分析
第二节 直销行业主要企业竞争力分析
一、重点企业资产总计对比分析
二、重点企业从业人员对比分析
三、重点企业全年营业收入对比分析
四、重点企业利润总额对比分析
五、重点企业综合竞争力对比分析
第三节 直销行业竞争格局分析
一、2009年直销行业竞争分析
二、2009年中外直销产品竞争分析
三、2009-2010年国内外直销竞争分析
四、2009-2010年我国直销市场竞争分析
五、2009-2010年我国直销市场集中度分析
六、2010-2015年国内主要直销企业动向
第八章 2010-2015年中国直销行业发展形势分析
第一节 直销行业发展概况
一、直销行业发展特点分析
二、直销行业投资现状分析
三、直销行业总产值分析
四、直销行业技术发展分析
第二节 2009-2010年直销行业市场情况分析
一、直销行业市场发展分析
二、直销市场存在的问题
三、直销市场规模分析
第三节 2009-2010年直销产销状况分析
一、直销产量分析

二、直销产能分析
三、直销市场需求状况分析
第四节 产品发展趋势预测
一、产品发展新动态
二、技术新动态
三、产品发展趋势预测
第三部分 赢利水平与企业分析
第九章 中国直销行业整体运行指标分析
第一节 2009-2010年中国直销行业总体规模分析
一、企业数量结构分析
二、行业生产规模分析
第二节 2009-2010年中国直销行业产销分析
一、行业产成品情况总体分析
二、行业产品销售收入总体分析
第三节 2009-2010年中国直销行业财务指标总体分析
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
第十章 直销行业赢利水平分析
第一节 成本分析
一、2009-2010年直销原材料价格走势
二、2009-2010年直销行业人工成本分析
第二节 产销运存分析
一、2009-2010年直销行业产销情况
二、2009-2010年直销行业库存情况
三、2009-2010年直销行业资金周转情况
第三节 盈利水平分析
一、2009-2010年直销行业价格走势
二、2009-2010年直销行业营业收入情况
三、2009-2010年直销行业毛利率情况
四、2009-2010年直销行业赢利能力
五、2009-2010年直销行业赢利水平
六、2010-2015年直销行业赢利预测
第十一章 直销行业盈利能力分析

第一节 2009-2010年中国直销行业利润总额分析
一、利润总额分析
二、不同规模企业利润总额比较分析
三、不同所有制企业利润总额比较分析
第二节 2009-2010年中国直销行业销售利润率
一、销售利润率分析
二、不同规模企业销售利润率比较分析
三、不同所有制企业销售利润率比较分析
第三节 2009-2010年中国直销行业总资产利润率分析
一、总资产利润率分析
二、不同规模企业总资产利润率比较分析
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析
第四节 2009-2010年中国直销行业产值利税率分析
一、产值利税率分析
二、不同规模企业产值利税率比较分析
三、不同所有制企业产值利税率比较分析
第十二章 国外重点直销企业分析
第一节 美国安利公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第二节 雅芳化妆品有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第三节 玫琳凯化妆品有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第四节 完美（中国）日用品有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况

三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第五节 美国康宝莱保健品有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第六节 美国如新集团
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第十三章 国内直销重点企业分析
第一节 健康元药业集团股份有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第二节 哈药集团有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第三节 天狮集团有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第四节 南方李锦记有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第五节 新时代健康产业（集团）有限公司
一、企业概况

二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第六节 香港月朗国际电子商务有限公司
一、企业概况
二、2009-2010年经营状况
三、2010-2015年盈利能力
四、2010-2015年投资风险
第四部分 投资策略与风险预警
第十四章 直销行业投资策略分析
第一节 行业发展特征
一、行业的周期性
二、行业的区域性
三、行业的上下游
四、行业经营模式
第二节 行业投资形势分析
一、行业发展格局
二、行业进入壁垒
三、行业SWOT分析
四、行业五力模型分析
第三节 直销行业投资效益分析
一、2009年直销行业投资状况分析
二、2009年直销行业投资效益分析
三、2010-2015年直销行业投资方向
四、2010-2015年直销行业投资建议
第四节 直销行业投资策略研究
一、2009年直销行业投资策略
二、2010年直销行业投资策略
三、2010-2015年直销行业投资策略
四、2010-2015年直销细分行业投资策略
第十五章 直销行业投资风险预警
第一节 影响直销行业发展的主要因素
一、2010年影响直销行业运行的有利因素
二、2010年影响直销行业运行的稳定因素
三、2010年影响直销行业运行的不利因素

四、2010年我国直销行业发展面临的挑战
五、2010年我国直销行业发展面临的机遇
第二节 直销行业投资风险预警
一、2010-2015年直销行业市场风险预测
二、2010-2015年直销行业政策风险预测
三、2010-2015年直销行业经营风险预测
四、2010-2015年直销行业技术风险预测
五、2010-2015年直销行业竞争风险预测
六、2010-2015年直销行业其他风险预测
第五部分 发展趋势与规划建议
第十六章 直销行业发展趋势分析
第一节 2010-2015年中国直销市场趋势分析
一、2009-2010年我国直销市场趋势总结
二、2010-2015年我国直销发展趋势分析
第二节 2010-2015年直销产品发展趋势分析
一、2010-2015年直销产品技术趋势分析
二、2010-2015年直销产品价格趋势分析
第三节 2010-2015年中国直销行业供需预测
一、2008-2012年中国直销供给预测
二、2010-2015年中国直销需求预测
三、2010-2015年中国直销价格预测
第四节 2010-2015年直销行业规划建议
一、直销行业“十一五”整体规划
二、直销行业“十二五”规划预测
三、2010-2015年直销行业规划建议
第十七章 直销企业管理策略建议
第一节 市场策略分析
一、直销价格策略分析
二、直销渠道策略分析
第二节 销售策略分析
一、媒介选择策略分析
二、产品定位策略分析
三、企业宣传策略分析
第三节 提高直销企业竞争力的策略
一、提高中国直销企业核心竞争力的对策

二、直销企业提升竞争力的主要方向
三、影响直销企业核心竞争力的因素及提升途径
四、提高直销企业竞争力的策略
第四节 对我国直销品牌的战略思考
一、直销实施品牌战略的意义
二、直销企业品牌的现状分析
三、我国直销企业的品牌战略
四、直销品牌战略管理的策略
图表目录
图表：直销产业链分析
图表：直销行业生命周期
图表：2009-2010年中国直销行业市场规模
图表：2009-2010年全球直销产业市场规模
图表：2009-2010年直销重要数据指标比较
图表：2009-2010年中国直销行业销售情况分析
图表：2009-2010年中国直销行业利润情况分析
图表：2009-2010年中国直销行业资产情况分析
图表：2009-2010年中国直销竞争力分析
图表：2010-2015年中国直销市场前景预测
图表：2010-2015年中国直销市场价格走势预测
图表：2010-2015年中国直销发展前景预测
图表：2001-2009年美国直销市场销售规模
图表：2010-2015年美国直销市场销售规模预测
图表：2002-2009年英国直销市场规模
图表：2002-2009年英国直销市场占全球和欧洲份额比较
图表：2010-2015年英国直销市场规模预测
图表：2008-2012年英国直销市场规模及其预测趋势图
图表：2002-2009年德国直销市场规模
图表：2002-2009年德国直销市场占全球和欧洲份额比较
图表：2010-2015年德国直销市场规模预测
图表：2008-2012年德国直销市场规模及其预测趋势图
图表：2002-2009年日本直销市场规模
图表：2002-2009年日本直销市场占全球和亚洲份额比较
图表：2010-2015年日本直销市场规模预测
图表：2010-2015年日本直销市场规模趋预测势图

图表：2002-2009年中国直销市场规模
图表：2002-2009年中国直销市场占全球和亚洲份额比较
图表：2010-2015年中国直销市场规模预测
图表：2010-2015年中国直销市场规模趋预测势图
图表：2009-2010年7月直销行业销售成本分析
图表：2009-2010年7月直销行业销售费用分析
图表：2009-2010年7月直销行业管理费用分析
图表：2009-2010年7月直销行业财务费用分析
图表：2009-2010年7月直销行业销售及利润分析
图表：2009-2010年7月直销行业销售毛利率分析
图表：2009-2010年7月直销行业销售利润率分析
图表：2009-2010年7月直销行业成本费用利润率分析
图表：2009-2010年7月直销行业总资产利润率分析
图表：2009-2010年7月直销行业资产分析
图表：2009-2010年7月直销行业负债分析
图表：2009-2010年7月直销行业偿债能力分析
图表：2004-2009年国内生产总值及其增长速度
图表：2004-2009年居民消费价格涨跌幅度
图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度
图表：2004-2009年年末国家外汇储备
图表：2004-2009年税收收入及其增长速度
图表：2004-2009年粮食产量及其增长速度
图表：2004-2009年工业增加值及其增长速度
图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度
图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度
图表：2004-2009年建筑业增加值及其增长速度
图表：2004-2009年固定资产投资及其增长速度
图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度
图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力
图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况
图表：2004-2009年社会消费品零售总额及其增长速度
图表：2009年货物进出口总额及其增长速度
图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度
图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度
图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2009年货物进出口总额及其增长速度
图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度
图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度
图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度
图表：2004-2009年年末电话用户数
图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度
图表：2004-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度
图表：2004-2009年年末各类教育招生人数
图表：2009年人口数及其构成
图表：2004-2009年农村居民村收入及其增长速度
图表：2004-2009年城镇居民可支配收入及其增长速度
图表：2009-2010年7月全国居民消费价格指数
图表：2009-2010年7月工业品出厂价格指数

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/qitafuwu/9024390243.html