2019年中国直销行业分析报告-市场现状调查与未来趋势预测

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年中国直销行业分析报告-市场现状调查与未来趋势预测》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：https://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/440802440802.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: 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

我国直销行业开始发展。1990年，中国大陆第一家正式以直销申请注册的公司——中美合资广州雅芳有限公司成立，直销正式被纳入了工商管理的正式范畴，标志着直销正式踏入中国市场。

直销是业招聘员工，由员工在固定营业场所之外向消费者推销产品的方式，目前我国处于正直销时期，直销行业已被纳入法治化、规范化系统框架内。

随着国内直销企业的不断崛起，我国直销一直保持着远远高于全球平均水平的速度在增长。据相关数据显示，2011年我国直销行业企业数量为30家，业绩总额为803亿元，到2018年分别增至91家、2264亿元。

2011-2018年我国直销行业企业数量及业绩总额 资料来源：商务部

目前我国直销企业在经营中出现的违法违规的问题主要集中在虚假宣传、未经批准从事直销活动和涉及传销三个方面，违法行为发生率分别为86.7%、73.3%和33.3%。

我国直销企业在经营中出现的违规问题 资料来源：商务部

2018年我国有91家持有牌照的直销公司，其中内资企业58家，外资企业33家。2019年2月14日，商务部宣布重点查处直销企业及其直销员违规直销及从事传销活动的行为，同时暂停办理直销相关审批、备案等事项。

2018年我国合法经营的直销企业数量 资料来源：商务部

2018年多起直销企业违规事件曝光后，商务部在清理整顿的基础上，将同时推动完善直销相关的法规制度，与相关部门加强协调配合，严格规范市场准入，加快构建以信用为核心的直销行业监管体制，建立直销企业和主要从业人员信用“黑名单”制度，加大违法失信的成本，促进行业健康稳定发展。（ZSS）

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。《》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珠宝首饰机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、珠宝首饰机构、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、中国珠宝首饰、中国珠宝首饰、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。

【报告大纲】

第一章2016-2019年中国直销行业发展概述
第一节直销行业发展情况概述
一、直销行业相关定义
二、直销行业基本情况介绍
三、直销行业发展特点分析
第二节中国直销行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二、直销行业产业链条分析
三、中国直销行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节中国直销行业生命周期分析
一、直销行业生命周期理论概述
二、直销行业所属的生命周期分析
第四节直销行业经济指标分析
一、直销行业的赢利性分析
二、直销行业的经济周期分析
三、直销行业附加值的提升空间分析
第五节中国直销行业进入壁垒分析
一、直销行业资金壁垒分析
二、直销行业技术壁垒分析
三、直销行业直销壁垒分析
四、直销行业品牌壁垒分析

五、直销行业其他壁垒分析

第二章2016-2019年全球直销行业市场发展现状分析
第一节全球直销行业发展历程回顾
第二节全球直销行业市场区域分布情况
第三节亚洲直销行业地区市场分析
一、亚洲直销行业市场现状分析
二、亚洲直销行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲直销行业市场前景分析
第四节北美直销行业地区市场分析
一、北美直销行业市场现状分析
二、北美直销行业市场规模与市场需求分析
三、北美直销行业市场前景分析
第五节欧盟直销行业地区市场分析
一、欧盟直销行业市场现状分析
二、欧盟直销行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟直销行业市场前景分析
第六节2019-2025年世界直销行业分布走势预测
第七节2019-2025年全球直销行业市场规模预测

第三章中国直销产业发展环境分析
第一节我国宏观经济环境分析
一、中国GDP增长情况分析
二、工业经济发展形势分析
三、社会固定资产投资分析
四、全社会消费品直销总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对外贸易发展形势分析
第二节中国直销行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节中国直销产业社会环境发展分析
一、人口环境分析
二、教育环境分析

三、文化环境分析
四、生态环境分析
五、消费观念分析

第四章中国直销行业运行情况
第一节中国直销行业发展状况情况介绍
一、行业发展历程回顾
二、行业创新情况分析
三、行业发展特点分析
第二节中国直销行业市场规模分析
第三节中国直销行业供应情况分析
第四节中国直销行业需求情况分析
第五节中国直销行业供需平衡分析
第六节中国直销行业发展趋势分析

第五章中国直销所属行业运行数据监测
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、流动资产
二、销售收入分析
三、负债分析
四、利润规模分析
五、产值分析
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2016-2019年中国直销市场格局分析
第一节中国直销行业竞争现状分析
一、中国直销行业竞争情况分析
二、中国直销行业主要品牌分析

第二节中国直销行业集中度分析
一、中国直销行业市场集中度分析
二、中国直销行业企业集中度分析
第三节中国直销行业存在的问题
第四节中国直销行业解决问题的策略分析
第五节中国直销行业竞争力分析
一、生产要素
二、需求条件
三、支援与相关产业
四、企业战略、结构与竞争状态
五、政府的作用

第七章2016-2019年中国直销行业需求特点与动态分析
第一节中国直销行业消费市场动态情况
第二节中国直销行业消费市场特点分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节直销行业成本分析
第四节直销行业价格影响因素分析
一、供需因素
二、成本因素
三、渠道因素
四、其他因素
第五节中国直销行业价格现状分析
第六节中国直销行业平均价格走势预测
一、中国直销行业价格影响因素
二、中国直销行业平均价格走势预测
三、中国直销行业平均价格增速预测

第八章2016-2019年中国直销行业区域市场现状分析
第一节中国直销行业区域市场规模分布
第二节中国华东地区直销市场分析
一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析
三、华东地区直销市场规模分析
四、华东地区直销市场规模预测
第三节华中地区市场分析
一、华中地区概述
二、华中地区经济环境分析
三、华中地区直销市场规模分析
四、华中地区直销市场规模预测
第四节华南地区市场分析
一、华南地区概述
二、华南地区经济环境分析
三、华南地区直销市场规模分析
四、华南地区直销市场规模预测

第九章2016-2019年中国直销行业竞争情况
第一节中国直销行业竞争结构分析（波特五力模型）
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
第二节中国直销行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节中国直销行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境
二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境

第十章直销行业企业分析（随数据更新有调整）
第一节企业
一、企业概况

二、主营产品
三、运营情况
1、主要经济指标情况
2、企业盈利能力分析
3、企业偿债能力分析
4、企业运营能力分析
5、企业成长能力分析
四、公司优劣势分析
第二节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第三节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第四节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析
第五节企业
一、企业概况
二、主营产品
三、运营情况
四、公司优劣势分析

第十一章2019-2025年中国直销行业发展前景分析与预测
第一节中国直销行业未来发展前景分析
一、直销行业国内投资环境分析
二、中国直销行业市场机会分析
三、中国直销行业投资增速预测
第二节中国直销行业未来发展趋势预测

第三节中国直销行业市场发展预测
一、中国直销行业市场规模预测
二、中国直销行业市场规模增速预测
三、中国直销行业产值规模预测
四、中国直销行业产值增速预测
五、中国直销行业供需情况预测
第四节中国直销行业盈利走势预测
一、中国直销行业毛利润同比增速预测
二、中国直销行业利润总额同比增速预测

第十二章2019-2025年中国直销行业投资风险与营销分析
第一节直销行业投资风险分析
一、直销行业政策风险分析
二、直销行业技术风险分析
三、直销行业竞争风险分析
四、直销行业其他风险分析
第二节直销行业企业经营发展分析及建议
一、直销行业经营模式
二、直销行业销售模式
三、直销行业创新方向
第三节直销行业应对策略
一、把握国家投资的契机
二、竞争性战略联盟的实施
三、企业自身应对策略

第十三章2019-2025年中国直销行业发展战略及规划建议
第一节中国直销行业品牌战略分析
一、直销企业品牌的重要性
二、直销企业实施品牌战略的意义
三、直销企业品牌的现状分析
四、直销企业的品牌战略
五、直销品牌战略管理的策略
第二节中国直销行业市场的重点客户战略实施
一、实施重点客户战略的必要性
二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略
四、强化重点客户的管理
五、实施重点客户战略要重点解决的问题
第三节中国直销行业战略综合规划分析
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

第十四章2019-2025年中国直销行业发展策略及投资建议
第一节中国直销行业产品策略分析
一、服务产品开发策略
二、市场细分策略
三、目标市场的选择
第二节中国直销行业定价策略分析
第三节中国直销行业营销渠道策略
一、直销行业渠道选择策略
二、直销行业营销策略
第四节中国直销行业价格策略
第五节观研天下行业分析师投资建议
一、中国直销行业重点投资区域分析
二、中国直销行业重点投资产品分析

图表详见正文·····
更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/440802440802.html