

2016-2022年中国直xiao业运营现状调查与十三五 投资定位分析报告

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《2016-2022年中国直xiao业运营现状调查与十三五投资定位分析报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/247054247054.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

现代直xiao模式在20世纪40年代起源于美国，短短数十年时间从无到有，已经发展成为美国零售商业的主流模式之一。直xiao在20世纪70年代由美国进入欧洲后，众多直xiao公司如雨后春笋般发展起来。

从20世纪90年代初雅芳第一个登上中国大陆开始，在这种新型的销售模式和高额利润的刺激下，各种规范的直xiao企业、不规范的非法传销组织纷纷出现。1998年4月21日，国务院颁布了全面停止任何形式传销活动的命令，对整个传销业全面封杀。此后不久，国务院发出了要求原有传销企业全部转型为传统批发、零售销售方式，从而实现一个过渡性的转制工作。由此，中国传销业开始步入了一个前所未有的低谷时期。

中国报告网发布的《2016-2022年中国直xiao行业运营现状调查与十三五投资定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。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。

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 直xiao的定义及特征优势

第一节 直xiao的定义

- 一、台湾直xiao协会的定义
- 二、香港直xiao协会的定义
- 三、世界直xiao联盟对直xiao的定义

第二节 直xiao的特征及优势

- 一、直xiao的基本特征
- 二、直xiao具有独特优势
- 三、直xiao与传统市场营销的区别

第三节 直xiao与非法传销的区别分析

- 一、直xiao与传销的概念区别
- 二、直xiao和传销的区别

三、金字塔式销售定义

四、合法直xiao事业与非法金字塔式销售区别

第四节 直xiao的商德守则

一、概念

二、行为

三、公司

四、原则

五、责任

第五节 世界直xiao联盟的概况及职能

一、世界直xiao联盟的概况

二、世界直xiao联盟的职能

三、与中国直xiao市场的关系

第二章 国际直xiao业的相关法规分析及立法情况

第一节 世界直xiao业相关法规综合分析

一、直xiao中的违法现象

二、反金字塔法

三、冷静期法规

四、敲门访问销售问题

第二节 世界直xiao立法概况

一、美国

二、欧洲

三、亚洲

四、世界直xiao商的约法

第三章 解读中国直xiao立法

第一节 中国直xiao立法及监管概况

一、中国直xiao业立法的背景及历程

二、2010年国家工商总局严查违规电视直xiao广告

三、2012年北方7省市签署规范直xiao合作协议

四、2013年直xiao监管局联合多方力量抵制网络传销

五、中国直xiao法规的核心特征解析

六、中国直xiao立法的意义及影响

七、我国直xiao立法亟待进一步完善

第二节 中国直xiao法规的形式主义缺陷简析

一、陷入困境的管制技术——形式定义与准入制

二、粗犷严厉管制模式的必然结局

三、粗犷严厉管制模式的根源

第三节 直xiao业的相关法规

- 一、《直xiao管理条例》
- 二、《禁止传销条例》
- 三、《直xiao企业保证金存缴、使用管理办法》
- 四、《直xiao员业务培训管理办法》
- 五、《直xiao企业信息报备、披露管理办法》
- 六、《国家工商总局关于加强直xiao监管工作的意见》

第四节 解读《直xiao管理条例》

- 一、出台《直xiao管理条例》的原因及指导思想
- 二、直xiao企业及其分支机构的设立条件
- 三、条例对直xiao员的一些规定
- 四、条例规定的监管措施和法律责任

第五节 《禁止传销条例》解读

- 一、制定《禁止传销条例》的原因及指导思想
- 二、条例对地方各级人民政府及其有关部门的要求
- 三、条例规定的查处措施及法律责任
- 四、贯彻实施好条例的具体措施

第四章 世界直xiao业发展形势分析

第一节 世界直xiao业发展概述

- 一、世界直xiao行业总体发展状况
- 二、主要国家直xiao业发展情况
- 三、2013年全球直xiao业百强企业分析
- 四、世界直xiao新模式分析
- 五、世界直xiao业的六大走势

第二节 美国直xiao业

- 一、美国直xiao业的产生及发展
- 二、美国直xiao行业持续快速发展
- 三、美国直xiao业动摇商场地位
- 四、美国葡萄酒直xiao市场景气上升

第三节 日本直xiao业

- 一、日本直xiao业的发展回顾
- 二、日本直xiao业发展近况
- 三、日本直xiao市场发生变化

第四节 中国台湾直xiao业

一、台湾直xiao发展历史

二、台湾直xiao协会大力推进市场发展

三、2012年台湾直xiao行业发展格局

四、台湾直xiao所面临的问题

第五章 中国直xiao行业运行态势分析

第一节 中国直xiao业发展的背景

一、中国直xiao业发展的几个阶段

二、中国直xiao业兴起的背景及必然性

三、直xiao业发展有利于刺激消费繁荣经济

四、中国直xiao业保持增长的原因探析

五、我国直xiao企业积极步入低碳经济轨道

第二节 中国直xiao市场机制分析

一、中国直xiao市场机制全面透析

二、直xiao行业中的垄断势力分析

三、直xiao市场的民间消费势力综合分析

四、直xiao市场中的政府管制势力

第三节 2013-2015年中国直xiao行业分析

一、2009年中国直xiao业实现稳步发展

二、2010年我国直xiao业主要发展特征

三、2010年中国直xiao业销售规模突破千亿元

四、2012年中国直xiao行业实现升级蜕变

五、2013年中国直xiao市场发展特征及热点

第四节 影响中国直xiao业发展的因素

一、宏观经济环境

二、政策法规

三、直xiao企业发展要素

四、社会环境

第五节 中国直xiao业发展的整体格局分析

一、拿牌企业成为中国直xiao发展的主导力量

二、未获牌直xiao企业受市场和政策的双重挤压

三、灰色准直xiao企业的生存状况

四、直xiao行业的第二梯队发展现状

第六节 直xiao业竞争状况分析

一、中国直xiao业竞争升级

二、直xiao业的竞争焦点分析

三、中国直xiao企业面临的竞争威胁剖析

四、国际直xiao巨头加速拓展中国市场

五、直xiao市场未来竞争展望

第七节 直xiao行业面临的问题及发展对策

一、中国直xiao行业发展面临的挑战

二、国内直xiao市场混乱格局的原因分析

三、我国直xiao企业运营中存在的主要问题

四、中国直xiao业可持续发展的措施思路

五、我国直xiao企业应坚持安全有序发展

六、进一步规范我国直xiao业发展的策略

第六章 美容化妆品直xiao

第一节 直xiao业与美容业的相关性分析

一、直xiao业与美容业的相同点浅析

二、直xiao业与美容业嫁接的可能性分析

三、美容业是直xiao行业的发展热土

第二节 美容化妆品直xiao发展状况分析

一、美容化妆品营销向直xiao模式转变

二、中国化妆品直xiao市场发展综述

三、我国化妆品电视直xiao运作透析

四、品牌化妆品企业争相发力网络直xiao

五、直xiao业竞争焦点转向高端化妆品领域

六、美容化妆品直xiao业未来发展趋势

第三节 美容化妆品直xiao盛行的原因及消费者分析

一、中国美容化妆品业直xiao盛行的原因解析

二、美容化妆品直xiao的体系先进性

三、消费心理的成熟与理性选择是前提

四、直xiao能够给消费者带来诸多好处

第四节 美容化妆品直xiao存在的问题及对策

一、美容化妆品直xiao模式面临的挑战

二、中国美容化妆品业引入直xiao模式的风险

三、美容化妆品业应完善与直xiao的模式嫁接

四、直xiao环境下中国美容业的发展对策

第七章 保jian品直xiao

第一节 中国保jian品直xiao市场综合分析

一、中国保jian品市场发展综述

二、中国保健品市场发展回顾

三、保健品直销模式的主要优势

四、我国保健品直销市场竞争加剧

五、中国保健品直销发展前景展望

第二节 医药保健品直销

一、中国医药保健品业的机遇与发展解析

二、大型医药保健品企业加入直销大军

三、医药保健品直销路途坎坷

四、药店面对保健品直销挑战的对策

第三节 保健品直销行业存在的问题及对策

一、保健品行业向直销转型面临的问题

二、中草药保健品直销面临的环境及挑战

三、保健品直销的关键在于服务理念

四、保健品直销应重视研发与教育

五、保健品直销需要重视品牌运作

第八章 直销业经营模式解析

第一节 直销模式发展综合分析

一、直销经营的单层与多层模式对比分析

二、直销模式在中国的变形过程

三、中国直销模式与传统营销模式的契合分析

四、传统直销作业模式运作的困惑

五、直销模式的效率低下问题解析

第二节 直销经营模式与策略

一、电视直销的营销策略

二、会议直销的管理升级

三、定制直销模式

四、网络直销的特点及优点

五、市场化经营下的家庭直销模式

六、直销商心理定位模式分析

第三节 直销业的几种制度分析

一、直销制度的特性

二、直销业奖励制度的分类特性

三、直销级差奖金制度中的归零和累计方式解析

四、双轨制度的发展与演变

五、解析矩阵制度的弊端

第四节 直xiao业企业经营模式评析

一、直xiao立法环境下的安利与雅芳模式解析

二、安利传统直xiao模式分析

三、戴尔公司直xiao模式的发展

第九章 直xiao行业重点企业分析

第一节 安利

一、公司简介

二、2012年安利在华经营状况简析

三、2013年安利在华业绩持续快速增长

四、安利的大市场营销策略解析

五、安利直xiao的广告策略透析

第二节 雅芳

一、公司简介

二、2010年雅芳公司经营状况分析

三、2012年雅芳公司经营状况分析

四、2013年前三季度雅芳公司经营状况分析

五、雅芳在中国市场深陷泥沼

第三节 玫琳凯

一、公司简介

二、玫琳凯中国直xiao模式在探索中前行

三、2012年玫琳凯中国启用移动电子商务平台

四、2013年玫琳凯在华展开新一轮投资

五、玫琳凯的面对面直xiao模式解析

第四节 完美

一、公司简介

二、完美直xiao模式的本土化分析

三、2012年完美公司专卖店总数突破4000家

四、2013年完美公司新建医药研发生产基地

第五节 天狮集团

一、公司简介

二、天狮集团的经营策略解析

三、天狮集团保jian品的直xiao模式分析

第六节 其他直xiao企业介绍

一、爱茉莉太平洋集团

二、无限极（中国）有限公司

三、中脉科技集团

四、三生（中国）健康产业有限公司

五、广东九极日用保jian品有限公司

六、新时代健康产业（集团）有限公司

第十章 2016-2022年直xiao行业投资及前景分析

第一节 资本并购下的直xiao市场

一、2012年直xiao市场并购案例盘点

二、中国直xiao市场的并购模式透析

三、直xiao立法对中国直xiao市场并购的影响

四、其它法律法规对并购市场的影响

第二节 其他行业涉足直xiao市场

一、服装直xiao市场潜力巨大

二、航空公司布局直xiao节约成本

三、直xiao渠道提升车险销售盈利空间

四、2013年家居行业初涉直xiao模式

第三节 中国直xiao市场的风险分析

一、中国直xiao风险的来源和分类

二、中国直xiao风险偏好及投资者分类

三、直xiao行业面临的投资壁垒分析

四、中国直xiao风险的防范及规避措施

第四节 2016-2022年直xiao业发展前景趋势分析

一、中国直xiao市场发展前景展望

二、未来中国直xiao业持续快速发展的动因

三、欧债危机给我国直xiao业带来发展契机

四、2016-2022年中国直xiao行业预测分析

图表目录

图表：美国直xiao营业额情况

图表：美国直xiao从业人员情况

图表：美国直xiao业1年、5年和10年的成长率

图表：美国直xiao业主要产品种类及比较

图表：台湾直xiao业面临问题的调查统计

图表：中国保jian品行业的生命周期

图表：宽五矩阵每人推荐五人的可能性图表示意

图表：安利公司个人销售佣金量

图表：安利公司个人报酬计算——以A为例

图表：2008-2015年雅芳综合损益表

图表：2008-2015年雅芳不同地区收入和营业利润情况

图表：2013-2015年雅芳合并损益表

图表：2013-2015年雅芳主要市场销售额及利润情况

图表：2012-2015年雅芳合并损益表

图表：2012-2015年雅芳主要市场销售额及利润情况

图表：2012-2015年雅芳不同产品收入情况

图表：2016-2022年中国直xiao企业销售收入预测

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shangchang/247054247054.html>