

中国直销市场分析与投资前景评估报告（2014-2019）

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《中国直销市场分析与投资前景评估报告（2014-2019）》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/193337193337.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

第一章 直销业相关概述

第一节 直销基础概述

第二节 直销与非法传销的相关联系及区别分析

一、直销与传销界定与区别

二、金字塔式销售定义

三、合法直销事业与非法金字塔式销售区别

第三节 直销的商德守则

第四节 世界直销联盟的概况及职能

一、世界直销联盟的概况

二、世界直销联盟的职能

三、与中国直销市场的关系

第二章 世界直销业运行态势分析

第一节 海外适宜从事直销的国家和地区分布

一、东南亚市场简约分析对比

二、俄罗斯全境均适宜直销

三、非洲、西非、南非地区

四、欧洲

第二节 国外直销业运行环境分析

一、直销法规的差异性

二、直销市场的开放性

三、直销在国际间的“流动”

第三节 全球直销业运行概况

一、世界直销业市场表现分析

二、世界直销业发展优势分析

三、世界直销业发展趋势

第四节 国外直销业重点市场分析

一、亚洲直销潜力分析

二、美国的直销业的发展分析

三、英国直销业发展分析

第三章 中国直销立法解读

第一节 中国直销立法概述

一、中国直销立法的背景

二、中国直销业立法历程

三、中国直销法规的核心特征解析

第二节 直销业的相关法规

- 一、《直销管理条例》
- 二、《禁止传销条例》
- 三、《直销企业保证金存缴、使用管理办法》
- 四、《直销员业务培训管理办法》
- 五、直销企业信息报备、披露管理办法

第三节 解读《直销管理条例》

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

第四节 《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

第五节 中国直销立法的意义及影响

- 一、直销立法折射中国政府智慧
- 二、中国直销业迈入法制时代

第四章 2013-2014年中国直销行业运行新形势分析

第一节 我国直销特色分析

第二节 我国直销业市场分析

- 一、直销市场的核心主体分析
- 二、产品品牌在直销品牌价值链中的作用
- 三、中国直销产品定位分析

第三节 中国直销业的弊端及建议

第五章 2013-2014中国直销企业运行新格局分析

第一节 直销企业发展概况

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

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
- 第六章 中国美容化妆品直销业市场动态分析
 - 第一节 直销业与美容业的相关性分析
 - 一、直销业与美容业的相同点浅析
 - 二、直销业与美容业嫁接的可能性分析
 - 三、美容业是直销行业的发展热土
 - 第二节 中国美容化妆品直销发展状况分析
 - 一、美容业营销向直销渠道模式转变
 - 二、直销解禁后中国化妆品市场的发展透析
 - 三、美容业推行直销欲破竞争困局
 - 第三节 中国美容化妆品直销盛行的原因及消费者分析
- 第七章 2013-2014年中国保健品直销产业运行态势分析
 - 第一节 中国保健品直销市场综合分析
 - 第二节 中国医药保健品直销分析
 - 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
 - 第三节 中国保健品直销行业发展问题对策分析
- 第八章 2013-2014年中国直销业市场营销策略分析
 - 第一节 中国直销运营策略分析
 - 一、产品和服务至上策略
 - 二、文化致胜策略
 - 三、品牌运作策略
 - 四、直销管理的专业化和职业化策略
 - 第二节 直销业转型发展战略分析
 - 一、直销与电子商务的结合分析
 - 二、直销企业转型的商业模型初探
 - 三、网络直销发展策略
 - 第三节 直销企业的家族制与股份制分析
 - 一、家族制应向现代化管理过渡
 - 二、股份制是企业发展的世界性潮流
 - 三、管理模式的博弈重点是体现人性
- 第九章 国外直销业重点品牌企业动态分析

第一节 安利

- 一、安利公司综合分析
- 二、安利直销模式的特点和优点
- 三、安利的大市场营销策略解析

第二节 雅芳

- 一、雅芳公司简介
- 二、雅芳中国经营状况
- 三、雅芳拉开中国直销产业“复合化”时代的序幕
- 四、雅芳直销的渠道冲突解析
- 五、雅芳直销模式第二阶段重整待发

第三节 玫琳凯

- 一、玫琳凯概述
- 二、玫琳凯中国直销模式在探索中前行
- 三、玫琳凯的面对面直销模式解析
- 四、玫琳凯的员工计酬办法及奖励制度解析

第四节 完美

- 一、完美公司概况
- 二、完美公司的奖金收入制度解析
- 三、完美直销模式的本土化分析
- 四、完美公司产品的研发及生产
- 五、完美公司在保健品市场“旺过十年”

第十章 国内重点直销企业运营状况分析

第一节 健康元药业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 哈药集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 天津天狮生物发展有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 广东南方李锦记营养保健品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 新时代健康产业（集团）有限公司

一、公司概况

二、公司前景

第六节 香港月朗国际电子商务有限公司

一、公司概况

二、公司动态

第十一章 2014-2019年中国直销行业发展前景预测分析

第一节 2014-2019年中国直销行业发展趋势

一、直销市场规模预测

二、电子商务成为直销行业发展趋势

第二节 2014-2019年中国直销企业发展预测

一、2014-2019年中国直销企业发展预测

二、2014-2019年中国的直销企业群发展预测

第三节 未来几年中国直销发展趋势

一、公司方面的变化

二、产品方面的变化

三、制度方面的变化

四、系统方面的变化

第十二章 2014-2019年中国直销行业投资战略分析

第一节 2011-2012年中国直销行业投资概况

- 一、小型企业试水直销的可行性
 - 二、直销业店铺投资困扰分析
 - 三、直销行业开店投资风险分析
 - 第二节 2014-2019年资本并购下的中国直销市场
 - 一、中国近年直销市场中的并购概况
 - 二、中国直销市场的并购模式透析
 - 三、直销立法对中国直销市场的并购的影响
 - 第三节 2014-2019年中国直销行业投资机会分析
 - 一、内资直销企业崛起的机会
 - 二、我国直销企业的上市之路分析
 - 三、国内直销企业走向国际市场的分析
 - 第四节 2014-2019年中国直销业进入农村市场分析
 - 一、直销业的农村市场环境分析
 - 二、直销（商品）进入农村市场策略
 - 第五节 2014-2019年中国直销市场的风险分析
 - 一、中国直销风险的来源和分类
 - 二、中国直销风险偏好及投资者分类
 - 三、中国直销风险的防范和规避措施分析
- 图表详见正文.....

特别说明：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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/193337193337.html>