

中国直销产业专项调查及未来五年投资定位分析 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《中国直销产业专项调查及未来五年投资定位分析报告》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/baihuo/214647214647.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

直销（DirectSelling），按世界直销联盟的定义，直销指以面对面且非定点之方式，销售商品和服务，直销者绕过传统批发商或零售通路，直接从顾客接收订单。直销是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者（以下简称消费者）推销产品的经销方式。

中国的《直销管理条例》和《禁止传销条例》两部直销行业监管法规的制定，不仅维护了消费者和直销从业者的权益，还为保障中国直销业的健康发展提供了法律依据。2014年中国直销产业产值达2715.8亿元，2014年全年国内生产总值（GDP）636463亿元，按可比价格计算，比上年增长7.4%，2014年中国直销行业占GDP比重达到0.42%，同比增长18.6%。

截至2014年末，在中国市场取得直销牌照的企业有48家，而取得牌照并且展开商品销售的企业数为46家。据业绩报告显示，2014年48家企业总体业绩达1640.9亿元，增量为347.5亿元，增长率达到26.87%，具体来看，2014年共有六家直销公司业绩超过百亿元。其中，已经连续十年领先的安利公司，2014年再次以289亿元的业绩稳居榜首，完美集团以223亿元居次席。权健、无限极、中脉、玫琳凯分别列2到6位，业绩均达到百亿元以上。值得关注的是，对比直销企业业绩区间，位于第三梯队（50亿-100亿元）的企业集体发力，七家中有三家迈上百亿大门，10亿元以上的企业数量从18家增加到21家，呈现全面增长态势。

中国在直销市场准入、直销公司的审批和直销市场的开放等方面取得了令人瞩目的成就，兑现了中国加入世贸组织相关承诺。中国直销行业开始进入了法制化时代，行业规范和开放已成为大趋势，也标志着直销行业在中国迎来了一个健康快速发展的新时期。中国具有13亿人口的庞大消费群，是直销业发展的基本原动力，直销业在中国经济高速发展的历史背景下，其发展前景将十分广阔。2014年世界直销业销售额达1834.7亿美元，中国是263.8亿美元，仅占14%，而美国的比例是20%，日本的比例是16%，中国市场未来增长的空间仍然很大。

报告目录：

第一部分直销行业发展现状

第一章中国直销行业发展概述

第一节直销行业的界定

一、直销行业的定义

二、直销商品的分类

三、直销运作的考量

四、直销消费群特征

五、直销商群体特征

第二节行业国民经济地位分析

一、行业占GDP比重分析

二、行业未来增长空间分析

第二章直销行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节直销行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、直销行业标准

四、行业相关发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节行业社会环境分析（S）

一、直销产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、直销产业发展对社会发展的影响

第四节行业技术环境分析（T）

一、行业主要技术发展趋势

二、技术环境对行业的影响

第三章中国直销行业产品市场分析

第一节中国保健食品直销市场分析

一、中国保健食品行业发展分析

二、中国保健食品直销市场分析

第二节中国美容保养品直销市场分析

一、中国美容化妆品行业发展分析

二、中国美容化妆品直销市场分析

第四章中国直销行业发展状况分析

第一节中国直销行业发展阶段分析

一、起步阶段（20世纪80年代末-1993年）

二、混乱整顿阶段（1993-1998年5月）

三、停滞转型阶段（1998年6月-2005年底）

四、法定直销阶段（2005年底-至今）

第二节中国直销行业发展形势分析

一、企业发展形势分析

二、制度发展形势分析

三、系统发展形势分析

第三节中国直销行业五力模型分析

- 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

第四节中国直销行业发展前景分析

- 一、中国直销行业面临的问题
- 二、中国直销行业解决方案分析
- 三、中国直销行业运作方式分析
- 四、中国直销行业发展前景分析

第五节中国直销行业发展概况

第五章我国直销行业整体运行指标分析

第一节中国直销行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节中国直销行业产销情况分析

- 一、我国直销行业工业总产值
- 二、我国直销行业工业销售产值
- 三、我国直销行业产销率

第三节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

第六章中国直销行业发展模式分析

第一节直销模式的发展分析

- 一、直销模式的发展历程
- 二、与传统销售的区别
- 三、直销与传销的区别

第二节直销模式的形式分析

- 一、单层次直销分析
- 二、多层次直销分析

第三节直销企业经营模式分析

一、成功直销企业必备因素

二、直销企业主要系统分析

第四节案例分析：安利直销模式

一、传统产品分销渠道概述

二、安利直销模式分析

第七章中国直销行业经营模式分析

第一节“特许经营”模式分析

一、“特许经营”概念及特点

二、“特许经营”优缺点分析

三、“特许经营”运作分析

第二节“连锁加盟”模式分析

第三节“会议营销”模式分析

一、“会议营销”概念及特点

二、“会议营销”优缺点分析

三、“会议营销”运作分析

第八章中国直销企业奖励制度分析

第一节级差制分析

一、级差制概念及特点

二、级差制优劣势分析

三、典型企业--安利

第二节矩阵制分析

一、矩阵制概念及特点

二、矩阵制优劣势分析

三、典型企业--美乐家

第三节双轨制分析

一、双轨制概念及特点

二、双轨制优劣势分析

三、典型企业--优莎娜

第四节T90制度分析

一、T90制度概念及特点

二、T90制度优劣势分析

三、典型企业--富尔

第五节混合制度分析

一、混合制度概念及特点

二、混合制度优劣势分析

三、典型企业--Unicity

第九章直销行业电子商务发展模式分析

第一节中国网购市场发展概况

一、中国互联网发展规模分析

二、中国网购形态特征分析

三、中国网购市场发展现状

第二节直销E化经营管理分析

一、电子商务直销模式分析

二、E化直销作业体系分析

三、E化直销行业建构分析

四、直销电子商务导入分析

第三节直销电子商务模式分析

一、ERP整合

二、CRM管理

三、SCM管理

四、安全付款交易机制

五、知识管理

第四节直销行业电子商务发展前景分析

第十章中国直销渠道管理分析

第一节建立和控制直销渠道

一、吸纳直销商进入直销渠道

二、对直销渠道的控制方法和策略

三、合理设计和改进直销渠道

第二节直销渠道管理的最佳状态分析

一、三种产权分析

二、道德关系的产权分析

三、三种产权的统一

第三节渠道管理重点分析

一、直销员分析

二、直销员的法律定位

三、渠道管理的重要性

第十一章直销行业领先企业经营形势分析

第一节山东安然纳米实业发展有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业竞争能力分析

第二节绿之韵生物工程集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业竞争能力分析

第三节嘉康利（中国）日用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争能力分析

第四节美乐家（中国）日用品有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业竞争能力分析

第五节山东安然纳米实业发展有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业竞争能力分析

第六节广东太阳神集团有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争能力分析

第七节湖南炎帝生物工程有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

第八节康宝莱公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争能力分析

第九节江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争能力分析

第十节三生（中国）健康产业有限公司

一、企业发展概况分析

二、企业主营业务分析

三、企业经营分析

四、企业营销网络分析

五、企业竞争能力分析

第十二章 直销行业前景及趋势预测

第一节直销市场发展前景

一、直销市场发展潜力

二、直销市场发展前景展望

三、直销细分行业发展前景分析

第二节直销市场发展趋势预测

一、直销行业发展趋势

二、直销市场规模预测

三、直销行业应用趋势预测

四、细分市场发展趋势预测

第三节中国直销行业供需预测

一、中国直销行业供给预测

二、中国直销行业产值预测

三、中国直销市场销量预测

四、中国直销行业需求预测

五、中国直销行业供需平衡预测

第四节影响企业生产与经营的关键趋势

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baihuo/214647214647.html>