

# 2020-2026年中国直销市场 深度分析与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国直销市场深度分析与投资分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202005/165576.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

直销（Direct Selling），按世界直销联盟的定义，直销指厂家直接销售商品和服务，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。七大地理分区直企分布情况

2016年我国79家直销企业中，外资直销企业数量为28家，占比为35%；内资企业数量为51家，占比为65%。2016年我国直销企业数量分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国直销市场深度分析与投资分析报告》共十七章。首先介绍了中国直销行业市场发展环境、直销整体运行态势等，接着分析了中国直销行业市场运行的现状，然后介绍了直销市场竞争格局。随后，报告对直销做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国直销行业发展趋势与投资预测。您若想对直销产业有个系统的了解或者想投资中国直销行业，本报告是您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：

第一部分产业环境透视

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

第二章中国直销行业发展环境分析

## 第一节 直销行业政策环境分析

### 一、直销行业监管体系

### 二、直销行业产品规划

### 三、直销行业布局规划

### 四、直销行业企业规划

## 第二节 直销行业经济环境分析

### 一、中国GDP增长情况

### 二、固定资产投资情况

## 第三节 直销行业技术环境分析

### 一、直销行业专利申请数分析

### 二、直销行业专利申请人分析

### 三、直销行业热门专利技术分析

## 第四节 直销行业消费环境分析

### 一、直销行业消费态度调查

### 二、直销行业消费驱动分析

### 三、直销行业消费需求特点

### 四、直销行业消费群体分析

### 五、直销行业消费行为分析

### 六、直销行业消费关注点分析

### 七、直销行业消费区域分布

## 第二部分 行业深度分析

### 第三章 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、产品发展形势分析

##### 三、制度发展形势分析

#### 四、系统发展形势分析

##### 第三节 中国直销行业五力模型分析

###### 一、购买者议价能力分析

###### 二、供应商议价能力分析

###### 三、行业进入者威胁分析

###### 四、行业内竞争状况分析

###### 五、行业替代品威胁分析

##### 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

###### 1、行业声誉问题

###### 2、申请许可问题

###### 3、服务网点设立问题

###### 4、报酬限制问题

###### 5、获准产品类别问题

###### 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

#### 第四章我国直销所属行业整体运行指标分析

##### 第一节 2014-2019年中国直销所属行业总体规模分析

###### 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2015-2019年直销行业市场规模分析

##### 第二节 2014-2019年中国直销所属行业产销情况分析

###### 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 2014-2019年中国直销所属行业财务指标总体分析

###### 一、行业盈利能力分析

###### 1、我国直销行业销售利润率

- 2、我国直销行业成本费用利润率
- 3、我国直销行业亏损面
- 二、所属行业偿债能力分析
  - 1、我国直销行业资产负债比率
  - 2、我国直销行业利息保障倍数
- 三、所属行业营运能力分析
  - 1、我国直销行业应收帐款周转率
  - 2、我国直销行业总资产周转率
  - 3、我国直销行业流动资产周转率
- 四、所属行业发展能力分析
  - 1、我国直销行业总资产增长率
  - 2、我国直销行业利润总额增长率
  - 3、我国直销行业主营业务收入增长率
  - 4、我国直销行业资本保值增值率

### 第三部分市场全景调研

#### 第五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
  - 1、保健食品相关政策解读
  - 2、保健食品消费群：中老年群体分析
  - 3、保健食品发展规模及增长预测
- 二、中国保健食品直销市场分析
  - 1、保健食品行业直销模式分析
  - 2、保健食品直销四大风险分析
  - 3、保健食品行业直销市场规模
  - 4、保健食品行业直销前景预测

##### 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
  - 1、美容化妆品行业相关政策
  - 2、美容化妆品行业发展规模及增长预测
- 二、中国美容化妆品直销市场分析

- 1、美容化妆品直销模式发展分析
- 2、美容化妆品销售渠道对比分析
- 3、美容化妆品行业直销市场规模
- 4、美容化妆品行业直销前景预测

### 第三节 其他主要零售产品直销市场分析

- 一、中国清洁用品直销市场分析
- 二、中国炊具用品直销市场分析
- 三、中国净水水器直销市场分析

## 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
  - 1、销售渠道分析
  - 2、销售环节分析
  - 3、职业比较分析

### 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

- 1、优质的产品
- 2、高质量服务

#### 二、直销企业主要系统分析

- 1、产品系统
- 2、教育系统
- 3、营销系统
- 4、物流系统

### 第四节 案例分析：安利直销模式

#### 一、传统产品分销渠道概述

- 1、传统分销渠道类型

## 2、传统分销渠道利弊

### 二、安利直销模式分析

#### 1、安利直销模式模型建立

#### 2、安利销售渠道模式评价

## 第七章中国直销行业经营模式分析

### 第一节 “返利经济”模式分析

#### 一、“返利经济”概念及特点

#### 二、“返利经济”优缺点分析

#### 三、“返利经济”运作分析

### 第二节 “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

### 第三节 “连锁加盟”模式分析

#### 一、“连锁加盟”概念及特点

#### 二、“连锁加盟”优缺点分析

#### 三、“连锁加盟”运作分析

### 第四节 “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

### 第五节 “员工制”模式分析

#### 一、“员工制”概念及特点

#### 二、“员工制”优缺点分析

#### 三、“员工制”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
- 五、电子商务社群建立分析

### 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

#### 第四部分 竞争格局分析

#### 第十章 直销产业集群发展及区域市场分析

##### 第一节 中国直销产业集群发展特色分析

###### 一、长江三角洲直销产业发展特色分析

###### 二、珠江三角洲直销产业发展特色分析

###### 三、环渤海地区直销产业发展特色分析

###### 四、闽南地区直销产业发展特色分析

##### 第二节 直销重点区域市场分析预测

###### 一、行业总体区域结构特征及变化

###### 1、区域结构总体特征

###### 2、行业区域集中度分析

###### 3、行业区域分布特点分析

###### 4、行业规模指标区域分布分析

###### 5、行业效益指标区域分布分析

###### 6、行业企业数的区域分布分析

###### 二、直销重点区域市场分析

###### 1、江苏

###### 2、浙江

###### 3、上海

###### 4、福建

###### 5、广东

#### 第十一章 2020-2026年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、企业发展简况分析

###### 二、企业财务指标分析

###### 三、企业主营业务分析

###### 四、企业销售渠道与网络

## 五、企业直销重要直销信息

### 第二节 绿之韵生物工程集团有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业财务指标分析

#### 三、企业主营业务分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业直销重要直销信息

### 第三节 嘉康利（中国）日用品有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业财务指标分析

#### 三、企业主营业务分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业直销重要直销信息

### 第四节 美乐家（中国）日用品有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业财务指标分析

#### 三、企业主营业务分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业直销重要直销信息

### 第五节 广东康力医药有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业财务指标分析

#### 三、企业主营业务分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业直销重要直销信息

### 第六节 湖南炎帝生物工程有限公司

#### 一、企业发展简况分析

#### 二、企业财务指标分析

#### 三、企业主营业务分析

#### 四、企业销售渠道与网络

#### 五、企业直销重要直销信息

### 第七节 爱茉莉化妆品（上海）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业财务指标分析

三、企业主营业务分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业直销重要直销信息

#### 第八节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业财务指标分析

三、企业主营业务分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业直销重要直销信息

#### 第九节 克缇（中国）日用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业财务指标分析

三、企业主营业务分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业直销重要直销信息

#### 第十节 哈药集团股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业财务指标分析

三、企业主营业务分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业直销重要直销信息

### 第五部分发展前景展望

#### 第十二章 2020-2026年直销行业前景及趋势预测

##### 第一节 2020-2026年直销市场发展前景

一、2020-2026年直销市场发展潜力

二、2020-2026年直销市场发展前景展望

三、2020-2026年直销细分行业发展前景分析

##### 第二节 2020-2026年直销市场发展趋势预测

一、2020-2026年直销行业发展趋势

- 1、技术发展趋势分析
- 2、产品发展趋势分析
- 3、产品应用趋势分析
- 二、2020-2026年直销市场规模预测
  - 1、直销行业市场容量预测
  - 2、直销行业销售收入预测
- 三、2020-2026年直销行业应用趋势预测
- 四、2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 第三节 2020-2026年中国直销行业供需预测
  - 一、2020-2026年中国直销行业供给预测
  - 二、2020-2026年中国直销行业产量预测
  - 三、2020-2026年中国直销市场销量预测
  - 四、2020-2026年中国直销行业需求预测
  - 五、2020-2026年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
  - 一、市场整合成长趋势
  - 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 三、企业区域市场拓展的趋势
  - 四、科研开发趋势及替代技术进展
  - 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十三章 2020-2026年直销行业投资机会与风险防范

### 第一节 直销行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、直销行业投资现状分析
  - 1、直销产业投资经历的阶段
  - 2、2014-2019年直销行业投资状况回顾
  - 3、2014-2019年中国直销行业风险投资状况
  - 4、2020-2026年我国直销行业的投资态势

### 第二节 2020-2026年直销行业投资机会

- 一、产业链投资机会
- 二、细分市场投资机会
- 三、重点区域投资机会
- 四、直销行业投资机遇

### 第三节 2020-2026年直销行业投资风险及防范

- 一、政策风险及防范
- 二、技术风险及防范
- 三、供求风险及防范
- 四、宏观经济波动风险及防范
- 五、关联产业风险及防范
- 六、产品结构风险及防范
- 七、其他风险及防范

### 第四节 中国直销行业投资建议

- 一、直销行业未来发展方向
- 二、直销行业主要投资建议
- 三、中国直销企业融资分析
  - 1、中国直销企业IPO融资分析
  - 2、中国直销企业再融资分析

## 第六部分 发展战略研究

### 第十四章 2020-2026年直销行业面临的困境及对策

#### 第一节 2019年直销行业面临的困境

#### 第二节 直销企业面临的困境及对策

- 一、重点直销企业面临的困境及对策
  - 1、重点直销企业面临的困境
  - 2、重点直销企业对策探讨
- 二、中小直销企业发展困境及策略分析
  - 1、中小直销企业面临的困境
  - 2、中小直销企业对策探讨
- 三、国内直销企业的出路分析

#### 第三节 中国直销行业存在的问题及对策

- 一、中国直销行业存在的问题

## 二、直销行业发展的建议对策

- 1、把握国家投资的契机
- 2、竞争性战略联盟的实施
- 3、企业自身应对策略

## 三、市场的重点客户战略实施

- 1、实施重点客户战略的必要性
- 2、合理确立重点客户
- 3、重点客户战略管理
- 4、重点客户管理功能

## 第四节 中国直销市场发展面临的挑战与对策

## 第十五章 直销行业发展战略研究

### 第一节 直销行业发展战略研究

- 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

### 第二节 对我国直销品牌的战略思考

- 一、直销品牌的重要性
- 二、直销实施品牌战略的意义
- 三、直销企业品牌的现状分析
- 四、我国直销企业的品牌战略
- 五、直销品牌战略管理的策略

### 第三节 直销经营策略分析

- 一、直销市场细分策略
- 二、直销市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、直销新产品差异化战略

### 第四节 直销行业投资战略研究

- 一、2019年直销行业投资战略
- 二、2020-2026年直销行业投资战略
- 三、2020-2026年细分行业投资战略

## 第十六章研究结论及投资建议

### 第一节 直销行业研究结论及建议

### 第二节 直销子行业研究结论及建议

### 第三节 直销行业投资建议

#### 一、行业发展策略建议

#### 二、行业投资方向建议

#### 三、行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：直销行业生命周期

图表：直销行业产业链结构

图表：2014-2019年全球直销行业市场规模

图表：2014-2019年中国直销行业市场规模

图表：2014-2019年直销行业重要数据指标比较

图表：2014-2019年中国直销市场占全球份额比较

图表：2014-2019年直销行业销售收入

图表：2014-2019年直销行业利润总额

图表：2014-2019年直销行业资产总计

图表：2014-2019年直销行业负债总计

图表：2014-2019年直销行业竞争力分析

图表：2014-2019年直销市场价格走势

图表：2014-2019年直销行业主营业务收入

图表：2014-2019年直销行业主营业务成本

图表：2014-2019年直销行业销售费用分析

图表：2014-2019年直销行业管理费用分析

图表：2014-2019年直销行业财务费用分析

图表：2014-2019年直销行业销售毛利率分析

图表：2014-2019年直销行业销售利润率分析



图表：2014-2019年直销行业成本费用利润率分析

图表：2014-2019年直销行业总资产利润率分析

图表：2014-2019年直销行业需求分析

图表：2014-2019年直销行业集中度

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/165576.html>