

# 2022-2028年中国直销行业 分析与投资潜力分析报告

## 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

《2022-2028年中国直销行业分析与投资潜力分析报告》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/202202/267477.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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国直销行业分析与投资潜力分析报告》共十四章。首先介绍了直销行业市场发展环境、直销整体运行态势等，接着分析了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：

### 第一章直销行业相关基础概述及研究机构

#### 1.1直销的定义及分类

##### 1.1.1直销的界定

##### 1.1.2直销的分类

##### 1.1.3直销的特性

#### 1.2直销行业特点分析

##### 1.2.1市场特点分析

##### 1.2.2行业经济特性

##### 1.2.3行业发展周期分析

##### 1.2.4行业进入风险

##### 1.2.5行业成熟度分析

### 第二章2019年中国直销行业市场发展环境分析

#### 2.1中国直销行业经济环境分析

##### 2.1.1中国经济运行情况

##### 1、国民经济运行情况GDP

2、消费价格指数CPI、PPI

3、全国居民收入情况

4、恩格尔系数

5、工业发展形势

6、固定资产投资情况

2.1.2经济环境对行业的影响分析

2.2中国直销行业政策环境分析

2.2.1行业监管环境

1、行业主管部门

2、行业监管体制

2.2.2行业政策分析

1、主要法律法规

2、相关发展规划

2.2.3政策环境对行业的影响分析

2.3中国直销行业社会环境分析

2.3.1行业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、生态环境分析

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

2.3.2社会环境对行业的影响分析

2.4中国直销行业发展阶段分析

2.4.1起步阶段（20世纪80年代末—1993年）

2.4.2混乱整顿阶段（1993-1998年5月）

2.4.3停滞转型阶段（1998年6月—2005年底）

2.4.4法定直销阶段（2005年底—至今）

第三章中国直销行业产业链分析

3.1直销行业产业链简介

3.1.1直销产业链上游行业分布

- 3.1.2 直销产业链中游行业分布
- 3.1.3 直销产业链下游行业分布
- 3.2 直销产业链上游行业分析
  - 3.2.1 直销产业上游发展现状
  - 3.2.2 直销产业上游竞争格局
- 3.3 直销产业链中游行业分析
  - 3.3.1 直销行业中游经营效益
  - 3.3.2 直销行业中游竞争格局
  - 3.3.3 直销行业中游发展趋势
- 3.4 直销产业链下游行业分析
  - 3.4.1 直销行业下游需求分析
  - 3.4.2 直销行业下游运营现状
  - 3.4.3 直销行业下游发展前景

#### 第四章 国际直销行业市场发展分析

- 4.1 2015-2019年国际直销行业发展现状
  - 4.1.1 国际直销行业发展现状
  - 4.1.2 国际直销行业发展规模
  - 4.1.3 国际直销主要技术水平
- 4.2 2015-2019年国际直销市场总体分析
  - 4.2.1 国际直销市场特点
  - 4.2.2 国际直销市场结构
  - 4.2.3 国际直销市场规模
- 4.3 2015-2019年国际区域直销行业研究
  - 4.3.1 欧洲
  - 4.3.2 美国
  - 4.3.3 日韩
- 4.4 2022-2028年国际直销行业发展展望
  - 4.4.1 国际直销行业发展趋势
  - 4.4.2 国际直销行业规模预测
  - 4.4.3 国际直销行业发展机会

## 第五章2015-2019年中国直销行业发展概述

### 5.1中国直销行业发展状况分析

#### 5.1.1中国直销行业发展阶段

#### 5.1.2中国直销行业发展总体概况

#### 5.1.3中国直销行业发展特点分析

### 5.22015-2019年直销行业发展现状

#### 5.2.12015-2019年中国直销行业发展热点

#### 5.2.22015-2019年中国直销行业发展现状

#### 5.2.32015-2019年中国直销企业发展分析

### 5.3中国直销经营模式分析

#### 5.3.1返利经济模式分析

#### 5.3.2特许经营模式分

#### 5.3.3连锁加盟模式分析

#### 5.3.4会议营销模式分析

#### 5.3.5员工制模式分析

### 5.4中国直销行业发展问题及对策建议

#### 5.4.1中国直销行业发展制约因素

#### 5.4.2中国直销行业存在问题分析

#### 5.4.3中国直销行业发展对策建议

## 第六章中国直销所属行业运行指标分析及预测

### 6.1中国直销所属行业企业数量分析

#### 6.1.12015-2019年中国直销行业企业数量情况

#### 6.1.22015-2019年中国直销行业企业竞争结构

### 6.22015-2019年中国直销所属行业财务指标总体分析

#### 6.2.1行业盈利能力分析

#### 6.2.2行业偿债能力分析

#### 6.2.3行业营运能力分析

#### 6.2.4行业发展能力分析

### 6.3中国直销所属行业市场规模分析及预测

#### 6.3.12015-2019年中国直销行业市场规模分析

#### 6.3.22022-2028年中国直销行业市场规模预测

## 6.4中国直销所属行业市场供需分析及预测

### 6.4.1中国直销所属行业市场供给分析

- 1、2015-2019年中国直销行业供给规模分析
- 2、2022-2028年中国直销行业供给规模预测

### 6.4.2中国直销所属行业市场需求分析

- 1、2015-2019年中国直销行业需求规模分析
- 2、2022-2028年中国直销行业需求规模预测

## 第七章中国互联网+直销行业发展现状及前景

### 7.1互联网给直销行业带来的冲击和变革分析

#### 7.1.1互联网时代直销行业大环境变化分析

#### 7.1.2互联网给直销行业带来的突破机遇分析

#### 7.1.3互联网给直销行业带来的挑战分析

#### 7.1.4互联网+直销行业融合创新机会分析

### 7.2中国互联网+直销行业市场发展现状分析

#### 7.2.1中国互联网+直销行业投资布局分析

- 1、中国互联网+直销行业投资切入方式
- 2、中国互联网+直销行业投资规模分析
- 3、中国互联网+直销行业投资业务布局

#### 7.2.2直销行业目标客户互联网渗透率分析

#### 7.2.3中国互联网+直销行业市场规模分析

#### 7.2.4中国互联网+直销行业竞争格局分析

- 1、中国互联网+直销行业参与者结构
- 2、中国互联网+直销行业竞争者类型
- 3、中国互联网+直销行业市场占有率

### 7.3中国互联网+直销行业市场发展前景分析

#### 7.3.1中国互联网+直销行业市场增长动力分析

#### 7.3.2中国互联网+直销行业市场发展瓶颈剖析

#### 7.3.3中国互联网+直销行业市场发展趋势分析

## 第八章中国直销企业奖励制度分析

### 8.1级差制分析

- 8.1.1级差制概念及特点
- 8.1.2级差制优劣势分析
- 8.1.3典型企业&mdash;&mdash;安利
- 8.2矩阵制分析
  - 8.2.1矩阵制概念及特点
  - 8.2.2矩阵制优劣势分析
  - 8.2.3典型企业&mdash;&mdash;美乐家
- 8.3双轨制分析
  - 8.3.1双轨制概念及特点
  - 8.3.2双轨制优劣势分析
  - 8.3.3典型企业&mdash;&mdash;优莎娜
- 8.4T90制度分析
  - 8.4.1T90制度概念及特点
  - 8.4.2T90制度优劣势分析
  - 8.4.3典型企业&mdash;&mdash;富尔
- 8.5混合制度分析
  - 8.5.1混合制度概念及特点
  - 8.5.2混合制度优劣势分析
  - 8.5.3典型企业&mdash;&mdash;Unicity

## 第九章中国直销行业市场竞争格局分析

- 9.1中国直销行业竞争格局分析
  - 9.1.1直销行业区域分布格局
  - 9.1.2直销行业企业规模格局
  - 9.1.3直销行业企业性质格局
- 9.2中国直销行业竞争五力分析
  - 9.2.1直销行业上游议价能力
  - 9.2.2直销行业下游议价能力
  - 9.2.3直销行业新进入者威胁
  - 9.2.4直销行业替代产品威胁
  - 9.2.5直销行业现有企业竞争
- 9.3中国直销行业竞争SWOT分析



- 9.3.1 直销行业优势分析 (S)
- 9.3.2 直销行业劣势分析 (W)
- 9.3.3 直销行业机会分析 (O)
- 9.3.4 直销行业威胁分析 (T)
- 9.4 中国直销行业竞争策略建议

## 第十章 中国直销行业领先企业竞争力分析

- 10.1 安利 (中国) 日用品有限公司
  - 10.1.1 企业发展基本情况
  - 10.1.2 企业经营情况分析
  - 10.1.3 企业发展战略分析
- 10.2 雅芳 (中国) 有限公司
  - 10.2.1 企业发展基本情况
  - 10.2.2 企业经营情况分析
  - 10.2.3 企业发展战略分析
- 10.3 三生 (中国) 健康产业有限公司
  - 10.3.1 企业发展基本情况
  - 10.3.2 企业经营情况分析
  - 10.3.3 企业发展战略分析
- 10.4 宝健 (中国) 日用品有限公司
  - 10.4.1 企业发展基本情况
  - 10.4.2 企业经营情况分析
  - 10.4.3 企业发展战略分析
- 10.5 南京中脉科技发展有限公司
  - 10.5.1 企业发展基本情况
  - 10.5.2 企业经营情况分析
  - 10.5.3 企业发展战略分析
- 10.6 新时代健康产业 (集团) 有限公司
  - 10.6.1 企业发展基本情况
  - 10.6.2 企业经营情况分析
  - 10.6.3 企业发展战略分析
- 10.7 富迪健康科技有限公司

- 10.7.1企业发展基本情况
- 10.7.2企业经营情况分析
- 10.7.3企业发展战略分析
- 10.8金士力佳友（天津）有限公司
- 10.8.1企业发展基本情况
- 10.8.2企业经营情况分析
- 10.8.3企业发展战略分析
- 10.9完美（中国）有限公司
- 10.9.1企业发展基本情况
- 10.9.2企业经营情况分析
- 10.9.3企业发展战略分析
- 10.10无限极（中国）有限公司
- 10.10.1企业发展基本情况
- 10.10.2企业经营情况分析
- 10.10.3企业发展战略分析

## 第十一章2022-2028年中国直销行业发展趋势与投资机会研究

- 11.12022-2028年中国直销行业市场发展潜力分析
- 11.1.1中国直销行业市场空间分析
- 11.1.2中国直销行业竞争格局变化
- 11.1.3中国直销行业互联网+前景
- 11.22022-2028年中国直销行业发展趋势分析
- 11.2.1中国直销行业品牌格局趋势
- 11.2.2中国直销行业渠道分布趋势
- 11.2.3中国直销行业市场趋势分析
- 11.32022-2028年中国直销行业投资机会与建议
- 11.3.1中国直销行业投资前景展望
- 11.3.2中国直销行业投资机会分析
- 11.3.3中国直销行业投资建议分析

## 第十二章2022-2028年中国直销行业投资分析与风险规避

- 12.1中国直销行业关键成功要素分析

## 12.2中国直销行业投资壁垒分析

## 12.3中国直销行业投资风险与规避

### 12.3.1宏观经济风险与规避

### 12.3.2行业政策风险与规避

### 12.3.3上游市场风险与规避

### 12.3.4市场竞争风险与规避

### 12.3.5技术风险分析与规避

### 12.3.6下游需求风险与规避

## 12.4中国直销行业融资渠道与策略

### 12.4.1直销行业融资渠道分析

#### 1、银行抵押或信用贷款

#### 2、股权融资

#### 3、融资租赁

#### 4、政府补助

#### 5、民间借贷

### 12.4.2直销行业融资策略分析

## 第十三章2022-2028年中国直销行业盈利模式与投资战略规划分析

### 13.1国外直销行业投资现状及经营模式分析

#### 13.1.1境外直销行业成长情况调查

#### 13.1.2经营模式借鉴

#### 13.1.3国外投资新趋势动向

### 13.2中国直销行业商业模式探讨

#### 13.2.1行业主要商业模式

#### 13.2.2保健品直销

#### 13.2.3美容品直销

#### 13.2.4日化用品直销

### 13.3中国直销行业投资发展战略规划

#### 13.3.1战略优势分析

#### 13.3.2战略机遇分析

#### 13.3.3战略规划目标

#### 13.3.4战略措施分析

## 13.4最优投资路径设计

### 13.4.1投资对象

### 13.4.2投资模式

### 13.4.3预期财务状况分析

### 13.4.4风险资本退出方式

## 第十四章研究结论及建议（）

### 14.1研究结论

### 14.2中企顾问网建议

#### 14.2.1行业发展策略建议

#### 14.2.2行业投资方向建议

#### 14.2.3行业投资方式建议（）

### 部分图表目录：

图表：直销行业特点

图表：直销行业生命周期

图表：直销行业产业链分析

图表：中国GDP增长情况

图表：中国CPI增长情况

图表：中国人口数量及其构成

图表：中国工业增加值及其增长速度

图表：中国城镇居民可支配收入情况

图表：销售渠道类型

图表：多层次分销渠道

图表：安利（中国）直销模式

图表：特许经营的特点

图表：安利特许经营运作方式

图表：级差制优劣势分析

图表：安利奖金分配制度的弊端

图表：矩阵制优劣势分析

图表：双轨制特点分析

图表：混合制优劣势分析

图表：2015-2019年直销行业市场规模分析

图表：2022-2028年直销行业市场规模预测

图表：2015-2019年中国直销行业供给规模分析

图表：2022-2028年中国直销行业供给规模预测

图表：2015-2019年中国直销行业需求规模分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267477.html>