

2024-2030年中国直销行业销售现状及发展前景分析预测报告

报告大纲

共研网

www.gonyn.com

一、报告简介

官网地址：<https://www.gonyn.com/report/1604142.html>

报告价格：电子版: 8000元 纸介版：8000元 电子和纸介版: 8500元

订购电话: 010-69365838 / 400-700-9228

电子邮箱: kefu@gonyn.com

联系人: 李经理

二、报告目录及图表目录

共研网发布的《2024-2030年中国直销行业销售现状及发展前景分析预测报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

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 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 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 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 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 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 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

2016年排名前五的直销企业为行业贡献了近一半的业绩，前十名的企业业绩总和占行业的68%，说明直销行业内部差异大，巨头企业主导行业。

2016年业绩超过200亿元的企业有4家，21家企业在2-5亿元之间，10家企业业绩不足一亿元。14%的企业位于高业绩区间，32%的企业位于中等业绩区间，54%的企业位于低业绩区间。

2016年直销企业业绩区间分布（亿元）

5.1.3 中国直销行业发展特点分析

5.2 直销行业发展现状

5.2.1 中国直销行业发展热点

5.2.2 中国直销行业发展现状

5.2.3 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 中国直销行业运行指标分析及预测

- 6.1 中国直销行业企业数量分析
 - 6.1.1 中国直销行业企业数量情况
 - 6.1.2 中国直销行业企业竞争结构
- 6.2 中国直销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 中国直销行业市场规模分析及预测
 - 6.3.1 中国直销行业市场规模分析
 - 6.3.2 中国直销行业市场规模预测
- 6.4 中国直销行业市场供需分析及预测
 - 6.4.1 中国直销行业市场供给分析
 - 1、中国直销行业供给规模分析
 - 2、中国直销行业供给规模预测
 - 6.4.2 中国直销行业市场需求分析
 - 1、中国直销行业需求规模分析
 - 2、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——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——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——优莎娜

8.4 T90制度分析

8.4.1 T90制度概念及特点

8.4.2 T90制度优劣势分析

8.4.3 典型企业——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——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 中国直销行业发展趋势与投资机​​会研究

11.1 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

11.2 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
- 11.3 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 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 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 智研咨询建议
 - 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
- 略••••完整报告请咨询客服

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：直销行业市场规模分析

图表：直销行业市场规模预测

图表：中国直销行业供给规模分析

图表：中国直销行业供给规模预测

图表：中国直销行业需求规模分析

图表：中国直销行业需求规模预测

图表：中国直销行业企业数量情况

图表：中国直销行业企业竞争结构

图表：中国直销行业盈利能力分析

图表：中国直销行业运营能力分析

图表：中国直销行业偿债能力分析

详细请访问：<https://www.gonyn.com/report/1604142.html>