

中国直销市场调研与发展前景预测报告 告（2023年）

中国产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 中国直销市场调研与发展前景预测报告（2023年）

报告编号： 1A13532 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：8800 元 纸质+电子版：9000 元

优惠价格： 电子版：7800 元 纸质+电子版：8100 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/2/53/ZhiXiaoShiChangDiaoChaBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

直销是一种销售模式，通过直接面向消费者销售产品或服务，省去了中间环节，降低了成本。近年来，随着互联网技术的发展和消费者购物习惯的变化，直销行业经历了重大变革。传统的面对面直销模式逐渐向线上转移，社交媒体、电商平台成为直销的重要渠道。同时，一些直销企业开始采用多层级营销策略，鼓励消费者成为分销商，以此扩大市场覆盖面。

未来，直销行业将更加注重数字化转型和合规经营。一方面，数字化工具的应用将使直销变得更加高效，包括利用大数据分析消费者行为、通过社交媒体进行精准营销等。另一方面，随着市场监管的加强，直销企业将面临更加严格的审查，合规经营成为持续发展的关键。此外，随着消费者对个性化产品和服务需求的增加，直销企业将更加注重提供定制化解决方案，以满足不同客户群体的需求。

第一部分 行业发展现状

第一章 直销行业发展概述

第一节 直销的定义及分类

- 一、直销的定义
- 二、直销的特性
- 三、非法传销和直销在法律上的区别

第二节 直销产业链分析

- 一、市场特点
- 二、行业经济特性
- 三、产业链结构分析

第三节 直销行业发展成熟度分析

- 一、行业发展周期分析

- 二、行业中外市场成熟度对比
- 三、行业及其主要子行业成熟度分析

第四节 我国直销业发展概况

- 一、我国直销的发展与立法背景
- 二、我国直销公司分类
- 三、我国直销的理性分析
- 四、我国直销企业的资本运营

第二章 世界直销业发展分析

第一节 海外适宜从事直销的国家和地区分析

- 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 全球直销业发展分析

- 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

第三节 国外直销业发展状况分析

- 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

第四节 国外直销业发展的基本情况

- 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”

第三章 我国直销行业发展分析

第一节 2023年我国直销特色分析

- 一、中国直销行业获牌企业概况
- 二、2023年直销步入产品营销时代
- 三、2023年中国特色直销的特点分析
- 四、2023年中国直销发展的周期拐点分析

第二节 中国直销经济的发展规律

- 一、中国直销是经济博弈现象
- 二、中国直销是人本经济现象
- 三、中国直销是辩证运动的经济现象

第四章 我国直销市场发展分析

第一节 开放后的直销市场规范分析

- 一、规范的标准
- 二、规范的措施

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 直销行业细分市场分析

- 一、美容行业直销市场分析
- 二、服装直销企业市场状况
- 三、医药保健品直销市场分析
- 四、互联网时代直销邮件的发展

第五章 直销企业发展分析

第一节 直销企业发展概况

- 一、直销企业的特性分析
- 二、直销企业发展的基点和立足点
- 三、直销企业发展的保障分析
- 四、直销企业的长远销售方向

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
- 五、内资民族直销企业跨国经营的战略依托
- 六、内资民族直销企业跨国经营中的战略路线
- 七、香港在内资民族直销企业中的地位
- 八、内资民族直销企业跨国经营的"雁阵"结构
- 九、内资民族直销企业跨国经营的核心竞争力

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
- 四、产品和市场推广的个性化
- 五、会销企业的规范复制

第六章 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、直销员的增长对直销企业的管理
- 三、渠道管理的重点

第七章 直销行业发展策略分析

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
- 五、直销复合化经营策略
- 六、内资企业的国际化和外资企业中国化策略
- 七、规范经营策略
- 八、有边界的经营创新策略

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

第四节 直销企业发展战略分析

- 一、公益营销战略
- 二、持续发展战略
- 三、直销业整合战略
- 四、运营模式分析

五、走特色之路

第二部分 行业竞争格局

第八章 直销行业竞争分析

第一节 直销行业竞争概况

- 一、营销方式与直销的比较分析
- 二、济研：内资与外资直销企业特点分析
- 三、海外和国内直销制度设计的区别

第二节 直销行业竞争现状

- 一、人才竞争分析
- 二、牌照争夺分析
- 三、品牌竞争分析

第三节 直销行业竞争主流

- 一、卓越的行业影响力
- 二、有力的自我约束机制
- 三、深厚的社会责任感
- 四、持续的生命力
- 五、良好的公众形象
- 六、出色的市场业绩
- 七、直销牌照的取得

第四节 直销企业竞争焦点

- 一、团队
- 二、质量
- 三、牌照
- 四、品牌
- 五、文化

第五节 2022-2023年中国直销行业竞争分析及预测

- 一、2023年直销市场竞争情况分析
- 二、2023年直销市场竞争形势分析
- 三、2022-2023年集中度分析及预测
- 四、2022-2023年swot分析及预测
- 五、2022-2023年进入退出状况分析及预测
- 六、2022-2023年生命周期分析及预测

第九章 直销企业竞争策略分析

第一节 直销市场竞争策略分析

- 一、2023年直销市场增长潜力分析

二、2023年直销主要潜力项目分析

三、现有直销竞争策略分析

四、直销潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 直销企业竞争策略分析

一、“十三五”规划对直销行业竞争格局的影响

二、“十三五”规划直销行业竞争格局的变化

三、2023-2029年我国直销市场竞争趋势

四、2023-2029年直销行业竞争格局展望

五、2023-2029年直销行业竞争策略分析

六、2023-2029年直销企业竞争策略分析

第三节 分析当前直销企业竞争策略

第十章 国内外重点直销企业分析

第一节 美国安利公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第二节 雅芳化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第三节 玫琳凯化妆品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第四节 完美（中国）日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第五节 美国康宝莱保健品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第六节 美国如新集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第七节 健康元药业集团股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第八节 哈药集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第九节 天狮集团有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第十节 南方李锦记有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第十一节 新时代健康产业（集团）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第十二节 香港月朗国际电子商务有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2022-2023年经营状况

四、2023-2029年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 直销行业发展趋势预测

第一节 直销行业前景分析

- 一、未来直销的发展趋势展望
- 二、中国直销未来发展前景广阔
- 三、2023年我国直销产业发展趋势
- 四、2023年中国直销市场发展预测
- 五、2023-2029年直销发展方向探讨
- 六、2023-2029年直销市场规模预测

第二节 2023-2029年直销市场趋势分析

- 一、2022-2023年直销市场趋势总结
- 二、2023-2029年直销发展趋势分析
- 三、2023-2029年直销市场发展空间
- 四、2023-2029年直销产业政策趋向
- 五、2023-2029年直销价格走势分析

第三节 2023-2029年直销市场预测

- 一、2023-2029年直销市场结构预测
- 二、2023-2029年直销市场需求前景
- 三、2023-2029年直销市场价格预测
- 四、2023-2029年直销行业集中度预测

第四节 预测中国直销行业前景

第四部分 投资战略研究

第十二章 直销行业投资现状分析

第一节 2023年直销行业投资情况分析

- 一、2023年总体投资及结构
- 二、2023年投资规模情况
- 三、2023年投资增速情况
- 四、2023年分行业投资分析
- 五、2023年分地区投资分析
- 六、2023年外商投资情况

第二节 2023年直销行业投资情况分析

- 一、2023年总体投资及结构
- 二、2023年投资规模情况
- 三、2023年投资增速情况

四、2023年分行业投资分析

五、2023年分地区投资分析

六、2023年外商投资情况

第十三章 直销行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2022-2023年我国宏观经济运行情况

二、2023-2029年我国宏观经济形势分析

三、2023-2029年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2023年直销行业政策环境

二、2023年国内宏观政策对其影响

三、2023年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2023年社会环境发展分析

三、2023-2029年社会环境对行业的影响分析

第十四章 直销行业投资机会与风险

第一节 直销行业投资效益分析

一、2022-2023年直销行业投资状况分析

二、2023-2029年直销行业投资效益分析

三、2023-2029年直销行业投资趋势预测

四、2023-2029年直销行业的投资方向

五、2023-2029年直销行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响直销行业发展的主要因素

一、2023-2029年影响直销行业运行的有利因素分析

二、2023-2029年影响直销行业运行的稳定因素分析

三、2023-2029年影响直销行业运行的不利因素分析

四、2023-2029年我国直销行业发展面临的挑战分析

五、2023-2029年我国直销行业发展面临的机遇分析

第三节 直销行业投资风险及控制策略分析

一、2023-2029年直销行业市场风险及控制策略

二、2023-2029年直销行业政策风险及控制策略

三、2023-2029年直销行业经营风险及控制策略

四、2023-2029年直销同业竞争风险及控制策略

五、2023-2029年直销行业其他风险及控制策略

第十五章 直销行业投资战略研究

第一节 直销行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对直销品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 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、直销企业的品牌战略
- 五、直销品牌战略管理的策略

第三节 直销行业投资战略研究

- 一、2023年直销行业投资战略
-
- 三、2023-2029年直销行业投资战略
- 四、2023-2029年细分行业投资战略

第四节 中-智-林- 研究当前直销行业投资战略

图表目录

- 图表 直销销售模式图
- 图表 直销、传销、非法传销图
- 图表 知名直销系统一览表
- 图表 2022-2023年世界各国直销市场表现（一）
-
- 图表 世界各国直销人口统计
- 图表 世界各国直销公众形象
- 图表 世界各国消费者在压力下购买情况
- 图表 世界各国消费者购买直销产品的理由
- 图表 世界各国消费者因为社交责任而购买直销产品情况表
- 图表 2023-2029年美国直销营业额与从业人员的变化
- 图表 2023-2029年美国直销产品种类的市场变化
- 图表 2023-2029年美国直销销售方式的多样化发展

图表 2023-2029年美国直销销售主体的变化

图表 2023-2029年美国直销计酬方式的变化

图表 2023-2029年美国直销从业人员的性别比例

图表 2023-2029年美国直销人年龄结构

图表 2023-2029年美国直销从业人员教育程度的变化

图表 2023年美国直销从业人员工作时间的比例

图表 2023-2029年美国直销从业人员工作性质的比例

图表 美国人从事直销的理由

图表 2023年美国直销人婚姻情况

图表 2023-2029年全球直销业的发展变化

图表 英国直销产品种类和销售额

图表 英国直销商销售方式和销售额

图表 英国直销产业销售产品的范围表

图表 2017-2022年国内生产总值增长趋势图

图表 2017-2022年城镇固定资产投资名义增速及实际增速

图表 2017-2022年我国出口累计同比增速对比

图表 2017-2022年社会消费品零售总额实际累计同比增速对比

图表 2017-2022年各国gdp增速

图表 2023年居民消费价格分类指数分析

.....

图表 2023年32家中国直销获牌企业基本资料列表

图表 获准的15家在官方网站发布声明但尚未获得牌照的企业

图表 中国美容业直销模式图

图表 直销对于本土化妆品、保健品等企业机遇与挑战

图表 直销渠道分布图

图表 直销企业管理制度模块

图表 直销企业管理操作流程

图表 安利的直销模式

图表 安利佣金计算方法

图表 安利（中国）美誉度调查结果

图表 安利美誉影响因素

图表 雅芳直销员计酬制度

图表 如新集团业务涵盖范围

图表 如新直销模式

略.....

订阅“中国直销市场调研与发展前景预测报告（2023年）”，编号：1A13532，

请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/2/53/ZhiXiaoShiChangDiaoChaBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！