

# 2019-2025年中国直销行业市场专项调研及投资前景分析报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2019-2025年中国直销行业市场专项调研及投资前景分析报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201901/711606.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 400-700-9383、010-60343812、010-60343813

电子邮箱: kefu@chyxx.com

联系人: 刘老师

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（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。

智研咨询发布的《2019-2025年中国直销行业市场专项调研及投资前景分析报告》共十七章。首先介绍了直销行业发展环境、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：

第一部分发展现状与前景分析

第一章全球直销行业发展分析

第一节2018年全球直销市场分析

一、2018年全球直销市场回顾

二、2018年全球直销市场环境

三、2018年全球直销销售分析

四、2018年全球直销市场规模

第二节2019年全球直销市场分析

一、2019年全球直销需求分析

二、2019年全球直销市场规模

三、2019年全球直销品牌分析

四、2019年中外直销市场对比

第三节部分国家地区直销行业发展状况

一、2019年美国直销行业发展分析

二、2019年欧洲直销行业发展分析

三、2019年日本直销行业发展分析

四、2019年韩国直销行业发展分析

第二章我国直销行业发展现状

第一节我国直销行业发展现状

一、直销行业品牌发展现状

## 二、直销行业消费市场现状

### 三、直销市场消费层次分析

### 四、我国直销市场走向分析

## 第二节我国直销行业发展状况

### 一、2018年中国直销行业发展回顾

### 二、2018年直销行业发展情况分析

### 三、2018年我国直销市场特点分析

### 四、2019年我国直销市场发展分析

## 第三节中国直销行业供需分析

### 一、2018年中国直销市场供给总量分析

### 二、2018年中国直销市场供给结构分析

### 三、2019年中国直销市场需求总量分析

### 四、2019年中国直销市场需求结构分析

### 五、2019年中国直销市场供需平衡分析

## 第三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

### 第四章中国直销消费市场分析

#### 第一节直销行业产品目标客户群体调查

##### 一、不同收入水平消费者偏好调查

##### 二、不同年龄的消费者偏好调查

##### 三、不同地区的消费者偏好调查

#### 第二节直销市场消费需求分析

##### 一、直销市场的消费需求变化

##### 二、直销行业的需求情况分析

##### 三、2019年直销品牌市场消费需求分析

#### 第三节直销消费市场状况分析

##### 一、直销行业消费特点

##### 二、直销消费者分析

##### 三、直销消费结构分析

##### 四、直销消费的市场变化

##### 五、直销市场的消费方向

#### 第四节直销行业产品的品牌市场调查

##### 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

##### 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

##### 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

##### 四、消费者经常购买的品牌调查

##### 五、直销行业品牌忠诚度调查

##### 六、直销行业品牌市场占有率调查

##### 七、消费者的消费理念调研

### 第五章中国直销行业区域市场分析

#### 第一节华北地区直销行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展现状分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2019-2025年市场需求情况分析

##### 四、2019-2025年行业发展前景预测

##### 五、2019-2025年行业投资风险预测

#### 第二节东北地区直销行业分析

##### 一、2015-2019年行业发展现状分析

##### 二、2015-2019年市场规模情况分析

##### 三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第三节华东地区直销行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第四节华南地区直销行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第五节华中地区直销行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第六节西南地区直销行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第七节西北地区直销行业分析

一、2015-2019年行业发展现状分析

二、2015-2019年市场规模情况分析

三、2019-2025年市场需求情况分析

四、2019-2025年行业发展前景预测

五、2019-2025年行业投资风险预测

第六章直销行业投资与发展前景分析

第一节2019年直销行业投资情况分析

一、2019年直销行业总体投资结构

- 二、2019年直销行业投资规模情况
- 三、2019年直销行业投资增速情况
- 四、2019年直销分行业投资分析
- 五、2019年直销分地区投资分析
- 第二节直销行业投资机会分析
  - 一、直销投资项目分析
  - 二、可以投资的直销模式
  - 三、2019-2025年直销投资机会
  - 四、2019-2025年直销细分行业投资机会
  - 五、2019-2025年直销投资新方向
- 第三节直销行业发展前景分析
  - 一、直销市场前景分析
  - 二、我国直销市场蕴藏的商机
  - 三、2019年直销市场面临的发展商机
  - 四、2019-2025年直销市场面临的发展商机
- 第二部分市场竞争格局与形势
- 第七章直销行业竞争格局分析
  - 第一节直销行业集中度分析
    - 一、直销市场集中度分析
    - 二、直销企业集中度分析
    - 三、直销区域集中度分析
  - 第二节直销行业主要企业竞争力分析
    - 一、重点企业资产总计对比分析
    - 二、重点企业从业人员对比分析
    - 三、重点企业全年营业收入对比分析
    - 四、重点企业利润总额对比分析
    - 五、重点企业综合竞争力对比分析
  - 第三节直销行业竞争格局分析
    - 一、2018年直销行业竞争分析
    - 二、2018年中外直销产品竞争分析
    - 三、2019年国内外直销竞争分析
    - 四、2019年我国直销市场竞争分析
    - 五、2019年我国直销市场集中度分析
    - 六、2019-2025年国内主要直销企业动向
- 第八章2015-2019年中国直销行业发展形势分析

## 第一节直销行业发展概况

- 一、直销行业发展特点分析
- 二、直销行业投资现状分析
- 三、直销行业总产值分析
- 四、直销行业技术发展分析

## 第二节2015-2019年直销行业市场情况分析

- 一、直销行业市场发展分析
- 二、直销市场存在的问题
- 三、直销市场规模分析

## 第三节2015-2019年直销产销状况分析

- 一、直销产量分析
- 二、直销产能分析
- 三、直销市场需求状况分析

## 第四节产品发展趋势预测

- 一、产品发展新动态
- 二、技术新动态
- 三、产品发展趋势预测

## 第三部分赢利水平与企业分析

### 第九章中国直销所属行业整体运行指标分析

#### 第一节2015-2019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、行业生产规模分析

#### 第二节2015-2019年中国直销所属行业产销分析

- 一、行业产成品情况总体分析
- 二、行业产品销售收入总体分析

#### 第三节2015-2019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
- 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

### 第十章直销行业赢利水平分析

#### 第一节成本分析

- 一、2015-2019年直销原材料价格走势
- 二、2015-2019年直销行业人工成本分析

#### 第二节产销运存分析

一、2015-2019年直销行业产销情况

二、2015-2019年直销行业库存情况

三、2015-2019年直销行业资金周转情况

第三节盈利水平分析

一、2015-2019年直销行业价格走势

二、2015-2019年直销行业营业收入情况

三、2015-2019年直销行业毛利率情况

四、2015-2019年直销行业赢利能力

五、2015-2019年直销行业赢利水平

六、2019-2025年直销行业赢利预测

第十一章直销行业盈利能力分析

第一节2015-2019年中国直销行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节2015-2019年中国直销行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节2015-2019年中国直销行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节2015-2019年中国直销行业产值利税率分析

一、产值利税率分析

二、不同规模企业产值利税率比较分析

三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十二章国外重点直销企业分析

第一节美国安利公司

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第二节雅芳化妆品有限公司

一、企业概况

二、经营状况分析

### 三、发展战略分析

#### 第三节玫琳凯化妆品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第四节完美（中国）日用品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第五节美国康宝莱保健品有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第六节美国如新集团

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

### 第十三章国内直销重点企业分析

#### 第一节健康元药业集团股份有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第二节哈药集团有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第三节天狮集团有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第四节南方李锦记有限公司

##### 一、企业概况

##### 二、经营状况分析

##### 三、发展战略分析

#### 第五节新时代健康产业（集团）有限公司

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第六节香港月朗国际电子商务有限公司

一、企业概况

二、经营状况分析

三、发展战略分析

第四部分投资策略与风险预警

第十四章直销行业投资策略分析

第一节行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

第二节行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、行业SWOT分析

四、行业五力模型分析

第三节直销行业投资效益分析

一、2019年直销行业投资状况分析

二、2019年直销行业投资效益分析

三、2019-2025年直销行业投资方向

四、2019-2025年直销行业投资建议

第十五章直销行业投资风险预警

第一节影响直销行业发展的主要因素

一、影响直销行业运行的有利因素

二、影响直销行业运行的稳定因素

三、影响直销行业运行的不利因素

四、我国直销行业发展面临的挑战

五、我国直销行业发展面临的机遇

第二节直销行业投资风险预警

一、2019-2025年直销行业市场风险预测

二、2019-2025年直销行业政策风险预测

三、2019-2025年直销行业经营风险预测

四、2019-2025年直销行业技术风险预测

五、2019-2025年直销行业竞争风险预测

六、2019-2025年直销行业其他风险预测

第五部分发展趋势与规划建议

第十六章直销行业发展趋势分析

第一节2019-2025年中国直销市场趋势分析

一、2015-2019年我国直销市场趋势总结

二、2019-2025年我国直销发展趋势分析

第二节2019-2025年直销产品发展趋势分析

一、2019-2025年直销产品技术趋势分析

二、2019-2025年直销产品价格趋势分析

第三节2019-2025年中国直销行业供需预测

一、2019-2025年中国直销供给预测

二、2019-2025年中国直销需求预测

三、2019-2025年中国直销价格预测

第四节2019-2025年直销行业规划建议

一、直销行业“十三五”整体规划

二、直销行业“十三五”规划预测

三、2019-2025年直销行业规划建议

第十七章直销企业管理策略建议（ZY LII）

第一节市场策略分析

一、直销价格策略分析

二、直销渠道策略分析

第二节销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节提高直销企业竞争力的策略

一、提高中国直销企业核心竞争力的对策

二、直销企业提升竞争力的主要方向

三、影响直销企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高直销企业竞争力的策略

第四节对我国直销品牌的战略思考

一、直销实施品牌战略的意义（ZY LII）

二、直销企业品牌的现状分析

三、我国直销企业的品牌战略

四、直销品牌战略管理的策略

部分图表目录：

图表：直销产业链分析

图表：直销行业生命周期

图表：2015-2019年中国直销行业市场规模

图表：2015-2019年全球直销产业市场规模

图表：2015-2019年直销重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国直销行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国直销行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国直销行业资产情况分析

图表：2015-2019年中国直销竞争力分析

图表：2019-2025年中国直销市场前景预测

图表：2019-2025年中国直销市场价格走势预测

图表：2019-2025年中国直销发展前景预测

图表：2013-2019年美国直销市场销售规模

图表：2019-2025年美国直销市场销售规模预测

图表：2013-2019年英国直销市场规模

图表：2013-2019年英国直销市场占全球和欧洲份额比较

图表：2019-2025年英国直销市场规模预测

图表：2019-2025年英国直销市场规模及其预测趋势图

图表：2013-2019年德国直销市场规模

图表：2013-2019年德国直销市场占全球和欧洲份额比较

图表：2019-2025年德国直销市场规模预测

图表：2019-2025年德国直销市场规模及其预测趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201901/711606.html>