

2018-2024年中国直销市场 深度评估与发展趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2018-2024年中国直销市场深度评估与发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/maoyi/W91894EMKT.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

2005-2016年间直销行业规模不断壮大，行业业绩持续增长，但增长率至2013年达到峰值后，已经连续三年回落，2016年行业业绩增长率为9.7%，为2006年之后的最低点，表明我国直销行业已经告别高速增长，进入行业发展新阶段。但直销行业总业绩占GDP的比重逐年上升，这也说明直销行业在国民经济中的重要性与日俱增。2005-2016年直销行业总业绩及增长率

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国直销市场深度评估与发展趋势预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

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 2016年全球直销市场分析一、2016年全球直销市场回顾二、2016年全球直销市场环境三、2016年全球直销销售分析四、2016年全球直销市场规模 第二节 2017年全球直销市场分析一、2017年全球直销需求分析二、2017年全球直销市场规模三、2017年全球直销品牌分析四、2017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、2017年美国直销行业发展分析二、2017年欧洲直销行业发展分析三、2017年日本直销行业发展分析四、2017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、2016年中国直销行业发展回顾2005-2016年直销行业总业绩占GDP比例二、2016年直销行业发展情况分析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）三、2016年我国直销市场特点分析四、2017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、2016年中国直销市场供给总量分析二、2016年中国直销市场供给结构分析三、2017年中国直销市场需求总量分析四、2017年中国直销市场需求结构分析五、2017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、2017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、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投资风险预测第二节 东北地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投资风险预测第三节 华东地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投资风险预测第四节 华南地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投资风险预测第五节 华中地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投

投资风险预测第六节 西南地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024年行业投资风险预测第七节 西北地区直销行业分析一、2015-2017年行业发展现状分析二、2015-2017年市场规模情况分析三、2018-2024年市场需求情况分析四、2018-2024年行业发展前景预测五、2018-2024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 2017年直销行业投资情况分析一、2017年直销行业总体投资结构二、2017年直销行业投资规模情况三、2017年直销行业投资增速情况四、2017年直销分行业投资分析五、2017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、2018-2024年直销投资机会四、2018-2024年直销细分行业投资机会五、2018-2024年直销投资新方向第三节 直销行业发展前景分析一、直销市场发展前景分析二、我国直销市场蕴藏的商机三、2017年直销市场面临的发展商机四、2018-2024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、2016年直销行业竞争分析二、2016年中外直销产品竞争分析三、2017年国内外直销竞争分析四、2017年我国直销市场竞争分析五、2017年我国直销市场集中度分析六、2018-2024年国内主要直销企业动向第八章 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 中国直销行业整体运行指标分析第一节 2015-2017年中国直销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 2015-2017年中国直销行业产销分析一、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 2015-2017年中国直销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、2015-2017年直销原材料价格走势二

、2015-2017年直销行业人工成本分析第二节 产销运存分析一、2015-2017年直销行业产销情况二、2015-2017年直销行业库存情况三、2015-2017年直销行业资金周转情况第三节 盈利水平分析一、2015-2017年直销行业价格走势二、2015-2017年直销行业营业收入情况三、2015-2017年直销行业毛利率情况四、2015-2017年直销行业赢利能力五、2015-2017年直销行业赢利水平六、2018-2024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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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、2017年直销行业投资状况分析二、2017年直销行业投资效益分析三、2018-2024年直销行业投资方向四、2018-2024年直销行业投资建议第四节 直销行业投资策略研究

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、2018-2024年直销行业市场风险预测二、2018-2024年直销行业政策风险预测三、2018-2024年直销行业经营风险预测四、2018-2024年直销行业技术风险预测五、2018-2024年直销行业竞争风险预测六、2018-2024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 2018-2024年中国直销市场趋势分析一、2015-2017年我国直销市场趋势总结二、2018-2024年我国直销发展趋势分析第二节 2018-2024年直销产品发展趋势分析一、2018-2024年直销产品技术趋势分析二、2018-2024年直销产品价格趋势分析第三节 2018-2024年中国直销行业供需预测一、2018-2024年中国直销供给预测二、2018-2024年中国直销需求预测三、2018-2024年中国直销价格预测第四节 2018-2024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、2018-2024年直销行业规划建议

第十七章 直销企业管理策略建议第一节 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

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：2015-2017年中国直销行业市场规模
图表：2015-2017年全球直销产业市场规模
图表：2015-2017年直销重要数据指标比较
图表：2015-2017年中国直销行业销售情况分析
图表：2015-2017年中国直销行业利润情况分析
图表：2015-2017年中国直销行业资产情况分析
图表：2015-2017年中国直销竞争力分析
图表：2018-2024年中国直销市场前景预测
图表：2018-2024年中国直销市场价格走势预测
图表：2018-2024年中国直销发展前景预测
图表：2013-2017年美国直销市场销售规模
图表：2018-2024年美国直销市场销售规模预测
图表：2013-2017年英国直销市场规模
图表：2013-2017年英国直销市场占全球和欧洲份额比较
图表：2018-2024年英国直销市场规模预测
图表：2018-2024年英国直销市场规模及其预测趋势
图表：2013-2017年德国直销市场规模
图表：2013-2017年德国直销市场占全球和欧洲份额比较
图表：2018-2024年德国直销市场规模预测
图表：2018-2024年德国直销市场规模及其预测趋势
图表：2013-2017年日本直销市场规模
图表：2013-2017年日本直销市场占全球和亚洲份额比较
图表：2018-2024年日本直销市场规模预测
图表：2018-2024年日本直销市场规模趋势预测
图表：2013-2017年中国直销市场规模
图表：2013-2017年中国直销市场占全球和亚洲份额比较
图表：2018-2024年中国直销市场规模预

测图表：2018-2024年中国直销市场规模趋预测势图更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/W91894EMKT.html>