



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2016-2022年中国直销产业发展 现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2016-2022年中国直销产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/279519.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

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。

直销模式从进入中国市场就迎来快速发展步伐，成长迅速，尤其是政府通过政策引导，促使直销行业朝着稳健良性的方向前进。国家始终严厉取缔和打击非法传销，避免扰乱市场秩序；另一方面，通过对直销的正面宣传和知识普及，社会对直销的认可度也获得了空前的提升，这大大调动了直销人员从事直销的积极性。

未来，中国直销行业市场规模将会继续扩大。首先，从全球GDP方面来看，中国是仅次于美国的第二大经济体，就发展规模和速度而言，确定了直销行业未来市场总容量的巨大空间。其次，国家在“十二五”发展规划中，提出转变经济增长方式，从投资和出口导向型经济增长模式向消费、扩大内需方向发展，这必然给直销行业带来广阔发展空间。

制造商在向公众进行一定诉求的基础上，直接与目标客户沟通，以达到实践消费的营销活动。

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1章 直销的相关概述

#### 1.1 直销的定义

##### 1.1.1 台湾直销协会的定义

##### 1.1.2 香港直销协会的定义

##### 1.1.3 世界直销联盟对直销的定义

#### 1.2 直销的特征及优势

##### 1.2.1 直销的基本特征

##### 1.2.2 直销具有独特优势

##### 1.2.3 直销与传统市场营销的区别

## 1.3 直销与非法传销的区别分析

### 1.3.1 直销与传销的概念区别

### 1.3.2 直销和传销的区别

### 1.3.3 金字塔式销售定义

### 1.3.4 合法直销事业与非法金字塔式销售区别

## 1.4 直销的商德守则

### 1.4.1 概念

### 1.4.2 行为

### 1.4.3 公司

### 1.4.4 原则

### 1.4.5 责任

## 1.5 世界直销联盟的概况及职能

### 1.5.1 世界直销联盟的概况

### 1.5.2 世界直销联盟的职能

### 1.5.3 与中国直销市场的关系

## 第2章 国际直销业的相关法规分析及立法情况

### 2.1 世界直销业相关法规综合分析

#### 2.1.1 直销中的违法现象

#### 2.1.2 反金字塔法

#### 2.1.3 冷静期法规

#### 2.1.4 敲门访问销售问题

### 2.2 世界直销立法概况

#### 2.2.1 美国

#### 2.2.2 欧洲

#### 2.2.3 亚洲

#### 2.2.4 世界直销商的约法

## 第3章 解读中国直销立法

### 3.1 中国直销立法及监管概况

#### 3.1.1 中国直销业立法的背景及历程

#### 3.1.2 北方7省市签署规范直销合作协议

- 3.1.3 直销监管局联合多方力量抵制网络传销
- 3.1.4 中国直销法规的核心特征解析
- 3.1.5 中国直销立法的意义及影响
- 3.1.6 我国直销立法亟待进一步完善
- 3.2 中国直销法规的形式主义缺陷简析
  - 3.2.1 陷入困境的管制技术——形式定义与准入制
  - 3.2.2 粗犷严厉管制模式的必然结局
  - 3.2.3 粗犷严厉管制模式的根源
- 3.3 直销业的相关法规
  - 3.3.1 《直销管理条例》
  - 3.3.2 《禁止传销条例》
  - 3.3.3 《直销企业保证金存缴、使用管理办法》
  - 3.3.4 《直销员业务培训管理办法》
  - 3.3.5 《直销企业信息报备、披露管理办法》
  - 3.3.6 《国家工商总局关于加强直销监管工作的意见》
- 3.4 解读《直销管理条例》
  - 3.4.1 出台《直销管理条例》的原因及指导思想
  - 3.4.2 直销企业及其分支机构的设立条件
  - 3.4.3 条例对直销员的一些规定
  - 3.4.4 条例规定的监管措施和法律责任
- 3.5 《禁止传销条例》解读
  - 3.5.1 制定《禁止传销条例》的原因及指导思想
  - 3.5.2 条例对地方各级人民政府及其有关部门的要求
  - 3.5.3 条例规定的查处措施及法律责任
  - 3.5.4 贯彻实施好条例的具体措施

## 第4章 2012-2015年世界直销业发展分析

- 4.1 世界直销业发展概述
  - 4.1.1 世界直销行业总体发展状况
  - 4.1.2 主要国家直销业发展情况
  - 4.1.3 全球直销业百强企业分析
  - 4.1.4 世界直销新模式分析

#### 4.1.5 世界直销业的六大走势

### 4.2 美国直销业

#### 4.2.1 美国直销业的产生及发展

#### 4.2.2 美国直销行业持续快速发展

#### 4.2.3 美国直销业动摇商场地位

#### 4.2.4 美国葡萄酒直销市场景气上升

### 4.3 日本直销业

#### 4.3.1 日本直销业的发展回顾

#### 4.3.2 日本直销业发展近况

#### 4.3.3 日本直销市场发生变化

### 4.4 中国台湾直销业

#### 4.4.1 台湾直销发展历史

#### 4.4.2 台湾直销协会大力推进市场发展

#### 4.4.3 台湾直销行业发展格局

#### 4.4.4 台湾直销所面临的问题

## 第5章 2012-2015年中国直销行业发展分析

### 5.1 中国直销业发展的背景

#### 5.1.1 中国直销业发展的几个阶段

#### 5.1.2 中国直销业兴起的背景及必然性

#### 5.1.3 直销业发展有利于刺激消费繁荣经济

#### 5.1.4 中国直销业保持增长的原因探析

#### 5.1.5 我国直销企业积极步入低碳经济轨道

### 5.2 中国直销市场机制分析

#### 5.2.1 中国直销市场机制全面透析

#### 5.2.2 直销行业中的垄断势力分析

#### 5.2.3 直销市场的民间消费势力综合分析

#### 5.2.4 直销市场中的政府管制势力

### 5.3 2012-2015年中国直销行业分析

#### 5.3.1 2013年中国直销市场发展特征及热点

#### 5.3.2 2014年中国直销行业发展分析

#### 5.3.3 2015年中国直销行业发展动态

## 5.4 影响中国直销业发展的因素

### 5.4.1 宏观经济环境

### 5.4.2 政策法规

### 5.4.3 直销企业发展要素

### 5.4.4 社会环境

## 5.5 2012-2015年中国直销业发展的整体格局分析

### 5.5.1 拿牌企业成为中国直销发展的主导力量

### 5.5.2 未获牌直销企业受市场和政策的双重挤压

### 5.5.3 灰色准直销企业的生存状况

### 5.5.4 直销行业的第二梯队发展现状

## 5.6 2012-2015年直销业竞争状况分析

### 5.6.1 中国直销业竞争升级

### 5.6.2 直销业的竞争焦点分析

### 5.6.3 中国直销企业面临的竞争威胁剖析

### 5.6.4 国际直销巨头加速拓展中国市场

### 5.6.5 直销市场未来竞争展望

## 5.7 直销行业面临的问题及发展对策

### 5.7.1 中国直销行业发展面临的挑战

### 5.7.2 国内直销市场混乱格局的原因分析

### 5.7.3 我国直销企业运营中存在的主要问题

### 5.7.4 中国直销业可持续发展的措施思路

### 5.7.5 我国直销企业应坚持安全有序发展

### 5.7.6 进一步规范我国直销业发展的策略

## 第6章 2012-2015年美容化妆品直销分析

### 6.1 直销业与美容业的相关性分析

#### 6.1.1 直销业与美容业的相同点浅析

#### 6.1.2 直销业与美容业嫁接的可能性分析

#### 6.1.3 美容业是直销行业的发展热土

### 6.2 2012-2015年美容化妆品直销发展状况分析

#### 6.2.1 美容化妆品营销向直销模式转变

#### 6.2.2 中国化妆品直销市场发展综述

- 6.2.3 我国化妆品电视直销运作透析
- 6.2.4 品牌化妆品企业争相发力网络直销
- 6.2.5 直销业竞争焦点转向高端化妆品领域
- 6.2.6 美容化妆品直销业投资预测
- 6.3 美容化妆品直销盛行的原因及消费者分析
  - 6.3.1 中国美容化妆品业直销盛行的原因解析
  - 6.3.2 美容化妆品直销的体系先进性
  - 6.3.3 消费心理的成熟与理性选择是前提
  - 6.3.4 直销能够给消费者带来诸多好处
- 6.4 美容化妆品直销存在的问题及对策
  - 6.4.1 美容化妆品直销模式面临的挑战
  - 6.4.2 中国美容化妆品业引入直销模式的风险
  - 6.4.3 美容化妆品业应完善与直销的模式嫁接
  - 6.4.4 直销环境下中国美容业的发展对策

## 第7章 2012-2015年保健品直销分析

- 7.1 2012-2015年中国保健品直销市场综合分析
  - 7.1.1 中国保健品市场发展综述
  - 7.1.2 直销法给保健品市场带来的影响
  - 7.1.3 保健品直销模式的主要优势
  - 7.1.4 我国保健品直销市场竞争加剧
  - 7.1.5 中国保健品直销趋势预测展望
- 7.2 2012-2015年医药保健品直销
  - 7.2.1 中国医药保健品业的机遇与发展解析
  - 7.2.2 大型医药保健品企业加入直销大军
  - 7.2.3 医药保健品直销路途坎坷
  - 7.2.4 药店面对保健品直销挑战的对策
- 7.3 保健品直销行业存在的问题及对策
  - 7.3.1 保健品行业向直销转型面临的问题
  - 7.3.2 中草药保健品直销面临的环境及挑战
  - 7.3.3 保健品直销的关键在于服务理念
  - 7.3.4 保健品直销应重视研发与教育



### 7.3.5 保健品直销需要重视品牌运作

## 第8章 直销业经营模式解析

### 8.1 直销模式发展综合分析

#### 8.1.1 直销经营的单层与多层模式对比分析

#### 8.1.2 直销模式在中国的变形过程

#### 8.1.3 中国直销模式与传统营销模式的契合分析

#### 8.1.4 传统直销作业模式运作的困惑

#### 8.1.5 直销模式的效率低下问题解析

### 8.2 直销经营模式与策略

#### 8.2.1 电视直销的营销策略

#### 8.2.2 会议直销的管理升级

#### 8.2.3 定制直销模式

#### 8.2.4 网络直销的特点及优点

#### 8.2.5 市场化经营下的家庭直销模式

#### 8.2.6 直销商心理定位模式分析

### 8.3 直销业的几种制度分析

#### 8.3.1 直销制度的特性

#### 8.3.2 直销业奖励制度的分类特性

#### 8.3.3 直销级差奖金制度中的归零和累计方式解析

#### 8.3.4 双轨制度的发展与演变

#### 8.3.5 解析矩阵制度的弊端

### 8.4 直销业企业经营模式评析

#### 8.4.1 直销立法环境下的安利与雅芳模式解析

#### 8.4.2 安利传统直销模式分析

#### 8.4.3 戴尔公司直销模式的发展

## 第9章 2012-2015年直销行业重点企业分析

### 9.1 安利

#### 9.1.1 公司简介

#### 9.1.2 安利在营状况简析

#### 9.1.3 安利的大市场营销策略解析

- 9.1.4 安利直销的广告策略透析
- 9.2 雅芳
  - 9.2.1 公司简介
  - 9.2.2 2013年雅芳公司经营状况分析
  - 9.2.3 2014年雅芳公司经营状况分析
  - 9.2.4 2015年雅芳公司经营状况分析
  - 9.2.5 雅芳在中国市场深陷泥沼
- 9.3 玫琳凯
  - 9.3.1 公司简介
  - 9.3.2 玫琳凯中国直销模式在探索中前行
  - 9.3.3 玫琳凯中国启用移动电子商务平台
  - 9.3.4 2013年玫琳凯在华展开新一轮投资
  - 9.3.5 玫琳凯的面对面直销模式解析
- 9.4 完美
  - 9.4.1 公司简介
  - 9.4.2 完美直销模式的本土化分析
  - 9.4.3 完美公司专卖店扩张情况
  - 9.4.4 完美公司新建医药研发生产基地
- 9.5 天狮集团
  - 9.5.1 公司简介
  - 9.5.2 天狮集团的经营策略解析
  - 9.5.3 天狮集团保健品的直销模式分析
- 9.6 其他直销企业介绍
  - 9.6.1 爱茉莉太平洋集团
  - 9.6.2 无限极（中国）有限公司
  - 9.6.3 中脉科技集团
  - 9.6.4 三生（中国）健康产业有限公司
  - 9.6.5 广东九极日用保健品有限公司
  - 9.6.6 新时代健康产业（集团）有限公司

## 第10章 直销行业投资及前景分析(AK WZY)

- 10.1 资本并购下的直销市场

- 10.1.1 直销市场并购案例盘点
- 10.1.2 中国直销市场的并购模式透析
- 10.1.3 直销立法对中国直销市场并购的影响
- 10.1.4 其它法律法规对并购市场的影响
- 10.2 其他行业涉足直销市场
  - 10.2.1 服装直销市场潜力巨大
  - 10.2.2 航空公司布局直销节约成本
  - 10.2.3 直销渠道提升车险销售盈利空间
  - 10.2.4 家居行业直销模式
- 10.3 中国直销市场的风险分析
  - 10.3.1 中国直销风险的来源和分类
  - 10.3.2 中国直销风险偏好及投资者分类
  - 10.3.3 直销行业面临的投资壁垒分析
  - 10.3.4 中国直销风险的防范及规避措施
- 10.4 2016-2022年直销业趋势预测趋势分析
  - 10.4.1 中国直销市场趋势预测展望
  - 10.4.2 未来中国直销业持续快速发展的动因
  - 10.4.3 欧债危机给我国直销业带来发展契机
  - 10.4.4 2016-2022年中国直销行业预测分析

图表目录：

- 图表：美国直销营业额情况
- 图表：美国直销从业人员情况
- 图表：美国直销业1年、5年和10年的成长率
- 图表：美国直销业主要产品种类及比较
- 图表：台湾直销业面临问题的调查统计
- 图表：中国保健品行业的生命周期
- 图表：宽五矩阵每人推荐五人的可能性图表示意
- 图表：安利公司个人销售佣金量
- 图表：安利公司个人报酬计算——以A为例
- 图表：2010-2015年雅芳综合损益表
- 图表：2010-2015年雅芳不同地区收入和营业利润情况

图表：2011-2015年雅芳合并损益表

图表：2011-2015年雅芳主要市场销售额及利润情况

图表：2014-2016年1季度雅芳合并损益表

图表：2014-2016年1季度雅芳主要市场销售额及利润情况

图表：2014-2016年1季度雅芳不同产品收入情况

图表：2016-2022年中国直销企业销售收入预测

略&middot;&middot;&middot;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279519.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景；

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴；

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度, 众多新老客户。