

中国直销行业市场发展现状及消费需求与投资前景研究报告(2024-2029版)

报告简介

直销(Direct

Selling), 按世界直销联盟的定义, 直销指以面对面且非定点之方式, 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。目前我国准许的直销产品有6大类, 化妆品和保健品占据主要地位。根据商务部、工商总局发布的最新公告显示: 我国目前允许通过直销进行销售的产品包括化妆品、保健食品、保洁用品、保健器材、小型厨具和家用电器等六大类产品。其中, 化妆品和保健品占据着主要地位, 两者合计所占比例超过80%。

从中央和各行各业的政策来看, 放宽准入、鼓励各市场要素发挥活力既是我国当前的大潮, 未来政策还将更开放、更宽松。当前直销领域的收紧, 可能只是相对放缓。因为直销的监管总的来说应该是跟大方向相互一致的。特别是在当前我国经济面临下行压力, 国家正通过减税降费、鼓励创新创业、支持民营经济发展以及鼓励高新技术发展来应对各种挑战。直销是直接帮助制造业与终端消费者链接的重要通路, 放开直销, 必然有助于激活内需, 帮助众多企业盘活资源。因此相信, 未来直销放宽准入的大方向不会变。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写, 在大量周密的市场调研基础上, 主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、世界直销协会联合会(WFDSA)、51行业报告网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据, 客观、多角度地对中国直销市场进行了分析研究。报告在总结中国直销发展历程的基础上, 结合新时期的各方面因素, 对中国直销的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告既有深入的分析, 又有直观的比较, 为直销企业在激烈的市场竞争中洞察先机, 能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

报告目录

第一章 直销行业发展综述

第一节 直销行业相关概述

一、行业研究范围界定

二、直销的分类

三、直销行业的特点分析

第二节 直销行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

1、行业管理体制

2、行业相关政策及解析

3、行业发展规划及解析

二、行业经济环境分析

1、中国gdp增长情况分析

2、中国cpi波动情况分析

3、居民人均收入增长情况分析

4、经济环境影响分析

三、行业社会环境分析

1、中国人口发展分析

(1)中国人口规模

(2)中国人口年龄结构

(3)中国人口健康状况

(4)中国人口老龄化进程

2、中国城镇化发展状况

3、中国居民消费习惯分析

第二章 当代背景下直销的发展机会分析

第一节 直销政策及其实施情况

一、直销相关政策解读

二、直销计划实施成果解读

第二节 直销在国民经济中的地位及作用分析

一、直销内涵与特征

二、直销与经济的关系分析

第三节 国内环境背景下直销发展的swot分析

一、国家战略对直销产业的影响分析

1、对直销市场资源配置的影响

2、对直销产业市场格局的影响

3、对直销产业发展方式的影响

二、直销国家战略背景下直销发展的swot分析

1、直销发展的优势分析

2、直销发展的劣势分析

3、直销发展的机遇分析

4、直销发展面临的挑战

第三章 国际直销行业发展分析

第一节 国际直销行业发展环境分析

一、全球人口状况分析

二、国际宏观经济环境分析

1、国际宏观经济发展现状

2、国际宏观经济发展预测

3、国际宏观经济发展对行业的影响分析

第二节 国际直销行业发展现状分析

一、国际直销行业发展概况

二、主要国家直销行业的经济效益分析

三、国际直销行业的发展趋势分析

第三节 主要国家及地区直销行业发展状况及经验借鉴

一、美洲直销行业发展分析

二、欧洲直销行业发展分析

三、亚洲直销行业发展分析

第四章 2023年中国直销行业发展现状分析

第一节 中国直销行业发展概况

一、中国直销行业发展趋势

二、中国直销发展状况

1、直销行业发展规模

2、直销行业供需状况

第二节 中国直销运营分析

一、中国直销经营模式分析

二、中国直销经营项目分析

三、中国直销运营存在的问题

第五章 互联网对直销的影响分析

第一节 互联网对直销行业的影响

一、智能直销设备发展情况分析

1、智能直销设备发展概况

2、主要直销app应用情况

二、直销智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、直销app模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

三、智能设备对直销行业的影响分析

1、智能设备对直销行业的影响

2、直销智能设备的发展趋势分析

第二节 互联网+直销发展模式分析

一、互联网+直销商业模式解析

1、直销o2o模式分析

(1)运行方式

(2)盈利模式

2、智能联网模式

(1)运行方式

(2)盈利模式

二、互联网+直销案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

4、案例四

5、案例五

三、互联网背景下直销行业发展趋势分析

第六章 中国直销需求与消费者偏好调查

第一节 直销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 直销产品的品牌市场调查

一、消费者对直销品牌认知度宏观调查

二、消费者对直销产品的品牌偏好调查

三、消费者对直销品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、直销品牌忠诚度调查

六、直销品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

第七章 中国重点城市直销市场分析

第一节 北京市直销市场分析

一、北京市直销行业需求分析

二、北京市直销发展情况

三、北京市直销存在的问题与建议

第二节 上海市直销市场分析

一、上海市直销行业需求分析

二、上海市直销发展情况

三、上海市直销存在的问题与建议

第三节 天津市直销市场分析

一、天津市直销行业需求分析

二、天津市直销发展情况

三、天津市直销存在的问题与建议

第四节 深圳市直销市场分析

一、深圳市直销行业需求分析

二、深圳市直销发展情况

三、深圳市直销存在的问题与建议

第五节 重庆市直销市场分析

一、重庆市直销行业需求分析

二、重庆市直销发展情况

三、重庆市直销存在的问题与建议

第八章 中国领先企业直销经营分析

第一节 中国直销总体状况分析

一、企业规模分析

二、企业类型分析

三、企业性质分析

第二节 领先直销经营状况分析

一、康宝莱(中国)保健品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

二、完美(中国)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

三、无限极(中国)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

四、宝丽(中国)美容有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

五、葆婴有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

六、如新(中国)日用保健品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业服务内容分析
- 4、企业经营优劣势分析
- 5、企业最新发展动态

七、嘉康利(中国)日用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

八、爱茉莉化妆品(上海)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

九、宝健(中国)有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

十、自然阳光(上海)日用品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业服务内容分析

4、企业经营优劣势分析

5、企业最新发展动态

第九章 直销行业发展趋势分析

第一节 2023年发展环境展望

一、2023年宏观经济形势展望

二、2023年政策走势及其影响

三、2023年国际行业走势展望

第二节 2023年直销行业发展趋势分析

一、2023年行业发展趋势分析

三、2023年行业竞争格局展望

第三节 2019-2023年中国直销市场趋势分析

一、2019-2023年直销市场趋势总结

二、2019-2023年直销发展趋势分析

三、2024-2029年直销市场发展空间

四、2024-2029年直销产业政策趋向

第十章 未来直销行业发展预测

第一节 未来直销需求与市场预测

一、2024-2029年直销市场规模预测

二、2024-2029年直销行业总资产预测

第二节 2024-2029年中国直销行业供需预测

一、2024-2029年中国直销供给预测

二、2024-2029年中国直销需求预测

三、2024-2029年中国直销供需平衡预测

第十一章 直销行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

一、2023年相关产业投资收益率比较

二、2019-2023年行业投资收益率分析

第二节 直销行业投资效益分析

一、2019-2023年直销行业投资状况分析

二、2024-2029年直销行业投资效益分析

三、2024-2029年直销行业投资趋势预测

四、2024-2029年直销行业的投资方向

五、2024-2029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

第三节 影响直销行业发展的主要因素

一、2019-2023年影响直销行业运行的有利因素分析

二、2019-2023年影响直销行业运行的稳定因素分析

三、2019-2023年影响直销行业运行的不利因素分析

四、2024-2029年我国直销行业发展面临的挑战分析

五、2024-2029年我国直销行业发展面临的机遇分析

第四节 直销行业投资风险及控制策略分析

一、2019-2023年直销行业市场风险及控制策略

二、2019-2023年直销行业政策风险及控制策略

三、2019-2023年直销行业经营风险及控制策略

四、2019-2023年直销行业技术风险及控制策略

五、2019-2023年直销同业竞争风险及控制策略

六、2019-2023年直销行业其他风险及控制策略

第十二章 中国直销行业投资与前景预测

第一节 中国直销行业投资风险分析

一、行业宏观经济风险

二、行业政策变动风险

三、行业市场竞争风险

四、行业其他相关风险

第二节 中国直销行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利因素分析

三、行业营销模式分析

第三节 中国直销行业投资潜力分析

一、行业投资机会分析

二、中道泰和行业投资建议

第四节 中国直销行业前景预测

一、直销市场规模预测

二、直销市场发展预测

图表目录

图表：直销市场产品构成图

图表：直销市场生命周期示意图

图表：直销市场产销规模对比

图表：直销市场企业竞争格局

图表：2019-2023年中国直销市场规模

图表：2019-2023年我国直销供应情况

图表：2019-2023年我国直销需求情况

图表：2024-2029年中国直销市场规模预测

图表：2024-2029年我国直销供应情况预测

图表：2024-2029年我国直销需求情况预测

图表：直销市场上游供给情况

图表：直销市场下游消费市场构成图

图表：直销市场企业市场占有率对比

图表：2019-2023年直销市场投资规模

图表：2024-2029年直销市场投资规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Emai : kf@51baogao.cn

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/baogao/20230614/444991.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)