

中国直销行业现状及发展趋势与前景预测报告(2026-2031版)

报告简介

直销，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。

直销是一种通过直销企业、直销员和消费者构建起来的交易方式，其特点在于没有固定的零售场所。从缘起来说，一是直销企业可以借助这一商业模式面向消费者推荐并出售其产品，进而降低成本;二是直销员既可以消费从直销企业购入的产品，也可以基于自己的体验向消费者推销该产品，即实惠消费之余也能将其作为创业选择;三是消费者通过面对面的交流可以获取更多产品信息，尤其是了解并掌握电子类产品的使用方式。

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%。

直销行业在我国经济中的地位和作用不断提升。我国直销业市场规模不断扩大，涵盖了多个领域，包括保健品、化妆品、家居用品、食品等。消费者对于直销产品的需求不断增长，直销企业也不断推出新产品来满足市场需求。

随着互联网的发展，我国直销业不再局限于传统的面对面销售，也逐渐向网络直销、社交媒体直销等多元化发展。通过互联网和电子商务平台，直销企业能够更广泛地触达消费者，提高销售效率和覆盖范围。

从入户销售到线上线下并举发展，直销一直在推陈出新，不断探索适宜直销的产品。如今，越来越多的个性化消费偏好也为直销企业的产品研发和定制化服务提供了新的契机。

在助力内循环经济方面，复苏的直销行业不断提高产品品质，响应国家提倡的供给侧结构性改革，快速拉动内需，促进产品的流通。

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。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，未来直销行业发展的大方向不会变。

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、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及直销行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国直销行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外直销行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了直销行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于直销产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国直销行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 直销行业发展概述

第一节 直销的概念

一、直销的特点

二、直销的分类

第二节 直销行业发展成熟度

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

第三节 直销市场特征分析

- 一、市场规模
- 二、产业关联度
- 三、影响需求的关键因素
- 四、国内和国际市场
- 五、主要竞争因素
- 六、生命周期

第二章 全球直销行业发展分析

第一节 全球直销行业发展分析

- 一、2021-2026年世界直销行业发展分析
- 二、2021-2026年世界直销行业发展分析
- 三、2021-2026年世界直销行业发展分析

第二节 全球直销市场分析

- 一、2021-2026年全球直销需求分析
- 二、2021-2026年欧美直销需求分析
- 三、2021-2026年中外直销市场对比

第三节 2021-2026年主要国家或地区直销行业发展分析

- 一、2021-2026年美国直销行业分析
- 二、2021-2026年日本直销行业分析
- 三、2021-2026年欧洲直销行业分析

第三章 我国直销行业发展分析

第一节 中国直销行业发展状况

一、2021-2026年直销行业发展状况分析

二、2021-2026年中国直销行业发展动态

三、2021-2026年直销行业经营业绩分析

四、2021-2026年我国直销行业发展热点

第二节 中国直销市场供需状况

一、2021-2026年中国直销行业供给能力

二、2021-2026年中国直销市场供给分析

三、2021-2026年中国直销市场需求分析

第三节 2021-2026年我国直销市场分析

一、2021-2026年直销市场分析

二、2021-2026年直销市场分析

第四章 直销行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

一、需求条件

二、支援与相关产业

三、企业战略、结构与竞争状态

四、政府的作用

第四节 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、重点企业综合竞争力对比分析

第五节 2021-2026年直销行业竞争格局分析

一、2021-2026年直销行业竞争分析

二、2021-2026年中外直销产品竞争分析

三、2021-2026年国内外直销竞争分析

四、2021-2026年我国直销市场竞争分析

五、2026-2031年国内主要直销企业动向

第五章 直销企业竞争策略分析

第一节 直销市场竞争策略分析

一、2026-2031年直销市场增长潜力分析

二、现有直销行业竞争策略分析

第二节 直销企业竞争策略分析

一、2026-2031年我国直销市场竞争趋势

二、2026-2031年直销行业竞争格局展望

三、2026-2031年直销行业竞争策略分析

第六章 主要直销企业竞争分析

第一节 康宝莱(中国)保健品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第二节 完美(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第三节 无限极(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第四节 宝丽(中国)美容有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第五节 葆婴有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第六节 如新(中国)日用保健品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第七节 嘉康利(中国)日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第八节 爱茉莉化妆品(上海)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第九节 宝健(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第十节 自然阳光(上海)日用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2021-2026年经营状况

四、2026-2031年发展战略

第七章 直销行业发展趋势分析

第一节 2026-2031年发展环境展望

一、2026-2031年宏观经济形势展望

二、2021-2026年政策走势及其影响

三、2026-2031年国际行业走势展望

第二节 2021-2026年直销行业发展趋势分析

一、2021-2026年行业发展趋势分析

三、2026-2031年行业竞争格局展望

第三节 2026-2031年中国直销市场趋势分析

一、2021-2026年直销市场趋势总结

二、2026-2031年直销发展趋势分析

三、2026-2031年直销市场发展空间

四、2026-2031年直销产业政策趋向

第八章 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、2026-2031年直销市场规模预测

二、2026-2031年直销行业总资产预测

第二节 2026-2031年中国直销行业供需预测

一、2026-2031年中国直销供给预测

二、2026-2031年中国直销需求预测

三、2026-2031年中国直销供需平衡预测

第九章 2021-2026年直销行业投资现状分析

第一节 2021-2026年直销行业投资情况分析

一、2021-2026年总体投资及结构

二、2021-2026年投资规模情况

三、2021-2026年投资增速情况

四、2021-2026年分行业投资分析

五、2021-2026年分地区投资分析

六、2021-2026年外商投资情况

第二节 2021-2026年直销行业投资情况分析

一、2021-2026年投资及结构

二、2021-2026年投资规模情况

三、2021-2026年投资增速情况

四、2021-2026年细分行业投资分析

五、2021-2026年各地区投资分析

六、2021-2026年外商投资情况

第十章 直销行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2021-2026年我国宏观经济运行情况
- 二、2026-2031年我国宏观经济形势分析
- 三、2026-2031年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2021-2026年直销行业政策环境
- 二、2021-2026年国内宏观政策对其影响
- 三、2021-2026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、2021-2026年社会环境发展分析
- 三、2026-2031年社会环境对行业的影响

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、2021-2026年相关产业投资收益率比较
- 二、2021-2026年行业投资收益率分析

第二节 直销行业投资效益分析

- 一、2021-2026年直销行业投资状况分析
- 二、2026-2031年直销行业投资效益分析
- 三、2026-2031年直销行业投资趋势预测
- 四、2026-2031年直销行业的投资方向

五、2026-2031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、2026-2031年影响直销行业运行的有利因素分析

二、2026-2031年影响直销行业运行的稳定因素分析

三、2026-2031年影响直销行业运行的不利因素分析

四、2026-2031年我国直销行业发展面临的挑战分析

五、2026-2031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、2026-2031年直销行业市场风险及控制策略

二、2026-2031年直销行业政策风险及控制策略

三、2026-2031年直销行业经营风险及控制策略

四、2026-2031年直销行业技术风险及控制策略

五、2026-2031年直销同业竞争风险及控制策略

六、2026-2031年直销行业其他风险及控制策略

第十二章 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、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

第二节 直销行业投资战略研究

一、2021-2026年直销行业投资战略研究

二、2021-2026年直销行业投资战略研究

三、2026-2031年直销行业投资形势

四、2026-2031年直销行业投资战略

图表目录

图表：直销产业链分析

图表：国际直销市场规模

图表：国际直销生命周期

图表：2021-2026年中国直销竞争力分析

图表：2021-2026年中国直销行业市场规模

图表：2021-2026年全球直销产业市场规模

图表：2021-2026年直销重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国直销行业销售情况分析

图表：2021-2026年中国直销行业利润情况分析

图表：2021-2026年中国直销行业资产情况分析

图表：2026-2031年中国直销市场前景预测

图表：2026-2031年中国直销发展前景预测

把握投资 决策经营！

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

报告编号：1545708

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241225/1545708.shtml>

在线订购：[点击这里](#)