

2010-2015年中国直销产业 运行走势及投资前景咨询报告

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

《2010-2015年中国直销产业运行走势及投资前景咨询报告》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/V81894ATMP.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

[b]2010-2015年[b]中国直销[/b]产业运行走势及投资前景咨询报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 直销的定义及特征优势[/b]

第一节 直销的定义

- 一、台湾直销协会的定义
- 二、香港直销协会的定义
- 三、世界直销联盟对直销的定义

第二节 直销的优势特征分析

- 一、直销有独特优势
- 二、直销相对传统市场营销的区别特性

第三节 直销与非法传销的相关联系及区别分析

- 一、直销与传销的概念区别
- 二、直销和传销的区别
- 三、金字塔式销售定义
- 四、合法直销事业与非法金字塔式销售区别

第四节 直销的商德守则

- 一、概念
- 二、行为
- 三、公司
- 四、原则
- 五、责任

第五节 世界直销联盟的概况及职能

- 一、世界直销联盟的概况
- 二、世界直销联盟的职能
- 三、与中国直销发展
- 四、中国直销法规出台后对直销市场的影响分析
- 五、直销法规促进直销业进入发展新阶段

[b]第四章 2009-2010年世界直销业发展现状分析[/b]

第一节 2009-2010年世界直销业发展概述

- 一、世界直销业的产生及发展
- 二、世界直销市场规模

三、世界直销业的发展状况

四、世界直销新模式

五、世界直销业的六大走势

第二节 2009-2010年美国直销业分析

一、美国直销业的产生及发展

二、直销对美国经济社会环境的影响

三、美国直销市场调研市场仍倍增

四、美国直销业动摇商场地位

第三节 2009-2010年日本直销业分析

一、日本直销业的发展回顾

二、日本直销业发展详解

三、日本直销业发展繁荣在即

四、日本直销市场发生变化

五、日本直销市场体制革命

第四节 2009-2010年中国台湾直销业分析

一、台湾直销发展历史

二、台湾直销协会大力推进市场发展

三、台湾直销业业绩前十大排行榜回顾

四、台湾直销所面临的问题

[b]第五章 2009-2010年中国直销发展回顾

一、中国直销业发展的几个阶段

二、直销在中国兴起的背景

三、直销在中国成了传销的原因分析

四、中国直销业由乱而治

五、中国市场直销必定存在

第二节 2009-2010年中国直销发展状况分析

一、美容业营销向直销渠道模式转变

二、直销解禁后中国化妆品发展展望

第二节 2009-2010年中国医药保健品直销分析

一、中国医药保健品业的机遇与发展解析

二、大型医药保健品企业加入直销大军

三、医药保健品直销路途坎坷

四、药店面对保健品直销挑战的对策

第三节2009-2010年中国保健品直销发展前景趋势分析

一、中国直销市场表现（一）

图表 2009-2010年世界各国直销市场表现（二）

图表 世界各国直销人口统计

图表 世界各国直销公众形象

图表 世界各国消费者在压力下购买情况

图表 世界各国消费者购买直销产品的理由

图表 世界各国消费者因为社交责任而购买直销产品情况表

图表 2009-2010年美国直销营业额与从业人员的变化

图表 2009-2010年美国直销产品种类的市场变化

图表 2009-2010年美国直销销售方式的多样化发展

图表 2009-2010年美国直销销售主体的变化

图表 2009-2010年美国直销计酬方式的变化

图表 2009-2010年美国直销从业人员的性别比例

图表 2009-2010年美国直销人年龄结构

图表 2009-2010年美国直销从业人员教育程度的变化

图表 2009年美国直销从业人员工作时间的比例

图表 2009-2010年美国直销从业人员工作性质的比例

图表 美国人从事直销的理由

图表 2009年美国直销人婚姻情况

图表 2009-2010年全球直销业的发展变化

图表 英国直销产品种类和销售额

图表 英国直销商销售方式和销售额

图表 英国直销产业销售产品的范围表

图表 前10大传销公司的营业额表现

图表 前11-20大传销公司的营业额表现

图表 前21-50大传销公司的营业额表现

图表 台湾直销业面临问题的调查统计

图表 中国保健企业规模

图表 中国保健品企业状况

图表 目前部分亚健康人数统计

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 安利公司个人报酬算量——以A为例

图表 玫琳凯直销员向普通贵宾顾客销售产品获得奖金的计算方法

图表 玫琳凯直销员向VIP贵宾顾客销售产品获得奖金的计算方法

图表 2003-2009年中国直销业的并购情况

图表 2003-2009年外资在中国直销(直销市场分析)市场上的并购

图表 略。。。。。。。。

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/maoyi/V81894ATMP.html>