2013-2017年中国直销行业企业奖励绩效策略深度调研分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国直销行业发展概述
1.1 直销行业的界定
1.1.1 直销行业的定义
1.1.2 直销商品的分类
1.1.3 直销运作的考量
1.1.4 直销消费群特征
1.1.5 直销商群体特征
1.2 研究报告的范围
1.2.1 研究报告的目的
1.2.2 研究报告的方法
1.2.3 研究报告的框架
1.3 行业国民经济地位分析
1.3.1 行业占GDP比重分析
1.3.2 行业未来增长空间分析
1.4 行业发展环境分析
1.4.1 行业政策环境分析
（1）行业法律法规分析
（2）行业国家政策分析
1.4.2 行业经济环境分析
（1）全球经济环境分析
（2）国内经济环境分析
1.4.3 行业社会环境分析
（1）中国人口结构统计分析
（2）中国居民消费结构分析
第2章：中国直销行业发展状况分析
2.1 中国直销行业发展阶段分析
2.1.1 前直销时代（1989-1998年）
2.1.2 转型特殊时代（1998-2005年）
2.1.3 规范直销时代（2005-至今）
2.2 中国直销行业发展形势分析
2.2.1 企业发展形势分析
2.2.2 产品发展形势分析
2.2.3 制度发展形势分析
2.2.4 系统发展形势分析
2.3 中国直销行业五力模型分析
2.3.1 购买者议价能力分析
2.3.2 供应商议价能力分析
2.3.3 行业进入者威胁分析
2.3.4 行业内竞争状况分析
2.3.5 行业替代品威胁分析
2.4 中国直销行业发展前景分析
2.4.1 中国直销行业面临的问题
（1）行业声誉问题
（2）申请许可问题
（3）服务网点设立问题
（4）报酬限制问题
（5）获准产品类别问题
2.4.2 中国直销行业解决方案分析
2.4.3 中国直销行业运作方式分析
2.4.4 中国直销行业发展前景分析
第3章：中国直销企业奖励制度分析

3.1 级差制分析
3.1.1 级差制概念及特点
3.1.2 级差制优劣势分析
3.1.3 重点企业——安利
3.2 矩阵制分析
3.2.1 矩阵制概念及特点
3.2.2 矩阵制优劣势分析
3.2.3 重点企业——美乐家
3.3 双轨制分析
3.3.1 双轨制概念及特点
3.3.2 双轨制优劣势分析
3.3.3 重点企业——优莎娜
3.4 T90制度分析
3.4.1 T90制度概念及特点
3.4.2 T90制度优劣势分析
3.4.3 重点企业——富尔
3.5 混合制度分析
3.5.1 混合制度概念及特点
3.5.2 混合制度优劣势分析
3.5.3 重点企业——Unicity
第4章：中国直销行业投资风险及对策分析
4.1 中国直销行业投资风险分析
4.1.1 行业政策风险分析
4.1.2 行业市场风险分析
4.1.3 行业外竞争风险分析
4.2 中国直销行业SWOT分析
4.2.1 行业优势（S）分析
4.2.2 行业劣势（W）分析
4.2.3 行业机会（O）分析
4.2.4 行业威胁（W）分析
4.3 中国直销行业投资对策及建议
4.3.1 行业最新投资动向
4.3.2 行业投资发展对策

图表目录

图表1：研究报告框架图
图表2：2007-2012年美国经济成长态势分析（单位：%）
图表3：2007-2012年美国就业市场分析（单位：%）
图表4：2001-2016年欧元区主要国家实际GDP年同比增速历史及预测值（单位：%）
图表5：2007-2012年美元走强伴随新兴市场货币贬值
图表6：2010-2012年新兴国家财政盈余状况好于发达国家（单位：%）
图表7：2010-2012年中国国内生产总值同比增长速度（单位：%）
图表8：2006-2012年全部工业增加值及其增长速度（单位：亿元，%）
图表9：2012年全国固定资产投资（不含农户）同比增速（单位：%）
图表10：2012年中国社会消费品零售总额同比增速（单位：%）
图表11：2012年中国城镇及农村居民人均收入情况（单位：元）
图表12：2008-2008年中国货物进出口总额（单位：亿美元）
图表13：2010-2012年中国广义货币（M2）增长速度（单位：%）
图表14：2012年中国制造业PMI指数（单位：%）
图表15：1950-2050年中国人口波动情况（单位：%）

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！