

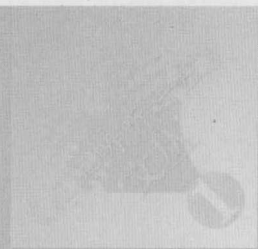


胡远江 王 义 主编

中国直销

思想力

北京出版社出版集团
北京出版社



胡远江 王 义 主编

中国直销

田相



◆ 北京出版社 出版集团
北 京 出 版 社

图书在版编目 (CIP) 数据

在海畴听讲座 / 胡远江等编. — 北京: 北京出版社, 2006

ISBN 7-200-04768-6

I. 在... II. 胡... III. 企业管理: 销售管理 — 文集

IV. F274-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 163610 号

在海畴听讲座

ZAI HAICHOU TING JIANGZUO

胡远江 王 义 主编

出 版 北京出版社出版集团

北 京 出 版 社

地 址 北京北三环中路 6 号

邮 编 100011

网 址 www.bph.com.cn

发 行 北京出版社出版集团

经 销 新华书店

印 刷 北京画中画印刷有限公司

开 本 787 × 1092 1/16

字 数 600 千字

印 张 54

印 数 1-5 000

版 次 2006 年 12 月第 1 版 2006 年 12 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 7-200-04768-6/G · 2338

定 价 75.00 元(全三册)

质量投诉电话 010-58572393

本版图书凡印刷、装订错误, 可及时向我社发行部调换



胡远江

国内知名策划人，中国营销行业杰出的理论家和卓越的实践者，中国管理科学研究院市场营销研究所特约研究员、中国商业经济学会常务理事、中国经济体制改革研究会管理科学研究所研究员、中国直销问题研究专家。其个人品牌横跨顾问咨询界、教育培训界和营销策划界。

远江先生从事直销研究16年，出版个人专著20余部，被中国直销业界誉为“直销理论之父”。其新创作的《中国直复营销》、《体验营销》架构了中国直销行业的学术体系和市场运营体系；其所组织和采访创作的报告文学《飞腾的天狮》、《耕不尽的完美》、《跨世纪的理科》、《永立潮头的东宇》已成为中国直销企业文化建设中的经典之作。其2004年9月出版的《中国直销立法中18个核心问题及其解决思路》为中国第一部也是迄今为止惟一一部专门探究中国直销立法的专著，目前已引起学术界、立法界、企业界和新闻界的广泛关注。

16年以来，远江先生先后接受过香港凤凰卫视、CCTV《经济半小时》、《焦点访谈》、《央视论坛》、“新浪会客室”、《南方日报》、《华尔街日报》、《中国经济周刊》、《商业周刊》、《中国新闻人物》、《中国经济时报》、《上海东方早报》等国际、国内数十家媒体专访。现任北京海畴企业管理顾问有限公司首席咨询顾问、《分销时代》杂志主编、中国直销专业网(www.cdsp.com.cn)总编。



王 义

中国著名市场营销专家，北京大学亚太教育中心与社会发展研究院特聘教授、北京工业大学实验学院客座教授、商务部培训中心特聘教授、北京商业管理干部学院副教授。

王义教授自20世纪90年代初在中国研究推广市场营销理论，特别注重新型营销方式的研究，创建咨询公司，拥有丰富的顾问咨询经验。曾指导过安徽芬格欣集团、成都思威集团、北京三鸣集团、沈阳康达集团、中山理科虫草王制品有限公司等30余家大中型企业；同时主持过上百场教育训练课程，内容涉及企业管理、市场营销、领导艺术、销售管理等方面；拥有丰富的顾问咨询经验，创作专著10余本，发表论文30多篇。曾多次接受中央电视台、中央人民广播电台及众多媒体的采访。其提出的“中国迎接直销风暴”、“21世纪的世界经济进入体验经济时代”等论断，以及创作出版的《管理新趋势》（1999）、《营销新思维》（2003）和《中国直销运营模式》（2005）等著作指导和推动了中国企业和营销界的迅速成长。

现任北京海畴企业管理顾问有限公司总顾问、《分销时代》杂志顾问、中国直销学院名誉院长。

《在海畴听讲座》文丛编委会

顾 问 李必达 郭国庆 周 洲

主 编 胡远江 王 义

副 主 编 吴培伦 常远山 罗光清 罗 君

常务副主编 薛 瑾

编委会成员 梁 振 梁广业 刘福彦 刘 庆

徐 敏 李媛媛 王海峰 王小玉

陈薪玲 阳林峰 尹 联 孙宝生

天 问 天 雕

构建中国和谐直销是全行业的责任

全国政协委员

中国市场营销研究中心主任

郭国庆

中国人民大学商学院教授、副院长、博士生导师

在北京海畴企业管理顾问有限公司的《在海畴听讲座》文丛经由北京出版社出版、即将付梓印刷之际，海畴的“掌门人”、长年来站在中国直销理论研究一线的胡远江先生找到我，诚邀我为本套丛书作序。通读了第一卷《中国直销思想力》和第二卷《中国直销执行力》后，我在领略了海畴的集体研究成果与思考能力之余，也心生颇多感触。现就以《构建中国和谐直销是全行业的责任》为题，将我的这些感受与该套丛书未来的读者们分享。

一

阅读《在海畴听讲座》文丛带给我的第一个感受，是对于海畴这个集体伴随着中国直销行业发展过程所表现出的使命感、责任意识，以及所做出的贡献的一种由衷的赞赏和感动。作为一名零距离观察和研究中国直销近17年的资深学者，胡远江先生带领着他的团队，在海畴成立后的四五年里，一直站在行业的风口浪尖，为中国直销的未来奔走呼吁，为中国直销企业的崛起殚精竭虑。在行业面目从模糊走向明朗的这段关键时期，作为一个民间研究机构，这种行为确属难能可贵。而拥有这样一群执着和智慧的研究者，也不能不说是中国直销行业的一大幸事。

第一,作为一个理论研究组织,海畴人在这套丛书中充分表现出了他们严谨治学、孜孜以求的执着精神。丛书第一卷《中国直销思想力》,集合了行业内两大理论专家——胡远江教授和王义教授在近一、两年中所做出的一些研究成果和思想片断。这其中不仅有对中国直销法制化之路的深刻探求,有对中国直销行业现状的严肃质问;同时更包括了对直销企业正规发展的精辟指导,以及对中国直销美好未来的殷切冀望。通读该卷,“达前人未至之境界”的思想和坚定追求跃然纸上。

第二,作为一个深入市场一线的顾问咨询机构,海畴人在这套丛书中充分表现出了他们充满真知灼见与丰富经验的专业化能力和实战智慧。海畴各位专家、顾问历时数年间的呕心沥血之作,均收录在丛书第二卷《中国直销执行力》中,其中,无论是直销战略篇、直销管理篇、直销教育篇,还是直销文化篇、直销团队篇,无一不直击直销企业经营运作和直销人员事业开展中的关键环节。更难能可贵的是,该书还收录了部分中国直销企业家和高管人员总结经验、剖析问题、探寻方法的“高端访谈”,将市场一线的声音以最原始的形态直接反映出来。无论是对于直销企业还是从业人员,本卷中的文章都堪称帮助其提升执行力的“金玉良言”。

第三,正如前边所说,这套丛书最让我感动之处在于其字里行间所流露出的对于中国直销行业的深厚感情。在与胡远江先生的沟通交流中我了解到,在中国直销步入法制化轨道后,“重构中国直销业”被海畴命名为在行业的新阶段所提出的企业新使命。我想,这并不仅仅是一句口号,更是海畴团队在以实际的努力所践行的行业责任。从该套丛书中我们可以看出,如果不是出于对中国直销行业的热爱,就不会有这一篇篇凝聚着理性思考与感性情感、凝聚着不懈追求进步与提升的自我要求的文字。而这正是海畴的使命感与责任意识最佳体现。

二

那么,这样的一套丛书,究竟会为中国直销行业带来什么?它能够为中国众多的直销企业和从业人员提供哪些帮助?我想,《在海畴听讲座》文丛的出版并与

序言一

广大读者见面，其意义至少可以从以下3个方面来概括。

第一，它有助于在直销从业人员以及社会公众群体面前树立直销正确的形象。不可否认，尽管直销在我国已经获得正规的法律地位并已经走过了法治化元年，但到目前为止，它在社会公众面前的形象和地位仍然带着矛盾和晦涩的色彩，无法得到完整全面的认可。甚至是一些从业人员本身，受理解能力和学习程度的制约，也无法准确地阐释正规直销与非法传销的区别，更不用提在其销售过程中向社会公众正确宣导了。行业形象问题是目前摆在中国直销面前最关键的问题，它直接阻碍了直销以正常的姿态走入商业主流社会的进程。在这套丛书中，对于直销概念的剖析可谓准确、全面且富有时代性，能够帮助从业人员和社会公众正确、完整地了解法律认可下的正规直销形态；同时，它也针对正规直销获得经济主流地位的需求做出了呼吁。应该说，在目前的新形势下，这种对于直销形象的展示，及时、有效而恰到好处。

第二，它有助于引导直销企业和广大直销从业人员沿着正确的方向发展自己的事业。今天，直销市场上一些企业和从业人员依然存在着追求短期炒作利益、妄图借助法律空隙进行地下运作、灰色经营等行为，在行业集体迈向健康化、阳光化发展的节奏中显得甚不协调，亟需要一种力量来转变他们的观念，把他们拉回到大部队中来。同时，还有一些企业和从业人员怀着对法制化直销的强烈信心，希望自己能在重新整肃后的行业环境中通过正规有效的经营获取更大的成绩，但在落实到具体行动时却感觉无所适从、摸不着方向，他们同样需要一种对于正确发展模式和流程的引导。可以说，这套丛书有效地满足了行业的这两个需求。无论是对于获牌大型企业日后经营运作的指导、对未获牌中小型企业发展出路的建议，还是对业界持有不健康心态人士的正向宣导和观念的扭转，专家、顾问们的观点都是切合实际、一针见血，对构建一种和谐、有序的中国直销环境不无裨益。

第三，它有助于向政府立法部门和职能监管部门有效、准确地传达行业的声音。应该说，对直销行业的立法和法治监管是中国政府在并无经验的情况下迈出的卓有意义的第一步，当然，随着市场的不断成熟，法律法规也有必要根据具体情况而做出相应的调整。在行业法治化的元年，直销企业和从业人员在践行法律

和接受监管的同时，也暴露出了一些问题和对法律条款的质疑，这些都是政府引导中国直销健康、良性发展的过程不能忽视的重要参考意见，行业需要一种渠道去架构起这种沟通的桥梁。在海畴的这套丛书中，既有行业的专家通过深入市场一线调研、观察而得出的对于直销法制监管的深度思考，也有直接来自于企业、来自于市场的实践经验总结，这种对于行业内最有价值声音的摘取和传达，不管对于政府部门、还是对于业界的直销实践者，都是一件具有积极意义的事情。

三

最后，作为一名长期专注于中国市场营销领域研究、并颇为关注中国直销行业发展的学者，我在阅毕此书后，也不由心生感慨，想借此书出版面世的机会，向我们的直销行业以及业界的所有人士，提出自己的几点希望。

第一，希望中国直销行业能抱持一种良好、平和的心态来面对自身的发展，相信行业的未来，不急不躁，不急功近利，在稳步前进中求得更大的成绩。

第二，希望中国直销行业内的监管者、理论研究者、企业家和从业人员都能坚持以科学发展观为指导来从事自己的工作，使行业在发展过程中展示出充分的理性态度和科学性。

第三，希望直销企业和从业人员秉持自律精神，严格要求自己的经营行为，守法运作，诚信经营，维护好国家、社会、企业、直销员、消费者多方的权益。

第四，希望行业内多一些沟通交流的声音，少一些相互的职责和诽谤。政府部门与企业之间、企业与直销员之间、企业与消费者之间，都要通过诚恳的沟通来发现问题、解决问题，共同构建一个和谐、开放的直销环境。

总之，构建一个和谐的中国直销环境，是中国直销行业的需要，更是全行业无可推卸的责任。我们每一个人都应该勇敢地担负起这种行业赋予的历史使命，用自己的努力，将行业的发展推上一个崭新的舞台。

祝中国直销行业一路走好。

郭国庆

2007年元旦

序言二

界直销的度別与联系,使企业能够全方位
的不考問題,作出正确的决策。第三,直销業
怎样適應中国的特殊环境求得生存和發
展,這個問題也很深,有的企業做得比較如
美国的安利公司,進中国市場幾十年,就取
得骄人的業績,但有的公司却富不足,前
甚至辦不下去了,他們的經驗教訓都值得學
習与借鉴。丛书集中了有代表性的直销企業
的經驗教訓,他們作了一件功德無量的事情。
我非常贊賞他們依據現行的法律法規關
系問題的主張和方法,不致誤入歧途,同時我
也非常贊賞他們虛心傾聽企業新吸收他
人調查見解的客觀精神,決不達漏直销企
業的主要反應。此外,我也希望他們能對直
銷理論有所建,對中国直销業未來發展
的展望,他們是开拓未,先行軍和理論大師,
這是一層很具价值的財富,適着時間的推移
定將越來越體現出它無可估量的價值。

李必道時書于零六年七月

冬去春來之時



(释文)序言

中国直销丛书《在海涛听讲座》由北京出版社隆重推出了,作为从管理直销岗位上退下来的我,非常欣喜这套丛书的出版。我认为,诠释我国的直销法规,不仅要有立法部门的声音、政府的声音,而且应该有专家学者的声音、直销从业人员的声音,只有合音才能形成最美妙动听的音乐。这套丛书集中了长期研究中国直销业胡远江、王义这些专家教授的声音,让关心和从事直销业的朋友们能“兼听则明”。

中国直销与世界其他国家的直销不同,中国是拥有13亿人口的发展中国家,绝大部分人才刚刚解决温饱问题,还有几千万人尚未脱贫,要说从实际出发,这就是最大的中国实际,既要给中国直销业充分的发展空间,又要注意社会稳定,防止因直销失当引起社会动荡。所以中国直销的政策法规及其理论都有别于其他国家。海涛的这套丛书用对立统一观点很好地阐述了中国直销与世界直销的区别与联系,使企业能够全方位地思考问题,做出正确的决策。

序言

中國直銷叢書。在海峽講座，由北京出版社隆重推出了，作為從管理直銷崗位上退下來的我，非常欣慰這套叢書的出版。我認為，詮釋我國的直銷法規，不僅要立法部門的聲音，政府的聲音，而且應該有專家學者的聲音，直銷從業人員的聲音，只有合音才能形成美妙動聽的音樂。這套叢書集中了長期研究中國直銷業胡遠江、王義這些專家教授的聲音，讓關心從事直銷業的朋友們能“兼聽則明”。中國直銷與世界其他國家的直銷不同，中國擁有十三億人口的發展中國家，絕大部分人才剛解決溫飽問題，還有幾千萬人尚未脫貧，要從實際出發，這就是最大的中國實際，既安排中國直銷業充分的發展空間，又要注意社會穩定，防止因直銷失調引起社會動蕩，所以中國直銷的法律法规及管理制度都別於其他國家，海峽講座這套叢書用對立統一觀點很好地闡述了中國直銷與世

直銷業怎樣適應中國的特殊環境，求得生存和發展，這個學問也很深。有的企業做得比較好，如美國的如新公司，進中國市場短短幾年就取得驕人的業績，但有的公司却裹足不前，甚至辦不下去了，它們的經驗教訓都值得學習與借鑒。叢書集中了有代表性的直銷企業的經驗教訓，他們做了一件功德無量的事情。我非常贊賞他們依據現行的法律法規闡述問題的立場和方法，不致誤入歧途；同時我也非常贊賞他們虛心傾聽企業呼聲、吸納正確意見的蜜蜂精神，決不遺漏直銷企業的主要反應。此外，我也欣賞他們站在直銷理論前沿，對中國直銷業未來發展的展望。他們是開拓者、先行軍和理論大師。這是一套很有價值的叢書，隨着時間的推移，它將越來越体现出它無可估量的價值。

李必達草于零六零七年之交

冬去春來之時

目录

法制思考篇

- 在法律的框架下构建中国和谐直销
——《中国直销研究》专访中国著名直销问题研究专家胡远江教授 2
- 用法规构建有中国特色的直销模式 / 王义 9
- 直销开放凸现“安全第一”原则
——中国著名直销问题研究专家胡远江教授做客新浪网解读《条例》 12
- CT中国直销业
——在“学习和贯彻《直销管理条例》、《禁止传销条例》研讨会”上的讲话 / 胡远江 17
- 中国直销企业的顺势之略
——在“学习和贯彻《直销管理条例》、《禁止传销条例》研讨会”上的讲话 / 王义 21
- 业界应辩证看待雅芳直销试点 / 胡远江 25
- 对雅芳直销试点的几点思考
——“中国直销专业网”专访中国著名直销问题研究专家王义教授 27
- 企业申请直销牌照的10大死穴 / 胡远江 31
- 雅芳获牌彰显政府诚信
——“中国直销专业网”专访中国著名直销问题研究专家胡远江教授 40
- 雅芳获牌：中国直销业的新起点
——《分销时代》专访中国著名直销问题研究专家王义教授 42
- 安利获牌：诠释“三赢”格局 / 胡远江 48
- 两个《条例》施行后的直销业形势
——“中国新营销培训网”经典课程 / 胡远江 52
- 后牌照时代中国直销业何去何从？ / 胡远江 62
- 圈禁直销企业后的监管隐患 / 胡远江 66
- 牌照是把双刃剑
——《分销时代》专访中国著名直销问题研究专家王义教授 71
- 亦喜亦悲的直销元年 / 王义 77
- 走下神坛的直销牌照 / 胡远江 84

管理方略篇

- 直销战略宏观分析
——“北京大学首届中国直销企业总裁高级研修班”经典课程 / 胡远江 88
- 现代企业管理新趋势 / 王义 104
- 文化建设：打造直销企业的灵魂 / 王义 111
- 法治时代中国直销教育的4种革命 / 胡远江 120

- 中国直销命悬 5 种诚信——和谐直销 5 大永恒主题 / 胡远江 128
- 挽救失落的诚信 / 王义 138
- 直销经理人：任重而道远 / 王义 144
- 拯救中国直销品牌
——胡远江、石岩高端对话纵论直销品牌 149

营销实战篇

- 略论现代营销的核心 / 王义 156
- 中国迎接分销风暴 / 王义 164
- 体验营销的运作机理 / 王义 170
- 开店是拓展市场的需要 / 王义 179
- 服务网点——个人投资者的新机遇 / 胡远江 180
- 直销专卖店的运作技巧 / 王义 183
- 直销专卖店运营全程指南 / 王义 192
- 市场竞争中赢的艺术 / 王义 201

行业观察篇

- 未来 5 年中国直销业的 8 种涅槃 / 胡远江 206
- 走进北大的价值 / 胡远江 214
- 毛遂自荐与企业的火眼金睛 / 胡远江 218
- 中国企业试水直销的智慧沦丧 / 胡远江 221
- 直销员暴力抗法彰显企业市场管理黑洞 / 胡远江 227
- 从网友评议想到鲁迅和魏源的百年智慧 / 胡远江 230
- 从一批文章看中国直销行业亟需解决的一些问题 / 胡远江 234
- 中国直销业的“主流之痛” / 胡远江 240
- 解读中国多层次直销的 4 大迷局 / 胡远江 245
- 多层直销势在必行
——《中国直销研究》专访中国著名直销问题研究专家王义教授 254
- 转型企业：一颗红心，两手准备 / 胡远江 259
- 背负十字架跳舞是安利公司的历史宿命 / 胡远江 261
- 安利的大为——求证行业内外巨头直销法定稿在望 / 胡远江 263
- 安利新政评议 / 胡远江 266
- 就商务部批评珍奥谈几点看法 / 胡远江 269



法治思考篇

雅芳获牌:中国直销业的新起点 ●

安利获牌:诠释“三赢”格局 ●

两个《条例》施行后的直销业形势 ●

后牌照时代中国直销业何去何从? ●

圈禁直销企业后的监管隐患 ●

牌照是把双刃剑 ●

亦喜亦悲的直销元年 ●

走下神坛的直销牌照 ●

在法律的框架下构建中国和谐直销

——《中国直销研究》专访中国著名直销问题研究专家胡远江教授

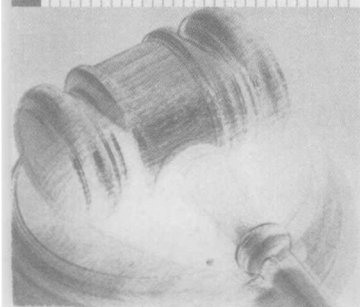
Q

《中国直销研究》:请问胡教授,《直销管理条例》、《禁止传销条例》两部法规的出台,对中国直销行业的发展将会起到什么影响?其积极意义表现在哪里?

胡远江:首先,我对这两部法规的出台表示衷心的祝贺,应该说这是我们大家共同期盼的一个结果。

这两部法规的出台,对中国直销行业的发展无疑具有里程碑式的意义。第一,法规的出台,从法律上确立了直销是一种合法的经营方式,今后直销业将在法律上享有自己的一席之地;第二,法规的出台标志着政府对直销从此开始进入到法制监管的时代;第三,这两部法规结束了中国直销长期以来鱼龙混杂的局面,使得行业良性发展成为一种可能。

此外,这两部《条例》通过对企业合法性的审核,将对传销与变相传销带来沉重的打击。可以预见,立法后,市场公平竞争的格局将会逐渐出现,从而使中



国直销业结束 10 多年来的“狂野与神秘”时代，进入到“理性与正常”的时代。两部法规的出台，有利于还直销本来面目。

《中国直销研究》：此次《直销管理条例》和《禁止传销条例》同时出台，两部法规各有什么侧重点？相互之间的主要区别是什么？

胡远江：从字面上来看，《禁止传销条例》界定了传销的行为、表现形式，并对传销的定义进行了正确的阐述。我们可以看到，《禁止传销条例》中定义了传销的基础概念、市场表现形式、主体以及禁止的理论依据。而《直销管理条例》中，则对直销的实际表现、企业的种类、企业进行市场活动的形式、政府管理办法的具体体系、打击机构及力度都做出了具体说明，具有法定的指导性和权威性。

从我国直销立法的背景来看，中国的直销长期以来一直处于一种鱼龙混杂的局面，特别是近年来传销活动尤为猖獗。国家要打击传销，就必须要先出台一部相应的法规来禁止这种方式。只有禁止传销的法规出台了，执法部门在进行具体处理时才能做到有法可依。在国际上也有类似的条款，比如《反金字塔销售法律》、《禁止滚雪球销售法》等相关的法律法规。

《直销管理条例》给直销下了正确的定义，阐述了直销企业未来的发展模式，对直销企业运营资格、市场管理、直销从业人员的身份、从业人员的管理、计酬方式、违规后的处罚界定等都提供了清晰的司法解释，从正面维护了直销企业的行业地位和声誉，势必能起到正常推进直销业健康发展的作用。

两部法规的本质区别在于：《禁止传销条例》是个“破”的过程，它将成为对传销和变相传销进行有力打击的法律系统；而《直销管理条例》是一个“立”的过程，它将成为推进直销业健康有序发展的法律体系。

《中国直销研究》：两部法规同时出台，为什么具体生效的时间却有先后的差别？

胡远江：两部法规之所以生效的时间不同，关键在于，由于近年来传销活动十分猖獗，各种变相传销层出不穷，人们难以界定传销与正常直销的区别。《禁止传