

从信息的传递方式上看，直销与传递商业相比，是一种更为经济的信息传递方式；直销与电子商务相比，是一种更可信、更有效的信息传递方式。

——中国管理科学院终身院士 钟朋荣

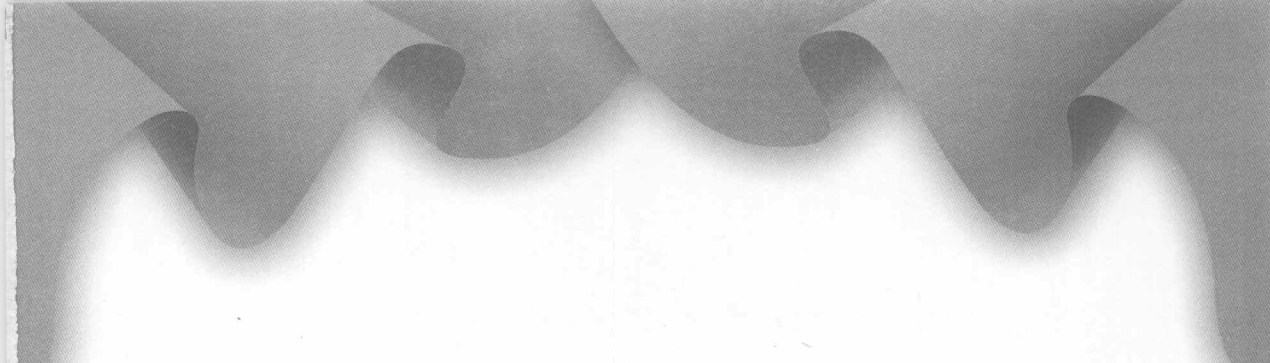
无店铺

王 辉 / 编著

创业直销 102问



这是一本营销变革的秘籍，这是一本销售精英头脑风暴的利器。



无店铺

创业·直销

100问

王 辉 / 编著

企业管理出版社

图书在版编目(CIP)数据

无店铺创业直销 102 问/王辉编著. - 北京: 企业管理出版社, 2010. 1

ISBN 978 - 7 - 80255 - 391 - 0

I. ①无… II. ①王… III. ①销售 - 问答
IV. ①F713.32 - 44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 238735 号

书 名: 无店铺创业直销 102 问

作 者: 王 辉

责任编辑: 周灵均

书 号: ISBN 978 - 7 - 80255 - 391 - 0

出版发行: 企业管理出版社

地 址: 北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编: 100048

网 址: <http://www.emph.cn>

电 话: 出版部 68414643 发行部 68467871 编辑部 68428387

电子信箱: 80147@sina.com zbs@emph.cn

印 刷: 北京东海印刷有限公司

经 销: 新华书店

规 格: 170 毫米×240 毫米 16 开本 15.75 印张 220 千字

版 次: 2010 年 4 月第 1 版 2010 年 4 月第 1 次印刷

定 价: 36.80 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

前言

直销作为一种经营模式，源于美国，之后传入欧洲、日本等国家和地区。上世纪90年代初，国外一些直销公司进入中国，一时间鱼龙混杂。由于我国正处于社会主义市场经济发展的初级阶段，市场发育程度较低，有关管理法规不够完善，许多直销活动渐渐脱离本质，衍变出各种形式的传销活动。

如今，不管你愿不愿意，直销都已经进入了你的生活。也许是你自己，也许是你家人，也许是你亲戚，也许是你朋友，也许是你朋友的朋友，也许是素不相识的陌生人，他们总是有意无意地告诉你有关直销的信息，从此，你的生活又多了一个新的话题——直销。直销在很多人的心目中是一个像云、像雾，又像雨的行业。多少人对它推崇备至，多少人对它深恶痛绝；多少人为它乐此不疲，多少人又为它伤心欲绝；多少人因它成了富翁，多少人因它一穷二白。

直销事业的成功要诀是：研发研发，再研发；分享分享，再分享。从事直销事业来不得半点虚假，必须踏踏实实做人、老老实实做事，只有这样你才能赢得你的合作团队，赢得长期稳定的顾客群。

而面对直销，你又了解多少呢？本书用简单的语言，平实的文字，介绍了直销的渊源、直销的“魔力”和“魅力”、直销与传销的根本区别、如何成为一名优秀的直销员，此外，书中还介绍了直销和电子商务、特许经营、连锁经营的关系以及有关直销方面的管理法规等内容。它们犹如涓涓溪流流入你的心底，让你的直销之路充满阳光和希望。在看倦



直销，成就平民致富的快车道

了那些滔滔不绝的销售理论和枯燥乏味的销售法则后，本书将带你走进一个真真实实的直销世界。它也许会让你那迷惑的心灵豁然开朗，让你那迟迟不前的销售业绩突飞猛进……当然，是否真的如此，还需要你的肯定。那么，请打开书吧！

编 者



Contents 目 录

第1章

揭开直销的面纱

1	直销的定义	2
2	直销的缘起	4
3	直销的种类	7
4	全球直销业的发展	8
5	直销在中国大陆发展历程	13
6	直销业在我国的兴起原因	15
7	直销的运作特点	17
8	直销的特点	18
9	直销模式与传统销售模式的不同	19
10	直销业的优势	19



直销，成就平民致富的快车道

- 11 直销业与传统零售业相比的劣势 20
- 12 传统销售方式的缺点 21

第2章

透视直销的“魅力”与“魔力”

- 13 直销的价值 24
- 14 直销真正的魅力 27
- 15 独特诱人的奖金制度 30
- 16 中国直销业的三种类型 35
- 17 直销与金字塔销售的不同 36
- 18 直销行业中零售与推荐的关系 38
- 19 直销认知的回归 39
- 20 直销产品的发展思路 42
- 21 直销是对现代零售商业的补充 42
- 22 直销产品的市场分析 43
- 23 世界直销业的发展趋势分析 44
- 24 网络直销的六大优势 46
- 25 关于直销市场未来发展趋势的设想 48



第3章

直销商战内幕

26	申请直销牌照的意义	52
27	申请设立直销企业的条件与程序	53
28	国民待遇原则在直销牌照中的应用	54
29	直销企业注册资本的规定	55
30	多层次计酬和“金字塔计划”之间可以划等号吗	55
31	多层次计酬在经销商和员工制公司中应用的可能性有多大	57
32	什么是团队计酬制度	58
33	直销产品的退换货制度	60
34	关于直销保证金制度	64
35	直销企业信息报备、披露办法	67
36	关于直销企业服务网点	70
37	有牌照能否立即进行直销	73
38	直销实战的十大攻略	74
39	直销活动中出现的问题	80
40	直销商五大定位模式	81
41	直销商四大心态模式	85
42	新直销商如何定位	87



直销，成就平民致富的快车道

第4章

电子商务、特许经营、连锁经营与直销

43	电子商务的概念	90
44	电子商务的模式	91
45	电子商务的竞争优势	93
46	我国电子商务的发展趋势	94
47	特许经营的概念	97
48	特许经营的 3S 原则	97
49	特许经营的类别	98
50	特许经营的误区	100
51	特许经营与直销	103
52	连锁经营的概念	105
53	连锁经营的首要特征	106
54	连锁经营与直销	109



第5章

提高认识，莫将传销当直销

55	什么是传销	112
56	直销与传销的本质区别	112
57	制定《禁止传销条例》的意义	113
58	对直销行业必须严格监管	115
59	关于直销培训	117
60	直销培训是不是“洗脑”	119
61	直销培训为什么被看作“洗脑”	120
62	理性看待直销培训中的“煽情”	121
63	洗脑如何正本清源	122
64	双赢制诱人的陷阱	124
65	传销组织的主要操作手法	126
66	“老鼠会”的惯用伎俩	129
67	网上传销在中国	131



第6章

如何成为一名优秀的直销员

68	直销员应该具备的条件	134
69	直销员的特点	136
70	直销员应具备的心态	137
71	直销员应该如何打造团队精神	140
72	直销员应掌握的基础知识	142
73	如何避免“七类人”成为直销员	143
74	优秀直销员可锻炼成“家”	144
75	大客户销售的沟通技巧	145
76	直销员培训和考试方案	145
77	选择直销公司应该注意的问题	152
78	新形势下选择直销公司的原则	155
79	从事直销的不正确心态	156
80	违规支付直销员报酬和不按规定退换货的行政责任	157
81	对直销人员规范经营行为的思考	157
82	外国直销员不能在我国从事直销业务	158
83	未经批准从事直销活动的危害	159



第7章

直销管理法规

84	直销管理条例	162
85	直销管理条例出台的原因	172
86	禁止传销条例	173
87	直销员业务培训管理办法	178
88	国外（地区）直销立法的重点	181
89	其他国家和地区直销的立法经验	185
90	直销企业保证金存缴、使用管理办法	186
91	直销行业服务网点设立管理办法	188
92	我国加入 WTO 的法律文件中的有关直销的承诺	190
93	《直销管理条例》直销产品范围公告	191
94	关于废止外商投资转型企业有关规定的公告	192
95	工商行政管理机关和公安机关打击传销执法协作规定	193
96	商业特许经营备案管理办法	197
97	商业特许经营信息披露管理办法	200
98	商业特许经营管理条例	204
99	商务部关于促进电子商务规范发展的意见	210
100	企业连锁经营有关财务管理问题的暂行规定	215
101	关于促进经济发展支持连锁经营卫生监督管理的规定	220



102	直销员向消费者推销产品应当遵守的相关规定	222
-----	----------------------------	-----

第8章

非法传销案例

传销案例一：某大学生误入传销魔窟的经历	224
传销案例二：传销利用网恋拉拢大学生	226
传销案例三：“蝶贝蕾”传销案	228
传销案例四：“新智网”传销案	229
销案案例五：上海派康生物科技有限公司传销案	230
传销案例六：周口市四方伟业生物科技有限公司传销案	232
传销案例七：王某传销“天赐康”案	233
传销案例八：“连锁销售”传销组织案	234
传销案例九：广西永乾公司传销案	235
传销案例十：“婷莱雅”化妆品传销案	236
传销案例十一：洛阳卢会生物科技开发有限公司传销案	237
传销案例十二：“日晖”传销案	238

第 1 章

揭开直销的面纱

1. 直销的定义
2. 直销的缘起
3. 直销的种类
4. 全球直销业的发展
5. 直销在中国大陆发展历程
6. 直销业在我国的兴起原因

.....



1. 直销的定义

• 中国内地对直销的定义

根据第 443 号国务院令公布的《直销管理条例》中首次对直销明确定义：直销是指直销企业招募直销员，由直销员在固定营业场所之外直接向最终消费者推销产品的经销方式。

• 中国台湾直销协会对直销的定义

(1) 专家定义

“直销是人的事业，所有直销成果与活动的推动，都以人为基点，直销商、供应者、消费者，无一不是由人所组成，直销乃为服务人、满足人的需要和兴趣而存在。”

(2) 一般定义

直销就是：“直接于消费者家中或他人家中、工作地点或其他有别于零售商店以外的地方进行商品的销售，通常是由直销人员现场对产品或服务作详细说明或示范。”直销是以服务为目的，直销业所背负的社会使命，就如同一般生意人一样，除了尽量生产开发最理想的产品，以满足消费者喜好之外，更希望能引起消费者“再次消费”的动机。在此前提下，售货前、售货中及售货之后的服务，就成为直销商所力行的销售重点。

• 中国香港直销协会的定义

多年来，香港市民推许直接销售（简称直销）为一种方便的购物方式。直接销售与其他如通过电子媒介或邮递的直销模式不同，直销商将产品直接送到顾客家中或工作的地方，为个别顾客或众多顾客对象详细介绍、示范产品的特点与效能，并一一解答他们的疑问。亲切周到的个人化



服务，令顾客感到称心满意，可说是直销的主要特色。

直销业为消费者提供：亲切的个人化服务，方便的购物方式，详尽的产品示范，高质量的产品，实用的产品资料，购物保障及满意保证，可靠的货源。

● 世界直销联盟对直销、多层次直销、老鼠会的定义

(1) 直销的定义

直销 (direct selling) 系将产品与服务直接行销给消费者，是一个充满活力、充满生气、迅速扩张的销售渠道。

直销的最佳定义是以面对面的方式，直接将产品及服务销售给消费者，销售地点通常是在消费者或他人家中、工作场所，或其他有别于永久性零售商店的地点。直销通常由独立的直接销售人员进行说明或示范，这些销售人员通常被称为直销人员 (direct sellers)。

直销的力量在于：其在自由市场体制中拥有独立服务消费者、致力创业成长的传统。直销提供人们另一种收入来源，而且不限性别、年龄、教育程度、经历，人人都能加入这个行业。值得注意的是，全球大多数的直销商都是女性，而且多半是以兼职方式从事直销。只有极少数的直销人员是所销售产品公司的员工。

(2) 多层次直销的定义

多层次直销 (multilevel marketing) 制度是直销业中很重要的一种行销手法，又称为“网络行销” (network marketing)、“结构行销” (structure marketing) 或“多层次直销” (multilevel direct selling)。此制度行之已有好多年，已证明是能够成功而有效地将产品与服务直接销售给消费者，并使独立销售人员或直销商获得利润的方法。多层次直销的最佳定义是一种直销奖金制度。

直销人员有两种取得奖金的基本方法：

第一，直销人员可以经由销售产品及服务给消费者而获得零售奖金；

第二，他们可以自直属下线的销售额或购买额中赚取佣金，也可自直属下线之再下线组织的总销售额中赚取佣金。因此，多层次直销提供直销



直销，成就平民致富的快车道

人员独立创业的机会，不但销售产品及服务给消费者，也发展及训练下线组织从事直销事业。

(3) 金字塔式销售定义（注：金字塔式销售又称老鼠会）

金字塔式销售（pyramid selling）是一种骗局。其架构为：由所谓某“投资”或“买卖交易”办法之推广组织，利用几何级数的方式，赚取加入这些组织的新成员所缴交的费用，藉以牟利致富。各国司法单位所发现的许多相关的诈骗方式，名称五花八门，包括“连锁信”（chain letters）、“滚雪球”（snow balls）、“连锁式销售”（chain selling）、“金钱游戏”（money games）、“推荐式销售”（referral selling）、“投资乐透抽奖”（investment lotteries）等等（译注：或如台湾的“老鼠会”（rat club））。

综上所述，直销是一种没有在固定零售点进行的面对面销售。是一种透过人员接触（销售员对购买者），不在固定商业地点，主要在家里进行的消费性产品或服务的配销方式。

直销定义中有两个要点：“面对面销售”和“不在固定零售点”。“面对面销售”可以让我们了解直销是一种两个人面对面沟通的过程。这种面对面的人员销售特性是直销和直效行销的主要区别。直效行销采用邮寄、电话行销、电视行销、直接响应广告或最近兴起的网络行销等方式来销售产品或服务，没有人员面对面的接触。“不在固定零售点”的特性使直销有别于一般零售店的销售，因此直销也是一种无店铺的零售方式。



2. 直销的缘起

如今，很多人一听到直销就反感，有些人甚至害怕，这也可能是由于