



中国直销问题研究专家顶级巨作

中国直销正能量

——直销的本质、价值和远景

POSITIVE ENERGY IN CHINA'S DIRECT SELLING

胡远江 著



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

图书在版编目 (C I P) 数据

中国直销正能量 : 直销的本质、价值和远景 / 胡远江著. — 北京 : 中国商务出版社, 2013. 11
ISBN 978-7-5103-0973-1

I. ①中… II. ①胡… III. ①直销—研究—中国
IV. ①F724.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 282954 号

中国直销正能量

——直销的本质、价值和远景

ZHONGGUO ZHIXIAO ZHENGNEGLIANG

——ZHIXIAO DE BENZHI JIAZHI HE YUANJING

胡远江 著

出版: 中国商务出版社

发行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮编: 100710

电话: 010—64515141 (编辑三室)

010—64283818 (发行部)

网址: www.cctpress.com

邮箱: cctp@cctpress.com

照排: 北京海畴教育科技有限公司

印刷: 北京市通州运河印刷厂

开本: 787 毫米 × 980 毫米 1/16

印张: 15.5 **字数:** 208 千字

版次: 2013 年 12 月第 1 版

2013 年 12 月第 1 次印刷

书号: ISBN 978-7-5103-0973-1

定价: 32.00 元

版权专有 侵权必究

盗版侵权举报电话: 010—64515142

如所购图书发现有印、装质量问题, 请及时与出版部联系。电话: 010—64248236

序 一

识友须待十年功

李必达

近日，中国直销行业研究权威专家之一的胡远江先生写了一本直销专著《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》，邀我为此书作序。我欣然允诺，一是我作为中国直销行业的第一批行政管理者之一，熟悉中国直销行业；同时与远江十多年的朋友，也乐意在他的新作说几句。

我经历了这个行业从传销时代到直销时代的全过程。在我担任国家工商行政管理总局公平交易局局长期间，根据领导指示组织起草并出台了我国第一部关于传销的法规《传销管理办法》，也在1998年4月组织落实了《国务院关于禁止传销经营活动的通知》，直到我退休后，我国再次出台了《直销管理条例》和《禁止传销条例》，严格区分了直销和传销，并为直销经营企业颁发经营许可证。

我作为第一批直销行业的行政管理者，一直在关心、关注着这个行业的发展。可喜的是，我看到一些人始终在研究这个行业，在为这个行业的健康发展而努力。胡远江先生就是其中一位。我前前后后看到胡远江先生二十多部关于直销方面的著作，我认为这本《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》，凝聚了他二十多年研究直销的精髓所在，具体体现了他文如其人。

我与远江认识并成为朋友，超过十年的时间，所以我说，识友须待十年功。我还在国家工商行政管理总局时，我就委托他通过民间反映政府意图，反映政府声音。在我退休以后，接触和交往渐渐多了起来，友谊更加深厚。通过与远

江十多年的接触与交往，我对他的评价有以下几点：

远江是一个正直的人。远江为人处事总是心直口快，想到什么说什么，一下子就能够让人看到他的内心，凡是他不习惯的，他马上就会表现出来，有时甚至会当面指出来。诚实、正直，是他的本性。为了中国的直销行业，他曾经大声呼吁过。他还曾经在《直销管理条例》即将出台时，写过一本《中国直销立法中 18 个核心问题及其解决思路》，并将这本书免费送给了相关职能部门的管理者作参考。很多媒体喜欢采访他，就是因为他比较正直，他分析问题只就事论事，不会考虑其他的因素。正是因为这样，也让一些企业和一些人对他不理解，认为他没有很好地去为朋友说话，没有很好地去维护企业。但他依然这样，对事不对人。这是他正直的性格所决定的，时间长了，大家都比较喜欢他这样的性格。

远江是一个可以用心交朋友的人。十多年来，我与远江交往的另外一个感受，就是他是一个可心用心交朋友的人。虽然远江还是海畴公司的总裁，还要负责公司的日常运营，但在他的身上，体现出来更多的还是书生气，还是朋友意气。所以有和他接触过的朋友都说，远江不是一个生意人。按照他自己的说法，那是先做人、后做事，先交朋友、后做生意，生意是朋友间的互相帮助。因此，在与他们合作的企业中，有很多都是有差不多十年以上的合作关系，有的外资企业一来到中国，就和他们交往，就和他们合作，还有的内资企业，从刚开始就一起与他们有着很好的关系。和他在一起，无论是交朋友还是合作业务，都会让人感觉比较轻松。他总是用真心对待每一个朋友和每一个合作者。因此，有许多找我咨询直销问题的企业，我都推荐他们与海畴合作，我反复讲过，和海畴交朋友，就是和智慧结盟和人才结盟和财富结盟。因为远江和他带领的团队是用心认真做事的团队，交给他们做的事，放心。所以，远江和海畴的朋友都很多。

远江是一个勤奋努力的人。在我的印象里，远江是一个非常勤奋的人。他不但要带领海畴的专家团队为所合作的直销企业提供优质的服务，而且很多事他都亲力亲为。无论是直销企业还是直销人，甚至是媒体记者找他咨询相关问题，他都会总是会耐心地给予解答。一旦有空闲时间，他都会对直销行业进行深入的思考，并将自己的思考写成著作，贡献给全行业。在我的印象中，他先后出版个人专著二十余部，其创作的《中国直复营销》《体验营销》架构了中国直销行业的

序一 识友须待十年功

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个问题及其解决思路》为中国第一部也是迄今为止唯一一部专门探究中国直销立法的专著。今年为绿之韵集团策划出版的企业文化应用图书《水道渠成——成就一生的智慧密码》，一出版就受到了广泛关注，为行业企业文化的研究、总结与传播找到了一条全新的道路。

综上所述，远江是一个充满正能量的人。正因为他是一个充满正能量的人，才会对中国直销行业有着深入的思考，才能够写出《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》这样的专著。中国直销需要正能量，也确实是有正能量，需要有人宣传他的正能量。中国直销行业也需要有人来进行正能量的传播，远江做了这样的人，那是直销行业之幸。

本书从直销的本源、直销对社会的贡献、直销未来的发展方面对直销行业进行了全方位的阐述与思考。不仅对直销进行了正本清源的思考，也对直销在慈善事业方面、在劳动就业方面、在健康教育和健康咨询方面、在地方经济发展方面、在税收等方面为国家和社会所做出的贡献进行了全方位的总结与梳理，这对人们正确地认识直销、全面地了解直销都有着积极的意义。同时，他还对直销业在我国未来的发展进行了深入的分析，这对直销企业和直销从业者无疑都具有较强的指导意义。

可以这样说，《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》一书，是值得我们大家去认真研读的一本好书，这也是远江先生继《中国直销立法中18个问题及其解决思路》一书、与北京大学联合开办中国直销行业总裁高级研修班，为直销行业培养了大量人才、连续十年坚持举办中国直销产业发展论坛后，对直销行业的又一较大贡献。

我希望直销人都读读此书，多做一些中国直销正能量的事，那样，直销行业不但是一个阳光的行业，而且会是一个备受尊敬的行业。

让我们一起，为直销行业充满正能量共同努力！

2013年11月于北京

【李必达】著名书法家，毕业于中南政法学院，曾任司法部党组秘书、秘书处长、办公厅主任、律师司司长，国家工商行政管理总局商标局常务副局长、商标协会秘书长、公平交易局局长；世界知识产权协会中国分会副会长，北京大学知识产权学院董事，中国人民大学法学院教授，首都经济贸易大学教授。主要著作有 1997 年 10 月中国工商出版社出版《商标战略》《特殊战场》等专辑。

序 二

带着使命感敲击键盘

胡远江

埋首书卷，掩面沉思，我心中感慨万千！

望着电脑上刚刚完稿的《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》之文字，一个巨大的问号不由自主地浮上我心头：八年观察，两年构思，半年创作，数易其稿，从国内写到印度尼西亚，再从印度尼西亚写到国内，为什么我会如此执着地完成这趟“爬格子”的马拉松苦旅呢？

扪心自问，自感受司马迁先生“人生三不朽”的思想影响有之，受六一居士“生当作人杰”的价值观影响也有之，它们时时让我心中漫溢“建功立业”的英雄情怀；但实事求是而言，所有这些却还不是最撩拨我创作神经的琴弦。一种对于中国直销的关怀，一种对于中国直销人的挚爱，一种对于中国直销行业的使命，这才是让我八年追寻、激情不懈的强大引擎。

“洛阳亲友如相问，一片冰心在玉壶”，故此，在本书即将付梓之际，我想坦诚地告诉业界朋友和读者们，每一次笔耕，我都是带着使命感在敲击键盘，此书的创作更是如此，唯一有些差异的就是，这一次比以往任何一次都来得猛烈和清晰！

使命之一：厘清中国直销行业的实践与理论

对于中国直销行业的这种使命感，首先源自于我对中国直销行业二十多年实践的思考，其中特别是2005年两个《条例》出台以后。诚如很多直销企业的

高级管理者所言，直销行业是一个实践更胜于理论的行业，直销企业发展、人员作业和行业监管，一切都需要在实践中去完成。故此，行业实践行为的好坏决定了其整体品质的好坏；行业实践方向的对错，决定了其发展方向的对错。这样一来，行业发展的关键问题便自然呈现在我们面前了，它就是指导中国直销实践的理论构建。没有正确的理论，就不会有健康的实践，而没有健康的实践，就不会有行业的可持续成长；中国直销行业二十多年的曲折发展历史已经不可否认地证明了这一逻辑。

正是基于这种思考，我作为中国直销行业二十多年发展风雨的见证者、观察者和思考者，一直有一种使命感，这就是和业界同人一起努力，共同厘清行业发展过程中的理论与实践重大是非问题，通过把国际直销基本理论与中国直销实践结合起来，建立起指导中国直销行业实践的科学理论体系。而从目前中国直销行业的实践现状来看，虽然行业经过了二十多年的发展，而且走过了一度因为极度混乱无序而被关闭和重启的艰难历程，但行业乱象依然大量存在。而这种乱象的根源我个人认为首先源于理论的混乱。正是在这种现实面前，我个人认为：架构符合中国国情的科学直销理论，乃是当务之急，它是中国直销行业健康有序发展的基础保障。

《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》一书正体现了这种靶向思考与尝试。在本书中，我用上篇共三章的内容探讨了中国直销理论体系的架构。通过对“营销学上的直销”“国际直销”和“中国直销”三个概念的比较，定义了“中国直销”，并由此对于它在中国行业实践中的内涵与外延做了全面阐述，对于中国直销与我们每个人的关系做了清晰的解读，并在这些基础上确立了“中国直销本质及其实践运行方式”，坚定不移地回答了“直销是什么”“中国直销是什么”的核心问题。很显然，这是中国直销行业发展中的大是大非问题，也是整个行业发展核心基石，科学解决了这个问题，无疑也就是解决了中国直销行业实践中的正确方向问题。

正是站在这个角度，我个人觉得，本书通过对行业二十多年运行实践的总结，以现代营销学理论为基础，紧密结合国际直销的一般运行理论，着眼于中国直销发展的现实问题和长远发展问题的深度思考和根本解决，其所形成的理论成果应该具有明辨是非、务实求真的科学价值！

使命之二：宣示行业主流地位

对于中国直销行业的这种使命感，其次源于我对于整个行业历史与现实地位的思考。毋庸讳言，中国直销行业在过去的发展中，从行业内看，它充满激情，热闹非凡，精彩无限，给成千上万的人和家庭带来了改变；但站在行业之外看，它则是乱象纷呈，充满欺诈与陷阱，难入社会主流。由此一来，无论是从事直销的企业，还是从事直销的营销人员及其关联工作者都好像在社会中非奸即盗，低人一等。这种状况的出现和存在，确实让人黯然神伤！国际直销发展百年，中国直销发展二十多年，整个行业需要的难道就是这样一种形象和地位吗？中国直销行业真的因为它天生险恶而不具备进入商业主流的基因和资质吗？

我的回答当然是坚决否定的。因为我通过多年的研究发现，中国直销行业不仅具备完全进入商业主流的资质，它还在很多方面演绎着让人感动的崇高。既然如此，很多读者和朋友们也许会问：为什么同样是中国直销，行业内外的观察者所形成的印象反差如此之大，甚至截然相反呢？根据笔者研究，原因在于：行业中人很多时候观察和传播的直销的优点，而行业外人更多时候观察和放大的是直销的乱局；双方都在“以偏概全”。而从整个社会来看，其对于中国直销行业综合价值的评估从来都是碎片化的、不完整的。因此，中国直销行业在这种视角下，自然混乱多于秩序，破坏淹没贡献，其被边缘化、难入主流也就是情理之中的事了。

正是在这种现实与尴尬之下，笔者作为一个热爱直销并且常常被行业中的人和事感动的研究者而言，多年来，一直有种非常强烈的使命感，它就是：我愿意通过各种方式为中国直销行业鼓与呼，帮助卸下中国直销的“妖魔化”面具，并向整个社会推广和宣示中国直销行业的正能量，从而让直销摆脱各种利益链条上的“直与传”之争，让全社会能够实事求是地看到中国直销的立体价值，并还行业在商业主流殿堂的本来应有的尊贵席位。

本书正是对此结论的全面确认。在该书中，我用中篇共三章的内容对于中国直销行业的综合价值做了阐述。分别从“直销对于个人的价值”“直销对于国家的价值”“直销对于社会的价值”等三个战略层面进行了深入剖析，通过这些内容，我们不仅可以看到作为一种现代营销方式自身在营销变革与创新中的巨大力量，同时更会震撼于中国直销在国家、社会、民族发展过程的卓越贡献，

而这才是中国直销行业的真正主流，它更是整个行业的正面形象。

使命之三：确认行业未来之路

对于中国直销行业的这种使命感，最后源于我对整个行业变革发展与未来之路的思考。关于行业的未来，它在中国直销界始终是一个被人广泛议论和讨论的重大话题。面向未来，行业有两个基本困惑：一是基于现行政策法律和监管层面，人们对于中国直销的未来无法确认；二是基于对新兴的电子商务及其他现代营销方式的高速崛起，人们对于中国直销的未来无法判断。这两种疑惑的存在，无论是哪一种，它都直接或间接地影响到整个中国直销行业的健康持续成长。故此，无论是从国家发展的宏观层面，还是从行业发展的微观层面，精准预测和科学求证中国直销的未来发展，也就随之成为行业内数千万从业人员的核心需求之一。中国直销到底走向何方？整个行业需要答案。

作为中国直销行业一个二十年如一日的观察者和研究者，面对这种指向未来但同时又有着强烈现实价值的课题，我总是深感自己责无旁贷，理当和业界同人一起努力，共同求证，找到正确的课题研究成果，把它奉献给中国直销行业，让我们的企业、从业者能够看清楚未来中国直销行业的变革之路、发展之路、前进之路。因为一个人、一支团队、一个组织、一个企业、一个行业，是必须生活和行进在拥有未来的希望之中的，否则他们就会乱象百出，畸形发展。

本书正是站在整个行业这种对于未来的困惑中，纵横比较，深度分析，求证答案。在该书中，我用下篇共两章内容来对这个课题进行探讨。在研究中，我们一方面把视野拓展到了全球范围之内，另一方面则全力聚焦于中国直销的发展。从“中国直销市场发展远景”和“中国直销业态发展远景”两个领域，我们对于行业未来的发展之路做出了科学求证。

通过这种求证，我们得出的核心结论有三个：第一，中国直销在未来十年将有上万亿的市场发展空间；第二，中国直销也将依托互联网、现代通信、金融技术等全面升级；第三，随着中国改革开放的全面深入，中国直销还将迎来未来十年的黄金发展期。我们衷心希望，这三个针对未来的论断，能破译行业的未来发展，为整个行业指明前进方向，并不断找到集体前行的不竭激情和动力。

11月初的北京，寒风已然有些凛冽，坐在办公室里敲击键盘，写上些寻常

序二 带着使命感敲击键盘

文字，身上难免有些凉飕飕的感觉。但是，今天是为《中国直销正能量——直销的本质、价值和远景》一书写序，心中一时热气升腾。缘于使命的笔耕让我不敢懈怠，缘于大爱的激情使我不吐不快。成功学家们常说：一个人如果一辈子只干一件事，他一定可以成为有大成就的人。对于此，我完全认同，但我却不敢奢望。但是我从二十年前就已经下定决心，把自己的喜、怒、哀、乐寄放在中国直销行业！

直销多少事，俱往矣。数风流人物，还看今朝！我尊重使命，相信未来！

2013年11月2日于北京

CONTENTS

目录

上 篇 直销的本质 /001

第一章 直销是什么? /003

第一节 直销的三种解读 /005

第二节 直销的内涵与特征 /018

第二章 直销活动与我们的关系 /033

第一节 直销活动的基本要求 /035

第二节 直销活动与我们的关系 / 047

第三章 直销的全球化发展与管理 / 061

第一节 直销在全球各洲的发展与监管 / 063

第二节 直销在中国的发展与管理 /073

中 篇 直销的价值 /089

第四章 直销对于个人的价值 /091

第一节 直销对于消费者的价值 /093

第二节 直销对于从业者的价值 /103

第五章 直销对于国家的价值 /117

第一节 推动企业成长 /119

第二节 助力国计民生 /127

第六章 直销对于社会的价值 /137

第一节 推进全社会的健康教育 /139

第二节 推进社会职业技术教育与继续教育 /147

第三节 推进传统文化与商业道德教育 /155

第四节 推动社会公益文化教育与实践 /162

下 篇 直销的远景 /171

第七章 国际直销的发展远景 /173

第一节 国际直销市场发展远景 /175

第二节 国际直销业态发展远景 /183

第八章 中国直销的发展远景 /189

第一节 中国直销市场发展远景 /191

第二节 中国直销业态发展远景 /201

附一

直销企业履行社会责任指引 /211

附二

中国直销企业正能量文化展示 /217

后记

感恩行业土壤 珍惜直销情缘 /229

上 篇

直销的本质

第一章

直销是什么？