

# 2014-2020年中国电视购物 市场调研与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2014-2020年中国电视购物市场调研与发展趋势预测报告》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.cction.com/report/201404/103971.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

《2014-2020年中国电视购物市场调研与发展趋势预测报告》报告主要分析了电视购物的市场规模、电视购物产品供需状况、电视购物竞争状况和电视购物主要企业经营情况、电视购物主要企业的市场占有率，同时对电视购物的未来发展做出科学的预测。

### 【报告目录】：

#### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 电视购物行业发展概况

##### 第一节 电视购物基本情况

###### 一、中国电视购物发展历程

###### 二、电视购物在我国的发展历史

###### 三、电视购物认知风险分析

##### 第二节 无店铺销售发展分析

###### 一、“无店铺销售”的内涵及类型

###### 二、“无店铺销售”兴起及原因分析

###### 三、“无店铺销售”发展的制约因素

###### 四、无店铺媒体购物经营模式分析

#### 第二章 国际电视购物发展分析

##### 第一节 美国电视购物发展分析

###### 一、美国电视购物节目的特点

###### 二、美国电视购物现代化的管理和制作方式

###### 三、美国电视购物节目的主要顾客

###### 四、美国治理电视购物的策略分析

##### 第二节 韩国电视购物发展分析

###### 一、韩国电视购物营销手段

###### 二、韩国电视购物发展态势

###### 三、韩国完善法规助电视购物发展

###### 四、2012年韩国电视购物发展现状

##### 第三节 其他国家电视购物发展分析

###### 一、海外电视购物节目发展规范

###### 二、2012年国外电视购物发展状况

### 三、美日韩电视购物特点分析

### 四、日本电视购物有法可依

## 第三章 中国电视购物市场运行分析

### 第一节 电视购物行业发展概况

#### 一、电视购物行业发展机遇

#### 二、电视购物产业链的发展分析

#### 三、电视购物产业格局与发展特点

### 第二节 2012-2013年电视购物市场发展状况

#### 一、2012年电视购物市场规模

#### 二、2012年营销创新对电视购物的影响

#### 三、2013年国内电视购物发展前景

#### 四、2013年电视购物成投诉新热点

#### 五、2013年电视购物标准发展形势

#### 六、电视购物品牌化市场分析

### 第三节 2013年“十二五”规划对电视购物行业的影响

#### 一、“十二五”规划对中国企业的影响

#### 二、电视购物渠道的优势

#### 三、企业借助电视购物创造商机的策略

#### 四、电视购物的发展商机

#### 五、“十二五”规划下电视购物的发展机遇

### 第四节 中国电视购物发展存在的问题及对策

#### 一、中国电视购物发展尚初级摸索阶段

#### 二、中国电视购物存在的问题和产生问题的原因

#### 三、广播购物与电视购物的关系

#### 四、行业发展策略

### 第五节 中国部分地区电视购物市场分析

#### 一、扬州电视购物发展分析

#### 二、台湾电视购物频道产业分析

#### 三、北京电视购物走势分析

## 第四章 中国电视购物消费者分析

## 第一节 中国电视购物消费者收入水平分析

### 一、2012-2013年中国人口、人民生活分析

### 二、2012-2013年消费者收入水平

### 三、2012-2013年消费者信心指数分析

### 四、2012-2013年全国各地区居民消费价格指数

## 第二节 消费者对电视购物的态度分析

### 一、消费者对电视直销产品认识

### 二、电视购物公信度调查分析

### 三、消费者对电视购物的满意度

### 四、电视购物对消费者的吸引力

## 第三节 消费者电视购物决策的形成及影响因素

### 一、电视购物广告的功能

### 二、电视购物决策的形成

### 三、电视购物决策的影响因素

## 第四节 预测未来消费者电视购物趋势

## 第五章 电视购物主要产品分析

### 第一节 电视购物产品特征分析

#### 一、电视购物产品的核心分析

#### 二、电视购物产品新特征分析

#### 三、电视购物产品拐点分析

### 第二节 手机电视购物市场分析

#### 一、2013年手机电视购物发展现状

#### 二、国产手机成电视购物主角

#### 三、国内外手机电视购物分析

#### 四、手机行业企业看好电视购物

#### 五、消费者对手机电视购物的看法

### 第三节 保险电视直销市场分析

#### 一、保险电视购物发展前景

#### 二、保险电视购物的发展现状

#### 三、保险公司电视购物频道促销分析

#### 四、保险电视直销与监管分析

#### 第四节 奢侈品电视购物市场分析

- 一、奢侈品电视购物发展前景
- 二、奢侈品电视购物的发展现状
- 三、奢侈品电视购物频道促销分析
- 四、奢侈品电视购物消费者心理分析

#### 第五节 其他电视购物产品分析

- 一、化妆品电视购物销售途径分析
- 二、烟草品牌电视传播突围

### 第六章 电视购物产业链及平台分析

#### 第一节 电视购物支付分析

- 一、易宝电视购物电子支付解决方案
- 二、家付通对电视购物发展的作用
- 三、支付宝对电视购物发展的作用

#### 第二节 电视购物物流分析

- 一、2013年我国物流业运行情况及预测
- 二、2013年中国快递业发展预测
- 三、电视购物配送的发展分析
- 四、物流环节制约电视购物发展

#### 第三节 电视购物呼叫中心系统

- 一、电视购物的呼叫中心发展概况
- 二、呼叫中心在电视购物行业中的应用
- 三、电视购物呼叫中心的竞争现状
- 四、华呼电视购物呼叫中心解决方案

#### 第四节 电视购物广告业

- 一、媒体差异变量和电视媒体概念
- 二、电视购物广告的优势与劣势

### 第七章 电视购物传播媒介分析

#### 第一节 普通电视传媒发展分析

- 一、2012-2013年电视机产量
- 二、电视购物对电视媒体影响

三、电视数字化对电视购物的影响

四、未来电视频道的发展趋势

第二节 手机电视行业发展

一、2013年中国手机电视的发展亮点

二、2013年手机电视演绎标准之争

三、2013年手机电视发展中的问题探讨

四、2013-2017年手机电视规模预测

第三节 网络电视行业发展分析

一、2012年IPTV发展概况

二、2012年IPTV对电视购物的影响

三、2013年一季度IPTV市场发展分析

四、2013-2017年IPTV产业发展预测

第四节 分析各个传播媒介对电视购物的主要作用

第二部分 行业竞争格局

第八章 电视购物行业竞争分析

第一节 中国电视购物产业竞争环境分析

一、目前市场上的参与者之间的竞争

二、有威胁的替代行业现状

三、具有进入可能性或进入中的新参与者

四、上游供应商、参与者与下游客户的关系

第二节 网络购物对电视购物的威胁分析

一、网上购物意图影响因素分析

二、网络购物消费者分析

三、部分大城市网上购物人数分析

四、电视购物与网络购物的比较分析

第三节 购物中心对电视购物发展的威胁

一、电视购物与传统商场购物的比较

二、国内购物中心发展存在的问题

三、购物中心发展策略分析

四、新建购物中心的政策

第四节 2012-2013年中国电视购物行业竞争分析及预测

- 一、2012年电视购物市场竞争情况分析
  - 二、2013年电视购物市场竞争形势分析
  - 三、2012-2013年集中度分析及预测
  - 四、2012-2013年SWOT分析及预测
  - 五、2012-2013年进入退出状况分析及预测
  - 六、2012-2013年生命周期分析及预测
- 第五节 分析电视购物行业竞争格局

## 第九章 电视购物企业竞争策略分析

### 第一节 电视购物市场竞争策略分析

- 一、2013年电视购物市场增长潜力分析
- 二、2013年电视购物主要潜力项目分析
- 三、现有电视购物竞争策略分析
- 四、电视购物潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

### 第二节 电视购物企业竞争策略分析

- 一、“十二五”规划对电视购物行业竞争格局的影响
- 二、“十二五”规划电视购物行业竞争格局的变化
- 三、2013-2017年我国电视购物市场竞争趋势
- 四、2013-2017年电视购物行业竞争格局展望
- 五、2013-2017年电视购物行业竞争策略分析
- 六、2013-2017年电视购物企业竞争策略分析

## 第十章 国内外重点电视购物企业分析

### 第一节 美国QVC公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2012-2013年经营状况
- 四、2013-2017年发展战略

### 第二节 台湾东森得易购

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析



三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第三节 湖南快乐购物责任有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第四节 上海东方CJ

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第五节 CCTV中视购物

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第六节 BTV电视购物

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第七节 欢腾购物

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

### 第八节 橡果国际

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2012-2013年经营状况

四、2013-2017年发展战略

## 第九节 上海七星网络购物有限公司

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2012-2013年经营状况

### 四、2013-2017年发展战略

## 第十节 好易购

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2012-2013年经营状况

### 四、2013-2017年发展战略

## 第三部分 行业前景预测

## 第十一章 电视购物行业发展趋势预测

### 第一节 2013年电视购物行业发展观察与探索

#### 一、2013年电视直销转型预测

#### 二、2013年家庭购物竞争新格局

#### 三、2013年电视购物产品和产品群预测

#### 四、2013年购物平台的发展问题预测

#### 五、2013年资本垂青电视购物

#### 六、2013年呼叫中心信息化管理展望

### 第二节 电视购物行业前景分析

#### 一、未来电视购物的发展趋势展望

#### 二、中国电视购物未来发展前景广阔

#### 三、2013年我国电视购物产业发展趋势

#### 四、2013年中国电视购物市场发展预测

#### 五、2013-2017年电视购物发展方向探讨

#### 六、2013-2017年电视购物市场规模预测

### 第三节 2013-2017年电视购物市场趋势分析

#### 一、2012-2013年电视购物市场趋势总结

#### 二、2013-2017年电视购物发展趋势分析

#### 三、2013-2017年电视购物市场发展空间

#### 四、2013-2017年电视购物产业政策趋向

## 五、2013-2017年电视购物价格走势分析

### 第四节 2013-2017年电视购物市场预测

#### 一、2013-2017年电视购物市场结构预测

#### 二、2013-2017年电视购物市场需求前景

#### 三、2013-2017年电视购物市场价格预测

#### 四、2013-2017年电视购物行业集中度预测

### 第五节 预测电视购物行业前景

## 第四部分 投资战略研究

### 第十二章 电视购物行业投资现状分析

#### 第一节 2012年电视购物行业投资情况分析

##### 一、2012年总体投资及结构

##### 二、2012年投资规模情况

##### 三、2012年投资增速情况

##### 四、2012年分行业投资分析

##### 五、2012年分地区投资分析

##### 六、2012年外商投资情况

#### 第二节 2013年一季度电视购物行业投资情况分析

##### 一、2013年一季度总体投资及结构

##### 二、2013年一季度投资规模情况

##### 三、2013年一季度投资增速情况

##### 四、2013年一季度分行业投资分析

##### 五、2013年一季度分地区投资分析

##### 六、2013年一季度外商投资情况

### 第十三章 电视购物行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

##### 一、2012-2013年我国宏观经济运行情况

##### 二、2013-2017年我国宏观经济形势分析

##### 三、2013-2017年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

##### 一、2013年电视购物行业政策环境

二、2013年国内宏观政策对其影响

三、2013年行业产业政策对其影响

### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2013年社会环境发展分析

三、2013-2012年社会环境对行业的影响分析

## 第十四章 电视购物行业投资机会与风险

### 第一节 电视购物行业投资效益分析

一、2012-2013年电视购物行业投资状况分析

二、2013-2017年电视购物行业投资效益分析

三、2013-2017年电视购物行业投资趋势预测

四、2013-2017年电视购物行业的投资方向

五、2013-2017年电视购物行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响电视购物行业发展的主要因素

一、2013-2017年影响电视购物行业运行的有利因素分析

二、2013-2017年影响电视购物行业运行的稳定因素分析

三、2013-2017年影响电视购物行业运行的不利因素分析

四、2013-2017年我国电视购物行业发展面临的挑战分析

五、2013-2017年我国电视购物行业发展面临的机遇分析

### 第三节 电视购物行业投资风险及控制策略分析

一、2013-2017年电视购物行业市场风险及控制策略

二、2013-2017年电视购物行业政策风险及控制策略

三、2013-2017年电视购物行业经营风险及控制策略

四、2013-2017年电视购物同业竞争风险及控制策略

五、2013-2017年电视购物行业其他风险及控制策略

## 第十五章 电视购物行业投资战略研究

### 第一节 电视购物行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

### 三、区域战略规划

### 四、产业战略规划

### 五、营销品牌战略

### 六、竞争战略规划

## 第二节 对电视购物品牌的战略思考

### 一、企业品牌的重要性

### 二、电视购物实施品牌战略的意义

### 三、电视购物企业品牌的现状分析

### 四、电视购物企业的品牌战略

### 五、电视购物品牌战略管理的策略

## 第三节 电视购物行业投资战略研究

### 一、2008年电视购物行业投资战略

### 二、2013年电视购物行业投资战略

### 三、2013-2017年电视购物行业投资战略

### 四、2013-2017年细分行业投资战略

## 第四节 分析电视购物行业投资战略

## 第十六章 电视购物发展模式及策略分析

### 第一节 国内外电视购物发展模式分析

#### 一、我国电视购物的发展模式

#### 二、海外电视购物发展模式

#### 三、电视购物赠品的选择与应用

### 第二节 电视购物策略研究分析

#### 一、电视购物产品营销策略

#### 二、电视购物产业价值链发展策略

#### 三、电视购物运营策略

#### 四、电视购物与中小企业结合策略

### 第三节 电视购物消费流行及对策

#### 一、消费流行的特点

#### 二、消费流行周期的特性及对策

## 图表目录

图表：对消费者是否买过电视直销产品的调查

图表：消费者对电视直销的信任度

图表：消费者对电视直销产品性价比调查

图表：对消费者今后是否购买电视直销产品调查

图表：消费者电视购物决策形成过程

图表：消费者对手机电视购物了解调查

图表：消费者怎样看待手机电视购物调查

图表：消费者是否会通过电视购物买手机调查

图表：消费者对手机电视购物营销模式的看法

图表：消费者认为电视购物应该改善的地方调查

图表：2012年社会物流总额构成及增长变动情况

图表：2012年社会物流总费用构成

图表：按照新《邮政法》和新《邮政法实施细则》修订草案设置的门槛的结果

图表：2013年影响快递发展的问题

图表：2013年快递企业的成本分析

图表：华呼电视购物呼叫中心系统结构图

图表：华呼电视购物呼叫中心系统业务功能结构示意图

图表：观众心目中的媒体差异变量及其在所属因子上的载荷

图表：媒体广告效应系数的驱动结构

图表：各电视台的模型得分和媒体效应系数

图表：电视购物产业链图

图表：电视购物频道主办单位

图表：现代电视购物与传统电视直销的区别

图表：2010-2012年中国IPTV用户数量分布

图表：2008-2012年中国数字电视用户发展规模

图表：2013-2015年中国数字电视用户规模预测

图表：中国IPTV发展产业链示意图

图表：2012-2017年中国IPTV用户数

图表：TAM技术接受模型

图表：信任对感知风险有负向的显著影响

图表：网上购物研究假设的验证结果

图表：消费者进行过网络购物的比例

图表：有过网络购物经历的网民结构

图表：网民选择网络购物的原因分布

图表：没有尝试网络购物的原因分布

图表：网民网络购物频率分布

图表：网民平均每次购买金额分布

图表：不同频率的网络购物客单价分布

图表：网络购物的付款方式分布

图表：网民未来是否会进行网络购物

图表：网民期望网络购物商品价格

图表：网民对网络购物各个环节评价的平均值

图表：网络购物应该改进方面分布

图表：网民网络购物满意度

图表：2012年京、沪、穗、深网上购物规模与渗透率

图表：2012年汉、蓉、沈、西网上购物人数与渗透率

图表：汉、蓉、沈、西网上购物市场份额

图表：2012年网上购物用户粘度

图表：世界城市化引起零售业变迁规律

图表：MallChina会员租售面积抽样调查

图表：台湾一些知名购物中心的经营特色

图表：东森购物5个频道简况

图表：中外合资经营电视购物频道情况概览

图表：快乐购物责任有限公司的业务流程图

略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103971.html>