

# 2011-2015年中国电视购物 行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

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

# 报告报价

《2011-2015年中国电视购物行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qtIT1101/Z65104339D.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-01-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国电视购物行业市场分析与投资前景研究报告》共八章。首先介绍了电视购物行业相关概述、中国电视购物产业运行环境等，接着分析了中国电视购物行业的现状，然后介绍了中国电视购物行业竞争格局。随后，报告对中国电视购物行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电视购物产业发展前景与投资预测。您若想对电视购物产业有个系统的了解或者想投资电视购物行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 电视购物相关概述

### 1.1 电视购物的定义与起源

#### 1.1.1 电视购物的定义

#### 1.1.2 电视购物与广告的不同

#### 1.1.3 电视购物的起源

### 1.2 现代电视购物与电视直销的比较

#### 1.2.1 电视直销简介

#### 1.2.2 现代电视购物简介

#### 1.2.3 现代电视购物与电视直销的不同

### 1.3 电视购物广告及认知风险

#### 1.3.1 电视购物广告的优点

#### 1.3.2 电视购物广告的弊端

#### 1.3.3 电视购物的认知风险

## 第二章 2010年世界电视购物行业运营概况分析

### 2.1 2010年国外电视购物行业的发展综述

#### 2.1.1 国外电视购物行业的发展特点

#### 2.1.2 国外电视购物产业发展良好

#### 2.1.3 国外电视购物行业发展的先进经验

#### 2.1.4 国外电视购物模式对中国的借鉴

### 2.2 美国

- 2.2.1 美国电视购物的发展概况及特点
- 2.2.2 美国电视购物的特色
- 2.2.3 美国电视购物的归责原则
- 2.2.4 美国电视购物的业绩仍不断增长
- 2.3 韩国
  - 2.3.1 韩国电视购物发展的现状及特点
  - 2.3.2 韩国电视购物的特色
  - 2.3.3 韩国对电视购物行业的规范
  - 2.3.4 韩国电视购物成为保险销售有力渠道
- 2.4 日本
  - 2.4.1 日本电视购物业的发展概况
  - 2.4.2 日本电视购物的特色
  - 2.4.3 日本电视购物行业的法律规范
- 2.5 其他国家
  - 2.5.1 瑞典电视购物消费者享有“后悔权”
  - 2.5.2 新加坡电视购物行业的发展概况
  - 2.5.3 乌克兰电视购物存在的主要弊病
- 2.6 中国台湾地区
  - 2.6.1 台湾电视购物频道产业概况
  - 2.6.2 台湾电视购物频道产业特性
  - 2.6.3 台湾电视购物频道市场进入障碍与策略分析

### 第三章 2010年中国电视购物行业发展环境分析

- 3.1 宏观经济环境
  - 3.1.1 中国GDP分析
  - 3.1.2 消费价格指数分析
  - 3.1.3 城乡居民收入分析
  - 3.1.4 社会消费品零售总额
  - 3.1.5 全社会固定资产投资分析
  - 3.1.6 进出口总额及增长率分析
- 3.2 政策环境
  - 3.2.1 2006年“禁播令”对电视购物行业的影响

- 3.2.2 2008年广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告
- 3.2.3 电视购物若违法电视台负连带责任
- 3.2.4 《关于整顿广播电视医疗资讯服务和电视购物节目内容的通知》及解读
- 3.3 行业环境
  - 3.3.1 电视购物在中国发展具有优势
  - 3.3.2 电视购物行业正由电视直销转型家庭购物模式
  - 3.3.3 中国电视购物市场不断探索规范化发展
- 3.4 电视数字化对电视购物的影响
  - 3.4.1 中国已迎来数字电视时代
  - 3.4.2 电视数字化的购物优势
  - 3.4.3 数字电视购物频道将是下一代渠道巨头
  - 3.4.4 电视购物将终结电视直销并超越电子商务

#### 第四章 2010年中国电视购物产业运行局势分析

- 4.1 2010年中国电视购物行业的发展综述
  - 4.1.1 中国电视购物行业发展的历程
  - 4.1.2 中国电视购物行业的现状概述
  - 4.1.3 国内电视购物发展的市场特点
  - 4.1.4 中国电视购物产业已进入新一轮崛起
- 4.2 2010年中国电视购物市场最新动态分析
  - 4.2.1 电视购物看准暑期市场
  - 4.2.2 电视购物市场全面复苏
  - 4.2.3 电视购物市场两大巨头的竞争态势
  - 4.2.4 电视购物市场规模分析
- 4.3 2010年中国电视购物发展的问题及策略分析
  - 4.3.1 中国电视购物广告存在九大问题
  - 4.3.2 中国电视购物行业面临严重的信任危机
  - 4.3.3 中国电视购物行业的主要问题及对策
  - 4.3.4 中国电视购物行业面临的考验及对策
  - 4.3.5 中国电视购物行业应向高端发展

#### 第五章 2010年中国电视购物主要产品市场分析

## 5.1 2010年电视购物产品的特征浅析

### 5.1.1 电视购物产品须以消费者需求为核心

### 5.1.2 电视购物产品满足消费者需求要考虑的因素

### 5.1.3 品牌化、多元化是电视购物产品新特征

### 5.1.4 虚拟商品是电视购物产品的新拐点

## 5.2 手机电视购物

### 5.2.1 中国手机销售与电视购物合作发展的分析

### 5.2.2 电视购物已成为国产手机销售的新渠道

### 5.2.3 国产手机电视购物渠道建设喜忧参半

## 5.3 PC电视购物

### 5.3.1 主流PC企业进入电视购物渠道

### 5.3.2 电视购物开始冲击PC传统渠道

### 5.3.3 电视购物给PC厂商带来二次渠道变革

## 5.4 家电电视购物

### 5.4.1 阶段成果显露发展潜力大

### 5.4.2 通路短成本优势明显

### 5.4.3 厂商合作渐入佳境

### 5.4.4 不断挖掘适合的产品

## 5.5 其他电视购物

### 5.5.1 保险产品成为电视购物市场新面孔

### 5.5.2 现代电视购物是化妆品销售的新途径

### 5.5.3 奔驰车亮相中国电视购物

### 5.5.4 中国电视购物已开始进军非实物领域

## 第六章 2010年国内外电视购物重点企业经营情况分析

### 6.1 美国QVC公司

#### 6.1.1 公司简介

#### 6.1.2 美国QVC公司的发展概况

#### 6.1.3 美国QVC公司的经营特色

#### 6.1.4 美国QVC公司电视购物与产品无缝连接

### 6.2 台湾东森得易购

#### 6.2.1 公司简介

- 6.2.2 东森购物的经营特点
- 6.2.3 东森购物的发展状况综述
- 6.2.4 东森购物顾客满意度超过90%
- 6.3 橡果国际
  - 6.3.1 公司简介
  - 6.3.2 橡果国际成为中国首家在海外上市的电视购物企业
  - 6.3.3 橡果国际净营收情况分析
  - 6.3.4 橡果国际的发展战略分析
- 6.4 七星购物
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 七星购物遭遇发展瓶颈
  - 6.4.3 七星购物的经营概况
  - 6.4.4 七星购物的转型探索
- 6.5 湖南快乐购
  - 6.5.1 公司简介
  - 6.5.2 湖南快乐购激活电视购物市场
  - 6.5.3 湖南快乐购投资7000万进驻上海
  - 6.5.4 快乐购发布国内电视购物首本质量监控手册
- 6.6 好易购
  - 6.6.1 公司简介
  - 6.6.2 好易购的发展优势分析
  - 6.6.3 好易购两年迅速崛起成为江浙最具品牌价值电视购物
  - 6.6.4 好易购创造电视购物行业新盈利模式
- 6.7 CCTV中视购物
  - 6.7.1 公司简介
  - 6.7.2 央视介入电视购物业成立CCTV中视购物频道
  - 6.7.3 CCTV中视购物全力打造公信力和行业榜样
  - 6.7.4 CCTV中视购物实现媒体优势的升级与拓展
- 6.8 上海东方CJ
  - 6.8.1 公司简介
  - 6.8.2 东方购物营业规模达到16亿元
  - 6.8.3 东方购物开创电视购物新局面

## 第七章 2011-2015年中国电视购物行业的前景趋势分析

### 7.1 2011-2015年中国电视购物的发展前景展望

#### 7.1.1 中国电视购物市场前景可期

#### 7.1.2 中国电视购物市场增长空间巨大

#### 7.1.3 中国电视购物大面积推广还需要时间

#### 7.1.4 2010-2015年中国电视购物行业预测分析

### 7.2 2011-2015年中国电视购物的发展趋势分析

#### 7.2.1 未来中国电视购物市场的发展趋势

#### 7.2.2 中国电视购物市场未来发展形势分析

#### 7.2.3 未来中国电视购物行业将进入战国时代

#### 7.2.4 中国电视购物行业呈现新渠道争宠趋势

#### 7.2.5 中国电视购物未来发展的关键点

## 第八章 2010年中国电视购物企业经营及营销的策略参考

### 8.1 2010年中国消费者电视购物决策的形成及影响因素

#### 8.1.1 电视购物广告的功能

#### 8.1.2 电视购物决策的形成

#### 8.1.3 影响消费者电视购物决策的主体因素

#### 8.1.4 影响电视购物决策的企业主体因素

### 8.2 2010年中国电视购物企业的经营策略参考

#### 8.2.1 电视购物实际运营流程分析

#### 8.2.2 电视购物公司经营透析

#### 8.2.3 电视购物经营者须选择好产品来经营

#### 8.2.4 电视购物企业的产品策略

### 8.3 2010年中国电视购物企业服务消费者的策略参考

#### 8.3.1 重视消费者的消费心理和行为研究

#### 8.3.2 完善物流、售后服务等各项配套系统

#### 8.3.3 创新娱乐型广告满足消费者的全新购物体验要求

#### 8.3.4 电视购物企业营销创新是永恒的主题



图表目录：

图表：2004-2008年我国国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年我国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末我国国家外汇储备

图表：2004-2008年我国税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年我国粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年我国工业增加值及其增长速度

图表：2008年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年1-11月我国规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年我国建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度

图表：2008年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年我国固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年我国房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年我国主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年我国主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年我国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年我国分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2008年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2003-2007年中国电视渠道销售规模

图表：2007年中国电视购物运营商市场份额

图表：1999年-2005年东森购物台营收状况

图表：2005-2007年橡果国际收入产品构成

图表：电视购物是现代传媒与零售业相结合的零售业新型业态

图表：国内电视媒体纷纷涉足电视购物业

图表：现代电视购物与传统电视直销的区别

图表：消费者购买决策模式

图表：购买行为的四种类型

图表：略&hellip;&hellip;

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国电视购物行业市场分析与投资前景研究报告》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qtIT1101/Z65104339D.html>