

# 2013-2018年中国电视购物市场行情动态与投资前景评估报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2013-2018年中国电视购物市场行情动态与投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201311/223533.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

电视购物相比较于网络购物，有着其天然的优势。电视频道在中国的权威性很高，其品牌的美誉度远远高于任何一家商业网站。另外，电视频道可以开办网站从事电子商务，并通过电视+电话（短信）+直邮目录等多种方式满足用户的购买需求，但网站则不能开办电视频道。而电视购物频道卖场直播的巨大感染力也是网上购物所不具有的。广告是塑造品牌 传递产品信息的一个重要手段，但广告时间较短，费用相对高昂，在短时间内难于完全、准确地传播产品的独特信息。长版本的电视购物节目能够清晰地表达产品的“卖点”，产生更加令人信服的传播效果，更有利于品牌的塑造。

报告目录：

### 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 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

### 第二章世界电视购物行业概况

#### 2.1 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 全球电视购物发展的分水岭

##### 2.1.4 国外电视购物行业发展的先进经验

##### 2.1.5 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 特点

##### 2.2.2 美国电视购物的特色

##### 2.2.3 美国电视购物的业绩仍不断增长

##### 2.2.4 美国电视购物行业的成功秘诀

## 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 韩国电视购物运营商发力海外市场

## 2.4 日本

### 2.4.1 日本电视购物业的发展概况

### 2.4.2 日本电视购物行业的法律规范

### 2.4.3 日本电视购物消费者行为分析

### 2.4.4 日本企业看好中国电视购物市场积极介入

## 2.5 其他国家

### 2.5.1 英国电视购物的法律规范

### 2.5.2 瑞典电视购物消费者享有“后悔权”

### 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 台湾电视购物市场发展现状

## 第三章中国电视购物行业发展环境分析

### 3.1 宏观经济环境

### 3.2 政策法规环境

#### 3.2.1 广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告

#### 3.2.2 电视购物频道未经许可不得开办

#### 3.2.3 2011年我国电视购物新监管政策施行

#### 3.2.4 2011年广电总局进一步规范电视购物短片广告

#### 3.2.5 2011-2012年电视购物频道建设政策开始生效

### 3.3 行业发展环境

#### 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

#### 3.3.4 消费者对电视购物的需求

### 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

## 第四章中国电视购物行业的发展

### 4.1 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 电视购物对国民经济的影响与作用

#### 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 2008年中国电视购物行业的发展

#### 4.2.1 2008年中国电视购物市场发展状况

#### 4.2.2 2008年中国电视购物企业签署诚信公约

#### 4.2.3 2008年中国电视购物行业暗潮涌动

#### 4.2.4 2008年电视购物行业消费者投诉概况

### 4.3 2009年中国电视购物行业的发展

#### 4.3.1 2009年中国电视购物发展势头良好更加自律

#### 4.3.2 2009年中国电视购物企业竞争概况

#### 4.3.3 2009年内地电视购物行业首次推出信誉质量保证金

#### 4.3.4 2009年春节期间电视购物投诉数量五年来首度下降

### 4.4 2010-2012年中国电视购物行业的发展

#### 4.4.1 2010年中国电视购物进入新时代

#### 4.4.2 2010年smg获得首张电视购物模拟频道牌照

#### 4.4.3 2010年电视购物行业首推服务实体店

#### 4.4.4 2010年国有广播电视平台纷纷进入电视购物行业

#### 4.4.5 2011-2012年中国电视购物市场暗战拉开帷幕

### 4.5 中国电视购物发展的问题 策略分析

#### 4.5.1 中国电视购物行业的主要问题

#### 4.5.2 电视购物经营活动中存在的问题

#### 4.5.3 中国电视购物运营模式的问题

#### 4.5.4 中国电视购物行业的发展策略

#### 4.5.5 电视购物市场立法应注意解决的问题

#### 4.5.6 中国电视购物行业应向高端发展

## 第五章中国电视购物主要产品市场分析

### 5.1 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 数码电子产品

#### 5.2.1 中国手机销售与电视购物合作发展的分析

#### 5.2.2 国产手机电视购物渠道建设喜忧参半

#### 5.2.3 手机电视购物市场悄然洗牌

#### 5.2.4 手机产品运用电视直销的发展建议

#### 5.2.5 主流pc企业进入电视购物渠道

#### 5.2.6 电视购物开始冲击pc传统渠道

### 5.3 家电产品

#### 5.3.1 阶段成果显露发展潜力大

#### 5.3.2 通路短成本优势明显

#### 5.3.3 厂商合作渐入佳境

#### 5.3.4 不断挖掘适合的产品

### 5.4 其他电视购物产品

#### 5.4.1 保险产品参与电视购物市场

#### 5.4.2 现代电视购物是化妆品销售的新途径

#### 5.4.3 奔驰车首次亮相中国电视购物

#### 5.4.4 2011-2012年房地产业试水电视购物

## 第六章 国内外电视购物重点企业

### 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 台湾东森购物

#### 6.2.1 公司简介

#### 6.2.2 东森购物的成功经验及策略解析

#### 6.2.3 东森购物的经营特点阐述

#### 6.2.4 东森得意购的经营模式分析

### 6.3 橡果国际

#### 6.3.1 公司简介

#### 6.3.2 橡果国际发展历程介绍

#### 6.3.3 2009年橡果国际经营状况

#### 6.3.4 2010年橡果国际经营状况

#### 6.3.5 2011-2012年橡果国际经营状况

## 6.4 七星购物

### 6.4.1 公司简介

### 6.4.2 2009年七星购物经营状况分析

### 6.4.3 2010年七星购物经营状况分析

### 6.4.4 2011-2012年七星购物经营状况分析

## 6.5 湖南快乐购

### 6.5.1 公司简介

### 6.5.2 快乐购携手国美电器打造销售新模式

### 6.5.3 快乐购经营状况及转型策略

## 6.6 好易购

### 6.6.1 公司简介

### 6.6.2 好易购迅速崛起成为江浙最具品牌价值电视购物

### 6.6.3 好易购创造电视购物行业新盈利模式

## 6.7 上海东方cj

### 6.7.1 公司简介

### 6.7.2 东方购物的主要优势

### 6.7.3 东方购物经营发展状况

### 6.7.4 东方购物开创电视购物新局面

## 6.8 cctv中视购物

### 6.8.1 公司简介

### 6.8.2 cctv中视购物加快追赶步伐

### 6.8.3 cctv中视购物信息系统改造升级

## 第七章电视购物企业经营及营销的策略参考

### 7.1 消费者电视购物决策的形成及影响因素

#### 7.1.1 电视购物广告的功能

#### 7.1.2 电视购物决策的形成

#### 7.1.3 影响消费者电视购物决策的主体因素

#### 7.1.4 影响电视购物决策的企业主体因素

### 7.2 电视购物企业的经营策略参考

#### 7.2.1 电视购物实际运营流程分析

#### 7.2.2 电视购物公司经营浅析

#### 7.2.3 电视购物经营者须选择好产品来经营

#### 7.2.4 电视购物企业的产品策略

### 7.3 电视购物企业服务消费者的策略参考

#### 7.3.1 重视消费者的消费心理和行为研究

7.3.2 完善物流、售后服务等各项配套系统

7.3.3 创新娱乐型广告满足消费者的全新购物体验要求

7.3.4 电视购物企业营销创新是永恒的主题

第八章中国电视购物行业的前景趋势分析

8.1 中国电视购物的发展前景展望

8.1.1 中国电视购物市场发展潜力巨大

8.1.2 中国电视购物行业投资前景看好

8.1.3 专业电视购物频道发展空间广阔

8.1.4 未来电视购物持续高速增长的支撑因素

8.1.5 2013-2018年中国电视购物行业预测分析

8.2 中国电视购物的发展趋势分析

8.2.1 未来中国电视购物市场的发展趋势

8.2.2 中国电视购物市场未来发展形势分析

8.2.3 电视购物行业的未来发展方向

8.2.4 中国电视购物未来发展的关键点

图表目录：

图表：2008-2012年国内生产总值情况

图表：2008-2012年我国居民消费价格走势

图表：2009年我国居民消费价格涨跌幅度

图表：2008-2012年我国财政收入情况

图表：2008-2012年我国粮食产量情况

图表：2008-2012年我国工业增加值情况

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2009年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2008-2012年我国全社会固定资产投资情况

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008-2012年我国社会消费品零售总额

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008-2012年我国货物进出口总额

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008-2012年我国城乡居民人民币储蓄存款余额

图表：2009年全国人口数及其构成情况

图表：2008-2012年国内生产总值及其增长速度

图表：2010年居民消费价格涨跌幅度（月度同比）

图表：2008-2012年居民消费价格涨跌幅度



- 图表：2010年70个大中城市房屋及新建商品住宅销售价格涨跌幅度（月度同比）
- 图表：2008-2012年城镇新增就业人数
- 图表：2008-2012年年末国家外汇储备及其增长速度
- 图表：2008-2012年财政收入 其增长速度
- 图表：2011-2012年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2011-2012年居民消费价格涨跌幅度（月度同比）
- 图表：2011-2012年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2011-2012年70个大中城市房屋 新建商品住宅销售价格涨跌幅度（月度同比）
- 图表：2011-2012年城镇新增就业人数
- 图表：2011-2012年年末国家外汇储备 其增长速度
- 图表：2011-2012年财政收入及其增长速度
- 图表：2012年份国民经济主要统计数据
- 图表：中国电视渠道销售规模
- 图表：东森购物5个频道简况
- 图表：2007-2011年橡果国际合并损益表
- 图表：2007-2011年橡果国际主要产品收入
- 图表：2008-2012年橡果国际合并损益表
- 图表：2008-2012年橡果国际主要产品收入
- 图表：2010-2012年橡果国际合并损益表
- 图表：2011-2012年橡果国际销售收入前三位的产品（按销售方式划分）
- 图表：2011年七星购物综合损益表
- 图表：2008-2011年七星购物营业额分类情况
- 图表：2008-2011年七星购物主要收入分地区情况
- 图表：2011年七星购物综合损益表
- 图表：2009年-2011年七星购物收入分类情况
- 图表：2011年七星购物收入分部门情况
- 图表：2009-2011年七星购物收入分地区情况
- 图表：2011-2012年七星购物综合损益表
- 图表 2010-2012年七星购物收入分类情况
- 图表：消费者购买决策模式
- 图表：购买行为的四种类型
- 图表：2013-2018年中国电视购物行业市场规模预测
- 略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201311/223533.html>