

2018-2023年中国电视购物 市场监测及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2018-2023年中国电视购物市场监测及投资前景研究报告》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/report/O62853UN4J.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2018-03-30

【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

报告说明:

博思数据发布的《2018-2023年中国电视购物市场监测及投资前景研究报告》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、分析了中国电视购物行业的现状、中国电视购物行业竞争格局、对中国电视购物行业做了重点企业经营状况分析及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。

目前，电视购物企业销售商品同质化现象较为严重，企业之间商品种类差别小，基于细分领域的垂直经营发展不足。在 17 个商品类别中，占总销售额比重 10%及以上的有家居家装、服饰箱包、家用电器 3 类，合计占比达 41%。八成以上的电视购物企业销售家电、服饰箱包、个护化妆、家居家装和数码通信类商品。

传统电视渠道仍是电视购物企业最主要的营业收入来源，占企业全部年销售总额的 78%。据快乐购数据显示，2015 年该企业电视渠道销售收入占总收入的 57.4%，远高于网络渠道和外呼渠道的 12.1%和 13.9%。

随着数字电视的全面推广，新媒体技术的日趋成熟，互联网和移动互联网的兴起，网络媒体、手机媒体、交互式网络电视等新媒体形式不断涌现，电视购物企业也积极拓展渠道资源。依托直观性强、传播速度快等特点，电视购物企业着力发展“大屏”+“小屏”的销售模式，以满足用户的个性化需求。东方购物将不同屏幕的多媒体进行有机融合，推出了微信互动、电视团购等新型销售模式，目前微信服务号已拥有订阅用户 5.6 万人。此外，电视购物企业也积极拓展实体体验店、电话销售、目录销售等渠道。

报告目录：

第一章 全球电视购物行业发展分析

第一节 国际电视购物行业发展轨迹综述

一、国际电视购物行业发展历程

二、2013-2017年国际电视购物行业发展面临的问题

第二节 世界电视购物行业市场情况

一、2013-2017年世界电视购物产业发展现状

二、2013-2017年国际电视购物产业发展态势

三、2013-2017年国际电视购物行业研发动态

四、全球电视购物行业挑战与机会

第三节 2013-2017年部分国家地区电视购物行业发展状况

第二章 电视购物行业发展环境分析

第一节 电视购物行业政治法律环境

第二节 电视购物行业经济环境

一、国际宏观经济走势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、经济环境与本行业的关系分析

第三节 电视购物行业社会环境

一、居民收入水平

二、居民消费结构

三、居民消费信心

四、居民电视购物规模与消费行为

第三章 电视购物关联行业发展分析

第一节 电视传播媒介发展情况分析

一、电视购物传统媒介分析

(1) 中国数字电视产业增长情况

(2) 中国电视覆盖及收视率情况

二、电视购物新媒介发展情况

(1) 手机电视媒介发展分析

(2) 电视购物网络平台发展分析

(3) 手机购物用户行为分析

第二节 呼叫中心建设现状与应用情况

一、呼叫中心产业成本分析

(1) 呼叫中心产业成本构成

(2) 呼叫中心主要成本剖析

(3) 呼叫中心成本优化与策略

二、呼叫中心成本效益核算

(1) 营销及技术支持型

(2) 客户服务及对内支持型

三、呼叫中心利润型体系构建

(1) 利润型体系利润来源

(2) 利润型体系构建要点

四、呼叫中心经济效益提升策略

(1) 经济效益主要提升策略

(2) 国外效益提升经验借鉴

(3) 国内领先企业运行经验

五、呼叫中心在电视购物行业中的应用

第三节 数字电视支付行业发展分析

一、数字电视支付对电视购物行业的影响分析

二、数字电视支付行业应用场景分析

三、数字电视支付行业相关业务分析

四、数字电视支付系统分析

(1) 系统的组成

(2) 第三方对接能力

第四节 物流配送系统发展分析

一、物流行业发展情况

(1) 物流总额增幅及其构成情况

(2) 物流总费用增幅及构成情况

(3) 物流业增加值增幅及贡献情况

(4) 物流固定资产投资及增长情况

(5) 全国重点企业物流统计调查情况

二、快递服务产业发展情况

(1) 中国快递行业经营现状分析

(2) 快递行业业务量完成情况分析

(3) 快递行业业务收入情况分析

三、物流业与电视购物行业关系分析

第四章 中国电视购物行业区域市场调研

第一节 华北地区电视购物行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

- 四、2018-2024年行业趋势预测分析
- 五、2018-2024年行业投资前景预测
- 第二节 东北地区电视购物行业调研
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况分析
 - 四、2018-2024年行业趋势预测分析
 - 五、2018-2024年行业投资前景预测
- 第三节 华东地区电视购物行业调研
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况分析
 - 四、2018-2024年行业趋势预测分析
 - 五、2018-2024年行业投资前景预测
- 第四节 华南地区电视购物行业调研
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况分析
 - 四、2018-2024年行业趋势预测分析
 - 五、2018-2024年行业投资前景预测
- 第五节 华中地区电视购物行业调研
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况分析
 - 四、2018-2024年行业趋势预测分析
 - 五、2018-2024年行业投资前景预测
- 第六节 西南地区电视购物行业调研
 - 一、行业发展现状分析
 - 二、市场规模情况分析
 - 三、市场需求情况分析
 - 四、2018-2024年行业趋势预测分析
 - 五、2018-2024年行业投资前景预测

第七节 西北地区电视购物行业调研

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、2018-2024年行业趋势预测分析

五、2018-2024年行业投资前景预测

第五章 中国电视购物行业主要产品市场发展分析

第一节 化妆品电视购物市场增长情况

一、我国化妆品行业经营效益分析

1、盈利能力

2、运营能力

3、偿债能力

4、发展能力

二、我国化妆品行业市场规模分析

(1) 全部化妆品企业零售总额

(2) 限额以上化妆品企业零售总额

(3) 规模以上化妆品企业销售规模

三、我国化妆品市场销售渠道分析

四、我国化妆品电视购物市场发展分析

(1) 化妆品电视购物市场规模分析

(2) 化妆品电视购物渠道收益分析

(3) 化妆品电视购物渠道成本构成

五、化妆品电视购物市场趋势预测分析

(1) 电视购物发展优势分析

(2) 电视购物趋势预测分析

第二节 奢侈品电视购物市场增长情况

一、我国奢侈品市场发展分析

(1) 我国奢侈品市场产销情况

(2) 我国奢侈品市场品牌分析

二、我国奢侈品市场销售渠道分析

(1) 代理销售

(2) 直营店

(3) 自营与代理相结合

(4) 奢侈品奥特莱斯模式

三、白领购买奢侈品行为分析

(1) 白领购买奢侈品行为特征

(2) 白领购买奢侈品消费特点

(3) 白领购买奢侈品信息渠道

四、我国奢侈品电视购物市场发展分析

第三节 珠宝首饰电视购物市场增长情况

一、我国珠宝首饰市场规模与增长

(1) 我国珠宝首饰制造业产销情况

(2) 我国黄金行业需求分析

二、我国珠宝首饰市场销售渠道分析

(1) 品牌自营店渠道

(2) 品牌代理店渠道

(3) 品牌加盟店渠道

(4) 无店铺销售渠道

三、我国珠宝首饰电视购物市场发展分析

第四节 箱包服饰电视购物市场增长情况

一、我国服饰市场发展分析

(1) 我国服饰市场产销情况

(2) 我国服饰市场品牌分析

二、我国箱包市场发展分析

(1) 我国箱包市场产销情况

(2) 我国箱包市场品牌分析

三、我国箱包服饰市场销售渠道分析

四、我国箱包服饰电视购物市场发展分析

第五节 汽车电视购物市场增长情况

一、我国汽车市场发展分析

(1) 汽车销售规模

(2) 汽车经销商规模

二、我国汽车市场销售渠道分析

三、我国汽车电视购物市场发展分析

第六节手机产品电视购物市场增长情况

一、我国手机市场规模与增长

(1) 我国手机出货量情况

(2) 我国手机市场品牌情况

二、我国手机市场销售渠道分析

三、我国手机电视购物市场发展

第六章 电视购物行业竞争格局分析

第一节 电视购物行业集中度分析

一、电视购物市场集中度分析

二、电视购物企业集中度分析

三、电视购物区域集中度分析

第二节 电视购物行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 电视购物行业竞争格局分析

一、电视购物行业竞争分析

二、中外电视购物竞争分析

三、国内外电视购物竞争分析

四、我国电视购物市场竞争分析

五、我国电视购物市场集中度分析

六、2018-2024年国内主要电视购物企业动向

第七章 中国电视购物行业发展形势分析

第一节 电视购物行业发展概况

一、电视购物行业发展特点分析

二、电视购物行业投资现状分析

三、电视购物行业总产值分析

第二节 电视购物行业市场情况分析

一、电视购物行业市场发展分析

二、电视购物市场存在的问题

三、电视购物市场规模分析

第八章 中国电视购物行业整体运行指标分析

第一节 中国电视购物行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 中国电视购物行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 中国电视购物行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第九章 电视购物行业盈利能力分析

第一节 中国电视购物行业利润总额分析

一、利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第二节 中国电视购物行业销售利润率

一、销售利润率分析

二、不同规模企业销售利润率比较分析

三、不同所有制企业销售利润率比较分析

第三节 中国电视购物行业总资产利润率分析

一、总资产利润率分析

二、不同规模企业总资产利润率比较分析

三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

第四节 中国电视购物行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

第十章 中国电视购物行业主要企业运营分析

第一节 电视购物企业发展总体状况

第二节 电视购物行业电视台运营企业

一、中视购物有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

二、快乐购物股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

三、东方明珠新媒体股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

四、央广幸福购物（北京）有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

五、贵州家有购物集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

第三节 电视购物行业独立运营企业分析

一、橡果国际经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

二、七星购物(中国)有限公司经营情况分析

- (1) 企业简况
- (2) 企业运营区域与网络覆盖
- (3) 企业经营产品
- (4) 企业经营状况

第十一章 电视购物行业投资前景研究分析

第一节 行业发展特征

- 一、行业的周期性
- 二、行业的区域性
- 三、行业的上下游
- 四、行业经营模式

第二节 行业投资形势分析

- 一、行业发展格局
- 二、行业进入壁垒
- 三、行业SWOT分析
- 四、行业五力模型分析

第三节 电视购物行业投资效益分析

- 一、电视购物行业投资状况
- 二、电视购物行业投资效益
- 三、2018-2024年电视购物行业投资方向
- 四、2018-2024年电视购物行业投资建议

第四节 电视购物行业投资前景研究研究

第十二章 电视购物行业投资前景预警

第一节 影响电视购物行业发展的主要因素

- 一、影响电视购物行业运行的有利因素
- 二、影响电视购物行业运行的稳定因素
- 三、影响电视购物行业运行的不利因素
- 四、我国电视购物行业发展面临的挑战
- 五、我国电视购物行业发展面临的机遇

第二节 电视购物行业投资前景预警

- 一、2018-2024年电视购物行业市场风险预测
- 二、2018-2024年电视购物行业政策风险预测
- 三、2018-2024年电视购物行业经营风险预测
- 四、2018-2024年电视购物行业技术风险预测
- 五、2018-2024年电视购物行业竞争风险预测
- 六、2018-2024年电视购物行业其他风险预测

第十三章 电视购物行业发展趋势分析

第一节 2018-2024年中国电视购物市场趋势分析

- 一、我国电视购物市场趋势总结
- 二、2018-2024年我国电视购物发展趋势分析

第二节 2018-2024年电视购物发展趋势分析

- 一、2018-2024年电视购物技术趋势分析
- 二、2018-2024年电视购物价格趋势分析

第三节 2018-2024年中国电视购物行业供需预测

- 一、2018-2024年中国电视购物供给预测
- 二、2018-2024年中国电视购物需求预测
- 三、2018-2024年中国电视购物价格预测

第四节 2018-2024年电视购物行业规划建议

- 一、2018-2024年电视购物行业整体规划
- 二、2018-2024年电视购物行业发展预测
- 三、2018-2024年电视购物行业规划建议

第十四章 电视购物企业管理策略建议

第一节 市场策略分析

- 一、电视购物价格策略分析

二、电视购物渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 提高电视购物企业竞争力的策略

一、提高中国电视购物企业核心竞争力的对策

二、电视购物企业提升竞争力的主要方向

三、影响电视购物企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高电视购物企业竞争力的策略

第四节 对我国电视购物品牌的战略思考

一、电视购物实施品牌战略的意义

二、电视购物企业品牌的现状分析

三、我国电视购物企业的品牌战略

四、电视购物品牌战略管理的策略

第五节 专家建议

图表略……

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/O62853UN4J.html>