

2012-2016年中国电视购物 市场监测及投资调研研究报告

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

《2012-2016年中国电视购物市场监测及投资调研研究报告》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/chuanmei1502/943827A6DN.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2026-06-28

【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

第一章、电视购物相关概述

第一节、电视购物的定义与起源

- 一、电视购物的定义
- 二、电视购物与广告的不同
- 三、电视购物的起源

第二节、现代电视购物与电视直销的比较

- 一、电视直销简介
- 二、现代电视购物简介
- 三、现代电视购物与电视直销的不同

第三节、电视购物广告及认知风险

- 一、电视购物广告的优点
- 二、电视购物广告的弊端
- 三、电视购物的认知风险

第二章、世界电视购物行业概况

第一节、国外电视购物行业的发展综述

- 一、国外电视购物行业的发展特点
- 二、国外电视购物产业发展良好
- 三、全球电视购物发展的分水岭
- 四、国外电视购物行业发展的先进经验
- 五、国外电视购物模式对中国的借鉴

第二节、美国

- 一、美国电视购物的发展概况及特点
- 二、美国电视购物的特色
- 三、美国电视购物的业绩仍不断增长
- 四、美国电视购物行业的成功秘诀

第三节、韩国

- 一、韩国电视购物发展的现状及特点
- 二、韩国电视购物的特色
- 三、韩国对电视购物行业的规范
- 四、韩国电视购物运营商发力海外市场

第四节、日本

- 一、日本电视购物业的发展概况
- 二、日本电视购物行业的法律规范
- 三、日本电视购物消费者行为分析
- 四、日本企业看好中国电视购物市场积极介入

第五节、其他国家

- 一、英国电视购物的法律规范
- 二、瑞典电视购物消费者享有“后悔权”
- 三、乌克兰电视购物存在的主要弊病

第六节、中国台湾地区

- 一、台湾电视购物频道产业概况
- 二、台湾电视购物频道产业特性
- 三、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

第一节、宏观经济环境

- 一、2009年中国经济发展状况
- 二、2010年中国经济发展状况
- 三、2011年中国经济发展状况
- 四、2012年1-3月中国经济发展状况

第二节、政策法规环境

- 一、2008年广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告
- 二、2009年规定电视购物频道未经许可不得开办
- 三、2010年我国电视购物新监管政策施行
- 四、2010年广电总局进一步规范电视购物短片广告
- 五、2011年电视购物频道建设政策开始生效

第三节、行业发展环境

- 一、电视购物在中国发展具有优势
- 二、电视购物行业由电视直销转型家庭购物模式
- 三、中国电视购物市场不断探索规范化发展
- 四、消费者对电视购物的需求

第四节、电视数字化对电视购物的影响

- 一、中国已迎来数字电视时代

- 二、电视数字化的购物优势
- 三、数字电视购物频道将是下一代渠道巨头
- 四、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

第一节、中国电视购物行业的发展综述

- 一、中国电视购物行业发展的历程
- 二、电视购物对国民经济的影响与作用
- 三、国内电视购物发展的市场特点
- 四、中国电视购物产业已进入新一轮崛起

第二节、2008年中国电视购物行业的发展

- 一、2008年中国电视购物市场发展状况
- 二、2008年中国电视购物企业签署诚信公约
- 三、2008年中国电视购物行业暗潮涌动
- 四、2008年电视购物行业消费者投诉概况

第三节、2009年中国电视购物行业的发展

- 一、2009年中国电视购物发展势头良好更加自律
- 二、2009年中国电视购物企业竞争概况
- 三、2009年内地电视购物行业首次推出信誉质量保证金
- 四、2009年春节期间电视购物投诉数量五年来首度下降

第四节、2010年-2011年中国电视购物行业的发展

- 一、2010年中国电视购物进入新时代
- 二、2010年SMG获得首张电视购物模拟频道牌照
- 三、2010年电视购物行业首推服务实体店
- 四、2010年国有广播电视平台纷纷进入电视购物行业
- 五、2011年中国电视购物市场暗战拉开帷幕

第五节、中国电视购物发展的问题及策略分析

- 一、中国电视购物行业的主要问题
- 二、电视购物经营活动中存在的问题
- 三、中国电视购物运营模式的问题
- 四、中国电视购物行业的投资策略
- 五、电视购物市场立法应注意解决的问题
- 六、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

第一节、电视购物产品的特征浅析

- 一、电视购物产品须以消费者需求为核心
- 二、电视购物产品满足消费者需求要考虑的因素
- 三、品牌化、多元化是电视购物产品新特征
- 四、虚拟商品是电视购物产品的新拐点

第二节、数码电子产品

- 一、中国手机销售与电视购物合作发展的分析
- 二、国产手机电视购物渠道建设喜忧参半
- 三、手机电视购物市场悄然洗牌
- 四、手机产品运用电视直销的发展建议
- 五、主流PC企业进入电视购物渠道
- 六、电视购物开始冲击PC传统渠道

第三节、家电产品

- 一、阶段成果显露发展潜力大
- 二、通路短成本优势明显
- 三、厂商合作渐入佳境
- 四、不断挖掘适合的产品

第四节、其他电视购物产品

- 一、保险产品参与电视购物市场
- 二、现代电视购物是化妆品销售的新途径
- 三、奔驰车首次亮相中国电视购物
- 四、2011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

第一节、美国QVC公司

- 一、公司简介
- 二、美国QVC公司的发展概况
- 三、美国QVC公司的经营特色
- 四、美国QVC公司电视购物与产品无缝连接

第二节、台湾东森购物

- 一、公司简介
- 二、东森购物的成功经验及策略解析

- 三、东森购物的经营特点阐述
- 四、东森得意购的经营模式分析

第三节、橡果国际

- 一、公司简介
- 二、橡果国际发展历程介绍
- 三、2009年橡果国际经营状况
- 四、2010年橡果国际经营状况
- 五、2011年橡果国际经营状况

第四节、七星购物

- 一、公司简介
- 二、2009年1-12月七星购物经营状况分析
- 三、2010年1-12月七星购物经营状况分析
- 四、2011年1-12月七星购物经营状况分析

第五节、湖南快乐购

- 一、公司简介
- 二、快乐购携手国美电器打造销售新模式
- 三、快乐购经营状况及转型策略

第六节、好易购

- 一、公司简介
- 二、好易购迅速崛起成为江浙最具品牌价值电视购物
- 三、好易购创造电视购物行业新盈利模式

第七节、上海东方CJ

- 一、公司简介
- 二、东方购物的主要优势
- 三、东方购物经营发展状况
- 四、东方购物开创电视购物新局面

第八节、CCTV中视购物

- 一、公司简介
- 二、CCTV中视购物加快追赶步伐
- 三、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

第一节、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、影响消费者电视购物决策的主体因素
- 四、影响电视购物决策的企业主体因素

第二节、电视购物企业的经营策略参考

- 一、电视购物实际运营流程分析
- 二、电视购物公司经营浅析
- 三、电视购物经营者须选择好产品来经营
- 四、电视购物企业的产品策略

第三节、电视购物企业服务消费者的策略参考

- 一、重视消费者的消费心理和行为研究
- 二、完善物流、售后服务等各项配套系统
- 三、创新娱乐型广告满足消费者的全新购物体验要求
- 四、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

第一节、中国电视购物的趋势预测展望

- 一、中国电视购物市场发展潜力巨大
- 二、中国电视购物行业行业前景调研看好
- 三、专业电视购物频道发展空间广阔
- 四、未来电视购物持续高速增长的支撑因素
- 五、2012-2016年中国电视购物行业预测分析

第二节、中国电视购物的发展趋势分析

- 一、未来中国电视购物市场的发展趋势
- 二、中国电视购物市场未来发展形势分析
- 三、电视购物行业的未来发展方向
- 四、中国电视购物未来发展的关键点

附录

附录一：中华人民共和国广告法

附录二：广播电视广告播出管理办法

附录三：直销管理条例

附录四：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

附录五：广电总局关于加强电视购物短片广告和居家购物节目管理的通知

附录六：广电总局关于电视购物频道建设和管理的意见

附录七：广电总局关于进一步加强广播电视广告审查和监管工作的通知

图表目录：

图表 2005-2009年国内生产总值情况

图表 2005-2009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 2005-2009年我国财政收入情况

图表 2005-2009年我国粮食产量情况

图表 2005-2009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1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表 2005-2009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 2005-2009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 2005-2009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 2005-2009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 2006-2010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 2006-2010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 2006-2010年城镇新增就业人数

图表 2006-2010年年末国家外汇储备及其增长速度

图表 2006-2010年财政收入及其增长速度

图表 2011年国内生产总值及其增长速度

图表 2011年居民消费价格涨跌幅度（月度同比）

图表 2011年居民消费价格涨跌幅度

图表 2011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 2011年城镇新增就业人数

图表 2011年年末国家外汇储备及其增长速度

图表 2011年财政收入及其增长速度

图表 2012年1-3月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 2007-2009年橡果国际合并损益表

图表 2007-2009年橡果国际主要产品收入

图表 2006-2010年橡果国际合并损益表

图表 2008-2010年橡果国际主要产品收入

图表 2010-2011年橡果国际合并损益表

图表 2011年橡果国际销售收入前三位的产品（按销售方式划分）

图表 2009年1-12月七星购物综合损益表

图表 2008年-2009年七星购物营业额分类情况

图表 2008年-2009年七星购物主要收入分地区情况

图表 2010年1-12月七星购物综合损益表

图表 2009年-2010年七星购物收入分类情况

图表 2010年1-12月七星购物收入分部门情况

图表 2009年-2010年七星购物收入分地区情况

图表 2011年1-12月七星购物综合损益表

图表 2010年-2011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 2012-2016年中国电视购物行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.bosidata.com/chuanmei1502/943827A6DN.html>