

2024年中国电视购物发展现状调研 及市场前景分析报告

产业调研网

www.cir.cn

一、基本信息

报告名称： 2024年中国电视购物发展现状调研及市场前景分析报告

报告编号： 1A27213 ← 咨询订购时，请说明该编号

报告价格： 电子版：10200 元 纸质+电子版：10500 元

优惠价格： 电子版：9100 元 纸质+电子版：9400 元 可提供增值税专用发票

咨询热线： 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱： kf@Cir.cn

详细内容： <https://www.cir.cn/3/21/DianShiGouWuHangYeYanJiuBaoGao.html>

提示信息： 如需订阅英文、日文等其它语言版本，请向客服咨询。

二、内容介绍

电视购物是一种传统的营销渠道，在新媒体时代仍然占据一席之地。随着网络直播带货的兴起，电视购物也逐渐融入了这一趋势，通过直播的方式向观众展示商品，增强了互动性和趣味性。此外，电视购物频道也通过与电商平台的合作，实现了线上线下的融合，拓宽了销售渠道。

未来，电视购物行业的发展将更加注重多元化和互动性。一方面，通过与社交媒体、短视频平台等新媒体形式的结合，电视购物将更加注重内容的创新和营销方式的多样化；另一方面，随着消费者对购物体验要求的提高，电视购物将更加注重提供个性化的服务，如定制化推荐、即时反馈等。此外，随着智能电视和物联网技术的发展，电视购物将更加智能化，为消费者提供更加便捷的购物体验。

第一部分 产业环境透视

第一章 电视购物行业发展综述

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 电视购物行业市场环境及影响分析（pest）

第一节 电视购物行业政治法律环境（p）

- 一、广播电视广告管理规范
- 二、禁播令对电视购物的影响
- 三、无店铺销售规范管理的发展
- 四、药品广告新《标准》分析
- 五、《广播电视广告播出管理办法》正式施行
- 六、广电总局开展打击电视购物领域侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品专项行动
- 七、广电总局加大广告整治力度 停播44条电视购物
- 八、2024年国家工商总局：电视购物广告将被严格监管
- 九、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（e）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（s）

- 一、电视购物产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（t）

- 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
- 五、主要技术发展趋势
- 六、技术环境对行业的影响

第三章 国际电视购物行业发展分析及经验借鉴

第一节 国际电视购物行业的发展综述

- 一、国际电视购物行业的发展特点
- 二、国际电视购物产业发展良好
- 三、国际电视购物发展的分水岭
- 四、国际电视购物行业发展的先进经验
- 五、国际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 其他国家地区

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

第二部分 行业深度分析

第四章 我国电视购物行业运行现状分析

第一节 中国电视购物行业发展总体概况

一、中国电视购物行业发展概况

二、中国电视购物行业发展动向

第二节 中国电视购物与其他购物平台的比较分析

一、电视购物与网络购物比较分析

1、2024年网络购物行业交易情况

2、2024-2030年网络购物行业发展预测

3、电视购物与网络购物边际效应分析

二、电视购物与零售业（实体店）比较分析

1、2024年零售业发展情况

2、2024-2030年零售业发展预测

3、电视购物与购物中心（实体店）边际效应分析

第三节 我国目前电视购物模式分析

一、我国电视购物三大主要模式

二、我国的电视购物发展路径

三、电视购物迈向现代家庭购物模式

四、电视购物运营模式的结构调整与产业重组

五、商业银行纷纷涉水电视购物成新兴商业模式

第四节 电视购物媒体操作模式

- 一、橡果模式
- 二、广而视之模式
- 三、媒体至尊模式
- 四、守型操作模式

第五章 我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、人员规模状况分析
- 三、行业资产规模分析
- 四、行业市场规模分析

第二节 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
 - 1、我国电视购物行业销售利润率
 - 2、我国电视购物行业成本费用利润率
 - 3、我国电视购物行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国电视购物行业资产负债比率
 - 2、我国电视购物行业利息保障倍数
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国电视购物行业应收帐款周转率
 - 2、我国电视购物行业总资产周转率
 - 3、我国电视购物行业流动资产周转率
- 四、行业发展能力分析
 - 1、我国电视购物行业总资产增长率
 - 2、我国电视购物行业利润总额增长率
 - 3、我国电视购物行业主营业务收入增长率
 - 4、我国电视购物行业资本保值增值率

第七章 电视购物行业主要消费群体分析

第一节 电视购物消费者特征分析

- 一、电视购物消费者受教育程度分析
- 二、电视购物消费者态度分析
- 三、电视购物消费者个性特征分析
- 四、电视购物消费者动机分析
- 五、电视购物消费者购买经验分析

- 六、电视购物消费者购买涉入程度分析
- 七、电视购物消费者成本支付分析
- 八、消费者对电视购物消费决策的企业影响因素
 - 1、企业提供的产品
 - 2、电视宣传的创造性
 - 3、企业服务的物流体系
 - 4、企业售后服务

第二节 女性消费者对电视购物的消费分析

- 一、女性消费行为研究综述
- 二、女性消费者对电视购物产品的偏好
- 三、女性消费者对电视购物频道的偏好
- 四、女性消费者对电视购物过程的偏好

第三部分 市场全景调研

第八章 电视购物主要产品市场分析预测

第一节 化妆品电视购物市场分析预测

- 一、我国化妆品行业经营效益分析
- 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发展前景分析
 - 1、电视购物发展优势分析
 - 2、电视购物发展前景预测

第二节 奢侈品电视购物市场分析预测

- 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、综合百货商场模式
 - 2、专卖直营模式
 - 3、专营综合店模式

- 4、网络营销模式
 - 5、展会模式
 - 6、奢侈品奥特莱斯模式
 - 三、购买奢侈品行为分析
 - 1、购买奢侈品行为特征
 - 2、购买奢侈品消费特点
 - 3、购买奢侈品信息渠道
 - 四、我国奢侈品电视购物市场发展趋势
- 第三节 珠宝首饰电视购物市场分析预测
- 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、非品牌批发渠道
 - 5、无店铺销售渠道
 - 三、我国珠宝首饰电视购物市场发展趋势
- 第四节 箱包服饰电视购物市场分析预测
- 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趋势
- 第五节 汽车电视购物市场分析预测
- 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趋势
- 第六节 手机产品电视购物市场分析预测
- 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趋势

第九章 电视购物主要关联行业发展分析

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

第四部分 竞争格局分析

第十章 电视购物行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

- 一、行业区域结构总体特征
- 二、行业区域集中度分析
- 三、行业区域分布特点分析
- 四、行业规模指标区域分布分析
- 五、行业效益指标区域分布分析
- 六、行业企业数的区域分布分析

第二节 电视购物区域市场分析

一、东北地区电视购物市场分析

- 1、黑龙江省电视购物市场分析
- 2、吉林省电视购物市场分析
- 3、辽宁省电视购物市场分析

二、华北地区电视购物市场分析

- 1、北京市电视购物市场分析
- 2、天津市电视购物市场分析
- 3、河北省电视购物市场分析

三、华东地区电视购物市场分析

- 1、山东省电视购物市场分析
- 2、上海市电视购物市场分析
- 3、江苏省电视购物市场分析
- 4、浙江省电视购物市场分析
- 5、福建省电视购物市场分析

6、安徽省电视购物市场分析

四、华南地区电视购物市场分析

1、广东省电视购物市场分析

2、广西省电视购物市场分析

3、海南省电视购物市场分析

五、华中地区电视购物市场分析

1、湖北省电视购物市场分析

2、湖南省电视购物市场分析

3、河南省电视购物市场分析

六、西南地区电视购物市场分析

1、四川省电视购物市场分析

2、云南省电视购物市场分析

3、贵州省电视购物市场分析

七、西北地区电视购物市场分析

1、甘肃省电视购物市场分析

2、新疆自治区电视购物市场分析

3、陕西省电视购物市场分析

第十一章 2024-2030年电视购物行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、电视购物行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、电视购物行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、电视购物行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、电视购物行业swot分析

- 1、电视购物行业优势分析
- 2、电视购物行业劣势分析
- 3、电视购物行业机会分析
- 4、电视购物行业威胁分析

第二节 中国电视购物行业竞争格局综述

一、电视购物行业竞争概况

- 1、中国电视购物行业品牌竞争格局
- 2、电视购物未来竞争格局和特点
- 3、电视购物市场进入及竞争对手分析

二、中国电视购物行业竞争力分析

- 1、我国电视购物行业竞争力剖析
- 2、我国电视购物企业市场竞争的优势
- 3、民企与外企比较分析
- 4、国内电视购物企业竞争能力提升途径

三、电视购物行业主要企业竞争力分析

- 1、重点企业资产总计对比分析
- 2、重点企业从业人员对比分析
- 3、重点企业营业收入对比分析
- 4、重点企业利润总额对比分析
- 5、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、国内外电视购物竞争分析
- 二、我国电视购物市场竞争分析
- 三、我国电视购物市场集中度分析
- 四、国内主要电视购物企业动向
- 五、国内电视购物企业拟在建项目分析

第四节 电视购物行业并购重组分析

- 一、行业并购重组现状及其重要影响
- 二、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 三、本土企业投资兼并与重组分析
- 四、企业升级途径及并购重组风险分析
- 五、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 电视购物市场竞争策略分析

- 一、产品策略
- 二、服务策略

三、品牌策略

四、市场策略

第十二章 电视购物行业领先企业经营形势分析

第一节 中国电视购物企业总体发展状况分析

一、电视购物企业主要类型

二、电视购物企业资本运作分析

三、电视购物企业创新及品牌建设

四、电视购物企业国际竞争力分析

五、2024年电视购物行业企业排名分析

第二节 中国领先电视购物企业经营形势分析

一、东方购物

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业覆盖区域分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

二、优购物

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业覆盖区域分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

三、快乐购

1、企业发展概况分析

2、企业经营模式分析

3、企业发展规模分析

4、企业覆盖区域分析

5、企业经营业绩分析

6、企业经济指标分析

7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

四、好享购

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

五、风尚购物

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

六、央广购物

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

七、贵州家有

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析

8、企业最新发展动向

八、安徽家家

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

九、中央购物

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

十、时尚购

- 1、企业发展概况分析
- 2、企业经营模式分析
- 3、企业发展规模分析
- 4、企业覆盖区域分析
- 5、企业经营业绩分析
- 6、企业经济指标分析
- 7、企业竞争优势分析
- 8、企业最新发展动向

第五部分 发展前景展望

第十三章 2024-2030年电视购物行业前景及投资价值

第一节 电视购物行业五年规划现状及未来预测

- 一、“十三五”期间电视购物行业运行情况
- 二、“十三五”期间电视购物行业发展成果
- 三、电视购物行业“十三五”发展方向预测

第二节 2024-2030年电视购物市场发展前景

- 一、2024-2030年电视购物市场发展潜力

二、2024-2030年电视购物市场发展前景展望

第三节 2024-2030年电视购物市场发展趋势预测

- 一、2024-2030年电视购物行业发展趋势
- 二、2024-2030年电视购物市场规模预测
 - 1、电视购物行业市场容量预测
 - 2、电视购物行业销售收入预测
- 三、2024-2030年电视购物行业应用趋势预测
- 四、2024-2030年细分市场发展趋势预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第五节 电视购物行业投资特性分析

- 一、电视购物行业进入壁垒分析
- 二、电视购物行业盈利因素分析
- 三、电视购物行业盈利模式分析

第六节 2024-2030年电视购物行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、投资回报率比较高的投资方向
- 四、新进入者应注意的障碍因素

第十四章 2024-2030年电视购物行业投资机会与风险防范

第一节 电视购物行业投融资情况

- 一、行业资金渠道分析
- 二、固定资产投资分析
- 三、兼并重组情况分析
- 四、电视购物行业投资现状分析
 - 1、电视购物产业投资经历的阶段
 - 2、2024年电视购物行业投资状况回顾
 - (1) 总体投资及结构
 - (2) 投资规模及增速分析

(3) 分行业投资分析

(4) 分地区投资分析

(5) 外商投资分析

3、中国电视购物行业风险投资状况

4、我国电视购物行业的投资态势

第二节 2024-2030年电视购物行业投资机会

一、产业链投资机会

二、重点区域投资机会

三、电视购物行业投资机遇

第三节 2024-2030年电视购物行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第四节 中国电视购物行业投资建议

一、电视购物行业未来发展方向

二、电视购物行业主要投资建议

三、中国电视购物企业融资分析

1、中国电视购物企业ipo融资分析

2、中国电视购物企业再融资分析

第六部分 发展战略研究

第十五章 电视购物行业发展战略研究

第一节 电视购物行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国电视购物品牌的战略思考

一、电视购物品牌的重要性

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、我国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 电视购物经营策略分析	
一、电视购物市场细分策略	
二、电视购物市场创新策略	
三、品牌定位与品类规划	
四、电视购物新产品差异化战略	
第四节 电视购物行业投资战略研究	
一、电视购物行业投资战略	
二、2024-2030年电视购物行业投资战略	
三、2024-2030年细分行业投资战略	
第十六章 研究结论及发展建议	
第一节 电视购物行业研究结论及建议	
第二节 电视购物子行业研究结论及建议	
第三节 中.智.林.一.济.研：电视购物行业发展建议	
一、行业发展策略建议	
二、行业投资方向建议	
三、行业投资方式建议	

图表目录

图表 电视购物行业生命周期	
图表 电视购物行业产业链结构	
图表 2024-2030年全球电视购物行业市场规模	
图表 2024-2030年中国电视购物行业市场规模	
图表 2024-2030年电视购物行业重要数据指标比较	
图表 2024-2030年中国电视购物市场占全球份额比较	
图表 2024-2030年电视购物行业工业总产值	
图表 2024-2030年电视购物投诉金额与投诉百分比分析	
图表 2024-2030年电视购物投诉人收入分析	
图表 2024-2030年电视购物月投诉趋势	
图表 2024-2030年电视购物投诉诉求与诉求解决量分析	
图表 2024-2030年电视购物行业投诉人满意度分析	
图表 2024-2030年电视购物行业企业投诉排名	
图表 2024-2030年电视购物主要投诉问题分析	
图表 购买行为的四种类型	

图表 2024-2030年中国网上银行交易额规模
图表 2024-2030年中国个人网上银行交易规模市场份额
图表 2024-2030年中国企业网上银行交易规模市场份额
图表 2024-2030年社会物流总额及增长率
图表 2024-2030年社会物流总额及增长变化情况
图表 2024-2030年社会物流总费用构成情况
图表 2024-2030年物流相关行业固定资产投资及增长率
图表 2024-2030年公路综合运价指数
图表 2024-2030年中国沿海散货运价指数ccbf
图表 2024-2030年中国电视购物市场销售预测
图表 2024-2030年中国电视购物行业需求预测
图表 2024-2030年中国电视购物行业供需平衡预测
略……

订阅“2024年中国电视购物发展现状调研及市场前景分析报告”，编号：1A27213，
请致电：400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099
Email邮箱：kf@Cir.cn

详细内容：<https://www.cir.cn/3/21/DianShiGouWuHangYeYanJiuBaoGao.html>

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！！