

2026-2031年电视购物行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

电视购物行业研究报告主要分析了电视购物行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、电视购物行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国电视购物行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外电视购物行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国电视购物行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对电视购物行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握电视购物行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

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 2021-2026年世界电视购物行业分析

第一节 2021-2026年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 2021-2026年中国电视购物行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

一、中国经济发展状况

二、中国经济发展特征

三、中国经济未来趋势

第二节 政策法规环境

- 一、广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告
- 二、规定电视购物频道未经许可不得开办
- 三、我国电视购物新监管政策施行
- 四、广电总局进一步规范电视购物短片广告
- 五、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 2021-2026年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 2021-2026年中国电视购物行业的发展

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

第三节 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发展策略
- 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 2021-2026年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、房地产业试水电视购物

第六章 2021-2026年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公司电视购物产品

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、2021-2026年橡果国际经营状况

四、2021-2026年橡果国际经营状况

五、2021-2026年橡果国际经营状况

第四节 七星购物

一、公司简介

二、2021-2026年七星购物经营状况分析

三、2021-2026年七星购物经营状况分析

四、2021-2026年七星购物经营状况分析

第五节 湖南快乐购

一、公司简介

二、快乐购销售新模式

三、快乐购经营状况

三、快乐购转型策略

四、快乐购实现A股上市

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 中国电视购物的发展前景展望

- 一、中国电视购物市场发展潜力巨大
- 二、中国电视购物行业投资前景看好
- 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、2026-2031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

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：1546136

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1546136.shtml>

在线订购：[点击这里](#)