

2017-2022年中国电视购物 行业趋势预测分析与投资规划建议市场评估报告

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

《2017-2022年中国电视购物行业趋势预测分析与投资规划建议市场评估报告》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/Y67504R650.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2017-08-10

【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《2017-2022年中国电视购物行业趋势预测分析与投资规划建议市场评估报告》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。

第一章 电视购物行业相关基础概述及研究机构		1.1 电视购物的定义及分类		1.1.1	
电视购物的界定		1.1.2 电视购物的分类		1.1.3 电视购物的特性	
电视购物行业特点分析		1.2.1 市场特点分析		1.2.2 行业经济特性	
发展周期分析		1.2.4 行业进入风险		1.2.5 行业成熟度分析	
行业研究机构		1.3.1 电视购物行业介绍		1.3.2 电视购物行业研究优势	
1.3.3 电视购物行业研究范围		第二章 2014-2016年中国电视购物行业市场发展环境分析			
2.1 中国电视购物行业经济环境分析		2.1.1 中国经济运行情况		1	
、国民经济运行情况GDP		2、消费价格指数CPI、PPI		3、全国居民收入情况	
4、恩格尔系数		5、工业发展形势		6、固定资产投资情况	
2.1.2 经济环境对行业的影响分析		2.2 中国电视购物行业政策环境分析			
2.2.1 行业监管环境		1、行业主管部门		2、行业监管体制	
2.2.2 行业政策分析		1、主要法律法规		2、相关发展规划	
2.2.3 政策环境对行业的影响分析		2.3 中国电视购物行业社会环境分析			
2.3.1 行业社会环境		1、人口环境分析		2、教育环境分析	
3、文化环境分析		4、生态环境分析		5、中国城镇化率	
6、居民的各种消费观念和习惯		2.3.2 社会环境对行业的影响分析		2.4 中国电视购物行业技术环境分析	
2.4.1 电视购物技术分析		1、技术水平总体发展情况			
2、中国电视购物行业新技术研究		2.4.2 电视购物技术发展水平			
1、中国电视购物行业技术水平所处阶段		2、与国外电视购物行业的技术差距			
2.4.3 行业主要技术发展趋势		2.4.4 技术环境对行业的影响			
第三章 中国电视购物行业产业链分析		3.1 电视购物行业产业链简介		3.1.1 电视购物产业链上游行业分布	
3.1.2 电视购物产业链中游行业分布		3.1.3 电视购物产业链下游行业分布			
3.2 电视购物产业链上游行业调研		3.2.1 电视购物产业上游发展现状			
3.2.2 电视购物产业上游竞争格局		3.3 电视购物产业链中游行业调研			

3.3.1 电视购物行业中游经营效益	3.3.2 电视购物行业中游竞争格局	
3.3.3 电视购物行业中游发展趋势	3.4 电视购物产业链下游行业调研	3.4.1 电视购物行业下游需求分析
3.4.2 电视购物行业下游运营现状	3.4.3 电视购物行业下游趋势预测	
第四章 国际电视购物行业市场发展分析	4.1 2014-2016年国际电视购物行业发展现状	4.1.1 国际电视购物行业发展现状
4.1.2 国际电视购物行业发展规模	4.1.3 国际电视购物主要技术水平	4.2 2014-2016年国际电视购物市场总体分析
4.2.1 国际电视购物市场特点	4.2.2 国际电视购物市场结构	4.2.3 国际电视购物市场规模
4.3 2014-2016年国际区域电视购物行业研究	4.3.1 欧洲	4.3.2 美国
4.3.3 日韩	4.4 2017-2022年国际电视购物行业发展展望	4.4.1 国际电视购物行业发展趋势
4.4.2 国际电视购物行业规模预测	4.4.3 国际电视购物行业发展机会	
第五章 2014-2016年中国电视购物行业发展概述	5.1 中国电视购物行业发展状况分析	5.1.1 中国电视购物行业发展阶段
5.1.2 中国电视购物行业发展总体概况	5.1.3 中国电视购物行业发展特点分析	
5.2 2014-2016年电视购物行业发展现状	5.2.1 2014-2016年中国电视购物行业发展热点	5.2.2 2014-2016年中国电视购物行业发展现状
5.2.3 2014-2016年中国电视购物企业发展分析	5.3 中国电视购物行业细分市场概况	5.3.1 市场细分充分程度
5.3.2 细分市场结构分析	5.3.3 传统电视购物市场	5.3.4 智能电视购物市场
5.4 中国电视购物行业发展问题及对策建议	5.4.1 中国电视购物行业发展制约因素	5.4.2 中国电视购物行业存在问题分析
5.4.3 中国电视购物行业发展对策建议	第六章 中国电视购物行业运行指标分析及预测	6.1 中国电视购物行业企业数量分析
6.1.1 2014-2016年中国电视购物行业企业数量情况	6.1.2 2014-2016年中国电视购物行业企业竞争结构	6.2 2014-2016年中国电视购物行业财务指标总体分析
6.2.1 行业盈利能力分析	6.2.2 行业偿债能力分析	6.2.3 行业营运能力分析
6.2.4 行业发展能力分析	6.3 中国电视购物行业市场规模分析及预测	6.3.1 2014-2016年中国电视购物行业市场规模分析
6.3.2 2017-2022年中国电视购物行业市场规模预测	6.4 中国电视购物行业市场供需分析及预测	6.4.1 中国电视购物行业市场供给分析
1、2014-2016年中国电视购物行业供给规模分析	2、2017-2022年中国电视购物行业供给规模预测	6.4.2 中国电视购物行业市场需求分析
1、2014-2016年中国电视购物行业需求规模分析	2、2017-2022年中国电视购物行业需求规模预测	第七章 中国互联网+电视购物行业发展现状及前景
7.1 互联网给电视购物行业带来的冲击和变革分析	7.1.1 互联网时代电视购物行业大环境变化分析	7.1.2 互联网给电视购物行业带来的突破机遇分析

7.1.3 互联网给电视购物行业带来的挑战分析	7.1.4 互联网+电视购物行业融合
创新机会分析	7.2 中国互联网+电视购物行业市场发展现状分析
7.2.1 中国互联	
网+电视购物行业投资布局分析	1、中国互联网+电视购物行业投资切入方式
2、中国互联网+电视购物行业投资规模分析	3、中国互联网+电视购
物行业投资业务布局	7.2.2 电视购物行业目标客户互联网渗透率分析
7.2.3 中	
国互联网+电视购物行业市场规模分析	7.2.4 中国互联网+电视购物行业竞争格局分析
1、中国互联网+电视购物行业参与者结构	2、中国互联网+电视购
物行业竞争者类型	3、中国互联网+电视购物行业市场占有率
7.3 中国互联	
网+电视购物行业市场趋势预测分析	7.3.1 中国互联网+电视购物行业市场增长动力分
析	7.3.2 中国互联网+电视购物行业市场发展瓶颈剖析
7.3.3 中国互联+电	
视购物行业市场发展趋势分析	第八章 中国电视购物行业主要销售产品市场运营状况
分析	8.1 化妆品电视购物市场增长情况
8.1.1 我国化妆品行业经营效益分析	
1、全部化妆品企业零售总额	
8.1.2 我国化妆品行业市场规模分析	3、规模以上化妆品企业销售规模
2、限额以上化妆品企业零售总额	
8.1.3 我国化妆品市场销售渠道分析	8.1.4 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	8.1.5 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
8.2 奢侈	
品电视购物市场增长情况	8.2.1 我国奢侈品市场发展分析
品市场产销情况	1、我国奢侈
2、我国奢侈品市场品牌分析	8.2.2 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	8.2.3 白领购买奢侈品行为分析
1、白领购买奢侈	
品行为特征	2、白领购买奢侈品动机
3、白领购买奢侈品消费特点	
8.2.4 我国奢侈品电视购物市场发展分析	8.3 珠宝首饰电视购物市场增长情况
8.3.1 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	8.3.2 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
8.3.3 我国珠宝首	
饰电视购物市场发展分析	8.4 箱包服饰电视购物市场增长情况
8.4.1 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	
8.4.2 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	8.4.3 我国箱包服饰市场销售渠道分析	8.4.4 我国箱包服饰电视购物市场发展分析
8.5 汽车电视购物市场增长情况	8.5.1 我国汽车市场发展分析	1、汽车销售规模
		2、汽车消费市场趋势预测分析
8.5.2 我国汽车市场销售渠道分析	1、集约式汽车交易市场——用户购买汽车产品的主要场所	2、汽车连锁销售业
8.5.3 我国汽车电视购物市场发展分析	8.6 手机产品电视购物市场增长情况	8.6.1 我国手机市场规模与增长
1、我国手机产量情况	2、中国手机整体销量分析	3、中国手机用户规模分析
8.6.2 我国手机市场销售渠道分析	8.6.3 我国手机电视购物市场发展	第九章 中国电视购物行业市场竞争格局分析
9.1 中国电视购物行业竞争格局分析	9.1.1 电视购物行业区域分布格局	9.1.2 电视购物行业企业规模格局
9.1.3 电视购物行业企业性质格局	9.2 中国电视购物行业竞争五力分析	9.2.1 电视购物行业上游议价能力
9.2.2 电视购物行业下游议价能力	9.2.3 电视购物行业新进入者威胁	9.2.4 电视购物行业替代产品威胁
9.2.5 电视购物行业现有企业竞争	9.3 中国电视购物行业竞争SWOT分析	9.3.1 电视购物行业优势分析 (S)
9.3.2 电视购物行业劣势分析 (W)	9.3.3 电视购物行业机会分析 (O)	9.3.4 电视购物行业威胁分析 (T)
9.4 中国电视购物行业投资兼并重组整合分析	9.4.1 投资兼并重组现状	9.4.2 投资兼并重组案例
9.5 中国电视购物行业竞争策略建议	第十章 中国电视购物行业领先企业竞争力分析	10.1 中视电视购物有限公司竞争力分析
10.1.1 企业发展基本情况	10.1.2 企业主营业务分析	10.1.3 企业竞争优势分析
10.1.4 企业经营状况分析	10.1.5 企业最新发展动态	10.1.6 企业投资前景分析
10.2 快乐购物股份有限公司竞争力分析	10.2.1 企业发展基本情况	10.2.2 企业主营业务分析
10.2.3 企业竞争优势分析	10.2.4 企业经营状况分析	10.2.5 企业最新发展动态
10.2.6 企业投资前景分析	10.3 上海东方希杰商务有限公司竞争力分析	10.3.1 企业发展基本情况
10.3.2 企业主营业务分析	10.3.3 企业竞争优势分析	10.3.4 企业经营状况分析
10.3.5 企业最新发展动态	10.3.6 企业投资前景分析	10.4 央广幸福购物 (北京) 有限公司竞争力分析
10.4.1 企业发展基本情况	10.4.2 企业主营业务分析	10.4.3 企业竞争优势分析
10.4.4 企业经营状况分析	10.4.5 企业最新发展动态	10.4.6 企业投资前景分析
10.5 上海东方电视购物有限公司竞争力分析	10.5.1 企业发展基本情况	10.5.2 企业主营业务分析
10.5.3 企业竞争优势分析	10.5.4 企业经营状况分析	10.5.5 企业最新发展动态
10.5.6 企业投资前景分析	10.6 家有购物集团有限公司竞争力分析	

10.6.1 企业发展基本情况	10.6.2 企业主营业务分析	10.6.3 企业竞争优势分析
10.6.4 企业经营状况分析	10.6.5 企业最新发展动态	10.6.6 企业投资前景分析
10.7 家家购物股份有限公司竞争力分析	10.7.1 企业发展基本情况	10.7.2 企业主营业务分析
10.7.3 企业竞争优势分析	10.7.4 企业经营状况分析	10.7.5 企业最新发展动态
10.7.6 企业投资前景分析	10.8 北京优购文化发展有限公司竞争力分析	10.8.1 企业发展基本情况
10.8.2 企业主营业务分析	10.8.3 企业竞争优势分析	10.8.4 企业经营状况分析
10.8.5 企业最新发展动态	10.8.6 企业投资前景分析	10.9 好易购家庭购物有限公司竞争力分析
10.9.1 企业发展基本情况	10.9.2 企业主营业务分析	10.9.3 企业竞争优势分析
10.9.4 企业经营状况分析	10.9.5 企业最新发展动态	10.9.6 企业投资前景分析
10.10 好享购物股份有限公司竞争力分析	10.10.1 企业发展基本情况	10.10.2 企业主营业务分析
10.10.3 企业竞争优势分析	10.10.4 企业经营状况分析	10.10.5 企业最新发展动态
10.10.6 企业投资前景分析	第十一章 2017-2022年中国电视购物行业发展趋势与投资机会研究	
11.1 2017-2022年中国电视购物行业市场发展潜力分析	11.1.1 中国电视购物行业市场空间分析	11.1.2 中国电视购物行业竞争格局变化
11.1.3 中国电视购物行业互联网+前景	11.2 2017-2022年中国电视购物行业发展趋势分析	11.2.1 中国电视购物行业品牌格局趋势
11.2.2 中国电视购物行业渠道分布趋势	11.2.3 中国电视购物行业市场趋势分析	11.3 2017-2022年中国电视购物行业投资机会与建议
11.3.1 中国电视购物行业行业前景调研展望	11.3.2 中国电视购物行业投资机会分析	11.3.3 中国电视购物行业三..胜投资建议
第十二章 2017-2022年中国电视购物行业投资分析与风险规避		
12.1 中国电视购物行业关键成功要素分析	12.2 中国电视购物行业投资壁垒分析	12.3 中国电视购物行业投资前景与规避
12.3.1 宏观经济风险与规避	12.3.2 行业政策风险与规避	12.3.3 上游市场风险与规避
12.3.4 市场竞争风险与规避	12.3.5 技术风险分析与规避	12.3.6 下游需求风险与规避
12.4 中国电视购物行业融资渠道与策略	12.4.1 电视购物行业融资渠道分析	12.4.2 电视购物行业融资策略分析
1、银行抵押或信用贷款	2、股权融资	3、融资租赁
4、政府补助	5、民间借贷	
第十三章 2017-2022年中国电视购物行业盈利模式与投资规划建议规划分析		
13.1 国外电视购物行业投资现状及经营模式分析	13.1.1 境外电视购物行业成长情况调查	13.1.2 经营模式借鉴
13.1.3 国外投资新趋势动向	13.2 中国电视购物行业商业模式探讨	13.2.1 行业主要商业模式
13.2.2 电视直销模式		

13.2.3 家庭购物模式	13.3 中国电视购物行业投资投资前景规划	13.3.1 战略优势
分析	13.3.2 战略机遇分析	13.3.3 战略规划目标
13.4 最优投资路径设计	13.4.1 投资对象	13.4.2 投资模式
预期财务状况分析	13.4.4 风险资本退出方式	13.4.3
14.1 研究结论	14.2 建议	第十四章 研究结论及建议
14.2.1 行业投资策略建议	14.2.2 行业投资方向	
14.2.3 行业投资方式建议	图表目录	图表：电视购物行业特点
	图表：电视购物行业生命周期	图表：电视购物行业产业链分析
	图表：中国GDP增长情况	图表：中国CPI增长情况
	图表：中国人口数量及其构成	图表：中国工业增加值及其增长速度
	图表：中国城镇居民可支配收入情况	图表：按电视购物运营商背景分类
	图表：按电视购物运营模式分类	图表：按电视购物播出方式分类
	图表：中国电视购物行业发展历程分析	图表：电视购物行业相关政策分析
	图表：电视购物与网络购物的差异分析	图表：2014-2016年中国社会消费品零售总额
	图表：2014-2016年中国零售百强销售总额及其增长情况	图表：2014-2016年零售额同比增速
	图表：2016年零售行业排名前十企业	图表：2014-2016年零售行业销售过百亿企业数量统计
	图表：2014-2016年零售行业百强销售额在社会消费品零售总额中的占比变化	图表：2014-2016年零售百强销售规模占比分布
	图表：电视购物网络平台的作用分析	图表：电视支付平台的业务流程
	图表：电视支付的总体战略	图表：电视支付系统的网络架构图
	图表：不同城市的白领网民拥有奢侈品品类对比	图表：2014-2016年电视购物行业市场规模分析
	图表：2017-2022年电视购物行业市场规模预测	图表：2014-2016年中国电视购物行业供给规模分析
	图表：2017-2022年中国电视购物行业供给规模预测	图表：2014-2016年中国电视购物行业需求规模分析
	图表：2017-2022年中国电视购物行业需求规模预测	图表：2014-2016年中国电视购物行业企业数量情况
	图表：2014-2016年中国电视购物行业企业竞争结构	图表：中国电视购物行业盈利能力分析
	图表：中国电视购物行业运营能力分析	图表：中国电视购物行业偿债能力分析
	图表：中国电视购物行业发展能力分析	图表：中国电视购物行业经营效益分析
	图表：2014-2016年电视购物行业重要数据指标比较	图表：2014-2016年中国电视购物行业竞争力分析
	图表：2017-2022年中国电视购物行业发展趋势预测	图表：中国博思数据.研究网建议
	图表：区域投资前景规划略	

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/Y67504R650.html>