



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国电视购物市场格局与发展前景预测报告（2011-2015年）

## 一、调研说明

《中国电视购物市场格局与发展前景预测报告（2011-2015年）》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/173789.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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。

## 二、摘要、目录、图表

艾凯数据研究中心是专业和专注的产业研究机构，拥有多年的产业研究、市场研究、市场调研、行业研究及项目咨询的专业经验，是中国市场领先的研究报告和竞争情报提供商。网站每天更新大量行业分析报告、图表资料、投资情报、竞争情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利。我们与国内各大数据源，（包括国家统计局、国家信息中心、国家海关总署、地方政府机构、行业协会等权威机构）建立战略合作关系，保障准确、权威、可靠的数据信息服务。本报告为艾凯数据研究中心原创，近期我公司发现一些不良公司及个人将本公司的报告目录原样或改头换面后挂在其网站或一些博客网站进行宣传销售，对不明情况的客户进行欺诈。本产业研究中心郑重声明：本报告为我单位原创,为确保您所购买报告的准确、真实、权威，请直接从本中心购买，我单位没有开展其它代理销售渠道，敬请识别，谨防上当受骗！

### 第一章 电视购物相关概述

#### 1.1 电视购物的定义与起源

##### 1.1.1 电视购物的定义

##### 1.1.2 电视购物与广告的不同

##### 1.1.3 电视购物的起源

#### 1.2 现代电视购物与电视直销的比较

##### 1.2.1 电视直销简介

##### 1.2.2 现代电视购物简介

##### 1.2.3 现代电视购物与电视直销的不同

#### 1.3 电视购物广告及认知风险

##### 1.3.1 电视购物广告的优点

##### 1.3.2 电视购物广告的弊端

##### 1.3.3 电视购物的认知风险

### 第二章 2010年世界电视购物行业运营概况分析

#### 2.1 2010年国外电视购物行业的发展综述

##### 2.1.1 国外电视购物行业的发展特点

##### 2.1.2 国外电视购物产业发展良好

##### 2.1.3 国外电视购物行业发展的先进经验

##### 2.1.4 国外电视购物模式对中国的借鉴

## 2.2 美国

### 2.2.1 美国电视购物的发展概况及特点

### 2.2.2 美国电视购物的特色

### 2.2.3 美国电视购物的归责原则

### 2.2.4 美国电视购物的业绩仍不断增长

## 2.3 韩国

### 2.3.1 韩国电视购物发展的现状及特点

### 2.3.2 韩国电视购物的特色

### 2.3.3 韩国对电视购物行业的规范

### 2.3.4 韩国电视购物成为保险销售有力渠道

## 2.4 日本

### 2.4.1 日本电视购物业的发展概况

### 2.4.2 日本电视购物的特色

### 2.4.3 日本电视购物行业的法律规范

## 2.5 其他国家

### 2.5.1 瑞典电视购物消费者享有"后悔权"

### 2.5.2 新加坡电视购物行业的发展概况

### 2.5.3 乌克兰电视购物存在的主要弊病

## 2.6 中国台湾地区

### 2.6.1 台湾电视购物频道产业概况

### 2.6.2 台湾电视购物频道产业特性

### 2.6.3 台湾电视购物频道市场进入障碍与策略分析

## 第三章 2010年中国电视购物行业发展环境分析

### 3.1 宏观经济环境

#### 3.1.1 中国GDP分析

#### 3.1.2 消费价格指数分析

#### 3.1.3 城乡居民收入分析

#### 3.1.4 社会消费品零售总额

#### 3.1.5 全社会固定资产投资分析

#### 3.1.6 进出口总额及增长率分析

### 3.2 政策环境

- 3.2.1 2006年"禁播令"对电视购物行业的影响
- 3.2.2 2008年广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告
- 3.2.3 电视购物若违法电视台负连带责任
- 3.2.4 《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》及解读
- 3.3 行业环境
  - 3.3.1 电视购物在中国发展具有优势
  - 3.3.2 电视购物行业正由电视直销转型家庭购物模式
  - 3.3.3 中国电视购物市场不断探索规范化发展
- 3.4 电视数字化对电视购物的影响
  - 3.4.1 中国已迎来数字电视时代
  - 3.4.2 电视数字化的购物优势
  - 3.4.3 数字电视购物频道将是下一代渠道巨头
  - 3.4.4 电视购物将终结电视直销并超越电子商务

#### 第四章 2010年中国电视购物产业运行局势分析

- 4.1 2010年中国电视购物行业的发展综述
  - 4.1.1 中国电视购物行业发展的历程
  - 4.1.2 中国电视购物行业的现状概述
  - 4.1.3 国内电视购物发展的市场特点
  - 4.1.4 中国电视购物产业已进入新一轮崛起
- 4.2 2010年中国电视购物市场最新动态分析
  - 4.2.1 电视购物看准暑期市场
  - 4.2.2 电视购物市场全面复苏
  - 4.2.3 电视购物市场两大巨头的竞争态势
  - 4.2.4 电视购物市场规模分析
- 4.3 2010年中国电视购物发展的问题及策略分析
  - 4.3.1 中国电视购物广告存在九大问题
  - 4.3.2 中国电视购物行业面临严重的信任危机
  - 4.3.3 中国电视购物行业的主要问题及对策
  - 4.3.4 中国电视购物行业面临的考验及对策
  - 4.3.5 中国电视购物行业应向高端发展

## 第五章 2010年中国电视购物主要产品市场分析

### 5.1 2010年电视购物产品的特征浅析

#### 5.1.1 电视购物产品须以消费者需求为核心

#### 5.1.2 电视购物产品满足消费者需求要考虑的因素

#### 5.1.3 品牌化、多元化是电视购物产品新特征

#### 5.1.4 虚拟商品是电视购物产品的新拐点

### 5.2 手机电视购物

#### 5.2.1 中国手机销售与电视购物合作发展的分析

#### 5.2.2 电视购物已成为国产手机销售的新渠道

#### 5.2.3 国产手机电视购物渠道建设喜忧参半

### 5.3 PC电视购物

#### 5.3.1 主流PC企业进入电视购物渠道

#### 5.3.2 电视购物开始冲击PC传统渠道

#### 5.3.3 电视购物给PC厂商带来二次渠道变革

### 5.4 家电电视购物

#### 5.4.1 阶段成果显露发展潜力大

#### 5.4.2 通路短成本优势明显

#### 5.4.3 厂商合作渐入佳境

#### 5.4.4 不断挖掘适合的产品

### 5.5 其他电视购物

#### 5.5.1 保险产品成为电视购物市场新面孔

#### 5.5.2 现代电视购物是化妆品销售的新途径

#### 5.5.3 奔驰车亮相中国电视购物

#### 5.5.4 中国电视购物已开始进军非实物领域

## 第六章 2010年国内外电视购物重点企业经营情况分析

### 6.1 美国QVC公司

#### 6.1.1 公司简介

#### 6.1.2 美国QVC公司的发展概况

#### 6.1.3 美国QVC公司的经营特色

#### 6.1.4 美国QVC公司电视购物与产品无缝连接

### 6.2 台湾东森得易购

- 6.2.1 公司简介
- 6.2.2 东森购物的经营特点
- 6.2.3 东森购物的发展状况综述
- 6.2.4 东森购物顾客满意度超过90%
- 6.3 橡果国际
  - 6.3.1 公司简介
  - 6.3.2 橡果国际成为中国首家在海外上市的电视购物企业
  - 6.3.3 橡果国际净营收情况分析
  - 6.3.4 橡果国际的发展战略分析
- 6.4 七星购物
  - 6.4.1 公司简介
  - 6.4.2 七星购物遭遇发展瓶颈
  - 6.4.3 七星购物的经营概况
  - 6.4.4 七星购物的转型探索
- 6.5 湖南快乐购
  - 6.5.1 公司简介
  - 6.5.2 湖南快乐购激活电视购物市场
  - 6.5.3 湖南快乐购投资7000万进驻上海
  - 6.5.4 快乐购发布国内电视购物首本质量监控手册
- 6.6 好易购
  - 6.6.1 公司简介
  - 6.6.2 好易购的发展优势分析
  - 6.6.3 好易购两年迅速崛起成为江浙最具品牌价值电视购物
  - 6.6.4 好易购创造电视购物行业新盈利模式
- 6.7 CCTV中视购物
  - 6.7.1 公司简介
  - 6.7.2 央视介入电视购物业成立CCTV中视购物频道
  - 6.7.3 CCTV中视购物全力打造公信力和行业榜样
  - 6.7.4 CCTV中视购物实现媒体优势的升级与拓展
- 6.8 上海东方CJ
  - 6.8.1 公司简介
  - 6.8.2 东方购物营业规模达到16亿元

### 6.8.3 东方购物开创电视购物新局面

## 第七章 2011-2015年中国电视购物行业的前景趋势分析

### 7.1 2011-2015年中国电视购物的发展前景展望

#### 7.1.1 中国电视购物市场前景可期

#### 7.1.2 中国电视购物市场增长空间巨大

##### 7.1.3 中国电视购物大面积推广还需要时间

#### 7.1.4 2010-2015年中国电视购物行业预测分析

### 7.2 2011-2015年中国电视购物的发展趋势分析

#### 7.2.1 未来中国电视购物市场的发展趋势

#### 7.2.2 中国电视购物市场未来发展形势分析

#### 7.2.3 未来中国电视购物行业将进入战国时代

#### 7.2.4 中国电视购物行业呈现新渠道争宠趋势

#### 7.2.5 中国电视购物未来发展的关键点

## 第八章 2010年中国电视购物企业经营及营销的策略参考

### 8.1 2010年中国消费者电视购物决策的形成及影响因素

#### 8.1.1 电视购物广告的功能

#### 8.1.2 电视购物决策的形成

#### 8.1.3 影响消费者电视购物决策的主体因素

#### 8.1.4 影响电视购物决策的企业主体因素

### 8.2 2010年中国电视购物企业的经营策略参考

#### 8.2.1 电视购物实际运营流程分析

#### 8.2.2 电视购物公司经营透析

#### 8.2.3 电视购物经营者须选择好产品来经营

#### 8.2.4 电视购物企业的产品策略

### 8.3 2010年中国电视购物企业服务消费者的策略参考

#### 8.3.1 重视消费者的消费心理和行为研究

#### 8.3.2 完善物流、售后服务等各项配套系统

#### 8.3.3 创新娱乐型广告满足消费者的全新购物体验要求

#### 8.3.4 电视购物企业营销创新是永恒的主题



图表目录：

图表：2004-2008年我国国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年我国居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年我国居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末我国国家外汇储备

图表：2004-2008年我国税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年我国粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年我国工业增加值及其增长速度

图表：2008年我国主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年1-11月我国规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年我国建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年我国固定资产投资及其增长速度

图表：2008年我国分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年我国固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年我国房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年我国社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年我国货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年我国主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年我国主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年我国对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年我国货物进出口总额及其增长速度

艾凯数据研究中心发布的《中国电视购物市场格局与发展前景预测报告

（2011-2015年）》，内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

图表：2008年我国分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年我国各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年我国各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2008年我国全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年我国城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年我国农村居民人均纯收入及其增长速度

图表：2004-2008年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表：2003-2007年中国电视渠道销售规模

图表：2007年中国电视购物运营商市场份额

图表：1999年-2005年东森购物台营收状况

图表：2005-2007年橡果国际收入产品构成

图表：电视购物是现代传媒与零售业相结合的零售业新型业态

图表：国内电视媒体纷纷涉足电视购物业

图表：现代电视购物与传统电视直销的区别

图表：消费者购买决策模式

图表：购买行为的四种类型

图表：略&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/173789.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

#### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。