

2022-2027年中国电视购物市场规模现状及投资规划建议报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国电视购物市场规模现状及投资规划建议报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/business/774842.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

电视购物相比较于网络购物，有着其天然的优势。电视频道在中国的权威性很高，其品牌的美誉度远远高于任何一家商业网站。另外，电视频道可以开办网站从事电子商务，并通过电视+电话（短信）+直邮目录等多种方式满足用户的购买需求，但网站则不能开办电视频道。而电视购物频道卖场直播的巨大感染力也是网上购物所不具有的。广告是塑造品牌和传递产品信息的一个重要手段，但广告时间较短，费用相对高昂，在短时间内难于完全、准确地传播产品的独特信息。长版本的电视购物节目能够清晰地表达产品的“卖点”，产生更加令人信服的传播效果，更有利于品牌的塑造。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 电视购物定义及模式

第一节 定义

第二节 国外电视购物运营模式

第三节 中国目前主要的电视购物运营模式

第二章 国外电视购物市场发展概况

第一节 全球电视购物市场分析

第二节 主要国家和地区电视购物产业发展分析

第三章 中国电视购物环境分析

第一节 我国经济发展环境分析

第二节 行业相关政策、标准

第四章 电视购物产业链

第一节 产品供应

第二节 支付环节

第三节 物流环节

第四节 电视媒体

第五章 电视购物市场特性分析

第一节 集中度电视购物及预测

第二节 SWOT电视购物及预测

第三节 进入退出状况电视购物及预测

第六章 电视购物行业现状及竞争格局

第一节 电视购物行业现状

第二节 电视购物行业经营模式对比

- 一、电视直销商业模式
- 二、家庭购物频道商业模式
- 三、两种模式比较

第三节 电视购物行业竞争格局

第四节 电视购物行业展望

第七章 中国主要电视购物企业及竞争格局

第一节 QVC

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、运营特点
- 四、企业未来发展策略

第二节 东森家庭购物

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、运营特点
- 四、企业未来发展策略

第三节 湖南快乐购

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、运营特点
- 四、企业未来发展策略

第四节 东方购物

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、运营特点
- 四、企业未来发展策略

第五节 中视购物

- 一、企业介绍
- 二、企业经营业绩分析
- 三、运营特点
- 四、企业未来发展策略

第八章 电视购物投资建议

第一节 电视购物投资环境分析

第二节 电视购物投资进入壁垒分析

一、经济规模、必要资本量

二、准入政策、法规

三、技术壁垒

第三节 电视购物投资建议

第九章 2022-2027年中国电视购物行业投资战略分析

第一节 2022-2027年中国电视购物行业发展战略研究

一、战略综合规划「HJ LT」

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 2022-2027年对中国电视购物行业品牌的战略思考

第三节 2022-2027年中国电视购物行业投资战略研究

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/774842.html>