

# 2021-2026年中国电视购物行业市场供需格局及行业前景展望报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国电视购物行业市场供需格局及行业前景展望报告》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/665819.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

电视购物这种方式的产生，一定程度上可以说是懒惰创造的市场机会。人性的弱点包含惰性，消费者希望坐在家，哪都不去，看看电视就可以知道商品信息，打个电话就可以买到商品。

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 2016-2020年世界电视购物行业分析

#### 2.1 2016-2020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 全球电视购物发展的分水岭

##### 2.1.4 国外电视购物行业发展的先进经验

##### 2.1.5 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 美国电视购物的业绩仍不断增长

##### 2.2.4 美国电视购物行业的成功秘诀

## 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 韩国电视购物运营商发力海外市场

## 2.4 日本

### 2.4.1 日本电视购物业的发展概况

### 2.4.2 日本电视购物行业的法律规范

### 2.4.3 日本电视购物消费者行为分析

### 2.4.4 日本企业看好中国电视购物市场积极介入

## 2.5 其他国家

### 2.5.1 英国电视购物的法律规范

### 2.5.2 瑞典电视购物消费者享有“后悔权”

### 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 中国台湾电视购物频道产业概况

### 2.6.2 中国台湾电视购物频道产业特性

### 2.6.3 中国台湾电视购物市场发展现状调研

## 第三章 2016-2020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 中国经济发展情况分析

#### 3.1.2 中国经济发展特征

#### 3.1.3 中国经济未来趋势预测分析

### 3.2 政策法规环境

#### 3.2.1 广电总局责令停播涉嫌违规的电视购物广告

#### 3.2.2 规定电视购物频道未经许可不得开办

#### 3.2.3 我国电视购物新监管政策施行

#### 3.2.4 广电总局进一步规范电视购物短片广告

### 3.3 行业运行环境

#### 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

#### 3.3.4 消费者对电视购物的需求

### 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 2016-2020年中国电视购物行业的发展

### 4.1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电视购物对国民经济的影响与作用

#### 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 2016-2020年中国电视购物行业的发展

#### 4.2.1中国电视购物进入新时代

#### 4.2.2中国电视购物市场规模分析

#### 4.2.3 SMG获得首张电视购物模拟频道牌照

#### 4.2.4电视购物行业首推服务实体店

#### 4.2.5国有广播电视平台纷纷进入电视购物行业

#### 4.2.6中国电视购物市场暗战拉开帷幕

### 4.3中国电视购物发展的问题及策略分析

#### 4.3.1中国电视购物行业的主要问题

#### 4.3.2电视购物经营活动中存在的问题

#### 4.3.3中国电视购物运营模式的问题

#### 4.3.4中国电视购物行业的发展策略

#### 4.3.5电视购物市场立法应注意解决的问题

#### 4.3.6中国电视购物行业应向高端发展

## 第五章 2016-2020年中国电视购物主要产品市场分析

### 5.1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数码电子产品

#### 5.2.1中国手机销售与电视购物合作发展的分析

#### 5.2.2国产手机电视购物渠道建设喜忧参半

#### 5.2.3手机电视购物市场悄然洗牌

#### 5.2.4手机产品运用电视直销的发展建议

#### 5.2.5主流PC企业进入电视购物渠道

## 5.2.6电视购物开始冲击PC传统渠道

## 5.3家电产品

### 5.3.1阶段成果显露发展潜力大

### 5.3.2通路短成本优势明显

### 5.3.3厂商合作渐入佳境

### 5.3.4不断挖掘适合的产品

## 5.4其他电视购物产品

### 5.4.1保险产品参与电视购物市场

### 5.4.2现代电视购物是化妆品销售的新途径

### 5.4.3奔驰车首次亮相中国电视购物

### 5.4.4房地产业试水电视购物

## 第六章 2016-2020年国内外电视购物重点企业

### 6.1美国QVC公司

### 6.2中国台湾东森购物

### 6.3橡果国际

### 6.4七星购物

### 6.5湖南快乐购

### 6.6好易购

### 6.7上海东方CJ

### 6.8 CCTV中视购物

## 第七章 电视购物企业经营及营销的策略参考

### 7.1消费者电视购物决策的形成及影响因素

#### 7.1.1电视购物广告的功能

#### 7.1.2电视购物决策的形成

#### 7.1.3影响消费者电视购物决策的主体因素

#### 7.1.4影响电视购物决策的企业主体因素

### 7.2电视购物企业的经营策略参考

#### 7.2.1电视购物实际运营流程分析

#### 7.2.2电视购物公司经营浅析

#### 7.2.3电视购物经营者须选择好产品来经营

#### 7.2.4电视购物企业的产品策略

### 7.3电视购物企业服务消费者的策略参考

#### 7.3.1重视消费者的消费心理和行为研究

#### 7.3.2完善物流、售后服务等各项配套系统

#### 7.3.3创新娱乐型广告满足消费者的全新购物体验要求

### 7.3.4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预测

### 8.1中国电视购物的发展前景展望「AKLT」

#### 8.1.1中国电视购物市场发展潜力巨大

#### 8.1.2中国电视购物行业投资前景看好

#### 8.1.3专业电视购物频道发展空间广阔

#### 8.1.4未来电视购物持续高速增长的支撑因素

#### 8.1.5 2021-2026年中国电视购物行业预测分析

### 8.2中国电视购物的发展趋势预测

#### 8.2.1未来中国电视购物市场的发展趋势预测分析

#### 8.2.2中国电视购物市场未来发展形势分析

#### 8.2.3电视购物行业的未来发展方向

#### 8.2.4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

图表目录：

图表2016-2020年国内生产总值增长速度（累计同比）

图表2016-2020年规模以上工业增加值增速（月度同比）

图表2016-2020年固定资产投资（不含农户）增速（累计同比）

图表2016-2020年房地产开发投资增速（累计同比）

图表2016-2020年社会消费品零售总额名义增速（月度同比）

图表2016-2020年居民消费价格上涨情况（月度同比）

图表2016-2020年工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比）

图表2016-2020年城镇居民人均可支配收入实际增长速度（累计同比）

图表2016-2020年农村居民人均收入实际增长速度（累计同比）

图表2016-2020年国内生产总值增长速度（累计同比）

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/business/665819.html>