

2010-2015年中国电视购物 市场盈利预测与战略投资规划分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2010-2015年中国电视购物市场盈利预测与战略投资规划分析报告》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.abaogao.com/b/pifalingshou/H47750DE5R.html>

报告价格：纸质版：6500元 电子版：6800元 纸质+电子版：7000元

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

[b]2010-2015年中国[b]电视购物[/b]市场盈利预测与战略投资规划分析报告 内容介绍：[/b]

[b]第一章 电视购物相关概述[/b]

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

[b]第二章 2009-2010年世界电视购物整体运行状况透析[/b]

第一节 2009-2010年国外电视购物行业综述

- 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、国外电视购物行业发展的先进经验
- 四、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、美国电视购物的归责原则
- 四、美国电视购物的业绩仍不断增长

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考察行业的规范
- 四、韩国电视购物成为保险销售有力渠道

第四节 日本

- 一、日本电视购物的发展概况
- 二、日本电视购物的特色
- 三、日本电视购物行业的法律规范

第五节 其他国家

- 一、瑞典电视购物消费者享有“后悔权”
- 二、新加坡电视购物行业的发展概况
- 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、台湾电视购物频道市场进入障碍与策略分析

[b]第三章 2009-2010年中国电视购物发展及收视状况

- 四、2009年中国电视购物运营商发展势头良好更加自律
- 二、2009年内地电视购物行业首次推出信誉质量保证金
- 三、2009年电视购物市场两大巨头的竞争态势
- 四、2009年春节期间电视购物投诉数量五年来首度下降

第五节 2009-2010年中国电视购物发展的问题及策略分析

- 一、中国电视购物广告存在九大问题
- 二、中国电视购物发展分析
- 一、电视机产量
- 二、中国有线数字电视发展情况分析
- 三、中国电视传媒组织变革分析
- 四、电视传播产业的整合营销
- 五、电视购物推动电视媒体升级

第二节 2009-2010年中国手机电视市场发展进入成长后期

第三节 2009-2010年中国网络电视发展的关键点

[b]第十二章 2010-2015年中国电视购物行业投资价值及策略分析[/b]

第一节 2010-2015年中国电视购物行业投资概述

- 一、中国电视购物行业投资特性
- 二、中国电视购物行业投资价值分析

第二节 2010-2015年中国电视购物行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、行业诚信风险
- 三、社会信息系统风险
- 四、数字电视发展的不确定因素

第三节 2010-2015年中国电视购物策略研究分析

- 一、电视购物运营流程策略
- 二、电视购物产品营销策略
- 三、电视购物与中小企业的结合
- 四、链条越短对企业越有利

第四节 2010-2015年中国电视购物频道的模式探讨

- 一、海外电视购物模式借鉴
- 二、电视购物频道的昨天—电视购物
- 三、电视购物频道—资源的整合

第五节 2010-2015年中国电视购物品牌战略分析

- 一、树立敢为人先的战略目标和经营理念
- 二、试行“一点两面三三制”
- 三、建立、维护和拓展销售渠道和产品选择模式
- 四、引资输血，防止漏血，主动造血
- 五、突出两个强化，实现管理目标
- 六、倡导管理创新，提高投入产出比
- 七、建立品牌维护机制，以信誉赢得市场

第六节 2010-2015年中国现代电视购物选择产品策略分析

- 一、以消费者为核心
- 二、选择产品的方案
- 三、选择产品的正确方向

图表目录：（部分）

图表：电视购物业与传统百货业的比较

图表：东森购物台1999-2005年营收状况 单位：亿

图表：2009年前三季度经济发展情况

图表：中国首集电视运营(首集电视运营市场分析)市场规模预测

图表：我国手机电视增值业务交互模式

图表：民众对电视购物节目喜好程度调查结果

图表：不满意受众调查分析

图表：2009年前三季度农民出售农产品的收入人均情况

图表：农民家庭二、三产业生产经营收入人均情况

图表：2009年前三季度农村和城镇人均收入对比情况

图表：2002-2009年全国农村居民生活消费支出结构变化（%）

图表：近年居民消费信心情况

图表：女性群体类型及其消费特征

图表：中国女性化妆品(女性化妆品市场分析)市场细分特征描述

图表：中国传统文化价值观量表

图表：结构方程模型的调整拟合优度指标

图表：各个模型的参数值及其统计显著性

图表：主要调查结果统计分析

图表：电视购物观众对广告的认同分析

图表：消费者对电视购物产品满意度调查结果

图表：电视购买决策的形成

图表：购买行为的四种类型分析

图表：2009年上半年七星购物营业收入构成 单位：千港元

图表：2009-2010年中国网络购物(网络购物市场分析)市场规模

图表：中国网络购物产业链分析

图表：拍拍网

图表：eBay易趣

图表：淘宝网

图表：当当网

图表：2002-2009年我国网络购物交易额 单位：亿元

图表：中国网上银行产业联结构图

图表：2009-2010年中国网上银行交易额结构

图表：支付宝交易流程图

图表：系统结构图

图表：电话营销应用系统工作界面

图表：系统结构图

图表：业务系统软件结构示意图

图表：2009年全国收视率省级卫视排行榜

图表：2005-2009年省级卫视收视率排名

图表：2009年我国广播电视广告收入情况

图表：央视广告收入增长图

图表：央视在全国电视广告收入中的比例

图表：全国50卫星频道栏目竞争力排行TOP10

图表：全国50卫星频道电视剧竞争力排行TOP10

图表：全国50卫星频道大型活动竞争力排行TOP10

图表：全国50卫星频道节目创新力排行TOP10

图表：全国50卫星频道主持人竞争力排行TOP10

图表：中国电视渠道销售规模

图表：中国电视购物运营商(电视购物运营商市场分析)市场份额

图表：东森购物台营收状况

图表：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：.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/H47750DE5R.html>