

2009年中国电视购物行业发展前景分析报告

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

《2009年中国电视购物行业发展前景分析报告》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/R4380243C0.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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]2009年中国[b]电视购物[/b]行业发展前景分析报告 内容介绍：[/b]

[b]目录[/b]

[b]第一章 电视购物行业发展概况[/b]

第一节 电视购物基本情况

- 一、中国电视购物发展历程
- 二、电视购物在我国的发展历史
- 三、电视购物认知风险分析

第二节 无店铺销售发展分析

- 一、“无店铺销售”的内涵及类型
- 二、“无店铺销售”兴起及原因分析
- 三、“无店铺销售”发展的制约因素
- 四、无店铺媒体购物经营模式分析

[b]第二章 国际电视购物发展分析[/b]

第一节 美国电视购物发展分析

- 一、美国电视购物节目的特点
- 二、美国电视购物现代化的管理和制作方式
- 三、美国电视购物节目的主要顾客
- 四、美国治理电视购物的策略分析

第二节 韩国电视购物发展分析

- 一、韩国电视购物的流通分析
- 二、韩国电视购物营销手段
- 三、韩国电视购物发展态势
- 四、2008年韩国电视购物发展现状及预测

第三节 其他国家电视购物发展分析

- 一、海外电视购物节目发展规范
- 二、美日韩电视购物特点分析
- 三、日美电视购物侧重点分析
- 四、英国电视广告的播出政策与管理规定

[b]第三章 中国电视购物发展环境分析[/b]

第一节 中国电视购物发展经济环境

- 一、2008年宏观经济形势分析
- 二、2008年我国居民消费价格分类指数分析
- 三、2009年社会经济形势发展预测

第二节 中国电视购物发展政策环境

- 一、广播电视广告管理规范
- 二、禁播令对电视购物的影响
- 三、药品广告新《标准》分析

[b]第四章 中国电视购物发展应注意的问题

第五节 中国部分地区电视购物发展形势分析

- 三、电视购物配送的发展分析
- 四、物流环节制约电视购物发展

第三节 电视购物呼叫中心系统

- 一、电视购物的呼叫中心发展概况
- 二、呼叫中心在电视购物行业中的应用
- 三、电视购物呼叫中心的竞争现状
- 四、华呼电视购物呼叫中心解决方案

第四节 电视购物广告业

- 一、媒体差异变量和电视媒体概念
- 二、电视购物广告存在的问题

[b]第八章 电视购物传播媒介分析 [/b]

第一节 普通电视传媒发展分析

- 一、2008年电视机产量
- 二、电视购物对电视媒体影响
- 三、电视数字化对电视购物的影响
- 四、未来电视频道的发展趋势

第二节 手机电视行业发展

- 一、2008年手机电视标准分析
- 二、2008年手机电视发展需解决的难题
- 三、2008年手机电视实践亮点分析
- 四、2008-2010年手机电视消费需求预测

第三节 网络电视行业发展分析

- 一、2008年中国IPTV发展趋势

四、未来电视购物发展走向

第三节 电视购物频道未来发展预测

一、传统电视购物将受到冲击

二、新兴购物将会出现商机

三、未来将提高电视购物门槛

第四节 电视购物投资风险分析

一、电视购物投资难题分析

二、电视购物投资机遇分析

三、电视购物频道投资策略分析

[b]图表目录[/b]

图表 1：2004-2008年6月国内生产总值增长趋势图

图表 2：2007-2008年全社会固定资产投资单季名义和实际增速

图表 3：2008年1季度国内生产总值

图表 4：2008年2季度国内生产总值

图表 5：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表 6：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表 7：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表 8：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表 9：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表 10：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表 11：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表 12：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表 13：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表 14：2007年人口数及其构成

图表 15：2003-2007年居民消费价格涨跌幅度

图表 16：2007年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表 17：2003-2007年农村居民人均纯收入及其增长速度

图表 18：2003-2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图表 19：2008年1季度城镇单位就业人员劳动报酬情况

图表 20：2008年2季度城镇单位就业人员劳动报酬情况

图表 21：2008年2季度分地区城镇单位就业人员 单位：千人

图表 22：2008年1季度分地区城镇单位就业人员劳动报酬

图表 23：2008年上半年分地区城镇单位就业人员劳动报酬

图表 24：2008年1月消费者信心指数

图表 25：2008年2月消费者信心指数

图表 26：2008年3月消费者信心指数

图表 27：2008年4月消费者信心指数

图表 28：2008年5月消费者信心指数

图表 29：2008年6月消费者信心指数

图表 30：2008年7月消费者信心指数

图表 31：2008年8月消费者信心指数

图表 32：2008年9月消费者信心指数

图表 33：2008年1月全国各地居民消费价格指数 市场规模及增长

图表 80：中国IPTV发展产业链示意图

图表 81：TAM技术接受模型

图表 82：理论概念模型

图表 83：模型拟合度指数表

图表 84：网上购物研究假设的验证结果

图表 85：消费者进行过网络购物的比例

图表 86：有过网络购物经历的网民结构

图表 87：网民选择网络购物的原因分布

图表 88：没有尝试网络购物的原因分布

图表 89：网民网络购物频率分布

图表 90：网民平均每次购买金额分布

图表 91：不同频率的网络购物客单价分布

图表 92：电子支付状况得到较大改善。

图表 93：网民未来是否会进行网络购物

图表 94：网民期望网络购物商品价格

图表 95：网民对网络购物各个环节评价的平均值

图表 96：网络购物应该改进方面分布

图表 97：网民网络购物满意度

图表 98：2007年京、沪、穗、深网上购物规模与渗透率

图表 99：2007年汉、蓉、沈、西网上购物人数与渗透率

图表 100：汉、蓉、沈、西与京、沪、穗、深网上购物市场份额对比

图表 101：市场份额变动情况

图表 102：2007年网上购物用户粘度

图表 103：东森购物5个频道简况

图表 104：中外合资经营电视购物频道情况概览

图表 105：橡果国际收入产品构成（年度）

图表 106：2008年上半年中国七星购物简明综合收益表

图表 107：2008年上半年中国七星购物简明综合资产负债表

图表 108：2008年上半年中国七星购物重要财务指标表

图表 109：2008年上半年中国七星购物简明综合现金流量表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/R4380243C0.html>