

2010-2012年中国电视购物 行业市场调查与投资前景分析报告

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

《2010-2012年中国电视购物行业市场调查与投资前景分析报告》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/W91894IHLT.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]2010-2012年中国[b]电视[b]购物行业市场调查与投资前景分析报告 内容介绍：[/b]

电视购物是一种电视业、企业、消费者三赢的营销传播模式，目前我国电视购物转型期存在着电视购物频道和电视直销广告相互竞争发展的局面。近两年来，这两种形态一直共生共存，相互竞争市场份额。目前中国电视购物出现了电视直销购物（传统电视购物）和电视购物频道（现代家庭电视购物）两强竞争并存发展的局面。全国目前约有400家传统电视购物公司，其中大多以经营药品、医疗器械、保健品等产品为主。国内新生的购物频道主要有快乐购物、开心购物、欢腾购物、家家购物、居家购物、乐家购物、新华购物、好易购等新兴的电视购物频道也纷纷亮相，且发展稳定业绩喜人，由于电视购物频道的商品多、贴近生活、价格合理、运作规范，越来越受到消费者喜爱，成为电视购物的主要渠道。2006年12月28日，央视宣布开播CCTV中视购物频道，此举标志着央视正式进军电视购物领域。

2006年8月1日国家广电总局、国家工商总局颁发了对药品、医疗器械、丰胸、减肥、增高产品等五类商品不得在电视购物节目上播放的法规条令发展运行趋势

第二节 政策分析

- 一、电视购物纳入零售新业态
- 二、广电总局要求暂停播出丰胸增高等电视购物节目
- 三、关于整顿电视购物广告的通知
- 四、禁播令并非封杀电视购物
- 五、国家将研究规范电视购物形式
- 六、电视购物广告的政策“瓶颈”和广告主的操作指南探讨

第三节 “禁播令”对电视购物的影响分析

- 一、重挫传统电视购物
- 二、24号文件催生电视购物新竞争规则
- 三、广电总局：已有147家频道停播电视购物节目
- 四、叫停电视购物节目，电视台全行业减收六成
- 五、电视购物行业大洗牌

第四节 应对分析

- 一、加大商会的作用
- 二、提高企业退出壁垒
- 三、加强“品牌”建设
- 四、电视购物要规范经营

五、禁播的背后，健康购物兴起

[b]第四章 2008-2009年中国电视购物发展现状分析

一、国外发展情况

二、国内电视购物发展现状

三、我国电视购物的发展历史与阶段

四、北京电视购物市场分析

五、电视购物卷土重来

第二节 我国电视购物存在问题

一、缺乏明确稳定的政策支持

二、发展关键要素不够成熟

第三节 我国电视购物对策研究

一、整合媒体通道

二、重新审视产品线

三、建立顾客数据库

四、变单纯卖产品到卖产品+服务

五、电视购物行业亟待规范

第四节 目前被暴光产品调查情况

第五节 中国手机电视购物发展前景

[b]第五章 2008-2009年中国电视购物竞争态势分析[/b]

[b]/b]第一节 电视购物竞争格局分析

一、三足鼎立格局形成

二、看中大陆08年奥运商机东森进军大陆电视购物

三、外资争相进入电视购物行业

四、韩国全面进军中国电视直销行业前景展望与发展趋势预测[/b]

[b]/b]第一节 我国电视购物前景展望

一、电视购物市场空间巨大

二、电视购物被誉为继零售、超市之后的第三次销售革命

三、电视购物将大有作为

四、国内市场尚待成熟

六、专业购物频道未来发展趋势

第二节 电视购物发展趋势分析

一、购物频道契机

二、必须建立生动化的虚拟卖场

三、交互式电视购物潜力多多

四、电视购物20可资期待

[b]第十四章 2010-2012年中国电视购物行业投资价值分析[/b]

第一节 电视购物行业投资动态分析

一、国美涉及百货电视购物业

二、橡果国际拟赴美上市最高融资2亿美元

三、湖南卫视斥 1 亿进军“电视购物”

四、国有广电机构与国外电视购物公司在资本领域合作的情况

第二节 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 电视购物行业投资机会分析

一、电视购物行业投资收益与价值

二、电视购物行业投资潜力与机会

第四节 专家建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/pifalingshou/W91894IHLT.html>