|  |
| --- |
| [2025-2031年中国电视购物行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html) |



#### [中国市场调研网](https://www.20087.com/)

[www.20087.com](https://www.20087.com/)

一、基本信息

|  |  |
| --- | --- |
| 名称： | [2025-2031年中国电视购物行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html) |
| 报告编号： | 2655150　　←电话咨询时，请说明该编号。 |
| 市场价： | 电子版：8200 元　　纸介＋电子版：8500 元 |
| 优惠价： | 电子版：7360 元　　纸介＋电子版：7660 元　　可提供增值税专用发票 |
| 咨询电话： | 400 612 8668、010-66181099、010-66182099、010-66183099 |
| Email： | Kf@20087.com |
| 在线阅读： | [<https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html>](https://www.20087.com/2/95/ZhiNengXiWanJiShiChangQianJingYuCe.html) |
| 温馨提示： | 订购英文、日文等版本报告，请拨打订购咨询电话或发邮件咨询。 |

二、内容简介

　　电视购物是一种传统的直销模式，近年来面临来自电子商务和社交媒体购物的激烈竞争。尽管如此，电视购物仍保有一席之地，特别是在中老年消费者中。节目内容的创新和多渠道融合，如结合社交媒体互动，为电视购物注入了新的活力。然而，观众碎片化、产品同质化和消费者信任度下降是行业必须应对的挑战。  
　　未来，电视购物将更加注重内容创意和消费者参与。通过制作高质量的节目内容，结合虚拟现实（VR）和增强现实（AR）技术，提供沉浸式购物体验。同时，利用大数据分析，实现个性化商品推荐，增强与消费者的互动和粘性。此外，电视购物平台将加强与线下零售的整合，提供无缝的购物体验，满足消费者跨渠道购物的需求。  
　　《[2025-2031年中国电视购物行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html)》基于国家统计局、发改委、相关行业协会及科研单位的详实数据，系统分析了电视购物行业的发展环境、产业链结构、市场规模及重点企业表现，科学预测了电视购物市场前景及未来发展趋势，揭示了行业潜在需求与投资机会，同时通过SWOT分析评估了电视购物技术现状、发展方向及潜在风险。报告为战略投资者、企业决策层及银行信贷部门提供了全面的市场情报与科学的决策依据，助力把握电视购物行业动态，优化战略布局。  
  
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 2020-2025年世界电视购物行业分析  
　　2.1 2020-2025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  
  
第三章 2020-2025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 中国经济发展状况  
　　　　3.1.2 中国经济发展特征  
　　　　3.1.3 中国经济未来趋势  
　　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  
　　　　3.2.5 电视购物频道建设政策开始生效  
　　3.3 行业发展环境  
　　　　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 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025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 2020-2025年国内外电视购物重点企业  
　　6.1 美国QVC公司  
　　　　6.1.1 公司简介  
　　　　6.1.2 美国QVC公司的发展概况  
　　　　6.1.3 美国QVC公司的经营特色  
　　　　6.1.4 美国QVC公司电视购物产品  
　　6.2 中国台湾东森购物  
　　　　6.2.1 公司简介  
　　　　6.2.2 东森购物的成功经验及策略解析  
　　　　6.2.3 东森购物的经营特点阐述  
　　　　6.2.4 东森得意购的经营模式分析  
　　6.3 橡果国际  
　　　　6.3.1 公司简介  
　　　　6.3.2 橡果国际发展历程介绍  
　　　　6.3.3 2025年橡果国际经营状况  
　　　　……  
　　6.4 七星购物  
　　　　6.4.1 公司简介  
　　　　6.4.2 七星购物销售模式  
　　　　6.4.3 七星购物转型策略  
　　　　6.4.4 七星购物经营状况  
　　6.5 湖南快乐购  
　　　　6.5.1 公司简介  
　　　　6.5.2 快乐购销售新模式  
　　　　6.5.3 快乐购经营状况  
　　　　6.5.3 快乐购转型策略  
　　6.6 好易购  
　　　　6.6.1 公司简介  
　　　　6.6.2 好易购经营状况  
　　　　6.6.3 好易购盈利模式  
　　6.7 上海东方CJ  
　　　　6.7.1 公司简介  
　　　　6.7.2 东方购物的主要优势  
　　　　6.7.3 东方购物经营发展状况  
　　　　6.7.4 东方购物开创电视购物新局面  
　　6.8 CCTV中视购物  
　　　　6.8.1 公司简介  
　　　　6.8.2 CCTV中视购物加快追赶步伐  
　　　　6.8.3 CCTV中视购物信息系统改造升级  
  
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⋅智林⋅　中国电视购物行业的前景趋势分析  
　　8.1 中国电视购物的发展前景展望  
　　　　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 2025-2031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分析  
　　　　8.2.1 未来中国电视购物市场的发展趋势  
　　　　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（2018修正）  
　　附录二：广播电视广告播出管理办法  
  
图表目录  
　　图表 2020-2025年国内生产总值及其增长速度  
　　图表 2020-2025年三次产业增加值占国内生产总值比重  
　　图表 2025年主要商品出口数量、金额及其增长速度  
　　……  
　　图表 2025年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度  
　　图表 2020-2025年货物进出口总额  
　　图表 2025年货物进出口总额及其增长速度  
　　图表 2025年主要商品出口数量、金额及其增长速度  
　　……  
　　图表 2025年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重  
　　图表 2025年规模以上工业增加至同比增长速度  
　　图表 2025年规模以上工业生产主要数据  
　　图表 2025年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比  
　　图表 2025年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
　　图表 2025年固定资产投资新增主要生产与运营能力  
　　图表 2020-2025年三次产业投资占固定资产投资（不含农户）比重  
　　图表 2025年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度  
　　图表 2025年固定资产投资新增主要生产与运营能力  
　　图表 2024-2025年全国固定资产投资（不含农户）同比增速  
　　图表 2025年固定资产投资（不含农户）主要数据  
　　图表 2025年全国社会消费品零售总额月度同比增长  
　　图表 2025年社会消费品零售总额主要数据  
　　图表 2025年社会消费品零售总额分月同比增速  
　　图表 2025年社会消费品零售总额主要数据  
　　图表 2025年与2025年居民人均可支配收入平均数与中位数对比  
　　图表 2025年居民人均可支配收入平均数与中位数  
　　图表 2025年全国居民人均消费支出及其构成  
　　图表 2025年居民人均消费支出及构成  
　　……  
　　图表 2024年末人口数量及构成  
　　图表 中国电视渠道销售规模  
　　图表 东森购物5个频道简况  
　　图表 2024-2025年橡果国际综合收益表  
　　图表 2024-2025年橡果国际分部资料  
　　图表 2024-2025年橡果国际收入分地区资料  
　　图表 2024-2025年橡果国际综合收益表  
　　图表 2024-2025年橡果国际分部资料  
　　图表 2024-2025年橡果国际收入分地区资料  
　　图表 2024-2025年橡果国际综合收益表  
　　图表 2024-2025年橡果国际分部资料  
　　图表 2024-2025年橡果国际收入分地区资料  
　　图表 消费者购买决策模式  
　　图表 购买行为的四种类型  
　　图表 2025-2031年中国电视购物行业市场规模预测  
略……

了解《[2025-2031年中国电视购物行业发展深度调研与未来趋势预测报告](https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html)》，报告编号：2655150，

请致电：400-612-8668、010-66181099、66182099、66183099，

Email邮箱：[Kf@20087.com](mailto:Kf@20087.com)

详细介绍：<https://www.20087.com/0/15/DianShiGouWuFaZhanQuShi.html>

热点：东方购物的优惠活动、电视购物被骗找哪个部门投诉、十大电视购物网站排行榜、电视购物频道 星穹、老人电视购物受骗案例、电视购物优购物官网、老人电视购物的注意事项、电视购物频道事件、电视购物的东西能买吗

了解更多，请访问上述链接，以下无内容！