2016-2021年中国电视购物行业商业模式与投资风险分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国电视购物行业发展综述.....13
1.1 电视购物行业定义及分类.....13
1.1.1 电视购物行业概念及定义.....13
1.1.2 电视购物行业分类情况.....13
1.1.3 中国电视购物行业发展历程.....14
1.2 电视购物行业发展环境分析.....15
1.2.1 电视购物行业政治法律环境.....15
1.2.2 电视购物行业经济环境.....16
（1）国际宏观经济走势分析.....16
（2）国内宏观经济走势分析.....17
（3）经济环境与本行业的关系分析.....18
1.2.3 电视购物行业社会环境.....19
（1）居民收入水平.....19
（2）居民消费结构.....20
（3）居民消费信心.....21
（4）居民电视购物规模与消费行为.....22
第2章：国内外电视购物行业发展分析.....23
2.1 全球电视购物行业发展及经验借鉴.....23
2.1.1 全球电视购物行业成功关键因素.....23
2.1.2 全球电视购物行业发展及经验借鉴.....24
（1）美国电视购物行业发展及经验借鉴.....24
1）美国电视购物行业发展概况.....24
2）美国电视购物行业经验借鉴.....24
3）美国电视购物行业新发展.....25
（2）韩国电视购物行业发展及经验借鉴.....25
1）韩国电视购物行业发展概况.....25
2）韩国电视购物行业经验借鉴.....26
3）韩国电视购物行业新发展.....28
（3）日本电视购物行业发展及经验借鉴.....28
1）日本电视购物行业发展概况.....28
2）日本电视购物行业经验借鉴.....28
3）日本电视购物行业新发展.....28
2.2 中国电视购物行业发展分析.....29
2.2.1 中国电视购物行业发展总体概况.....29
（1）中国电视购物行业发展概况.....29
（2）中国电视购物行业发展动向.....30
2.2.2 中国电视购物与其他购物平台的比较分析.....30
（1）电视购物与网络购物比较分析.....30
1）2013年网络购物行业交易情况.....30
2）2016-2021年网络购物行业发展预测.....32
3）电视购物与网络购物边际效应分析.....33
（2）电视购物与零售业（实体店）比较分析.....34
1）2013年零售业发展情况.....34
2）2016-2021年零售业发展预测.....36
3）电视购物与购物中心（实体店）边际效应分析.....36
第3章：电视购物关联行业发展分析.....38
3.1 电视传播媒介发展情况分析.....38
3.1.1 电视购物传统媒介分析.....38
（1）中国数字电视产业增长情况.....38
（2）中国电视覆盖及收视率情况.....39
3.1.2 电视购物新媒介发展情况.....40

（1）手机电视媒介发展分析.....40
（2）电视购物网络平台发展分析.....40
（3）手机购物用户行为分析.....43
1）手机购物用户属性分析.....43
2）手机购物用户购物行为分析.....44
3）手机购物用户购物偏好分析.....45
3.2 呼叫中心建设现状与应用情况.....47
3.2.1 呼叫中心产业成本分析.....47
（1）呼叫中心产业成本构成.....47
（2）呼叫中心主要成本剖析.....47
1）人力资源成本.....47
2）技术平台成本.....47
3）网络运营成本.....47
（3）呼叫中心成本优化与策略.....48
3.2.2 呼叫中心成本效益核算.....50
（1）营销及技术支持型.....50
（2）客户服务及对内支持型.....51
3.2.3 呼叫中心利润型体系构建.....51
（1）利润型体系利润来源.....51
（2）利润型体系构建要点.....51
1）呼叫中心功能重新定位.....51
2）呼叫中心组织架构重新确定.....52
3）呼叫中心运营体系重新设计.....52
4）注重体系内的内部协调.....52
3.2.4 呼叫中心经济效益提升策略.....52
（1）经济效益主要提升策略.....52
（2）国外效益提升经验借鉴.....54
（3）国内重点企业运行经验.....55
3.2.5 呼叫中心在电视购物行业中的应用.....55
3.3 数字电视支付行业发展分析.....56
3.3.1 数字电视支付对电视购物行业的影响分析.....56
3.3.2 数字电视支付行业应用场景分析.....57
3.3.3 数字电视支付行业相关业务分析.....57
3.3.4 数字电视支付系统分析.....59
（1）系统的组成.....60
（2）第三方对接能力.....60
3.4 物流配送系统发展分析.....61
3.4.1 物流行业发展情况.....61
（1）物流总额增幅及其构成情况.....61
（2）物流总费用增幅及构成情况.....62
（3）物流业增加值增幅及贡献情况.....63
（4）物流固定资产投资及增长情况.....63
（5）全国重点企业物流统计调查情况.....64
3.4.2 快递服务产业发展情况.....64
（1）中国快递行业经营现状分析.....64
1）快递企业快递价格分析.....64
2）快递企业服务能力分析.....65
（2）快递行业务量完成情况分析.....66
1）快递行业务量总体情况.....66
2）分类型业务量结构分析.....66
3）分地区业务量结构分析.....67
（3）快递行业务收入情况分析.....68
1）快递行业务收入情况.....68
2）分类型业务收入结构.....68
3）分地区业务收入结构.....69
3.4.3 物流业与电视购物行业关系分析.....69
第4章：中国电视购物行业商业运作模式分析.....70
4.1 电视购物运作模式分类.....70
4.1.1 传统电视购物运作模式.....70

4.1.2 现代电视购物运作模式.....70
（1）电视台自办电视购物企业运作模式.....70
（2）多个电视台联办电视购物企业运作模式.....70
4.1.3 传统电视购物与现代电视购物的运作模式异同.....71
4.2 传统电视购物市场发展情况分析.....73
4.2.1 传统电视购物市场发展现状.....73
4.2.2 传统电视购物存在的问题.....73
4.3 现代电视购物市场发展情况分析.....74
4.3.1 现代电视购物市场发展现状.....74
4.3.2 现代电视购物频道建设与发展.....75
（1）全国主要电视购物频道.....75
（2）全国性电视购物频道数字网覆盖情况.....76
（3）电视购物频道分地区数字电视用户覆盖情况.....77
（4）购物频道对不同类型城市数字电视用户的覆盖情况.....78
（5）现代电视购物市场发展建议分析.....78
4.4 中国电视购商业运作模式发展与转型.....79
4.4.1 传统电视购物运作模式发展趋势.....79
4.4.2 现代电视购物运作模式发展趋势.....80
第5章：中国电视购物行业主要产品市场发展分析.....81
5.1 化妆品电视购物市场增长情况.....81
5.1.1 我国化妆品行业经营效益分析.....81
5.1.2 我国化妆品行业市场规模分析.....81
（1）全部化妆品企业零售总额.....81
（2）限额以上化妆品企业零售总额.....82
（3）规模以上化妆品企业销售规模.....83
5.1.3 我国化妆品市场销售渠道分析.....84
5.1.4 我国化妆品电视购物市场发展分析.....85
（1）化妆品电视购物市场规模分析.....85
（2）化妆品电视购物渠道收益分析.....85
（3）化妆品电视购物渠道成本构成.....86
5.1.5 化妆品电视购物市场发展前景分析.....86
（1）电视购物发展优势分析.....86
（2）电视购物发展前景预测.....87
5.2 奢侈品电视购物市场增长情况.....88
5.2.1 我国奢侈品市场发展分析.....88
（1）我国奢侈品市场产销情况.....88
（2）我国奢侈品市场品牌分析.....89
5.2.2 我国奢侈品市场销售渠道分析.....89
（1）综合百货商场模式.....89
（2）专卖直营模式.....90
（3）专营综合店模式.....90
（4）网络营销模式.....90
（5）展会模式.....91
（6）奢侈品奥特莱斯模式.....91
5.2.3 白领购买奢侈品行为分析.....91
（1）白领购买奢侈品行为特征.....91
1）白领购买奢侈品动机.....91
2）白领购买奢侈品消费习惯.....95
3）白领购买奢侈品意愿.....98
（2）白领购买奢侈品消费特点.....100
1）白领购买奢侈品的品类.....100
2）白领购买奢侈品的品牌.....104
3）白领购买奢侈品的金额.....109
（3）白领购买奢侈品信息渠道.....110
1）白领购买奢侈品信息来源.....110
2）白领购买奢侈品的渠道.....113
5.2.4 我国奢侈品电视购物市场发展分析.....113
5.3 珠宝首饰电视购物市场增长情况.....114
5.3.1 我国珠宝首饰市场规模与增长.....114

（1）我国珠宝首饰制造业产销情况.....114
（2）我国黄金行业需求分析.....116
1）总体需求情况.....116
2）人均需求情况.....116
3）细分行业黄金需求分析.....117
4）首饰业需求分析.....118
5）黄金行业需求预测.....119
5.3.2 我国珠宝首饰市场销售渠道分析.....120
（1）品牌自营店渠道.....120
（2）品牌代理店渠道.....121
（3）品牌加盟店渠道.....121
（4）非品牌批发渠道.....122
（5）无店铺销售渠道.....122
5.3.3 我国珠宝首饰电视购物市场发展分析.....122
5.4 箱包服饰电视购物市场增长情况.....123
5.4.1 我国服饰市场发展分析.....123
（1）我国服饰市场产销情况.....123
（2）我国服饰市场品牌分析.....125
5.4.2 我国箱包市场发展分析.....126
（1）我国箱包市场产销情况.....126
（2）我国箱包市场品牌分析.....128
5.4.3 我国箱包服饰市场销售渠道分析.....129
5.4.4 我国箱包服饰电视购物市场发展分析.....129
5.5 汽车电视购物市场增长情况.....129
5.5.1 我国汽车市场发展分析.....129
（1）汽车销售规模.....129
（2）汽车经销商规模.....130
5.5.2 我国汽车市场销售渠道分析.....131
5.5.3 我国汽车电视购物市场发展分析.....133
5.6 手机产品电视购物市场增长情况.....133
5.6.1 我国手机市场规模与增长.....133
（1）我国手机出货量情况.....133
（2）我国手机市场品牌情况.....134
5.6.2 我国手机市场销售渠道分析.....135
5.6.3 我国手机电视购物市场发展.....136
第6章：中国电视购物行业消费群体分析.....137
6.1 电视购物消费者特征分析.....137
6.1.1 电视购物消费者受教育程度分析.....137
6.1.2 电视购物消费者态度分析.....137
6.1.3 电视购物消费者个性特征分析.....137
6.1.4 电视购物消费者动机分析.....137
6.1.5 电视购物消费者购买经验分析.....138
6.1.6 电视购物消费者购买涉入程度分析.....138
6.1.7 电视购物消费者成本支付分析.....138
6.1.8 消费者对电视购物消费决策的企业影响因素.....139
（1）企业提供的产品.....139
（2）电视宣传的创造性.....139
（3）企业服务的物流体系.....139
（4）企业售后服务.....139
6.2 电视购物消费者调研分析.....140
6.2.1 电视购物广告接受度与信任度.....140
6.2.2 电视购物产品满意度.....141
6.2.3 电视购物消费者调研案例.....141
（1）深圳消费者电视购物满意度调研.....141
1）消费者基本情况.....141
2）消费者对电视购物商品的看法.....141
3）消费者对电视购物商品质量的意见.....142
4）消费者对电视购物商品服务的意见.....142
5）消费者对电视购物消费争议和维权方式.....143

（2）重庆消费者电视购物现状调研.....143
1）消费者基本情况.....143
2）消费者对电视购物商品的知晓度/信任度.....145
3）消费者对电视购物商品的购买意向.....150
4）消费者对电视购物商品质量/服务的意见.....151
5）消费者对电视购物消费争议和维权方式.....154
6.3 女性消费者对电视购物的消费分析.....156
6.3.1 女性消费行为研究综述.....156
6.3.2 女性消费者对电视购物产品的偏好.....156
6.3.3 女性消费者对电视购物频道的偏好.....158
6.3.4 女性消费者对电视购物过程的偏好.....159
第7章：中国电视购物行业重点区域发展.....162
7.1 北京市电视购物行业发展分析.....162
7.1.1 北京市电视购物行业政策环境.....162
7.1.2 北京市电视购物行业发展状况.....162
7.2 上海市电视购物行业发展分析.....163
7.2.1 上海市电视购物行业政策环境.....163
7.2.2 上海市电视购物行业发展状况.....164
7.3 广东省电视购物行业发展分析.....164
7.3.1 广东省电视购物行业政策环境.....164
7.3.2 广东省电视购物行业发展状况.....165
7.4 江苏省电视购物行业发展分析.....166
7.4.1 江苏省电视购物行业政策环境.....166
7.4.2 江苏省电视购物行业发展状况.....166
7.5 浙江省电视购物行业发展分析.....167
7.5.1 浙江省电视购物行业政策环境.....167
7.5.2 浙江省电视购物行业发展状况.....167
7.6 湖南省电视购物行业发展分析.....167
7.6.1 湖南省电视购物行业政策环境.....167
7.6.2 湖南省电视购物行业发展状况.....168
7.7 其他省（市）电视购物行业发展分析.....169
7.7.1 福建省电视购物行业发展情况.....169
7.7.2 湖北省电视购物行业发展情况.....169
第8章：中国电视购物行业主要企业运营分析.....171
8.1 电视购物企业发展总体状况.....171
8.2 电视购物行业电视台运营企业.....171
8.2.1 中视电视购物有限公司经营情况分析.....171
（1）企业发展简况分析.....171
（2）企业配置资源建设情况.....172
（3）企业运营区域与网络覆盖.....172
（4）企业经营产品及市场营销.....172
（5）企业经营状况优劣势分析.....172
8.2.2 快乐购物股份有限公司经营情况分析.....173
（1）企业发展简况分析.....173
（2）企业配置资源建设情况.....173
（3）企业运营区域与网络覆盖.....174
（4）企业经营产品及市场营销.....174
（5）企业经营状况优劣势分析.....174
8.2.3 上海东方希杰商务有限公司经营情况分析.....175
（1）企业发展简况分析.....175
（2）企业运营区域与网络覆盖.....175
（3）企业经营产品及市场营销.....175
（4）企业经营状况优劣势分析.....175
8.2.4 央广幸福购物（北京）有限公司经营情况分析.....176
（1）企业发展简况分析.....176
（2）企业配置资源建设情况.....176
（3）企业运营区域与网络覆盖.....176
（4）企业经营产品及市场营销.....176
（5）企业经营状况优劣势分析.....176

8.2.5 贵州家有购物集团有限公司经营情况分析.....177
（1）企业发展简况分析.....177
（2）企业组织架构分析.....177
（3）企业配置资源建设情况.....179
（4）企业运营区域与网络覆盖.....179
（5）企业经营产品及市场营销.....180
（6）企业经营状况优劣势分析.....180
8.2.6 家家购物股份有限公司经营情况分析.....180
（1）企业发展简况分析.....180
（2）企业配置资源建设情况.....181
（3）企业运营区域与网络覆盖.....181
（4）企业经营产品及市场营销.....181
（5）企业经营状况优劣势分析.....181
8.2.7 北京优购文化发展有限公司经营情况分析.....181
（1）企业发展简况分析.....182
（2）企业运营区域与网络覆盖.....182
（3）企业经营产品及市场营销.....182
（4）企业经营状况优劣势分析.....182
8.2.8 重庆重视时尚购物有限公司经营情况分析.....182
（1）企业发展简况分析.....182
（2）企业运营区域与网络覆盖.....182
（3）企业经营产品及市场营销.....183
（4）企业经营状况优劣势分析.....183
8.2.9 北京碧替葳电视商品销售咨询中心经营情况分析.....183
（1）企业发展简况分析.....183
（2）企业运营区域与网络覆盖.....183
（3）企业经营产品及市场营销.....183
（4）企业经营状况优劣势分析.....183
8.2.10 好易购家庭购物有限公司经营情况分析.....184
（1）企业发展简况分析.....184
（2）企业运营区域与网络覆盖.....184
（3）企业经营产品及市场营销.....184
（4）企业经营状况优劣势分析.....184
8.2.11 好享购物股份有限公司经营情况分析.....184
（1）企业发展简况分析.....184
（2）企业运营区域与网络覆盖.....185
（3）企业经营产品及市场营销.....185
（4）企业经营状况优劣势分析.....185
8.2.12 辽宁宜佳电视购物有限公司经营情况分析.....186
（1）企业发展简况分析.....186
（2）企业运营区域与网络覆盖.....186
（3）企业经营产品及市场营销.....186
（4）企业经营状况优劣势分析.....186
8.2.13 嘉丽购物有限责任公司经营情况分析.....187
（1）企业发展简况分析.....187
（2）企业运营区域与网络覆盖.....187
（3）企业经营产品及市场营销.....187
（4）企业经营状况优劣势分析.....188
8.2.14 哈尔滨天鹅购物有限公司经营情况分析.....188
（1）企业发展简况分析.....188
（2）企业经营产品及市场营销.....188
（3）企业经营状况优劣势分析.....189
8.2.15 广州开欣购物有限公司经营情况分析.....189
（1）企业发展简况分析.....189
（2）企业运营区域与网络覆盖.....189
（3）企业经营产品及市场营销.....189
（4）企业经营状况优劣势分析.....190
8.2.16 川广电星空电视购物有限公司经营情况分析.....190
（1）企业发展简况分析.....190

（2）企业运营区域与网络覆盖.....190
（3）企业经营产品及市场营销.....190
（4）企业经营状况优劣势分析.....191
8.2.17 上海潮流实业有限公司经营情况分析.....191
（1）企业发展简况分析.....191
（2）企业运营区域与网络覆盖.....191
（3）企业经营产品及市场营销.....191
（4）企业经营状况优劣势分析.....192
8.2.18 湖北广电美嘉商贸有限公司经营情况分析.....192
（1）企业发展简况分析.....192
（2）企业配置资源建设情况.....192
（3）企业运营区域与网络覆盖.....192
（4）企业经营产品及市场营销.....192
（5）企业经营状况优劣势分析.....193
8.2.19 山东乐拍商业有限公司经营情况分析.....193
（1）企业发展简况分析.....193
（2）企业运营区域与网络覆盖.....193
（3）企业经营产品及市场营销.....194
（4）企业经营状况优劣势分析.....194
8.2.20 陕西乐家电视购物有限责任公司经营情况分析.....194
（1）企业发展简况分析.....194
（2）企业配置资源建设情况.....195
（3）企业运营区域与网络覆盖.....195
（4）企业经营状况优劣势分析.....195
8.2.21 河南欢腾购物电视传媒有限公司经营情况分析.....195
（1）企业发展简况分析.....195
（2）企业配置资源建设情况.....195
（3）企业运营区域与网络覆盖.....196
（4）企业经营产品及市场营销.....196
（5）企业经营状况优劣势分析.....196
8.2.22 云南买乐电视购物传媒有限公司经营情况分析.....196
（1）企业发展简况分析.....196
（2）企业组织架构分析.....197
（3）企业运营区域与网络覆盖.....197
（4）企业经营产品及市场营销.....197
（5）企业经营状况优劣势分析.....197
8.2.23 天天阳光电视购物有限公司经营情况分析.....198
（1）企业发展简况分析.....198
（2）企业组织架构分析.....198
（3）企业运营区域与网络覆盖.....198
（4）企业经营产品及市场营销.....198
（5）企业经营状况优劣势分析.....198
8.2.24 大连乐天叁陆伍购物有限公司经营情况分析.....199
（1）企业发展简况分析.....199
（2）企业运营区域与网络覆盖.....199
（3）企业经营产品及市场营销.....199
（4）企业经营状况优劣势分析.....200
8.2.25 山西佰乐购物有限责任公司经营情况分析.....200
（1）企业发展简况分析.....200
（2）企业运营区域与网络覆盖.....200
（3）企业经营产品及市场营销.....200
（4）企业经营状况优劣势分析.....200
8.3 电视购物行业独立运营企业分析.....201
8.3.1 橡果国际经营情况分析.....201
（1）企业发展简况分析.....201
（2）主要经济指标分析.....201
1）利润分析.....201
2）资产负债分析.....201
3）主要指标分析.....202

（3）企业经营理念.....202
（4）企业运营区域与网络覆盖.....203
（5）企业经营产品与市场营销.....203
（6）企业经营状况优劣势分析.....204
8.3.2 中国七星购物有限公司经营情况分析.....204
（1）企业发展简况分析.....204
（2）主要经济指标分析.....204
（3）企业盈利能力分析.....205
（4）企业运营能力分析.....205
（5）企业偿债能力分析.....206
（6）企业发展能力分析.....206
（7）企业配置资源建设情况.....206
（8）企业运营区域与网络覆盖.....207
（9）企业经营产品及市场营销.....207
（10）企业经营状况优劣势分析.....207
8.3.3 上海丰富实业有限公司经营情况分析.....208
（1）企业发展简况分析.....208
（2）企业配置资源建设情况.....208
（3）企业运营区域与网络覆盖.....208
（4）企业经营产品及市场营销.....209
（5）企业经营状况优劣势分析.....209
8.3.4 东方摩能国际科技发展（北京）有限公司经营情况分析.....209
（1）企业发展简况分析.....209
（2）企业运营区域与网络覆盖.....209
（3）企业经营产品及市场营销.....209
（4）企业经营状况优劣势分析.....210
8.3.5 广东泓生购百货有限责任公司经营情况分析.....210
（1）企业发展简况分析.....210
（2）企业配置资源建设情况.....210
（3）企业运营区域与网络覆盖.....211
（4）企业经营产品及市场营销.....211
（5）企业经营状况优劣势分析.....211
第9章：中国电视购物行业投资风险与前景.....212
9.1 中国电视购物行业前景预测.....212
9.1.1 电视购物行业发展趋势分析.....212
9.1.2 电视购物行业发展前景预测.....213
9.2 中国电视购物行业投资风险分析.....214
9.2.1 中国电视购物行业政策风险.....214
9.2.2 中国电视购物行业宏观经济波动风险.....214
9.2.3 中国电视购物行业关联产业风险.....214
9.2.4 中国电视购物行业竞争产业风险.....214
9.3 中国电视购物行业投资建议.....215

图表目录

图表1：中国电视购物行业发展历程分析.....14
图表2：电视购物行业相关政策分析.....15
图表3：2000年以来欧洲、德国、美国GDP指数走势图.....17
图表4：世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）.....17
图表5：2005年以来我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）.....18
图表6：2010年以来我国GDP增速与电视购物行业市场规模增速对比图（单位：%）.....18
图表7：2008年以来我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）.....19
图表8：2008年以来我国农村居民人均纯收入及其变化趋势（单位：元，%）.....20
图表9：中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）.....21
图表10：国际电视购物行业发展成功关键因素.....23
图表11：美国电视购物行业经验借鉴分析.....24

图表12：韩国电视购物行业经验借鉴分析.....26
图表13：日本电视购物行业经验借鉴分析.....28
图表14：2009年以来我国电视购物市场规模及预测（单位：亿元）.....29
图表15：2011年以来中国网络购物市场规模及增长（单位：亿元，%）.....31
图表16：中国网络购物市场商品品类市场份额（单位：%）.....32
图表17：2008-2016年中国网络购物市场规模与预测（单位：亿元，%）.....32
图表18：消费者效用-成本模型（一）.....34
图表19：2010年以来千家核心商业企业零售指数.....35
图表20：2010年以来重点零售企业分业态指数.....35
图表21：2011年以来限额以上企业主要商品类别增速（单位：%）.....36
图表22：消费者效用-成本模型（二）.....37
图表23：2008年以来我国数字电视用户规模（单位：万户）.....38
图表24：我国地级市数字电视整体转换情况统计（单位：个，%）.....39
图表25：我国有线数字电视整体转换情况统计（单位：%）.....39
图表26：2009年以来我国手机电视用户规模及预测（单位：万户）.....40
图表27：电视购物网络平台的作用分析.....41
图表28：中国手机购物用户性别分布（单位：%）.....43
图表29：中国手机购物用户年龄分布（单位：%）.....44
图表30：中国手机购物用户年手机购物金额（单位：%）.....44
图表31：中国手机购物用户年手机购物次数（单位：%）.....45
图表32：中国手机购物用户支付方式（单位：%）.....45
图表33：中国手机购物用户通过手机购买的商品类型（单位：%）.....46
图表34：中国手机购物用户选择手机购物网站的主要因素（单位：%）.....46
图表35：中国呼叫中心产业成本结构（单位：%）.....47
图表36：合理降低平均联络处理时间策略.....48
图表37：合理降低资源投入成本的策略.....49
图表38：有效降低客户联络总量的策略.....50
图表39：提高呼叫中心效率的策略.....53
图表40：呼叫中心在电视购物行业中的应用分析.....55
图表41：电视支付平台的业务流程.....58
图表42：电视支付的总体战略.....59
图表43：电视支付系统的网络架构图.....60
图表44：2011年以来中国社会物流总额及增长情况（单位：万亿元，%）.....61
图表45：中国社会物流构成情况（单位：%）.....62
图表46：中国社会物流总费用构成长情况（单位：%）.....62
图表47：2005年以来中国物流业增加值统计（单位：亿元，%）.....63
图表48：2011年以来物流业固定资产投资及增长变化情况（单位：亿元，%）.....64
图表49：2009年以来国内主要快递公司价格变化.....65
图表50：中国主要快递企业服务和网络覆盖坐标图.....66
图表51：2008年以来全国规模以上快递行业业务量（单位：亿件）.....66
图表52：全国规模以上不同类型快递业务量分布（单位：%）.....67
图表53：全国规模以上快递企业业务量地区分布（单位：%）.....67
图表54：2008年以来全国规模以上快递行业业务收入（单位：亿元）.....68
图表55：全国规模以上不同快递业务收入分布（单位：%）.....68
图表56：全国规模以上快递企业业务收入地区分布（单位：%）.....69
图表57：电视直销商业模式的优劣势分析.....71
图表58：电视购物频道商业模式的优劣势分析.....72
图表59：电视直销与电视购物频道商业模式对比.....72
图表60：传统电视购物存在的问题.....73
图表61：现代电视购物市场发展现状.....74
图表62：主要电视购物频道列表.....75
图表63：全国性电视购物频道数字网覆盖情况（单位：万人，%）.....77
图表64：5家电视购物频道对6大地区数字电视用户覆盖情况（单位：%）.....77
图表65：5家购物频道对不同类型城市数字电视用户的覆盖率（单位：%）.....78
图表66：传统电视购物运作模式发展趋势分析.....79
图表67：现代电视购物运作模式发展趋势分析.....80
图表68：2011年以来化妆品制造行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）.....81
图表69：2009年以来中国化妆品零售总额及增长（单位：亿元，%）.....82
图表70：2005年以来中国限额以上化妆品企业零售总额及增长（单位：亿元，%）.....83

图表71：2008年以来中国规模以上化妆品企业销售规模及增长（单位：亿元，%）.....83
图表72：2009年以来中国化妆品电视购物渠道销售规模走势图（单位：亿元，%）.....85
图表73：化妆品电视购物渠道优势分析.....86
图表74：消费者感兴趣的奢侈品类别（单位：%）.....88
图表75：中国奢侈品市场品牌格局（单位：%）.....89
图表76：普通网民与白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）.....92
图表77：男性与女性白领网民购买奢侈品动机对比（单位：%）.....92
图表78：不同城市的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）.....93
图表79：不同月收入的白领购买奢侈品的动机对比（单位：元，%）.....94
图表80：不同职业的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）.....94
图表81：不同学历的白领网民购买奢侈品的动机对比（单位：%）.....95
图表82：普通网民与白领网民购买奢侈品消费习惯对比（单位：%）.....95
图表83：男性与女性白领网民购买奢侈品消费习惯对比（单位：%）.....96
图表84：不同城市白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）.....96
图表85：不同年龄段白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）.....97
图表86：不同月收入的白领购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）.....97
图表87：不同职业的白领网民购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）.....98
图表88：不同学历的白领网民购买奢侈品的消费习惯对比（单位：%）.....98
图表89：普通网民和白领网民购买过奢侈品的比例（单位：%）.....99
图表90：普通网民与白领网民拥有奢侈品的数量对比（单位：%）.....99
图表91：普通网民和白领网民奢侈品购买意愿对比（单位：%）.....100
图表92：普通网民与白领网民最喜欢的奢侈品品类对比（单位：%）.....100
图表93：男性与女性白领网民最喜欢的奢侈品品类对比（单位：%）.....101
图表94：不同年龄段的白领网民最喜欢的奢侈品品类对比（单位：%）.....101
图表95：白领网民拥有的奢侈品品类分布（单位：%）.....102
图表96：男性与女性白领网民拥有的奢侈品品类对比（单位：%）.....102
图表97：不同城市的白领网民拥有奢侈品品类对比（单位：%）.....103
图表98：不同年龄段白领网民拥有奢侈品品类对比（单位：%）.....103
图表99：不同月收入的白领网民拥有奢侈品的品类对比（单位：%）.....104
图表100：不同职业的白领网民拥有奢侈品的品类对比（单位：%）.....104
图表101：白领网民拥有的高档服饰品牌分布（TOP20）（单位：%）.....105
图表102：男性与女性白领网民拥有的高端服饰品牌对比（单位：%）.....105
图表103：白领网民拥有的高档化妆品品牌分布（TOP4）（单位：%）.....106
图表104：不同收入的白领拥有的高端化妆品品牌对比（TOP4）（单位：%）.....107
图表105：不同学历的白领网民拥有的高档化妆品品牌对比（单位：%）.....107
图表106：白领网民拥有的高档箱包品牌分布（单位：%）.....108
图表107：不同收入的白领拥有的高端箱包品牌对比（单位：元，%）.....108
图表108：普通网民与白领网民最喜欢的高档手表品牌对比（单位：%）.....109
图表109：男性与女性白领网民最喜欢的高档手表品牌对比（单位：%）.....109
图表110：白领网民每年花费在奢侈品上的金额（单位：%）.....110
图表111：不同年龄段白领网民每年花费在奢侈品上的金额对比（单位：%）.....110
图表112：普通网民与白领网民了解奢侈品的信息渠道对比（单位：%）.....111
图表113：男性与女性白领网民了解奢侈品的信息渠道对比（单位：%）.....111
图表114：不同年龄段白领网民了解奢侈品的信息渠道对比（单位：%）.....112
图表115：男性与女性白领网民通过网络了解奢侈品的信息内容对比（单位：%）.....112
图表116：男性与女性白领网民获取奢侈品信息的网站对比（单位：%）.....113
图表117：普通网民与白领网民购买奢侈品的渠道对比（单位：%）.....113
图表118：2008年以来珠宝首饰制造业利润总额及增长率走势（单位：亿元，%）.....114
图表119：2008年以来珠宝首饰制造业销售产值及增长率走势（单位：亿元，%）.....115
图表120：2008年以来珠宝首饰制造业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）.....115

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！