

# 2015-2020年中国无店铺销售行业深度研究与投资前景评估报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2015-2020年中国无店铺销售行业深度研究与投资前景评估报告》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/hulianwang/P28941TUWU.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

报告目录：

### 第一章 无店铺销售相关概述

#### 第一节 零售业简述

- 一、零售业的产业特点
- 二、零售业的准入条件
- 三、零售业态的划分标准
- 四、零售业态发展规律分析

#### 第二节 无店铺销售阐述

- 一、无店铺销售特点
- 二、无店铺销售行业发展概况
  - 1、直复营销
  - 2、直销
  - 3、自动售货机销售
- 三、影响无店铺销售的制约因素及对策

### 第二章 2014年全球无店铺销售业的发展状况

#### 第一节 2014年全球零售业运行简况

- 一、跨国零售商海外市场的进入模式和选择
- 二、全球零售商损耗金额分析

#### 第二节 2014年全球无店铺销售行业运行分析

- 一、全球无店铺销售运行环境浅析
- 二、全球无店铺销售亮点聚焦
- 三、国外无店铺销售行业经验及借鉴

#### 第三节 2014年国外无店铺销售部分国家动态分析

- 一、美国
- 二、韩国
- 三、日本
- 四、德国

#### 第四节 2015-2020年国外无店铺销售业趋势探析

### 第三章 2014年中国无店铺销售业的运营环境解析

#### 第一节 2014年中国宏观经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 六、固定资产投资情况（季度更新）
- 七、财政收支状况（年度更新）
- 八、社会消费品零售总额
- 九、对外贸易&进出口

#### 第二节 2014年中国无店铺销售业政策环境分析

- 一、零售业全面对外开放
- 二、产业政策扶持
- 三、无店铺销售列入新版国家《零售业态分类》标准

#### 第三节 2014年中国无店铺销售业社会环境分析

- 一、人口增长对城市空间的挤压
- 二、居民消费观念的改变
- 三、居民消费水平不断提高

### 第四章 2014年中国无店铺销售业市场运行态势分析

#### 第一节 2014年中国无店铺销售业业态分类及特点分析

- 一、电视购物
- 二、邮购
- 三、网上商店
- 四、自动售货亭
- 五、电话购物
- 六、直销

#### 第二节 2014年中国无店铺销售业总体运行情况分析

- 一、中国无店铺销售业表现出显著的地区特性
- 二、中国无店铺销售总况分析
- 三、中国无店铺销售方式的销售情况与零售业销售情况比较

### 第三节 2014年中国无店铺销售行业盈利性分析

#### 一、我国电子商务模式盈利分析

#### 二、电视购物产业投资分析

## 第五章 2014年中国无店铺销售行业细分市场分析&mdash;网络购物

### 第一节 2014年中国网络购物市场规模分析

#### 一、中国网络购物市场规模迅速增长

#### 二、网络购物占社会消费品零售总额比重

#### 三、交易额规模结构

#### 四、交易额各地区分布状况

#### 五、中国网络购物的社会效应分析

### 第二节 2014年中国网络购物动态分析

#### 一、黄金周网络购物日均消费情况

#### 二、金融危机为网络购物发展带来机遇

#### 三、国外知名厂商开始涉足中国网络购物市场

#### 四、春节个性创意年货走俏网络购物

### 第三节 2014年中国网络购物网站品牌研究及功能满意度评价

#### 一、品牌知名度

##### 1、品牌知名度与品牌城市地区差异

##### 2、各网站品牌转化率

##### 3、各网站品牌综合评价

#### 二、网民品牌认知渠道

##### 1、不同类型人群的认知渠道差异

##### 2、不同类型人群网络认知渠道

#### 三、各项功能满意度评价

##### 1、核心功能

##### 2、附加功能

## 第六章 2014年中国无店铺销售细分市场&mdash;电视购物市场分析

### 第一节 2014年中国电视购物行业运行综述

#### 一、中国电视购物行业发展的历程

#### 二、国内电视购物发展的市场特点

### 三、中国电视购物产业已进入新一轮崛起

#### 第二节 2014年中国电视购物行业现状综述

##### 一、中国电视购物市场规模

##### 二、中国电视购物运营商市场格局

##### 三、中国电视购物行业暗潮涌动

##### 四、中国电视购物企业签署诚信公约

#### 第三节 2014年中国电视购物行业亮点聚焦

##### 一、中国电视购物发展势头良好更加自律

##### 二、内地电视购物行业首次推出信誉质量保证金

##### 三、电视购物市场两大巨头的竞争态势

##### 四、春节期间电视购物投诉数量五年来首度下降

#### 第四节 2014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、中国电视购物行业面临严重的信任危机

##### 三、中国电视购物行业应向高端发展

### 第七章 2014年中国无店铺销售行业著名品牌企业竞争力对比分析

#### 第一节 网络销售著名企业

##### 一、卓越网

###### 1、公司简介

###### 2、亚马逊收购卓越

###### 3、经营模式分析

###### 4、卓越网的物流

##### 二、当当网

###### 1、当当网简介

###### 2、鼠标+水泥的运营模式

###### 3、经营发展动态

##### 三、eBay易趣网

###### 1、企业简介

###### 2、易趣发展史

###### 3、经营状况

##### 四、阿里巴巴

- 1、企业简介
- 2、创立淘宝网
- 3、创建支付宝
- 4、收购雅虎

## 第二节 邮购销售企业

### 一、小康之家

- 1、企业概况
- 2、电话销售业绩分析

### 二、贝塔斯曼集团

- 1、企业简介
- 2、贝塔斯曼的发展历程
- 3、贝塔斯曼的旗下公司及经营范围
- 4、贝塔斯曼的经营特点和发展策略
- 5、贝塔斯曼的未来发展目标

### 三、麦考林

- 1、企业简介
- 2、企业经营状况分析
- 4、商业模式的转型
- 5、麦网的优势
- 6、未来发展战略

## 第三节 电视购物公司

### 一、中国七星集团电视购物公司

### 二、橡果国际电视购物网有限公司

- 1、开拓电话外拨渠道
- 2、财务软件应用
- 3、ERP物流软件应用

### 三、TVSN

## 第八章 2014年中国无店铺销售业相关行业发展状况分析

### 第一节 2014年中国无店铺销售媒介及对产业的影响

- 一、计算机
- 二、互联网

## 第二节2014年中国物流产业运行及对产业影响

- 一、物流业对振兴国民经济具有拉动作用
- 二、中国物流业持续快速发展
- 三、物流业区域一体化进程加快
- 四、物流市场的容量
- 五、中国物流市场需求在调整中增长
- 六、中国物流成本分析
- 七、中国物流产业前景及对无店铺销售业的影响

## 第九章 2015-2020年中国无店铺销售行业前景展望与趋势预测

### 第一节2015-2020年中国无店铺销售业前景展望

- 一、中国网络购物市场的前景无限美好
- 二、中国未来网络购物市场仍保持高速发展
- 三、2015-2020年中国网络购物市场规模预测
- 四、中国电视购物市场前景可期
- 五、中国电视购物市场增长空间巨大

### 第二节2015-2020年中国无店铺销售行业新趋势探析

- 一、未来中国电视购物行业将进入战国时代
- 二、中国电视购物行业呈现新渠道争宠趋势
- 三、中国网络购物模式发展的融合趋势

### 第三节2015-2020年中国无店铺销售市场盈利预测分析

## 第十章 2015-2020年中国无店铺销售行业投资战略分析

### 第一节 2013年中国无店铺销售投资概况

- 一、无店铺销售投资特性分析
- 二、无店铺销售投资价值分析
- 三、无店铺销售投资政策分析

### 第二节 2015-2020年中国无店铺销售行业投资机会分析

- 一、无店铺销售区域投资潜力分析
- 二、无店铺销售投资热点分析

### 第三节2015-2020年中国无店铺销售行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险

## 二、市场竞争风险

## 三、市场运营机制风险

## 第四节 投资建议

### 图表目录：

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2012中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010.12-2012.12年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图（2013年不含农户）

图表：2005-2013年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2006-2013年我国人口及其自然增长率变化情况

图表：各年龄段人口比重变化情况

图表：用户的性别组成

图表：用户的年龄分布

图表：用户的年龄分布

图表：用户的受教育程度

图表：用户的受教育程度

图表：用户的婚姻状况

图表：用户的职业分布

图表：用户的职业分布

图表：个人月平均收入

图表：个人月平均收入

图表：家庭平均月收入

图表：家庭平均月收入

图表：是否进行过网络购物

图表：有过网络购物经历的网民结构

图表：网民选择网络购物的原因分布

图表：没有尝试网络购物的原因分布

图表：网民网络购物频率分布

图表：网民平均每次购买金额分布

图表：不同频率的网络购物客单价分布

图表：网络购物的付款方式分布

图表：网民未来是否会进行网络购物

图表：期望网络购物商品价格

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hulianwang/P28941TUWU.html>