

2017-2022年中国无店铺销售行业市场分析与投资趋势预测报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2017-2022年中国无店铺销售行业市场分析与投资趋势预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0904/201701/20-224552.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

我国东北、华北、华东、中南、西北、西南六大区域7个城市的3100个样本进行的入户调查表明，我国城市居民中已经有43%的人至少有一次利用过无店铺销售方式;不仅使用过无店铺销售方式的消费者看好其未来的发展前景，即使在从未接触过这种销售方式的人群中也有6成以上表示，未来可能使用这一购物方式。

改革开放以来，最早进入中国市场的无店铺销售是邮购。90年代以后，各种无店铺销售形式全面在中国出现。由于电话的普及，电话购物迅速发展起来。近几年来，随着电子信息技术不断普及，各种形式的无店铺销售形式大量涌现，并实行电话网、电视网、因特网、邮政网“多网合并”营销。

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 无店铺销售行业发展环境第一节 经济环境一、国内经济运行现状二、国内经济趋势判断三、经济环境对行业的影响分析第二节 社会环境一、人口环境分析二、文化环境分析三、生态环境分析四、中国城镇化率第三节 政策监管环境一、管理体制二、主要政策法规三、政策法规影响第四节 技术环境一、我国无店铺销售技术进展分析二、技术现状及特点三、无店铺销售技术的未来发展趋势 第三章 无店铺销售行业上下游产业链发展及影响分析第一节 产业链介绍一、无店铺销售行业产业链简介二、无店铺销售行业产业链特征分析三、无店铺销售业的产生对产业链的影响分析第二节 上游产业现状分析及其对无店铺销售行业的影响一、上游产业发展现状二、上游行业发展趋势三、上游产业发展趋势及对行业的影响第三节 下游产业分析及其对无店铺销售行业的影响一、下游产业需求情况二、下游需求变化趋势三、下游产业发展对行业的影响 第四章 2014-2016年全球无店铺销售业的发展状况第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年国外无店铺销售业趋势探析 第五章 2014-2016年中国无店铺销售业市场运行态势分析第一节 2014-2016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 2014-2016年中国无店铺销售业总体运行情况一、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 2014-2016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 第六章 2014-2016年中国无店铺销售行业细分市场分析—网络购物第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 第七章 2014-2016年中国无店铺销售细分市场—电视购物市场分析第一节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 第八章 无店铺销售行业区域市场发展分析及预测第一节 长三角区域市场情况分析第二节 珠三角区域市场情况分析第三节 环渤海区域市场情况分析第四节 主要省市市场情况分析第五节 无店铺销售行业主要区域市场发展状况及竞争力研究一、华北大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测二、华中大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测三、华南大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测四、华东大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测五、东北大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测六、西南大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测七、西北大区市场分析1、市场规模现状2、市场需求现状及预测3、未来发展前景预测 第九章 无店铺销售市场竞争格局分析第一节 无店铺销售行业竞争结构分析一、现有企业间竞争二、潜在进入者分析三、替代品威胁分析四、供应商议价能力五、客户议价能力第二节 无店铺销售行业集中度分析一、市场集中度分析二、企业集中度分析三、区域集中度分析第三节 无店铺销售行业国际竞争力比较一、生产要素二、需求条件三、支援与相关产业四、企业战略结构与竞争状态五、政府的作用第四节 无店铺销售行业竞争格局分析一、无店铺销售行业

竞争分析二、国内外无店铺销售竞争分析三、中国无店铺销售市场竞争分析 第十章 2014-2016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 第十一章 2017-2022年无店铺销售行业发展趋势及影响因素第一节 2017-2022年无店铺销售行业市场前景分析一、无店铺销售市场容量分析二、无店铺销售行业利好利空政策三、无店铺销售行业发展前景分析第二节 2017-2022年无店铺销售行业未来发展预测分析一、中国无店铺销售发展方向分析二、2017-2022年中国无店铺销售行业发展规模三、2017-2022年中国无店铺销售行业发展趋势预测第三节 2017-2022年无店铺销售行业供需预测一、2017-2022年无店铺销售行业供给预测二、2017-2022年无店铺销售行业需求预测第四节 2017-2022年影响企业经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、科研开发趋势及替代技术进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势六、2017-2022年中国无店铺销售行业SWOT分析1、优势分析2、劣势分析3、机会分析4、风险分析 第十二章 2017-2022年无店铺销售行业投资方向与风险分析第一节 2017-2022年无店铺销售行业发展的有利因素与不利因素分析一、有利因素二、不利因素第二节 2017-2022年无店铺销售行业产业发展的空白点分析第三节 2017-2022年无店铺销售行业投资回报率比较高的投资方向第四节 2017-2022年无店铺销售行业投资潜力与机会第五节 2017-2022年无店铺销售行业新进入者应注意的障碍因素第六节 2017-2022年中国无店铺销售行业投资风险分析一、市场竞争风险二、上游压力风险分析三、技术风险分析四、政策和体制风险五、外资进入现状及对未来市场的威胁 第十三章 2017-2022年无店铺销售行业发展环境与渠道分析第一节 全国经济发展背景分析一、宏观经济数据分析二、宏观政策环境分析三、“十三五”发展规划分析第二节 主要无店铺销售产业聚集区发展背景分析一、主要无店铺销售产业聚集区市场特点分析二、主要无店铺销售产业聚集区社会经济现状分析三、未来主要无店铺销售产业聚集区经济发展预测第三节 竞争对手渠道模式一、无店铺销售市场渠道情况二、无店铺销售竞争对手渠道模式三、无店铺销售直营代理分布情况 第十四章 2017-2022年无店铺销售行业市场策略分析第一节 无店铺销售行业营销策略分析及建议一、无店铺销售行业营销模式二、无店

铺销售行业营销策略第二节 无店铺销售行业企业经营发展分析及建议一、无店铺销售行业经营模式第三节 多元化策略分析一、行业多元化策略研究二、现有竞争企业多元化业务模式三、上下游行业策略分析第四节 市场重点客户战略实施一、实施重点客户战略的必要性二、合理确立重点客户三、重点客户战略管理四、重点客户管理功能 图表目录图表：我国宏观经济运行指标图表：我国宏观经济景气指数图表：我国人口增长情况图表：我国社会收入及消费能力经济指标图表：无店铺销售行业产业链示意图图表：2013-2015年无店铺销售行业上游产业供给情况图表：2013-2015年无店铺销售行业下游行业需求情况图表：2013-2015年无店铺销售行业全球发展状况图表：2014-2015年无店铺销售行业市场产品价格走势图图表：2017-2022年无店铺销售行业市场产品价格趋势预测图表：2013-2015年无店铺销售行业企业数量图表：2013-2015年无店铺销售行业企业数量走势图图表：2013-2015年无店铺销售行业资产总额图表：2013-2015年无店铺销售行业总资产增长趋势图图表：2013-2015年无店铺销售行业利润总额图表：2013-2015年无店铺销售行业利润总额增长趋势图图表：2013-2015年无店铺销售行业销售收入图表：2013-2015年无店铺销售行业销售收入增长趋势图图表：2013-2015年无店铺销售行业产销率趋势图图表：2013-2015年无店铺销售行业盈利能力状况图表：2013-2015年无店铺销售行业偿债能力状况图表：2013-2015年无店铺销售行业营运能力状况图表：2013-2015年无店铺销售行业发展能力状况图表：2013-2015年无店铺销售行业需求状况图表：2017-2022年无店铺销售行业需求预测图表：2017-2022年无店铺销售行业市场规模预测图表：2017-2022年无店铺销售行业发展前景预测

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/201701/20-224552.html>