

中国通讯营销渠道行业竞争分析与投资前景评估 报告（2014-2019）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国通讯营销渠道行业竞争分析与投资前景评估报告（2014-2019）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/195287195287.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

营销渠道是指促使产品(服务)能顺利地经由市场交换过程，转移给消费者(用户)使用的一整套相互依存的组织。渠道一般分为自有渠道、社会合作渠道与复合渠道三类，但其功能都是通过分销终端实时把握消费者的需求，与消费者保持互动式的沟通，并对市场做出快速响应，为消费者创造价值。而渠道创新即是对营销渠道的结构、形式、功能等进行变革，以适应市场的发展变化。

第一章 通讯营销渠道的定义及分类

第一节 通讯营销渠道定义

第二节 通讯营销渠道的分类

第三节 本次研究方法概述

第二章 世界通讯营销市场发展分析

第一节 全球零售业及通讯营销渠道市场发展现状分析

第二节 欧美通讯营销渠道发展现状分析

第三节 亚洲国家或地区通讯营销渠道发展现状

第三章 中国通讯营销渠道行业市场发展环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、中国宏观经济发展预测分析

第二节 中国通讯营销渠道行业政策环境分析

一、中国网络购物相关政策法规走势

二、中国电视购物相关政策法规走势

第三节 中国通讯营销渠道行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

第四章 中国通讯营销渠道市场运行态势分析

第一节 通讯营销渠道发展的整体市场状况

一、通讯营销渠道整体市场规模

二、通讯营销渠道发展情况综述

第二节 中国通讯营销渠道市场动态分析

一、国外移动通信运营商的营销策略略

二、中日韩通讯营销高峰论坛在青岛举行

三、移动通信公司营销策略分析

四、通讯业巨头纷纷涉足团购营销

五、中国移动通信营销渠道的创新研究

第五章 中国电视购物行业发展情况分析

第一节 电视购物发展情况分析

一、中国电视购物产业已进入新一轮崛起

二、中国电视购物的产业观察

三、中国电视购物企业与发展模式分析

第二节 近三年中国电视购物行业探析

一、中国电视购物市场规模分析

二、电视购物迈向现代家庭购物模式

三、中国电视购物节目发展及收视状况

第三节 中国电视购物行业的发展动态分析

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

第四节 中国各地区电视购物市场分析

一、北京电视购物走势分析

二、南京电视购物市场潜力分析

三、台湾电视购物频道产业分析

四、广东电视购物市场发展瓶颈分析

五、深圳电视购物产业广拓经营模式

第六章 中国网络购物市场运行动态分析

第一节 中国网络购物市场的发展综述

一、网络购物在中国的发展历程

二、中国网络购物市场规模迅速增长

三、中国网络购物发展挑战传统零售业

第二节 中国网络购物市场规模分析

一、网络购物市场规模

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

第三节 中国网络购物的社会效应分析

一、网购创造的就业岗位规模及分布

二、淘宝网解决特殊群体就业问题

三、网络渠道优势被更多企业认可

第七章 中国通讯营销渠道消费者购物行为及满意度分析

第一节 通讯营销渠道消费者主要商品购买渠道分析

第二节 通讯营销渠道消费者满意度

第三节 通讯营销渠道企业知名度

第八章 2014-2019年中国通讯营销的前景展望分析

第一节 世界及中国经济发展展望

一、世界经济展望

二、中国经济展望

第二节 中国通讯营销渠道前景展望

一、国际上通讯营销渠道稳定发展 重视与中国合作

二、中国推动三网融合带来通讯营销渠道新机遇

三、多元化经营下的差异化营销赢得未来 人才发展成为迫切战略需要

图表详见正文.....

特别说明：报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tongxin/195287195287.html>