

中国无店铺销售市场竞争全景分析与发展机遇预测报告

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《中国无店铺销售市场竞争全景分析与发展商机预测报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/229316229316.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

无店铺销售(None-store Retailing)又称为“无固定地点的批发和零售行为”。“无店铺销售”是现代市场营销的重要形式之一，但其与各种类型的店铺销售有着运作流程和管理方式上的巨大差异。无店铺销售可以划分为三种基本类型：直复营销、直销和自动售货机销售。

中国报告网发布的《中国无店铺销售市场竞争全景分析与发展商机预测报告》内容严谨、数据翔实，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，以与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研究分析。它是业内企业、相关投资公司与政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

报告大纲：

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与对策

第二章2015年全球无店铺销售业的发展状况

第一节2015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2015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与借鉴

第三节2015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2016-2022年国外无店铺销售业趋势探析

第三章2015年中国无店铺销售业的运营环境解析

第一节国内宏观经济环境分析

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、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节2015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2015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2015年中国无店铺销售业市场运行态势分析

第一节2015年中国无店铺销售业业态分类与特点分析

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2015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2015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2015年中国无店铺销售行业细分市场分析—网络购物

第一节2015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2015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2015年中国网络购物网站品牌研究与功能满意度评价

- 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2015年中国无店铺销售细分市场—电视购物市场分析

第一节2015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2015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2015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2015年中国电视购物发展的问题与策略分析

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与经营范围

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2015年中国无店铺销售业相关行业发展状况分析

第一节2015年中国无店铺销售媒介与对产业的影响

- 一、计算机
- 二、互联网

第二节2015年中国物流产业运行与对产业影响

- 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、中国物流产业前景与对无店铺销售业的影响

第九章2016-2022年中国无店铺销售行业前景展望与趋势预测

第一节2016-2022年中国无店铺销售行业前景展望

- 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、2016-2022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2016-2022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2016-2022年中国无店铺销售市场盈利预测分析

第十章2016-2022年中国无店铺销售行业投资战略分析

第一节2015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2016-2022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

图表详见正文.....

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/baihuo/229316229316.html>