

中国无店铺销售市场竞争全景分析与发展商机预测报告

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>