

# 中国珠宝首饰市场营销现状深度分析与未来发展 趋势预测报告

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国珠宝首饰市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/225893225893.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

### 第一章 移动互联网时代的技术变革及商业环境分析

#### 1.1 中国移动互联网行业整体发展情况分析

##### 1.1.1 移动互联网的定义及业务分析

(1) 移动互联网的定义

(2) 移动互联网的业务体系分析

##### 1.1.2 中国移动互联网发展规模分析

(1) 移动互联网用户规模分析

(2) 移动互联网终端规模分析

(3) 移动互联网行业结构分析

##### 1.1.3 中国移动互联网用户情况分析

(1) 中国移动互联网用户属性分析

(2) 中国移动互联网用户行为分析

#### 1.2 移动互联网相关技术发展现状、趋势及商业价值分析

##### 1.2.1 网络通信技术的变化趋势分析

##### 1.2.2 云计算、大数据及其商业价值分析

(1) 云计算的发展及其给传统行业带来的价值分析

(2) 大数据产业的发展及其商业价值分析

##### 1.2.3 LBS技术的发展及其商业价值分析

(1) LBS技术发展现状及趋势

(2) 中国手机LBS用户规模分析

(3) LBS技术的商业价值分析

##### 1.2.4 手机二维码技术的发展及其商业价值分析

(1) 手机二维码技术发展现状及趋势

(2) 中国手机二维码的应用现状分析

(3) 手机二维码的商业价值分析

#### 1.3 移动互联网下珠宝首饰行业商业环境的变化分析

##### 1.3.1 互联网与移动互联网的融合趋势分析

(1) 互联网化的发展趋势分析

(2) 互联网与移动互联网的融合趋势分析

##### 1.3.2 移动互联网时代珠宝首饰行业顾客的变化情况分析

(1) 新一代顾客的定义及特征分析

(2) 顾客消费模式及消费行为的变化分析

##### 1.3.3 移动互联网时代的四大社会趋势分析

## 1.4 中国移动电子商务市场发展情况及用户分析

### 1.4.1 移动电子商务市场发展分析

- (1) 移动电子商务定义与分类
- (2) 移动电子商务产业链分析
- (3) 移动电子商务服务模式分析
- (4) 移动电子商务市场规模分析

### 1.4.2 移动电子商务用户属性分析

- (1) 用户性别分别状况
- (2) 用户学历结构状况
- (3) 用户收入结构状况
- (4) 用户年龄结构状况
- (5) 用户职业结构状况

### 1.4.3 移动电子商务用户行为分析

- (1) 用户购物时段分析
- (2) 用户年手机购物金额分析
- (3) 用户年手机购物次数分析
- (4) 用户支付方式分析
- (5) 用户买过商品或服务的网站
- (6) 用户购物偏好分析
- (7) 用户不使用移动购物方式的原因分析

## 第二章 珠宝首饰行业移动电商模式与发展趋势分析

### 2.1 珠宝首饰行业传统PC电商模式的核心特征与商业模式分析

#### 2.1.1 传统PC电商的定义及核心特征

#### 2.1.2 珠宝首饰行业PC端主要电商模式分析

- (1) B2B平台型电商模式分析
- (2) B2C垂直型电商模式分析
- (3) O2O企业电商模式分析

### 2.2 珠宝首饰行业移动电商的核心特征及主要商业模式分析

#### 2.2.1 移动电商的核心特征分析

- (1) 互联网商业思维变革与移动电商的融合趋势分析
- (2) 移动电商的社交化特征及其商业价值分析
- (3) 移动电商客户端的特色元素及其商业价值分析

#### 2.2.2 珠宝首饰行业主要移动电商模式分析

- (1) 模式一：PC端电商模式的复制移植

#### 1) 综合平台型商城APP

## 2) 垂直平台型电商APP

### (2) 模式二：基于移动社交应用的社交电商模式

#### 1) 基于SNS社交应用的企业O2O电商模式

#### 2) 基于SNS第三方平台的微商模式

## 2.3 珠宝首饰企业O2O移动电商模式如何落地

### 2.3.1 平台型O2O模式是未来珠宝首饰企业移动电商的主流模式

#### (1) 珠宝首饰行业面临的困境分析

#### (2) 珠宝首饰行业现有电商模式的优劣势分析

#### (3) 珠宝首饰行业平台型O2O模式的优势分析

### 2.3.2 珠宝首饰行业实现移动O2O的四种主要形式

#### (1) “平台+门店”模式

#### (2) “平台+体验店”模式

#### (3) “平台+体验店+门店”模式

#### (4) “平台+私人定制”模式

### 2.3.3 珠宝首饰企业如何获取移动O2O的精准流量入口

#### (1) 珠宝首饰行业移动电商引流成本分析

#### (2) 珠宝首饰移动电商转化率水平

#### (3) 珠宝首饰行业移动电商引流渠道及策略

#### 1) 移动购物入口整体分析

#### 2) 珠宝首饰行业移动电商引流渠道及策略

##### 1、传统PC端电商引流渠道的移动端复制

##### 2、二维码移动电商引流策略分析

##### 3、移动社交平台引流策略分析

##### 4、移动广告平台引流成效及策略

#### (4) 珠宝首饰企业O2O移动电商引流优秀案例

### 2.3.4 珠宝首饰企业如何打造极致的移动O2O用户体验

#### (1) 珠宝首饰移动O2O用户体验的打造方向

#### (2) 珠宝首饰移动电商O2O体验环境建设及营造

#### (3) 珠宝首饰移动O2O如何打造极致消费体验

#### 1) 构建多维度评价系统——互动支撑点

#### 2) 构建会员积分体系——模式关键点

#### 3) 3D虚拟试戴体验——吸引创新点

## 2.4 珠宝首饰行业移动电商的未来发展趋势分析

### 2.4.1 网站流量结构的变化趋势分析

### 2.4.2 O2O电商模式发展机遇分析

- (1) O2O生态圈的竞争趋势分析
- (2) O2O模式的创新机遇分析
- 2.4.3 移动电商营销发展趋势分析
  - (1) 碎片化的时代特征对移动营销的影响分析
  - (2) 移动社交媒体对移动营销的影响分析
- 第三章 珠宝首饰行业移动互联网营销策略分析
- 3.1 珠宝首饰行业移动营销内容设计的流程及模型架构
  - 3.1.1 移动营销内容设计的要求分析
    - (1) 互动的商务逻辑
    - (2) 优质的操作体验
    - (3) 基于数据的运营机制
  - 3.1.2 移动营销形式及内容的设计流程分析
    - (1) 流程一：最简单的营销形式及内容互动设计
    - (2) 流程二：内容和渠道碎片化的营销形式及内容互动设计
    - (3) 流程三：基于CRM消费行为的营销形式及内容互动设计
  - 3.1.3 移动营销内容架构模型
- 3.2 珠宝首饰行业移动互联网营销渠道分析
  - 3.2.1 移动互联网对传统珠宝首饰行业营销渠道的颠覆分析
  - 3.2.2 移动互联网营销新渠道的特征和优势分析
  - 3.2.3 移动互联网营销新渠道的结构分析
  - 3.2.4 珠宝首饰企业移动互联网营销渠道的推广和培育
    - (1) 渠道传播
    - (2) 营销推广
    - (3) 渠道运营
    - (4) 渠道维护
    - (5) 渠道分析
- 3.3 珠宝首饰企业的移动互联网营销方式及策略分析
  - 3.3.1 移动互联网时代营销策略的定位转向分析
  - 3.3.2 移动互联网时代常用的营销方式分析
    - (1) 搜索营销
    - (2) 社群营销
    - (3) 口碑病毒营销
    - (4) 其他营销方式
  - 3.3.3 移动营销新兴手段分析
  - 3.3.4 移动互联网时代的品牌生存与危机处理策略

### 3.4 移动互联网时代珠宝首饰企业线上线下互动营销策略分析

#### 3.4.1 品牌“调性”的打造策略分析

#### 3.4.2 粉丝互动的策略分析

### 第四章 珠宝首饰行业APP、微博、微信营销策略分析

#### 4.1 珠宝首饰行业APP营销策略分析

##### 4.1.1 APP营销现状及营销特征分析

##### 4.1.2 APP主要营销模式分析

##### 4.1.3 企业如何做好APP营销

#### 4.2 珠宝首饰行业微博营销策略分析

##### 4.2.1 微博用户属性及用户行为分析

##### 4.2.2 2014年微博舆情分析

##### 4.2.3 企业如何做好微博营销

###### (1) 微博营销流程分析

###### (2) 微博营销引流策略分析

###### (3) 常用的微博营销方式分析

###### (4) 微博营销经典案例分析

#### 4.3 珠宝首饰行业微信营销策略分析

##### 4.3.1 微信营销的价值基础分析

###### (1) 用户属性及用户行为分析

###### (2) 用户群社交关系链分析

###### (3) 微信资讯及APP接口分析

##### 4.3.2 企业如何做好微信营销

###### (1) 微信营销流程分析

###### (2) 微信营销引流策略分析

###### (3) 常用的微信营销方式分析

###### (4) 微信营销经典案例分析

### 第五章 移动互联网时代珠宝首饰企业数据化运营与管理策略

#### 5.1 移动互联网大数据的处理及分析策略

##### 5.1.1 大数据的含义与特征

##### 5.1.2 移动互联网大数据的处理原则及流程分析

###### (1) 数据处理原则

###### (2) 数据处理流程

##### 5.1.3 珠宝首饰行业移动电商的关键数据分析

###### (1) 移动电商关键数据及分析策略

###### (2) 移动电商数据分析需要注意的问题

## 5.2 大数据时代下珠宝首饰企业的运营管理策略

### 5.2.1 移动大数据的特征分析

### 5.2.2 企业如何挖掘大数据的金矿

- (1) 企业如何利用大数据进行精准市场定位
- (2) 企业如何利用大数据提升移动电商营销质量
- (3) 企业如何利用大数据挖掘市场新需求

## 第六章 珠宝首饰企业移动电商转型优秀案例研究

### 6.1 中国珠宝首饰行业移动电商发展现状分析

### 6.2 中国传统珠宝首饰企业移动电商转型的优秀个案

#### 6.2.1 周大福珠宝

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司组织架构调整与再设计
- (3) 公司移动电商路径
- (4) 公司移动O2O的策略与方向
- (5) 公司O2O利益冲突措施
- (6) 公司移动营销的策略及案例分析
- (7) 公司供应链与渠道整合
- (8) 公司经营业绩分析
- (9) 公司未来发展战略规划

#### 6.2.2 周生生珠宝

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司组织架构调整与再设计
- (3) 公司移动电商路径
- (4) 公司移动O2O的策略与方向
- (5) 公司O2O利益冲突措施
- (6) 公司移动营销的策略及案例分析
- (7) 公司供应链与渠道整合
- (8) 公司经营业绩分析
- (9) 公司未来发展战略规划

#### 6.2.3 潮宏基珠宝

- (1) 公司基本情况
- (2) 公司组织架构调整与再设计
- (3) 公司移动电商路径
- (4) 公司移动O2O的策略与方向
- (5) 公司O2O利益冲突措施



(6) 公司移动营销的策略及案例分析

(7) 公司供应链与渠道整合

(8) 公司经营业绩分析

(9) 公司未来发展战略规划

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/shoushi/225893225893.html>