

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

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>