

2017-2022年中国互联网 + 香水行业全景调研及投资前景报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国互联网+香水行业全景调研及投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/5591657OOW.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第1章中国互联网+香水行业发展综述	18
1.1“互联网+香水”行业概念界定	18
1.1.1“互联网+”的提出及内涵	18
(1)“互联网+”的提出	18
(2)“互联网+”的内涵	18
1.1.2“互联网+香水”行业的内涵	19
1.1.3本报告的研究范围	19
1.2中国互联网+香水行业发展背景	20
1.2.1中国互联网+香水行业政策背景分析	20
(1)行业管理体制分析	20
(2)行业发展规划分析	21
(3)行业政策动向分析	25
(4)政策环境对行业的影响	26
1.2.2中国互联网+香水行业经济背景分析	27
(1)宏观经济环境分析	27
(2)关联产业发展背景	52
1.2.3中国互联网+香水行业技术背景分析	62
(1)云计算技术发展现状及未来趋势分析	62
(2)物联网技术发展现状及未来趋势分析	65
(3)通信技术的发展现状及未来趋势分析	67
第2章中国互联网+香水行业发展现状及前景	71
2.1中国互联网+香水行业市场发展阶段分析	71
2.1.1互联网+香水行业发展阶段的研究	71
2.1.2中国互联网+香水行业细分阶段发展特点	72
2.2互联网给香水行业带来的冲击和变革分析	73
2.2.1互联网时代香水行业大环境变化分析	73
2.2.2互联网给香水行业带来的突破机遇分析	75
2.2.3互联网给香水行业带来的挑战分析	76

- 2.2.4互联网+香水行业融合创新机会分析77
- 2.3中国互联网+香水行业市场发展现状分析78
 - 2.3.1中国互联网+香水行业投资布局分析78
 - (1)中国互联网+香水行业投资切入方式78
 - (2)中国互联网+香水行业投资规模分析88
 - (3)中国互联网+香水行业投资业务布局88
 - 2.3.2香水行业目标客户互联网渗透率分析89
 - 2.3.3中国互联网+香水行业市场规模分析89
 - 2.3.4中国互联网+香水行业竞争格局分析90
 - (1)中国互联网+香水行业参与者结构90
 - (2)中国互联网+香水行业竞争者类型91
- 2.4中国互联网+香水行业市场发展前景分析92
 - 2.4.1中国互联网+香水行业市场增长动力分析92
 - 2.4.2中国互联网+香水行业市场发展瓶颈剖析92
 - 2.4.3中国互联网+香水行业市场发展趋势分析93
- 2.5中国香水行业电商发展现状及前景预测93
 - 2.5.1中国香水行业电商总体开展情况93
 - 2.5.2中国香水行业电商交易规模分析94
 - 2.5.3中国香水行业电商产品/服务品类94
 - 2.5.4中国香水行业电商盈利情况分析95
 - 2.5.5中国香水行业电商市场现存问题96
 - 2.5.6中国香水行业电商市场趋势分析97
 - 2.5.7中国香水行业电商市场规模预测100

第3章中国互联网+香水行业商业模式创新策略102

- 3.1商业模式研究的基本思想介绍102
 - 3.1.1商业模式的定义及与其他模式的比较102
 - 3.1.2商业模式的核心构成要素及构建流程103
- 3.2中国互联网+香水行业市场定位创新分析107
 - 3.2.1中国香水行业消费者特征分析107
 - 3.2.2中国香水行业企业主流的市场定位分析110
 - 3.2.3互联网对香水行业市场定位的变革分析111

- 3.2.4互联网下香水行业市场定位优秀案例分析112
- 3.3中国互联网+香水行业价值主张创新分析114
 - 3.3.1中国香水行业主要的客户价值主张要素分析114
 - 3.3.2互联网+香水行业价值主张创新策略分析116
 - (1)香水行业企业如何利用互联网升级产品使用体验116
 - (2)香水行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验116
 - (3)香水行业企业如何利用互联网节约客户成本116
 - 3.3.3互联网+香水行业价值主张创新优秀案例117
- 3.4中国互联网+香水行业渠道通路创新分析119
 - 3.4.1中国香水行业渠道通路的主要类别及特点分析119
 - (1)价值传递通路的定义及特点119
 - (2)产品销售渠道的定义及特点119
 - (3)现有渠道通路特点的优势及不足121
 - (4)互联网对渠道通路的改造分析122
 - 3.4.2互联网对香水行业渠道通路的颠覆性变革分析125
 - 3.4.3互联网+香水行业网络媒体广告宣传策略分析127
 - 3.4.4互联网+香水行业电商渠道构建策略分析128
 - 3.4.5互联网+香水行业渠道通路创新优秀案例131
- 3.5中国互联网+香水行业客户关系创新分析132
 - 3.5.1中国香水行业客户关系的类别及关系成本分析132
 - (1)香水行业客户关系的类别分析132
 - (2)香水行业客户关系成本分析133
 - 3.5.2中国互联网+香水行业客户关系创新路径分析135
 - 3.5.3中国互联网+香水行业客户关系创新优秀案例136
- 3.6中国互联网+香水行业收入来源创新分析140
 - 3.6.1中国香水行业收入的主要来源渠道及特点140
 - 3.6.2中国互联网+香水行业收入来源的创新分析140
 - 3.6.3中国互联网+香水行业收入来源创新优秀案例141
- 3.7中国互联网+香水行业合作伙伴创新分析141
 - 3.7.1中国香水行业主要的合作伙伴及其特点分析141
 - 3.7.2互联网如何改变香水行业合作伙伴结构142
 - 3.7.3互联网下香水行业新增合作伙伴的特点144

- 3.7.4互联网下香水行业新增合作伙伴优秀案例144
- 3.8中国互联网+香水行业成本机构优化分析145
 - 3.8.1中国香水行业主要成本结构及特点分析145
 - 3.8.2互联网如何改变香水行业成本结构145
 - 3.8.3互联网下香水行业成本结构的优化路径146
 - 3.8.4互联网下香水行业成本结构优化优秀案例146
- 3.9国外互联网+香水行业商业模式创新经验147
 - 3.9.1国外互联网+香水行业商业模式优秀案例剖析147
 - 3.9.2国外互联网+香水行业商业模式创新经验借鉴148

第4章中国香水行业企业电商战略规划及模式选择150

- 4.1中国香水行业企业电商战略规划分析150
 - 4.1.1香水企业电商如何正确定位150
 - 4.1.2香水电商核心业务确定策略151
 - 4.1.3香水企业电商化组织变革策略152
- 4.2中国香水行业典型电商发展模式总体分析153
 - 4.2.1中国电子商务主流模式分析153
 - 4.2.2B2B电商模式及其优劣势分析154
 - (1)B2B电商模式的特点154
 - (2)B2B电商模式的适用范围155
 - (3)B2B电商模式的优秀案例156
 - (4)B2B电商模式的优劣势158
 - 4.2.3B2C电商模式及其优劣势分析158
 - (1)B2C电商模式的特点158
 - (2)B2C电商模式的适用范围159
 - (3)B2C电商模式的优秀案例161
 - (4)B2C电商模式的优劣势163
 - 4.2.4C2C电商模式及其优劣势分析164
 - (1)C2C电商模式的特点164
 - (2)C2C电商模式的适用范围165
 - (3)C2C电商模式的优秀案例165
 - (4)C2C电商模式的优劣势166

4.2.5O2O电商模式及其优劣势分析167
(1)O2O电商模式的特点167
(2)O2O电商模式的适用范围167
(3)O2O电商模式的优秀案例167
(4)O2O电商模式的优劣势170
4.2.6中国香水行业最优电商模式的选择171
4.3中国香水行业企业电商切入模式及发展路径172
4.3.1模式一172
4.3.2模式二173
4.3.3模式三173
4.3.4模式三173
4.4中国香水行业移动电商切入路径及典型产品174
4.4.1中国香水行业移动电商的商业价值分析174
(1)移动电商的商业价值分析174
(2)中国移动互联网发展现状174
(3)中国移动互联网前景预测175
4.4.2中国香水行业移动电商市场发展现状176
4.4.3中国香水行业移动电商市场切入路径177
第5章中国互联网+香水商业模式创新优秀案例剖析178
5.1聚美优品178
5.1.1聚美优品基本信息分析178
5.1.2聚美优品经营情况分析179
(1)网站销售额分析179
(2)网站访客数分析179
(3)网站转化率分析180
(4)网站客单价分析180
(5)网站复购率分析180
5.1.3聚美优品产品/服务分析180
5.1.4聚美优品盈利模式分析181
5.1.5聚美优品渠道通路分析183
5.1.6聚美优品合作伙伴分析183

5.1.7聚美优品融资情况分析	184
5.1.8聚美优品商业模式评价	184
5.2乐峰网	185
5.2.1乐峰网基本信息分析	185
5.2.2乐峰网经营情况分析	185
(1) 网站销售额分析	185
(2) 网站访客数分析	186
(3) 网站转化率分析	186
(4) 网站客单价分析	186
(5) 网站复购率分析	187
5.2.3乐峰网产品/服务分析	187
5.2.4乐峰网盈利模式分析	187
5.2.5乐峰网渠道通路分析	188
5.2.6乐峰网合作伙伴分析	190
5.2.7乐峰网融资情况分析	190
5.2.8乐峰网商业模式评价	191
5.3天天网	193
5.3.1天天网基本信息分析	193
5.3.2天天网经营情况分析	193
(1) 网站销售额分析	193
(2) 网站访客数分析	193
(3) 网站转化率分析	194
(4) 网站客单价分析	194
(5) 网站复购率分析	194
5.3.3天天网产品/服务分析	195
5.3.4天天网盈利模式分析	195
5.3.5天天网渠道通路分析	195
5.3.6天天网合作伙伴分析	195
5.3.7天天网融资情况分析	196
5.3.8天天网商业模式评价	198

6.1 中国互联网+香水行业投资特性及风险200

6.1.1 互联网+香水行业投资壁垒分析200

(1) 政策壁垒200

(2) 技术壁垒201

(3) 市场壁垒201

6.1.2 互联网+香水行业投资特性分析201

6.1.3 互联网+香水行业投资风险分析203

6.2 中国互联网+香水行业投融资现状及趋势205

6.2.1 中国互联网+香水行业投资现状及趋势205

(1) 中国互联网+香水行业投资主体结构205

(2) 各投资主体核心资源分析206

(3) 各投资主体投资方式分析207

(4) 各投资主体投资规模分析207

(5) 各投资主体投资趋势分析208

6.2.2 中国互联网+香水行业融资现状及趋势208

6.3 中国互联网+香水行业投资机会及建议209

6.3.1 中国互联网+香水行业投资机会分析209

6.3.2 互联网+香水行业的投资建议211

第7章 中国企业互联网+香水投资布局分析214(ZYWZY)

7.1 相关公司“互联网+香水”投资布局214

7.1.1 雅芳214

(1) 企业基本信息分析214

(2) 企业经营情况分析214

(3) 企业互联网+香水投资布局220

(4) 企业互联网+香水产品/服务分析221

(5) 企业最新发展动向228

7.1.2 玫琳凯230

(1) 企业基本信息分析230

(2) 企业经营情况分析230

(3) 企业互联网+香水投资布局235

(4) 企业互联网+香水产品/服务分析236

- (5)企业最新发展动向238
- 7.2大型上市企业“互联网+香水”投资布局239
 - 7.2.1上海家化联合股份有限公司239
 - (1)企业基本信息分析239
 - (2)企业经营情况分析240
 - (3)企业互联网+香水投资布局244
 - (4)企业互联网+香水产品/服务分析248
 - (5)企业最新发展动向251

部分图表目录：

- 图表12015年GDP初步核算数据30
- 图表22015年GDP环比和同比增长速度31
- 图表32016年1-3季度GDP初步核算数据31
- 图表42016年3季度GDP环比和同比增长速度32
- 图表52015-2016年9月全国居民消费价格涨跌幅33
- 图表62015-2016年9月猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况34
- 图表72015-2016年9月鲜菜、鲜果价格变动情况34
- 图表82015-2016年9月居民消费价格分类别同比涨跌幅35
- 图表92016年9月居民消费价格分类别环比涨跌幅36
- 图表102016年9月居民消费价格主要数据36
- 图表111978-2015中国城乡居民恩格尔系数对比表39
- 图表122015-2016年规模以上工业增加值同比增长速度40
- 图表132016年9月份规模以上工业生产主要数据42
- 图表142015-2016年钢材日均产量及同比增速44
- 图表152015-2016年水泥日均产量及同比增速44
- 图表162015-2016年十种有色金属日均产量及同比增速45
- 图表172015-2016年乙烯日均产量及同比增速45
- 图表182015-2016年汽车日均产量及同比增速46
- 图表192015-2016年轿车日均产量及同比增速46
- 图表202015-2016年发电量日均产量及同比增速47
- 图表212015-2016年原油加工量日均产量及同比增速47
- 图表222015-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速48

图表232015-2016年固定资产投资到位资金同比增速50
图表242016年1-9月份固定资产投资（不含农户）主要数据50
图表25中国电子商务市场交易规模53
图表262013-2016年中国互联网+香水行业投资规模分析88
图表272013-2016年中国互联网+香水行业市场规模89
图表282017-2022年中国香水行业电商市场规模预测100
图表29聚美优品网站销售额分析179
图表30聚美优品网站访客数分析179
图表31聚美优品网站转化率分析180
图表32聚美优品网站客单价分析180
图表33聚美优品网站复购率分析180
图表34乐峰网网站销售额分析185
图表35乐峰网网站访客数分析186
图表36乐峰网网站转化率分析186
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/riyongpin/5591657OOW.html>