2011年中国酱油行业品牌研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2011年中国酱油行业品牌研究报告》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.cction.com/report/201108/73751.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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

品牌的力量主要来自于消费者的认知和信任。在消费者主权的市场情境下，建立在品牌资产上的竞争优势，将超越包括价格、营销网络和专利等竞争因素，日益主导未来的市场格局。在这样的背景下，中国企业品牌研究中心对能够反映消费者生活各个方面的105个行业中的所有品牌进行持续跟踪研究，建立独特的研究体系，以帮助企业对品牌进行战略性管理，从而激励企业全面提升自身的品牌竞争力。

调研日期：2010年9月-2011年3月，总计6个月

调查区域：全国30个城市

样本量：13500人

抽样方法：根据人口比例（性别、各年龄段、各区域）进行随机抽样调查

研究对象：15～60岁的家庭常住人口

研究方法：入户面访

本次研究是针对酱油行业内全部品牌所做的调研，报告中涉及的主要品牌是按照品牌第一提及率排序获得的。

报告目录：

I. 2011年中国酱油行业品牌研究介绍

1. 研究背景

2. 研究意义

3. 调查设计

II. 2011年中国酱油行业品牌认知度分析

1. 品牌第一提及率

1.1 酱油行业品牌第一提及率

1.2 不同年龄用户品牌第一提及率差异

1.3 不同收入用户品牌第一提及率差异

1.4 不同学历用户品牌第一提及率差异

2. 品牌记忆度

2.1. 酱油行业品牌记忆度

2.2. 不同年龄用户品牌记忆度差异

2.3. 不同收入用户品牌记忆度差异

2.4. 不同学历用户品牌记忆度差异
3. 品牌识别度
3.1. 酱油行业品牌识别度
3.2. 不同年龄用户品牌识别度
3.3. 不同收入用户品牌识别度
3.4. 不同学历用户品牌识别度
4. 品牌认知层面的竞争关系分析
4.1. 品牌认知度份额分析
4.2. 品牌认知度Graveyard分析

III. 2011年中国酱油行业品牌购买分析
1. 酱油的渗透率
1.1. 酱油品类的渗透率
1.2. 不同年龄用户酱油渗透率差异
1.3. 不同收入用户酱油渗透率差异
1.4. 不同学历用户酱油渗透率差异
2. 品牌市场占有率
2.1. 目前各品牌的市场占有率
2.2. 不同年龄用户品牌市场占有率的差异
2.3. 不同收入用户品牌市场占有率的差异
2.4. 不同学历用户品牌市场占有率的差异
3. 品牌偏好度
3.1. 不同年龄用户酱油偏好度差异
3.2. 不同收入用户酱油偏好度差异
3.3. 不同学历用户酱油偏好度差异
4. 品牌预购率
4.1. 用户对酱油品牌的预购率
4.2. 不同年龄用户对酱油品牌的预购率差异
4.3. 不同收入用户对酱油品牌的预购率差异
4.4. 不同学历用户对酱油品牌的预购率差异
5. 品牌的生命周期
6. 品牌转换

IV. 2011年中国酱油行业品牌价值分析
1. 品牌形象
1.1. 品牌形象特征对应分析
1.2. 品牌形象多维尺度分析
2. 品牌美誉度
3. 品牌满意度
4. 品牌再次购买率
5. 品牌推荐率
6. 狭义推荐指数（NSI）
7. 广义推荐指数（NSI）

V. 2011年中国酱油行业品牌竞争综合分析
1. 行业品牌力分析
2. 行业品牌地位分析：
2.1. C-BPI & Brand Satisfaction象限分析
2.2. Loyalty & TOM象限分析
2.3. 广义NSI& Brand Satisfaction象限分析
3. 品牌健康度研究
4. 品牌提升和改善建议

详细请访问：http://www.cction.com/report/201108/73751.html