

2014-2020年中国游轮市场 监测与未来发展策略咨询报告

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

《2014-2020年中国游轮市场监测与未来发展策略咨询报告》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/201404/103531.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

《2014-2020年中国游轮市场监测与未来发展策略咨询报告》报告主要分析了中国游轮的市场规模、中国游轮产品供需状况、中国游轮竞争状况和中国游轮主要经营情况、中国游轮主要企业的市场占有率，同时对中国游轮的未来发展做出科学的预测。

【报告目录】：

第一章 消费者购买行为调查

第一节 购买行为研究

一、品牌选择

二、型号选择

三、信息渠道选择

四、价格选择

四、购买场所选择

五、购买的关注因素

第二节 品牌调查研究

一、品牌认知度分析

二、品牌美誉度分析

三、理想品牌特点及优先选择品牌

四、品牌的地区影响力和品牌价值表现

第三节 用户价值评估调研

一、价值持续性评估

二、价值收益性评估

三、用户心理价值评估

四、总体用户价值评估

第二章 2013年游轮消费者偏好深度调查

第一节 游轮产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第二节 游轮产品的品牌市场调查

一、消费者对品牌消费意识形态调研

二、消费者对游轮产品偏好调查

三、消费者对游轮的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、游轮忠诚度调查

六、游轮市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第三章 消费者使用游轮数据调查信息反馈

第一节 消费者使用游轮产品基本情况调查

一、消费者使用游轮产品的比例分析

二、消费者使用的游轮产品的品牌排名分析

三、消费者对其使用的游轮产品的满意度分析

四、消费者对其使用的游轮产品的不满意的地方分析

第二节 消费者将来准备或者继续使用游轮产品的情况分析

一、没有或者曾经使用过游轮产品的消费者准备重新使用比例分析

二、现在正在使用的或者准备使用游轮产品的消费者继续使用比例分析

三、消费者认为可能成为购买游轮产品契机的广告形式分析

四、消费者在购买游轮产品时将会做为参考的信息来源分析

五、消费者在购买游轮产品时所重视的要素分析

六、消费者想要购买的游轮产品的品牌排名分析

七、消费者感兴趣的游轮产品品牌排名分析

第三节 游轮厂商的品牌推广情况研究

一、消费者眼里各大游轮产品厂商的品牌形象情况

二、消费者认为最近强烈关注某游轮产品品牌的五种媒体形式或信息途径情况

第四章 2013年游轮产品品牌市场实地调查研究

第一节 2013年游轮产品品牌市场价格走势

一、价格形成机制分析

二、游轮产品品牌平均价格趋势分析

三、2010-2013年游轮产品品牌价格走势预测

第二节 影响游轮产品品牌价格因素分析

一、消费税调整对游轮产品品牌价格的影响

二、零售环境的变化对游轮产品品牌价格的影响

第三节 2013年游轮产品品牌市场消费状况分析

一、2013年游轮产品品牌市场消费结构

二、2013年游轮产品品牌市场消费特点

三、2013年影响游轮产品品牌市场消费因素

第四节2013年游轮主流品牌厂商

一、主流品牌结构对比

1、整体市场主流品牌对比

2、游轮市场主流品牌消费

二、产品品牌结构对比

1、整体市场品牌对比

2、游轮市场品牌消费

第五章 2013年游轮产品市场消费状况统计情报

第一节 2013年游轮市场运行走势分析

一、游轮竞争对手商铺、商场监测数据

二、游轮排名实地调研结果

三、游轮产品相关联行业或产品情况

四、2013年游轮市场主要品牌所占市场消费份额

五、2013年游轮市场各品牌新动向监测

第二节 2013年游轮产品主要品牌动态关注

一、游轮销售额前十名排名情况

二、游轮竞争力前十名排名情况

三、游轮市场份额前十名排名情况

四、游轮发展潜力前十名排名情况

第三节2014-2020年游轮产品市场销售策略探讨

第六章 游轮市场产销数据跟踪监测

第一节 2008-2013年游轮产品产销状况监测

一、2008-2013年游轮产品产量分析

二、2008-2013年游轮产品产能分析

三、2008-2013年游轮产品市场需求状况

第二节 2008-2013年游轮产品历年消费量数据分析

第三节 2013年游轮产品市场主要供给数据统计

第四节 2014-2020年游轮产品市场需求预测

第七章 2013年游轮市场经销模式及营销渠道考察

第一节 2013年游轮产品主要经销方式深度探讨

一、2013年游轮产品市场批发分析

二、2013年游轮产品加盟商（代理）

三、2013年游轮产品自主经营分析

第二节 2013年游轮产品销售渠道及盈利模式调研

一、2013年游轮产品销售渠道特征分析

二、游轮产品销售渠道管理基本要素分析

三、2013年游轮产品营销渠道分析

1、紧密销售渠道

2、主体销售渠道

3、松散型销售渠道

4、辅助型销售渠道

第四节 2013年游轮产品销售渠道控制五力模型研究

一、报酬力

二、强制力

三、合法权力

四、专业知识力

五、参照力

第八章 同竞争对手产品对比分析研究

第一节 与竞争对手产品拥有度比较分析

第二节 与竞争对手品牌满意度比较分析

一、竞争对手品牌关注度调查分析

二、竞争对手品牌活跃度调查分析

第三节 竞争对手预购度比较分析

第四节 竞争对手预算范围构成比较分析

第五节 竞争对手品牌用户特征比较分析

一、竞争对手用户基本特征比较分析

二、竞争对手用户性别构成比较分析

三、竞争对手用户年龄构成比较分析

四、竞争对手用户婚姻状况构成比较分析

第六节 竞争对手用户结构分布

一、竞争对手用户行业构成比较

二、竞争对手用户地区构成比较

第七节 竞争对手用户消费能力

一、竞争对手用户月收入构成比较研究

二、竞争对手用户月支出构成比较研究

三、竞争对手用户职位构成比较研究

四、竞争对手用户教育程度构成比较研究

第八节 竞争对手品牌用户消费与生活形态比较

一、竞争对手用户个人爱好比较

二、竞争对手用户消费观点/行为比较

第九章 同竞争对手媒介与广告接触比较剖析

第一节 日常接触媒体分析

第二节 影响用户购买行为的媒体分析

第三节 用户接触的网络广告种类分析

第四节 影响用户购买行为的网络媒体比较分析

第五节 用户在上网过程中关注、浏览的广告形式比较分析

第六节 用户记忆最深的网络广告对应产品/服务比较分析

第七节 用户感兴趣、主动关注产品/服务广告比较分析

第八节 竞争对手产品渗透率比较分析

第十章 消费者使用行为研究

第一节 消费者游轮拥有率分析

第二节 消费者游轮品牌拥有率分析

第三节 消费者购买游轮的主要用途分析

第四节 消费者对游轮售后服务中免费质保年限的期望分析

第五节 细分消费群体消费研究

一、潜在消费群体消费特征研究

二、产品态度和利益追求细分消费群体研究

第十一章 游轮销售渠道实地调研

第一节 专买店实地调查

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第二节 购物中心-----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第三节 连锁超市-----专柜

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第四节 网络营销模式—网店

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第五节 专业线渠道

一、渠道特点

二、销售状况

三、消费人群

四、销售策略

第六节 ……

第十二章 游轮产品知名品牌竞争对手跟踪监测结果

第一节 品牌A

一、品牌认知与形象

二、品牌竞争力评价

三、品牌市场占有率

四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

第二节 品牌B

一、品牌认知与形象

二、品牌竞争力评价

三、品牌市场占有率

四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

第三节 品牌C

一、品牌认知与形象

二、品牌竞争力评价

三、品牌市场占有率

四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

第四节 品牌D

一、品牌认知与形象

二、品牌竞争力评价

三、品牌市场占有率

四、品牌铺货情况

五、品牌营销渠道

六、品牌定位

七、品牌战略

八、品牌价值

第五节 略……

图表目录：（部分）

图表：2005-2013年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010-2013年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2005-2013年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2013年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：1978-2013中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2010-2013年我国工业增加值增速统计

图表：2005-2013年我国全社会固定资产投资额走势图（2010-2013年不含农户）

图表：2005-2013年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2013年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2013年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2010-2013年游轮产品品牌市场销售额前十名排名情况

图表：2010-2013年游轮产品品牌市场竞争力前十名排名情况

图表：2010-2013年游轮产品品牌市场份额前十名排名情况

图表：2010-2013年游轮产品品牌市场发展潜力前十名排名情况

图表：2010-2013年游轮市场品牌关注比例分布

图表：2010-2013年游轮市场品牌关注比例对比

图表：2010-2013年游轮市场品牌关注排名对比

图表：2010-2013年中国消费游轮市场品牌关注比例分布

图表：2011-2013年中国消费游轮市场品牌关注比例对比

图表：2010-2013年中国消费游轮市场不同价位段产品品牌关注比例分布

图表：2010-2013年游轮市场不同类型产品品牌关注比例分布

图表：2010-2013年中国不同类型游轮关注比例走势

图表：2010-2013年中国消费游轮市场不同类型产品品牌关注比例对比

图表：2010-2013年游轮市场价格走势图

图表：2010-2013年游轮市场主流品牌关注比例走势

图表：2010-2013年游轮消费市场主流品牌关注比例走势

图表：2010-2013年不同类型游轮市场主流品牌关注比例对比

图表：2010-2013年中国消费游轮市场主流品牌市售产品品牌数量对比

图表：2010-2013年中国消费游轮市场主流品牌单品关注率对比

图表：部分企业主要经济指标走势图

图表：2010-2013年游轮经营收入走势图

图表：2010-2013年游轮盈利指标走势图

图表：2010-2013年游轮负债情况图

图表：2010-2013年游轮负债指标走势图

图表：2010-2013年游轮运营能力指标走势图

图表：部分品牌成长能力指标走势图

图表：2010-2013年游轮认知度调研结果

图表：2010-2013年游轮美誉度调研结果

图表：2010-2013年游轮产品目标客户群体调查数据

图表：不同收入水平消费者偏好调查数据

图表：不同年龄的消费者偏好调查情况数据

图表：不同地区的消费者偏好调查数据

图表：2010-2013年游轮产品的品牌市场调查数据

图表：消费者经常购买的品牌调查数据

图表：2010-2013年游轮市场占有率调查数据

图表：消费者使用游轮产品基本情况调查数据

图表：消费者使用游轮产品的比例图

图表：消费者使用的游轮产品的品牌排名

图表：消费者想要购买的游轮产品的品牌排名

图表：消费者感兴趣的游轮产品品牌排名

图表：2010-2013年游轮市场价格调查统计

图表：2010-2013年游轮行业竞争对手产品拥有度比较调查

图表：2010-2013年游轮行业竞争对手品牌满意度比较调查

图表：2010-2013年游轮行业竞争对手品牌关注度调查数据

图表：2010-2013年游轮行业竞争对手品牌活跃度调查数据

图表：2010-2013年游轮行业游轮与竞争对手品牌预购度比较调研

图表：2010-2013年游轮行业游轮与竞争对手品牌用户特征比较调研

图表：2010-2013年游轮与竞争对手用户基本特征比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户性别构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户年龄构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户结构分布统计

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户行业构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户地区构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户消费能力构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户月收入构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户月支出构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户职位构成比较调研

图表：2010-2013年游轮行业品牌与竞争对手用户教育程度构成比较调研

图表：2010-2013年游轮消费者使用产品的比例图表

图表：2010-2013年游轮消费者使用产品的品牌排名结果

图表：2010-2013年游轮消费者对其使用产品的满意度调查

图表：2010-2013年游轮消费者对其使用产品不满意调查结果

图表：2010-2013年游轮消费者将来准备或者继续使用产品调查结果

图表：没有或者曾经使用过游轮产品的消费者准备重新使用比例调查

图表：现在正在使用的或者准备使用游轮产品的消费者继续使用比例

图表：消费者认为可能成为购买游轮产品契机的广告形式调查

图表：消费者在购买游轮产品时将会做为参考的信息来源调查

图表：消费者在购买游轮产品时所重视要素调查

图表：消费者想要购买游轮产品品牌排名结果

图表：2010-2013年游轮行业消费者感兴趣产品品牌排名结果

图表：2010-2013年游轮厂商的品牌推广情况调查

图表：2010-2013年游轮行业消费者眼里各大厂商的品牌形象统计

图表：2014-2020年游轮市场品牌消费者需求状况预测

图表：2014-2020年游轮行业市场盈利空间预测

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103531.html>