

# 2011年中国膨化食品行业品牌研 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](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2011年中国膨化食品行业品牌研究报告》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/201108/73750.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

本次研究是针对膨化食品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年中国膨化食品行业品牌研究介绍

1. 研究背景
2. 研究意义
3. 调查设计

### II. 2011年中国膨化食品行业品牌认知度分析

1. 品牌第一提及率
  - 1.1 膨化食品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. 膨化食品行业品牌记忆度
  - 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. 膨化食品行业品牌识别度

#### 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年中国膨化食品行业品牌购买分析

### 1. 膨化食品的渗透率

#### 1.1. 膨化食品品类的渗透率

#### 1.2. 不同年龄用户膨化食品渗透率差异

#### 1.3. 不同收入用户膨化食品渗透率差异

#### 1.4. 不同学历用户膨化食品渗透率差异

### 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. 不同年龄用户膨化食品偏好度差异

#### 3.2. 不同收入用户膨化食品偏好度差异

#### 3.3. 不同学历用户膨化食品偏好度差异

### 4. 品牌预购率

#### 4.1. 用户对膨化食品品牌的预购率

#### 4.2. 不同年龄用户对膨化食品品牌的预购率差异

#### 4.3. 不同收入用户对膨化食品品牌的预购率差异

#### 4.4. 不同学历用户对膨化食品品牌的预购率差异

### 5. 品牌的生命周期

### 6. 品牌转换

#### IV. 2011年中国膨化食品行业品牌价值分析

##### 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年中国膨化食品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/201108/73750.html>