

# 2009中国联想/lenovo台式机电脑品牌传播网络监测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2009中国联想/lenovo台式机电脑品牌传播网络监测报告》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/diannaoy/C8716184HL.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

2009中国联想/lenovo台式机电脑品牌传播网络监测报告 内容介绍：

### 1 结论与发现

#### 1.1 报告结论

#### 1.2 关键发现

### 2 总体概述

#### 2.1 背景与价值

#### 2.2 指标与体系

### 3 联想/lenovo与竞争对手品牌关注度分析

### 4 联想/lenovo与竞争对手品牌活跃度分析

### 5 联想/lenovo与竞争对手品牌网络传播媒介分布

#### 5.1 联想/lenovo与竞争对手品牌受众关注度不同网络媒体贡献统计

#### 5.2 联想/lenovo与竞争对手品牌受众活跃度不同网络媒体贡献统计

### 6 联想/lenovo与竞争对手品牌网络传播媒介类别分布

#### 6.1 联想/lenovo与竞争对手品牌受众关注度不同领域网络媒体贡献统计

#### 6.2 联想/lenovo与竞争对手品牌受众活跃度不同领域网络媒体贡献统计

### 7 联想/lenovo所在品类网络传播媒介分布

#### 7.1 联想/lenovo所在品类受众关注度不同网络媒体贡献统计

#### 7.2 联想/lenovo所在品类受众活跃度不同网络媒体贡献统计

### 8 联想/lenovo所在品类网络传播媒介类别分布

#### 8.1联想/lenovo所在品类受众关注度不同领域网络媒体贡献统计

#### 8.2 联想/lenovo所在品类受众活跃度不同领域网络媒体贡献统计

### 9 联想/lenovo所在品类网络传播地域分布

#### 9.1 联想/lenovo所在品类受众关注度不同地域贡献统计

#### 9.2 联想/lenovo所在品类受众活跃度不同地域贡献统计

### 10联想/lenovo与竞争对手品牌用户特征与结构比较分析

#### 10.1联想/lenovo与竞争对手品牌用户基本特征比较分析

##### 10.1.1 联想/lenovo与竞争对手品牌用户性别构成比较分析

##### 10.1.2联想/lenovo与竞争对手品牌用户年龄构成比较分析

##### 10.1.3联想/lenovo与竞争对手品牌用户婚姻状况构成比较分析

- 10.1.4 联想/lenovo与竞争对手品牌用户网龄构成比较分析
- 10.1.5联想/lenovo与竞争对手品牌用户日均上网时间构成比较分析
- 10.2 联想/lenovo与竞争对手品牌用户结构分布
  - 10.2.1 联想/lenovo与竞争对手品牌用户行业构成比较分析
  - 10.2.2 联想/lenovo与竞争对手品牌用户地区构成比较分析
- 10.3联想/lenovo与竞争对手品牌用户消费能力
  - 10.3.1 联想/lenovo与竞争对手品牌用户月收入构成比较分析
  - 10.3.2 联想/lenovo与竞争对手品牌用户月支出构成比较分析
  - 10.3.3 联想/lenovo与竞争对手品牌用户职位构成比较分析
  - 10.3.4联想/lenovo与竞争对手品牌用户教育程度构成比较分析
  - 10.3.5 联想/lenovo与竞争对手品牌用户月均互联网消费程度构成比较分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/diannaoy/C8716184HL.html>