

# 2009中国红牛饮料品牌传播网络 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中国红牛饮料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/yinliao/G35327R2X5.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

[b]2009中国[b]红牛饮料[b]品牌传播网络监测报告 内容介绍：[/b]

[b]1 结论与发现[/b]

1.1 报告结论

1.2 关键发现

[b]2 总体概述[/b]

2.1 背景与价值

2.2 指标与体系

[b]3 红牛与竞争对手品牌关注度分析[/b]

[b]4 红牛与竞争对手品牌活跃度分析[/b]

[b]5 红牛与竞争对手品牌网络传播媒介分布[/b]

5.1 红牛与竞争对手品牌受众关注度不同网络媒体贡献统计

5.2 红牛与竞争对手品牌受众活跃度不同网络媒体贡献统计

[b]6 红牛与竞争对手品牌网络传播媒介类别分布[/b]

6.1 红牛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 红牛与竞争对手品牌受众活跃度不同领域网络媒体贡献统计

[b]7 红牛所在品类网络传播媒介分布[/b]

7.1 红牛所在品类受众关注度不同网络媒体贡献统计

7.2 红牛所在品类受众活跃度不同网络媒体贡献统计

[b]8 红牛所在品类网络传播媒介类别分布[/b]

8.1 红牛所在品类受众关注度不同领域网络媒体贡献统计

8.2 红牛所在品类受众活跃度不同领域网络媒体贡献统计

[b]9 红牛所在品类网络传播地域分布[/b]

9.1 红牛所在品类受众关注度不同地域贡献统计

9.2 红牛所在品类受众活跃度不同地域贡献统计

[b]10红牛与竞争对手品牌用户特征与结构比较分析[/b]

10.1红牛与竞争对手品牌用户基本特征比较分析

10.1.1 红牛与竞争对手品牌用户性别构成比较分析

10.1.2红牛与竞争对手品牌用户年龄构成比较分析

10.1.3红牛与竞争对手品牌用户婚姻状况构成比较分析

10.1.4 红牛与竞争对手品牌用户网龄构成比较分析

10.1.5红牛与竞争对手品牌用户日均上网时间构成比较分析

10.2 红牛与竞争对手品牌用户结构分布

10.2.1 红牛与竞争对手品牌用户行业构成比较分析

10.2.2 红牛与竞争对手品牌用户地区构成比较分析

10.3红牛与竞争对手品牌用户消费能力

10.3.1 红牛与竞争对手品牌用户月收入构成比较分析

10.3.2 红牛与竞争对手品牌用户月支出构成比较分析

10.3.3 红牛与竞争对手品牌用户职位构成比较分析

10.3.4红牛与竞争对手品牌用户教育程度构成比较分析

10.3.5 红牛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/yinliao/G35327R2X5.html>