

中国自主品牌轿车的品牌传播现状、 问题及对策研究报告（2007）

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《中国自主品牌轿车的品牌传播现状、问题及对策研究报告（2007）》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/jiaochef/Q361894FTG.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]中国[b]自主[/b]品牌轿车的品牌传播现状、问题及对策研究报告（2007）内容介绍：[/b]
- [b]第1篇：中国轿车品牌现状及整合品牌传播概述1 ~ [/b]
- [b]第1章：中国轿车品牌现状1 ~ [/b]
- [b]第2章：整合品牌传播在中国的基本研究现状概述6 ~ [/b]
- [b]第3章：品牌扩散策略与绩效分析10 ~ [/b]
- 第1节：品牌扩散时期的经济背景及市场特征10 ~
- 第2节：品牌扩散策略的理论基础12 ~
- 第3节：品牌扩散的优势和劣势14 ~
- [b]第4章：轿车品牌广告传播研究16 ~ [/b]
- 第1节：轿车品牌个性的塑造与整合传播16 ~
- 第2节：轿车品牌广告传播的媒体选择与组合攻略21 ~
- [b]第2篇：2006中国年自主品牌轿车市场分析26 ~ [/b]
- [b]第1章：中系轿车市场份额排名分析[/b]
- [b]第2章：日系、德系、美系、韩系、法系、意系轿车市场份额排名分析[/b]
- [b]第3章：自主品牌民族企业轿车出口市场分析28 ~ [/b]
- 第1节：自主品牌民族企业轿车出口市场份额分析
- 第2节：自主品牌民族企业轿车出口车型分析
- [b]第4章：民族自主轿车品牌发展模式研究30 ~ [/b]
- 第1节：自主轿车品牌发展现状透视30 ~
- 第2节：民族自主轿车品牌经营策略及发展模式的几点思考37 ~
- [b]第3篇：本土汽车企业品牌传播现状及问题43 ~ [/b]
- [b]第1章：本土汽车企业品牌传播现状分析[/b]
- [b]第2章：本土企业农村市场机会分析[/b]
- [b]第3章：出击中高端汽车市场[/b]
- [b]第4章：本土企业宣传媒体的选择46 ~ [/b]
- 第1节：报纸、电视
- 第2节：网络媒体
- [b]第5章：本土汽车企业品牌传播的问题分析48 ~ [/b]
- 第1节：本土汽车企压力增大
- 第2节：产品力与销售服务体系有待加强

第3节：消费者品牌联想缺失

第4节：品牌战略缺失及策略有待提升

[b]第6章：他山之石52 ~ [/b]

第1节：韩国汽车品牌经验与借鉴

第2节：丰田汽车品牌经验与借鉴

第3节：宝马汽车品牌经验与借鉴

第4节：吉利汽车品牌经验与借鉴

[b]第7章：土轿车品牌营销传播策略研究56 ~ [/b]

第1节：轿车品牌产品线策略研究56 ~

第2节：轿车品牌—顾客关系的建构策略研究60 ~

第3节：有关轿车品牌整合营销的思考65 ~

[b]第8章：本土化整合品牌传播必要性及策略要点69 ~ [/b]

第1节：轿车消费与轿车整合品牌传播的必要性

第2节：轿车整合品牌传播要素 70 ~

[b]第4篇：轿车市场环境 with 品牌整合传73 ~ [/b]

[b]第1章：轿车市场整体环境分析73 ~ [/b]

第1节：轿车产品特征分析73 ~

第2节：轿车产品消费细分研究76 ~

第3节：轿车消费现状与轿车品牌传播的关系82 ~

[b]第2章：自主品牌轿车品牌整合传播实施86 ~ [/b]

第1节：轿车整合品牌传播的实施要点86 ~

第2节：整合品牌沟通策略实施的主要形式88 ~

[b]第3章：自主品牌轿车整合品牌传播未来发展趋势及对策99 ~ [/b]

第1节：中国轿车整合品牌传播未来发展趋势99 ~

第2节：中国轿车整合品牌传播未来发展对策102 ~

[b]主要图例[/b]

图1：自主品牌民族企业轿车出口市场份额

图2：自主品牌民族企业轿车出口车型分析

图3：日系轿车市场份额分析

图4：中系轿车市场份额分析

图5：排前七名国系轿车市场调研市场份额分析

图6：2001 ~ 2006年欧系、日系、韩系、美系、中系轿车市场份额变化

图7：中国轿车产业组织演化

图8：消费者通常关注汽车信息渠道

图9：消费者易于接受的汽车广告类型

图10：2006年哈飞汽车门户网站广告投放情况

图11：2006年吉利汽车互联网频道广告投放情况

[b]主要表例[/b]

表1：品牌扩散阶段的市场特征

表2：2006年本土汽车企业产品品牌分布图

表3：2006年MPV销量排名

表4：2006年本土汽车企业产品媒体广告投放情况

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaochu/Q361894FTG.html>