

2009中国联想/Lenovo笔记本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

一、报告报价

《2009中国联想/Lenovo笔记本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/R338029BET.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笔记本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/R338029BET.html>