

# 2007年家电、IT品牌个性分析报告

## 报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2007年家电、IT品牌个性分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析

。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2972429724.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

我们平时谈论较多的是品牌形象，对品牌个性的熟悉程度要差一些。品牌个性与品牌形象是不同的。具体来说，品牌形象是指消费者怎么看待某一个品牌，它是人们对品牌由外而内的评价。而品牌个性则是品牌所自然流露的最具代表性的精神气质，它是品牌的人格化表现，一般以形容词来描述。品牌形象比品牌个性的内涵更宽泛，并且包涵了品牌个性的内容。比如海尔的品牌形象是高质量的服务、最为国际化的中国家电企业、品质卓越、真诚、勇于创新等等，其中的真诚和创新便是其品牌个性。品牌个性是塑造品牌与品牌之间形象差异的最有力的武器。外表的形象是可以模仿的，但个性却是无法模仿的。2007年1月 - 2月，选择在中国大陆最为畅销的12个家电和IT品牌进行了品牌个性的研究，这12个品牌为：海尔、TCL、长虹、海信、康佳、联想、美的、摩托罗拉、诺基亚、三星、索尼、西门子。为了分析方便，我们把上述品牌做了下述归类：家电品牌：海尔、TCL、长虹、海信、美的、索尼和西门子IT品牌：联想、摩托罗拉、诺基亚和三星本土品牌：海尔、TCL、长虹、海信、康佳、联想、美的国外品牌：摩托罗拉、诺基亚、三星、索尼、西门子

为了较好地描述家电和IT产品的品牌个性，我们在充分借鉴以往研究成果的基础上，选择了30个词汇来描绘上述12个品牌的品牌个性。在问卷的最后，我们还设置了2个问题，分别为：我很喜欢该品牌（品牌喜好度）；该品牌与我的个性很一致。通过因子分析，并结合家电、IT产品的实际情况，30个品牌个性词汇可归为6个大的维度，如下图：为了方便撰写，本报告中将6大维度称为结构变量，30个品牌个性称为观测变量。本次调查主要通过参与研究的人员邀请同学、同事、朋友、客户参与，并且在相关的网络社区发布消息邀请相关人员登陆研究院的相关网页完成问卷。本次调查最终获得有效记录686条。本报告的分析方法是：以上述6个维度提取主成分，把它们作为自变量，把“喜欢该品牌”作为因变量，进行主成分回归分析。

目录一、品牌个性总体分析.....6家电/IT品牌的品牌个性结构变量和观测变量总体分值，反映了消费者对家电/IT品牌个性的总体认知情况；不同性别、年龄消费者的品牌个性认知对品牌喜好度的影响大小，可以帮助我们了解哪些方面的品牌个性对不同人群喜欢品牌的意义更重要。二、家电品牌与IT品牌的品牌个性对比分析.....16家电品牌与IT品牌的品牌个性结构变量和观测变量的分值对比，反映了消费者对家电品牌和IT品牌在品牌个性方面的认知情况及之间的差异。品牌个性对品牌喜好度的影响的分析，可以帮助我们了解各品牌个性对于消费者喜欢家电、IT行业品牌的重要程度。三、国外品牌与本土品牌的品牌个性对比分析.....26国外品牌与本土品牌的品牌个性结构变量和观测变量的分值对比，反映了消费者对国外品牌和本土品牌在品牌个性方面的认知情况及之间的差异。四、各品牌的品牌个性对比分析.....3412个品牌的品牌个性结构变量和观测变量的分值对比，反映了消费者对各品牌在品牌个性方面的认知情况及之间的差异。此外，消费者对不同品牌的喜好程度，可以帮助我们明确各品牌在消费者心目中的位置。五、各品牌的品牌个性策略分析.....

.....50对某个品牌而言，利用内部指数和外部指数构造出矩阵图。该品牌各品牌个性的观测变量在矩阵图中的分布，可以确定该品牌的个性特征，如果没有突出的品牌个性特征，可以明确着重塑造的方向。六、品牌个性格局分析.....

..... 64利用Biplot分析图，可以得到下面的结论：（1）各品牌个性之间的相关程度（2）各品牌在每个品牌个性特征上的差异大小（3）不同品牌在同一品牌个性特征方面的表现情况（4）不同品牌之间在品牌个性方面的相似程度

部分结论不同性别消费者的品牌个性认知对其喜好度的影响

家电品牌和IT品牌结构变量分值对比      不同品牌喜好度对比      品牌个性策略分析示意图

品牌个性总体格局

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2972429724.html>