

北京2008年奥运会认知调查报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《北京2008年奥运会认知调查报告》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/2988529885.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

随着2008奥运会日程的临近，各项准备工作在有序进行中，而作为普通公众，对北京奥运会的了解和关注情况到底怎么样？另外国内知名企业纷纷投入了大量资源配合奥运进行各种宣传和资助活动，收效如何？需要进行哪些方面的改进？带着这些疑问，2007年3月，迪纳市场研究院推出了一项针对公众对奥运会的关注度、对奥运项目和运动员的喜好度、对奥运广告及活动的感知等方面的奥运行销调查。该调查报告是政府有关部门了解奥运准备情况的最直接的资料，同时对于企业检视广告宣传的效果、调整奥运宣传策略具有重要的借鉴意义。报告除利用全部样本的调查结果进行总体分析以外，还分别按城市、被访者性别、年龄、学历、收入进行了深入的分析，同时由于问卷设计了大量的开放问题，从而使调查信息更全面，调查结果更具操作性。本次调查覆盖北京、上海、广州、哈尔滨、西安、武汉、成都七个城市，调查采用WinCATI电话访谈系统实施，按城市人口数比例投放电话号码，有效样本量1504个。资料链接：消费者最认同的奥运品牌竟是“非赞助商”报告目录说

明主要结论一、消费者对奥运会的了解和关注1.1 是否知道奥运会何时召开
.....082008奥运会举办时间应该是最基本的奥运常识，对该问题的调查可以最直观地判断消费者对奥运的关注和了解程度。1.2 对奥运会主题口号的了解.....
.....14奥运主题口号是奥运会主办方宣传的焦点之一，该知晓率可以更深层次地反映奥运宣传的成效。1.3 消费者理解的奥运精神.....
.....20对于奥运精神的正确理解是能否成功举办奥运会的重要前提，因此奥运精神的普及是奥运宣传的要旨，同时了解消费者对奥运精神的理解，有助于企业确定奥运题材的广告诉求，使之与大众理解的奥运精神更好地结合起来，以达到品牌传播的目的。二、消费者对奥运会的喜好2.1 消费者喜欢的奥运活动.....
.....24了解消费者对奥运活动的喜好情况有两方面意义：对主办方来说，可以增强奥运宣传的针对性；对企业来说，可以增加品牌推广活动的吸引力。调查设计了五项奥运活动：到现场观看比赛、获得纪念品、参加志愿活动、参加公益活动、与奥运冠军互动，要求被访者对它们的吸引力进行一一评价。2.2 消费者最喜欢的奥运比赛项目.....
.....33通过了解消费者对比赛项目的喜好情况，可以为主办方的赛程安排、票务规划、观众组织等提供参考依据；对于企业来讲，有助于其进行电视广告的时间段选择，从而增加收视率，另外对于企业确定赞助哪些运动队，进行相关赛事其它比赛的赞助和冠名等提供依据，同时还有助于企业进行潜在有价值代言人的筛选。2.3 最喜欢的运动员.....
.....43了解消费者对运动员的喜欢情况，一方面可以为有关部门组织奥运的预热和互动活动提供参考，另一方面为企业的市场推广活动，主要是选择品牌形象代言人提供方向。另外本部分还对两个最受欢迎的运动员明星 刘翔和姚明的关注人群进行了人口统计特征的分析，该结果对于正在或者准备以这两名运动员为代言人进行市场推广的企业是非常有价值的。三、消费者对企业奥运营销的感知3.1 奥运信息了解渠道.....

.....52了解消费者接触奥运信息的渠道，可以更广泛、更有效地进行奥运宣传。3.2 奥运赞助商知晓率.....
.....58对奥运赞助商知晓率的调查对于企业结合奥运主题进行的奥运宣传活动的效果是一个很好的检视。3.3 有吸引力的奥运广告创意.....68本问题是个开放问题，要求消费者回答对目前哪些奥运广告创意比较认可。该调查结果有助于发现企业广告创意的成功与失败之处，从而进行及时调整，以取得更好的品牌推广效果，同时这些好的广告创意也为其它企业的广告策划提供了借鉴。3.4 有吸引力的奥运活动.....
.....70本问题是个开放问题，了解在目前企业开展的各项奥运活动中，哪些活动受到了消费者的认可。该调查一方面对厂家商家以往奥运营销活动的效果是一次检阅，另一方面为企业在未来一年多的时间内，如何提高奥运营销活动的吸引力和关注度提供借鉴。3.5 企业与奥运会如何结合.....
71这个开放问题是为了了解消费者希望企业采取什么方式与奥运会相结合，该调查相当于在被访者中开展的一次头脑风暴，群策群力，为企业的奥运营销献计献策。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2988529885.html>