



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2007年空调行业品牌资产评估报告

## 一、调研说明

《2007年空调行业品牌资产评估报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/42683.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.com)

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

本报告旨在帮助家电企业进行品牌诊断，确定自身品牌的优劣势，评估品牌广告和营销活动的效果，明确品牌价值提升的努力方向，同时也是研究机构进行品牌相关研究的可靠依据。

本报告的分析完全基于2007年3月我公司针对全国24个大中城市的18岁以上人群进行的随机抽样电话访谈数据，调查采用美国Sawtooth公司的WinCATI电话访谈系统实施，有效样本量1202个，同时为了排除主观因素可能会对调查产生的影响，在WINCATI系统设计中通过程序实现了被调查品牌按照随机顺序出现，而不是按固定顺序出现，这样可以保证数据的相对准确性。

调查的十个品牌为海尔、格力、三菱、松下、美的、海信、LG、春兰、志高、奥克斯。

### 版权说明

### 调查说明

#### 一、调查方法

#### 二、调查城市和样本量

#### 三、样本分布说明

### 主要结论

### 前 言

#### 一、品牌评估的意义

#### 二、品牌资产的定义

#### 三、品牌资产评估的成功模式

#### 四、迪纳品牌资产指数模型

### 第一章 主要空调品牌的品牌资产评价

- 一、空调品牌知晓率
- 二、空调品牌品质评价
- 三、空调品牌认同度分析
- 四、空调品牌美誉度分析
- 五、主要空调品牌的品牌资产指数
- 六、主要空调品牌的品牌资产构成分析
- 七、主要空调品牌的美誉度构成分析
- 八、有/无体验消费者的品质认知比较
- 九、主要空调品牌在八个区域的发展均衡性分析

## 第二章 空调品牌资产指数区域性比较

- 一、八大区消费者对空调品牌的知晓率
- 二、八大区消费者对空调品牌的品质评价
- 三、八大区消费者对空调品牌的认同度分析
- 四、八大区消费者对空调品牌的美誉度分析
- 五、八大区消费者对空调品牌的品牌资产评价
- 六、八大区消费者对空调品牌的美誉度构成分析
- 七、八大区消费者对空调品牌的品牌资产构成分析

## 第三章 不同性别消费者品牌资产认知

- 一、不同性别消费者对空调品牌的知晓率
- 二、不同性别消费者对空调品牌的品质评价
- 三、不同性别消费者对空调品牌的认同度分析
- 四、不同性别消费者对空调品牌的美誉度分析
- 五、不同性别消费者对空调品牌的品牌资产评价
- 六、不同性别消费者对空调品牌的美誉度构成分析
- 七、不同性别消费者对空调品牌的品牌资产评价

## 第四章 不同年龄消费者品牌资产认知

- 一、不同年龄消费者对空调品牌的知晓率
- 二、不同年龄消费者对空调品牌的品质评价
- 三、不同年龄消费者对空调品牌的认同度分析

- 四、不同年龄消费者对空调品牌的美誉度分析
- 五、不同年龄消费者对空调品牌的品牌资产评价
- 六、不同年龄消费者对空调品牌的美誉度构成分析
- 七、主要空调品牌的品牌资产构成分析

#### 第五章 不同收入消费者品牌资产认知

- 一、不同收入消费者对空调品牌的知晓率
- 二、不同收入消费者对空调品牌的品质评价
- 三、不同收入消费者对空调品牌的认同度分析
- 四、不同收入消费者对空调品牌的美誉度分析
- 五、不同收入消费者对空调品牌的品牌资产评价
- 六、不同收入消费者对空调品牌的美誉度构成分析
- 七、主要空调品牌的品牌资产构成分析

#### 第六章 不同学历消费者品牌资产认知

- 一、不同学历消费者对空调品牌的知晓率
- 二、不同学历消费者对空调品牌的品质评价
- 三、不同学历消费者对空调品牌的认同度分析
- 四、不同学历消费者对空调品牌的美誉度分析
- 五、不同学历消费者对空调品牌的品牌资产评价
- 六、不同学历消费者对空调品牌的美誉度构成分析
- 七、主要空调品牌的品牌资产构成分析

附录：空调品牌资产指数调查问卷

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/42683.html>

## 三、研究方法

- 1、系统分析方法

- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。