

中国房地产门户网站市场深度调查及未来五年发展定位分析报告

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《中国房地产门户网站市场深度调查及未来五年发展定位分析报告》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/hulianwang/202709202709.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

中国报告网发布的《中国房地产门户网站市场深度调查及未来五年发展定位分析报告》内容严谨、数据翔实，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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

I. 中国房地产门户网站行业品牌研究介绍

1. 研究背景
2. 研究意义
3. 调查设计

II. 中国房地产门户网站行业品牌认知度分析

1. 品牌第一提及率

- 1.1 房地产门户网站行业品牌第一提及率
- 1.2 不同年龄用户品牌第一提及率差异
- 1.3 不同收入用户品牌第一提及率差异
- 1.4 不同学历用户品牌第一提及率差异

2. 品牌记忆度

- 2.1. 房地产门户网站行业品牌记忆度
- 2.2. 不同年龄用户品牌记忆度差异
- 2.3. 不同收入用户品牌记忆度差异
- 2.4. 不同学历用户品牌记忆度差异

3. 品牌识别度

- 3.1. 房地产门户网站行业品牌识别度
- 3.2. 不同年龄用户品牌识别度
- 3.3. 不同收入用户品牌识别度
- 3.4. 不同学历用户品牌识别度

4. 品牌认知层面的竞争关系分析

- 4.1. 品牌认知度份额分析

4.2. 品牌认知度Graveyard分析

III. 中国房地产门户网站行业品牌光顾分析

1. 房地产门户网站的渗透率

1.1. 房地产门户网站品类的渗透率

1.2. 不同年龄用户房地产门户网站渗透率差异

1.3. 不同收入用户房地产门户网站渗透率差异

1.4. 不同学历用户房地产门户网站渗透率差异

2. 品牌市场占有率

2.1. 目前各品牌的市场占有率

2.2. 不同年龄用户品牌市场占有率的差异

2.3. 不同收入用户品牌市场占有率的差异

2.4. 不同学历用户品牌市场占有率的差异

3. 品牌偏好度

3.1. 不同年龄用户房地产门户网站偏好度差异

3.2. 不同收入用户房地产门户网站偏好度差异

3.3. 不同学历用户房地产门户网站偏好度差异

4. 品牌预期浏览率

4.1. 用户对房地产门户网站品牌的预期浏览率

4.2. 不同年龄用户对房地产门户网站品牌的预期浏览率差异

4.3. 不同收入用户对房地产门户网站品牌的预期浏览率差异

4.4. 不同学历用户对房地产门户网站品牌的预期浏览率差异

5. 品牌的生命周期

6. 品牌转换

IV. 中国房地产门户网站行业品牌价值分析

1. 品牌形象

1.1. 品牌形象特征对应分析

1.2. 品牌形象多维尺度分析

2. 品牌美誉度

3. 品牌满意度

4. 品牌再次浏览率

5. 品牌推荐率

6. 狭义推荐指数 (NSI)

7. 广义推荐指数 (NSI)

V. 中国房地产门户网站行业品牌竞争综合分析

1. 行业品牌力分析

2. 行业品牌地位分析：

2.1. C-BPI & Brand Satisfaction象限分析

2.2. Loyalty & TOM象限分析

2.3. 广义NSI& Brand Satisfaction象限分析

3. 品牌健康度研究

4. 品牌提升和改善建议

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/hulianwang/202709202709.html>