

<<中国消费文化调查报告>>

图书基本信息

书名：<<中国消费文化调查报告>>

13位ISBN编号：9787801458407

10位ISBN编号：7801458400

出版时间：2006-6

出版时间：光明日报出版社

作者：零点调查

页数：537

字数：650000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<中国消费文化调查报告>>

内容概要

本书的内容包含了社会文化与社会群体消费文化两部分，每一部分包含了若干分群或主题研究。

在零点分部，这项工作由指标数据负责，并有专业研究人员进行整理。

早在零点创立初期，零点就倡导与具体指导社会群体的消费文化的研究，并逐步演变为由专人和专门机构来加以管理，今天全球的读者通过将近800家各类语种的媒体能够最快地接收到由零点提供的关于中国社会文化与社会群体消费文化现状与变迁的第一手每周数据快报。

随着时间的过去，这方面系列研究的价值与商业价值正在为越来越多的人认识。

为此，光明日报出版社将这报告结出版，既反应了该社在选择本主题方面的远见卓识，同时也确使得这些独特的研究成果能以公开出版物的形式为更多的读者尤其是商业领域的读者掌握，这也是对社会群体消费文化研究工作及其成果传播推广工作的一大促进。

<<中国消费文化调查报告>>

作者简介

零点是中国专业研究咨询市场的早期开拓者与当前领导者之一。它运用现代社会调查手段、管理诊断和政策分析技术，融合多年来研究所积累的对中国市场动作和社会文化的深刻理解，组合旗下的“零点调查”（专项市场研究）“前进策略”（动作咨询）和“指标数据”（共享性社会群体

<<中国消费文化调查报告>>

书籍目录

序言一、世界消费文化潮流与趋势 第一章 世界社会政治、经济与消费文化 第二章 世界社会经济发展与环境保护 第三章 世界公众生活水平状况 第四章 世界公众消费心态 第五章 世界电视收视状况解析 第六章 世界各国生活缩影二、中国人眼中的世界 第一章 中国的开放程度 第二章 烙印在中国人脑海中的国家 第三章 中国百姓想看哪儿的“西洋景” 第四章 中国人：国际机构知多少 第五章 洋货登陆中国人家 第六章 进入中国私人生活的外国人 第七章 技术报告三、科学与信仰 第一章 科学的位置 第二章 信仰的多元化 第三章 宗教在中国城市人民生活中的地位 第四章 技术报告四、北京市流动人口生活现况与消费文化 第一章 北京市流动人口总量估算及构成 第二章 北京市流动人口的基本生活状况 第三章 北京市流动人口消费行为及消费心理研究 第四章 北京市流动人口的价值观 第五章 报告结论 第六章 调查技术报告五、从购物形态中把握商机 第一章 项目缘起 第二章 研究主要发现 第三章 调查数据分析资料六、个人生活中的品牌文化 第一章 品牌作用的生活领域 第二章 个人生活中品牌的构成 第三章 品牌使用的主动性和被动性 第四章 品牌信息的获取方式 第五章 品牌链动效应七、城市居民生日消费文化 第一章 调查研究内容 第二章 调查主要发现 第三章 调查技术报告八、众口含金 - 关于口碑传播的意义九、中国城乡消费模式对比十、SOHO生活魅力一新SOHO群体扫描十一、产品工艺设计元素与色彩流行特点十二、中国：新男性与新时代十三、中高层收入群体生活形态与消费文化十四、城市居民假日旅游消费调查

<<中国消费文化调查报告>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>