

2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告



[2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告_下载链接1](#)

著者:黄升民

出版者:中国广播电视台出版社

出版时间:2008.03

装帧:平装

isbn:9787504355645

《2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告》兼顾消费、媒介、广告三个领域，在延续城市居民消费行为研究的同时，重点关注居民的广告接触情况。报告列举了涉及城市居民日常生活的73种商品和服务的消费情况，比较了电视、广播、报纸、杂志、网络五种媒介不同接触频率人群消费各种产品和服务的差异。本次研究的重要成果——“广告接触指数”

是对广告接触程度的综合测量指标，搭建了不同类别广告横向比较的平台。报告对城市居民广告接触率和广告接触时间的测定填补了广告测定研究领域的空白。

《2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告》既展现出居民消费行为和媒介接触的全景，也首次勾勒出居民接触各类广告的概貌，是解读城市消费者的数据指南。报告中列出的关于广告接触的各种指标对企业和广告公司综合运用多种媒介进行广告投放具有重要的参考价值。

本次研究在北京、上海、广州、深圳、成都、杭州六城市中进行，综合运用了CATI电话调查、网络调查、邮寄调查等多种调查方式，科学客观的调查方法保证了调查结果的真实可靠。

该报告由中国广播电视台出版社出版，中国传媒大学广告学院IMI（创研）市场信息研究所编辑发行，主编：黄升民、丁俊杰、黄京华。

作者介绍：

目录：

[2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告 下载链接1](#)

标签

黄京华

专业

library1

评论

[2008IMI城市居民消费行为与广告接触研究报告 下载链接1](#)

书评

