

mcd swot analysis

AI generated article from Bing

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞App 是麥當勞公司 為消費者 提供便捷服務而開發的一款移動應用程序。該應用程序不僅可以幫助用戶快速找到附近的麥當勞餐廳，還可以提供線上訂餐、外賣配送、積分兌換等服務。此外，該應用程序還支持多種語言，方便不同地區的用戶使用。

麥當勞 | 品牌價值

根據BrandZ 2024年品牌價值報告，麥當勞品牌價值為2200億美元。

麥當勞品牌價值 - 品牌價值

麥當勞2020年品牌價值報告 — “麥當勞品牌” 品牌價值為2200億美元。該品牌價值是由於麥當勞公司擁有強大的品牌影響力，以及其在全球範圍內的廣泛分佈。此外，麥當勞公司還擁有豐富的產品線，包括漢堡、薯條、咖啡等，這也是其品牌價值的重要組成部分。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞1990年品牌價值報告顯示，該品牌價值為1994年。該品牌價值是由於麥當勞公司擁有強大的品牌影響力，以及其在全球範圍內的廣泛分佈。此外，麥當勞公司還擁有豐富的產品線，包括漢堡、薯條、咖啡等，這也是其品牌價值的重要組成部分。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞 品牌價值報告 查詢 enquiry@cn.mcd.com 電話 400-920-0205 時間 9:00 - 18:00 地址 @麥當勞 @麥當勞 地址 fan.truth@cn.mcd.com 地址

麥當勞

麥當勞 2026.01.16

i'm lovin' it 麥當勞 - 品牌價值

麥當勞“i'm lovin' it”品牌價值報告2003年。該品牌價值是由於麥當勞公司擁有強大的品牌影響力，以及其在全球範圍內的廣泛分佈。此外，麥當勞公司還擁有豐富的產品線，包括漢堡、薯條、咖啡等，這也是其品牌價值的重要組成部分。

30 麥當勞 - 品牌價值

麥當勞30年品牌價值報告。該品牌價值是由於麥當勞公司擁有強大的品牌影響力，以及其在全球範圍內的廣泛分佈。此外，麥當勞公司還擁有豐富的產品線，包括漢堡、薯條、咖啡等，這也是其品牌價值的重要組成部分。

麥當勞 - 品牌價值

麥當勞品牌價值報告2007年。該品牌價值是由於麥當勞公司擁有強大的品牌影響力，以及其在全球範圍內的廣泛分佈。此外，麥當勞公司還擁有豐富的產品線，包括漢堡、薯條、咖啡等，這也是其品牌價值的重要組成部分。

