

Chnbrand: 第 2015-10 号

收 信: 各新闻媒体

发 信: Chnbrand 媒介部

题 目:

发送时间: 2015 年 8 月 9 日

(索引略)

发布

2015 年度第 1 届中国顾客满意度指数 (C-CSI) 研究成果

您好!

中国顾客满意度指数 (China Customer Satisfaction Index, 简称 C-CSI) 是中国首个全品类顾客满意度评价体系, C-CSI 是在全国范围内消费者调查的基础上, 表征中国消费者对使用或拥有过的产品或服务的整体满意程度。2015 年 C-CSI 项目调查时间从 2014 年 10 月到 2015 年 6 月, 共 9 个月。这项调查将逐年实施, 并发布年度报告, 2015 年此项研究成果首次发布。

中国顾客满意度指数 (C-CSI) 通过每年公布相关行业的产品或服务满意度, 帮助企业确定自己的位置, 寻找改善产品或服务方向。C-CSI 作为企业提升和管理顾客满意度的基础性参考指标, 帮助企业在未来实现质的成长。同时, 这一评价结果也是中国消费风向标, 为中国消费者做出明智的品牌选择提供了极具价值的指导。

下述资料是本年度 (2015) 调查结果摘要版, 如下所述, 希望贵方 (媒体) 给予报道。

请平面媒体、网络媒体在 2015 年 8 月 10 日 (星期一) 对正式发布稿进行报道, 广播电视台, 从 8 月 9 日 (星期日) 19:00 开始报道。

— 如下 —

第一部分: 2015 年 C-CSI 研究成果权威发布

第二部分: 2015 年 C-CSI 行业调查结果

第三部分: 2015 年 C-CSI 调查概要

第一部分：2015 年 C-CSI 研究成果权威发布



【C-CSI简要介绍】中国顾客满意度指数SM（China Customer Satisfaction Index，简称 C-CSI[®]）是中国首个全品类顾客满意度评价体系，C-CSI是在全国范围内消费者调查的基础上，表征中国消费者对使用或拥有过的产品或服务的整体满意程度。C-CSI通过每年公布相关行业的产品或服务满意度，帮助企业确定自己的位置，寻找改善产品或服务的方向。C-CSI作为企业提升和管理顾客满意度的基础性参考指标，帮助企业在未来实现质的成长。作为一个连续的年度调查项目，C-CSI于2015年首次推出并将每年向全社会发布最新调查结果，这一评价结果是中国消费风向标，为中国消费者做出明智的品牌选择提供了极具价值的指导。同时，C-CSI的研究成果对于帮助企业建立与完善顾客满意评价体系有着重要的价值。

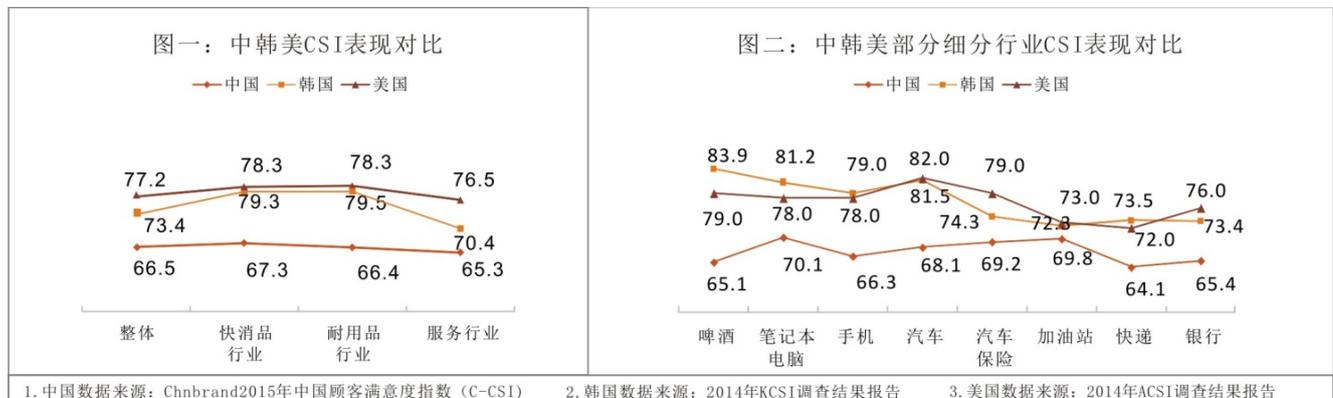
【C-CSI 调查概要】2015 年 C-CSI 调查区域覆盖全国 30 个城市，调查对象为 15 岁到 60 岁之间的常住居民，并根据性别、年龄、收入及区域随机抽样，总样本数量 16500 个，采用入户面访的调查方式完成，调查时间从 2014 年 10 月到 2015 年 6 月，共 9 个月，调查覆盖 98 个细分行业，涉及被评价主流品牌 4500 余个。

瞬时优势时代，消费者和竞争对手变得越来越捉摸不定，进入门槛的快速降低，使得当下已经鲜有企业能够拥有持续的竞争优势。而那些善于获得和利用瞬时优势的公司，通常总能站在消费者的角度，充分满足甚至引领用户渴望。正如营销专家唐·佩珀斯（Don Peppers）和玛莎·罗杰斯（Martha Rogers）所说：“公司唯一能创造的价值来自现有顾客和未来顾客，公司正是通过获得顾客、维系顾客、培育顾客而获得成功的”。满意度调查则是企业达成此目标的有效手段及工具。如今，顾客满意管理已经成为许多企业的战略目标之一，也是绩效管理重中之重。作为中国首个全品类满意度评价体系，我们希望 C-CSI 作为企业洞察消费者满意程度的关键指标的同时，推动企业不断创新，为中国市场的消费者提供更为完善和精致的用户体验。

第一、2015 年 C-CSI 调查结果综述

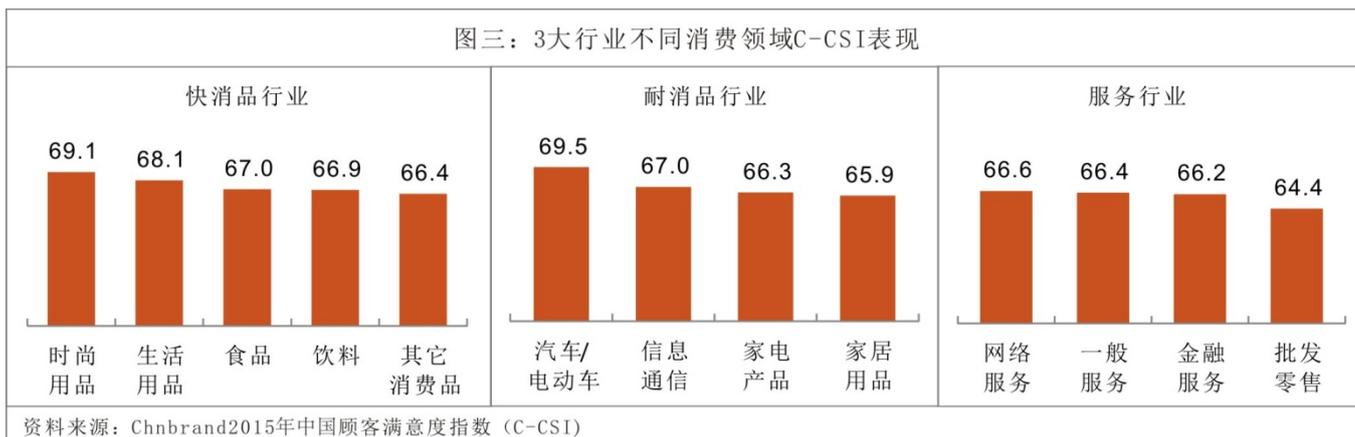
2015 年中国整体 CSI 得分为 66.5 分（如图一），其中快消品行业得分最高，为 67.3 分，耐消品得分为 66.4 分，服务业得分最低，为 65.3 分。

为了清晰了解我国 CSI 目前所处的位置，我们对比了中国与韩国、美国在三大行业及不同消费品类 CSI 的表现（如图一图二），与这两个国家相比，无论是从整体，还是从快消品、耐消品和服务三大行业来看，我国 CSI 都有一定的差距。我国从上世纪 90 年代开始满意度研究，国内众多企业在满意度建设和顾客忠诚度培育方面进行了大量的尝试和努力，经过二十余年的发展沉淀，我国整体顾客满意度水平得到较大提升，部分企业的努力成果已经显现，譬如：三元（液态奶、酸奶）、雅迪（电动自行车）、香格里拉（高端连锁酒店）、中国国际航空（航空服务）、艺龙（在线旅游服务）等。



从 13 个不同消费领域 C-CSI 得分来看（如图三），耐消品行业内满意度差距最大，行业内表现最好的是汽车/电动车行业（69.5 分），表现最差的是家居用品（65.9 分）；服务行业整体满意度水平均不高，其中批发零售业 C-CSI

得分在所有消费领域中表现最差（64.4分）。

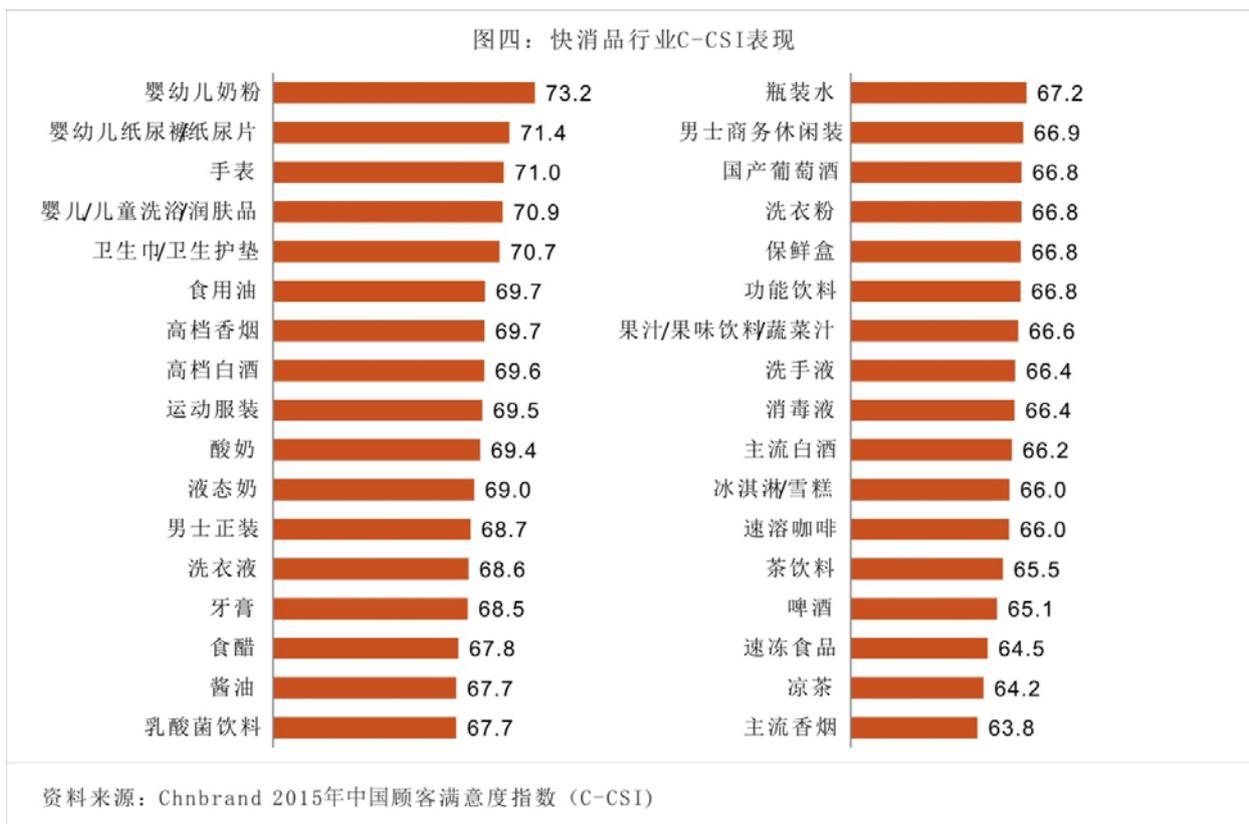


第二、2015年各细分行业 C-CSI 表现

2015年 C-CSI 调查覆盖 98 个细分行业，其中，快消品行业包含 34 个细分行业，耐消品行业包含 29 个细分行业，服务行业包含 35 个细分行业。

1. 快消品行业 C-CSI 特征

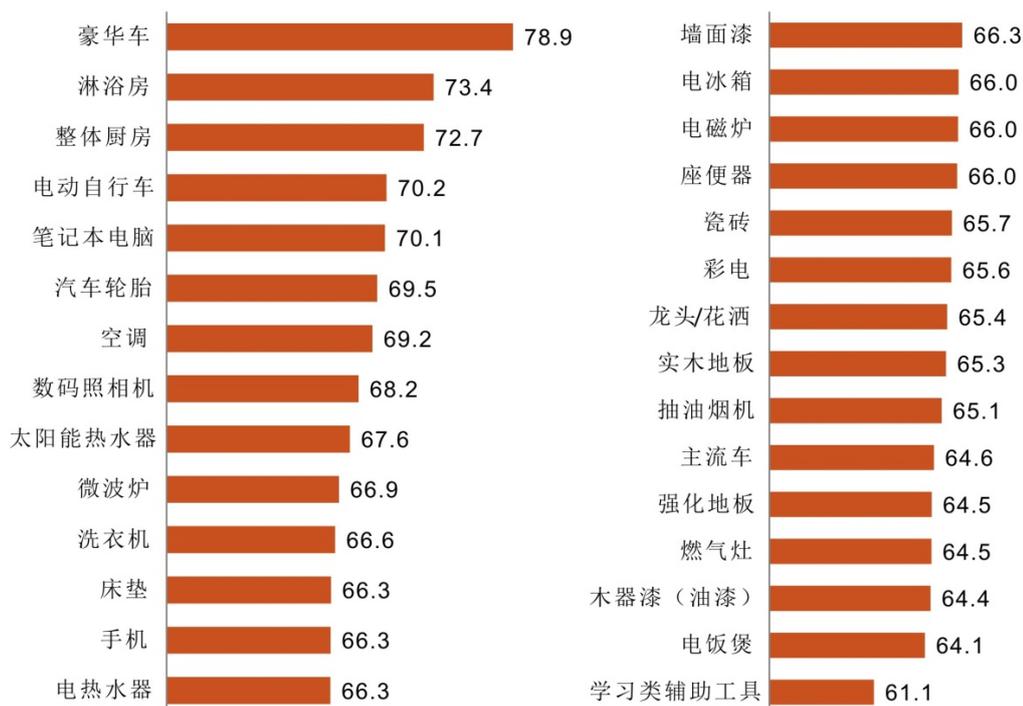
34 个快消品细分行业中，婴幼儿奶粉、婴幼儿纸尿裤/纸尿片、手表得分位列前三位，得分均在 71 分以上。排后三位的行业分别是主流香烟、凉茶和速冻食品，得分均不到 65 分。



2. 耐消品行业 C-CSI 特征

29 个耐消品细分行业中，豪华车表现较好，得分接近 80 分。除此之外，超过 70 分的还有 4 个细分行业，分别是淋浴房、整体厨房、电动自行车和笔记本电脑。排在后三位的行业分别是学习类辅助工具、电饭煲、木器漆（油漆），得分均不到 65 分。

图五：耐用品行业C-CSI表现



资料来源：Chnbrand 2015年中国顾客满意度指数（C-CSI）

3. 服务行业 C-CSI 特征

35 个服务细分行业中，高端连锁酒店、茶叶连锁店和航空服务得分均超过 70 分，而连锁药店、中式快餐连锁、连锁便利店行业得分垫底，排在后三位。

图六：服务行业C-CSI表现

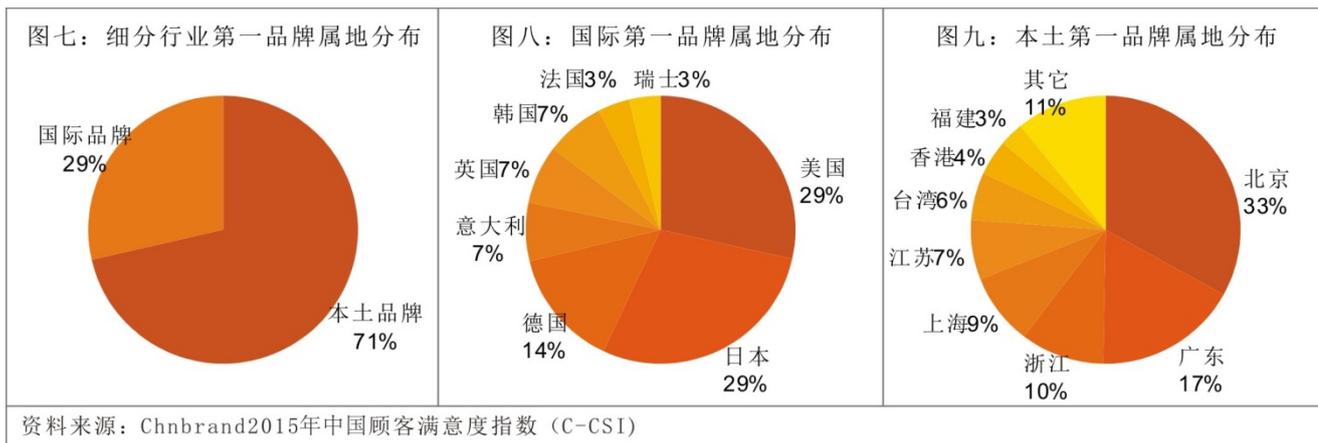


资料来源：Chnbrand 2015年中国顾客满意度指数（C-CSI）

第三、2015年 C-CSI 第一品牌属地特征

2015年 C-CSI 调查覆盖 98 个细分行业,其中有 28 个细分行业的 C-CSI 第一品牌为国际品牌,占总体的 29%, 剩余 70 个行业的 C-CSI 第一品牌均为本土品牌,占 71% (如图七)。在国际品牌中,美国、日本、德国位列前三 (如图八),这其中具有代表性的国际品牌有:苹果(手机/笔记本电脑)、奥迪(豪华车)、友邦(人寿险)松下(彩电)、普利司通(汽车轮胎)、一汽大众(主流车)、西门子(洗衣机、电冰箱)等。

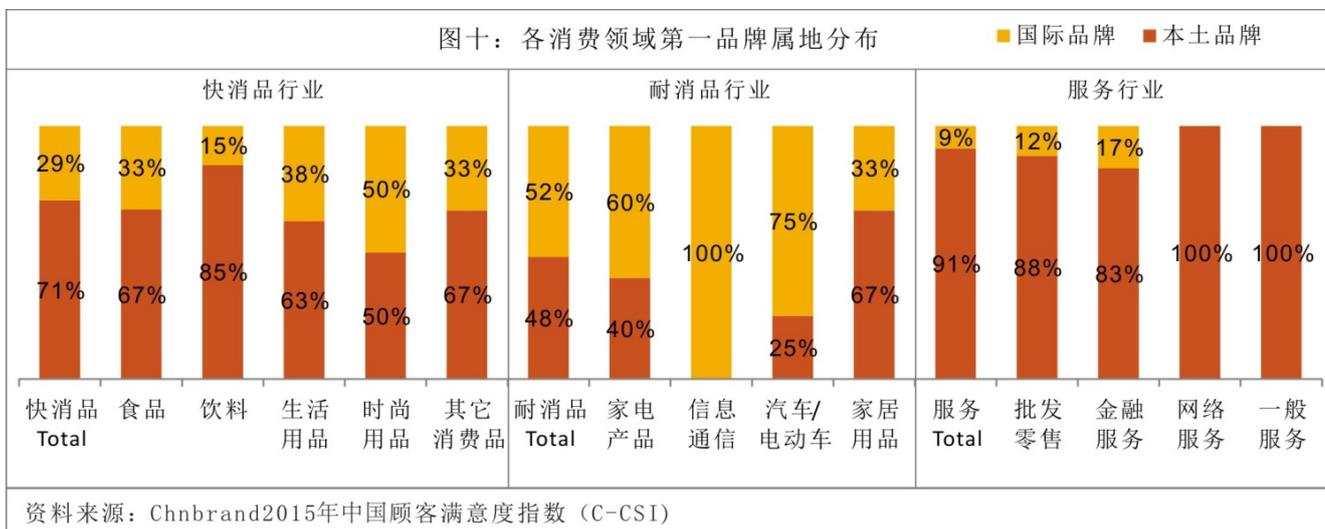
在 70 个本土 C-CSI 第一品牌中,北京一举夺魁,占比高达 33%,浙江以 10%的比例超越上海、位列广东之后排名第三,这其中具有代表性的本土品牌有:雪花(啤酒)、中国石化(加油站)、中国人保(汽车保险)、万达影城(连锁电影院)、格兰仕(电磁炉)、超能(洗衣粉)、奥克斯(空调)等。



从三大行业的消费领域来看,服务行业 2015C-CSI 第一品牌中,本土品牌占据压倒性优势,占比达 91%,其中网络服务和一般服务领域的第一品牌均为本土品牌,批发零售和金融服务业,本土品牌也占据了 80%以上的比例,代表性品牌包括京东商城(综合性购物网站)、物美(大型超市)等。

在快消品行业,2015C-CSI 第一品牌席位 71%被本土品牌占据,其中饮料领域的本土第一品牌比例最高,达到了 85%,代表性品牌有统一(茶饮料)、王老吉(凉茶)。食品领域中,本土品牌占到 67%,代表性国际品牌包括梦龙(冰淇淋/雪糕)、多美滋(婴幼儿奶粉)等,本土品牌包括湾仔码头(速冻食品)、厨邦(酱油)等。

在耐消品行业,本土品牌获得第一的比例明显下降,低于国际品牌,仅为 48%,尤其在信息通信和汽车/电动车领域,国际品牌占据绝对的优势,在家居用品和家电消费领域,本土品牌表现可圈可点,如老板(抽油烟机、燃气灶)和欧派(整体厨房)。



第四、企业提升 C-CSI 的建议

越来越多的企业践行“以顾客为中心”的营销价值观，顾客满意度评价和管理体系也在其营销战略中拥有日益重要的地位。但我们在满意度应用实践中发现，重视满意度得分，而将其诊断功能束之高阁的现象颇为普遍。“忠诚计划本身无法创造忠诚”，满意度仅是顾客满意管理的起点，深入分析满意度数据并了解顾客满意背后的成因，才能使企业真正做到像熟悉自己的朋友一样熟悉顾客，并不断用行动将他们的满意转化为“热爱”，持续支持自身品牌。

1、“惊喜”服务将创造更有价值的顾客满意

随着满意度应用的范围越来越广，企业内部的困惑和抱怨也越来越多。我们经常听到很多企业面临着同样的争论：为什么高顾客满意度却没有办法留住顾客。“高顾客满意度会带来高顾客忠诚度，高顾客忠诚度可以带来更多的商业回报”这一经典的公式似乎正在不断受到挑战，我们似乎越来越难以预测和理解顾客的态度和行为。

但研究发现，我们在关注满意度水平提升和“平均的满意度”的同时，经常会忽略掉很多关键要素。当我们聚焦在满意度的具体评价时，会发现“满意”和“非常满意”之间通常存在着一个巨大的 GAP，我们称之为“惊喜”。当然，这些能够带来“惊喜”的顾客体验，有时候并不能从满意度调查中直接获得，而是需要以之为起点，用新的调查方式接近或者观察消费者，从而找到那些“惊喜”要素和“不满意”要素。对于这些能够带来“惊喜”的要素挖掘，以及基于这些要素的服务或者产品改进，将帮助企业构建更具有前瞻性的、差异化的用户体验，对企业满意度和忠诚度的提升起到重要的推动作用。“流水不腐，户枢不蠹，动也”，我们只有在满意度管理中不断的探索那些带来“惊喜”的要素，并依据其完善和更新自身的产品和服务策略，才能为顾客价值的提升奠定坚实的基础。

2、VOC 系统形成应对顾客流失的预案

很多重视满意度的企业都将 VOC（VOC: Voice Of Customer）作为聆听顾客声音的重要通路，以收集到的顾客声音为基础，开展 VOC 研究和顾客满意营销活动。但各企业对 VOC 不同的利用方式，导致其在满意度改善体系中的作用存在巨大差异。

在很多企业只是把 VOC 系统简单地作为听取顾客意见和处理顾客投诉的窗口，力求通过它快速解决问题的时候，部分先行者已经意识到 VOC 的巨大能量。从用户满意管理的角度，VOC 系统其实是企业宝贵的用户信息源泉和资产。对 VOC 的积极探索和深入挖掘，将在两个方面起到不可估量的作用：一方面，可将 VOC 数据和企业内部的数据相关联，探查用户在需求、行为、生活方式或者感性关键词方面的变化，发现新产品、新服务或者新的营销策略机会；另一方面，可以 VOC 为基础，找出用户流失的相关要素，并不仅仅将这些要素当作偶然事件来处理，而是针对其找到应对方案，并将这些应对方案提前植入到产品或者服务当中，帮助企业有效防止客户流失，提升顾客满意度。

3、将满意度的着眼点从 MOT 推进到整体满意

目前企业所进行的满意度研究，大多仅局限于改善 MOT（MOT: Moment of Truth）等服务单元。而且，满意度研究工作也基本是由 MOT 相关的部门负责完成的，我们认为这是狭义的满意度研究。仅以 MOT 改善为短期目标的顾客满意度体系很难为公司的产品或者服务创新带来实质性的改善，因而有其较大的局限性。

事实上，顾客满意的终极目标是为顾客创造性的提供经过独特设计的服务体验，及全面的服务解决方案，从而打造出令顾客尊敬和渴望的企业品牌。这个目标的达成，要求对满意度研究的关注不仅局限于公司竞争力方面，还要从中发现消费者未来需求变化的先兆信息。想要对满意度提升有质的改善，就必须把“基于顾客为中心的创新”作为提升顾客满意的战略方向和目标，积极开展加强市场竞争力的创新活动，从而不断向顾客提供更多价值的差异化的产品、服务或者渠道，以达成全面加强顾客满意度。而上述目标的完成，是以企业完善的顶层设计方

案和执行力为基本前提的。其一，企业内部应该以满意度调查作为起点，以创新做为基石，以顾客差异化产品及服务为导向，建立起公司层面的完整创新体系，并将之融入到企业的整个营销战略活动之中；其二，构建以公司决策层为核心，各部门联动的满意度管理组织架构，并建立人员培训、理论实践、成果共享、绩效考核等综合管理机制，将公司满意度活动由公司顶层向下逐级管理推进，这样，企业的顾客满意管理工作才能显现出最终成效。

2015年 C-CSI 行业 TOP3 品牌榜

(注：C-CSI 满分为 100 分)

行业	品类	2015C-CSI 第一名 (得分)	2015C-CSI 第二名 (得分)	2015C-CSI 第三名 (得分)
食品	速冻食品	湾仔码头 (68.5)	海霸王甲天下 (66.6)	龙凤 (64.6)
	冰淇淋/雪糕	梦龙 (78.3)	哈根达斯 (75.8)	八喜 (72.6)
	食用油	胡姬花 (79.1)	多力 (76.9)	鲁花 (74.4)
	婴幼儿奶粉	多美滋 (78.1)	惠氏 (77.0)	美赞臣 (75.6)
	酱油	厨邦 (75.7)	太太乐 (73.8)	美味鲜 (72.9)
	食醋	龙门 (83.0)	紫林 (78.6)	东湖 (78.2)
饮品	瓶装水	乐百氏 (72.7)	怡宝 (70.5)	屈臣氏 (69.8)
	凉茶	王老吉 (65.0)	加多宝 (63.9)	和其正 (61.3)
	果汁/果味饮料/蔬菜汁	娃哈哈 (70.4)	椰树牌 (70.4)	纯果乐 (68.3)
	功能饮料	佳得乐 (75.8)	脉动 (66.9)	宝矿力水特 (66.6)
	茶饮料	统一 (67.9)	三得利 (66.7)	康师傅 (64.8)
	速溶咖啡	麦斯威尔 (71.7)	摩卡 (69.4)	星巴克 (64.7)
	乳酸菌饮料	味全 (80.8)	养乐多 (70.6)	美汁源果粒奶优 (69.8)
	液态奶	三元 (84.5)	金典 (72.4)	特仑苏 (71.5)
	酸奶	三元 (80.9)	莫斯利安 (76.0)	冠益乳 (75.3)
	啤酒	雪花 (66.7)	燕京 (66.2)	哈尔滨 (66.1)
	国产葡萄酒	威龙 (69.7)	张裕 (68.9)	王朝 (67.5)
	高档白酒	国窖 1573 (74.8)	郎酒 (73.0)	茅台 (71.9)
	主流白酒	牛栏山 (78.4)	洋河大曲 (75.1)	汾酒 (70.0)
生活用品	牙膏	竹盐 (74.7)	云南白药 (74.2)	黑人 (69.0)
	洗衣液	绿伞 (79.0)	蓝月亮 (71.2)	奇强 (69.1)
	洗衣粉	超能 (76.5)	碧浪 (69.4)	奥妙 (69.0)
	洗手液	开米贝芬 (69.6)	舒肤佳 (68.0)	蓝月亮 (65.9)
	消毒液	柯林龙安 (77.2)	威猛先生 (68.9)	滴露 (67.5)
	婴儿/儿童洗浴/润肤品	宝宝金水 (73.8)	孩儿面 (73.6)	强生 (72.0)
	婴幼儿纸尿裤/纸尿片	妈咪宝贝 (73.6)	帮宝适 (73.1)	安儿乐 (73.0)
	卫生巾/卫生护垫	娇爽 (75.8)	ABC (73.1)	护舒宝 (71.9)
时尚用品	男士正装	金利来 (75.4)	雅戈尔 (72.2)	花花公子 (71.8)
	男士商务休闲装	九牧王 (73.1)	七匹狼 (71.6)	金利来 (69.8)
	运动服装	耐克 (73.8)	阿迪达斯 (71.8)	李宁 (68.7)
	手表	天梭 (78.3)	欧米茄 (76.9)	浪琴 (72.9)
其它消费品	高档香烟	贵烟 (76.7)	芙蓉王 (73.7)	黄鹤楼 (72.6)
	主流香烟	红河 (71.4)	中南海 (69.6)	红双喜 (南洋) (69.3)
	保鲜盒	乐扣乐扣 (68.3)	特百惠 (66.7)	乐亿多 (66.3)
家电产品	洗衣机	西门子 (71.8)	松下 (70.0)	海尔 (69.7)
	电冰箱	西门子 (69.9)	海尔 (68.2)	三星 (65.4)
	空调	奥克斯 (74.4)	格力 (72.9)	海尔 (69.1)
	彩电	松下 (72.0)	三星 (69.5)	海尔 (68.9)

	电磁炉	格兰仕 (71.2)	苏泊尔 (68.5)	九阳 (67.0)
	电饭煲	格兰仕 (70.2)	苏泊尔 (68.9)	美的 (63.3)
	微波炉	松下 (70.4)	美的 (66.7)	格兰仕 (66.4)
	抽油烟机	老板 (70.6)	方太 (68.2)	华帝 (67.3)
	电热水器	A.O.史密斯 (70.6)	海尔 (68.9)	美的 (66.0)
	数码照相机	佳能 (71.8)	索尼 (68.7)	尼康 (66.3)
信息通讯	手机	苹果 (74.9)	小米 (68.2)	三星 (67.9)
	笔记本电脑	苹果 (78.3)	ThinkPad (75.7)	索尼 (72.8)
	学习类辅助工具	诺亚舟 (64.5)	好记星 (62.9)	文曲星 (61.5)
汽车/电动车	电动自行车	雅迪 (78.2)	爱玛 (75.9)	立马 (71.1)
	汽车轮胎	普利司通 (77.5)	米其林 (74.2)	固特异 (70.2)
	主流车	一汽大众 (72.9)	东风本田 (71.0)	东风日产 (70.5)
	豪华车	奥迪 (82.4)	宝马 (78.3)	奔驰 (68.1)
家居用品	强化地板	欧象 (70.8)	升达 (67.0)	圣象 (65.1)
	实木地板	德尔 (74.3)	大自然 (67.4)	世友 (66.5)
	墙面漆	多乐士 (69.2)	立邦 (66.8)	华润 (59.5)
	木器漆 (油漆)	紫荆花 (68.1)	多乐士 (65.3)	立邦 (64.7)
	瓷砖	亚细亚 (71.4)	蒙娜丽莎 (69.4)	东鹏 (68.6)
	床垫	梦洁 (68.9)	雅兰 (68.0)	大自然 (67.6)
	整体厨房	欧派 (76.0)	柏厨 (74.0)	帅康 (72.5)
	燃气灶	老板 (71.3)	方太 (69.6)	华帝 (65.7)
	龙头/花洒	TOTO (71.5)	九牧 (70.9)	科勒 (69.5)
	淋浴房	法恩莎 (85.3)	科勒 (78.7)	东鹏 (76.2)
	座便器	法恩莎 (70.8)	科勒 (68.7)	TOTO (68.5)
太阳能热水器	四季沐歌 (76.5)	海尔 (73.1)	桑乐 (68.1)	
批发零售	蛋糕甜点连锁店	味多美 (77.3)	面包新语 (74.9)	罗莎 (71.0)
	咖啡连锁店	名典咖啡语茶 (79.2)	星巴克 (66.1)	上岛咖啡 (65.8)
	中式快餐连锁	吉野家 (70.5)	马兰拉面 (66.5)	美国加州牛肉面大王 (66.4)
	中式餐饮连锁	俏江南 (72.7)	澳门豆捞 (69.1)	海底捞 (68.3)
	西式快餐连锁	豪客来 (68.5)	必胜客 (67.7)	麦当劳 (65.8)
	酒业连锁店	名品世家 (76.6)	壹玖壹玖 (1919) (68.8)	华致酒行 (67.1)
	眼镜销售连锁	眼镜直通车 (74.1)	东方眼镜 (73.4)	宝岛眼镜 (71.1)
	婚纱摄影连锁	金夫人 (63.6)	米兰婚纱 (59.4)	N/A
	药店连锁	大参林 (84.7)	老百姓 (65.3)	同仁堂 (63.5)
	茶叶连锁店	张一元 (77.7)	大益 (75.6)	吴裕泰 (74.6)
	珠宝零售/连锁	老凤祥 (72.7)	周大福 (70.0)	中国黄金 (69.2)
	孕婴童连锁店	贝贝熊 (72.5)	乐友 (72.3)	丽家宝贝 (69.7)
	大型超市	物美 (75.8)	家乐福 (68.1)	大润发 (67.7)
	大型家居卖场	居然之家 (67.6)	百安居 (66.4)	金海马 (64.5)
	连锁百货商场	广百百货 (79.3)	王府井百货 (68.3)	华联商厦 (67.9)
	连锁便利店	罗森 (78.5)	7-eleven (69.9)	喜士多 (66.1)
加油站	中国石化 (71.2)	中国石油 (68.5)	壳牌加油站 (59.3)	
金融服务	财产险	中国人寿 (71.7)	中国太平洋财产保险 (69.7)	中国人民财产保险 (64.0)
	人寿险	友邦保险 (74.1)	泰康人寿保险 (69.5)	中国人寿保险 (64.1)
	汽车保险	中国人保 (72.2)	太平洋保险 (72.1)	太平保险 (69.6)
	信用卡	中国农业银行 (76.0)	中国银行 (68.9)	中国建设银行 (68.6)

	银行服务	交通银行 (69.3)	中国农业银行 (68.3)	招商银行 (66.3)
	第三方在线支付	银联网上支付 (69.6)	支付宝 (68.3)	财付通 (59.4)
网络服务	综合性购物网站	京东商城 (72.6)	1号店 (70.9)	天猫 (65.3)
	团购网站	大众点评团 (72.6)	窝窝团 (70.1)	美团 (65.7)
	在线旅游服务	艺龙旅行网 (91.9)	芒果网 (71.2)	携程网 (68.9)
一般服务	旅行社	广之旅国际旅行社 (79.7)	假日通旅行社 (75.8)	南湖国旅 (75.2)
	连锁电影院	万达影城 (70.3)	百老汇影城 (67.4)	奥斯卡国际影城 (67.3)
	快捷酒店	莫泰 168 (69.7)	锦江之星 (69.3)	汉庭 (68.1)
	高端连锁酒店	香格里拉 (82.9)	喜来登 (75.4)	皇冠假日 (69.4)
	房产中介服务	满堂红 (75.2)	21世纪不动产 (74.5)	中原地产 (62.2)
	通讯服务	中国移动 (68.5)	中国联通 (65.2)	中国电信 (62.5)
	快递服务	中通速递 (71.8)	顺丰速运 S.F. (65.9)	申通快递 STO (64.7)
	航空服务	中国国际航空 CA (75.7)	南方航空 CZ (74.1)	海南航空 HU (73.3)
	培训服务	北大青鸟 (63.1)	新东方 (60.6)	N/A

1.资料来源: Chnbrand2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)

2. 摘登本新闻稿中的图表时必须声明 Chnbrand 为发布者和资料来源于 Chnbrand2015 中国顾客满意度指数 (C-CSI) 研究, 事先未经 Chnbrand 明确书面同意, 禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途

【C-CSI 发布平台 (www.chn-brand.org/c-csi) 已经同步上线, 供社会各界实时查询】

第二部分：2015 年 C-CSI 行业综述

1、快消品行业

→ 2015 年 C-CSI 指数研究项目共调查了 34 个快消品细分行业，分为 5 个子类：食品、饮品、生活用品、时尚用品及其他消费品。

- ① 食品行业包括 6 个细分行业，其中 C-CSI 得分最高的是婴幼儿奶粉（73.2 分），其次是食用油（69.7 分），得分最低的是速冻食品（64.5 分）。各细分行业第一品牌依次为湾仔码头、梦龙、胡姬花、多美滋、厨邦、龙门。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
速冻食品	64.5	湾仔码头（68.5）	海霸王甲天下（66.6）	龙凤（64.6）
冰淇淋/雪糕	66.0	梦龙（78.3）	哈根达斯（75.8）	八喜（72.6）
食用油	69.7	胡姬花（79.1）	多力（76.9）	鲁花（74.4）
婴幼儿奶粉	73.2	多美滋（78.1）	惠氏（77.0）	美赞臣（75.6）
酱油	67.7	厨邦（75.7）	太太乐（73.8）	美味鲜（72.9）
食醋	67.8	龙门（83.0）	紫林（78.6）	东湖（78.2）

资料来源：Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数（C-CSI）

- ② 饮品行业包括 13 个细分行业，其中 C-CSI 得分最高的是高档白酒（69.6 分），其次是酸奶（69.4 分）和液态奶（69.0 分）。得分最低的是凉茶（64.4 分），其次是啤酒（65.1 分）和茶饮料（65.5 分）。各行业第一品牌依次为乐百氏、王老吉、娃哈哈、佳得乐、统一、麦斯威尔、味全、三元（2 个行业）、雪花、威龙、国窖 1573、牛栏山。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
瓶装水	67.2	乐百氏（72.7）	怡宝（70.5）	屈臣氏（69.8）
凉茶	64.2	王老吉（65.0）	加多宝（63.9）	和其正（61.3）
果汁/果味饮料/蔬菜汁	66.6	娃哈哈（70.4）	椰树牌（70.4）	纯果乐（68.3）
功能饮料	66.8	佳得乐（75.8）	脉动（66.9）	宝矿力水特（66.6）
茶饮料	65.5	统一（67.9）	三得利（66.7）	康师傅（64.8）
速溶咖啡	66.0	麦斯威尔（71.7）	摩卡（69.4）	星巴克（64.7）
乳酸菌饮料	67.7	味全（80.8）	养乐多（70.6）	美汁源果粒奶优（69.8）
液态奶	69.0	三元（84.5）	金典（72.4）	特仑苏（71.5）
酸奶	69.4	三元（80.9）	莫斯利安（76.0）	冠益乳（75.3）
啤酒	65.1	雪花（66.7）	燕京（66.2）	哈尔滨（66.1）
国产葡萄酒	66.8	威龙（69.7）	张裕（68.9）	王朝（67.5）
高档白酒	69.6	国窖 1573（74.8）	郎酒（73.0）	茅台（71.9）
主流白酒	66.2	牛栏山（78.4）	洋河大曲（75.1）	汾酒（70.0）

资料来源：Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数（C-CSI）

- ③ 生活用品行业包括 8 个细分行业，其中 C-CSI 得分最高的是婴幼儿纸尿裤/纸尿片（71.4 分），其次是婴儿/儿童洗浴/润肤品（70.9 分）。得分最低的是消毒液和洗手液（均为 66.4 分），其次是洗衣粉（66.8 分）。各行业第一品牌分别是竹盐、绿伞、超能、开米贝芬、柯林龙安、宝宝金水、妈咪宝贝、娇爽。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
牙膏	68.5	竹盐（74.7）	云南白药（74.2）	黑人（69.0）
洗衣液	68.1	绿伞（79.0）	蓝月亮（71.2）	奇强（69.1）
洗衣粉	66.8	超能（76.5）	碧浪（69.4）	奥妙（69.0）
洗手液	66.4	开米贝芬（69.6）	舒肤佳（68.0）	蓝月亮（65.9）
消毒液	66.4	柯林龙安（77.2）	威猛先生（68.9）	滴露（67.5）
婴儿/儿童洗浴/润肤品	70.9	宝宝金水（73.8）	孩儿面（73.6）	强生（72.0）

婴幼儿纸尿裤/纸尿布	71.4	妈咪宝贝 (73.6)	帮宝适 (73.1)	安儿乐 (73.0)
卫生巾/卫生护垫	70.7	娇爽 (75.8)	ABC (73.1)	护舒宝 (71.9)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

- ④ 时尚用品行业包括 4 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是手表 (71.0 分)。得分最低的是男士商务休闲装 (66.9 分)。各行业第一品牌依次为金利来、九牧王、耐克和天梭。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
男士正装	68.7	金利来 (75.4)	雅戈尔 (72.2)	花花公子 (71.8)
男士商务休闲装	66.9	九牧王 (73.1)	七匹狼 (71.6)	金利来 (69.8)
运动服装	69.5	耐克 (73.8)	阿迪达斯 (71.8)	李宁 (68.7)
手表	71.0	天梭 (78.3)	欧米茄 (76.9)	浪琴 (72.9)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

- ⑤ 其他消费品行业包括 3 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是高档香烟 (69.7 分), 得分最低的是主流香烟 (63.8 分)。各行业第一品牌依次为贵烟、红河和乐扣乐扣。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
高档香烟	69.7	贵烟 (76.7)	芙蓉王 (73.7)	黄鹤楼 (72.6)
主流香烟	63.8	红河 (71.4)	中南海 (69.6)	双喜.红双喜 (69.3)
保鲜盒	66.8	乐扣乐扣 (68.3)	特百惠 (66.7)	乐亿多 (66.3)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

2、耐用品行业

➔ 2015 年 C-CSI 指数研究项目共调查了 29 个耐用品细分行业, 分为 4 个子类: 家电产品、信息通讯、汽车/电动车、家居用品。

- ⑥ 家电产品行业包括 10 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是空调行业 (69.2 分), 得分最低的是电饭煲 (64.1 分), 各行业第一品牌依次为西门子 (2 个行业)、奥克斯、松下、格兰仕 (2 个行业)、老板、A.O.史密斯、佳能。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
洗衣机	66.6	西门子 (71.8)	松下 (70)	海尔 (69.7)
电冰箱	66.0	西门子 (69.9)	海尔 (68.2)	三星 (65.4)
空调	69.2	奥克斯 (74.4)	格力 (72.9)	海尔 (69.1)
彩电	65.6	松下 (72.0)	三星 (69.5)	海尔 (68.9)
电磁炉	66.0	格兰仕 (71.2)	苏泊尔 (68.5)	九阳 (67.0)
电饭煲	64.1	格兰仕 (70.2)	苏泊尔 (68.9)	美的 (63.3)
微波炉	66.9	松下 (70.4)	美的 (66.7)	格兰仕 (66.4)
抽油烟机	65.1	老板 (70.6)	方太 (68.2)	华帝 (67.3)
电热水器	66.3	A.O.史密斯 (70.6)	海尔 (68.9)	美的 (66.0)
数码相机	68.2	佳能 (71.8)	索尼 (68.7)	尼康 (66.3)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

- ⑦ 信息通讯行业包括手机、笔记本电脑和学习类辅助工具 3 个细分行业, 其中笔记本电脑行业得分最高, 为 70.1 分, 行业第一品牌依次为苹果 (2 个行业)、诺亚舟。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
手机	66.3	苹果 (74.9)	小米 (68.2)	三星 (67.9)
笔记本电脑	70.1	苹果 (78.3)	ThinkPad (75.7)	索尼 (72.8)
学习类辅助工具	61.1	诺亚舟 (64.5)	好记星 (62.9)	文曲星 (61.5)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

⑧ 汽车/电动车行业包 4 个细分行业，C-CSI 得分最高的豪华车（78.9 分），得分最低的是主流车（64.6 分），各行业第一品牌分别是雅迪、普利司通、一汽大众、奥迪。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
电动自行车	70.2	雅迪（78.2）	爱玛（75.9）	立马（71.1）
汽车轮胎	69.5	普利司通（77.5）	米其林（74.2）	固特异（70.2）
主流车	64.6	一汽大众（72.9）	东风本田（71.0）	东风日产（70.5）
豪华车	78.9	奥迪（82.4）	宝马（78.3）	奔驰（68.1）

资料来源：Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数（C-CSI）

⑨ 家居用品行业包括 12 个细分行业，其中得分最高的是沐浴房（73.4 分），其次是整体厨房（72.7 分），得分最低的是木器漆（64.4 分）。各行业第一品牌依次为欧象、德尔、多乐士、紫荆花、亚细亚、梦洁、欧派、老板、TOTO、法恩莎（2 个行业）、四季沐歌。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
强化地板	64.5	欧象（70.8）	升达（67.0）	圣象（65.1）
实木地板	65.3	德尔（74.3）	大自然（67.4）	世友（66.5）
墙面漆	66.3	多乐士（69.2）	立邦（66.8）	华润（59.5）
木器漆（油漆）	64.4	紫荆花（68.1）	多乐士（65.3）	立邦（64.7）
瓷砖	65.7	亚细亚（71.4）	蒙娜丽莎（69.4）	东鹏（68.6）
床垫	66.3	梦洁（68.9）	雅兰（68.0）	大自然（67.6）
整体厨房	72.7	欧派（76.0）	柏厨（74.0）	帅康（72.5）
燃气灶	64.5	老板（71.3）	方太（69.6）	华帝（65.7）
龙头/花洒	65.4	TOTO（71.5）	九牧（70.9）	科勒（69.5）
淋浴房	73.4	法恩莎（85.3）	科勒（78.7）	东鹏（76.2）
座便器	66.0	法恩莎（70.8）	科勒（68.7）	TOTO（68.5）
太阳能热水器	67.6	四季沐歌（76.5）	海尔（73.1）	桑乐（68.1）

资料来源：Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数（C-CSI）

3、服务行业

→ 2015 年 C-CSI 研究项目共调查了 35 个服务类细分行业，分为 4 个子类：批发零售业、金融服务、网络服务、一般服务。

⑩ 批发零售业行业包括 17 个细分行业，其中 C-CSI 得分最高的是茶叶连锁经销店（71.7 分），其次是加油站（69.8 分），得分最低的是连锁药店（60.7 分），其次是中式快餐连锁店（61.9 分）和中式连锁餐饮（61.9 分）。各行业第一品牌依次为味多美、名典咖啡语茶、吉野家、俏江南、豪客来、名品世家、眼镜直通车、金夫人、大参林、张一元、龙凤祥、贝贝熊、物美、居然之家、广百百货、罗森、中国石化。

行业名称	行业得分	第一名（得分）	第二名（得分）	第三名（得分）
蛋糕甜点连锁店	66.3	味多美（77.3）	面包新语（74.9）	罗莎（71.0）
咖啡连锁店	66.7	名典咖啡语茶（79.2）	星巴克（66.1）	上岛咖啡（65.8）
中式快餐连锁	61.9	吉野家（70.5）	马兰拉面（66.5）	美国加州牛肉面大王（66.4）
中式连锁餐饮	61.9	俏江南（72.7）	澳门豆捞（69.1）	海底捞（68.3）
西式快餐连锁	63.9	豪客来（68.5）	必胜客（67.7）	麦当劳（65.8）
酒业连锁店	66.3	名品世家（76.6）	壹玖壹玖（1919）（68.8）	华致酒行（67.1）
眼镜销售连锁店	68.5	眼镜直通车（74.1）	东方眼镜（73.4）	宝岛眼镜（71.1）
婚纱摄影连锁店	63.9	金夫人（63.6）	米兰婚纱（59.4）	N/A
药店连锁	60.7	大参林（84.7）	老百姓（65.3）	同仁堂（63.5）
茶叶连锁店	71.7	张一元（77.7）	大益（75.6）	吴裕泰（74.6）
珠宝零售/连锁店	68.8	龙凤祥（72.7）	周大福（70）	中国黄金（69.2）

孕婴童连锁店	69.4	贝贝熊 (72.5)	乐友 (72.3)	丽家宝贝 (69.7)
大型超市	65.7	物美 (75.8)	家乐福 (68.1)	大润发 (67.7)
大型家居卖场	62.6	居然之家 (67.6)	百安居 (66.4)	金海马 (64.5)
连锁百货商场	63.4	广百百货 (79.3)	王府井百货 (68.3)	华联商厦 (67.9)
连锁便利店	62.1	罗森 (78.5)	7-eleven (69.9)	喜士多 (66.1)
加油站	69.8	中国石化 (71.2)	中国石油 (68.5)	壳牌加油站 (59.3)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

⑪ 金融服务行业包括 6 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是汽车保险 (69.2 分), 得分最低的是人寿险 (63.3 分), 各行业第一品牌依次是中国人寿、友邦保险、中国人保、中国农业银行、交通银行、银联网上支付。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
财产险	65.0	中国人寿 (71.7)	中国太平洋财产保险 (69.7)	中国人民财产保险 (64.0)
人寿险	63.3	友邦保险 (74.1)	泰康人寿保险 (69.5)	中国人寿保险 (64.1)
汽车保险	69.2	中国人保 (72.2)	太平洋保险 (72.1)	太平保险 (69.6)
信用卡	67.4	中国农业银行 (76.0)	中国银行 (68.9)	中国建设银行 (68.6)
银行服务	65.4	交通银行 (69.3)	中国农业银行 (68.3)	招商银行 (66.3)
第三方在线支付	67.7	银联网上支付 (69.6)	支付宝 (68.3)	财付通 (59.4)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

⑫ 网络服务行业包括 3 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是在线旅游服务 (68.6 分), 得分最低的是团购网站 (65.5 分)。各行业第一品牌依次为京东商城、大众点评网、艺龙旅行网。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
综合性购物网站	66.9	京东商城 (72.6)	1 号店 (70.9)	天猫 (65.3)
团购网站	65.5	大众点评网 (72.6)	窝窝团 (70.1)	美团 (65.7)
在线旅游服务	68.6	艺龙旅行网 (91.9)	芒果网 (71.2)	携程网 (68.9)
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

⑬ 一般服务行业包括 9 个细分行业, 其中 C-CSI 得分最高的是高端连锁酒店 (72.3 分), 其次是航空服务 (71.3 分), 得分最低的是培训服务 (62.7 分)。各行业第一品牌依次为广之旅国际旅行社、万达影城、莫泰 168、香格里拉、满堂红、中国移动、中通速递、中国国际航空和北大青鸟。

行业名称	行业得分	第一名 (得分)	第二名 (得分)	第三名 (得分)
旅行社	68.8	广之旅国际旅行社 (79.7)	假日通旅行社 (75.8)	南湖国旅 (75.2)
连锁电影院	66.0	万达影城 (70.3)	百老汇影城 (67.4)	奥斯卡国际影城 (67.3)
快捷酒店	66.3	莫泰 168 (69.7)	锦江之星 (69.3)	汉庭 (68.1)
高端连锁酒店	72.3	香格里拉 (82.9)	喜来登 (75.4)	皇冠假日 (69.4)
房产中介服务	66.3	满堂红 (75.2)	21 世纪不动产 (74.5)	中原地产 (62.2)
通讯服务	67.2	中国移动 (68.5)	中国联通 (65.2)	中国电信 (62.5)
快递服务	64.1	中通速递 (71.8)	顺丰速运 S.F. (65.9)	申通快递 STO (64.7)
航空服务	71.3	中国国际航空 CA (75.7)	南方航空 CZ (74.1)	海南航空 HU (73.3)
培训服务	62.7	北大青鸟 (63.1)	新东方 (60.6)	N/A
资料来源: Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)				

【C-CSI 发布平台 (www.chn-brand.org/c-CSI) 已经同步上线, 供社会各界实时查询】

第三部分：2015 年 C-CSI 调查概要

1. 调查背景及目的：积极打造企业和消费者最信任的顾客满意度评价制度

→ 中国顾客满意度指数（China Customer Satisfaction Index，简称 C-CSI）是中国首个全品类的顾客满意度评价体系，C-CSI 项目于 2015 年首次实施，并将每年向社会发布权威调查结果。

→ 评价国内产业质的成长，是未来成长的先行指标

C-CSI 考察的是中国产业经济质量的提高，其开发与实施旨在引导我国产业实现质的成长，提高我国产业和企业的竞争力。C-CSI 每年公布的调查结果，使各行业和企业准确洞察自己的位置，并成为其竞争力提高的基础性参考资料。企业可通过参考 C-CSI 调查结果，评估自身在市场中的竞争力，改善顾客不满意的产品和服务，开展顾客导向型的经营活动。并且可以基于此结果预测未来成长可能性，做好对未来的准备。

→ C-CSI 为中国产业和企业塑造顾客满意文化，提高客户满意度

C-CSI 的发布将有助于引导和推动企业更多关注顾客满意。以此为基础，顾客满意文化将进一步在全社会推广。在当前的经济环境下，只有一贯地、实实在在地提高顾客满意度，把客户价值放在首位，企业才可以在危机中实现成长和发展。

→ 保护顾客权益，提高国民生活质量

C-CSI 调查可以帮助政府确立产业经济的宏观政策方向，帮助企业制定经营政策，同时也能够帮助消费者保护自身权益，最终达到提高国民生活质量、塑造良好产业文化的目的。

2. 调查意义：为企业竞争力提升和消费者日常消费行为决策提供帮助

→ 对企业而言，C-CSI 调查可帮助企业提高企业资源利用效率，提升企业经营管理水平和市场竞争力：

- C-CSI 调查有利于改善企业经营管理水平。通过顾客满意度研究，帮助企业清楚地认识到自身产品及服务的水平及与竞争者的差距，找到顾客的主要抱怨点（Pain-point），及时发现自身产品及服务等方面的不满意因素，为顾客满意度改进指明方向；
- 通过调查数据深度分析，可以发现影响顾客满意的关键因素（Key Touch-point），找到真正短板，帮助企业将有限的资源投入到亟需改进的环节，提高企业资源配置效率；
- 通过顾客消费行为及 VOC 研究分析，可追踪顾客消费行为及潜在需求，为企业制定差异化产品、服务方案及独特营销策略提供帮助。

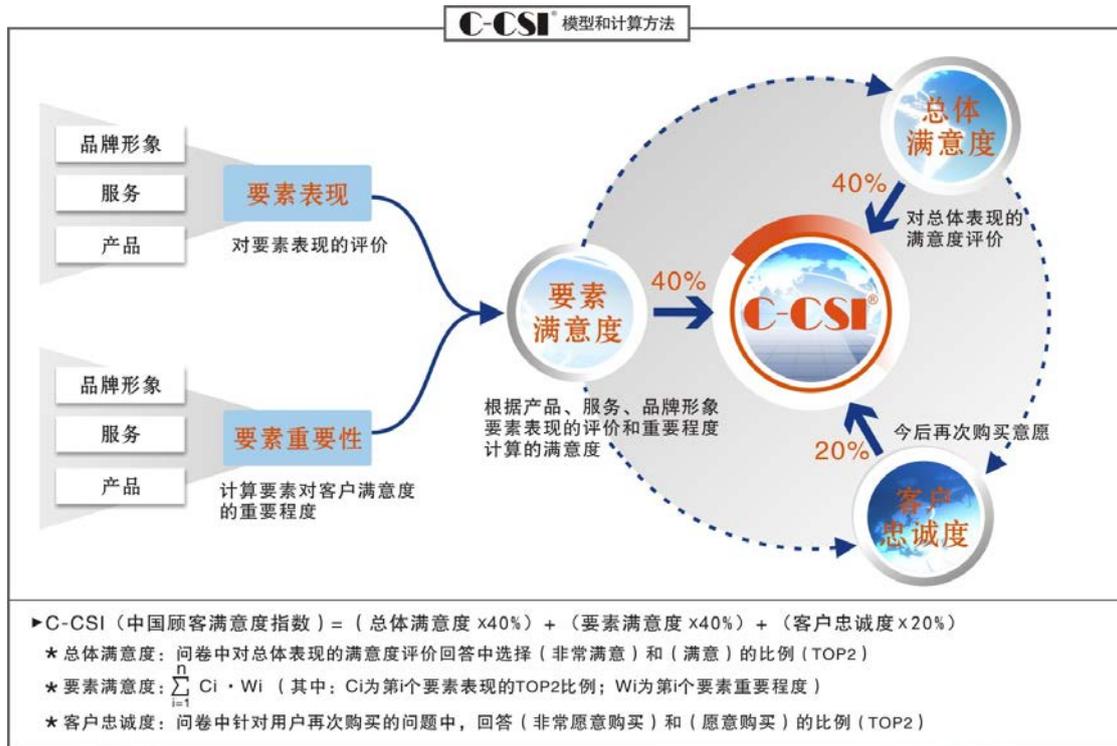
→ 对消费者而言，C-CSI 调查结果可以方便消费者找到产品质量好、服务水平高的品牌，为日常消费行为提供参考依据。

3. C-CSI 调查设计

- 1) 调查对象：年龄在 15 岁（含）—60 岁（含）之间的常住居民
- 2) 调查区域：全国 30 个重点城市
- 3) 抽样方法：根据人口比例、性别、年龄、区域随机分层抽样
- 4) 总样本数量：16,500 样本
- 5) 调查时间：2014 年 10 月—2015 年 6 月，共 9 个月
- 6) 调查方法：入户面访

4. C-CSI 研究模型

→ Chnbrand 推出的中国顾客满意度指数 (C-CSI) 同时考虑了顾客满意度和忠诚度水平, 通过要素满意度、总体满意度、忠诚度三个指标综合计算得出, 从而能够更加科学的测量出顾客整体满意程度。



5. 2015C-CSI 调查覆盖行业列表

→ 2015 年 C-CSI 发布覆盖 98 个细分行业, 共涉及到 4500 多个主流品牌。

行业分类		研究对象	
快消品 (34)	食品 (6)	一般食品 (4)	速冻食品、冰淇淋/雪糕、食用油、婴幼儿奶粉
		调味品 (2)	酱油、食醋
	饮品 (13)	饮料 (6)	瓶装水、凉茶、果汁/果味饮料/蔬菜汁、功能饮料、茶饮料、速溶咖啡
		乳饮品 (3)	乳酸菌饮料、液态奶、酸奶
		酒类 (4)	啤酒、国产葡萄酒、高端白酒、主流白酒
	生活用品 (8)	卫生用品 (8)	牙膏、洗衣粉、洗衣液、洗手液、消毒液、婴儿/儿童洗浴/润肤品、婴幼儿纸尿裤/纸尿片、卫生巾/卫生护垫
	时尚用品 (4)	服装 (3)	男士正装、男士商务休闲装、运动装
		配饰 (1)	手表
	其它消费品 (3)	其它消费品 (3)	高档香烟、主流香烟、保鲜盒
	耐消品 (29)	家电产品 (10)	黑色家电 (1)
白色家电 (3)			洗衣机、电冰箱、空调
小家电 (5)			电饭煲、电磁炉、微波炉、抽油烟机、电热水器
数字家电 (1)			数码照相机
信息通讯 (3)		信息通讯 (3)	手机、笔记本电脑、学习类辅助工具
汽车/电动车 (4)		汽车/电动车 (4)	主流车、豪华车、电动自行车、汽车轮胎
家居用品 (12)	家具/家装 (6)	强化地板、实木地板、墙面漆、木器漆 (油漆)、瓷砖、床垫	
	厨房/卫浴 (6)	整体厨房、燃气灶、龙头/花洒、淋浴房、座便器、太阳能热水器	
服务 (35)	特许经营 (12)	蛋糕甜点连锁店、眼镜销售连锁、咖啡连锁店、中式快餐连锁、中式餐饮连锁、西式快餐连锁、酒业连锁店、药店连锁、茶叶连锁店、珠宝零售/连锁、婚纱摄影连锁、孕婴童连锁店	
		大型连锁零售业 (5)	大型超市、大型家居卖场、连锁百货商场、连锁便利店、加油站
	批发零售 (17)	金融 (6)	财产险、人寿险、汽车保险、信用卡、银行服务、第三方在线支付
	网络服务 (3)	网络服务 (3)	综合性购物网站、团购网站、在线旅游服务

一般服务 (9)	康乐文化服务 (4)	旅行社、连锁电影院、快捷酒店、高端连锁酒店
	运输/物流 (2)	快递服务、航空服务
	其它服务 (3)	房产中介服务、通讯服务、培训服务

摘登本新闻稿中的图表时必须声明 **Chnbrand** 为发布者和资料来源于 **Chnbrand 2015 年中国顾客满意度指数 (C-CSI)** 研究，事先未经 **Chnbrand** 明确书面同意，禁止将本稿信息或研究用于广告或促销用途。

【C-CSI 发布平台 (www.chn-brand.org/c-csi) 已经同步上线，供社会各界实时查询】