

新闻稿

2017年C-NPS 研究成果权威发布

在行为和情感的双重忠诚构筑下，2017年C-NPS显著提升

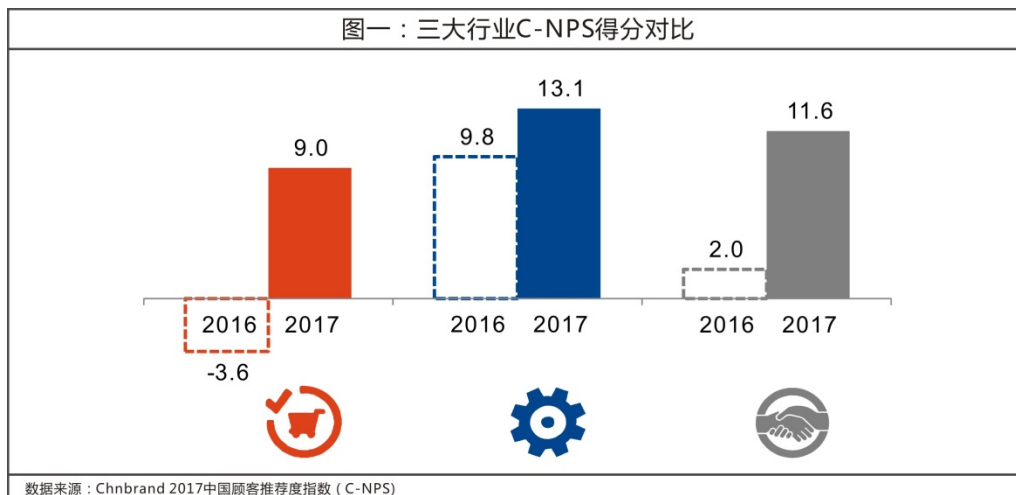
2017年1月11日，中国北京—品牌评级权威机构Chnbrand 今日发布2017年（第三届）中国顾客推荐度指数SM (C-NPS®)品牌排名和分析报告。该指数是中国首个顾客推荐度评价体系，2015年首次推出并获得了相关部门品牌政策专项资金的扶持。数据显示，2017年C-NPS提升显著，耐消业顾客推荐度仍居三大行业之首。快消业增幅最大，但其中的酒类、香烟、婴幼儿产品及部分食品饮料等品类的NPS得分在全行业中居末位。

因为稳定和显著的优势尚未形成，上届顾客最推荐品牌中58%遭遇逆转。但仍有包括苹果（手机、电脑）、雪花（啤酒）、蓝月亮（洗衣液）在内的27个品牌凭借良好的顾客口碑，连续三次获得C-NPS顾客最推荐品牌。值得注意的是，第一阵营内中国品牌减少了5.9%。

测量顾客忠诚是NPS的初始意义，而忠诚来自行为和情感的双重认定。前者主要表达为再购，后者则指向品牌偏好。调查数据显示，推荐者的再购率是贬损者的5倍，品牌偏好者中推荐者则是贬损者的8倍。可知推荐者是品牌的热情追随者。他们的占比指向了企业未来的盈利能力。

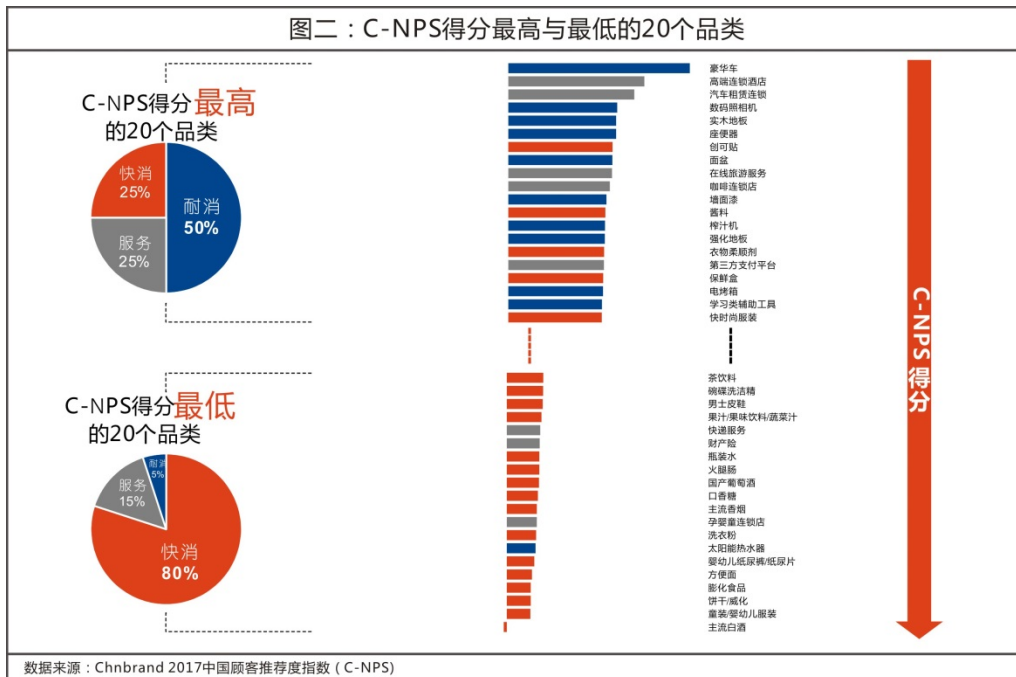
C-NPS 较去年提升 11.4 分，行业增幅差距明显

2017年中国整体NPS得分为10.3分，相较去年的-1.1分提升显著。三大行业中，耐用消费品得分仍为最高，达13.1分。快速消费品得分虽仍是最低，但相对去年增长最为明显。



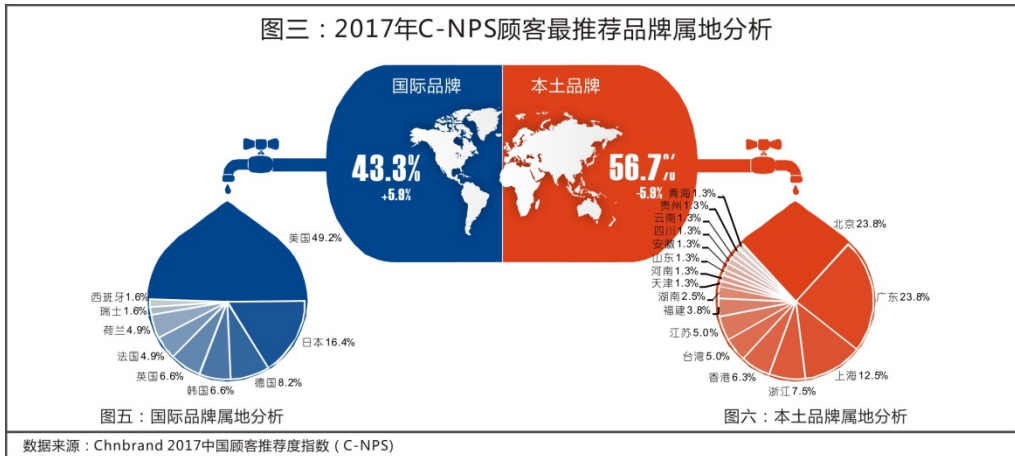
C-NPS得分最高的20个品类中,耐用消费品占据半壁江山,以家居用品和家电产品为主。此外,高附加值的产品和服务,如豪华车 and 高端连锁酒店在顾客推荐度方面具有显著优势;并且,与生活方式相关的部分品类,如汽车租赁连锁、在线旅游服务、咖啡连锁店、第三方支付平台也得到了用户更多推荐肯定。

而C-NPS得分最低的20个品类80%为快速消费品,尤以酒类、香烟、婴幼儿产品、部分食品及饮品居多。服务业最受诟病的品类是孕婴童连锁店、财产险和快递服务,太阳能热水器则是推荐度最低的耐用品。



半数以上最受推荐品牌来自中国,但占比较去年有所下降

调查涉及的141个品类中,80个品类推荐度第一由中国品牌摘得,较去年下降5.9%,需引起注意。其中,北京和广东各贡献19席,并列第一;上海贡献了10席,位列第三。另外61个品类的顾客最推荐品牌被国际品牌占据。其中美国品牌占49.2%,日本品牌占16.4%,德国品牌占8.2%。



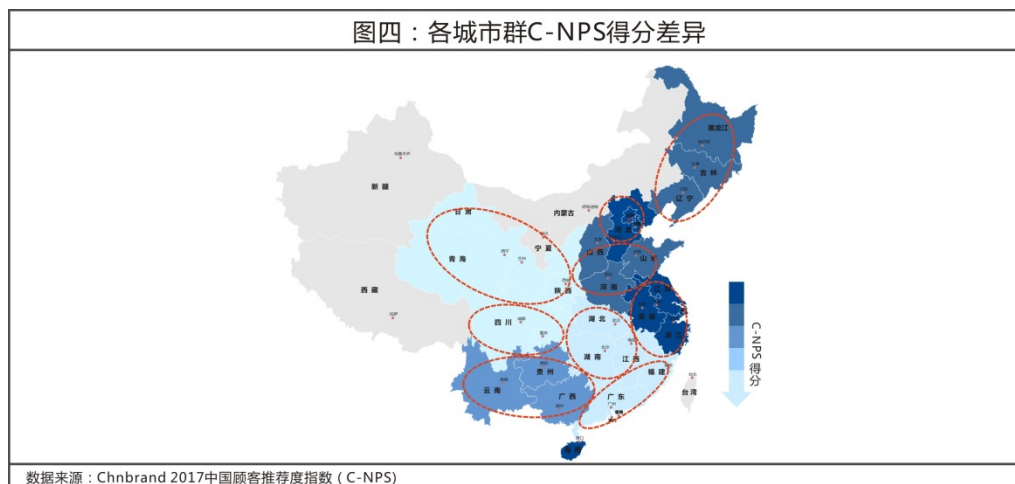
82个行业的顾客最推荐品牌易主，优势的保持要求企业持续的关注与投入

NPS的计算方式决定了其结果的敏感性，并且用户态度的转变也在随时发生。作为系统工程，NPS要求企业全触点毫无懈怠地为用户持续提供最好的体验，成绩的保持殊为不易。因为稳定和显著的优势尚未形成，上届顾客最推荐品牌中58%遭遇逆转。包括三元（液态奶、酸奶）、九阳（豆浆机、榨汁机）、多乐士（墙面漆、木器漆）、海尔（彩电、洗衣机、太阳能热水器）在内的82个品牌遭遇逆转失去桂冠。而伊利（液态奶）、昆仑山（瓶装水）、滴露（消毒液）、平安（财产险、汽车保险）、方太（燃气灶、抽油烟机）、广汽本田（主流车）、凯迪拉克（豪华车）、中国国际航空（航空服务）等则成为新晋第一。

值得赞赏的是，过去三年中，苹果（手机、电脑）、乐扣乐扣（保鲜盒）、雪花（啤酒）、蓝月亮（洗衣液）、鲁花（食用油）、王老吉（凉茶）、友邦保险（人寿险）等27家品牌，连续三次获得顾客最推荐品牌，他们在各自领域内的成就有目共睹。

东部地区的推荐度明显高于中西部地区

不同地区NPS表现呈现出巨大落差。东部地区的顾客推荐度明显高于中西部地区，以长三角和京津冀为代表的华东和华北区域顾客推荐度最高。

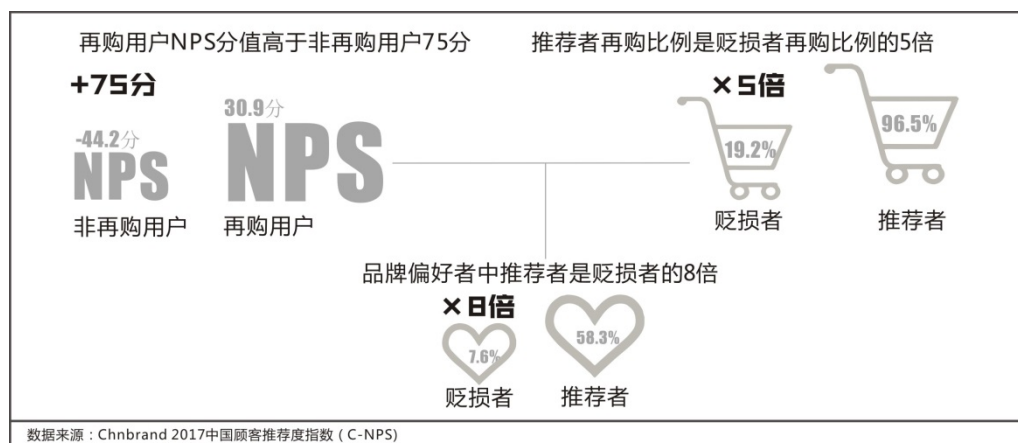


推荐意味着从行为到情感，从产品到品牌的双重认可

NPS用以测量忠诚，而忠诚所蕴含的含义，是来自行为和情感的双重认定。虽然不局限并必然体现为再次购买，但无论如何，再购都是忠诚的基本支撑点，这种用行动表达的赞赏更多指向产品层面。

调查结果显示，再购用户中推荐者的比例为37.6%，贬损者仅为6.7%；而拒绝再购的用户中，贬损者高达49.1%，推荐者仅4.8%，再购与非再购用户的NPS分差达到75分。另一个角度，推荐人群中的再购比例接近100%，是贬损者再购比例的5倍。NPS与行为忠诚的关联得到证实和强调。

另外，不同于满意者，NPS中的推荐者事实上应该定义为热情的追随者。超出功能利益，他们也感受到了情感和个人表达方面的利益，这是指向品牌层面的，体现为良好的品牌关系和较高的品牌偏好。数据显示，品牌偏好者中推荐者是贬损者的8倍。



移动互联时代，企业要从日趋密集和同质化的竞争中脱颖而出，需要有立场的用户。而有立场的用户的获取与维系，并不是吸粉营销能够实现的。将对用户关注的关注转化为企业的核心理念，并在各环节中加以落实，这是NPS的意义所在。但是，因简易而得到迅速推广的NPS，同样也因简易在管理应用中遭遇困扰。Chnbrand建议，在将其制度化并纳入管理体系之前，企业应对NPS有更深度的理解和更精准的测量，这是一系列工作方向制定的根基。



2017年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2017 C-NPS第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-NPS第二名 (得分)	2017 C-NPS第三名 (得分)
食 品				
口香糖	益达(15.8) ↑	1年	炫迈(11.3)	绿箭(6.0) ↓
巧克力	德芙(23.0) ↑	1年	费列罗(20.9) ↓	好时(9.7)
膨化食品	乐事(22.7) ↑	1年	上好佳(4.7)	好丽友(4.7)
饼干/威化	奥利奥(21.3)	3年	蓝罐曲奇(19.6)	雀巢脆脆鲨(9.6)
方便面	康师傅(18.7)	3年	小浣熊(4.4)	统一100(4.2)
派	好丽友(24.2)	3年	乐天(7.5)	达利园(5.0)
火腿肠	双汇(16.2) ↑	1年	佳家康(8.5)	金锣(3.8) ↓
速冻食品	湾仔码头(20.0)	3年	思念(14.9)	西格玛(1.2)
冰淇淋/雪糕	DQ(23.6) ↑	1年	哈根达斯(22.1) ↓	八喜(21.2)
食用油	鲁花(22.9)	3年	金龙鱼(20.4)	多力(12.6)
婴幼儿奶粉	多美滋(17.1) ↑	1年	圣元(15.0)	惠氏(14.5)
酱油	民天(30.4) ↑	1年	六月鲜(27.9)	海天(21.1)
食醋	海天(25.8)	2年	恒顺(21.4)	天立(21.3)
酱料	六必居(29.5)	1年	味好美(27.5)	李锦记(27.0)
饮 品				
瓶装水	昆仑山(16.3) ↑	1年	康师傅(14.2)	农夫山泉(13.4)
100%纯果汁	汇源(21.4)	3年	味全每日C(15.4)	茹梦(9.4)
果汁/果味饮料/蔬菜汁	美十源(17.9)	3年	椰树牌(9.2)	汇源(8.8)
功能饮料	脉动(23.3)	3年	红牛(10.9)	佳得乐(4.2)
茶饮料	康师傅(17.5) ↑	1年	三得利(13.8) ↓	天喔茶庄(10.5)
速溶咖啡	雀巢(22.0)	3年	麦斯威尔(12.4)	KOPIKO(9.0)
凉茶	王老吉(19.0)	3年	加多宝(13.7)	顺牌(3.1)
乳酸菌饮料	味全(28.7)	2年	养乐多(24.8)	优益C(18.9)
液态奶	伊利(20.1) ↑	1年	特仑苏(20.0)	三元(19.0) ↓
酸奶	莫斯利安(31.3) ↑	1年	安慕希(23.0)	味全优语乳(19.8)
啤酒	雪花(14.3)	3年	百威(14.1)	青岛(13.0)
国产葡萄酒	长城(16.0) ↑	1年	张裕(13.9) ↓	皇轩(8.4)
高档白酒	茅台(25.8) ↑	1年	五粮液(21.3) ↓	国窖1573(17.5)
主流白酒	天之蓝(20.0) ↑	1年	茅台王子酒(19.6)	白云边(17.7) ↓
药 品/保 健 品				
感冒药	白加黑(17.4) ↑	1年	泰诺(12.8)	新康泰克(11.8)
保健型眼药水	乐敦(23.1)	3年	海昌(22.4)	闪亮(13.4)
创可贴	邦迪(24.5) ↑	1年	云南白药(23.2) ↓	3M耐适康(16.9)

1.资料来源：Chnbrand 2017年中国顾客推荐度指数 (C-NPS)；2.事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销。



2017年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2017 C-NPS第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-NPS第二名 (得分)	2017 C-NPS第三名 (得分)
生活用品				
碗碟先洁精	金鱼(37.6) ↑	1年	安利(16.7)	白猫(14.5)
消毒液	滴露(28.8) ↑	1年	洛娃(26.7)	开米(15.4)
电动剃须刀	飞利浦(24.6)	3年	松下(11.8)	博朗(11.6)
牙膏	高露洁(18.2) ↑	1年	云南白药(13.2) ↓	舒齿达(10.0)
香皂	舒肤佳(25.2)	3年	安利雅蜜(15.3)	滴露(14.4)
洗手液	蓝月亮(20.4) ↑	1年	滴露(14.7)	安利必速(11.2)
洗面奶	玉兰油(19.2) ↑	1年	兰蔻(19.0)	SK-II(18.5)
婴儿/儿童洗浴/润肤品	强生(19.3) ↑	1年	嗶呵(16.8)	贝亲(12.8) ↓
沐浴露	舒肤佳(20.0)	3年	强生美肌(10.6)	多芬(10.1)
洗发/护发品	海飞丝(19.2) ↑	1年	欧莱雅(17.8)	沙宣(12.2) ↓
洗衣粉	奥妙(13.5)	2年	汰渍(13.0)	花王洁霸(9.9)
洗衣液	蓝月亮(24.0)	3年	奥妙(17.5)	安利优生活(12.3)
衣物柔顺剂	金纺(29.9)	3年	恒顺祥(18.4)	蓝月亮(16.2)
婴幼儿纸尿裤/纸尿片	帮宝适(20.1) ↑	1年	花王妙而舒(18.5) ↓	菲比(13.5)
男士护肤品	欧莱雅(28.7)	3年	阿迪达斯(26.0)	曼秀雷敦(18.5)
女士护肤品	雅诗兰黛(23.4)	2年	兰蔻(23.3)	佰草集(19.5)
时尚用品				
女鞋	达芙妮(20.7) ↑	1年	百丽(17.1) ↓	天美意(10.5)
男士皮鞋	金利来(21.7) ↑	1年	卡蒂乐鳄鱼(20.8)	花花公子(13.5)
运动鞋	耐克(27.5)	2年	阿迪达斯(24.9)	新百伦(24.3)
男士正装	才子(27.8) ↑	1年	花花公子(23.3)	罗蒙(22.2)
运动服装	新百伦(26.2) ↑	1年	阿迪达斯(21.3)	匡威(20.7)
童装/婴幼儿服装	笨笨熊(17.2) ↑	1年	喀嗨塔(15.3)	好孩子(14.3)
男士商务休闲装	罗蒙(24.5) ↑	1年	海澜之家(22.8)	劲霸(16.2)
快时尚服装	ZARA(28.0)	1年	热风(21.0)	H&M(17.5)
其他消费品				
机油/润滑油	壳牌(15.0) ↑	1年	长城(12.8)	美孚(12.7)
保鲜盒	乐扣乐扣(32.4)	3年	三光云彩(16.3)	特百惠(11.0)
不锈钢保温杯/瓶/壶	膳魔师(30.0) ↑	1年	迪士尼(22.6)	乐扣乐扣(22.5)
高档香烟	苏烟(21.6) ↑	1年	黄鹤楼(21.4)	中华(21.2) ↓
主流香烟	Eston(36.9) ↑	1年	Marble(24.4)	长白山(22.8)
户外装备	狼爪(24.9)	1年	哥伦比亚(24.8)	探路者(22.3)

1.资料来源: Chnbrand 2017年中国顾客推荐度指数(C-NPS); 2.事先未经Chnbrand明确书面同意, 禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销。



2017年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2017 C-NPS第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-NPS第二名 (得分)	2017 C-NPS第三名 (得分)
家电产品				
彩电	夏普(19.1) ↑	1年	三星(19.0)	飞利浦(18.4)
洗衣机	西门子(17.5) ↑	1年	海尔(16.5) ↓	小天鹅(13.2)
电冰箱	西门子(21.0)	2年	海尔(15.7)	松下(13.6)
空调	大金(49.6) ↑	1年	三菱重工(30.7)	格力(22.6) ↓
电热水器	A.O.史密斯(35.2)	3年	海尔(20.6)	阿里斯顿(17.4)
抽油烟机	方太(26.4) ↑	1年	老板(15.9) ↓	西门子(13.9)
吸尘器	飞利浦(28.7) ↑	1年	松下(19.6) ↓	LG(17.1)
微波炉	夏普(35.7) ↑	1年	松下(20.7)	格兰仕(19.1) ↓
电饭煲	松下(16.7) ↑	1年	苏泊尔(16.2)	美的(16.2) ↓
电磁炉	美的(18.5)	2年	苏泊尔(14.9)	九阳(10.8)
豆浆机	东菱(25.4) ↑	1年	九阳(24.0) ↓	惠家(18.6)
榨汁机	惠人(62.6) ↑	1年	欧斗(40.0)	德乐(26.3)
空气净化器	松下(27.4)	1年	飞利浦(24.7)	亚都(19.0)
净水器	3M(33.0)	1年	飞利浦(32.4)	爱惠浦(24.9)
电烤箱	SKG(34.9)	1年	松下(33.8)	长帝(30.6)
数码相机	佳能(26.9)	2年	尼康(23.2)	富士(20.8)
体感游戏机	索尼(27.1)	1年	小霸王(19.2)	微软(19.1)
信息通讯				
手机	苹果(34.9)	3年	华为(15.0)	Vivo(11.2)
笔记本电脑	苹果(35.3)	3年	联想(19.8)	戴尔(13.6)
学习类辅助工具	文曲星(23.0)	2年	步步高(20.6)	读书郎(19.0)
汽车/电动车				
电动自行车	爱玛(27.2)	2年	捷安特(21.3)	雅迪(20.9)
汽车轮胎	米其林(34.4)	2年	固特异(15.0)	韩泰(14.3)
主流车	广汽本田(46.8) ↑	1年	东风标致(27.5)	一汽大众(22.5)
豪华车	凯迪拉克(74.9) ↑	1年	路虎(60.0)	保时捷(50.0)
家居用品				
强化地板	圣象(28.4) ↑	1年	欧象地板(16.7)	菲林格尔(16.5)
实木地板	圣象(31.6) ↑	1年	方圆(24.4)	菲林格尔(19.9)
墙面漆	立邦(27.0) ↑	1年	多乐士(23.0) ↓	紫荆花(11.5)
木器漆(油漆)	立邦(25.9) ↑	1年	长颈鹿(19.0)	多乐士(18.9) ↓
瓷砖	马可波罗(25.3) ↑	1年	蒙娜丽莎(20.5)	冠军(15.4)
床垫	爱舒(24.6) ↑	1年	喜临门(20.0)	皇朝傢俬(19.2)
龙头/花洒	科勒(26.0) ↑	1年	TOTO(21.8)	惠达(15.2)
淋浴房	德立(25.9) ↑	1年	法恩莎(25.7)	科勒(25.7) ↓
太阳能热水器	美的(23.8) ↑	1年	AO史密斯(18.9)	太阳雨(17.4)
整体厨房	欧派(27.1) ↑	1年	安白(23.9) ↓	柏厨(23.1)
燃气灶	方太(23.8) ↑	1年	老板(18.0) ↓	西门子(17.6)
座便器	TOTO(35.4)	2年	科勒(29.7)	恒洁(18.9)
面盆	路易圣堡(28.7) ↑	1年	九牧(27.4) ↓	科勒(25.8)

1.资料来源：Chnbrand 2017年中国顾客推荐度指数 (C-NPS); 2. 事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销。



2017年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2017 C-NPS第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-NPS第二名 (得分)	2017 C-NPS第三名 (得分)
批发零售业				
蛋糕甜点连锁店	哈根达斯(24.4)	3年	克莉丝汀(23.9)	好利来(23.8)
中式快餐连锁	永和(13.8) ↑	1年	吉野家(12.4)	康师傅私房牛肉面(9.8)
中式连锁餐饮	海底捞(20.3) ↑	1年	小肥羊(18.0)	全聚德(17.2)
珠宝零售/连锁店	宝庆银楼(32.3) ↑	1年	亚一金店(25.1)	老庙黄金(22.5)
茶叶连锁店	张一元(35.2) ↑	1年	正兴德茶城(33.4)	吴裕泰(27.9)
咖啡连锁店	星巴克(27.1) ↑	1年	上岛咖啡(27.0)	Costa (24.8) ↓
西式快餐连锁	多米诺(18.5) ↑	1年	比克利(13.8)	必胜客(13.1) ↓
汽车租赁连锁	一嗨租车(27.5)	1年	神州租车(23.6)	国信租车(18.3)
孕婴童连锁店	啾呀(26.7) ↑	1年	乐友(19.7)	皇家(11.5)
西式连锁餐饮	王品牛排(23.2)	1年	蓝蛙西餐厅(22.5)	西堤厚牛排(20.6)
连锁药店	华氏大药房(27.3)	2年	金象大药房(25.2)	桐君阁(18.8)
大型超市	物美(24.6)	2年	家乐福(13.9)	沃尔玛(13.8)
电器城	大中电器(26.4)	2年	黑天鹅(26.0)	永乐电器(18.5)
连锁便利店	全家(25.3) ↑	1年	7-eleven(25.2) ↓	迪亚天天(17.4)
大型家居卖场	金海马(24.8) ↑	1年	宜家IKEA(24.1)	好美家(24.0)
连锁百货商场	新世界百货(21.3) ↑	1年	百盛百货(14.8)	巴黎春天百货(14.0)
加油站	中国石油(20.8) ↑	1年	中国石化(19.5) ↓	中油BP(12.8)
金融服务				
财产险	中国平安(22.9) ↑	1年	永安财产保险(12.0)	太平洋保险(7.2) ↓
人寿险	友邦保险(17.9)	3年	中国人寿(16.4)	中国平安(13.3)
汽车保险	中国平安(20.7) ↑	1年	中国人寿(18.3)	中国人保(16.0)
信用卡	招商银行(27.4)	2年	广东发展银行(26.2)	北京银行(22.4)
银行服务	中国工商银行(19.3) ↑	1年	招商银行(16.7)	中国建设银行(11.4) ↓
第三方支付平台	支付宝(24.1)	3年	百度钱包(18.6)	微信支付(17.3)
一般服务				
快捷酒店	布丁酒店连锁(26.9) ↑	1年	锦江之星(23.1)	安逸158(22.3)
旅行社	春秋国际旅行社(27.1) ↑	1年	锦江旅行社(24.1)	中国旅行社总社(20.8)
连锁电影院	万达影城(22.9) ↑	1年	华谊兄弟国际影城(21.3)	五月花电影城(18.5)
健身会所	一兆韦德健身(28.9)	1年	奥力健身(28.5)	第一时间(23.0)
培训服务	学而思(23.9)	1年	新东方(22.4)	英孚(19.1)
高端连锁酒店	希尔顿(48.3)	1年	华美达(42.8)	万豪(41.1)
快递服务	顺丰速运SF(24.5) ↑	1年	宅急送(6.3) ↓	申通快递STO(4.1)
航空服务	中国国际航空CA(26.5) ↑	1年	上海航空FM(23.1)	山东航空SC(21.9)
房产中介服务	满堂红链家(16.3)	1年	我爱我家(13.8)	21世纪不动产(10.5)
通讯服务	中国移动(21.6)	3年	中国电信(13.1)	中国联通(5.6)
专车服务	神州专车(18.9)	1年	滴滴专车(16.7)	优步(14.1)

1.资料来源: Chnbrand 2017年中国顾客推荐度指数(C-NPS); 2.事先未经Chnbrand明确书面同意, 禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销。



2017年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2017 C-NPS第一名 (得分)	连续 年数	2017 C-NPS第二名 (得分)	2017 C-NPS第三名 (得分)
网络服务				
综合性购物网站	东方CJ(18.5) ↑	1年	京东商城(13.7) ↓	淘宝(12.9)
互联网门户网站	凤凰网(18.9) ↑	1年	新浪(16.0) ↓	腾讯网(15.1)
婚恋网站	爱情公寓(27.1)	1年	世纪佳缘(7.9)	珍爱网(6.7)
视频服务网站/APP	优酷网(15.1) ↑	1年	爱奇艺(14.9) ↓	土豆网(13.5)
大型网络游戏运营商	起凡游戏(30.8) ↑	1年	联众(30.5)	世纪天成(23.9)
团购网站	拉手网(17.3) ↑	1年	百度糯米(15.5)	大众点评团(14.1) ↓
搜索引擎	百度(22.3)	3年	360搜索(4.2)	搜狗(2.1)
在线旅游服务	携程网(25.2) ↑	1年	艺龙旅行网(24.0) ↓	12580官方网站(20.3)
特卖网站	唯品会(22.0)	1年	尚品网(10.1)	聚尚网(8.7)

1.资料来源：Chnbrand 2017年中国顾客推荐度指数 (C-NPS); 2.事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本图表信息或研究结果用于广告或促销。

关于 C-NPS

中国顾客推荐度指数SM (China Net Promoter Score, 简称 C-NPS®)是由中国领先的品牌评级与品牌顾问机构 Chnbrand 实施的中国首个顾客推荐度评价体系,2015 年首次推出并获得了相关部门品牌政策专项资金的扶持。C-NPS 是反映有消费体验的消费者愿意向他人推荐企业产品或服务的程度,是企业产品或服务的现有顾客当中积极推荐者的比例减去贬损者的比例,从而得到净推荐值。C-NPS 是测定品牌口碑的重要指标,也是衡量顾客忠诚度的关键指标。作为一个连续的年度调查项目,C-NPS 每年向全社会发布最新调查结果,这些完全来自消费者反馈、真实传递消费者心声的独立、科学、即时的评价结果是中国消费风向标,为中国消费者作出明智的品牌选择提供了极具价值的指导。同时,C-NPS 的研究成果对于帮助企业最终扩大市场占有率、增加销售,预测企业未来成长的可能性有着重要的价值。

2017 年 C-NPS 调查区域覆盖全国 35 个城市,调查对象为 15 岁到 64 岁之间的常住居民,并根据性别、年龄、收入进行随机抽样,总样本数量为 18945 个,采用入户面访的调查方式完成,月度连续调查,历时 12 个月,覆盖 141 个细分行业,涉及被评价主流品牌 5600 余个。

媒体关系联系人

齐凯

中国北京

+86 01 6225 0811

qikai@chn-brand.com

欲了解有关排名及分析的完整信息,请访问 www.chn-brand.org/c-nps