

新闻稿

## 2019年C-NPS®研究成果权威发布 口碑势力将扭转营销格局

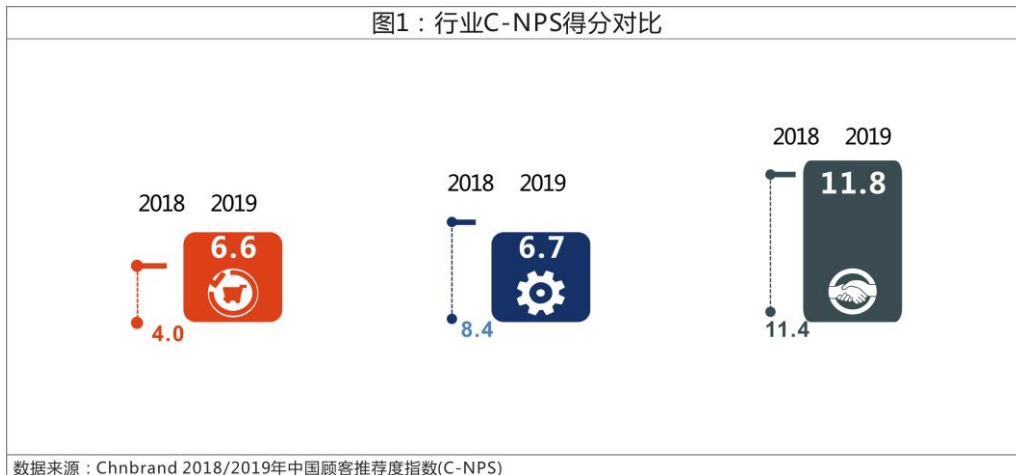
2019年1月15日，中国北京-品牌评级权威机构Chnbrand 今日发布2019年（第五届）中国顾客推荐度指数<sup>SM</sup> (C-NPS®)品牌排名和分析报告。该指数是中国首个顾客推荐度评价体系，2015年首次推出并获得相关部门品牌政策专项资金的扶持。报告核心结论如下：

- **2019年C-NPS略有提升，服务业净推荐值依然领先。**
- **中国品牌正在赢得更多肯定，增长主要来自耐消和服务品类；而将中国品牌推上第一名位置的，是二、三线城市消费者。**
- **中间态度减少，消费者更加旗帜鲜明地表达自己的好恶，口碑势力将扭转营销格局。**
- **作为品牌管理体系完整链条中的一环，NPS向内衡量消费者的品牌体验，向外链接消费者的口碑传递。口碑势力的增强，支撑和验证了Chnbrand在2018年提出的“品牌关系时代到来”的论点。**
- **最后，报告对品牌的口碑管理给出三点建议，分别是超出期望的独特体验、植入可传播因子，以及保持真诚。**

## 一、2019年C-NPS有关行业 and 变化方面的基本结论：

### 1. C-NPS 略有提升，服务业净推荐值依然领先

C-NPS 总分 8.4 分，较去年提升 1.5 分。其中，服务业表现依然最佳，其次是耐用消费品行业，快速消费品行业虽依然排在第三位，但较去年提升显著。



### 2. 二三线城市 C-NPS 表现优于一线城市

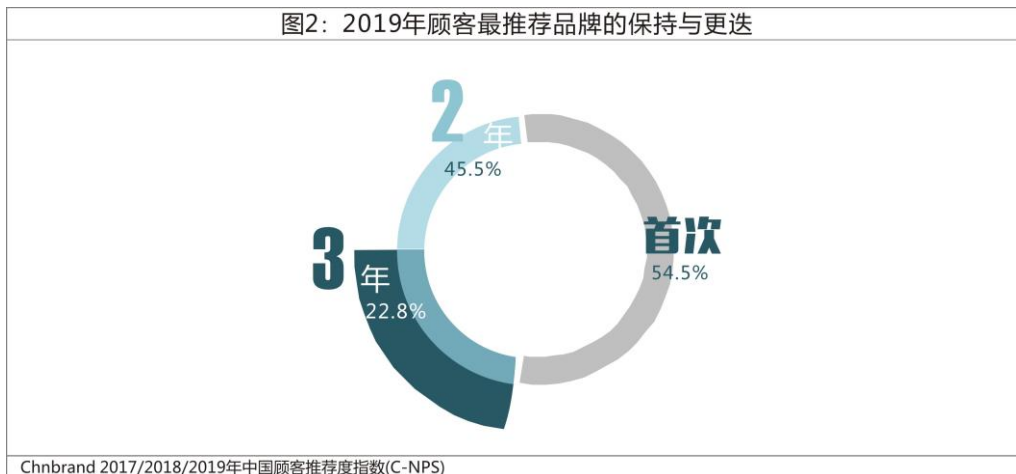
二三线城市 C-NPS 表现整体优于一线城市，服务行业体现地尤为明显。含金融（财产险、互联网银行）、网络（汽车互联网平台、民宿预定、地图类 APP）、一般服务（房产中介服务、健身会所）、连锁（酒业连锁、生鲜超市、眼镜连锁）等品类。互联网时代的到来，让二三线城市可获取的服务水准与一线城市持平或缩小，这些轻松可得的丰富、高品质的产品服务，拉升了当地消费者的客户体验和口碑。

### 3. 54.5%的顾客最推荐品牌易主

成绩的保持尤为不易，当绝对优势尚未形成时，领先地位的更迭随时可能发生，而 C-NPS 结果尤为敏感。数据显示，2019 年 C-NPS 调查中，79 个品类榜首发生变更，占比高达 54.5%。这些更迭多发生在势均力敌的品牌之间，如李锦记（酱料）取代六必居、格兰仕（电烤箱）取代美的、王老吉（凉茶）取代加多宝、海底捞（中式连锁餐饮）取代外婆家、居然之家（大型家居卖场）取代百安居、太平洋保险（财产险）取代中国平安等。

值得赞赏的是，过去三年中33个品牌持续夺冠，占比22.8%。他们当中既有行业领导

品牌，如茅台（高档白酒）、蓝月亮（洗手液、洗衣液）、乐扣乐扣（保鲜盒）、米其林（汽车轮胎）、双汇（火腿肠）、雪花（啤酒）、强生（婴儿/儿童洗浴/润肤品）、乐敦（保健型眼药水）、邦迪（创可贴）、爱玛（电动自行车）、科勒（龙头/花洒）、招商银行（信用卡）、王品牛排（西式连锁餐饮）、万达影城（连锁电影院）、神州专车（专车服务）；也有小而美的品牌，比如华氏大药房（连锁药店）。其成绩的保持殊为不易，值得尊重。



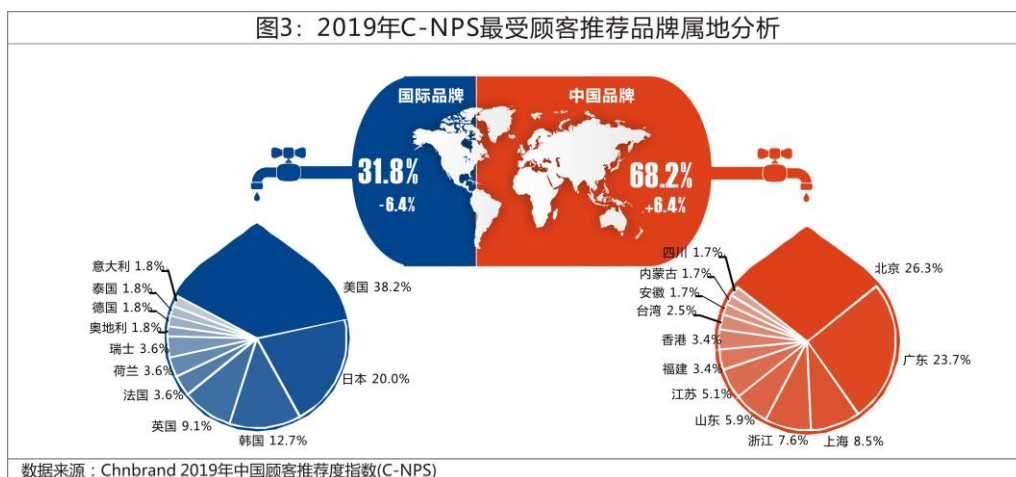
## 二. 中国品牌正在赢得更多消费者的肯定

### 1. 数量上, 173个最受顾客推荐品牌中, 68.2%来自中国, 较去年提升6.4个百分点。

分品牌属地看，在中国品牌中，北京、广东和上海贡献席位分列全国前三，贡献率分别为26.3%、23.7%和8.5%；另外31.8%的国际品牌中，占比较高的品牌分别来自美国、日本和韩国，贡献率分别是38.2%、20.0%和12.7%。

中国品牌数量实现较大幅度的增长，主要来自耐消和服务领域，增长率分别为9.8%和10.5%。

图3：2019年C-NPS最受顾客推荐品牌属地分析



## 2. 得分上，最受顾客推荐的中国品牌C-NPS均值为18.0，高于国际品牌的14.8。

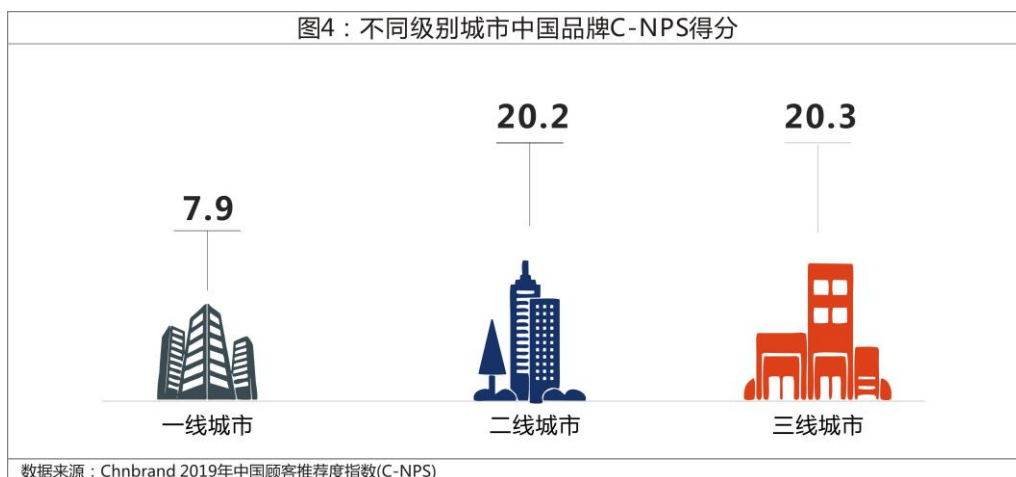
相比2018年中国品牌（15.6）和国际品牌（15.8）的得分对比，中国品牌赢得了更多用户的推荐。

顾客推荐，体现服务品质的同时，也传达消费者对于品牌的信心。中国品牌得到的肯定，正是两者合力的结果。企业持续稳定的服务品质，和消费者日渐拓展的眼界与自信，共同推高了中国品牌的口碑。支付宝（第三方支付平台）、农夫山泉(矿泉水)、海底捞（中式连锁餐饮）、银泰百货（连锁百货商场）等中国品牌，凭借优质的用户体验与沟通，取得显著地分值提升。

值得一提的是华为过去几个月内实现的短期逆转。在8月份C-CSI中国顾客满意度评价中败给苹果的华为，经历了刚刚过去的一段艰难时光，成功逆转，以高于去年1.8分的成绩，摘取手机品类顾客最推荐品牌桂冠。这再次印证推荐度必不能脱离品牌情感而独立存在。

## 3. 二线、三线城市消费者是中国品牌最主要的追随者

将中国品牌推上最受顾客推荐品牌位置的，主要是二三线城市消费者，其净推荐值高出一线城市12分以上。



### 三、消费者更加爱憎分明和乐于表达，口碑势力将扭转营销格局

2019年C-NPS验证的一个重要假设，就是消费者越来越习惯并乐于表达他们的好恶，口碑对市场结果的反作用将逐渐放大和加速。为说明这个结论，需对方法做简单说明。C-NPS反映有消费体验的用户向他人推荐该品牌产品或服务的意愿，根据意愿强弱，消费者被分为推荐者、被动者和贬损者三类，推荐者与贬损者的比例之差构成净推荐值（NPS）。

2019年数据显示，持中间立场的被动者比例，正在大幅下滑，由去年的54.7%降为46.8%，降幅高达14.5%。两极化发展的态度，一方面可以归结于信息传播环境带来的便利，互联网为自我表达提供了多元路径；另一方面，是人的变化，认知和经验都在开拓升级的消费者，越来越忠诚于自我感受，能够并敢于给出独立判断，而不是像以往那样隐匿于主流观念当中。

口碑势力的壮大，意味着品牌主直接可控的媒介传播与不可控的自发式舆论传播的力量对比正在改变。这把两个问题推到品牌主面前：

其一，如何真正提升品牌体验；

其二，如何将口碑有效纳入营销管理。

口碑意义的增强，是品牌关系时代到来的表现之一。

NPS向内衡量消费者的品牌体验，向外链接消费者的口碑传递。是品牌管理体系完整链条中的一环。Chnbrand执行总裁刘娜表示，本次调查发现的口碑意义的增强，对我们去年提出的“品牌关系时代到来”结论提供了新的支撑维度。2018年4月C-BPI

指数研究发布宣称,与消费者构建更深层的关系链接,将是品牌未来的重要工作方向。而构筑深层的关系链接,建立在三个基础之上,把消费者还原成个体的完整理解(看见)、品牌各触点上的价值实现(触到),以及消费者的认同和带着主体感的传播(成为)。而后两个过程,恰恰是品牌体验与口碑传递的过程。本次调查的结果,进一步完善了品牌关系体系的构成。

#### 四. 关于口碑提升的三点建议

NPS的管理与提升,是涉及企业内部多流程的复杂系统,需要针对性研究与建议。而Chnbrand给出以下三个提升口碑的小建议,希望对品牌管理者有所启发。

##### 1. “满意到推荐之间,差一个惊喜”——期望管理

满意是达到期望,而推荐,是超出期望。制造额外的、独特的用户体验,让用户记住并被打动,这正符合诺贝尔奖得主Daniel Kahneman提出的峰终定律原理。决定用户整体体验高度的,是峰值所能达到的高度,而峰值的出现,往往就是消费者获得期望之外服务的时刻,哪怕只是一个小惊喜。例如亚朵酒店在客人离店时主动送上温度适宜的矿泉水,足以拉高消费者对整个酒店的服务评价。

##### 2. “满意到推荐之间,差一个话题”——差异化管理

推荐意愿,可能发自对品牌的情感;而推荐行为,则需要一个“值得一提”的理由。这个理由应该是品牌主设计并提供。制造可自发传播的因子,创造口碑传播的空间和话题,让消费者可以以一种理性的态度,做出一个有信息量的推荐。

##### 3. “保持真诚”——不当的营销努力,会带来反噬

口碑势力的崛起,意味着那些谋求短期收益、缺乏真诚的营销手腕,不但不能奏效,还会带来负面效果。最具话题和传播性的电影行业,在过去一年里尤为明显地传达出了这样的信号。几部主打情怀、大IP和流量明星的电影,虽然在刚上映时靠前期宣发收割票房,但之后立即出现票房断崖式下跌乃至撤档。一般产品和服务市场,不会体现出如此极端和快速的口碑反馈,但趋势并无不同。这再次回到了我们之前的观点,尊重消费者的体验,构筑长期和深度的品牌关系,或是一条看似漫长的捷径。



# 2019年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(注: C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2019 C-NPS第一名 (得分)	2019 C-NPS第二名 (得分)	2019 C-NPS第三名 (得分)
<b>食品</b>			
口香糖	乐天(18.5)	炫迈(14.8)	益达(12.7)
巧克力	瑞士莲(20.0)	费列罗(19.7)	德芙(12.7)
润喉糖/片	金嗓子(22.6)	王老吉(20.7)	荷氏(17.3)
膨化食品	乐事(12.6)	旺旺(10.0)	品客(6.7)
饼干/威化	奥利奥(11.2)	好吃点(7.1)	嘉士利(3.6)
方便面	农心(24.7)	汤达人(10.9)	华丰(10.5)
派	好丽友(8.5)	达利园(-4.2)	光明(-10.0)
火腿肠	双汇(11.6)	春都(8.6)	雨润(4.2)
速冻食品	好利来(18.2)	湾仔码头(6.7)	思念(5.9)
冰淇淋/雪糕	哈根达斯(21.2)	德氏(20.0)	八喜(15.5)
食用油	胡姬花(15.2)	鲁花(14.2)	金龙鱼(9.0)
婴幼儿奶粉	美素佳儿(16.1)	贝因美(13.5)	爱他美(0.0)
坚果/干果	三只松鼠(30.0)	果园老农(27.8)	百草味(24.0)
酱油	东古(11.5)	海天(11.0)	李锦记(8.1)
食醋	水塔(12.5)	龙门(12.2)	紫林(11.2)
酱料	李锦记(14.8)	味好美(14.6)	六必居(13.7)
<b>饮品</b>			
瓶装水	农夫山泉(13.7)	百岁山(13.1)	康师傅(10.0)
100%纯果汁	汇源(8.0)	味全每日C(5.6)	嘉宝(-3.0)
果汁/果味饮料/蔬菜汁	椰树(7.3)	汇源(6.8)	农夫山泉水溶C100(4.5)
功能饮料	红牛(11.0)	脉动(10.2)	健力宝(-1.5)
茶饮料	农夫山泉茶π(11.2)	康师傅(7.6)	三得利(4.6)
速溶咖啡	中原G7(12.3)	KOPIKO(可比可)(10.9)	雀巢(8.7)
凉茶	王老吉(0.6)	加多宝(0.4)	和其正(-4.2)
乳酸菌饮料	养乐多(15.3)	伊利畅意100%(13.3)	味全(11.9)
液态奶	特仑苏(22.0)	三元(21.4)	辉山(20.8)
酸奶	蒙牛(21.0)	伊利牌臻选(20.8)	伊利安慕希(20.2)
啤酒	雪花(15.8)	蓝带(15.6)	哈尔滨(14.9)
国产葡萄酒	张裕(7.4)	茅台(7.1)	长城(1.2)
高档白酒	茅台(17.4)	剑南春(13.8)	五粮液(7.0)
主流白酒	海之蓝(19.4)	老白汾酒(15.0)	五粮春(12.5)
<b>药品/保健品</b>			
维生素补品	汤臣倍健(31.1)	黄金搭档(29.9)	善存(22.7)
感冒药	三九感冒灵(8.9)	新康泰克(8.6)	感康(7.4)
保健型眼药水	乐敦(9.5)	海昌(7.9)	润吉(6.1)
创可贴	邦迪(9.6)	云南白药(6.8)	邦牌(2.2)
阿胶	东阿阿胶(12.4)	宏济堂(10.0)	福牌阿胶(7.8)

1.数据来源: Chnbrand 2019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。



# 2019年C-NPS®行业TOP3品牌榜

(注：C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2019 C-NPS第一名 (得分)	2019 C-NPS第二名 (得分)	2019 C-NPS第三名 (得分)
<b>生活用品</b>			
碗碟洗洁精	开米(14.8)	金鱼(11.5)	安利(10.3)
消毒液	滴露(13.3)	安利必速(11.4)	洛娃(2.8)
电动剃须刀	松下(16.0)	朗威(15.8)	飞利浦(8.6)
牙膏	竹盐(19.7)	舒客(19.6)	云南白药(19.3)
香皂	滴露(25.3)	上海香皂(18.5)	六神(18.5)
洗手液	蓝月亮(11.8)	舒肤佳(11.4)	滴露(8.8)
洗面奶	百雀羚(17.3)	SK-II(14.5)	雅漾(13.7)
婴儿/儿童洗浴/润肤品	强生(13.2)	贝亲(12.4)	嗶呵(0.0)
沐浴露	凌仕(16.3)	多芬(11.0)	舒肤佳(9.1)
洗发水	100年润发(22.0)	沙宣(18.6)	拉芳(17.5)
洗衣粉	立白(5.7)	白猫(4.6)	雕牌(3.8)
洗衣液	蓝月亮(13.7)	白猫(7.3)	卫新(7.1)
衣物柔顺剂	金纺(14.2)	蓝月亮(4.3)	柔丽(-10.8)
纸巾/卷纸	维达(43.7)	五月花(38.3)	洁云(34.5)
婴幼儿纸尿裤/纸尿片	好奇(2.3)	帮宝适(0.6)	爹地宝贝(-2.0)
卫生巾/卫生护垫	益母草(51.7)	安尔乐(48.2)	小护士(37.7)
护发素/润发露	沙宣(42.7)	蜂花(40.1)	力士(40.0)
男士护肤品	高夫(19.0)	欧莱雅(9.8)	阿曲达斯(7.0)
女士护肤品	兰蔻(32.8)	雪花秀(19.9)	雅诗兰黛(17.6)
<b>时尚用品</b>			
女鞋	他她(21.7)	百丽(4.3)	达芙妮(3.9)
男士皮鞋	华伦天奴(20.3)	金利来(18.9)	卡帝乐鳄鱼(18.0)
运动鞋	新百伦(22.5)	耐克(13.3)	阿曲达斯(8.4)
男士正装	海澜之家(12.4)	雅戈尔(12.0)	七匹狼(11.4)
男式衬衫	雅戈尔(29.9)	鳄鱼(27.8)	海澜之家(25.0)
休闲裤/牛仔褲	李维斯(31.8)	佐丹奴(29.1)	真维斯(26.6)
运动服装	耐克(11.6)	三叶草(10.3)	李宁(7.5)
童装/婴幼儿服装	丽婴房(11.8)	巴布豆(5.0)	好孩子(-1.6)
羽绒服/棉衣	波司登(25.6)	雅鹿(23.9)	耐克(21.6)
男士商务休闲装	海澜之家(17.0)	七匹狼(9.5)	雅戈尔(6.2)
快时尚服装	优衣库(14.4)	ZARA(12.5)	GAP(9.4)
手表	欧米茄(40.5)	浪琴(39.5)	上海(22.9)
<b>信息通讯</b>			
手机	华为(24.5)	苹果(22.7)	OPPO(16.2)
笔记本电脑	苹果(25.2)	联想(15.3)	Thinkpad(14.9)
学习类辅助工具	诺亚舟(2.0)	好记星(-7.8)	读书郎(-9.0)

1.数据来源：Chnbrand 2019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。





## 2019年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(注: C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2019 C-NPS第一名 (得分)	2019 C-NPS第二名 (得分)	2019 C-NPS第三名 (得分)
<b>其他消费品</b>			
机油/润滑油	嘉实多(13.7)	美孚(12.2)	阿波罗(11.8)
干电池	南孚(33.2)	双鹿(12.7)	555(5.4)
隐形眼镜	海昌(28.1)	强生(27.6)	博士伦(8.9)
保鲜盒	乐扣乐扣(13.1)	特百惠(5.9)	乐百惠(5.0)
不锈钢保温杯/瓶/壶	虎牌(19.1)	特百惠(10.0)	乐扣乐扣(9.0)
狗粮/猫粮	爱倍(9.4)	康多乐(6.7)	好主人(3.8)
高档香烟	黄鹤楼(12.7)	中华(11.6)	苏烟(8.9)
主流香烟	南京(38.3)	黄金叶(35.8)	红双喜(武汉)(30.4)
户外装备	兵行者(21.9)	洛克兄弟(20.4)	全能量(20.0)
<b>家电产品</b>			
彩电	三星(16.4)	夏普(15.7)	索尼(14.8)
洗衣机	松下(13.3)	海尔(12.8)	西门子(11.8)
电冰箱	LG(28.9)	海尔(14.6)	松下(14.2)
空调	三菱重工(18.7)	格力(18.4)	三星(14.7)
电热水器	AO史密斯(25.9)	樱花(14.5)	美的(12.2)
抽油烟机	华帝(12.1)	方太(10.7)	老板(9.5)
吸尘器	海尔(19.4)	飞利浦(11.5)	美的(4.9)
微波炉	格兰仕(9.4)	美的(6.6)	西门子(-3.6)
电饭煲	美的(11.2)	苏泊尔(10.8)	松下(4.3)
电磁炉	美的(12.0)	苏泊尔(3.0)	格兰仕(0.9)
加湿器	美菱(26.7)	美的(16.9)	大松(13.7)
豆浆机	九阳(15.5)	飞利浦(4.6)	美的(4.0)
榨汁机	飞利浦(14.2)	惠人(12.5)	九阳(9.0)
空气净化器	小米(19.7)	飞利浦(14.8)	松下(5.3)
净水器	3M(8.7)	美的(7.9)	净邦(4.6)
电烤箱	格兰仕(20.0)	美的(19.7)	长帝(-5.8)
数码相机	尼康(25.7)	佳能(19.4)	松下(10.2)
体感游戏机	微软(20.8)	小霸王(14.7)	外星科技(-6.5)
<b>汽车/电动车</b>			
电动自行车	爱玛(16.4)	新日(16.2)	立马(16.2)
汽车轮胎	米其林(14.6)	普利司通(13.4)	固特异(10.5)
主流车	一汽丰田(50.0)	广汽本田(38.3)	东风雪铁龙(29.8)
豪华车	宝马(34.4)	奥迪(22.7)	奔驰(-7.6)
<b>房地产</b>			
大型房地产开发商	保利(10.5)	碧桂园(-1.0)	SOHO(-1.9)

1.数据来源: Chnbrand 2019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。



# 2019年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(注: C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2019 C-NPS第一名 (得分)	2019 C-NPS第二名 (得分)	2019 C-NPS第三名 (得分)
<b>家居用品</b>			
强化地板	圣象(17.3)	大自然(14.3)	菲林格尔(-1.0)
实木地板	大自然(15.2)	圣象(14.7)	世友(2.1)
墙面漆	华润(16.1)	立邦(15.5)	多乐士(13.0)
木器漆(油漆)	立邦(17.5)	三棵树(9.8)	多乐士(7.0)
瓷砖	蒙娜丽莎(18.3)	诺贝尔(17.7)	马可波罗(16.1)
床垫	Simmons(席梦思)(28.7)	慕思(15.3)	强力(13.4)
木门	梦天木门(4.9)	华鹤木门(4.6)	尚佰木门(-5.9)
龙头/花洒	科勒(12.7)	九牧(6.3)	TOTO(4.3)
淋浴房	阿波罗(12.1)	科勒(10.9)	箭牌(7.5)
太阳能热水器	四季沐歌(17.0)	A.O.史密斯(16.7)	皇明(16.2)
整体厨房	柏厨(8.9)	帅康(7.6)	海尔(6.7)
燃气灶	老板(8.2)	帅康(8.1)	华帝(6.4)
座便器	TOTO(17.7)	科勒(16.6)	箭牌(9.6)
面盆	九牧(14.1)	科勒(13.8)	白色恋人(4.5)
<b>批发零售业</b>			
蛋糕甜点连锁店	好利来(20.8)	皇冠蛋糕(19.2)	哈根达斯(18.5)
眼镜销售连锁店	精益眼镜(16.1)	宝岛眼镜(15.4)	东方眼镜(11.9)
中式快餐连锁	吉野家(19.1)	真功夫(14.0)	美国加州牛肉面大王(13.7)
中式连锁餐饮	海底捞(24.1)	麻辣诱惑(17.4)	傣妹火锅(17.3)
珠宝零售/连锁店	施华洛世奇(28.1)	六福珠宝(15.4)	周大福(14.4)
茶叶连锁店	张一元(19.3)	吴裕泰(8.9)	天福茗茶(8.4)
咖啡连锁店	星巴克(23.1)	上岛咖啡(22.4)	左岸咖啡(8.8)
西式快餐连锁	肯德基(18.3)	必胜客(17.8)	麦当劳(16.0)
汽车租赁连锁	神州租车(26.8)	和谐租车(26.5)	一嗨租车(3.1)
酒业连锁店	酒立方(9.8)	壹玖壹玖(-1.1)	玉帛酒行(-16.1)
美容美发连锁店	乔思(48.9)	永琪(18.8)	审美(16.1)
孕婴童连锁店	乐友(17.5)	米氏孕婴(7.9)	丽婴房(4.5)
西式连锁餐饮	王品牛排(18.1)	新元素餐厅(11.1)	独角兽餐厅(10.9)
连锁药店	华氏大药房(26.7)	同仁堂(18.1)	国大药房(16.0)
汽车美容维修/快修连锁店	洗车人家(8.5)	月福(0.0)	特福莱(0.0)
大型超市	永辉(20.6)	家乐福(20.3)	沃尔玛(19.6)
电器城	国美(15.7)	工贸家电(15.0)	苏宁易购(6.7)
连锁便利店	罗森(26.7)	新天地超市(24.6)	全家(22.6)
大型家居卖场	居然之家(17.1)	百安居(16.9)	宜家IKEA(13.5)
连锁百货商场	银泰百货(30.5)	新玛特(21.5)	新世界百货(19.4)
加油站	中国石化(19.8)	中国石油(19.4)	中化道达尔(17.6)
生鲜超市	鲜又多(16.7)	本来生活(5.6)	华联生鲜(1.5)

1.数据来源: Chnbrand 2019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。



# 2019年C-NPS® 行业TOP3品牌榜

(注：C-NPS得分在负100分到正100分之间)

品 类	2019 C-NPS第一名 (得分)	2019 C-NPS第二名 (得分)	2019 C-NPS第三名 (得分)
<b>金融服务</b>			
财产险	太平洋保险(16.2)	中国人寿(6.4)	中国人保(-1.4)
人寿险	中国人寿(15.3)	太平洋保险(14.2)	中国平安(-2.7)
汽车保险	中国平安(24.8)	中华保险(24.2)	中国人保(24.0)
信用卡	招商银行(18.8)	中国工商银行(17.0)	光大银行(16.5)
银行服务	中国工商银行(16.9)	中国建设银行(16.4)	中国民生银行(15.0)
第三方支付平台	支付宝(25.7)	微信支付(23.7)	翼支付(21.6)
互联网银行	微众银行(-11.1)	亿联银行(-22.7)	网商银行(-26.0)
<b>网络服务</b>			
综合性购物网站	淘宝(18.5)	京东(15.7)	天猫(12.3)
互联网门户网站	新浪(15.9)	腾讯网(13.6)	凤凰网(8.7)
招聘门户网站	中华英才网(30.3)	前程无忧(24.9)	58同城招聘(4.7)
婚恋网站	珍爱网(11.7)	百合网(11.6)	世纪佳缘(-2.6)
视频服务网站/APP	芒果TV(21.0)	腾讯视频(18.7)	爱奇艺(15.2)
大型网络游戏运营商	腾讯游戏(18.5)	盛大游戏(7.0)	网易(3.7)
团购网站	美团(16.0)	大众点评网(12.1)	淘宝聚划算(6.3)
搜索引擎	百度(20.0)	360搜索(9.8)	谷歌(5.7)
在线旅游服务	去哪儿(19.7)	同程网(6.5)	携程网(4.0)
特卖网站	聚美优品(29.9)	凡客VANCL(29.4)	唯品会(4.0)
汽车互联网平台	太平洋汽车网(-8.0)	汽车之家(-8.8)	易车网(-19.7)
二手车直卖网/交易网	瓜子二手车直卖网(19.1)	优信二手车(18.6)	人人车(-10.1)
外卖平台	饿了么(24.4)	百度外卖(10.9)	到家美食会(9.4)
民宿预定平台	小猪(32.2)	携程(-10.4)	缤客(-16.1)
地图类APP	百度地图(19.3)	高德地图(17.1)	腾讯地图(-30.5)
<b>一般服务</b>			
快捷酒店	汉庭(11.8)	锦江之星(11.4)	如家(8.7)
旅行社	锦江旅行社(14.3)	中国国际旅行社(8.7)	中青旅(8.2)
连锁电影院	万达影城(18.9)	金逸国际影城(18.7)	五月花电影城(18.2)
健身会所	青鸟(12.5)	中体倍力(10.0)	一兆韦德(-1.7)
培训服务	新东方(7.0)	北大青鸟(3.6)	英孚(0.0)
高端连锁酒店	香格里拉(21.7)	希尔顿(20.0)	喜来登(18.0)
快递服务	京东快递(32.4)	德邦(25.6)	顺丰速运(24.8)
航空服务	南方航空(14.9)	东方航空(14.7)	山东航空(12.5)
房产中介服务	21世纪不动产(13.8)	玛雅房屋(6.7)	我爱我家(-5.0)
通讯服务	中国移动(17.5)	中国电信(10.5)	中国联通(7.2)
专车服务	神州专车(8.2)	滴滴专车(7.0)	优步(5.1)
共享单车	摩拜(25.2)	小蓝单车(16.1)	哈罗单车(15.1)
社交类APP	微信(42.7)	抖音(30.0)	微博(27.4)
综合新闻资讯类APP	今日头条(30.5)	天天快报(23.6)	一点资讯(18.6)

1.数据来源：Chnbrand 2019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<sup>SM</sup> (China Net Promoter Score, 简称 C-NPS<sup>®</sup>)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, 为中国消费者做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。

2019 年 C-NPS 调查区域覆盖全国 65 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 2,492,250 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 173 个细分行业, 涉及被评价主流品牌 7100 余个。

### 媒体关系联系人

齐凯

中国北京

+86 010 6225 0811-867

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](http://www.chn-brand.org/c-nps)