

新闻稿

2020年C-NPS®研究成果权威发布

口碑生态圈持续扩大，企业迎来新一轮发展机遇期

以满足消费者自我扩张需求为目标，与消费者一起成就美好生活的品牌将引领“高光时刻”

2020年1月8日，中国北京-品牌评级权威机构Chnbrand今日发布2020年（第六届）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年首次推出并获得相关部门品牌政策专项资金的扶持。

2020年C-NPS核心发现：

- 2020年C-NPS得分为14.8分，增幅明显。婴幼儿、生活家电、出行娱乐相关领域，消费者口碑活跃度持续走高，尤其是一线城市、高收入消费者，更加乐于口碑推荐。
- 从变化角度上看，本年度C-NPS表现出三大趋势：其一，从行业总体来看，消费者更加乐于自我表达，产品与服务体验总体向好。在C-NPS得分构成上，表现为被动者减少，推荐者增加；其二，从分行业趋势来看，服务行业净推荐值持续上升；耐用消费品行业大幅增长，体验管理取得较大突破，C-NPS得分正在向服务行业看齐；其三，从细分品类来看，口碑生态圈持续扩大，尤其是品质生活强相关品类，消费者关注的颗粒度更加精细。加湿器、吸尘器、米、面、调味品等多个“隐形品类”成为口碑推荐的“新大陆”。
- 伴随着消费者主场感日益强烈以及对美好生活建造热望的蓬勃生长，体验管理将进入新的生命周期，“以满足消费者自我扩张需求为目标，与消费者一起成就美好生活”将成为这一阶段的核心主题。对于品牌而言，回归生活本身，把“消费者”当作“生活者”，将产品与服务的触角延伸到日常生活更精细的碎片场景中，帮助消费者发现美好、感知美好、享受美好，是企业赢得市场、获得长久价值的重要能力。

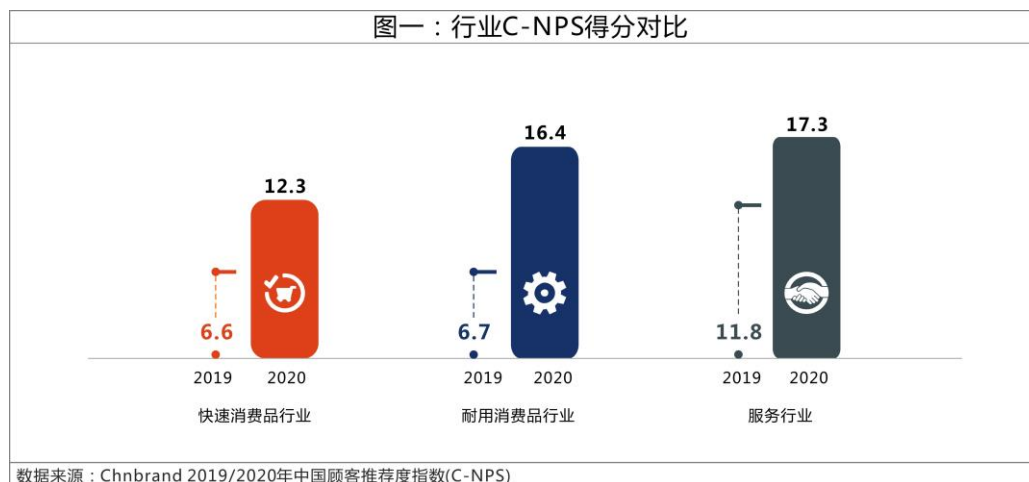
一、2020 年 C-NPS 增势明显

2020 年中国顾客推荐度调查数据结果显示，C-NPS 总分 14.8 分，较去年提升 6.4 分。上升来自于三个层面的增长贡献：

1. 服务行业净推荐值持续提升，耐用消费品行业大幅增长

从 C-NPS 行业得分上看，服务行业表现最佳，为 17.3 分，净推荐值持续提升；耐用消费品行业以 9.7 分的增幅居增长之冠；快速消费品行业虽位列第三，但较去年提升明显。

推荐度最高的 20 个品类中，服务行业占比较高。其中，机场服务、旅游城市、大型主题乐园等品类，净推荐值均处于高位。



2. 被动者减少，推荐者增加，消费者更加乐于自我表达，产品与服务体验总体向好

从 C-NPS 构成来看，被动者向推荐者大幅流动。

C-NPS 得分是指推荐者 (Promoter) 与贬损者 (Detractor) 差值构成的净推荐值，直观描述消费者对某个产品或服务的推荐意向。本年度被动者比例为 39.7%，较去年下滑 7.1%；推荐者比例为 37.6%，相比去年，提升 6.8%。

据 Chnbrand 研究发现，被动者减少，主要源于传播环境、传播方式以及传播语境变化对消费者口碑的激发与引导。一方面数字互联网时代为消费者提供了更多的口碑输出通道与品牌社交话题；另一方面，诸多种草类直播平台的快速扩张，进一步激发消费者自我表达的意愿。让消费者从围观者变成传播者与种草者，更加积极活跃地表

达感知体验。

推荐者增加，也发出了产品与服务体验总体向好的信号，表明企业在消费者体验与口碑管理上已初见成效，这将成为未来驱动企业持续增长的核心引擎。

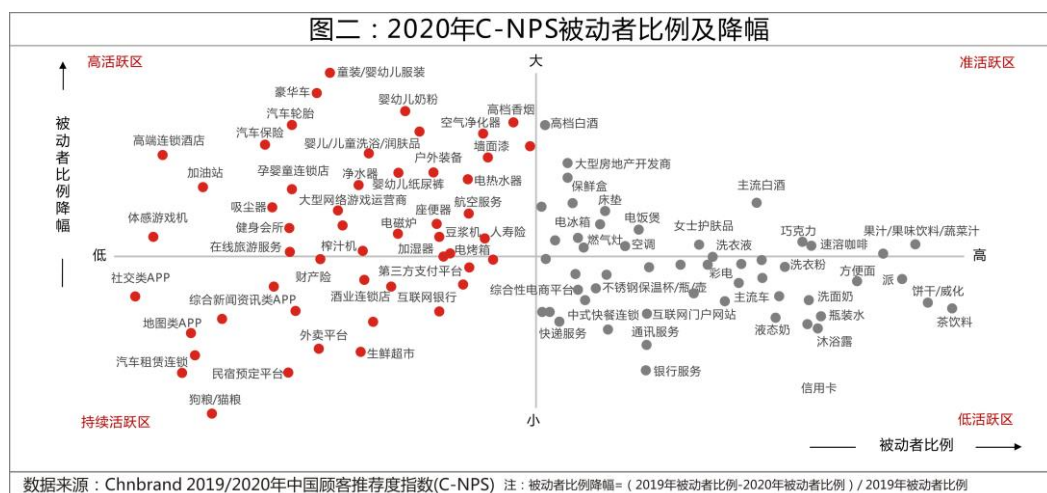
3. 口碑生态圈持续扩大，尤其是品质生活强相关品类，消费者关注的颗粒度更加精细，“隐形品类”正在溢出

从C-NPS细分品类净推荐值来看，推荐度最高的20个品类中，厨房用品占比达30%，大米、面粉、沙拉酱/沙拉汁、食盐、耗油、鸡精...这些曾经被忽略的“隐形品类”正在浮出水面，推荐者爆发式增长，成为驱动口碑上升的新势力，同时表现出较高的净推荐值。

可以看到，在消费升级与品质生活趋势引领下，消费者口碑已经触达到品质生活强相关的日常品类，关注的颗粒度也更加细致，口碑生态圈进一步扩大。我们相信，随着生活方式的变化，口碑下沉会成为未来的常态，越来越多日常生活中的“隐形品类”将涌向前台，成为消费者表达、展现美好生活的“新大陆”，并作为新一轮的社交货币，引领口碑新势力，彰显消费者更加精致的生活态度。

二、行业高速变化，众多沉默行业纷纷进入到消费者分享的话题圈，迎来品类增长的“高光时刻”

2020年C-NPS一个重要的变化趋势，就是被动者比例大幅减少。通过C-NPS被动者比例及降幅交叉分析，可以进一步观测到各个行业口碑活跃度差异与动态流向。



根据被动者比例及被动者比例降幅，我们将品类划分为四个区域。其中，被动者比例越低、降幅越大的品类，所在区域口碑活跃度越高，并表现为以下两大典型特征：

1. 构成上，美好生活安全感、获得感、幸福感相关的品类，口碑活跃度较高

- **满足美好生活“安全感”的品类**：婴幼儿奶粉、婴幼儿纸尿裤、童装/婴幼儿服装、婴儿/儿童洗浴/润肤品...这些以安全为购买驱动要素的品类，被动者降幅较大，口碑活跃度持续走高；
- **体现美好生活“获得感”的品类**：净水器、空气净化器、榨汁机、吸尘器...这些能够及时兑现日常生活小美好的家电品类，正在进入消费者体验与分享的视野，表现出较高的口碑活跃度；
- **带来美好生活“幸福感”的品类**：高端连锁酒店、豪华车、体感游戏机、健身会所、大型网络游戏运营商等能够为消费者带来幸福愉悦体验的品类，将进一步引领口碑势力。

2. 趋势上，行业口碑壁垒正在被打破，满足“消费者自我扩张”需求的品牌，将引领“高光时刻”

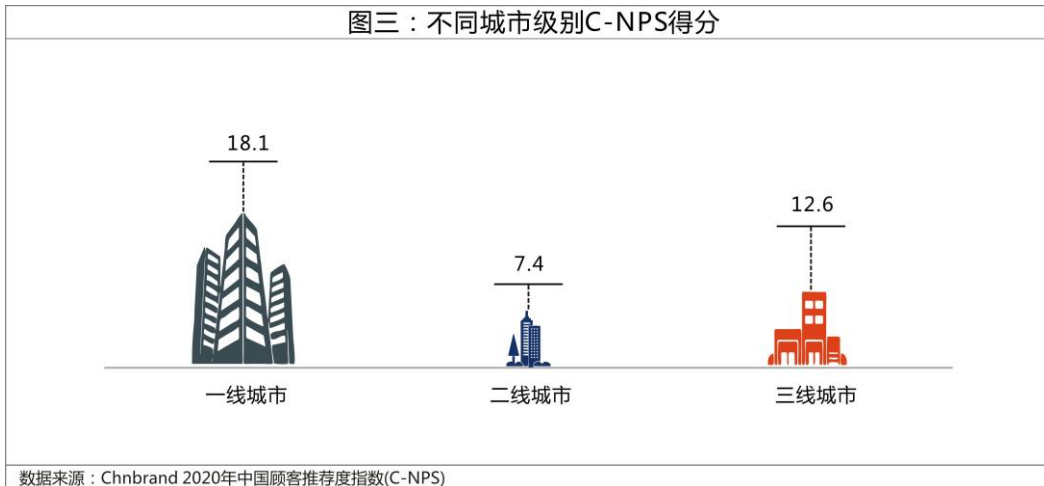
随着年轻一代，尤其是“Z世代”人群的崛起，消费者的主场感更加明显，建造、支配生活的热望也更加强烈。他们懂生活，乐于表达，积极探索日常生活中触手可及的小美好，并将口碑力量延伸至各个细微触点中去，成为生活中的“种草人”。

2019/2020年C-NPS被动者比例降幅充分印证了这一趋势。对比去年，座便器、吸尘器、净水器这些能够提升生活质感的“隐形品类”，以较大的被动者降幅比例跃升至高活跃区，口碑活跃度已经发生了“线性转移”。相反，茶饮料、沐浴露、信用卡等品类仍然处于低活跃区。

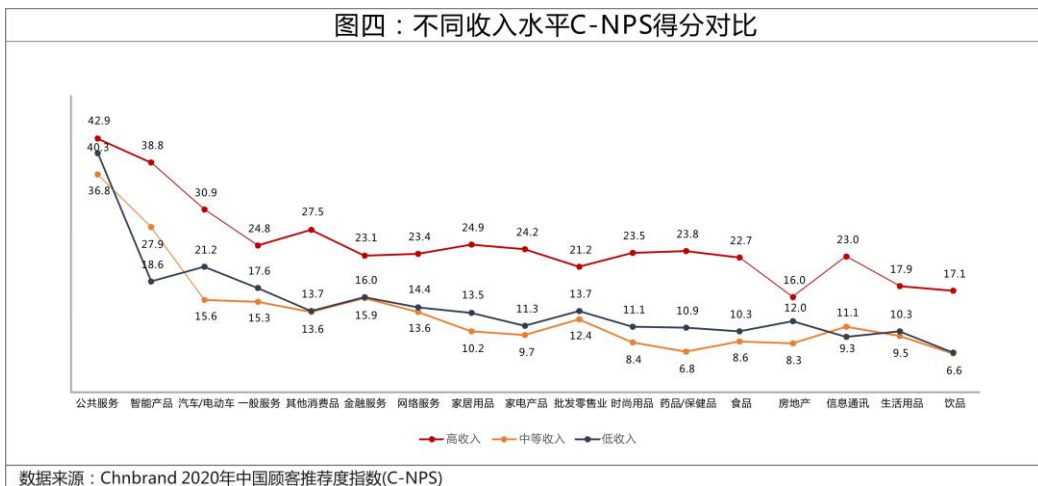
这一现象，为我们带来了对于NPS底层逻辑的思考。消费者口碑是基于值得讨论并乐于讨论而产生，因此，无论行业规模、品牌大小，只要能够满足“消费者自我扩张”需求，为消费者带来极致体验、成就美好生活的品牌，就能进入口碑话题圈，并为企业赢得高度赞誉。高口碑活跃度的行业，如果不加以呵护，也会变为沉寂；低口碑活跃度的行业，也可以通过寻找激活因子，迎来增长的“高光时刻”。

三、一线城市、高收入人群，更加乐于口碑推荐

从城市级别上看，一线城市推荐度最高，为 18.1 分；其次是三线城市，为 12.6 分；二线城市则最低，为 7.4 分。



一线城市、高收入消费者，往往是品牌的重点关注人群，很容易获得并享有更好的产品、服务体验，具备口碑推荐的基础；随着高铁路网建设和移动互联的快速发展，空间、时间与心理距离都在迅速消弭，三线城市需求得以最大化满足，由此带来用户体验与口碑的持续增长。

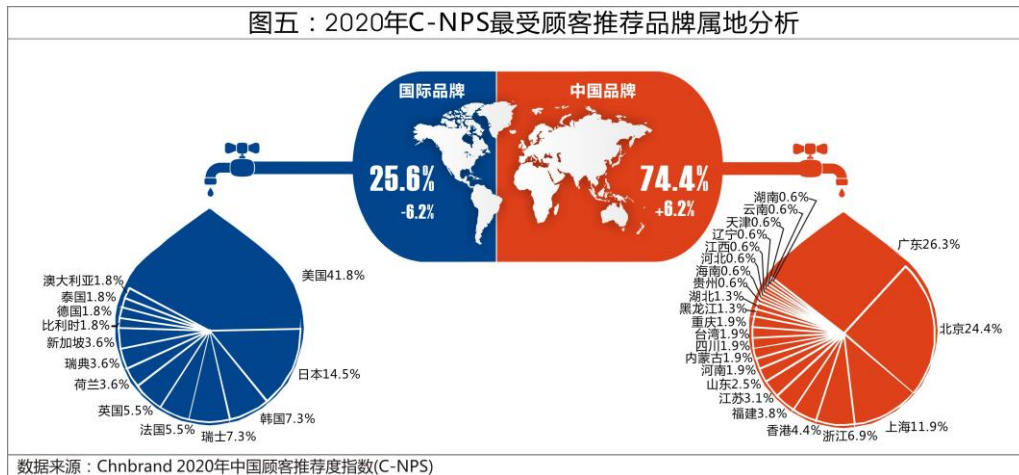


四、中国品牌，美好生活方式口碑引领力量正在蓬勃生长

1. 消费者对中国品牌的信心持续增强

从 C-NPS 品牌属地上来看，215 个最受顾客推荐品牌中，74.4%来自中国，较去年提升 6.2 个百分点。广东、北京、上海位列全国前三，分别贡献席位 42 席、39 席、

19 席。另外 25.6%的国际品牌中，占比较高的品牌则来自美国、日本，分别为 23 席、8 席，韩国和瑞士位列第三，均为 4 席。



2. 64.0%的顾客最推荐品牌易主，新晋榜首中，70.5%为中国品牌

2020 年 C-NPS 调查数据结果显示，112 个品类榜首发生变更，占比高达 64.0%。而新晋榜首中，70.5%来自中国品牌。

中国品牌逆袭战仍在持续，飞鹤（婴幼儿奶粉）超越美素佳儿、启初（婴儿/儿童洗浴/润肤品）击败强生、美的（榨汁机）取代飞利浦、庆丰包子铺（中式快餐连锁）赶超吉野家，成功摘得顾客最推荐品牌桂冠。

中国品牌在体验与口碑上的逆势上扬，一方面得益于对中国消费者生活方式的深入理解；另一方面，离不开中国品牌在消费者沟通体验上持续精进。通过更走心，更具情感的沟通方式，赋予品牌引领美好生活的能力，成长为年度口碑新势力，其中比较典型的三个案例：

- 飞鹤：定位于更适合中国宝宝体质奶粉的飞鹤品牌，通过社群精细化运营，不断提升产品与服务的感知体验，赢得了消费者的口碑青睐，成为2020年婴幼儿奶粉品类顾客最推荐品牌；
- 中国移动：《啥是佩奇》暖心微电影营销植入、《父母到朋友，只差一场旅行》情感营销，深入引发社会公众对中国式家庭与生活方式的情感共鸣，进而收获比一夜爆红更长久的价值
- 东鹏特饮：以消费者日常生活密切相关的京东快递小哥、物流司机为切入点，围

绕“11.11背后的男人”开展公益营销，讲述平凡人物背后的真实情感，传递“年轻就要醒着拼”的品牌主张，充分引发消费者的共情，进一步推动东鹏特饮品牌在“功能饮料”品类榜单的大幅提升，从第9位一举跃升至第2位。

五、以满足“消费者自我扩张需求”为目标，与消费者一起成就美好生活的品牌，将更具口碑引领力

在2019年C-CSI和2020年C-NPS调查结果中，我们发现了一个共同的现象：那些满足“消费者自我扩张”需求的品牌，都表现出更好的成长性。同时也进一步说明，消费者体验管理进入新的生命周期，“以满足消费者自我扩张需求为目标，与消费者一起成就美好生活”将成为这一阶段的核心主题。

对于企业而言，充分理解“消费者自我扩张需求”以及对美好生活的向往是十分必要的，需要在以下两个层面不断精进探索：

一、把“消费者”当作“生活者”

如果说商业的本质是保有生活的意义，那么品牌的本质，则是需要回归生活本身，充分“认识”消费者，把“消费者”当作“生活者”，关注他们在不同人生阶段、不同生活场景的自我扩张需求，这是企业获得长久价值的必要前提。

二、更加细致的场景触达，提升美好生活场景能见度

口碑生态圈持续扩大，消费者对美好生活的追求更加细腻，视角更加宽广。无论所处的行业如何，只要将产品与服务的触角延伸至碎片化的生活场景中，满足美好生活和品质生活的期望，就能够和消费者建立亲密的品牌关系，让自己拥有口碑推荐的“高光时刻”。

Chnbrand 执行总裁刘娜表示，兵无常势，水无常形，行业的发展并非一成不变，消费者体验与口碑，需要在日常生活的细微触点中被激活。对于品牌经营者而言，只有时刻关注消费者生活形态的变化，以“消费者自我扩张”需求为中心进行美好生活方式体验管理，才能更好地帮助企业变中寻机。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
食品				
口香糖	炫迈(20.3)	箭牌5(20.0)	绿箭(11.3)	6.4
巧克力	歌帝梵(33.9)	Toberone三角(22.0)	费列罗(18.8)	9.5
润喉糖/片	京都念慈庵(39.4)	清嘴(37.6)	金嗓子(37.6)	29.3
果冻	蜡笔小新(57.4)	水晶之恋(41.1)	亲亲(35.1)	30.4
膨化食品	旺旺原味仙(44.1)	三只松鼠(14.3)	旺旺(13.9)	5.5
饼干/威化	嘉顿(27.6)	三只松鼠(27.1)	格力高(18.0)	3.2
方便面	汤达人(19.0)	合味道(15.5)	农心(11.8)	3.7
派	好丽友(11.2)	达利园(2.9)	盼盼(-2.1)	3.2
火腿肠	双汇(11.7)	唐人神(-1.1)	金锣(-1.2)	3.8
速冻食品	三全(12.3)	湾仔码头(4.5)	思念(4.4)	1.1
冰淇淋/雪糕	哈根达斯(27.0)	五羊(19.5)	巧乐兹(14.9)	4.5
食用油	鲁花(20.7)	胡姬花(13.8)	金龙鱼(11.3)	9.2
婴幼儿奶粉	飞鹤(43.5)	启赋(41.8)	诺优能(39.1)	23.4
坚果/干果	百草味(31.7)	三只松鼠(30.9)	良品铺子(28.4)	28.6
奶糖/棒/条	妙可蓝多(38.3)	蒙牛(38.2)	百吉福(38.1)	38.5
燕窝	小山炖(46.1)	燕之屋(41.9)	同仁堂(38.4)	33.3
面粉	展艺(54.6)	福临门(52.6)	北大荒(47.4)	36.8
大米	华润五丰(53.8)	福临门(43.8)	北大荒(38.0)	38.8
豆奶粉	雀巢(40.3)	永和食品(36.0)	豆本豆(31.0)	28.0
灌装八宝粥	泰奇(49.1)	娃哈哈(37.8)	亲亲(36.4)	27.5
鸡精	家乐(48.6)	大桥(46.2)	太太乐(43.9)	39.7
酱油	厨邦(20.1)	鲁花(16.9)	海天(15.1)	6.0
食醋	千禾(26.9)	加加(20.0)	好太太(15.0)	7.9
酱料	海天(24.7)	味好美(17.5)	厨邦(16.8)	13.1
沙拉酱/沙拉汁	丘比(45.0)	亨氏(44.4)	李锦记(42.2)	42.1
耗油	海天(41.5)	厨邦(39.3)	李锦记(39.2)	40.5
食盐	中盐(47.0)	久大(45.3)	雪天(43.5)	40.7
药品/保健品				
维生素补品	汤臣倍健(45.3)	善存(33.6)	21金维他(33.5)	28.1
感冒药	百泉柴胡口服液(34.8)	仁和可立克(19.2)	连花清瘟胶囊(18.5)	7.7
保健型眼药水	珍视明(28.3)	乐敦(19.3)	海昌(16.2)	10.9
创可贴	邦迪(18.3)	云南白药(13.1)	3M耐适康(-11.2)	8.7
阿胶	东阿阿胶(32.8)	桃花姬(27.2)	同仁堂(22.6)	26.2
信息通讯				
手机	华为(31.2)	Vivo(16.7)	荣耀(15.8)	11.2
笔记本电脑	苹果(29.5)	华为(29.0)	联想(19.3)	13.5
学习类辅助工具	Kindle(30.6)	步步高(23.0)	小霸王(18.2)	17.2

1.数据来源：Chnbrand 2020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。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
饮 品				
瓶装水	依云(40.4)	农夫山泉(12.0)	百岁山(10.2)	4.9
100%纯果汁	汇源(13.7)	味全每日C(2.0)	农夫山泉(1.9)	6.8
果汁/果味饮料/蔬菜汁	汇源(26.8)	水溶C100(14.1)	娃哈哈(11.7)	4.1
功能饮料	红牛(18.0)	东鹏特饮(10.6)	脉动(6.0)	5.7
茶饮料	农夫山泉茶π(25.4)	东方树叶(14.1)	康师傅(8.2)	4.5
速溶咖啡	雀巢(19.1)	摩卡(5.7)	蓝岸(-2.0)	10.1
凉茶	同仁堂(39.6)	王老吉(10.4)	加多宝(-6.4)	0.0
苏打水	屈臣氏(43.3)	娃哈哈(35.7)	恒大(28.7)	34.9
杏仁露	露露(44.5)	纯旺(44.0)	高原露(26.0)	38.3
椰子汁	椰树(44.9)	春光(44.6)	唯他可可(24.2)	37.7
碳酸饮料	可口可乐(38.1)	健力宝(36.0)	百事可乐(32.5)	31.7
乳酸菌饮料	伊利畅意100%(29.7)	营养快线(29.4)	养乐多(24.8)	7.7
液态奶	特仑苏(26.4)	旺仔(25.9)	君乐宝(16.0)	5.5
酸奶	安慕希(19.9)	蒙牛(18.8)	君乐宝开啡尔(15.1)	7.5
花生牛奶	银鹭(34.2)	达利园(32.9)	娃哈哈(25.0)	32.1
啤酒	雪花(16.5)	百威(14.6)	青岛(11.3)	7.7
国产葡萄酒	长城(18.6)	茅台(14.1)	张裕(8.1)	8.3
高档白酒	茅台(27.5)	五粮液(27.2)	酒鬼(22.4)	19.8
主流白酒	五粮春(30.9)	天之蓝(30.9)	海之蓝(21.0)	10.1
生 活 用 品				
碗碟洗洁精	蓝月亮(17.4)	立白(15.8)	金鱼(13.5)	7.0
消毒液	洛娃(25.9)	安利必速(20.8)	滴露(20.0)	16.6
电动剃须刀	飞利浦(14.8)	松下(8.4)	飞科(1.2)	5.0
牙膏	云南白药(17.6)	康齿灵(12.3)	舒齿达(11.6)	4.0
香皂	滴露(21.1)	上海香皂(16.1)	瀚亭(10.8)	7.2
洗手液	蓝月亮(12.4)	舒肤佳(12.0)	威露士(5.9)	7.4
洗面奶	御泥坊(31.9)	SK-II(31.7)	兰蔻(30.5)	6.2
婴儿/儿童洗浴/润肤品	启初(48.7)	Aveeno(46.4)	青蛙王子(41.4)	23.9
沐浴露	舒肤佳(10.8)	六神(10.7)	多芬(9.8)	3.5
洗发水	施华蔻(17.8)	沙宣(16.4)	欧莱雅(15.6)	3.8
洗衣粉	立白(27.1)	碧浪(14.6)	好爸爸(13.7)	7.1
洗衣液	蓝月亮(17.9)	威露士(17.4)	妈妈喜选(16.5)	10.5
衣物柔顺剂	蓝月亮(25.3)	金纺(22.0)	可柔可顺(18.2)	18.0
纸巾/卷纸	维达(32.4)	心相印(24.3)	五月花(24.0)	25.1
婴幼儿纸尿裤/纸尿片	大王(39.6)	花王妙而舒(36.6)	帮宝适(28.2)	19.9
卫生巾/卫生护垫	乐而雅(50.0)	花王(40.2)	七度空间(34.3)	31.4
护发素/润发露	沙宣(40.7)	多芬(35.6)	海飞丝(34.0)	29.2
男士护肤品	高夫(23.5)	阿曲达斯(15.9)	百雀羚(14.0)	8.8
女士护肤品	兰蔻(37.5)	资生堂(33.9)	倩碧(33.8)	10.7
插线板	公牛(51.6)	子弹头(27.0)	小米(22.3)	46.0

1.数据来源: Chnbrand 2020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。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
时尚用品				
女鞋	思加图(48.0)	UGG(43.8)	百思图(20.5)	5.4
男士皮鞋	卡帝乐鳄鱼(27.1)	红蜻蜓(23.9)	百丽(22.8)	9.4
运动鞋	耐克(19.2)	新百伦(16.7)	阿迪达斯(11.0)	6.9
男士正装	七匹狼(31.3)	柒牌(31.3)	海澜之家(24.7)	14.8
男式衬衫	花花公子(41.7)	雅戈尔(33.7)	海澜之家(33.2)	25.7
休闲裤/牛仔裤	李维斯(50.9)	耐克(45.1)	Only(40.0)	29.2
运动服装	耐克(24.9)	三叶草(22.4)	安踏(12.5)	10.3
童装/婴幼儿服装	小猪班纳(33.3)	阿迪达斯(32.2)	巴拉巴拉(29.9)	20.8
羽绒服/棉衣	波司登(43.5)	南极人(34.8)	耐克(31.9)	29.6
男士商务休闲装	海澜之家(34.6)	雅戈尔(23.8)	杰克琼斯(20.6)	8.9
快时尚服装	优衣库(29.2)	唐狮(11.9)	H&M(9.6)	13.0
手表	劳力士(39.2)	欧米茄(30.7)	罗西尼(29.9)	24.6
家电产品				
彩电	三星(19.7)	海信(18.8)	海尔(15.8)	8.0
洗衣机	惠而浦(18.9)	美的(18.6)	松下(16.2)	9.1
电冰箱	海尔(19.7)	LG(19.5)	松下(18.5)	10.8
空调	格力(21.4)	志高(17.5)	海信(15.3)	13.1
家用中央空调	格力(42.3)	美的(37.9)	海尔(29.8)	35.6
电热水器	A.O.史密斯(30.9)	美的(26.4)	樱花(21.9)	17.0
抽油烟机	华帝(18.6)	美的(17.9)	方太(17.3)	9.6
吸尘器	戴森(37.4)	小狗(25.8)	美的(25.6)	19.6
微波炉	格兰仕(24.0)	美的(23.9)	西门子(3.9)	12.9
电饭煲	松下(19.0)	美的(15.6)	苏泊尔(14.0)	10.3
电磁炉	美的(22.6)	苏泊尔(20.9)	九阳(18.6)	14.7
加湿器	飞利浦(40.5)	美的(38.9)	戴森(38.8)	24.2
豆浆机	美的(13.2)	九阳(12.3)	苏泊尔(9.5)	17.2
榨汁机	美的(26.9)	九阳(25.2)	飞利浦(19.0)	20.2
空气净化器	海尔(34.5)	美的(34.4)	飞利浦(29.3)	21.8
净水器	安吉尔(36.0)	飞利浦(35.3)	美的(34.3)	20.1
电烤箱	格兰仕(27.8)	美的(27.5)	九阳(27.3)	20.8
洗碗机	美的(38.6)	方太(34.7)	海尔(31.8)	30.0
数码相机	索尼(26.3)	佳能(22.6)	尼康(17.4)	17.1
体感游戏机	任天堂(36.5)	索尼(35.8)	微软(15.2)	25.1
汽车/电动车				
电动自行车	爱玛(31.5)	立马(30.6)	小牛(22.8)	16.1
汽车轮胎	米其林(38.2)	马牌(31.7)	固特异(25.0)	28.1
主流车	广汽本田(44.3)	东风雪铁龙(32.0)	一汽丰田(30.4)	9.5
豪华车	沃尔沃(50.0)	宝马(44.3)	奥迪(41.8)	38.7
新能源汽车	荣威(66.2)	吉利(58.8)	奇瑞新能源(50.0)	42.9
房地产				
大型房地产开发商	融创(28.4)	恒大(27.2)	保利(25.5)	12.9

1.数据来源：Chnbrand 2020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。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
智能产品				
智能音箱	华为(47.6)	小度(43.9)	天猫精灵(41.6)	34.4
其他消费品				
机油/润滑油	美孚(27.9)	长城(27.5)	壳牌(27.4)	22.8
干电池	南孚(38.6)	白象(31.2)	松下(31.0)	28.7
隐形眼镜	视康(35.1)	博士伦(34.8)	海昌(32.4)	28.1
保鲜盒	乐扣乐扣(32.5)	苏泊尔(32.1)	茶花(29.9)	13.9
不锈钢保温杯/瓶/壶	迪士尼(23.8)	乐扣乐扣(20.8)	虎牌(20.6)	7.1
狗粮/猫粮	雷米高(56.0)	好主人(46.3)	康多乐(37.2)	26.9
高档香烟	中华(33.1)	熊猫(32.7)	芙蓉王(19.5)	18.3
主流香烟	黄鹤楼(34.1)	长白山(33.3)	七匹狼(32.4)	13.6
户外装备	北面(59.1)	始祖鸟(58.6)	探路者(36.8)	26.2
家居用品				
强化地板/复合地板	大自然(31.5)	圣象(25.0)	菲林格尔(12.0)	17.9
纯实木地板	大自然(32.5)	圣象(27.4)	菲林格尔(6.5)	22.4
墙面漆	立邦(26.1)	华润(20.6)	三棵树(13.8)	16.8
木器漆(油漆)	立邦(28.2)	紫荆花(27.6)	多乐士(23.5)	20.5
瓷砖	马可波罗(27.1)	东鹏(26.9)	诺贝尔(16.5)	19.1
床垫	席梦思(39.3)	慕思(30.8)	晚安(20.4)	14.2
木门	华鹤木门(46.5)	3D木门(32.1)	盼盼木门(29.4)	27.0
全屋定制家具	玛格(50.0)	雅迪斯(46.3)	好莱客(38.5)	30.5
龙头/花洒	箭牌(19.9)	科勒(10.7)	摩恩(9.9)	10.3
淋浴房	箭牌(22.2)	科勒(19.4)	东鹏(17.3)	15.6
太阳能热水器	四季沐歌(27.8)	皇明(22.3)	海尔(21.2)	20.8
整体厨房	欧派(23.2)	柏厨(22.9)	志邦(19.1)	12.4
燃气灶	苏泊尔(45.7)	海尔(21.7)	老板(17.4)	8.3
座便器	箭牌(29.2)	松下(28.9)	TOTO(27.0)	16.1
面盆	白色恋人(21.6)	科勒(19.8)	东鹏(9.1)	7.5
燃气热水器	A.O.史密斯(49.5)	方太(44.6)	樱花(41.6)	31.4
跑步机	锐步(53.4)	Keep(43.1)	易跑(40.8)	26.9
金融服务				
财产险	中国平安(33.8)	泰康人寿(30.2)	中国人寿(28.8)	20.3
人寿险	中国人寿(23.4)	阳光人寿保险(17.9)	太平洋保险(14.4)	13.5
汽车保险	中国平安(38.7)	中华保险(37.5)	中国人保(34.9)	27.7
信用卡	招商银行(25.0)	中国工商银行(24.7)	光大银行(24.4)	9.2
银行服务	浦发银行(36.4)	中国银行(19.8)	中国农业银行(14.1)	10.6
第三方支付平台	支付宝(24.5)	微信支付(16.2)	翼支付(10.3)	18.0
互联网银行	微众银行(35.8)	苏宁银行(19.7)	网商银行(16.8)	24.9
商业养老保险	中国人寿(35.9)	泰康人寿保险(31.0)	中国平安(27.0)	24.5
第三方互联网汽车保险平台	OK车险(47.4)	京东金融(35.8)	车车车险(35.7)	30.8

1.数据来源：Chnbrand 2020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。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
批发零售业				
蛋糕甜点连锁店	巴黎贝甜(38.9)	仟吉西饼(33.8)	DQ(31.0)	12.1
眼镜销售连锁店	宝岛眼镜(34.4)	亨得利眼镜(30.8)	吴良材眼镜(30.1)	21.7
中式快餐连锁	庆丰包子铺(25.5)	永和豆浆(22.0)	真功夫(18.3)	7.7
中式连锁餐饮	海底捞(30.6)	外婆家(24.9)	呷哺呷哺(19.6)	14.0
珠宝零售/连锁店	中国黄金(32.7)	周大福(29.3)	蒂芙尼(28.8)	20.9
茶叶连锁店	八马茶业(28.6)	小罐茶(25.2)	张一元(24.7)	15.5
咖啡连锁店	漫咖啡(45.0)	星巴克(31.8)	luckin coffee(31.7)	19.7
西式快餐连锁	豪客来(21.5)	肯德基(18.4)	必胜客(15.4)	13.6
汽车租赁连锁	神州租车(43.7)	一嗨租车(25.9)	国信租车(23.2)	31.0
酒业连锁店	放心酒业(41.7)	名品世家(40.0)	酒立方(36.2)	19.4
美容美发连锁店	沙宣造型(34.9)	标榜(29.6)	尚艺(22.7)	17.6
孕婴童连锁店	孩子王(40.1)	爱婴岛(35.4)	可爱可亲(34.4)	22.2
婚纱摄影连锁店	铂爵旅拍(50.8)	兰蔻(42.9)	巴黎春天(40.2)	27.6
西式连锁餐饮	蓝蛙西餐厅(23.8)	王品牛排(22.7)	西堤牛排(13.8)	12.4
连锁药店	同仁堂(28.0)	华氏大药房(21.0)	老百姓(12.7)	10.8
汽车美容维修/快修连锁店	快修哥(38.2)	龟博士(26.5)	驰耐普(23.3)	20.3
大型超市	永辉(19.1)	欧尚(17.1)	沃尔玛(16.1)	10.1
电器城	苏宁易购(23.4)	国美(20.1)	五星(2.9)	16.3
连锁便利店	全家(23.0)	新天地超市(20.0)	美宜佳(19.1)	8.4
大型家居卖场	宜家IKEA(34.3)	居然之家(19.2)	红星美凯龙(18.3)	16.4
连锁百货商场	银泰百货(23.3)	万达百货(21.9)	新世界百货(19.4)	10.8
加油站	中国石化(28.3)	中国石油(26.4)	壳牌(26.1)	24.6
生鲜超市	盒马鲜生(34.0)	永辉生活(24.9)	本来生活(21.7)	22.3
网络服务				
综合性电商平台	京东(18.4)	淘宝(17.7)	天猫(15.3)	13.1
互联网门户网站	腾讯网(18.6)	网易(15.0)	央视网(10.3)	12.3
招聘平台	猎聘网(36.8)	中国人力热线(23.7)	前程无忧(22.1)	19.4
婚恋网站	百合网(22.1)	珍爱网(16.8)	世纪佳缘(12.0)	10.5
视频服务网站/APP	哔哩哔哩(41.5)	爱奇艺(23.8)	腾讯视频(21.1)	13.2
大型网络游戏运营商	腾讯游戏(23.4)	盛大游戏(19.9)	网易(13.7)	17.4
团购网站	美团(23.5)	淘宝聚划算(13.6)	大众点评网(13.5)	13.8
搜索引擎	百度(15.6)	谷歌(6.1)	360搜索(0.4)	11.6
在线旅游服务	飞猪(39.3)	途牛旅游网(35.2)	美团(27.6)	19.9
特卖网站	唯品会(29.1)	聚美优品(22.4)	凡客(17.8)	23.3
汽车互联网平台	汽车之家(21.3)	太平洋汽车网(18.0)	车主之家(16.4)	15.8
二手车直卖网/交易网	优信二手车(41.2)	瓜子二手车直卖网(41.0)	58同城(20.7)	24.3
外卖平台	饿了么(23.4)	美团外卖(22.0)	零号线(10.3)	18.9
民宿预定平台	蚂蚁短租(41.4)	携程(39.6)	Airbnb爱彼迎(35.2)	29.7
汽车新零售平台	弹个车(48.6)	立马优车(45.1)	毛豆(45.0)	35.0
地图类APP	高德地图(35.2)	百度地图(34.5)	谷歌地图(28.3)	31.9

1.数据来源: Chnbrand 2020年中国顾客推荐度指数(C-NPS); 2.事先未经Chnbrand明确书面同意,禁止将本图信息或研究结果用于广告或促销。



2020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	2020 C-NPS第一名 (得分)	2020 C-NPS第二名 (得分)	2020 C-NPS第三名 (得分)	2020 行业均值
一般服务				
快捷酒店	如家(23.6)	锦江之星(17.4)	维也纳(15.9)	13.0
旅行社	康辉国际旅行社(28.1)	中国旅行社总社(25.7)	中青旅(23.1)	17.0
连锁电影院	万达影城(20.3)	中影国际影城(19.9)	横店影城(17.6)	13.9
健身会所	亚历山大(42.1)	中航(34.2)	奇迹(31.0)	16.9
高端连锁酒店	香格里拉(42.6)	希尔顿(41.1)	喜来登(40.2)	28.6
青少儿足球培训机构	青鸟盛地(50.9)	恒大足球学校(47.8)	国际米兰青训学院(42.1)	37.8
青少儿篮球培训机构	优肯篮球(60.4)	小飞人篮球(51.3)	梦想之巅(43.8)	35.5
线上中小学学科培训机构	新东方在线(42.1)	作业帮(41.9)	一起作业(41.7)	35.4
线下中小学学科培训机构	优能中学(53.6)	京翰一对一(41.0)	学而思(40.5)	31.7
线上青少儿英语培训机构	新东方在线(41.4)	51Talk(39.2)	哒哒英语(31.1)	31.3
线下青少儿英语培训机构	瑞思学科英语(48.5)	爱贝国际少儿英语(44.3)	新东方(42.5)	32.7
连锁体检机构	美年大健康(41.9)	慈铭体检(41.0)	瑞慈体检(35.7)	30.6
集中式长租公寓	冠寓(53.2)	城家公寓(49.1)	魔方公寓(34.3)	23.3
分散式长租公寓	美丽屋(52.9)	青客(45.8)	蛋壳公寓(36.1)	28.4
服务式公寓	雅诗阁服务公寓(51.4)	盛捷服务公寓(44.9)	优泊克服务式公寓(35.9)	25.7
短租公寓	斯维登公寓(56.3)	维福顺公寓(21.6)	蚁巢短租公寓(21.2)	18.7
大型主题乐园	方特欢乐世界(49.1)	迪士尼乐园(47.6)	长隆欢乐世界(36.5)	39.3
专业口腔护理连锁机构	大众口腔(54.0)	康贝佳口腔(49.2)	维尔口腔(46.2)	31.0
快递服务	德邦(30.8)	京东快递(27.7)	顺丰速运(23.2)	10.4
航空服务	中国国际航空(29.7)	云南祥鹏航空(29.4)	四川航空(25.0)	18.4
房产中介服务	我爱我家(22.1)	链家地产(19.5)	玛雅房屋(19.4)	9.7
通讯服务	中国移动(10.0)	中国电信(7.9)	中国联通(-0.8)	7.5
专车服务	神州专车(31.4)	美团打车(30.6)	曹操专车(18.8)	9.3
共享单车	青桔单车(47.8)	哈罗出行(34.1)	摩拜(22.0)	15.0
社交类APP	微信(37.8)	抖音(29.0)	QQ(21.7)	34.5
综合新闻资讯类APP	东方头条(33.3)	今日头条(31.0)	网易新闻(30.5)	23.5
公共服务				
旅游城市	重庆(56.0)	青岛(51.9)	成都(51.6)	40.3
机场服务	广州白云国际机场(57.4)	长沙黄花国际机场(54.9)	西安咸阳国际机场(53.1)	41.8

1.数据来源: Chnbrand 2020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。

2020 年 C-NPS 调查区域覆盖全国 100 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 3,052,300 个，采用线上线下相结合的调查方式完成，覆盖 215 个细分行业，涉及被评价主流品牌 10900 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