

2021年C-CSI研究成果权威发布

用户分层管理和触点精细化助力满意度提升和进阶

2021年7月20日，中国北京—品牌评级权威机构Chnbrand发布2021年（第七届）中国顾客满意度指数SM (C-CSI®)品牌排名和分析报告。该指数2015年首次推出，即获得相关部门品牌政策专项资金的扶持。

2021年C-CSI核心发现：

1-整体 C-CSI 得分稳定，满意度进入稳定发展期

本年度 C-CSI 平均得分 79.5 分，较去年提升 0.5 分，C-CSI 呈稳定发展。其中，快速消费品行业得分最高，为 80.1 分；耐用消费品行业得分 79.3 分；服务行业得分最低，为 78.7 分。

2-满意度管理进入到精细化管理时代

从代际构成来看 Z 世代的满意度仍然持续处于洼地，而 60 后的满意度增长最快，且 C-CSI 得分最高。人群在满意度的差异表现也预示着企业对于用户的精细化的管理时代的到来。从广度上企业需要对不同群体的需求进行理解和应对，从深度上需要不断提升产品、服务、品牌的触点精细化，才能帮助企业真正做到满意度提升和进阶。

3-满意不是终点，“惊喜”才能帮助企业持续发展

2021 年 C-CSI 调查结果显示，“惊喜”用户将为企业带来更高的用户忠诚和更多的口碑推荐。企业在满意度管理中不应该仅仅停留在满意的用户比例上，而是需要不断强化用户满意程度，帮助满意度管理真正起效。

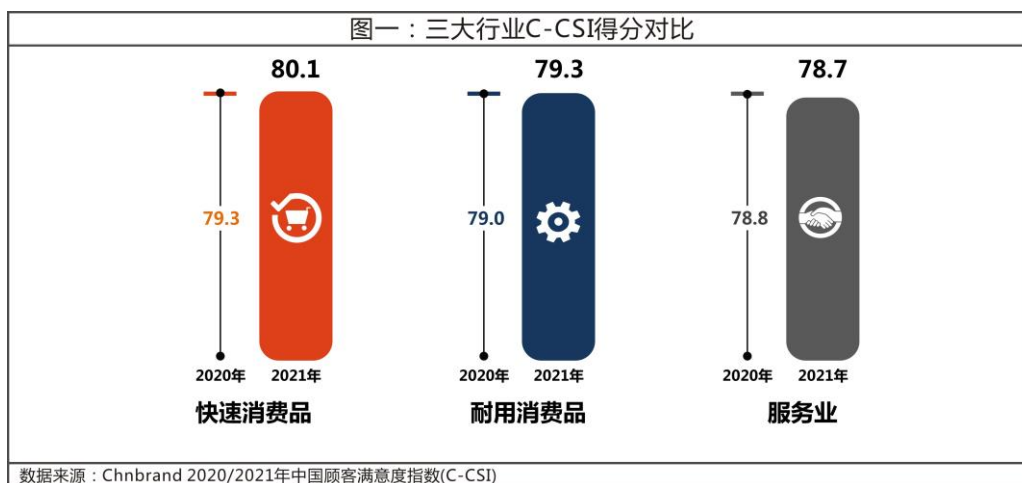
4-满意度管理必然需要强大的管理体系的支持

“取法乎上，仅得其中；取法乎中，仅得其下”。对于企业来说战略重视程度的高低、持续投入决心的大小、对于目标设定的高低以及结果洞察和应用能力的强弱将决定了满意度结果的不同。

Part 1 2021 年 C-CSI 发展启稳

2021 年中国顾客满意度指数调查结果显示，中国 C-CSI 平均得分 79.5 分，较去年上升 0.5 分，历经连续两年高速增长后，呈现稳定发展趋势。

2021 年 C-CSI 共发布了 202 个品类的满意度结果，涉及快速消费品、耐用消费品和服务业三大领域。其中，快速消费品行业包含 83 个品类，C-CSI 得分 80.1，仍然在三个行业中领跑；耐用消费品行业包含 53 个品类，得分 79.3；服务行业包含 66 个品类，C-CSI 得分为三大行业最次，为 78.7 分。相对 2020 年，快速消费品行业增幅最高，服务业小幅下滑。



作为以“服务”为核心产品的服务业，用户满意和惊喜体验是企业可持续发展的生命力。但服务业 C-CSI 得分一直在三大行业中处于最末，是 C-CSI 历年数据中的不争事实。服务业的满意度低真的是行业属性造成的“满意水平”壁垒吗？我们也力求从数据中寻找答案。在 2021 年的研究中，我们分析了 C-CSI 中满意度最高的 20 个品类和满意度最低的 20 个品类。

消费者满意度最高的 20 个品类中，快速消费品占比 55.0%，服务业占比仅 30.0%，这些跻身 20 强品类的服务业基本都是依托互联网迅速崛起的新兴服务产品，如手机银行、搜索引擎、地图类 APP 等，其中第三方支付平台更是斩获全品类中满意度得分榜首；这些行业中的品牌对用户价值和需求变化进行深度洞察和追踪，不断扩大服务领域、更新服务模式，借助万物互联的优势，推动整个行业服务触角的精细化和服务水平的不断升级，从而获得了用户的充分肯定。

反观满意度最低的 20 个品类，服务业占比达到了 65.0%，传统的快捷酒店、健身会所、连锁体检机构、通讯服务等服务体验行业，纷纷陷入低满意格局。用户需求和消费能力升

级，迫切要求这些行业能够与用户充分连接，寻找行业和品牌体验向上的机会和驱动力。

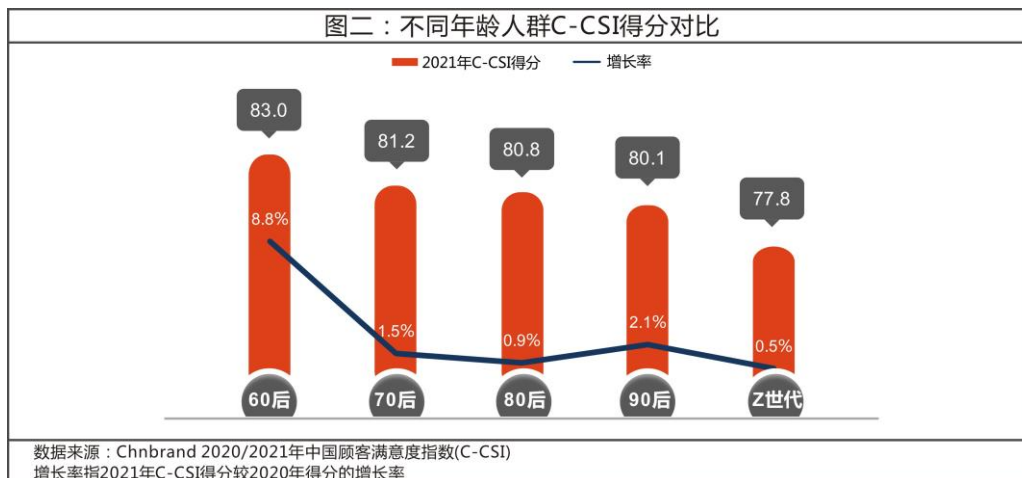
消费者对优质体验和更美好的生活的追求是永不止步的，企业对于用户需求和痛点的理解也应该因时而变。商业模式创新可遇而不可求，也并非一劳永逸，但在一个领域内围绕用户需求，不断提供更加精细化和更加符合用户需求升级的服务，企业也能够获得用户的肯定和青睐。

当然，这样的企业在 C-CSI 中我们也能找到非常多的优秀案例。C-CSI 迄今已连续发布 7 年，品牌在消费者满意度中的地位变化频繁，品类榜首地位的争夺空前激烈。但仍然有品牌获得持续成功，雪花连续 7 年排在啤酒品类满意度第一的位置，其稳固的行业地位势必是数年持续精耕用户体验的结果。同时，还有很多连续 6 年、连续 5 年夺冠的品牌，例如蓝月亮（洗衣液、洗手液）、米其林（汽车轮胎）、宜家 IKEA（大型家居卖场）、爱玛（电动自行车）、立邦（墙面漆）、星巴克（咖啡连锁店）、招商银行（信用卡）等。

Part 2 用户体验精细化管理将成为满意度提升的重要课题

在 2019 年 C-CSI 的报告中我们就提及，在中国 Z 世代人群（1995-2009 年出生人群）正在成为客户体验和满意度的洼地，而在 2020、2021 年的数据中持续验证了这一结果。

2021 年 C-CSI 研究成果发现，各代际人群满意度得分呈阶梯分布，Z 世代的满意度得分最低。而且从近两年的成长来看，Z 世代满意度的增长率也是最低的，2021 年相对 2020 年 C-CSI 得分基本没有起色。



根据国家统计局数据，我国 Z 世代人群数量超过 2 亿。相关数据显示，我国 Z 世代开支

达 4 万亿人民币，开销约占全国家庭总开支的 13%。庞大的群体数量和不容小觑的消费力使 Z 世代成为对品牌而言绝不容忽视的群体。纵观三大行业，快速消费品行业在消费人群迭代的时代潮流中，更迅速地进行产品服务迭代，迎合消费年轻化的趋势，在 Z 世代中的满意度高于其他两大行业。

不同人群的满意度差异表现对于企业的用户体验管理提出了更高的要求，对于不同群体的需求的理解和应对，以及对于不同用户的差异化产品、服务和体验打造，成为未来品牌满意度工作的核心课题。

在快速消费品中有很多优秀的案例，例如在 2021 年 C-CSI 中，饼干/威化品类的奥利奥在 90 后（仅指 1990-1994 年出生人群）、Z 世代中的满意度得分明显高于行业平均水平，尤其表现在产品要素的满意度评价上，90 后、Z 世代的评价也超越其他年龄代际。奥利奥以产品为基，打造新颖的品牌和“服务”体验：专注于产品创新，适应季节和传统节日推出创新的限定产品，从包装和口味满足了年轻人的猎奇心；与年轻人深度互动，提出各类新奇吃法，如在 2020 年通过联合诸多品牌，解锁各种 DIY 吃法，被评价为“万物皆可奥利奥”，创造了包括产品本身外更丰富的体验触点，在吃、玩、仪式感、情感沟通上都丰富了用户的感受。这些都为其用户满意度的提升夯实了基础。

在当今的中国，唯一的不变就是变化，用户的不断迭代、需求的多样化、对于产品触点的不断延伸，都对企业管理提出了更高的要求。一方面在消费变革的环境下，人群精细化管理对品牌意义可见一斑，另一方面对于用户需求和生活方式的深入理解才是支持企业不断完善服务触点，不断进行服务升级的根基。

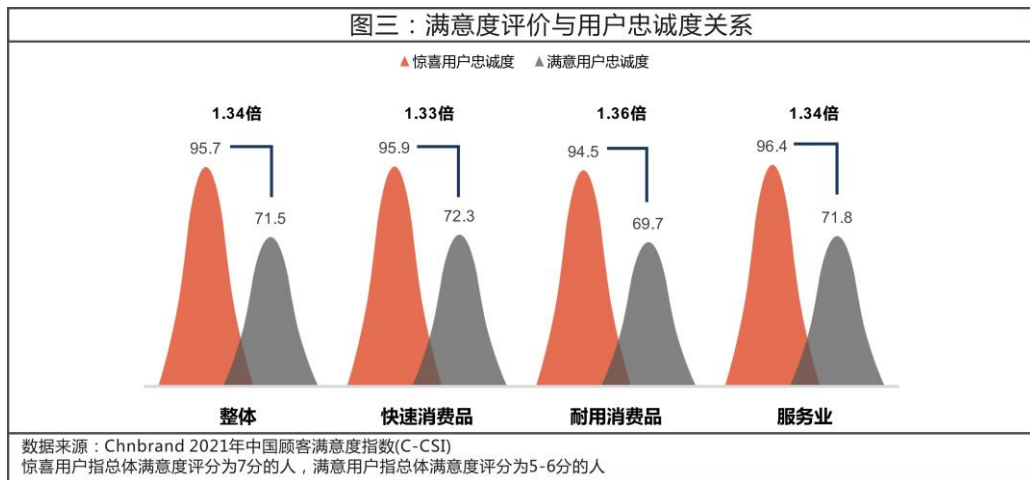
Part 3 满意到惊喜对于企业管理有不同的价值

通常而言，在了解用户满意度的时候我们采用 7 分制评价。在常规的用户满意度评价中，5-7 分分别对应用户较满意、满意和非常满意，统一称为满意的用户。我们在评价用户满意度水平的时候也往往关注评价 5-7 分用户的总比例，但当深入拆解这一比例的时候就会发现，满意和惊喜对于企业用户管理而言有着完全不同的意义和价值。

我们将评价 5-6 分的用户定义为“满意”用户，将评价 7 分的用户视为“惊喜”用户，并对比了这两类用户在忠诚度和推荐度的差异。

2021 年 C-CSI 调查数据显示，“惊喜”用户对品牌的忠诚意向为 95%左右，但“满意”用户的忠诚意向在 70%左右，“惊喜”用户中忠诚用户的比例是“满意”用户的 1.34 倍。企业对于用户满意度的管理不应该仅仅停留在表面的数值层面，而是应该深入分析其中的

用户构成，同样的满意度得分，有可能意味着完全不同的满意度健康表现和挽留用户的能力。



与此同时，我们又对比了两类用户中推荐者的比例。通过数据对比可以发现，“惊喜”用户中的推荐者的占比是“满意”用户中推荐者占比的 2.1 倍。这也意味着追求更高的满意程度，不仅仅能够给企业带来更好的用户忠诚，同时还带动大量推荐者的增加，更能推动品牌口碑向上发展，形成企业发展的飞轮。

从目前的行业表现来看，快速消费品中的配饰、服装，耐用消费品中的智能家居产品、健身器材、小家电产品，服务业中的公共服务、住宅房地产等品类的“惊喜”用户比例高于行业的平均水平；而快速消费品中的糖果制品、饮料、卫生用品，耐用消费品中的黑色/白色家电产品，服务业中的网络服务等，“惊喜”用户的比例则处于较低的水平。

企业满意度管理的进阶不应仅停留在追求满意用户比例上，不断深化用户体验，不断为用户创造惊喜，不断提升用户的口碑才是满意度管理真正起效的入口。

Part 4 满意度管理应驱动满意和口碑双增长

对于企业而言，增强用户粘性，促进企业经营持续化发展永远是用户满意度管理的核心目标，那么我们就不能忽视通过用户满意达成口碑的提升。但知易行难，很多品牌满意度提升的同时并没有带来口碑的同步增长。

对 C-CSI 动态成长力（相对去年 C-CSI 的分差）和 C-NPS 口碑动态成长力（相对去年 C-NPS 的分差）的分析，我们能够清楚看到不同品牌在满意度管理方面的成果。

即使是行业头部品牌也不能事事尽如人意。我们对本次调研品类中头部品牌的满意度和口碑变化动态进行交叉分析，形成 2021 年 C-CSI 及 C-NPS 成长力变化图谱。横

启示二：精细化管理是以理解用户需求为前提的

做到精细化管理不是一个空洞的口号或者自说自话，精细化管理达成是建立在企业对于用户核心需求的识别和洞察基础上的。企业必须坚定以“用户为中心”的核心战略，有持续投入的决心和勇气，建立不断识别和把握用户需求的管理体系，才能最终实现满意度的提升和进阶。

启示三：企业执行力高低必将造成满意度管理结果的不同

“取法乎上，仅得其中；取法乎中，仅得其下”。对于企业来说，往往目标的远近、标准的高低、执行能力的强弱都会影响企业精细化管理的最终结果。那些时刻以“用户为中心”，具备前瞻性和更具行动力的企业往往会获得更大的成就。

满意度经营和管理非一时之功，对于用户需求的把握、精细化的管理都需要企业基于长期的战略和视角来进行思考和布局。只有基于企业可持续发展原则，才能为满意度发展提供充足的动力，为用户创造更大的价值，为品牌带来更强大的生命力。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注：C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
食 品				
口香糖	益达(82.6)	2年	绿箭(81.3)	炫迈(79.8)
巧克力	费列罗(82.8)	2年	德芙(82.7)	瑞士莲(81.1)
果冻	亲亲(84.1)	3年	水晶之恋(82.8)	喜之郎(81.6)
膨化食品	妙脆角(86.5)	1年	乐事(82.6)	旺旺(82.1)
饼干/威化	奥利奥(84.6)	5年	太平(83.9)	好丽友(83.0)
方便面	五谷道场(85.7)	1年	康师傅(81.6)	统一(80.7)
派	达利园(81.3)	1年	光明(81.0)	好丽友(80.7)
速冻食品	思念(82.9)	2年	三全(82.6)	五芳斋(81.9)
冰淇淋/雪糕	钟薛高(87.2)	1年	光明(86.4)	哈根达斯(84.8)
食用油	鲁花(84.1)	1年	金龙鱼(82.5)	红蜻蜓(82.5)
婴幼儿奶粉	飞鹤(84.8)	1年	爱他美(84.7)	美素佳儿(84.4)
坚果/干果	三只松鼠(82.6)	2年	沃隆(81.8)	果园老农(81.7)
奶酪棒/条	妙可蓝多(82.4)	3年	百吉福(81.3)	光明(78.9)
燕窝	楼上(85.3)	1年	燕之屋(82.5)	双莲(81.8)
面粉	香雪(85.5)	1年	福临门(83.8)	展艺(83.0)
大米	福临门(83.2)	1年	香满园(83.1)	北大荒(81.9)
鸡精	太太乐(82.8)	2年	金宫(82.5)	莲花(82.4)
酱油	六月鲜(85.2)	1年	东古(84.1)	海天(83.5)
食醋	恒顺(82.7)	2年	海天(82.4)	保宁(80.8)
酱料	李锦记(84.4)	1年	六必居(83.6)	海天(83.2)
沙拉酱/沙拉汁	亨氏(83.3)	1年	丘比(83.1)	李锦记(82.8)
蚝油	海天(84.4)	2年	李锦记(84.0)	厨邦(82.7)
食盐	中盐(83.4)	2年	芦花(82.1)	雪天(81.6)
药品/保健品				
维生素补品	汤臣倍健(80.9)	1年	金施尔康(80.7)	安利纽崔莱(80.5)
感冒药	三九(83.4)	1年	白加黑(81.2)	莲花青盒胶囊(80.1)
保健型眼药水	润舒(90.1)	1年	白云山(85.3)	润洁(82.5)
创可贴	云南白药(82.4)	2年	邦迪(82.2)	耐适康(80.8)
阿胶	东阿阿胶(81.9)	1年	北京同仁堂(79.3)	桃花姬(75.0)
汽车/电动车				
电动自行车	爱玛(81.0)	5年	雅迪(79.6)	绿源(79.4)
汽车轮胎	米其林(84.1)	6年	马牌(82.9)	普利司通(79.7)
主流车	比亚迪(83.3)	1年	广汽本田(80.2)	广汽丰田(79.6)
豪华车	宝马(82.1)	1年	奥迪(80.3)	雷克萨斯(79.2)
新能源汽车	比亚迪(84.4)	1年	特斯拉(83.9)	蔚来(83.7)

1.数据来源：Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI); 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。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注：C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
饮品				
瓶装水	农夫山泉(83.2)	2年	百岁山(81.2)	怡宝(79.7)
100%纯果汁	都乐(88.0)	1年	汇源(80.5)	味全每日C(79.4)
果汁/果味饮料/蔬菜汁	汇源(82.9)	5年	水溶C100(79.9)	农夫果园(79.5)
功能饮料	红牛(81.8)	1年	尖叫(80.7)	脉动(78.8)
茶饮料	茶π(82.0)	1年	康师傅(80.6)	统一(79.0)
速溶咖啡	摩卡(81.1)	1年	三顿半(80.2)	雀巢(79.6)
凉茶	王老吉(80.8)	1年	邓老(79.4)	和其正(78.6)
苏打水	屈臣氏(80.2)	1年	娃哈哈(80.0)	元気森林(79.9)
碳酸饮料	可口可乐(82.1)	1年	百事可乐(80.9)	健力宝(80.5)
乳酸菌饮料	优益C(84.4)	3年	每益添(83.7)	养乐多(81.9)
液态奶	蒙牛(82.3)	2年	华西(81.6)	伊利(81.0)
酸奶	蒙牛(82.4)	3年	伊利(81.4)	安慕希(81.0)
啤酒	雪花(83.1)	7年	燕京(82.7)	青岛(81.8)
国产葡萄酒	张裕(78.9)	1年	长城(78.5)	通化(78.3)
高档白酒	茅台(82.9)	2年	郎酒(82.4)	五粮液(81.9)
主流白酒	泸州老窖(83.7)	1年	洋河大曲(82.6)	茅台王子酒(81.5)
生活用品				
碗碟洗洁精	安利(83.1)	1年	蓝月亮(81.3)	立白(80.7)
消毒液	滴露(83.8)	2年	蓝月亮(82.6)	白猫(82.2)
电动剃须刀	飞科(81.4)	1年	飞利浦(81.3)	博朗(80.1)
牙膏	云南白药(82.7)	3年	中华(82.4)	竹盐(82.1)
香皂	滴露(83.1)	1年	多芬(82.7)	舒肤佳(82.6)
洗手液	蓝月亮(81.8)	5年	滴露(81.4)	舒肤佳(80.1)
婴儿/儿童洗浴/润肤品	强生(83.2)	1年	孩儿面(82.6)	青蛙王子(82.2)
沐浴露	力士(81.5)	1年	舒肤佳(80.9)	多芬(80.8)
洗发水	沙宣(82.8)	1年	欧莱雅(82.7)	潘婷(82.6)
洗衣粉	好爸爸(86.1)	2年	洁霸(82.9)	汰渍(82.8)
洗衣液	蓝月亮(83.9)	6年	汰渍(80.3)	奥妙(79.7)
衣物柔顺剂	金纺(83.8)	2年	蓝月亮(82.6)	嘉康利(82.4)
生活用纸	洁柔(83.5)	2年	心相印(83.3)	清风(83.2)
婴幼儿纸尿裤/纸尿片	帮宝适(84.2)	1年	花王妙而舒(83.5)	尤妮佳(83.3)
电动牙刷	松下(85.0)	2年	飞利浦(83.8)	usmile(78.9)
男士护肤品	妮维雅(79.7)	1年	欧莱雅(79.0)	佰草集(78.9)
女士护肤品	香奈儿(86.8)	1年	资生堂(86.2)	兰蔻(82.8)
插线板	公牛(84.4)	2年	施耐德(84.0)	飞利浦(83.7)
信息通讯				
手机	苹果(85.9)	1年	华为(85.0)	小米(80.6)
笔记本电脑	华为(82.1)	1年	苹果(81.9)	三星(80.4)
平板电脑	苹果(85.7)	2年	三星(85.5)	华为(84.8)

1.数据来源：Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI); 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。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注：C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
时尚用品				
女鞋	他她(86.2)	1年	香奈儿(83.4)	森达(82.6)
男士皮鞋	百丽(80.4)	1年	卡帝乐鳄鱼(80.1)	皮尔卡丹(79.3)
运动鞋	耐克(84.2)	1年	阿迪达斯(84.1)	安踏(83.6)
男士正装	柒牌(87.7)	1年	九牧王(82.5)	金利来(81.1)
男式衬衫	雅戈尔(84.1)	2年	劲霸(84.0)	花花公子(83.8)
休闲裤/牛仔裤	Lee(84.1)	1年	真维斯(82.5)	李维斯(81.9)
运动服装	李宁(86.1)	2年	耐克(83.6)	阿迪达斯(81.3)
童装/婴幼儿服装	小猪班纳(85.5)	1年	好孩子(83.7)	迪士尼(82.6)
羽绒服/棉衣	波司登(84.8)	2年	艾莱依(82.3)	鸭鸭(80.8)
男士商务休闲装	海澜之家(84.1)	1年	POLO(83.9)	利郎(83.5)
快时尚服装	C&A(83.8)	1年	Banana Republic(82.4)	优衣库(81.1)
手表	劳力士(84.1)	1年	浪琴(83.7)	卡西欧(83.1)
家电产品				
彩电	索尼(84.8)	1年	海信(82.5)	松下(82.0)
洗衣机	西门子(84.1)	1年	海尔(82.0)	松下(81.1)
电冰箱	西门子(84.3)	2年	澳柯玛(84.0)	晶弘(83.6)
空调	格力(84.8)	2年	美的(81.3)	三菱重工(80.4)
家用中央空调	格力(84.1)	1年	海尔(81.8)	大金(79.9)
电热水器	A.O.史密斯(85.0)	1年	阿里斯顿(82.7)	西门子(82.6)
抽油烟机	老板(84.2)	1年	方太(82.4)	华帝(78.8)
吸尘器	戴森(84.0)	3年	飞利浦(83.0)	海尔(81.0)
微波炉	美的(81.4)	1年	松下(81.3)	方太(80.8)
电饭煲	美的(81.3)	1年	苏泊尔(80.6)	三角牌(79.9)
电磁炉	美的(81.6)	1年	飞利浦(80.5)	九阳(79.9)
加湿器	戴森(83.5)	3年	美的(80.9)	亚都(79.0)
豆浆机	海尔(89.5)	1年	九阳(81.8)	美的(79.0)
榨汁机	美的(81.2)	1年	苏泊尔(81.0)	九阳(80.8)
空气净化器	美的(81.5)	1年	飞利浦(81.0)	布鲁雅尔(80.8)
净水器	飞利浦(84.1)	2年	美的(82.6)	A.O.史密斯(81.9)
电烤箱	格兰仕(81.6)	2年	九阳(81.3)	方太(80.5)
洗碗机	博世(87.2)	1年	西门子(82.7)	松下(82.2)
数码照相机	佳能(81.9)	4年	尼康(81.7)	索尼(81.2)
体感游戏机	任天堂(82.2)	1年	索尼(81.8)	外星科技(80.1)
房地产				
大型房地产开发商	保利(81.3)	1年	华润置地(78.8)	万科(78.7)

1.数据来源：Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI); 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。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注：C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
其他消费品				
机油/润滑油	壳牌(82.1)	2年	阿波罗(81.7)	昆仑(81.5)
干电池	南孚(84.2)	4年	白象(83.8)	金霸王(83.0)
隐形眼镜	安视优(85.5)	1年	视康(82.2)	博士伦(82.0)
保鲜盒	特百惠(83.2)	1年	龙士达(83.1)	乐扣乐扣(82.5)
不锈钢保温杯/瓶/壶	虎牌(83.5)	1年	膳魔师(83.2)	迪士尼(82.3)
狗粮/猫粮	好主人(82.2)	1年	皇家(82.2)	宝路(82.2)
高档香烟	芙蓉王(82.5)	1年	中华(81.2)	苏烟(80.6)
主流香烟	长白山(85.8)	1年	大前门(84.2)	泰山(83.4)
户外装备	哥伦比亚(84.3)	2年	兵行者(82.5)	探路者(81.8)
家居用品				
强化地板/复合地板	大自然(82.0)	1年	圣象(81.0)	圣保罗(79.9)
纯实木地板	大自然(83.5)	3年	圣象(81.2)	肯帝亚(81.1)
墙面漆	立邦(81.1)	5年	多乐士(80.9)	三棵树(80.7)
木器漆	多乐士(82.2)	2年	立邦(81.7)	雅士利(81.3)
瓷砖	马可波罗(82.6)	3年	东鹏(81.7)	简一(79.8)
床垫	喜临门(84.5)	1年	慕思(82.3)	席梦思(81.1)
木门	华鹤(83.9)	1年	美心帝朗(83.1)	喜盈门(82.5)
全屋定制家具	索菲亚(82.1)	1年	欧派(79.8)	乔金斯(78.2)
龙头/花洒	科勒(82.8)	1年	法恩莎(79.4)	九牧王(79.1)
淋浴房	科勒(82.8)	2年	箭牌(82.4)	恒洁(81.4)
太阳能热水器	海尔(83.7)	1年	四季沐歌(83.4)	清华阳光(81.8)
整体厨房	欧派(81.9)	4年	志邦(81.6)	柏厨(81.3)
燃气灶	方太(84.0)	1年	老板(83.9)	西门子(81.2)
座便器	科勒(84.6)	2年	TOTO(83.4)	乐家(82.5)
面盆	科勒(81.3)	3年	箭牌(80.8)	东鹏(80.3)
燃气热水器	A.O.史密斯(82.2)	3年	万家乐(81.8)	樱花(81.4)
跑步机	亿健(82.7)	2年	优步(81.5)	速尔(81.0)
智能产品				
智能手环	华为(83.3)	2年	小米(80.5)	荣耀(75.8)
儿童电话手表	华为(83.3)	2年	小天才(79.4)	读书郎(77.3)
智能马桶盖	松下(82.6)	2年	TOTO(81.9)	科勒(81.4)
智能摄像机/摄像头	海康威视(86.6)	1年	华为(82.7)	小米(81.0)
智能音箱	小米(80.9)	1年	华为(80.6)	谷歌(80.4)
体感车	米家(81.2)	2年	乐行天下(81.0)	麦酷拉(80.7)
航拍无人机	大疆(84.3)	2年	北国e家(83.5)	司马(82.8)

1.数据来源：Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI); 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。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注：C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
金融服务				
财产险	中国人保(84.3)	2年	中国平安(80.9)	太平洋保险(80.2)
人寿险	友邦保险(83.7)	1年	太平人寿保险(81.8)	中国人寿(81.4)
汽车保险	中国人保(83.5)	1年	太平洋保险(82.8)	中国平安(80.4)
信用卡	招商银行(81.9)	5年	中国建设银行(81.4)	中国工商银行(80.6)
银行服务	招商银行(84.1)	2年	中国建设银行(82.8)	中国银行(82.6)
第三方支付平台	支付宝(86.7)	5年	微信支付(86.5)	翼支付(84.3)
互联网银行	微众银行(82.1)	3年	新网银行(78.8)	网商银行(76.4)
商业养老保险	友邦保险(82.0)	1年	中国人寿(81.4)	泰康人寿(79.7)
第三方互联网汽车保险平台	车车车险(83.6)	2年	OK车险(82.7)	京东金融(78.2)
手机银行	平安银行(85.1)	1年	中国农业银行(83.4)	招商银行(83.0)
一般服务				
快捷酒店	锦江之星(80.4)	1年	如家(78.0)	汉庭(75.0)
旅行社	锦江旅行社(86.8)	1年	中国旅行社总社(83.5)	天马国际旅行社(82.0)
连锁电影院	金逸国际影城(85.7)	1年	新世纪影城(81.3)	万达影城(80.7)
健身会所	亚历山大(83.4)	2年	黑骏马(83.0)	英派斯(83.0)
高端连锁酒店	喜来登(85.2)	1年	香格里拉(84.1)	索菲特(83.7)
青少儿足球培训机构	123足球(82.5)	1年	恒大足球学校(82.2)	上海贝乐康足球俱乐部(81.0)
青少儿篮球培训机构	东方启明星(81.1)	2年	华蒙星体育(80.6)	梦想之巅(78.7)
线上中小学学科培训机构	新东方在线(83.4)	3年	学而思网校(80.5)	沪江网校(80.2)
线下中小学学科培训机构	泡泡少儿(84.6)	1年	优能中学教育(82.2)	学而思(79.1)
线上青少儿英语培训机构	新东方在线(82.4)	2年	51Talk(81.7)	VIPKID(81.1)
线下青少儿英语培训机构	新东方(81.5)	3年	迪士尼英语(80.0)	瑞思英语(75.9)
连锁体检机构	美年大健康(79.1)	3年	爱康国宾(75.8)	瑞慈体检(75.3)
服务式公寓	盛捷服务公寓(82.7)	1年	优帕克服务式公寓(81.9)	万豪行政公寓(80.3)
大型主题乐园	迪士尼乐园(84.2)	3年	长隆欢乐世界(80.3)	中华恐龙园(75.7)
快递服务	顺丰速运(85.7)	1年	京东快递(85.1)	中国邮政(76.2)
航空服务	深圳航空(86.2)	1年	上海航空(85.3)	中国国际航空(84.9)
房产中介服务	我爱我家(81.0)	1年	中原地产(77.9)	玛雅房屋(77.2)
通讯服务	中国电信(75.6)	2年	中国移动(73.7)	中国联通(70.7)
专车服务	礼橙专车(80.9)	2年	神州专车(80.3)	易到用车(79.9)
共享单车	美团(81.3)	1年	青桔单车(80.3)	永安行(79.3)

1.数据来源：Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI)；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。



2021年C-CSI®行业TOP3品牌榜

(注: C-CSI满分为100分)

品 类	2021 C-CSI第一名 (得分)	连续 年数	2021 C-CSI第二名 (得分)	2021 C-CSI第三名 (得分)
批发零售业				
蛋糕甜点连锁店	好利来(83.0)	1年	皇冠幸福里(82.5)	稻香村(82.3)
中式快餐连锁	永和大王(83.2)	1年	真功夫(82.4)	吉野家(81.9)
中式连锁餐饮	海底捞(84.5)	3年	俏江南(84.1)	麻辣诱惑(83.9)
珠宝零售/连锁店	卡地亚(84.1)	2年	周大生(82.8)	周大福(82.4)
茶叶连锁店	张一元(84.0)	1年	君山茶业(83.9)	天福茗茶(83.2)
咖啡连锁店	星巴克(83.6)	5年	研磨时光(82.1)	Costa (81.4)
西式快餐连锁	麦当劳(82.5)	1年	肯德基(80.5)	必胜客(79.8)
汽车租赁连锁	携程租车(80.7)	1年	神州租车(80.6)	至尊租车(80.1)
酒业连锁店	华龙酒行(81.5)	3年	华致酒行(80.8)	名品世家(80.4)
孕婴童连锁店	亲亲宝贝(85.3)	1年	乐友(83.9)	快乐宝贝(82.4)
西式连锁餐饮	王品牛排(83.5)	1年	新元素(82.0)	红屋牛排(79.5)
连锁药店	国大药房(85.7)	1年	北京同仁堂(82.1)	老百姓(81.9)
汽车美容维修/快修连锁店	快修哥(84.8)	1年	赛浪(84.5)	德尔福(83.5)
大型超市	沃尔玛(83.8)	2年	家乐福(82.4)	人人乐(80.5)
电器城	国美(82.2)	2年	永乐(81.9)	苏宁易购(81.4)
连锁便利店	全家(83.5)	1年	7-ELEVEN(83.0)	好邻居(82.0)
大型家居卖场	宜家IKEA(83.4)	6年	百安居(82.6)	红星美凯龙(81.3)
连锁百货商场	王府井百货(84.8)	1年	百盛百货(83.9)	银座商城(83.0)
加油站	中国石油(82.3)	1年	中国石化(82.0)	中石化BP(81.8)
生鲜超市	盒马鲜生(84.7)	1年	永辉生活(82.5)	鲜食演义(81.2)
网络服务				
综合性电商平台	京东(85.0)	1年	天猫(81.1)	唯品会(79.9)
招聘平台	前程无忧(81.1)	2年	智联招聘(78.4)	猎聘网(72.8)
婚恋网站	百合网(76.3)	1年	珍爱网(76.2)	中国红娘网(75.0)
视频服务网站/APP	哔哩哔哩(84.4)	3年	腾讯视频(81.4)	爱奇艺(80.2)
大型网络游戏运营商	盛大游戏(82.6)	2年	巨人网络(82.5)	完美世界(79.0)
生活信息服务平台	58同城(81.9)	1年	大众点评网(81.0)	美团(80.0)
搜索引擎	必应(85.8)	1年	百度(83.1)	神马搜索(82.2)
在线旅游服务	携程旅行(82.3)	1年	芒果网(81.5)	途牛旅游网(81.1)
汽车互联网平台	汽车之家(80.9)	1年	车主之家(78.1)	爱车汽车(77.5)
二手车直卖网/交易网	瓜子二手车(79.6)	3年	人人车(77.2)	优信二手车(75.3)
外卖平台	美团外卖(80.5)	4年	饿了么星选(79.1)	饿了么(78.9)
民宿预定平台	小猪(83.1)	1年	爱彼迎(82.7)	携程(81.7)
汽车新零售平台	妙优车(84.9)	1年	大白汽车(84.4)	立马优车(82.9)
地图类APP	高德地图(83.5)	4年	百度地图(81.7)	腾讯地图(78.9)
公共服务				
旅游城市	成都(84.0)	1年	三亚(83.9)	杭州(83.2)
机场服务	广州白云国际机场(85.5)	1年	上海虹桥国际机场(84.2)	郑州新郑国际机场(84.0)

1.数据来源: Chnbrand 2021年中国顾客满意度指数(C-CSI); 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-CSI

中国顾客满意度指数 (China Customer Satisfaction Index , 简称 C-CSI) 是由中国领先的品牌评级与品牌顾问机构 Chnbrand 实施的中国首个全品类顾客满意度评价体系, 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-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, 是衡量和管理顾客满意度的基础性参考指标。作为一个连续的年度调查项目, C-CSI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-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。

2021年 C-CSI 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, 品类样本量总计超过 304 万个, 调查覆盖 202 个细分行业, 涉及被评价主流品牌 11,010 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-csi