



2007年 中国顾客 满意度手册

中国标准化研究院顾客满意度测评中心
清华大学中国企业研究中心 编



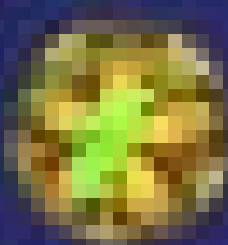
中国计量出版社

CHINA METROLOGY PUBLISHING HOUSE



2007年 中国顾客 满意度手册

中国顾客满意度指数(CSI)
中国质量万里行(CQI)



中国质量万里行
CHINA QUALITY WARRIOR

2007年

**中国顾客
满意度手册**

中国标准化研究院顾客满意度测评中心
清华大学中国企业研究中心 编

中国计量出版社

图书在版编目(CIP)数据

2007 年中国顾客满意度手册/中国标准化研究院顾客满意度测评中心,清华大学中国企业研究中心编. —北京:中国计量出版社,2007.4

ISBN 978-7-5026-2607-5

I. 2… II. ①中…②清… III. 商业服务—服务质量—评价—手册 IV. F718-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 040005 号

中国计量出版社出版

北京和平里西街甲 2 号

邮政编码 100013

电话 (010)64275360

<http://www.zgjl.com.cn>

煤炭工业出版社印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

版权所有 不得翻印

*

880mm × 1230mm 48 开本 印张 1.25 字数 7 千字

2007 年 4 月第 1 版 2007 年 4 月第 1 次印刷

*

定价: 3.90 元

前 言

1999 年国务院颁布的《关于进一步加强产品质量工作若干问题的决定》中指出：“要研究和探索产品质量的用户满意指数评价方法，向用户提供真实可靠的产品质量信息”。

为贯彻落实国务院的要求，国家质检总局组织有关单位进行了中国顾客满意指数课题的研究，承担课题研究的中国标准化研究院和清华大学中国企业研究中心等单位借鉴国外主要发达国家的经验，结合我国实际情况，开发并完成了中国顾客满意指数模型，2002 年通过科技部的鉴定，2003 年正式投入实际应用。

《2007 年中国顾客满意度手册》是为了帮助中国消费者合理地采购和消费设计的。希望本手册能够给您的采购带来方便，起到引导消费、促进生活质量提高的目的。

编者

使用说明

在使用本手册时需要注意以下几点：

1. 本手册所列出的产品包括耐用消费品、非耐用消费品和生活服务三类。其中，耐用消费品类选择了3年内中国家庭保有量排在前六位的品牌，非耐用消费品和生活服务类选择了1年内中国家庭消费量排在前六位的品牌，并按照其名称的汉语拼音次序排列。

2. 图中的满意度分数是顾客按照百分制作出的评价，分数越高，代表顾客的评价越高。

3. 各个产品的具体属性评价用星级表示，星级越高，顾客的评价越高。

4. 本手册中的“顾客满意度”是最综合的指标，是依据其他所有指标计算出来的。如果您对产品没有特殊要求，可以参考该指标采购。

5. 如果您对产品有特殊要求，可以查阅各个品牌其他指标的星级。

6. 本手册中的数据是从中国标准化研究院顾客满意度测评中心2006年所测评的中国顾客满意指数所有数据中筛选出来的。

为了方便读者使用，给顾客更加直观的感觉，本手册主要用图表的形式将各个产品品牌的顾客满意度等展示给大家。

注：其他已调查但未列出的产品或服务类别包括：铁路客运、邮政、大型百货店、饭店、旅店、快餐店、公共汽车、有轨电车、出租车、电力供应、自来水供应、燃气供应、卫星电视、广播电台、报纸、医院、街道办事处、警察等。

目 录

耐用消费品

1. 笔记本电脑	2	8. 摩托车	8
2. 冰箱	2	9. 热水器	10
3. 抽油烟机	4	10. 手机	10
4. 电话机	4	11. 台式计算机	12
5. 电视机	6	12. 微波炉	12
6. 激光视盘机	6	13. 洗衣机	14
7. 空调	8	14. 照相机	14

非耐用消费品

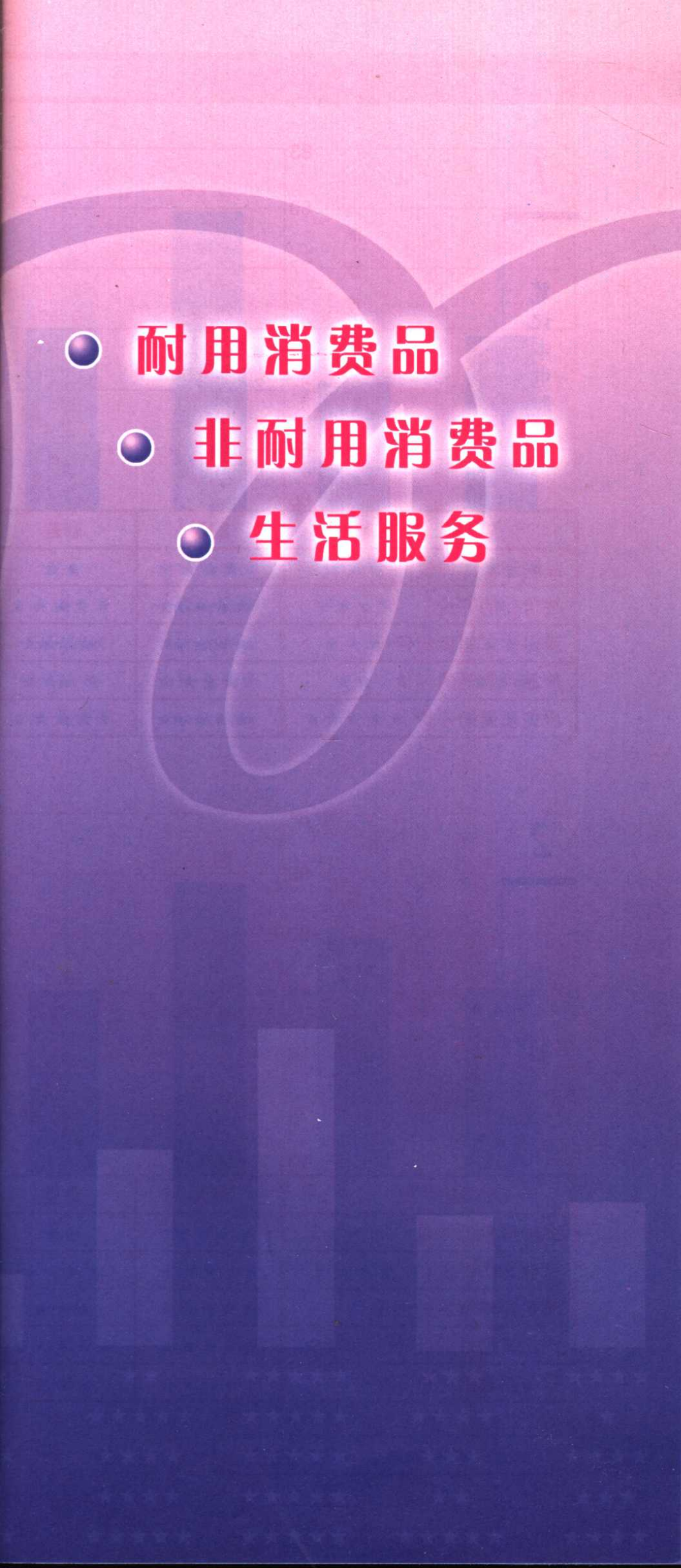
1. 白酒	16	13. 瓶装饮用水	28
2. 豆奶粉	16	14. 葡萄酒	28
3. 方便面	18	15. 奶粉	30
4. 果汁/植物 蛋白饮料	18	16. 食用醋	30
5. 护肤霜	20	17. 食用油	32
6. 火腿肠	20	18. 洗发水	32
7. 酱油	22	19. 洗衣粉	34
8. 卷烟	22	20. 香皂	34
9. 旅游鞋	24	21. 牙膏	36
10. 男西装	24	22. 羊毛/绒衫	36
11. 皮鞋	26	23. 液体奶	38
12. 啤酒	26	24. 羽绒服	38

生活服务

1. 保险公司	40	4. 商业银行	42
2. 超市	40	5. 无线通讯服务	44
3. 固定通讯服务	42	6. 杂志	44

附录

附录 A1:耐用消费品各品牌顾客满意度 80% 置信区间内的统计偏差	46
附录 A2:非耐用消费品各品牌顾客满意度 80% 置信区间内的统计偏差	48
附录 A3:生活服务产品各品牌顾客满意度 80% 置信区间内的统计偏差	50
附录 B:中国顾客满意度的调查方式	51
附录 C:中国顾客满意指数测评的基本模型和计算	51
附录 D:产品/服务品牌的星级说明	54



● 耐用消费品

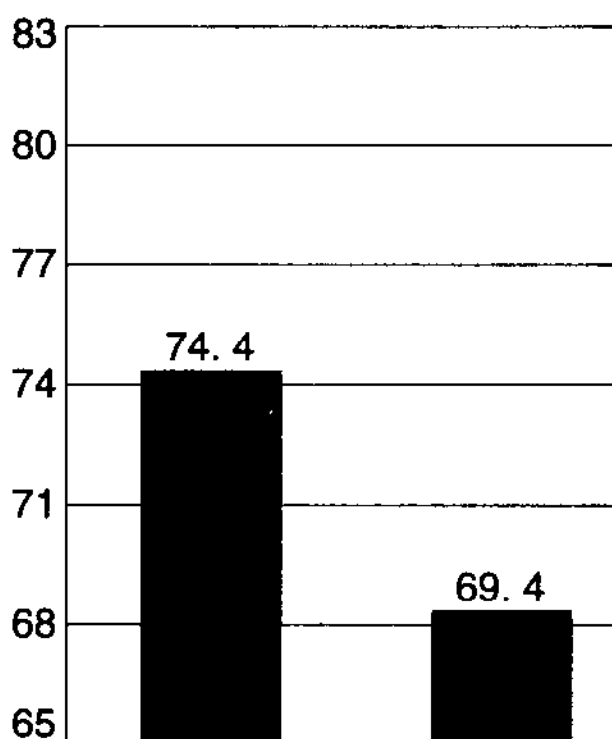
● 非耐用消费品

● 生活服务

1

笔记本电脑

满意度分数

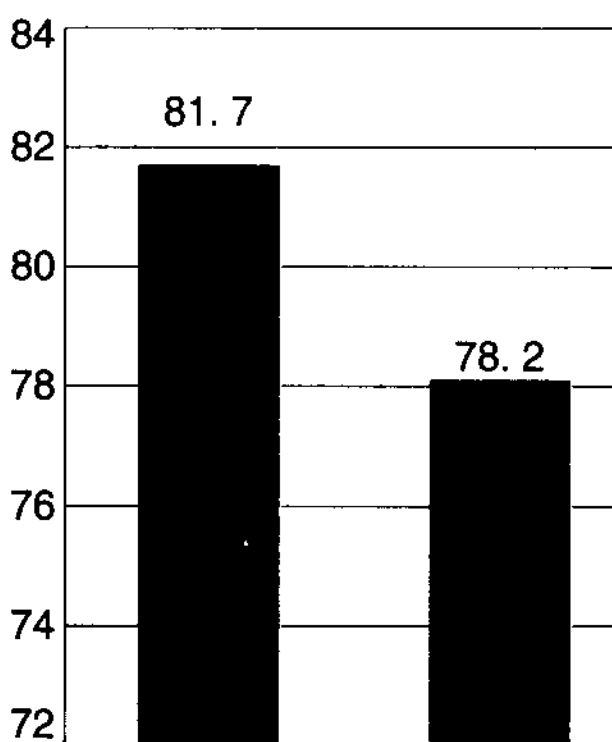


品 牌	戴尔	东芝
品牌形象的评价	★ ★ ★	★ ★
性价比的评价	★ ★ ★ ★	★
满足需求程度的评价	★ ★ ★ ★	★ ★ ★
产品可靠性的评价	★ ★ ★	★
服务质量的评价	★ ★ ★ ★	★ ★ ★

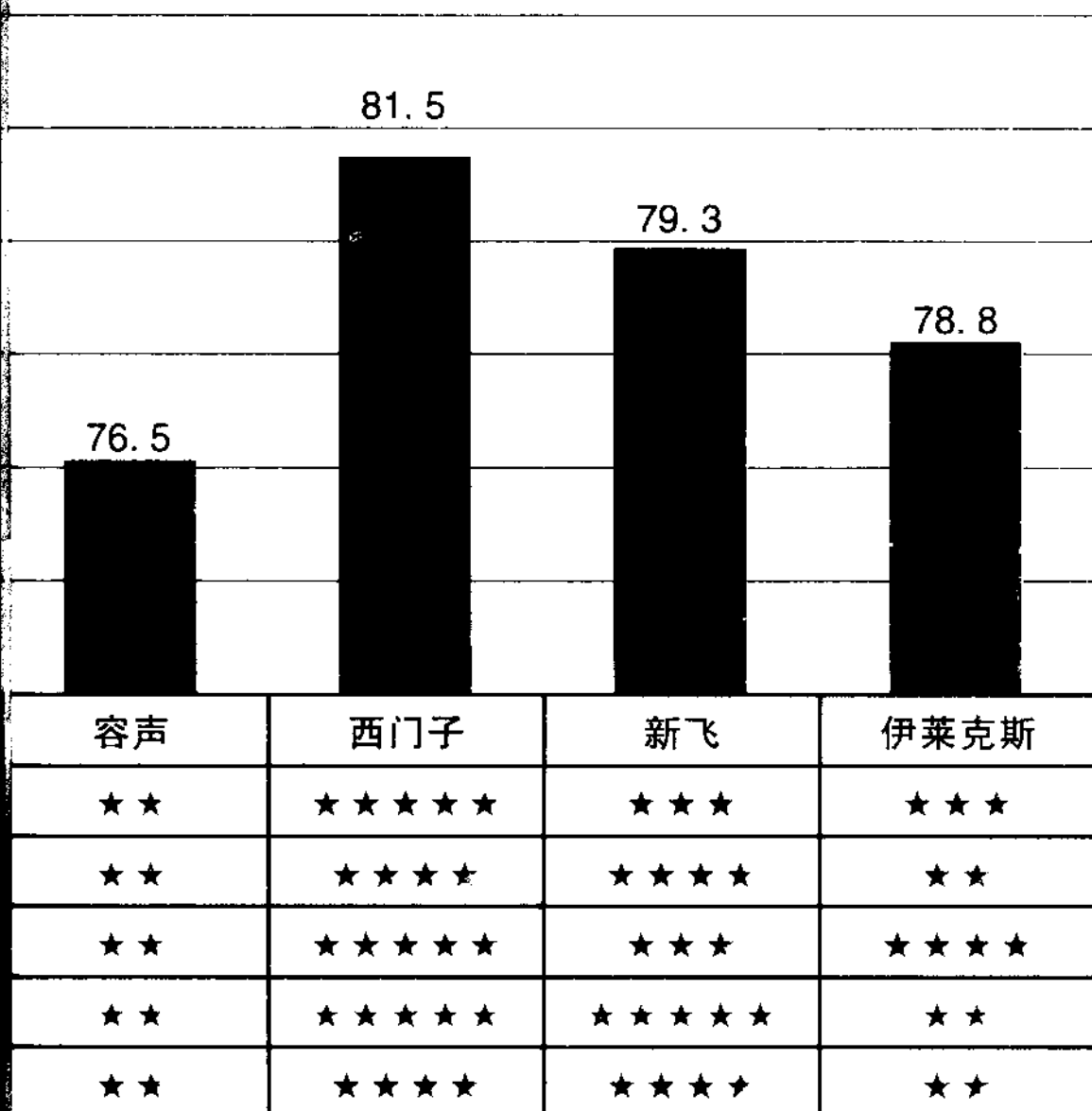
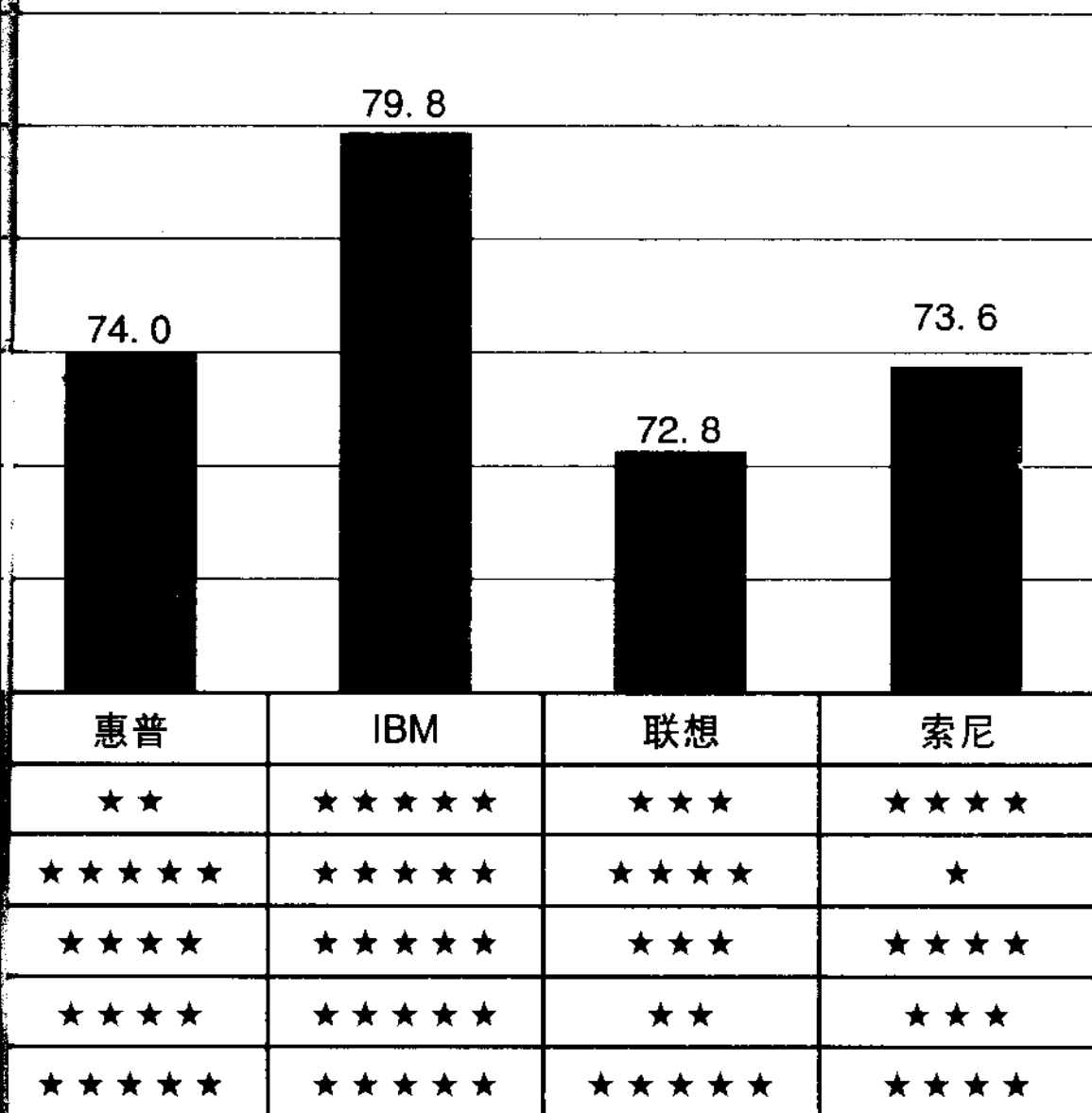
2

冰箱

满意度分数



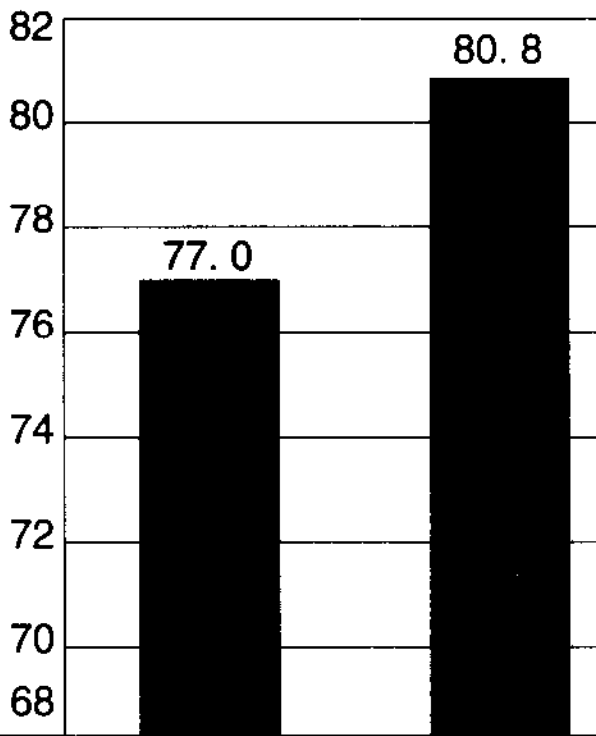
品 牌	海尔	美菱
品牌形象的评价	★ ★ ★ ★	★ ★
性价比的评价	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★
满足需求程度的评价	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★
产品可靠性的评价	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★ ★ ★
服务质量的评价	★ ★ ★ ★ ★	★ ★ ★



3

抽油烟机

满意度分数

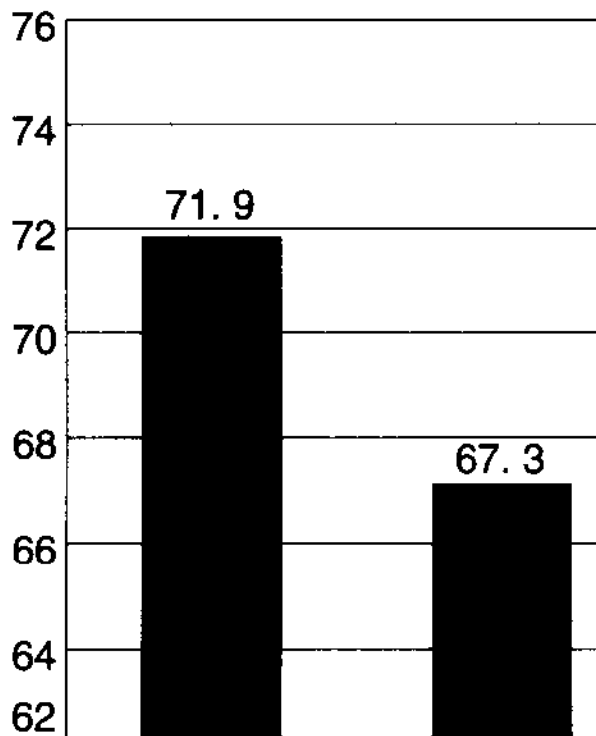


品 牌	方太	海尔
品牌形象的评价	★★★★★	★★★★★
性价比的评价	★★★★	★★★★★
满足需求程度的评价	★★★★★	★★★★★
产品可靠性的评价	★★★★★	★★★★★
服务质量的评价	★★★★	★★★★★

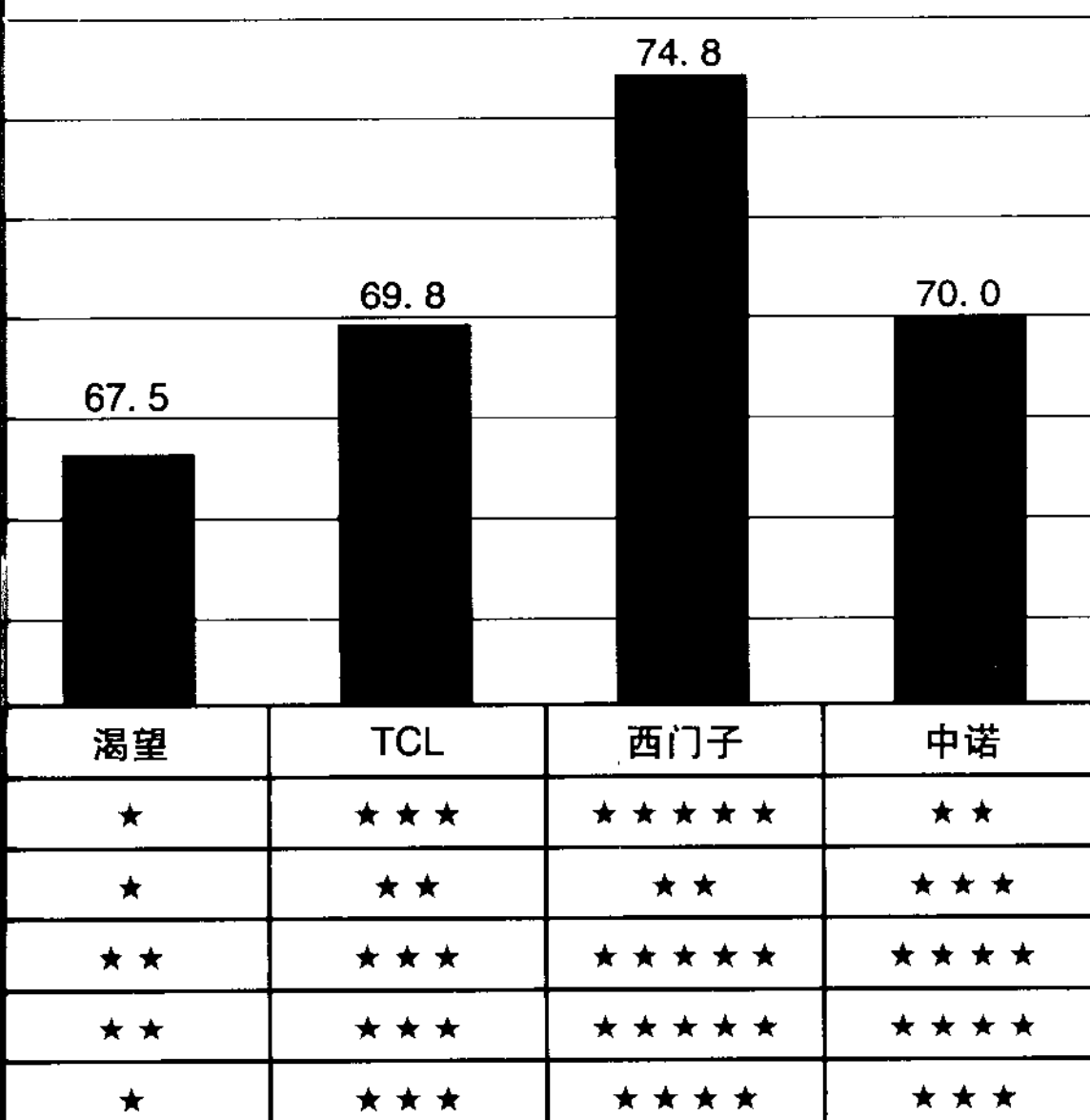
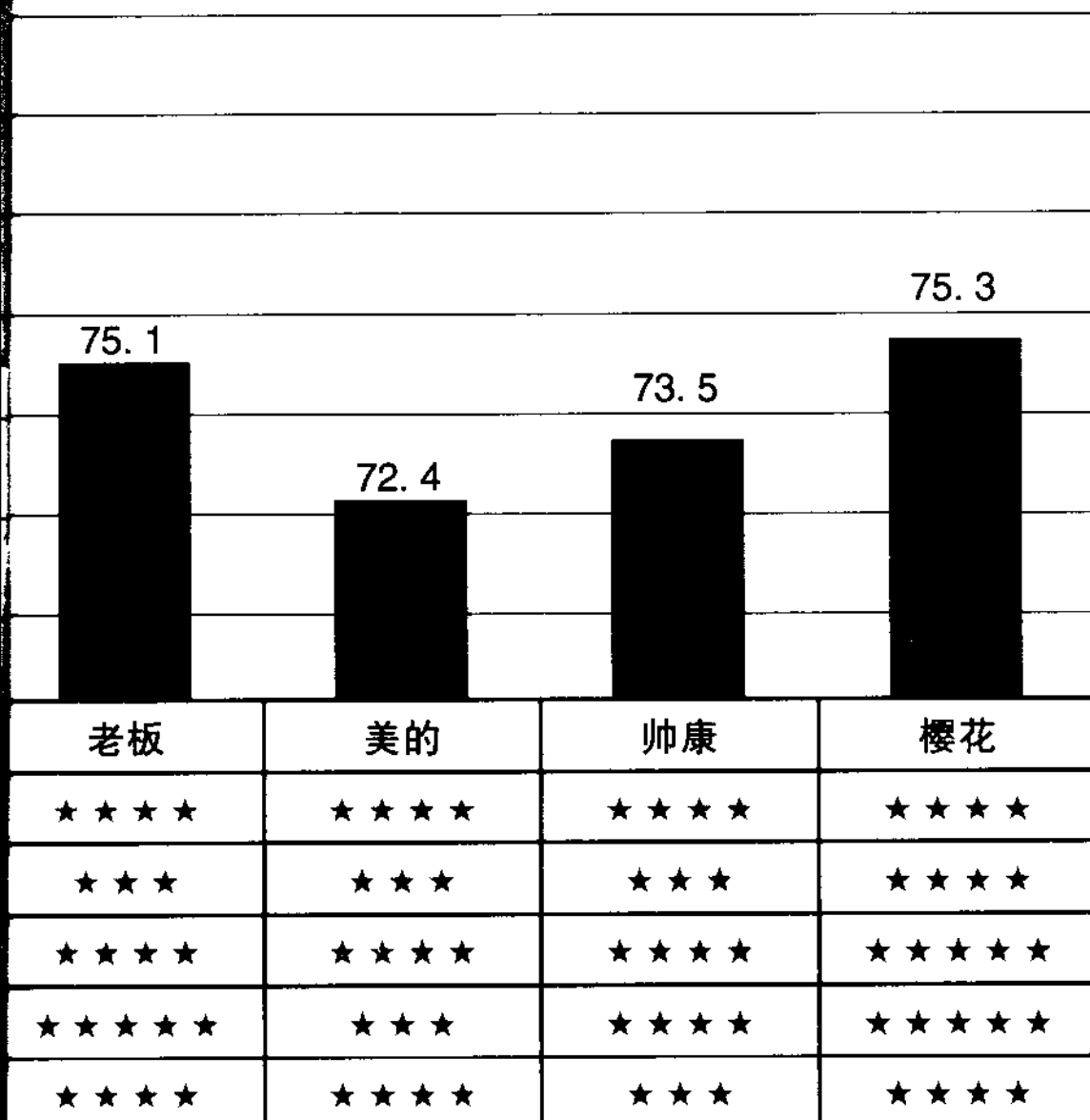
4

电话机

满意度分数



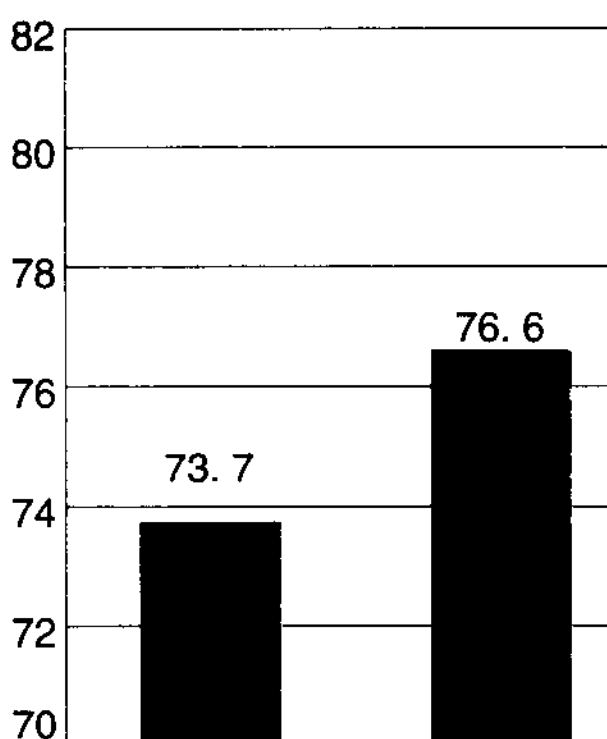
品 牌	步步高	高科
品牌形象的评价	★★★★	★
性价比的评价	★	★★★
满足需求程度的评价	★★★★	★
产品可靠性的评价	★★★★	★★
服务质量的评价	★★★★	★★



5

电视机

满意度分数

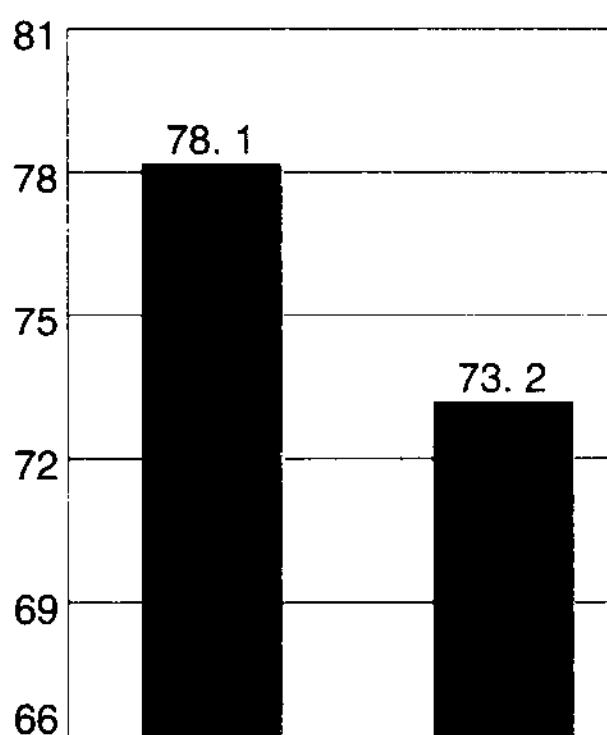


品 牌	长虹	创维
品牌形象的评价	★★	★★★
性价比的评价	★	★★
满足需求程度的评价	★	★★★★
产品可靠性的评价	★★★★	★★★★★
服务质量的评价	★★	★★★

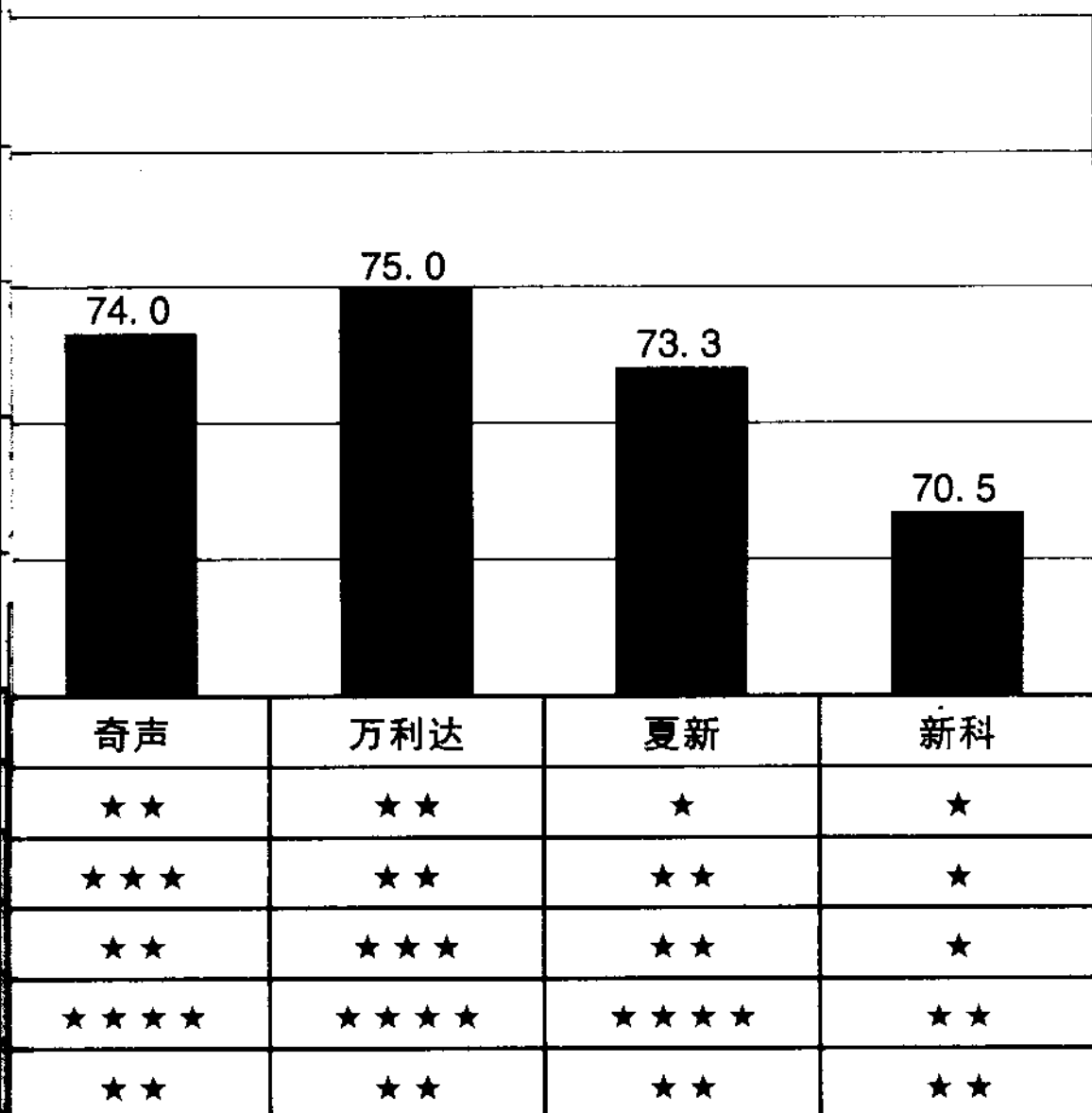
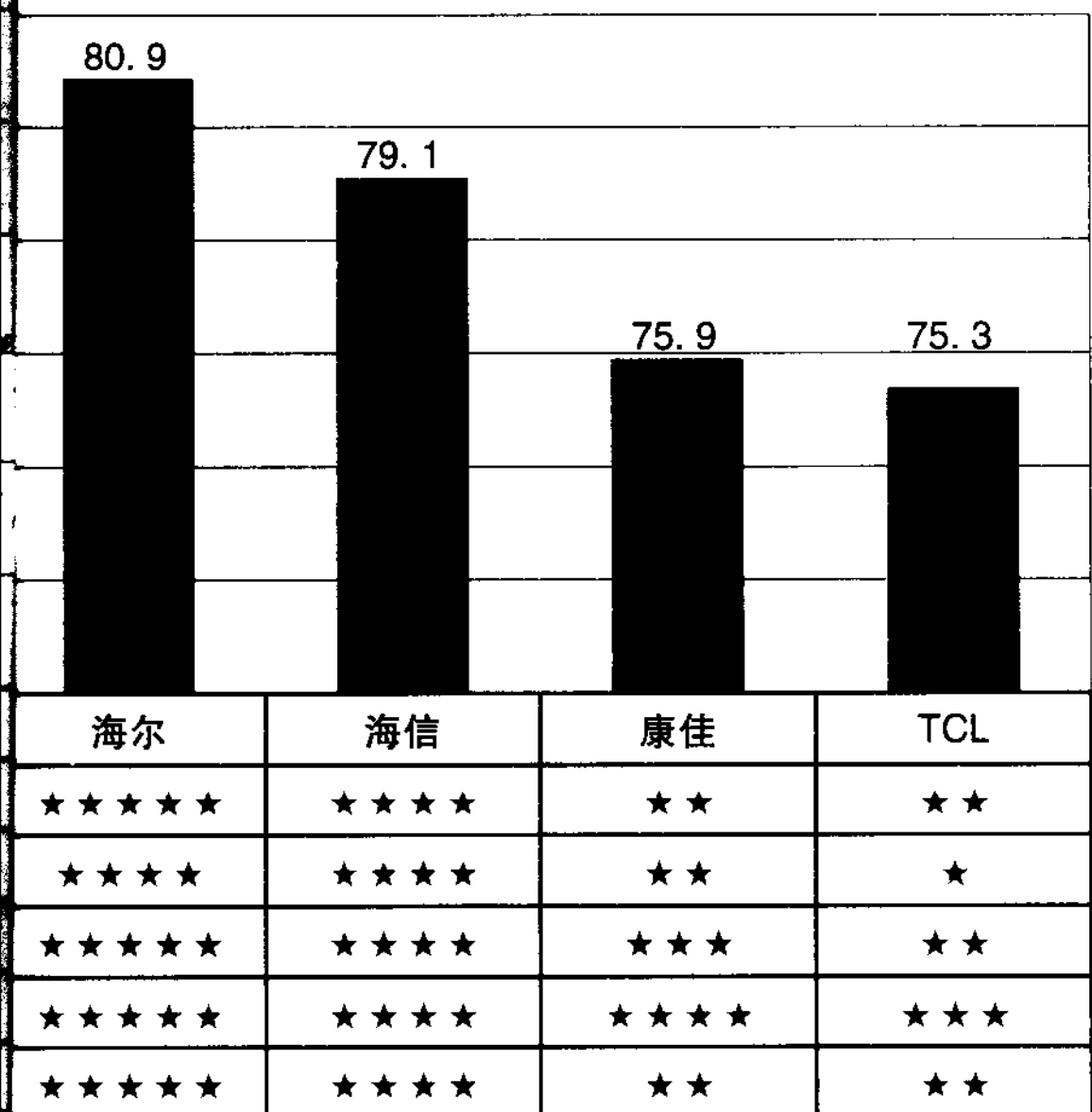
6

激光视盘机

满意度分数



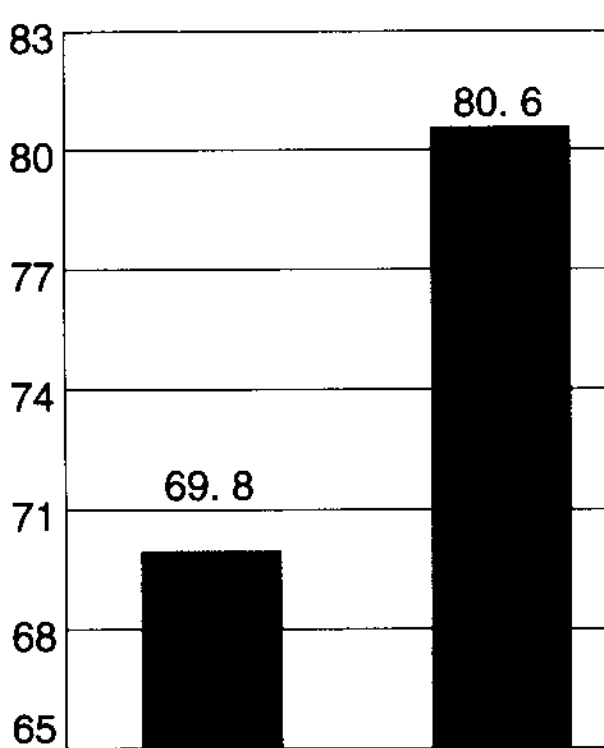
品 牌	步步高	金正
品牌形象的评价	★★★★	★★
性价比的评价	★★★★★	★
满足需求程度的评价	★★★★★	★★
产品可靠性的评价	★★★★★	★★★★
服务质量的评价	★★★	★★



7

空调

满意度分数

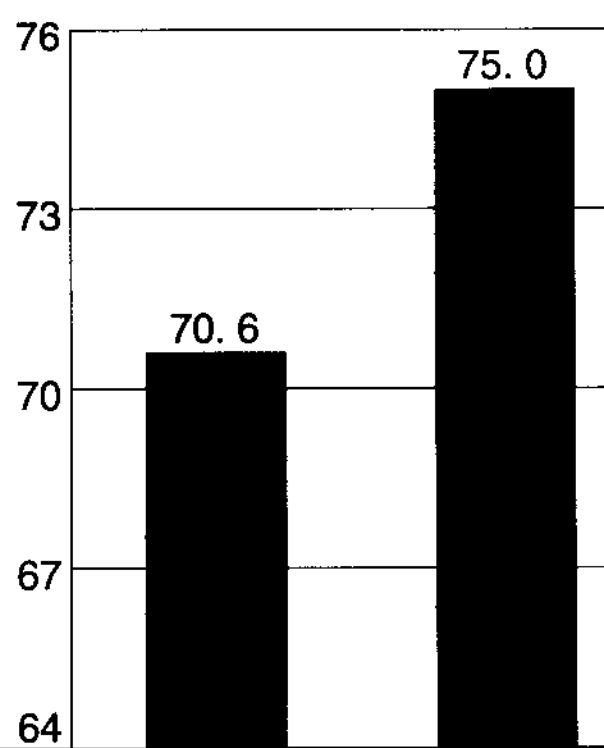


品 牌	奥克斯	格力
品牌形象的评价	★	★★★★★
性价比的评价	★★	★★★★★
满足需求程度的评价	★★	★★★★★
产品可靠性的评价	★	★★★★★
服务质量的评价	★	★★★★

8

摩托车

满意度分数



品 牌	大阳	豪爵
品牌形象的评价	★★★	★★★★★
性价比的评价	★★★	★★★★★
满足需求程度的评价	★★★★★	★★★★★
产品可靠性的评价	★★	★★★★★
服务质量的评价	★★★★★	★★★★★



