

# 满意

SATISFIED CHINA

## 用户视角下的质量与品牌

(2018) 中国质量协会 编著



中国质量协会  
CHINA ASSOCIATION  
FOR QUALITY

# 中国



 中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位



# 满意中国

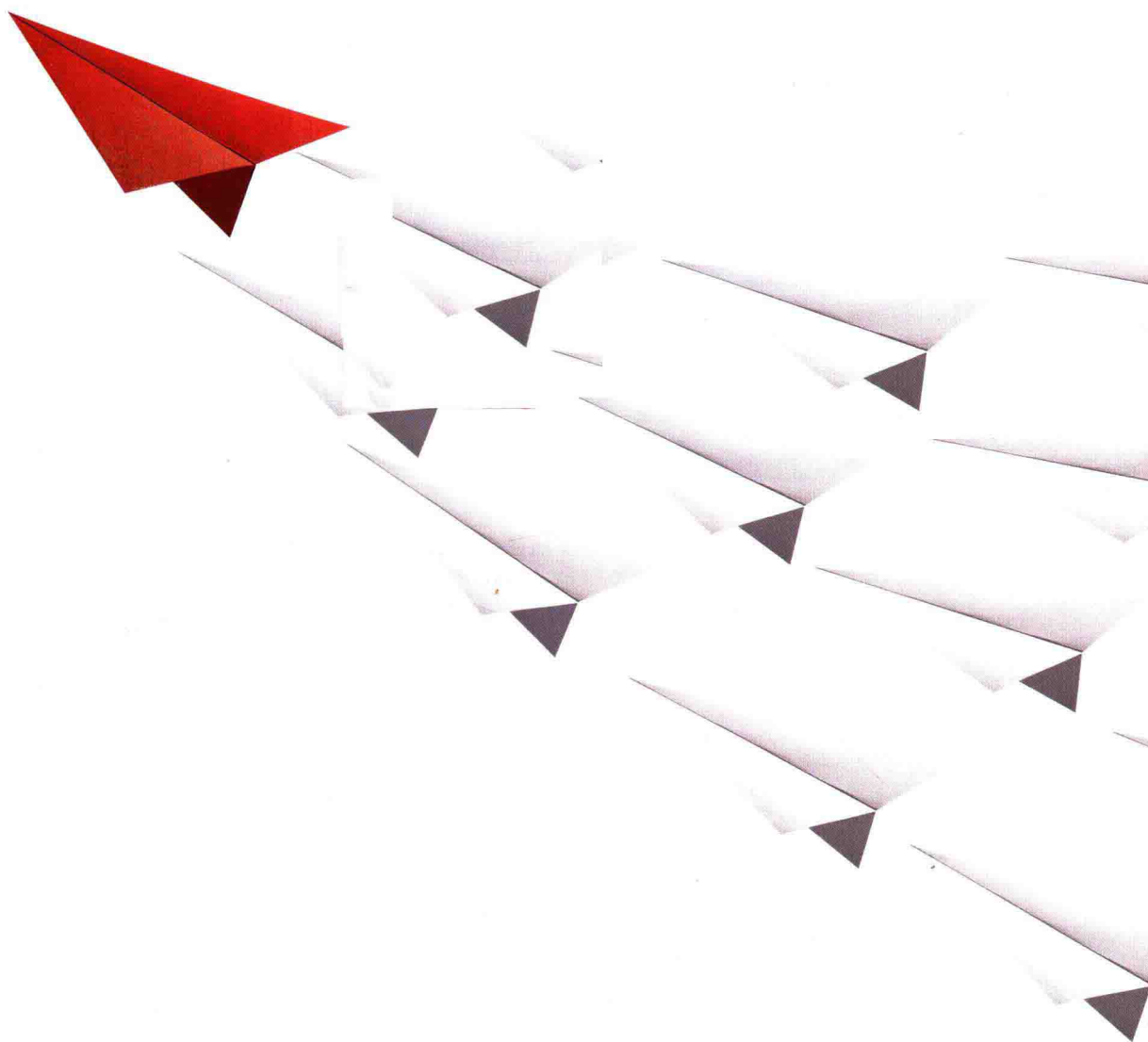


中国质量协会  
CHINA ASSOCIATION  
FOR QUALITY

SATISFIED CHINA

用户视角下的质量与品牌

(2018) 中国质量协会 编著



中国社会出版社

国家一级出版社·全国百佳图书出版单位

图书在版编目 (CIP) 数据

满意中国——用户视角下的质量与品牌. 2018 / 中国质量协会编著. —北京: 中国社会出版社, 2018  
ISBN 978 - 7 - 5087 - 6075 - 9

I. ①满… II. ①中… III. ①质量管理—研究—中国  
IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 272517 号

---

书 名: 满意中国——用户视角下的质量与品牌·2018  
编 著: 中国质量协会

---

出 版 人: 浦善新  
终 审 人: 李 浩  
责任编辑: 朱永玲

---

出版发行: 中国社会出版社 邮政编码: 100032

通联方法: 北京市西城区二龙路甲 33 号

电 话: 编辑室: (010) 58124828

邮购部: (010) 58124828

销售部: (010) 58124845

传 真: (010) 58124826

网 址: [www.shcbs.com.cn](http://www.shcbs.com.cn)

[shcbs.mca.gov.cn](http://shcbs.mca.gov.cn)

经 销: 各地新华书店

---

印刷装订: 保定彩虹印刷有限公司

开 本: 210mm × 296mm 1/16

印 张: 15.25

字 数: 360 千字

版 次: 2018 年 12 月第 1 版

印 次: 2018 年 12 月第 1 次印刷

定 价: 158.00 元



中国社会出版社天猫旗舰店



中国社会出版社微信公众号

## 编委会

---

主任：贾福兴

总编：李晓雨

副总编：武志圣

编委：段永刚 弋辉 王鑫 邹璐 王玥

桑秋光 王文佳 张志强 李高帅

审读：韩亦舜 孙铭 康岳 李洪涛 裴飞

王涛 刘琳 马冬晖 郝京伟 李婉君

张文千 王世博 王红 玉敏

---

党的十九大报告提出，建设现代经济体系，必须“把提高供给体系质量作为主攻方向，显著增强我国经济质量优势”。而在新消费时代下，消费者对高效率、高性价比和高质量服务的追求正在成为高质量发展的重要牵引力，与此同时，品牌、口碑、信用、体验已经成为新供给中重要的创新驱动因素。

2018年是满意中国系列研究的第二年，其研究核心——质量消费体验，是一个能够将高质量发展、新消费和顾客体验整合起来的测评体系。它以顾客在消费产品和服务过程中的体验质量为主要研究对象，目前共形成两大量化指数——评估整个顾客旅程中体验质量的质量消费体验指数（QCEI, Quality Consumption Experience Index）和评估产品服务感知质量的中国国家顾客满意度指数（CNCESI, China National Customer Satisfaction Index）。质量消费体验测评体系既能在新消费时代与时俱进，也能延续经典质量领域的顾客满意理论研究，形成经典与创新的碰撞与融合。

研究表明，我国消费者对当前市场供给的质量感知尚可，但当前市场供给的适应性和灵活性仍不足以满足消费者多样化的需求。因此，新消费需要新供给来引领。随着互联网、人工智能、大数据与实体经济的深度融合，消费渠道、消费模式和消费理念都在不断变革和升级，科技进步在改善消费体验方面虽然能起到至关重要的作用，但消费者更加需要的是个性化的服务、值得信赖的客户关系以及能够产生共鸣的品牌宣传。

本年度的满意中国系列研究共对47000多名消费者进行调查，获取他们对130多个行业中的2000多个品牌的评价，前后共历时7个月。我们希望用科学、深度、系统的研究为供给侧结构性改革出谋划策，进而更好地发挥消费的基础性作用，使质量消费体验成为新消费时代下高质量发展的重要变革力量。

## 研究篇

### 2018 项目摘要 / 2

- 质量消费体验指数 (QCEI) / 3
- 中国国家顾客满意度指数 (CNCSI) / 3
- 调查概况 / 4
- 测量统计 / 4
- 抽样执行 / 5
- 行业体系 / 5

### 2018 满意中国研究报告 / 7

- 高速增长向高质量发展初见成效，质量消费体验需持续关注 / 8
- 顾客质量消费体验地区性差异显著，转型升级之路依然漫长 / 8
- 质量消费体验 70 后最佳，未来发展趋势是俘获“下一代”90 后 / 9
- 三大领域满意度稳中向好，耐用消费品质量消费体验引领步伐 / 9
- 顾客需求主导行业发展，质量消费体验显示行业差异 / 10
- 多数品牌的质量消费体验落后于顾客期望 / 11
- 品牌感知质量满意度逐渐趋同，质量消费体验将是未来的竞争优势 / 12
- 品牌整体表现“机会良好型”，品牌宣传需充分结合顾客质量消费体验 / 13
- 制造业顶级品牌日趋成熟，服务业相对缺少引领者 / 14

### 行业洞察 / 16

- 01 食品饮料行业：唯有安全护航，方可品质扬帆 / 17
- 02 生活百货行业：品牌众多，关键在于口碑传播 / 19
- 03 服装配饰行业：加强研发设计和渠道建设，塑造自主品牌 / 21
- 04 医药护理行业：产品品牌进一步打造，提升消费信心 / 23
- 05 家居建材行业：提升科技含量，注重节能环保和用户体验，加强品牌建设 / 25
- 06 家电数码行业：以消费需求为导向，注重品质生活提升 / 27
- 07 文体保健行业：开发专业性新产品，缩小与外资产品差距 / 29
- 08 出行工具行业：提升产品性能，把握行业发展动态 / 31
- 09 批发零售行业：把握消费者偏好，精准聚焦需求 / 33

- 10 生活服务行业：优化服务质量，改善消费体验，过程带动服务升级 / 35
- 11 网络服务行业：行业规范性发展，提高用户体验 / 37
- 12 餐饮住宿行业：随着消费升级，打造带有“优雅、舒适、便捷、健康”标签的品牌方向 / 39
- 13 金融服务行业：品牌个性化发展，提供优质服务，抢滩用户市场 / 41

### QCEI 前三品牌榜 / 43

- QCEI 榜首品牌国内多于国外，个别行业国外品牌优势明显 / 44
- 生活百货行业 / 44
- 食品饮料行业 / 44
- 医药护理行业 / 45
- 文体保健行业 / 46
- 服装配饰行业 / 46
- 家居建材行业 / 46
- 出行工具行业 / 47
- 家电数码行业 / 47
- 生活服务行业 / 48
- 金融服务行业 / 48
- 批发零售行业 / 48
- 餐饮住宿行业 / 49
- 网络服务行业 / 49

### 观点和挑战 / 50

- 高质量发展下的顾客消费体验 (王鑫 武志圣) / 51
- 质量消费体验的发展之路 (李晓雨 王玥) / 52

### 2018 满意中国榜 / 54

- 食品饮料 / 56
- 生活百货 / 69
- 服装配饰 / 76
- 医药护理 / 82



家居建材 / 86  
家电数码 / 91  
文体保健 / 100  
出行工具 / 103  
批发零售 / 106  
生活服务 / 110  
餐饮住宿 / 113  
网络服务 / 116  
金融服务 / 120

## 实践篇

---

### 概述 / 124

实施全国用户满意工程 / 125  
市场质量信用体系建设 / 125

### 2018年“质量诚信，用户满意”公示 / 127

用户满意标杆企业（市场质量信用等级：AAA） / 129  
用户满意标杆服务（市场质量信用等级：AAA） / 129  
用户满意企业（市场质量信用等级：AA） / 129  
用户满意产品（市场质量信用等级：AA） / 131  
用户满意工程（市场质量信用等级：AA） / 133  
用户满意服务（市场质量信用等级：AA） / 135

### 最佳实践 / 137

用户满意企业案例 / 138  
您的每一件小事，都是格力的大事  
——珠海格力电器股份有限公司 / 138  
以顾客满意为中心 创树“畅安、和谐、智慧”高速品牌  
——山东高速股份有限公司 / 142



先行先试，智能服务提升效能

——中国移动通信集团广东有限公司汕头分公司 / 146

新时代·心服务

——国网江苏省电力有限公司 / 150

始于真诚 止于满意——三级管理模式下的用户满意观

——甘肃第七建设集团股份有限公司 / 152

全心全意为用户服务，为客户创造价值

——广西柳工机械股份有限公司 / 156

以客户需求为导向 创新与服务并举

——码捷（苏州）科技有限公司 / 162

矢志奋斗，做儿童想象力的保卫者

——大连出版社 / 166

精于定制，匠心如一——多重角度下客户至诚服务

——海澜之家股份有限公司 / 169

关心孩子、服务家庭——好孩子的服务经营之道

——好孩子集团有限公司 / 173

用户满意服务明星班组事迹 / 177

服务连接城际，温馨相伴起航

——交运集团青岛温馨巴士有限公司 617 路服务班组 / 177

山区里的阳光服务

——国网浙江丽水市莲都区供电有限公司大港头供电所 / 180

共同成长 甘心为您

——华夏银行股份有限公司深圳前海分行 / 183

敢于创新 追求卓越

——中国移动通信集团安徽有限公司安庆分公司菱湖北路营业厅 / 186

树立威海供电新形象

——山东电力集团公司威海供电公司营销部大客户经理班 / 188

为平凡的工作注入情感与感动

——山东航空股份有限公司客户服务中心鲁音客服队 / 191

服务“新”连“心”，让旅客体验更美好

——中国铁路上海局集团有限公司上海站上南客运车间“心尚”服务工班 / 193

微笑是我们的声音，满意是我们的信念

——中国移动通信集团江苏有限公司徐州分公司投诉处理监控中心 / 195

机器在您手中 服务刻我心中

——广西玉柴机器股份有限公司呼叫中心 / 199

心系客户 真诚服务

——国网湖南省电力有限公司长沙供电分公司客户服务中心市场及大客户室 / 202

用户满意服务明星事迹 / 208

用真情服务让乘客满意，用大爱精神让城市升温

——上海地铁第四运营有限公司车站 徐紫茜 / 208

你用电 我用心

——国网山东省电力公司滨州市滨城区供电公司营销部 张涛 / 211

丹心用尽为服务 丽质生成方是金

——中国电信股份有限公司淮北分公司 李金丽 / 214

扎根乡土 诚信行医

——湖北省荆州克权医院 李克权 / 217

传承工匠精神 优质服务蓝天

——上海航空有限公司 陈秋玲 / 220

做新时代的“服务先锋”

——国网湖南省电力有限公司郴州供电分公司鲁塘供电所 马良才 / 222

承载移动人风华蔚蓝梦

——中国移动通信集团江苏有限公司盐城分公司 王俊 / 225

优质服务展形象 爱岗敬业展风采

——江苏宁沪高速公路股份有限公司苏州管理处 张敏 / 228

始于需求 终于满意

——甘肃中石油昆仑燃气有限公司兰州高新分公司 张国柱 / 231

头雁领飞，为优质服务代言

——国网吉林省电力有限公司蛟河检修分公司 张姝柳 / 233



# 研究篇

# 满意中国

SATISFIED CHINA

用户视角下的质量与品牌

# 2018

## 2018 项目摘要

---

- 质量消费体验指数 (QCEI) / 3
- 中国国家顾客满意度指数 (CNCSI) / 3
- 调查概况 / 4
- 测量统计 / 4
- 抽样执行 / 5
- 行业体系 / 5

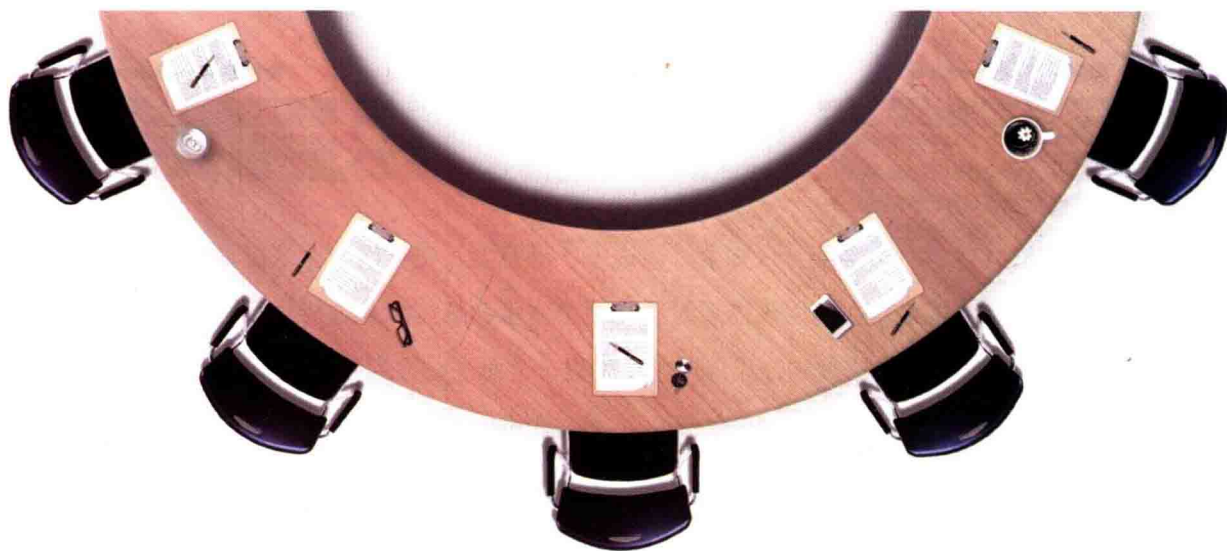


## 质量消费体验指数 (QCEI)

顾客体验 (Customer Experience) 正在不断扩展其内涵与外延, 质量消费体验便是顾客体验与质量的一次完美结合。由认知、渗透、满意、美誉、忠诚、推荐六个重要维度构成的质量消费体验, 通过连接顾客旅程中的关键节点, 实现在多维空间中研究质量消费体验, 从而打破传统单一维度研究模式的局限, 使理论与实践都能够形成有效的外部延伸。质量消费体验指数 (QCEI, Quality Consumption Experience Index) 评估顾客旅程中的关键节点和重要维度, 利用相关算法实现顾客体验在质量领域的量化, 既是顾客体验时代背景下倾听顾客心声的重要手段, 也是推动功能性消费向体验式消费转变的重要动力。

## 中国国家顾客满意度指数 (CNCSI)

顾客满意 (Customer Satisfaction) 理论是质量管理乃至整个营销学领域的经典理论, 自诞生之日起, 便成为顾客洞察中必不可少的关键环节。以此理论衍生的顾客满意度指数、顾客满意度测量模型等, 其应用已经覆盖全球各主要经济体, 成为与国民经济景气 and 行业健康高度相关的先导指数和晴雨表。中国国家顾客满意度指数 (CNCSI, China National Customer Satisfaction Index) 在国内市场中的实践有近 30 年历史, 通过与汽车、家电、食品、服务 (商业、公共、政务) 等行业的深入结合, 已经成为这些行业必不可少的重要经济指标。顾客满意是质量消费体验中承上启下的关键节点, CNCSI 则是顾客满意的重要量化指标和质量的最终衡量尺度, 能够体现整个社会对国家质量的满意程度, 并促进国民经济从数量型增长向质量型增长转变。



## 调查概况

2018年满意中国项目调查阶段共历时7个月，以拦截面访和网络调研的方式获取普通消费者的顾客之声（VOC），全国共有47528名消费者参与调查，最终获得有效数据信息点430517个。



• 调研时间：2018年3—9月



• 调研对象：普通消费者



• 参与人数：47528



• 有效数据信息点：430517



• 执行方式：拦截面访、网络调研

## 测量统计

### 认知度 Awareness

指某品牌在目标顾客中的认知比例。它表明一个品牌在顾客头脑中的印象程度。在市场竞争中，企业所做的第一件事就是让品牌名称、品牌内涵占据顾客的头脑。

### 渗透率 Penetration

即在同类产品中顾客购买或使用本产品服务的比例。渗透是指顾客从认知转化为实际购买的过程，包括品牌形象、价格、功能、性能是否与预期相符以及周边人的认可程度等。

### 满意度 Satisfaction

是顾客在一次购买使用产品和服务后，其实际感受与使用前预期的比较差异程度，是顾客在综合考虑感知质量、性价比等因素后产生的一次性的主观感受。

### 推荐度 Recommendation

是指顾客对其所忠诚的产品和服务，愿意向他人介绍和推荐的程度，主动介绍使用该产品和服务的经验，并与亲友共同分享消费该产品或服务的体验，推荐购买该产品和服务的渠道等。

### 忠诚度 Loyalty

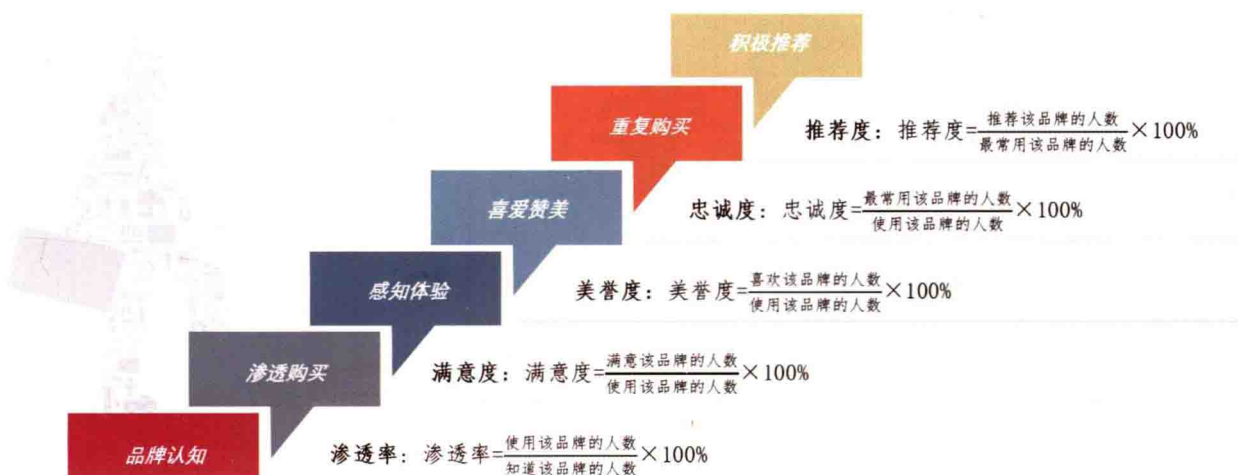
是指顾客对产品和服务的情感或依恋程度，同时也是顾客的一种消费行为，该行为的频繁程度直接体现顾客忠诚度的高低。

### 美誉度 Reputation

是指产品和服务获得顾客赞许、信任、忠诚的程度。满意度和美誉度相互联系又相互区别，前者是量，后者是质。满意度是美誉度的前提，美誉度是满意度的积累和升华。



质量消费体验共包含六个维度：认知度、渗透率、满意度、美誉度、忠诚度和推荐度。六个维度构成循环式的多维研究体系。在利用该体系对质量消费体验和顾客满意进行量化时，将严格遵循顾客旅程的关键节点的逻辑顺序，用数学公式再现顾客旅程，进而汇总得到QCEI和CNCSI。



## 抽样执行

抽样方案兼顾总样本量、覆盖面以及颗粒度，在实际设计抽样时，则是按照颗粒度—覆盖面—总样本量的方式层层汇总。颗粒度方面需要确保细分维度，如地区、人群等研究单元均有足够样本量做支撑；覆盖面则需确保全国各地地区、各类型消费者都能够涉及；由此层层汇总得到所需的总样本量。

### 样本量/覆盖面/颗粒度 高度统一



#### 区域

- 抽样覆盖全国除港澳台地区的所有省市
- 涵盖各级别城市，确保不同层次市场的代表性
- 综合考虑不同品类在不同地区的发展差异确定抽样权重

#### 人群

- 人群覆盖50后至00后
- 当地常住居民
- 购买/使用过相关产品/服务

#### 执行

- 执行方式主要是拦截访问、线上调研、电话调查
- 依据不同行业的特点选择合适的执行方式
- 各执行方式获取数据由统一平台管理，最小化系统误差

## 行业体系

行业体系确定时需要遵循完整性、层次性、可比性和连续性四大基本原则。行业涵盖快速消费品、耐用消费品和服务业三大领域，共 13 个行业，133 个子行业。





领域	行业	子行业						
快速消费品	食品饮料	白酒	茶饮料	饼干 / 威化	酸奶	方便面	冰品 (雪糕、冰激凌)	
		功能饮料	果汁	红酒 / 葡萄酒	酱油	口香糖	凉茶饮料	
		米面	母婴牛奶粉	膨化食品	啤酒	瓶装水	巧克力	
		乳酸菌饮料	食醋	熟食肉制品	速冻食品	速溶咖啡	干果 / 坚果 / 零食	
		碳酸饮料	糖果					
	生活百货	保温杯 / 壶	沐浴露 / 香皂	毛巾 / 浴巾	彩妆 / 美妆	洗衣液 / 粉	剃须刀 / 剃须膏	
		男士护肤品	女士护肤品	洗发 / 护发品	洗洁精	洗手液	卫生巾 / 卫生护垫	
		香水 / 精油	纸巾 / 卷纸					
	服装配饰	快时尚服装	男士正装	男鞋	内衣	女鞋	旅行箱包 / 电脑包	
		品牌女包	手表	太阳眼镜	运动鞋	运动装	童装 / 婴幼儿服装	
	医药护理	肠胃用药	维生素补品	补钙型保健品	创可贴	口罩	眼科用药 / 滴眼液	
		感冒用药	隐形眼镜 / 护理液					
耐用消费品	家居建材	床品套件	烹饪锅具	瓷砖	油漆涂料	智能马桶盖	防盗 / 安全门窗	
		刀具	灯饰照明	地板	坐便 / 蹲便器			
	家电数码	笔记本电脑	冰箱	电热水器	电磁炉	智能手机	空气净化器 / 加湿器	
		电饭煲	电风扇	电视机	空调	平板电脑	智能手环 / 手表	
		扫地机器人	数码相机	微波炉	洗衣机	油烟机	豆浆机 / 榨汁机	
	文体保健	钢笔	美术用品	篮球 / 足球	羽毛球拍	血压计	水性笔 / 签字笔	
	出行工具	安全座椅	电动车	轮胎	摩托车	婴儿推车	行车记录仪	
		自行车						
	服务业	批发零售	大型超市	甜品店	母婴连锁	连锁药店	连锁便利店	家居建材连锁
			珠宝首饰					
生活服务		专车服务	电影院	航空服务	快递服务	汽车租赁	餐饮外卖服务	
		高端连锁酒店	中式快餐	咖啡厅	西餐连锁	西式快餐	中式正餐连锁	
餐饮住宿		快捷连锁酒店						
		旅游网站	母婴网站	视频网站	团购网站	网购平台	在线租房	
网络服务		招聘网站						
金融服务		车险	第三方支付	信用卡	人寿险	借记卡 / 储蓄卡		



# 满意中国

SATISFIED CHINA

用户视角下的质量与品牌

# 2018

## 2018 满意中国研究报告

---