KANTAR WORLDPANEL

a CTR service in China

# 凯度消费者指数揭示中国消费者选择最多的品牌

## 伊利是中国消费者首选品牌，农夫山泉上升最快

**(2016 年 6 月 1 日，中国北京)** — 凯度消费者指数第五年发布全球品牌足迹报告。这份消费者购买选择的品牌晴雨表，揭示了消费者选择最多，最经常购买的品牌。该研究涉及五大洲中的 43 个国家与地区， 推及 10 亿家庭的消费，覆盖占全球人口的 73%，全球 GDP 的 75%的区域。

在中国快速消费品市场中，中国品牌不仅包揽了消费者选择最多的前十位品牌排名，也占据了增长最快的前十品牌的九个排位。在消费者选择最多的前十品牌排名中，伊利蝉联榜首，继续成为中国城市消费者选择最多的品牌，蒙牛紧随其后，跃居第二位。 在快速消费品市场整体增长乏力的环境下，两大乳业品牌在过去一年依旧能触达 10 亿人次的消费。

**2017 品牌足迹排行榜排名前十的中国快速消费品品牌**

| 2016 排名 | 排名变动 | 品牌 | 制造商 | 消费者触及数(M) | 渗透率% | 购买频次 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ← | 伊利 | 伊利集团 | 1,141.0 | 88.2 | 7.8 |
| 2 | ↑ | 蒙牛 | 蒙牛集团 | 1,043.2 | 86.8 | 7.2 |
| 3 | ↓ | 康师傅 | 顶新集团 | 922.1 | 83.0 | 6.7 |
| 4 | ← | 旺旺 | 旺旺控股 | 519.7 | 67.7 | 4.6 |
| 5 | ↑ | 海天 | 海天集团 | 495.9 | 70.2 | 4.2 |
| 6 | ↓ | 光明乳业 | 光明乳业 | 467.6 | 44.2 | 6.3 |
| 7 | ← | 统一 | 统一集团 | 449.2 | 63.6 | 4.2 |
| 8 | ↓ | 双汇 | 双汇集团 | 446.7 | 60.0 | 4.5 |
| 9 | ← | 立白 | 立白集团 | 379.8 | 66.1 | 3.4 |
| 10 | ↑ | 心相印 | 恒安集团 | 358.3 | 58.6 | 3.7 |

© 2017 央视市场研究

数据来源: 2017 全球品牌足迹

恒安集团旗下的心相印通过调整产品线布局，扩大与消费者接触的机会，凭借 3.58 亿人次消费首次闯入中国城市消费者选择最多品牌的前十榜单。2016 年，58.6%的中国城市家庭购买过心相印品牌，年均购买 3.7 次。

凯度消费者指数中国区总经理虞坚表示：过去一年对于中国的快速消费品市场充满挑战。经济下行，市场分化和新的升级需求都迫使大品牌调整策略，与快速变化的消费者保持同步。今天中国的消费者希望拥有更加健康，便利和悦己的生活方式，品牌需要以洞察引领需求，制订以消费者为中心的策略来应对这些变化。

## 上升最快的品牌

中国市场上升最快的前十位品牌变动很大。农夫山泉、鲁花、李锦记，超能和乐事均首次进入增长最快的品牌之列。农夫山泉抓住消费升级趋势，通过产品创新，不断扩大消费群体，在 2016 年农夫山泉的消费者触及数增长 43%。鲁花不仅首次进入中国快速消费品市场前 50 品牌榜单，同时也进入了上升最快的前十中国快速消费品品牌榜，消费者触及数年度增长 19%。

**2017 品牌足迹排行榜上升最快的前十中国快速消费品品牌**

| 2016 排名 | 品牌 | 制造商 | 消费者触及数(M) | 消费者触及数增长率% | 渗透率% |
|---|---|---|---|---|---|
| 20 | 农夫山泉 | 农夫山泉股份有限公司 | 249.8 | 43.0 | 48.6 |
| 23 | 桃李 | 沈阳桃李面包股份有限公司 | 206.6 | 19.4 | 22.3 |
| 39 | 鲁花 | 山东鲁花集团 | 153.6 | 19.1 | 35.5 |
| 35 | 怡宝 | 华润怡宝饮料（中国）有限公司 | 170.7 | 13.4 | 32.3 |
| 44 | 超能 | 纳爱斯集团 | 143.8 | 10.1 | 37.5 |
| 24 | 七度空间 | 恒安集团 | 201.6 | 8.7 | 35.9 |
| 5 | 海天 | 海天集团 | 495.9 | 8.5 | 70.2 |
| 37 | 思念 | 郑州思念食品有限公司 | 163.2 | 8.1 | 34.5 |
| 33 | 李锦记 | 李锦记集团 | 175.7 | 6.2 | 36.9 |
| 19 | 乐事 | 百事公司 | 250.8 | 5.0 | 42.6 |

© 2017 央视市场研究 数据来源: 2017 全球品牌足迹

## 2017 全球品牌足迹报告要点：

2016 年，新兴市场快速消费品市场总值增长 340 亿美元，比去年同期增长了 6%，而发达国家与去年持平。

- 可口可乐蝉联 5 连冠，仍然是全球消费者的首选品牌
- 高露洁在“消费者选择最多的品牌”排名中名列第二，亦是全球唯一一个拥有触达全球 50%消费者的品牌
- 滴露是增长最快的品牌，首次进入全球 50 强
- Sunsilk 消费者触及数增长 12%，首度进入全球前十榜单
- 新兴市场占快速消费品市场总值的 51%
- 2016 年，各国的本土品牌为快速消费品市场增长贡献了 72%

《2017 品牌足迹报告》覆盖全球 43 个国家与地区，监测食品、饮料、健康与美容和家庭护理类别。排行以消费者触及数（CRP）为测量指标，揭示那些被更多消费者购买、经常购买的品牌，即消费者选择最多的品牌。也就是通过测量全球购买某一品牌的家庭户数（渗透率）和购买频次（消费者购买某一品牌的年均次数），真实反映消费者的品牌选择。

这种以渗透率和购买频次来测量的独特方式，帮助快速消费品企业透过真实购买选择数据，清晰诠释中国和全球消费者与品牌的接触，为品牌实现业务机会最大化提供必要的建议。

**结束**

**全球品牌足迹：报告**

全球品牌足迹报告是凯度消费者指数的年度报告，该研究涉及五大洲的 43 个国家与地区，覆盖 10 亿消费家户，占全球人口数量的 73% ，涵盖全球 75%的 GDP。凯度消费者指数监测全球 200 个快速消费品品类，横跨饮料，食品，健康与美容和家居护理四大板块。

**全球品牌足迹：50 强排行榜**

凯度消费者指数年度的消费者首选前 50 品牌榜单，揭示了哪些品牌正在取得全球范围内的成功，为快速消费品品牌提供合理精确地指导方向，为提升全球业务增长提供了深入见解和依据

与其他基于消费者态度的品牌排名不同，本报告的排名依据是基于真实的消费者行为--消费者触及数（CRPs）。该创新性指标衡量了全球而言有多少消费家户购买了某品牌（渗透率）以及多久购买它（购买频次），这真正正代表了消费者的选择。

要获得全球、区域、国家、大类板块层面的品牌排名，以及全球 50 强品牌排行榜的全面指标，请访问以下网站 www.kantarworldpanel.com/brand-footprint-ranking

**研究方法及范围**

本年度的排名涵盖 15,3000 个品牌，涉及五大洲的 43 个国家与地区，覆盖 10 亿真实消费家户，数据时间为截至 2016 年 10 月的 52 周

**关于凯度消费者指数（Kantar Worldpanel） – Inspiring Successful Decisions™**

**凯度消费者指数在中国是央视市场研究股份有限公司(CTR)服务之一. .**

*我们是世界领先的连续消费者样组. 我们的全球资讯团队为您提供定制的解决方案以及专业的分析,为您带来在宏观和细节上无与伦比的清晰洞察. 我们帮助我们的客户了解消费者, 他们使用什么,以及消费行为背后的态度.*

*我们运用最先进的数据收集技术, 并且监测人与环境的最佳匹配. 我们专业于量化的数据 – 这些数据已经在本地及跨国快消品品牌,自有品牌生产商,生鲜食品供应商,零售商,市场分析以及政府组织中成为硬流通. 我们不仅限于杂货零售; 我们的固定样组还在娱乐,通讯,汽油,服装,个人护理用品,美容,婴儿和食品上具有多元化覆盖.*

***我们的数据使我们与众不同. 我们提供分析,洞察,预测以及建议,让您以全新视角进行理解并为您的业务激发成功..***

*我们在帮助企业塑造战略和管理决策方面拥有超过 40 年的经验; 我们了解购物者和零售商的动态; 我们探索产品,品类,区域以及贸易环境的增长机会.*
*我们目前在 50 多个国家都拥有合作伙伴关系– 我们在其中大部分领域都是领导者 – 这意味着我们可以在本地,区域以及全球范围提供激发灵感的洞察. Kantar Worldpanel 的前身为 TNS Worldpanel.*
*更多信息, 请访问 www.kantarworldpanel.com 或关注我们的官方微博 @KWP 消费者指数:*
*http://e.weibo.com/kantarworldpanel*

**关于 CTR**

*CTR 是中国领先的市场调查公司, 是中国国际电视总公司和 Kantar 集团合资的股份制企业, 世界最大的洞察,信息和市场调查网络之一. 作为中国的首要供应商, 我们整合我们的本地专业知识与前沿技术研究和创新思维, 以满足客户对于全方位监测媒介智讯的需求. 我们分析消费者对于各类媒体营销活动的反应; 提供消费产品和市场的深度剖面, 以及零售服务管理策略. 更多信息,请访问 www.ctrchina.cn 或关注我们的官方微博 @CTR 洞察中国: http://e.weibo.com/chinainsight*

*CTR 专注于研究瞬息变幻的中国市场，服务聚焦品牌广告传播、媒介经营管理和消费者洞察三大领域，层层透析品牌营销传播全过程。作为挖掘数据的专家，我们从海量数据信息中分析、解读和预测市场发展和消费者行为及态度的变化，并凭借国际化的视野、丰富的实战经验和睿智的专家团队，洞悉大数据时代的挑战，挖掘数字背后的潜力，洞察趋势外无限的商机，激发决策灵感！这就是洞察的力量，我们之所以能这样做，是因为我们更懂中国。*

*洞察中国是 CTR 品牌的核心价值，旨在分享观点、洞悉趋势、展望未来。帮助企业、品牌了解中国市场和中国消费者，助力企业和品牌赢在中国！*

*更多信息,请访问 www.ctrchina.cn 或关注我们的官方微博 @CTR 洞察中国: http://e.weibo.com/chinainsight*