



巧克力品牌喜爱度调查报告

2013.01.18

简介

1. 96%的受访者听说过德芙Dove巧克力，居所有巧克力品牌的首位，其次是金帝（69%），费列罗Ferrero（49%），吉百利Cadbury（41%）和好时Hershey（39%）；
2. 54%的受访者最喜欢德芙Dove巧克力，其次是费列罗Ferrero（20%）；
3. 33%的受访者最不喜欢金帝巧克力，其次是德芙Dove（23%）；
4. 相比整体，更多企业主/管理层为重度巧克力食用者（26%）；
5. 品牌口碑良好的有：费列罗Ferrero、金莎Tresor Dore和好时Hershey；

.....

- 恋爱中的受访者是否为重度巧克力食用者？
- 重度巧克力食用者更喜欢哪些品牌的巧克力？
- 受访者对于喜欢或不喜欢的巧克力品牌，其原因是哪些？
- 哪些品牌的口碑最好？

.....

您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）—控制项：婚姻状况

巧克力食用频率

- 相比整体，更多恋爱中的受访者为轻度巧克力食用者（52%），而更少为重度巧克力食用者（16%）；
- 相比整体，更多已婚，其他的受访者为重度巧克力食用者（29%）；



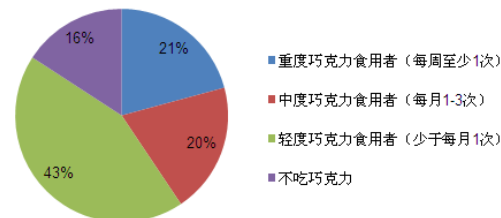
您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）

巧克力食用频率

- 21%的受访者为重度巧克力食用者（每周至少1次）；
- 20%的受访者为中度巧克力食用者（每月1-3次）；
- 43%的受访者为轻度巧克力食用者（少于每月1次）；
- 16%的受访者不吃巧克力

巧克力食用情况





Let's findoout, for YOU!



背景



概要



发现



附件

调查问卷
关于我们

背景

■ 目的

- 了解受访者对巧克力品牌的认知度和喜爱程度

■ 方法

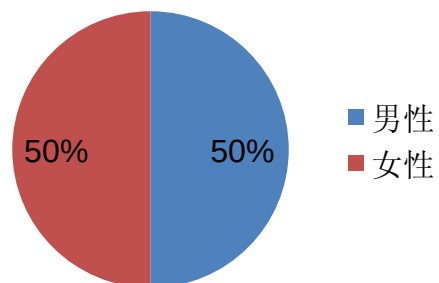
- 本次调查采用在线调查方法进行，问卷部署在www.findoout.cn上
- 调查于2013年1月16日开始，17日结束，为期2天
- 调查入口: <http://t.findoout.cn/9694>

■ 回收问卷数/使用问卷数: 1361/457

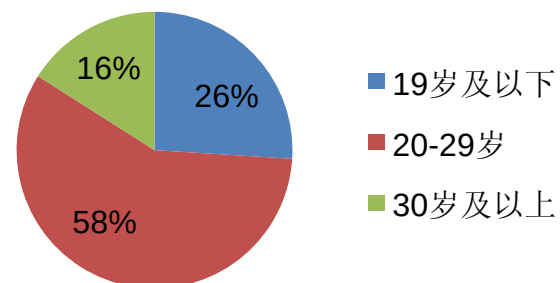
背景（续）

■ 受访者

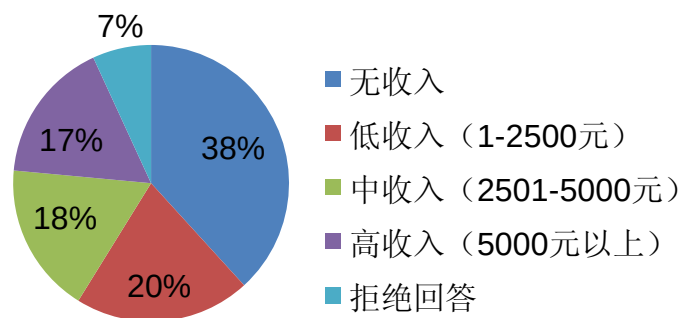
性别



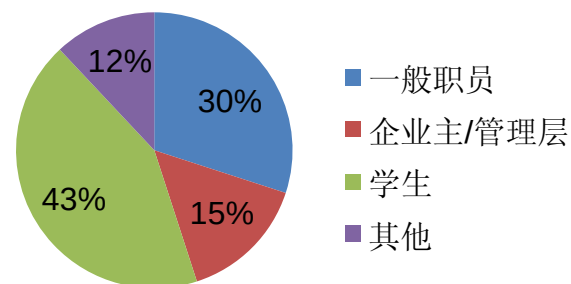
年龄



个人月收入



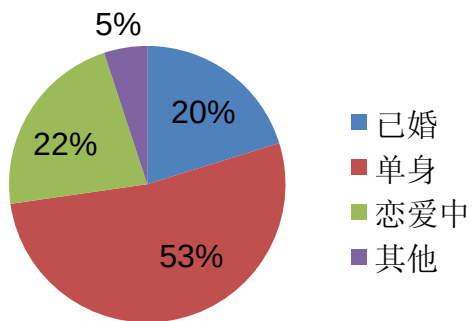
职业类型



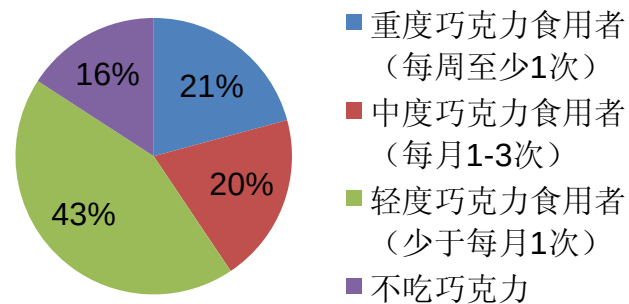
背景（续）

■ 受访者

婚姻状况



巧克力食用情况





Let's findoout, for YOU!

- 背景
- 概要
- 发现
- 附件
调查问卷
关于我们

本次调查的主要发现

- 21%的受访者为重度巧克力食用者（每周至少1次）；
- 96%的受访者听说过德芙Dove巧克力，居所有巧克力品牌的首位，其次是金帝（69%），费列罗Ferrero（49%），吉百利Cadbury（41%）和好时Hershey（39%）；
- 54%的受访者最喜欢德芙Dove巧克力，其次是费列罗Ferrero（20%）；
- 33%的受访者最不喜欢金帝巧克力，其次是德芙Dove（23%）；



Let's findoout, for YOU!



如何阅读本调查报告中的图表

示例问题：您知道中国国家副主席习近平于**2012年2月**出访了爱尔兰吗？

- 1 是指占总体的比例值。以本示例为例，即知道的人占 29%，不知道的占 71%；
- 2 底色为红色的值指比总体的百分比大**10%或更多**。在本示例中，36岁以上者（51%）知道此事的比例高于总体（29%）**10%或以上**；
- 3 底色为橙色的值是指比总体的百分比大**5-9%之间**；
- 4 底色为浅蓝色的值是指比总体的百分比小**5-9%之间**；
- 5 底色为蓝色的值是指比总体的百分比小**10%或更多**。

n>30	
显著差异	
	+10
	+5
	-5
	-10

提示：
由于百分比取整的原因，横向合计可能会略高于或者低于100%，但是不会影响数据间的对比。

1	总体	833	29%	71%
	男性	318	38%	62%
	女性	515	23%	77%
	18岁及以下	87	20%	81%
	18-25岁	451	23%	77%
	26-35岁	228	38%	62%
	36岁及以上	67	51%	49%
	上海	117	38%	62%
	北京	62	27%	73%
	广州	61	33%	67%
	省会城市	377	27%	74%
	县级市	147	31%	69%
	非城镇	69	20%	80%

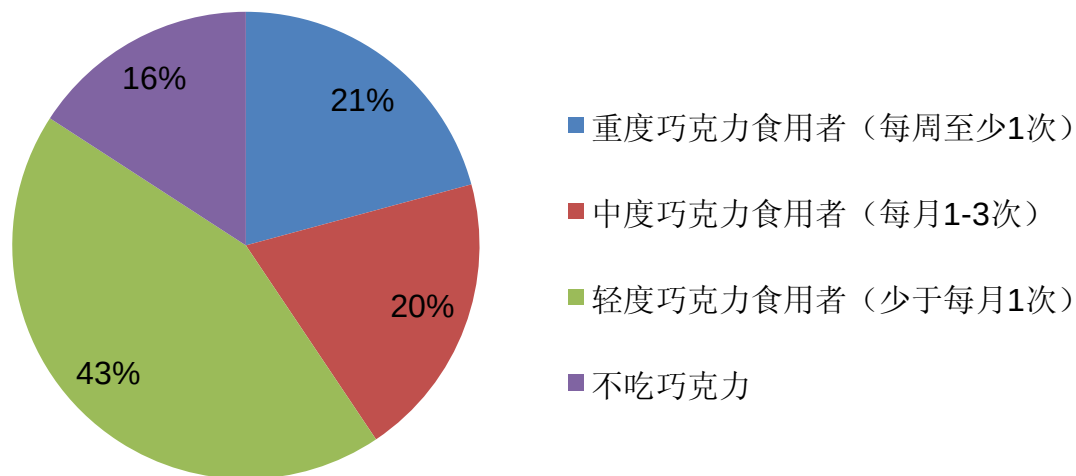
您平均吃巧克力的频率为？

单选 (n=457)

巧克力食用频率

- 21%的受访者为重度巧克力食用者（每周至少1次）；
- 20%的受访者为中度巧克力食用者（每月1-3次）；
- 43%的受访者为轻度巧克力食用者（少于每月1次）；
- 16%的受访者不吃巧克力；

巧克力食用情况

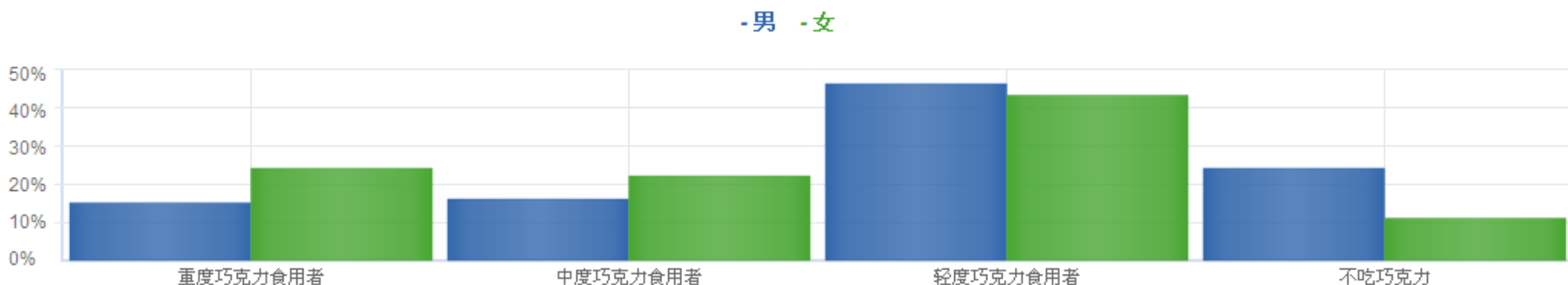


您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）—控制项：性别

巧克力食用频率

- 相比女性，更多男性受访者不吃巧克力（24%）；



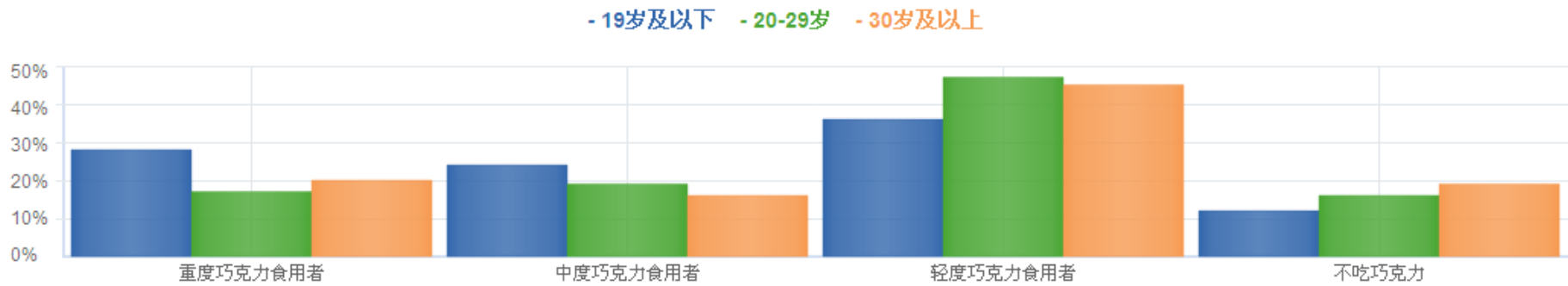
	N	重度巧克力食用者	中度巧克力食用者	轻度巧克力食用者	不吃巧克力
Total	457	21%	20%	44%	16%
男	151	15%	16%	46%	24%
女	306	24%	22%	43%	11%

您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）—控制项：年龄

巧克力食用频率

- 相比整体，更多19岁及以下的受访者为重度巧克力食用者（28%）；



	N	重度巧克力食用者	中度巧克力食用者	轻度巧克力食用者	不吃巧克力
Total	457	21%	20%	44%	16%
19岁及以下	118	28%	24%	36%	12%
20-29岁	264	17%	19%	47%	16%
30岁及以上	75	20%	16%	45%	19%

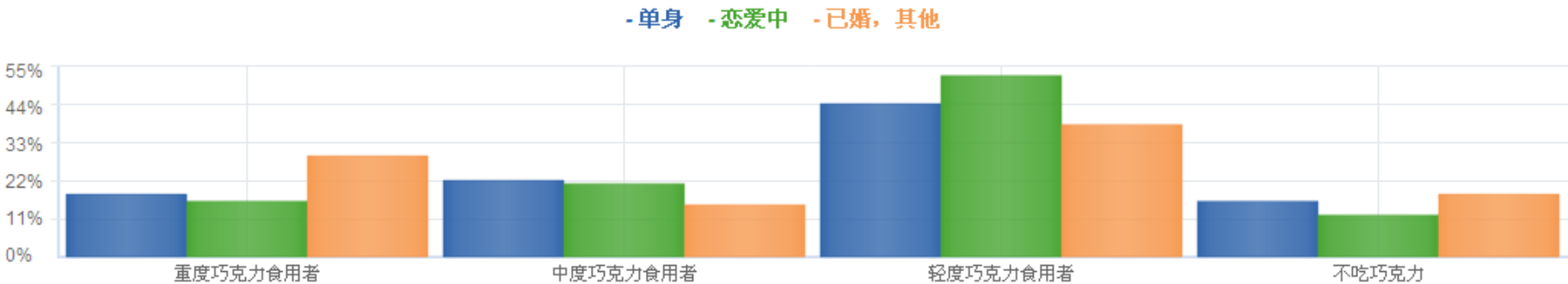
巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）—控制项：婚姻状况

巧克力食用频率

- 相比整体，更多恋爱中的受访者为轻度巧克力食用者（52%），而更少为重度巧克力食用者（16%）；
- 相比整体，更多已婚，其他的受访者为重度巧克力食用者（29%）；



	N	重度巧克力食用者	中度巧克力食用者	轻度巧克力食用者	不吃巧克力
Total	457	21%	20%	44%	16%
单身	239	18%	22%	44%	16%
恋爱中	102	16%	21%	52%	12%
已婚，其他	116	29%	15%	38%	18%

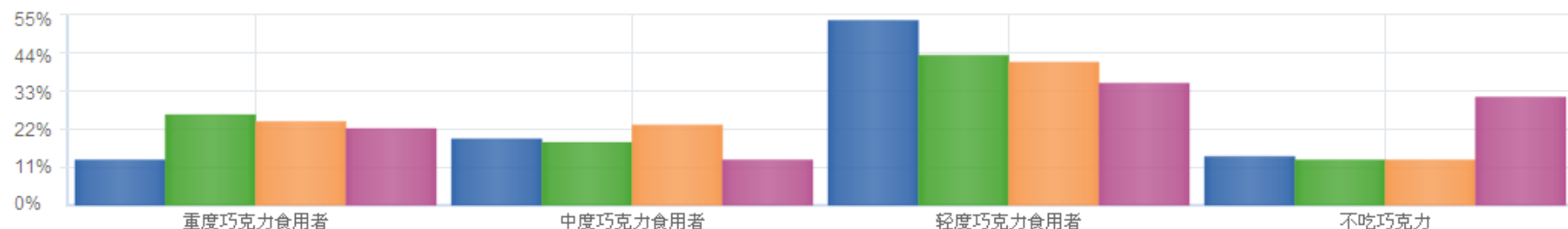
您平均吃巧克力的频率为？

单选（n=457）—控制项：职业

巧克力食用频率

- 相比整体，更多一般职员为轻度巧克力食用者（53%），而更少为重度巧克力食用者（13%）；
- 相比整体，更多企业主/管理层为重度巧克力食用者（26%）；

—一般职员 —企业主/管理层 —学生 —其他



	N	重度巧克力食用者	中度巧克力食用者	轻度巧克力食用者	不吃巧克力
Total	457	21%	20%	44%	16%
一般职员	139	13%	19%	53%	14%
企业主/管理层	68	26%	18%	43%	13%
学生	195	24%	23%	41%	13%
其他	55	22%	13%	35%	31%

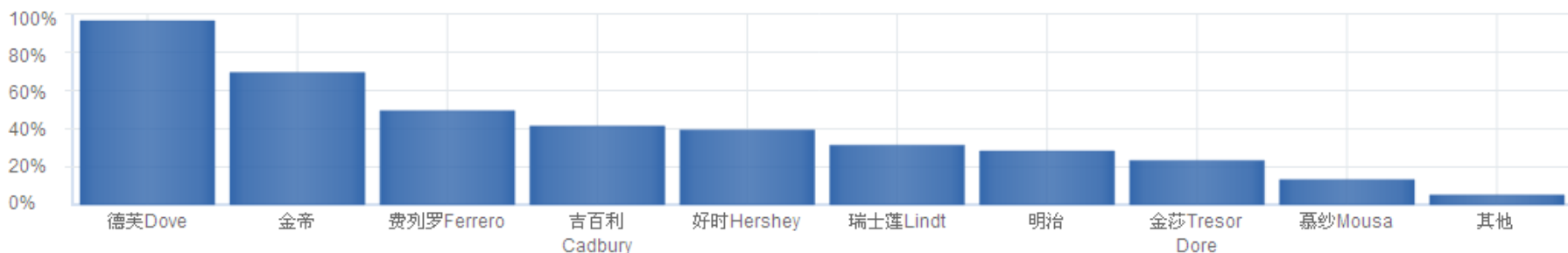
您听说过哪些巧克力品牌？

复选 (n=457)

品牌知晓度

- 96%的受访者听说过德芙Dove巧克力，居所有巧克力品牌的首位，其次是金帝（69%），费列罗Ferrero（49%），吉百利Cadbury（41%）和好时Hershey（39%）；

-您听说过哪些巧克力品牌？(n=457)



	N	德芙Dove	金帝	费列罗Ferrero	吉百利Cadbury	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	96%	69%	49%	41%	39%	31%	28%	23%	13%	5%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

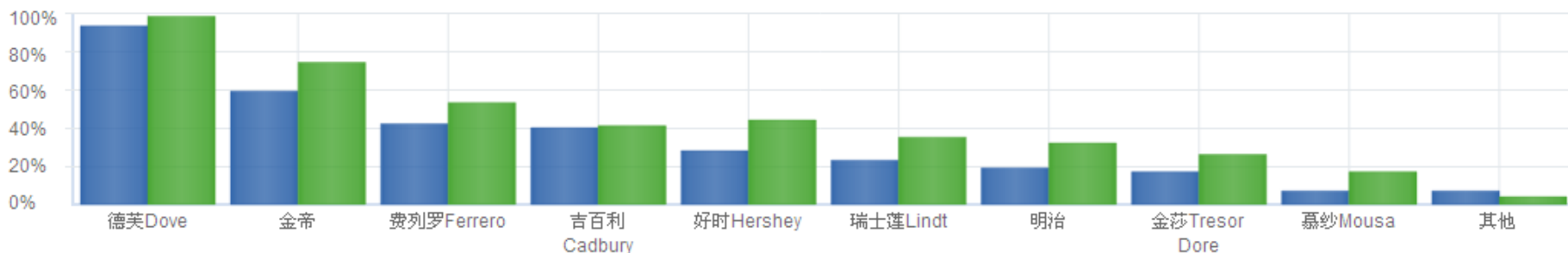
您听说过哪些巧克力品牌？

复选（n=457）—控制项：性别

品牌知晓度

- 相比男性，更多女性受访者听说过金帝（74%）和好时Hershey（44%）；

-男 -女



	N	德芙Dove	金帝	费列罗Ferrero	吉百利Cadbury	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	96%	69%	49%	41%	39%	31%	28%	23%	13%	5%
男	151	93%	59%	42%	40%	28%	23%	19%	17%	7%	7%
女	306	98%	74%	53%	41%	44%	35%	32%	26%	17%	4%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

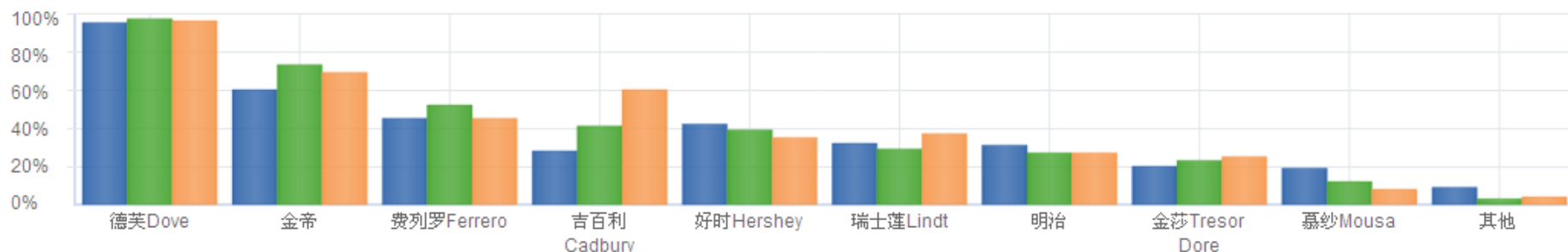
您听说过哪些巧克力品牌？

复选（n=457）—控制项：年龄

品牌知晓度

- 相比整体，更多19岁及以下的受访者听说过慕纱Mousa（19%），而更少听说过金帝（60%）和吉百利Cadbury（28%）；
- 相比整体，更多30岁及以上的受访者听说过吉百利Cadbury（60%）和瑞士莲Lindt（37%），而更少听说过慕纱Mousa（8%）；

- 19岁及以下 - 20-29岁 - 30岁及以上



	N	德芙Dove	金帝	费列罗Ferrero	吉百利Cadbury	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	96%	69%	49%	41%	39%	31%	28%	23%	13%	5%
19岁及以下	118	95%	60%	45%	28%	42%	32%	31%	20%	19%	9%
20-29岁	264	97%	73%	52%	41%	39%	29%	27%	23%	12%	3%
30岁及以上	75	96%	69%	45%	60%	35%	37%	27%	25%	8%	4%

您听说过哪些巧克力品牌？

复选（n=457）—控制项：婚姻状况

品牌知晓度

- 相比整体，更多恋爱中的受访者听说过金帝（77%）和费列罗Ferrero（54%）；
- 相比整体，更多已婚，其他的受访者听说过金帝（74%），吉百利Cadbury（50%）和好时Hershey（45%）；



	N	德芙Dove	金帝	费列罗Ferrero	吉百利Cadbury	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	96%	69%	49%	41%	39%	31%	28%	23%	13%	5%
单身	239	96%	63%	46%	37%	37%	28%	26%	21%	15%	7%
恋爱中	102	97%	77%	54%	39%	36%	32%	30%	25%	15%	3%
已婚, 其他	116	97%	74%	51%	50%	45%	35%	30%	25%	9%	3%

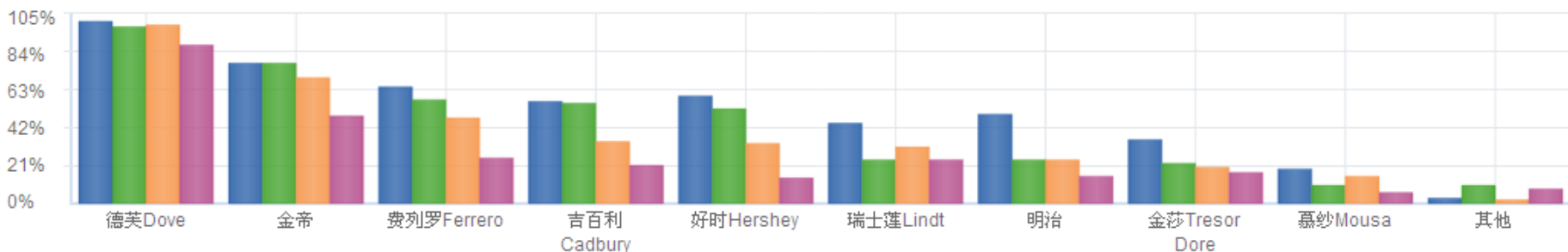
您听说过哪些巧克力品牌？

复选（n=457）—控制项：您平均吃巧克力的频率为？

品牌知晓度

- 相比整体，更多重度巧克力食用者听说过费列罗Ferrero（64%），吉百利Cadbury（56%），好时Hershey（59%），瑞士莲Lindt（44%），明治（49%）和金莎Tresor Dore（35%）；
- 相比整体，更多中度巧克力食用者听说过吉百利Cadbury（55%）和好时Hershey（52%）；

- 重度巧克力食用者 - 中度巧克力食用者 - 轻度巧克力食用者 - 不吃巧克力



	N	德芙Dove	金帝	费列罗Ferrero	吉百利Cadbury	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	96%	69%	49%	41%	39%	31%	28%	23%	13%	5%
重度巧克力食用者	94	100%	77%	64%	56%	59%	44%	49%	35%	19%	3%
中度巧克力食用者	91	97%	77%	57%	55%	52%	24%	24%	22%	10%	10%
轻度巧克力食用者	201	98%	69%	47%	34%	33%	31%	24%	20%	15%	2%
不吃巧克力	71	87%	48%	25%	21%	14%	24%	15%	17%	6%	8%

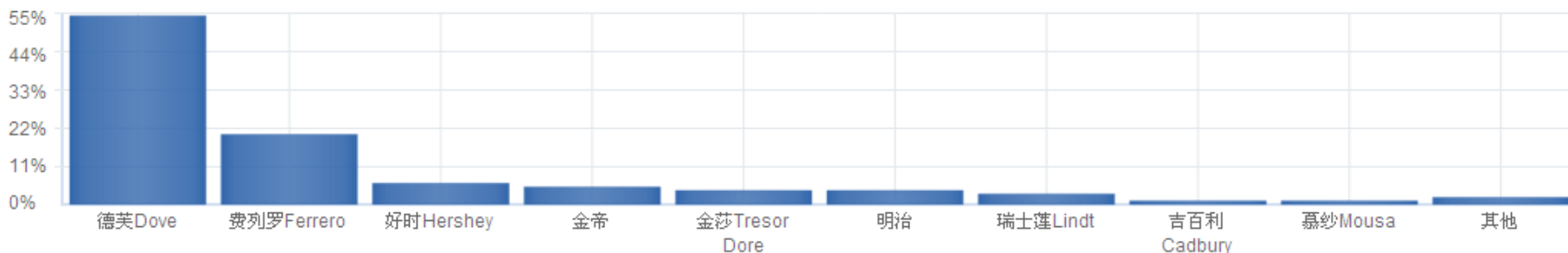
您最喜欢的巧克力品牌？

单选 (n=457)

品牌喜爱度

- 54%的受访者最喜欢德芙Dove巧克力，其次是费列罗Ferrero（20%）；

- 您最喜欢的巧克力品牌？(n=457)



	N	德芙Dove	费列罗Ferrero	好时Hershey	金帝	金莎Tresor Dore	明治	瑞士莲Lindt	吉百利Cadbury	慕纱Mousa	其他
Total	457	54%	20%	6%	5%	4%	4%	3%	1%	1%	2%

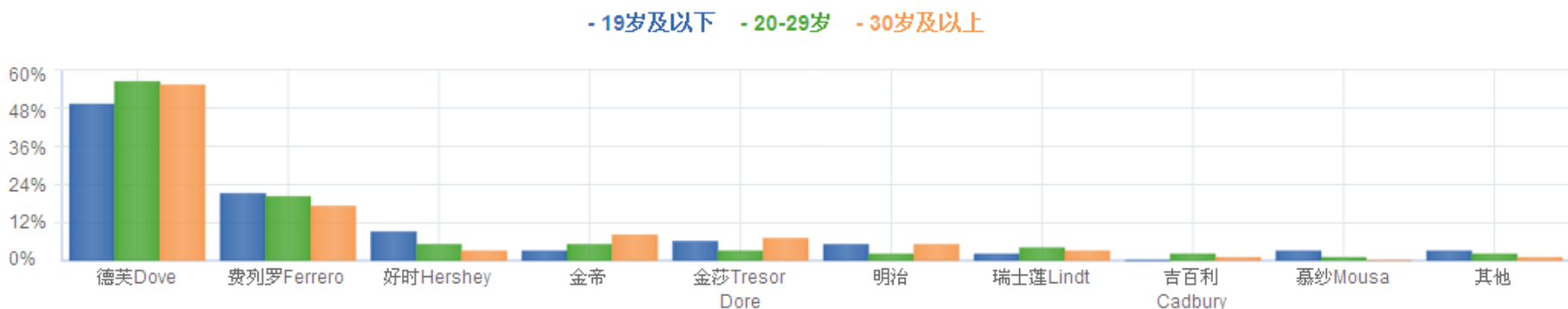
巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

您最喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：年龄

品牌喜爱度

- 相比整体，更少19岁及以下的受访者喜欢德芙Dove（49%）；



	N	德芙Dove	费列罗Ferrero	好时Hershey	金帝	金莎Tresor Dore	明治	瑞士莲Lindt	吉百利Cadbury	慕纱Mousa	其他
Total	457	54%	20%	6%	5%	4%	4%	3%	1%	1%	2%
19岁及以下	118	49%	21%	9%	3%	6%	5%	2%	0%	3%	3%
20-29岁	264	56%	20%	5%	5%	3%	2%	4%	2%	1%	2%
30岁及以上	75	55%	17%	3%	8%	7%	5%	3%	1%	0%	1%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

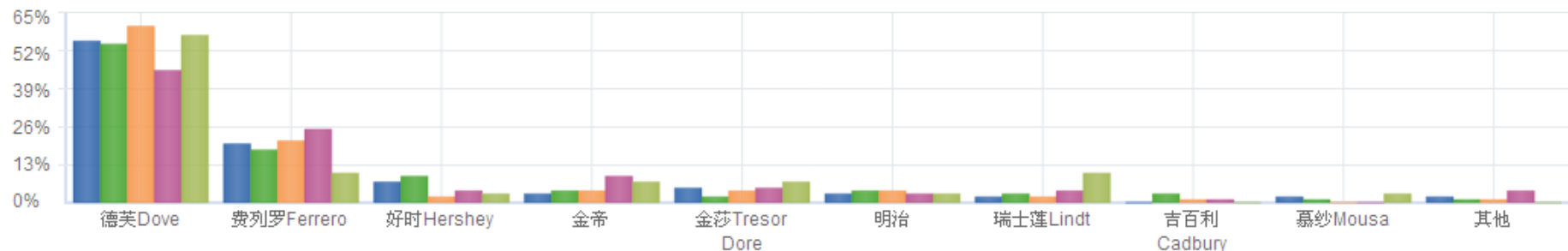
您最喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：个人月收入

品牌喜爱度

- 相比整体，更多中收入受访者最喜欢德芙Dove（60%）；
- 相比整体，更多高收入受访者最喜欢费列罗Ferrero（25%），而更少喜欢德芙Dove（45%）；

- 无收入 - 低收入 - 中收入 - 高收入 - 拒绝回答



	N	德芙Dove	费列罗Ferrero	好时Hershey	金帝	金莎Tresor Dore	明治	瑞士莲Lindt	吉百利Cadbury	慕纱Mousa	其他
Total	457	54%	20%	6%	5%	4%	4%	3%	1%	1%	2%
无收入	177	55%	20%	7%	3%	5%	3%	2%	0%	2%	2%
低收入	94	54%	18%	9%	4%	2%	4%	3%	3%	1%	1%
中收入	80	60%	21%	2%	4%	4%	4%	2%	1%	0%	1%
高收入	76	45%	25%	4%	9%	5%	3%	4%	1%	0%	4%
拒绝回答	30	57%	10%	3%	7%	7%	3%	10%	0%	3%	0%

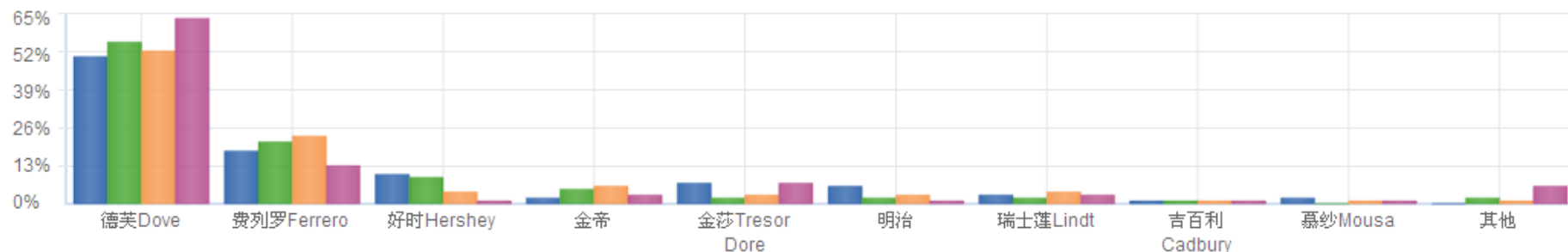
您最喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：您平均吃巧克力的频率为？

品牌喜爱度

- 相比整体，更多不吃巧克力的受访者最喜欢德芙Dove（63%），而更少喜欢费列罗Ferrero（13%）和好时Hershey（1%）；

- 重度巧克力食用者 - 中度巧克力食用者 - 轻度巧克力食用者 - 不吃巧克力



	N	德芙Dove	费列罗Ferrero	好时Hershey	金帝	金莎Tresor Dore	明治	瑞士莲Lindt	吉百利Cadbury	慕纱Mousa	其他
Total	457	54%	20%	6%	5%	4%	4%	3%	1%	1%	2%
重度巧克力食用者	94	50%	18%	10%	2%	7%	6%	3%	1%	2%	0%
中度巧克力食用者	91	55%	21%	9%	5%	2%	2%	2%	1%	0%	2%
轻度巧克力食用者	201	52%	23%	4%	6%	3%	3%	4%	1%	1%	1%
不吃巧克力	71	63%	13%	1%	3%	7%	1%	3%	1%	1%	6%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

您最喜欢该品牌的原因是？

开放题

品牌喜爱度

德芙Dove
共计166条回答

- 3人提到寓意 “Do you love me”
- 7人提到表达爱情
- 10人提到广告（效应）
- 15人提到品牌
- 54人提到好吃，口味好

部分受访者的回答：

1. 爱的象征，而且便宜。
2. 常见的广告和价格适中
3. 广告做得好 能够让我们这一代90后感到巧克力的浪漫和情调
4. 好吃，不算贵，到处都买的到
5. 品牌和口感不错
6. 喜欢它的名字并且喜欢吃
7. 因为它的寓意是DO YOU LOVE ME?

费列罗Ferrero
共计70条回答

- 3人提到（价格）贵
- 3人提到高贵
- 3人提到脆
- 15人提到包装，好看
- 40人提到味道，好吃

部分受访者的回答：

1. 包装好看 好吃
2. 高贵，华丽，口感细腻，口碑好
3. 很著名，口感很不错。
4. 味道纯正，回味无穷，不腻，包装很好，价格符合产品价值
5. 浪漫

好时Hershey
共计19条回答

- 4人提到外形，创意
- 10人提到好吃，味道

部分受访者的回答：

1. 好吃 不太大众
2. 平时不喜欢吃巧克力 看到了就选了
3. 小巧 创意

品牌喜爱度

您最喜欢该品牌的原因是？（续）

开放题

金帝
共计15条回答

•6人提到好吃

部分受访者的回答：

1. 到处都是
2. 好吃 甜 不苦
3. 只给最爱的人

金莎Tresor Dore
共计15条回答

•6人提到好吃，口感

部分受访者的回答：

1. 小时候没得吃
2. 从小就喜欢
3. 习惯
4. 漂亮，广告宣传好

明治
共计13条回答

•9人提到好吃

部分受访者的回答：

1. 包装，好吃
2. 好吃，甜而不腻
3. 味道醇

喜欢其他巧克力品牌的理由大部分都为“好吃”。

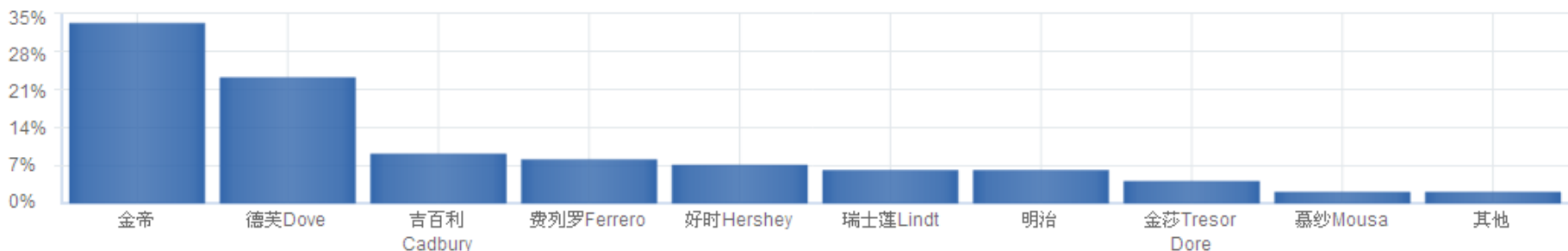
您最不喜欢的巧克力品牌？

单选 (n=457)

品牌喜爱度

- 33%的受访者最不喜欢金帝巧克力，其次是德芙Dove（23%）；

- 您最不喜欢的巧克力品牌？(n=457)



	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%

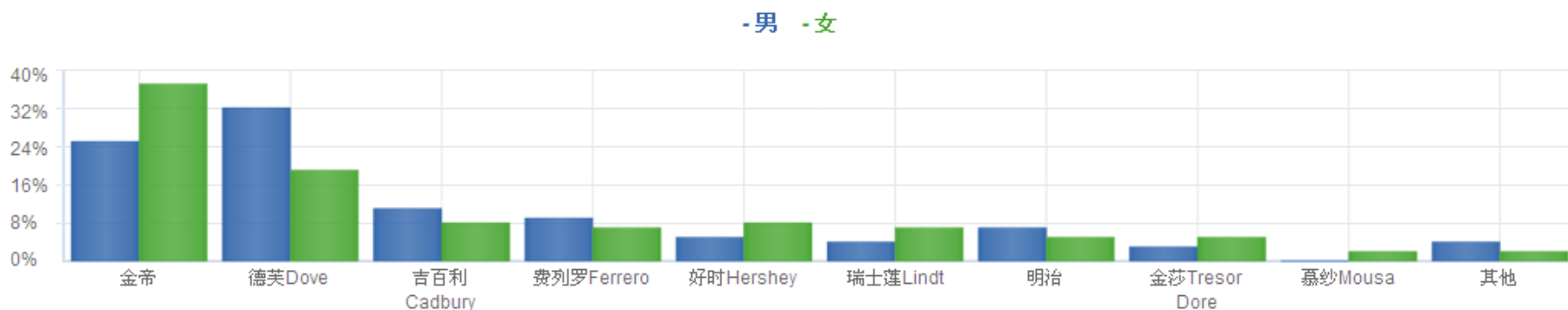
巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

您最不喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：性别

品牌喜爱度

- 相比女性，更多男性受访者最不喜欢德芙Dove（32%），而更少不喜欢金帝（25%）；



	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%
男	151	25%	32%	11%	9%	5%	4%	7%	3%	0%	4%
女	306	37%	19%	8%	7%	8%	7%	5%	5%	2%	2%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

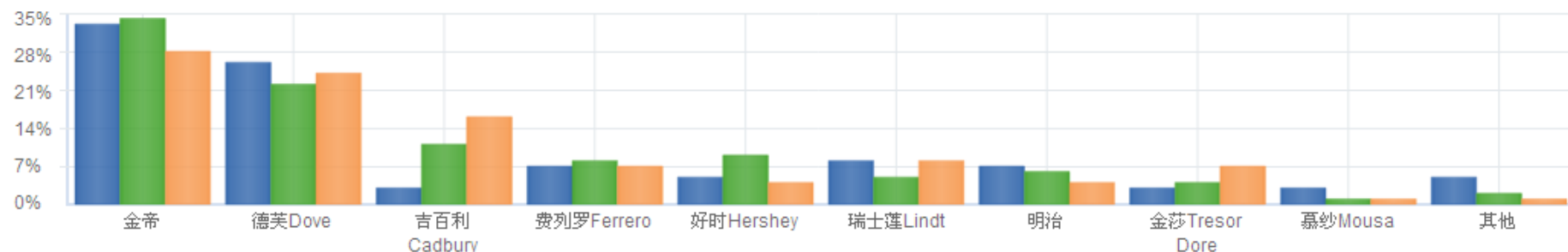
您最不喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：年龄

品牌喜爱度

- 相比整体，更少19岁及以下的受访者不喜欢吉百利Cadbury（3%）；
- 相比整体，更多30岁及以上的受访者最不喜欢吉百利Cadbury（16%），而更少不喜欢金帝（28%）；

- 19岁及以下 - 20-29岁 - 30岁及以上



	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%
19岁及以下	118	33%	26%	3%	7%	5%	8%	7%	3%	3%	5%
20-29岁	264	34%	22%	11%	8%	9%	5%	6%	4%	1%	2%
30岁及以上	75	28%	24%	16%	7%	4%	8%	4%	7%	1%	1%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

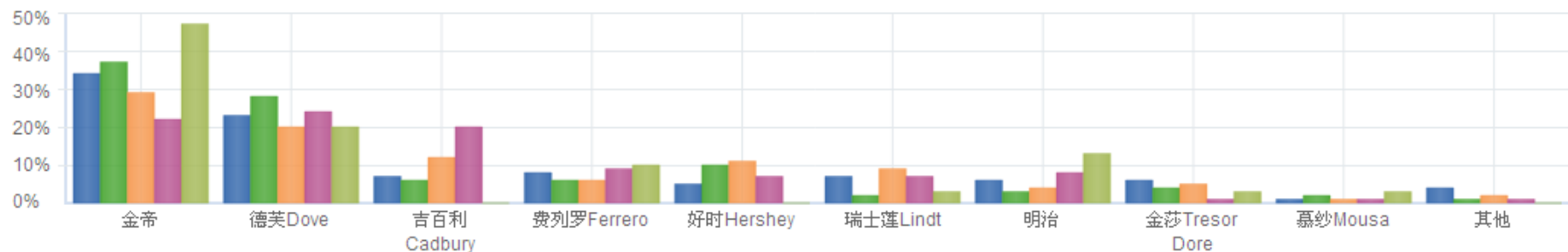
您最不喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：个人月收入

品牌喜爱度

- 相比整体，更多低收入受访者最不喜欢德芙Dove（28%）；
- 相比整体，更多高收入受访者最不喜欢吉百利Cadbury（20%），而更少不喜欢金帝（22%）；

-无收入 -低收入 -中收入 -高收入 -拒绝回答



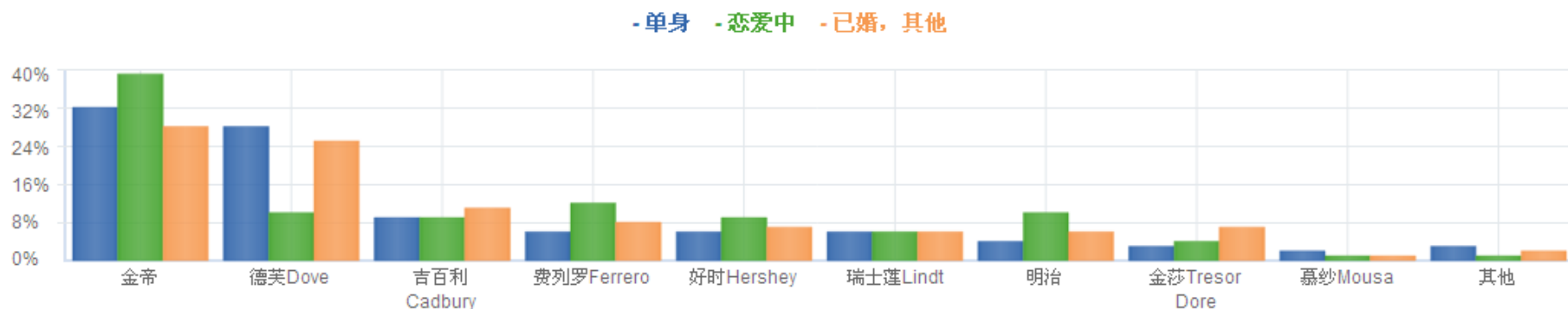
	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%
无收入	177	34%	23%	7%	8%	5%	7%	6%	6%	1%	4%
低收入	94	37%	28%	6%	6%	10%	2%	3%	4%	2%	1%
中收入	80	29%	20%	12%	6%	11%	9%	4%	5%	1%	2%
高收入	76	22%	24%	20%	9%	7%	7%	8%	1%	1%	1%
拒绝回答	30	47%	20%	0%	10%	0%	3%	13%	3%	3%	0%

您最不喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：婚姻状况

品牌喜爱度

- 相比整体，更多单身受访者最不喜欢德芙Dove（28%）；
- 相比整体，更多恋爱中的受访者最不喜欢金帝（39%），而更少不喜欢德芙Dove（10%）；
- 相比整体，更少已婚，其他的受访者不喜欢金帝（28%）；



	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%
单身	239	32%	28%	9%	6%	6%	6%	4%	3%	2%	3%
恋爱中	102	39%	10%	9%	12%	9%	6%	10%	4%	1%	1%
已婚，其他	116	28%	25%	11%	8%	7%	6%	6%	7%	1%	2%

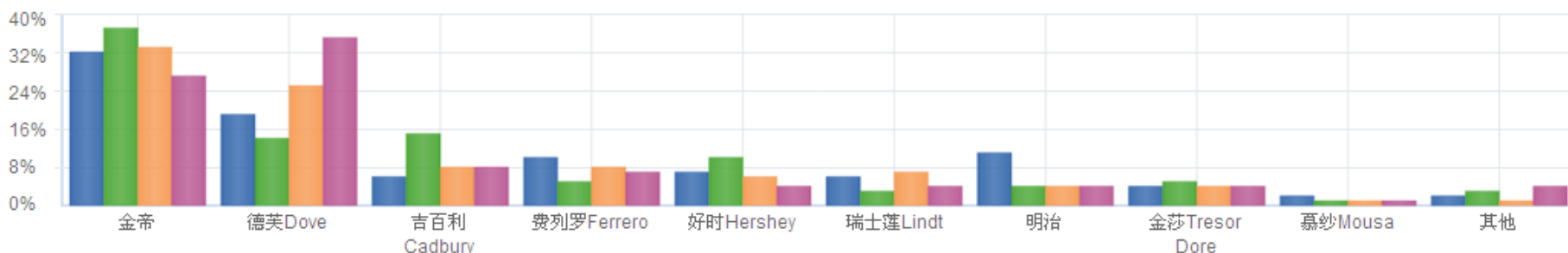
您最不喜欢的巧克力品牌？

单选（n=457）—控制项：您平均吃巧克力的频率为？

品牌喜爱度

- 相比整体，更多重度巧克力食用者最不喜欢明治（11%）；
- 相比整体，更多中度巧克力食用者最不喜欢吉百利Cadbury（15%），而更少不喜欢德芙Dove（14%）；
- 相比整体，更多不吃巧克力的受访者最不喜欢德芙Dove（35%），而更少不喜欢金帝（27%）；

- 重度巧克力食用者 - 中度巧克力食用者 - 轻度巧克力食用者 - 不吃巧克力



	N	金帝	德芙Dove	吉百利Cadbury	费列罗Ferrero	好时Hershey	瑞士莲Lindt	明治	金莎Tresor Dore	慕纱Mousa	其他
Total	457	33%	23%	9%	8%	7%	6%	6%	4%	2%	2%
重度巧克力食用者	94	32%	19%	6%	10%	7%	6%	11%	4%	2%	2%
中度巧克力食用者	91	37%	14%	15%	5%	10%	3%	4%	5%	1%	3%
轻度巧克力食用者	201	33%	25%	8%	8%	6%	7%	4%	4%	1%	1%
不吃巧克力	71	27%	35%	8%	7%	4%	4%	4%	4%	1%	4%

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

您最不喜欢该品牌的原因是？

开放题

品牌喜爱度

德芙Dove
共计66条回答

- 3人提到苦
- 5人提到负面新闻（虫子）
- 6人提到太甜
- 6人提到贵
- 6人提到不知道，不清楚
- 8人提到不好吃，味道不好

部分受访者的回答：

1. 负面新闻太多
2. 过于甜腻
3. 太甜，太大众化
4. 听说过其负面新闻
5. 网上说吃出了虫子
6. 我只吃过这个品牌，而且我也不是很喜欢巧克力，所以问我这个问题我很难答
7. 因为不喜欢巧克力，只认识这个牌子，所以喜不喜欢都是它
8. 越做越差^^_
9. 粘牙

费列罗Ferrero
共计28条回答

- 4人提到贵
- 5人提到太甜（腻）
- 6人提到不好吃，口味没什么特别

部分受访者的回答：

1. 不习惯味道
2. 负面报道
3. 名声不响
4. 贵 味道一般
5. 又贵又甜
6. 杂，不纯

好时Hershey
共计22条回答

- 2人提到形状（丑）
- 2人提到贵
- 3人提到甜，腻
- 5人提到不好吃

部分受访者的回答：

1. 不好吃
2. 不专业
3. 相对来讲味道不是很好
4. 形状

巧克力品牌喜爱度调查报告_20130118

品牌喜爱度

您最不喜欢该品牌的原因是？（续）

开放题

吉百利Cadbury
共计29条回答

- 3人提到不喜欢品牌，名字
- 6人提到不好吃，口感不好
- 6人提到太甜，腻

部分受访者的回答：

1. 不对味
2. 不怎么见到
3. 不好看，名字不好听
4. 感觉不出有巧克力的口感
5. 口感一般
6. 名字不好听，像剃须刀
7. 没有寓意
8. 太甜，没有巧克力味

金帝
共计100条回答

- 5人提到名字
- 34人提不好吃，口味不好

部分受访者的回答：

1. 不够有品质
2. 不是不喜欢只是没见过像样的推销 偶尔能见一两次。
3. 不太关注 也没吃过
4. 吃起来感觉味道单一，没有柔滑的感觉
5. 感觉品牌好山寨
6. 没有很有名，包装不好，不好吃
7. 名字不好听
8. 知名度低 档次低

明治
共计20条回答

- 3人提到是日货
- 4人提到不好吃，难吃

部分受访者的回答：

1. 包装廉价
2. 不了解所以不吃
3. 了解少，像日本货
4. 日本钓鱼岛事件

瑞士莲Lindt
共计24条回答

- 3人提到太甜
- 5人提到不好吃，口味不好

部分受访者的回答：

1. 口感不是横好
2. 感觉不对
3. 没怎么吃过

不喜欢其他巧克力品牌的理由大部分都为“不好吃”、“没听过”。

品牌口碑

- 品牌口碑中规中矩的有：德芙Dove、瑞士莲Lindt、明治、和慕纱Mousa；
- 品牌口碑良好的有：费列罗Ferrero、金莎Tresor Dore和好时Hershey；
- 品牌口碑不理想的有：金帝、吉百利Cadbury；

品牌	听说排名	喜欢排名	不喜欢排名
德芙Dove	1	1	2
金帝	2	4	1
费列罗Ferrero	3	2	4
吉百利Cadbury	4	8	3
好时Hershey	5	3	5
瑞士莲Lindt	6	7	6
明治	7	6	7
金莎Tresor Dore	8	5	8
慕纱Mousa	9	9	9



Let's findoout, for YOU!



调查问卷

1.您听说过哪些巧克力品牌？

吉百利Cadbury
好时Hershey
德芙Dove
金帝
费列罗Ferrero
瑞士莲Lindt
金莎Tresor Dore
慕纱Mousa
明治
其他,请注明:

2. 您最喜欢的巧克力品牌？

吉百利Cadbury
好时Hershey
德芙Dove
金帝
费列罗Ferrero
瑞士莲Lindt
金莎Tresor Dore
慕纱Mousa
明治
其他

3.您最喜欢该品牌的原因是？

4.您最不喜欢的巧克力品牌？

吉百利Cadbury
好时Hershey
德芙Dove
金帝
费列罗Ferrero
瑞士莲Lindt
金莎Tresor Dore
慕纱Mousa
明治
其他

5.您最不喜欢该品牌的原因是？

6.您平均吃巧克力的频率为？

每天都吃
每周2-6次
每周1次
每月1-3次
少于每月1次
不吃巧克力

调查问卷（续）

7.您的性别？

男
女

8.您的年龄？

19岁及以下
20-29岁
30-39岁
40-49岁
50岁及以上

9.您的个人月收入？

无收入
1-2500元
2501-5000元
5001-8000元
8001-10000元
10001-20000元
20000元以上
拒绝回答

10.您的婚姻状况是？

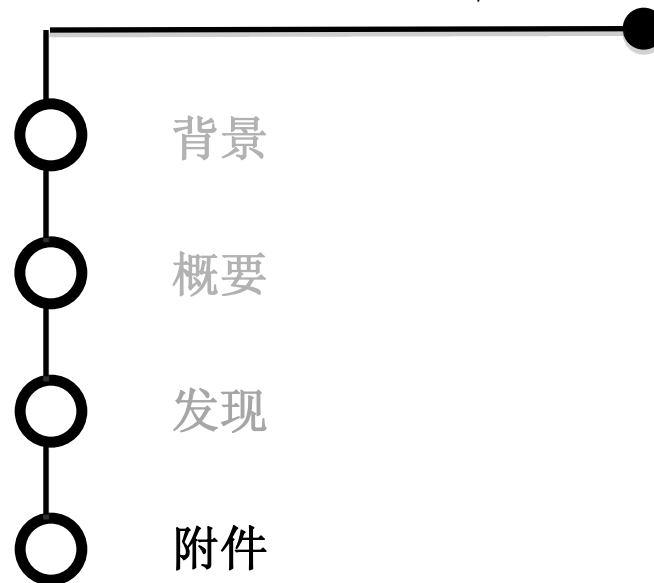
已婚
单身
恋爱中
其他,请注明:

11.请问您的职业？

一般职员
主管/中层管理岗位
高管/企业主
学生
无业
其他, 请注明:



Let's findoout, for YOU!



背景

概要

发现

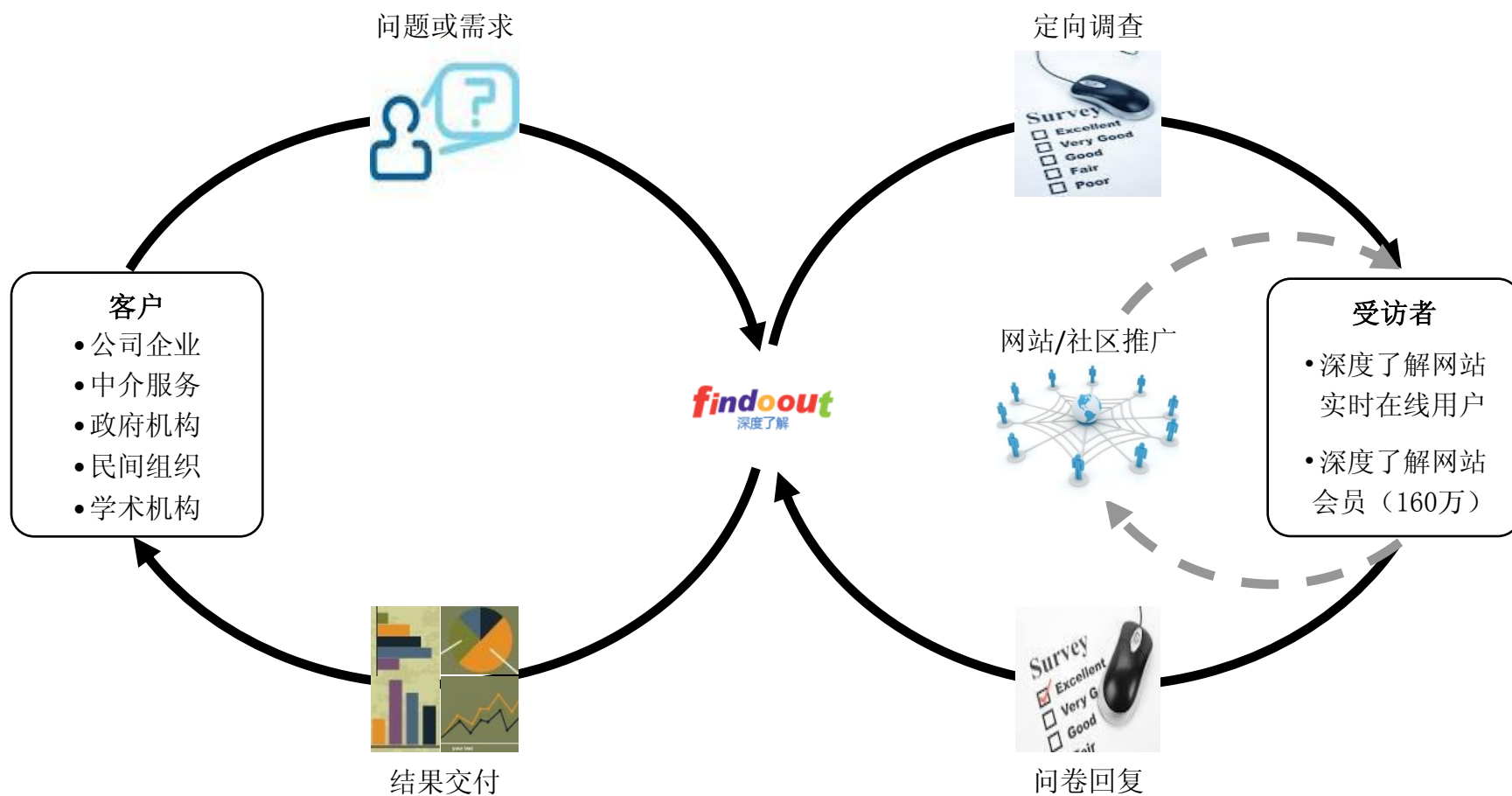
附件

调查问卷
关于我们

快速、定向、灵活的调查解决方案

- 深度了解以一种新颖的方法进行市场调查。我们使用基于技术的在线调查，生成可靠、一致且可执行的信息，让客户能够以有限的预算，迅速地获取高质量的市场数据，继而作出明智的决策。我们将定向设计、高度专注的微调查搭载于一个专属的Web2.0自我测试网站，最快只需24小时即可将研究结果提交客户。
 - 用户访问深度了解网 – www.findoout.com，注册成会员，或直接选做自己喜爱的测试题；
 - 完成测试题后，用户收到定向设计、高度专注的微调查实时邀请；
 - 用户主动参与调查，并在完成问卷后获得网站为其自动生成的自我测试结果（亦可跳过调查直接获取）；
 - 深度了解获得实时回复的调查数据，常常是一项调查发起后的数小时之内；
 - 如果需要，符合条件的会员也会收到微调查的邀请；
 - 深度了解通过在相关网站和社交媒体网站的相关频道投放网幅广告、文字链接以及帖子广告，对网站和其喜闻乐见的自我测试进行推广。
- 我们擅长于帮助客户了解处于最具挑战性的、瞬息万变的、高增长市场中的消费者的想法。
- 相比传统的基于消费者小组的调查，深度了解微调查更迅速、更精准、更灵活，且更物有所值。

深度了解微调查的调查路径



为何选择深度了解的微调查



快速

- 问卷短，回复率高
- 回复数据首先来自深度了解网站上的实时用户
- 客户可以随时确认即时的数据收集进度和结果
- 高效、自主的系统内置精密分析和丰富多彩的输出功能，可简易地将调查结果生成Excel及PowerPoint两种文件格式的报告
- 最快只需24小时即可交付定制研究的数据



灵活

- 每项调查都定制设计，高度专注
- 能够根据每个调查项目的要求，在相关的网站和社区进行推广，吸引目标受访者
- 任何时候都可以随时启动调查，邀请深度了解网上的在线实时用户参与调查



精准

- 问卷长度保持在受访者愿意认真完成的范围之内
- 所有受访者都来自深度了解网的会员
- 通过自我测试模式掌握所有会员完整的背景信息
- 高标准的会员质量控制
- 一贯严谨的会员管理
- 基于自我测试，而非酬金，的受访者



费用低

- 基于自我测试，而非酬金，的会员招聘和调查激励机制
- 能够源源不断地供给会员，无需阶段性地招募
- 高效、自主的系统让价格保持低廉
- 明确、定向的微调查，即使是有限的预算也能做得到

谁用深度了解的微调查

我们为大至跨国公司，小至初创企业，提供令人信服的研究结果。深度了解的微调查可以应对客户多种的市场数据需求，尤其是当客户需要接触众多的目标受访对象，而时间和预算都有限的情况下。

- 一网游公司设计了一款新的网游产品，上市前对该款产品进行用户试用满意度调查
- 一消费品公司计划在其现有的产品组合中增加一个新的产品系列，为此对该新品系列做消费者使用习惯与态度调查
- 一国际连锁餐饮品牌对相关市场消费者的食用行为与态度作阶段性的常规调查
- 一中小型休闲食品企业计划进入中国，希望通过前期市场调查了解消费者洞察
- 一著名国际动画专业学院正筹划在中国开展短期动画设计专业培训课程，需要了解潜在学员对课程价格接受度
- 一金融机构对视频网站的知名度、美誉度进行调查，以作出客观的评级分析
- 一私募资本对一个潜在投资进行尽职调查，以获得投资洞察
- 一咨询公司对策略性选择进行评估，以向客户提出建议
- 一广告公司对其创意构思进行测试，以作出最终的选择
- 一以女性人群为目标对象的化妆品牌对其广告概念进行评估
- 一广告代理公司对其投放的电视广告效果进行评估
- 一媒介公司抽样了解用户对新兴的社交媒体网站内容的行为和反应
- 一消费品公司想在三、四级城市测试其推广计划的有效性
- 一乳品公司对行业内突发的安全事件进行消费者态度变化评估
- 一国驻华使馆就其本国在中国公众中的形象进行调查
- 一政府相关部门就我国公众对公益事业的行为与态度调查

谁用深度了解的微调查（续）

更多的应用...

市场与消
费者研究

市场/产品分析

- 消费者趋势洞察
- 生活形态调查
- 消费者U&A调查
- 品牌与定位调查
- 产品需求挖掘
- 构想提取调查
- 产品的服务对象设定

产品/服务开发

- 新产品、服务概念调查
- 用户体验测试
- 广告创意测试
- 产品包装调查
- 价格接受度调查
- 媒体接触调查广告创意评价
- 市场测试调查

市场拓展

- 广告效果评估
- 产品、品牌渗透率调查
- 购买过程调查
- 品牌健康度监测
- 顾客满意度调查
- 对突发性事件影响的评估

其它调查

- 社情民意调查
- 学术研究调查

主要的客户
行业种类

- ▣ 消费品
- ▣ 物流、零售
- ▣ IT、通讯、家电、汽车

- ▣ 医药、卫生、保健
- ▣ 娱乐、旅游、航空
- ▣ 金融、保险、地产

- ▣ 咨询、广告、媒介
- ▣ 教育、培训
- ▣ 政府机构、民间组织

一些客户对我们的评价

“深度了解的迅捷和高效是无可比拟的。从问卷设计、在线部署，到获取真实消费者的反馈，深度了解的速度让它成为我们营销团队的一个不可或缺的重要工具。”

– 潘刚, CEO

内蒙古伊利实业集团股份有限公司

“我们对深度了解所提供的调查及其所获得的数据非常满意。”

– 陈瑜, 创意总监

上海天润广告公司

“深度了解是一个快速到达目标人群并获取消费者洞察的创新途径。”

- Allen Dam, 总裁、制片人

上海罍盎动画制作有限公司 (Yian Studios)

“您们的研究为我们了解爱尔兰在中国的形象提供了有价值的洞察，且收费合理。我们接下来将在中国展开爱尔兰的推广宣传，在这方面，我们将一定会借助您们的服务为我们提供持续的战略咨询。”

- Austin Gormley, 总领事

爱尔兰驻华总领事馆

部分客户名单

- 爱尔兰驻上海总领事馆
- 舜益公益咨询 (Social Venture Group)
- 内蒙古伊利实业集团股份有限公司
- 上海/深圳棒约翰餐饮管理有限公司
- 鲜芋仙
- 上海天润广告有限公司
- 上海罍盎动画制作有限公司 (Yian Studios)
- 金山
- 盛大游戏
- 瑞士信贷 (Credit Suiss)
- 荷兰合作国际银行

关于我们

在过去的几十年中，作为研究员、咨询顾问和企业高级经理人，我们曾经长期提供、购买和使用市场研究数据。我们分析过许多消费者市场，对各类市场研究服务有着非常深入的了解。我们对市场数据的意义有着深刻的认识，并意识到客户的要求日趋苛刻，受访者的行为也在发生明显的变化。受到调查样本、周期和费用的限制，传统的调查方式已经很难完全满足当今处于激烈竞争的、多变的及快速增长环境中的社会和企业需求。

深度了解正是从真实的客户视角出发，针对实际应用而设计的。我们给予客户之所需，即质量、速度、灵活性以及物有所值。当客户急需得到定制的市场调查数据时，我们以实惠的价格很快为其提供有深度的洞察。我们的宗旨很简单，即让更多的企业，甚至个人，都能够作出更好、更快、更明智的决策。

成立于2008年，深度了解团队聚集了经验丰富的市场研究的使用者与从业人员，以及最优秀的软件开发人员，努力打造一个基于创新、实用和前沿科技的公司。经过这些年的发展，不论是在技术、服务以及数据经验上都得到了很大的提高。现在，深度了解团队能够为最终客户和调查研究服务公司提供高质量的网上调查、调查样本及数据处理服务，并成为复旦大学中国市场营销研究中心指定的在线调查平台。

定价

深度了解从最初就设计和定位在为客户提供物有所值的调查服务。

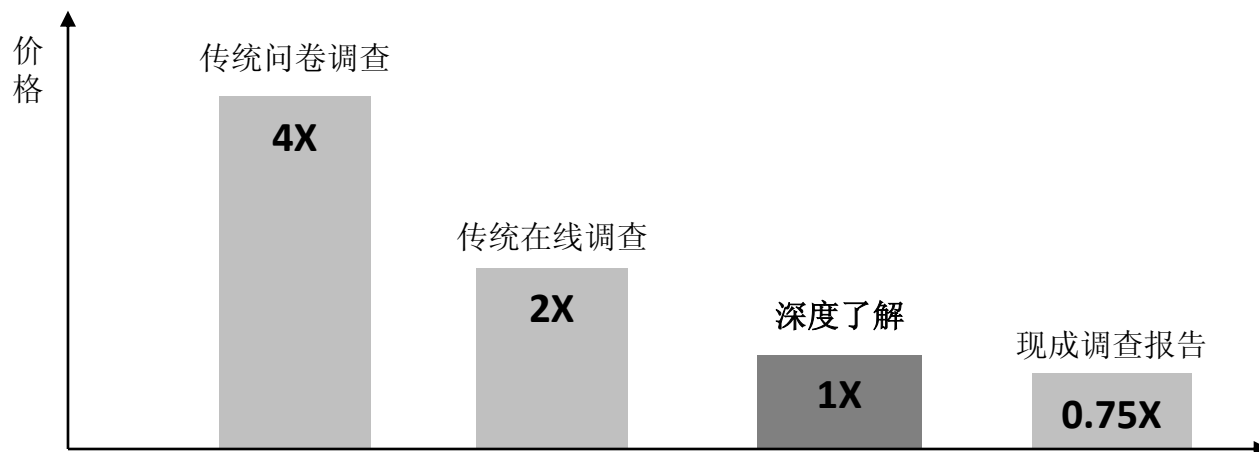
项目式服务

- 按项目论价，具体报价视所需样本规模和问卷题数而定
- 涉及到不易接触到的目标受众的调查时，需要在定价中予以考虑
- 定价透明，会在调查展开前予以确认

订阅式服务

- 对每次调查享有可观的折扣
- 无需为特定的目标受众支付额外的费用
- 对于如何使用和充值您的预付账户不设限制

一般调查的报价





Let's findoout, for YOU!

上海

上海市虹口区广纪路838号中图蓝桥产业园C幢205室（邮编：200434）
公司网页：www.findoout.cn / 深度了解：www.findoout.com
业务联系：contact@findoout.com / 客服邮箱：support@findoout.com
公司电话：+8621/26613883 / 公司传真：+8621/26613883
Q Q：1240492179