

消费者对德芙零糖黑巧产品的需求 及反馈情况调查报告

毛文畅

2023年12月

一、调查设计

研究问题	德芙零糖黑巧产品消费者的需求及反馈情况调查	
研究假设	1. 人们对低糖巧克力的需求上升。 2. 人们对黑巧的接受度不高。 3. 社交媒体的宣传效果最好。	
研究变量	自变量	性别，职业
	因变量	对德芙产品的偏好，对零糖黑巧宣传渠道的偏好
研究目的	1. 研究消费者对德芙品牌及既有产品的反馈，找出机会点； 2. 研究消费者德芙零糖黑巧的反馈，找出机会点； 3. 研究消费者对德芙零糖黑巧宣传渠道的偏好，为进一步明确媒体触达做好数据及洞察支持；	
研究方法	对于此项研究，选择了问卷调查法作为研究方法。	

二、调查数据分析

（一）消费者画像

第1题：您的性别是？ [单选题]

选项	小计	比例
女	52	86.67%
男	8	13.33%
本题有效填写人次	60	

图 1 被调查者性别情况

如图 1 所示，在收集的 60 份问卷中，女性填写的问卷总计 52 份，约占调查问卷总数的 86.67%；男性填写的问卷总计 8 份，约占调查问卷总数的 13.33%。可见，被调查者中女性占比远高于男性。

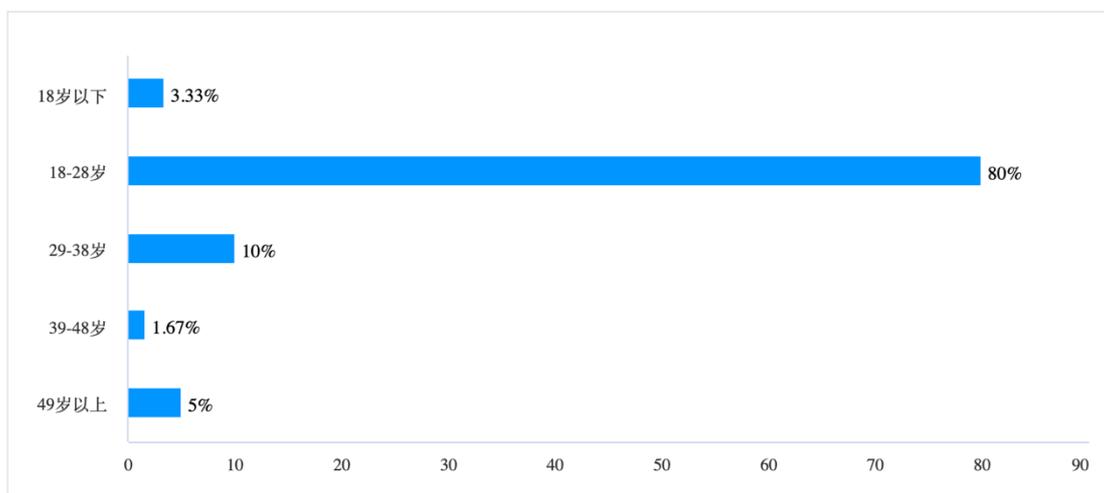


图 2 被调查者的年龄分布情况

如图 2 所示，在全部的调查者中，年龄区间多分布在 18-38 岁，占比高达 90%；其中，18-28 岁消费者占比最高，约占调查问卷总数的 80%；其次是 29-38 岁，占比约为 10%。可见，巧克力食品消费呈年轻态趋势。

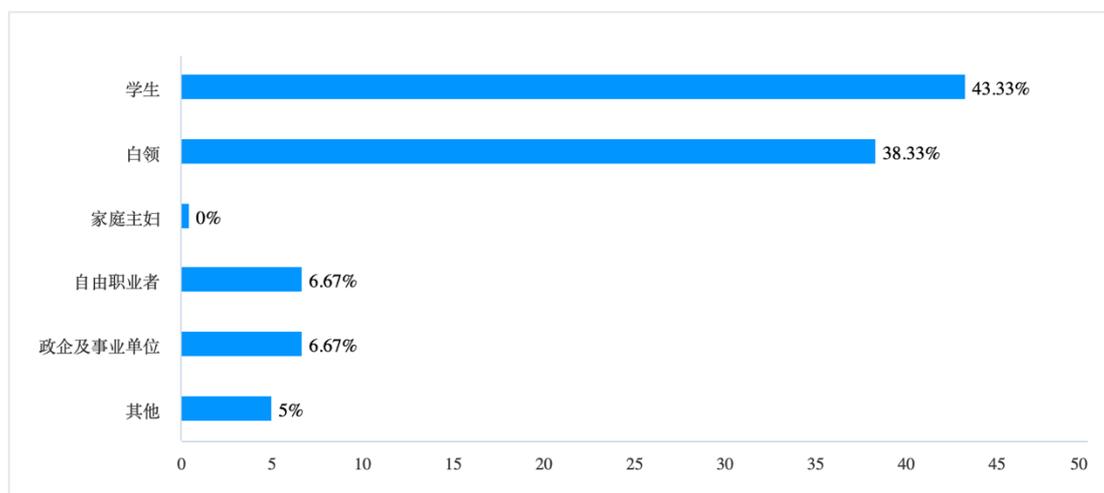


图 3 被调查者的职业情况

如图 3 所示，在全部的被调查者中，以学生和白领居多，约占 43.33% 和 38.33%。巧克力在这两个职业群体中具有较高的消费可能性。首先，巧克力作为一种能够带来愉悦的食品，可以为负担学业压力和工作压力的学生和白领带来心理上的放松。其次，巧克力作为可分享的食物，常常在社交场合中被赠送和分享，因此，学生可以在学校、家庭和聚会中共享巧克力，白领可以在办公室或商务场合中使用巧克力。另外，巧克力的便携性满足了两个职业群体的需求，能够帮助学生和白领快速补充能量，体会美味。

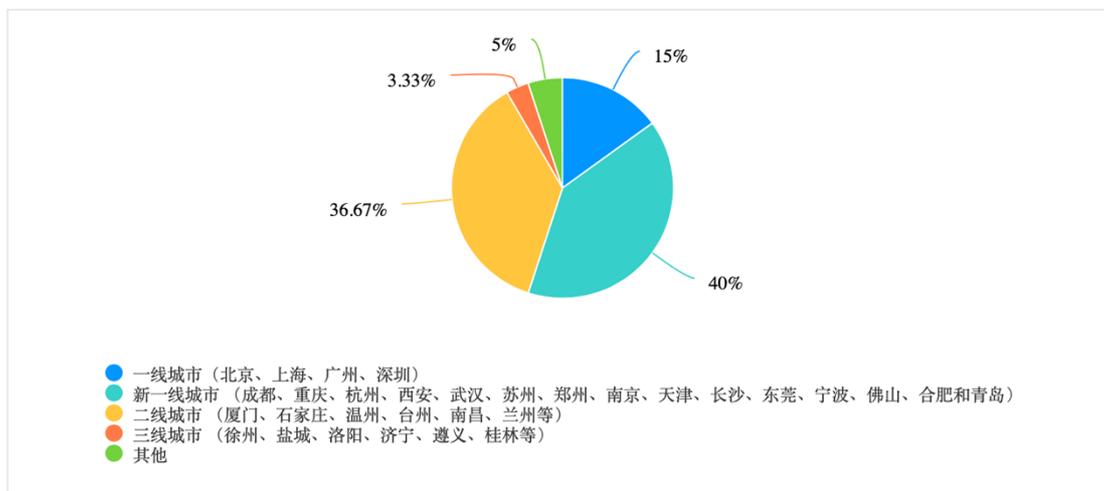


图 4 被调查者生活城市的梯次情况

如图 4 所示，在调查“您生活的城市属于哪个梯次？”这一问题时，生活在新一线城市人数最多，约占 40%。其次是二线城市，约占 36.67%。生活在一线城市的消费者人数占第三，约占 15%。生活在一线、新一线和二线城市的消费者人数约占全部人数的 91.67%。这三个梯次的城市经济较为发达，人们的消费水平也较高，可以作为巧克力的主要消费群体区域。

(二) 消费者对德芙品牌及既有产品的反馈

第5题：您是否在过去一年内购买过德芙巧克力产品？ [单选题]

选项	小计	比例
是	43	71.67%
否	17	28.33%
本题有效填写人次	60	

图 5 消费者过去一年内购买德芙巧克力产品的情况

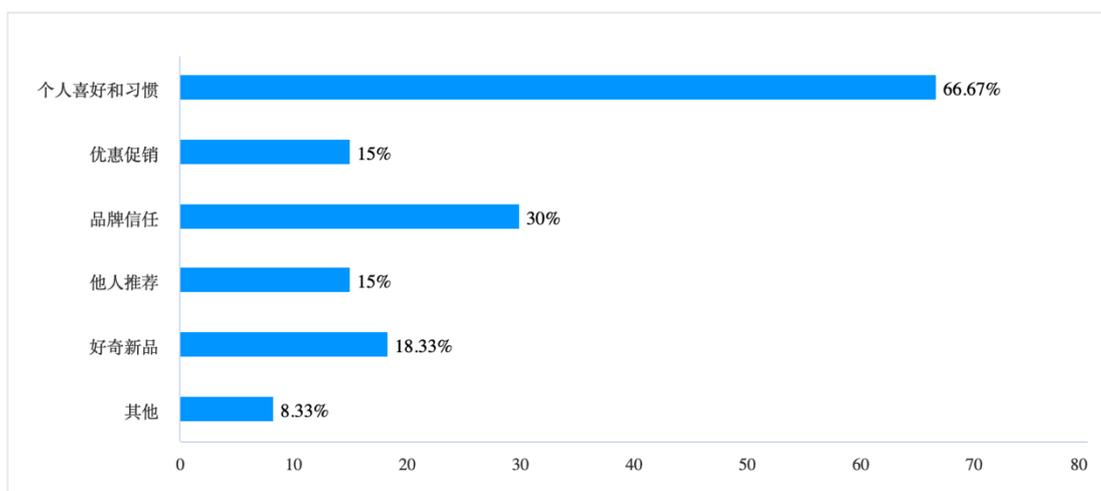


图 6 消费者近期购买德芙巧克力的原因

如图 5、图 6 所示，在过去一年内，有 43 人购买过德芙巧克力产品，约占 71.67%；约 66.67%的消费者出于对德芙巧克力的喜好和习惯而购买了品牌产品，约 30%的消费者因为信任德芙品牌而选择购买德芙巧克力。可见，消费者对德芙品牌有较高认知度、好感度和忠诚度。高购买率也反映了德芙的营销策略和品牌形象取得了一定的成功。

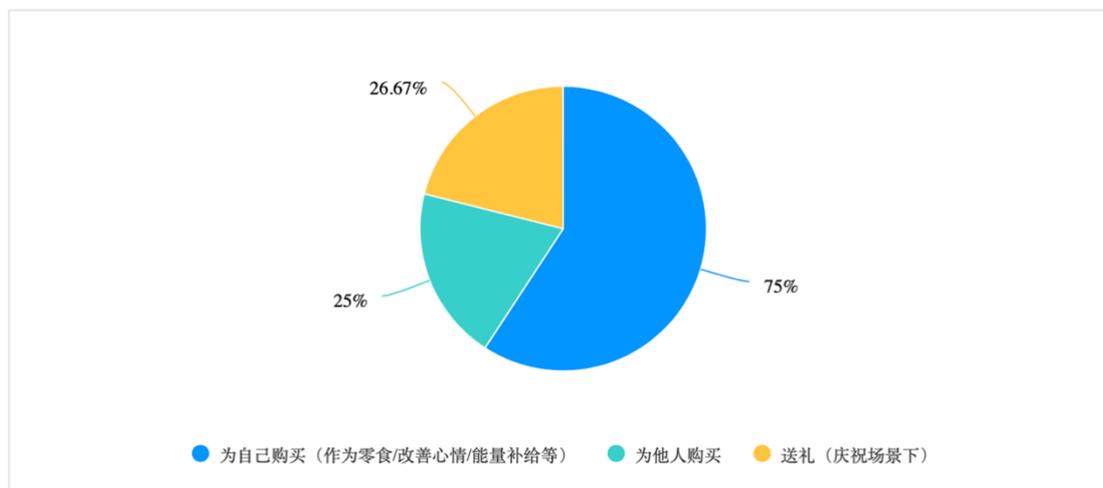


图 7 消费者购买巧克力的动机

如图 6 所示，约 75%的消费者主要为自己购买巧克力，为他人购买和送礼的购买的动机占比几乎持平，分别为 25%和 26.67%。可见，消费者重视产品对自我的奖励程度与情感满足程度。同时也重视产品的赠送意义和作用。

（三）消费者对德芙零糖黑巧的反馈和黑巧产品的发展趋势

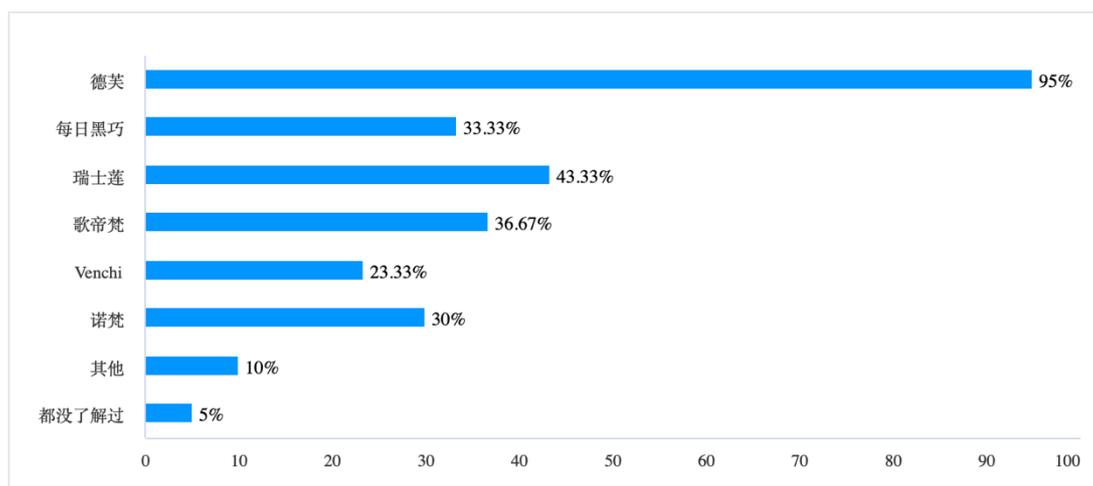


图 8 消费者听说或购买过的黑巧克力品牌

第9题：您是否听说或购买过德芙零糖黑巧产品？ [单选题]

选项	小计	比例
是	23	38.33%
否	37	61.67%
本题有效填写人次	60	

图 9 消费者对德芙零糖黑巧的认知情况

如图 8 所示，在调查“您听说或购买过以下哪些品牌的黑巧产品”这一问题时，近 95%的消费者选择了德芙品牌黑巧产品。可见，德芙黑巧具有广泛的消费者群体，是大众较为熟知的黑巧品牌。其他品牌的黑巧也有较强的竞争力，其中，瑞士莲、歌帝梵、每日黑巧等都具有较大的市场认知度。

然而，如图 9 所示，虽然德芙黑巧有较高的受欢迎度，但是消费者对德芙的零糖黑巧产品还较为陌生，只有 38.33%的消费者听说或购买过这款产品，这说明零糖黑巧还需要提高宣传力度，提升产品质量，吸引消费者注意，提高消费者的购买欲望。

第10题：您是否对低糖巧克力产品感兴趣或有需求？ [单选题]

选项	小计	比例
是	44	73.33%
否	16	26.67%
本题有效填写人次	60	

图 10 消费者对低糖巧克力的需求情况

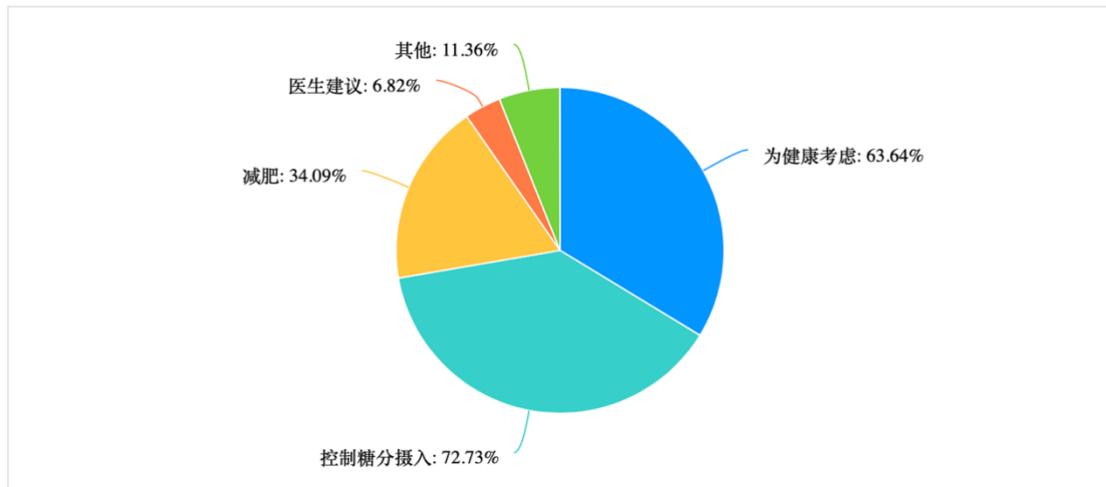


图 11 消费者购买低糖巧克力的动机

如图 10、图 11 所示，约 73.33%的消费者表示对低糖巧克力产品感兴趣或有需求，这也符合调研初期提出的“人们对低糖巧克力的需求上升”的假设。而在这部分调查者中，控制糖分摄入的原因约占 72.73%；其次是为健康考虑，约占 63.64%。可见，巧克力食品低糖低脂化是主要趋势，消费者选择巧克力时将更加注重产品是否健康，符合消费者需求的德芙零糖黑巧也具有不可忽视的市场潜力。

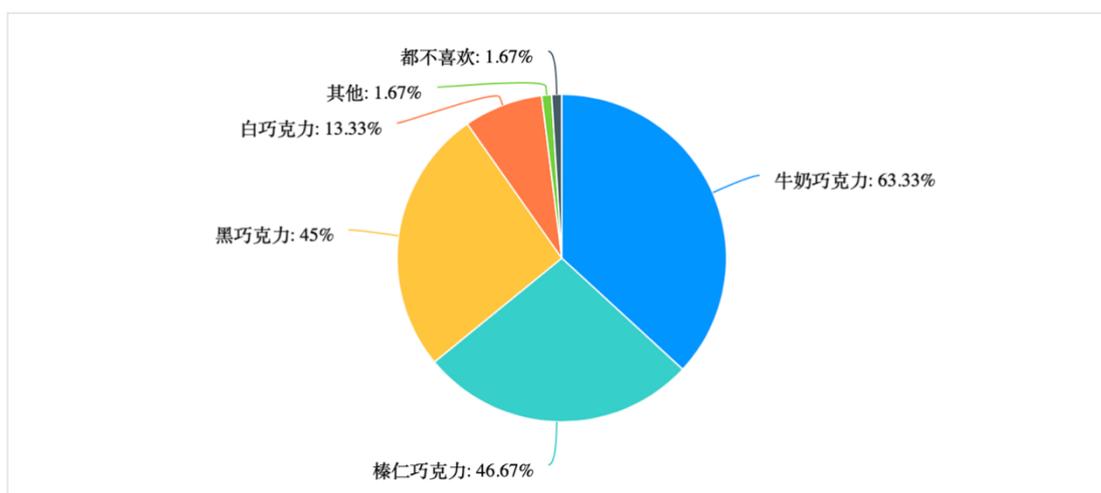


图 12 消费者对巧克力口味的偏好情况

如图 12 所示，牛奶巧克力最受消费者欢迎，约占 63.33%；其次，榛仁巧克力和黑巧克力差距较小，分别为 46.67%和 45%。虽然黑巧克力不是最受欢迎的巧克力口味，但是也具有较大的消费者市场，因此，“人们对黑巧的接受度不高”的假设并不十分正确。

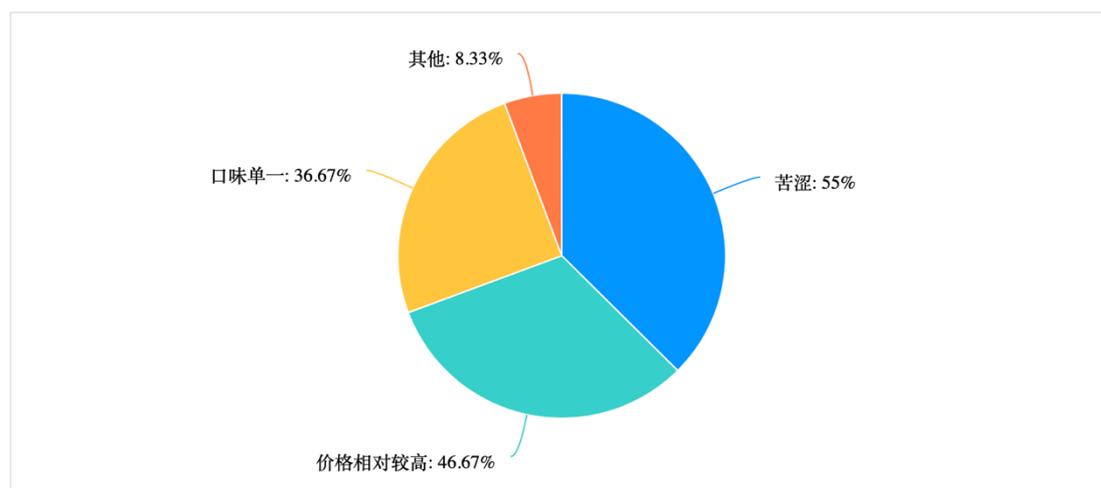


图 13 消费者认为黑巧克力存在的缺点

如图 13 所示，在这些消费者中，认为黑巧苦涩的口感和较高的价格是主要缺点，口味单一也是不可忽视的缺点之一。因此，提升消费者对黑巧克力的喜好

程度需要改善黑巧的口感和丰富黑巧的口味。同时，品牌还需要强调产品的高品质和原材料的优越性，突出产品的独特之处，或寻找降低生产成本的方式，根据市场需求调整产品的定价策略，或推出巧克力礼盒、礼包及与其他产品的组合销售，以更合理的价格吸引消费者，也可以开展促销活动和提供一些额外的服务或者特殊的购物体验来吸引消费者购买产品。

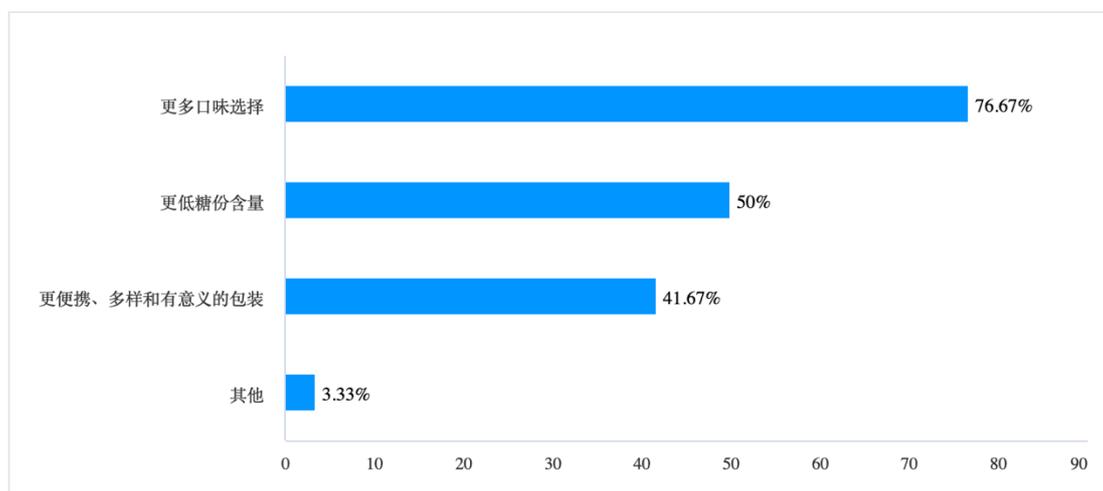


图 14 消费者期待黑巧产品的创新与改进方面

如图 14 所示，在消费者期待黑巧产品的创新和改进方面，“更多口味选择”约占 76.67%，占比最高；其次是“更低糖分含量”和“更便携、多样和有意义的包装”，分别为 50%和 41.67%。可见，消费者期待黑巧的口味创新，弥补黑巧的苦涩缺点。同时，消费者对黑巧也有较高的健康要求，品牌在包装上也需要有更多创新。

（四）消费者对德芙零糖黑巧宣传渠道的偏好

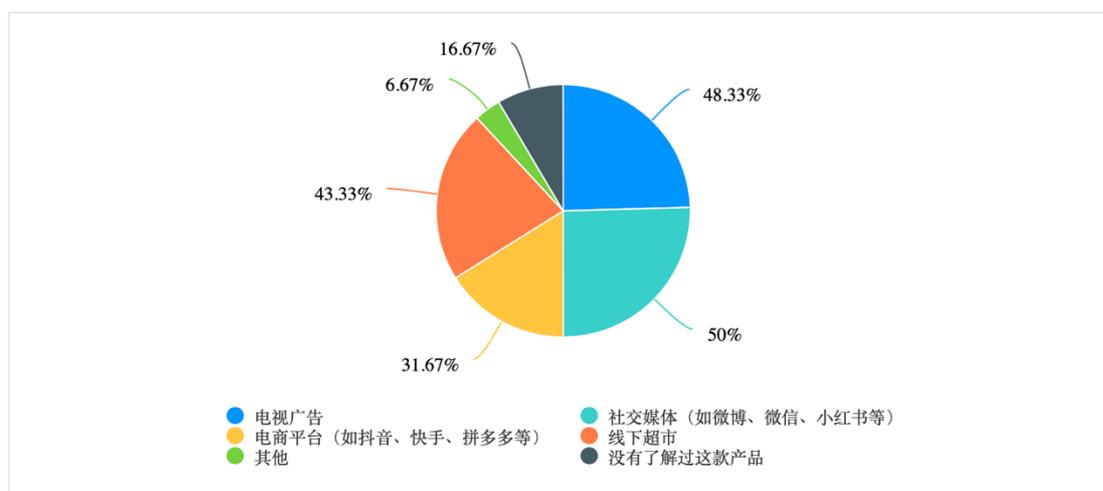


图 15 消费者了解德芙零糖黑巧的渠道

第16题：您对以下哪些德芙零糖黑巧的宣传渠道更感兴趣或更具信任感？ [多选题]

选项	小计	比例
购物网站推荐	17	28.33%
名人代言	24	40%
社交媒体用户评价或推荐	37	61.67%
朋友或家人推荐	35	58.33%
电视广告	7	11.67%
其他 [详细]	3	5%
本题有效填写人次	60	

图 16 消费者感兴趣和信任的宣传渠道

如图 15 和图 16 所示，消费者主要通过社交媒体和电视广告了解德芙零糖黑巧，人们也对社交媒体上的用户产品评价和推荐感到信任和有趣，该占比约 61.67%。可见，品牌在宣传产品时可以重视和加强社交媒体的广告投入，调查结果也与“社交媒体的宣传效果最好”的假设一致。其次，线下超市渠道占比 43.33%，这说明线下超市仍然是较为重要的购物和宣传场所，品牌可以在线下开展更加丰富的活动与宣传。另外，人们通过电商平台了解产品的占比约 31.67%，对购物网站的宣传感兴趣的占比也有 17%，可见，随着电商平台的不断发展，人们的消费习惯也在改变和被影响，德芙可以在抖音、快手等平台深入宣传零糖黑巧。

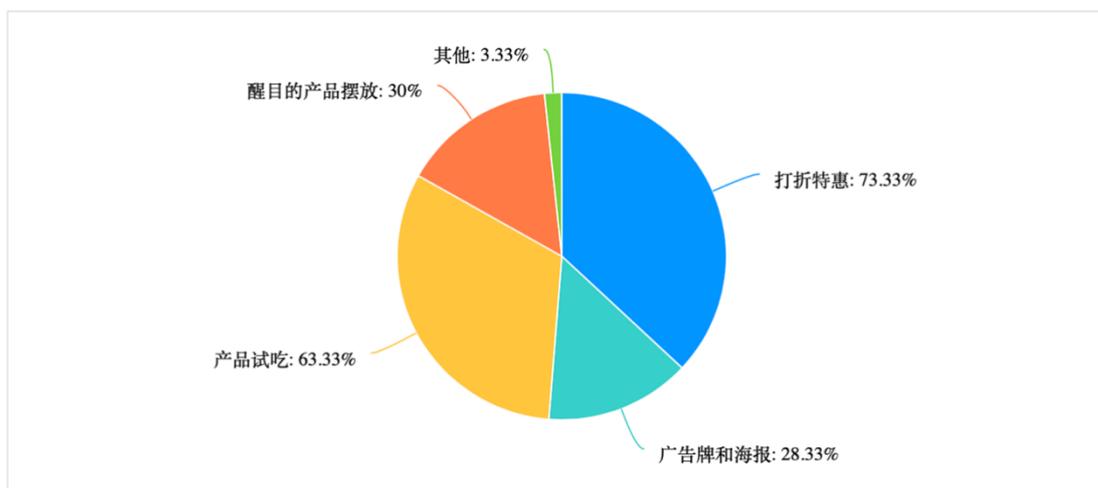


图 17 吸引消费者购买德芙零糖黑巧的销售行为

在调查“如果您正在逛超市，以下哪些行为可能会吸引您购买德芙零糖黑巧”问题时，如图 17 所示，“打折特惠”是最吸引消费者消费的行动，占比约 73.33%；其次是“产品试吃”，约为 63.33%”。这两种行为都满足消费者利益，前者从经

济方面吸引消费者，后者为消费者提供尝试机会和了解品牌产品的机会，品牌也应在线下销售时注重服务质量。同时，“醒目的产品摆放”和“广告拍和海报”也十分影响消费者的购买行为和结果，分别占比 30%和 28.33%，这说明德芙巧克力在线下销售时应注重产品分区和摆放，提高零糖黑巧的广告牌审美。

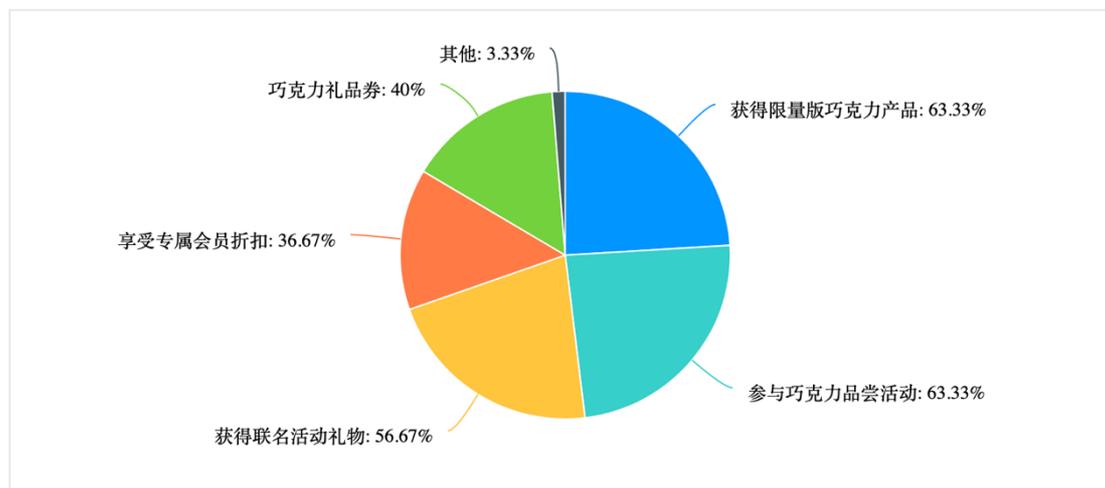


图 18 消费者期待获得的体验或福利

如图 18 所示，在调查“您期望从德芙举办的线上或线下活动中获得哪些特别的体验或福利”问题时，“获得限量版巧克力产品”和“参与巧克力品尝活动”占比一致，皆为 63.33%，其次，“获得联名活动礼物”也有较高占比，约为 56.67%。这说明德芙零糖黑巧应当加强产品在口味、包装等方面创新，可以推动与影视、动漫、名人等 IP 的合作，以及加强与消费者之间的互动，为消费者提供产品试吃机会，可以在线上尝试售卖或赠送巧克力试吃装，在线下超市开设试吃点等策略。其次，“巧克力礼券”和“享受专属会员折扣”相较于前三者而言占比较少，这说明德芙应当加强消费者黏性，提升消费者的复购率。

附录一

德芙零糖黑巧产品消费者的需求及反馈情况调查问卷

您好！为了调查德芙零糖黑巧产品消费者的需求及反馈情况，我们编辑了此份问卷邀请您参与此次调查，期待能收到您填写完整的问卷，感谢！

（提示：您可以选择合适的选项，或在空格处直接填写。）

1. 您的性别是？
A. 女 B. 男
2. 您的年龄是？
A. 18 岁以下 B. 18-28 岁 C. 29-38 岁 D. 39-48 岁 E. 49 岁以上
3. 您的职业是？
A. 学生 B. 白领 C. 家庭主妇 D. 自由职业者 E. 政企及事业单位 F. 其他—
4. 您所生活的城市属于哪个梯次？
A. 一线城市（北京、上海、广州、深圳）
B. 新一线城市（成都、重庆、杭州、西安、武汉、苏州、郑州、南京、天津、长沙、东莞、宁波、佛山、合肥和青岛）
C. 二线城市（厦门、石家庄、温州、台州、南昌、兰州等）
D. 三线城市（徐州、盐城、洛阳、济宁、遵义、桂林等）
E. 其他城市
5. 您是否在过去一年内购买过德芙巧克力产品？
A. 是 B. 否
6. 您最近一次购买德芙巧克力的原因是什么？（多选题）
A. 个人喜好/习惯 B. 优惠促销 C. 品牌信任 D. 他人推荐 E. 好奇新品 F. 其他—
G. 从没买过
7. 您购买巧克力的动机通常是什么？（多选题）
A. 为自己购买（作为零食/改善心情/能量补给等） B. 为他人购买 C. 送礼（庆祝场景下）
8. 您听说或购买过以下哪些品牌的黑巧产品？（多选题）

A. 德芙 B. 每日黑巧 C. 瑞士莲 D. 歌帝梵 E. Venchi F. 诺梵 G. 其他 H. 都没了解过

9. 您是否听说或购买过德芙零糖黑巧产品？

A. 是 B. 否

10. 您是否对低糖巧克力产品感兴趣或有需求？（选A接 11，选B跳 12）

A. 是 B. 否

11. 如果您对低糖巧克力产品感兴趣或有需求，购买的主要动机是什么？（多选题）

A. 为健康考虑 B. 控制糖分摄入 C. 减肥 D. 医生建议 E. 其他-

12. 您更喜欢哪一种口味的巧克力？

A. 黑巧克力 B. 白巧克力 C. 牛奶巧克力 D. 榛仁巧克力 E. 其他 F. 都不喜欢

13. 您认为黑巧克力有哪些缺点？（多选题）

A. 苦涩 B. 价格相对较高 C. 口味单一 D. 其他-

14. 您更期待黑巧产品有什么样的创新或改进？（多选题）

A. 更多口味选择 B. 更低糖分含量 C. 更便携、多样和有意义的包装 D. 其他-

15. 您是通过哪种渠道首次了解到德芙零糖黑巧产品的？

A. 电视广告

B. 社交媒体（如微博、微信、小红书等）

C. 电商平台（如抖音、快手、拼多多等）

D. 线下超市

E. 其他

F. 没有了解过这款产品

16. 您对以下哪些德芙零糖黑巧的宣传渠道更感兴趣或更具信任感？（多选题）

A. 购物网站推荐

B. 名人代言

C. 社交媒体用户评价或推荐

D. 朋友或家人的推荐

E. 电视广告

F. 其他-

17. 如果您正在逛超市，以下哪些行为可能会吸引您购买德芙零糖黑巧？（多选题）

- A. 打折特惠
- B. 广告牌和海报
- C. 产品试吃
- D. 醒目的产品摆放
- E. 其他-

18. 您期望从德芙举办的线上或线下活动中获得哪些特别的体验或福利？（多选题）

- A. 获得限量版巧克力产品
- B. 参与巧克力品尝活动
- C. 获得联名活动礼物
- D. 享受专属会员折扣
- E. 巧克力礼品券
- F. 其他

本次调查问卷结束，非常感谢您的耐心回答！