

## 2015 年 BrandZ™最具价值中国品牌 100 强发布

### 腾讯超越中国移动荣登榜首成为最具价值中国品牌，阿里巴巴紧随其后

2015 年 1 月 27 日，中国北京——WPP 集团和华通明略公司今天发布了第五届 BrandZ™ 最具价值中国品牌 100 强名单。互联网巨头腾讯首次成为了中国最具价值的品牌。刚上市的电子商务巨头阿里巴巴则紧随其后，位居榜单第二。这两家公司超越了自 2011 年开始就一直占领榜首地位的中国移动。

2015 年的排名由全球领先的市场研究及品牌咨询机构华通明略和 WPP 集团共同推出。今年的结果清晰地显示了科技品牌和与科技相关的零售品牌价值的迅速增长。科技公司已经成为了排名中的主力品牌。科技行业以 1,069 亿美元的估值超越了金融行业，贡献了 100 强总价值的 23%，成为最具价值的行业。

私营品牌（也被称作为市场导向型品牌）的价值增长优势较为明显。自 2013 年以来，市场导向型品牌价值增幅达 97%，而国企品牌的增幅却下滑了 9%。五年前，国企品牌占据了榜单前五位的所有席位。然而今年的前五名中，有三家都是市场导向型品牌 – 腾讯、阿里巴巴和百度。以腾讯为首，这三个品牌价值的总和（48%）几乎代表了榜单前十名总价值的一半。腾讯单独一家公司的价值同比去年增长了近一倍。

中国 100 强品牌的总价值为 4,642 亿美元，自 2011 年起，增幅达 59%。这个增长速度已经超越了 BrandZ™全球最具价值品牌 100 强（+41%），同时也超过了巴西最具价值品牌（2011 年-2014 年下降 40%）和拉丁美洲最具价值品牌（自 2012 年起，只增长了 3%）的增长速度。

另外，2015 BrandZ™最具价值中国品牌的两大股票投资组合遥遥领先中国股票加权指数“MSCI 中国”的市场表现。这样的结果印证：1) 高价值品牌能创造丰富的投资收益；2) 品牌为了实现“有意义的差异化”、借以构建品牌价值而做出的投入在股市上获得了巨大回报。在 2010 年 7 月到 2014 年 10 月之间，MSCI 指数的股价上升了 4%，而 BrandZ™中国品牌 100 强股票投资组合则上涨了 32%。

2015 年最具价值中国品牌 10 强						
#	品牌	2015 排名	类别	2015 品牌价值（百万美元）	2015 年品牌价值同比 2014 年变化情况	名次变动

1	腾讯	1	科技	66,077	95%	2
2	阿里巴巴	2	零售	59,684	新上榜	
3	中国移动	3	电信服务	55,927	-9%	-2
4	中国工商银行	4	银行	34,521	-13%	-2
5	百度	5	科技	30,897	55%	0
6	中国建设银行	6	银行	21,005	-18%	-2
7	中国石化	7	石油和天然气	15,493	18%	2
8	中国农业银行	8	银行	15,427	-20%	-2
9	中国石油	9	石油和天然气	12,022	-11%	-1
10	中国银行	10	银行	11,861	-13%	-3
资料来源: BrandZ/华通明略						

### 零售、汽车和科技是增长最快的行业

阿里巴巴的加入使零售业成为过去一年里成为增长最快的行业，去年的增幅高达 3,827%。即使不计入阿里巴巴的价值，该行业在各品牌不断创新的推动下，品牌价值也同比增长了 64%。新加入的长城汽车凭借其较好的 SUV 销售业绩，使汽车行业品牌价值增幅达 141%。科技行业也因其消费者对品牌创新的积极响应，增幅达 78%。

与此同时，中国经济增长放缓和各项政策变化导致了一些行业的下滑，其中包括：酒类、服饰和金融行业。

### 未来五年趋势

第五届 BrandZ™ 最具价值中国品牌榜单展现了一种长期趋势：市场导向型品牌（无政府背景的私营企业）的兴起和国有企业的增长逐渐放缓。在过去的五年中，我们可以看到 50 强中的市场导向型品牌增长了 278%，而国企品牌只增长了 6%。目前，市场导向型品牌（47%）和国企品牌（53%）几乎各占 100 强品牌总价值的一半。

虽然国有企业在排名中仍然是重要的贡献者（同时在中国经济中也扮演着主要的角色），他们的表现凸显了国有企业目前在中国市场面临的日益激烈的竞争。

随着中国企业不断提高他们的营销策略和执行力，中国品牌与国际品牌之间的差距正在逐渐缩小。消费者越来越看不出两个同类品牌之间有什么区别。消费者根据品牌提供的价值选择品牌，而不是依据品牌的起源（其企业在中国的历史）。五年前，中国与跨国品牌在 BrandZ™ 品牌力指数（BrandZ™ Power Index 衡量一个品牌在其类别的竞争地位）中相差 26 分之多。而如今他们的分数几乎相等。

### 今年调查报告的其它主要趋势包括：

- **科技和零售业的融合**

随着消费行为的改变，零售商们正在采用更多的技术去迎合这些消费者们的习惯。例如，零售商们与科技公司合作，提供数字化产品和服务、移动支付解决方案和在线离线（O2O）商务解决方案等等。

- **中国品牌在全球不断的崛起**

联想（+62%）和中兴通讯（+53%）超过半数的营业额都来自于海外市场。

- **蓬勃发展的创新和创造力**

日益加剧的市场竞争环境、更聪明的中国消费者和他们不断增长的对创新的需求，促使品牌做出一系列的应对措施。科技和零售的相互结合充分地体现了这一趋势。

WPP集团全球零售业务The Store公司欧洲、中东、非洲及亚洲首席执行官David Roth表示：“2015年标志着BrandZ™最具价值中国品牌排行进入第五年。它让我们清晰地看到这些品牌是如何在一个日新月异的时期变得更为强大。那些对高速发展的技术和消费者行为有深刻认知的企业，通过不断的创新，实现了品牌价值的提升。在竞争日益激烈的行业里，品牌建设、创新投入和与消费者的互动将是取得品牌经营成功的关键因素。”

华通明略全球 BrandZ™ 总裁王幸表示：“越来越多的消费者接受中国的品牌，是因为他们认为这些品牌是具有活力和价值的，而不仅仅只是他们的知名度。现在最大的问题是品牌必须做些什么才能得到国际市场的认可。未来的成功将取决于对消费者行为和需求能否深刻理解。以及能否通过整合技术，提高品牌体验，发挥中国特色，提供有意义的差异化作为切入点。”

欲了解有关排名及分析的完整信息，请下载完整版报告：<http://www.brandz.com/>

结束

编者注：

BrandZ™最具价值中国品牌 100 强（之前为 50 强）排名如今进入第五年，该排行榜是 BrandZ™系列排名的一部分，该系列排名还包括 BrandZ™全球最具价值品牌 100 强，BrandZ™拉丁美洲最具价值品牌 50 强和印度最具价值品牌 50 强。

### 调查背景与方法

100 强排名的品牌估值工作由 Millward Brown Optimor 开展，方法上借鉴了全球最具价值品牌 100 强年度排名所采用的计算方法。全球 100 强排名现已进入第十个年头。

这项排名是由 WPP 委托开展，调查不仅采用了彭博社和 Kantar Worldpanel 的财务数据，同时还结合了通过访谈收集而来的 405,700 余名中国消费者的观点看法，堪称目前最权威的中国品牌排名。该排名 2008 年首次启动，2014 年在调查中通过访谈收集了 23,000 名中国消费者的观点看法。BrandZ™最具价值中国品牌 100 强是目前最权威和最全面的中国品牌排行榜。

2015 年 BrandZ™最具价值中国品牌 100 强上榜品牌符合以下条件：

- 品牌最初是由中国内地企业建。
- 品牌隶属于上市企业。
- 品牌在排名期内取得了正收益。

此外，金融品牌仅包括至少 20%的收益来自零售银行业务的银行。

BrandZ™排名考虑了消费者对所购品牌的看法，同时也对财务数据、市场估价、分析师报告及风险预测进行了缜密分析，这种两相结合的估值方法在业内堪称绝无仅有。消费者的品牌认知是确定品牌价值的关键依据，因为品牌是经营绩效、产品交付、定位清晰度与领导力的综合体。

## 关于华通明略

华通明略是全球领先的调研机构之一，专业从事广告效果、战略沟通、媒介与品牌资产方面的调查研究。并通过提供综合全面的、以调研为基础的定性和定量解决方案帮助客户构建强有力的品牌。公司下设的全球性专业业务机构包括Millward Brown Digital（数字化营销效果及智能化方面的领先机构）、Firefly Millward Brown（全球性的定性研究公司）、Neuroscience Practice（利用神经科学来强化传统研究技巧）以及Millward Brown Optimor（专注于帮助客户优化品牌和市场投资的战略咨询公司）。Millward Brown在超过 55 个国家和地区开展业务，隶属于WPP旗下的Kantar数据投资管理集团。了解更多信息，请访问 [www.millwardbrown.com](http://www.millwardbrown.com)。

## 关于 WPP

WPP是全球领先的传播服务公司，2013 年的营业额达 723 亿美元，收入为 173 亿美元。通过旗下的运营公司，WPP集团提供全方位的广告和市场营销服务。服务内容包括：广告与媒体投资管理；数据投资管理；公共关系和公共事务；品牌塑造和视觉识别；医疗保健传播；直效营销，数字营销，促销和关系营销及专家整合传播。WPP在 110 个国家设有 3000 多个办公室，拥有 175,000 名员工（包括联营企业）。了解更多信息，请访问 [www.wpp.com](http://www.wpp.com)。

在2014年戛纳国际创意节（2014 Cannes Lions International Festival of Creativity）上，WPP集团被评为“年度最佳控股公司”，这是WPP第四次获此殊荣。WPP同时被2014年艾菲实效排行榜（Effie Effectiveness Index）评为全球最具实效的控股公司，这是WPP连续第三年获此殊荣。该排行榜旨在表彰在营销传播方面取得卓著成效的企业。

## 更多信息请联系：

中国  
张向玲  
华通明略大中华区市场总监

Tel: +86 10 5857 9200  
Email: [christine.zhang@millwardbrown.com](mailto:christine.zhang@millwardbrown.com)

全球  
Belinda Rabano  
WPP 亚太区企业传播主管  
Tel: +86 10 8520 3066  
Mobile: +86 1360 107 8488  
Email: [belinda.rabano@wpp.com](mailto:belinda.rabano@wpp.com)

Miquet Humphryes  
Millward Brown 全球公司营销部主管  
Tel: +44 (0)1926 826179  
Email: [miquet.humphryes@millwardbrown.com](mailto:miquet.humphryes@millwardbrown.com)

Hannah Robertson  
Eureka Communications 公司  
Tel: +44 (0)1189 328795  
Email: [hannah@eurekacomms.co.uk](mailto:hannah@eurekacomms.co.uk)