Brand Finance®



中国500 2019

年度中国最有价值品牌500强报告

2019年5月

目录

连接品牌与金融 4
关于 Brand Finance 6
联系我们 6
获取您的品牌价值报告 7
前言 8
概述 10
区域分析 16
行业声誉度分析 18
Brand Finance 中国 500 强榜单 20
定义解释 30
排行榜品牌估值方法 32
市场调研 33
品牌利益相关者的资产衡量 33
我们能够如何帮助您 34
品牌企业估值 35
我们的营销传播服务 36
Brand Finance 全球平台 38

我们的使命：连接品牌与金融



集团总部版本

Brand Finance是全球唯一获得"皇家御用徽章"的品牌咨询机构。这折射出其服务水平出类拔萃、独占鳌头的底蕴与实力。

Brand Finance的徽章

Brand Finance最初于2006年公司成立十周年纪念日获得了它的徽章。在2016年我们获得了将徽章升级为拥有龙案辅助纹的资格。而徽章升级的资格仅授予被皇家御用徽章委员会认定为拥有卓越声誉的公司。Brand Finance认为使用徽章有助于我们的核心业务。该徽章也在Brand Finance的其他机构，Brand Finance论坛和Brand Exchange的运营中发挥积极作用。

桥梁
象征着公司的使命：构建品牌和金融之间的桥梁。

火炬
品牌的纹章符号。

圆点
金融的纹章符号。

书本
知识的纹章符号。

颜色
蓝色：力量，真理和忠诚。

金色：理解，尊重，美德和慷慨。

龙
力量和守护的纹章符号。



中国公司版本

Brand Finance于2017年在中国设立全资子公司 - 品金。我们深深体会到尊重中国文化的重要性。由此，我们植根于中国博大精深的文化，于今年推出了Brand Finance徽章的中国版本。这一个徽章由三条龙和其他几个中国元素组成，充分体现出Brand Finance中国子公司的核心使命。

桥梁
赵州桥是迄今为止世界最早的古代单孔敞肩石拱桥，它坐落于赵县的洨河上，有着1400多年的历史。赵州桥又名 "安济桥"，"安济"意为"稳定的经济"。

水流
中国古代五行元素之一，是财富的象征。

龙
龙是中华民族的象征，中国人自称为"龙的传人"。

圆形方孔铜币
中国最早使用的货币，给世界经济的发展带来许多积极的影响。

祥云
祥云的图形已经在中国传播了5000多年，是中国最具代表性的文化象征之一，与龙共生。

鼎
鼎是权威的代表，并象征着名望和信用。

长城
长城在中国有着丰富的历史和意义，它象征着团结，坚韧和风险管理，而这些都是品牌的基石和商标的基础。

关于 Brand Finance

Brand Finance是全球领先的第三方企业品牌评估及战略咨询公司。

Brand Finance成立于1996年。我们的宗旨是“架构品牌与金融间的桥梁”。在过去的二十多年间，我们致力于帮助企业将品牌的意识贯彻到公司运营的各个层面，帮助企业了解其品牌创造的贡献，引导企业制定增值式品牌管理战略。这些可帮助企业更有效地创造商机，提高企业业绩，增强企业在商战上的实力。

我们的优势：
- 财务化您的品牌营销战略，提升企业价值
- 权威认证的技术实力
- 客观、独立、透明
- 为您量身打造的专业团队

每年，Brand Finance 都将全球最有实力的品牌纳入估值范围，并评估出最有价值和最强的品牌。Brand Finance是起草了国际化公认的品牌价值标准 – ISO10668，以及最新被批准的品牌价值评价标准 – ISO20671 的核心成员之一。

联系我们

中国区业务及媒体咨询，请联系：
Scott Chen
中国区总裁
s.chen@brandfinance.com
地址：北京市国贸三期A座15层

Vinchy Chan
副总监
v.chan@brandfinance.com

For English business enquiries, please contact:
Richard Haigh
Managing Director
rd.haigh@brandfinance.com

For English media enquiries, please contact:
Konrad Jagodzinki
Communications Director
k.jagodzinski@brandfinance.com

For all other enquiries, please contact:
enquiries@brandfinance.com
+44 (0)207 389 9400

For more information, please visit our website:
www.brandfinance.com

Brand Finance®
全球论坛 2019

论坛主题：理解区域品牌的价值
2019年4月2日

今年的论坛活动在伦敦皇家汽车俱乐部(RAC)举行。本次论坛，我们探讨了区域性的品牌策略对品牌价值、客户吸引力及关键利益相关者的影响。

www.brandfinance.com/events

获取您的品牌价值报告

品牌价值报告(BVR)为您提供品牌估值的详细过程，包括使用的假设，数据的来源和完整的计算过程

每份报告都包含专家针对贵公司品牌的建议，以帮助您通过品牌增值来推动企业绩效。报告也能帮助您更好地理解您的品牌与竞争对手相比的优劣势所在。

什么是品牌价值报告?

品牌估值总结
+ 内部对品牌的理解
+ 品牌价值追踪
+ 竞品对标
+ 历史品牌价值

品牌强度指数
+ 品牌强度跟踪
+ 品牌强度分析
+ 关键绩效指标管理
+ 竞品对标

特许费率
+ 转移定价
+ 特许经营谈判
+ 国际许可案例
+ 竞品对标

资本成本
+ 对估值和项目评估工作的资本成本的独立观点

市场调研
+ 公用事业
+ 保险
+ 银行
+ 通讯
+ 航空
+ 科技
+ 汽车
+ 酒店
+ 啤酒
+ 石油和天然气

想了解更多有关品牌价值报告的信息，请联系：
enquiries@brandfinance.com

品牌价值报告的好处是什么?



前言



David Haigh
首席执行官
Brand Finance

拥有强大的品牌的目标是什么？吸引客户，建立忠诚度，激励员工？这些都是正确答案，但至少对于商业品牌来说，第一个答案必须是“创造利益”。

公司通常在设计，发布和推广品牌方面投资巨大。鉴于品牌潜在的财务价值，这都是合理的。然而，大多数企业不能超越这一阶段。企业通常缺少导向来有效地利用他们最重要的资产，并因此错失宝贵的商机。监控品牌绩效应该是下一步，但很少有企业能够将此落实。此外，即使在实施这项策略的企业中，监控品牌绩效的方法通常缺乏财务的相关性，而因此很难被非营销人员理解。

这些问题导致的结果就是 – 营销团队在向董事会传达他们工作的价值时困难重重，企业因此常常低估了他们的品牌对业务的重要性。财务人员也无法被营销人员说服去做品牌相关投资和有效配置资源。由于市场营销人员缺乏足够的财务知识和财务策划能力，市场营销的回报时常不尽如人意。这最终可能导致一个公司内部缺乏有效沟通，资源错配，进而对企业利润造成负面影响。Brand Finance 弥合了营销和财务部门之间的鸿沟。我们的团队在市场研究、品牌标识、税务和会计等各个领域都有丰富的经验。我们了解设计、广告和营销的重要性，但我们也相信，品牌最终和最重要的目的是帮助企业实现经济效益。这就是我们提倡把品牌管理的意识贯彻到企业每个部门和员工的原因。

通过品牌估值，我们为营销人员和财务团队提供了一种相互理解的语言。营销人员能够有效地传达他们工作的价值，董事会也可以使用这些信息来优化企业决策。若管理层不了解具体资产的价值，那么企业该如何评判当下资产管理的方式能够达到利益最大化？如果您打算许可一个品牌，您如何判别您得到了一个公平的定价？如果您打算出售一个品牌，您如何判别什么时候是最佳时机？您如何决定停止使用哪些品牌，是否重新打造品牌以及如何建构您的品牌架构？ Brand Finance已经对数千个品牌和与品牌相关业务进行了评估，我们的专业经验能够帮助您回答这些问题。

Brand Finance最近对股价与品牌价值之间的关系进行了一项研究。研究结果显示，品牌强度与股价表现之间有很强的正相关联系。我们发现，投资拥有强大品牌的公司的股票组合比投资标准普尔500指数的回报率高近两倍。了解和管理公司的无形资产能够更有效地挖掘其中的隐藏价值。以下报告能够为您了解与品牌有关的业务提供更多的信息，例如，如何衡量品牌价值，以及如何使用这些信息来提高企业价值。Brand Finance团队期待与您进一步交流合作。

中国品牌的未来发展充满机遇

- 中国品牌依托国内市场的经济规模建立了令人瞩目的品牌价值规模：在最有价值中国品牌500强中，三分之二的品牌在中国市场（包含港澳台地区）创造的品牌价值占其总价值超过了95%。
- 另一方面，这体现了大部分的中国品牌几乎只专注于国内市场，大部分中国品牌从海外市场获得的品牌价值比例不到其总价值的10%。
- 在Brand Finance中国品牌500强中，保持着良好的国内业务并有25%-50%的品牌价值来源于海外市场的中国品牌，其平均品牌价值明显高于榜内的其他中国品牌。海外市场有望为中国品牌下一个十年的增长点。
- 本年度中国工商银行蝉联最有价值的中国品牌，微信则是品牌强度最强的中国品牌，品牌价值增长最快的中国品牌是爱奇艺。

概述

充满机遇的中国市场

根据Brand Finance2019年度中国最有价值品牌500强报告显示，所有的中国品牌在中国（包含港澳台地区）创造的品牌价值占总价值的比例超过90%，而科技行业以及工程建设行业已率先成为开拓国际市场的领头羊。作为世界领先的第三方品牌企业估值及战略咨询公司， Brand Finance将年度最有价值的中国品牌榜单从去年的300强扩展到今年的500强。

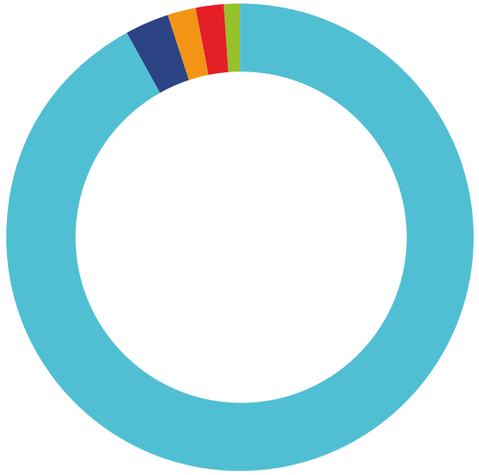
目前中国品牌主要还是聚焦在国内市场。在500个上榜品牌所创造的品牌价值中，在中国市场创造的价值占其总价值的92.6%。在海外市场中，亚太地区无疑成为中国品牌最受欢迎的海外市场，在海外市场占比44.3%。紧随其后的是北美和南美市场（31.1%），其次是欧洲市场（24.6%）。尽管中国品牌在欧洲创造相对更高的品牌价值，但中国品牌在中东和非洲的活跃度比欧洲高，这体现了中国品牌对经济高速发展地区的重视。

Brand Finance 2019年度中国最有价值品牌500强报告深入分析了每一个上榜品牌在海外市场创造的品牌价值，并分为四类：1. 本土巨头：专注于中国市场的品牌–这些品牌在中国（包含港澳台地区）市场创造的品牌价值占其总价值超过95%；2. 海外市场探索者–这些品牌在海外市场创造的品牌价值占其总价值的5%-25%；3. 全球竞争者–这些品牌在海外市场创造的品牌价值占其总价值的25%-50%；4. 逐鹿全球–这些品牌在海外市场创造的品牌价值超过50%。

越来越多的中国品牌通过成功的品牌战略登上了国际舞台，我们看到像华为、阿里巴巴和联想这样国际化的中国品牌在今年都实现了品牌价值的大幅度增长。更多的中国品牌应该深入研究海外消费者的心态，并跟随中国政府的号召，积极拓展海外市场。

David Haigh
大卫• 海格,
集团创始人, CEO

创造品牌价值的区域



地域	占比	
中国（包括港澳台地区）	92.6%	
亚太地区	2.7%	
美洲地区	1.9%	国外市场总价值7.4%
欧洲	1.5%	
中东和非洲	1.2%	
总价值	**100.0%**	

类别	品牌数量	品牌总价值（百万人民币）	平均品牌价值（百万人民币）	榜单占比
中国巨头 总品牌价值中小于5%的品牌价值来自海外	333	9,142,245	27,454	74.3%
海外市场探索者 总品牌价值中有5%-25%的品牌价值来自海外	65	1,141,308	17,559	9.3%
全球竞争者 总品牌价值中有25%-50%的品牌价值来自海外	44	1,509,160	34,299	12.3%
逐鹿全球 总品牌价值中有大于50%的品牌价值来自海外	58	512,672	8,839	4.2%
	500	12,305,385	88,151	100%

中国巨头: 专注于中国市场的品牌

中国最有价值品牌中有三分之二的品牌（500个品牌中的333个）在中国市场（包含港澳台地区）创造超过95%的品牌价值。规模庞大的中国市场使这些背靠国内市场的品牌能够实现显著的品牌价值增长。但是，如果这些品牌走向国际舞台，它们或许可以利用全球经济带来的新机遇来实现更大的品牌价值增长。

此类别包含了中国最有价值的一些品牌，主要集中在银行、保险、电信、公用事业和数字媒体等行业。品牌巨头所在的产业的总价值占了榜单总品牌价值的75%。

中国工商银行作为中国以及全球最具品牌价值的银行品牌，其品牌价值增长了39%，达到了5,448亿人民币。在品牌强度方面，中国工商银行也表现优异，是中国仅有的三个品牌强度评级达到AAA+的品牌之一。

其他的银行品牌也增长强劲，例如**中国建设银行**，该品牌在榜单中排名第二。与去年相比，其品牌价值增长了26%，达到4,760亿人民币元。在贸易摩擦和汇率问题的背景下，得益于日益壮大的中产阶级经济实力和中国政府的支持，中国银行业的增长预期依然强劲。

在整个保险业中，**平安集团**占领导地位。一年之内，其品牌价值增长了82%，达到3,933亿人民币元。

最有价值品牌前十名（百万人民币）

1 ← 1
2019: **¥544,753m** 2018: **¥393,176m** **+38.6%**

2 ← 2
2019: **¥475,955m** 2018: **¥377,234m** **+26.2%**

3 ↑ 7
2019: **¥425,020m** 2018: **¥252,730m** **+68.2%**

4 ↑ 9
2019: **¥393,270m** 2018: **¥216,611m** **+81.6%**

5 ↓ 3
2019: **¥379,925m** 2018: **¥353,565m** **+7.5%**

6 ↑ 8
2019: **¥375,624m** 2018: **¥247,913m** **+51.5%**

7 ↓ 5
2019: **¥350,045m** 2018: **¥271,983m** **+28.7%**

8 ↓ 4
2019: **¥347,985m** 2018: **¥277,333m** **+25.5%**

9 ↑ 14
2019: **¥346,054m** 2018: **¥148,899m** **+132.4%**

10 ↓ 6
2019: **¥339,187m** 2018: **¥270,853m** **+25.2%**

最强品牌前十名

1 ↑ 6

2019: **90.4** **AAA+**
2018: **85.3** **AAA**
+5.1

2 – NEW

2019: **90.0** **AAA+**
2018: - -
-

3 ↓ 1

2019: **89.7** **AAA+**
2018: **90.3** **AAA+**
-0.6

4 ↓ 2

2019: **89.4** **AAA**
2018: **89.3** **AAA**
+0.1

5 ↓ 4

2019: **89.1** **AAA**
2018: **87.5** **AAA**
+1.6

6 ↑ 36

2019: **87.4** **AAA**
2018: **77.3** **AA+**
+10.1

7 ↑ 133

2019: **87.3** **AAA**
2018: **65.4** **AA-**
+21.9

8 ↑ 9

2019: **86.7** **AAA**
2018: **84.8** **AAA**
+1.9

9 ↓ 5

2019: **86.5** **AAA**
2018: **86.5** **AAA**
0.0

10 – NEW

2019: **86.3** **AAA**
2018: - -
-

它目前是中国第四大最有价值的品牌，从去年的第九名上升至今年的第四名。

作为中国规模最大的移动通信运营商，**中国移动**的品牌价值上涨8%达到3,799亿人民币，位居榜单第五名。公用事业巨头**国家电网**的品牌价值上涨29%达到3,500亿人民币，位居榜单第七位。作为这两大行业板块的领头羊，中国移动和国家电网的业务主要聚焦在中国市场。

跨平台的交互品牌–**微信**的品牌价值增长了132%，达到3,461亿人民币，位居榜单第九位。同时，微信成为了今年中国最强品牌，其品牌强度指数高达90.4，被授予最高级AAA+的评级。

微信所带来的影响体现在该品牌为中国十几亿用户成功建立了一个数字媒体生态系统，创造了一种新生活方式，使得用户可以通过平台进行即时通讯、阅读、购物、打车和缴费等。

虽然中国品牌在中国市场可以依赖快速增长的中产阶级群体来增强其品牌价值，但国际市场的增长潜力也相当可观。

作为中国科技巨头腾讯的王牌品牌，微信在马来西亚已经有2000万的用户，随着其向海外市场扩张，我们预测其品牌价值将进一步上升。此外，腾讯旗下的QQ品牌位居榜单第十位。相比去年，其品牌价值上涨25%，至3,392亿人民币。

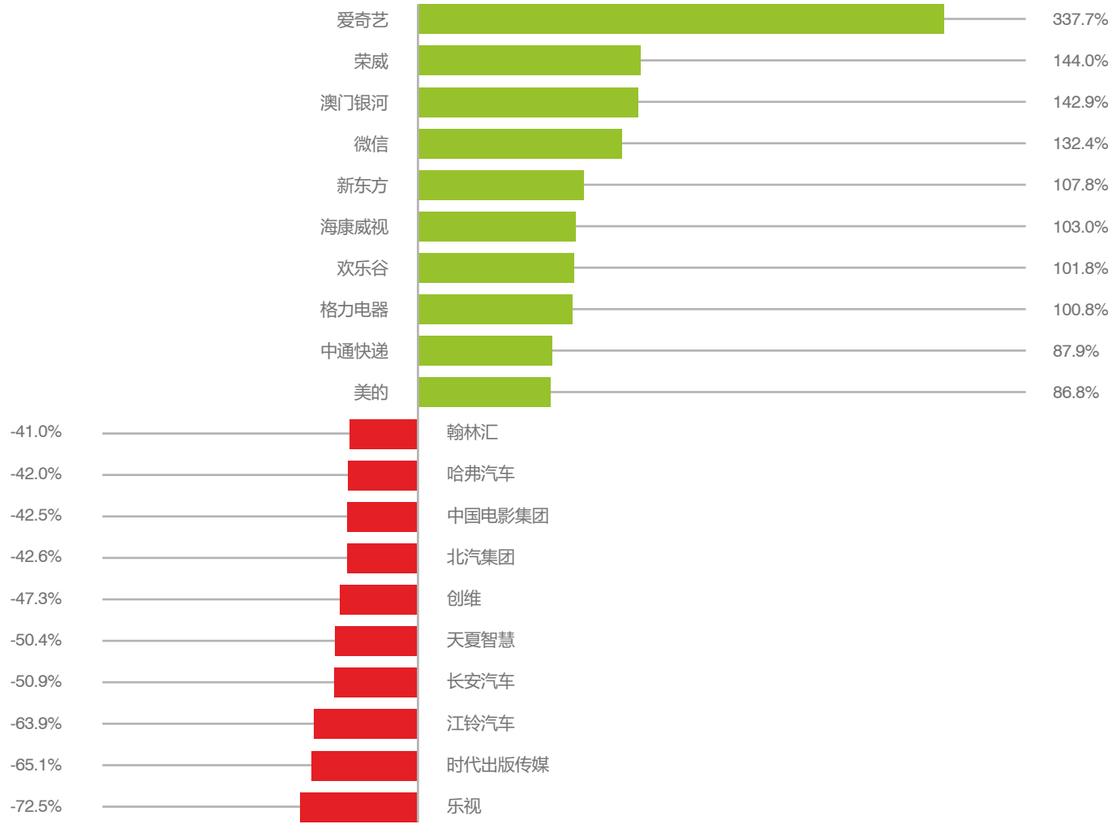
随着流媒体的兴起，中国科技巨头百度旗下的爱奇艺凭借其在中国市场的受欢迎程度首次进入年度最有价值品牌500强，品牌价值增长了338%，达到293亿人民币。它不仅是增长最快的中国品牌，而且是今年全球范围内品牌价值增长最快的品牌。

海外市场探索者

一些中国品牌正逐步扩张至国际市场，这类品牌集中在工程和建筑行业。在该行业上榜的20个品牌中，有6个品牌在海外市场创造了5%-25%的品牌价值。这一现象主要归功于中国的“一带一路”等国际基础设施项目。这是一项雄心勃勃的跨洲合作和互联互通举措，旨在加强中国与其他60多个个国家之间的基础设施、贸易和投资联系。今年，亚洲最大的综合性建筑集团**中国中铁**的品牌价值上涨了17%，达到795亿人民币。



品牌价值变化 2018-2019 (%)



同样，**中国中车**的品牌价值飙升23%至543亿人民币。其子公司中车长客股份公司再次获得澳大利亚悉尼城市双层客车订单。新的列车使中国成为澳大利亚的关注焦点，其设计将采用自动温度控制系统和监控系统。此外，中国中车旗下的中车四方股份公司赢得埃及斋月十日城项目车辆订单。该项目将为埃及的城市轨道交通系统提供22列量身制定的具有耐风沙，噪音低等特点的列车。

此外，**中国铁建**的品牌价值增长27%，至1,035亿人民币，而**中国建筑**的品牌价值略有回落。在"一带一路"倡议下，中国工程和建筑行业的品牌赴海外投资的步伐日益加快，我们将目睹更多的中国品牌走向世界。

全球竞争者

很多中国品牌在全球市场上已占据稳固的地位，并且在海外市场创造了25%-50%的品牌价值。尽管这些品牌在Brand Finance 2019年度最有价值中国品牌500强中只占据44个席位，但是它们的平均品牌价值超过50亿美元，显著高于上榜的其他品牌。这些品牌来自不同行业，比如家喻户晓的科技品牌**华为**、**海康威视** 、 **美的**、**海尔**；保险品牌**友邦保险**；石油和天然气巨头**中石油**和**中石化**；著名的航空公司品牌如**中国国航**、**中国南方航空**和**中国东方航空**等。

作为一个成功冲出中国的例子，华为已经成为很多品牌学习的标杆 – 据悉华为47%的营收都来源于国际市场。作为手机生产商和电信基础设施提供商，华为的品牌价值增长了68%，排名从去年的第七名上升至今年的第三名，品牌价值高达4,250亿人民币。华为成功的原因之一是它以实惠的价格提供世界一流的技术。随着中国品牌走向全球，这种商业模式无疑都值得许多其他行业的中国品牌学习。

华为的产品在全球范围内受到了全球崛起的中产阶级的欢迎，特别是在发展中国家。另一方面，在一些西方国家，华为不得不处理品牌声誉危机和采取相应的法律措施。这些摩擦是否会影响该品牌全球商业扩张的野心还需要时间的检验。

逐鹿全球

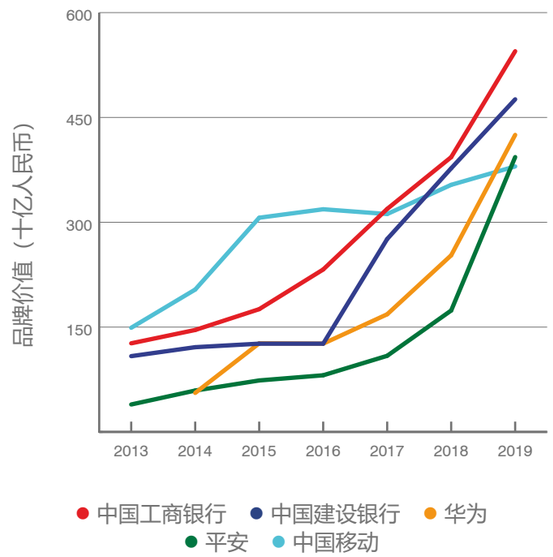
最后，少部分的中国品牌专注于发展国际市场，这些品牌的海外市场创造了50%-100%的品牌价值。这些品牌中，很多是规模较小的B2B服务提供商和制造业分包商。如果他们能够实现自主品牌战略和发展直销客户的渠道，他们的品牌价值将会有显著的增长。这其中有两个非常成功的国际品牌– 电子商务巨头**阿里巴巴**和个人电脑制造商**联想**。其今年表现引人注目他们的品牌价值分别飙升至997亿人民币 (增长55%) 和 412亿人民币（增长52%）。

品牌总价值（按产业）



产业	品牌总价值（十亿人民币）	% 占比
科技	3,242.8	26.4%
银行	2,916.3	23.7%
保险	940.5	7.6%
房地产	927.9	7.5%
通讯	673.4	5.5%
工程建筑	591.7	4.8%
石油燃气	507.5	4.1%
烈酒	434.3	3.5%
能源	407.4	3.3%
汽车	273.2	2.1%
其他产业	1,390.3	11.4%
中国500强品牌总价值	**12,305.4**	**100.0%**

最有价值品牌前五名历史走势



阿里巴巴被形容为中国亚马逊，和其美国竞争对手相似，阿里巴巴提供的服务远不止网上购物。阿里巴巴的支付宝与与腾讯的微信支付主导着中国数字支付市场。

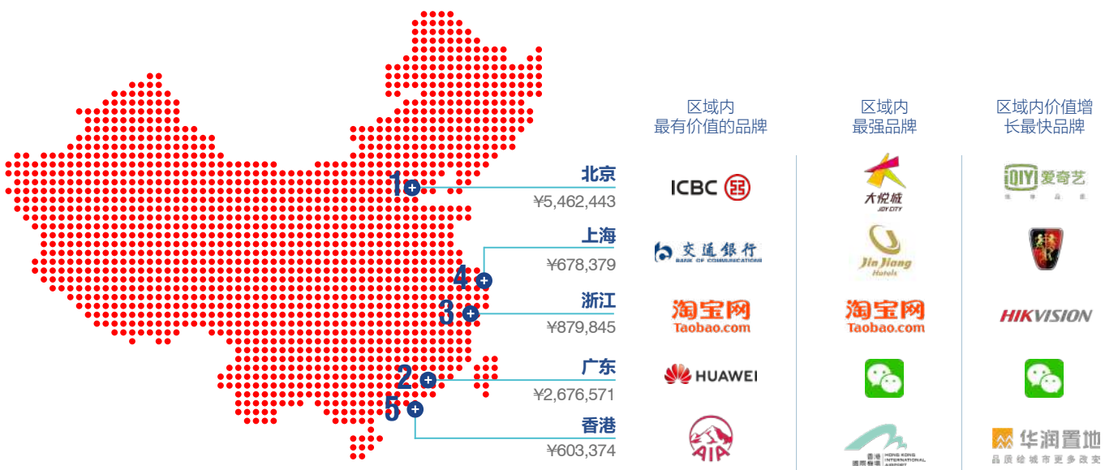
与此同时，联想全球个人电脑市场的增长则得益于向工作站、轻薄型个人电脑和游戏型个人电脑等高端市场的扩张。

可帮助联想实现全球化增长的一个战略是放权给海外收购的公司而不是将管理层派遣到海外去进行直接监管。其在美国，中国，印度，巴西，日本和墨西哥多国的制造工厂，凭借着其多国化的生产力联想更有能力应对单国政治和宏观经济为企业表现带来的影响。



区域分析

前五强（按区域上榜品牌总价值）（百万人民币）



区域分析

今年Brand Finance 中国500强品牌价值最高的五个省份与地区与去年相同，但排名却发生了变化。北京仍然摘得桂冠，其104个上榜品牌的总价值达到5.5万亿人民币。广东省今年跃居次席。排名最前的这两个地区目前贡献了排行榜上品牌总价值的三分之二。上海则下滑至第四名；而浙江和香港则依旧分别占据了第三和第五名的位置。

北京

中国工商银行依然是北京地区最有价值的品牌，并蝉联中国品牌排行榜上最有价值的品牌这一桂冠。**大悦城** – 一个从北京崭露头角的商业地产品牌以其在全国各地市场的受欢迎度成为今年北京品牌强度指数最高的品牌。同时，它也摘得了今年中国商业地产品牌强度第一名的桂冠。

广东

作为粤港澳大湾区的核心城市 - 深圳是全中国品牌建设的开拓者。源自深圳的**华为**品牌价值已经超过了另一科技巨头腾讯，荣登广东省最有价值的品牌。尽管遭受到美国方面的质疑，但5G技术的成功帮助华为极大地扩展了其全球业务，使得华为的品牌价值在过去一年内激增68%。拥有AAA+品牌评级的**微信**在国内市场取得了巨大的成功，并开始了在全球进行品牌扩张的计划。微信创造了一种生活方式，以其超强的品牌渗透力成为了广东地区品牌强度最高和品牌价值增长最快的品牌。

浙江

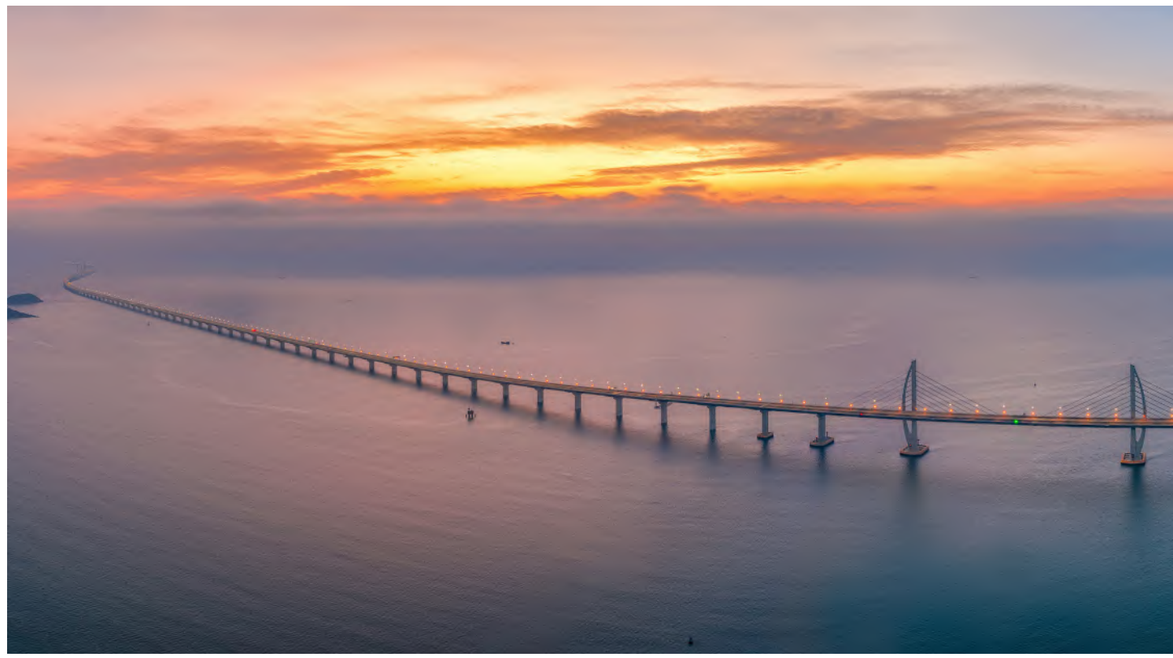
淘宝成为今年浙江省最有价值的品牌。与此同时它也是浙江地区最强品牌 – 这对其所属的阿里巴巴集团来说是其集团品牌组合中贡献度最高的品牌。淘宝的优势在于它成功构建了独立零售商与消费者之间的桥梁。科技品牌**海康威视**凭借其在全球的业务扩张计划的成功，成为了该省价值增长最快的品牌。

上海

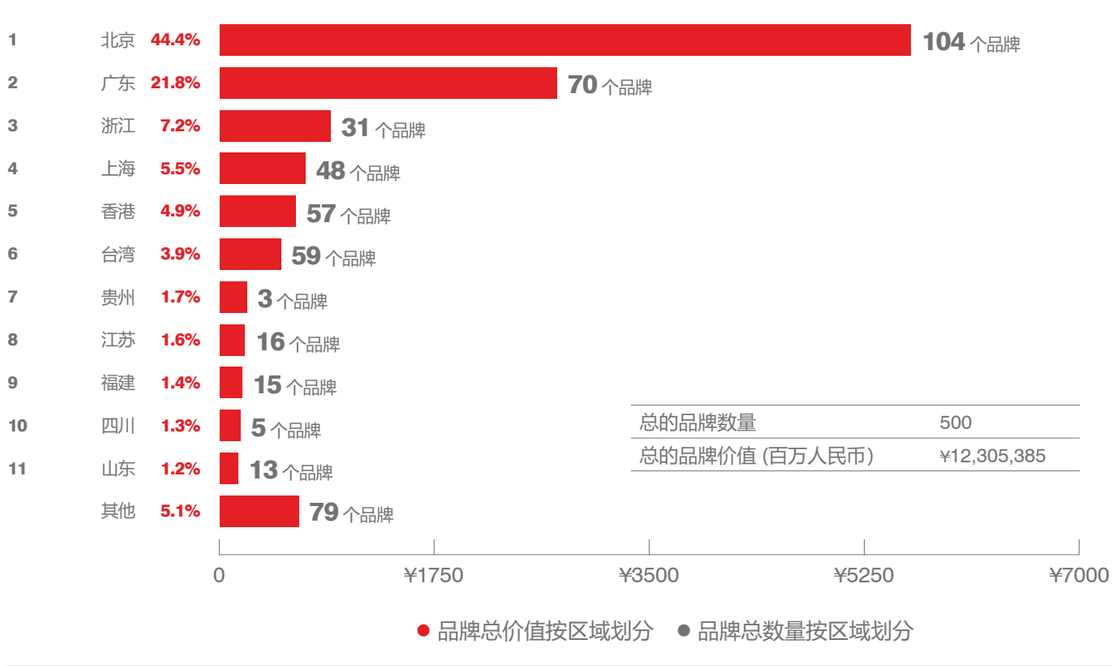
交通银行是上海地区最有价值的品牌。**锦江**是今年上海品牌强度最高的品牌，目前仍致力于通过并购来加强其在酒店业的全球影响力。上汽集团旗下的自主品牌**荣威**凭借其在中国市场的成功重塑，实现了144%的价值激增，成为上海地区价值增长最快的品牌。

香港

友邦保险凭借其在亚太市场的成功扩张蝉联香港地区最有价值的品牌。香港国际机场则是通过在国际旅客中享有的盛誉荣获香港地区最强品牌。



上榜品牌总数（按区域）



最新调研：行业声誉度分析

品牌声誉如何影响品牌价值

进行跨行业品牌声誉度的横向比较能给品牌管理者不同角度的洞悉。在新技术蓬勃发展的影响下，品牌的产业分类正在以多种方式进行融合变更，这在科技领域尤为明显。而对于行业声誉度较低的银行和保险行业，即使是其中的佼佼者也很容易受到新兴技术（例如FinTech科技金融）带来的冲击。

中国的产业声誉度排名和美国、英国等主要市场的产业声誉度排名有明显差别。在中国市场中，啤酒、酒店行业的声誉度排名分别位列第一及第二。纵观全球市场，银行行业与其他行业的全球平均水平相比，声誉度排名较低；然而，酒店行业在全球市场的声誉度排名更高。

啤酒和酒店行业在中国拥有很高的信任度

在Brand Finance进行调研的10个行业中，啤酒品牌在中国享有最高的声誉度和信任度。在中国市场内国产和进口啤酒品牌的品牌主要指标都普遍较高，而其中**青岛啤酒**被评选为声誉度最高的啤酒品牌，**百威**则紧随其后。而在全球范围内，声誉度排名第一的酒店行业，在中国却低于啤酒行业的声誉度。究其原因，与成熟的国际连锁酒店品牌的对比，中国的本土连锁酒店品牌在声誉度上仍有提高的空间。

银行和保险行业声誉度排名靠后

中国的消费者似乎对金融服务行业的品牌给予较低的尊重及认可，这体现在银行行业和保险行业的声誉度排在10个行业中的最后两位。中国银行行业声誉度不高的原因是因为区域性的银行品牌拉低了该板块的整体表现；但是像中国工商银行、中国建设银行这样的大银行品牌在声誉度方面取得了很高的分值。

在保险行业中，服务质量和服务价值的低分主要体现在"推荐度"以及"给市场新进入者提供机会"这两项上。因此对于像AXA和Bupa这种低于全球范围内保险行业平均声誉值的海外品牌来说，如果他们认为中国的保险市场份额唾手可得那就大错特错了。

汽车与科技行业国内与国际上声誉度的两极分化

中国汽车行业的整体声誉值并不是很出众，但在行业中高档德国汽车品牌和其他区域的竞争对手（特别是中国国产汽车品牌）在品牌声誉度上有着巨大的两极分化趋势。**奔驰**，**奥迪**，**宝马**和**保时捷**跻身世界汽车品牌声誉度排名的前5，与其他汽车品牌拉开较大差距。在世界品牌声誉度排名中，没有任何一个中国汽车品牌进入前100名。

中国行业声誉度排名

1	啤酒	7.8/10
2	酒店	7.7/10
3	公用事业	7.6/10
4=	石油&天然气	7.5/10
4=	航空	7.5/10
4=	科技	7.5/10
7=	电信	7.4/10
7=	汽车	7.4/10
9	保险	7.3/10
10	银行	7.1/10

全球行业声誉度排名

1	酒店	7.3/10
2	汽车	7.1/10
3=	科技	7.0/10
3=	啤酒	7.0/10
5=	石油&天然气	6.8/10
5=	航空	6.8/10
7	保险	6.6/10
8	公用事业	6.5/10
9=	银行	6.2/10
9=	电信	6.2/10

形成鲜明对比的是中国本土科技巨头**微信**和**华为**的声誉度排名罕见的超过了强劲的海外竞争对手。并迫使苹果和谷歌奋起直追。

公用事业在中国表现良好

公用事业品牌在国际上很少受到赞赏，但是中国公用事业第一品牌**国家电网**的以及紧随其后的的**国电电力**的高声誉度，则显示了在中国市场公用事业板块的品牌也可以在消费者心中获得很高的声誉度和信任度。

强大的品牌声誉对于任何企业来说都是宝贵的资产：它可以为企业吸引更多的客户，为客户带来更高的满意度，提高客户忠诚度和推荐度。最终的成果是，一个品牌具有较强的品牌资产更能稳固该企业的品牌实力，并在实质上有助于加速该企业业务增长以及提升盈利能力。

Steven Thomson
史蒂芬•汤姆森
市场调研总监 (Insights Director, Brand Finance)

Brand Finance 中国 500 强榜单

中国最有价值品牌前500强 1-50

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
1	1	←	中国工商银行	北京	银行	¥544,753	+38.6%	¥393,176	AAA+	AAA+
2	2	←	中国建设银行	北京	银行	¥475,955	+26.2%	¥377,234	AAA	AAA
3	7	↑	华为	广东	科技	¥425,020	+68.2%	¥252,730	AAA-	AAA-
4	9	↑	平安	广东	保险	¥393,270	+81.6%	¥216,611	AAA-	AAA-
5	3	↓	中国移动	北京	通讯	¥379,925	+7.5%	¥353,565	AAA	AAA
6	8	↑	中国农业银行	北京	银行	¥375,624	+51.5%	¥247,913	AAA	AAA
7	5	↓	国家电网	北京	能源	¥350,045	+28.7%	¥271,983	AA+	AA+
8	4	↓	中国银行	北京	银行	¥347,985	+25.5%	¥277,333	AAA	AAA
9	14	↑	微信	广东	科技	¥346,054	+132.4%	¥148,899	AAA+	AAA
10	6	↓	腾讯QQ	广东	科技	¥339,187	+25.2%	¥270,853	AAA	AAA
11	-	New	淘宝	浙江	科技	¥318,215	-	-	AAA-	-
12	10	↓	中国石油	北京	石油燃气	¥251,134	+21.3%	¥207,099	AAA-	AA+
13	-	New	天猫	浙江	科技	¥248,619	-	-	AAA-	-
14	15	↑	茅台	贵州	烈酒	¥207,946	+47.4%	¥141,110	AAA-	AAA-
15	13	↓	中国石化	北京	石油燃气	¥198,914	+26.7%	¥157,037	AAA-	AA
16	11	↓	中国建筑	北京	工程建筑	¥175,206	-0.1%	¥175,442	AA-	AA
17	-	New	中国邮政	北京	物流	¥157,028	-	-	A+	-
18	18	←	中国招商银行	广东	银行	¥153,417	+38.5%	¥110,756	AAA-	AAA-
19	22	↑	中国人寿	北京	保险	¥149,020	+55.9%	¥95,609	AAA	AAA-
20	12	↓	中国电信	北京	通讯	¥140,829	-11.6%	¥159,288	AAA-	AA+
21	19	↓	恒大集团	广东	房地产	¥139,523	+29.4%	¥107,803	AA+	AA+
22	16	↓	百度	北京	科技	¥132,915	-4.9%	¥139,806	AAA-	AAA
23	27	↑	碧桂园	广东	房地产	¥113,102	+46.5%	¥77,205	AA-	A+
24	21	↓	五粮液	四川	烈酒	¥109,450	+12.6%	¥97,218	AAA-	AAA-
25	29	↑	友邦保险	香港	保险	¥105,803	+55.1%	¥68,219	AAA-	AA
26	25	↓	中国铁建	北京	工程建筑	¥103,487	+27.8%	¥80,982	AA-	AA-
27	32	↑	阿里巴巴	浙江	科技	¥99,683	+55.2%	¥64,209	AA+	AAA-
28	23	↓	交通银行	上海	银行	¥99,005	+6.0%	¥93,366	AA	AA+
29	20	↓	上海浦东发展银行	上海	银行	¥90,441	-7.8%	¥98,124	AA-	AA
30	30	←	中信银行	北京	银行	¥87,739	+28.7%	¥68,185	AA	AA
31	40	↑	美的	广东	科技	¥86,371	+86.8%	¥46,226	AA+	AA+
32	24	↓	网易	广东	科技	¥82,985	+2.1%	¥81,304	AA	AA+
33	26	↓	兴业银行	福建	银行	¥79,775	+0.3%	¥79,530	AA-	AA
34	31	↓	中国中铁	北京	工程建筑	¥79,527	+16.7%	¥68,120	A	A+
35	17	↓	京东	北京	科技	¥77,700	-40.4%	¥130,351	AA+	A
36	-	New	中国邮政储蓄银行	北京	银行	¥75,283	-	-	A	-
37	39	↑	万科	广东	房地产	¥74,845	+58.5%	¥47,227	A+	A
38	-	New	绿地	上海	房地产	¥73,751	-	-	A	-
39	33	↓	太平洋保险	上海	保险	¥73,167	+26.1%	¥58,045	AA-	AA+
40	28	↓	中国联通	北京	通讯	¥69,835	-8.4%	¥76,255	AA+	AA
41	34	↓	中国民生银行	北京	银行	¥64,155	+13.6%	¥56,451	AA-	AA+
42	38	↓	中国人民保险	北京	保险	¥62,369	+30.3%	¥47,883	AA+	AA
43	36	↓	台积电	台湾	科技	¥62,011	+19.3%	¥51,996	AA+	AA+
44	37	↓	洋河	江苏	烈酒	¥61,828	+19.4%	¥51,778	AA	AA
45	59	↑	海康威视	浙江	科技	¥58,688	+103.0%	¥28,913	AAA-	AAA-
46	50	↑	保利地产	广东	房地产	¥56,072	+53.8%	¥36,462	A+	A+
47	54	↑	龙湖地产	北京	房地产	¥55,848	+76.9%	¥31,575	AA	AA-
48	-	New	优酷	北京	科技	¥55,313	-	-	AAA-	-
49	42	↓	中国中车	北京	工程建筑	¥54,257	+23.0%	¥44,126	AA	AA-
50	62	↑	格力电器	广东	科技	¥53,532	+100.8%	¥26,654	AAA-	A+

中国最有价值品牌前500强 51-100

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
51	45	↓	伊利	内蒙古	食品	¥52,268	+27.8%	¥40,906	AAA-	AAA-
52	44	↓	中国光大银行	北京	银行	¥52,245	+23.4%	¥42,347	AA-	AA
53	48	↓	中冶集团	北京	工程建筑	¥48,261	+25.8%	¥38,377	A+	AA-
54	-	New	融创	天津	房地产	¥48,168	-	-	A+	-
55	53	↓	海尔	山东	科技	¥44,637	+41.0%	¥31,662	AA+	A+
56	65	↑	华润置地	香港	房地产	¥44,271	+72.5%	¥25,671	A+	A
57	43	↓	小米	北京	科技	¥41,625	-5.3%	¥43,975	AA	AA-
58	58	←	苏宁	江苏	零售	¥41,287	+41.7%	¥29,134	AA	AA
59	60	↑	联想	北京	科技	¥41,146	+52.1%	¥27,053	AA	AA-
60	46	↓	吉利汽车	浙江	汽车	¥41,081	+2.9%	¥39,923	AA-	AA
61	49	↓	中华电信	台湾	通讯	¥38,441	+5.1%	¥36,583	AA+	AA+
62	66	↑	泸州老窖	四川	烈酒	¥36,658	+44.3%	¥25,412	AAA-	AA+
63	35	↓	大连万达商业地产	山东	房地产	¥35,420	-32.0%	¥52,053	AA-	AA
64	73	↑	哈尔滨啤酒	黑龙江	啤酒	¥35,351	+50.4%	¥23,506	AAA	AA+
65	70	↑	携程	上海	科技	¥34,227	+42.6%	¥23,999	AA	AA-
66	76	↑	蒙牛	内蒙古	食品	¥34,079	+48.9%	¥22,892	AA+	AA
67	72	↑	中国建材	北京	工程建筑	¥33,578	+42.8%	¥23,507	A+	AA-
68	-	New	美团	北京	科技	¥33,404	-	-	A	-
69	51	↓	中国海洋石油	北京	石油燃气	¥32,499	-6.4%	¥34,719	AA	AA
70	106	↑	澳门银河	澳门	酒店	¥32,313	+142.9%	¥13,305	AAA	AA-
71	64	↓	国泰人寿保险	台湾	保险	¥31,678	+23.1%	¥25,739	AA+	AA
72	79	↑	华夏幸福	北京	房地产	¥30,609	+34.6%	¥22,744	A+	A+
73	61	↓	中国南方航空	广东	航空	¥30,445	+12.8%	¥26,991	AAA-	AAA-
74	56	↓	中国交建	北京	工程建筑	¥30,265	-0.0%	¥30,275	A+	AA-
75	55	↓	富邦人寿	台湾	保险	¥30,196	-2.1%	¥30,829	AA-	AA-
76	179	↑	爱奇艺	北京	科技	¥29,337	+337.7%	¥6,703	AA	A
77	57	↓	中国信达	北京	银行	¥29,204	-2.3%	¥29,892	AA-	A
78	67	↓	中国东方航空	上海	航空	¥28,848	+14.0%	¥25,311	AAA-	AAA-
79	80	↑	北京银行	北京	银行	¥28,488	+32.8%	¥21,454	AA-	AA-
80	78	↓	中国国际航空	北京	航空	¥28,106	+23.2%	¥22,806	AA+	AAA-
81	83	↑	中国太平保险	香港	保险	¥27,989	+35.7%	¥20,621	AA	A
82	69	↓	华夏银行	北京	银行	¥27,303	+13.7%	¥24,014	AA-	AA
83	84	↑	微博	北京	科技	¥26,515	+40.2%	¥18,915	AA+	AAA-
84	63	↓	新鸿基地产	香港	房地产	¥26,498	+1.3%	¥26,170	AA	AA
85	89	↑	安踏	福建	服饰	¥26,419	+51.2%	¥17,475	AA+	AA+
86	41	↓	哈弗汽车	河北	汽车	¥26,023	-42.0%	¥44,871	A+	AA+
87	-	New	龙光地产	香港	房地产	¥25,451	-	-	A	-
88	86	↓	恒生银行	香港	银行	¥25,405	+37.0%	¥18,545	AA	AA
89	52	↓	周大福	香港	服饰	¥25,203	-24.3%	¥33,303	AA	AA
90	92	↑	雪花啤酒	北京	啤酒	¥25,020	+55.9%	¥16,044	AA+	AA-
91	100	↑	中国国旅	北京	旅游休闲	¥24,988	+74.9%	¥14,289	A+	A
92	-	New	顺丰速运	广东	物流	¥24,801	-	-	AA	-
93	77	↓	比亚迪	广东	汽车	¥23,851	+4.3%	¥22,875	AA-	AA+
94	75	↓	新华保险	北京	保险	¥23,753	+3.7%	¥22,901	AA-	AA-
95	85	↓	康师傅	天津	食品	¥22,345	+18.8%	¥18,805	AA	AA
96	-	New	海天	广东	食品	¥22,326	-	-	AA-	-
97	82	↓	太古集团	香港	商业服务	¥22,115	+5.5%	¥20,953	AA-	AA-
98	74	↓	中兴	广东	科技	¥21,699	-7.2%	¥23,388	A+	AA
99	-	New	永辉超市	福建	零售	¥21,663	-	-	A-	-
100	81	↓	统一	台湾	食品	¥21,570	+2.3%	¥21,086	AA	AA

中国最有价值品牌前500强 101-150

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
101	118	↑	京东方科技	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
102	116	↑	富力地产	广东	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
103	68	↓	上海汽车集团	上海	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
104	104	←	旺旺食品	台湾	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
105	71	↓	中国葛洲坝集团	湖北	工程建筑	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
106	93	↓	上海银行	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
107	98	↓	海螺水泥	安徽	工程建筑	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
108	-	New	拼多多	上海	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
109	91	↓	古井贡酒	安徽	烈酒	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
110	87	↓	中国神华	北京	采矿	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
111	97	↓	港铁	香港	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
112	94	↓	中再集团	北京	保险	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
113	-	New	双汇	河南	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
114	88	↓	中信证券	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
115	96	↓	香格里拉	香港	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
116	121	↑	58同城	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
117	99	↓	360	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
118	119	↑	世茂房地产	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
119	132	↑	宁波银行	浙江	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
120	134	↑	江苏银行	江苏	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
121	108	↓	新世界发展有限公司	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
122	147	↑	招商局蛇口工业区	广东	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
123	-	New	金隅集团	北京	工程建筑	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
124	102	↓	台湾人寿	台湾	保险	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
125	95	↓	新濠天地	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
126	-	New	唯品会	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
127	-	New	百雀羚	上海	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
128	174	↑	新东方	北京	商业服务	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
129	130	↑	航天信息	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
130	109	↓	广达电脑	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
131	115	↓	陌陌	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
132	176	↑	欢乐谷	广东	旅游休闲	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
133	105	↓	宝武钢铁	上海	采矿	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
134	-	New	金茂	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
135	160	↑	雅居乐地产	广东	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
136	-	New	海底捞	四川	餐饮	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
137	-	New	大悦城	北京	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
138	101	↓	万达影院	山东	旅游休闲	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
139	107	↓	台湾大哥大	台湾	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
140	148	↑	陆金所	上海	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
141	156	↑	正泰集团	浙江	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
142	117	↓	中核集团	北京	工程建筑	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
143	125	↓	南京银行	江苏	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
144	146	↑	TCL	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
145	103	↓	长江实业	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
146	159	↑	昆仑能源	香港	石油燃气	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
147	133	↓	澳门博彩	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
148	129	↓	海通证券	香港	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
149	169	↑	青岛啤酒	山东	啤酒	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
150	139	↓	会德丰地产	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

中国最有价值品牌前500强 151-200

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
151	149	↓	香港电讯	香港	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
152	122	↓	创科集团	香港	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
153	145	↓	中国浙商银行	浙江	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
154	137	↓	重庆农村商业银行	重庆	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
155	135	↓	东风汽车	湖北	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
156	-	New	大润发	台湾	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
157	136	↓	国泰君安证券	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
158	127	↓	南山人寿	台湾	保险	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
159	-	New	中國海外發展	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
160	201	↑	新奥能源	河北	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
161	-	New	老凤祥	上海	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
162	141	↓	联发科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
163	114	↓	特变电工	新疆	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
164	175	↑	申洲国际	浙江	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
165	158	↓	庞大汽贸	河北	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
166	140	↓	国电电力	北京	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
167	184	↑	香港交易所	香港	证券交易所	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
168	192	↑	光环新网	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
169	180	↑	国药集团	北京	医药	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
170	207	↑	玉山银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
171	162	↓	大联大	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
172	155	↓	大唐国际发电	北京	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
173	215	↑	远洋地产	北京	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
174	123	↓	江淮汽车	安徽	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
175	153	↓	中国通号	北京	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
176	143	↓	台达电子	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
177	152	↓	金龙鱼	上海	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
178	163	↓	远传电信	台湾	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
179	-	New	海澜之家	江苏	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
180	161	↓	恒基兆业地产	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
181	164	↓	上海国际港务	上海	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
182	126	↓	海南航空	海南	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
183	157	↓	亨通集团	江苏	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
184	206	↑	汽车之家	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
185	-	New	金地集团	广东	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
186	138	↓	台塑石化	台湾	石油燃气	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
187	166	↓	新浪	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
188	154	↓	滴滴出行	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
189	198	↑	中远集团	北京	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
190	183	↓	七度空间	福建	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
191	197	↑	蓝思科技	湖南	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
192	-	New	苏泊尔	浙江	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
193	283	↑	荣威	上海	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
194	171	↓	宇通客车	河南	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
195	-	New	国美	香港	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
196	190	↓	福田汽车	北京	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
197	178	↓	华星光电	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
198	212	↑	渤海银行	天津	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
199	144	↓	和硕联合科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
200	120	↓	歌尔	山东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

中国最有价值品牌前500强 201-250

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值 变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
201	195	↓	中航科工	北京	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
202	-	New	华泰证券	江苏	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
203	236	↑	厦门航空	福建	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
204	-	New	大众点评	上海	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
205	165	↓	中广核	广东	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
206	170	↓	深圳航空	广东	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
207	-	New	波司登	江苏	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
208	187	↓	国泰航空	香港	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
209	186	↓	中国信托商业银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
210	168	↓	华硕	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
211	-	New	澳门巴黎人	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
212	260	↑	中通快递	上海	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
213	240	↑	宝骏汽车	上海	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
214	188	↓	中电集团	香港	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
215	193	↓	宜人贷	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
216	-	New	美蓓亚	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
217	-	New	中金	北京	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
218	-	New	自然堂	上海	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
219	-	New	英菲尼迪	香港	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
220	-	New	广发证券	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
221	243	↑	上海农商银行	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
222	-	New	中国石化仪征化纤	江苏	化学药品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
223	256	↑	锦州银行	辽宁	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
224	-	New	大疆	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
225	203	↓	徽商银行	安徽	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
226	242	↑	中国通信服务	北京	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
227	-	New	中国银联	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
228	220	↓	广州农商银行	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
229	217	↓	瑞声科技	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
230	185	↓	飘柔	广东	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
231	-	New	华电国际电力	山东	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
232	194	↓	雪津啤酒	福建	啤酒	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
233	196	↓	爱施德	广东	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
234	-	New	新城发展	上海	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
235	151	↓	中天科技	江苏	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
236	211	↓	百丽	广东	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
237	202	↓	玛吉斯轮胎	台湾	汽车零件	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
238	210	↓	燕京啤酒	北京	啤酒	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
239	128	↓	北汽集团	北京	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
240	204	↓	盛京银行	辽宁	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
241	205	↓	联华电子	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
242	245	↑	江苏宏图高科技	江苏	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
243	224	↓	中国重汽	山东	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
244	-	New	华侨城	广东	旅游休闲	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
245	167	↓	澳门星际酒店	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
246	259	↑	易车	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
247	172	↓	大立光电	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
248	237	↓	中国长江电力	北京	能源	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
249	-	New	申通快递	上海	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
250	247	↓	联强国际	台湾	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

Brand Finance 中国 500 强榜单

中国最有价值品牌前500强 251-300

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值 变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
251	-	New	韵达快递	上海	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
252	-	New	哔哩哔哩	上海	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
253	228	↓	长荣航空	台湾	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
254	235	↓	太古地产	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
255	267	↑	锦江酒店	上海	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
256	173	↓	群创光电	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
257	-	New	贵阳银行	贵州	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
258	124	↓	长安汽车	重庆	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
259	-	New	中信建投	北京	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
260	246	↓	杭州银行	浙江	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
261	276	↑	广州汽车集团	广东	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
262	-	New	养元	河北	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
263	-	New	菜鸟	浙江	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
264	234	↓	第一商业银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
265	216	↓	东亚银行	香港	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
266	223	↓	吉祥航空	上海	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
267	226	↓	中国航信	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
268	142	↓	中国电影集团	北京	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
269	239	↓	中华航空	台湾	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
270	222	↓	领展	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
271	218	↓	哈尔滨银行	黑龙江	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
272	-	New	百世	浙江	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
273	-	New	魅族	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
274	-	New	招商证券	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
275	294	↑	西安航空动力	陕西	航空航天和国防	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
276	241	↓	中国食品	北京	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
277	280	↑	台湾银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
278	177	↓	均胜电子	浙江	汽车零件	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
279	264	↓	山东玲珑轮胎	山东	汽车零件	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
280	-	New	维达	广东	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
281	270	↓	建滔积层板	香港	工程建筑	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
282	279	↓	兆丰国际商业银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
283	-	New	维他奶	香港	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
284	258	↓	上海医药	上海	医药	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
285	-	New	北京农商银行	北京	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
286	292	↑	小康工业	重庆	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
287	214	↓	五菱汽车	广西	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
288	275	↓	华新科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
289	268	↓	重庆银行	重庆	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
290	233	↓	海能达通信	广东	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
291	286	↓	中车时代电气	湖南	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
292	182	↓	宏基	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
293	-	New	嘉里建设	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
294	248	↓	冰露	上海	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
295	289	↓	合生元	广东	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
296	257	↓	裕隆汽车	台湾	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
297	-	New	九龙仓集团	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
298	296	↓	合作金库银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
299	209	↓	海信	山东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
300	295	↓	汉庭酒店	上海	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

中国最有价值品牌前500强 301-350

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
301	-	New	长沙银行	湖南	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
302	-	New	上海家化	上海	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
303	266	↓	慧聪网	北京	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
304	232	↓	华谊兄弟	北京	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
305	-	New	三安光电	福建	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
306	273	↓	友达光电	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
307	274	↓	富士康科技（鸿海科技）	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
308	-	New	圆通速递	上海	物流	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
309	290	↓	成都银行	四川	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
310	225	↓	中南出版传媒	湖南	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
311	-	New	春秋航空	上海	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
312	-	New	国信证券	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
313	181	↓	小天鹅	江苏	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
314	189	↓	烽火通信	湖北	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
315	278	↓	台新银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
316	-	New	宋	广东	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
317	288	↓	心相印	福建	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
318	277	↓	清华同方	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
319	-	New	江西银行	江西	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
320	293	↓	他她	广东	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
321	191	↓	翰林汇	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
322	281	↓	游族网络	上海	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
323	-	New	新濠影汇	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
324	271	↓	天美意	广东	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
325	213	↓	光宝科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
326	-	New	用友	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
327	199	↓	中文天地出版传媒	江西	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
328	231	↓	三七互娱	安徽	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
329	-	New	德昌电机	香港	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
330	291	↓	大家乐	香港	餐饮	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
331	272	↓	香港置地	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
332	262	↓	江苏有线	江苏	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
333	-	New	研华科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
334	230	↓	老板电器	浙江	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
335	284	↓	硅品精密工业	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
336	-	New	银河证券	北京	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
337	221	↓	凤凰出版传媒	江苏	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
338	112	↓	乐视	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
339	282	↓	微星科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
340	-	New	永隆银行	香港	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
341	250	↓	天津银行	天津	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
342	-	New	华帝电器	广东	零售	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
343	-	New	宋城演艺	浙江	旅游休闲	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
344	-	New	光大证券	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
345	-	New	东方证券	上海	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
346	-	New	ASM太平洋	香港	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
347	285	↓	安徽新华传媒	安徽	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
348	-	New	广西柳州医药	广西	医药	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
349	-	New	恒隆地产	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
350	-	New	昆仑万维科技	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

Brand Finance 中国 500 强榜单

中国最有价值品牌前500强 351-400

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
351	-	New	WEY	河北	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
352	-	New	彰化银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
353	269	↓	神州数码	香港	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
354	238	↓	上海航空	上海	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
355	-	New	中顺洁柔纸业	广东	美妆、日用品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
356	-	New	银鹭	福建	食品	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
357	254	↓	航天时代电子技术	湖北	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
358	297	↓	伟易达	香港	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
359	244	↓	华策影视	浙江	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
360	251	↓	欧尚汽车	重庆	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
361	208	↓	创维	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
362	229	↓	中国一汽	吉林	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
363	-	New	赛轮金宇集团	山东	汽车零件	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
364	-	New	永丰银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
365	-	New	郑州银行	河南	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
366	-	New	中科曙光	天津	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
367	-	New	苏州银行	浙江	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
368	-	New	东软集团	辽宁	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
369	-	New	甘肃银行	甘肃	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
370	-	New	斐乐	福建	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
371	-	New	上海商业银行	香港	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
372	263	↓	业成集团	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
373	-	New	华融湘江银行	湖南	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
374	-	New	华南银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
375	-	New	恒生电子	浙江	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
376	-	New	长飞光纤	湖北	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
377	-	New	世界之窗	广东	旅游休闲	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
378	-	New	尖沙咀置业	香港	房地产	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
379	-	New	上海浦东国际机场	上海	机场	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
380	-	New	新普科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
381	-	New	欣興電子	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
382	-	New	迪马工业	重庆	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
383	-	New	中原大地传媒	河南	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
384	-	New	东方网力	北京	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
385	-	New	雅戈尔	浙江	服饰	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
386	-	New	臻鼎科技	台湾	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
387	-	New	金龙客车	福建	汽车	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
388	-	New	中海油服	河北	石油燃气	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
389	-	New	海格	广东	科技	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
390	-	New	青岛银行	山东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
391	-	New	国泰世华银行	台湾	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
392	-	New	广东南粤银行	广东	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
393	-	New	上海莱士	上海	医药	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
394	-	New	大新银行	香港	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
395	-	New	江苏常熟农商银行	江苏	银行	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
396	-	New	数码通电讯	香港	通讯	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
397	-	New	天津航空	天津	航空	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
398	-	New	TVB	香港	媒体文化	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
399	-	New	新濠锋	澳门	酒店	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒
400	-	New	香港国际机场	香港	机场	🔒	🔒	🔒	🔒	🔒

中国最有价值品牌前500强 401-450

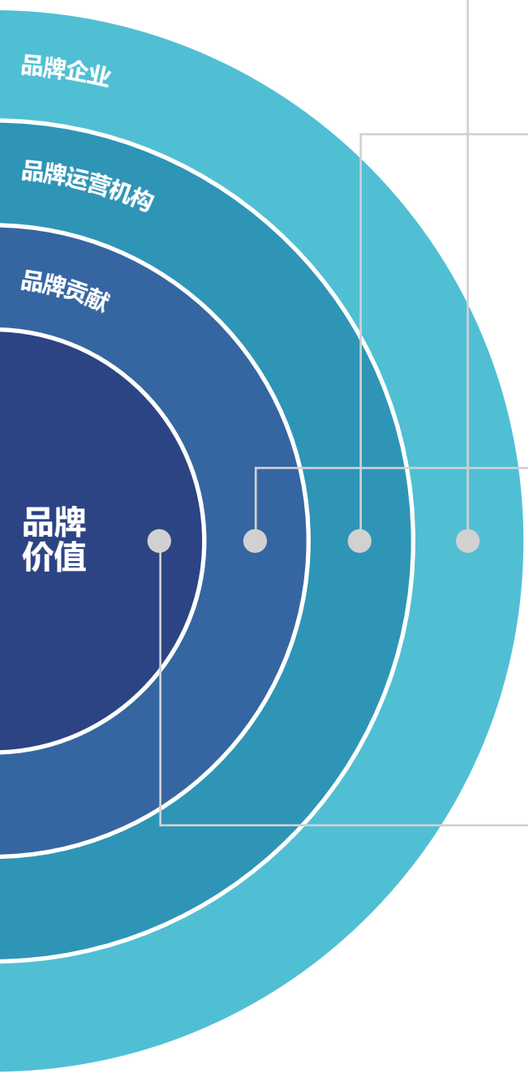
2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
401	-	New	新华网	北京	媒体文化					
402	-	New	三元	北京	食品					
403	-	New	国泰港龙航空	香港	航空					
404	-	New	东方红卫星	北京	工程建筑					
405	-	New	佰草集	上海	美妆、日用品					
406	287	↓	中信国安	北京	媒体文化					
407	-	New	神州优车	北京	科技					
408	-	New	思加图	广东	服饰					
409	-	New	85度C	台湾	餐饮					
410	-	New	台湾土地银行	台湾	银行					
411	-	New	台湾企银	台湾	银行					
412	-	New	鹭燕医药	福建	医药					
413	-	New	新鸿基	香港	银行					
414	-	New	上海商业银行	香港	银行					
415	-	New	网上行	香港	通讯					
416	-	New	顺网科技	浙江	科技					
417	-	New	美图	福建	科技					
418	-	New	南方出版传媒	广东	媒体文化					
419	-	New	传祺	广东	汽车					
420	-	New	云南白药	云南	医药					
421	-	New	东部华侨城	广东	旅游休闲					
422	-	New	山东黄金	山东	采矿					
423	-	New	宁波华翔	浙江	汽车零件					
424	-	New	崂山啤酒	山东	啤酒					
425	-	New	丘钛科技	江苏	科技					
426	-	New	猎豹移动	北京	科技					
427	-	New	威宝电信	台湾	通讯					
428	-	New	东莞银行	广东	银行					
429	-	New	安尔乐	福建	美妆、日用品					
430	-	New	广州发展	广东	石油燃气					
431	-	New	凌云工业	河北	汽车零件					
432	-	New	元大银行	台湾	银行					
433	-	New	秦	广东	汽车					
434	-	New	中国联航	北京	航空					
435	-	New	一汽富维	吉林	汽车零件					
436	-	New	北京首都国际机场	北京	机场					
437	-	New	联邦银行	台湾	银行					
438	-	New	电讯盈科	香港	通讯					
439	-	New	北京三聚环保新材料	北京	化学药品					
440	-	New	浙大网新	浙江	科技					
441	-	New	优购	广东	服饰					
442	-	New	太光电信	广东	科技					
443	-	New	华数传媒	北京	媒体文化					
444	-	New	广州白云国际机场	广东	机场					
445	-	New	全季酒店	上海	酒店					
446	-	New	浙江万丰奥威汽轮	浙江	汽车零件					
447	-	New	方大炭素新材料科技	甘肃	科技					
448	-	New	大唐高鸿数据网络技术	北京	科技					
449	-	New	浙报数字文化	浙江	媒体文化					
450	-	New	深圳福安智控	广东	家居用品					

Brand Finance 中国 500 强榜单

中国最有价值品牌前500强 451-500

2019 排名	2018 排名		品牌	省/自治区/直辖市/特别行政区	产业	2019 品牌价值 (百万人民币)	品牌价值变化率%	2018 品牌价值 (百万人民币)	2019 品牌强度评级	2018 品牌强度评级
451	-	New	航天科技控股集团	哈尔滨	航空航天和国防					
452	-	New	中原证券	河南	银行					
453	-	New	苏州斯莱克精密设备	浙江	科技					
454	298	↓	天夏智慧	浙江	科技					
455	-	New	汉斯	陕西	啤酒					
456	-	New	中信国际电讯	香港	通讯					
457	-	New	华晨汽车	辽宁	汽车					
458	-	New	畅游	北京	科技					
459	-	New	前程无忧	上海	商业服务					
460	-	New	三全食品	河南	食品					
461	-	New	汉口银行	湖北	银行					
462	-	New	房天下	北京	科技					
463	249	↓	时代出版传媒	安徽	媒体文化					
464	-	New	名爵	上海	汽车					
465	-	New	智邦科技	台湾	科技					
466	-	New	中国西电电气	陕西	科技					
467	-	New	浙江阳光照明电器	浙江	科技					
468	-	New	金茂投资	香港	酒店					
469	-	New	中华汽车工业	台湾	汽车					
470	-	New	中通快递	上海	汽车					
471	-	New	华闻传媒	海南	媒体文化					
472	265	↓	江铃汽车	江西	汽车					
473	-	New	华润	香港	啤酒					
474	-	New	贵州广电网络	贵州	媒体文化					
475	-	New	技嘉科技	台湾	科技					
476	-	New	航天通信	浙江	航空航天和国防					
477	-	New	奇瑞	安徽	汽车					
478	-	New	祥鹏航空	云南	航空					
479	-	New	陕西广电网络	陕西	媒体文化					
480	-	New	际华	北京	航空航天和国防					
481	-	New	澳门电讯	澳门	通讯					
482	-	New	大唐电信	北京	科技					
483	-	New	慈文传媒	北京	媒体文化					
484	-	New	中工国际	北京	汽车					
485	-	New	百利保	香港	酒店					
486	-	New	深圳长城开发科技	广东	科技					
487	-	New	平治	浙江	科技					
488	-	New	通力电子	广东	科技					
489	-	New	福龙马	福建	汽车					
490	-	New	汉能薄膜发电	北京	能源					
491	-	New	宁波双林汽车部件	浙江	汽车零件					
492	-	New	华润三九	广东	医药					
493	-	New	六神	上海	家居用品					
494	-	New	保利文化	北京	媒体文化					
495	-	New	上海交运	上海	汽车					
496	-	New	成都鹏博士	四川	科技					
497	-	New	建大橡胶	台湾	汽车					
498	-	New	999	广东	医药					
499	-	New	文华东方酒店	香港	酒店					
500	-	New	唐	广东	汽车					

定义解释



Tencent 腾讯

[腾讯]

+ 企业价值

整个企业的价值，由多个品牌企业组成。

如果公司是单一架构，“企业价值”与“品牌商业价值”相同。

[微信]

+品牌运营机构

属于母品牌的单一品牌业务的运营价值。

品牌应该在其经营业务的背景下进行审视。品牌财务总是将品牌商业价值作为品牌的一部分进行估值。我们评估完整的品牌价值链，以了解营销投资，品牌跟踪数据和利益相关方行为之间的联系。

[微信]

+品牌贡献

通过拥有一个特有品牌而不是经营一个通用品牌所获得的股东价值的整体提升。

我们排行榜中包含的品牌价值仅限于潜在可转让品牌资产的价值，这就使得“品牌贡献”有了更广泛的概念。对企业来说，对“品牌贡献”的评估提供了额外的见解，有助于优化业绩。

[微信]

+品牌价值

品牌业务中商标和相关营销知识产权的价值。

Brand Finance帮助制定了国际公认的品牌评估标准--ISO10668。它将品牌定义为营销相关的无形资产，包括但不限于用于识别商品的名称，条款，标志，符号，徽标和设计，服务或实体，在利益相关者的头脑中创造独特的形象和协会，从而产生经济效益。

品牌强度

品牌强度是从无形资产的角度评定一个品牌表现的有效方式，也是最直接将品牌和竞争对手进行对比的一个措施。为了评定一个品牌的实力，我们将从品牌营销投入，品牌利益相关者资产和以上因素对业务表现的影响来评测。我们建构了品牌强度指数（BSI）。根据该分析，每个品牌被评比一个BSI得分，这个得分是以百分制，得分会被应用于品牌价值计算。 基于得分，每个品牌在排行榜中会被分配 一个在AAA +和D之间品牌强度评级。 获得 AAA +评价的品牌意味着其品牌力特别强大及品 牌管理优异，一个失败品牌会被评级D级。

从三个维度来评估品牌强度可以为品牌拥有/管理者提供有效信息，以帮助品牌获得未来的成功。

品牌强度指数（BSI）	
营销投入	涵盖了营销人员在创造品牌忠诚度和评估市场份额中广泛认可的因素。
利益相关者资产	评估不同利益相关群体对品牌的认知，其中以消费者意见为重点。
业务表现	评估量化的市场和金融数据，反映品牌在价格和数量溢价方面的成就。



营销投入

- 市场投资高但利益相关者资产低的品牌可能正在走向成长。高额的市场投资很有可能有助于利益相关者权益的未来表现，并且在未来实现更好的业绩。
- 然而，在较长时间内，如果高额的营销投入没有转化为利益相关者资产的提升，那就表明品牌无法塑造顾客的偏好。

利益相关者资产

- 从利益相关者的资产这个维度来考虑也很相似。如果一家公司拥有较高的利益相关者资产，未来业绩将很有可能提高。
- 然而，如果品牌业绩不佳的情况持续存在，则表明该品牌在将利益相关者偏好转换为价格或数量上溢价方面与其竞争对手相比效率低下。

业务表现

- 最后，如果一个品牌具有优良的业绩，但在利益相关者资产方面得分不高，这意味着未来品牌驱动价值的能力将会减弱。
- 然而，如果能够维持这些高业绩产出，则表明该品牌与其竞争对手相比，能够有效地将情感偏好转换为价值。

排行榜品牌估值方法

Brand Finance拥有全球最为独立、透明和丰富的品牌价值计算体系，其计算技术的严谨性以及遵从ISO标准的近乎苛刻的执行流程，为全球资本市场投资者、各级金融服务主体以及要求提升自身品牌价值的企业组织所信赖。

Brand Finance使用特许费率法计算品牌在其排名表中的价值 - 品牌价值评估方法符合ISO 10668中的行业标准。

此方法通过计算出一个品牌的特许费率来估计未来可归因于专利使用的收入，以达成“品牌价值”，将其理解为许可人在开放市场通过品牌授权可获得的净经济利益。

此过程中的步骤如下：

1. 使用评估营销投资，利益相关者资产和业绩的衡量标准的平衡计分卡计算品牌实力。品牌强度表示为品牌强度指数（BSI）评分，评分范围为0至100。

2. 确定每个行业的特许费率范围，反映品牌对购买决策的重要性。在奢侈品行业，此费率的极值最高；在采矿行业中，货物通常被商品化，则此费率较低。这是通过审查源自Brand Finance广泛数据库的可比许可协议完成的。

3. 计算特许费率。通过将品牌强度指数和特许费率范围结合，以获得该品牌的特许费率。例如，假设某行业的品牌特许权费率范围为0-5%，一个品牌的品牌强度指数为80，则该品牌在某行业的使用费率将为4% 。

4. 通过估算归属于品牌的母公司收入比例来确定品牌特定收入。

5. 使用历史收入，市场分析师预测和经济增长率的函数确定预测品牌具体收入。

6. 将专利税率和预测收入以推导品牌收入。

7. 品牌收入在税后折现为净现值，等于品牌价值。



品牌强度指数（BSI）

品牌强度表示为品牌强度指数（BSI）评分，评分范围为0至100。



品牌特许费率

将品牌强度指数和一个行业的特续费率区间结合得出。



品牌营收

将品牌特许费率和公司预测营收相结合得出品牌价值。



品牌价值

品牌营收在税后折扣为净现值，等于品牌价值。

免责声明

Brand Finance的该项研究是独立、公正的分析的结果。 本研究中的价值数据和意见仅基于可获取的公开信息和Brand Finance在此类数据不足或不清楚时使用的某些假设。 Brand Finance不对其他第三方使用该研究信息产生后果承担任何责任；如果随后发现该研究所依据的公开信息不准确，Brand Finance不承担任何因此带来的责任。 报告中表达的意见和财务分析不应被用于投资或商业建议。 Brand Finance不打算将此报告用于任何初公广宣传外的用途，并且不对任何机构，政府或组织承担使用该报告产生的后果负责

市场调研

在2018年秋季，Brand Finance在31个市场进行了第一手市场调研。该市场调研覆盖10个行业，调研样本规模超过五万人次。



- 银行
- 电信
- 保险
- 公用事业
- 航空
- 科技
- 汽车
- 酒店
- 啤酒
- 石油&天然气

品牌利益相关者的资产衡量

关键指标

+ 声誉
+ 创新
+ 信任
+ 情感共鸣
+ 推荐度
+ 质量

品牌转化漏斗

品牌转化漏斗反映了从品牌强度到购买力的转化率。



意识度：知道该品牌的存在

熟悉度：一定深度的品牌理解

考虑度：在缩小选择范围时将品牌列入候选名单

偏好度：区分用户的品牌偏好

忠诚度：重复购买的意图

我们能够如何帮助您

1. 估值: 无形资产值多少钱?

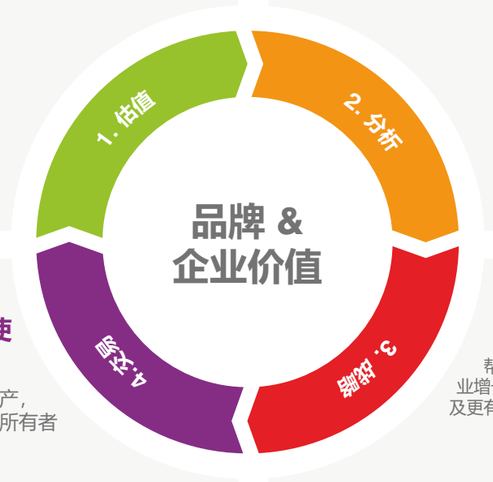
估值的目的可分为技术性及商业性。

- 品牌企业价值评估
- 商标估值
- 无形资产估值
- 品牌贡献

2. 分析: 如何提高营销效果?

帮助企业找出及更好地理解商业需求的驱动因素。鉴定哪些驱动因素影响消费者行为能够帮助品牌创造对消费者决策决定性的影响力。

- 市场研究及分析
- 品牌审计
- 品牌表现追踪
- 营销投资回报



4. 交易: 该项交易的商业价值? 无形资产 被充分使用来创造商业价值了吗?

通过更有效地管理和使用无形资产，来帮助品牌企业的买家、卖家和所有者优化相关交易的商业价值。

- 并购尽职调查
- 承包与特许经营战略
- 税务及转让定价
- 专家证人

3. 战略: 如何为品牌企业创造商业价值?

帮助企业更有效地使用其品牌来实现商业增长。通过方 案 建模来鉴别最佳商机，及更有效地配置相关资源。这对品牌及企业价值有着关键性影响。

- 品牌治理
- 品牌架构及组合管理
- 品牌转型
- 品牌定位及延伸

市场营销

我们帮助市场营销部门更好地理解品牌表现对企业业绩关联性。我们通过分析市场营销投资的回报率来评估品牌相关的决策的战略部署。

财务业绩

我们为财务部门在品牌资产和其他无形资产的估值提供第三方独立的评估意见。

税务咨询

我们帮助品牌所有者和税务机构更好地理解税务，转让定价和品牌所有权对企业的影响。

法务咨询

我们为客户在司法过程中提供独立专家证词，来帮助客户更有效地运用知识产权的权益。

品牌企业估值



我的品牌在市场上的接受度如何?

Brand Finance 追踪品牌跨越30多个市场，10个消费者类别的名声和感知度。在可接受的价格区间内，我们为那些想要深入挖掘品牌价值的人提供清晰，富有洞察力的品牌表现。

如果我需要更有深度的品牌洞察或品牌在更细化行业中的表现呢?

我们的定制品牌记分卡有助于市场规划，并可以设计用于跟踪包含竞争对手在内的的多个品牌在各个市场细分的表现和预算。 我们覆盖30个国家的品牌KPI数据库使我们能够准确地对品牌表现进行对标测试。

我的品牌架构或战略是否合理?

除了进行战略分析之外，我们还对品牌当前的市场定位提供建议。通过驱动力因素分析来测试新品牌架构的有效性，以确定对客户行为和财务结果最有利的驱动力因素。

如何提高营销投资回报率?

我们在开发品牌记分卡和品牌营销投资框架方面拥有良好的客户反馈，我们拥有很多帮助客户显著提高营销投资回报的成功案例。

我的品牌在社交平台上的表现如何?

社交活动对品牌的商业影响已得到证实。我们将传统的调研方法与品牌社会舆论口碑相结合来衡量更符合现实的品牌口碑和线上舆论导向。

我们的营销传播服务

针对品牌价值排名，我们可以在以下方面帮助您传达品牌表现

奖杯 - 创建数字化的品牌背书标识，以方便品牌用于营销材料，通信，年度报告，社交媒体和网站。该标识受广告使用条款和条件的约束。

2019 Brand Finance® Awards
年度中国最有价值品牌500强

2019 Brand Finance® Awards
年度中国最有价值品牌

2019 Brand Finance® Awards
年度中国最强品牌

影视传播背书 - Brand Finance总裁或总监通过视频采访为品牌背书，讲述您的品牌表现，以用于内部和外部通信宣传。

定制活动 – 组织颁奖典礼或庆祝活动，协调活动机会并协助媒体沟通。

数字图表 – 量身定制信息图表，将您的品牌信息进行可视化，以便用于不同的社交媒体平台。

奖杯和证书 - 提供由Brand Finance CEO亲自签署的奖杯和/或手写证书，以彰显您的品牌表现。

赞助 – 我们可以就您的品牌表现发表相应文章和采访来协助品牌推广，并在向媒体提供的Brand Finance报告中重点提及您的品牌表现。

媒体支持 - 提供编辑支持，审阅或撰写您的新闻稿，向有影响力的记者和媒体进行推荐，并监控媒体报道。

Brand Dialogue®

Value-Based Communications

With strategic planning and creative thinking, we develop communications plans to create dialogue with stakeholders that drives brand value. Our approach is integrated, employing tailored solutions for our clients across PR, marketing and social media.

SERVICES
- Research and Insights
- Integrated Communications Planning
- Project Management and Campaign Execution
- Content and Channel Strategy
- Communications Workshops

For more information, contact enquiries@brand-dialogue.co.uk or visit www.brand-dialogue.co.uk

Brand Dialogue is a member of the Brand Finance plc group of companies

BRAND EXCHANGE®
WHERE BRANDS MEET FINANCE

BECOME A MEMBER TODAY

A CONTEMPORARY AND EXCLUSIVE
MEMBERS' CLUB
IN THE HEART OF THE CITY OF LONDON

CHARACTERFUL SPACE *for* MEETINGS & PRIVATE EVENTS
MEMBERS' EVENTS *with* FOCUS ON MARKETING & BRANDING
DISCOUNTED ROOM HIRE *for* MEMBERS

3 Birchin Lane, London, EC3V 9B +44 (0)207 389 9410 enquiries@brandexchange.com

Brand Exchange is a member of the Brand Finance plc group of companies

Brand Finance 全球平台

For further information on our services and valuation experience, please contact your local representative:

Market	Contact	Email	Telephone
Asia Pacific	Samir Dixit	s.dixit@brandfinance.com	+65 906 98 651
Australia	Mark Crowe	m.crowe@brandfinance.com	+61 282 498 320
Canada	Charles Scarlett-Smith	c.scarlett-smith@brandfinance.com	+1 514 991 5101
Caribbean	Nigel Cooper	n.cooper@brandfinance.com	+1 876 825 6598
China	Scott Chen	s.chen@brandfinance.com	+86 186 0118 8821
East Africa	Jawad Jaffer	j.jaffer@brandfinance.com	+254 204 440 053
France	Bertrand Chovet	b.chovet@brandfinance.com	+33 6 86 63 46 44
Germany	Holger Muehlbauer	h.muehlbauer@brandfinance.com	+49 151 54 749 834
India	Savio D'Souza	s.dsouza@brandfinance.com	+44 207 389 9400
Indonesia	Jimmy Halim	j.halim@brandfinance.com	+62 215 3678 064
Ireland	Simon Haigh	s.haigh@brandfinance.com	+353 087 669 5881
Italy	Massimo Pizzo	m.pizzo@brandfinance.com	+39 02 303 125 105
Japan	Jun Tanaka	j.tanaka@brandfinance.com	+81 90 7116 1881
Mexico & LatAm	Laurence Newell	l.newell@brandfinance.com	+52 1559 197 1925
Middle East	Andrew Campbell	a.campbell@brandfinance.com	+971 508 113 341
Nigeria	Tunde Odumeru	t.odumeru@brandfinance.com	+234 012 911 988
Romania	Mihai Bogdan	m.bogdan@brandfinance.com	+40 728 702 705
South Africa	Jeremy Sampson	j.sampson@brandfinance.com	+27 82 885 7300
Spain	Teresa de Lemus	t.delemus@brandfinance.com	+34 654 481 043
Sri Lanka	Ruchi Gunewardene	r.gunewardene@brandfinance.com	+94 114 941670
Turkey	Muhterem Ilgüner	m.ilguner@brandfinance.com	+90 216 352 67 29
UK	Richard Haigh	rd.haigh@brandfinance.com	+44 207 389 9400
USA	Laurence Newell	l.newell@brandfinance.com	+1 917 794 3249
Vietnam	Lai Tien Manh	m.lai@brandfinance.com	+84 90 259 82 28



Brand Finance®

与我们联系

世界顶尖第三方品牌企业估值及战略咨询公司。
T: +44 (0)20 7389 9400
E: enquiries@brandfinance.com
www.brandfinance.com

BRAND·FINANCE®