

36个中国品牌入围世界品牌500强——

“老的”“小的”皆是宝

本报记者 韩叙

由世界品牌实验室(World Brand Lab)编制的2016年度(第十三届)《世界品牌500强》排行榜日前在美国纽约揭晓。苹果(Apple)重返第一宝座,谷歌(Google)退居第二,亚马逊(Amazon)继续保持季军的位置。而中国入围的品牌共有36个,其中入围百强的品牌有国家电网、工商银行、腾讯、CCTV、海尔、中国移动、华为、联想等。

连续13年发布的《世界品牌500强》排行榜评判的依据是品牌的世界影响力。按照品牌影响力的三项关键指标——市场占有率、品牌忠诚度和全球领导力,世界品牌实验室对全球8000个知名品牌进行了评分,最终推出了世界最具影响力的500个品牌。

从地域看,此次入选国家共计28个。其中,美国占据500强中的227席,继续保持明显领先优势;英国、法国均以41个品牌入选,并列第二;日本、中国、德国、瑞士和意大利分别有37个、36个、26个、19个和17个品牌入选,位列第三阵营。

比较连续几年的榜单可以发现,在500家入围企业中,“老字号”依旧占据了绝对优势。以2016年的数据为例,500家入围企业的平均年龄高达93.71岁,百岁以上企业更是多达206个。尽管这一数据较2015年的100.71岁略有下降,但“老人家”的地位依然不可撼动。具体到中国企业,茅台以417年“高龄”拔得头筹,但除此以外,在中国入围的36家企业中,只有113岁的青岛啤酒和104岁的中国银行跨越百年。

而2016年凸显出来的一个新特点是,新兴产业尤其是年轻的互联网品牌呈现爆发式增长。如连

我(LINE)、WhatsApp、Instagram等品牌从创立至今均不到10年时间,却已经成为世界级品牌。

分析两组数据可以看到,新老两个阵营的品牌竞争力明显最强,但二者构筑品牌的思路截然不同。

一方面,“老人家”们的底气来自于悠悠百年建立起的强大品牌延续性,而其背后通常都站着一个强大的拳头产品和基于拳头产品延伸出来的产品体系。无论是食品饮料行业的可口可乐、雀巢、百事,还是汽车行业的宝马、奔驰、大众,都一门心思聚焦主业,少有花大力气介入非主营业务“赚快钱”的案例。换句话说,尽管各国对“工匠精神”有自己不同的表述,但这些成功品牌确实都是“工匠精神”的实际践行者,可算作“工匠精神”环球版的楷模。

另一方面,“小年轻”们的冲劲不可小觑。这些企业通常集中在互联网等新兴产业,甚至一些细分行业从诞生至今只有短短几年的时间,其特点通常在于够精、够专、够小。同时,由于这些品牌深深切合了当下消费者的消费理念、消费习惯,因而在短时间内,便赢得了上亿级的用户资源。可以说,“小年轻”们就是当下“创新精神”的代表。当然,由于大多数企业都在其领域一枝独秀,很难实现横向比较,未来的发展势头尚待观察。

此外,在个别行业,榜单发生了剧烈变动。比如,传统媒体呈现集体下滑趋势,其中,自然(Nature)和科学(Science)跌幅最大,知名财经杂志商业周刊(BusinessWeek)直接跌出榜单。这说明,行业性的波谷已经到来,要保持品牌价值不缩水,寻找转型出路已经刻不容缓。

本版编辑 于泳 美编 夏一
本版邮箱 jrbqyb@163.com

2015年《世界品牌500强》前10名品牌

排名	品牌中文名	2015年排名	品牌年龄	国家	主营行业
1	苹果	2	40	美国	计算机与通讯
2	谷歌	1	18	美国	互联网
3	亚马逊	3	21	美国	互联网
4	微软	17	41	美国	软件
5	可口可乐	14	130	美国	食品与饮料
6	脸书	9	12	美国	互联网
7	梅赛德斯-奔驰	8	116	德国	汽车与零件
8	沃尔玛	6	54	美国	零售
9	通用电气	4	124	美国	工业设备
10	麦当劳	18	62	美国	餐饮

2015年《世界品牌500强》入选数最多的10个国家

排名	国家	入选数量			代表性品牌	趋势
		2015年	2014年	2013年		
1	美国	228	227	232	谷歌、苹果、亚马逊、通用电气、微软	↑
2	英国	44	42	39	联合利华、汇丰、汤森路透、沃达丰	↑
3	法国	42	44	47	路易威登、香奈儿、迪奥、雷洋、轩尼诗	↓
4	日本	37	39	41	丰田、佳能、本田、索尼、松下、花王	↓
5	中国	31	29	25	中国工商银行、国家电网、中央电视台	↑
6	德国	25	23	23	梅赛德斯-奔驰、宝马、思爱普、大众	↑
7	瑞士	22	21	21	雀巢、劳力士、瑞信、阿第克	↑
8	意大利	17	18	18	菲亚特、古琦、电通、法拉利、普拉达	↓
9	荷兰	8	8	9	壳牌、飞利浦、喜力、TNT、半马威	→
10	瑞典	7	7	7	宜家、H&M、诺贝尔奖、伊莱克斯	→

链接:

世界品牌实验室是全球领先的品牌咨询、研究和测评机构。自2003年起,该实验室开始

对世界50个国家的4万多个主流品牌进行跟踪研究,并建立了最大的世界品牌数据库,其研究成果已经成为许多企业并购过程中无形资产评估的重要依据。

2016年《世界品牌500强》排行榜中的36个中国品牌

排名	2016年排名	2015年排名	品牌名	品牌年龄	主营行业
1	36	56	国家电网	14	能源
2	40	54	中国工商银行	32	银行
3	43	93	腾讯	18	互联网
4	62	61	中央电视台	58	传媒
5	76	82	海尔	32	白色家电
6	79	89	中国移动	16	电信
7	81	114	华为	29	计算机与通讯
8	90	74	联想	32	计算机与通讯
9	190	202	中国人寿	67	保险
10	192	210	中国建设银行	62	银行
11	197	190	中国银行	104	银行
12	209	218	中国石油	28	能源
13	220	241	百度	16	互联网
14	221	251	中国石化	33	能源
15	226	330	中国华信	15	能源
16	228	232	中粮	67	食品与饮料
17	248	270	中国电信	16	电信
18	254	265	中国联通	22	电信
19	255	277	中国平安	28	保险
20	264	284	阿里巴巴	17	互联网
21	265	286	中信集团	37	多元金融
22	288	291	长虹	58	信息家电
23	295	300	中国国际航空	28	航空
24	296	/	中国中铁	66	工程与建筑
25	311	376	中国建筑	34	工程与建筑
26	319	324	青岛啤酒	113	食品与饮料
27	322	342	中国农业银行	65	银行
28	338	345	中国铁建	68	工程与建筑
29	339	348	中化	66	能源
30	358	374	茅台	417	食品与饮料
31	361	366	人民日报	68	传媒
32	365	368	新华社	85	传媒
33	432	/	万科	32	房地产
34	439	/	中国太平	87	保险
35	443	/	周大福	87	钟表与珠宝
36	497	/	台积电	29	计算机与通讯

番禺

打造千亿级思科(广州)智慧城

今天,“思科大中华区合作伙伴投资番禺”专题推介会隆重举行。广州市番禺区向思科全球合作伙伴推介番禺投资环境,共同打造经济体量达千亿级的思科(广州)智慧城。250多家思科上下游合作伙伴的600多位公司高管参加了推介会。会上,上海汉得、天津安捷、盈世科技等10家第二批合作伙伴签订合作意向书。

落户番禺区的思科(广州)智慧城项目,在未来数年,将在互联网+、智能制造、智慧城市等领域打造一个在中国和世界都响当当的样板创新项目。

产业创新人才汇聚,高新企业集群涌现

在落户广州番禺之前,思科公司也做过比较和调研,发现番禺有其他区域所没有的独特优势。

枢纽之城。番禺是广州枢纽型网络城市的重要支撑点,坐拥目前亚洲最大的高铁站之一广州南站,拥有国家一类口岸莲花山港,依托“六纵六横”高快速路网和多条地铁线,构建起四通八达的综合交通网络。番禺自然生态优美,建成区绿化覆盖率48.1%,被评为“中国绿色名区”。区内现代化社区林立,大型高端住宅群“华南板块”环境优美、配套完善,吸引近百万高端人才和国际友人投资创业居住。

产业之城。番禺产业基础扎实,配套齐全。动漫游戏机产品占全国60%市场份额。锐丰音响、浩洋灯光等灯光音响企业是北京奥运会、上海世博会、杭州G20峰会产品主要供应商。近年来形成了以广汽传祺为龙头,集汽车研发、生产、物流和零部件生产于一体的汽车产业集群。坚持现代服务业和先进制造业“双轮驱动”,着力整合

提升番禺大道五星商旅带,建设万博商务区、广州国际美食广场、中华美食城等发展平台,万博商务区成为全市首个“基金小镇”。

人才之城。思科(广州)智慧城项目与全国领军的大学城——广州大学城仅一江之隔,逾20万的大学生对于项目发展来说,是很好的人才储备。广州在一线城市中生活成本相对合理,人才吸引力很强,这是其他大城市所不具备的;番禺旅游业发达,生态环境好,现代科技人才对于环境要求比较高。近期,番禺出台优厚的产业人才政策,每年直接用于重点领域产业领军人才资助、补贴和配套服务等经费达1.2亿元,加上产业、科技、创新等专项配套政策共同发力,每年用于人才创新创业资金逾5亿元,鼓励各界人才创新创业首选番禺。

思科智慧城前景无限,创新创业的活跃地区

在不久的将来,一个3.59平方公里的思科智慧城将在番禺区新造镇崛起,必将吸引更多全球创新资源、高端要素、高层次人才集聚番禺,从而有力引领带动番禺创新发展、加快转型,使番禺成为广州、

广东乃至全国创新创业活跃、创新能力突出的地区。

按照计划,在思科(广州)智慧城,3年内将建起番禺新的标志性建筑——思科办公大楼,成为广州中轴线延长段的一道风景。预计思科(广州)智慧城项目的年产值将达1000亿元人民币。思科智慧城的建设将不仅让智慧城内交通四通八达,还将通过对南大干线、兴业大道、沿江路等长线道路与智慧城内道路网的有效对接,加强智慧城与商贸服务组团的联系,形成庞大的商业配套,形成独具特色的商业项目排列的超级商业长廊。

思科(广州)智慧城项目将引进世界500强企业的进驻,大幅提升土地和承租物业价值。通过征地拆迁安置,物业持续升值,为广大群众带来就业岗位和巨大财富。智慧城还将建设大量优质的学校、医院、公园等基础设施,提升当地生活质量,增强幸福感,成为当地居民会下“金蛋”的母鸡。

为进一步改善提升政务环境和服务水平,番禺区将思科项目作为全区加快实施创新驱动发展战略的“头号工程”来抓,为已经落户番禺的企业项目提供优质、热情、贴心的服务,确保各个项目早日动工、早日运营。