

清华大学经济管理学院中国企业研究中心
每日经济新闻每经智库

2021 中国上市公司品牌价值蓝皮书

主编 赵 平 刘学东

清华大学出版社

北京

清华大学出版社
内容简介

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。举报: 010-62782989, beiqinquan@tup.tsinghua.edu.cn。

图书在版编目(CIP)数据

2021中国上市公司品牌价值蓝皮书/赵平,刘学东主编. —北京: 清华大学出版社, 2021.11

ISBN 978-7-302-59247-1

I. ①2… II. ①赵… ②刘… III. ①上市公司—品牌战略—研究报告—中国—2021 IV. ①F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 191814 号

责任编辑: 王 青

封面设计:

责任校对:

责任印制:

出版发行: 清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址: 北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 邮 购: 010-83470235

投稿与读者服务: 010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈: 010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:

经 销: 全国新华书店

开 本: 185mm×260mm

印 张:

字 数: 千字

版 次: 2021 年 月第 1 版

印 次: 2021 年 月第 1 次印刷

定 价: 00.00 元

编 委 会

主 编

赵 平 清华大学

刘学东 每日经济新闻

副主编

孙亚程 清华大学

何 强 每日经济新闻

编委会委员(按汉语拼音排序)

蔡国良 湖南师范大学

柴俊武 电子科技大学

常 玉 西北工业大学

陈 明 华南理工大学

陈 曜 中国政法大学

董伊人 南京大学

龚诗阳 对外经贸大学

韩 利 每日经济新闻

何佳讯 华东师范大学

胡左浩 清华大学

黄合水 厦门大学

黄劲松 北京航空航天大学

黄 静 武汉大学

蒋青云 复旦大学

李纯青 西北大学

李东进 南开大学

刘 蕾 中央财经大学

刘 益 上海交通大学

龙晓枫 华中科技大学

陆 娟 中国农业大学

马宝龙 北京理工大学

马钦海 东北大学

牛永革 四川大学

彭泗清 北京大学

钱 悅 浙江大学

裘晓东 北京交通大学

苏 淞 北京师范大学

童璐琼 北京师范大学

王海忠 中山大学

王丽丽 浙江大学

王 霞 中国农业大学

王兴元 山东大学

王 毅 中央财经大学

杨德峰 暨南大学

姚 卿 北京科技大学

于春玲 清华大学

张 蕙 暨南大学

张圣亮 中国科学技术大学

周 玲 湖南大学

周文辉 中南大学

庄贵军 西安交通大学

邹德强 复旦大学

编制组成员

刘开宇 清华经管 CBRC

张 平 清华经管 CBRC

冷雪婷 每日经济新闻

清华大学出版社

清华大学出版社

清华大学出版社

前

《2021 中国上市公司品牌价值蓝皮书》是在全面汇总中国上市公司数据并进行完整品牌价值测算的基础上编辑而成的,在某种程度上是对我国十四五规划第一年中国上市公司品牌价值所做的一次总结。我们希望,在 2021 年剧烈动荡的国际大环境下,本书的出版能够为中国企业的品牌建设、为中国经济的高质量发展提供一些助益。

2021 年是平凡的一年,有许多重大事件正深刻影响着我国的经济发展,比如,在全球肆虐的新冠肺炎疫情、仍在持续的中美贸易摩擦,以及美国及其他西方国家对中国科技公司的不断打压,等等。所有这一切的发生都不是我们所期望的,但都是我们必须面对的。我们切实看到,在中国特色社会主义制度下,我国正在有效化解这些事件的负面影响。我们也看到,在这样的环境下,我国经济保持了相对较快的增长,人民变得更加团结爱国,国际社会对我国有了更加广泛的了解和认同。

同样,2021 年的这些重大事件对于中国品牌来说也是重大的挑战和机遇。中国企业如何抓住机遇,迎接挑战,在不利的国际大环境中赶超国际强势品牌,不仅关乎企业的生存与发展,也关系到中国经济如何有效地向高质量发展的模式转型。

第一个重大的挑战和机遇来自新冠肺炎疫情。到目前为止,新冠肺炎疫情已经在全球持续肆虐了接近两年,感染人数超过 2 亿,并且还在持续增加。许多发达国家都在疫情面前败下阵来,任由疫情肆虐。美国就是这类国家的典型代表,到 9 月份,其新冠肺炎感染人数已超过 4 000 万,列世界第一位,且疫情仍不见好转。与此对比,中国在抗击新冠病毒上则表现优异,按人口比例统计,感染人数不到美国的千分之一,并且在短时间内就有效控制了疫情的传播。中国与美国在抗疫表现上的巨大反差令世界震惊。此外,中国还展示出人道主义精神,向世界伸出援手,为许多国家提供了大量的抗疫物资和医疗援助,受到世界各国的广泛好评,扩大了中国对世界的影响力。从这个角度来看,中国制造与中国品牌的声誉必定在世界市场上得到显著的提升。显然,这是中国企业有效实施品牌战略的一次难得的机遇。

第二个重大挑战和机遇来自中美贸易摩擦。从特朗普执政时期开始,美国就对产自中国的多类商品大幅度提高进口关税,致使中国的这些商品在美国市场上的售价全面升高。美国的这种贸易政策确实给中国企业带来了挑战,降低了中国商品在美国市场上的竞争力。但是,中国商品在美国市场上整体提高价格,却为中国品牌升级带来了机遇。中国经济转型升级的目标就是向高质量发展模式转换,这需要供给侧不断创新,不断改进产

品或服务质量,也需要需求侧对产品和品牌升级的认同。在市场上,高价格往往代表高质量、高技术或高标准。如果市场接受中国制造与中国品牌的高价格,就表明需求侧对中国制造与中国品牌向高端发展的认可。近几年中美贸易额的快速增加,以及中国对美国贸易顺差的持续扩大也证实了这一点。

第三个重大挑战和机遇来自美国对中国科技企业的打压。美国前总统特朗普对我国华为公司的打压是最典型的例子。他不仅下令美国企业断供华为芯片,还阻止华为 5G 通信产品进入美国及其他西方国家的市场。这对华为是巨大的挑战,公司发展受阻。但从另一个角度来看,美国是世界上科技实力最强的国家,美国总统在世界各地大力宣传中国华为公司很厉害,中国很多科技企业也很厉害,形成了对发达国家企业的威胁,这实质上是为中国制造与中国品牌在全球市场代言进行广告宣传。市场认知结果必定是美国担心的竞争企业一定是优秀的企业,这些企业制造的产品一定是优秀的产品。这种结果会大大提升中国制造与中国品牌在全球市场上的地位。

中国制造与中国品牌在面对挑战和机遇时的卓越表现,在《2021 中国上市公司品牌价值蓝皮书》中得到了充分的体现。按“清华 3000”品牌价值指数,2021 年中国品牌价值从 2020 年基期的 100 攀升到 116,远高于 GDP 的增长。这表明,中国企业在变化的环境中有能力抓住机遇,应对挑战。同时也表明,中国制造与中国品牌在全球市场上正在赢得越来越多人的喜爱,中国经济正在有效地从高速度发展模式向高质量发展模式转变。

目 录

第1篇 2021年中国上市公司品牌价值总榜

1

1.1 品牌价值总榜分析	2
1.2 品牌价值总榜榜单	8

第2篇 中国上市公司品牌价值行业榜

107

2.1 零售行业品牌价值榜	108
2.2 金融行业品牌价值榜	112
2.3 互联网行业品牌价值榜	119
2.4 房地产行业品牌价值榜	125
2.5 饮料行业品牌价值榜	134
2.6 汽车行业品牌价值榜	137
2.7 装备行业品牌价值榜	143
2.8 电信行业品牌价值榜	157
2.9 建筑行业品牌价值榜	159
2.10 家电行业品牌价值榜	165
2.11 医药行业品牌价值榜	168
2.12 电子行业品牌价值榜	178
2.13 运输行业品牌价值榜	187
2.14 通信行业品牌价值榜	192
2.15 食品行业品牌价值榜	196
2.16 休闲行业品牌价值榜	200
2.17 贸易行业品牌价值榜	205
2.18 有色金属行业品牌价值榜	209
2.19 石油行业品牌价值榜	213

2.20	服饰行业品牌价值榜	216
2.21	农业品牌价值榜	220
2.22	钢铁行业品牌价值榜	224
2.23	教育行业品牌价值榜	227
2.24	媒体行业品牌价值榜	230
2.25	化工行业品牌价值榜	235
2.26	日用行业品牌价值榜	241
2.27	公用事业品牌价值榜	244
2.28	煤炭行业品牌价值榜	248
2.29	环保行业品牌价值榜	250
2.30	餐饮行业品牌价值榜	253
2.31	酒店行业品牌价值榜	254
2.32	纺织行业品牌价值榜	256
2.33	家居行业品牌价值榜	258
2.34	保健行业品牌价值榜	260
2.35	造纸行业品牌价值榜	262
2.36	商业服务行业品牌价值榜	264
2.37	包装行业品牌价值榜	267

第3篇**中国上市公司品牌价值区域榜**

269

3.1	北京品牌价值榜	270
3.2	广东品牌价值榜	283
3.3	浙江品牌价值榜	301
3.4	上海品牌价值榜	314
3.5	香港品牌价值榜	325
3.6	江苏品牌价值榜	331
3.7	山东品牌价值榜	342
3.8	福建品牌价值榜	349
3.9	四川品牌价值榜	354
3.10	贵州品牌价值榜	358
3.11	安徽品牌价值榜	360
3.12	湖北品牌价值榜	365

3.13 内蒙古品牌价值榜	369
3.14 河北品牌价值榜	372
3.15 河南品牌价值榜	375
3.16 天津品牌价值榜	379
3.17 重庆品牌价值榜	382
3.18 湖南品牌价值榜	385
3.19 辽宁品牌价值榜	389
3.20 山西品牌价值榜	393
3.21 江西品牌价值榜	396
3.22 新疆品牌价值榜	399
3.23 陕西品牌价值榜	401
3.24 云南品牌价值榜	405
3.25 吉林品牌价值榜	407
3.26 广西品牌价值榜	409
3.27 黑龙江品牌价值榜	412
3.28 海南品牌价值榜	415
3.29 甘肃品牌价值榜	417
3.30 西藏品牌价值榜	419
3.31 青海品牌价值榜	420
3.32 宁夏品牌价值榜	421

第 4 篇**中国上市公司品牌价值评估方法论**

423

4.1 基本概念	424
4.2 清华 CBRC 数据库	424
4.3 清华 CBRC 行业分类标准	425
4.4 清华 CBRC 品牌价值评估模型	426
4.5 清华 CBRC 品牌价值评估的质量保证	427