

Chnbrand: 第 2015-08 号

收 信: 各新闻媒体

发 信: Chnbrand 媒介部

题 目:

发送时间: 2015 年 4 月 12 日

(索引略)

发布

2015 年度第 5 届中国品牌力指数 (C-BPI) 研究成果

您好!

中国品牌力指数 (China Brand Power Index, 简称 C-BPI) 是中国首个品牌价值评价制度, 受相关部门品牌政策专项资金的扶持。

2015 年 C-BPI 项目调查时间从 2014 年 10 月开始到 2015 年 2 月止, 为期 5 个月。这项调查将逐年实施, 并在每年年初发布年度报告, 2015 年度是第五年度。

中国品牌力指数 (C-BPI) 调查是消费者和企业最信赖的品牌评价制度。通过指数发布, 帮助各界了解在激烈的市场竞争中, 中国国内产业的竞争力, 确定各产业及企业所处的位置, 引导企业建立品牌战略管理体系, 为开发和培育出世界性品牌提供相关指标, 这就是进行这项调查的目的。

下述资料是本年度 (2015) 调查结果摘要版, 如下所述, 希望贵方 (媒体) 给予报道。

请平面媒体、网络媒体在 2015 年 4 月 13 日 (星期一) 对正式发布稿进行报道, 广播电视台, 从 4 月 12 日 (星期日) 19:00 开始报道。

— 如 下 —

第一部分: 2015 年 C-BPI 研究成果权威发布

第二部分: 2015 年 C-BPI 行业调查结果

第三部分: 2015 年 C-BPI 调查概要

第一部分：2015年C-BPI研究成果权威发布

——2015，商海如此多娇，品牌谁主沉浮？

【C-BPI简要介绍】中国品牌力指数SM（China Brand Power Index，简称C-BPI[®]）是中国首个品牌价值评价制度，受相关部门品牌政策专项资金的扶持。作为一个连续的年度调查项目，C-BPI于2011年首次实施，2015年为第五届。C-BPI是基于中国消费者对使用或拥有过的产品或服务反馈意见的基础上进行的独立无偏见的研究，是测定影响消费者购买行为的Brand Power指数，是消费者和企业最信赖的品牌评价制度。通过每年发布C-BPI研究结果，帮助企业了解在激烈的市场竞争中，中国国内产业的品牌竞争力，确定各品牌在行业内所处的位置，引导企业建立品牌管理体系，同时帮助消费者做出明智的消费选择，引导健康理性消费。

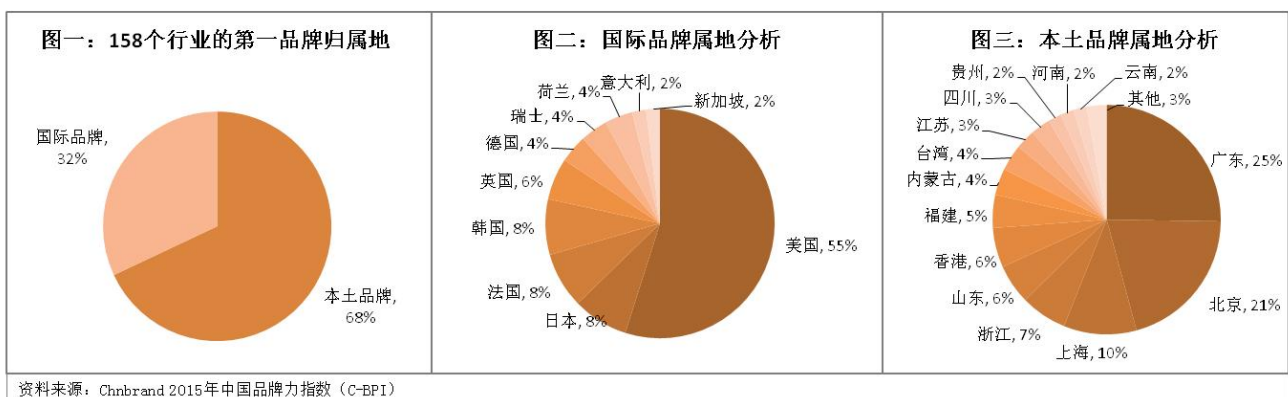
【2015C-BPI 调查概要】2015C-BPI 调查区域覆盖全国30个城市，调查对象为15岁到60岁之间的常住居民，根据性别、年龄、收入进行随机抽样调查，总样本数量为11500个，采用入户面访，调查时间从2014年10月1日开始至2015年2月28日结束，历时151天，覆盖行业从2011年105个增加到2015年的158个行业，涉及被评价的主流品牌达到7800多。

Scott Bedbury 在《A New Brand World》中指出“随着每一次产品、服务或者市场活动，品牌都会被激活或者更新”。每一个真正富有生命力的品牌都在积极的创造和拓展新的价值，因为他们都非常清楚，在坚持传统核心价值不变的基础上不断变化，是其生存和长盛不衰的唯一办法。只有谨记品牌力的构建是一个长期持续的过程，并且永不终止，才能够应对每一个新的挑战，把品牌带入未来。

《关于做好2015年工业质量品牌建设的通知》强调促进实现“三个转变”，继续深化品牌培育工作，持续开展中国品牌力指数（C-BPI）的评价及发布工作。C-BPI已经连续发布5届，并在持续跟踪品牌力发展和变化，指引消费方面作出了巨大的尝试和努力，2015年C-BPI指数将进一步分析2015年中国市场的品牌发展状况，寻找品牌力提升和改善的方向和机会，并为消费者未来的健康理性消费提供更为有效的指引。

第一、2015年行业第一品牌属地特征分析

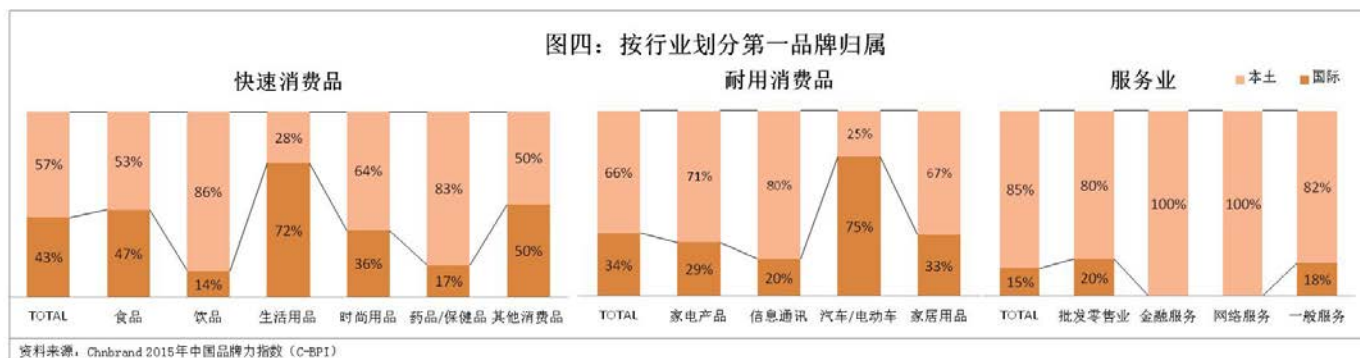
在2015年的158个行业第一品牌中，有68%的行业第一品牌由本土品牌获得，这一比重比去年上升了3个百分点；其余32%的行业第一品牌由国际品牌占据。在107本土第一品牌中，广东仍然是品牌大省，占据了25%的第一品牌席位，其次是北京和上海，分别占据第一品牌的21%和10%，浙江和山东的第一品牌占比较去年有所增加。在51个国际第一品牌中，美国占比较去年上升了3个百分点，达到55%；位居美国之后的是日本、法国和韩国，分别有4个品牌获得第一品牌。



从三大行业的第一品牌分布看，在服务行业中本土品牌占比85%，仍然具备压倒性优势，但已经连续两年呈下降趋势；同时，本土品牌在快消品和耐用品获得第一品牌的比例在2015年分别增加了4个百分点和10个百分点，这也显示本土品牌在这两大行业的竞争优势范围进一步扩大，2015年逆转国际品牌、新晋行业第一品牌的本土品牌有农夫山泉（瓶装水）、云南白药（创可贴）、九牧（龙头/花洒）、和联想（显示器）等。

我们将目光聚焦到更为细分的行业，如图四，在快速消费品74个细分行业的第一品牌中，国际品牌在生活用品领域中具有绝对优势，第一品牌占比72%；本土品牌在饮品、药品/保健品行业的占比最高，第一品牌的比例分别为86%和83%，代表品牌包括饮品中的加多宝（凉茶）、雪花（啤酒）等，药品/保健品中的云南白药（创可贴）等。耐用品行业，本土品牌在家电产品、信息通讯和家居用品中都占据大多数第一品牌的席位；汽车/电动车领域，国际品牌具有明显的优势，代表品牌包括北京现代（主流车）、奥迪（豪华车）、米其林（汽车轮胎）等。服务行业涉及的46个细分行业中，金融服务领域、网络服务领域的第一品牌全部为本土品牌，同时，本土品牌在批发零售

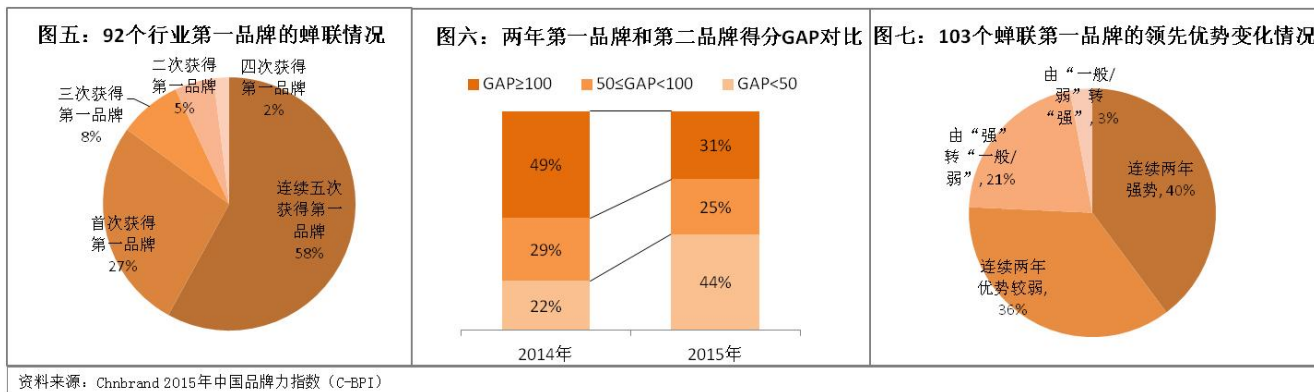
和一般服务业也占据绝大多数的席位。代表品牌包括批发零售业中的中国石化（加油站），金融服务业中的中国平安（财产险、人寿险、汽车保险），网络服务业中的腾讯游戏（网络游戏）、携程（在线旅游服务），一般服务业中的浩沙（健身会所）、中国青年旅行社（旅行社）、如家（快捷酒店）等。



第二、C-BPI 第一品牌过去五年的格局变化

品牌定位理论之父杰克·特劳特指出，市场营销的竞争并不仅仅是产品优劣的竞争，而是观念的竞争。只有消费者认为的第一才更具有价值和营销意义，而这种观念的力量是无穷的，它将帮助企业建立长期的竞争优势和保持持续发展的力量。因此保持在消费者观念中的第一的位置，值得企业付出巨大的努力，一旦让对手抢去该地位，其结果将是“长期的灾难”。

C-BPI在过去5年连续调查的行业共有92个，如图五所示，其中有53个第一品牌在过去5年内持续保持了行业第一的位置，占比58%。这些连续5年获得行业第一名的品牌能在商海沉浮中始终如一，并以品牌建设和品牌管理为己任，他们的品牌真正成为了行业的中流砥柱，进一步奠定了其在行业内领袖品牌的地位。这些连续五年保持领先地位的第一品牌，是长时间得到消费者信赖和爱戴的，可以代表中国市场的品牌，是当之无愧的2015C-BPI“黄金品牌”。快消品行业有30个“黄金品牌”，包括蓝月亮（洗手液）、蓝月亮（洗衣液）、蒙牛（酸奶）、长城（润滑油/机油）等；耐用品中有13个“黄金品牌”，代表品牌包括格兰仕（微波炉）、米其林（轮胎）等；服务业有10个“黄金品牌”，如平安保险（汽车保险）、永和大王（中式快餐连锁）、新浪（互联网门户）等。



第三、C-BPI 第一品牌的竞争态势

C-BPI行业第一品牌领先程度的强弱反映了行业内对第一品牌争夺的激烈程度。一般来说，行业第一品牌C-BPI得分与第二名之间的Gap大于100分说明其市场领先优势强，Gap在50到100分之间说明市场领先优势一般，而Gap小于50分则说明领先优势弱。从动态对比来看，2015年C-BPI领先优势强的第一品牌的比例较上一年度大幅下降（见图六），同比下降了18个百分点，相反，领先优势弱的第一品牌比例同比增加了22个百分点，这充分表明各个行业内对于第一品牌的竞争日趋白热化。

纵观蝉联两年的103个行业第一品牌（如图七所示），包括海天（酱油）、汇源（100%纯果汁）、强生（婴儿/儿童沐浴/润肤霜）、乐扣乐扣（保鲜盒、不锈钢保温杯/瓶/壶）、联想（台式品牌电脑）、中国移动（通讯服务）、神州租车（汽车租赁连锁）等41个行业的第一品牌（占比40%）持续两年保持了强势领先地位。

值得警惕的是，2015年有22个第一品牌（占比21%）的领先优势由强转弱，例如爱玛（电动自行车）、九阳（榨汁机）、联想（笔记本电脑）、飞利浦（吸尘器、电动剃须刀）、帮宝适（婴幼儿纸尿裤）、阿尔卑斯（糖果）、肯德基（西式快餐连锁店）等，这些品牌基本都面临着自身品牌力下降、主要竞争品牌品牌力增长的困境。因此，在

口香糖	绿箭	益达	抽油烟机	老板	方太	大型超市	家乐福	沃尔玛
润喉糖	绿箭薄荷糖	荷氏	空气净化器	松下	飞利浦	大型家居卖场	百安居	红星美凯龙
瓶装水	农夫山泉	康师傅	数码摄像机	佳能	索尼	连锁百货商场	新世界百货	百盛百货
功能饮料	脉动	红牛	显示器	联想	三星	加油站	中国石化	中国石油
乳饮料	伊利	蒙牛	墙面漆	多乐士	立邦	人寿险	中国平安	中国人寿
国产葡萄酒	张裕	长城	瓷砖	东鹏	马可波罗	信用卡	招商银行	中国工商银行
碗碟洗洁精	白猫	立白	床垫	大自然	喜临门	婚恋网站	百合网	珍爱网
消毒液	蓝月亮	滴露	龙头/花洒	九牧	科勒	视频服务	优酷网	土豆网
女士内衣	都市丽人	黛安芬	淋浴房	科勒	箭牌	团购网站	美团	拉手网
运动服装	阿迪达斯	耐克	太阳能热水器	四季沐歌	太阳雨	快捷酒店	如家	7天
婴幼儿服装	米奇	好孩子	整体厨房	柏厨	欧派	旅行社	中国青年旅行社	中国旅行社总社
补钙型保健品	钙尔奇	盖中盖	燃气灶	方太	华帝	高端连锁酒店	喜来登	假日
感冒药	三九感冒灵	白加黑	座便器	TOTO	科勒	快递服务	顺丰速运 S.F.	中国邮政 EMS
保健型眼药水	珍视明	闪亮	中式连锁餐饮	海底捞	小肥羊	房产中介服务	21 世纪不动产	我爱我家
创可贴	云南白药	邦迪	婚纱摄影连锁	金夫人	兰蔻	即时通讯软件	微信	腾讯 QQ

1. 资料来源: Chnbrand 2015 年中国品牌力指数 (C-BPI)

2. 摘登本新闻稿中的图表时必须声明 Chnbrand 为发布者和资料来源于 Chnbrand2015 年中国品牌力指数 (C-BPI) 研究, 事先未经 Chnbrand 明确书面同意, 禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途。

第五、提升C-BPI品牌力指数建议

对于登上冠军宝座的品牌来说, 行业第一的品牌并不是终点, 它还是面对更多、更激烈竞争的出发点。我们在5年的研究中发现, 很多行业的第一品牌不断地发生逆转或颠覆, 一直占据第一品牌位置的行业不到六成。因此企业要将品牌力视为一个重要的经营指标, 坚持不懈地从整个公司的角度进行投资, 才有可能一直保持第一品牌的位置, 真正将自己打造成行业内的领袖品牌。而即使是领先优势明显的第一品牌, 面对着越来越理性的消费者, 保持第一的位置也越来越难。消费者虽然对于第一品牌保持着强烈的喜爱和积极的态度, 但如果面对一个自始至终都不寻求新的变化的品牌, 消费者同样会产生品牌疲劳, 他们会试图寻找更为新鲜的品牌。因此, 第一品牌在保持品牌荣耀的同时, 还需要不断地为自身品牌注入更新的价值, 从而延伸品牌的新鲜度, 保持在消费者心目中持久的活力和品牌优势。

2015 年 C-BPI 行业 TOP3 品牌榜

(注: C-BPI 满分为 1000 分)

行业	品类	2015C-BPI 第一品牌		2015C-BPI 第二品牌		2015C-BPI 第三品牌	
		(得分)	连续年数	(得分)	(得分)		
食品	口香糖	绿箭(607.0)	1年	益达(591.1)	好丽友(316.2)		
	巧克力	德芙(692.9)	5年	金帝(398.0)	士力架(349.4)		
	糖果	阿尔卑斯(545.5)	3年	徐福记(513.4)	大白兔(422.6)		
	润喉糖	绿箭薄荷糖(468.6)	1年	荷氏(403.6)	京都念慈庵枇杷润喉糖(354.5)		
	果冻	喜之郎(652.7)	5年	徐福记(417.3)	水晶之恋(408.5)		
	膨化食品	乐事(565.3)	5年	上好佳(472.8)	好丽友(361.4)		
	饼干/威化	奥利奥(565.8)	5年	康师傅(448.4)	好吃点(334.2)		
	方便面	康师傅(738.7)	5年	统一 100(446.5)	来一桶(339.1)		
	派	达利园(568.9)	2年	好丽友(567.8)	盼盼(400.1)		
	火腿肠	双汇(655.1)	4年	金锣(438.9)	雨润(353.9)		
	速冻食品	思念(532.3)	3年	湾仔码头(491.2)	三全(455.0)		
	冰淇淋/雪糕	蒙牛(510.5)	4年	伊利(508.4)	和路雪(429.4)		
	食用油	金龙鱼(590.6)	5年	鲁花(484.6)	福临门(461.6)		
	婴幼儿奶粉	多美滋(440.6)	3年	贝因美(431.6)	美赞臣(409.2)		
	鸡精	太太乐(672.9)	5年	家乐(412.7)	莲花(261.5)		
	酱油	海天(592.6)	5年	李锦记(442.0)	加加(323.2)		

	食醋	海天(468.7)	4年	镇江(405.9)	恒顺(314.6)	
饮品	瓶装水	农夫山泉(586.9)	1年	康师傅(519.8)	娃哈哈(376.5)	
	100%纯果汁	汇源(621.7)	5年	农夫果园(490.3)	味全每日C(382.0)	
	果汁/果味饮料/蔬菜汁	美汁源(546.3)	5年	康师傅(481.8)	统一(431.6)	
	功能饮料	脉动(659.8)	1年	红牛(519.2)	农夫山泉尖叫(301.4)	
	茶饮料	康师傅(676.6)	5年	统一(497.8)	娃哈哈(340.2)	
	速溶咖啡	雀巢(747.4)	5年	麦斯威尔(439.9)	摩卡(354.4)	
	凉茶	加多宝(620.0)	2年	王老吉(614.9)	和其正(350.7)	
	乳酸菌饮料/乳饮料	伊利(493.4)	1年	蒙牛(491.4)	娃哈哈(399.4)	
	液态奶	蒙牛(590.3)	2年	伊利(502.9)	特仑苏(377.9)	
	酸奶	蒙牛(522.1)	5年	伊利(485.3)	光明(409.9)	
	啤酒	雪花(536.8)	2年	青岛(501.5)	百威(367.0)	
	国产葡萄酒	张裕(511.2)	1年	长城(500.8)	王朝(417.8)	
	主流白酒	金六福(463.4)	1年	泸州老窖(420.9)	五粮春(316.6)	
高档白酒	茅台(556.0)	1年	五粮液(552.7)	剑南春(340.1)		
生活用品	碗碟洗洁精	白猫(512.3)	1年	雕牌(482.9)	立白(477.8)	
	消毒液	蓝月亮(451.5)	1年	滴露(449.1)	威露士(329.3)	
	电动剃须刀	飞利浦(609.3)	5年	飞科(515.8)	松下(346.4)	
	牙膏	高露洁(564.5)	5年	佳洁士(499.9)	黑人(430.3)	
	香皂	舒肤佳(706.3)	5年	力士(486.1)	玉兰油(334.1)	
	洗手液	蓝月亮(573.9)	5年	舒肤佳(518.0)	滴露(373.9)	
	洗面奶	玉兰油(478.5)	5年	妮维雅(404.7)	欧莱雅(387.3)	
	婴儿/儿童洗浴/润肤品	强生(662.7)	5年	六神(391.5)	宝宝金水(313.3)	
	沐浴露	舒肤佳(567.1)	3年	力士(442.9)	玉兰油(409.5)	
	洗发/护发品	海飞丝(551.8)	5年	飘柔(482.0)	潘婷(430.4)	
	洗衣粉	汰渍(540.4)	3年	奥妙(509.3)	雕牌(416.6)	
	洗衣液	蓝月亮(635.4)	5年	奥妙(465.2)	汰渍(389.3)	
	衣物柔顺剂	金纺(681.6)	5年	蓝月亮(518.2)	开米涤王(279.0)	
	纸巾/卷纸	心相印(543.4)	5年	清风(475.0)	维达(453.4)	
	婴幼儿纸尿裤/纸尿片	帮宝适(556.2)	3年	妈咪宝贝(500.6)	好奇(418.7)	
	卫生巾/卫生护垫	护舒宝(531.5)	1年	苏菲(504.9)	七度空间(391.2)	
	男士护肤品	欧莱雅(449.8)	1年	妮维雅(399.3)	曼秀雷敦(353.7)	
	女士护肤品	玉兰油(506.2)	1年	欧莱雅(451.1)	丁家宜(382.2)	
	时尚用品	女鞋	达芙妮(526.4)	5年	百丽(452.3)	红蜻蜓(365.3)
		男士皮鞋	七匹狼(389.9)	2年	意尔康(369.9)	金利来(337.8)
运动鞋		耐克(484.1)	5年	阿迪达斯(480.9)	李宁(440.5)	
女士内衣		都市丽人(424.6)	1年	黛安芬(393.2)	婷美(388.0)	
男士正装		雅戈尔(445.1)	5年	金利来(438.8)	七匹狼(358.8)	
运动服装		阿迪达斯(492.8)	1年	李宁(482.3)	耐克(469.8)	
童装/婴幼儿服装		米奇(473.2)	1年	好孩子(426.7)	巴拉巴拉(387.0)	
保暖内衣		三枪(494.0)	3年	红豆(397.2)	南极人(386.4)	
羽绒服/棉衣		波司登(548.0)	3年	雅鹿(344.1)	鸭鸭(341.5)	
男士商务休闲装		七匹狼(474.9)	2年	柒牌(372.1)	劲霸(341.4)	
手表		劳力士(416.7)	4年	卡西欧(400.3)	飞亚达(346.1)	
药品/保健品	补钙型保健品	钙尔奇(517.6)	1年	盖中盖(431.9)	三精(347.3)	
	补脑型保健品	脑白金(600.8)	5年	生命一号(409.0)	康富来脑轻松胶囊(279.9)	
	维生素补品	21金维他(491.2)	5年	黄金搭档(428.2)	善存(400.4)	
	感冒药	三九感冒灵(458.0)	1年	白加黑(450.9)	新康泰克(394.8)	
	保健型眼药水	珍视明(488.5)	1年	润洁(459.1)	闪亮(448.6)	
	创可贴	云南白药(611.9)	1年	邦迪(610.4)	屈臣氏(245.3)	
其他消费品	机油/润滑油	长城(540.7)	5年	壳牌(508.6)	美孚(499.3)	
	干电池	南孚(687.1)	5年	金霸王(397.3)	555(347.0)	
	隐形眼镜	博士伦(601.2)	4年	海昌(520.2)	卫康(320.8)	
	保鲜盒	乐扣乐扣(681.5)	4年	特百惠(404.3)	乐百惠(274.7)	
	不锈钢保温杯/瓶/壶	乐扣乐扣(499.6)	3年	虎牌(349.2)	哈尔斯(328.1)	
	狗粮/猫粮	宝路(459.0)	4年	伟嘉(457.9)	好主人(452.0)	
	主流香烟	红塔山(459.7)	1年	红双喜(上海)(392.6)	白沙(376.0)	
	高档香烟	中华(572.1)	1年	黄鹤楼(425.0)	玉溪(383.9)	
家电	彩电	三星(436.4)	5年	松下(408.8)	长虹(391.1)	

产品	洗衣机	海尔(522.1)	5年	小天鹅(449.8)	西门子(397.9)
	电冰箱	海尔(547.6)	5年	美的(432.0)	西门子(405.8)
	空调	格力(542.0)	5年	美的(497.7)	海尔(447.0)
	电热水器	海尔(531.9)	5年	美的(471.2)	西门子(324.4)
	抽油烟机	老板(446.3)	1年	美的(442.5)	方太(427.2)
	吸尘器	飞利浦(488.4)	5年	海尔(442.7)	美的(440.8)
	微波炉	格兰仕(658.4)	5年	美的(520.6)	松下(327.0)
	电饭煲	美的(576.3)	5年	苏泊尔(486.0)	格兰仕(388.6)
	电磁炉	美的(621.7)	4年	格兰仕(428.7)	苏泊尔(389.0)
	加湿器	美的(565.7)	2年	亚都(444.0)	格力(339.1)
	电风扇	美的(589.6)	4年	格力(426.5)	海尔(389.0)
	豆浆机	九阳(718.5)	5年	美的(468.4)	飞利浦(357.4)
	榨汁机	九阳(560.1)	5年	美的(494.7)	飞利浦(429.8)
	空气净化器	松下(485.7)	1年	飞利浦(466.2)	美的(366.1)
	数码摄像机	佳能(553.7)	1年	索尼(517.4)	松下(435.7)
	数码照相机	佳能(561.6)	5年	索尼(477.2)	三星(453.0)
信息 通讯	手机	苹果(556.4)	2年	三星(553.2)	小米(366.9)
	笔记本电脑	联想(525.0)	5年	戴尔(434.2)	三星(393.4)
	台式品牌电脑	联想(593.3)	4年	戴尔(420.3)	苹果(364.8)
	显示器	联想(526.5)	1年	三星(495.9)	华硕(354.1)
	学习类辅助工具	步步高(565.7)	3年	好记星(501.8)	读书郎(352.8)
汽车 /电 动车	电动自行车	爱玛(424.7)	4年	雅迪(420.5)	绿源(380.1)
	汽车轮胎	米其林(653.7)	5年	普利司通(450.0)	邓禄普(332.0)
	主流车	北京现代(319.2)	1年	上海大众(287.3)	别克(283.7)
	豪华车	奥迪(505.5)	1年	宝马(494.7)	奔驰(400.5)
家居 用品	强化地板	大自然(486.6)	2年	圣象(457.7)	欧象地板(293.3)
	实木地板	圣象(517.5)	4年	大自然(458.0)	菲林格尔(306.6)
	墙面漆	多乐士(582.7)	1年	立邦(575.5)	华润(345.5)
	木器漆(油漆)	立邦(574.3)	3年	多乐士(522.1)	华润(366.0)
	瓷砖	东鹏(416.2)	1年	马可波罗(412.5)	诺贝尔(330.5)
	床垫	大自然(351.4)	1年	喜临门(350.3)	雅兰(331.9)
	龙头/花洒	九牧(437.4)	1年	科勒(424.4)	美标(352.9)
	淋浴房	科勒(488.3)	1年	箭牌(394.1)	阿波罗(384.3)
	太阳能热水器	四季沐歌(428.9)	1年	皇明(415.2)	海尔(365.8)
	整体厨房	柏厨(411.1)	1年	海尔(407.6)	欧派(390.4)
	燃气灶	方太(454.0)	1年	美的(429.0)	华帝(388.9)
座便器	TOTO(406.7)	1年	科勒(406.1)	箭牌(330.1)	
批发 零售 业	蛋糕甜点连锁店	好利来(405.8)	5年	哈根达斯(279.9)	稻香村(274.3)
	眼镜销售连锁店	宝岛眼镜(496.7)	5年	博士眼镜(316.7)	大明眼镜(291.5)
	中式快餐连锁店	永和大王(431.6)	5年	真功夫(380.1)	味千拉面(343.3)
	中式连锁餐饮	海底捞(420.3)	1年	小肥羊(418.7)	全聚德(292.4)
	手机连锁卖场	迪信通(447.8)	5年	赛博数码广场(421.4)	中域电讯(315.8)
	珠宝零售/连锁店	周大福(547.4)	4年	周生生(429.0)	老凤祥(415.1)
	茶叶连锁经销店	天福茗茶(528.5)	4年	吴裕泰(379.6)	张一元(359.7)
	咖啡连锁店	星巴克(627.1)	2年	上岛咖啡(505.7)	左岸咖啡(304.1)
	西式快餐连锁店	肯德基(622.6)	4年	麦当劳(559.8)	必胜客(416.7)
	汽车租赁连锁店	神州租车(544.2)	3年	一嗨租车(431.8)	至尊租车(388.6)
	酒业连锁店	壹玖壹玖(1919)(377.2)	2年	华致酒行(371.8)	酒立方(315.0)
	美容美发连锁店	永琪(363.4)	3年	花样年华(323.4)	文峰(284.5)
	孕婴童连锁店	乐友(384.3)	3年	爱婴坊(380.0)	贝贝熊(369.9)
	婚纱摄影连锁店	金夫人(398.7)	1年	米兰婚纱(346.1)	薇薇新娘(275.0)
	大型超市	家乐福(511.3)	1年	沃尔玛(457.0)	大润发(342.5)
	电器城	苏宁电器(593.0)	3年	国美电器(588.7)	永乐电器(257.1)
	连锁便利店	快客(335.9)	4年	7-eleven(310.8)	好邻居(302.0)
	大型家居卖场	百安居(433.1)	1年	宜家IKEA(416.4)	红星美凯龙(414.1)
	连锁百货商场	新世界百货(359.6)	1年	百盛百货(350.6)	王府井百货(277.4)
	加油站	中国石化(653.1)	1年	中国石油(586.1)	壳牌加油站(232.5)
金融 服务	财产险	中国平安财产保险(563.1)	5年	中国太平洋财产保险(502.5)	中国人寿(404.8)
	人寿险	中国平安人寿保险(617.3)	1年	中国人寿保险(520.3)	中国太平洋人寿保险(372.5)

	汽车保险	平安保险(644.4)	5年	太平洋保险(488.2)	中国人保(385.7)
	信用卡	招商银行(496.2)	1年	中国建设银行(464.4)	中国工商银行(457.2)
	银行服务	中国工商银行(546.9)	5年	中国建设银行(526.6)	中国农业银行(430.6)
	第三方在线支付	支付宝(808.5)	1年	财付通(297.6)	银联网上支付(271.4)
网络服务	综合性购物网站	淘宝(672.2)	5年	京东商城(480.8)	天猫(420.4)
	互联网门户	新浪(583.1)	5年	腾讯网(547.5)	搜狐(451.6)
	婚恋网站	百合网(522.4)	1年	珍爱网(482.8)	世纪佳缘(468.9)
	视频服务网站/APP	优酷网(517.4)	1年	腾讯视频(435.2)	土豆网(432.4)
	大型网络游戏运营商	腾讯游戏(606.9)	3年	盛大游戏(442.3)	网易(308.2)
	微博服务	新浪微博(632.6)	4年	腾讯微博(583.3)	搜狐微博(356.4)
	团购网站	美团(531.5)	1年	拉手网(384.2)	大众点评团(365.2)
	搜索引擎	百度(740.8)	3年	搜狗(365.4)	360搜索(301.1)
	在线旅游服务	携程网(593.3)	3年	同程网(425.1)	去哪儿(393.0)
一般服务	快捷酒店	如家(507.9)	1年	汉庭(474.4)	7天(443.3)
	旅行社	中国青年旅行社(466.2)	1年	中国国际旅行社(416.8)	中国旅行社总社(345.8)
	连锁电影院	万达影城(526.6)	4年	金逸国际影城(349.3)	百老汇影城(283.7)
	健身会所	浩沙健身(441.4)	4年	亚历山大健身会所(395.5)	中体倍力健身(270.6)
	培训服务	新东方(536.8)	4年	北大青鸟(395.2)	山木培训(335.7)
	高端连锁酒店	喜来登(452.7)	1年	假日(435.2)	香格里拉(348.4)
	快递服务	顺丰速运 S.F.(599.1)	1年	申通快递 ST0(507.9)	圆通速递(368.9)
	航空服务	南方航空 CZ(566.0)	5年	东方航空 MU(520.5)	中国国际航空 CA(371.3)
	房产中介服务	21世纪不动产(399.9)	1年	我爱我家(384.9)	中原地产(337.8)
	通讯服务	中国移动(673.6)	3年	中国联通(517.4)	中国电信(270.5)
	即时通讯软件	微信(695.5)	1年	腾讯QQ(565.5)	飞信(303.0)

1. 资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)

2. 摘登本新闻稿中的图表时必须声明 Chnbrand 为发布者和资料来源于 Chnbrand2015年中国品牌力指数(C-BPI)研究, 事先未经 Chnbrand 明确书面同意, 禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途。

【C-BPI 发布平台 (www.chn-brand.org/c-bpi) 已经同步上线, 供社会各界实时查询】

第二部分：2015 年 C-BPI 行业综述

1、快速消费品

- ➔ 2015 年 C-BPI 指数研究项目共计调查了 74 个快速消费品细分行业，其中细分为 6 个子类：食品、饮品、生活用品、时尚用品、药品/保健品及其他消费品。
- ➔ 与 2014 年结果相比，在上述的 74 个细分行业中，连续五年夺冠的品牌共计 32 个；连续四年夺冠的品牌（不包括连续五年夺冠的品牌）共计 6 个；第一品牌发生变化的共计 14 个；另外，新增了 7 个行业。

① 食品行业包括 17 个细分行业，其中连续五年夺冠的品牌有 8 个，分别为德芙、喜之郎、乐事、奥利奥、康师傅（方便面）、金龙鱼、太太乐、海天（酱油）；连续四年夺冠的品牌（不包括连续五年夺冠的品牌）3 个，分别为双汇、蒙牛、海天（食醋）；第一品牌发生变化的有 1 个，夺冠品牌为绿箭。

行业名称	第一品牌（连续年数）	第二品牌	第三品牌	2014 年第一品牌
口香糖	绿箭(607.0)(1 年)	益达(591.1)	好丽友(316.2)	益达(660.1)
巧克力	德芙(692.9)(5 年)	金帝(398.0)	士力架(349.4)	德芙(694.9)
糖果	阿尔卑斯(545.5)(3 年)	徐福记(513.4)	大白兔(422.6)	阿尔卑斯(587.5)
润喉糖	绿箭薄荷糖(468.6) (1 年)	荷氏(403.6)	京都念慈庵枇杷润喉糖 (354.5)	荷氏(536.6)
果冻	喜之郎(652.7)(5 年)	徐福记(417.3)	水晶之恋(408.5)	喜之郎(675.8)
膨化食品	乐事(565.3)(5 年)	上好佳(472.8)	好丽友(361.4)	乐事(578.9)
饼干/威化	奥利奥(565.8)(5 年)	康师傅(448.4)	好吃点(334.2)	奥利奥(584.5)
方便面	康师傅(738.7)(5 年)	统一 100(446.5)	来一桶(339.1)	康师傅(710.3)
派	达利园(568.9)(2 年)	好丽友(567.8)	盼盼(400.1)	达利园(576.0)
火腿肠	双汇(655.1)(4 年)	金锣(438.9)	雨润(353.9)	双汇(687.3)
速冻食品	思念(532.3)(3 年)	湾仔码头(491.2)	三全(455.0)	思念(571.8)
冰淇淋/雪糕	蒙牛(510.5)(4 年)	伊利(508.4)	和路雪(429.4)	蒙牛(580.7)
食用油	金龙鱼(590.6)(5 年)	鲁花(484.6)	福临门(461.6)	金龙鱼(638.6)
婴幼儿奶粉	多美滋(440.6)(3 年)	贝因美(431.6)	美赞臣(409.2)	多美滋(536.3)
鸡精	太太乐(672.9)(5 年)	家乐(412.7)	莲花(261.5)	太太乐(680.5)
酱油	海天(592.6)(5 年)	李锦记(442.0)	加加(323.2)	海天(612.6)
食醋	海天(468.7)(4 年)	镇江(405.9)	恒顺(314.6)	海天(536.3)

资料来源：Chnbrand 2015 年中国品牌力指数（C-BPI）

② 饮品行业包括 14 个细分行业，其中连续五年夺冠的品牌有 5 个，分别为汇源、美汁源、康师傅（茶饮料）、雀巢、蒙牛（酸奶）；第一品牌发生变化的有 4 个，夺冠品牌为农夫山泉、脉动、伊利（乳酸菌饮料/乳饮料）、张裕；新增了 2 个行业，高档白酒第一品牌为茅台，主流白酒第一品牌为金六福。

行业名称	第一品牌（连续年数）	第二品牌	第三品牌	2014 年第一品牌
瓶装水	农夫山泉(586.9)(1 年)	康师傅(519.8)	娃哈哈(376.5)	康师傅(574.9)
100%纯果汁	汇源(621.7)(5 年)	农夫果园(490.3)	味全每日 C(382.0)	汇源(673.1)
果汁/果味饮料/蔬菜汁	美汁源(546.3)(5 年)	康师傅(481.8)	统一(431.6)	美汁源(638.8)
功能饮料	脉动(659.8)(1 年)	红牛(519.2)	农夫山泉尖叫(301.4)	红牛(607.6)
茶饮料	康师傅(676.6)(5 年)	统一(497.8)	娃哈哈(340.2)	康师傅(689.5)
速溶咖啡	雀巢(747.4)(5 年)	麦斯威尔(439.9)	摩卡(354.4)	雀巢(733.5)
凉茶	加多宝(620.0)(2 年)	王老吉(614.9)	和其正(350.7)	加多宝(613.0)

乳酸菌饮料/乳饮料	伊利(493.4)(1年)	蒙牛(491.4)	娃哈哈(399.4)	蒙牛(609.2)
液态奶	蒙牛(590.3)(2年)	伊利(502.9)	特仑苏(377.9)	蒙牛(567.1)
酸奶	蒙牛(522.1)(5年)	伊利(485.3)	光明(409.9)	蒙牛(588.9)
啤酒	雪花(536.8)(2年)	青岛(501.5)	百威(367.0)	雪花(549.1)
国产葡萄酒	张裕(511.2)(1年)	长城(500.8)	王朝(417.8)	长城(539.0)
主流白酒	金六福(463.4)(1年)	泸州老窖(420.9)	五粮春(316.6)	
高档白酒	茅台(556.0)(1年)	五粮液(552.7)	剑南春(340.1)	
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

③ 生活用品行业包括 18 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 10 个, 分别为飞利浦、高露洁、舒肤佳、蓝月亮(洗手液)、玉兰油、强生、海飞丝、蓝月亮(洗衣液)、金纺、心相印; 第一品牌发生变化的有 2 个, 夺冠品牌为白猫(碗碟洗洁精)、蓝月亮(消毒液); 新增了 3 行业, 分别为护舒宝(卫生巾/卫生护垫)、欧莱雅(男士护肤品)、玉兰油(女士护肤品)。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
碗碟洗洁精	白猫(512.3)(1年)	雕牌(482.9)	立白(477.8)	立白(535.3)
消毒液	蓝月亮(451.5)(1年)	滴露(449.1)	威露士(329.3)	滴露(545.0)
电动剃须刀	飞利浦(609.3)(5年)	飞科(515.8)	松下(346.4)	飞利浦(627.9)
牙膏	高露洁(564.5)(5年)	佳洁士(499.9)	黑人(430.3)	高露洁(575.7)
香皂	舒肤佳(706.3)(5年)	力士(486.1)	玉兰油(334.1)	舒肤佳(706.4)
洗手液	蓝月亮(573.9)(5年)	舒肤佳(518.0)	滴露(373.9)	蓝月亮(637.5)
洗面奶	玉兰油(478.5)(5年)	妮维雅(404.7)	欧莱雅(387.3)	玉兰油(496.0)
婴儿/儿童洗浴/润肤品	强生(662.7)(5年)	六神(391.5)	宝宝金水(313.3)	强生(650.5)
沐浴露	舒肤佳(567.1)(3年)	力士(442.9)	玉兰油(409.5)	舒肤佳(616.5)
洗发/护发品	海飞丝(551.8)(5年)	飘柔(482.0)	潘婷(430.4)	海飞丝(577.2)
洗衣粉	汰渍(540.4)(3年)	奥妙(509.3)	雕牌(416.6)	汰渍(560.1)
洗衣液	蓝月亮(635.4)(5年)	奥妙(465.2)	汰渍(389.3)	蓝月亮(636.3)
衣物柔顺剂	金纺(681.6)(5年)	蓝月亮(518.2)	开米涤王(279.0)	金纺(674.6)
纸巾/卷纸	心相印(543.4)(5年)	清风(475.0)	维达(453.4)	心相印(571.7)
婴幼儿纸尿裤/纸尿片	帮宝适(556.2)(3年)	妈咪宝贝(500.6)	好奇(418.7)	帮宝适(586.0)
卫生巾/卫生护垫	护舒宝(531.5)(1年)	苏菲(504.9)	七度空间(391.2)	
男士护肤品	欧莱雅(449.8)(1年)	妮维雅(399.3)	曼秀雷敦(353.7)	
女士护肤品	玉兰油(506.2)(1年)	欧莱雅(451.1)	丁家宜(382.2)	
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

④ 时尚用品行业包括 11 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 3 个, 分别为达芙妮、耐克(运动鞋)、雅戈尔(男士西服); 第一品牌发生变化的有 3 个, 夺冠品牌为阿迪达斯(运动服装)、米奇(童装/婴幼儿服装)、都市丽人(女士内衣)。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
女鞋	达芙妮(526.4)(5年)	百丽(452.3)	红蜻蜓(365.3)	达芙妮(571.6)
男士皮鞋	七匹狼(389.9)(2年)	意尔康(369.9)	金利来(337.8)	七匹狼(427.0)
运动鞋	耐克(484.1)(5年)	阿迪达斯(480.9)	李宁(440.5)	耐克(559.1)
女士内衣	都市丽人(424.6)(1年)	黛安芬(393.2)	婷美(388.0)	黛安芬(465.5)
男士正装	雅戈尔(445.1)(5年)	金利来(438.8)	七匹狼(358.8)	雅戈尔(527.8)
运动服装	阿迪达斯(492.8)(1年)	李宁(482.3)	耐克(469.8)	耐克(545.1)
童装/婴幼儿服装	米奇(473.2)(1年)	好孩子(426.7)	巴拉巴拉(387.0)	好孩子(492.8)
保暖内衣	三枪(494.0)(3年)	红豆(397.2)	南极人(386.4)	三枪(509.2)

羽绒服/棉衣	波司登(548.0)(3年)	雅鹿(344.1)	鸭鸭(341.5)	波司登(610.8)
男士商务休闲装	七匹狼(474.9)(2年)	柒牌(372.1)	劲霸(341.4)	七匹狼(505.7)
手表	劳力士(416.7)(4年)	卡西欧(400.3)	飞亚达(346.1)	劳力士(510.2)

资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)

- ⑤ 药品/保健品行业包括6个细分行业,其中连续五年夺冠的品牌有2个,分别为脑白金、21金维他;第一品牌发生变化的有4个,分别为钙尔奇、三九感冒灵、珍视明、云南白药。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
补钙型保健品	钙尔奇(517.6)(1年)	盖中盖(431.9)	三精(347.3)	盖中盖(551.4)
补脑型保健品	脑白金(600.8)(5年)	生命一号(409.0)	康富来脑轻松胶囊(279.9)	脑白金(657.0)
维生素补品	21金维他(491.2)(5年)	黄金搭档(428.2)	善存(400.4)	21金维他(484.1)
感冒药	三九感冒灵(458.0)(1年)	白加黑(450.9)	新康泰克(394.8)	白加黑(509.4)
保健型眼药水	珍视明(488.5)(1年)	润洁(459.1)	闪亮(448.6)	闪亮(510.5)
创可贴	云南白药(611.9)(1年)	邦迪(610.4)	屈臣氏(245.3)	邦迪(578.9)

资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)

- ⑥ 其他消费品行业包括8个细分行业,其中连续五年夺冠的品牌有2个,分别为长城(机油/润滑油)、南孚;新增了2个行业,第一品牌为红塔山(主流香烟)、中华(高档香烟)。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
机油/润滑油	长城(540.7)(5年)	壳牌(508.6)	美孚(499.3)	长城(552.1)
干电池	南孚(687.1)(5年)	金霸王(397.3)	555(347.0)	南孚(709.6)
隐形眼镜	博士伦(601.2)(4年)	海昌(520.2)	卫康(320.8)	博士伦(610.8)
保鲜盒	乐扣乐扣(681.5)(4年)	特百惠(404.3)	乐百惠(274.7)	乐扣乐扣(680.5)
不锈钢保温杯/瓶/壶	乐扣乐扣(499.6)(3年)	虎牌(349.2)	哈尔斯(328.1)	乐扣乐扣(570.8)
狗粮/猫粮	宝路(459.0)(4年)	伟嘉(457.9)	好主人(452.0)	宝路(536.0)
主流香烟	红塔山(459.7)(1年)	红双喜(上海)(392.6)	白沙(376.0)	
高档香烟	中华(572.1)(1年)	黄鹤楼(425.0)	玉溪(383.9)	

资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)

2、耐用消费品

- 2015年C-BPI指数研究项目共计调查了38个耐用消费品细分行业,其中细分为4个子类:家电产品、信息通讯、汽车/电动车、家居用品。
- 与2014年结果相比,在上述的38个细分行业中,连续五年夺冠的品牌共计13个;连续四年夺冠的品牌(不包括连续五年夺冠的品牌)共计5个;第一品牌发生变化的共计12个;另外,新增了2个行业。

- ⑦ 家电产品行业包括17个细分行业,其中连续五年夺冠的品牌有11个,分别为三星(彩电)、海尔(洗衣机)、海尔(电冰箱)、海尔(电热水器)、格力、飞利浦(吸尘器)、格兰仕(微波炉)、美的(电饭煲)、九阳(豆浆机)、九阳(榨汁机)、佳能(数码照相机);第一品牌发生变化的有3个,夺冠品牌为老板(抽油烟机)、松下(空气净化器)、佳能(数码照相机)。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
彩电	三星(436.4)(5年)	松下(408.8)	长虹(391.1)	三星(474.5)
洗衣机	海尔(522.1)(5年)	小天鹅(449.8)	西门子(397.9)	海尔(570.3)
电冰箱	海尔(547.6)(5年)	美的(432.0)	西门子(405.8)	海尔(594.1)
空调	格力(542.0)(5年)	美的(497.7)	海尔(447.0)	格力(595.3)

电热水器	海尔(531.9)(5年)	美的(471.2)	西门子(324.4)	海尔(531.1)
抽油烟机	老板(446.3)(1年)	美的(442.5)	方太(427.2)	方太(523.4)
吸尘器	飞利浦(488.4)(5年)	海尔(442.7)	美的(440.8)	飞利浦(571.2)
微波炉	格兰仕(658.4)(5年)	美的(520.6)	松下(327.0)	格兰仕(646.4)
电饭煲	美的(576.3)(5年)	苏泊尔(486.0)	格兰仕(388.6)	美的(621.5)
电磁炉	美的(621.7)(4年)	格兰仕(428.7)	苏泊尔(389.0)	美的(636.2)
加湿器	美的(565.7)(2年)	亚都(444.0)	格力(339.1)	美的(552.3)
电风扇	美的(589.6)(4年)	格力(426.5)	海尔(389.0)	美的(634.7)
豆浆机	九阳(718.5)(5年)	美的(468.4)	飞利浦(357.4)	九阳(713.2)
榨汁机	九阳(560.1)(5年)	美的(494.7)	飞利浦(429.8)	九阳(631.6)
空气净化器	松下(485.7)(1年)	飞利浦(466.2)	美的(366.1)	飞利浦(559.2)
数码摄像机	佳能(553.7)(1年)	索尼(517.4)	松下(435.7)	索尼(608.6)
数码照相机	佳能(561.6)(5年)	索尼(477.2)	三星(453.0)	佳能(591.0)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C)				

⑧ 信息通讯行业包括 5 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 1 个, 为联想(笔记本电脑); 第一品牌发生变化的有 1 个, 夺冠品牌为联想(显示器)。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
手机	苹果(556.4)(2年)	三星(553.2)	小米(366.9)	苹果(568.5)
笔记本电脑	联想(525.0)(5年)	戴尔(434.2)	三星(393.4)	联想(595.1)
台式品牌电脑	联想(593.3)(4年)	戴尔(420.3)	苹果(364.8)	联想(636.6)
显示器	联想(526.5)(1年)	三星(495.9)	华硕(354.1)	三星(556.5)
学习类辅助工具	步步高(565.7)(3年)	好记星(501.8)	读书郎(352.8)	步步高(595.2)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

⑨ 汽车/电动车行业包 4 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 1 个, 为米其林; 连续四年夺冠的品牌(不包括连续五年夺冠的品牌)有 1 个, 为爱玛。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
电动自行车	爱玛(424.7)(4年)	雅迪(420.5)	绿源(380.1)	爱玛(556.2)
汽车轮胎	米其林(653.7)(5年)	普利司通(450.0)	邓禄普(332.0)	米其林(607.3)
主流车	北京现代(319.2)(1年)	上海大众(287.3)	别克(283.7)	
豪华车	奥迪(505.5)(1年)	宝马(494.7)	奔驰(400.5)	
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

⑩ 家居用品行业包括 12 个细分行业, 未产生连续五年夺冠的品牌, 连续四年夺冠的品牌有 1 个, 为圣象; 第一品牌发生变化的有 9 个, 夺冠品牌为多乐士、东鹏、大自然、九牧、科勒、四季沐歌、柏厨、方太、TOTO。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
强化地板	大自然(486.6)(2年)	圣象(457.7)	欧象地板(293.3)	大自然(531.8)
实木地板	圣象(517.5)(4年)	大自然(458.0)	菲林格尔(306.6)	圣象(527.1)
墙面漆	多乐士(582.7)(1年)	立邦(575.5)	华润(345.5)	立邦(603.4)
木器漆(油漆)	立邦(574.3)(3年)	多乐士(522.1)	华润(366.0)	立邦(582.6)
瓷砖	东鹏(416.2)(1年)	马可波罗(412.5)	诺贝尔(330.5)	马可波罗(511.0)
床垫	大自然(351.4)(1年)	喜临门(350.3)	雅兰(331.9)	喜临门(439.2)
龙头/花洒	九牧(437.4)(1年)	科勒(424.4)	美标(352.9)	科勒(484.1)

淋浴房	科勒(488.3)(1年)	箭牌(394.1)	阿波罗(384.3)	箭牌(513.1)
太阳能热水器	四季沐歌(428.9)(1年)	皇明(415.2)	海尔(365.8)	太阳雨(573.6)
整体厨房	柏厨(411.1)(1年)	海尔(407.6)	欧派(390.4)	欧派(495.0)
燃气灶	方太(454.0)(1年)	美的(429.0)	华帝(388.9)	华帝(476.1)
座便器	TOTO(406.7)(1年)	科勒(406.1)	箭牌(330.1)	科勒(498.1)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

3、服务业

- 2015年C-BPI指数研究项目共计调查了46个服务业细分行业,并细分为4个子类:批发零售业、金融服务、网络服务、一般服务。
- 与2014年结果相比,在上述的46个细分行业中,连续五年夺冠的品牌共计10个;连续四年夺冠的品牌(不包括连续五年夺冠的品牌)共计8个;第一品牌发生变化的共计10个;另外,新增了1个行业。

① 批发零售业行业包括20个细分行业,其中连续五年夺冠的品牌有4个,分别为好利来、宝岛眼镜、永和大王、迪信通;第一品牌发生变化的有4个,夺冠品牌为金夫人、家乐福、百安居、新世界百货。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
蛋糕甜点连锁店	好利来(405.8)(5年)	哈根达斯(279.9)	稻香村(274.3)	好利来(492.1)
眼镜销售连锁店	宝岛眼镜(496.7)(5年)	博士眼镜(316.7)	大明眼镜(291.5)	宝岛眼镜(575.6)
中式快餐连锁店	永和大王(431.6)(5年)	真功夫(380.1)	味千拉面(343.3)	永和大王(483.7)
中式连锁餐饮	海底捞(420.3)(1年)	小肥羊(418.7)	全聚德(292.4)	小肥羊(481.9)
手机连锁卖场	迪信通(447.8)(5年)	赛博数码广场(421.4)	中域电讯(315.8)	迪信通(516.4)
珠宝零售/连锁店	周大福(547.4)(4年)	周生生(429.0)	老凤祥(415.1)	周大福(580.4)
茶叶连锁经销店	天福茗茶(528.5)(4年)	吴裕泰(379.6)	张一元(359.7)	天福茗茶(536.3)
咖啡连锁店	星巴克(627.1)(2年)	上岛咖啡(505.7)	左岸咖啡(304.1)	星巴克(581.8)
西式快餐连锁店	肯德基(622.6)(4年)	麦当劳(559.8)	必胜客(416.7)	肯德基(674.6)
汽车租赁连锁店	神州租车(544.2)(3年)	一嗨租车(431.8)	至尊租车(388.6)	神州租车(568.6)
酒业连锁店	壹玖壹玖(1919)(377.2)(2年)	华致酒行(371.8)	酒立方(315.0)	壹玖壹玖(1919)(466.8)
美容美发连锁店	永琪(363.4)(3年)	花样年华(323.4)	文峰(284.5)	永琪(437.8)
孕婴童连锁店	乐友(384.3)(3年)	爱婴坊(380.0)	贝贝熊(369.9)	乐友(474.0)
婚纱摄影连锁店	金夫人(398.7)(1年)	米兰婚纱(346.1)	薇薇新娘(275.0)	兰蔻(435.1)
大型超市	家乐福(511.3)(1年)	沃尔玛(457.0)	大润发(342.5)	沃尔玛(544.0)
电器城	苏宁电器(593.0)(3年)	国美电器(588.7)	永乐电器(257.1)	苏宁电器(638.0)
连锁便利店	快客(335.9)(4年)	7-eleven(310.8)	好邻居(302.0)	快客(420.2)
大型家居卖场	百安居(433.1)(1年)	宜家IKEA(416.4)	红星美凯龙(414.1)	红星美凯龙(522.8)
连锁百货商场	新世界百货(359.6)(1年)	百盛百货(350.6)	王府井百货(277.4)	百盛百货(439.5)
加油站	中国石化(653.1)(1年)	中国石油(586.1)	壳牌加油站(232.5)	中国石油(681.9)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

② 金融服务行业包括6个细分行业,其中连续五年夺冠的品牌有3个,分别为中国平安(财产险)、平安保险(汽车保险)、中国工商银行(银行服务);第一品牌发生变化的有1个,夺冠品牌为招商银行,新增了1个行业,第一品牌为支付宝。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
财产险	中国平安财产保险(563.1)(5年)	中国太平洋财产保险(502.5)	中国人寿(404.8)	中国平安财产保险(655.0)

人寿险	中国平安人寿保险(617.3)(1年)	中国人寿保险(520.3)	中国太平洋人寿保险(372.5)	中国人寿保险(621.9)
汽车保险	平安保险(644.4)(5年)	太平洋保险(488.2)	中国人保(385.7)	平安保险(615.2)
信用卡	招商银行(496.2)(1年)	中国建设银行(464.4)	中国工商银行(457.2)	中国工商银行(513.5)
银行服务	中国工商银行(546.9)(5年)	中国建设银行(526.6)	中国农业银行(430.6)	中国工商银行(613.9)
第三方在线支付	支付宝(808.5)(1年)	财付通(297.6)	银联网上支付(271.4)	
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

⑬ 网络服务行业包括 9 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 2 个, 分别为淘宝、新浪。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
综合性购物网站	淘宝(672.2)(5年)	京东商城(480.8)	天猫(420.4)	淘宝(710.0)
互联网门户	新浪(583.1)(5年)	腾讯网(547.5)	搜狐(451.6)	新浪(666.4)
婚恋网站	百合网(522.4)(1年)	珍爱网(482.8)	世纪佳缘(468.9)	珍爱网(603.2)
视频服务网站/APP	优酷网(517.4)(1年)	腾讯视频(435.2)	土豆网(432.4)	土豆网(566.6)
大型网络游戏运营商	腾讯游戏(606.9)(3年)	盛大游戏(442.3)	网易(308.2)	腾讯游戏(668.3)
微博服务	新浪微博(632.6)(4年)	腾讯微博(583.3)	搜狐微博(356.4)	新浪微博(688.5)
团购网站	美团(531.5)(1年)	拉手网(384.2)	大众点评团(365.2)	拉手网(513.9)
搜索引擎	百度(740.8)(3年)	搜狗(365.4)	360搜索(301.1)	百度(772.2)
在线旅游服务	携程网(593.3)(3年)	同程网(425.1)	去哪儿(393.0)	携程网(563.7)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

⑭ 一般服务行业包括 11 个细分行业, 其中连续五年夺冠的品牌有 1 个, 为南方航空; 第一品牌发生变化的有 5 个, 夺冠品牌为如家、喜来登、顺丰速运、21 世纪不动产、微信。

行业名称	第一品牌(连续年数)	第二品牌	第三品牌	2014年第一品牌
快捷酒店	如家(507.9)(1年)	汉庭(474.4)	7天(443.3)	7天(552.4)
旅行社	中国青年旅行社(466.2)(1年)	中国国际旅行社(416.8)	中国旅行社总社(345.8)	中国旅行社总社(497.7)
连锁电影院	万达影城(526.6)(4年)	金逸国际影城(349.3)	百老汇影城(283.7)	万达影城(654.6)
健身会所	浩沙健身(441.4)(4年)	亚历山大健身会所(395.5)	中体倍力健身(270.6)	浩沙健身(465.0)
培训服务	新东方(536.8)(4年)	北大青鸟(395.2)	山木培训(335.7)	新东方(605.5)
高端连锁酒店	喜来登(452.7)(1年)	假日(435.2)	香格里拉(348.4)	假日(470.0)
快递服务	顺丰速运 S.F.(599.1)(1年)	申通快递 STO(507.9)	圆通速递(368.9)	中国邮政 EMS(511.3)
航空服务	南方航空 CZ(566.0)(5年)	东方航空 MU(520.5)	中国国际航空 CA(371.3)	南方航空 CZ(611.1)
房产中介服务	21世纪不动产(399.9)(1年)	我爱我家(384.9)	中原地产(337.8)	我爱我家(484.4)
通讯服务	中国移动(673.6)(3年)	中国联通(517.4)	中国电信(270.5)	中国移动(750.4)
即时通讯软件	微信(695.5)(1年)	腾讯QQ(565.5)	飞信(303.0)	腾讯QQ(733.2)
资料来源: Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)				

第三部分：2015 年 C-BPI 调查概要

1. 调查背景及目的

积极打造消费者最信任的连续品牌评价制度，本年度调查属于第 5 届调查

- ➔ C-BPI 调查的基本方针是对消费品行业品牌的品牌力（由认知度和忠诚度指标组成）情况进行调查，并实时公布调查结果。通过上述调查结果，相关企业可以确定其产品品牌在行业中的位置，明确提高品牌力方向，同时为企业品牌战略管理提供基础性参考指标。
- ➔ C-BPI 除了公布有着重要意义的指数排行之外，还建立了一个包括多个品牌力构成要素指标在内、涉及所调查行业全部品牌的综合数据库，可以为企业提供更详细的品牌力指数分析和诊断，帮助企业制定系统的品牌经营战略，以有效提升品牌力。
- ➔ C-BPI 调查是针对消费者的连续调查，可以引导消费者理性消费，引导企业更加重视消费者评价，也可以为企业进行连续品牌力监控和品牌指标考核提供参考。

2. 调查意义

可以为加大消费者权益保护力度和提高中国品牌竞争力做出贡献

- ➔ 2010 年，中国企业品牌研究中心开发出了基于 C-BPI 研究结果的体系化品牌管理方法，2011 年公布第 1 届 C-BPI 调查结果，本年度调查属于第 5 届。大多数企业已经开始根据 C-BPI 结果设立品牌经营成果管理指标（KPI: Key Performance Index）；同时以 C-BPI 指标和结果为基础，对品牌进行战略性管理。C-BPI 将帮助中国品牌更好的与世界级品牌同场竞技并实现超越。
- ➔ 中国品牌力指数（C-BPI）调查结果已经被美国 Purdue 大学、清华大学、人民大学、中国社科院等学术界作为基础数据使用，初步研究结论显示品牌力与企业竞争力和企业利润有着相当密切的关系。多个投资机构、广告机构、咨询机构和企业已经或者计划使用 C-BPI 调查结果作为战略决策依据之一。
- ➔ 利用 C-BPI 调查结果，可以激励企业提高自身品牌竞争力，可以解读消费者在选择品牌时的真实想法，倡导合理的消费观念，保护消费者权益。

3. C-BPI 调查的设计

- 1) 调查对象：年龄在满 15 岁以上到满 60 岁以下的常住居民
- 2) 调查区域：全国 30 个城市
- 3) 抽样方法：根据人口比例（性别、年龄段、区域）进行随机抽样调查
- 4) 总样本数量：11,500 样本
- 5) 调查时间：2014 年 10 月 1 日开始，2015 年 2 月 28 日结束，总计 151 天
- 6) 调查方法：入户面访

4. C-BPI 研究模型

- ➔ C-BPI 可以体现消费者在认知品牌资产过程中各相关要素对认知度和忠诚度的影响力，以此为中心可以预测消费者的购买行为。具体的说，C-BPI 是从消费者认知结构出发，进行以品牌认知度和品牌忠诚度为中心的调查。对品牌认知度加权 70%（第一提及认知度 40%、未提示认知度 20%、提示认知度 10%），对品牌忠诚度加权 30%，以 1000 分为满分，算出中国品牌力指数。



5. 2015C-BPI 调查覆盖行业和品牌

→ 在选择年度 C-BPI 调查行业时，我们遵循的一个原则是：对于国内居民生活中所涉及到的、比较成熟的消费品和消费服务行业，我们要努力做到全覆盖。因此，我们每年度的调查结果基本上可以反映中国国内消费品和消费服务品牌发展的全貌。一般来说，先进国家的服务业比重占整个产业的 70%，但对尚属于发展中国家的中国来说，服务业所占的比例还远未达到发达国家的水平，2011 年 C-BPI 调查的 105 个行业中，服务业为 21 个；2012 年 C-BPI 调查行业增加到 152 个，其中服务业行业增加到 40 个，经过调整，C-BPI 调查的服务行业逐步增加到 2015 年的 46 个。这与我国服务业的快速发展是一致的。未来随着服务业在国民经济中的比重进一步提高，我们也将在今后年度调查中不断增加服务行业的数量。

→ 2015 年 C-BPI 调查覆盖行业数量为 158 个，共涉及到 7800 多个主流品牌。

行业分类		研究对象	
快速消费品(74)	食品(17)	糖果制品 (5)	口香糖、巧克力、糖果、润喉糖、果冻
		一般食品 (9)	膨化食品、饼干/威化、方便面、派、火腿肠、速冻食品、冰淇淋/雪糕、食用油(不包括香油)、婴幼儿奶粉
		调味品(3)	鸡精、酱油、食醋
	饮品(14)	饮料 (7)	瓶装水、100%纯果汁、果汁/果味饮料/蔬菜汁、功能饮料、茶饮料、速溶咖啡、凉茶
		乳制品 (3)	乳酸菌饮料 (含乳饮料)、鲜奶(纯牛奶)、酸奶
		酒类 (4)	啤酒、国产葡萄酒、主流白酒、高档白酒
	生活用品(18)	卫生用品(16)	碗碟清洁精、消毒液、电动剃须刀、牙膏、香皂、洗手液、洗面奶、婴儿/儿童洗浴/润肤品、沐浴露、洗发/护发品、洗衣粉、洗衣液、衣物柔顺剂、纸巾/卷纸、卫生巾/卫生护垫、婴幼儿纸尿裤/纸尿片
		美容用品(2)	男士护肤品、女士护肤品
	时尚用品(11)	鞋类 (3)	女式皮鞋、男式皮鞋、运动鞋
		服装 (7)	女士内衣、男士正装、男士商务休闲装、运动服装、童装/婴幼儿服装、保暖内衣、羽绒服/棉衣
配饰 (1)		手表	
药品/保健品(6)	药品/保健品(6)	补钙型保健品、补脑型保健品、维生素补品、感冒药、保健型眼药水、创可贴	
其他消费品 (8)	其他消费品 (8)	干电池、机油/润滑油、隐形眼镜、保鲜盒、不锈钢保温杯(瓶/壶)、狗粮/猫粮、主流香烟、高档香烟	
耐用消费品(38)	家电产品 (17)	黑色家电 (1)	彩电
		白色家电 (3)	洗衣机、电冰箱、空调
		小家电 (11)	电热水器、抽油烟机、吸尘器、微波炉、电饭煲、电磁炉、电风扇、加湿器、豆浆机、榨汁机、空气净化器
		数字家电 (2)	数码摄像机、数码照相机

	信息通讯(5)	信息通讯(5)	手机、笔记本电脑、台式品牌电脑、显示器、学习类辅助工具
	汽车/电动(4)	汽车/电动(4)	汽车轮胎、电动自行车、主流车、豪华车
	家居用品(12)	家具/家装(6)	强化地板、实木及实木复合地板、墙面漆、木器漆(油漆)、瓷砖、床垫
		厨房/卫浴(6)	龙头/花洒、淋浴房、太阳能热水器、整体厨房、燃气灶、马桶
服务业 (46)	批发零售业(20)	特许经营(14)	蛋糕甜点连锁店、眼镜销售连锁店、中式快餐连锁店、中式连锁餐饮(不包括快餐)、手机连锁卖场、珠宝零售/连锁店、茶叶连锁经销店、咖啡连锁店、西式快餐连锁店、汽车租赁连锁店、酒业连锁店、美容美发连锁店、孕婴童连锁店、婚纱摄影连锁店
		大型连锁零售业(6)	大型超市、电器城、连锁便利店、大型家居卖场、连锁百货商场、加油站
	金融服务(6)	金融服务(6)	财产险、人寿险、汽车保险、信用卡、银行服务、第三方在线支付
	网络服务(9)	网络服务(9)	综合性购物网站、互联网门户、婚恋网站、视频服务网站、大型网络游戏运营商、微博服务、团购网站、搜索引擎、在线旅游服务
	一般服务(11)	康乐文化服务(6)	快捷酒店、旅行社、连锁电影院、健身会所、培训服务(非学历教育)、高端连锁酒店
		运输/物流(2)	快递服务、航空服务
其他服务(3)		房产中介服务、通讯服务、即时通讯	

摘登本新闻稿中的图表时必须声明Chnbrand为发布者和资料来源于Chnbrand 2015年中国品牌力指数(C-BPI)研究,事先未经Chnbrand明确书面同意,禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途。