การประชุมสุดยอด China Brand Development Summit เปิดฉากขึ้นที่นครเซี่ยงไฮ้ พร้อมเผยอันดับการประเมินมูลค่าแบรนด์

การประชุมสุดยอด China Brand Development Summit ซึ่งเป็นกิจกรรมแรกของงาน “May 10 China Brand Day” ได้ถูกจัดขึ้นเมื่อวันพฤหัสบดีที่ผ่านมา ณ นครเซี่ยงไฮ้ ทางตะวันออกของจีน ทั้งนี้ งาน May 10 China Brand Day จัดโดยสำนักข่าวซินหัว, หนังสือพิมพ์อีโคโนมิค เดลี่, สภาส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ(CCPIT), สภาส่งเสริมการพัฒนาแบรนด์สินค้า (CCBD) และสมาคมประเมินค่าของจีน (CAS) ร่วมกับ China Economic Information Service (CEIS) และสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ที่ประชุมได้มีการเปิดเผยรายชื่อในอันดับการประเมินมูลค่าของแบรนด์ ผลปรากฏว่า ธนาคาร ICBC รั้งอันดับ 1 ด้วยมูลค่าการประเมินราว 2.93 แสนล้านหยวน

ทั้งนี้ การเปิดเผยรายชื่อของแบรนด์ที่ติดอันดับการประเมินมูลค่าได้ถูกดำเนินมาเป็นปีที่ 6 ติดต่อกันแล้ว โดยปีนี้มีแบรนด์ที่เข้าร่วมประเมินมากถึง 1,293 แบรนด์ แต่มีเพียง 589 แบรนด์ที่ติดอันดับ คิดเป็นมูลค่ารวมกันทั้งสิ้นราว 7.4 ล้านล้านหยวน

ผลการประเมินมูลค่าแบรนด์พบว่า ธนาคาร ICBC คว้าอันดับหนึ่งในการประเมิน โดยมีมูลค่าแบรนด์ประมาณ 2.93 แสนล้านหยวน ขณะที่ กุ้ยโจว เหมาไถ อยู่ในอันดับสูงสุดจากการประเมินมูลค่าแบรนด์ระดับภูมิภาค ด้วยมูลค่าการประเมินราว 2.88 แสนล้านหยวน ส่วนบริษัทกีลี ออโต กรุ๊ป ครองตำแหน่งสูงสุดในประเภทแบรนด์สินค้า โดยมีมูลค่าแบรนด์ประมาณ 3.14 หมื่นล้านหยวน, ต้าหลี่ ฟู้ดส์ มีมูลค่าแบรนด์สูงสุดในบรรดาแบรนด์นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ด้วยมูลค่าราว 2 หมื่นล้านหยวน และชิงเต่า บริวเวอรี่ คว้าอันดับสูงสุดในกลุ่มแบรนด์ที่มีประวัติอันยาวนาน โดยมีมูลค่าแบรนด์ประมาณ 4.3 หมื่นล้านหยวน

คุณหลิว ผิงจุน ประธานสภาส่งเสริมการพัฒนาแบรนด์สินค้า (CCBD) กล่าวว่า แบรนด์ที่มีชื่อเสียงระดับโลกแค่ประมาณ 20% ในปัจจุบัน ได้เข้ามาครองส่วนแบ่งในตลาดไปแล้วถึง 80% อีกทั้งประเทศพัฒนาแล้วทั้งหลายก็กำลังเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยแบรนด์ การทำให้แบรนด์จีน “ก้าวสู่ระดับโลก” และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจที่มีคุณภาพสูงจึงเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นๆที่เราควรต้องตระหนัก

เหล่าผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมประชุมยังเห็นพ้องกันว่า มีความจำเป็นที่จะต้องนำเอามาตรการที่หลากหลายมาใช้ในการช่วยบ่มเพาะสู่การสร้างแบรนด์ระดับโลก

คุณสู คุนหลิน รองนายกเทศมนตรีนครเซี่ยงไฮ้ กล่าวว่า นครเซี่ยงไฮ้กำลังสร้างต้นแบบสำหรับการประเมินแบรนด์ที่มีการรับรองจากบุคคลที่สาม ตลอดจนดำเนินการเพื่อฟื้นฟูแบรนด์ท้องถิ่นซึ่งมีประวัติยาวนาน และส่งเสริมโครงการสาธิตการสร้างแบรนด์

นอกจากนี้ สื่อยังเข้ามามีบทบาทสำคัญในการยกระดับมูลค่าแบรนด์ด้วย

เมื่อเดือนมิ.ย.2560 สำนักข่าวซินหัวได้เปิดตัวโครงการ National Brands Project ออกมา เพื่อช่วยส่งเสริมการพัฒนาแบรนด์ขององค์กรจีน