

งาน “China Brand Day” เผยแบรนด์ของบริษัทจดทะเบียนจีนมีมูลค่ารวมถึง 1.77 ล้านล้านดอลลาร์



เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคมที่ผ่านมา ได้มีการเปิดตัวการจัดอันดับมูลค่าแบรนด์ของบริษัทจดทะเบียนของจีนประจำปี 2563 (2020 Brand Value List of Chinese Listed Companies) ซึ่งจัดโดยหนังสือพิมพ์ National Business Daily (NBD) และศูนย์วิจัยธุรกิจจีน (China Business Research Center) ในสังกัดวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์และการจัดการแห่งมหาวิทยาลัยชิงหัว (Tsinghua SEM) และสนับสนุนโดย NBD Think Tank

การจัดอันดับดังกล่าวประกอบด้วยบริษัทจดทะเบียนจีน 100 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ (Top 100 Chinese Listed Companies by Brand Value), บริษัทจดทะเบียนจีน 50 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ในต่างประเทศ (Top 50 Chinese Listed Companies by Brand Value Overseas) และบริษัทจีนที่เติบโตเร็วที่สุด 50 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ (Top 50 Chinese Upstart Companies by Brand Value)

Wen Da ประธานและบรรณาธิการของ NBD กล่าวว่า “แม้ว่าจะเผชิญความยากลำบาก แต่แบรนด์จากจีนยังคงเติบโตอย่างแข็งแกร่งในปีี้ โดยมูลค่าแบรนด์รวมและเกณฑ์ประเมินบริษัทที่มีศักยภาพเพิ่มขึ้น”

“ตอนนี้เป็นเวลาที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการสร้างแบรนด์ และบริษัทต่าง ๆ ควรจะถือเป็นความสำคัญอันดับแรก ๆ ในการวางกลยุทธ์” Zhao Ping ผู้อำนวยการของศูนย์วิจัยธุรกิจจีนจาก Tsinghua SEM กล่าว

ในปีนี้ มูลค่าแบรนด์ของบริษัทใน 100 อันดับแรกรวมอยู่ที่ 12.55 ล้านล้านหยวน (1.77 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ) เพิ่มขึ้น 9.6% เมื่อเทียบรายปี

กลุ่มบริษัทอินเทอร์เน็ตยักษ์ใหญ่อย่าง Alibaba และ Tencent ยังคงครองอันดับ 1 และ 2 ในการจัดอันดับบริษัทจดทะเบียนจีน 100 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ โดยในปี 2562 ทั้งสองบริษัทได้กลายเป็นสองบริษัทแรก “ที่มีมูลค่าแบรนด์เกิน 1 ล้านล้านหยวน” โดยมี China Mobile ตามมาเป็นอันดับ 3 ด้วยมูลค่าแบรนด์ 5.38 แสนล้านหยวน

ส่วนมูลค่าแบรนด์ของบริษัทจีนที่เติบโตเร็วที่สุด 50 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ในปีนี้อยู่ที่ 2.3151 แสนล้านหยวน

ทางด้านบริษัทจดทะเบียนจีน 50 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์ในต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านมูลค่าแบรนด์รวมและรายชื่อบริษัทที่ติดอันดับ โดยผู้ผลิต PC อย่าง Lenovo ครองอันดับ 1 เป็นครั้งแรก ด้วยมูลค่าแบรนด์ในต่างประเทศสูงถึง 1.193 แสนล้านหยวน ตามมาด้วย Midea และ Alibaba

โดย Gao Han, Tan Yuhan, Zhang Lingxiao

เกี่ยวกับ National Business Daily

หนังสือพิมพ์ NBD มีผู้อ่าน 60 ล้านคนใน 205 ประเทศและดินแดน โดยมีจำนวนการเข้าชมนับรวมทุกแพลตฟอร์มปีละกว่า 3 หมื่นล้านครั้ง นอกจากนี้ NBD ยังสร้างแพลตฟอร์มภาษาอังกฤษมากมาย เช่น เว็บไซต์ภาษาอังกฤษ (www.nbdpress.com), แอปพลิเคชัน, บัญชี Facebook (@nbdnews) และบัญชีทวิตเตอร์ Twitter (@NBDPress)

NBD Think Tank เกิดขึ้นจากการหลอมรวมสื่อและนักคิด โดยมีเป้าหมายที่จะสร้างแผนรูปแบบธุรกิจใหม่สำหรับอุตสาหกรรมสื่อทางการเงิน

เกี่ยวกับศูนย์วิจัยธุรกิจจีนในสังกัด Tsinghua SEM

ก่อตั้งขึ้นในปี 2543 ทำหน้าที่เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการศึกษาบริษัทจีนในทางทฤษฎี โดยมีประวัติในด้านการศึกษาแบรนด์

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20200511/2800028-1>

คำบรรยายภาพ - บริษัทจดทะเบียนจีน 20 อันดับแรกเมื่อคิดจากมูลค่าของแบรนด์