

[上接 P5]

2024 年度中国品牌实力指数排行榜报告

(中国广告主协会广告主研究院出品)

(十一) 家电

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	海尔	91.2	1	1	3
2	美的集团	90.5	2	2	2
3	珠海格力电器	85.9	3	3	1
4	长虹	65.5	4	4	5
5	科沃斯	62.5	5	6	8
6	青岛海信电路	54	6	5	4
7	苏泊尔	53.5	7	8	7
8	小天鹅	39	8	10	9
9	方太	34	9		
10	老板电器	32	10	7	6

(十二) 服饰

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	周大福 (中国 香港)	96.75	1	2	2
2	安踏	90.7	2	1	1
3	鄂尔多斯	83	3	5	6
4	波司登	70	4	4	5
5	李宁	65.16	5	3	4
6	申洲国际	64.5	6	10	3
7	雅戈尔	54.5	7	6	8
8	海澜之家	50.33	8	7	10
9	太平鸟	34.5	9	8	14
10	森马	32	10	9	9

(十三) 物流

序号	品牌	品牌实力指数	等级	上期排名	上上期排名
1	顺丰速运	90.6	A	1	1
2	中国邮政	86	B+	3	3
3	中通快递	74	B	5	5
4	京东物流	66.5	B	6	6
5	韵达快递	54.75	D+	9	9
6	德邦快递	49	C+		
7	圆通快递	47	C+	10	10
8	苏宁易购	46.7	C		
9	菜鸟	45.5	C		
10	申通快递	40.7	C		

(十四) 家居

序号	品牌	品牌实力指数	等级	上期排名	上上期排名
1	索菲亚	70	B	4	
2	全友家居	63	B-		8
3	山美家居	56	D+		
4	欧派家居	49	C		
5	欧派家具	42	C		
6	红星美凯龙	35	C		
7	林氏木业	35	C	8	
8	左右家居	35	C		
9	顾家家居	24.5	C	6	6
10	美克美家	21	C	8	

(十五) 餐饮

序号	品牌	品牌实力指数	等级	本期排名	上期排名
1	海底捞	93.75	A	1	1
2	蜜雪冰城	89	B+	2	5
3	瑞幸咖啡	86.5	B+	3	10
4	内蒙古西贝餐厅	78.5	B	4	5
5	绝味鸭脖	78.5	B	5	2
6	浙江一鸣	75	B	6	
7	正新	71.5	B	7	8
8	广州酒家	69	B-	8	9
9	奈雪	64.5	B-	9	
10	喜茶	54	C+	10	3
11	呷哺呷哺	54	C+	10	

(十六) 互联网

序号	品牌	品牌实力指数	等级	本期排名	上期排名
1	微信	86.5	A	1	1
2	腾讯	81.625	B+	2	2
3	抖音	72.33	B	3	5
4	阿里巴巴	69.88	B	4	4
5	淘宝	69.5	B	5	3
6	京东	63.16	B	6	7
7	天猫	60.5	B	7	6
8	美团	52.5	C+	8	8
9	百度	43.9	C	9	9
10	滴滴	35	A	10	10

(十七) 科技

序号	品牌	品牌实力指数	等级	本期排名	上期排名
1	华为	93	A	1	1
2	小米	83	B+	2	4
3	联想	80.1	B+	3	3
4	戴尔	79	B	4	10
5	京东方科技	59.83	D+	5	5
6	TCL	59	D+	6	6
7	中兴	57	D+	7	8
8	科大讯飞	54.75	D+	8	
9	OPPO	48	C	9	7
10					

(十八) 航空

序号	品牌	品牌实力指数	等级	本期排名	上期排名
1	中国国际航空	85.33	B+	1	1
2	中国南方航空	83.33	B+	2	2
3	中国东方航空	73.5	B	3	4
4	四川航空	72	B	4	6
5	深圳航空	49	C	5	8
6	中航科工	49	C	6	3
7	厦门航空	42	C	7	7
8	海南航空	35	D-	8	5
9	长荣航空	35	D-	9	9

(十九) 文旅

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	澳门银河	92.5	1	3	3
2	中国国旅	91.6	2	1	1
3	携程	80.5	3	2	2
4	华侨城	78	4	4	4
5	万达	69.2	5	5	5
6	去哪儿	68.5	6		
7	香格里拉	66.5	7	7	7
8	锦江	62	B	6	6
9	汉庭	59.8	9		
10	中青旅	56	10	8	8

(二十) 媒体文化

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	中央电视台 (CCTV)	90	1	1	1
2	《人民日报》(上市)	81	2	2	2
3	东方传媒	75	3		
4	分众	71	4		
5	华谊兄弟 (上市)	61.25	5	3	3
6	新浪	61	6		
7	安徽新华传媒 (上市)	59.5	7		
8	新华网 (上市)	57	8		
9	华策影视 (上市)	56	9		
10	凤凰卫视 (香港)	55.3	10	7	7

(二十一) 出版社

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	中南出版传媒 (上市)	79.25	1	3	3
2	华南出版	79	2		
3	中信出版社联合出版集团 (香港)	77	3	7	7
4	凤凰出版传媒 (上市)	74.25	4	1	1
5	中文天地出版传媒 (上市)	66	5	5	5
6	中国出版集团公司 (上市)	65.75	6	2	2
7	山东出版集团有限公司 (上市)	62.25	7	8	8
8	新华书店 (新华文轩) (上市)	61	8	4	4
9	华人书市出版传媒	56	9		
10	资政控股集团 (上市)	51	10	9	9

(二十二) 材料

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	中国五矿 (中冶)	84.75	1	1	1
2	宝武钢铁 (宝钢)	83.8	2	2	2
3	紫金矿业	72	3	3	
4	中国铝业	71.75	4	3	3
5	溢科威防火保温材料	70	5	7	7
6	欧文斯科宁	63	6	8	8
7	华美节能科技	56	7	9	9
8	阿莱斯绝热材料	49	8		
9	圣戈班 (中国)	49	9	5	5

(二十三) 茶叶

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	中茶	70	1	10	12
2	天福茗茶	63	2		
3	竹叶青	56	3		
4	人益茶	49	4		
5	奈雪的茶	42	5		
6	八马茶业	35	6	2	1
7	华祥苑	26	7		
8	御龙井	21	8		
9	徽六	14	9		
10	张一元	7	10		

(二十四) 第三方支付

序号	品牌	品牌实力指数	本期排名	上期排名	上上期排名
1	支付宝	98	1		
2	微信支付	38	2		
3	财付通	72	3		
4	云闪付	58	4		
5	美团支付	62.5	5		
6	银联在线	57.3	6	2	1
7	京东支付	48.5	7		
8	新包	45.7	8		
9	翼钱包	44	9		
10	拉卡拉	38.4	10		

三、2024 中国品牌的行业类别分析

(一) 能源

能源作为国民经济发展的基石与核心驱动力，在各国都占据着举足轻重的地位。能源行业不仅在国内经济中扮演着关键角色，在国际舞台上也拥有一定的竞争力，甚至是国家形象和综合实力的重要体现。随着宏观政策逆周期和跨周期调节的强化以及积极财政政策和稳健货币政策的实施，2023 年国内经济发展态势良好，能源行业运行有序。与 2023 年中国品牌实力指数排名相比，能源类企业排名发生了微小变化。国家电网、中国石化和中国石油位居前三，其中国家电网连续三年稳居榜首，中广核、中海油服进入前十。能源行业的头部品牌实力参差不齐，行业内排名第五及之后的品牌实力指数均在 70 分以下。

在深化能源供给侧结构性改革、坚定推进非化石能源发展的战略下，清洁能源的发展势头更为强劲。清洁能源的消费比重在 2023 年继续提升，达到 26.4%，上升了 0.4 个百分点，这证明我国能源结构正在持续优化。2023 年末全国发电装机容量 291965 万千瓦，比上年末增长 13.9%。其中，火电装机容量 139032 万千瓦，增长 4.1%；水电装机容量 42154 万千瓦，增长 1.8%；核电装机容量 5691 万千瓦，增长 2.4%；并网风电装机量 44134 万千瓦，增长 20.7%；并网太阳能发电装机容量 60949 万千瓦，增长 55.2%。在发电量方面，2023 年，水电、核电、风电、太阳能发电等清洁能源发电量 31906 亿千瓦时，比上年增长 7.8%。这一增长不仅体现了清洁能源技术的不断进步，也反映出我国能源消费结构正在向更加清洁、低碳的方向转变。

随着全球减排和环境保护压力的不断加大以及新能源和智能化技术的快速发展，能源行业正加速向多元化、低碳化、分散化、数字化和全球化的方向转变。这一转变标志着能源行业正步入一个全新的发展阶段。新的能源技术和商业模式正在改变传统的能源供应模式。随着清洁能源技术的进步和成本的降低，新能源和天然气等清洁能源正在逐步满足未来大部分新增的能源需求。此外，人工智能、大数据、物联网等信息技术正在与能源行业融合。未来，在油气、氢能、储能、核聚变等领域都有可能出现颠覆性新技术。这些新技术不仅有望提高能源利用率，降低碳排放量，还有可能彻底改变未来能源行业的图景。

2023 年，我国能源政策呈现出加强能源安全保障、推动绿色低碳转型和深化市场化改革的趋势。政策的实施对能源企业提出了更高的要求和挑战。能源行业正面临着前所未有的变革与机遇。各企业需准确把握行业的发展趋势，加强技术创新和产业升级，以适应绿色低碳转型的趋势。同时，企业还需加强风险管理以应对能源市场的波动和不确定性。随着政策的进一步落实和技术的不断进步，能源行业将继续朝着绿色低碳、高效安全的方向发展。

(二) 工程建设

工程建设业作为国民经济的重要支柱，其核心服务领域主要聚焦于基建和房地产开发。在过去二十年中，这两大领域的投资不仅推动了经济的稳步增长，更在多个层面为社会发展提供了坚实的支撑。近年来，国家政策对装配式建筑的发展给予了高度重视。展望“十四五”，以装配式建筑为核心的新型建筑工业化是建筑业转型升级的主要方向，数字化设计、工厂化制造以及施工装配化等现代化手段将在其中发挥关键作用。这意味着工程建设企业需具备更强的全产业链整合能力，掌握更先进的技术和制造资源，才能在激烈的竞争中脱颖而出。

伴随着“十四五”规划的提出和中共二十大会议的召开，工程建设行业面临着更高的变革及创新要求。中国建筑企业为实现精益化管理和高质量发展，迈入“提质增效”、智能化发展新阶段的目标，必须从战略层面推动建筑业数字化转型的顶层设计，加速转型进程。与 2023 年中国品牌实力指数排名相比，工程建设类企业排名变化不大。中国建筑、中国中铁、中国铁建依旧稳居前三位；中国建材从第九升至第八位。中国中车由去年的第十位上升到第四位。

2023 年全年国内生产总值 1260582.1 亿元，比上年增长 5.2% (按不变价格计算)。全年全社会建筑业实现增加值 85691.1 亿元，比上年增长 7.1% (按不变价格计算)，增速高于国内生产总值 1.9 个百分点。自 2014 年以来，建筑业增加值占国内生产总值的比例始终保持在 6.70% 以上，2023 年为 6.80%，建筑业作为国民经济支柱产业的地位持续稳固。

近年来全国铁路升级改造步伐加快，截至 2023 年底，我国铁路营业里程达到 15.9 万公里，其中高铁达到 4.5 万公里。国铁集团贯彻落实党中央关于构建现代化基础设施体系的决策部署，优质高效推进铁路建设，全国铁路完成固定资产投资 7645 亿元、同比增长 7.5%；投产新线 3637 公里，其中高铁 2776 公里，圆满完成了年度铁路建设任务。2023 年，“十四五”规划纲要确定的 102 项重大工程中的铁路项目有序推进，铁路建设投资拉动作用显著。铁路部门聚焦“打基础、利长远、补短板、调结构”，实施 24 个联网、补网、强链项目；丽江至香格里拉铁路、贵阳至南宁高铁等 34 个项目建成投产，广州白云站、南昌东站等 102 座车站高质量投入运营；重庆至万州高铁、成渝中线高铁等 112 个在建项目有序推进；潍坊至宿迁高铁、邵阳至永州高铁、黄桶至百色铁路等 9 个大中型基建项目开工建设；建成铁路专用线 92 条、物流基地 10 个。

(三) 金融

2023 年是全面贯彻党的二十大精神开局之年，是疫情防控全面放开后的快速发展之年。面对全球经济复苏缓慢、地缘政治博弈升级的复杂国际环境，我国经济依然展现出稳健回升的良好态势，高质量发展扎实推进。金融行业充分发挥资源配置优势，持续加大对重点领域和重点项目的支持力度，为重大战略实施、重点领域发展和薄弱环节改善提供了高效优质的金融服务。

2023 年，中央金融工作会议顺利召开，首次提出“加快建设金融强国”，将金融工作提升至国家战略新高度；《党和国家机构改革方案》对金融监管框架进行调整，形成了“两委一行一局一会”的新格局；金融监管部门联合多部门出台关于支持民营企业、优化房地产金融政策、全面推进乡村振兴的系列政策，在推动金融高质量发展领域取得了卓越的成效。

根据我们的数据显示，2023 年中国品牌实力指数排名前十的金融企业与上年相差基本不大。中国工商银行以 98.3 分的实力指数位居第一，中国建设银行以 86.3 分的实力指数位居第二，第三位为 77 分的中国平安。2023 年，全年社会融资规模增量 35.6 万亿元，按可比口径计算，比上年多 3.4 万亿元。年末社会融资规模存量 378.1 万亿元，按可比口径计算，比上年末增长 9.5%。年末全部金融机构本外币各项存款余额 289.9 万亿元，比年初增加 25.4 万亿元，其中人民币各项存款余额 284.3 万亿元，增加 25.7 万亿元。全部金融机构本外币各项贷款余额 242.2 万亿元，增加 22.2 万亿元，其中人民币各项贷款余额 237.6 万亿元，增加 22.7 万亿元。人民币普惠小微贷款余额 29.4 万亿元，增加 5.6 万亿元。人民币制造业中长期贷款余额 12.2 万亿元，增加 3.1 万亿元。

(四) 医药

从产业链角度看，医药行业上游为生产药品和器械的原料以及医药研发服务；中游主要是药品生产与医疗器械制造，其中药品生产包括西药、中药、生物药等，也包含创新药和仿制药，医疗器械的制造包含医疗设备、耗材以及体外诊断等领域；下游主要为药品与器械的流通和医院等终端的医疗服务。近几年，我国医疗卫生事业正在不断发展壮大，为人民群众提供了更优质、高效的医疗服务。截至 2023 年末，全国共有医疗卫生机构 107.1 万个，其中医院 3.9 万个，在医院中有公立医院 1.2 万个，民营医院 2.7 万个；基层医疗卫生机构 101.6 万个，其中乡镇卫生院 3.4 万个，社区卫生服务中心(站) 3.7 万个，门诊部(所) 36.2 万个，村卫生室 58.3 万个；专业公共卫生机构 1.2 万个，其中疾病预防控制中心 3426 个，卫生监督所(中心) 2791 个。卫生技术人员 1247 万人，其中执业医师和执业助理医师 478 万人，注册护士 563 万人。医疗卫生机构床位 1020 万张，其中医院 800 万张，乡镇卫生院 151 万张。

与 2023 年对比，医药品牌实力排行前十发生了较大的变化，广州医药集团和国药集团均上升一位；广州白云山由第八位上升至第五位。而去年排名第一的上海医药下降至第七位；排名第七的华润三九下降至第八位。

我国创新药研发力度正在不断加强。国家药品监督管理局官网发布的《2023 年度药品审评报告》显示，2023 年批准上市的创新药有 40 个，其适应症涵盖了肿瘤、自身免疫等重大疾病，以及睡眠障碍、降低血脂等近年来社会需求增加的治疗领域。从 2019 年的 12 个到 2023 年的 40 个，5 年来我国累计批准上市创新药 138 个，呈现持续增长的良好势头。显著的增长不仅彰显了我国在医药创新领域的蓬勃发展，也反映出我国医药产业正逐渐从仿制向创新转变。这背后是国家对创新药物的战略投入、政策环境的优化以及医药研发机构和企业的努力的结果。随着科技创新的深入推进，我国创新药的发展前景将更加广阔。

2023 年，全国规模以上工业企业实现利润总额 76858.3 亿元，比上年下降 2.3%。其中，医药制造业 2023 年累计营业收入 25205.7 亿元，同比增长-3.7%，累计利润总额 3473 亿元，同比增长-15.1%，营业成本累计 14401.6，同比增长-2.3%。

受疫情以及新医改政策的影响，医药制造业收入有所承压，利润水平也随之下滑。在当前市场环境下，人工成本、原材料费用以及厂房设备折旧费用的上升使医药企业普遍面临成本控制方面的严峻挑战。为了应对这些挑战，国家出台了一系列扶持政策，如《医药工业高质量发展行动计划(2023 年-2025 年)》《医疗设备产业高质量发展行动计划(2023 年-2025 年)》等，以减轻企业负担，促进医药产业的健康发展。同时，医药企业也积极响应号召，加强内部管理，优化生产流程，提高生产效率，主动探索降本增效的新途径和新方法。