



中国社会科学院创新工程学术出版资助项目



中国社会科学院权威报告系列

总主编：陈佳贵

副主编：杨世伟

CHINA ENTERPRISE BRAND COMPETITIVENESS
INDEX REPORT 2011~2012

2011~2012

中国企业品牌竞争力 指数报告

中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会(筹备)

中国市场学会品牌管理专业委员会

张世贤 杨世伟 赵宏大 主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

 中国社会科学院创新工程学术出版资助项目

 中国社会科学权威报告系列

总主编：陈佳贵
副主编：杨世伟

CHINA ENTERPRISE BRAND COMPETITIVENESS
INDEX REPORT 2011~2012

2011~2012

中国企业品牌竞争力 指数报告

中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会(筹备)

中国市场学会品牌管理专业委员会

张世贤 杨世伟 赵宏大 主编



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业品牌竞争力指数报告: 2011~2012/张世贤, 杨世伟, 赵宏大主编. —北京: 经济管理出版社, 2012.4

ISBN 978-7-5096-1844-8

I. ①中… II. ①张… ②杨… ③赵… III. ①企业管理—品牌战略—研究报告—中国—2011~2012
IV. ①F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 049257 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 三河市延风印装厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 璐 栖

责任编辑: 璐 栖 勇 生

责任印制: 黄 铄

责任校对: 曹 平 李玉敏

880mm×1230mm/16

21.75 印张 460 千字

2012 年 4 月第 1 版

2012 年 4 月第 1 次印刷

定价: 198.00 元

书号: ISBN 978-7-5096-1844-8

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部
负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》

顾问委员会

总顾问：

- 俞晓松 中国市场学会会长、原国家经贸委副主任、中国贸促会会长
陈佳贵 中国企业管理研究会会长，原中国社会科学院副院长、研究员、学部委员
高铁生 中国市场学会理事长、原国家粮食局局长、教授
郭冬乐 中国市场学会副会长、中国社会科学院财经战略研究院研究员

顾问（按姓氏笔画排列）：

- 牛全保 河南财经学院工商管理学院院长、教授
王永贵 对外经济贸易大学国际商学院副院长、教授
刘力钢 辽宁大学新华国际商学院院长、教授
吕 政 中国社会科学院学部委员、经济学部副主任、研究员
纪宝成 中国人民大学校长、教授
余明阳 上海交通大学品牌战略研究所所长、教授
李 平 中国社会科学院数量与技术经济研究所所长、研究员
杜莹芬 中国社会科学院工业经济研究所财务与会计研究室主任、研究员
杨 晨 河海大学商学院副院长、教授
沈志渔 中国社会科学院工业经济研究所研究员
唐晓华 辽宁大学商学院院长、教授
徐二明 中国人民大学商学院教授
郭国庆 中国人民大学商学院教授
高 闯 首都经济贸易大学校长助理，工商管理学院院长、教授
高培勇 中国社会科学院财经战略研究院院长、研究员、学部委员
黄合水 厦门大学新闻传播学院副院长、教授
黄速建 中国社会科学院工业经济研究所副所长、研究员
黄群慧 中国社会科学院工业经济研究所党委书记、副所长、研究员
魏后凯 中国社会科学院城市发展与环境研究所副所长、研究员

《中国企业品牌竞争力指数报告 (2011~2012)》

学术委员会

主 任：金 碚 中国社会科学院工业经济研究所所长、研究员、学部委员

副主任：林 旗 中国社会科学院财经战略研究院副院长

学术委员会委员 (按姓氏笔画排列)：

- 丁桂兰 中南财经政法大学工商管理学院教授
付国群 北京大学光华管理学院教授
刘 刚 中国人民大学商学院教授
刘 勇 北京工商大学商学院副教授
刘凤军 中国人民大学商学院教授
刘英骥 首都经济贸易大学工商管理学院教授
吕 铁 中国社会科学院工业经济研究所工业发展研究室主任、研究员
孙曰瑶 山东大学经济学院教授
朱 立 云南财经大学 MBA 学院副院长、教授
何佳讯 华东师范大学商学院教授
余伟萍 四川大学工商管理学院教授
李雪欣 辽宁大学商学院教授
张梦霞 首都经济贸易大学工商管理学院副院长、教授
肖 升 辽宁大学工商管理学院副院长、教授
邱 东 原中央财经大学党委书记、教授
陆 娟 中国农业大学经济管理学院教授
陈祝平 上海大学国际工商与管理学院教授
周利国 中央财经大学商学院教授
范秀成 复旦大学管理学院教授
洪 涛 北京工商大学经济学院贸易系主任、教授
祝合良 首都经济贸易大学中国品牌研究中心主任、教授
赵 红 中国科学院研究生院管理学院副院长、教授
倪跃峰 北京理工大学管理与经济学院营销管理系主任、教授
黄 静 武汉大学经济与管理学院市场营销与旅游管理系副主任、教授

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》

编辑委员会

- 主任：**张世贤 中国社会科学院工业经济研究所研究员、博士生导师
中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）首席专家
- 副主任：**杨世伟 中国社会科学院工业经济研究所编审
中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）主任
中国市场学会品牌管理专业委员会常务副主任
- 赵宏大 中国市场学会品牌管理专业委员会秘书长
中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）副主任

编辑委员会委员（按姓氏笔画排列）：

- 王中华 中国社会科学院工业经济研究所博士研究生
冯岳峰 中国市场学会品牌管理专业委员会理事
刘兴国 中国社会科学院工业经济研究所博士后
张艳 中国社会科学院经济管理出版社编辑部主任
张永美 中国社会科学院经济管理出版社编辑
张春萍 北京体育大学管理学院副教授
李扬 中国社会科学院工业经济研究所博士研究生
李海鹏 辽宁大学博士
陈力 中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）秘书长
陈振宇 中国市场学会品牌管理专业委员会理事
勇生 中国社会科学院经济管理出版社编辑部主任
姜雨 中国社会科学院工业经济研究所博士
董芳 中国市场学会品牌管理专业委员会理事
解淑青 北京理工大学管理与经济学院博士后

序 言

改革开放 30 多年来，中国成为世界上经济发展最快的国家之一，中国 GDP 目前已跃升至世界第二。中国的企业越来越重视品牌的建设，部分企业还踏上了品牌国际化的征程。但综观整个发展全局，中国品牌发展并不成熟，中国在世界经济中仍然扮演着“世界加工厂”的角色。可以说中国是一个制造业大国，却绝不是一个品牌强国。中国制造在获得 GDP 增长的背后是“世界廉价打工者”的无奈，中国企业整体竞争力的提升迫在眉睫。

对企业而言，谁拥有更强的自主创新能力，谁拥有更多的自主知识产权和自主知名品牌，谁的国际竞争力就更强，谁就能够在激烈的市场竞争中立于不败之地。在发展方式加快转变的今天，中国企业发展的出路，就是要向品牌化进军，走品牌发展之路，以品牌这一国际市场的通行证，参与经济全球化的竞争。

为了满足社会各界对于品牌建设日益高涨的需求，客观反映各行业企业在品牌方面的优势和劣势，揭示企业品牌成长的规律，引导企业有效实施品牌战略，加强对品牌资产的培育和利用，增强企业的品牌竞争力，根据国务院《国家知识产权战略纲要》（2008）精神和国家“十二五”规划的要求，中国社会科学院工业经济研究所“中国企业品牌竞争力指数（CBI）研究”课题组、中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）、中国市场学会品牌管理专业委员会的有关专家，在建立一整套中国企业品牌竞争力指数（CBI）系统的基础上，经过全面的数据收集以及对数据细致的处理和缜密的分析，编撰了《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》。

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》以学术和权威的视角，在充分的数据调研的基础上，对中国企业品牌竞争力现状作出准确的判断，并对未来的走势和发展趋势作出预估。作为中国首部关于企业品牌竞争力评价方面的权威性、专业性报告，具有很强的实用性和可操作性，为政府、企业、消费者、研究人员提供了品牌建设和品牌策略的一个客观的、系统的、科学的参考工具。

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》凝聚了课题组所有研究人员极大的心血。该报告的出版对课题组来说是一个极大的鼓舞。今后课题组将对《中国企业品牌竞争力指数报告》进行进一步的深化研究，同时针对不同行业的具体企业开展更为深入、细致的服务性研究工作，力求把这项事业做得更好，为中国的自主企业品牌发展壮大贡献微薄之力！

全国人大常委会委员
中国社会科学院经济学部主任

陈佳贵

2012 年 2 月 20 日

前 言

国务院“十二五”规划明确指出，要加快转变经济发展方式，开创科学发展新局面；要发展拥有国际知名品牌和核心竞争力的大中型企业，实施“走出去”战略。打造自主品牌已经上升至国家战略的高度，也是中华民族伟大复兴的重要一环。

为了深入贯彻国家对于品牌发展的方针政策，引导中国自主品牌快速健康地成长，中国社会科学院工业经济研究所“中国企业品牌竞争力指数（CBI）研究”课题组、中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）、中国市场学会品牌管理专业委员会的相关专家根据国务院《国家知识产权战略纲要》（2008）文件精神，立足于品牌的创造、运用、保护和管理，通过重点课题的形式，构建了中国企业品牌竞争力指数（CBI）理论体系，通过对企业品牌运营的评价，揭示企业品牌成长的规律及企业在品牌运营方面的优势和劣势，引导企业加强对品牌资产的培育和利用，增强企业的品牌竞争力。

在中国企业品牌竞争力指数（CBI）理论体系的基础上，启动了对中国内地40个行业近3000家上市公司以及7000多家非上市企业进行全方位的品牌调研。为了保证中国企业品牌竞争力指数研究的顺利开展，中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会（筹备）、中国市场学会品牌管理专业委员会承担了对2011年数据的收集工作。数据收集采用多渠道采集，以保证获取数据的真实性、客观性和准确性。按照指标体系和对各行业的数据分析，在对不同行业品牌竞争力的多个方面进行分析的基础上，撰写出《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》。

本报告首先介绍了中国企业品牌竞争力指数系统（CBI）理论评价体系，针对企业品牌竞争力评价体系的构建、评价体系包含的主要内容等进行具体阐述，并详细说明了评价体系的特点及意义。

本报告重点展示了包括房地产行业、金融行业、汽车行业、IT行业等16个有代表性的行业品牌竞争力指数研究报告。行业报告共包含四部分内容：①各行业品牌竞争力指数总报告；②2011年度各行业品牌竞争力区域报告；③2011年度各行业品牌竞争力指数分项报告；④各行业品牌竞争力提升策略专题研究。在各行业品牌竞争力指数总报告中，分别对各行业的企业间总体竞争态势、企业品牌竞争力指数排名、品牌竞争力指数评级以及品牌价值排名等有关问题进行研究。在2011年度各行业品牌竞争力区域报告中，对各行业的企业分别按照区域和省（市）经济分区进行分析。在2011年度各行业品牌竞争力指数分项报告中，对各个行业从品牌财务表现力分指数、市场竞争表现力分指数、品牌发展潜力分指数和消费者支持力分指数四个一级指标进行分析。在各行业品牌竞争力提升策略专题研究中，报告对各行业的宏观经济与政策作出分析，并从宏观、中观和微观三个层面对各行业的企业品牌竞争力进行总体述评，进而为不同行业的企业提升品牌竞争力提供策略建议。

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》具有以下特点：

1. 客观反映中国企业品牌竞争力发展水平

《中国企业品牌竞争力指数报告（2011~2012）》是在中国品牌竞争力指数系统（CBI）理论指导下，按照科学的评价标准，在翔实的数据采集基础上撰写完成的，它客观、真实、权威地反映了我国企业品牌、行业品牌与区域品牌的现状。

2. 为社会各界提供智力支持和信息资源

《中国企业品牌竞争力指数报告》旨在为政府、企业及其他各界提供最真实、最准确、最科学、最深入的中国企业品牌竞争力的状况分析，力求能够使中国的企业在自身的品牌建设方面获得具体的诊断测评方法和品牌表现形态的实践测量，并为企业的品牌管理提供有效的借鉴。

3. 为众多行业企业提供详细的品牌竞争力提升建议

本报告在对中国各行业自主品牌企业进行大量数据调研的基础上，有针对性地推出了房地产、金融、汽车、IT、服装、医药、通讯、百货、家电、食品饮料、纺织、酒等 16 个行业的报告。分行业报告不是数据的简单罗列，也不是对各行业粗浅的分析，而是对各个行业企业品牌数据详细的统计分析，并根据各行业的宏观环境和国家的政策，结合品牌发展现状提出了有针对性的报告，以求对行业企业提供高效、有针对性的建议。

4. 依托并完善了中国企业品牌竞争力指数数据库

中国企业品牌竞争力指数数据库是中国社会科学院工业经济研究所“中国企业品牌竞争力指数(CBI)研究”课题组在建立一整套品牌竞争力指数系统的基础上，中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会(筹备)、中国市场学会品牌管理专业委员会的有关专家，经过对中国拥有自主民族品牌的上市和非上市企业的跟踪研究，建立起来的涵盖品牌财务表现力、市场竞争表现力、品牌发展潜力、消费者支持力 4 个一级指标、18 个二级指标、72 个三级指标的指标体系的大型综合数据库。经过中国企业管理研究会品牌与营销专业委员会(筹备)和中国市场学会品牌管理专业委员会的共同努力，数据库样本包括中国内地 22 个省、4 个直辖市和 5 个自治区的上千家拥有自主民族品牌的上市和非上市企业，是中国及世界上有关中国企业品牌的最重要数据库之一。《中国企业品牌竞争力指数报告》依托于中国企业品牌竞争力指数数据库，并在每年的实践中不断地发展、完善和丰富中国企业品牌竞争力指数数据库。

总之，《中国企业品牌竞争力指数报告》的推出，填补了我国行业品牌竞争力研究的空白，是适应中国自主品牌客观发展需求，提升中国自主品牌竞争力的重大举措；是培育中国企业品牌资产，增强自主品牌竞争力的理论支撑和实践指导。

目 录

第一章 中国企业品牌竞争力指数系统概论	1
第一节 中国企业品牌竞争力指数系统	1
一、中国企业品牌竞争力指数系统的研究背景	1
二、中国品牌竞争力指数系统构建的原则	1
三、中国品牌竞争力指数系统的功能定位	2
第二节 中国企业品牌竞争力指数系统的逻辑架构及其释义	3
一、中国企业品牌竞争力指数系统的逻辑架构	3
二、品牌竞争力指数体系架构解读	3
三、品牌竞争力指数的应用魔方模型	6
第三节 中国企业品牌竞争力指数的特点及意义	6
一、品牌竞争力指数的特点	6
二、品牌竞争力指数的意义	7
第二章 中国企业品牌竞争力指数体系构建	9
第一节 企业品牌竞争力评价指标体系构建思路	9
一、品牌竞争力指标体系的构建原则	9
二、品牌竞争力指标体系的构建过程	9
第二节 企业品牌竞争力评价指标体系	10
一、企业品牌竞争力评价理论模型与指标体系	10
二、企业品牌竞争力评价指标释义	13
第三节 企业品牌竞争力评价指标权重体系	17
一、权重分析方法论基础	17
二、指标权重系数的确定	19
第三章 中国企业品牌竞争力指数评价流程设计	23
第一节 企业品牌竞争力指数的数据收集	23
一、基础数据收集	23
二、基础数据处理	25
第二节 企业品牌竞争力指数评价流程	25
一、评价实施流程设计的原则	25
二、评价实施流程的框架设计	26

第四章 中国房地产企业品牌竞争力指数报告	29
第一节 中国房地产企业品牌竞争力指数总报告	29
一、2011 年度中国房地产企业总体竞争态势	29
二、2011 年度中国房地产企业品牌竞争力指数排名	30
三、2011 年度中国房地产企业品牌竞争力指数评级报告	33
四、2011 年度中国房地产企业品牌价值 50 强排名	36
第二节 2011 年度中国房地产企业品牌竞争力区域报告	37
一、六大经济分区	37
二、四大省(市)分析	39
第三节 2011 年度中国房地产企业品牌竞争力分项报告	40
一、品牌财务表现力	40
二、市场竞争表现力	42
三、品牌发展潜力	43
四、消费者支持力	43
第四节 中国房地产企业品牌竞争力提升策略专题研究	43
一、中国房地产行业宏观经济与政策分析	43
二、2011 年度中国房地产企业品牌竞争力总体述评	44
三、中国房地产企业品牌竞争力提升策略建议	45
第五章 金融行业企业品牌竞争力指数报告	49
第一节 中国金融企业品牌竞争力指数总报告	49
一、2011 年度中国金融企业总体竞争态势	49
二、2011 年度中国金融企业品牌竞争力指数排名	50
三、2011 年度中国金融企业品牌竞争力指数评级报告	51
四、2011 年度中国金融企业品牌价值 30 强排名	54
第二节 2011 年度中国金融企业品牌竞争力区域报告	55
一、六大经济分区	55
二、三大省(市)分析	57
第三节 2011 年度中国金融企业品牌竞争力分项报告	58
一、品牌财务表现力	58
二、市场竞争表现力	59
三、品牌发展潜力	60
四、消费者支持力	61
第四节 中国金融企业品牌竞争力提升策略专题研究	61
一、中国金融行业宏观经济与政策分析	61
二、2011 年度中国金融企业品牌竞争力总体述评	63
三、中国金融企业品牌竞争力提升策略建议	64
第六章 汽车行业企业品牌竞争力指数报告	67
第一节 中国汽车企业品牌竞争力指数总报告	67
一、2011 年度中国汽车企业总体竞争态势	67

二、2011 年度中国汽车企业品牌竞争力指数排名	68
三、2011 年度中国汽车企业品牌竞争力指数评级报告	71
四、2011 年度中国汽车企业品牌价值 50 强排名	74
第二节 2011 年度中国汽车企业品牌竞争力区域报告	75
一、五大经济分区	75
二、六大省（市）分析	77
第三节 2011 年度中国汽车企业品牌竞争力分项报告	78
一、品牌财务表现力	78
二、市场竞争表现力	79
三、品牌发展潜力	80
四、消费者支持力	81
第四节 中国汽车企业品牌竞争力提升策略专题研究	81
一、中国汽车行业宏观经济与政策分析	81
二、2011 年度中国汽车企业品牌竞争力总体述评	82
三、中国汽车企业品牌竞争力提升策略建议	84
第七章 IT 业企业品牌竞争力指数报告	87
第一节 中国 IT 企业品牌竞争力指数总报告	87
一、2011 年度中国 IT 企业总体竞争态势	87
二、2011 年度中国 IT 企业品牌竞争力指数排名	88
三、2011 年度中国 IT 企业品牌竞争力指数评级报告	91
四、2011 年度中国 IT 企业品牌价值 50 强排名	94
第二节 2011 年度中国 IT 企业品牌竞争力区域报告	95
一、五大经济分区	95
二、四大省（市）分析	97
第三节 2011 年度中国 IT 企业品牌竞争力分项报告	98
一、品牌财务表现力	98
二、市场竞争表现力	100
三、品牌发展潜力	101
四、消费者支持力	101
第四节 中国 IT 企业品牌竞争力提升策略专题研究	101
一、中国 IT 行业宏观经济与政策分析	101
二、2011 年度中国 IT 企业品牌竞争力总体述评	103
三、中国 IT 企业品牌竞争力提升策略建议	104
第八章 服装行业企业品牌竞争力指数报告	107
第一节 中国服装企业品牌竞争力指数总报告	107
一、2011 年度中国服装企业总体竞争态势	107
二、2011 年度中国服装企业品牌竞争力指数排名	108
三、2011 年度中国服装企业品牌竞争力指数评级报告	110
四、2011 年度中国服装企业品牌价值 20 强排名	112
第二节 2011 年度中国服装企业品牌竞争力区域报告	113

一、三大经济分区	113
二、五大省(市)分析	115
第三节 2011 年度中国服装企业品牌竞争力分项报告	116
一、品牌财务表现力	116
二、市场竞争表现力	117
三、品牌发展潜力	118
四、消费者支持力	119
第四节 中国服装企业品牌竞争力提升策略专题研究	119
一、中国服装行业宏观经济与政策分析	119
二、2011 年度中国服装企业品牌竞争力总体述评	120
三、中国服装企业品牌竞争力提升策略建议	121
第九章 医药行业企业品牌竞争力指数报告	123
第一节 中国医药企业品牌竞争力指数总报告	123
一、2011 年度中国医药企业总体竞争态势	123
二、2011 年度中国医药企业品牌竞争力指数排名	124
三、2011 年度中国医药企业品牌竞争力指数评级报告	127
四、2011 年度中国医药企业品牌价值 50 强排名	130
第二节 2011 年度中国医药企业品牌竞争力区域报告	131
一、六大经济分区	131
二、六大省(市)分析	133
第三节 2011 年度中国医药企业品牌竞争力分项报告	134
一、品牌财务表现力	134
二、市场竞争表现力	136
三、品牌发展潜力	137
四、消费者支持力	137
第四节 中国医药企业品牌竞争力提升策略专题研究	138
一、中国医药行业宏观经济与政策分析	138
二、2011 年度中国医药企业品牌竞争力总体述评	139
三、中国医药企业品牌竞争力提升策略建议	140
第十章 通讯行业企业品牌竞争力指数报告	143
第一节 中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力指数总报告	143
一、2011 年度中国通讯及通讯设备企业总体竞争态势	143
二、2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力指数排名	144
三、2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力指数评级报告	146
四、2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌价值 50 强排名	149
第二节 2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力区域报告	151
一、六大经济分区	151
二、三大省(市)分析	152
第三节 2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力分项报告	154
一、品牌财务表现力	154

二、市场竞争表现力	155
三、品牌发展潜力	156
四、消费者支持力	157
第四节 中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力提升策略专题研究	157
一、中国通讯及通讯设备行业宏观经济与政策分析	157
二、2011 年度中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力总体述评	158
三、中国通讯及通讯设备企业品牌竞争力提升策略建议	160
第十一章 商业百货行业企业品牌竞争力指数报告	163
第一节 中国商业百货企业品牌竞争力指数总报告	163
一、2011 年度中国商业百货企业总体竞争态势	163
二、2011 年度中国商业百货企业品牌竞争力指数排名	164
三、2011 年度中国商业百货企业品牌竞争力指数评级报告	166
四、2011 年度中国商业百货企业品牌价值 20 强排名	169
第二节 2011 年度中国商业百货企业品牌竞争力区域报告	170
一、六大经济分区	170
二、六大省（市）分析	172
第三节 2011 年度中国商业百货企业品牌竞争力分项报告	173
一、品牌财务表现力	173
二、市场竞争表现力	174
三、品牌发展潜力	175
四、消费者支持力	176
第四节 中国商业百货企业品牌竞争力提升策略专题研究	176
一、中国商业百货行业宏观经济与政策分析	176
二、2011 年度中国商业百货企业品牌竞争力总体述评	177
三、中国商业百货企业品牌竞争力提升策略建议	178
第十二章 家电行业企业品牌竞争力指数报告	181
第一节 中国家电企业品牌竞争力指数总报告	181
一、2011 年度中国家电企业总体竞争态势	181
二、2011 年度中国家电企业品牌竞争力指数排名	182
三、2011 年度中国家电企业品牌竞争力指数评级报告	184
四、2011 年度中国家电企业品牌价值 20 强排名	186
第二节 2011 年度中国家电企业品牌竞争力区域报告	187
一、三大经济分区	187
二、五大省份分析	189
第三节 2011 年度中国家电企业品牌竞争力分项报告	190
一、品牌财务表现力	190
二、市场竞争表现力	191
三、品牌发展潜力	193
四、消费者支持力	193
第四节 中国家电企业品牌竞争力提升策略专题研究	193

一、中国家电行业宏观经济与政策分析	193
二、2011 年度中国家电企业品牌竞争力总体述评	195
三、中国家电企业品牌竞争力提升策略建议	196
第十三章 食品饮料行业企业品牌竞争力指数报告	199
第一节 中国食品饮料企业品牌竞争力指数总报告	199
一、2011 年度中国食品饮料企业总体竞争态势	199
二、2011 年度中国食品饮料企业品牌竞争力指数排名	200
三、2011 年度中国食品饮料企业品牌竞争力指数评级报告	202
四、2011 年度中国食品饮料企业品牌价值 20 强排名	205
第二节 2011 年度中国食品饮料企业品牌竞争力区域报告	206
一、六大经济分区	206
二、七大省(市)分析	208
第三节 2011 年度中国食品饮料企业品牌竞争力分项报告	209
一、品牌财务表现力	209
二、市场竞争表现力	211
三、品牌发展潜力	212
四、消费者支持力	212
第四节 中国食品饮料行业企业品牌竞争力提升策略专题研究	213
一、中国食品饮料行业宏观经济与政策分析	213
二、2011 年度中国食品饮料企业品牌竞争力总体述评	214
三、中国食品饮料企业品牌竞争力提升策略建议	215
第十四章 纺织行业企业品牌竞争力指数报告	219
第一节 中国纺织企业品牌竞争力指数 2011 年度总报告	219
一、2011 年度中国纺织企业总体竞争态势	219
二、2011 年度中国纺织企业品牌竞争力指数排名	220
三、2011 年度中国纺织企业品牌竞争力指数评级报告	222
四、2011 年度中国纺织企业品牌价值 20 强排名	225
第二节 2011 年度中国纺织企业品牌竞争力区域报告	226
一、六大经济分区	226
二、四大省(市)分析	227
第三节 2011 年度中国纺织企业品牌竞争力分项报告	229
一、品牌财务表现力	229
二、市场竞争表现力	230
三、品牌发展潜力	231
四、消费者支持力	232
第四节 中国纺织企业品牌竞争力提升策略专题研究	232
一、中国纺织行业宏观经济与政策分析	232
二、2011 年度中国纺织企业品牌竞争力总体述评	233
三、中国纺织企业品牌竞争力提升策略建议	234

第十五章 酒行业企业品牌竞争力指数报告	237
第一节 中国酒企业品牌竞争力指数总报告	237
一、2011 年度中国酒企业总体竞争态势	237
二、2011 年度中国酒企业品牌竞争力指数排名	238
三、2011 年度中国酒企业品牌竞争力指数评级报告	239
四、2011 年度中国酒企业品牌价值 10 强排名	242
第二节 2011 年度中国酒企业品牌竞争力区域报告	243
一、六大经济分区	243
二、五大省（自治区）分析	244
第三节 2011 年度中国酒企业品牌竞争力分项报告	246
一、品牌财务表现力	246
二、市场竞争表现力	247
三、品牌发展潜力	248
四、消费者支持力	249
第四节 中国酒企业品牌竞争力提升策略专题研究	249
一、中国酒行业宏观经济与政策分析	249
二、中国酒企业品牌竞争力 2011 年总体述评	250
三、中国酒企业品牌竞争力提升策略建议	251
第十六章 中国造纸印刷企业品牌竞争力指数报告	253
第一节 中国造纸印刷企业品牌竞争力指数总报告	253
一、2011 年度中国造纸印刷企业总体竞争态势	253
二、2011 年度中国造纸印刷企业品牌竞争力指数排名	254
三、2011 年度中国造纸印刷企业品牌竞争力指数评级报告	256
四、2011 年度中国造纸印刷企业品牌价值 20 强排名	258
第二节 2011 年度中国造纸印刷企业品牌竞争力区域报告	259
一、六大经济分区	259
二、五大省份分析	261
第三节 2011 年度中国造纸印刷企业品牌竞争力分项报告	262
一、品牌财务表现力	262
二、市场竞争表现力	264
三、品牌发展潜力	265
四、消费者支持力	265
第四节 中国造纸印刷企业品牌竞争力提升策略专题研究	266
一、中国造纸印刷行业宏观经济与政策分析	266
二、2011 年度中国造纸印刷企业品牌竞争力总体述评	266
三、中国造纸印刷企业品牌竞争力提升策略建议	267
第十七章 中国电子企业品牌竞争力指数报告	269
第一节 中国电子企业品牌竞争力指数总报告	269
一、2011 年度中国电子企业总体竞争态势	269

二、2011 年度中国电子企业品牌竞争力指数排名	270
三、2011 年度中国电子企业品牌竞争力指数评级报告	275
四、2011 年度中国电子企业品牌价值 30 强排名	278
第二节 2011 年度中国电子企业品牌竞争力区域报告	279
一、六大经济分区	279
二、七大省(市)分析	280
第三节 2011 年度中国电子企业品牌竞争力分项报告	282
一、品牌财务表现力	282
二、市场竞争表现力	283
三、品牌发展潜力	284
四、消费者支持力	285
第四节 中国电子企业品牌竞争力提升策略专题研究	285
一、中国电子行业宏观经济与政策分析	285
二、2011 年度中国电子企业品牌竞争力总体述评	286
三、中国电子企业品牌竞争力提升策略建议	287
第十八章 中国机械设备企业品牌竞争力指数报告	289
第一节 中国机械设备企业品牌竞争力指数总报告	289
一、2011 年度中国机械设备企业总体竞争态势	289
二、2011 年度中国机械设备企业品牌竞争力指数排名	290
三、2011 年度中国机械设备企业品牌竞争力指数评级报告	293
四、2011 年度中国机械设备企业品牌价值 50 强排名	296
第二节 2011 年度中国机械设备企业品牌竞争力区域报告	298
一、六大经济分区	298
二、五大省(市)分析	299
第三节 2011 年度中国机械设备企业品牌竞争力分项报告	301
一、品牌财务表现力	301
二、市场竞争表现力	302
三、品牌发展潜力	303
四、消费者支持力	304
第四节 中国机械设备企业品牌竞争力提升策略研究	304
一、中国机械设备行业宏观经济与政策分析	304
二、2011 年度中国机械设备企业品牌竞争力综述	305
三、中国机械设备行业品牌竞争力提升策略建议	307
第十九章 中国交通运输企业品牌竞争力指数报告	309
第一节 中国交通运输企业品牌竞争力指数总报告	309
一、2011 年度中国交通运输企业总体竞争态势	309
二、2011 年度中国交通运输企业品牌竞争力指数排名	310
三、2011 年度中国交通运输企业品牌竞争力指数评级报告	313
四、2011 年度中国交通运输企业品牌价值 30 强排名	316
第二节 2011 年度中国交通运输企业品牌竞争力区域报告	317