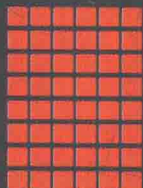




China Market  
**中国市场 Brand Health**

**品牌健康度监测报告** Monitoring Report  
(2015年)



厦门大学品牌与广告研究中心 品牌健康监测课题组 编

黄合水 主编



厦门大学出版社  
XIAMEN UNIVERSITY PRESS

国家一级出版社  
全国百佳图书出版单位

# 中国市场品牌健康监测报告(2015年)

厦门大学品牌与广告研究中心  
品牌健康监测课题组

组 长：黄合水

成 员（按拼音顺序排列）：白海青 陈经超  
陈 瑞 陈素白  
宫 贺 黄含韵  
黄合水 罗 萍  
林升栋 苏 文  
王 霏 王 晶  
曾秀芹 赵 洁  
周 雨 朱健强

参与者：蒋小燕 庞钜馨  
施煜燊 孙三虎  
唐伟峰 谢 璐  
谢一世 张庆芳  
张 悦

# 目录



导 言	1
一、中国品牌健康状况	2
二、品牌普遍变得更健康	11
三、各个品牌的健康状况及其病因	15
四、品牌健康与品牌关注	79
五、品牌新闻报道的负面率	82
六、总结和讨论	84
参考文献	86
附录一 品牌健康监测系统	87
附录二 中国“211”高校品牌健康监测报告	97

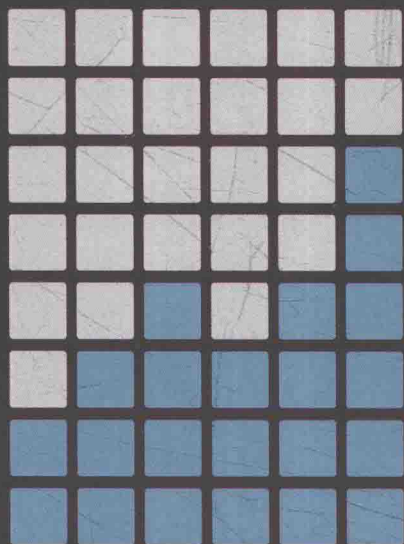
## 导言



依照之前的品牌健康监测系统（附录一），我们对国内 50 个价值较高的品牌 2015 年的健康状况进行监测，研究结果详细介绍如下。此外，我们还首次对全国 112 所“211”高校的品牌健康状况进行监测，结果见附录二。

# 一、中国品牌健康状况

---



## 1. 2015 年品牌健康指数大幅提高

如图 1-1 所示，2015 年中国品牌的品牌健康指数（取值范围为 0~100）为 77.1，比 2014 年的 63.4 大幅提高 13.7，比 2013 年的 71.4 提高 5.7，比 2012 年的 74.9 提高 2.2。

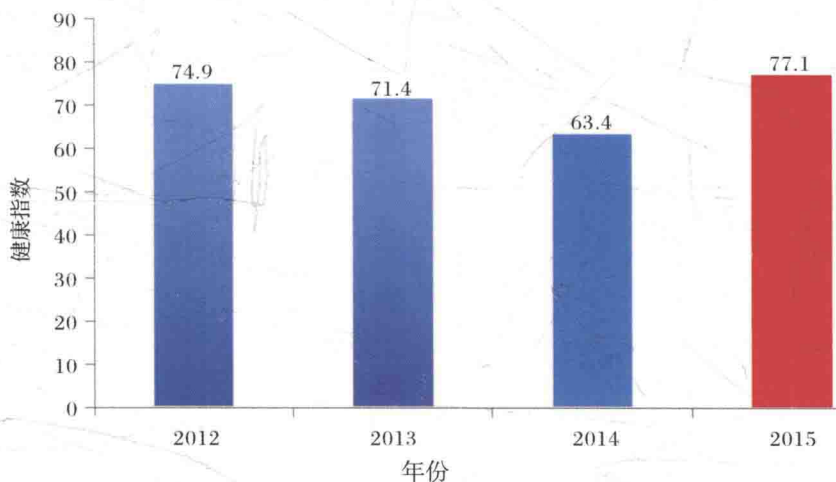


图 1-1 2012—2015 年中国品牌健康指数

## 2. 品牌在第四季度最健康

图 1-2 显示，2015 年的四个季度中，第四季度的品牌健康指数略高于其他季度，第二和第三季度的健康指数则略低一点；2013 年和 2014 年也是如此。具体分析一年中的 12 个月，如图 1-3 所示，3、4 和 8 三个月份的品牌健康指数相对较低。

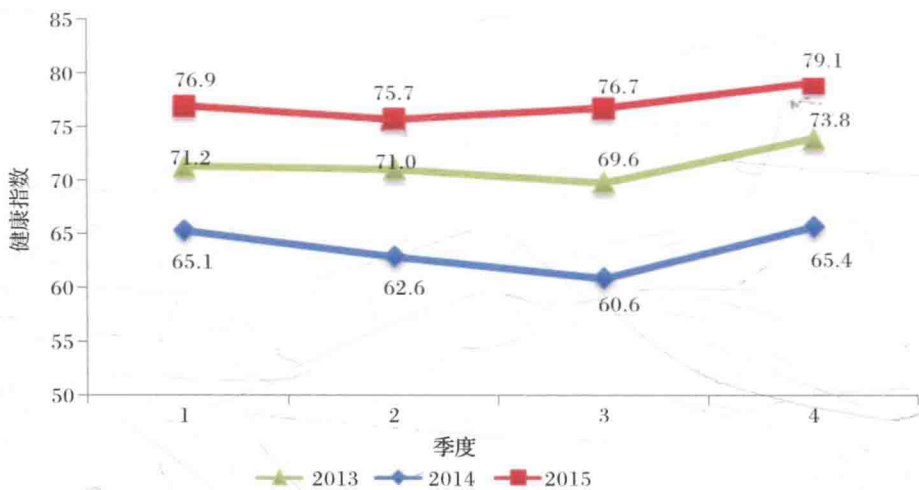


图 1-2 2013—2015 年 50 个品牌各季度品牌健康指数

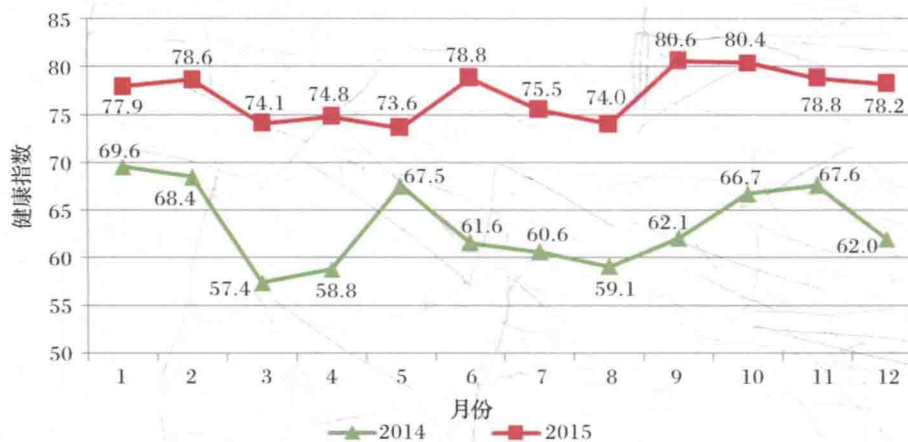


图 1-3 2014—2015 年 50 个品牌各月品牌健康指数

### 3. 股情和业绩方面的问题突出，诚信和人事方面的问题仍不可小觑

2015 年，对品牌健康影响由大到小的因素依次是股情、业绩、人事和诚信。与过去三年不同的是，股情和业绩问题更加突出，诚信问题相对减少，人事问题也由于国企反腐的持续而一直比较稳定，详见图 1-4。

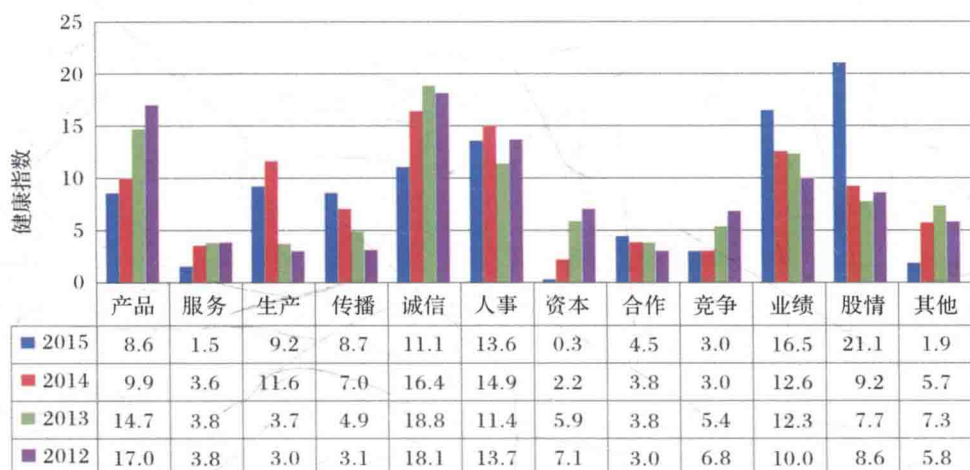


图 1-4 影响品牌健康的因素 (2012—2015)

#### 4. 民企品牌与国企品牌健康差距缩小

50 个品牌中，民企品牌有 12 个，国企品牌有 38 个。如图 1-5 所示，2015 年民企品牌的平均健康指数为 76.4，国企品牌为 77.3，国企比民企高 0.9；2014 年，民企比国企高 2.3；而在更早的 2013 年，国企比民企高 5.5。可见，国企和民企的健康指数差距一直在缩小。

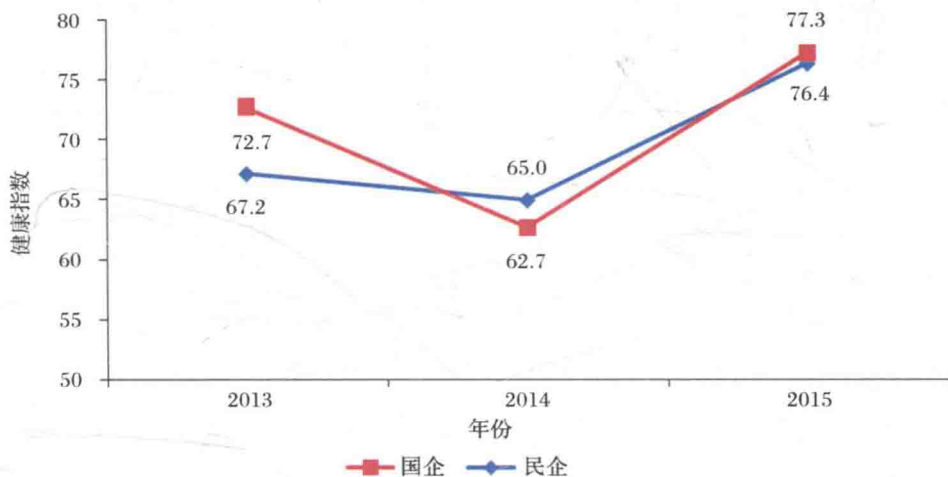


图 1-5 2013—2015 年国企和民企的品牌健康指数

## 5. 和民企品牌相比，国企品牌产品、人事方面的问题较多，诚信、合作、竞争方面的问题较少

如图 1-6 所示，2015 年，国企和民企品牌不健康的首要病因都是股情和业绩，民企尤为突出；次要病因是诚信、人事和传播。在各种病因中，国企在人事和产品方面的问题明显比民企严重，民企在股情、诚信、合作与竞争方面的问题比国企严重。这说明国企的内部问题比民企严重，民企的外部问题比国企严重。

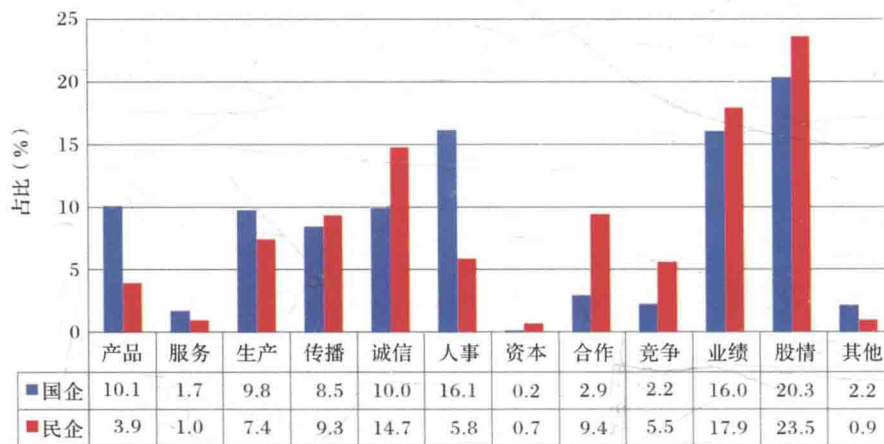


图 1-6 国企和民企的品牌病因分析（2015）

2015 年与 2013 年和 2014 年的监测结果相比最主要的差异在于：2015 年，企业最主要的问题是股情，而 2013 年和 2014 年，企业主要的问题是诚信。详见图 1-7 和图 1-8。

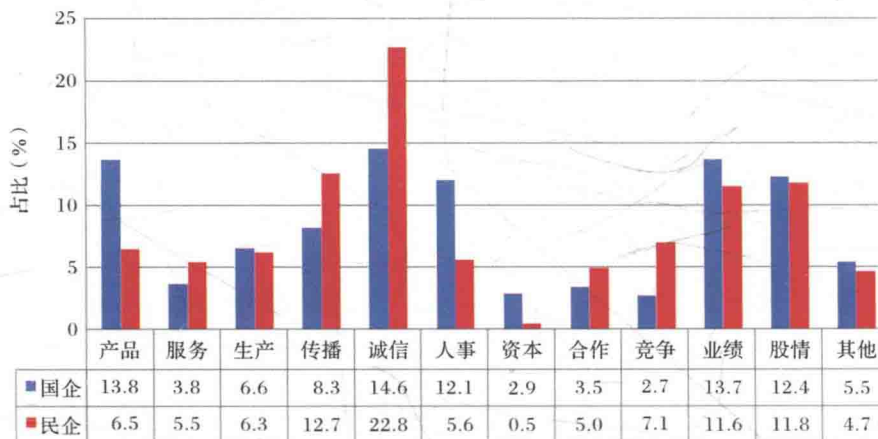


图 1-7 国企和民企的品牌病因分析（2014）

资料来源：《中国市场品牌健康监测报告（2014 年）》

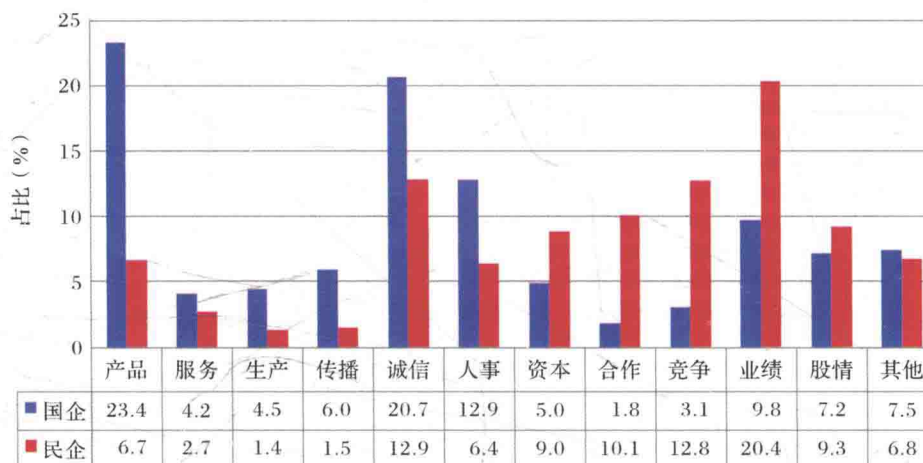


图 1-8 国企和民企的品牌病因分析 (2013)

资料来源：《中国市场品牌健康监测报告（2013年）》

## 6. 健康水平低的品牌有明显好转

图 1-9 列出了所有 50 个品牌的健康指数。从中可以看出，健康水平最低的品牌是中石油、腾讯、一汽、阿里巴巴、中石化，这些都是市值很高、规模很大的企业。其中，阿里巴巴的情况迅速恶化，中石油和中石化早在 2014 年就已经位居最不健康的五个品牌之列，腾讯和一汽则排在倒数第 6 和第 7 位（图 1-10）。健康水平最高的品牌是 361°、安踏、雪花、鄂尔多斯和张裕，这些品牌的市场规模都相对比较小。可见，规模大的品牌，分支机构多，比较容易出问题，也容易引起媒体的关注；规模小的品牌，问题比较少，且不容易引起媒体的关注。

在所监测的 50 个品牌中，健康指数在 90 以上（含 90）的品牌有 10 个，比 2014 年的 4 个多了 6 个，比 2013 年的 12 个少了 2 个；健康指数在 80~90 的品牌有 14 个，比 2014 年的 7 个多了 7 个，比 2013 年的 9 个多了 5 个；健康指数在 70~80 的品牌有 11 个，比 2014 年的 8 个多了 3 个，比 2013 年的 10 个多了 1 个；健康指数在 60~70 的品牌有 7 个，比 2014 年的 12 个少了 5 个，比 2013 年的 4 个多了 3 个；健康指数在 50~60 的有 5 个，比 2014 年的 9 个少了 4 个，比 2013 年的 4 个多了 1 个；健康指数在 50 以下的品牌有 3 个，比 2014 年的 10 个少了 7 个，比 2013 年 11 个少了 8 个。

通过与图 1-10 和图 1-11 相比还可以看出，2015 年健康指数在 60 以下的品牌有 8 个，比 2014 年的 19 个少了 11 个，比 2013 年的 15 个少了 7 个。均值以下的品牌有 22 个，比 2014 年的 24 个少了 2 个，比 2013 年的 20 个多了 2 个。

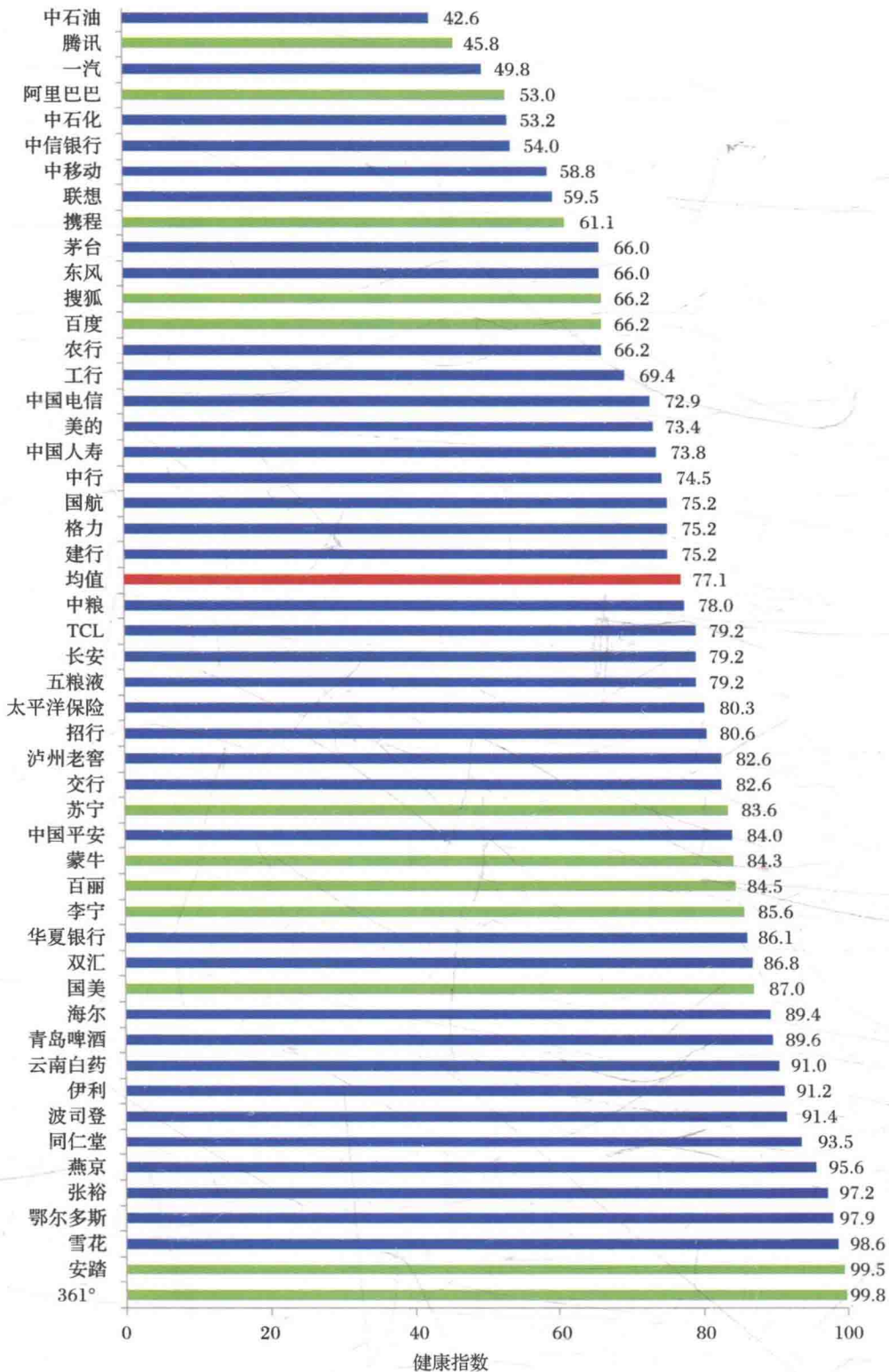


图 1-9 各品牌的健康指数 (2015)

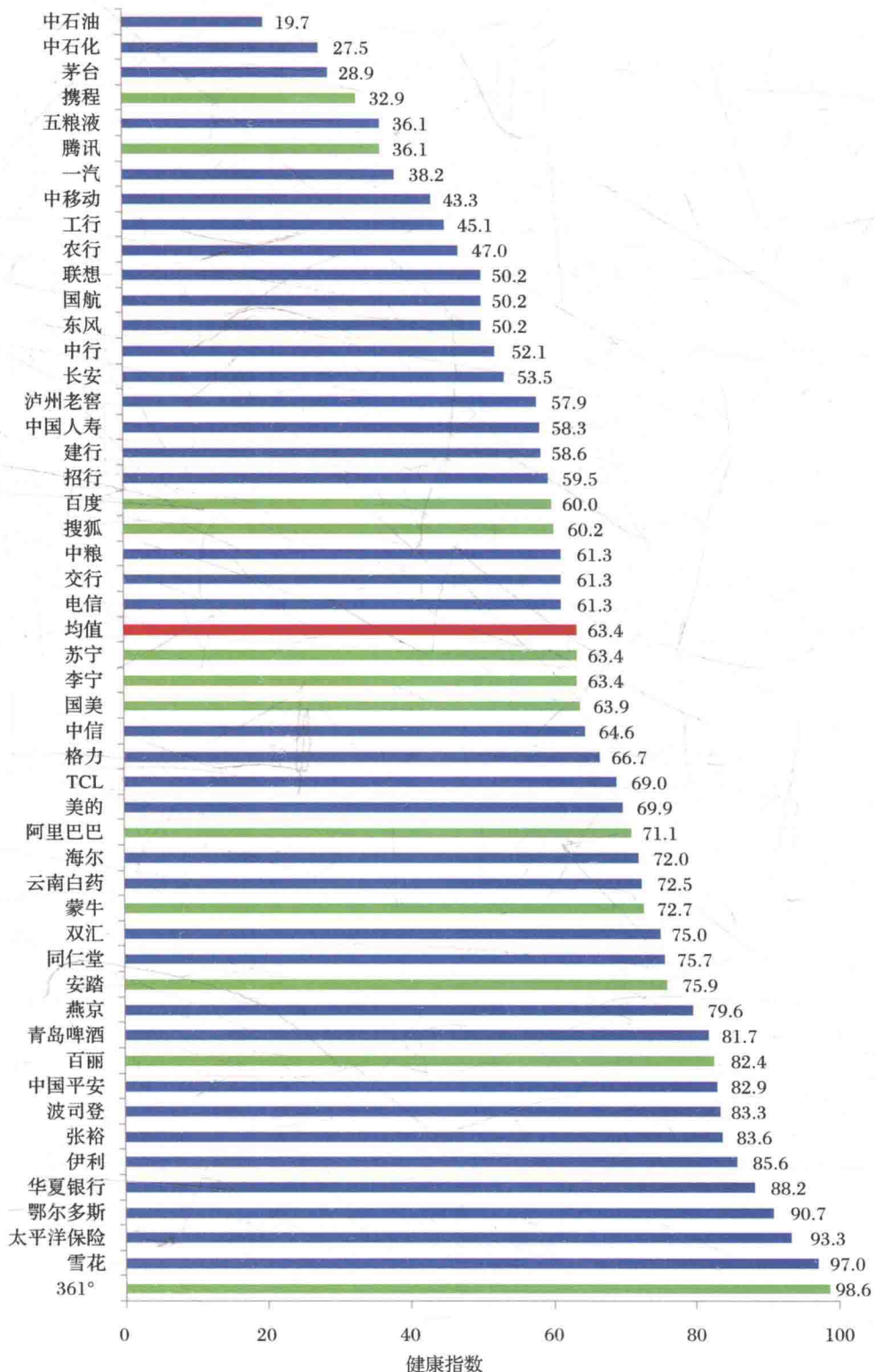


图 1-10 各品牌的健康指数 (2014)

资料来源:《中国市场品牌健康监测报告(2014年)》

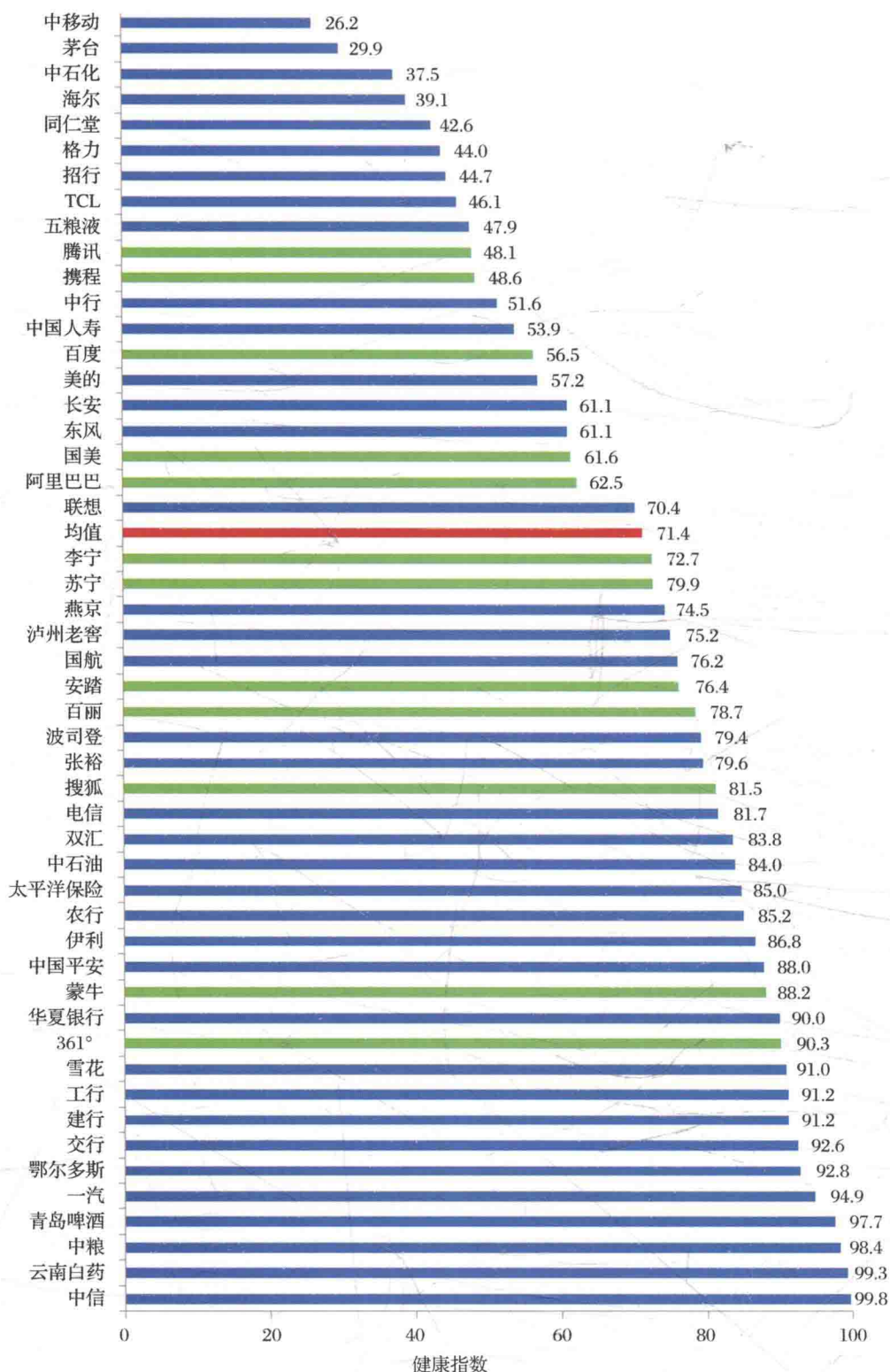


图 1-11 各品牌的健康指数 (2013)

资料来源:《中国市场品牌健康监测报告(2013年)》

## 二、品牌普遍变得更健康

---



表 2-1 及其统计图 2-1 显示，2014—2015 年，绝大多数品牌（46 个）的健康指数或多或少都有所提高，提高幅度最大的 5 个品牌是五粮液、茅台、携程、中石化和长安，提高幅度分别为 43.1、37.0、28.2、25.7 和 25.7，它们 2014 年的健康指数都在 60 以下。2015 年，除了中石化之外，其他四个品牌都达到了 60 以上。健康指数下降的品牌只有 4 个——阿里巴巴、太平洋保险、中信和华夏银行，其中华夏银行的下降幅度很小，只有 2.1，其他四个品牌的下降幅度都在 10 以上，特别是阿里巴巴和中信，已经跌到健康水平不合格的 60 以下。

这一结果说明两个道理：一是病并不可怕，只要注意解决问题，品牌是能够健康起来的；二是健康品牌要注意维护，否则就会生病。

表 2-1 品牌健康指数的变化情况 (2014—2015)

序号	品牌	2015	2014	2015 相对 2014	序号	品牌	2015	2014	2015 相对 2014
1	阿里巴巴	53.0	71.1	-18.1	26	中移动	58.8	43.3	15.5
2	太平洋保险	80.3	93.3	-13.0	27	东风	66.0	50.2	15.8
3	中信	54.0	64.6	-10.6	28	燕京	95.6	79.6	16.0
4	华夏银行	86.1	88.2	-2.1	29	中粮	77.5	61.3	16.2
5	中国平安	99.8	98.6	1.2	30	建行	75.2	58.6	16.6
6	361°	84.0	82.9	1.1	31	海尔	89.4	72.0	17.4
7	雪花	98.6	97.0	1.6	32	同仁堂	93.5	75.7	17.8
8	百丽	84.5	82.4	2.1	33	云南白药	90.5	72.5	18.0
9	美的	73.4	69.9	3.5	34	农行	66.2	47.0	19.2
10	伊利	91.2	85.6	5.6	35	苏宁	83.6	63.4	20.2
11	搜狐	66.2	60.2	6.0	36	招行	80.6	59.5	21.1
12	百度	66.2	60.0	6.2	37	交行	82.6	61.3	21.3
13	鄂尔多斯	97.9	90.7	7.2	38	李宁	85.6	63.4	22.2
14	青岛啤酒	89.6	81.7	7.9	39	中行	74.5	52.1	22.4
15	波司登	91.4	83.3	8.1	40	中石油	42.6	19.7	22.9
16	格力	75.2	66.7	8.5	41	国美	87.0	63.9	23.1
17	联想	59.5	50.2	9.3	42	安踏	99.5	75.9	23.6
18	腾讯	45.8	36.1	9.7	43	工行	69.4	45.1	24.3
19	TCL	79.2	69.0	10.2	44	泸州老窖	82.6	57.9	24.7
20	中国电信	72.9	61.3	11.6	45	国航	75.2	50.2	25.0
21	蒙牛	84.3	72.7	11.6	46	长安	79.2	53.5	25.7
22	双汇	86.8	75.0	11.8	47	中石化	53.2	27.5	25.7
23	一汽	49.8	38.0	11.8	48	携程	61.1	32.9	28.2
24	张裕	97.2	83.6	13.6	49	茅台	66.0	28.9	37.1
25	中国人寿	73.8	58.3	15.5	50	五粮液	79.2	36.1	43.1

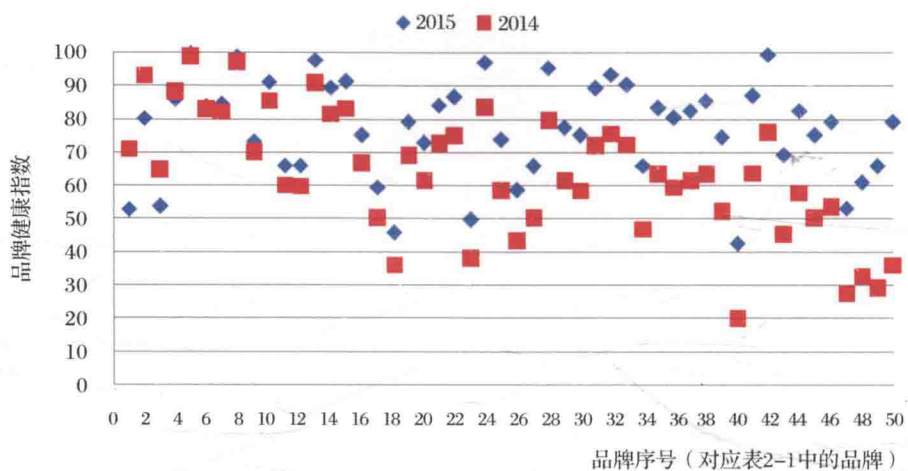


图 2-1 2015 年和 2014 年品牌健康指数的分布图