

2015 年 C-BPI 汽车行业报告:

国际品牌占据 2015C-BPI 汽车行业第一品牌榜，本土品牌的品牌力有待全面提升

奥迪和北京现代分列豪华车与主流车 2015C-BPI 第一名

宝马在六个车型层面的细分市场中获得两个第一名

2015 年 4 月 13 日,北京 - 据权威品牌评价机构 Chnbrand 今天发布的 2015 年中国品牌力指数SM (C-BPI) 报告显示,国际品牌占据 2015 C-BPI 汽车行业第一品牌榜,奥迪和北京现代分获豪华车与主流车 2015C-BPI 第一品牌,本土品牌的品牌力有待全面提升。

中国品牌力指数 (China Brand Power Index, 简称 C-BPI) 是中国首个品牌价值评价制度,受相关部门品牌政策专项资金扶持。作为一个连续的年度调查项目, C-BPI 于 2011 年首次实施, 2015 年为第五届。C-BPI 是基于中国消费者对使用或拥有过的产品或服务反馈意见的基础上进行的独立无偏见的研究,是测定影响消费者购买行为的 Brand Power 指数,是消费者和企业最信赖的品牌评价制度。2015 年 C-BPI 汽车行业研究报告是基于 1692 位车主的反馈结果做出的。

在豪华车市场,2015 年 C-BPI 有 6 个品牌上榜,在这六大品牌中,奥迪 (505.5 分)、宝马 (494.7 分)、奔驰 (400.5 分) 占据第一集团的位置,以较大的优势领先于其他品牌;接下来便是沃尔沃 (266.4 分) 和雷克萨斯 (254.0 分) 两个品牌,相比于第一集团,得分有明显下降,排在榜单第六位的是路虎 (190.7)。值得注意的是,第一集团中三大品牌均为德系,且品牌力优势相对明显。

在主流车市场,2015 年 C-BPI 有 21 个品牌上榜,其中北京现代以 319.2 分荣登等榜首,居于榜单第二至第五名的品牌分别为:上海大众 (287.3 分)、别克 (283.7 分)、东风日产 (267.7 分) 和比亚迪 (267.4 分)。市场上品牌越多,消费者认知到的品牌数量越多,可选择余地越大,对品牌的忠诚度也会相应降低,造成各品牌之间的竞争加剧。从 C-BPI 得分上看,主流车整体的品牌力得分都较低,且差距不明显,品牌间相互竞争激烈。应引起重视的,在 21 个上榜品牌中仅有 5 个是本土品牌,且仅有比亚迪一个本土品牌进入前五名,反映出本土品牌在品牌力上的表现要远落后于国际品牌。值得关注的是,在 16 个国际品牌中,占据几乎半数份额的日系比例最高,有 7 个品牌上榜,其次为美系,有 3 个品牌入围,其余品牌被韩系、德系、法系占据,分别有 2 个品牌入围。

据 Chnbrand 调查显示,在购车过程中,超五成的消费者购车时会考虑品牌因素。对汽车品牌的认知度,已成为目前国内消费者选车、购车的一个重要因素。不可否认,美誉度高、历史悠久的汽车品牌,带给人们的,大多是品质出众的汽车产品。好的品牌所提供的附加服务,也是普通品牌无法比拟的。消费者根据自己的车型需求,通过甄别品牌从而明智的选择自己所需的汽车。

在 2015 年 C-BPI 研究中,一共有 6 个细分市场符合颁奖要求,其中宝马获得两个奖项,在各个细分市场中获奖的车型如下:

- ◆ 小型轿车 C-BPI 第一名: 别克凯越

- ◆ 中型轿车 C-BPI 第一名：大众帕萨特
- ◆ 入门豪华车 C-BPI 第一名：宝马 3 系
- ◆ 豪华轿车 C-BPI 第一名：奥迪 A6L
- ◆ SUV C-BPI 第一名：本田 CRV
- ◆ 豪华 SUV C-BPI 第一名：宝马 X5

2015 年中国品牌力指数 (C-BPI) 研究项目涵盖 158 个行业，其中汽车行业研究是基于 1692 位车主独立无偏见的反馈结果做出的。研究报告分析了 6 个细分车型市场，评价乘用车车型达 326 个。数据收集工作于 2014 年 10 月至 2015 年 2 月，为期 5 个月，调查区域覆盖全国 30 个城市。

媒体关系联系人

谢晓琳；齐凯

中国北京

+86 01 6225 0811 ext. 865

+86 01 6225 0811 ext. 867

xiexiaolin@chn-brand.com

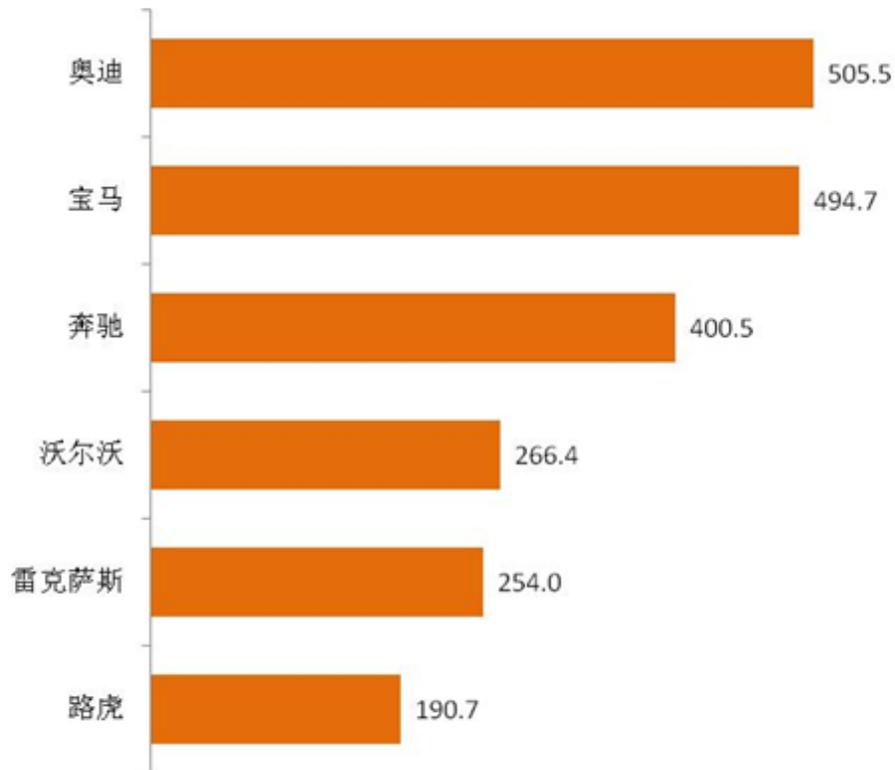
gikai@chn-brand.com

欲了解 Chnbrand 更过信息，请访问 www.chn-brand.org

注意：后附两张图表

权威品牌评价机构Chnbrand
2015年中国品牌力指数研究SM (C-BPI[®])

2015年C-BPI汽车行业品牌力排名—豪华车品牌
上榜品牌条件为未提示认知 \geq 7%的上线品牌



1. 资料来源：Chnbrand 2015年中国品牌力指数 (C-BPI)
2. 摘登本新闻稿中的图表时必须声明Chnbrand为发布者和资料来源于Chnbrand 2015年中国品牌力指数 (C-BPI) 研究，事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途。

权威品牌评价机构Chnbrand
2015年中国品牌力指数研究SM (C-BPI[®])

2015年C-BPI汽车行业品牌力排名—主流车品牌
上榜品牌条件为未提示认知 $\geq 7\%$ 的上线品牌



1. 资料来源：Chnbrand 2015年中国品牌力指数 (C-BPI)
2. 摘登本新闻稿中的图表时必须声明Chnbrand为发布者和资料来源于Chnbrand2015年中国品牌力指数 (C-BPI) 研究，事先未经Chnbrand明确书面同意，禁止将本稿信息或研究结果用于广告或促销用途。