



新闻稿

Press Release

## 2016年C-BPI汽车行业研究成果权威发布

国际品牌以积厚之功冠居行业榜首，本土车企体量壮大涌现品牌新力量

奥迪和别克分列豪华车与主流车 2016C-BPI 第一名

2016年4月8日，中国北京 – 据领先的品牌评级与品牌顾问机构Chnbrand 发布2016年(第六届)中国品牌力指数<sup>SM</sup>(C-BPI®)最新报告结果显示，在华汽车国际品牌以其长期持续的品牌建设与管理，积功深厚，继续稳居2016 C-BPI汽车行业品牌榜首，其中奥迪和别克分获豪华车与主流车2016 C-BPI第一品牌；本土品牌在体量逆风向上的同时，一方面整体品牌力仍偏弱、竞争力持续性堪忧，另一方面部分新的本土品牌力量正在成长。

### 豪华车奥迪第一品牌优势增加，奔驰位次提升

在豪华车市场，2016年C-BPI有3个品牌上榜。在这三大品牌中，奥迪(500.3分)据第一品牌的位置；其次为奔驰(415.3分)和宝马(376.5分)。值得关注的是，比照上年豪华车三强格局，行业微增长大势之下，第一品牌奥迪领先程度有较大幅度增加。同时，奔驰发力逆袭，以成功的品牌营销策略辅助多款車型上市，在销量遽增之余，也成功将品牌力位次提升至宝马之上。豪华车品牌格局已然物换星移。

## 主流车竞争加剧，第一品牌被逆转

在主流车市场，2016年C-BPI有20个品牌上榜，其中别克以306.8分荣登等榜首，居于榜单第二至第十名的品牌分别为：上海大众（282.6分）、长安福特（276.5分）、北京现代（262.1分）、一汽丰田（253.3分）、比亚迪（242.9分）、一汽大众（240.8分）、广汽本田（227.0分）、东风日产（222.6分）和东风雪铁龙（220.3分）。主流车品牌榜单中，国际品牌以囊括6个上榜品牌的日系占比最高；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。

从C-BPI得分上看，主流车整体的品牌力差距不显著，更可关注的是，因品牌优势微弱，上年第一品牌北京现代已悄然为别克取代。这一品牌面的胶着战况和15年市场上多家主流车企宣布官降一起，折射出微成长生态下、集中度偏低的主流车市场激烈竞争的困境。

## 本土车企体量壮大，新的品牌力量正在成长

本次2016年C-BPI主流车上榜品牌中，有5名本土品牌名列其中，而进入Top 10的只有比亚迪一家，反映出总体的本土车企品牌力表现仍落后于国际品牌。

据中汽协统计，15年本土品牌乘用车销量已占总量41.3%，提升近3个点，这种体量上逆风而上的突破，必须承认是整体上迎合国内阶梯化市场中低端需求和低价竞争之胜，同时也应肯定是部分龙头车企在产品的突破、成长和新能源车方向的开拓之功，如连续在榜的比亚迪（242.9分）、长安汽车（219.1分）、长城（218.4分），和值得欣喜的首次登榜品牌北汽（217.4分）、宝骏（206.2分），他们证明着本土品牌新力量的成长。

从发展来看，随着低阶市场的成熟和升级，局部的产品突破被竞争抹平，本土品牌总体上仍面临缺乏可持续竞争优势的局面；而品牌作为不可替代的竞争力仍显羸弱，和目前不断壮大的体量形成鲜明反差。因此，在真正树立和建设品牌优势的护城河上，本土车企尚需厉兵秣马，勇于向前。

## 关于 C-BPI

中国品牌力指数<sup>SM</sup>(China Brand Power Index, 简称: C-BPI<sup>®</sup>)是中国首个品牌价值评价制度,2011年首次推出并连续数年获得了相关部门品牌政策专项资金的扶持。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研究,是测定影响消费者购买行为的品牌力指数,是消费者和企业最信赖的品牌价值评价制度。作为一个连续的年度调查项目,C-BPI通过每年发布相关行业的以品牌认知和品牌关系构成的Brand Power研究结果,帮助消费者做出明智的消费选择,助推企业建立品牌管理体系,实现品牌力提升。2016年C-BPI汽车行业研究报告是基于2868位车主的反馈结果做出的。研究报告分析了2个细分车型市场,评价82家汽车厂商,349款乘用车车型。数据收集工作于2015年3月1日开始至2016年2月29日结束,历时366天。调查区域覆盖全国33个城市。

媒体关系联系人

齐凯

中国北京

+86 01 6225 0811

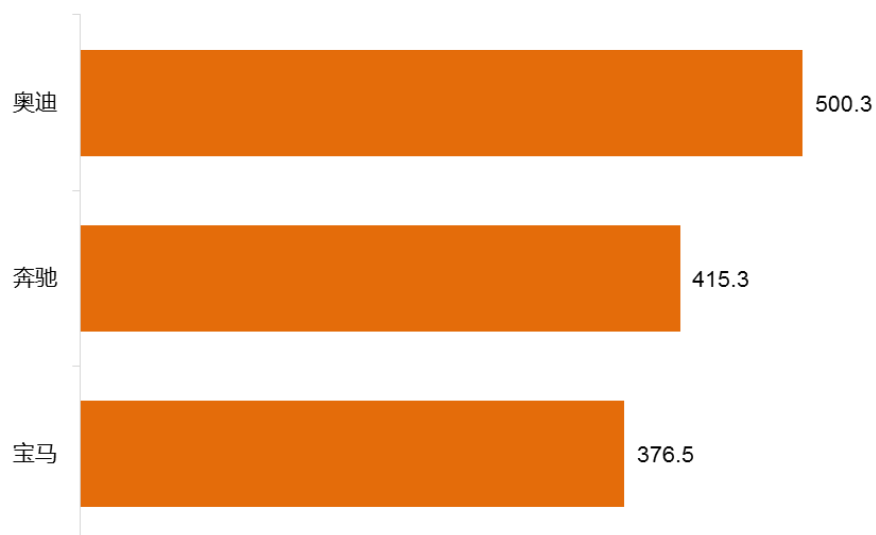
qikai@chn-brand.com

欲了解 Chnbrand 公司,请访问 [www.chn-brand.com](http://www.chn-brand.com)

欲了解有关排名及分析的完整信息,请访问 [www.chn-brand.org/c-bpi](http://www.chn-brand.org/c-bpi)

**2016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提及率 $\geq 7\%$ 的上线品牌



- 
1. 资料来源：Chnbrand 2016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Chnbrand2016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。

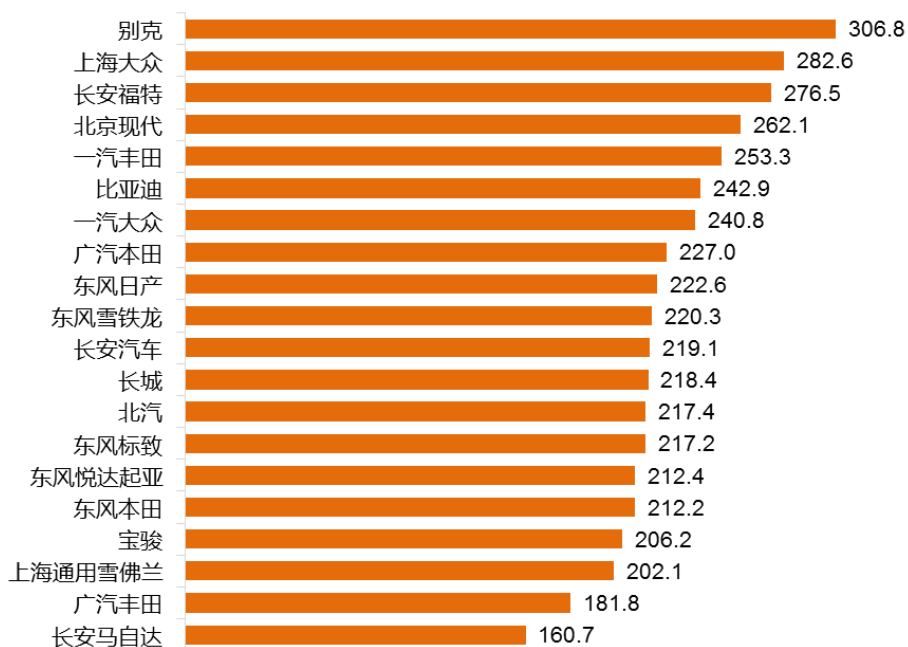
---

## Chnbrand 2016年中国品牌力指数研究<sup>SM</sup> (C-BPI<sup>®</sup>)

---

### 2016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提及率≥7%的上线品牌



- 
1. 资料来源：Chnbrand 2016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 2016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。