



活动现场。

亚洲品牌500强 深圳「组团」上榜



9月20日,亚洲品牌大会在中国香港召开。

9月20日,亚洲品牌大会在中国香港召开,主办方世界品牌实验室发布2026年(第二十一届)《亚洲品牌500强》年度报告,共有20个国家和地区的超级品牌入选,腾讯、华为、比亚迪、大疆创新等多家深圳企业上榜,深圳特区报也连续第三年蝉联入选。

本次榜单中,三星、腾讯、丰田名列前三,占据前十名的还有海尔、华为、索尼、台积电、SK、中国工商银行和LG。中国、日本和韩国是入选品牌最多的三个国家。哈佛大学商学院工商管理荣誉教授约翰·戴腾、欧洲工商管理学院讲座教授齐夫·卡门、香港大学经管学院营销学教授萨拉·金等出席发布会并发表主题演讲。

《亚洲品牌500强》以品牌的亚洲影响力为评判标准,基本指标包括市场占有率、品牌忠诚度和亚洲领导力。世界品牌实验室学术委员会主席、牛津大学教授斯蒂芬·沃格分析认为,亚洲拥有48.7亿人口,约占世界人口的60%,中国市场最值得关注,因为中国拥有更强大的基础设施、庞大的中产阶级以及完善的供应链系统。

值得一提的是,世界品牌实验室今年首次将AI影响力指数纳入评估体系,较高的AI影响力说明品牌在AI生态中具备更高的话语权和传播度。

本次榜单中,中国(包含港澳台)入选品牌共223个,占整个亚洲品牌500强的44.60%,位居第一,其中中国大陆上榜品牌180个;日本有127个品牌入选,位居第二;韩国入选42个品牌,位居第三。

其中,深圳品牌表现亮眼,腾讯(第2位)、华为(第5位)、比亚迪(第111位)、大疆创新(第121位)、中兴(第408位)、顺丰速运(第165位)、安克(第465位)等多家深圳企业入选。深圳特区报本次位列第449位,实现2024年、2025年、2026年连续三年蝉联。

从行业分布看,金融是入选品牌最多的行业,共72个品牌入选,其次是信息技术(64个)、传媒(44

个)、食品饮料(39个)、汽车(31个)。与去年相比,信息技术、金融、汽车等行业入选数量有所上升,食品饮料、建材、航空服务等行业数量则出现不同程度下降。

调查显示,中国大陆消费者对本土品牌的忠诚度持续走高,由十多年前的36%增长至73%,排名第三,仅次于日本的85%和韩国的74%。今年新上榜品牌48个,其中中国大陆新上榜品牌数量最多,达27个。从新上榜品牌行业分布看,信息技术有17个品牌入选,金融、多元化分别有7个和4个品牌入选,新增数量位居前三,这与过去一年AI技术快速发展的背景相呼应。

今年“亚洲品牌大会”主题为“人工智能(AI)时代的品牌领导力”。约翰·戴腾在演讲中表示,AI正在改变品牌建设的基本逻辑,当AI成为消费者时,注意力不再稀缺,但好的营销依然建立在持续沟通之上。齐夫·卡门指出,恰当运用AI工具能为品牌带来敏捷响应和新型价值,但过度使用AI也可能抑制品牌领导者的管理判断力。

萨拉·金表示,企业需打通数据孤岛,建立敏捷、去中心化的“AI敏捷组织”,以技术驱动的创新重构品牌核心价值链与竞争壁垒。世界经理人集团与世界品牌实验室创始人丁海森博士表示,随着生成式AI普及,品牌竞争的关键已转向如何做到“被AI理解、引用与推荐”,亚洲品牌在AI营销领域的起点虽略晚于欧美,但生成式AI也为亚洲品牌带来追赶机遇。

世界品牌实验室是一家国际化品牌价值研究机构,由1999年诺贝尔经济学奖得主罗伯特·蒙代尔倡议创建并担任首任主席,现任主席为牛津大学教授斯蒂芬·沃格。《亚洲品牌500强》自2006年起每年发布一次,已成为衡量亚洲品牌影响力的重要指标。

(据深圳特区报、读特)