

“全球品牌中国线上500强”发布 河南10个品牌榜上有名

全球品牌中国线上500强									
2025年第一季度(前50名)									
北京大学国家发展研究院编制 淘天集团技术支持									
1 苹果 Apple	2 华为 HUAWEI	3 小米 Xiaomi	4 美的 Midea	5 海尔 Haier	6 联想 Lenovo	7 茅台 Moutai	8 耐克 NIKE	9 李宁 LI-NING	10 阿迪达斯 adidas
11 运动户外与服饰	12 家装家具	13 美妆	14 家用电器	15 珠宝首饰	16 3C数码	17 运动户外与服饰	18 运动户外与服饰	19 食品	20 珠宝首饰
21 美妆	22 家装家具	23 美妆	24 运动户外与服饰	25 3C数码	26 办公用品	27 运动户外与服饰	28 运动户外与服饰	29 运动户外与服饰	30 美妆
31 潮流玩具	32 家装家具	33 运动户外与服饰	34 3C数码	35 食品	36 3C数码	37 3C数码	38 医疗健康器械	39 美妆	40 珠宝首饰
41 美妆	42 居家日用	43 食品	44 运动户外与服饰	45 美妆	46 居家日用	47 美妆	48 居家日用	49 家用电器	50 居家日用

5月21日,“中国线上消费品牌指数”(CBI)、“全球品牌中国线上500强榜单”(CBI500)和“线上品牌购买力指数”(BPI)发布。

这份首个基于消费者真实购买行为的大数据榜单,在揭示中国消费市场新格局的同时,也展现出令人惊喜的“河南现象”——在前1000的品牌中,河南省以10个上榜品牌跻身内地省份第11位,其中德佑、白象、双汇等品牌更是稳居500强榜单阵营。

该榜单和指数由北京大学国家发展研究院、北京大学数字金融研究中心、中山大学商学院合作推出,由阿里巴巴淘天集团提供技术支持,今后将每季度更新一次,更好展示我国品质消费的实时情况。

□大象新闻记者 李莉 杨文丽

中国线上消费品牌指数(CBI) 报告了什么

研究团队基于淘宝天猫平台真实的销售、价格、搜索、好评等维度,对品牌质量进行综合性评分。“中国线上消费品牌指数”(CBI)是全球首个以真实消费大数据为基础,聚焦高质量发展的线上消费指数,全方位反映线上消费品牌的发展态势。“全球品牌中国线上500强榜单”也是首个完全基于消费者实际购买行为的品牌榜单。

根据数据显示,2023年一季度到2025年一季度,中国线上消费品牌指数(CBI)从59.42升至63.38,全国消费者所购品牌的平均评分在两年间增加近4分;与基期对比,我国线上消费品牌指数显著增长,2024年四季度相比于基期指数增加了11.5%,而2025年一季度相比于基期指数增加了6.7%,表明我国消费品质显著回升。

本土品牌集体崛起 电商驱动作用不容忽视

CBI指数显示:从2023年到2025年,中国消费品质呈现稳定增长的趋势。据测算,中国线上消费品牌指数从2023年一季度的59.42增加到2025年一季度的63.38,表明全国消费者所购品牌平均评分增加了近4分。

此次发布的500强品牌榜上,美国有57个品牌上榜,是除中国以外上榜品牌最多的国家。日本以28个品牌紧随其后。欧洲各国上榜品牌数总计53个。通过榜单不难看出,中外品牌数呈现“七三开”,中国市

场线上化程度高,大量外国品牌以电商平台作为进入中国市场的第一站,通过本土化策略深耕中国市场,在美妆、运动户外等领域优势明显。

随着高水平对外开放持续推进,中国超大规模市场的优势越发凸显,已经成为各国品牌全球化布局的核心市场。而中国市场具有电商渗透率高的独特性,电商对商家创牌影响巨大,为品牌提供了便利的发展机会,中国线上市场已经成为全球品牌的必争之地。

从季度环比看,中国线上消费品牌指数具有线上市场的季度波动特点。在有“6·18”的二季度、有“双11”的四季度,电商促销活动有力拉动品牌消费,指数均出现显著上升。

从行业看,3C与家电行业消费品质最高,消费品牌指数均高于75分,显示出行业头部品牌占据较大市场份额。2023年以来,宠物用品、家装家具、服饰(女装)行业的消费品牌指数增幅均超过5分,显示出消费者对该品类的品牌意识逐渐增强,消费向高分品牌集中。

报告还聚焦评分前1000的品牌,从品牌创立时间、品牌公司所在地、上榜品牌创新特点等视角展开分析。从国内上榜品牌创立区域维度看,广东、浙江两省创牌能力遥遥领先,远超GDP排名同样靠前的江苏。

这次在综合评分前1000的品牌中,河南有10个品牌上榜(分别为:德佑、白象、双汇、允儿妈、卫龙、天空树、思念、天星教育、好想你、仲景),排名内地省份第11名,在消费品牌省级行政区榜与中国台湾并列第13名。从区域上看,一线城市在品牌购买力上具有绝对优势,同时由于人口基数大、消费基数大,在平均品质上并未显著高于其他城市;而以合肥、郑州、南昌等为代表的新一线或二线城市,则展示出较高的平均消费品质。

品牌总榜的前三名依次是苹果、华为和小米,均属于3C数码行业。华为和小米的成交金额增速已显著超过苹果,并在品牌词搜索量、会员运营等关键指标上表现出一定优势,展现了本土品牌在开放市场环境中的成长性与竞争力。

研究团队认为,淘宝、天猫作为我国最早的电商平台之一,也是国内外品牌开设自营店铺的重要载体,其月度活跃用户规模超过9亿,平台用户相对稳定,分布相对较广,与研究目标契合,是可行范围内最合适的选择。

评分前1000的品牌 河南上榜10个

河南,这片地处中原的广袤大地,在我国消费品牌领域占据着举足轻重的地位。无论是从食品加工的基础产业优势,还是新消费品牌的蓬勃崛起,都彰显出强大的市场影响力和创新力。

4月11日,工业和信息化部公布首批中国消费名品名单和中国消费名品成长企业名单,包括93个企业品牌和43个区域品牌,其中,河南有6家品牌入选消费名品名单。

曾有媒体报道,河南生产了全国1/2的火腿肠、1/3的方便面、1/4的馒头、3/5的汤圆、7/10的水饺、4/5的酸辣粉。从整个消费行业来看,河南都称得上是国内孕育快消品牌的一个重要市场摇篮,尤其是各种“吃出来的品牌”:白象、双汇、卫龙、思念、好想你……堪称我国的“大厨房”。

一直以来,河南在消费品牌领域有着独特优势。经济学家、中国商业经济学会副会长宋向清表示,河南产业基础雄厚,食品加工优势明显,区域文化丰富多彩,尤其是民俗文化元素被挖掘和运用到消费品牌中,形成了独特的品牌魅力。另外,河南拥有庞大的消费群体,消费需求旺盛且多样化,为本土消费品牌提供了广阔的市场空间。同时,消费观念的转变和精准有力的政策支持都为河南消费品牌的发展创造了良好的产业环境。

一直以来,工商银行郑州惠济支行以“金融为民、服务万家”为宗旨,创新升级“工行驿站”服务场景,通过硬件改造、服务提质、场景融合,构建便民惠民的金融服务生态。

工行郑州惠济支行 打造“驿站+”服务新生态

该行专项投入对驿站进行升级,更新补充饮水机、休息座椅、手机充电站等设施,为网点周边户外工作者提供“冷可取暖、热可纳凉”的暖心便民服务。同时建立“培训+评价”管理体系,定期开展服务技能培训及满意度调研,动态优化网点服务流程,保障服务品质。

“工行驿站”不仅成为周边居民的便民服务站,更化身银行服务触达新入口。通过非金融场景的自然引流,网点客流量实现提升,推动各项业务拓展。此外,驿站通过解决户外工作者实际需求,将履行社会责任融入服务日常,塑造国有大行“有温度、有情怀”的企业品牌。

李欣

工行新密支行 扎实推进防范电信诈骗工作

工商银行郑州新密支行多措并举筑牢金融安全防线,通过“机制+技术+宣教”三位一体模式,扎实推进防范电信网络诈骗工作,全力守护群众“钱袋子”。

该行成立专项领导小组,统筹落实反诈工作要求,通过常态化案例培训,认真剖析形式多样的诈骗手段,提升全员风险识别能力,构建协同治理机制。

在源头管控方面,严把账户开户关,运用联网核查、人脸识别等技术核验,动态分析涉诈账户风险漏洞,制订针对性治理方案,有效遏制涉案账户高发态势。

同时,组建“反诈宣传队”深入社区、企业开展“守住钱袋子·护好幸福家”主题宣教,通过案例讲解、互动问答等形式,向老年人、个体工商户等重点群体揭示“养老理财骗局”“冒充公检法”等诈骗套路,切实提升全民反诈意识。

李欣