

MeetBrands中国出海品牌价值 榜单报告

©2022.11 iResearch Inc.

■ 榜单发布背景：

十九届五中全会通过的《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》明确提出，要加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，为中国出海经济的发展奠定了利好基调。背靠中国制造供应链的强劲实力以及互联网科技的飞速发展，越来越多的中国企业开启出海之旅，同时中国企业出海的整体能力与需求也在发生深刻变化：中国制造升级推动“产能”向“产品力”转变，品牌的重要性进一步凸显。

在此背景下，飞书深诺与艾瑞咨询联合发布《MeetBrands中国出海品牌价值榜单报告》，全面研究解析了中国品牌出海的现状、趋势、成果以及痛点，透视中国出海品牌背后的成功秘诀。同时结合数字经济发展的浪潮，分析中国众多新锐品牌如何借助数字技术在海外加速崛起，以及中国传统出海强势品牌的数字升级之路。基于对出海领导力品牌成功案例的深度解读，报告旨在为更多的中国企业提供策略参考以及实践路径的借鉴，帮助中国企业把握数字力量，培育品牌实力，迈向全球价值链的更高处，共同开拓中国品牌出海的新时代。



■ 榜单价值：

《中国出海品牌价值榜单》

围绕品牌战略、品牌投入及品牌效果三大维度，对中国出海品牌的品牌价值进行评估，以期发现与挖掘在品牌建设方面表现优异的中国出海品牌，并且倡导更多的中国出海品牌重视对品牌价值的关注和实践，进一步推动中国品牌在全球的影响力，深化中国品牌强国建设。

品牌价值

品牌战略

评估中国出海品牌在战略层面的主动布局能力

品牌投入

评估中国出海品牌在出海布局方面的资源投入程度

品牌效果

评估中国出海品牌在海外市场上获得的反响

《中国出海消费品品牌数字化能力榜单》

围绕数字化生态、数字化投入、数字化营销、数字化运营四大维度，对中国出海消费品品牌的数字化能力进行评估，以期发现与挖掘在数字化建设方面表现优异的中国出海消费品牌，并且倡导更多的中国出海消费品品牌深化数字化能力，通过数字化手段与模式帮助自身更好地进行海外市场拓展。

消费品数字化能力

数字化生态

评估中国出海消费品品牌在数字化战略层面的布局能力

数字化投入

评估中国出海消费品品牌在数字化方面的资源储备程度

数字化营销

评估中国出海消费品品牌在营销方面的数字化应用程度

数字化运营

评估中国出海消费品品牌在运营方面的数字化应用程度

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

序言



沈晨岗 飞书深诺集团创始人兼CEO

经过十多年的发展，中国企业出海已行至深水区。时至2022年，全球市场风高浪急，外部环境纷繁复杂，每个企业都需要深思如何为消费者带来真正的价值，借助强大的品牌力穿越周期，实现可持续高质量的增长。

在此背景下，《2022 MeetBrands中国出海品牌价值榜单报告》应运而生，我们希望能够与大家分享飞书深诺多年来积累的深度出海洞察和研究成果，通过解读中国出海领导品牌背后的成功秘诀，以及与真正全球化品牌之间的关键差距，为更多的中国出海企业提供策略参考与实践路径的借鉴，帮助中国品牌把握数字机遇，培育品牌实力，迈向全球价值链的更高处。

蓄力才能无惧风浪，向下扎根才能向上生长。飞书深诺与大家携手共拓全球化新征程，让世界“遇见”中国品牌！

吕荣慧 艾瑞咨询研究副总经理

在数字技术发展、国内外市场环境变化等因素的影响下，中国品牌正迎来以“产业智能化升级、数字化变革提效、全链路数字营销、提升品牌价值”为特点的中国出海品牌数字化新阶段。面对品牌价值认知度低的普遍困境，数字化能力建设将成为帮助品牌打破困境的关键措施。

在此背景下，我们联合飞书深诺推出《2022 MeetBrands 中国出海品牌价值榜单报告》，探讨中国品牌出海的数字升级之路，关注明星品牌、新锐品牌的如何借助数字技术在海外加速崛起，挖掘品牌出海更多潜力。希望本份报告可以帮助更多中国企业利用数字化能力更好地走向世界舞台，为企业在海外的商业增长带来更多势能。



序言

张林 腾讯云出海生态合作总经理



当前，在互联网和数字技术的推动下，经济全球化进程在不断的发展深化。这无论是对传统企业，还是互联网企业来说，都是一次前所未有的挑战和机遇。与此同时，“出海”这个在过去鲜为人知的领域，逐渐成为了当下各路英豪争相布局的热门赛道。因此，作为全球领先的数字基建和技术服务提供商，我们希望能在本次数字经济浪潮席卷全球的进程中，为合作伙伴提供稳定的产品和优质的服务，助力本土企业在国际舞台上取得新的突破！

Kevin Ko Google中国区大客户代理业务总经理

2022年，疫情常态化在用户心态、内容需求、消费行为发展转变的同时，为中国品牌出海带来了新的挑战和机遇。站在时代的风口上，中国品牌出海既要守住中国制造的优势，也要深刻理解目标消费者、关注产品价值以及做好品牌营销。



黄纬贤 Meta大中华区渠道业务总经理



Meta的愿景是连接各国商家与海外消费者，引领创新营销模式，助力全球品牌闪耀世界。在全球经济复苏的大背景下，中国品牌通过数字营销与电子商务迈向全球，Meta旗下各社交媒体平台已经成为中国品牌国际化过程中不可或缺的一环。我们期待通过Meta官方代理商，引领创新营销模式，助力更多中国出海企业，踏出一条健康、稳健的出海品牌铸造之路，同时为海外消费者带来更多产品选择、更优质消费体验。

蒋涛(Tony Jiang) Shopify大中华区合作伙伴业务负责人

品牌出海和全球化不仅是一个商业趋势，更代表着一代创业人的理想和愿景。他们在不断探索全球化的管理模式，并将最前沿的理论和技術付诸实施，致力于提升全球消费者对中国品牌的信任。在这个旅程中，Shopify很荣幸可以成为众多品牌的合作伙伴，一起开创商业全球化的未来。



本报告的核心评估与分析对象为中国出海代表性品牌，基于多维度的品牌审计模型，同时结合行业层、企业层的研究以及海外用户调研结果，严格筛选与评估出“中国出海品牌价值50强”与“中国出海消费品品牌数字化能力50强”。

一、在品牌的首轮筛选中，我们按以下标准进行了品牌初筛，最终基于企业规模和品牌影响力等因素从数千家出海品牌名录中选取超过100家品牌进行建库。同时基于用户调研等评估方法契合度的考量，因此也充分结合了行业出海成熟度和C端用户感知程度来进行重点评估行业选择，并最终确定在移动应用、游戏、消费品、金融/银行、航空服务五大行业中进行入库品牌的筛选：

- 1) 品牌最初由中国企业创立；
- 2) 品牌拥有海外业务且有收入；

二、在品牌的第二轮筛选中，我们依据搭建的“中国出海品牌价值榜单评价模型”与“中国出海消费品品牌数字化能力榜单评价模型”，分别对入库品牌的品牌价值和数字化能力进行评估。在品牌价值方面，我们从品牌战略、品牌投入、品牌效果等视角展开指数审计工作，最终在入库品牌中评选出50个品牌成为“中国出海品牌价值50强”；在数字化能力方面，我们从数字化生态、数字化投入、数字化营销和数字化运营等视角展开指数审计工作，最终在入库品牌中评选出50个品牌成为“中国出海消费品品牌数字化能力50强”。



榜单相关指标释义

中国出海品牌价值榜单指标说明

指标名称	指标释义	细分指数	细分指数释义	评估维度	评估价值
品牌价值指数	艾瑞根据“中国出海品牌价值榜单评价模型”，从 品牌战略、品牌投入、品牌效果 三个细分维度核算出“品牌价值指数”，指数越高，代表品牌的综合品牌价值评估表现越好。	品牌战略指数	核心评估中国出海品牌 在战略层面的主动布局能力 ，指数越高，代表品牌在战略规划方面的表现越好。	如： <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌自身定位的清晰度与被认知情况 ● 品牌定位与同行业竞品之间的差异度 ● 	品牌战略指数代表了企业 战略布局和差异化优势 ，对出海资源投入有着指导作用。
		品牌投入指数	核心评估中国出海品牌 在出海布局方面的资源投入程度 ，指数越高，代表品牌在资源投入方面的表现越好。	如： <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌出海的经验及区域覆盖情况 ● 品牌在海外市场中营销费用的投入情况 ● 	品牌投入指数代表了品牌 针对其出海规划所作出的实际资源投入与执行推动能力 ，是将战略转为落地的关键，也是链接反馈的重要环节。
		品牌效果指数	核心评估中国出海品牌 在海外市场上获得的反馈效果 ，指数越高，代表品牌获得的市场和用户反馈越好。	如： <ul style="list-style-type: none"> ● 海外用户对品牌的认知与好感度 ● 声量 ● 行业影响 ● 	品牌效果指数代表了品牌 在海外市场的经营表现 ，是战略布局与资源投入所得的效果。
细分行业的品牌价值指数占比	细分行业中上榜品牌的品牌价值指数之和/总体上榜品牌的品牌价值指数之和，占比越高，该细分行业品牌相对其他行业品牌的品牌价值表现越突出。				

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

榜单相关指标释义

中国出海消费品品牌数字化能力榜单指标说明

指标名称	指标释义	细分指数	细分指数释义	评估维度	评估价值
数字化能力指数	艾瑞根据“中国出海消费品品牌数字化能力榜单评价模型”，从 数字化生态、数字化投入、数字化营销、数字化运营 四个细分维度核算出“数字化能力指数”，指数越高，代表品牌的综合数字化能力评估表现越好。	数字化生态指数	核心评估中国出海消费品品牌 对数字化生态的布局能力 ，指数越高，代表品牌在数字化生态布局方面的表现越好。	如： ● 数字化战略与决策应用情况 ● 品牌自身的数字化属性 ●	数字化生态指数代表了品牌 在战略指导下，借助数字化手段打通业务体系的能力 ，对数字化投入、营销、运营具有着指导作用。
		数字化投入指数	核心评估中国出海消费品品牌 在数字化方面的资源投入程度 ，指数越高，代表品牌在数字化资源投入方面的表现越好。	如： ● 数字化工具的应用 ● 数字化团队的搭建 ● 数字化销售渠道的布局情况 ●	数字化投入指数代表了品牌 在数字化建设或转型中的基础建设水平 ，是品牌数字化战略的具体体现。
		数字化营销指数	核心评估中国出海消费品品牌 在营销方面的数字化应用程度 ，指数越高，代表品牌在数字化营销方面的表现越好。	如： ● 营销活动方面的数字化创新表现 ● 品牌在海外市场中营销费用的投入情况 ●	数字化营销指数代表了品牌 在数字化的营销环境下进行高效用户拓展的能力 。
		数字化运营指数	核心评估中国出海消费品品牌 在运营方面的数字化应用程度 ，指数越高，代表品牌在数字化运营方面的表现越好。	如： ● 社媒的运营表现 ● 品牌构建长期消费者运营体系的能力 ●	数字化运营指数代表了品牌 通过数字化的途径对用户沉淀、管理、再激活进行提效 是品牌长期经营的重要环节。
细分行业的数字化能力指数占比	细分行业中上榜品牌的数字化能力指数之和/总体上榜品牌的数字化能力指数之和，占比越高，该细分行业品牌相对其他行业品牌的数字化能力表现越突出。				

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

中国出海品牌发展宏观背景

1

中国出海品牌价值榜单概览

2

中国出海消费品品牌数字化能力榜单概览

3

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_48522

