**中国建设银行品牌价值提升**

**位列2017最佳中国品牌价值排行榜第三**

近日，全球领先的品牌咨询公司Interbrand发布了2017年度最佳中国品牌价值排行榜。榜单显示，共有50个最具品牌价值的中国品牌上榜，中国建设银行品牌价值上升7%，位居榜单第三位，列金融行业首位。

近年来，建设银行战略转型突出以客户为中心、以市场为导向，定位于国内最佳、国际一流的目标，着眼于打造最具价值创造力银行集团。在具体实施路径上，采取综合性、多功能、集约化、创新型、智慧型“五位一体”协同推进的整体转型。据了解，中国建设银行转型发展成果已正式纳入哈佛商学院全球商界精英培训教学案例库，受到国内外的关注和认可。据Interbrand亚太区首席执行官Stuart Green介绍：“中国建设银行业务规模庞大并拥有海量客户，之所以排名靠前，主要是因为品牌对企业本身的盈利作出很大的贡献。”

Interbrand自1988年起在行业内率先开创了品牌价值研究。作为第一个通过ISO10668国际认证的品牌价值评估体系，Interbrand的整个分析方法论被业界公认为具有特殊战略管理价值的工具,其 “最佳全球品牌价值排行榜”被英国《金融时报》评选为最受CEO重视的三大榜单之一。2017最佳中国品牌价值排行榜”是Interbrand第十次针对中国市场运用它首创的品牌价值评估方法，为中国企业设立品牌发展的坐标空间。本次排行榜仍然采用经过第三方独立审计的财务资料以及广泛的消费者研究和市场资料，评出中国最具价值的 50 个品牌。品牌价值的评估主要通过三个关键纬度，分别是品牌化产品或服务业绩的财务分析；购买决策过程中的品牌作用力；以及相对于竞争者的品牌强度。榜单计算出的品牌价值，基于截止到2016年底的财务信息，反映了品牌未来所贡献的经济利润。这种稳定和透明的做法，为最终评选结果的公平性，以及在全球和历年间的可比性提供了坚实的基础。该榜单是目前国内最权威的品牌价值排行榜，及时捕捉市场趋势和品牌动向，已经成为中国各行业品牌发展的风向标，以及各品牌考察自身价值的重要依据。