

# iPad推動 價值連升9位 全球百大品牌 蘋果首躋前十

註：( ) 內為品牌價值及同比漲幅

## 1 可口可樂 (\$718.6 億美元 ▲2%)

慶祝問世 125 周年的同時，其品牌不但超越時空，而且歷久常新。它繼續透過巨額贊助多項活動如世界盃足球賽而爭取強勁的曝光率。在相對穩定的飲料市場，全球消費者「每天消耗 17 億瓶」的可口可樂，品牌價值將穩步上升。



## 2 IBM (\$699.1 億美元 ▲8%)

創業 100 周年的 IBM，實力迎來最高峰，並將全速發展。它已將其業務的重心，從硬件延伸至服務、知識以至創新。IBM 的成功，很大程度上在於它對智慧的重視，這包括從員工在腦力激盪活動得出的智慧，和用於改善電力網和運輸系統的智慧。



## 3 微軟 (\$591 億美元 ▲3%)

在個人電腦操作系統、伺服器軟件和辦公室生產力軟件市場，微軟繼續稱霸。如今微軟與諾基亞建立新的夥伴關係，有可能攜手開創燦爛未來。再加上 Xbox 遊戲機周邊設備 Kinect、代號「Mango」的 Windows Phone 作業系統更新，還有配合平板電腦使用的 Windows 8 作業系統，近日都得到好評，可見微軟已準備就緒，建立強大的消費者業務。



## 4 谷歌 (\$553.1 億美元 ▲27%)

品牌價值去年增長 27%，谷歌作為全球最主要品牌的地位正在提升，而且走勢凌厲，銳不可當。谷歌去年致力開發新產品，包括連接雲端服務、沒有內置軟件並標榜可以即時啟動的手提電腦 Chromebook。谷歌不但是吸引最多訪客的網站，也獲多個調查評為最佳僱主，繼續吸引新血及留住員工。



## 5 通用電氣 (\$428.1 億美元 ▲0%)

繼續成為全球最受尊崇的品牌之一，也是推動想像力的企業典範。雖然日本福島核災難和美國的金融問題 2011 年帶來一些負面消息，通用電氣在全球的地位仍然屹立不倒，在逾百個國家運營，聘用員工更是達 10 萬人。



【本報訊】綜合 AppleInsider 網站、彭博社、Interbrand 17 日報道：品牌諮詢公司 Interbrand 日前公布《2011 年全球百大最具價值品牌》報告，可口可樂繼續保持光榮傳統，連續 12 年蟬聯首位。值得注意的是，蘋果的品牌價值過去一年的表現尤為突出，以 334.9 億美元首次躋身十強，位列第八。

據報道，蘋果的品牌價值一年間增長 58%，這個增幅不但是榜上頭 100 名當中最大的，而且推動蘋果的排名從 2010 年的第 17 位連升 9 位，名列第 8。蘋果在 2009 年首次擠入 Interbrand 百大品牌的全球 20 大。當時它的品牌價值估計是 154 億美元。該公司的品牌價值過去 10 年穩步上揚，其產品的受歡迎程度也與日俱增。

### 可口可樂 12 連霸

Interbrand 在其年度報告中說：「蘋果在行業內外都樹立了嚴格標準，是優秀品牌與優秀科技結合的標誌，提供了獨一無二的體驗。它能從第 17 位躍升至第 8 位，並不令人感到意外。消費者繼續帶着期望跟進它的產品推出，而且很快就把它精彩產品和自己的生活方式融為一體。」而可口可樂則連續 12 年蟬聯首位。

Interbrand 指出，蘋果的品牌價值這一年間之所以大有增長，iPad 平板電腦是一大因素。而 iCloud 雲端技術「將把『隨時隨地』連接的好處，進一步延伸至迅速增長的受眾。」

但 Interbrand 也承認，究竟蘋果的品牌價值，有多少來自蘋果創辦人喬布斯生前的領導，有多少又來自包括現任行政總裁庫克在內的新領導層領導，仍然拭目以待。

### 微軟諾基亞價值下跌

此外，蘋果的死對頭微軟雖排名第 3，其品牌價值估計達 591 億美元，但這個數字較 2010 年下降了 3%。另一對手谷歌排名第 4，其品牌價值估計是 553.1 億美元，較去年同比增長 27%。

榜上排名第 5 的是通用電氣（品牌價值估計是 428.1 億美元），緊隨其後的是麥當勞（355.9 億美元）和英特爾（352.2 億美元）。而迪士尼（290.2 億美元）和惠普（284.8 億美元）則分列第九、第十。報道指，榜上其他值得注意的公司有諾基亞，這個曾經稱霸全球手機市場的芬蘭品牌，價值估計是 250.7 億美元，跌幅 15%，排名下降了 6 位。榜上頭 20 名當中，只有諾基亞和微軟的品牌價值下跌。相信諾基亞放棄了它的 Symbian 智能手機操作系統，改用 Windows Phone 7 作為主打系統，和微軟合作，並非偶然。

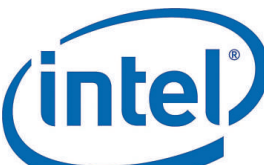
## 6 麥當勞 (\$355.9 億美元 ▲6%)

全球快餐業的長期霸主，不但擅於掌握連貫性和品質，近年也重視消費者回饋，而且不斷創新，範圍包括 McCafe 咖啡店、銷售額足可挑戰星巴克的高品質咖啡，還有準備在 9 月推出的更健康的「開心樂園餐」。麥當勞也注意環境的可持續性發展，開始要求所有和它合作的供應商，產品要完全來自重視可持續發展的地區。



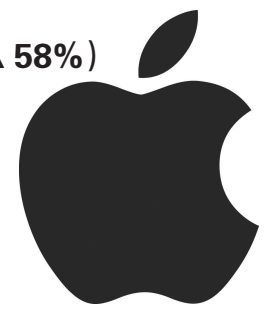
## 7 英特爾 (\$352.2 億美元 ▲10%)

微處理器發明的領軍公司，致力於促進節省能源、在教育及保健中使用技術，以及開拓全球電腦業務。技術業的商業周期傾向於認同這樣的強大品牌，英特爾利用這個地位來孜孜不倦地從事創新活動。隨着競爭加劇，英特爾繼續提高產品的速度、品質和可靠性，以此作為其產品超值的基礎。



## 8 蘋果 (\$334.9 億美元 ▲58%)

消費者繼續懷着熱切期望追趕其新產品，並且迅速把該公司的時髦產品融入自己的生活方式。蘋果頻頻推陳出新，2010 年推出 iPad，形成了一股平板電腦新潮流。最近推出的 iCloud，把用戶與其音樂、照片、聯絡人和文件等等融為一體，它將吸引更多人來享受這種「隨時隨地」連結帶來的種種好處。



## 9 迪士尼 (\$290.2 億美元 ▲1%)

迪士尼繼續提供優質和闔家歡樂的經驗，包括公園、電影、商品。該公司計劃在未來一年內擴充其奧蘭多「魔術王國」公園裡的「幻想世界」，進一步加緊該品牌原有的強項：滿足顧客的夢想。今年，香港迪士尼公園繼續表現出色，另外在上海建造的新公園應可提高迪士尼在中華地區的品牌形象。



## 10 惠普 (\$284.8 億美元 ▲6%)

雖然惠普 2010 年底替換總裁，曾引起動盪，但是該品牌繼續維持其排名第十的位置。惠普繼續加強其綜合服務，包括打印、軟件、服務和資訊基礎設施，以及解決顧客問題。過去一年來，該公司一直在改變商業策略，增加對企業的重視，並朝着高價值、高邊際利潤增長的行業邁進。隨着惠普繼續改變自己，以及借助收購擴大業務，該公司將在維持凝聚力的過程中遇到挑戰。



## 台灣宏達電首次入榜

【本報訊】作為手機領域一顆正在冒起的新星，台灣品牌 HTC（宏達電）今年首次打入全球最佳品牌 100 強，以 36 億美元品牌價值位列 98 名。Interbrand 指出，以市值而言，HTC 已超越諾基亞，成為全球第 3 大智能手機製造商，緊隨蘋果及三星之後。

HTC 最初以製造原廠設備起家，但如今已迅速贏得全球消費者注目，令它在去年 2 月的流動世界大會上，獲 GSM 協會評為最佳設備製造商。其品牌定位「Quietly Brilliant」也是品牌的核心價值，低調的智慧。該公司在手機市場初試啼聲，作風低調但令人難忘。然而，雖然發展迅速，但在全球範圍內，消費者對它的認識不算多，因此社交媒體策略對該品牌非常重要。它在錄像分享網站 YouTube、社交網站 Facebook 還有 Twitter 所建立的貼身社交網絡站點，還層出不窮的更新換代

，都在在展示它致力和顧客打交道及建立忠誠度。它在去年 8 月與知名耳機品牌「Beats By Dr.Dre」建立夥伴關係，都應該會提高品牌的知名度，特別是年輕的受眾當中尤其如此。



▲ HTC 與知名耳機品牌合作推出的新一代手機

## 維基百科閉站抗議反盜版法

【本報訊】據法新社華盛頓十六日消息：最受歡迎網上百科全書，學生做功課的重要工具——「維基百科」網站將於 17 日關閉二十四小時，以抗議美國國會的《網絡反盜版法案》。

### 警告學生盡早做功課

該網站創辦人威爾士在 Twitter 上說：「警告學生！盡早做功課。維基百科將於星期三抗議法律！」威爾士援引美國民權領袖馬丁·路德·金的話說：「『自由絕不是壓迫者主動給予的，而是被壓迫者要求的。』」星期三，「維基百科」要求（自由）。」

獲得荷里活、音樂產業、商業軟件聯盟、全國製造商協會和美國商會支持的

《網絡反盜版法案》，現時正在眾議院討論。而參議院正在討論的同類法案則是《保護知識產權法案》。

威爾士說，維基百科英語站將關閉整整二十四小時。他說：「最後細節仍在考慮中，但我們已一致認為應來一次『全日』的而不是『軟』的關閉！」他說：「這會引起轟動。我希望星期三華盛頓的電話系統會因為『維基百科』而癱瘓。」他是指希望抗議電話會導致華盛頓電話系統阻塞。他說：「把這個消息傳給你認識的每一個人。」

「維基百科」職員都是志願人員，一月十五日將是該網站創辦十一周年。它是歷史上最大的百科全書，有二百八十二種語言，超過二千萬篇文章。