中银研究

经济金融热点快评

中国银行 BANK OF CHINA 研究院　　2021 年 2 月 3 日　　2021 年第 14 期（总第 450 期）

疫情冲击全球银行品牌价值，中国等新兴市场表现亮眼

2 月 1 日，英国《银行家》联合 Brand Finance 发布 2021 年全球银行品牌 500 强榜单，为连续第 15 年发布。主要关注点如下：

一是疫情对全球银行整体品牌价值带来冲击，但未来价值回升态势明朗。2021 年全球银行品牌 500 强中有 2/3 的银行品牌价值出现下降，导致 500 家银行品牌总价值下降至 1.27 万亿美元。这是榜单发布连续 15 年首次出现品牌总价值连续两年下降。2018 和 2019 年，前 500 强银行品牌总价值分别同比增长 10%和 15%；2020 年和 2021 年分别同比下降 2%和 4%。该榜单对品牌价值的测算主要通过品牌影响力和品牌强度指数(BSI)两个维度进行，前者评估品牌对银行盈利的影响比例，后者得分范围为 0-100，通过品牌投入、品牌产出（如市场份额）、第三方评估等三方面确定分值。二者相乘的结果即为品牌价值占银行营业收入的比重，从而推算出品牌价值。因此，银行盈利能力对品牌价值测算有直接影响。2020 年疫情对全球银行盈利水平的冲击主要来自两个方面，一是很多银行大幅计提贷款损失准备；二是主要央行进一步下调利率水平，从而使得全球银行整体品牌价值出现明显下降。历史上每次危机都面临着品牌价值暴跌的风险，2008 年全球金融危机时前 100 强银行的品牌整体价值缩水近 1/3。相比于 2008 年全球金融危机，2020 年疫情对银行业品牌价值的影响相对有限。另外疫情下各国银行业积极配合政府经济刺激计划，加大对实体经济的信贷支持，在帮助经济复苏中发挥了重要作用，客户美誉度明显提升。未来几年，银行业整体品牌价值回升态势可期。

二是中国银行业品牌价值持续领先，占全球银行品牌价值的 1/3。2021 年全球银行品牌 500 强中共有 51 家中国银行（不含港澳台）上榜，前 10 强中占据 7 席。中国

银行业品牌总价值平均同比增长 3%，与很多国家和地区的银行品牌整体价值下降形成鲜明对比。需要关注的是，中美银行业在品牌总价值之间的实力差距进一步凸显，中国已经超越美国成为全球银行品牌价值贡献度最高的国家。早在 2007 年全球银行品牌价值排行榜中没有一家中国银行，花旗以 351 亿美元的品牌价值位居榜首，其次为汇丰控股和美国银行。当时全球品牌 100 强中共有 26 家美国银行，美国远远超过其他国家，占全球银行品牌整体价值的 42%；2021 年美国入榜银行 74 家，但品牌总价值同比下降 2%。中国、美国入榜银行的品牌总价值分别占全球银行品牌总价值的 33.88%和 21.63%，品牌价值贡献度分别位居第一、二位。2020 年中国对疫情的有效防控和经济复苏进程较快，为中国银行业稳健经营和高质量发展提供了进一步的拓展空间，是中国银行业品牌价值稳步增长的重要基石。

三是新兴市场银行的品牌价值增长十分抢眼。2021 年很多发达地区的银行品牌价值明显下降，美国、欧洲等发达地区分别同比下降 2%和 11%，英国银行业品牌总价值同比下降 15%。汇丰控股作为英国最有影响力的银行品牌，在 500 强中排名仅为第 11 位。与此形成鲜明对比的是，新兴市场的银行品牌价值增长潜力正不断显现。2021 年越南银行业品牌总价值同比增长 23%，近五年累计增幅达到 7.53 倍。印度联合银行品牌价值同比增幅最高，为 163%，排名由去年的 169 位跃升至 128 位。相比于品牌价值，品牌强度指数（BSI）更能反映银行品牌未来的增长潜力和发展韧劲。2021 年品牌强度指数最高的前三大银行均来自新兴市场，分别是俄罗斯联邦储蓄银行、印尼 BCA 银行和南非 Capitec 银行。其中，俄罗斯联邦储蓄银行超越美国银行成为品牌强度最高的银行，其品牌强度指数高达 92 分（满分 100）。

（点评人：中国银行研究院　原晓惠）

审稿：邵科
单位：中国银行研究院
联系方式：010 - 6659 4540

联系人：郑忱阳
单位：中国银行研究院
联系方式：010 - 6659 4543