

10 ยอดเครื่องหมายการค้าจีน โดยแคเทอร์ริน วูด

ในสายตาของผู้บริโภคชาวจีนจำนวน 1.4 พันล้านคนแล้ว การจับจ่ายซื้อของหรือซื้อปิ้งมักจะดูเหมือนเป็นกีฬาโอลิมปิก โดยที่มีบัตรเครดิตและเงินสดในมือ นักซื้อปรุ่นใหม่จะโลดแล่นบนถนน [และบนอินเทอร์เน็ต] ซื้อของสารพัดอย่างจนกว่าจะออกจากสนามมารารอน การใช้จ่ายเงินราวกับคลื่นทะเลเป็นความปกติแบบใหม่ของชนชั้นคนมั่งมีที่เกิดขึ้น

วันที่ 3 ตุลาคม BCG (Boston Consulting Group) ได้เผยแพร่รายงานที่แสดงการคาดคะเนที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับการใช้จ่ายของผู้บริโภคชาวจีนในอนาคต ความจริงแล้ว รายงานของ BCG เป็นการคาดคะเนการใช้จ่ายของผู้บริโภคชาวจีนและชาวอินเดียว่าจะสูงขึ้นสามเท่าภายในปี.ศ. 2563 อันเป็นข่าวที่น่ายินดีสำหรับบริษัทผู้ผลิต

ถึงแม้ว่าปัจจุบันนี้ เครื่องหมายการค้าที่โด่งดังที่สุดหลายอย่างในประเทศจีนจะเป็นของต่างประเทศ [ตัวอย่างเช่น iPhone ของ Apple] เรามีข้อมูลเครื่องหมายการค้าในประเทศที่สำคัญหลายแห่ง อย่างไรก็ตาม ใครล่ะที่จะมีตำแหน่งเหนือกว่าบริษัทจีนในการจัดหาสิ่งที่ต้องการแก่ผู้บริโภคชาวจีนจำนวน 1.4

ต่อไปนี่คือ 10 เครื่องหมายการค้าจีนชั้นนำที่ถูกจัดว่าเยี่ยมยอดในท้องถิ่นและในประเทศภายในอีก 8 ปีข้างหน้า

10. ไชโนเปค Sinopec (中国石化)



Sinopec นำเสนอวิธีการผสมผสานเต็มรูปแบบสู่อุตสาหกรรมน้ำมันที่ใช้ทุนมาก โดยการรวมธุรกิจปั้มน้ำมัน โรงกลั่น และผลิตผลที่เกี่ยวข้องทำให้ธุรกิจมีมูลค่าอยู่ที่ 13.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ จากการที่ ไชโนเปค (Sinopec) เน้นการทำธุรกิจที่ยั่งยืนถาวรและมีความรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้ลดภาพลักษณ์เป็น

ลักษณะรัฐเป็นเจ้าของ ให้ความสำคัญกับการขยายกิจการระหว่างประเทศอย่างแข่งขันทางราคา และอย่างปลอดภัย

9. ชิงเต่า บริเวอรี่ Tsingtao Brewery (青岛啤酒)



ถึงแม้ว่าโดยเฉลี่ยประชากรจีนดื่มเบียร์ปริมาณหนึ่งในสามเมื่อเทียบกับชาวเยอรมัน ขนาดการเชียร์ของประชากรจีนได้ทำให้ประเทศจีนเป็นตลาดเบียร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ชิงเต่า (Tsingtao) ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2446 โดยแองโกล (Anglo) ผู้ตั้งรกรากชาวเยอรมันโดยมีสูตรที่เคร่งครัดในการกลั่นเบียร์ด้วยน้ำจากน้ำพุลาวซาน (Laoshan) ปริมาณการขายและกำไรของชิงเต่า (Tsingtao) เมื่อปีที่แล้วเพิ่มขึ้น 13% และ 14% ตามลำดับ ทั้งๆ ที่ราคาของเกรนหรือเมล็ดข้าวเพิ่มสูงขึ้น ชิงเต่า (Tsingtao) 1 ลิตรทำให้คุณเสียค่าใช้จ่ายเพียงราวๆ 0.80 เหรียญสหรัฐ

8. เทนเซ็นต์ Tencent (腾讯)



เทนเซ็นต์ คิวๆ (Tencent QQ) เป็นบริการไมโคร-บล็อกและโซเชี่ยลเน็ตเวิร์ค (social network) ที่นิยมกันมากในประเทศจีนโดยทำหน้าที่ในการตอบคำถามเป็นภาษาจีนทาง Twitter ณ วันที่ 30 กันยายน 2554 บริษัทซึ่งฐานที่ตั้งอยู่ที่เสิ่นเจิ้น (Shenzhen-based company) มีบัญชีผู้เปิดใช้ QQ กว่า 711.7 ล้านรายและมีสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ถึงแม้ว่า QQ จะให้บริการฟรีแก่สมาชิก QQ ก็เก็บค่าธรรมเนียมเล็กๆ น้อยๆ เป็นเบี้ยประกันสมาชิกซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้เข้าถึงบริการต่างๆ และแม้กระทั่งการสร้างเงินตราของตนเอง นั่นก็คือ เหรียญคิว (the Q Coin)

7. เหมิงหนิว Mengniu (蒙牛)



เหมิงหนิว (Mengniu) เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นมมีฐานที่ตั้งบริษัทอยู่ที่มองโกเลียใน (Inner-Mongolia based dairy manufacturer) ซึ่งเชี่ยวชาญเรื่องนม นมผง นมเปรี้ยวหรือโยเกิร์ต ไอศกรีมและเนยแข็ง ความสำเร็จที่สำคัญของเหมิงหนิว (Mengniu) มาจากการรณรงค์โฆษณาที่เยี่ยมยอดตั้งแต่ปลายปีพ.ศ. 2533 ซึ่งเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของเหมิงหนิว (Mengniu) ให้เข้ากับการที่ชาวจีนจะมีความแข็งแรง

ถึงแม้ว่าชื่อเสียงของเหมิงหนิว (Mengniu) จะเสียหายในปีพ.ศ. 2551เมื่อบริษัทถูกบังคับให้เรียกคืนผลิตภัณฑ์นมผง มีรายงานว่าบริษัทยังทำกำไรเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 66% อีกครั้ง

6. เลโนโว Lenovo (联想)



เลโนโว (Lenovo) เป็นผู้ผลิตที่น่าภาคภูมิใจจากหนึ่งในสามผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของประเทศจีน และมีรายได้แต่ละปี 30 พันล้านเหรียญสหรัฐ หลังจากที่เลโนโว (Lenovo) ซื้อ IBM ในปีพ.ศ. 2548 และเข้ายึด ThinkPad ทำให้เลโนโว (Lenovo) กลายเป็นผู้ผลิตคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลที่ใหญ่ที่สุดในโลก ชื่อเสียงที่คึกคักยังผลักดันให้เลโนโว (Lenovo) ดั่งยิ่งขึ้นเมื่อขยายธุรกิจไปยังชนบทเพิ่มขึ้นอีกหลายแห่ง

5. ธนาคารพาณิชย์และอุตสาหกรรมของจีน Industrial and Commercial Bank of China (中国工商银行)



ธนาคารพาณิชย์และอุตสาหกรรมของจีนฐานที่มั่นกรุงปักกิ่ง (Beijing-based Industrial and Commercial Bank of China) (ICBC) เป็นธนาคารที่ใหญ่ที่สุดในโลกปัจจุบัน (ในแง่ของมูลค่าหุ้นในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทและเงินฝากของลูกค้า) ก่อนหน้านั้น ICBC ซึ่งเป็นวิสาหกิจที่รัฐเป็นเจ้าของ ประกอบธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตรา กับฮ่องกงและเซี่ยงไฮ้ในเวลาเดียวกัน ความจริงแล้ว ตอนที่ ICBC เริ่มออกโครงการ IPO หรือ Initial Public Offering (ซึ่งก็คือการเสนอขายหุ้นใหม่แก่ประชาชนทั่วไปเป็นครั้งแรก) เมื่อเดือนตุลาคม 2549 เขาได้ทำลายสถิติเป็น IPO ใหญ่ที่สุดในโลกในตอนนั้น

ในขณะที่ธนาคารใหญ่ระดับโลกรายอื่นๆ มีรายงานข่าวขาดทุนหรือมีกำไรปานกลาง กลับมีรายงานว่า ICBC ยังมั่นคง โดยเมื่อปีที่แล้วได้กำไรอย่างน่าทึ่ง 15% เมื่อเทียบกับธนาคารแห่งประเทศไทย (Bank of China) ซึ่งขาดทุน 17% ในปีเดียวกัน

4. เกรตวอลล์มอเตอร์ Great Wall Motor (长城汽车)



บริษัทรถยนต์ที่กำลังเจริญเติบโตรายนี้มีชื่อเสียงในประเทศในการผลิตรถยนต์ที่สมราคาและเป็นผู้นำในการผลิตรถสปอร์ตและรถบรรทุก ถึงแม้ว่า การเป็นเจ้าของรถยนต์สักคันหนึ่งในประเทศจีนจะยังน้อยอยู่เมื่อเทียบกับมาตรฐานระดับโลก (รถยนต์ 1 คันต่อทุก 17 คน) บริษัทรถยนต์เกรตวอลล์กลับเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและระหว่างประเทศ ส่งรถยนต์ออกนอกมากขึ้นไปยังประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตะวันออกกลาง มากขึ้นจนกระทั่งบริษัทได้ประกาศแผนขยายโรงงานผลิตรถยนต์ไปยังแอฟริกาเหนือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอเมริกาเหนือภายในปีพ.ศ. 2558

3. ไซน่าโมไบล China Mobile (中国移动)



ไซน่าโมไบล (China Mobile) เป็นเครือข่ายโทรคมนาคมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีลูกค้ากว่า 683 ล้านคน และก็ไม่แปลกเลยที่จะต้องเผชิญกับการท้าทาย ในการจุดคบเพลิงกีฬาโอลิมปิกที่สูงถึง 21,325 ฟุตข้าม เทือกเขา Everest ก็ดำเนินการโดยไซน่าโมไบล (China Mobile)

ไซน่าโมไบล (China Mobile) ยังต้องบริการความต้องการของผู้บริโภคชาวจีน ขณะเดียวกันก็ต้องปรับ ซอฟต์แวร์ให้เหมาะสมกับสมาร์ทโฟนที่ทันสมัยยิ่งขึ้นอย่างเช่น iPhone 5 เพื่อให้สามารถยืนหยัด อย่างโดดเด่นดังเช่นปัจจุบันนี้

2. ฉางอวู่ Changyu (张裕酒业)



ผู้ผลิตเหล้าไวน์จีนปีพ.ศ. 2435 รายนี้เป็นผู้นำอุตสาหกรรมในตลาดที่กำลังเติบโต ฉางอวู่ (Changyu) เชี่ยวชาญในการผลิตไวน์ชั้นสูงยี่ห้อราคาแพงให้แก่กลุ่มสังคมสูงที่มีวิถีชีวิตแบบยุโรป (Shangdong European-style estate) และปัจจุบันนี้ประเทศจีนเป็นตลาดลูกค้าเหล้าไวน์ที่เติบโตเร็วที่สุด ฉางอวู่ (Changyu) ไม่มีความจำเป็นต้องกังวลว่าจะทำอย่างไรกับรายการสินค้าที่เพิ่มขึ้น ความต้องการบริโภคไวน์ที่เพิ่มขึ้นของจีนมีผลโดยตรงทำให้เหล้าไวน์ในท้องเก็บเหล้าใต้ดินของยุโรปหมดไปและกำลังเพิ่มราคาทั่วโลก ฉางอวู่ (Changyu) ได้ประกาศว่ามีกำไรเมื่อปีที่แล้ว 77%

1. ป้ายตู้ Baidu (百度)



โปรแกรมค้นหาข้อมูล (search engine) ที่ยิ่งใหญ่ป้ายตู้ (Baidu) ของจีนควบคุมตลาดโปรแกรมค้นหาข้อมูล (search engine) ของจีน 79% ความสำเร็จของป้ายตู้ (Baidu) โดยส่วนใหญ่เป็นเพราะชาวจีนมีความเคยชินกับความแตกต่างของภาษาจีนที่โปรแกรมค้นหาข้อมูลภาษาอื่นไม่สามารถเข้ากันได้ และจากความสำเร็จนี้ได้ทำให้เกิดโปรแกรมค้นหาข้อมูลภาษาญี่ปุ่น อันเป็นโครงการแรกที่สำคัญนอกประเทศจีน

ป้ายตู้ (Baidu) ยังคงสนองตอบความต้องการตลาดจีนที่เติบโตอย่างต่อเนื่องโดยการให้บริการความต้องการระดับสูง อย่างเช่น การดาวน์โหลดเพลงฟรี เพื่อที่จะประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องและเป็นผู้เล่นตัวสำคัญในตลาดลูกค้าจีนในอนาคต ป้ายตู้ (Baidu) ยังต้องเน้นในการยึดตลาดมือถือในขณะที่สัดส่วนทางการตลาดของเขา ณ ปัจจุบันมีน้อยกว่าครึ่ง

ป้ายตู้ (Baidu) ได้ประกาศว่าเมื่อปีที่แล้วมีกำไร 67%