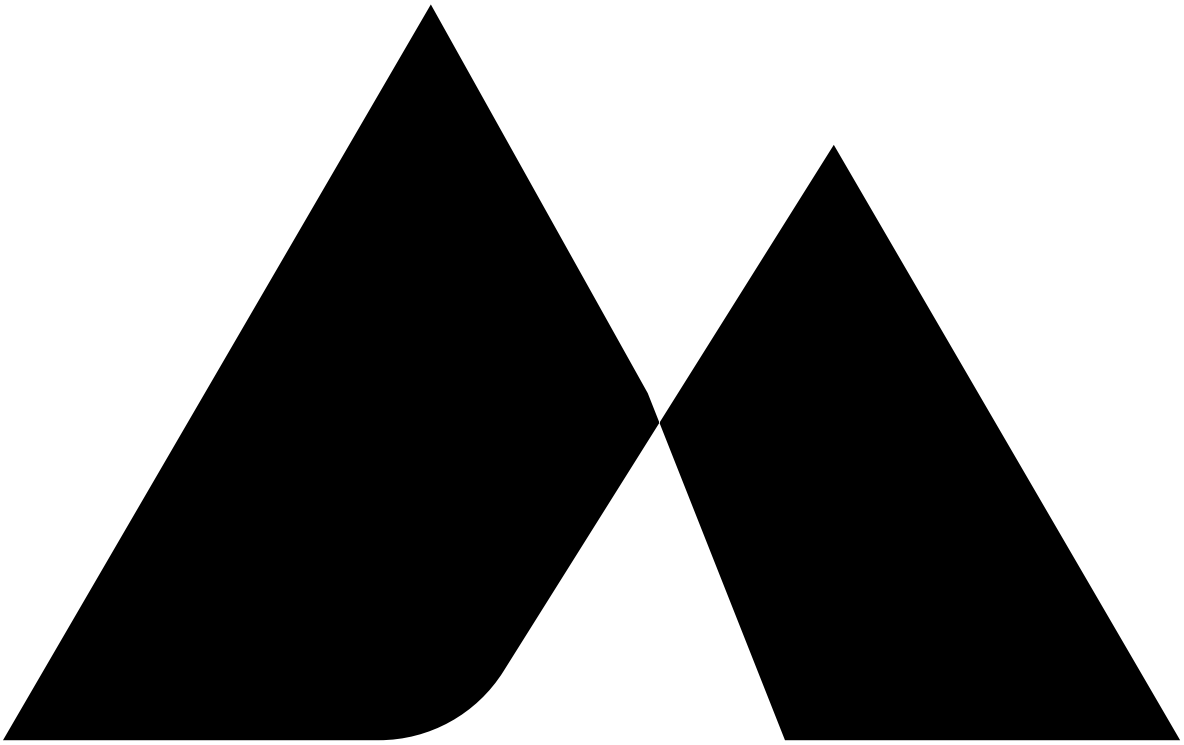
Бренд Узбекистана поднялся на 9 позиций в рейтинге страновых брендов мира



Узбекистан поднялся на 9 позиций в новом рейтинге крупнейших национальных брендов, подготовленном консалтинговой компанией Brand Finance.

Оценка включает в себя самые разнообразные показатели, включая ВВП, инвестиционную и туристическую привлекательность, политику и торговые правила, социальные аспекты и другие.

2020 году стоимость 100 самых дорогих страновых брендов в мире резко сократилась из-за пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, совокупно снизившись на 13,1 триллиона долларов США, о чем говорят данные ежегодного исследования Brand Finance.

Среднее сокращение стоимости бренда среди стран, расположившихся на первых 10 строчках рейтинга, составило 14%.

При этом самыми дорогими страновыми брендами остались США и Китай. Япония сместила Германию с третьего места, а Италия потеснила Южную Корею с 9-го места в рейтинге.

Среди стран СНГ Россия и Казахстан сохранили свои позиции в рейтинге 14-е и 44-е место соответственно. Украина переместилась на 55-е место с 56-го, Туркменистан – на 81-е с 79-го, Азербайджан – на 85-е с 86-го, Узбекистан поднялся с 70-го на 61-е место.

Наиболее существенный подъем за год продемонстрировал Вьетнам, бренд которого подорожал на 29%. Самое резкое падение продемонстрировала Аргентина – ее бренд подешевел на 57%.

Топ-10 страновых брендов мира по стоимости

1. США ($23,7 трлн, снижение на 14% по сравнению с прошлым годом)

2. Китай ($18,8 трлн, -4%)
3. Япония ($4,3 трлн, -6%)
4. Германия ($3,8 трлн, -21,5%)
5. Великобритания ($3,3 трлн, -13,9%)
6. Франция ($2,7 трлн, -12,8%)
7. Индия ($2 трлн, -20,8%)
8. Канада ($1,9 трлн, -13%)
9. Италия ($1,9 трлн, -15,8%)
10. Южная Корея ($1,7 трлн, -20,6%)

Источник