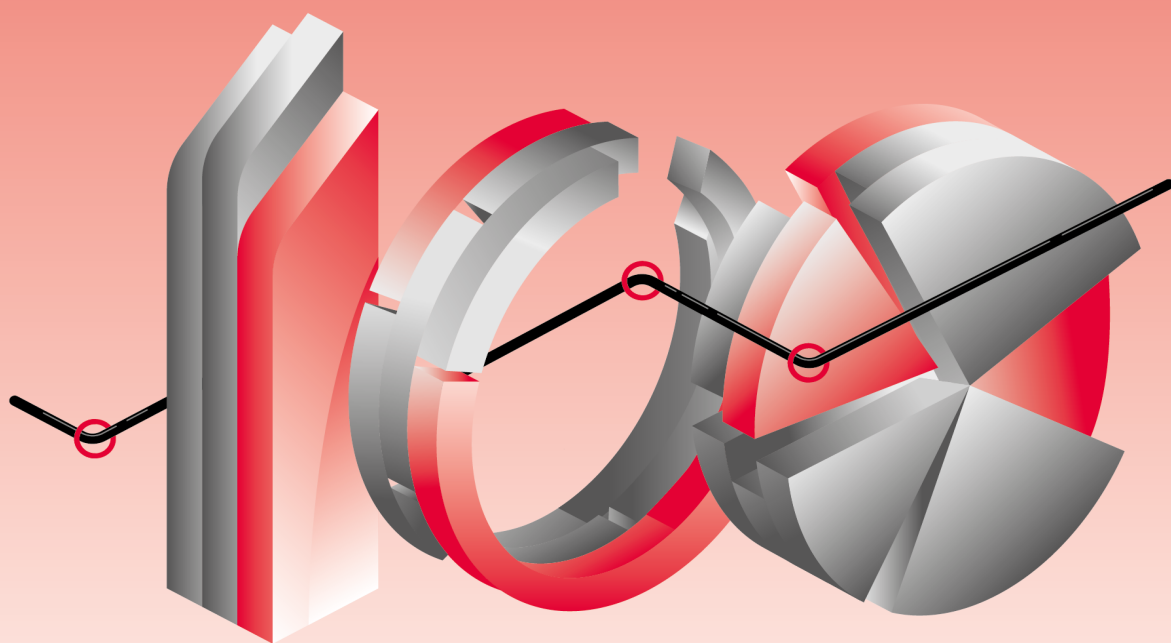


BRANDLAB



**САМЫХ ДОРОГИХ
БРЕНДОВ РОССИИ
2025**

ТОП-100 САМЫХ ДОРОГИХ БРЕНДОВ РОССИИ 2025. РЕЙТИНГ BRANDLAB

Как изменились бренды

В прошлом году мы выпустили первый рейтинг самых ценных брендов в РФ по версии BrandLab, а сейчас представляем новую премьеру — с динамикой изменений за год. Надо отметить, что перестановки в списке топ-100 произошли заметные, а порой даже драматичные.

Совокупная стоимость всех брендов, входящих в рейтинг, выросла на 4,4% и составила 18,8 трлн рублей. Это около 9,4% от ВВП страны — величина немалая, демонстрирует насколько ценным нематериальным активом является бренд для любой крупной компании.

Лучший способ измерить бренд — провести оценку стоимости. До недавнего времени в России этим занимались международные компании Interbrand (USA) и Brand Finance (UK). Однако рейтинги топ-50 самых дорогих брендов выходили нерегулярно и включали не все отрасли, а после 2022 года компании и вовсе не работают в РФ.

Мы в BrandLab занимаемся бренд-консалтингом и исследованиями с 2002 года. В течение 10 лет представляли Brand Finance в России, признанного эксперта в области brand valuation, поэтому знаем об оценке стоимости бренда всё.

В этом исследовании мы провели анализ и расчеты наиболее известных брендов страны. Ряд крупнейших по выручке компаний не вошли в рейтинг, поскольку широкой общественности они малоизвестны, либо не фокусируются на развитии бренда. Кстати, Рейтинг-2025 обновился на 15%: 15 компаний вошли в список, столько же — вышли из него.

Вместе с отечественными, в список сильнейших попали и зарубежные компании, которые официально остались в России. Мы понимаем, что часть ушедших брендов, например, Samsung и Nike, по-прежнему востребованы у покупателей. Однако сегодня анализировать их данные корректным образом не представляется возможным.

Тем не менее, как и в прошлый раз, в рейтинг вошли участники из России и других стран. При этом на 89 отечественных компаний приходится 96% всей стоимости брендов, а на зарубежные 11 компаний — лишь 4%.

ТОП-100 САМЫХ ДОРОГИХ БРЕНДОВ РОССИИ 2025

ПО ВЕРСИИ БРЕНД-КОНСАЛТИНГОВОЙ КОМПАНИИ BRANDLAB

МЕСТО В РЕЙТИНГЕ		БРЕНД	СТОИМОСТЬ БРЕНДА млрд руб	ОТРАСЛЬ	СТРАНА	ИЗМЕНЕНИЕ СТОИМОСТИ БРЕНДА. %
2025	2024					
1	1	Сбер	2253,2	Банки	Россия	↑ +4
2	2	Газпром	1822,4	Нефть и газ	Россия	↓ -3
3	3	Роснефть	1261,1	Нефть и газ	Россия	↓ -8
4	4	Лукойл	1098,1	Нефть и газ	Россия	↓ -15
5	6	Пятёрочка	784,4	Розничная торговля	Россия	↑ +16
6	5	Магнит	745,2	Розничная торговля	Россия	↑ +7
7	8	Яндекс	703,5	Интернет и Технологии	Россия	↑ +19
8	7	ВТБ	634,0	Банки	Россия	↓ -5
9	17	Wildberries	607,5	Онлайн-торговля	Россия	↑ +147
10	11	Т-Банк	495,4	Банки	Россия	↑ +45
11	10	Росатом	477,0	Энергетика	Россия	↑ +12
12	9	РЖД	466,9	Транспорт	Россия	↑ +3
13	12	Ozon	358,7	Онлайн-торговля	Россия	↑ +6
14	15	Ростех	343,7	Конгломерат	Россия	↑ +29
15	14	Ростелеком	320,8	Телеком	Россия	↓ -2
16	13	МТС	316,0	Телеком	Россия	↓ -3
17	16	Красное & Белое	287,4	Розничная торговля	Россия	↑ +16
18	25	Альфа-Банк	282,8	Банки	Россия	↑ +71
19	18	Лента	257,8	Розничная торговля	Россия	↑ +15
20	23	Газпромбанк	195,8	Банки	Россия	↑ +7
21	22	Мегафон	193,8	Телеком	Россия	↑ +5
22	21	Норникель	186,8	Добыча и металлургия	Россия	↓ -3
23	30	Chery	169,3	Авто	Китай	↑ +20
24	28	Сибур	161,4	Нефтехимия	Россия	↑ +6
25	31	Аэрофлот	141,1	Транспорт	Россия	↑ +4
26	26	DNS	136,9	Розничная торговля	Россия	↓ -13
27	32	Русал	133,9	Добыча и металлургия	Россия	↑ +6
28	33	Билайн	129,1	Телеком	Россия	↑ +5
29	29	T2 (экс Tele2)	126,0	Телеком	Россия	↓ -12
30	34	СберСтрахование Жизни	123,5	Страхование	Россия	↑ +3
31	45	T1	108,5	IT	Россия	↑ +26
32	new	Апрель	108,5	Здравоохранение	Россия	
33	36	Перекрёсток	106,2	Розничная торговля	Россия	↑ +2
34	35	Черкизово	105,7	Продукты питания	Россия	↓ -4
35	55	Great Wall Motor (Haval)	102,6	Авто	Китай	↑ +54
36	38	Северсталь	102,5	Добыча и металлургия	Россия	
37	40	Дикси	98,3	Розничная торговля	Россия	↑ +4
38	42	Русagro	98,2	Продукты питания	Россия	↑ +8
39	27	М.Видео	96,7	Розничная торговля	Россия	↓ -37
40	44	Вкусно и точка	91,5	Общепит	Россия	↑ +6
41	new	Лемана Про	91,4	Розничная торговля	Франция	new
42	46	Avito	88,7	Интернет и Технологии	Россия	↑ +9
43	54	ВкусВилл	88,1	Розничная торговля	Россия	↑ +30
44	new	Ригла	87,7	Здравоохранение	Россия	
45	37	Fix Price	86,8	Розничная торговля	Россия	↓ -16
46	20	VK	86,6	Интернет и Технологии	Россия	↓ -58
47	53	Самокат	82,9	Онлайн-торговля	Россия	↑ +19

48	50	Мираторг	80,9	Продукты питания	Россия	↑ +8
49	48	LADA (АвтоВаз)	80,6	Авто	Россия	↑ +2
50	49	ПИК	75,0	Недвижимость	Россия	↓ -3
51	47	КАМАЗ	74,9	Авто	Россия	↓ -7
52	52	Райффайзен Банк	73,3	Банки	Австрия	↑ +4
53	51	Xiaomi	72,3	Техника и электроника	Китай	↓ -3
54	65	Geely	69,5	Авто	Китай	↑ +88
55	56	Nestlé	68,6	Продукты питания	Швейцария	↑ +9
56	58	О'Кей	59,5	Розничная торговля	Россия	↑ +5
57	73	Золотое яблоко	55,1	Косметика	Россия	↑ +134
58	60	Слобода	54,8	Продукты питания	Россия	↑ +7
59	61	Metro С&С	53,8	Розничная торговля	Германия	↑ +9
60	new	Додо Пицца	53,3	Общепит	Россия	
61	59	Ашан	49,8	Розничная торговля	Франция	↓ -12
62	new	Lamoda	48,6	Онлайн-торговля	Россия	
63	70	Самолет	46,2	Недвижимость	Россия	↑ +73
64	63	Купер	45,1	Онлайн-торговля	Россия	↑ +12
65	57	Спортмастер	45,0	Розничная торговля	Россия	↓ -27
66	84	Telegram	43,2	Интернет и Технологии	Великобритания	↑ +175
67	new	Технониколь	40,1	Строительные материалы	Россия	
68	68	Яндекс Такси	40,0	Транспорт	Россия	↑ +24
69	66	Простоквашино	38,5	Продукты питания	Россия	↑ +14
70	new	Бургер Кинг	37,3	Общепит	США	
71	new	МОЕХ Московская биржа	35,2	Финансы	Россия	
72	81	Детский мир	34,0	Розничная торговля	Россия	↑ +97
73	67	Вязанка	32,7	Продукты питания	Россия	↑ +2
74	64	S7 Airlines	32,6	Транспорт	Россия	↓ -17
75	new	Комус	32,1	B2B сервисы	Россия	
76	69	Балтика	31,0	Продукты питания	Россия	↑ +7
77	72	Добрый	29,1	Продукты питания	Россия	↑ +16
78	43	Алроса	28,3	Добыча и металлургия	Россия	↓ -67
79	62	Почта России	28,0	Логистика	Россия	↓ -37
80	new	Фрутоняня	26,7	Продукты питания	Россия	
81	85	Кинопоиск	25,6	Развлечения	Россия	↑ +63
82	75	Домик в деревне	23,6	Продукты питания	Россия	↑ +11
83	82	HeadHunter	22,6	Интернет и Технологии	Россия	↑ +37
84	new	Invitro	22,4	Здравоохранение	Россия	
85	new	Медси	21,7	Здравоохранение	Россия	
86	78	Kaspersky	21,4	Интернет и Технологии	Россия	↑ +14
87	86	Sokolov	20,9	Розничная торговля	Россия	↑ +40
88	79	Яшкино	20,9	Продукты питания	Россия	↑ +11
89	74	Hoff	19,3	Розничная торговля	Россия	↓ -9
90	80	Победа а/к	16,6	Транспорт	Россия	↓ -12
91	77	Папа Может	15,7	Продукты питания	Россия	↓ -20
92	new	Мать и Дитя	14,6	Здравоохранение	Россия	
93	83	O'STIN	13,3	Розничная торговля	Россия	↓ -16
94	91	Positive Technologies	11,9	IT	Россия	↑ +8
95	71	Gloria Jeans	11,6	Розничная торговля	Россия	↓ -54
96	95	BORK	9,7	Техника и электроника	Россия	↑ +27
97	96	ROSTIC'S	9,4	Общепит	Россия	↑ +36
98	98	ЦИАН	6,3	Интернет и Технологии	Россия	↑ +11
99	new	Synergetic	5,5	Бытовая химия	Россия	
100	new	Skillbox	4,4	Интернет и Технологии	Россия	

Лидеры рейтинга

Первое место в рейтинге BrandLab удерживает Сбер со стоимостью бренда 2,25 трлн рублей, увеличив результат прошлого года на 4%. Уверенное лидерство складывается из позитивных финансовых результатов банка, несмотря на турбулентный период, а также заметную работу с обновлением бренда и масштабными инвестициями в маркетинг. По данным AdIndex в 2024 году Сбер был крупнейшим рекламодателем с бюджетом 37,3 млрд р., более чем вдвое опережая следующего за ним Ozon с 18 млрд р.

Вместе с тем, Сбер активно формирует образ технологического лидера: в 2024 году банк инвестировал более 100 млрд р. в развитие искусственного интеллекта, фактически став главным координатором развития этого трека в стране.

Следующие три места рейтинга, как и годом ранее, занимают бренды нефтегазового сектора — Газпром (1,8 трлн р., -3%), Роснефть (1,26 трлн р., -8%) и Лукойл (1,1 трлн р., -15%). Падение их стоимости обусловлено ухудшением конъюнктуры рынка и, как следствие, снижением ожиданий по будущим доходам, несмотря на относительно неплохие финансовые результаты в 2024 году.

”

Промышленные гиганты страны – Газпром, Роскосмос, Росатом и другие, недоиспользуют потенциал своих брендов, хотя многие из них обладают lovemark-компонентами для населения – это подтверждают проведенные нами исследования. Инновации в брендинге смогут генерировать им дополнительные доходы в совершенно новых категориях, куда пока не ступала их нога.



Еременко Александр
управляющий директор BrandLab

Символично замыкает пятерку лидеров сеть магазинов Пятёрочка (X5), за год переместившаяся с 6-го на 5-е место, стоимость бренда составила 784 млрд рублей (+16%). С незначительным отрывом за ним следует другой ритейлер — Магнит, с оценкой 745 млрд р. (+7%). Пятёрочка смогла обойти Магнит за счёт более сильных финансовых результатов и больших инвестиций в обновление форматов и продвижение бренда — X5 активнее в медиа-пространстве и больше тратит на рекламу (+70,5% в 2024, у Магнита +41,3%).

Вклад индустрий

Совокупная стоимость всех брендов, входящих в топ-100 в России, составила 18,8 трлн рублей (+4,4% к предыдущему году), при этом на первую десятку лидеров пришлось более 50% всей суммы.

Почти 80% общей капитализации брендов сформировали 5 отраслей: Нефть и Газ — 22%, Банки — 21%, Розничная торговля — 16%, Онлайн-сервисы — 11% и Телеком — 6%.

В рейтинге две категории самые многочисленны: 20 компаний из ритейла и 13 онлайн-бизнесов. Они присутствуют в жизни потребителей каждый день, имеют высокие показатели знания брендов, растущие обороты и активные маркетинговые коммуникации. Среди них технологические и интернет-компании, такие как Яндекс и VK, и e-com платформы Ozon, Wildberries, Самокат и другие.



ОТРАСЛЬ	КОЛИЧЕСТВО БРЕНДОВ	СТОИМОСТЬ БРЕНДОВ млрд руб	ДОЛЯ ОТ ОБЩЕЙ СТОИМОСТИ	ИЗМЕНЕНИЕ ДОЛЕЙ 2025/2024
Нефть и газ	3	4 182	22,3%	↓ -3 п.п.
Банки	6	3 934	21,0%	↑ +1 п.п.
Розничная торговля	20	3 087	16,4%	↑ +1 п.п.
Онлайн-сервисы	13	2 120	11,3%	↑ +2 п.п.
Телеком	5	1 086	5,8%	0
Прочие	53	4 369	23,3%	0

Доля брендов нефтегазового сектора в топ-100 за год сократилась на 3 процентных пункта. А доля онлайн-сервисов, напротив, выросла на 2 п.п. — бренды из этого сектора показали наилучший результат, их совокупный рост составил 26%.

Взлёты и падения

Отметим пять компаний, демонстрирующих максимальную скорость роста brand value за год.

Telegram стал самым быстрорастущим брендом (+175%, 43,2 млрд р.) за счет увеличения числа пользователей до 1 млрд во всем мире и около 70 млн в России, а также роста монетизации через премиум-подписки и рекламу, что позволило получить рекордную для компании прибыль в 2024 году.

Wildberries стал вторым по скорости роста брендом (+147%, 607,5 млрд р.) с лучшими показателями по обороту и прибыли среди всех, преимущественно убыточных, компаний электронной коммерции в России.

«Золотое яблоко» вышло на третье место (+134%, 55,1 млрд р.), благодаря увеличению выручки на 66% до 155,5 млрд р., половина которой пришлась на онлайн-продажи. Уникальная связка офлайна с онлайн и смелые маркетинговые стратегии вывели компанию в лидеры бьюти-ритейла.

«Детский мир» занял четвертое место (+97%, 34,0 млрд р.), не просто выстояв в конкуренции с маркетплейсами, а создав свою собственную платформу для продавцов, увеличив количество магазинов и нарастив долю онлайн продаж. Выручка компании выросла на 60% (224,8 млрд р.), а прибыль — в 5 раз.

Китайский автопроизводитель Geely замыкает пятерку лидеров по росту стоимости бренда (+88%, 69,5 млрд р.). Его продажи в России за год увеличились до 149 тыс. автомобилей, а выручка составила около 380 млрд р.

ТОП-5 ПО ДИНАМИКЕ РОСТА СТОИМОСТИ БРЕНДА

МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	БРЕНД	СТОИМОСТЬ БРЕНДА млрд руб	ОТРАСЛЬ	СТРАНА	ИЗМЕНЕНИЕ СТОИМОСТИ БРЕНДА
66	Telegram	43,2	Интернет и Технологии	Великобритания	+175%
9	Wildberries	607,5	Онлайн-торговля	Россия	+147%
57	Золотое яблоко	55,1	Косметика	Россия	+134%
72	Детский мир	34,0	Розничная торговля	Россия	+97%
54	Geely	69,5	Авто	Китай	+88%

Наибольшее снижение стоимости бренда показали Алроса (–67%), VK (–58%), Gloria Jeans (–54%), Почта России (–37%) и М.Видео (–37%). Причины падения для всех перечисленных компаний одинаковы: ухудшение финансового положения и нарастающие риски, подрывающие будущие доходы.

БРЕНДЫ С НАИБОЛЬШИМ СНИЖЕНИЕМ СТОИМОСТИ

МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	БРЕНД	СТОИМОСТЬ БРЕНДА млрд руб	ОТРАСЛЬ	СТРАНА	ИЗМЕНЕНИЕ СТОИМОСТИ БРЕНДА
78	Алроса	28,3	Добыча и металлургия	Россия	–67%
46	VK	86,6	Интернет и Технологии	Россия	–58%
95	Gloria Jeans	11,6	Розничная торговля	Россия	–54%
79	Почта России	28,0	Логистика	Россия	–37%
39	М.Видео	96,7	Розничная торговля	Россия	–37%

Данный рейтинг не ограничивается простым ранжированием участников на основании абсолютной стоимости бренда. Для обеспечения репрезентативности и отражения всей многогранности российской экономики мы используем систему отраслевых квот. После их пересмотра в новый список топ-100 не вошли 15 брендов: Интер РАО, 1С, Ингосстрах, Русгидро, Красный Октябрь, Махеевъ, Коровка из Кореновки, Мир, Lay's, Макфа, Greenfield, Доширак, SPLAT, Святой Источник/Боржомы, 4 Лапы.

Самые сильные

Помимо абсолютной ценности бренда, выраженной в стоимости, мы также оцениваем его силу. Этот индекс означает потенциал бренда, его способность расти дальше и быть лидером на рынке. Иными словами, это вера в будущее бренда, подпитанная высокой лояльностью потребителей.

Для визуализации силы бренда используется система маркировки по аналогии с кредитным рейтингом от D до AAA+. Компания может влиять на этот показатель через повышение преданности клиентов, усиление имиджа, внедрение системы бренд-менеджмента и рост узнаваемости бренда.

ТОП-10 САМЫХ СИЛЬНЫХ БРЕНДОВ

МЕСТО В РЕЙТИНГЕ	БРЕНД	ИНДЕКС СИЛЫ БРЕНДА
1	Сбер	AAA+
2	Т-Банк	AAA+
3	Яндекс	AAA+
4	Wildberries	AAA-
5	Ozon	AA+
6	Telegram	AA+
7	Avito	AA
8	Кинопоиск	AA
9	Золотое яблоко	AA
10	Альфа-Банк	AA-

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ BRANDLAB

На первом этапе мы проанализировали 1000 крупнейших компаний в России по выручке. Затем применили отраслевые квоты, чтобы обеспечить разнообразие в рейтинге — чем больше связанных с брендом активностей в индустрии, тем шире квота. На финальном этапе оценили стоимость и составили рейтинг 100 самых дорогих брендов.

При проведении оценки мы руководствуемся отраслевыми стандартами в соответствии с ISO 10668 "Brand valuation - Requirements for monetary brand valuation". Для брендов наиболее релевантным методом оценки является «Дисконтирование денежных потоков» и «Освобождения от роялти» — данный подход признан и используется ведущими международными аудиторскими и консалтинговыми компаниями.

Оценка стоимости брендов состоит из трех шагов:

1. Определение ставки роялти

Метод Royalty Relief предполагает оценку суммы, которую компании пришлось бы заплатить за лицензионное использование бренда, если бы она им не владела. Данный подход основан на предположении, что ценность бренда обусловлена его способностью приносить доход за счет лицензионных соглашений.

Ставка роялти варьируется в зависимости от отрасли. Например, она выше для технологических компаний и ниже для сырьевых и добывающих. Размер ставки рассчитывается на основе сделок с брендами по всему миру за последние 10 лет, в том числе по лицензионным договорам.

2. Анализ силы бренда

На этом этапе ставка роялти изменяется под воздействием силы бренда. Так, плата за бренд будет максимальной для сильных брендов и минимальной для малоизвестных торговых марок.

Для определения силы бренда используются следующие факторы:

- размер инвестиций в бренд
- узнаваемость бренда
- имидж бренда и дизайн
- качество управления брендом
- лояльность клиентов
- широта дистрибуции
- коммуникационная активность

3. Дисконтирование денежных потоков

На заключительном этапе проводится прогнозирование будущих денежных потоков бренда и их приведение к текущей стоимости с использованием ставки дисконтирования. Для расчетов применяем усредненную ставку рефинансирования.

Рейтинг «ТОП-100 самых дорогих брендов России» — это независимое исследование, которое проводит бренд-консалтинговая компания BRANDLAB начиная с 2024 года. Все данные собираются из открытых источников и с помощью социологических опросов. В ряде случаев финансовые и маркетинговые показатели уточняются у представителей компаний.

ЗАЧЕМ ОЦЕНИВАТЬ СТОИМОСТЬ БРЕНДОВ

Вы не можете управлять тем, что не можете измерить — эта аксиома Друкера применима и к брендам.

Во-первых, сильный бренд улучшает бизнес-результаты, позволяя компании выделяться среди конкурентов и создавать уникальную идентичность, что способствует повышению лояльности клиентов и увеличению продаж.

Во-вторых, он позволяет устанавливать более высокие цены на продукцию, так как потребители готовы платить больше за качественный и надежный бренд.

В-третьих, сильный бренд лучше привлекает и удерживает сотрудников. В 2024 году развитие hr-бренда для многих компаний стало настоящим вызовом.

Мы надеемся, рейтинг послужит не только инструментом для анализа текущего состояния брендов, но и ориентиром для развития бизнеса, с акцентом на стратегический маркетинг и брендинг. Для многих российских компаний это большая зона роста. Бренды, которые активно инвестируют в свой имидж, развивают клиентскую лояльность и инвестируют в маркетинговые коммуникации, имеют все шансы занять лидирующие позиции в будущем.

ЕЩЕ БОЛЬШЕ ДАННЫХ ИЛИ КАК ПОПАСТЬ В РЕЙТИНГ

Вы можете заказать детальный отчет об оценке стоимости бренда, в том числе если он не присутствует в данном рейтинге. Любой бренд, обладающий высокой стоимостью по результатам проведенной оценки, может быть включен в рейтинг.

Контакты для запросов:

info@brandlab.ru

+7 495 125-1040

