

Ásia lidera as marcas de laticínios mais valiosas em 2025

As 10 marcas de alimentos mais valiosas do mundo, sozinhas, contribuem com mais de 35% do valor total de marcas do ranking Food 100 de 2025.

A Yili manteve a primeira posição como a marca de laticínios mais valiosa do mundo, com um valor de US\$ 11,2 bilhões. O ranking Dairy 10 2025, no entanto, mostra o declínio no valor das marcas Yili, Mengniu, Vinamilk e Arla de 2024 para 2025.

Mas a queda do valor não alterou a classificação das 5 primeiras colocadas, nem a da Vinamilk.

Dairy 10 2025

Monetary values shown in **United States Dollar** ▾

Rank 2025	Rank 2024	Logo	Name	Country	Brand Value 2025	Brand Value 2024
1 =	1		Yili		\$11,221M	\$11,606M
2 =	2		Danone		\$8,271M	\$8,026M
3 =	3		Mengniu		\$4,736M	\$5,417M
4 =	4		Almarai		\$4,683M	\$3,903M
5 =	5		Amul		\$4,088M	\$3,305M
6 ▲	8		President		\$3,195M	\$2,119M
7 =	7		Vinamilk		\$2,604M	\$2,648M
8 ▼	6		Arla		\$2,462M	\$2,702M
9 ▲	10		Valio		\$2,010M	\$1,971M
10	-		Gerber		\$1,842M	-

Mas, houve troca de posições da marca President com Arla.

A primeira saiu da 8ª e foi para a 6ª posição, e a segunda caiu da 6ª para a 8ª. A Valio subiu uma posição, ficando em 9º lugar.

Já a Gerber teve um crescimento excepcional e ocupou o 10º posto.

Ela foi a 84ª marca no ranking Food 100 2024, e no Food 100 2025 chegou à 45ª posição.

As 10 maiores marcas de laticínios também estiveram entre as 50 maiores marcas no ranking Food 100 2025.

A chinesa Mengniu perdeu o valor da marca pelo segundo ano consecutivo. Em 2023 era US\$ 6.095 milhões, em 2024, US\$ 5.417 milhões e em 2025 US\$ 4.736 milhões, e caiu da 9ª posição no ano passado para a 11ª no Food 100 2025. Mas manteve o 3º lugar entre as empresas de laticínios.

As marcas Almarai, Amul e Président galgaram posições no Food 100 2025, e mantiveram os mesmos postos no ranking Dairy 10 2025, em relação ao ranking Dairy 10 2024.

A Almarai ganhou 5 posições, saindo da 17ª posição para a 12ª, a Amul, ganhou 8, de 22º para 14º posto, e a President saltou 20 pontos, saindo da 40ª posição em 2024 para a 20ª, em 2025.

Food 100 2025

Monetary values shown in **United States Dollar** ▾

Rank 2025	Rank 2024	Logo	Name	Country	Brand Value 2025	Brand Value 2024
1 =	1		Nestlé		\$19,969M	\$20,769M
2 =	2		Lay's		\$12,721M	\$12,021M
3 =	3		Yili		\$11,221M	\$11,606M
4 =	4		Tyson		\$9,904M	\$8,266M
5 =	5		Danone		\$8,271M	\$8,026M
6 ▲	7		Kellogg's		\$6,026M	\$6,092M
7 ▲	10		Doritos		\$5,392M	\$4,636M
8 ▲	18		Uni-President		\$4,992M	\$3,709M
9 ▲	13		Barilla		\$4,989M	\$4,140M
10 ▲	11		Lindt		\$4,915M	\$4,294M

MARCAS DE ALIMENTOS

A Nestlé mantém a liderança entre as maiores marcas de alimentos pelo décimo ano consecutivo, mesmo com a queda de 4% do seu valor entre 2024 e 2025.

A segunda marca de alimentos mais valiosa, em 2025 é a Lay's, mantendo a mesma posição do ano passado, desbancando a chinesa Yili, que ocupou o posto de 2020 a 2023, para ficar em 3º lugar no Food 100 2025.

Non Alcoholic Drinks 50 2025

Monetary values shown in **United States Dollar** ▾

Rank 2025	Rank 2024	Logo	Name	Country	Brand Value 2025	Brand Value 2024
1 =	1		Coca-Cola		\$46,327M	\$35,022M
2 =	2		Pepsi		\$22,547M	\$20,209M
3 ▲	4		Nongfu Spring		\$11,095M	\$8,306M
4 ▼	3		Red Bull		\$9,701M	\$8,392M
5 =	5		Monster		\$8,741M	\$7,434M
6 =	6		Gatorade		\$7,440M	\$5,443M
7 =	7		Dr Pepper		\$5,524M	\$4,759M
8 ▲	9		Nescafé		\$4,674M	\$4,452M
9 ▼	8		Sprite		\$4,160M	\$4,543M
10 ▲	15		Eastroc		\$3,075M	\$1,932M

Com crescimento de 32%, a Coca-Cola lidera o ranking das marcas de Bebidas não Alcoólicas. A Pepsi, em segundo lugar, tem um valor que é menos da metade do valor da Coca-Cola.

[Acesse aqui a matéria na íntegra.](#)

Fonte: Brand Finance – Tradução livre: www.terraviva.com.br