automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Továbbra is a Toyota a világ legértékesebb autómárkája

Folyatódik az autóipar hangsúlyvesztése a globális gazdaságon belül, ám a Toyota a tradíciók és az innovációk optimális egyensúlyának köszönhetően sorban nyolcadik éve bizonyul a világ legértékesebb autómárkájának.

Idén tizenötödik alkalommal állította össze a bolygó legértékesebb márkáinak rangsorát, a **BrandZ Top 100 listát** a Kantar Millward Brown piacelemző szervezet. Az autóipari szereplők mezőnyét idén tizenharmadszor – sorban nyolcadik alkalommal – a Toyota vezeti.

A 2020. évi felmérésre alapvetően rányomta a bélyegét a globális koronavírus-járvány. A pandémia világgazdaságra gyakorolt hatása ugyanakkor nem volt tisztán negatív. A Kantar Millward Brown kutatásai a széles gazdaság viszonylatában is megerősítették azt, amit sokan személyesen is tapasztaltak: minden korábbinál nagyobb mértékben nőtt az online kiskereskedelem jelentősége, az emberek tudatosabban törekedtek arra, hogy a lehető legjobb értéket kapják a pénzükért, illetve minden eddiginél szélesebb körben részesítették előnyben a helyben előállított termékeket és szolgáltatásokat.

Ennek nem mond ellent az, hogy a BrandZ Top 100 listán szereplő márkák – a világ száz legértékesebb piaci szereplője – további hat százalékkal növelték összértéküket 2019-hez képest. Ez a 277 milliárd dolláros gyarapodás elegendő volt ahhoz, hogy a világ száz legértékesebb vállalatának az értéke együttesen megközelítse az 5 billió dollárt.

Feltűnő az internetes kereskedelemmel (Amazon, Alibaba, Tencent), illetve az elektronikus fizetéssel (Visa, Mastercard, PayPal) foglalkozó vállalatok értékének emelkedése, nem meglepő a legjobb tízben szereplő étteremlánc visszaesése – talán csak a tavaly még a lista hatodik helyén szereplő Facebook térvesztése mond ellent a mindennapokban tapasztalható trendeknek.

Ha túltekintünk a tíz legértékesebb márkán, és egyetlen globális trenddel szeretnénk jellemezni az elmúlt egy évet, a digitális technológiai és szórakoztató platformokat működtető vállalatok növekedését lehet kiemelni: a középmezőny élén az Instagram 47 százalékkal, a Netflix 34 százalékal, a LinkedIn 31 százalékkal erősödött 12 hónap alatt.

A világ 10 legértékesebb vállalata a BrandZ Top 100 lista szerint (márkaérték milliárd dollárban)

	Márka	Márkaérték (mrd dollár)	Márka hozzáadott értéke[1]	Márkaérték változása 2019-2020	Helyezés változása 2019-2020

1.	Amazon	415,855	4	+32%	-
2.	Apple	352,206	4	+14%	-
3.	Microsoft	326,544	4	+14%	1
4.	Google	323,601	4	+5%	-1
5.	Visa	186,809	4	+5%	-
6.	Alibaba	152,525	3	+16%	1
7.	Tencent	150,978	4	+15%	1
8.	Facebook	147,190	4	-7%	-2
9.	McDonalds	129,321	4	-1%	0
10.	Mastercard	108,129	4	+18%	2

1 *A 0-5 skálán mozgó indikátor arra utal, hogy minden egyéb szemponttól (ár, piaci tényezők stb.) milyen mértékben képes a márkanév önmagában vásárlásra ösztönözni a fogyasztókat – magyarul: mennyire tekintik kívánatosnak a márkát az emberek.*

Ugyanakkor az sem véletlen, hogy az autóipar, amelynek fajsúlya már tavaly is gyengült a globális gazdaságon belül, tovább veszített jelentőségéből. A Covid-19 járvány a közlekedési és beruházási kedv csökkenése, illetve az ebből adódó gyártásbeszüntetések miatt különösen kedvezőtlen hatást gyakorolt a szegmensre. Öröm az ürömben, hogy a tíz legértékesebb autómárka jelenleg 130 milliárd dollárt ér. Közülük azonban csak hárman olyan nagyok és jelentősek, hogy felkerülhettek a Top 100-as listára: a Toyota a 48., a Mercedes-Benz az 56., a BMW pedig a 61. helyen. Hármójuk közül arányaiban a Toyota veszítette a legkevesebbet.

A BrandZ autóipari Top 10-es listája (márkaérték millió dollárban)

BRANDZ™ CARS TOP 10

		Brand Value 2020 $ Million	Brand Value 2019 $ Million	Brand Value % Change 2020 vs. 2019
1	Toyota	**28,388**	29,151	-3%
2	Mercedes-Benz	**21,349**	23,355	-9%
3	BMW	**20,517**	23,326	-12%
4	Tesla	**11,350**	9,285	+22%
5	Ford	**10,067**	11,211	-10%
6	Honda	**9,974**	11,749	-15%
7	Nissan	**8,658**	10,554	-18%
8	Audi	**7,334**	8,556	-14%
9	Volkswagen	**6,462**	6,707	-4%
10	Porsche	**5,606**	5,817	-4%

Source: BrandZ™ / Kantar (including data from Bloomberg)

Az okok leginkább arra vezethetők vissza, hogy az autóipar annak minden aspektusát érintő, radikális átalakulásban van, a hajtástechnológiák villamosításától kezdve az értékesítési és marketing stratégiák hangsúlyváltásán át a mobilitás alapvető koncepciójáig. **A felmérések tanúsága szerint továbbra is a Toyota találja el legjobban az arányokat a bevett paradigmák feloldása, valamint az iparág új irányelvek mentén történő, ismételt stabilizálása között.**

Ezt a mérőszámok is bizonyítják: a tradicionális autógyártók körében a márka megkülönböztető ereje tekintetében (megbízható autók és ügyfélkapcsolat) éppúgy a legjobb értéket érte el, mint a diszruptitivás, azaz a vadonatúj értékek és rendszerek teremtése terén. **Ezek után nem csoda, hogy a vállalat idén tizenharmadik alkalommal (2013 óta sorban nyolcadszor) bizonyult a legértékesebbnek valamennyi autógyártó közül.**

Fotók: *Toyota, Kantar*
Adatok: *Kantar Millward Brown és Bloomberg*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/tovabbra-toyota-vilag-legertekesebb-automarkaja