

## **Nagykorúvá vált siker: tizennyolcadik éve a Toyota a világ legértékesebb autóiipari márkája**

Közzétette a világ száz vezető márkáját rangsoroló listáját az Interbrand piacelemző szervezet. A Toyota nem csak megőrizte elsőségét az autógyártók között, de növelni is tudta piaci értékét.

A világ legnagyobb márkatanácsadó szervezete, az Interbrand huszonkettedik alkalommal adta ki azt a **Best Global Brands** tanulmányt, amely mostanra mértékadóvá vált a márkaérték, a márkaépítés területén. A több mint negyven éves szakmai tapasztalattal rendelkező Interbrand összetett elemzéssel határozza meg az egyes márkák piaci értékét: értelemszerűen meghatározó a cég jelenlegi és várható pénzügyi teljesítménye, valamint versenyképessége, ugyanakkor olyan, egyébként nehezen számszerűsíthető tulajdonságok is hozzájárulnak ehhez az értékhez, mint a márka tevékenységének és arculatának nemzetközi hatásai, a fenntartható fejlődésre irányuló törekvések, a márka piaci vonzereje, az ügyfélhűség, vagy hogy a cég mennyire vonzó munkahely.

A 2020 júliusától 2021 júniusáig tartó időszakban gyűjtött adatokat kiértékelve állították össze az idei listát, amelynek ismét emelkedett az összértéke: a tavalyi 2 326 491 millió dollárról 2 667 524 millió dollárra. A Best Global Brands lista 22 éves történetében soha nem mértek még ilyen nagymértékű (+15%) emelkedést egyetlen év alatt. Míg 2020-ban átlagosan 1,3 százalékkal nőtt a listán szereplő vállalatok értéke, ez az átlag most eléri a 10%-ot. Legnagyobb mértékben a technológiai szegmens szereplői növelték értéküket, őket követik az italok, majd a sportszerek gyártói. Míg tavaly számos újonc szerepelt a rangsorban, idén egyetlen márka: a Sephora (100.) lépett be az illusztris társaságba. A divatmárka érkezésével új rekordot regisztrált a Best Global Brands lista: most először fordul elő, hogy egyetlen cégcsoport (jelen esetben az LVMH) öt márkája (Sephora, Louis Vuitton, Tiffany & Co., Hennessy és Dior) is szerepeljen a legjobb száz között.

A Top 10-es listán nincsenek új szereplők, és az erőviszonyok sem rendeződtek át. Eltérő mértékben, de mindenki növelni tudta értékét. A három legértékesebb márka tovább növelte piaci súlyát: a tavalyi 30% után idén már a teljes százas lista összértékének 33%-át teszi ez a három gigász.

### **A világ tíz legértékesebb vállalata, 2021**

Márka	Abszolút helyezés 2021	Abszolút helyezés 2020	Márkaérték (mrd dollár) 2021	Márkaérték (mrd dollár) 2020	Márkaérték változás 2020 -> 2021
Apple	<b>1</b>	1	<b>408,251</b>	322,999	<b>+26%</b>
Amazon	<b>2</b>	2	<b>249,249</b>	200,667	<b>+24%</b>

Microsoft	<b>3</b>	3	<b>210,191</b>	166,001	<b>+27%</b>
Google	<b>4</b>	4	<b>196,811</b>	165,444	<b>+19%</b>
Samsung	<b>5</b>	5	<b>74,635</b>	62,289	<b>+20%</b>
Coca-Cola	<b>6</b>	6	<b>57,488</b>	56,894	<b>+1%</b>
Toyota	<b>7</b>	7	<b>54,107</b>	51,595	<b>+5%</b>
Mercedes-Benz	<b>8</b>	8	<b>50,866</b>	49,268	<b>+3%</b>
McDonald's	<b>9</b>	9	<b>45,865</b>	42,816	<b>+7%</b>
Disney	<b>10</b>	10	<b>44,183</b>	40,773	<b>+8%</b>

Az autóipar egyike azoknak a piaci szektoroknak, amely nehezen áll fel a koronavírus-járvány okozta sokkból. A vásárlói szokások átrendeződése mellett az idei évben további krízishelyzetek sújtották az autógyártókat. Különösen kritikus probléma a chiphiány, amely sokakat kényszerített gyártósoraik átmeneti leállítására. Ehhez képest szép teljesítmény, hogy míg 2020-ban a Top 100-ban szereplő autógyártók egyetlen kivétellel visszaesést tapasztaltak, idén kevés kivétellel erősödtek pozícióik. A listát változatlanul a Toyota vezeti, immár tizennyolcadik éve.

Márka	<b>Abszolút helyezés 2021</b>	Abszolút helyezés 2020	<b>Márkaérték (mrd dollár) 2021</b>	Márkaérték (mrd dollár) 2020	<b>Márkaérték változás 2020 -&gt; 2021</b>
Toyota	<b>7</b>	7	<b>54,107</b>	51,595	<b>+5%</b>
Mercedes-Benz	<b>8</b>	8	<b>50,866</b>	49,268	<b>+3%</b>
BMW	<b>12</b>	11	<b>41,631</b>	39,756	<b>+5%</b>
Tesla	<b>14</b>	40	<b>36,270</b>	12,785	<b>+184%</b>
Honda	<b>25</b>	20	<b>21,315</b>	21,694	<b>-2%</b>
Hyundai	<b>35</b>	36	<b>15,168</b>	14,295	<b>+6%</b>
Audi	<b>46</b>	44	<b>13,474</b>	12,428	<b>+8%</b>
Volkswagen	<b>47</b>	47	<b>13,423</b>	12,267	<b>+9%</b>
Ford	<b>52</b>	42	<b>12,861</b>	12,568	<b>+2%</b>
Porsche	<b>58</b>	55	<b>11,739</b>	11,301	<b>+4%</b>
Nissan	<b>59</b>	59	<b>11,131</b>	10,553	<b>+5%</b>
Ferrari	<b>76</b>	79	<b>7,160</b>	6,379	<b>+12%</b>
Kia	<b>86</b>	86	<b>6,087</b>	5,830	<b>+4%</b>
Mini	<b>96</b>	95	<b>5,231</b>	4,965	<b>+5%</b>
Land Rover	<b>98</b>	93	<b>5,088</b>	5,077	<b>0%</b>

Azok a márkák kerülhetnek fel a Best Global Brands listára, amelyek ténylegesen globális jelenléttel rendelkeznek: bevételeik legalább 30%-át hazainak tekinthető térségükön kívülről szerzik; és jelentős jelenléttel bírnak az összes elsődleges világpiacon (Ázsia, Európa, Észak-Amerika), továbbá jelen vannak a fejlődő piacokon. Kizárólag a széles fogyasztói piacokon kellőképpen ismert márkák jöhetnek szóba, amelyek várhatóan a jövőben is jövedelmezően teljesítenek, és márkaerősségük (azaz a márka vásárlást befolyásoló képessége) eléri vagy meghaladja az 50 pontot.

Fotók: *Toyota, Interbrand*

Adatok: *Interbrand*

---

**Forrás:**

<https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/nagykoruva-valt-siker-tizennyolcadik-eve-toyota-vilag-legertekesebb-autoipari>