

Még mindig a Toyota a legértékesebb autómárka a világon














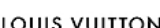






Sorban tizenkilencedik alkalommal körözi le minden autóiipari vetélytársát a világ legrangosabb márkaérték-elemzésén a Toyota. A japán autógyártó minden eddiginél magasabbra emelkedett a Best Global Brands 2022 ranglistáján.

Soha nem voltak még ennyire értékesek a világ legnagyobb jelentőségű vállalatai: a vezető márkatanácsadó szervezet, az **Interbrand** által minden évben közzétett Best Global Brands (legjobb globális márkák) listán szereplő száz cég összesített értéke idén első ízben haladta meg a 3 billió dollárt¹. Ez az érték (amelynek egyébként több mint fele, 1,65 billió dollár a Top 10 vállalatnál összpontosul) 16 százalékkal magasabb, mint egy évvel ezelőtt, és ezzel nem csak abszolút csúcst döntöttek a listán szereplő vállalatok, hanem a növekedés mértéke terén is minden eddiginél jobb eredményt mutathat fel a piac.

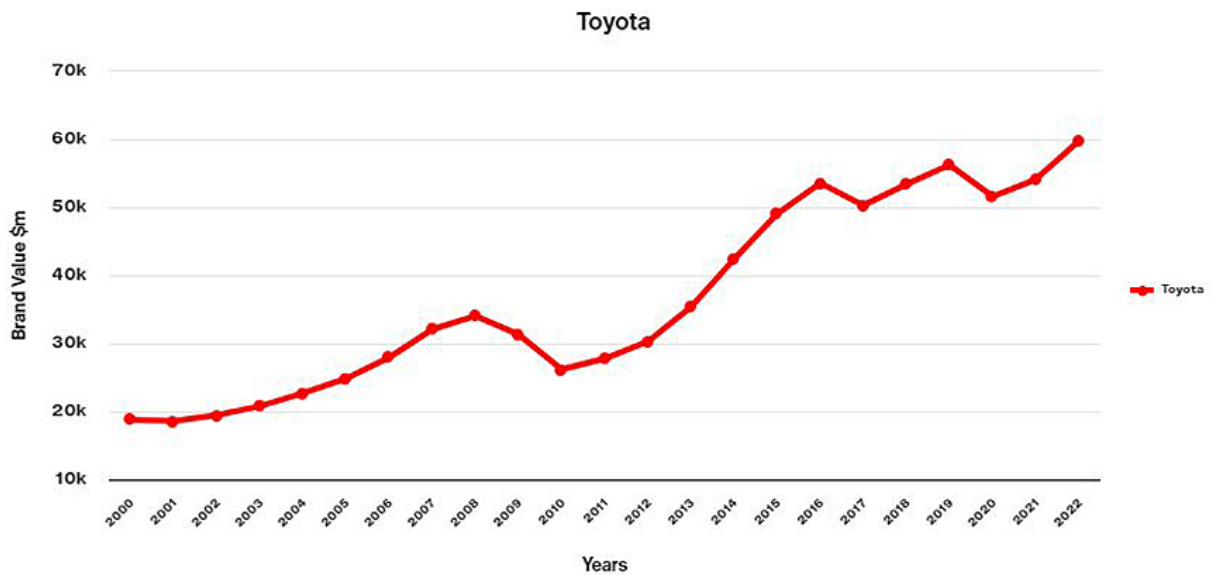
Ez többek között azt jelenti, hogy a világ legnagyobb vállalatai – de azok közül a száz legjelentősebb cég egészen biztosan – a pénzügyi piacok ingadozásaitól függetlenül képesek erősíteni pozíciójukat. Ugyanakkor korántsem sérthetetlenek: a Best Global Brands húszéves története során mindössze 36 cég van, amely végig ott szerepelt a Top 100-as listán, ugyanakkor ez idő alatt több mint 140, egykor sziklaszilárdnak tartott márka szorult ki a rangsorból – talán örökre.

A kor szelleme azoknak a vállalkozásoknak kedvez, amelyek nem egy adott termék vagy termékcsoport köré építik fel márkáikat, hanem fordítva: egy erős húzónév alatt, annak értékrendjét követve alakítanak ki újabbnál újabb szolgáltatásokat. Ilyen a Google és az Apple, és pontosan ebbe az irányba tartanak ma a vezető autóiipari szereplők is, amelyek megkezdték átalakulásukat klasszikus autógyártóból egyre színesebb portfólióval rendelkező mobilitási szolgáltatóvá.

Alighanem ez a paradigmaváltás is hozzájárult ahhoz, hogy az átalakuló gazdaságban nem csak tartani, de erősíteni is tudta pozícióját a Toyota, amely 2004 óta megingathatatlanul vezeti az autóiipari szereplők márkaértékrangsorát. A vállalat mostanra talpra állt a 2020-as lendületvesztést követően, és nem csak a márkaérték terén tört soha nem tapasztalt magasságokba – ez a 2022-es elemzés szerint immár eléri az 59,76 milliárd dollárt (23,45 billió Ft) –, de a rangsorban is minden eddiginél előrébb: az összesített hatodik helyen végzett.

01 Apple +18% 482,215 \$m 	02 Microsoft +32% 278,288 \$m 	03 Amazon +10% 274,819 \$m 	04 Google +28% 251,751 \$m 	05 Samsung +17% 87,689 \$m 
06 Toyota +10% 59,757 \$m 	07 Coca-Cola 0% 57,535 \$m 	08 Mercedes-Benz +10% 56,103 \$m 	09 Disney +14% 50,325 \$m 	10 Nike +18% 50,289 \$m 
11 McDonald's +6% 48,647 \$m 	12 Tesla +32% 48,002 \$m 	13 BMW +11% 46,331 \$m 	14 Louis Vuitton +21% 44,508 \$m 	15 Cisco +14% 41,298 \$m 
16 Instagram +14% 36,516 \$m 	17 Facebook -5% 34,538 \$m 	18 IBM +3% 34,242 \$m 	19 Intel -8% 32,916 \$m 	20 SAP +5% 31,497 \$m 

Az Interbrand szakértői több, egymással összefüggő tényezőnek tulajdonítják a Toyota töretlen sikerét. Kulcsszerepet játszik az ügyféligények széles spektrumát lefedő, változatos modellpaletta. Nem kevésbé nagy jelentőségű a vállalat villamosítási programja: öntöltő hibrid modelleinek páratlanul gazdag választékával eddig is piacvezető volt a Toyota, a most útjára indított akkumulátoros elektromos offenzíva pedig új szegmensekben erősítheti a márka jelenlétét. Mindez pedig lehetővé teszi a világ mintegy 170 piacán jelen lévő vállalat számára, hogy mindenütt a helyi követelményeknek és adottságoknak leginkább megfelelő, csökkentett emissziójú hajtásláncokkal legyen jelen.



Ezt egészítik ki a folyamatosan fejlődő mobilitási szolgáltatások, illetve a márka egyre inkább szerteágazó jelenléte a motorsportban, amely felgyorsítja az innovatív autóiipari technológiák sorozatgyártásban történő bevezetését.

¹A pontos érték 3 088 930 millió dollár, azaz 1 241 200 030 millió (kerekítve 1,24 billiárd) forint.

Fotók: *Toyota*

Infografika: *Interbrand.com*

Forrás:

<https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/meg-mindig-toyota-legertekesebb-automar-ka-vilagon>