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

---

# Huszadszorra is a Toyota a világ legértékesebb autómárkája

Sorozatban huszadik alkalommal utasította maga mögé autóipari vetélytársait a világ legrangosabb márkaérték-elemzésén a Toyota. A japán vállalat a Best Global Brands 2023 ranglistán megtartotta a tavaly megszerzett, rekordot jelentő helyezését, rajta kívül csak két autógyártó tudott beférni a legjobb 10-be.

A vezető márkatanácsadó szervezet, az Interbrand november 21-én kiadott, **2023-as Global Best Brands ranglistáján** a Toyota áll a hatodik helyen (immár második éve), megelőzve többek között a hetedik helyezett Mercedest és a kilencedik BMW-t. Rajtuk kívül csak egyetlen autógyártó, a 12. helyezett Tesla jutott be a legjobb 20 közé. A teljes 100-as listán feltűnik még néhány autógyártó jócskán elmaradva az élmezőnytől: a Honda (27.), a Hyundai (32), az Audi (45.), a Porsche (47.), a Volkswagen (50.), a Ford (51.), a Nissan (63.), a Ferrari (70.) és a Kia (88.).

A Toyota, amely 2004 óta stabilan vezeti az autóipari szereplők rangsorát, márkaérték terén idén soha nem tapasztalt magasságokba emelkedett: az elemzés szerint immár eléri az 64,504 milliárd dollárt (22,48 billió Ft), ami 8 százalékos emelkedést jelent az egy évvel ezelőtti és 213 százalékos növekedést a tíz évvel ezelőtti szinthez képest.

Több, egymással összefüggő tényezőnek tulajdonítják a Toyota jó szereplését az Interbrandnél: a legfontosabb az igények széles spektrumát lefedő, a városi miniktól a sportautókon át a luxusterepjárókig terjedő változatos modellpaletta. Szintén a siker egyik kovácsa szerintük, hogy a vállalat sok és sokféle környezetbarát autót gyárt: a szinte minden modellhez elérhető takarékos öntöltő hibrid hajtás mellett ma már sok Toyota létezik plug-in hibrid és akkumulátoros elektromos hajtáslánccal is, ami új szegmensekben erősíti a világ mintegy 170 piacán jelen lévő márka jelenlétét. De említést érdemelnek a folyamatosan fejlődő mobilitási szolgáltatások (például a Kinto), illetve, hogy a gyári Gazoo Racing csapat sikeresen szerepel a motorsport több ágában a legmagasabb szinten, ami nem csak a márka ismertségét növeli, de felgyorsítja az innovatív technológiák sorozatgyártásba történő bevezetését is.

Az autómárkák értékének 9 százalékos átlagos emelkedése szembe megy a trenddel, ugyanis a világ 100 legértékesebb márkája közül sok stagnált idén. A táblázatban szereplő összes márkaérték növekedési üteme a tavalyi 16 százalék után 2022-re jelentősen, 5,7 százalékra lassult, így a márkák összértéke a 2022-es 3,1 billió dollárról mindössze 3,3 billió dollárra (kb. 1,15 billiárd forint) tudott emelkedni.

24 éve minden évben elkészíti az Interbrand a rangos Global Best Brands tanulmányt, amely hagyományosan három szempont szerint rangsorolja a különböző ágazatokat képviselő globális márkákat. Az első a márka termékeinek vagy szolgáltatásainak pénzügyi

teljesítménye, a második a márka szerepe az ügyfelek döntési folyamatában vásárláskor, a harmadik pedig a márka versenyképessége és a márkahűség kialakításának képessége, valamint a vállalat ereje a jövőbeli jövedelmének biztosítása szempontjából. Idén nem történt változás tavalyhoz képest az első hat helyen, a listát sorrendben az Apple, a Microsoft, az Amazon, a Google, a Samsung és a Toyota vezeti, megelőzve olyan márkákat, mint a Coca-Cola, a Nike, a McDonald’s, a Disney, vagy a Facebook, amely idén meglepetésre kikerült a legjobb 20-ból.

Fotók: *Toyota, Drive.com.au, FXSSI*

Infografika: *Interbrand.com*

---

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