

Τα πιο πολύτιμα brands του κόσμου: η Apple στην κορυφή με αξία 206 δισ. δολ.

23/Mai/2019 15:04

Του **Kurt Badenhausena**

Οι πωλήσεις iPhone της Apple έχουν υποχωρήσει τα τελευταία τρίμηνα, ιδιαίτερα στην Κίνα, όπου οι ανταγωνίστριες Huawei Technologies και Xiaomi έχουν καταφέρει με τα χαμηλότερα κόστη τους να προσελκύσουν πελάτες. Τα έσοδα του αμερικανικού κολοσσού από τα smartphones συρρικνώθηκαν κατά 17% το τελευταίο τρίμηνο στα 31 δισ. δολάρια, ωστόσο η μετοχή σημείωσε άνοδο 5% μετά τα αποτελέσματα. Ένας σημαντικός λόγος: τα έσοδα-ρεκόρ από την παροχή υπηρεσιών.

Η μονάδα υπηρεσιών της Apple περιλαμβάνει το App Store, το Apple Pay, το iTunes, το cloud και πολλά άλλα. Αποτελεί τώρα τη δεύτερη μεγαλύτερη μονάδα της Apple μετά το iPhone, με έσοδα 37 δισ. δολαρίων το 2018, ενώ η Morgan Stanley εκτιμά ότι θα φτάσει τα 100 δισ. δολάρια το 2023. Η προβλεπόμενη ανάπτυξη αναδεικνύει τη δύναμη του brand της Apple.

Η Apple κατέκτησε την κορυφή της ετήσιας κατάταξης του Forbes με τα πιο πολύτιμα εμπορικά σήματα για ένατη διαδοχική φορά. Το brand του γίγαντα τεχνολογίας αξίζει 205,5 δισεκατομμύρια δολάρια, έχοντας καταγράψει άνοδο 12% σε σχέση με πέρυσι. Είναι η πρώτη φορά που ένα brand ξεπερνά το όριο των 200 δισ. δολαρίων.

Η Apple είναι αριστοτέχνης στο να μετακινεί τη βάση πελατών της από μια κατηγορία προϊόντων σε μια άλλη. Οι χρήστες Mac υιοθέτησαν το iPod, για να ακολουθήσουν τα iPhone, iPad και Apple Watch. Οι πελάτες είναι πεπεισμένοι ότι το brand θα λειτουργεί άψογα σε όλες τις κατηγορίες του οικοσυστήματος της Apple, γεγονός που τη βοήθησε να εξελιχθεί στην πιο πολύτιμη εταιρεία του κόσμου. Οι υπηρεσίες είναι το επόμενο σύνορο για την Apple και το εμπορικό της σήμα.

Ενώ η Apple διατηρεί την θέση της στην κορυφή, η Google κλείνει γρήγορα την ψαλίδα με αξία 167,7 δισ. δολαρίων, αυξημένη κατά 23%. Μόλις πριν από τέσσερα χρόνια το brand της Apple είχε υπερδιπλάσια αξία σε σχέση με το σήμα κατατεθέν της αναζήτησης στο διαδίκτυο.

Η Google έχει κυριαρχήσει στην παγκόσμια αγορά μηχανών αναζήτησης με μερίδιο 92% τους τελευταίους 12 μήνες, σύμφωνα με την StatCounter (η Bing με μερίδιο 2,6% και η Yahoo με

μερίδιο 1,9%, βρίσκονται πολλά χιλιόμετρα πίσω). Όπως η Apple, η Google έχει χρησιμοποιήσει το εμπορικό της σήμα για να μεταφερθεί σε άλλες κατηγορίες της καθημερινότητας των καταναλωτών από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και την περιήγηση στον Παγκόσμιο Ιστό έως τους χάρτες και την αποθήκευση σε cloud.

Ενώ πολλά παγκόσμια καταναλωτικά brands αγωνίζονται με τις μεταβαλλόμενες συνήθειες των πελατών τους, οι μεγαλύτερες μάρκες τεχνολογίας εξακολουθούν να είναι ασταμάτητες. Η Microsoft (123,5 δισ. δολ.) και η Amazon (97 δισ. δολ.) συμπληρώνουν την πρώτη τετράδα έχοντας και οι δυο δει την αξία τους να αυξάνεται κατά περισσότερο από 20%.

Ένα brand τεχνολογίας που πήρε την κατιούσα τους τελευταίους 12 μήνες είναι το Facebook, το οποίο βρίσκεται στην πέμπτη θέση. Ήταν το μόνο brand στην πρώτη δεκάδα που έπεσε σε αξία, φθάνοντας τα 88,9 δισ. δολάρια, καταγράφοντας μείωση 6% από πέρυσι. Ο αριθμός των ενεργών χρηστών του Facebook έφθασε τους 2,4 δισεκατομμύρια φέτος, αλλά το brand των social media "λαβώθηκε" από τις ανησυχίες σχετικά με την προστασία των δεδομένων, τις πολιτικές απορρήτου και τα fake news.

Η Coca-Cola είναι το κορυφαίο brand εκτός τεχνολογικού κλάδου, με αξία 59,2 δισ. δολαρίων (αυξημένη κατά 3% από πέρυσι) και κατέλαβε την έκτη θέση.

Τα 100 πιο πολύτιμα εμπορικά σήματα έχουν συνολική αξία 2,33 τρισ. δολαρίων, αυξημένη κατά 8% σε σχέση με πέρυσι. Τα brands τεχνολογίας ήταν οι μεγαλύτεροι κερδισμένοι, με επικεφαλής τον γίγαντα του ηλεκτρονικού εμπορίου Amazon, που είδε την αξία του να εκτοξεύεται 37% στα 97 δισ. δολάρια. Άλλοι μεγάλοι νικητές: η Netflix (+ 34%), η Google (+ 27%) και η Adobe (+ 27%). Η H&M είχε τη μεγαλύτερη πτώση, με την αξία της να συρρικνώνεται κατά 12% στα 11,5 δισ. δολάρια. Ο σουηδικός λιανοπωλητής δοκιμάζεται και χαμήλωσε πέρυσι τις τιμές στα ρούχα για να μειώσει το υπερβολικό απόθεμα. Περισσότερα από 20 εμπορικά σήματα μειώθηκαν σε αξία, συμπεριλαμβανομένων των ESPN (-10%), GE (-8%) και Hyundai (-8%).

Οι εταιρείες των ΗΠΑ απέσπασαν 56 θέσεις μεταξύ των κορυφαίων 100 brands, καθώς και το 80% των κορυφαίων 10 θέσεων. Η Γερμανία (11 μάρκες), η Γαλλία (7) και η Ιαπωνία (6) ήταν οι επόμενες πιο παραγωγικές χώρες προέλευσης. Συνολικά 16 χώρες εκπροσωπήθηκαν στη λίστα.

Εκτός από τον πολλαπλασιασμό των brands τεχνολογίας (20 στις 100), οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες (13), η αυτοκινητοβιομηχανία (11), τα καταναλωτικά συσκευασμένα αγαθά (10) και η λιανική (8) ήταν οι κλάδοι με την υψηλότερη παρουσία.

Δείτε [εδώ](#) τη λίστα με τα 100 πιο πολύτιμα brands.

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)