

TESLA ВИРОСЛА НА 32%, СТАВ САМЫМ БЫСТРОРА- СТУЩИМ АВТОМОБИЛЬНЫМ БРЕНДОМ В МИРЕ СО СТОИМОСТЬЮ БРЕНДА В 5,9 МЛРД ДОЛЛАРОВ



Toyota занимает первое место как самый ценный автомобильный бренд, в отрасли с более высоким уровнем маржинальности, новых форм собственности и конкурентов, ориентированных на технологии

Tesla является самым быстрорастущим автомобильным брендом, который вырос на 32% достигнув 5,9 млрд долларов, в рейтинге BrandZ Top 100 самых ценных мировых брендов, выпущенном сегодня WPP и Kantar Millward Brown. Резкое увеличение отражает успех позиционирования автомобиля как инновационного, но

и стильного роскошного бренда, предлагающего работу высокооктанового двигателя сжигания углерода.

Toyota остается самым ценным мировым автомобильным брендом. Компания зафиксировала падение стоимости бренда на -3% до 28,7 млрд. долл. США, при этом рост продаж компенсировался серьезными валютными вызовами, а также увеличением инвестиций и ростом затрат на рабочую силу.

BMW (\$ 24,6 млрд) и Mercedes-Benz (23,5 млрд долларов) завершают первую тройку,





а Ford переместился на одно место до № 4 со стоимостью бренда 13,1 млрд долларов.

С успешным годом с точки зрения продаж общая стоимость бренда 10 ведущих марок автомобилей осталась на уровне \$ 139,2 млрд. Это сопоставимо со спадом в 3% в прошлом году. Инновации стали серьезной темой для многих брендов в этом году, поскольку они стремятся разработать

решения многих проблем, с которыми они сталкиваются, включая новые формы собственности и большую совместимость своих автомобилей.

Показатели уровня сектора отражают тот факт, что в то время как продажи росли на ключевых рынках, как в Китае, так и в США сообщалось о рекордных продажах - скидки, которые должны быть





конкурентоспособными, сжимали маржу у основных брендов. В отличие от этого, люксовые бренды избежали сжатия маржи, и эти марки автомобилей теперь составляют 52% Top 10 марок автомобилей по критерию ценности бренда. Для сравнения, в 2006 году, когда BrandZ Top 100 был запущен, этот показатель составил 36%.

BrandZ., как наиболее крупная исследовательская платформа, отражает бренды,

плотно интегрированные в образ жизни современных потребителей. Это единственное исследование оценки бренда, которое объединяет интервью с более чем тремя миллионами потребителей во всем мире с анализом финансовых и деловых показателей каждой компании (используя данные Bloomberg и Kantar Worldpanel).

Mercedes-Benz, поднявшись на 4%, продемонстрировал лучшие результаты сре-





ди первых семи мест, в то время как среди тех, кто замыкает десятку произошло более значительное изменение.

В дополнение к успеху Tesla, Land Rover (№ 9) и Porsche (№ 10) также сильно выросли, увеличившись на 17% и + 16% до \$ 5,5 млрд и \$ 5,1 млрд соответственно. Первый воспользовался растущим спросом на внедорожники, в то время как последний построил свою популярность на

ключевых рынках Азии, таких как Тайвань, Сингапур, Малайзия, Таиланд и Филиппины. «Автомобильный бизнес - это отрасль, ожидающая быстрые изменения и многие бренды уже предпринимают шаги для подготовки новых каналов продаж, изменения форм собственности и появления более совместимых и автономных автомобилей», - прокомментировал Питер Уолш, директор по стратегии Global BrandZ





в Kantar Millward Brown. «Финансовое давление с целью достижения текущих продаж, а также инвестирования и прогнозирования будущего, ставит сильные бренды в условия заметного давления и создает пространство для новичков, таких как Tesla, чтобы продвигаться вперед. Сильные бренды не только помогут автомобильным группам увеличить существующие доходы, но и побудят потребителей к тому, к проявлению лояльности, поскольку сильные бренды являются двигателями изменений».

Многие автомобильные бренды уже внесли существенные инвестиции в самоуправляемые автомобили и обладают значительными возможностями, особенно на уровнях «hands-off» или «foot-off driving», со связанными функциями, которые уже доступны, включая технологию контроля движения по полосе.

Они также добиваются успехов в совместности. Как у BMW, так и у Nissan есть договоренности об интеграции цифровых технологических сервисов от платформы Connected Vehicle Platform от Microsoft. Toyota лицензировала патенты от Microsoft для своих облачных вычислений Azure.

Многие автопроизводители также упорно трудятся в направлении интеграции с

технологическими экосистемами. Например, BMW и Ford работают с Amazon. Используя сервис Amazon's Alex, водители некоторых моделей BMW могут проводить определенные проверки двигателя с помощью голосового управления даже из дома. Форд планирует включить систему Sync для ответа на голосовые команды от Echo Amazon.

Основные автомобильные бренды также экспериментируют с новыми решениями для мобильных устройств, когда потребители хотят получить скорее доступ, чем собственность. Mercedes запустил сеть Airbnb, которая позволяет арендовать Mercedes. Auditestирует арендную программу под названием Audi on Demand. Желающие выбирают модель Audi, которая соответствует случаю - шоппинг, обед или просто желание поехать - и курьер доставляет и забирает автомобиль.

Ford приобрел шатл сервис под названием Chariot. В Амстердаме сервисные компании по продаже автомобилей собирают людей на автомобилях Tesla.

Все это подготовка к главному сражению, появлению по-настоящему беспилотных автомобилей. Здесь конкурентный набор расширился благодаря тому, что Alphabet,



BrandZ Топ-10 самых ценных автомобилей 2017

Рейтинг 2017	Бренд	Оценка бренда 2017 (\$M)	Оценка бренда (изменения)	Рейтинг 2016	Место в глобальном рейтинге
1	Toyota	28,660	-3%	1	30
2	BMW	24,559	-8%	2	35
3	Mercedes-Benz	23,513	+4%	3	40
4	Ford	13,065	0%	4	83
5	Honda	12,163	-8%	5	91
6	Nissan	11,341	-1%	6	100
7	Audi	9,393	-1%	7	-
8	Tesla	5,876	+32%	10	-
9	Land Rover	5,534	+17%	8	-
10	Porsche	5,141	+16%	9	-

Apple и Samsung вкладывают значительные средства. Alphabet переименовал свое предприятие по производству самоуправляемых автомобилей Waymo и проводит серьезную проверку в Фениксе, штат Аризона, в то время как Apple получила разрешение, позволяющее тестировать самоуправляемые автомобили в Калифорнии, а Samsung одобрил запуск своих автомобилей на дорогах общего пользования в Южной Корее. Однако тогда, когда самоуправляемые авто-

мобили выйдут на основной рынок, они будут зависеть как от законодательства, так и от способности самых умных технологических брендов мира сделать работу программного обеспечения безопасным.

Основные тенденции, отмеченные в исследовании BrandZ Топ-100 в этом году:

- Amazon на сегодня является одним из пяти самых ценных брендов в мире. Он поднялся до №4 в Топ-100 после увеличения стоимости бренда на 41% до 139,3 млрд до-



ларов. Розничний гігант продовжує уделити особливу увагу своїй технологічній екосистемі, зосередженій на задоволенні багатьох потреб, а також впровадження нових послуг з підтримкою штучного інтелекту, включаючи доставку продуктів і особистий помічник Alexa.

- Google, Apple і Microsoft зберігають перші три позиції, збільшив за останній рік свою марку на + 7% до 245,6 млрд дол., + 3% до 234,7 млрд дол. і + 18% до 143,2 млрд дол. відповідно, а Facebook - № 5, виріс на 27% до \$ 129,8 млрд.
- Сильні бренди продовжують перемагати своїх конкурентів. Порівняно з ключовими гравцями, займаючись дослідженням брендів, за останні 12 років портфель брендів BrandZ Top 100 виріс на 50% порівняно з S&P 500 і в 3,5 рази порівняно з індексом MSCI All Country World.
- Споживачі технологічних екосистем роблять бренди незамінними. Споживачі можуть частіше реалізовувати різні види активностей: від покупки через інтернет-магазини до перегляду телевізора під егідою одного бренду і кількох пристроїв. Крім того, запропоноване зручність для споживачів дозволяє найсильнішим брендам мінімізувати ризик переключення споживачів.
- Нові бренди частіше народжуються глобально, що дозволяє їм швидко рости. Технології дозволяють компаніям продвигати свої пропозиції по всьому світу з першого дня. Це сприяє створенню нової породи підприємця, який не обмежений географічними або галузевими межами, які традиційно обмежували швидкість і масштаби зростання.
- Традиційні нетехнічні бренди впроваджують технології для інновацій і підвищення привабливості для споживачів. Наприклад, швидкозростаючий Adidas представив 3D-друк для виробництва своєї взуття, в той час як фаст-фуд бренд Domino's Pizza пропонує



гает клиентам трекер в режиме реального времени для отслеживания своего заказа.

- BrandZ Top 100 становится моложе. Средний возраст бренда составляет 67 лет, по сравнению с 84 годами в 2006 году, что отражает появление новых технологических брендов и появление бренда China.
- Бренды, которые дают понять, как они улучшат жизнь потребителей, такие как Huawei и Toyota, выросли в три раза больше в среднем за последние 12 лет (верхняя треть выросла + 170% по сравнению с нижней третью, которая составила +57 %).
- Отличная коммуникация дает преимущество бренду. Третья позиция по самым сильным коммуникациям (включая McDonald's и L'Or'al Paris) выросла на 196% по сравнению с 47% для нижней трети - результат успешно усиленной разницы, которую бренды построили.

Отчет и рейтинг BrandZ™ ТОП 100 наиболее дорогих мировых брендов, и

большое количество бренд инсайтов для ключевых регионов мира и 14 секторов рынка, доступны онлайн <http://wppbaz.com>. Глобальный отчет, рейтинги, графики, статьи и многое другое также можно найти в приложении BrandZ. Приложение BrandZ можно скачать бесплатно для Apple IOS и Android устройств с www.brandz.com/mobile или ищите BrandZ в соответствующих магазинах приложений iTunes или Google Play.

Контакты:

Lisa Parente

Tel: +1 2032196976

E-mail: [lisa.parente@](mailto:lisa.parente@kantarmillwardbrown.com)

kantarmillwardbrown.com

Kate Alexander / Hannah Robertson

Eureka Communications

Tel: +44 (0)1420 564346

Mobile: +44 (0)7788 584413

Email: kate@eurekacomms.co.uk /

hannah@eurekacomms.co.uk