

«أبل» تحتفظ بلقبها أعلى علامة تجارية قيمة في العالم»



احتفظت «أبل» بلقب العلامة التجارية الأكثر قيمة في العالم بعد زيادة قدرها 35% في قيمتها لتصل إلى 355.1 مليار «دولار»، وهي أعلى قيمة لعلامة تجارية تم تسجيلها على الإطلاق في تصنيف «براند فاينانس العالمي 500».

وحققت شركة «أبل» نجاحاً كبيراً خلال عام 2021، وسلط الضوء عليها كونها أصبحت أول شركة تصل قيمتها السوقية إلى 3 تريليونات دولار. ولا يزال هاتف «آيفون» يمثل نحو نصف مبيعات العلامة التجارية. ومع ذلك، شهد هذا العام الماضي اهتمام «أبل» بمجموعتها الأخرى من منتجات الجيل الجديد بما في ذلك «آيباد» و«آي ماك» وغير ذلك.

وفي هذا السياق، شهدت «أمازون» و«جوجل» مستويات نمو جديدة؛ حيث حافظت كل منهما على موقعها في تصنيف «براند فاينانس»، خلف «أبل» في المركزين الثاني والثالث على التوالي. وزادت قيمة العلامة التجارية لـ «أمازون» بنسبة 38% لتصل إلى 350 مليار دولار، فيما شهدت «جوجل» نمواً متساوياً في قيمة العلامة التجارية (38%) لتصل قيمتها إلى 263.4 مليار دولار.

واعتبر قطاع التكنولوجيا هو الأعلى قيمة في تصنيف «براند فاينانس» الأخير؛ حيث بلغت قيمة العلامة التجارية التراكمية للقطاع ما يقرب من 1.3 تريليون دولار؛ إذ أصبحت العلامات التجارية التكنولوجية ذات أهمية متزايدة في «ظل جائحة» كوفيد-19.

وجاءت شركة «مايكروسوفت» في المركز الرابع عالمياً؛ حيث شهدت علامتها التجارية نمواً بنسبة 31.2% إلى 184.2 مليار دولار، تلتها سلسلة متاجر «وول مارت» في المركز الخامس مع نمو علامتها التجارية بنسبة 20% إلى 112 مليار دولار.

كما صنفت شركة «تيك توك» على أنها العلامة التجارية الأسرع نمواً في العالم، وفقاً لأحدث تقرير صادر عن مؤسسة «براند فاينانس»؛ حيث حققت نمواً بنسبة 215%، لتزيد قيمة علامتها التجارية من 18.7 مليار دولار في 2021 إلى 59 مليار دولار هذا العام، كما احتلت المرتبة 18 بين أعلى 500 علامة تجارية قيمة في العالم.

ومع استمرار قيود «كوفيد-19» في جميع أنحاء العالم طوال عام 2021، شهدت وسائل الترفيه الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعية وخدمات البث نمواً مستمراً، ويعد صعود «تيك توك» دليلاً على تغيير عملية استهلاك المحتوى الرقمي.

وبصورة عامة، مثلت العلامات التجارية الإعلامية أفضل 3 علامات تجارية نمواً في الترتيب، مع احتلال تطبيق «سناب شات» المرتبة الثانية بعد «تيك توك»؛ إذ ارتفعت قيمته بنسبة 184% إلى 6.6 مليار دولار، تليه شركة الإنترنت الكورية الجنوبية «كاكاتوك» والتي شهدت زيادة بقيمة علامتها التجارية بنسبة 161% إلى 4.7 مليار دولار.

ومن بين العلامات التجارية الأخرى البارزة في قطاع الإعلام، شركة «ديزني» التي ارتفعت قيمة علامتها التجارية بنسبة 11% إلى 57 مليار دولار، ونتفليكس التي زادت بنسبة 18% إلى 29.4 مليار دولار، ومنصة يوتيوب التي ارتفعت بنسبة 38% لتصل إلى 23.9 مليار دولار، وتطبق سبوتيفاي الذي ارتفعت قيمة علامته التجارية بنسبة 13% لتصل إلى 6.3 مليار دولار.

وفي تناقض صارخ، شهدت العلامات التجارية لوسائل الإعلام التقليدية انخفاضاً مستمراً، مع تفضيل المستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي والبث عند الطلب بدلاً من ذلك. واعتبرت «وارنر براذرز» من بين العلامات التجارية الأسرع تراجعاً في الترتيب هذا العام؛ إذ انخفضت قيمة علامتها التجارية بنسبة 33% لتصل إلى 6.8 مليار دولار.

الصورة

