

Giá trị vốn hoá của thương hiệu Ferrari đạt trên 30 tỷ USD

10:12 16/06/2020

Tháng 5 vừa qua, giá trị vốn hóa của Ferrari đã đạt trên 30 tỷ USD, vượt các nhà sản xuất ô tô có quy mô lớn hơn nhiều, như GM, Ford và thậm chí là Fiat-Chrysler, tập đoàn trước đây sở hữu thương hiệu Ferrari.

Ferrari có tỷ suất lợi nhuận 24%, có lịch sử đua xe lẫy lừng và hình ảnh thương hiệu được hâm mộ. Giá trị vốn hóa thị trường của Ferrari hiện đã cao gấp 3 lần so với mức dự kiến 11 tỷ USD mà cựu CEO Sergio Marchionne đưa ra trước khi việc IPO hoàn tất vào năm 2016.



Ảnh

minh hoạ (Ảnh: internet)

Năm 2015, trong đợt phát hành cổ phiếu lần đầu (IPO), Ferrari đạt mức vốn hóa là 9,8 tỷ USD, và vị CEO thời bấy giờ - ông Sergio Marchionne tin rằng giá trị của Ferrari sẽ sớm tăng lên nhờ hình ảnh thương hiệu vàng son. Ông Marchionne từng nói, việc bán xe cũng gần như bán giá trị thương hiệu Ferrari.

Từ lâu, hãng đã mở rộng kinh doanh sang nhiều lĩnh vực khác, với logo chú ngựa tung vó nổi tiếng xuất hiện trên nhiều sản phẩm quần áo, đồng hồ. Ferrari

thậm chí còn có một công viên riêng tại Abu Dhabi.

Tuy nhiên, việc khai thác giá trị thương hiệu để mở rộng kinh doanh cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro. Nếu như logo của Ferrari gắn lên các mặt hàng kém chất lượng, thì hãng sẽ mất đi hình ảnh thương hiệu sang trọng của mình.

Nhận thức được những nguy cơ này, Ferrari đang dần “khó tính” hơn trong việc chọn đối tác. Năm 2019, hãng đã hợp tác với thương hiệu thời trang cao cấp Giorgio Armani. Theo giới phân tích, những thương vụ như vậy sẽ giúp Ferrari nắm bắt được cơ hội tăng doanh thu, đồng thời vẫn giữ được giá trị thương hiệu mang tính di sản của Italy.

Hà Trần (t/h)