

28.10.2016 – 14:41 Uhr

Chinesischer TV-Riese Hisense stellt sein B2B-Geschäft vor

China (ots/PRNewswire) -

Der Präsident der Hisense Group, Herr Liu Hongxin, enthüllte in Qingdao am 25. Oktober die Markenführung und das Emblem für das B2B-(Business-to-Business-)Geschäft von Hisense. Von Januar bis September 2016 waren die B2B-Unternehmen von Hisense bereits für Umsätze in Höhe von 27 Prozent vom Gesamtumsatz der Hisense Group verantwortlich und steuerten zum Gewinn des Konzerns 38 Prozent bei. Hisense erfreut sich derzeit einer besser ausbalancierten Struktur bei der Industrieproduktion zwischen seinem herkömmlichen B2C-(Business-to-Consumer-)Geschäft und dem neuen B2B-Geschäft. Im Ergebnis kommt die Hisense Group bis Ende September auf einen Umsatz von 78,5 Milliarden Renminbi, was ein Anstieg um 6,53 Prozent ist. Beim Gewinn erreicht der Konzern 5,36 Milliarden Renminbi, was einem Anstieg von 53,31 Prozent entspricht.

Foto - <http://photos.prnewswire.com/prnh/20161027/433216>

Hisense war einer der offiziellen Partner der UEFA EURO 2016, womit es der erste chinesische UEFA-Sponsor in der 56-jährigen Geschichte der Fußball-Europameisterschaften ist. Dank dieses Engagements als Sponsor konnte die Welt die Bekanntschaft von Hisense als führende chinesische Marke für Fernseher machen. Hisense ist, gemessen am Anteil auf dem TV-Markt in China, seit 13 Jahren in Folge die Nummer 1. Darüber hinaus landeten Hisense-Fernseher, was den Anteil von verkauften Geräten angeht, in diesem Jahr auch in Südafrika und Australien auf den Topplatzierungen. Das B2C-Geschäft von Hisense deckt Fernseher, Kühlschränke, Klimaanlage und weitere Anwendungen ab.

Allerdings sind die großartigen Leistungen von Hisense in seinem B2B-Geschäft nicht so bekannt wie diejenigen im B2C-Geschäft. Der Hisense-Geschäftsbereich Optische Kommunikation ist in China bereits die Nummer 1 und das optische Empfängermodul des Unternehmens hält mittlerweile seit fünf aufeinander folgenden Jahren weltweit die Spitzenposition. Das intelligente Verkehrssystem von Hisense ist im Hinblick auf seinen Marktanteil seit sieben Jahren in Folge ebenfalls auf Platz 1 in China. Zwischen 2012 und 2015 hat Hisense 42 Prozent der inländischen Projekte zum intelligenten Verkehr, die jeweils über der Marke von 100 Millionen Renminbi lagen, für sich an Land gezogen. Während das Unternehmen sein eigenes computergestütztes Assistenzsystem für Operationen und ein intelligentes Displaysystem für Operationen entwickelt, ist die Hisense-Technik bei seinem Operationsleitsystem innerhalb von nur drei Jahren zu einem der weltweit modernsten geworden. Nach 14 Jahren der Entwicklung hat Hisense im Bereich kommerzielle Klimaanlage beim Marktanteil in China bereits Platz 2 erreicht, auch dank seiner weltweit führenden VRF-Technik.

Der Aufstieg des B2B-Geschäfts von Hisense ist ein deutliches Zeichen dafür, dass das Unternehmen nicht länger nur ein Anbieter in den Bereichen Verbraucherelektronik und Heimanwendungen ist, sondern sich ebenso als Hightech-Unternehmen etabliert hat.

Hisense schreitet weiter voran und wird seine Technologien dafür nutzen, alle Gemeinwesen über seine Kommunikations- und Smart-Home-Produkte miteinander zu verbinden und vielleicht bald ganze Städte mit seinen Angeboten zu versorgen.

Hisense wird auch versuchen, sein B2B-Geschäft, zusammen mit den bestehenden Geschäften von Hisense in den Bereichen Fernsehgeräte, Kühlschränke und Klimaanlage, in ausländischen Märkten weiterzuentwickeln.

Kontakt:

Jiang Shan
+86-532-8087-8024
jiangshan5@hisense.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100794861> abgerufen werden.