

30.03.2022 – 14:43 Uhr

## Hisense treibt Technologiebranche zu neuem Höhenflug an und veröffentlicht gemeinsam mit GfK und Ipsos aktuelle Branchenkenzzahlen

Qingdao, China, 30. März 2022 (ots/PRNewswire) -

Am 29. März stellte Hisense den neuesten Bericht vor, der gemeinsam mit GfK und Ipsos auf der Pressekonferenz Hisense 2021 Branding Key Figures angekündigt wurde. Die Schlüsselzahlen zeigten, dass die weltweite Verbrauchernachfrage nach Haushaltsgeräten im Jahr 2021 unter dem Einfluss der Epidemie ein Rekordhoch erreichte, was zu einem Wachstum des Haushaltsgerätemarktes von 13 % im Vergleich zum Vorjahr führte, während der Umsatz von Hisense mit Haushaltsgeräten um mehr als 30 % stieg. Darüber hinaus rangierte die Markenbekanntheit von Hisense in mehreren Kategorien weltweit unter den ersten Plätzen, was die führende Position der globalen Technologiebranche im Wettbewerb deutlich macht.

### Hisense-Verkäufe und Markenbekanntheit sind auf dem globalen Markt führend

Laut GfK werden im Jahr 2021 16 % der Verbraucher ihre Haushaltsgeräte aufrüsten, was dazu führt, dass der weltweite Absatz von Haushaltsgeräten um 13 % und der Absatz von Fernsehgeräten um 6 % steigt und damit rekordverdächtige Wachstumsraten erreicht. Mittlerweile liegt das Marktwachstum von Hisense außerhalb der VR China bei über 30 %, mit einem Marktanteil von 8 % in der TV-Branche. Darüber hinaus ist Norbert Herzog, Global Strategic Insights Head der GfK SE, der Meinung, dass die Premiumisierung zu einem Konsumtrend im Markt geworden ist.

In den letzten Jahren hat sich Hisense weiterhin auf Premium-Industrien und Globalisierungsstrategien konzentriert und erfolgreich qualifizierte Produkte und exzellente Dienstleistungen für die weltweiten Verbraucher bereitgestellt, was Hisense zu einem größeren Erfolg im Verkauf und der Markenbekanntheit führte.

Laut Ipsos-Forschungsdaten für den Zeitraum 2019-2021 ist der Markenwert von Hisense in drei Jahren um 54 % gestiegen, und die Markenbekanntheit von Hisense in 2B-Geschäftsbereichen wie intelligente Stadt, Transport und Gesundheitswesen gehört zu den Spitzenreitern der Branche. Das bedeutet, dass der Bekanntheitsgrad der Marke Hisense weltweit enorm gestiegen ist und zu einer effektiven Umsatzsteigerung geführt hat. Im Jahr 2021 stiegen die Hisense TV-Verkäufe in den Vereinigten Staaten, Mexiko und den wichtigsten westeuropäischen Märkten wie Großbritannien, Frankreich und Deutschland um mehr als 30 % im Vergleich zum Vorjahr, und die Hisense Laser TV-Verkäufe in den Überseemärkten außerhalb der VR China stiegen um 279 % im Vergleich zum Vorjahr.

### Globalisierung und Entwicklung von Premium-Technologie für den Markenerfolg

Jerry Liu, Vizepräsident für internationales Marketing bei Hisense, sagte: „Das Engagement von Hisense für Technologie hat sich im Laufe der Jahre nie geändert; wir bestehen ständig auf Forschung und Entwicklung, um erstklassige Produkte für globale Verbraucher zu entwickeln.“ Durch kontinuierliche Anstrengungen im Bereich Branding und Premium-Produkte erwartet Hisense für sein Flaggschiffprodukt ULED TV ein Premium-Verkaufswachstum von mehr als 40 % im Vergleich zum Vorjahr; Laser TV wird um das Doppelte wachsen.

In Bezug auf das Geschäftslayout wird Hisense weltweit fast 100 Premium-Flagship-Stores einrichten; in den Vereinigten Staaten und Japan werden weitere F&E-Zentren errichtet und die Investitionen in die Gesamtentwicklung erhöht, um ein besseres Produktions-, Vertriebs- und Verkaufslayout zu erreichen.

In Zukunft wird Hisense seine Forschungs- und Entwicklungsarbeit kontinuierlich fortsetzen, um den Verbrauchern ein erstklassiges Produkt und einen hochwertigen Lebensstil zu bieten und weltweit eine vertrauenswürdige Technologiemarke zu werden.

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1775652/1.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1775653/2.jpg>

Foto - <https://mma.prnewswire.com/media/1775654/3.jpg>

Pressekontakt:

HisenseGlobal@ogilvy.com,  
Tel: +86-13922322347

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100887226> abgerufen werden.