

15.07.2024 – 17:35 Uhr

Der Präsident der Hisense Group stellt den strategischen Fahrplan für den zukünftigen Erfolg des Unternehmens vor

Qingdao, China (ots/PRNewswire) -

Hisense, ein weltweit führender Hersteller von Haushaltsgeräten und Unterhaltungselektronik, hat heute auf seiner Partnerkonferenz in Berlin, die kurz vor dem Finale der EURO 2024™ stattfand, seine ehrgeizigen Wachstumspläne vorgestellt. Fisher Yu, Präsident der Hisense Group, hielt eine Keynote mit dem Titel „Beyond Champion, Beyond Glory“ in der er die strategischen Verbesserungen vorstellte, die sich auf die Aufwertung der Marke, szenariobasierte Produkte und Dienstleistungen, die Optimierung der industriellen Struktur und das Engagement für die weitere globale Expansion konzentrieren.

Zum dritten Mal sponsert Hisense die UEFA-Europameisterschaft und stellt seinen Slogan „Hisense, More Than a Brand“ vor, der auf eine Mehrmarkenstrategie hinweist. Das erste Sponsoring des Unternehmens im Jahr 2016 war ein bedeutender Meilenstein, der die Globalisierung durch aufeinanderfolgende Sponsorings hochkarätiger Sportveranstaltungen beschleunigte. In der Zwischenzeit stieg der Auslandsumsatz von Hisense um das Dreifache von 3,5 Milliarden auf 12 Milliarden US-Dollar.

„Wir sind begeistert, dass Hisense in der ersten Hälfte des Jahres 2024 eine starke Dynamik beibehält“, erklärte Yu. „Das zweistellige Umsatzwachstum des Hisense 2C-Geschäfts und der 18-prozentige Anstieg in den Überseemärkten unterstreichen den Erfolg einer langfristigen Strategie, die auf Nutzerorientierung, technologischer Innovation und einer globalen Vision beruht. Mit diesem starken Fundament sind wir bestens positioniert, um unsere strategischen Upgrades in den Bereichen Marke, Szenarien, industrielle Struktur und Globalisierung umzusetzen.“

„Die TV-Verkäufe von Hisense belegten im 1. Quartal 2024 zum zweiten Jahr in Folge den 2. Platz weltweit. Wir verringern kontinuierlich den Abstand zur Nummer 1 und freuen uns auf die Zukunft.“

In der Keynote erläuterte Yu die neuesten Upgrades, die das Engagement von Hisense für „benutzerzentrierte Technologie“ und ultimative Qualität bei der Entwicklung neuer Funktionen und Produkte auf der Grundlage von Kundenfeedback unterstreichen und den Unterhaltungselektronikriesen für weiteres Wachstum auf dem globalen Markt positionieren. Das Unternehmen konzentriert sich auch auf die Entwicklung von Smart-Home-Erlebnissen, die über einzelne Produkte hinausgehen, indem es bei der Produktplanung, der Forschung und Entwicklung und dem Marketing ganze Benutzerszenarien berücksichtigt und der plattformübergreifenden Kompatibilität in den Bereichen Konnektivität, Sicherheit und KI Vorrang einräumt, um intelligentere Produkte zu schaffen, die die Anforderungen der Benutzer erfüllen und übertreffen.

Um seinen Wettbewerbsvorteil aufrechtzuerhalten, rüstet Hisense Standalone-Endgeräte zu ganzheitlichen Systemlösungen auf. Dazu gehören die technische Grundlage, die Nutzung von Cloud-Service-Plattformen wie die ConnectLife-Plattform für Smart-Home-Geräte und das große Sprachmodell HI-Star AI für Interaktion und Intelligenz. Diese Systemlösungen sind auf Nachhaltigkeit ausgerichtet und eignen sich für eine breite Palette von Anwendungen, die mit dem langfristigen ökologischen und sozialen Engagement von Hisense übereinstimmen. Als Vorreiter in diesem Trend entwickelt Hisense aktiv Geschäfte in den Bereichen intelligenter Transport, intelligente Gebäude, Gesundheitswesen, Energiemanagement und Automobilelektronik und festigt damit seine Position an der Spitze der nachhaltigen Entwicklung.

Hisense hat sich der globalen Expansion verschrieben und baut sechs regionale Betriebszentren aus, um das zukünftige Wachstum zu fördern. Aufbauend auf dem bestehenden robusten Netzwerk von 26 F&E-Zentren, 34 Industrieparks und Produktionsstätten fördert Hisense mit seinem Ansatz „Think Global, Act Local“ lokale Talente und stärkt die regionale Fertigung, F&E und Lieferketten. Dies ermöglicht es Hisense, durch globale F&E-Investitionen auf spezifische lokale Bedürfnisse mit maßgeschneiderten Produkten einzugehen.

Das Sponsoring der UEFA EURO 2024™ durch Hisense ist die Fortsetzung einer Marketingstrategie für Sportpartnerschaften, die die Marke einem globalen Publikum näher bringt. Die Kampagne BEYOND GLORY™ unterstreicht das Bestreben von Hisense, Grenzen zu überschreiten, ehrgeizige Ziele anzustreben und sich für die Entwicklung bahnbrechender Hausgerätetechnologie einzusetzen, um das tägliche Leben zu verbessern.

Informationen zu Hisense Hisense ist eine weltweit führende Marke für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik und offizieller Partner der UEFA EURO 2024™. Laut Omdia rangiert Hisense auf Platz 2 der verkauften TV-Geräte weltweit und auf Platz 1 beim Absatz von 100-Zoll-TV-Geräten, sowohl 2023 als auch im 1. Quartal 2024. Das Unternehmen expandierte schnell und ist in über 160 Ländern tätig. Es hat sich auf Multimedia-Produkte, Haushaltsgeräte und intelligente IT-Systeme spezialisiert.

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2460796/Hisense_-_More_Than_a_Brand_2.jpg

Foto – <https://mma.prnewswire.com/media/2460797/Keynote.jpg>

Foto – https://mma.prnewswire.com/media/2460798/Four_Upgrading.jpg

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/der-prasident-der-hisense-group-stellt-den-strategischen-fahrplan-fur-den-zukunfftigen-erfolg-des-unternehmens-vor-302197054.html>

Pressekontakt:

Patrick Chen,
patrick.chen@bluecurrentgroup.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100921504> abgerufen werden.