

Prezident Hisense Group představil strategický plán pro budoucí úspěch společnosti

16.7.2024 - Patrick Chen | PROTEXT

Společnost Hisense, která letos již potřetí sponzoruje fotbalové mistrovství Evropy UEFA, představila slogan „Hisense, více než značka“ (Hisense, More Than a Brand), který poukazuje na její strategii více značek. První fotbalové sponzorství společnosti v roce 2016 se stalo významným milníkem, který urychlil globalizaci společnosti prostřednictvím řady souběžných sponzoringů sportovních událostí nejvyšší úrovně. Zahraniční tržby společnosti Hisense se přitom zvýšily 3,5krát - ze tří a půl miliardy na dvanáct miliard amerických dolarů.

„Velmi nás těší, že si společnost Hisense udržuje silnou dynamiku i v první polovině roku 2024,“ uvedl Yu. „Spotřebitelský obchod (B2C) společnosti Hisense dosáhl dvouciferného růstu tržeb a osmnáctiprocentní nárůst na zámořských trzích svědčí o úspěchu naší dlouhodobé strategie založené na prouživatelském zaměření, technologických inovacích a globální vizi. Tento pevný základ nám poskytuje ideální pozici pro realizaci našich strategických změn v oblasti značky, scénářů, průmyslové struktury a globalizace.“

„Dodávky televizorů Hisense se v 1. čtvrtletí roku 2024 umístily již druhý rok za sebou na 2. místě celosvětového žebříčku. Neustále přitom snižujeme náskok značky na prvním místě a těšíme se na další vývoj.“

Pan Yu ve svém projevu podrobně přiblížil nejnovější modernizace, které podtrhují oddanost společnosti Hisense principům „technologie zaměřené na uživatele“ a „maximální kvality“ při vývoji nových funkcí a produktů vycházejících ze zákaznické zpětné vazby, což tomuto gigantu v oblasti spotřební elektroniky zajišťuje perspektivu dalšího růstu na celosvětovém trhu. Společnost se také zaměřuje na rozvíjení konceptu chytré domácnosti, v němž domácí spotřebiče překonávají hranice jednotlivých produktů díky zohlednění komplexních uživatelských scénářů ve všech fázích a aspektech výroby - plánování produktů, výzkumu a vývoji, marketingu, prioritizaci kompatibility napříč platformami v oblasti konektivity, zabezpečení či umělé inteligence - s cílem vytvářet chytřejší produkty, které předvídají a dokonce předčí potřeby svých uživatelů.

V rámci udržení své konkurenční výhody rozvíjí společnost Hisense samostatná koncová zařízení do podoby ucelených systémových řešení. Tento upgrade zahrnuje nejen jejich technický základ, ale i využití platform cloudových služeb, jako je platforma ConnectLife pro zařízení v chytré domácnosti a velký jazykový model HI-Star AI pro interakci s uživatelem a inteligenci spotřebičů. Tato systémová řešení zároveň upřednostňují udržitelnost a uspokojují širokou škálu potřeb, což odpovídá dlouhodobým environmentálním a sociálním závazkům společnosti Hisense. Jakožto lídr tohoto trendu společnost Hisense aktivně rozvíjí své aktivity v oblasti inteligentní dopravy, inteligentních budov, zdravotnictví, správy energií a automobilové elektroniky, čímž dále upevňuje svou pozici na špičce udržitelného rozvoje.

Společnost Hisense klade důraz na globální expanzi a s cílem posílit svůj budoucí růst modernizuje šest regionálních provozních center. Přístup společnosti Hisense, shrnutý v hesle „Mysli globálně, jednej lokálně“ (Think Global, Act Local), který staví na stávající robustní síti 26 výzkumných a vývojových center, 34 průmyslových parků a výrobních základen, podporuje místní talenty a posiluje

regionální výrobu, výzkum a vývoj i dodavatelské řetězce. Prostřednictvím globálních investic do výzkumu a vývoje tak může společnost Hisense uspokojovat specifické místní potřeby produkty šitými na míru.

Sponzorstvím šampionátu UEFA EURO 2024™ pokračuje společnost Hisense ve své marketingové strategii sportovních partnerství, která značku sbližuje se světovým publikem. Její kampaň „Víc než sláva“ (BEYOND GLORY) zdůrazňuje snahu společnosti posouvat hranice a směřovat k ambiciózním cílům i odhodlání vyvíjet revoluční technologie domácích spotřebičů ve snaze zlepšit každodenní život spotřebitelů.

O společnosti Hisense

Hisense je přední světová značka domácích spotřebičů a spotřební elektroniky a oficiální partner šampionátu UEFA EURO 2024™. Podle údajů společnosti Omdia se značka Hisense v roce 2023 i v prvním čtvrtletí roku 2024 umístila na 2. místě žebříčku celkového celosvětového prodeje televizorů a na 1. místě v kategorii televizorů s úhlopříčkou 100". Společnost prošla rychlou expanzí a nyní působí ve více než 160 zemích, přičemž se specializuje na multimediální produkty, domácí spotřebiče a inteligentní informační technologie.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/prezident-hisense-group-predstavil-strategicky-plan-pro-budouci-uspech-spolecnosti/2543872>