

หัวเว่ย ได้รับการจัดอันดับเป็น “หนึ่งใน 100 แบรนด์ยอดเยี่ยมของโลก ประจำปี 2015” โดย BrandZ อีกหนึ่งเกียรติประวัติหลังก้าวเข้าสู่ทำเนียบ Interbrand ในปี 2014

หัวเว่ยได้รับการจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 100 แบรนด์ยอดเยี่ยมของโลก ประจำปี 2015 โดย Brandz บันทึกเกียรติประวัติของบริษัทอีกหน้าหลังจากคว้าตำแหน่ง Top 100 Best Global Brands ของ Interbrand ในปีที่ผ่านมา

ทำเนียบ “100 แบรนด์ยอดเยี่ยมของโลก” ของ BrandZ จัดขึ้นโดยบริษัท มิลเวิร์ด บราวน์ ออพติมอร์ ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยชั้นนำระดับโลกในเครือบริษัทดับบลิวพีพี (WPP) กลุ่มบริษัทสื่อสารที่ใหญ่ที่สุดของโลก ระบบการจัดอันดับของ BrandZ ถือเป็นหนึ่งในการประเมินผลอิทธิพลของแบรนด์ธุรกิจต่างๆที่น่าเชื่อถือที่สุด โดยประเมินคุณค่าของแบรนด์ตามความเห็นของลูกค้าปัจจุบันและในอนาคตของแบรนด์นั้นๆ รวมไปถึงข้อมูลด้านการเงินด้วย ดอริน หวัง หัวหน้าฝ่าย Global ของ BrandZ กล่าวว่า “วันนี้หัวเว่ยสามารถก้าวเข้าสู่ทำเนียบ BrandZ ได้เป็นครั้งแรก สืบเนื่องจากผลงานด้านธุรกิจโทรคมนาคมอันแข็งแกร่งของบริษัท รวมถึงการขยายธุรกิจไปสู่ตลาดเอ็นเตอร์ไพรส์และคอนซูเมอร์ หัวเว่ยได้ลงทุนมากมายเพื่อนำเสนอเทคโนโลยีระดับโลก และแสดงให้เห็นว่ารายได้สองในสามของบริษัทมาจากกลุ่มตลาดนอกประเทศจีน การก้าวเข้าสู่ทำเนียบรายนามของ BrandZ แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งที่แท้จริงของหัวเว่ย”

“หัวเว่ยรู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่ได้รับการจัดอันดับจาก BrandZ” มร. เควิน จาง ประธานบริหาร ฝ่ายการตลาดองค์กร ของหัวเว่ย กล่าว “คุณค่าแบรนด์ของหัวเว่ยสามารถวัดได้จากความสำเร็จของลูกค้า บริษัทเราจะคำนึงถึงลูกค้าก่อนเสมอ และจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว ด้วยการจัดหาผลิตภัณฑ์และโซลูชันนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดจนมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าของเราอย่างต่อเนื่อง”

ปัจจุบัน หัวเว่ยให้บริการจัดหาผลิตภัณฑ์และโซลูชันให้แก่ผู้ประกอบการโทรคมนาคมชั้นนำ 45 รายจากทั้งหมด 50 รายทั่วโลก ส่งเสริมการใช้งานนวัตกรรมแบบเรียลไทม์ อาทิ 4G และยังเป็นผู้นำด้านการพัฒนามาตรฐานเทคโนโลยี 5G สำหรับธุรกิจเอ็นเตอร์ไพรส์ หัวเว่ยให้บริการธนาคารชั้นนำของโลก 10 แห่ง และบริษัทชั้นนำด้านพลังงานของโลกเป็นจำนวนร้อยละ 70 จาก 20 แห่งทั่วโลก นอกจากนี้ หัวเว่ยยังจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการให้กับระบบ

จ่ายไฟฟ้ากว่า 160 รายทั่วโลก รวมไปถึงช่วยยกระดับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ให้กับรัฐบาลและภาครัฐในกว่า 140 ประเทศและภูมิภาค สำหรับส่วนธุรกิจกลุ่มคอนซูเมอร์ที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว หัวเว่ยก็มีการเติบโตจนกลายเป็นซัพพลายเออร์สมาร์ทโฟนที่ครองสัดส่วนตลาดมากที่สุดในโลก โทรศัพท์มือถือที่สมรรถนะเยี่ยมของหัวเว่ย อาทิ Mate7, P8 และ Honor 6 ต่างได้รับความนิยมและมีจำนวนผู้ใช้มากขึ้นเรื่อยๆ

หัวเว่ยดำเนินกลยุทธ์แบบโลกาภิวัตน์ ที่ผสมผสานทรัพยากรที่ดีที่สุดจากทั่วทุกมุมโลกเพื่อรองรับความต้องการในตลาดโลก ปัจจุบัน บริษัทให้บริการระบบนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพมากมายทั่วโลก หัวเว่ยดำเนินธุรกิจในกว่า 170 ประเทศ และสองในสามของรายได้ของบริษัทมาจากตลาดนอกประเทศจีน หัวเว่ยมีศูนย์วิจัยและพัฒนาตั้งกระจายอยู่ทั่วโลก และลงทุนงบประมาณในด้านวิจัยและพัฒนาอย่างน้อยร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมด บริษัทได้จัดตั้งศูนย์วิจัย 16 แห่งในสวีเดน รัสเซีย สหรัฐฯ อินเดีย และประเทศอื่นๆ และดำเนินการศูนย์นวัตกรรมความร่วมมืออีก 31 แห่งร่วมกับพันธมิตรของบริษัท

มร. เควิน จาง เชื่อว่า “เทคโนโลยีด้านไอซีที อาทิ โมบายบรอดแบนด์, คลาวด์ คอมพิวติ้ง, บิ๊กดาต้า และ IoT กำลังมีอิทธิพลต่อทุกสิ่ง และการเชื่อมโยงสื่อสารถือเป็นมาตรฐานใหม่ที่สำคัญยิ่ง หัวเว่ยมีความพร้อมที่จะทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับพันธมิตรในอุตสาหกรรม ผ่านความร่วมมือแบบเปิดเผยและความสำเร็จร่วมกัน เพื่อสร้างโลกที่มีการเชื่อมโยงสื่อสารที่ดีกว่าเดิม เป็นโลกที่มีอินเทอร์เน็ตอยู่ทุกแห่ง สามารถใช้นวัตกรรมอย่างเต็มที่ และสร้างประสบการณ์อันน่าประทับใจให้กับทุกคนในราคาที่เหมาะสม การก้าวสู่เป้าหมายนี้จะช่วยให้เราสามารถสร้างโลกที่เชื่อมโยงทุกคนและทุกสิ่งได้”

###