

ไฮเซนส์ ภูมิใจติดอันดับ “BrandZ Top 10 Chinese Global Brand Builders”

WPP ด้วยความร่วมมือกับ Google ได้เปิดเผยรายงานฉบับใหม่ในวันนี้ในชื่อ BrandZ Top 50 Chinese Global Brand Builders รายงานดังกล่าวมีขึ้นเพื่อเสาะหาและจัดอันดับสุดยอด 50 แบรินด์จีนใน 9 สาขาตามความแข็งแกร่งของแบรนด์นอกแผ่นดินจีน ทั้งยังนำเสนอข้อมูลเจาะลึกและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการสร้างแบรนด์ให้ก้าวไกลในระดับโลกด้วย โดยไฮเซนส์ (Hisense) ได้รับการจัดอันดับอยู่ที่อันดับ 9 และยังได้ชื่อว่าเป็น “แบรนด์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่เติบโตเร็วที่สุด” ด้วย รายงานฉบับใหม่นี้ให้ข้อมูลเจาะลึกแบรนด์จีนที่มีอิทธิพลกับผู้บริโภคในตลาดโลก พร้อมนำเสนอแนะเคล็ดลับเพื่อให้บริษัทจีนสามารถสร้างแบรนด์ให้ก้าวไกลในระดับโลก ความเคลื่อนไหวครั้งนี้ นับเป็นครั้งที่ 2 แล้วที่ WPP ได้ร่วมงานกับ Google ในการเปิดตัว Brand Ranking ซึ่งเป็นผลสำรวจจากการรวบรวมข้อมูลใน 7 ประเทศ และผู้บริโภครวมกันกว่า 395,000 ราย ขณะที่ BrandZ(TM) นั้นเป็นฐานข้อมูลตราสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในโลก ครอบคลุมข้อมูลใน 53 ประเทศ และแบรนด์ชั้นนำราว 120,000 แบรินด์ และยังเป็นระเบียบวิธีการประเมินมูลค่าแบรนด์ที่น่าเชื่อถือที่สุดในโลกด้วย

การที่ไฮเซนส์ติดอันดับ “BrandZ Top 10 Chinese Global Brand Builders” นี้ เป็นผลจากอิทธิพลและกลยุทธ์ของแบรนด์ในระดับโลก ปัจจุบัน ไฮเซนส์เป็นเจ้าของบริษัทในต่างประเทศรวมกัน 18 แห่งทั่วยุโรป อเมริกา แอฟริกา ตะวันออกกลาง ออสเตรเลีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งยังมีฐานการผลิตในต่างประเทศอีก 3 แห่งเพื่อรองรับห่วงโซ่อุปทานของแบรนด์เอง เช่นเดียวกับสถาบัน R&D 12 แห่งทั่วโลก นอกจากนี้ ผลสำรวจ “China National Image Global Survey” ของ China International Publishing Group ยังยกให้ไฮเซนส์เป็นหนึ่งใน “10 อันดับแบรนด์จีนที่ชาวต่างชาติรู้จักมากที่สุด” เป็นเวลา 2 ปีติดต่อกันด้วย ความก้าวหน้าดังกล่าวเป็นผลจากการที่ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าของจีนนั้นกำลังเดินทางบุกตลาดโลกอย่างรวดเร็ว และยังเป็นผลจากการที่ไฮเซนส์ยังคงยึดมั่นในการผลักดันให้แบรนด์เป็นที่รู้จักในตลาดโลกอย่างไม่ลดละ

ไฮเซนส์ กรุ๊ป (Hisense Group) มีรายได้จากยอดขายเพิ่มขึ้น 10.7% เมื่อปี 2560 ที่ผ่านมา ขณะที่รายได้จากต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นถึง 21.3% โดยรายได้จากยอดขายของไฮเซนส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (Hisense International) ปรับตัวเพิ่มขึ้น 19.6% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านั้น ขณะเดียวกัน ตัวเลขสถิติจากศุลกากรจีนพบว่า ยอดขายจากการส่งออกเครื่องปรับอากาศและโทรทัศน์ของไฮเซนส์ได้ปรับตัวเพิ่มขึ้น 28.3% และ 34.4% ตามลำดับ และเมื่อไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเกิดขึ้นในแง่ของความต้องการจากต่างประเทศแล้ว ไฮเซนส์ก็ยังคงเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลจากอิทธิพลของแบรนด์

นับจนถึงวันนี้ โครงการ Belt and Road Initiative ของรัฐบาลจีนมีอายุกว่า 3 ปีแล้ว ซึ่งผลิตภัณฑ์ระดับไฮเอน

ดของไฮเซนส์ ก็ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อความก้าวหน้าของไฮเซนส์ในด้านเทคโนโลยี ULED ที่ทางบริษัทได้พัฒนาขึ้นเอง รวมถึงระบบดำเนินงานในต่างประเทศ ความเป็นเลิศของผลิตภัณฑ์และห่วงโซ่อุปทานในพื้นที่นั้น ล้วนเป็นสิ่งรับประกันให้ไฮเซนส์ตอบสนองตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ขณะนี้ มหกรรม 2018 FIFA World Cup(TM) กำลังใกล้เข้ามา ไฮเซนส์จึงพร้อมก้าวไปข้างหน้า แต่ไม่ใช่เพื่อสร้างแบรนด์ในระดับโลกเพียงเท่านั้น แต่เพื่อสร้างแบรนด์ระดับโลกที่เปี่ยมไปด้วยนวัตกรรมและทรงคุณค่า เพื่อขับเคลื่อนการเติบโตและกลยุทธ์ระดับโลกของแบรนด์ด้วยการตลาดวงกว้างกีฬา ทั้งนี้ ไฮเซนส์เป็นผู้นำรายหนึ่งในวงการอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน และจะเดินหน้าสร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่ ๆ ต่อไป เพื่อเติมเชื้อเพลิงขับเคลื่อนธุรกิจและผลักดันให้แบรนด์เป็นที่รู้จักมากขึ้นทั่วโลก