

ไฮเซ่นส์เปิดตัว “กงลี่” แบรินด์แอมบาสเดอร์ระดับโลกคนใหม่



ครองอันดับ 1 ในตลาดทีวีจีนติดต่อกัน 16 ปีซ้อน

เมื่อวันที่ 27 กันยายนที่ผ่านมา ไฮเซ่นส์ (Hisense) ซึ่งครองตำแหน่งผู้นำในตลาดทีวีจีนเมื่อคิดจากส่วนแบ่งการตลาดมาเป็นเวลา 16 ปีติดต่อกัน ได้ประกาศความร่วมมือกับ กงลี่ ในฐานะแบรินด์แอมบาสเดอร์ระดับโลก การประกาศล่าสุดนี้มีขึ้นเพียงไม่นานหลังการเปิดตัวภาพยนตร์เรื่อง “Leap” ซึ่งกงลี่รับบทเป็นนักวอลเลย์บอลหญิงทีมชาติจีนที่นำทีมคว้าชัยในการแข่งขันชิงแชมป์โลก และตอนนี้เธอจะเข้ามารับบทบาทแชมป์เปียนแห่งวงการทีวี

กงลี่เป็นผู้นำภาพยนตร์จีนสู่เวทีนานาชาติ ความร่วมมือระหว่างเธอกับไฮเซ่นส์ในครั้งนี้จึงจะเป็นการส่งเสริมแบรินด์จีนให้เข้าสู่เวทีโลกด้วยการดึงจุดเด่นของแต่ละฝ่ายออกมา โดยเหตุผลสำคัญที่สุดที่ไฮเซ่นส์เลือกกงลี่นั้นก็คือ จิตวิญญาณที่ยอดเยี่ยมของเธอซึ่งตรงกับความน่าเชื่อถือและการให้ความสำคัญของแบรินด์ และในขณะเดียวกัน ความร่วมมือดังกล่าวยังจะส่งผลดีต่อกิจกรรมการตลาดของไฮเซ่นส์ในต่างประเทศด้วย ในฐานะหนึ่งในนักแสดงชาวจีนที่มีชื่อเสียงที่สุดทั่วโลก ภาพยนตร์เรื่อง “Red Sorghum”, “The Story of Qiu Ju” และ “Farewell My Concubine” ของกงลี่ได้คว้ารางวัล Golden Bear Award จากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเบอร์ลิน, รางวัล Golden Lion Award จากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเวนิส และรางวัล Golden Palm Award จากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเมืองคานส์ ตามลำดับ นอกจากนี้ เธอยังทำหน้าที่เป็นกรรมการตัดสินในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติเวนิสและเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติโตเกียวด้วยความเป็นมืออาชีพอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์จีนอีกด้วย

กงลี่เป็นที่รู้จักกันในนาม “ราชินี” ขณะที่ไฮเซนส์นั้นคือ ราชินีแห่งตลาดทีวีจีน ข้อมูลจาก CMM ซึ่งเป็นองค์กร ข้อมูลบุคคลที่สามที่น่าเชื่อถือเปิดเผยว่า ไฮเซนส์ครองอันดับ 1 ในแง่ของส่วนแบ่งการตลาดทีวีจีนมาตั้งแต่ปี 2004-2019 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเภทหน้าจอขนาดใหญ่ระดับไฮเอนด์ 80 นิ้วขึ้นไป ขณะเดียวกัน เลเซอร์ทีวีของไฮเซนส์ก็ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 1 อย่างเหนียวแน่น และเป็นผู้นำตลาดจอขนาดใหญ่อย่างเด็ดขาด อีกทั้งทีวีของไฮเซนส์ก็ยังเป็นผู้นำตลาดในประเทศอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และแอฟริกาใต้ โดยผลสำรวจของ China International Publishing Group แสดงให้เห็นว่า ไฮเซนส์เป็นหนึ่งในแบรนด์จีนที่ชาวต่างชาติคุ้นเคยมากที่สุดมาเป็นเวลาหลายปี

การประกาศความร่วมมือนี้แต่เดิมมีการวางแผนไว้ว่าจะเปิดเผยออกมาในระหว่างการแข่งฟุตบอลยูโร 2020 แต่เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงเลื่อนการประกาศมาเป็นพร้อมกับการเปิดตัวภาพยนตร์โดยความร่วมมือกับกงลี่ในครั้งนี้ต่อเนื่องมาจากการเซ็นสัญญาฉบับเบเนดิกต์ คัมเบอร์แบตช์ ซึ่งเป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์ในการแข่งฟุตบอลโลก 2018 ทั้งนี้ กงลี่เป็นนักแสดงที่มุ่งมั่นและเคารพอาชีพของเธอ และการแสดงนำของเธอในแต่ละเรื่องนั้นก็ล้วนเป็นผลมาจากการให้ความใส่ใจกับทักษะการแสดงของเธอ ขณะที่ไฮเซนส์เองก็ให้ความสำคัญอย่างมากกับเทคโนโลยีและคุณภาพ ทั้งยังได้รับการยอมรับอย่างเต็มที่จากผู้บริโภคในญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ยิ่งไปกว่านั้น ทศนคติที่ใจเย็นและถ่อมตัวของกงลี่ยังเข้ากันได้ดีกับแบรนด์ไฮเซนส์ ซึ่งเป็นบริษัทเทคโนโลยีที่จริงจังจะเห็นได้จากโปสเตอร์ธีม “Who is Better Than Me” อันโดดเด่นสะดุดตาที่จะมาสื่อให้เห็นถึงความแข็งแกร่งและความมั่นใจของทั้งสองฝ่ายที่เข้ากันได้เป็นอย่างดี

ในวันเดียวกันนี้ ไฮเซนส์ยังเปิดตัวจอออกอากาศระดับไฮเอนด์ตัวแรกในจีนออกมา ซึ่งได้สร้างการเชื่อมโยงที่มีค่ากับภาพลักษณ์ที่เป็นมืออาชีพของกงลี่ในภาพยนตร์ และแสดงให้เห็นถึงความแม่นยำและเป็นเอกลักษณ์ของไฮเซนส์ในการเลือกแบรนด์แอมบาสเดอร์แต่ละคน

ลิงก์ดาวน์โหลดรูปภาพ:

https://mma.prnewswire.com/media/1282504/image_1.jpg

https://mma.prnewswire.com/media/1282505/image_2.jpg

https://mma.prnewswire.com/media/1282506/image_3.jpg

https://mma.prnewswire.com/media/1282507/image_4.jpg