

TLC เปิดตัวโฆษณาชุดใหม่ใน 15 ประเทศทั่วยุโรป และเอเชีย



เผยแพร่แคมเปญโฆษณาในตลาดเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ One Road, One Belt ของรัฐบาลจีน

โฆษณาชุดใหม่ล่าสุดของ TLC ซึ่งเปิดตัวใน 15 ประเทศทั่วโลก รวมถึงรัสเซีย อิตาลี และฝรั่งเศส เมื่อวันที่ 6 กรกฎาคมที่ผ่านมา เป็นตัวอย่างสะท้อนความสามารถของแบรนด์จีนที่ผงาดขึ้นบนเวทีโลก และเผยให้เห็นถึงแนวทางที่ทำให้บริษัทจากจีนแห่งนี้ประสบความสำเร็จในการสร้างผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างทั้งสองฝ่าย ตลอดจนกระบวนการสร้างพันธมิตรเพื่อก้าวสู่ความเป็นสากล

ทั้ง 15 ประเทศที่มีการเผยแพร่โฆษณาชุดดังกล่าว นั้น ล้วนแต่เป็นประเทศในกลุ่มเป้าหมายใหญ่ของยุทธศาสตร์ One Road, One Belt ซึ่งเป็นโครงการของรัฐบาลจีน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าให้ครอบคลุมทั่วทวีปยุโรป-เอเชีย นอกจากนี้บางประเทศยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของโลกอีกด้วย ทั้งนี้ ในฐานะที่เป็นหนึ่งในบริษัทชั้นนำของจีน TCL ได้นำเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและความสามารถด้านอุตสาหกรรมการผลิตอันแข็งแกร่ง มาใช้ในการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาล และในขณะเดียวกันก็ช่วยขับเคลื่อนภาคการผลิตของประเทศให้เป็นที่ยอมรับตามมาตรฐานสากล

TCL ตั้งโรงงานผลิตโทรทัศน์ในต่างประเทศขึ้นเป็นแห่งแรกที่เวียดนามเมื่อปี 2542 ตามกลยุทธ์ขยายกิจการไปทั่วโลกของบริษัท ปัจจุบันบริษัทมีโรงงานผลิตโทรทัศน์ที่โปแลนด์ เพื่อป้อนสินค้าให้กับตลาดยุโรป และโรงงานผลิตอีกแห่งที่เม็กซิโก ซึ่งคอยป้อนสินค้าให้กับตลาดอเมริกาเหนือและอเมริกากลาง รวมถึงโรงงานผลิตในอียิปต์ ที่ทำหน้าที่ป้อนสินค้าให้กับตลาดตะวันออกกลางและแอฟริกา TCL มีพนักงานอยู่ทั่วโลกราวๆ 75,000 คน ศูนย์วิจัยและพัฒนา 23 แห่ง และโรงงานผลิตโทรทัศน์อีก 21 แห่ง บริษัทมีสำนักงานขายตั้งอยู่ในกว่า 80 ประเทศและภูมิภาค อีกทั้งยังมีธุรกิจครอบคลุมอยู่ในกว่า 160 ประเทศและภูมิภาคทั่วโลก ทั้งนี้ เมื่อปี 2559 ที่ผ่านมา บริษัทกวาดรายได้ไปทั้งสิ้น 1.065 แสนล้านหยวน โดย 50% ของจำนวนนั้นเป็นรายได้ที่มาจากนอกประเทศจีน และมียอดจัดส่งโทรทัศน์ทั่วโลกในปีดังกล่าวทะลุหลัก 20 ล้านเครื่อง ซึ่งนับว่ามากที่สุดเป็นอันดับ 3 ในบรรดาผู้ผลิตโทรทัศน์ทั่วโลก นอกจากนี้ ตลอด 3 ปีมานี้ TCL ยังรั้งตำแหน่งแบรนด์โทรทัศน์ที่เติบโตเร็วที่สุดในทวีปอเมริกาเหนือ ซึ่งเป็นตลาดหลักของผู้ผลิตโทรทัศน์ อีกทั้งยังสามารถเอาชนะ LG โดยก้าวขึ้นเป็นผู้ผลิตโทรทัศน์รายใหญ่อันดับ 3 ของอเมริกาเหนือได้ในไตรมาสแรกของปีนี้ ด้วยส่วนแบ่งการตลาด 13%

TCL มีความมุ่งมั่นที่จะให้การสนับสนุนโครงการ One Belt, One Road และเร่งฝีเท้าเพื่อขยายกิจการเข้าสู่ตลาด

เกิดใหม่ ด้วยการแสวงหาโอกาสการพัฒนาใหม่ๆ และนำเทคโนโลยีนวัตกรรมมาใช้เพื่อให้บริการผู้บริโภคทั่วโลกได้
ดียิ่งขึ้น ตามพันธกิจในการเป็นผู้ผลิตสินค้าอัจฉริยะและผู้ให้บริการแอปพลิเคชันบนอินเทอร์เน็ตระดับโลก

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20170713/1895201-1>