

12.09.2011 – 06:12 Uhr

Hisense zeigt eine klügere Welt auf der IFA 2011

Berlin (ots/PRNewswire) -

Hisense hat seine hochmodernen intelligenten TV-Geräte in Deutschland auf der IFA 2011 in Berlin präsentiert. Zu den neuesten Spitzenklasse-Produkten gehören die Geräte XT710, XT68 und XT69. Ausserdem hat Hisense sein neues und einzigartiges, personalisiertes intelligentes TV-Gerät auf der Ausstellung vorgestellt, was das Interesse vieler Besucher weckte.

(Photo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20110909/CN65481>)

"Die Konkurrenzfähigkeit in der Branche für Unterhaltungselektronik hängt von der Entwicklung von intelligenten Produkten ab", so der Hisense-Vorstandsvorsitzende Zhou Houjian. Weiterhin erläuterte er: "Branchenführer müssen sich kontinuierlich auf Forschung und Entwicklung konzentrieren, um im heutigen, sich ständig wandelnden Markt Erfolg zu haben. ... Ich vertraue ganz auf die Entwicklung von Hisenses intelligentem Produktbereich." Das Unternehmen hat bereits eine Förderungsabteilung Intelligente Branchenprodukte aufgebaut, um seine gesamte Produktlinie noch intelligenter zu gestalten. Hisense wird ein personalisiertes intelligentes TV-Gerät der zweiten Generation in nächster Zukunft auf den Markt bringen.

Die IFA gilt als die wichtigste Messe für Unterhaltungselektronik in Europa. Die Rückkehr von Hisense spiegelt die feste Entschlossenheit des Unternehmens wider, seine Marken auf den Märkten in Übersee weiter zu entwickeln und seine Präsenz auf dem europäischen Markt auszubauen. Hisenses Komplettangebot an intelligenten Spitzenprodukten unterstreicht das Wachstum des Markenunternehmens in Europa. Diese Produkte repräsentieren nicht nur Hisenses Fortschritte, sondern bieten dem Unternehmen auch eine gute Gelegenheit, das Unternehmensprofil zu etablieren und seine Spitzenprodukte in der Region zu vermarkten.

Dr. Lan Lin, Vizepräsident der Hisense Group und General Manager von Hisense International erklärte: "Das Unternehmen muss sich als eigene Marke entwickeln, wenn wir auf den Märkten in Übersee grösser und stärker werden wollen." Auf dem südafrikanischen Markt, auf dem Hisense beträchtliche Erfahrung im Marken-Einsatz vorweisen kann, belegte das Unternehmen laut Daten der GfK im Juli mit einem Marktanteil von 19 Prozent zusammen mit LG den zweiten Platz für Spitzen-LED-Segmente. Im Jahr 2010 hat Hisense sein europäisches Netzwerk für Produktion, Verkauf, Forschung und Entwicklung angepasst, um das Wachstumspotential auf dem europäischen Markt bestmöglich zu nutzen. Als Regionszentrum in Europa wurde Deutschland gewählt und Niederlassungen wurden in Italien, Belgien, dem Vereinigten Königreich und anderen Ländern aufgebaut. Das Unternehmen hat im Jahr 2011 weiter in andere wichtige Märkte expandiert, einschliesslich der Türkei, Israel und Spanien. Die beschleunigte Entwicklung der Marke in diesen Regionen ist auf die Kooperation mit starken lokalen Vertriebspartnern zurückzuführen. Ausserdem wird Hisenses Anlage in der Türkei in der zweiten Septemberhälfte mit dem Betrieb beginnen.

Kontakt:

Jessie Ma, +86-532-8087-8250, mayuanyuan@hisense.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018895/100703680> abgerufen werden.