

10.01.2013 - 17:46 Uhr

Haier stellt umfangreiches Sortiment an intelligenten Haushaltsgeräten auf CES vor*Vegas (ots/PRNewswire) -*

Haier, die weltweite Nummer 1 unter den großen Haushaltsgerätemarken, stellt ihr vollständiges Sortiment an intelligenten Haushaltsgerätelösungen auf der CES 2013 in Las Vegas vor. Zu dem von Haier angebotenen Sortiment an intelligenten Haushaltsgeräten gehören ein doppeltüriger Kühlschrank, der weltweit erste eintürige Weinkühlschrank mit zwei Temperaturzonen, ein Komplettsortiment an intelligenten Fernsehgeräten sowie weitere innovative Produkte, die alle mit den neuen, intelligenten Funktionen von Haier ausgestattet sind. Im TV-Bereich stellt Haier die neue Generation intelligenter Fernsehgeräte vor, die sich alle durch eine Sicht- und Gestenkontrolle sowie eine Gesichtserkennungsfunktion auszeichnen. Die Begriffe "intelligente Kontrollerfahrung", "besonders hohe Auflösung" und "Cloud-Familie" sind zu Schlagwörtern geworden, mit denen sich die bemerkenswerten Innovationen von Haier im Bereich der Fernsehgeräte beschreiben lassen.

Die Entwicklung intelligenter Fernsehtechnologien hat in den letzten Jahren zahlreiche Möglichkeiten der Interaktion zwischen Mensch und Maschine hervorgebracht. Gestenkontrolle, Sichtkontrolle, die Kontrolle mittels Bewegungserfassung und andere innovative Technologien gelangen zu immer höherer Reife. Als eines der führenden Unternehmen in der Fernsehtechnik stellte Haier auf der CES 2010 das weltweit erste vollständig kabellose Fernsehgerät vor und brachte 2011 das erste intelligente Fernsehgerät auf den Markt, das eine Interaktion zwischen Mensch und Gerät möglich machte. 2012 erwies es sich mit der Einführung eines cloudfähigen Fernsehgeräts nahezu ohne Rahmen (Blende) erneut als innovativer Trendsetter innerhalb der Branche. In diesem Jahr setzt das intelligente cloudfähige Fernsehgerät von Haier mit seinen intelligenten Inhalten, intelligenten Interaktionsmöglichkeiten und intelligenten Freigabefunktionen im Bereich der intelligenten Fernsehgeräte neue Maßstäbe für Unterhaltung und Interaktion.

Die CES, eine der besten Plattformen für die Einführung neuer Technologien und Produkte, bietet Haier eine globale Bühne, um den Umfang seines Produktsortiments zu zeigen und auf die wichtigsten technologischen Zukunftstrends aufmerksam zu machen. Haier steht nicht nur auf der CES im Zentrum der Aufmerksamkeit, sondern konnte sich auch rasch auf dem Weltmarkt etablieren.

Jüngsten Berichten von Euromonitor International (dem weltweit führenden Marktforschungsunternehmen für Strategien auf dem Verbrauchermarkt) zufolge rangierte Haier 2012 mit einem Marktanteil von 8,6 % im Einzelhandel erneut weltweit auf Platz 1 der großen Haushaltsgerätemarken. Das ist bereits das vierte Jahr in Folge, dass Haier diese Ehre zuteilwurde. Darüber hinaus zeigen jüngste Daten, dass der Gesamtumsatz der Produkte von Haier in den USA im Vergleich zum Vorjahr um 22,2 % gestiegen ist, wobei bei den Kühlgeräten ein Wachstum von 59,9 %, bei den Haushaltswaschmaschinen ein Wachstum von 110,4 % und bei den Klimageräten ein Wachstum von 12,1 % erzielt werden konnte. In Russland nahm der mit den Produkten von Haier erzielte Umsatz insgesamt um 23,3 % zu. In Japan erzielten die Produkte von Haier ein Umsatzwachstum von insgesamt 28,2 %.

"Die Tatsache, dass Haier sich stets vor allem auf die Anforderungen der Benutzer konzentriert, spielt eine wichtige Rolle dabei, die Zuwachsraten auf den ausländischen Märkten konstant zu halten", meint Li Pan, der für die Auslandsmärkte zuständige Direktor bei Haier. "Haier hat fünf F&E-Teams in China, Asien, Europa, Amerika und Australien eingerichtet. Diese Teams sind in der Lage günstige Ressourcen überall auf der Welt rasch zu integrieren und den Benutzern intelligente Haushaltsgerätelösungen zur Verfügung zu stellen", fügt Li hinzu.

Haier verfolgt dabei eine langfristige Entwicklungsstrategie, die die Anforderungen der heutigen Zeit erfüllen soll. Basierend auf den Eigenheiten der industriellen Entwicklung in der Internet-Ära hat Haier sich einer fünften Entwicklungsstufe zugewandt: der Phase der Netzwerkstrategien. In dieser Phase möchte Haier den "Win-win-Modus der individuellen Kombination von Zielen" weiter verfolgen und ein plattformorientiertes Unternehmen aufbauen. Daher fasst Haier seine internationalen Ressourcen in den Bereichen F&E, Produktion und Marketing zusammen, um den Verbrauchern eine maßgeschneiderte Haushaltsgerätelösung anbieten zu können.

Web site: <http://www.haier.com/>

Kontakt:

KONTAKT: Genedigi Group, Frau Junli Yan, +86-10-5769-1086,
rachael.yan@genedigi.com für die Haier Group

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018696/100730976> abgerufen werden.