

16.05.2025 – 20:17 Uhr

Haier festigt seine Position als eine der wertvollsten globalen Marken und die einzige IoT-Ökosystemmarke der Welt

Shanghai (ots/PRNewswire) -

Die Haier Group gibt mit Stolz bekannt, dass sie in der Liste der „2025 Kantar BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands“ mit einem Markenwert von 47,6 Milliarden USD auf Platz 54 gelandet ist, was eine beeindruckende Steigerung um 47,1 % im Vergleich zum Vorjahr bedeutet. Dieser Meilenstein unterstreicht nicht nur die anhaltende Markendynamik von Haier, sondern stärkt auch die Führungsposition des Unternehmens als einzige Marke aus dem Ökosystem des Internets der Dinge (IoT), die sieben Jahre in Folge in der globalen Rangliste aufgeführt ist.

Kantar BrandZ ist als eines der weltweit maßgeblichen Markenbewertungs-Rankings anerkannt und kombiniert strenge Finanzanalysen mit detaillierten Einblicken in die Verbraucherwelt in 54 Märkten. Der Gesamtwert der Marken der diesjährigen Global Top 100 erreichte einen Rekordwert von 10,7 Billionen USD, was einem jährlichen Wachstum von 29 % entspricht. Der kontinuierliche Aufstieg von Haier spiegelt die auf das Ökosystem ausgerichtete Strategie und die nutzerzentrierte Innovation auf dem globalen Markt wider.

In der Rangliste für 2025 steht Apple mit einem Markenwert von 1,3 Billionen USD zum vierten Mal in Folge auf Platz 1. Google, Microsoft, Amazon und NVIDIA folgen auf den Plätzen 2 bis 5. Getragen von einem langfristigen Wachstumskurs haben chinesische Marken ihren Wert in den letzten 20 Jahren verdoppelt und machen inzwischen 6 % des gesamten Markenwerts der Global Top 100 aus.

Der kontinuierliche Aufstieg von Haier in den Kantar BrandZ Global Top 100 spiegelt die wachsende Stärke und Anpassungsfähigkeit seiner Ökosystem-Markenstrategie wider, die sich auf drei Säulen stützt: Smart Living Ecosystem, Comprehensive Health Industry Ecosystem und Digital Economy Industry Ecosystem. Im Zeitalter des IoT ist Haier über die herkömmliche Produktherstellung hinausgegangen, um vernetzte Ökosysteme zu schaffen, die durch die Miteinbeziehung von Verbraucherinnen und Verbraucher und intelligente Integration geprägt sind.

Im Bereich Smart Living hat sich Haier Smart von traditionellen Haushaltsgeräten zu intelligenten, vernetzten Wohnenerlebnissen weiterentwickelt, mit dem Ziel, die weltweit wertvollste Marke im Bereich Home Ecosystem zu werden. Mit seinem Bereich „Comprehensive Health“ hat Haier ein umfassendes Gesundheitsökosystem geschaffen, das Biowissenschaften, klinische Medizin und Biotechnologie umfasst. Durch die rasche Expansion in den letzten fünf Jahren hat sich das Unternehmen im Gesundheitswesen zu einem nationalen Branchenführer entwickelt. Darüber hinaus setzt das Digital Economy Ecosystem von Haier, das auf der industriellen Internetplattform COSMOPlat basiert, neue Produktivitätsmotoren frei und ermöglicht einen nachhaltigen Wandel in allen Branchen.

„Wir haben das Auf und Ab der Marken in den letzten 20 Jahren miterlebt. Haier hat sich wirklich von einer Marke in Qingdao zu einer Marke in China, dann zu einer globalen Marke und jetzt zu einer Ökosystemmarke entwickelt. Sie hat sich wirklich als hervorragende lokalisierte Weltklasse-Marke etabliert“, sagte Doreen Wang, Kantar Greater China CEO und Global Chair von Kantar BrandZ.

Die seit sieben Jahren andauernde Präsenz von Haier in den BrandZ Global Top 100 spiegelt nicht nur die anhaltende Markenstärke wider, sondern ist auch ein Beweis für die wachsende Rolle Chinas bei der Gestaltung der Zukunft der globalen Wertschöpfung.

Da KI weiterhin die globale Industrie umgestaltet, hat Haier 2025 als das erste Jahr der umfassenden Implementierung von KI-Anwendungen angekündigt. Durch die Einbindung von KI in alle Bereiche des Unternehmens kultiviert Haier einen leistungsstarken Produktivitäts- und Innovationsmotor, der die Weiterentwicklung seiner Drei-Säulen-Ökosysteme weiter vorantreibt.

Haier bleibt seiner nutzerzentrierten Vision treu und strebt danach, den menschlichen Wert in der KI-Ära zu maximieren. Wie der Vorstandsvorsitzende und CEO der Haier Group, Zhou Yunjie, feststellte, entwickeln sich die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer von passiver Akzeptanz zu aktiver Mitgestaltung; dies bewegt Haier dazu, die Nutzerinteraktion radikal neu zu gestalten. Um diesem Wandel gerecht zu werden, definiert Haier die Benutzerinteraktion durch intelligente Zusammenarbeit neu. „Entweder entwickeln wir uns gemeinsam mit der KI

weiter oder wir bleiben zurück", betonte Zhou. Aus dieser Überzeugung heraus setzt Haier KI in allen Szenarien ein, um die Menschen zu befähigen, eine Zukunft zu gestalten, in der sich die Technologie dem Menschen anpasst.

Im Rahmen seines Smart Living Ecosystems hat Haier UhomeGPT entwickelt, sein eigenes Basismodell, das mit drei Kernfunktionen ausgestattet ist: Verständnis, Wahrnehmung und Vitalität. Durch die Entwicklung von KI-vernetzten Küchenlösungen, die Geräte wie Kühlschränke und Backöfen integrieren, definiert Haier den Alltag neu. Im Rahmen des Ökosystems der digitalen Wirtschaft hat COSMOPlat mit „CosmoGPT“ unabhängig ein leichtgewichtiges Industrial Large Model entwickelt, das Funktionen wie intelligente Fragen und Antworten, Codegenerierung und Entscheidungsfindung unterstützt.

Der kontinuierliche Aufstieg von Haier in den Kantar BrandZ Top 100 spiegelt nicht nur seine Markenstärke wider, sondern auch den wachsenden Einfluss chinesischer Marken auf der globalen Bühne. Mit seiner Ökosystem-Markenstrategie und der laufenden KI-Transformation setzt Haier neue Maßstäbe für Innovationen im Zeitalter der intelligenten Konnektivität.

Foto – <https://mma.prnewswire.com/media/2689237/photo1.jpg>

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/haier-festigt-seine-position-als-eine-der-wertvollsten-globalen-marken-und-die-einzige-iot-okosystemmarke-der-welt-302458058.html>

Pressekontakt:

huangwenlei@haier.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100018696/100931718> abgerufen werden.