

Haier erobert Platz 54: Weltklasse-Marke im IoT-Ökosystem!

Haier erreicht Platz 54 im Kantar BrandZ-Ranking 2025, als einzige IoT-Marke mit innovativen Ökosystemen und KI-Integration.



Keine Adresse oder spezifischer Ort im Text erwähnt. -

Die Haier Group hat sich einmal mehr als eine der wertvollsten globalen Marken etabliert, indem sie in der heutigen Veröffentlichung der „2025 Kantar BrandZ Top 100 Most Valuable Global Brands“ den 54. Platz mit einem Markenwert von 47,6 Milliarden USD erreicht. Dies entspricht einer beeindruckenden Steigerung des Markenwerts um 47,1 % im Vergleich zum Vorjahr, wie **ots.at** berichtet.

Haier ist die einzige Marke aus dem IoT-Ökosystem, die seit sieben Jahren ununterbrochen in dieser globalen Rangliste auftaucht. Diese Beständigkeit unterstreicht die Relevanz der Marke in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Markt. Sie

verfolgt eine umfassende Ökosystem-Strategie, die sich auf drei Kernbereiche konzentriert: den Smart Living Ecosystem, das Comprehensive Health Industry Ecosystem und das Digital Economy Industry Ecosystem.

Wachstum und Marktposition

Der Gesamtwert der Marken in der Global Top 100 hat 10,7 Billionen USD erreicht, mit einem jährlichen Wachstum von 29 %. An der Spitze steht Apple mit einem Markenwert von 1,3 Billionen USD, gefolgt von Google, Microsoft, Amazon und NVIDIA. Chinesische Marken haben einen bemerkenswerten Zuwachs erfahren und stellen nun 6 % des gesamten Markenwerts dieser Liste dar.

Haier's integrierte Strategie hat es dem Unternehmen ermöglicht, von traditionellen Haushaltsgeräten zu intelligenten, vernetzten Wohnlösungen überzugehen. Im Gesundheitsbereich hat die Marke ein umfassendes Ökosystem geschaffen, in dem sie nationaler Branchenführer ist. Diese Entwicklung ist besonders relevant, da Haier kürzlich ankündigte, dass 2025 das Jahr der umfassenden Implementierung von KI-Anwendungen innerhalb des Unternehmens sein soll.

Künstliche Intelligenz als Motor der Zukunft

Die Integration von KI wird in alle Unternehmensbereiche erfolgen, um Produktivität und Innovation zu fördern. Haier entwickelt das KI-Modell UhomeGPT, das über Funktionen wie Verständnis, Wahrnehmung und Vitalität verfügt. Zudem wird COSMOPlat ein sogenanntes „CosmoGPT“, ein Industrial Large Model für intelligente Fragen, Codegenerierung und Entscheidungsfindung, bereitstellen. Ziel dieser Initiativen ist es, den menschlichen Wert in der KI-Ära zu maximieren und die Interaktion zwischen Nutzern und Technologie neu zu definieren.

Die Leistungsfähigkeit von Haier wird nicht nur vom Unternehmen selbst hervorgehoben, sondern auch von Kantar

China. Doreen Wang, CEO von Kantar China, hebt die Innovationsführerschaft von Haier und die Einführung eines intelligenten Interaktionsmotors in der Branche hervor. Im Geschäftsjahr 2023 erzielte Haier globale Einnahmen von 371,8 Milliarden RMB (52,3 Milliarden USD) und Gewinne von 26,7 Milliarden RMB (3,76 Milliarden USD), was die Effizienz und den Erfolg der Unternehmensstrategie bekräftigt.

Zusätzlich hat die Premium-Marke Casarte von Haier in nur sieben Jahren eine 13-fache Steigerung im Umsatz erzielt und übertrifft damit die Branchendurchschnittswerte. Die stetige Verbesserung der Nutzererfahrungen und die Interaktion mit den Kunden sind weitere zentrale Aspekte der Markenstrategie von Haier, die darauf abzielt, lebenslange Kunden zu gewinnen.

Insgesamt zeigen die aktuellen Entwicklungen, dass Haier nicht nur als Marktführer in der Haushaltsgerätebranche wahrgenommen wird, sondern auch seinen Standort als einzige globale IoT-Ökosystemmarke auf der Kantar BrandZ-Liste weiter festigen konnte, was die Resilienz und das kontinuierliche Wachstum des Unternehmens seit 1984 verdeutlicht, wie auch **haier.com** bestätigt.

Details	
Ort	Keine Adresse oder spezifischer Ort im Text erwähnt.
Quellen	• www.ots.at • www.haier.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at