

2015年1月9日
華為技術日本株式会社

ファーウェイ、CES2015 に展示

「ハイリンク(Hilink)」時代の幅広い製品を展示

本参考資料は 2015 年 1 月 6 日(現地時間)にアメリカ合衆国ラスベガスで発表されたプレスリリースの翻訳です

ファーウェイ(中国語表記:華為、英語表記:HUAWEI)は本日、CES2015 に出展し、最新のフラッグシップスマートフォンをはじめ、タブレット、モバイルアクセスデバイス、ホームアクセスデバイス、スマートホームデバイス、OTT、車載用モジュールなど 100 を超える製品を展示します。

今回の展示は、ファーウェイが目指す、全てが統合されたモバイル・インターネット・ソリューション (fully integrated mobile internet solutions)による「ハイリンク(Hilink)」時代を現しており、同ビジョンは、最新のテクノロジーを提供し、全ての人にどこにいても繋がる、卓越した世界を創造するというファーウェイの取り組みを現しています。

ファーウェイ・コンシューマー・ビジネス・グループ CEO であるリチャード・ユー (Richard Yu) は述べています。

「2014 年度のスマートフォン売上は前年比 30%増となる約 118 億ドルとなり、大きな功績を収めました。これはミドル・プレミアムエンドのレンジに注力する戦略が実を結んだと考えています。フラッグシップスマートフォン『Ascend P7』と『Ascend Mate7』は、世界中で高い支持を集めました。さらにグローバル市場においてブランドの影響力も増しており、昨年、中国企業として初めてインターブランドの『グローバル・ブランドランキング TOP100』にランク入りしました。」

「今後も、未来を見据えて、スマートフォンビジネスをさらに強化するとともに、モバイル・インターネット・ソリューションの統合による優れたユーザー体験をこれからもお届けいたします。さらに、モバイルブロードバンドにおける優位性を活かし、車のネットワーク化や‘モノのインターネット (IoT)’における、新たなビジネスチャンスを開拓し、ビッグデータやクラウドサービスの統合による運転プラン、運転の傾向、安全性分析など、よりスマートな体験の提供に取り組んで参ります。」

市場をリードするファーウェイのフラッグシップモデル

ミドル-プレミアムエンドのレンジに注力する戦略が功を奏し、ファーウェイのスマートフォンは世界中から支持を受け、昨年を大幅に上回る出荷台数を達成しました。結果、ファーウェイのブランド認識率は2013年の52%から2014年には65%に上昇し、IPSOSの調査で、ブランド推奨値は43%に達しました。

CES2015では、『Ascend Mate7』、『Ascend P7』、『Honor6』、『Honor6 Plus』など最新のフラッグシップモデルが展示されています。13年の『Ascend P6』に続き、2014年5月にフランスで発表され、半年で出荷台数400万台を突破した『Ascend P7』を皮切りに、9月にIFAでお披露目された『Ascend Mate7』は、9月の発表以来、世界中で人気を博しました。また、同じくIFAで発表された『Ascend G7』は、発売から2ヶ月で100万台以上が出荷され、ファーウェイは、ハイエンドスマートフォンを提供するリーディングメーカーとしての地位を固めました。

「ハイリンク(Hilink)」時代

CES2015では、フラッグシップ・スマートフォンに加え、世界中の消費者に完全統合型のモバイル・インターネット・ソリューションを提供するファーウェイの戦略、「ハイリンク」時代へのビジョンが示されました。ファーウェイは、グローバルなモバイル・インターネット時代における、多様なテクノロジーニーズに応える製品の開発を手がけています。

家庭用ネットワーク・スマート・プロダクトにおいては、メディアとストレージを繋ぎ、空気の品質管理モニターや、スマートソケット、赤外線リモコン照明、電動のスマート・ファンなど、どこにいても簡単に接続できるソリューションを提供しています。CES2015では、『MediaPad T1』および、『MediaPad X1』、ウェアラブル端末の『TalkBand B1』、モバイル・アクセス・デバイスの『E5 PRO』、ホーム・アクセス・デバイスの『PT500』・『WS331C』・『OTT Huawei M330』や、車載用モジュール『ME909Tu-565』など、ファーウェイの統合型「ハイリンク」ソリューションを担う幅広い製品が展示されています。