



Huawei jest obecnie największą firmą branży ICT na świecie oraz drugim co do wielkości producentem urządzeń mobilnych i inteligentnych. Huawei jest także czołowym dostawcą rozwiązań w zakresie infrastruktury informatycznej i komunikacyjnej oraz światowym liderem rozwoju technologii 5G. Dzięki ponad 20-letniemu doświadczeniu na rynku teleinformatycznym, a także rozbudowanej, światowej sieci partnerów i współpracowników, Huawei dostarcza najnowocześniejsze technologie i usługi klientom na całym świecie. Usługi i urządzenia Huawei są dostępne w ponad 170 krajach i docierają do ponad 1/3 ludzkości.



Kontekst rynkowy

Huawei zajmuje niezwykle silną pozycję na rynku. W rankingu 500 największych światowych firm roku 2018 sporządzonym przez magazyn „Fortune” Huawei zajął 72. miejsce. Wartość firmy szacowana jest na 8,4 miliarda USD. Podstawową działalność Huawei można podzielić na 3 grupy biznesowe: Consumer Business Group odpowiadająca za szerokie portfolio produktowe, Carrier Network Business Group odpowiedzialna za rozwiązania zapewniające komunikację między telefonami, w tym rozwiązania służące do budowy całej infrastruktury dla wszystkich głównych operatorów komórkowych, oraz Enterprise Business Group zapewniająca rozwiązania dla biznesu, takie jak cloud computing, serwery danych czy też rozwiązania umożliwiające zaawansowane telekonferencje. Bliska współpraca z klientami i orientacja na ich potrzeby to największy wyróżnik Huawei. Firma stworzyła 16 instytutów badawczych oraz 36 wspólnych centrów innowacji współdziałających z wiodącymi operatorami telekomunikacyjnymi na całym świecie, aby tworzyć niestandardowe technologie dostosowane do unikalnych potrzeb każdego z nich. 46% pracowników

Huawei pracuje w sektorze badań i rozwoju. Na koniec 2018 r. Huawei był właścicielem ponad 87 tys. patentów technologicznych. W 2018 roku firma ogłosiła strategię AI i uruchomiła pełne portfolio rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji. Rok 2018 był przełomowy dla pozycji rynkowej Huawei w Polsce. Udział firmy w rynku smartfonów w Polsce przekroczył w połowie roku 33%.

Osiągnięcia

Celem Huawei jest wzbogacenie życia poprzez komunikację, dostarczanie konsumentom najnowszych rozwiązań technologicznych oraz zapewnianie radości z postępu technologicznego coraz większej liczbie osób na całym świecie. To podejście jest doceniane zarówno przez użytkowników urządzeń i usług, jak również przez ekspertów. W 2019 roku Huawei P30 Pro został uznany za najlepszy smartfon fotograficzny wg TIPA (Stowarzyszenie Wydawców Prasy Fotograficznej), z kolei Huawei Mate X i Huawei Mate 20 Pro wyróżniono prestiżowymi nagrodami targów MWC (Mobile World Congress) 2019 w Barcelonie. Ponadto Huawei P20 Pro został uznany najlepszym smartfonem roku 2018 przez stowarzyszenie European

Hardware Association. Chiński gigant technologiczny może się poszczycić także licznymi nagrodami marketingowymi, m.in. Złotą Effie przyznaną w konkursie Effie Awards 2018, w kategorii Long Term Marketing Experience za kampanię „Make it possible” i Brązową Effie przyznaną w konkursie Effie Awards 2018 w kategorii Dobra Konsumentka za kampanię „Skąd biorą się mistrzowie”. Wyjątkową nagrodę – Grand Prix Dyrektor Marketingu Roku 2018, w jednym z najbardziej prestiżowych konkursów branży marketingowej organizowanym przez Mediarun.com – otrzymała Dorota Haller – dyrektorka marketingu, komunikacji i digitalu w Huawei Consumer Business Group Polska. Markę wyróżniają także nietuzinkowe pomysły. Można do nich zaliczyć m.in. aplikację Facing Emotions. Pozwala ona osobom niewidomym i niedowidzącym na odczytanie emocji osób, z którymi rozmawiają przy pomocy smartfona skanującego twarz rozmówcy. Sztuczna inteligencja rozpoznaje podstawowe emocje: zdziwienie, smutek, radość, strach, niesmak, pogardę i złość, po czym przetwarza je na określony dźwięk słyszalny w telefonie (lub w słuchawce, którą nosi osoba niewidoma). Inną ciekawą inicjatywą jest „Niedokończona symfonia”, projekt artystyczny wykorzy-



stający innowacyjne rozwiązania technologiczne do dokończenia dwóch brakujących części VIII Symfonii Schuberta. Projekt udowadnia, że przenikanie technologii do świata sztuki, wspiera kulturę i pomaga w przekraczaniu artystycznych granic.

Oferta

W swojej ofercie Huawei ma rozwiązania technologiczne oraz liczne urządzenia mobilne takie jak: smartfony, laptopy, tablety i wearables, a także domowe routery oraz usługi w chmurze. Na szczególną uwagę zasługują flagowe telefony komórkowe marki. Można do nich zaliczyć smartfon Huawei P30 Pro, którego globalna premiera miała miejsce 26 marca 2019 r. w Paryżu. Jako pierwszy na rynku wyposażony został w peryskopowy zoom, umożliwiający wykonywanie zdjęć w niespotykanym dotąd zbliżeniu przy użyciu 10-krotnego zoomu hybrydowego lub 50-krotnego zoomu cyfrowego. Poczwórny aparat główny, stworzony we współpracy z firmą Leica, ma także udoskonalony względem poprzednika tryb nocny. Model wspiera ładowanie indukcyjne i szybkie ładowanie Huawei SuperCharge (40W), a dodatkowo charakteryzuje się bardzo pojemnym akumulatorem – 4200 mAh. Kolejnym ciekawym produktem jest HUAWEI Mate X – pierwszy składany smartfon marki. Urządzenie w kompaktowej formie umożliwia wykonywanie codziennych zadań na smartfonie, a po rozłożeniu pozwala odkrywać wyjątkowe doznania w pracy wielozadaniowej lub rozrywce. Rozłożenie zajmuje sekundę i pozwala korzystać ze smartfona jak z tabletu o przekątnej 8,2 cala. Z kolei Huawei Mate 20 Pro to smartfon napędzany przez Kirin 980, najmocniejszy na świecie procesor mobilny z pierwszym w historii chipem z podwójnym, dedykowanym procesorem NPU, odpo-

wiadającym za obsługę funkcji sztucznej inteligencji. Wyposażony jest także w pierwszy na świecie innowacyjny potrójny aparat z ultraszerokokątnym obiektywem, stworzony także we współpracy z firmą Leica. Huawei produkuje także laptopy wyróżniające się minimalistycznym wzornictwem i zaawansowanymi technologicznie, inteligentnymi rozwiązaniami. Urządzenia te wyznaczają nowe standardy w swojej klasie – wyróżniają się wyświetlaczem ze zmniejszonymi ramkami, elegancką, smukłą konstrukcją i rozwiązaniami poprawiającymi komfort korzystania m.in. pojemną baterią, czytnikiem linii papilarnych i funkcją bezprzewodowej transmisji danych OneHop. Nowe serie urządzeń zostały wyposażone w przycisk zasilania One Touch, z wbudowanym czytnikiem linii papilarnych, który pozwala na szybkie włączenie i bezpieczne logowanie się do komputera za pomocą jednego dotknięcia.

Promocja marki

Sukces, jaki w ciągu zaledwie kilku lat odniósł Huawei, nie byłby możliwy bez kreatywnych działań promocyjnych, takich jak „Drużyna Huawei”. Grupie celebrytów



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Huawei jest obecny w Polsce od 15 lat. Obecnie zatrudnia w naszym kraju blisko 1000 osób, a pośrednio tworzy łącznie ponad 3000 miejsc pracy. W 2008 r. Huawei przeniósł tu z Rumunii regionalne centrum na Europę Środkowo-Wschodnią i kraje nordyckie, zarządzające z Warszawy operacjami w 28 europejskich krajach.

200 000 000

Tyle smartfonów firma Huawei dostarczyła do sklepów w 2018 roku.

i influencerów związanych z marką przewodzi Robert Lewandowski. Poza nim w skład #TeamHuawei wchodzi m.in. Kuba Wojewódzki, Sarsa, Krzysztof „Janek” Jankowski, Karolina Pisarek, Marta Wierzbicka, Jakob Kosel, Damian Kordas, Anna Lewandowska i Marcin Tyszk. Wspierają oni służące promocji marki akcje, takie jak choćby modowa sesja fotograficzna wykonana smartfonem przez Marcina Tyszkę, którą można podziwiać w majowym wydaniu magazynu „Glamour” z 2019 r. Z kolei kampania „Make it possible” obrazuje główne hasło marki Huawei i inspirowała konsumentów do przekraczania własnych granic. W kampanię zaangażowano Roberta Lewandowskiego, którego zawodowa kariera jest świetnym przykładem praktycznej realizacji tego hasła. Dzięki ambicji, determinacji i wbrew przeciwnościom losu, Robert Lewandowski zrealizował swój cel – stał się gwiazdą światowego futbolu.

Ostatnie wydarzenia

Huawei był inicjatorem kongresu o technologii „Rozmowy o Przyszłości”. II edycja miała miejsce 19 marca 2019 r. w warszawskim Centrum Zaawansowanych Materiałów i Technologii CEZAMAT i była w całości poświęcona sztucznej inteligencji i zadaniom, które będzie wypełniać w przyszłości.

www.consumer.huawei.com/pl/

HISTORIA MARKI

1987 Niewielka rybacka wioska Shenzhen granicząca z Hongkongiem zostaje przekształcona w specjalną strefę ekonomiczną. Huawei, założone w 1987 roku przez inżyniera Ren Zhengfei, który do dziś jest prezesem przedsiębiorstwa, znajduje tam dobre warunki rozwoju.

1994 Huawei uzyskał kluczową umowę na budowę pierwszej krajowej sieci telekomunikacyjnej dla Armii Ludowo-Wyzwoleńczej.

1998 Huawei uruchomił swoje produkty oparte na bezprzewodowym GSM.

1999 Huawei wkracza na rynek europejski i buduje sieci przesyłowe w Danii.

2004 Huawei podpisuje umowę ramową z Vodafone i rozpoczyna ekspansję do Stanów Zjednoczonych.

2005 Sprzedaż poza granicami Chin – wyprzedziła sprzedaż na rodzimym rynku.

2008 Huawei otwiera mobilne centrum innowacji w Sydney w Australii, w celu opracowania nowych koncepcji technologii bezprzewodowych i mobilnych.

2009 Huawei dostarcza jedną z pierwszych na świecie komercyjnych sieci LTE / EPC w Norwegii.

2014 Huawei zanotował zysk w wysokości 34,2 mld CNY (5,5 mld USD).

2016 Huawei inwestuje 14,6% dochodu w prace R&D.

2018 Huawei zaprezentował Kirin 980 - pierwszy na świecie chipset mobilny ze sztuczną inteligencją w technologii 7nm, zastosowany w smartfonie.