

## Centerm のブランド価値、業界トップに躍り出る



先日、第六回中国エレクトロニック企業ブランド価値の評議活動が北京で幕を下ろしました。Centerm は突出して、一挙に“2011 年度シンクライアントの業務ブランド価値第一位、及び 2011 年度電話 POS システムの業務ブランド価値第一位”を取得しました。そして、エレクトロニック企業のシンクライアント機器と電話 POS システムの分野において、“二冠”はブランドとして躍り出ました。

内部筋によると、今年はエレクトロニック企業のブランド価値の争いが非常に激しく、エレクトロニック企業の競争の主流はすでに、アップグレードし、再構築する生産能力の争いから、ブランドの争いへと変化して行きました。Centerm が受賞したのには、長期的にブランド戦略を堅持してきた事が大きく関係しています。

Centerm の鄭宏社長の紹介によると、Centerm のブランド戦略には、自己の三大“キーワード”を擁しております。即ち“自主的なイノベーション、アライアンス、再構築・アップグレード”を意味します。中国で最も早くシンクライアント産業に身を投じた企業として、Centerm は文字端末より、グラフィック端末の産業へとアップグレードを切り替え、業務完了へ導く事に成功しました。Centerm には生まれつき、“自主的なイノベーションブランド”の烙印が押されています。

会社が発展するにつれて、Centerm は続けて、ソフトウェア、Intel、AMD 等の国際的に有名なメーカーとパートナーシップを構築しました。2010 年、Centerm が VMware と戦略的パートナーシップを結び、提携して“クラウドデスクトップ”を創建しました。そして、これらのブランドの巨人と共に歩む事で、Centerm のブランド価値を“パートナーシップ”の中で、目覚ましく発展させて来ました。

現在、Centerm のブランド戦略は主に、産業の再構築・アップグレードを進行させる事に定め、企業の科学技術やブランドのソフトパワー、自主研究開発の USB のマッピング等の当然ある知的財産権の技術を上げるのを重要視し、VMware 等の国際的メーカーが解決出来ない技術的難問さえも解決しました。それと同時に積極的に、クラウドコンピューティングに身を投じる事により、ブランド価値をアップさせ、これらの再構築・アップグレードの努力は全て、産業競争の未来の高地を独占するためのものです。

“シンクライアント機器”と“電話POSシステム”等のエレクトロニック製品は、“iPhone”の様に、津々浦々に知られたものではありませんが、実際は私達の身近で活躍しています。クレジットカードの端末、銀行のキーボード操作にしても、地下鉄の改札口さえも、全てこれらの製品を用いたものです。

この種の職業のアプリケーションや大衆消費の普及は、エレクトロニック企業のブランド建設の強化を促す事に繋がります。Centerm がシンクライアント機器の分野を深く開拓して10年近くになりますが、販売量は市場全体の三分の一を占めています。それは国内で最も豊富な製品ラインと完備されたソリューションシステムのメーカー、金融、電気通信、政府、証券、保険、医療、教育等多くの職種に被さるユーザーを擁します。彼らは、このベーシック上でブランド建設を進行しており、出発点が高く、効果が良く出ています。

聞くとところによれば、この度の“エレクトロニック企業ブランド価値の評議”は、中華ブランド戦略研究院と中国エレクトロニックビジネス協会セキュリティー生産情報技術専門委員会(Safety in production information technology professional committee of CECA. 略称: SPPC)が主催に成功した事により、今までですでに6度目となります。エレクトロニック製品が多く家庭、各職場へ進出するに従って、エレクトロニック企業のブランドもFMCG、ファッション企業のブランドも同様に重要であり、“エレクトロニック企業ブランド価値の評議”は、エレクトロニック企業が重視するブランド建設が巨大な努力で創り出した手本です。また、エレクトロニック企業の中で反響がとても良く、比較的高い権威性を備えています。