

# آیا شیائومی قربانی رویکردهای نبوغ آمیز خودش خواهد شد؟ - دیجیاتو

امیر مستکین | سه شنبه، ۲۴ شهریور ۱۳۹۴

رویکرد شیائومی در جهان تولیدکنندگان تلفن های هوشمند، بی همتا بوده است. رویکردی که در آن می توان دید که اسمارت فون ها، با قیمتی نزدیک به بهای تمام شده به شکل مستقیم به کاربران فروخته می شوند. در این میان خبری از تبلیغات پر زرق و برق نیست و مدیران ارشد این استارتاپ، هزینه های بسیار کمی را برای این کار صرف کرده اند.

با این حال، از سال گذشته تا کنون شیائومی توانسته رتبه اول فروشندگی موبایل در کشور چین را از آن خود کند و این در حالیست که در سال های اخیر، این استارتاپ قادر شده بارها نام خود را در میان ۵ تولید کننده و فروشنده برتر تلفن هوشمند در مقیاس جهانی جای دهد.

در دسامبر گذشته، ارزش کلی شیائومی از سوی تحلیلگران معادل ۴۶ میلیارد دلار برآورد شد؛ ارزشی که از بخش موبایل سونی و موتورولا بسیار بیشتر است و به راحتی کل برند HTC را جا می گذارد. حال اما شرکت های بزرگ از راه رسیده اند و از ایده های موفقیت آمیز این استارتاپ، الهام های بسیار گرفته اند. با [دیجیاتو](#) همراه باشید تا نگاهی داشته باشیم به شرایط کنونی و اتفاقاتی که ممکن است در میان راه برای شیائومی پیش آیند.

## موانعی که در برابر موفقیت شیائومی هستند

آمار و ارقام روی کاغذ بیانگر اوضاع بسیار خوب و پیشرفت عالی شیائومی در سال های گذشته تا کنون هستند اما همین آمار و ارقام به وسیله فروش بسیار بالای تلفن هوشمند در کشوری با جمعیت بیش از یک میلیارد نفر رقم خورده اند. اکنون این کشور پر جمعیت، در حال اشباع شدن است و شیائومی هم برای بقا و رشد، نیاز دارد تا به شکلی جدی تر در مورد ورودش به بازارهای جهانی فکر کند.



PHOTO: CHINAFOTOPRESS VIA GETTY IMAGES

در این میان اما هنوز مشکلات بسیار زیادی پیش روی مدیران ارشد شیائومی برای ورود به بازارهای جهانی وجود دارند:

- **مجوزها و پرونده های حقوقی:** شیائومی می گوید که به علت تفاوت رویکرد در بازارهای مختلف، فعلا قصدی برای ورود به آمریکا و اروپا ندارد. بر همین اساس، این شرکت صرفا به فروش لوازم جانبی در این بخش ها از جهان قناعت کرده. اما حقیقت چیز دیگریست. اگر شیائومی اقدام به فروش تلفن های هوشمند در مکان های یاد شده بکند، در همان دقیقه اول پرونده های قضایی بر علیه اش تنظیم خواهند شد که حاکی از نقض پتنت های فراوان از سوی سازندگان مختلف خواهند بود. مشخصا در بازاری که اکنون رو به رکود می رود و تولید کنندگان علاوه بر کمتر شدن سودشان، در حال پایین آوردن قیمت ها هم هستند، حضور شیائومی می تواند تیر آخر برای برخی برندها باشد. تیری که البته اجازه شلیک اش داده نخواهد شد.
- **سرگشته در ترجمه!** آیا کاربران آمریکایی و اروپایی، همان موبایل هایی را که کاربران چینی دوست دارند را خواهند خواست؟ شاید. اما شیائومی در راه کسب اعتبار و همچنین علاقه مند سازی چنین خریدارانی، راهی بسیار دراز و دشوار در پیش خواهد داشت.
- **فقط آنلاین:** این روزها خرید تلفن های هوشمند به شکل مستقیم توسط کاربران، بیش از پیش در سراسر جهان دیده می شود اما هنوز هم در آمریکا و اروپا، بسیاری از کاربران ترجیح می دهند تا از طریق قراردادهایی که با اپراتورها می بندند، موبایل خود را تهیه کنند. به علت همان شکایاتی که در ابتدا مطرح کردیم، موبایل های این شرکت از طریق اپراتورهایی نظیر AT&T و وریزن به دست مشتریان نخواهند رسید. حال این سوال پیش می آید که چنین شرکت بی پیشینه ای در خارج از چین، چگونه می خواهد در بازار

- کشورهای جهان اول کاربران را متقاعد به تغییر عادات چندین ساله خود کند.
- **حاشیه سود بسیار اندک:** سهام شیائومی به شکل عمومی عرضه نگشته اند و این استارت‌آپ، در اصل یک شرکت خصوصی است. بر همین اساس، نیازی هم نمی بیند تا آمار و ارقام دقیق مالی خود را به دیگران گزارش دهد. این شرکت به گفتن اینکه سودآوری دارد، قناعت می کند. شیائومی موفق شده تا در سال ۲۰۱۴، معادل ۶۱ میلیون دستگاه تلفن هوشمند را به فروش برساند. با چنین آمار فروشی، می توان برآورد کرد که درآمد این کمپانی حدود ۱۲ میلیارد دلار بوده اما حاشیه سود بسیار پایین این شرکت، خبر از سود کلی بسیار اندک می دهد.
  - **کپی کنندگان بسیارند:** شیائومی با راهکار فروش موبایل های ارزان به خریداران، توانست موفقیت های بسیاری کسب کند و اکنون شرکت های بزرگ چینی دیگر هم به همین طریق در پی کسب درآمد هستند. غول های چینی همچون هوآوی، لنوو و ZTE اکنون به فروش مستقیم موبایل به کاربر با قیمت های پایین تر از قبل روی آورده اند.

## جیب های بزرگ تر؛ قدرت ریسک پذیری بیشتر



در بخش قبلی مقاله، ۵ مورد را ذکر کردیم که از بزرگترین مشکلات شیائومی برای حضور در بازارهای جهانی و در واقع «رشد کردن» به شمار می روند. آیا می توانید این ۵ مورد را به هوآوی نسبت دهید؟ هوآوی هم یک شرکت چینی است که از پتنت های بسیاری برخوردار بوده و حتی اگر لازم باشد، به شکل قانونی اقدام به دریافت مجوز آنها می کند.

این شرکت در ایالات متحده نیز حضور داشته و به طور کلی، می تواند راهکار فروش آنلاین در کنار شیوه سنتی فروش موبایل از طریق اپراتور و فروشگاه ها را نیز دنبال کند. در سال ۲۰۱۴، درآمد این

شرکت برابر با ۴.۴۹ میلیارد دلار بود و سری موبایل های «Honor» به خوبی ثابت کرده اند که هوآوی، می تواند به راحتی از راهکارهای شیائومی الهام بگیرد.

این شرکت بسیار بزرگ است و در صورتی که لازم باشد، می تواند پایین تر از بهای تمام شده، موبایل های خود را به فروش رسانده تا شیائومی را شکست دهد. همه این موارد، برای لنوو و ZTE نیز صادق هستند.



حال جالب اینجاست که در سال گذشته، تنها شرکتی که قادر شد شیائومی را در چین و برزیل از لحاظ میزان فروش شکست دهد، اپل بود. در ابتدای کار شیائومی به خوبی توانست از رویکرد و طراحی بکار رفته در محصولات اپل الهام گیری کند اما پس از عرضه آیفون در چین، مشخص شد که کاربران چینی واقعا به خود آیفون اهمیت بسیار بیشتری می دهند. در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۴ و سه ماهه اول سال ۲۰۱۵، اپل به خوبی توانست شیائومی را از صدر جدول فروش در چین به پایین بکشد.

## آرزوهای نسنجیده

شیائومی در چین رقبای زیادی دارد که یکی دیگر از آنها، Meizu است. این شرکت در واقع پیش از استارتاپ مورد بحث پا به عرصه ساخت تلفن های هوشمند گذاشته. وان پلاس را نیز نباید از یاد برد که اکنون موبایل هایش در اروپا و آمریکا نیز فروخته می شوند. LeTV، موبایل هایی عالی می سازد و Qihoo هم سخت تلاش می کند تا خود را به رقبای دیگر برساند.

همه این شرکت های توسعه دهنده تلفن هوشمند در چین، می توانند قیمت ها را از شرایط کنونی

هم پایین تر بکشند. «کویین وانگ» مدیر ارشد موسسه آماری «IHS iSuppli China Research»، در مصاحبه اخیر خود با وال استریت ژورنال اظهار داشته که بیشتر این شرکت ها برای فروش موبایل، قیمت های خود را پایین تر از حالت کنونی خواهند آورد و بر همین اساس، می توان انتظار داشت که به زودی شاهد مرگ و محو شدن برخی از آنها باشیم.

Feng Xin، مدیر عامل شرکت LeTV قبلا به شکل عمومی اظهار کرده بود که برنامه دارد تا برخی از سخت افزارهایش را پایین تر از قیمت تمام شده به فروش برساند تا بلکه بتواند جمعی از هواداران را برای برندش به دست آورد.

## توسعه محصولاتی فراتر از موبایل ها

شاید بهترین پاسخ برای شیائومی، در حال حاضر این باشد که محصولات متنوع تری را توسعه داده و در این راه، از جذب سرمایه های عمومی نیز غافل نشود. این شرکت اکنون به تولید محصولات پوشیدنی، پاور بانک، دوربین، تلویزیون، هدفون و حتی دستگاه تصفیه کننده هوا مشغول است.

شیائومی همچنین تلاش می کند تا از فروش اپلیکیشن و بازی برای موبایل هایش، به سود آوری دست پیدا کند. Lei Jun، موسس و مدیر عامل این شرکت پیشتر اذعان کرده بود که در سال جاری، درآمد شیائومی از محل فروش اپلیکیشن و بازی به ۱ میلیارد دلار خواهد رسید. مشخصا زمانی که حاشیه سود اندک باشد، شرکت ها تلاش خواهند کرد تا با چنین روشن هایی درآمدهایشان را افزایش دهند.

**چه کسی از این بازی جان سالم به در می برد؟**





شیائومی در چین و سایر بازارهای در حال توسعه نظیر هند، عملکردی بسیار قوی دارد. در شرایط کنونی هم نیازی به حضور در آمریکا و اروپا نیست. نکته اینجاست که حالا، سایر بازیگران بزرگ این میدان تصمیم گرفته اند به بازارهای بزرگ جهان سوم حمله کنند.

این در حالیست که سازندگان بزرگ، سرمایه های زیادی هم دارند و به راحتی می توانند از راهکارهایی که پیشتر شیائومی آنها را مورد آزمایش قرار داده و نتیجه مثبت گرفته، الهام بگیرند و آنها را در مقیاسی گسترده تر عملی کنند.

اکنون سامسونگ و اپل به خوبی بخش پر سود بازار، یعنی پرچمدارها را در دست گرفته اند. این در حالیست که تعداد زیادی از تولید کنندگان تلفن هوشمند، از فروش سخت افزاری سودی نداشته و درآمدهای خود را از منابع مختلف دیگر تامین می کنند. با چنین شرایطی، می توان تصور کرد که به زودی برخی از بازیگران کوچک تر این بازار، از رده خارج خواهند شد. حال پرسش مهم این است که آیا شیائومی هم در آینده بین برندهایی که محو می شوند، قرار گرفته و قربانی رویکردهای نبوغ آمیز خود خواهد شد یا خیر؟

[دیجیاتو](#)