

لنوو اعتراف کرد: یکپارچه شدن موتورولا با این کمپانی طبق برنامه ریزی ها پیش نرفته - دیجیاتو

رضا مقدری | پنجشنبه، ۰۶ خرداد ۱۳۹۵

لنوو امروز و پس از ۶ سال برای اولین بار خبر از ثبت زیان سالانه داده، اتفاقی که شاید اصلی ترین عامل اش پیچیدگی ادغام موتورولا با سایر اجزای این برند بوده است. باید بگوییم عملکرد کلی این کمپانی چینی (که شامل بخش کامپیوترهای شخصی و راهکارهای سازمانی نیز می شود) چندان جلوه ی مناسبی ندارد.

آنها در مبحث درآمد به ۴۴.۹ میلیارد دلار دست پیدا کرده اند، رقمی که نسبت به بازه ی زمانی مشابه سال گذشته ۳ درصد کاهش داشته و البته در کنار این عدد زیان خالصی ۱۲۸ میلیون دلاری نیز پدید آمده.

ناگفته نماند واحد کسب و کار موبایل کمپانی مورد بحث در سه ماهه چهارم سال مالی ۲۰۱۵ (منتهی به ۳۱ مارس) فروشی ۱.۷ میلیارد دلاری داشته. بخش مذکور ۱۰.۹ میلیون اسمارت فون را طی این مدت زمان به بازار عرضه کرده و در مجموع طی یک سال ۶۶.۱ میلیون تقاضا برای تلفن های هوشمندش را پاسخگو بوده.

بیشتر موبایل های شرکت مورد اشاره توسط کاربرانی در خارج از چین خریداری شده اند؛ به این ترتیب می توانیم بگوییم לנוو در بیرون مرزهای میهن خود ۵۵.۱ میلیون اسمارت فون عرضه کرده و رشدی سالم و ۶۳ درصدی را نسبت به سال گذشته تجربه نموده. اما از سوی دیگر این برند در خانه، شاهد افول تقاضای ۸۳ درصدی آنها تنها در یک فصل مالی بوده؛ اتفاقی که یکی از دلایل اصلی اش باز می گردد به تمایلات کاربران سرزمین اژدهای سرخ که اخیراً به سمت موبایل های گرانبیتم و پیشرفته گرایش پیدا کرده.

لنوو همچنین به ما دورنمایی از وضعیت عملکرد موتورولا را نیز ارائه کرده، واحدی که پیوستن اش به این برند چینی در سال ۲۰۱۴ با صرف هزینه ای ۲.۹۱ میلیارد دلاری همراه شد. موتورولا در سه ماهه ی اخیر ۵ میلیون اسمارت فون فروخته و در اصل ۱ میلیارد از ۱.۷ میلیارد دلار درآمد واحد موبایل چینی ها توسط همین زیر مجموعه به دست آمده.

به وضوح می توان گفت که לנוو از عملکرد خود رضایت چندانی ندارد، زیرا سران این مجموعه با

صراحت اعلام کرده اند تلاش برای یکپارچه سازی، اهداف از پیش تعیین شده شان را برآورده نساخته و لنوو در برخی از اصلی ترین بازارهای جهان همچون چین و آمریکا نتوانسته به موفقیت هایی که مدنظر بوده دست پیدا کند.

البته آنها بر این باورند در زمینه سازماندهی و رهبری درس های مهمی گرفته اند که می تواند بر آینده شان اثر گذار باشد. لنوو از این پس در چین روی برند ZUK تمرکز بیشتری خواهد کرد و سعی می نماید اسمارت فون های آنلاک متنوع تری را در بازار این کشور عرضه کند.

در سایر نقاط جهان هم هدف گذاری اصلی روی تصاحب بازارهای در حال توسعه قرار گرفته، هر چند کوشش خواهد شد شرایط در ایالات متحده هم بهبود یابد و کسب و کار این منطقه ی مهم نیز ساماندهی گردد.

[دیجیاتو](#)