

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

XII ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЧТЕНИЯ

*памяти заслуженного деятеля науки РФ
профессора Александра Петровича Бычкова*

**Сборник материалов
Международной научно-практической конференции
26–27 октября 2017 г.**

Под общей редакцией профессора
Д.М. Хлопцова

Томск
Издательский Дом Томского государственного университета
2018

5. Банковское премиальное обслуживание: 2015 г. // Frank Research Group. URL: [http://www.frankrg.com/userfiles/Frank%20RG_Premium%20\(2015-07 23\)_Final_DEMO.pdf](http://www.frankrg.com/userfiles/Frank%20RG_Premium%20(2015-07%20)_Final_DEMO.pdf).
6. Официальный сайт ПАО «Райффайзенбанк» URL: <https://www.raiffeisen.ru/>.
7. Официальный сайт банковской группы «Альфа-Банк». URL: <https://alfabank.ru>.
8. Официальный сайт ПАО ВТБ24. URL: <http://www.vtb24.ru/>.
9. Официальный сайт ПАО «Промсвязьбанк». URL: <http://www.psbank.ru>
10. Официальный сайт ПАО «Сбербанк». URL: [http:// http://www.sberbank.ru](http://http://www.sberbank.ru).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ ЛИДЕРОВ КИТАЙСКОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: HUAWEI VS. XIAOMI

Юй Хайлин, магистрант, 2-й курс, НИ ТГУ, г. Томск

Научный руководитель: канд. геол.-минерал. наук, доцент Захарова Т.В.

E-mail: 1054134971@qq.com

Ассортиментная политика – это ключевой элемент коммерческой стратегии предприятия на рынке. Она направлена на формирование конкурентоспособной модели, обеспечивающей устойчивые позиции предприятия на рынке, получение необходимой прибыли и адаптации ассортимента к потребностям покупателей. Ассортиментная деятельность может включать внешнюю и внутреннюю составляющие. Под внешней составляющей обычно понимают комплексное предложение предприятия на рынке. Под внутренней составляющей понимается ее производственная программа. Формированию ассортимента предшествует разработка ассортиментной концепции. Ассортиментная концепция выражается в виде системы показателей, характеризующих возможности оптимального развития ассортимента данного вида товаров [1. С. 11].

По итогам 2016 г. компания Huawei вошла в тройку лидеров мирового рынка по продажам смартфонов. Рост популярности ее продукции стабильно высок во всем мире, сомнений в осуществимости планов стать производителем № 1 теперь не возникает. Xiaomi демонстрирует не столь масштабные успехи, пока ее высшее достижение – закрепление в ТОП-5 по Китаю. Но благодаря некоторым достоинствам на постсоветском пространстве этого производителя любят, а его устройства расходятся большими тиражами [2. С. 1].

В сознании тех, кто сильнее вникает в ситуацию, Huawei – компания, которая смогла войти в группу грандов смартфоностроения, а Xiaomi только пытаются сделать это. А вот люди, которые за мобильными технологиями особо не следят, порой до сих пор склонны думать, что и то, и другое – какой-то «подвал дядюшки Ляо». Разобраться, кто же из них

ближе к истине, и что лучше, смартфоны Xiaomi или Huawei, мы не сможем, но определенный вывод потребитель получает [2. С. 1]. Также мы проанализируем конкуренцию в следующих трех областях.

1. **Общее положение компании.** Как сообщает официальный сайт Huawei, «Huawei является ведущим мировым поставщиком телекоммуникационных решений проектов» [3. С. 4]. С момента создания Huawei в Китае (Шэньчжэнь, 1987 г.) прошло уже 30 лет. Продукты Huawei в основном включают в себя сеть коммутации, сеть передачи данных, беспроводную и проводную сеть фиксированного доступа и сеть передачи данных в сети связи. Она предоставляет аппаратное оборудование, программное обеспечение и услуги для операторов связи и профессиональных владельцев сетей по всему миру. Компания Huawei владеет мощными финансами, имеет собственные заводы, также вложила значительные средства в научно-исследовательские фонды, по количеству патентных инноваций эта фирма в Китае занимает ведущие позиции. Компания Xiaomi Inc.² (Сяоми) – китайская компания, основанная Лэй Цзюнем в 2010 г. Была учреждена компания с ограниченной ответственностью в Пекине, в том же г. в августе была запущена первая закрытая бета-версия прошивки MIUI³ [4. С. 2]. В настоящее время ее продукты задействованы в смартфонах, развлекательных играх, умном доме, носимом оборудовании и других областях. Компания Xiaomi полагается на собственное строительство своей экосистемы. В итоге компания, созданная 7 лет назад, достигла текущих впечатляющих результатов – довольно редко встречающееся событие. Но ее слабым звеном является отсутствие производственных мощностей, к сожалению, не существуют ее собственные независимые заводы по производству оборудования. Компания для получения компонентов, необходимых для сборки продукции, должна полагаться на внешние компании [5. С. 1].

Так что сравнение Xiaomi и Huawei показывает, что Huawei впереди, Xiaomi по-прежнему характеризуется как растущий участник рынка [5. С. 1].

2. **Структура рынка.** Данные с официального сайта Huawei показывают, что Huawei реализовала глобальную бизнес-стратегию и превратилась в глобальную компанию. Она создала 22 региональных офиса за рубежом и более 100 филиалов, которые ближе к клиентам; им легче прислушиваться к потребностям клиентов и быстро на них реагировать.

² ↑ User Agreement. www.miui.com. Проверено 20 мая 2016 г.

³ ↑ Xiaomi, первый великий китайский смартфон: рецензия Forbes (рус.). Forbes (28 мая 2012). – Среди пользователей много программистов, и Xiaomi позволяет им вносить вклад в новые версии прошивки. Проверено 12 сентября 2012 г.

Huawei создала 17 научно-исследовательских институтов в США, Германии, Швеции, России, Индии и Китае, и каждый исследовательский центр имеет разную направленность. Huawei, используя международное сотрудничество в глобальной системе исследований и разработок, а также опыт и таланты собственных сотрудников, в итоге методом глобальной синхронизации собрала пакет уникальных технологий. В настоящее время ее продукты и услуги были применены в более чем 170 странах и регионах, а международный рынок является основным местом продаж продуктов Huawei [6. С. 13]. Компания Xiaomi молода и не имеет достаточных возможностей для проведения глобального рыночного маркетинга. Рынок компании Xiaomi главным образом сосредоточен в своей стране, ее зарубежные рынки в основном находятся в Юго-Восточной Азии, Индия также является крупнейшим зарубежным рынком. Предпринималась очень успешная, но непродолжительная попытка выйти на рынок России [6. С. 14].

Таким образом, по объемам и географии продаж компания Huawei по сравнению с Xiaomi все еще далеко впереди.

3. Модель продаж. Маркетинговые каналы Huawei разделяют на две основные категории: каналы распространения и каналы прямых продаж. Каналы распространения через общенационального генерального агента, региональных агентов, онлайн-агентов достигают своих целей. Прямые каналы сбыта включают в себя встроенную сеть продаж, сети магазинов бытовой техники, сети магазинов мобильных телефонов, крупные супермаркеты, торговые центры для мобильных телефонов и т.д. В настоящее время Huawei также занимается собственным бизнесом в области электроэнергетики – Huawei Mall. Но данные показывают, что его маркетинговый канал по-прежнему остается его основным объемом продаж [6. С. 115]. Xiaomi в основном полагается на строительстве экосистемы Xiaomi, использует модели Интернета для создания собственных продуктов и поддержки отраслей маркетинга. Ее себестоимость продаж относительно низка, зато цена на ее продукты весьма конкурентна, и это позволяет ей быстро завоевывать рынок. В то же время в Xiaomi существуют сильные «Сяоми-любители» [7. С. 3].

Таким образом, в модели продаж Xiaomi опережает Huawei. Модель продаж является одной из важных факторов достижения успехов.

Преимущества и недостатки смартфонов Huawei и Xiaomi и рейтинг оборота по продаже смартфона в Китае представлено в табл. 1.

Почему смартфоны Huawei лучше?

Учитывая, что в тройку мировых лидеров просто так не попадают, у смартфонов Huawei определенно есть свои плюсы (см. табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Бренд смартфонов	Плюсы	Минусы
HUAWEI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Разнообразие 2. Свои чипсеты 3. Официальные представительства 4. Работа над камерами 5. Сетевая совместимость 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Путаница с моделями 2. Нажатые кнопки 3. Проблемы с олеофобным покрытием 4. Высокая цена
XIAOMI	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкая цена 2. Хорошие аккумуляторы 3. Мощное железо 4. Собственная экосистема 5. ИК-порт 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие централизованной стратегии продвижения 2. Путаница с прошивками 3. Проблемы с отладкой ПО 4. Чипсеты MediaTek 5. Камеры

Источник: [2] с дополнениями автора.

В модельном ряду обеих компаний представлено немало актуальных устройств, но разнообразие ассортимента у Huawei больше. У Huawei есть и пластиковые, и стеклянные, и металлические модели. Да и среди актуальных флагманов разнообразие шире. Компания Huawei стала третьим (после Samsung и Apple) производителем смартфонов, занявшимся разработкой собственного железа. Наличие чипсетов Kirin позволяет не зависеть от сторонних поставщиков, лучше оптимизировать софт и оперативнее выпускать обновления ПО. В зарубежных странах есть многие официальные представительства Huawei, наличие филиалов позволяет лучше адаптировать продукцию под эти рынки и оказывать официальную техническую поддержку. Huawei упорно пытается занять лидерские позиции и на рынке камерофонов. Сотрудничество с Leica⁴, закупки передовых модулей камер у Sony, работа над ПО для них обернулись тем, что китайцы догоняют Samsung и Apple не только по объемам продаж, но и по качеству фотографий.

Минусы смартфонов Huawei. Откровенных минусов, характерных для ранней китайской продукции, у Huawei нет давно (лет 6–7, наверное). Но некоторые недостатки все же имеются.

Для разных рынков китайцы могут выпускать разные версии смартфонов. Иногда один и тот же девайс параллельно выходит под основным брендом и дочерней торговой маркой Honor. И ладно, если бы все было, как у Samsung (для Китая с их TD-SCDMA и США с популярнейшим CDMA – одна модель, а для остального мира – другая). Но у Huawei порой бывает, что для соседних стран, имеющих одинаковые стандарты

⁴ «Лейка Камера» (нем. Leica Camera AG) – немецкая компания, специализирующаяся на выпуске оптических систем и приборов точной механики.

связи, выпускаются смартфоны, отличающиеся внутренне. Изучение ассортимента показало, что единственный Huawei с сенсорными кнопками под экраном – ультрабюджетник Y3 II. Во всех остальных устройствах кнопки вынесены на экран, а на «подбородке» гордо, но одиноко красуется логотип производителя. Отсутствие водо-жироотталкивающего напыления аргументируют то плохой работой сканера отпечатка под экраном (как в P10), то недостаточно высоким статусом аппарата (как в упомянутом GT3). Всем также известно, что смартфоны Huawei имеют относительно высокие цены.

Почему смартфоны Xiaomi лучше?

Быстрый взлет компании, пусть и не столь стремительный, как хотелось бы производителю, намекает, что плюсы не чужды его продукции.

Соперничать с Xiaomi по соотношению цены и функциональности под силу немногим компаниям. Продуктам бюджетной и средней категории противопоставить равного оппонента за те же деньги могут разве LeEco и Meizu, а соперничать с флагманами способны еще и OnePlus. Вряд ли мы увидим флагман Huawei за 300 долларов, а вот Xiaomi – запросто. В модельном ряду Xiaomi «обычными» батареями оснащаются только компактные флагманы Mi-серии. Бюджетники Redmi и фаблеты подороже оборудуют аккумуляторами увеличенной емкости, при этом сохраняя приемлемую толщину корпусов. Xiaomi стараются обеспечить максимальную конфигурацию за минимальные деньги. Xiaomi, помимо смартфонов, выпускают много другой техники, объединенной в общую экосистему. Нечто подобное свойственно только Apple, у других столь развитой инфраструктуры (в которую входят облачные сервисы, сетевое оборудование, ноутбуки, телевизоры, фитнес-трекеры, бытовая техника для умного дома и т.д.) нет. Большинство сервисов (кроме ориентированных только на Китай) работает по всему миру. Выпуская бытовую технику, Xiaomi подумали и о простоте управления ею. Почти все смартфоны компании оснащены инфракрасным диодом и приложением Mi Remote, превращающими их в универсальный пульт.

Минусы смартфонов Xiaomi

Компания пыталась стать лидером продаж в Китае, да и сейчас не прекращает попыток сделать это. Но некоторые недостатки препятствуют завоеванию короны лидера.

Деятельность компании вызывает ощущение, что у нее нет четко проработанной долгосрочной стратегии развития. Наряду с не очень понятным обновлением модельного ряда, возникают и недоразумения с прошивками. Некоторые аппараты выпускают готовыми для глобальных продаж, с международными прошивками, полным пакетом языков и соф-

та Google. Другие же – выходят только для Китая, в итоге для продаж за пределами КНР продавцы перепрошивают их на неофициальные сборки ОС, из-за которых случается большинство глюков. И выпуская много похожих аппаратов с разным железом, Xiaomi усложняют задачу своим разработчикам программного обеспечения. В итоге они не всегда успевают оперативно устранять баги, достаточно качественно оптимизировать софт. Главное, что чипсеты MediaTek – одна из главных проблем Xiaomi. Вопрос, почему их все еще используют, при наличии более оптимизированных аналогов Qualcomm, которые лучше, остается загадкой. Как бы тайваньская компания не пыталась, но создать г.ные чипы классом выше среднего у нее не выходит, ее стихией остаются бюджетники. А даже если и выходит – все портит странная политика выпуска обновлений. Именно по вине горячих SoC серии Helio возникают стереотипы о греющихся и вечно входящих в режим троттлинга (снижения производительности для лучшего охлаждения) смартфонах Xiaomi, еще и не получающих своевременных обновлений ОС. А ещё камеры – тоже не сильная сторона Xiaomi.

Компания Huawei в 2016 г. вошла в тройку лидеров мирового рынка по продажам смартфонов и заняла первое место в Китае, в то время как Xiaomi резко улучшил свое место, вернувшись в пятерку лидеров на международном рынке и превзошла Apple на китайском рынке [8. С. 1].

Выясняя, что лучше, смартфоны Xiaomi или Huawei, можно констатировать (табл. 1), что у Xiaomi ниже цены, больше объем батареи, почти всегда есть ИК-порт. У Huawei смартфон с мощной камерой и свои чипсеты, и Huawei лучше, если для вас важны наличие официальной гарантии и полная совместимость с сетями, но это актуально только при покупке официальных устройств.

Таблица 2

Рейтинг доли оборота по продаже каждого бренда смартфонов в Китае

Бренд смартфона	2016 г.	2017 г.
Huawei	16,9%	20,2%
OpPO	16,0%	18,8%
Vivo	13,2%	17,0%
Xiaomi	11,2%	13,0%
Apple	8,5%	8,2%
Samsung	7,0%	3,0%
Другие	27,2%	19,8%
Общий итог	100%	100%

Источник: [8] с дополнениями автора.

У Huawei и Xiaomi разные стили, разные стратегии продаж, но без ущерба для своего превосходного представителя отечественных брендов, оба действительно по-своему хороши, невозможно сделать конкретный вывод, кто является лидером в сфере электронной промышленности. Для этого рынка базой для успеха является творческий потенциал, а подражание и следование за лидером не гарантируют доминирования.

Литература

1. Козлова О.А., Нечаева Е.В. Анализ эффективности товарного ассортимента предприятия с помощью двухфакторной модели // Экономический анализ: теория и практика. 2014. № 33. С. 11.
2. Навагин Александр. Что лучше: смартфоны Huawei или Xiaomi? Сайт о смартфонах и их производителях. 1.06.2017. URL: <https://mobcompany.info/interesting/chto-luchshe-smartfony-huawei-ili-xiaomi.html> (дата обращения: 01.06.2017).
3. Официальный сайт Huawei: информационный портал. URL: <http://www.huawei.com/cn/>.
4. Официальный сайт Xiaomi: информационный портал. URL: <https://www.mi.com/index.html>.
5. 五看华为与小米之间的较量 02.08.2017, Xiaomi и Huawei: конкурс между ростом и королем. URL: http://www.sohu.com/a/161600366_115207 (дата обращения: 02.08.2017).
6. 小米和华为的战略分析, 马倩. Ма Цянь. Конкуренция между Huawei и Xiaomi: информационный портал. URL: <https://wenku.baidu.com/view/a33d6757a58da0116c1749a5.html>.
7. Ткаченко София. Huawei vs Xiaomi: информационный портал. URL: <http://stevsky.ru/voprosi-otveti-po-smartfonam/huawei-vs-xiaomi> (дата обращения: 02.04.2017).
8. 华为中国手机老大地位稳固小米强势超苹果 04.08.2017. Статус мобильного телефона: Huawei является прочным боссом, Xiaomi превосходит Apple. URL: https://www.sohu.com/a/162190599_564733 (дата обращения: 04.08.2017).