

# סמארטפון ניישון

“הסינים החליטו להכניס את היד לכיס ולשאת בעלות המיסוי כדי שיהיה פה את אותו מחיר כמו באירופה”, אומר קובי כליף, מנכ”ל וואווי בישראל. “זה חלק מהרצון שלנו לגדול בנתחי השוק - אנחנו מכוונים להגיע ליותר מ-10% תוך שנה”



אתרי הכלכלה געשו עם פרסום הרוחות הרבעוניים האחרונים של חברת אפל: ירידה חדה של 16% במכירות מכשירי האייפון, הראשונה מאז שהמכשיר יצא לשוק; ירידה של 12.8% בהכנסות; ירידה של 22.8% ברווח הנקי, וירידה ברווח למניה. את הצניחה הגדולה ביותר רשמה אפל בסין, המדינה שעד לא מזמן הובילה את הצמיחה חסרת התקדים שלה: על פי הרוחות האחרונים, מכירות החברה במדינה צנחו ב-26% והסתכמו ב-12.49 מיליארד דולר. שוק ההון הגיב במהירות: מניית אפל צנחה ביום פרסום הרוחות ב-7% ובימים שלאחר מכן המשיכה את הצלילה. רק לאחר שרשמה ירידה של כ-13% בשמונת ימי המסחר הבאים, וגילחה כ-100 מיליארד דולרים משווי החברה, יצא המנכ”ל טים קוק לתקשורת, סיפר על חידושים מופלאים שהחברה מחזיקה בקנה, ועצר את המגמה בהבל פיו. הפרשנויות היו מגוונות: חלקן התרפקו על ימיו של סטיב ג'ובס; אחרות ייעצו למשקיעים לא להתרגש והראו שהחברה עדיין רווחית; ואחרות טענו כי ימיה הגדולים של החברה נטועים בעבר, וכי ללא מוצר פורץ דרך שיטלטל את השווקים, יהיה לה קשה לשמור על מעמדה הייחודי. אולם בעוד שכל אחד מהנראטיבים נשמע הגיוני כשלעצמו, מעט מאוד דובר על התמונה הגדולה יותר שעליה הצביעו המספרים, ושלאפל היה בה מקום שולי: בחדר הגלובלי הסלולרי עומד פיל סיני, שרק הולך וגדל.

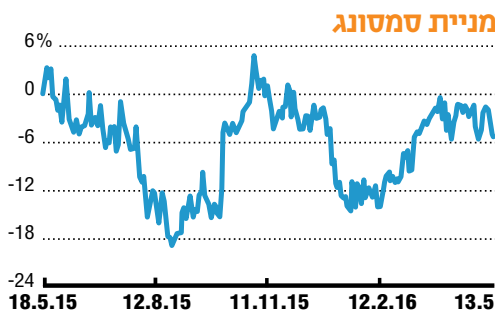
אף על פי שנוטים לדבר על סמסונג ועל LG הקוריאניות כשליטות החדשות, את השינוי מובילות חברות סיניות מדוברות פחות - וואווי, שיאמי ולנובו מונבות בגדולות, אבל אפילו הן כבר צריכות להתמודד עם תחרות מצד חברות סיניות מוכרות פחות, כמו VIVO, OPPO ואחרות.



תתחילו לשנן את השמות: וואווי, שיאומי, OnePlus, מייזו, לנובו, OPPO VIVO, ZTE - על-פי המגמה המסתמנת לשנים הקרובות, יצרניות הסמארטפונים הסיניות מאיימות לקחת את הבכורה מהאחיות הגדולות סמסונג, אפל ו-LG. חלקן משתמשות באסטרטגיית הפצה מחושבת, אחרות משקיעות הון עתק ביחסי ציבור, וכולן שופכות הרבה כסף כדי לשווק מכשירים טובים במחירים נמוכים. האם הן באמת מהוות תחרות למותגים הגדולים? אילו קלפים ממתנים בשרוול של תאגידי הענק? ועד כמה זו בשורה לצרכן? ניתוח G - שחר סמוחה

פס ייצור של חברת OnePlus במחוז שנג'ן בסין. המספרים של חברות הענק מתכנסים בהתמדה על-ידי היצרניות הסיניות

צילום: בלומברג



ע"פ נתוני LG ל-2015, נתח השוק של החברה עמד על 4.6%

רק בתחום החומרה. ואני חושב שהאיכות שהמוצרים הסינים הגיעו אליה היא כבר גבוהה מאוד. חלק מההצלחה הגדלה של וואווי - חברה עם הכנסות של 60 מיליארד דולרים בשנה שמעסיקה 170 אלף עובדים - נובעת מכך שקופת המזומנים הגדולה שלה מאפשרת לה להשקיע כספים רבים במחקר ובפיתוח ועדיין למכור טלפונים במחירים נמוכים ("מסובסדים", קורא להם כליף) על מנת לחדור לשוק במספרים גדולים. אנחנו נמכור את המכשיר שלנו ב-2,600 שקלים וזה הברדל דרמטי מול סמסונג ו-LG, אומר כליף. הסינים החליטו להכניס את היד לכיס ולשאת בעלות המיסוי כדי שיהיה פה את אותו מחיר כמו זה שאפשר למצוא באירופה. זה חלק מהרצון שלנו לגדול בנתח השוק - אנחנו מכוונים להגיע ליותר מ-10% תוך שנה.

גם שי מורחי, מרצה ובלוגר בתחום הסלולר, משוכנע שהמותגים הסיניים הולכים לתפוס נתחי שוק הולכים וגדלים בשנים הבאות: "אנשים כבר לא מפחדים לקנות מוצרים סיניים ומי שקנה יגיד לך שהוא מרוצה", הוא מסביר. "זה עדיין תהליך ולא כולם מכירים את המותגים הסיניים, אבל אני חושב שנוצר כבר חיבור אצל הלקוח בין המותגים האלה לבין איכות".

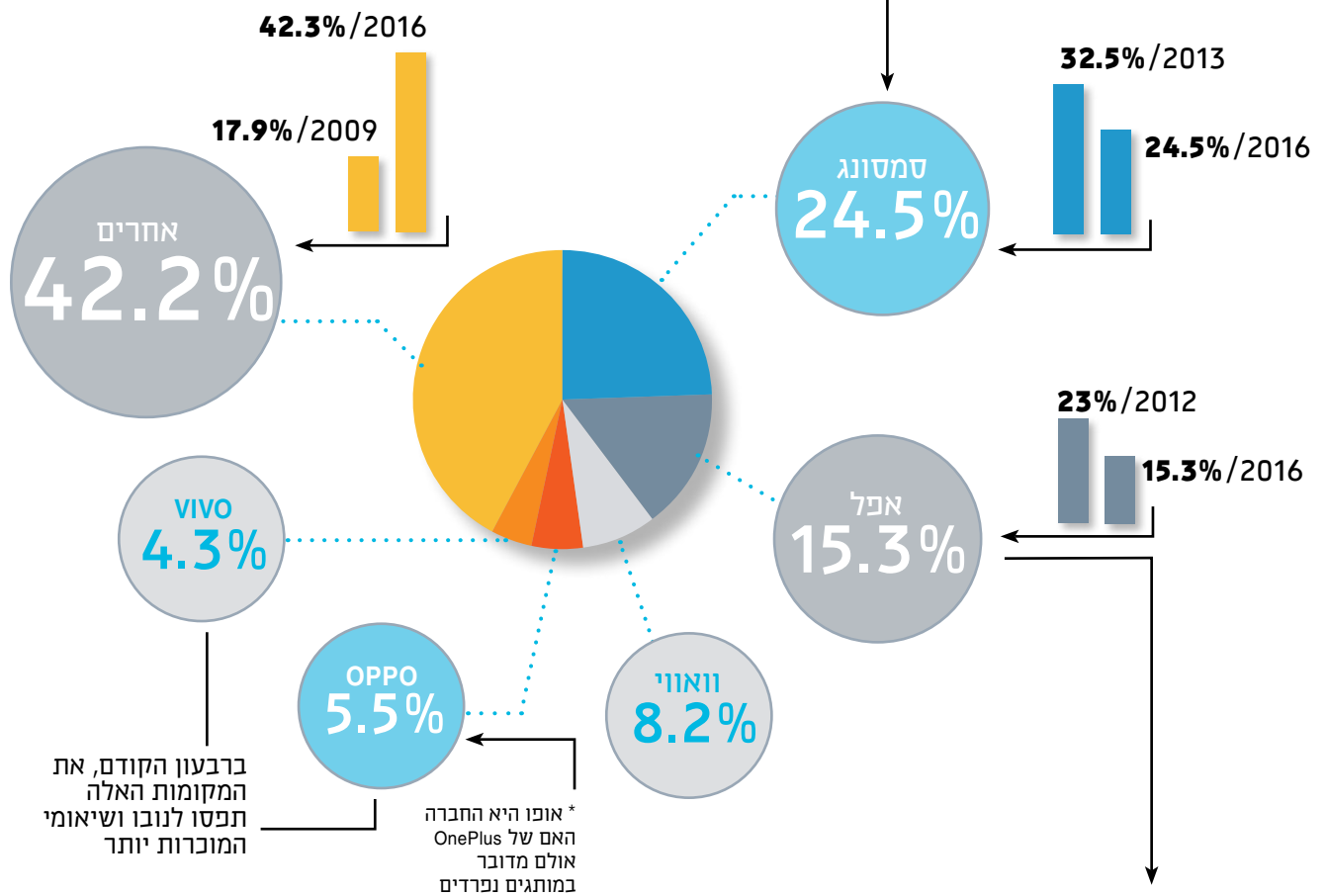
העיתונאי והבלוגר צחי הופמן, שמסקר את תעשיית הסלולר זה שנים (בין היתר, בעברו, גם ב"גלובס"), מסכים עם התזה הזו: "המוצרים של וואווי הם איכותיים ואתה לא יכול להתייחס אליהם כמו שאתה מתייחס, נניח, לטלפון בינוני של שיאומי, שקל לומר עליו שהוא פחות טוב מטלפון מקביל של סמסונג. אלו מכשירים שנותנים לך 90% מהיכולות של סמסונג ויקרתי. וואווי למשל עשו את הנקסוס האחרון של גוגל וזה משמש אותם כמעין גושפנקא להיכנס לארצות הברית".

### עלייתו של דור הביניים

צחי הופמן מציע לשים לב לא רק לגדולות, ולראות את המאמצים האינטנסיביים של יצרנים קטנים יותר כמו ZTE, OnePlus, שיאומי או מייזו: "מייזו, למשל, שמביאה הנה רשת באג, היא הצלחה מאוד גדולה בארץ. בניגוד לוואווי, ששמו 15 מיליון שקל רק על הקמפיין הראשון שלהם פה, במייזו התמקדו רק ברצפת המכירה והגיעו לכ-4% מהשוק, בלי להשקיע את המיליונים שוואווי שמה כדי להגיע לכ-6%.

"המכשירים שלהם ממש טובים מבחינת התמורה שהם נותנים לך עבור הכסף. יש להם טלפונים שעולים 800 שקל והם פצצה. אתה לא יכול לקבל מסמסונג או LG מכשיר עם חומרה כזאת במחיר כזה. גם מכשירי הדגל שלהם הרבה יותר זולים. הם יודעים שאתה לא תשלם 3,500 שקל על מכשיר סיני ומתמחרים אותו באזור האלפיים, מה שנותן עסקה ממש משתלמת שבה אתה מקבל מכשיר שבעיניי הוא באיכות של 90% ממכשיר של סמסונג או של LG".

## נתח השוק בסלולר ב-2016



\*נתונים: חברות המחקר גארטנר ו-IDC

למרות הגל הסיני העולה, גורם בכיר בענף אומר שאיכות המכשירים הסיניים אינה באותה רמה של הוותיקות, שאחרי שנים של מחקר ופיתוח מייצרות מכשירים מהונדסים ואמינים. ליצרניות הסיניות, הוא אומר, פשוט אין את המורשת הטכנולוגית הזאת

אלא שגם בקטגוריית ה"אחרים" ישנה דומיננטיות סינית חד משמעית.

קובי כליף, המנכ"ל שמוביל את מאמציה של וואווי בישראל (אחרי שמילא תפקיד בכיר בחטיבת המובייל של סמסונג בישראל), סבור שמדובר בהתפתחות היסטורית בלתי נמנעת: "פעם היפנים שלטו בתעשיית האלקטרוניקה והקוריאנים היו מייצרים עבורם. לאחר מכן, הקוריאנים הפכו להיות המובילים, ומה שאנחנו נראה בשנים הקרובות זה את הסינים הופכים להיות הברוטסר - גם במותג וגם באיכות המוצרים. צריך גם לזכור שכאשר יש לך תוכנה כמו אנדרואיד של גוגל, ושמשמשים בה בצורה רחבה, או אין לך הברדל בתחום התוכנה אלא

אייפון 6 של אפל. מה גרם לירידה במכירות?



### מניית אפל



מדי פעם מדברים על המגמה הזו במונחים של קוריוז, אבל דומה שמעטים טרחו להתבונן בה דרך משקפיים היסטוריים. השינוי עדיין נמצא בחיתוליו, אולם אם אכן יושלם, תינטל הבכורה בשוק מהשחקניות המוכרות ותעבור לידיהן של חברות קטנות, שהצרכנים במערב רק מתחילים להכיר בשנתיים האחרונות.

חילופים בדומיננטיות של מדינות ושל חברות הן תופעה מוכרת ומתועדת היטב, אולם דומה שאין תחום שבו הן מתרחשות מהר יותר מאשר בקרב יצרניות הסמארטפונים: הדומיננטיות האמריקאית בתחום האלקטרוניקה החזיקה מעמד במשך עשורים, עד שבשנות ה-80 עברה השליטה לחברות יפניות כמו סוני, שרק בעשור האחרון איבדו את ההובלה לטובת תאגיד הענק של דרום קוריאנה כמו LG. בחטיבות הסלולר היה השינוי זריז בהרבה: עד כה כיכבו בו שתי ענקיות אמריקאיות (מוטורולה ואפל), הבליחה בו לכמה שנים אנומליה משונה בדמות חברה אירופית (נוקיה הפינית), וניתן לומר שהוא דילג כמעט לגמרי על היפנים. נכון לעכשיו, סמסונג הקוריאנית מובילה אותו.

אלא שנתונים של חברות המחקר גארטנר ו-IDC שפורסמו לאחרונה, מראים שעל אף שאפל וסמסונג עדיין מחזיקות יחדיו ביותר ממכמעט 40% מהשוק, שליטתן בו נחלשת לטובת היצרניות הסיניות. ולא רק שחברות סיניות תופסות כעת את שלושת המקומות הנותרים בחמישייה המובילה בעולם,

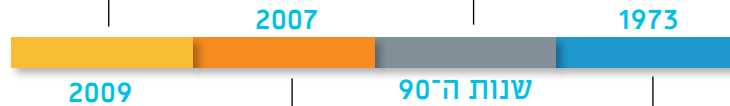




סמסונג משיקה את הגלקסי, מכשיר תואם-אייפון שעובד על בסיס מערכת אנדרואיד של גוגל, ומאז כירסמה בנתחיה של אפל. היום היא בעלת נתח השוק הגדול ביותר



נוקיה הפינית נכנסת לעסקי הטלוקומוניקציה ושולטת ביד רמה בשוק הניידים



האייפון הראשון עורך את הקלפים ולוקח את הבכורה



מוטורולה משיקה טכנולוגיה סלולרית



**"אנשים כבר לא מפקדים לקנות מוצרים סיניים ומי שקנה יגיד לך שהוא מרוצה", מסביר שי מזרחי, מרצה בתחום הסלולר ובלוגר שמסקר את התעשייה כבר שנים ארוכות. "זה עדיין תהליך, אבל אני חושב שנוצר כבר חיבור אצל הלקוח בין המותגים האלה לבין איכות"**

את השאיפות של החברות הללו, אפשר לדברי הופמן לראות גם בדמות הקשר ההולך שהן מטפחות בהדרגה עם עיתונאים במערב: "פעם, אף אחד חוץ מעיתונאים סיניים לא היה מוזמן למסיבות עיתונאים בסין. לפני חודש מיזו הזמינו עיתונאים מהארץ לאירוע שלהם בסין, אבל האירוע היה בסניף עם תרגום סימולטני. וואווי בכלל עושים את מסיבות העיתונאים שלהם באנגלית כבר כמה שנים. אתה צריך לראות פשוט איך השתנו האירועים של וואווי, שהתחלה היו מגיעים אליהם כמה מאות אנשים והם היו באולמות קטנים, ועכשיו עומדים אליהם בתור אלפי אנשים והם נערכים באולמות הכי גדולים והכי יקרים שיש".

**בכל זאת, עוד מוקדם לחגוג**

עכשיו מגיע החלק שבו מצננים את ההגיגה. באותה נשימה שבה שי מזרחי מתלהב מהשחקנים הסיניים החדשים, הוא מדגיש כי אין מה להספיד את מחלקות הפיתוח של אפל, של סמסונג ושל LG: "אי אפשר לקחת מהחברות הללו את מה שיש להן", הוא אומר. "בעיניי, המכשירים הסיניים עדיין לא משמשים אלטרנטיבה ראויה לגמרי, אלא מכוונים לדרג הביניים פלוס. ה-P9 של וואווי שמושק עכשיו הוא טיפה יקר יותר, אבל אם אתה שם אותו מול מכשיר הדרג של סמסונג, הגלקסי S7, תראה שרזולוציית המסך של סמסונג גבוהה יותר, שצפיפות הפיקסלים גבוהה יותר ושה-S7 הוא חסין למים בעוד שהמכשיר של וואווי לא".

הופמן אף פוסק כי "בעתיד הנראה לעין, אני לא רואה מצב שבו אנחנו מסתכלים על השוק המערבי ורואים חברה סינית משובצת בו במקום הראשון או

השני". אולם כשאני שואל אותו מתי כל זה צפוי לקרות, הוא מסביר שבתעשיית הסלולר, המונח "עתיד נראה לעין" קרוב לא פחות מכפי שהוא מעורפל: 24 חודשים לתוך העתיד הוא פרק הזמן המקסימלי שלגביו מוכנים להתנבא אלה שמבינים בתחום, וגם זה בקושי.

**מעבר לכל זה, מזרחי מבקש להזכיר שקצת קשה להתייחס אל המותגים המובילים מסין כאל חברות סיניות של ממש. "וואווי זו חברה של יותר מ-150 אלף איש עם מרכזי פיתוח מפורזים בכל העולם", הוא מסביר. "יכול להיות שהמעצב הראשי שלהם או מהנדס התוכנה שלהם או הסמנכ"ל ייצור הוא בכלל בריטי. החברה אולי סינית, אבל המוח מערבי".**

גם צחי הופמן שם לב לעניין הזה: "לנובו, למשל, לאו דווקא מוזהה כחברה סינית. עכשיו, למשל, הם בכלל קנו את מוטורולה כדי להיכנס לשוק הצפון אמריקאי. מאוד מעניין אותן העולם מחוץ לסין. זאת גם הסיבה שהתמקדות יתר בנתחי שוק עשויה לספק רושם מתעתע: הסינים מאוד גדולים, אבל אתה צריך לזכור שהם גדולים בסין. אם אתה מנטרל את השוק הסיני, או כנראה שוואווי לא תהיה בחמשת הראשונים. זאת גם הסיבה שהיצרניות הסיניות

הגדולות, לנובו ווואווי, מוכנות לשפוך הרבה כסף כדי להיכנס לארצות הברית ולאירופה".

צריך גם לזכור, כמוכן, שחברות כמו אפל, סמסונג ו-LG הן לא בדיוק מהסוג שקופא על שמריו נוכח תחרות. גורם הבקיא מאוד בנעשה בשוק העולמי, ושמכיר מקרוב גם את השוק הישראלי, טוען שאפל וסמסונג ממש עוד לא אמרו את המילה האחרונה. בנקודת הזמן הנוכחית, הוא סבור, יש לשחקניות הגדולות בשוק שני יתרונות משמעותיים מול המתחרות העולות מסין:

ראשית, הוא מצביע על הקשרים הרבים המתקיימים בין מערכות צבא וממשל סיניות לחברי הנהלות החברות הסיניות הגדולות, ורומז לחשד פופולרי שלפיו, כל המכשירים הסיניים כוללים בתוכם "דלת אחורית" (כיניו לפרצת אבטחה המאפשרת גישה למידע חסוי ללא צורך באימות זהות). מי שמאמין בכך (בין השאר, גם הממשל האמריקאי, האוסר על עובדי מדינה להשתמש בטלפונים סיניים), משוכנע שהטכנולוגיה מאפשרת לממשל בבייג'ין לנטר נתוני תקשורת ומיקום של בני אדם בכל רחבי העולם.

שנית, הוא אומר, האיכות של הטלפונים הסיניים פשוט אינה עומדת באותה רמה עם זו של מוצריהן של החברות הוותיקות יותר בתחום. בעוד ששנים של מחקר ופיתוח הביאו את האמריקאים, את הפינים, את היפנים ואת הקוריאנים לייצר מכשירים מהונדסים להפליא ואמינים (יותר ופחות, כמוכן), ליצרניות הסמארטפונים הסיניים פשוט אין את המורשת הטכנולוגית הזאת. "אתה רואה את זה ברמת הפלסטיקה - שזה בכלל חומר שאתה לא רואה יצרניות רציניות שממשיכות להשתמש בו - ואז אתה רואה את זה ברמה של העדשות של המצלמות והחייטות הפנימי והתוכנה שמנהלת את צריכת החשמל בתוך המכשיר", אומר אותו גורם. "זה שהרבה מאוד



**מכשירים של חברות שיאמי (בתמונה הקטנה) ושל מיזו. תמורה מצוינת למחיר**

מהרכיבים הפנימיים זהים ונמצאים בטלפונים מתוצרת חברות שונות, לא אומר שהטלפונים הללו זהים ביכולות שלהם. יש עוד דברים שיוצרים איכות של מוצר מעבר לסוג המעבד שיש בו".

זה יהיה כמוכן מטופש להתנבא מי יוביל את שוק הסלולר הגלובלי בעוד עשור וכיצד בכלל נתקשר אז אחד עם השני, אולם אפשר לומר במידה רבה של ודאות שלסינים יהיה תפקיד משמעותי באותו שוק. ייתכן שגם אז הם יאפשרו למתחרות מארצות הברית, קוריאה ואירופה להוביל את החדשנות בתחום, ואז לחקות אותן בעיליות, אבל יכול גם להיות שחברה סינית שעדיין לא קמה תמציא את הגלגל מחדש. בסופו של דבר, כשמוטורולה הענקית ניסתה בתחילת שנות ה-70 את הטלפון הסלולרי הראשון, איש לא יכול היה להעלות על דעתו שחברה קליפורנית שעדיין לא באה לעולם תשנה את עולמות המחשוב, התקשורת והמוזיקה בצורה כה מרחיקת לכת.

g@globes.co.il

