

Ценовая война, развязанная Lenovo, застала врасплох все другие бренды ПК. Не было никаких предупреждений, и Lenovo просто снизила цены.

Lenovo продавала свои ПК по цене 8 800 юаней. Даже стоимость японских ПК превышала 10 000 юаней.

Эти производители ПК не могли позволить себе убытки, чтобы конкурировать. Если они будут терпеть убытки и монополизировать рынок, китайское правительство наложит на них большой штраф. Кроме того, Lenovo может еще больше снизить цены. Они могут понести убытки и все равно не достичь желаемых результатов.

Хуже всего обстояли дела с ноутбуками. Другие бренды ПК продавали свои ноутбуки по цене более 20 000 юаней. Но Lenovo продавала 14 000 юаней за ноутбук с аналогичными или лучшими характеристиками.

Lenovo использовала 3 точки продаж для этого упражнения. Во-первых, их компьютеры самые дешевые в Китае. Во-вторых, они используют лучшую операционную систему и программное обеспечение. В-третьих, у них самый передовой оптический привод VCD.

Исходя из этих 3 пунктов, ПК Lenovo имели лучшие характеристики, чем ПК других брендов.

Другие бренды также начали думать о том, как конкурировать с Lenovo. Самым простым способом было объединить усилия и заставить Lenovo повысить цены. Таким образом, все они окажутся на одной стартовой линии. Они смогут использовать свои бренды, чтобы вернуть свою долю рынка и прибыль.

После запуска Win 95 от Microsoft продажи ПК во всем мире выросли. Производители ПК вынуждены были признать, что операционная система будет стимулировать их продажи.

Но в Китае производителям ПК было трудно конкурировать, используя операционную систему!

Это было связано с тем, что ПК Lenovo поставляются вместе с операционной системой Microsoft на китайском языке, и она была бесплатной. Кроме того, на их ПК было предустановлено множество программ. Эти производители ПК попробовали их, и все они были хорошо разработаны.

Эти производители ПК не могли понять, почему программное обеспечение также было предоставлено покупателям бесплатно.

Только программное обеспечение, которое поставляется бесплатно, стоит не менее 2 000 юаней, а может даже стоить 3 000 юаней. Значит, затраты Lenovo составили менее 5 000 юаней?

Это невозможно!

У тех производителей ПК были лучшие производственные линии, более высокая эффективность и более низкие затраты на получение комплектующих. Они смогли снизить себестоимость до 5 000 юаней. Масштабы компании Lenovo были не такими большими, как у них, поэтому себестоимость производства должна быть выше. Она должна составлять около 6 000 юаней.

Lenovo все еще должна учитывать расходы на маркетинг, хранение, транспортировку, розничную продажу и т.д. Они продавали свой ПК по цене 8 800 юаней. Сколько прибыли они

получали? Было бы чудом, если бы они не понесли убытки. Сколько денег Lenovo может сжечь, и как долго они смогут продержаться?

Не может быть, чтобы они получали свое программное обеспечение бесплатно. Одно только программное обеспечение Microsoft стоило очень дорого. Microsoft была как кровопийца. Те производители ПК закупили продукцию Microsoft оптом, но она все равно стоила дорого.

Может быть, Lenovo получала это программное обеспечение по низким ценам?

Производители ПК знали, что некоторые программы, установленные на ПК Lenovo, были разработаны ими и могли быть предоставлены бесплатно. Компания Kingsoft также частично принадлежала Lenovo, и Lenovo могла получить эти программы по более низкой цене. Но операционная система и программное обеспечение Microsoft были другими и не должны были стоить дешево.

Производители ПК предложили 2 варианта и провели много дискуссий. Во-первых, детали ПК Lenovo были очень дешевыми. Во-вторых, программы, установленные на их ПК, были очень доступными!

Эти производители ПК немедленно связались с поставщиками оборудования, чтобы узнать расценки Lenovo. Хотя их объемы имели некоторые различия с Lenovo, их цены не должны были сильно отличаться.

В конце концов, производители ПК выяснили, что дело было не в оборудовании. Поставщики оборудования сказали производителям ПК, что их затраты фиксированы, и у них нет возможности снизить отпускную цену до уровня Lenovo.

Таким образом, производители ПК получили ответ.

Проблема заключается в программном обеспечении!

Они проверили цены на программное обеспечение Lenovo и Kingsoft на рынке и выяснили, что установленное программное обеспечение стоит около 1000 юаней. Это было примерно столько же, сколько они предполагали.

Даже если не учитывать стоимость этих программ, Lenovo также должна заплатить Microsoft за операционную систему и программное обеспечение. Операционная система и программное обеспечение Microsoft стоят не менее 200 долларов США.

Если только Microsoft не продавала свои продукты Lenovo намного дешевле. Но..... возможно ли это?

Эти производители ПК работали с Microsoft в течение долгого времени. Их сотрудничество началось еще тогда, когда Microsoft была маленькой компанией. Эти производители начали выпускать ПК намного раньше, чем Lenovo, и имели экономию на масштабе. Их бренды были в несколько раз больше, чем у Lenovo. Если цены на продукцию Microsoft отличались, то именно они должны были получить скидку.

Все производители ПК пришли к одному и тому же выводу, и все они обратились в Microsoft, чтобы убедиться в этом. Они хотели, чтобы Microsoft сказала им, что цены на их продукты такие же, как у Lenovo.

Они связались со штаб-квартирой Microsoft, и в ответ им ответили, что нужно связаться с

главой азиатского рынка г-ном Стивом Балмером.

Производители ПК позвонили секретарю Балмера, и им сообщили, что китайским рынком занимается г-н Фенг. Г-н Балмер предоставил г-ну Фенгу все полномочия для работы на китайском рынке.

Итак, производители ПК позвонили этому директору, г-ну Фенгу.

"Здравствуйте, это офис Microsoft г-на Фенга. Кого вы ищете?" Ральф ответил на звонок.

"Я вице-президент Toshiba, Сабуро Хиратани. Я хотел бы поговорить с господином Фенгом".

"Мне очень жаль. Господин Фенг в отпуске. Если у вас нет ничего срочного, пожалуйста, подождите, пока господин Фенг свяжется с вами после своего возвращения".

А? Господин Фэн в отпуске? Связаться со мной после его возвращения? Неужели Microsoft так работает?

Даже если господин Фенг в отпуске, вы должны сообщить мне, кто будет выполнять его работу, или сообщить, когда он вернется.

"Подождите

. Как мне к вам обращаться?"

"Я Ральф. Помощник мистера Фенга".

"Хорошо, мистер Ральф. Когда закончится отпуск господина Фенга? Или в этот период, когда его не будет рядом, кто будет выполнять его работу?" спросил Сабуро Хиратани.

"Я не уверен, когда господин Фэн вернется. Это зависит от его настроения. Кто будет выполнять его работу? Простите. Никто не берет на себя его работу. Вы ведь Сабуро Хиратани, верно? Пожалуйста, оставьте свой контактный телефон, и если господин Фэн захочет с вами связаться, он вам позвонит".

Сабуро Хиратани был озадачен. Вы - помощник господина Фэнга, и вы не знаете, когда закончится его отпуск? И почему никто не берет на себя его работу? Господин Фэн тоже не был разработчиком, почему никто не может взять на себя его обязанности?

Но у Сабуро Хиратани также не было выбора. Он мог только оставить свой контактный номер Ральфу и попросить Ральфа передать господину Фенгу, что у него есть что-то важное для обсуждения с ним.

Сабуро Хиратани знал, что просить Ральфа бесполезно, и ничего не сказал Ральфу. Но Ральф знал, что происходит. Звонок Сабуро Хиратани был 6-м звонком в офис Фэн Юя. Все звонившие были производителями ПК, и всем им Ральф отвечал одинаково.

Это также было одним из преимуществ положения Фэн Юя в Microsoft.

В этот момент Фэн Юй также не занимался ничем важным. Он находился в зоомагазине, выбирая себе питомца.