

телеком

Назло Apple

атака клонов

Устройства, похожие на нашумевший коммуникатор Apple iPhone, заполнили витрины магазинов задолго до ожидаемого начала официальных продаж iPhone в России. Обозреватель «Ъ-Телекома» **Владимир Иванов** полагает, что дожидаться iPhone не имеет смысла — проще купить более продвинутый в техническом плане клон устройства от Apple.

Apple начинает приобретать репутацию матерого подрывника рынка. Сначала прилавки вздрогнули под тяжестью гения маркетингового дуэта iPod + iTunes. После перехода на процессоры Intel Core взлетели продажи MacBook. Теперь же наблюдается массовая истерия по поводу iPhone, за которым несколько месяцев назад Америка в буквальном смысле вышла на улицы — постоить в ночных очередях. Все это иначе как феноменом не назовешь, ведь ни iPod, ни MacBook, ни iPhone с технической точки зрения ничего радикально революционного собой не представляют. Покупка iPhone в России, на фоне постоянно растущего изобилия клонов, и вовсе выглядит странно. В этой связи «Ъ-Телеком» подготовил обзор пяти коммуникаторов, которые можно отнести к разряду клонов iPhone.

HTC Touch

Apple совершила, как минимум, одну технологическую революцию. Именно от возможности простыми и естественными движениями пальца (а не стилуса) пролистывать страницы, увеличивать фотографии и набирать тексты общественность пришла в неописуемый восторг.

Именно поэтому HTC Touch незадолго до начала продаж окрестили «убийцей Apple». Помимо весьма впечатляющих технических характеристик аппарат оснащен технологией сенсорного управления TouchFLO, предоставляющей пользователю Touch возможности навигации, идентичные iPhone (примечание, в отличие от массы китайских малоизвестных компаний, HTC активно инвестирует в развитие технологий; TouchFLO — их собственная разработка).

Новейшая операционная система Windows Mobile 6, отличная функциональность и компактность делают дитя HTC отличным кандидатом на покупку. Конечно, Touch проигрывает iPhone по объему памяти — 1 Гб против 8 Гб у дитя Apple. Однако эту разницу можно компенсировать установкой флеш-карты памяти формата SD. Единственный недостаток модели — посредственный процессор, не позволяющий WM6 работать со скоростью света — задержки в работе ощущаются.

По данным HTC, за первый квартал продаж HTC удалось реализовать более 800 тыс. своих новых коммуникаторов, что немножко меньше показателя для iPhone. Не последнюю роль в подобном успехе сыграла цена: в магазинах столицы Touch можно найти за 15–16 тыс. руб. По сопоставимой цене iPhone продается только в США. В других странах продается устройства с вольнодумным ПО по цене примерно 25 тыс. руб. Разница весьма существенна, особенно если учитывать тот факт, что официальные поставки iPhone в Россию еще не было и все его пользователи вынуждены тратить деньги на кустарную перепрошивку устройств, снимающую региональные ограничения (возможность работы с локальными сотовыми операторами).

Meizu M8 (miniOne)

Если поставить M8 и iPhone рядом друг с другом, неискушенный пользователь попросту не



HTC Touch



LG U990 Viewty

замечит разницы: корпуса устройств практически идентичны по цвету, размеру, весу и, вероятно, запаху. Однако даже беглого взгляда на таблицу технических характеристик достаточно для того, чтобы заметить определенные фундаментальные отличия. Любопытно, что M8 — тот редкий случай, когда копия существенно лучше оригинала. Помимо 3,3-дюймового дисплея с разрешением 720x480, Bluetooth и Wi-Fi M8 несет на борту встроенный GPS-навигатор, 16 Гб памяти (в топовой комплектации) и процессор Samsung 533 МГц, способный заставить работать любое мобильное приложение на космических скоростях. Однако самое убийственное конкурентное преимущество M8 — цена. Версия на 4 Гб обойдется всего в \$250, 16 Гб — 450. Разумный подход к соотношению «цена-качество».

В большинстве интернет-форумов, объединяющих искушенных поклонников мобильных новинок, Meizu M8 занимает почетный титул «кандидат на покупку номер один». Порой доходит до того, что некоторые владельцы iPhone готовы заменить его на M8,

HTC Touch

Цена: 15 000 руб.
ОС: Windows Mobile 6 Professional
Процессор: Texas Instruments OMAP 850, 201 МГц
Память: 64 RAM/128 Мб ROM + 1 Гб SecureDigital (карта в комплекте поставки)
Экран: TouchFLO 2.8", QVGA TFT LCD, 240x320
Мультимедиа: 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263
Связь: GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2
Габариты: 99,9x58x13,9 мм
Вес: 112 г

Meizu M8 (miniOne)

Цена: 12 500 руб.
ОС: Windows Mobile 6 Professional
Процессор: Samsung 533 МГц
Память: 128 Мб RAM/16 Гб ROM
Экран: 3,3", 720x480
Мультимедиа: 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263
Связь: GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2, GPS-навигатор
Габариты: 115x61x11,6 мм
Вес: 135 г



Meizu M8 (miniOne)

дабы получить вдвое большую память, а главное — GPS-навигатор.

Samsung F700

О своем желании разделить успех iPhone уже заявили многие компании: Asus, Sony-Ericsson, LG, Nokia. Вряд ли останется хоть один производитель смартфонов и коммуникаторов, который к началу 2008 года не обновит линейку моделей с сенсорным управлением. Samsung продемонстрировала свой концепт F700 еще в феврале 2007 года на специализированной выставке в Барселоне. А в ноябре этого года, то есть буквально на днях, аппарат поступил в продажу. Характеристика F700 более чем конкурентоспособна. Трехдюймовый экран, тремегапиксельная камера (в первоначальной версии была установлена пятимегапиксельная камера, но затем Samsung счел это новшество преждевременным), компактный корпус, стильный и дорогой дизайн — словом, ридом с F700 iPhone не выглядит ярым элементом. К тому же нельзя не учесть, что во многих странах мира сети 3G уже стали реальностью. И если iPhone — обычный GSM-телефон, Sam-

Samsung F700

Цена: неизвестна
ОС: Windows Mobile 6 Professional
Процессор: н. д.
Память: н. д.
Экран: 2,8", 440x240
Мультимедиа: 3-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263
Связь: WCDMA, GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, Wi-Fi, Bluetooth 2, HSDPA
Габариты: 104x50x16 мм
Вес: 90 г



Samsung F700



Cect P168

— гаджет завтрашнего дня, позволяющий своему владельцу в полной мере насладиться прелестями высокоскоростного широкополосного доступа в сеть.

LG U990 Viewty

LG в области сенсорных дисплеев экспериментировал давно — телефон с логотипом Prada вышел на рынок существенно раньше iPhone. А буквально на днях должны начаться продажи LG U990 Viewty — следующей ступени эволюции Prada, коммуникатора, конкурирующего с iPhone по всем фронтам. Известно, что U990 — единственный из существующих сегодня клонов, оснащенный пятимегапиксельной камерой с оптикой от Schneider Kreuznach и внутренним стабилизатором. Остальные характеристики также хороши. Гигантского объема встроенной

LG U990 Viewty

Цена: неизвестна
ОС: Windows Mobile 6 Professional
Процессор: н. д.
Память: 170 Мб (расширяется с помощью карт памяти microSD)
Экран: 3,4", 440x240
Мультимедиа: 5-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263
Связь: WCDMA, GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2, HSDPA
Габариты: 103,5x54,4x14,8 мм
Вес: 112 г

памяти, присущего iPhone, у LG нет, однако встроенных 170 Мб для технических нужд вполне хватит, а остальное можно испрошить с помощью карты памяти (microSD). Черный стильный корпус наверняка придется по душе многим поклонникам гламура, так же, как большой трехдюймовый сенсорный экран с разрешением 240x400 точек и поддержка сетей 3G.

Впрочем, если цена на Viewty окажется высокой (будет превышать 16–19 тыс. руб.), вряд ли этот коммуникатор будет пользоваться огромной популярностью в России — в этом ценовом диапазоне есть отличные варианты на Windows Mobile 6, например HTC Touch или M8 (miniOne).

Cect P168

Если HTC, Samsung и Meizu при разработке своих touch-screen коммуникаторов стараются улучшить демонстрируемые iPhone характеристики, китайская Cect идет самым простым путем. Эта фирма известна своей непреодолимой тягой к копированию успешной техники. Например, на сайте компании можно запросить купить не отличимый от оригинала клон Vertu за смешные \$300. Взяв удачный во всех отношениях дизайн, зашив в корпус более или менее актуальную начинку и поставив, соответственно, минимальный ценник в \$130, «разработчики» обеспечили себе огромный рынок сбыта в сегменте low-end. Покупателей хватает, ведь за эти деньги реально получить очень симпатичный аппарат с 2-мегапиксельной камерой, качественными динамиками, слотом расширения microSD, 3-дюймовым дисплеем с разрешением 320x240 и поддержкой Bluetooth. От Wi-Fi при таком бюджете, разумеется, пришлось отказаться.

Cect P168

Цена: 3500 руб.
ОС: Windows Mobile 6 Professional
Процессор: н. д.
Память: карта памяти microSD
Экран: 3", 320x240
Мультимедиа: 2-мегапиксельная камера, MP3, AAC, AAC+, eAAC+, WMA, WAV, OCELP, AMR-NB, AMR-WB, MIDI, MPEG-4, MP4 (MPEG-4 Video), H.264, 3GP, H.263
Связь: GSM 900/1800/1900, EDGE, GPRS, WiFi, Bluetooth 2
Габариты: 117x65x17 мм
Вес: 125 г

iPhone за три цены

«серый» рынок

(Окончание. Начало на стр. 25)

И это не считая телефонов, которые привозятся из США для себя или по заказу друзей, еще около 1 тыс. аппаратов в месяц. «Лично я продаю около 30 аппаратов в месяц, — говорит один из продавцов, Иван, отказавшийся назвать свою фамилию. — Закупочная цена составляет примерно 20 тыс. руб., а розничная — 27 тыс.». В рунете уже появились интернет-магазины, специализирующиеся только на торговле iPhone. Один из них обещает поставки до 100 штук в неделю. Сами продавцы говорят, что почти все ввозимые iPhone в Россию контрабандные. «Мы возим партиями от пяти штук, поэтому обычно ничего не декларируем», — пояснил продавец Антон.

iPhone предлагают и в обычных салонах связи. Так, на сайте сети «Связь-телеком» iPhone продавали за 41,5 тыс. руб. Директор по маркетингу компании Валентина Гурова не смогла рассказать, легально ли ввезены телефоны. «Мы сами ничего не импортируем. Конечно, есть вероятность, что нашего заказчика ввели в заблуждение относительно чистоты телефона и его сертифицированности», — пояснила госпожа Гурова. После звонка информацию о телефоне убрали с сайта.

Впрочем, легально ввезти iPhone в Россию для продажи невозможно: у аппарата нет российского сертификата соответствия. В Apple, однако, не проявляют никакого беспокойства по поводу массовой контрабанды ее продукции в Россию. «В нашей стране всегда было определенное число людей, готовых покупать технические новинки за три цены. Но их не больше 10 тыс. человек», — считает гендиректор Apple IMC (не принадлежит Apple, но продает ее технику в стране на эксклюзивных условиях) Евгений Бутман. Он отметил, что покупатель таких телефонов, по его мнению, должен сталкиваться с проблемами в их работе. «Apple периодически выпускает новые прошивки, без которых невозможно получить доступ к новым сервисам», — объясняет господин Бутман. — Таким образом, покупателем придется постоянно обновлять прошивку и взаимывать ее». Однако президент сети салонов мобильной связи «Связной» Максим Ноготков считает, что в России сейчас «может быть до 300 тыс. потенциальных покупателей iPhone, готовых заплатить за это устройство две цены и более».

Впрочем, некоторые ритейлеры уже используют iPhone в своих рекламных кампаниях. В частности, сеть «Ион» разместила в ноябре рекламу, в которой говорится о ско-

ром появлении iPhone в продаже. Примечательно, что у «Ион» нет договора с Apple о поставках в коммуникатора в Россию.

Продажи iPhone стартовали в США в конце июня этого года. 10 сентября Apple объявила, что компания продала 1 млн устройств. Продажи iPhone в Европе начнутся в ноябре (Apple уже подписала соглашения с британским оператором O2, немецким T-Mobile и французским Orange). Российские же операторы не выражают желания стать поставщиками новинок. В «МегаФоне» и МТС сказали, что не вели переговоров с Apple. В пресс-службе «Вымпелкома» отметили, что подобные переговоры были, но результата нет. «В мире операторы продают iPhone со своей SIM-картой за заниженной цене в обмен на обязательство абонентов пользоваться услугами продавца. В Европе это работает: там абонента, нарушившего условия договора, можно наказать. В России таких рычагов пока нет», — объяснила пресс-секретарь «МегаФона» Марина Белашева.

Розничные сети также не ведут переговоров о поставках iPhone в Россию. «В нашей стране нет музыкального сервиса iTunes, с помощью которого официально активируются устройства iPhone. Поэтому вести переговоры просто не имеет смысла», — рассказал Максим Ноготков. Того же мнения придерживается председатель совета директоров «Евростети» Евгений Чичваркин. Он полагает, что iPhone начнет официально продаваться в России, когда рынок музыки в интернете станет прозрачным. «Когда разберутся с бардаком с музыкой в рунете, придет iTunes, а потом и iPhone», — заключил господин Чичваркин. Господин Ноготков полагает, что iPhone не появится в России еще, как минимум, полгода.

Директор по корпоративным коммуникациям Apple в Европе Алан Хели не стал говорить, когда iPhone появится в России, заметив: «Мы не анонсируем такие события». Старший консультант компании J'son & Partners Ирина Астафьева прогнозирует, что продажи контрабандных iPhone к концу года вырастат вдвое. Президент Российской ассоциации торговых компаний и товаропроизводителей электротехники и компьютерной техники Александр Онищук подтверждает, что с начала этого года объем контрабанды телефонов вырос почти с нуля примерно до 10%. «Конечно, iPhone вносит определенный вклад, но он невелик. Гораздо большее влияние на рынок оказывают крупные поставки телефонов массового спроса через российско-украинскую границу», — отметил господин Онищук.

Александр Малахов

NO COMMENT | THE TIMES

Green groups shine light on safety of Apple iPhone

Зеленые пролили свет на безопасность Apple iPhone

Elizabeth Judge
Элизабет Джадж

Выход Apple iPhone на британский рынок несколько тормозится из-за протеста зеленых, которые хотели бы видеть устройство в своих цветах. Представители Ассоциации защиты природы требуют, чтобы устройства, которые должны были появиться на рынке Великобритании, в эту пятницу, были очищены от токсичных элементов, например бромированных огнестойких добавок, которые «Гринпис» обнаружил в трубах, продаваемых на территории США.

Зейна Аладжи, координатор проводимой «Гринписом» кампании, заявила, что «iPhone — уникальный продукт, в котором Apple, к сожалению, упустила возможность объединить инновации и экологичность». Эта кампания последовала за заявлением Apple и ее британских партнеров O2 и Carphone Warehouse об амбициозных планах продаж iPhone, который является для вендора первым опытом выхода на новый для себя рынок — мобильных телефонов. В частности, Carphone рассчитывает продать 10 тыс. телефонов в день их официального выхода на рынок Британии. O2 со своей стороны заказала «несколько сотен тысяч» трубок для продажи в стране в течение ближайших двух месяцев.

Apple настаивает на том, что iPhone соответствует требованиям директивы ЕС об ограничении использования вредных веществ (RoHS Directive). Производитель утверждает, что уже к концу следующего года перестанет использовать вредные химикаты во всех своих продуктах.

Тем не менее этот телефон, считающийся наиболее ожидаемым устройством года, быстро становится мишенью на многомиллиардном рынке мобильных телефонов в связи со своей якобы выявленной недостаточной экологичностью. Зеленые лобби заявляют, что вообще этот сектор, на который приходится около 5% мирового рынка, является значительным источником загрязнения и компаниям-производителям мобильных телефонов нужно работать над решением проблемы.

«На протяжении всего своего жизненного цикла мобильный телефон является источником массового загрязнения», — утверждает госпожа Аладжи. — Хотя производители делают определенные шаги к тому, чтобы изменить свой бизнес — сегодня уровень их прозрачности, готовности публиковать все данные о материалах намного выше того, который был, например, четыре года назад. Однако этому сектору все еще далеко до того, чтобы стать по-настоящему зеленым».

В отчете этого года «Гринпис» заявляет, что обнаружил свидетельства широко распространенного загрязнения рек и подземных источников различными вредными химикатами в тех странах, где производится электронная техника. Другой повод для беспокойства — это та легкость, в связи с которой на Западе все возрастают темпы замены старых моделей те-

лефонов на новые. При этом лишь малая доля старых телефонов может быть утилизирована. Nokia, крупнейший поставщик мобильных устройств в мире, заявляет, что около 48% старых трубок до сих пор «валяются в ящиках».

Еще одна проблема — в том, чтобы заставить мобильных гигантов отвечать за своих поставщиков. Хотя в производстве телефона могут участвовать пять компаний, отвечать, по мнению зеленых, за конечный продукт должна именно та, чей бренд он носит.

Видя, что дело принимает все более серьезный оборот, сами поставщики мобильных устройств начинают делать шаги в сторону большей экологичности. Их подталкивают и такие директивы, как RoHS и WEEE, устанавливающие правила утилизации электрического и электронного оборудования.

Кроме того, хорошими мотивирующими факторами являются мода на зеленых и лояльность пользователей к тем бизнесам, которые кажутся им экологичными. Nokia утверждает, что почти 80% ее устройств являются утилизируемыми. Кроме того, финский производитель всегда публично оплачивает материалы, используемые в производстве, а за прошлый год ему удалось сократить количество используемой упаковки на 54%, что позволило уменьшить количество перевозчиков на дорогах на 1200 грузовиков.

Vodafone, крупнейший оператор Европы, со своей стороны может похвастаться, что 17% использованной им в прошлом году энергии поступало из возобновляемых источников. Это на 28% выше показателя предыдущего года. Многие крупные операторы Британии сотрудничают сегодня с компаниями наподобие Fonebak, разрабатывающей различные возобновляемые схемы для операторов.

Многие производители признают, что соответствие требованиям «Гринписа» может пойти на благо бизнесу. Маркус Терхо, директор по вопросам экологии Nokia, говорит, что «компания, которая заботится об окружающей среде, становится лучшим работодателем».

Расточительный мир: на Западе телефоны, производимые в расчете на десять лет, обычно выбрасываются после 18 месяцев использования;

в Европе ежегодно выбрасываются 105 млн телефонов. Только в Великобритании каждый год заменяются около 15 млн телефонов;

в Великобритании расположено около 50 тыс. базовых станций;

на долю индустрии мобильных телефонов в Великобритании приходится около 0,7% выделяемого CO₂;

на совести каждого пользователя мобильного телефона примерно 55 кг выбрасываемого в атмосферу CO₂;

две трети энергии, потребляемой мобильным телефоном за время использования, теряется в случае подзарядки с полной батареей.

Перевела Мария Полова

КОНТЕКСТ

Почему iPhone так дорог?

Противники Apple ругают компанию за бесчеловечное ценообразование — мол, продают iPhone существенно выше его рыночной стоимости, пользуясь уникальностью решения на рынке. Данное суждение, если разбираться, в корне ошибочно. Ведь львиную долю расходов по производству нового технологического решения составляли инвестиции в разработку дизайна, эргономики и, разумеется, маркетинговые исследования. Это десятки миллионов долларов, которые компании необходимо компенсировать в ходе продаж нового устройства. Однако, как первенец рынка, App-

le находится в крайне невыгодном положении: на нынешнем уровне технологий конкуренты, у которых отсутствует необходимость в дорогостоящих исследованиях, могут позволить себе оперативный выпуск клонов по более низкой цене, тем самым существенно увеличивая риски Apple. Уже сейчас (и это несмотря на то, что продажи устройства начались в начале лета) существует довольно много дешевых коммуникаторов, выполненных по образу и подобию iPhone. В обозримом будущем ситуация вряд ли изменится: китайские компании буквально заплывали прилавки клонами iPhone в ценовом диапазоне \$150–300.

Кстати, у себя на родине iPhone совсем не так дорог, как ввезенные нелегально в Россию аппараты: в США его можно купить за \$399 — вполне конкурентоспособная цена на фоне 25 тыс. руб. в Москве.

Почему китайцы копируют?

Китайские компании часто упрекают в том, что они без зазрения совести могут взять чужое решение, скопировать его и выпустить под своим брендом. С точки зрения европейца или американца, это пиратство чистой воды. Но только не для китайца. Тут надо сделать поправку на восточный менталитет.

На Востоке в первую очередь ценят эффективность и практичность решения — максимум результата при минимуме вложений. Копирование успешного продукта под своей торговой маркой с этой точки зрения идеальное решение задачи. Это такая же национальная особенность, как, например, пунктуальность немцев или разговорчивость итальянцев. То есть китайцы действительно не имеют злого умысла, они просто делают то, что им кажется само собой разумеющимся. Среднестатистический китаец не понимает, почему плохо копировать чужой дизайн, если его так хорошо покупают.