

*Цао Юйси
магистрант,
кафедра экономической теории и менеджмента
Московский педагогический
государственный университет,
Институт социально-гуманитарного образования,
Россия, Москва*

СТРУКТУРНЫЕ СДВИГИ В ПРОДУКЦИИ БИЗНЕС-СЕКМЕНТОВ КИТАЙСКОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

***Аннотация.** Крупные технологические компании, развивающие собственную экосистему, имеют определенные особенности в формировании корпоративного портфеля. Цель исследования: выявление актуальных структурных сдвигов в бизнес-сегментах компании Huawei. Методы исследования: кейс-стади, библиографический, динамических рядов. Результаты анализа позволили охарактеризовать изменения в структуре корпоративного портфеля и установить характер связей внутри экосистемы компании. Выявлена важная интегрирующая роль операционной системы Huawei – Harmony OS.*

***Ключевые слова:** продуктовая политика, бизнес-сегменты, структурные сдвиги, корпоративный портфель, компания Huawei.*

*Cao Yuxi
master's student,
Department of Economic Theory and Management
Moscow State Pedagogical University,
Institute of Social and Humanitarian Education,
Russia, Moscow*

STRUCTURAL SHIFTS IN THE PRODUCTS OF BUSINESS SEGMENTS A CHINESE TECHNOLOGY COMPANY

***Abstract.** Large technology companies developing their own ecosystems have specific characteristics when it comes to building their corporate portfolios. The objective of this study was to identify current structural shifts in Huawei's business segments. Research methods included case studies, bibliographic analysis, and time series. The analysis allowed us to characterize changes in the corporate portfolio structure and identify the nature of the connections within the company's ecosystem. The important integrative role of Huawei's operating system, HarmonyOS, was revealed.*

***Keywords:** product policy, business segments, structural shifts, corporate portfolio, Huawei.*

Технологические инновации оказывают существенное влияние на развитие множества компаний. Крупные холдинги, развивающие собственную экосистему, находятся в особом положении – их бизнес-сегменты тесно связаны.

Отдельные авторы рассматривают развитие бизнес-сегментов коммерческих организаций с позиций их динамики, особенностей жизненного цикла. Так, В.В. Бурцев исследовал бизнес-сегменты коммерческой организации с позиций формирования добавленной стоимости, глубоко изучил «проблематику цикличности развития бизнес-сегментов» [1].

Л.М. Куприянова исследует методические подходы к оценке «операционных и географических сегментов». Автор рекомендует выделять «функциональные сферы сегментов бизнеса, оценивать состояние

внутренней и внешней среды, оценивать показатели деятельности по конкретным сегментам бизнеса для принятия стратегических управленческих решений» [3].

Г.В. Бушмелева, О.В. Солодянкина, А.А. Батов успешно разрабатывают «управленческий инструментарий оценки эффективности результативности бизнес-сегмента» [2].

С.Ю. Курзин исследует проблемы управления маркетингом бизнес-сегмента в условиях цифровой экономики; вопросы формирования и реализации маркетинговой стратегии бизнес-сегментов [4].

В данной статье нами предпринята попытка анализа динамики структуры бизнес-сегментов китайской технологической компании Huawei.

В 2025 году темп прироста совокупной выручки Huawei замедлился до 2,2 процента за год (в 2024 г. прирост составлял 22,4%, год к году).

Пять основных бизнес-сегментов компании развивались с разной скоростью (табл. 1).

Таблица 1 – Доля основных бизнес-сегментов Huawei в формировании выручки компании в 2024-25 гг. (суммы в млрд юаней)

Бизнес-сегменты компании	2024 г.		2025 г.		2025/2024
	млрд юаней	Уд.вес	млрд юаней	Уд.вес	
ИКТ-инфраструктура	365,424	42,4	375,014	42,6	1,026
Потребительский бизнес	339,006	39,3	344,473	39,1	1,016
Облачные технологии	33,325	3,9	32,161	3,7	0,965
Цифровая энергетика	68,607	8,0	77,312	8,8	1,127
Интеллектуальные автомобильные решения	26,158	3,0	45,018	5,1	1,721
Другие	29,552	3,4	6,963	0,8	0,236
Всего	862,072	100	880,941	100	1,022

(Источник: рассчитано автором по [5].)

Нами выявлена закономерность: наиболее масштабные бизнес-сегменты растут медленнее, чем небольшие – сказывается «эффект высокой базы».

Самый масштабный бизнес-сегмент Huawei – продукты ИКТ инфраструктуры – занимает почти 43 процента всех продаж. Темп прироста в 2025 г. был невысоким – плюс 2,6%.

На втором по значимости месте находятся продукты бизнес-сегмента «потребительский бизнес» – 39,1 процентов совокупной выручки компании (годовой прирост низкий – 1,6%).

Два этих сегмента формируют более 81 процента совокупной выручки компании. Удельный вес всех остальных бизнес-сегментов составляет около 19%. Среди них (по убыванию): цифровая энергетика (8,8%); интеллектуальные автомобильные решения (5,1%); облачные технологии (3,7%).

Совокупная выручка компании за 2025 год возросла на 2,2%, в то же время реализация продуктов бизнес-сегмента «интеллектуальные автомобильные решения» увеличилась на 72 процента, а «цифровой энергетике» – на 12,7%.

Продажи продуктов в сегменте «облачные технологии» за 2025 г. снизились на 3,5% (год к году). Здесь следует учитывать всю экосистему Huawei – операционная система и облачные технологии обеспечивают прирост продаж в других бизнес-сегментах, формируя синергетический эффект.

Важную интегрирующую роль играют облачные сервисы. Huawei Cloud предоставляет более двухсот сервисов, таких как Elastic Cloud Server (ECS), решения на основе искусственного интеллекта, большие данные, контейнеры, отраслевые «стеки» для цифровой трансформации. Он интегрируется с другими сегментами, в том числе – для гибридных облачных и периферийных вычислений.

Операционная система HarmonyOS NEXT, запущенная осенью 2024 года, полностью развернутая на новых устройствах с 2025 года, обособила экосистему Huawei от Android, используя микроядро Hongmeng и поддерживая только «нативные» приложения через Ark Compiler. Этот сдвиг ускорил развитие экосистемы, достигнув более 350 тысяч приложений (к началу 2026 года), и обеспечив работу почти миллиарда устройств в модели «1+8+N» (1 телефон + 8 периферийных устройств + неограниченное количество IoT – Интернет вещей)).

Все новые устройства Huawei с 2025 года — смартфоны (серии Mate 70/X6), планшеты (MatePad Pro), складные устройства (Pocket 2), носимые устройства и ПК — работают под управлением Harmony OS NEXT. Поставки персональных компьютеров на Harmony OS выросли в десять раз, вопреки сокращению мирового рынка ПК.

Выводы. Установлено: бизнес-сегменты Huawei тесно связаны, операционная система и облачные технологии обеспечивают прирост продаж в других бизнес-сегментах компании, формируя синергетический эффект. Выявлена закономерность: наиболее масштабные бизнес-сегменты растут медленнее, чем небольшие – сказывается «эффект высокой базы».

Использованные источники

1. Бурцев, В. В. Бизнес-сегменты корпорации: отчетность, оценка жизненного цикла, прогнозирование финансового успеха / В. В. Бурцев // Управление корпоративными финансами. – 2004. – № 6. – С. 13-21.

2. Бушмелева, Г. В. Инструментарий управления бизнес-сегментом / Г. В. Бушмелева, О. В. Солодянкина, А. А. Батов // Актуальные вопросы менеджмента современной организации - 2015 : сборник материалов Международной студенческой научно-практической конференции: электронное научное издание, Ижевск, 04 марта 2015 года. – Ижевск: ИННОВА, 2015. – С. 80-87.
3. Куприянова, Л. М. Анализ и Управление рисками бизнес-сегмента / Л. М. Куприянова // Экономика. Бизнес. Банки. – 2024. – № 3(73). – С. 35-41.
4. Курзин, С. Ю. Актуальные проблемы управления маркетингом бизнес-сегмента в цифровой экономике / С. Ю. Курзин // Бизнес, общество и молодежь: идеи преобразований : Материалы VI Всероссийской студенческой научной конференции, Саратов, 31 октября 2017 года / Ответственный редактор: Кузнецова И.В.. – Саратов: Общество с ограниченной ответственностью "Амирит", 2017. – С. 176-178.
5. Официальный сайт Huawei [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.huawei.com/en/bond-investor-relations/financial-highlights> (дата обращения: 03.04.2026)