

SOFTBANK "BỎ NGỎ" KHẢ NĂNG CUNG CẤP IPHONE TẠI NHẬT

Ông Ma

Ông Masayoshi Son, CEO của Softbank Corp. (Nhật Bản) vừa đưa ra kế hoạch công bố những mẫu ĐTDD mới nhất trong tháng này, nhằm thách thức lại TV kỹ thuật số và các loại ĐTDD siêu mỏng từ những đối thủ lớn. Tuy nhiên khả năng phân phối iPhone cho Apple vẫn được Softbank bỏ ngỏ.

Softbank đã bỏ ra 2 nghìn tỉ yen (16,6 tỷ USD) với việc mua lại Vodafone Group Plc của Anh hồi năm ngoái, nhằm chuyển sang lĩnh vực kinh doanh ĐTDD và hiện là mạng nhỏ nhất trong 3 hãng di động tại Nhật Bản.

Phát biểu trước báo giới tại Tokyo sau cuộc hội thảo, ông Son từ chối bình luận về khả năng Softbank sẽ làm nhà phân phối ĐTDD iPhone của Apple tại Nhật.

Tuần trước, cổ phiếu của Softbank tăng đột biến, khi có dự đoán hãng sẽ trở thành đối tác phân phối cho iPhone. Mặc dù vậy, Son - tỉ phú sáng lập ra Softbank, từ chối cung cấp chi tiết về khả năng tung ra iPhone, cho biết chuẩn không dây của Nhật Bản khác hoàn toàn với hệ thống viễn thông tại Mỹ của iPhone do AT&T Cingular Wireless tại Mỹ sản xuất.

Một mẫu ĐTDD mới được Softbank giới thiệu tháng 8/2006. Ảnh: Reuters.

Theo nguồn tin từ công ty cho biết đầu tuần này, Son - người từng được cho là có quan hệ thân thiết với Apple CEO Steve Jobs, đã tham gia triển lãm Macworld được tổ chức tại San Francisco tuần trước, nơi hãng Quả táo giới thiệu iPhone.

Các nhà phân tích đánh giá iPhones có thể là bước kế tiếp của Softbank, sau khi hãng công nghệ của nhật này đã bán ra một số model ĐTDD đi kèm với các sản phẩm máy nghe nhạc iPod nano và iPod shuffle của Apple.

Tuy nhiên, bất chấp những sự quảng cáo thổi phồng, một số nhà nhận định trong lĩnh vực công nghệ cho rằng iPhones sẽ chỉ có ảnh hưởng không đáng kể tại Nhật Bản, nơi ĐTDD nghe nhạc đã trở nên rất phổ biến. Rất nhiều mẫu ĐTDD tại đất nước mặt trời mọc có kết nối Internet tốc độ cao, cho phép download trực tiếp toàn bộ các ca khúc trong vài phút.

Softbank có kế hoạch công bố ĐTDD mới vào 25/1 tới, 1 tuần sau khi NTT DoCoMo và KDDI công bố dòng sản phẩm mới nhất của họ để tiêu thụ vào mùa xuân, với đỉnh điểm là tháng 3, tháng kết thúc năm học và năm tài chính tại Nhật Bản.

"Chúng tôi chuẩn bị rất nhiều mẫu điện thoại có nhiều tính năng hấp dẫn" Son cho biết. Softbank sẽ phải đối chọi với những mẫu điện thoại mới của các đối thủ được công bố hôm thứ 3, bao gồm những chiếc ĐTDD có kết nối Internet tốc độ cao mỏng nhất, một chiếc điện thoại có màn hình cảm biến của DoCoMo và hàng loạt sản phẩm TV kỹ thuật số của KDDI.

Một CEO năng động

Cho đến thời điểm này, Masayoshi Son là một trong những CEO năng động nhất trong lịch sử Internet của Nhật Bản.

Son, người mang nguồn gốc Hàn Quốc và được học tại Mỹ, đã tiến hành một chiến dịch lạng lẹ nhằm mua lại các hoạt động Internet "hot" nhất của Mỹ ở mức nhiều nhất có thể.

Son rõ ràng rất thoải mái với những con số, một sự chứng thực về nền tảng kinh tế của mình, đã từng đưa ra tuyên bố công ty đã sở hữu tới 25% doanh thu Internet của Nhật.

Softbank được thành lập năm 1981 khi Masayoshi Son tốt nghiệp Đại học California chuyên ngành kinh tế. Công việc kinh doanh đầu tiên của ông là bán phần mềm dịch thuật trên máy vi tính cho Sharp Electronics của Nhật Bản.

Số tiền thu được từ thương vụ này được giành để thành lập nên Softbank, công ty ban đầu là nhà phân phối phần mềm cho khách hàng trong lĩnh vực tài chính và công nghệ trên khắp Nhật Bản. Softbank thậm chí còn chuyển sang dịch vụ tài chính, game và tạp chí.

Khi Softbank tiếp tục tăng trưởng, Son đã có thể thu về một lượng vốn lớn và sau đó bắt đầu chiến dịch mua các công ty Internet của Mỹ, trong đó có vụ mua cổng Internet của Yahoo! năm 1996.

Khi Son tới Silicon Valley, California, Softbank đã làm choáng váng ngành công nghệ thông tin Mỹ khi đầu tư tới 100.000.000 USD vào Yahoo!, hãng lúc đó mới chỉ có 17 nhân công. Ba năm sau, 100.000.000 USD đầu tư này đã mang lại ít nhất 14 tỉ USD tính đến tháng 4/1999.

