

تتمتع بمميزات مبهرة تضعها على عرش القمة

سماعات هواوي «FreeBuds 4i»..

خارج إطار المنافسة



سماعات 4i Huawei FreeBuds

كتب : محيي قطب

على الرغم من الظروف الصعبة التي مر بها العالم أجمع خلال الفترة الأخيرة وتضرر الاقتصاد العالمي بشكل كبير بسبب جائحة كورونا وتأثيرها القوي على الجميع من كيانات اقتصادية عملاقة وشركات عظمى وأنظمة دولية، كانت شركة "هواوي" تسبب ضد التيار وتسلك شتى الطرق التي تساعدها على تقديم كل ما هو جديد في عالم التكنولوجيا، وتطور كل أجهزتها ومنتجاتها بما يخدم العملاء بشكل أفضل وأكثر مرونة وفعالية.

وهما هي "هواوي" تطلق سماعتها الجديدة اللاسلكية HUAWEI FreeBuds 4i - لتؤكد على ريادتها في عالم الهواتف الذكية وملحقاتها، فعلى الرغم من السوق التنافسي الشرس ووجود علامات تجارية قوية عالمياً في هذا المجال مثل "آبل" و "سامسونج" إلا أن "هواوي" استطاعت عن جدارة واستحقاق أن تعطي عرش تلك الصناعة عالمياً وأصبحت رائدة في ميدان الكل من خلفها، يسعي بكل قوته للاحقتها، ولم يأت هذا التميز من فراغ بل كان ثمرة مجهود شاق واهتمام كبير بالجانب التقني والتكنولوجي وانساق الملايين بل والمليارات من الدولارات على الأبحاث التكنولوجية المختلفة والمتطورة وبراءات الاختراع الكثيرة في المجال التقني، كل هذا وأكثر جعل من "هواوي" كيان عملاق يزرع الثقة في قلوب العملاء، وجعل منها الخيار الأول عند التعامل والشراء.

وبالعودة للمنتج القوي والمميز الجديد لشركة هواوي، وهو سماعة HUAWEI FreeBuds 4i اللاسلكية الرائعة، تلك السماعة التي إذا وضعت في مقارنة مع منتجات الشركات الأخرى مثل "آبل" و "سامسونج"، ستصوب المقارنة في صالحها بكل تأكيد نظراً

للمميزات الكبيرة والمختلفة التي تمنحها تفوقاً أكبر في الأداء وجودة أعلى في الاستخدام، وبالحديث عن تلك المميزات نذكر التالي:-

محرك ديناميكي قوي لصوت أعلى وانقي لما كان الدوري الأساسي والرئيسي للسماعات عموماً هو توصيل الصوت بشكل واضح وعال ونقي، كان الاهتمام والتركيز في البداية لدى هواوي هو الوصول إلى أعلى درجة من كفاءة توصيل الصوت، لذلك زودت الشركة سماعات HUAWEI FreeBuds 4i بمحرك ديناميكي كبير بحجم 10 مم لجودة صوتها. يتيح ذلك نطاقاً أوسع من وضوح الصوت وجهيراً أقوى، والذي يكمله تصميم الغرفة الخلفية لتحقيق الانساق في المؤثرات الصوتية وراحة الاستماع بشكل عام، كما قدمت هواوي أيضاً ضبطاً خاصاً لسماعات HUAWEI FreeBuds 4i الذي يعمل على تحسين جودة موسيقى البوب مع الأخذ في الاعتبار الآلات والإيقاع والغناء للحصول على تفاصيل دقيقة.

في المقابل نجد شركة سامسونج قد اعتمدت في تصميم سماعتها Buds + و Galaxy مع Buds على برامج تشغيل أصغر حجماً

في عرضها بحجم 9 ملم، بما يؤثر بكل تأكيد على نقاء الصوت ووضوحه مقارنة بسماعات HUAWEI FreeBuds 4i. البطارية وسرعة الشحن

بالطبع يعتبر عمر بطارية السماعة واحدة من أبرز المشاكل التي تواجه جميع العملاء عند الاستخدام، فالجميع يحتاج أن تعمل سماعته اللاسلكية طوال اليوم. بالإضافة إلى ذلك، لا يبريد إضاءة الوقت في إعادة شحنها بين الحين والآخر، لذلك نجد سماعات HUAWEI FreeBuds 4i تدعم الشحن السريع لمعالجة أي مخاوف بشأن البطارية المنخفضة، ويمكن أن توفر لك 10 ساعات من التشغيل الموسيقي المستمر أو 6.5 ساعة من المكالمات الصوتية بشحنة كاملة. وجنباً إلى جنب مع عليه الشحن، يمكن أن تمتد ما يصل إلى 22 ساعة من تشغيل الموسيقى أو 14 ساعة من المكالمات الصوتية. علاوة على ذلك، يمكن أن توفر سماعات HUAWEI FreeBuds 4i 4 ساعات من تشغيل الصوت بشحن سريع لمدة 10 دقائق فقط في استراحة القهوة. كل تلك الإمكانيات اللامحدودة والقدرات الكبيرة بفضل الشحن

بسهولة بين إلغاء الضوضاء النشطة ووضع الوعي - Awareness Mode، الذي يتم تنشيطه بسهولة بضغطة طويلة على جرز السماعة، مما يسمح بسماع الصوت المحيط من حولهم ويسمح بإجراء محادثات أسهل.

في المقابل نجد أن سماعات Samsung Galaxy Buds+ و Buds لا تحتوي على خاصية إلغاء الضوضاء النشطة، وإنما احتفظت بها "سامسونج" لسماعاتها من الفئة الرائدة Pro فقط.

وكذلك نجد أن سماعات AirPods 2 من Apple لا تدعم هي الأخرى خاصية إلغاء الضوضاء النشطة. ألوان مختلفة ووزن خفيف

تأتي سماعات HUAWEI FreeBuds 4i بثلاثة ألوان رائحة "Carbon White"، "Black"، و "Red"، ولا تأتي هذه السماعات بالوان رائعة فحسب، بل إنها أيضاً خفيفة الوزن تناسب قنطرة الأذن وتجعلها مريحة للارتداء طوال اليوم.

لذلك، إذا كنت تبحث عن شراء زوج من سماعات الأذن اللاسلكية الجديدة، فانت بحاجة إلى التفكير في جودة الصوت وعمر البطارية وسرعات الشحن والألوان المميزة والوزن الخفيف والمريح للارتداء والأهم من ذلك خاصية إلغاء الضوضاء النشطة، وكل تلك الأشياء تتفوق فيها سماعات HUAWEI FreeBuds 4i عن غيرها من منتجات الشركات المنافسة المتاحة في السوق.

وبعد هذا الطرح المسبق والمعلومات التفصيلية والمقارنة التوضيحية بين سماعات HUAWEI FreeBuds 4i وسماعات الشركات الأخرى المنافسة، لا يوجد مجال للشك أن هواوي قد تفوقت على نفسها كعادتها وجاءت بمنتج جديد مهمل لا يقارن بعزّز الثقة الطويلة والمستمرة بين الشركة وبين عملائها في شتى بقاع العالم.

«التجاري» ي دشّن توزيع وجبات الإفطار خلال شهر رمضان الكريم



جانب من توزيع الوجبات

استكمالاً لحملة «هون عليهم»، وبيت أمانى الورع أن هذه الحملة -التي تعكس جهود البنك في مجال المسؤولية الاجتماعية وتؤكد الجانب الإنساني والخيري الذي يتجلى في شهر رمضان - مستمرة حتى نهاية الشهر الفضيل بهدف تقديم يد العون والمساعدة لهذه الفئة الجديرة بكل اهتمام ورعاية، شديدة في الوقت نفسه بجهود الموظفين المتطوعين في هذه الحملة.

كورونا ، علماً بأنه قد تمت مراعاة جميع الاشتراطات الصحية عند عملية التوزيع. وفي هذا السياق، أوضحت نائب المدير العام، قطاع التواصل المؤسسي أمانى الورع، أن البنك التجاري قد أخذ زمام المبادرة بإطلاق هذه الحملة لشهر رمضان هذا العام، والتي خصصت لعمال البناء والنظافة والمواطنين في الشوارع، منوهة بأن فكرة توزيع وجبات الإفطار جاءت

ضمن برنامجهم الرمضاني لهذا العام، قام البنك التجاري بإطلاق حملة توزيع وجبات الإفطار على الصائمين من عمال البناء والتشييد المتواجدين في مناطق عملهم، وذلك بهدف التواصل مع هذه الفئة بمختلف المناسبات، ومنها شهر رمضان الفضيل، للتحفيز من معاناتهم وإدخال الفرحة والسرور إلى قلوبهم في ظل هذه الظروف الاستثنائية الناتجة عن تفشي وباء

الفائض التجاري للكويت مع اليابان يتراجع 45 في المئة خلال مارس

اليابان انخفضت بنسبة 14.7 في المئة فيما ارتفعت واردات المنطقة من اليابان بنسبة 0.6 في المئة بسبب الطلب على الآلات الكهربائية والسلع المصنعة والآلات. وذكرت الوزارة أن ثالث أكبر اقتصاد في العالم سجل في الشهر الماضي فائضاً عالمياً للمرة الثانية على التوالي بقيمة 663.7 مليار ين ياباني (6.1 مليار دولار أمريكي). ووفقاً للتقرير نمت الصادرات اليابانية بنسبة 16.1 في المئة عن العام السابق وهي أكبر زيادة منذ شهر نوفمبر عام 2017 مدعومة بانعاش الاقتصاد العالمي فيما ارتفعت واردات اليابان أيضاً بنسبة 5.7 في المئة. وأشار التقرير إلى أن الصين ظلت أكبر شريك تجاري لليابان لديها الولايات المتحدة.

ياباني (466 مليون دولار أمريكي) فيما ارتفعت الصادرات من اليابان للمرة الأولى منذ 11 شهراً بنسبة 37.0 في المئة لتصل إلى 25.1 مليار ين ياباني (231 مليون دولار أمريكي). وأشارت الوزارة إلى أن فائض الشرق الأوسط التجاري مع اليابان انخفض في الشهر الماضي بنسبة 18.1 في المئة ليصل إلى 381.2 مليار ين ياباني (5.3 مليار دولار أمريكي) مع تقلص الصادرات المتجهة إلى اليابان من المنطقة بنسبة 11.8 في المئة مقارنة بالعام السابق. وأوضح أن النفط الخام والمنتجات المكررة والغاز الطبيعي المسال والموارد الطبيعية الأخرى والتي تمثل نسبة 93.2 في المئة من إجمالي صادرات المنطقة إلى

أظهرت بيانات حكومية يابانية أسس الأثنين أن الفائض التجاري للكويت مع اليابان تراجع للمرة الـ 12 على التوالي في شهر مارس الماضي بنسبة 45.7 في المئة مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي ليصل إلى 25.1 مليار ين ياباني (235 مليون دولار أمريكي) وذلك بسبب تباطؤ الصادرات.

وقالت وزارة المالية اليابانية في تقرير أولي أنه رغم هذا التراجع فإن فائض الكويت التجاري مع اليابان ظل إيجابياً 13 عاماً وشهرين إذ لا تزال الصادرات تعوض قيمة الواردات. وأضافت أن إجمالي الصادرات الكويتية إلى اليابان انخفض في الشهر الماضي بنسبة 22.5 في المئة على أساس سنوي ليصل إلى 50.6 مليار ين

الشركة تطلق إستراتيجية 2025 طويلة المدى

"أغذية" تستهدف توفير 200 مليون درهم بتحفيز التفاعل المتناغم بين الأنشطة

تطويرها، والعمل على زيادة كفاءة الموردين والمواصفات، عن طريق تطبيق آليات عمل أبسط وأسرع. القدرات ستواصل المجموعة تطوير أصولها البشرية واستقطاب المواهب، مع الاهتمام الواضح بالخبرات اللازمة لإدارة الفئات، لضمان الوصول إلى التناغم التام لقراراتها مع المتطلبات المتوقعة لنموها المتواصل.

وقال سميث: "يشمل تركيزنا الرئيسي للسنوات الخمس المقبلة على رقمنة أنظمة إدارة الأداء، وتطبيق مبادرات التغيير في جميع المجالات، مع الاهتمام المتواصل بالمسائل المتعلقة بالاستدامة والابتكار".

وستواصل المجموعة الارتقاء بكفاءة عملياتها، وتحسين محفظة منتجاتها، والحفاظ على العمل وفق إطار قائم على اعتماد أفضل ركائز أجندة مسؤولياتها البيئية والاجتماعية والحوكمة الرشيدة، لتعزيز تجربة المستهلك، وتحقيق العوائد للمساهمين، بما يتوافق مع أرقى المعايير العالمية.



خليفة سلطان السويدي

عليها. فضلاً عن شراكاتها الاستراتيجية في مجال التوزيع والتسويق، ستحرص المجموعة على تعزيز تميز عملياتها التجارية ورأس مالها العامل، مع التركيز على تحسين أدائها التشغيلي، وتطوير نظم 200 مليون درهم من خلال تحفيز التفاعل المتناغم بين الأنشطة، وتبسيط أعمال شراكاتها الحالية والمستحوذ

التكاليف والإيرادات عند قياماً بدمج هذه الأعمال، عن طريق الاستفادة من فرص البيع المتاحة، وتعزيز محفظة العلامات التجارية الإقليمية للمجموعة". الكفاءة تتطلع المجموعة إلى توفير 200 مليون درهم من خلال تحفيز التفاعل المتناغم بين الأنشطة، وتبسيط أعمال شراكاتها الحالية والمستحوذ

فئات تحقق هوامش ربحية أعلى ضمن مزيج المحفظة. وانطلقت أغذية بتطبيق استراتيجية النمو غير العضوي عن طريق استحواذها على شركات تمتلك علامات تجارية استهلاكية بارزة، رائدة في فئاتها على مستوى السوق. ووضح سميث: "ستؤدي الاستراتيجية إلى حالة من التفاعل الإيجابي بين



ألان سميث

هذه السياسات أيضاً على المدى الطويل". النمو المهم، والتوسع عبر الفئات القيّمة، وزيادة هوامش الربحية بحلول العام 2025 بتعزيز قاعدتها الأساسية، بما في ذلك إعادة تنشيط فئة المياه، وتوفير المزيد من الحماية لفتنّي الدقيق والأعلاف، والتحول نحو

"جاءت استراتيجيةنا نتاج آلية تقييم عميقة لأعمالنا، وهي رؤية واضحة للمكانة التي نتطلع إلى بلوغها، والوجهة التي سنسلكها. وسنواصل العمل بطريقة أكثر سلاسة، مع التركيز على حماية أعمالنا الأساسية، وضمان تقدمنا. وسنستفيد من التكامل الفعال لأعمال الجديدة والقرارات التي نتخذها، وسنجنّي حصاد

أغذية: "نتوقع من هذه الاستراتيجية أن تكشف عن الإمكانيات الكاملة لقدراتنا الاستثنائية التي عمدنا إلى تطويرها منذ انطلاقتنا، كما ستسهل في خلق المزيد من الفرص لموظفينا، وستكون بمثابة محفز لنا لإرساء معايير جديدة في قطاع الأغذية والمشروبات". وأضاف آلان سميث، الرئيس التنفيذي لمجموعة أغذية:

كشفت مجموعة أغذية (ش. م. ع.) عن إستراتيجيتها طويلة المدى. وتستند هذه الخطة إلى ثلاث ركائز استراتيجية، وهي: النمو والكفاءة وجدارة الإمكانيات في حين أخذت بالحسبان عند تصميمها عدداً من الأهداف، ومنها توسعة نطاق ريادتها في السوق، وتحقيق قيمة كبيرة لجميع الأطراف ذات الصلة، ومواصلة دفع نمو الربحية، عبر نهج يتخذ من المستهلك محوراً أساسياً له. وتعمل "أغذية" من مقرها الرئيسي بأبوظبي في مجالات تصنيع مجموعة واسعة من منتجات الأطعمة والمشروبات وتوزيعها وتسويقها، حيث يندرج تحت مظلتها عدد من العلامات التجارية الشهيرة، ومنها العين (المياه) والفوعة (التصوير) ومخبز وحلويات الفيصل (المخبوزات) والمطاحن الكبرى (الدقيق)، فضلاً عن الكثير من العلامات الأخرى. وعلّقياً على الخطة الاستراتيجية الجديدة، قال خليفة سلطان السويدي، رئيس مجلس إدارة مجموعة