

苹果在华“被饥饿”营销

iPhone6入华时间成谜,中国三大运营商宣传费“打水漂”,苹果面临错失秋季换机潮难题

尽管iPhone6首日预订开门红,刷新历史记录,但苹果公司仍有“不顺心”的事——iPhone6无法在中国大陆市场“按时”发售。

这一次,让苹果感到尴尬的是,擅长饥饿营销的苹果,这一次在中国“被饥饿”营销。更尴尬的是,这次中国的果粉要“饥饿”多久,很可能已经不是苹果说了算。在万众瞩目的iPhone6发布会前,苹果曾知会中国三大运营商进行新品首发广告宣传,然而中国大陆市场却不在iPhone6的前两批上市名单中。有消息称,iPhone6可能年内都无望在中国上市。一贯要掌控一切的苹果公司,这次在中国市场失控了。



北京时间9月10日凌晨,苹果发布iPhone6/6Plus,而中国市场不在首发名单中。

影响

秋季换机潮不等人

买个“苹果牌 Note”,不如去买个三星 Note 或者华为 Mate7?

苹果在中国“失控”,影响巨大。

现在,苹果需要担心的是,如果iPhone6在新年前仍无法入华,苹果可能会错过中国市场的秋季换机高潮。进入9月以来,三星、华为、HTC等厂商均发布了大屏旗舰机,此外,几乎所有品牌手机厂商在近期推出了秋季新品,且性价比诱人。

有评论认为,iPhone6推迟上市可能会引发另类的饥饿营销,但也有可能让一些本来头脑发热的人冷静下来。

由于iPhone6入华的具体时间无人知晓,同时iPhone6除了屏幕上的增大之外,创新寥寥,消费者在等待中可能会有更多的想法出现——买个“苹果牌 Note”,不如去买个三星 Note 或者华为 Mate7? 三星、华为等厂商将由此受益。

有运营商人士对记者表示,苹果在中国的光环已经减弱,可替代产品太多,比如小米、华为、中兴等,从国内智能手机市场份额的变化就能看到,国产手机正在崛起,和苹果三星差距不断缩小。该人士认为,如果iPhone6入华受阻,那么国产手机厂商将获益。

对运营商来讲,“被摆一道”的后果是前期的巨额宣传费用打了水漂,给黄牛、水货经销商以及香港等地区销售渠道做了嫁衣。据报道,目前iPhone6水货已经炒到2万元以上。

同时,更让运营商难受的是,这样的事件发生在国资委要求运营商捂紧口袋降低营销费用的大背景下。

国资委之所以有此要求,正是因为三大运营商在苹果iPhone为代表的手机设备的补贴和营销上支出过多。以苹果为例,每家运营商不仅需要为iPhone支出数亿元广告费,补贴最凶猛的时候,每卖出一部iPhone就得补贴上千元。

在所有的利益相关方里,最受影响的是中国移动。

急于抢跑4G的中国移动最希望iPhone6早日入华,在其他两家竞争对手4G网络没有全国放开的前提下,借助iPhone6拉拢、稳定用户。在8月中移动的半年报解读会上,奚国华表示,“我们必须位于首批销售新iPhone的运营商阵营中。”

有业内人士调侃说,苹果和移动这两个两情相悦的小情侣现在遇到的危机,正是由偏爱大儿子的婆婆出于好心办的坏事。

(据新京报)

失控 事件脱离苹果掌控

“自黑”不是苹果的风格,这次iPhone6的“无法入华”,显然是苹果意料之外的。

苹果身上有很多标签。“创新”、“傲慢”等等,但所有和苹果公司在商业领域有交集的人都会告诉你的是,苹果习惯“掌控一切”。

比如产品的价格。其他手机公司,哪怕是目前市场份额第一的三星,对手机出货量最大的运营商或大销售代理,都要给三分颜面,在价格上会协商让步,但苹果不会。运营商人士和手机渠道人士都曾对记者表示,苹果会“知会”他们合作价格,这个价格没有任何回旋余地。从2009年iPhone3G正式进入中国算起,iPhone入华已有5年。在这5年

里,苹果维护着“傲慢但可掌控一切”的形象。这样的品牌文化是会融入消费者的产品感知,刺激需求,最后通过价格体现出来。配上苹果惯用的“饥饿营销法”,苹果在2013年前几乎成为“魔教”,每次新品发布都会出现果粉彻夜排队。

即使在一些苹果无法单方掌控的事情上,苹果也力求塑造一种“运筹帷幄”的感觉。比如直到2013年底,中国移动才终于宣布和苹果达成合作,引入iPhone5S。在此之前,通过各种渠道传递出来的信号是,因为苹果的态度强硬,双方始终没有达成协议。

苹果也通过其他的方式强化这种印象,比如迟迟未将中国

市场列入首发市场。而事实是,早在2011年,中国就已成为苹果的第二大市场。

这一切都得益于苹果强大的公关团队。

本月初,美国科技博客刊发的一篇文章《苹果神秘公关大起底》透露,苹果的公关实力在全球几乎无人能及,它比任何一家科技公司都更加擅长引导舆论。公关团队一般在发布会两周前开始组织演练,确保每个细节都经过精心设计,无任何偏差。“苹果高管无需担心任何的临场变化,一切都在掌控之中。”文章称。

“自黑”不是苹果的风格,这次iPhone6的“无法入华”,显然是苹果意料之外的,甚至可以算

得上是苹果公关团队的严重事故。

发布会前,根据苹果公司的“知会”,三大运营商启动预热程序,包括进行广告宣传、启动产品预订。中国联通为占先机,甚至对外表示,联通版iPhone6将在9月10日凌晨发布后同步发布,并在9月19日24时开始率先发货。

运营商人士表示,公司已经为销售iPhone6做好了一切准备,只等发布会一结束,就立即启动。然后,到发布会即将结束时,三大运营商却发现,中国大陆不在首批发售的名单之中,甚至在第二批名单中也没有。

有网友在网络上戏谑称,肾都准备好了你给我说这个?

原因 4G网络制式惹祸?

iPhone首次入华时,其WiFi功能就被屏蔽,iPhone5S/5C的FDD功能也曾被锁死。

iPhone6的“失约”,让意向购买者无所适从——“你到底什么时候来?我是等你正式入华买个合约机,还是托人从国外捎一个,或者我干脆买个别的牌子?”

用户迫切地想要知道iPhone6“失约”的原因,以及“新约会”的时间。对此,苹果继续保持了“不解释”的风格,“拒绝一切评论”。

没有官方解释,小道消息获得了巨大的发挥空间。

有消息称,运营商“提前泄密产品信息”引发苹果不快,所以苹果“封杀”了中国市场。这

种说法显然不靠谱,没有哪家公司会为了这点事放弃每年销售过百亿美元的大市场。更何况来自运营商的消息显示,此前的“泄密”是“奉旨办事”。

有消息称,苹果最新的iOS8系统没有把服务器放在中国,因此被拒之门外。这种说法显然也不靠谱,中国用户手中的iPhone5系列也可以升级到iOS8,可见这不是关键问题。还有消息称,iPhone6没有拿到入网许可证。这点是事实,工信部的网站上目前仍未出现iPhone6拿到入网许可证的信息。

据悉,根据工信部每月两次发放许可证的管理,“错失”了月初获得许可证的良机,至少也要等到月底才能获颁许可证。已

在中国发布了数代产品的苹果对于入网的规则和流程非常清楚,不太可能在时间和内容上出现问题。问题很可能是苹果做出了错误的预估。苹果为保密,在发布会前夕才向工信部申请各类许可,结果出乎苹果意料,iPhone6没有顺利通过申请。

具体是什么原因?有业内人士认为是网络制式出了问题。

iPhone6支持FDD和TDD两种4G标准。工信部正在优先推动中国拥有自主知识产权的TDD(中国移动在运营的4G网络制式),目前还未正式发放FDD牌照,只给中国联通和中国电信发放了FDD试验牌照。

据知情人士披露,目前支持TDD/FDD两种标准的硬件终端,

只能在试点城市使用。在FDD牌照正式发放之前,其他城市必须采用符合标准的屏蔽手段将FDD制式功能进行屏蔽。也就是说,中国大陆版的iPhone6须多一道“阉割”工序。

上述猜测有过“先例”。iPhone首次入华时,其WiFi功能就被屏蔽。此外,在中国大陆发售的iPhone5S/5C的FDD功能也曾被锁死。

最新的信息显示,北京联通将于9月19日举行4G新闻发布会。在业内人士看来,这意味着FDD牌照正式发放的日期已经明朗。如果iPhone6不能如约进入中国市场的原因确实是4G网络制式问题的话,这也意味着这一障碍即将消除。

山东省著名商标
山东省十大品牌

山东省调味品行业标准化生产示范基地

纯粮酿造

不添加任何增鲜剂

抱犊调料 家家需要

1.9金标特油

500 辣子鸡油

金标特级酱油

抱犊酱油 国标二级 一级 特级

氨基酸态氮含量大于0.55g/100ml