

iPhone 6的“中国式”商机

在中国制造,想要购买暂时只能买水货,中国黄牛云集海外苹果店,大打出手抢购iPhone 6

在中国生产——运往美国——黄牛排队回收——高价卖回国内,自9月10日上市后,一部iPhone 6,沿着该链条往返于中美。至少三个群体的中国人,附着于这个链条。他们是,那些在富士康日夜加班赶制iPhone的工人;那群在国内苹果店日夜排队的“黄牛党”,以及那些日夜期盼拿到iPhone的“果粉”。

宏观层面上说,一部由几十万内地产业工人制造的手机,却暂时无法在内地销售;内地“果粉”只能另辟蹊径,从海外拿到这部产于自家门口的iPhone 6。从微观上看,这个链条上很多细节,让人瞠目:国人在海外抢购iPhone 6时,爆发了争执和冲突;水客为把iPhone 6带入内地,不惜穿3条内裤,藏8部手机。为了一部手机,每个群体似乎都很累。主管稽查走私的海关,亦在微博上说,“快顶不住了”。

一部手机,演绎出了独特的中国式“黑色幽默”,也造就了一次有中国特色的“商机”。



9月18日,纽约,iPhone 6发售前一天,一家苹果店前,挤满了排队的华人。



9月26日,香港,黄牛在商场外倒卖iPhone 6和iPhone 6 Plus手机。

处在产业链最末端

依靠中国廉价的劳动力组装完毕后,iPhone 6从昆山、郑州等地,通过飞机飞往美国,或者辗转至苹果在全球的专卖店。

对很多“果粉”来说,今年的9月10日是个“大日子”。这一天,苹果公司在其新品发布会上,推出了新款的iPhone 6等新产品。

通过科技网站的实时直播,熬夜守候的中国“果粉”们,第一时间知晓了iPhone 6的信息——4.7英寸和5.5英寸的显示屏、更新的处理器等。

“太帅了”、“太赞了”……一大波溢美之词在凌晨的微博泛滥开来。另外一部分有些失望的人,也纷纷对新产品吐槽。

甚至,连中国官网上那一句“比更大还更大”的神翻译,都备受调侃。关于“bigger than bigger”有几种翻译方法,一时成了不少“果粉”和翻译达人共同探讨的课题。

全民参与的盛况,仿佛这就是一场科技界的“春晚”。自iPhone于2007年问世以来,“春晚”在每年的9月都会如约而至。

7年间,被誉为“上帝手机”的iPhone在全球积累了越来越多的“粉丝”。而在中国这个全球最大的手机市场上,iPhone的用户数量已数以千万计。

事实上,iPhone与中国,不仅仅只是简单的产品与市场的关系——绝大多数的iPhone产品,出自中国的工人之手。

iPhone是一部全球协作的作品。它由美国人设计,最核心的芯片和显示屏由韩国、日本厂商提供,一些高端的零部件在日本制造。最终,中国的工厂完成组装和代工。

拥有百万工人的富士康,是苹果最大的代工厂之一。iPhone 6发布以后,从深圳到郑州,再到太原,年轻的产业工人们,正日复一日、加班加点地赶制着这款供不应求的手机。

“iPhone正在改变许多中国人的生活,甚至在某种程度上改变着中国的产业格局。”小米科技的CEO雷军曾如此说。

但从价值分配上看,中国处于iPhone产业链条的最末端。最近的一份研究数据显示,一部起价649美元的iPhone 6手机,成本在200美元—247美元之间。其中,来自中国的代工厂,仅能拿到4美元至4.5美元,约合20元人民币。

依靠中国廉价的劳动力组装完毕后,iPhone 6从中国的昆山、郑州等地,通过飞机飞往美国,或者辗转至苹果在全球的专卖店。

比如,总重达93吨的60万部iPhone 6,自河南富士康发往了美国芝加哥;同时,还有20吨iPhone 6,从江苏昆山的富士康,被运往香港。

中国大妈“战斗”在美国

外国的“果粉”,是iPhone 6的尝鲜者。美国、日本、德国等国家,可以首批购买iPhone 6。而中国的香港地区,亦在首发榜中。

为外国大陆果粉诟病的是,目前,作为iPhone的主要生产和居于前两位的市场,中国大陆暂时与iPhone 6“无缘”。

众所周知的原因是,没有拿到工信部的入网许可证,导致iPhone 6无法及时进入内地市场。但显而易见,政策的阻力,无法阻挡iPhone 6流入内地的脚步。

有外国的研究员曾预计,中国政府批准iPhone 6在内地销售前,将有500万部iPhone 6以走私的方式进入中国。

一个由海关统计的数据,也可以反映出目前走私iPhone 6的火热。数据称,自9月10日至9月24日,深圳海关罚没2000多部走私的iPhone 6;9月25日,上海浦东查获了453台iPhone 6。

根据公开报道,“水客”走私iPhone 6的方式,五花八门。央视新闻就总结称,水客们“茶叶盒里没有茶叶,咖啡盒里没有咖啡”。取而代之的,他们正以“蚂蚁搬家”的方式,携带iPhone 6入境。

利用茶叶盒和咖啡盒,尚属于常规动作。又如,9月19日,深圳海关从一位入境女子装卫生巾的小包里,发现了一部iPhone 6;次日,深圳海关又从一位男旅客所穿的3条内裤里,搜获了8部iPhone 6。

同时,还有“水客”使出了“大杀器”。9月26日,香港海关在一艘快艇上截获286部用以走私的iPhone 6,总价值160万港元。此外,还有水客把手机藏在货柜车的暗格里。

这些走私客手中的iPhone 6,多系收购而得。有报道称,香港一位购机者刚从专卖店买两台手机后,出门后便以每台8200港元卖给了黄牛。

如果按照5588港元的买入价计算,购机者一倒手,便能获得接近五成的收益。而且,这似乎是个没有门槛和成本的生意。

“嗅到商机”的中国人,开始在世界各地行动起来。有报道称,9月中旬,纽约的苹果专卖店前,相当数量的排队者

排队的人里,有相当数量的中国大妈,还有打工者。入夜之后,他们或披着被子,或躺在垃圾满地的地上入睡。

(据新京报)

水货价格跳水

9月30日,工信部官网发布信息称,为iPhone 6发放进网许可证。苹果公司同日宣布10月17日在中国内地正式上市。iPhone 6水货价格跳水。

“土豪,中国土豪。”当被媒体问及排队买到的iPhone 6卖给谁时,一位国外的“黄牛”回答。

以走私方式进入内地的iPhone 6,确实卖出了“土豪价”。9月中旬,水货iPhone 6在中关村的报价,根据配置不同,从1.3万元至2万元不等,是其正常价格的近4倍。

一边是急于获得iPhone 6的中国用户,一边是国内无法从正规渠道购买iPhone 6,两者间矛盾再次造就了一个巨大的、有中国特色的“商机”。

在微博上,一些知名企业家和明星发微博时,已经显示“来自iPhone 6”或“来自iPhone 6 Plus”。

9月18日,王思聪发出了两张iPhone 6的图片,并配合“真的好大”的文字,立刻引来了众多评论。

而一众电视剧演员或歌手,也以发照片和文字等方式,向外界透露所发内容“来自iPhone 6”。有网友调侃说,某明星发自拍照的真实目的,是让大家看到他买了iPhone 6。

一篇名为《苹果手机消费心理及原因分析》的文章称,一些消费者购买苹果手机,主要基于“追求时尚和创新”、“彰显个性和自我”、“炫耀”等心理特征。

其中对“炫耀心理”如此描述,“他们重视的并不是商品的实用性,只要能显示自己的身份和地位,他们就会乐意购买”。

日前,易传媒发布研究报告指出,“果粉”的收入呈现两极化,即月收入超过2万元和月收入低于1500元的人群,所占的比例最高。

根据推测,月收入低于1500元的人群,主要以学生为主。

另一篇题为《基于苹果效应的武汉地区大学生消费心理调查》的论文指出,一部分大学生将苹果产品作为自己的身份象征,展现自己所想归属的社会层级,即俗称的“高富帅”和“白富美”。

近年来,也曾有学生为购买iPhone“卖肾”或“卖身”的新闻爆出。

“换句话说,果粉们是一群‘要么土豪、要么卖肾’的人群。”易传媒在其研报

中称。

“果粉”对iPhone 6的期待和热情,给主管入网许可证审批的工信部带去了压力。

9月30日,工信部官网发布信息称,为iPhone 6发放进网许可证。苹果公司同日也宣布,iPhone 6及iPhone 6 Plus将于10月17日在中国内地正式上市,起售价为5288元。10月10日起接受在线预订。

在此之前,主管稽查走私的海关曾催促工信部,“快点吧,我们要顶不住了”。

随着iPhone 6内地开售时间明朗,iPhone 6水货价格跳水。有囤货的黄牛称,一个星期赔掉10万,另有黄牛称,“一天亏一辆奔驰”。

“一群中国人没日没夜夜装配iPhone送到美国,再由一群中国人没日没夜排队买下送回中国,最后以这两群中国人都出不起的价钱卖给另一群中国人。”有美国媒体如此评论说。