

苹果进印度,背水一战

在消费疲软、利润走低面前,苹果也焦虑了。寻找一片新蓝海无疑是当下首选,而市场相对空白的印度就是那块巨大的蛋糕。2008年,苹果将iPhone引入印度。2023年,印度终于要迎来首家Apple Store直营店了。不过,虽然“印度制造”的iPhone越来越多,但要让更多印度人用上iPhone,或许还要一段时间。



第一家旗舰店

据金融时报9日报道,苹果正在为印度首家Apple Store招募员工,已公布许多职位的招聘计划,最快于本季度在印度开设第一家旗舰店。

据悉,苹果目前在印度的招聘页面列出了12种不同岗位的空缺,共涉及超过100个岗位,包括业务专家、天才吧维修人员、运营专家和技术专家等等。这些岗位涉及到孟买、新德里等多个工作地点。

据了解,苹果首家印度零售店会选择该国最大的城市孟买,门店面积将达2.2万平方英尺,后续还会在其他印度城市扩展零售店。目前,孟买和新德里至少有五名员工在领英

上的资料显示,他们已被尚未开设的门店所雇用。

截至目前,苹果还未对该消息进行回应,就进军印度的布局和计划,北京商报记者联系了苹果方面,截至发稿还未收到回复。天使投资人、知名互联网专家郭涛对记者表示,受全球消费电子产品市场需求持续低迷等因素影响,苹果公司营收增速放缓、净利润出现下滑,而印度智能手机市场空间巨大、增速明显,苹果在印度开设零售旗舰店有助于进一步拓展新兴市场,培育新的业绩增长点。

通信产业资深观察家项立刚则对北京商报记者表示,苹果在印度早就有销售,但是因为它的价格非常贵,所以和中国的手机、三星以及本土手机相比,没有太大竞争力,所以也没有旗舰店,一直是通过他们自己的销售体

系来代售。

在2020年2月,苹果CEO库克就告诉投资者,苹果商店将在2021年扩张到印度,他满足于把零售业务交给特许经营合作伙伴。库克在2020年的年度股东大会上称:“我不希望别人来替我们经营这个品牌。”

项立刚认为,在印度开旗舰店,在某种程度上说明苹果希望在印度市场有更多的作为、更多的拓展。同时,苹果把一部分制造企业搬到印度去,也可以看出未来苹果可能要在印度市场更加深入。

最佳时机?

事实上,苹果对印度已经垂涎已久。早在2015年,库克就亲自访问并会见了印度总

理莫迪,并游说他在印度开设苹果专卖店。但印度的保护主义规则要求,直接向消费者销售商品的外国公司必须在国内采购30%的零部件。

近年来,相关规定有所放松,2017年苹果供应商开始在印度组装iPhone手机,这使该公司得以避免22%的关税,促进了该公司的销售。此后,印度政府鼓励智能手机制造商将更多生产转移到印度,使富士康、纬创和硕对印度进行了大量投资。

在印度建厂之初,苹果就有扩大市场的考虑。印度市场研究机构Counterpoint研究员Kam Chauhan曾表示,苹果扩展印度生产的一个原因,是要扩大它在印度的市场占有率。他认为中国以及欧美的智能手机市场已经饱和,印度在这方面却仍是一个“有潜力的市场”。

而自疫情以来,iPhone在印度的销量几乎翻了一番,居家办公也推动了Mac电脑、苹果手表和iPad的销售。分析师Neil Shah表示,苹果注意到了这个快速增长的市场,现在是进入和投资的最佳时机。

通信专家马继华也表示,印度现在是全球第二大手机销售市场,这在智能手机市场不景气的大环境下更加不可忽视。与此同时,苹果一直很重视印度市场,不断增加研发投入销售投入。Shah还称,到今年年底,预计苹果的印度公司将制定四层销售战略,包括电子商务销售、在一线和二线发达城市开设门店,以及与全国各地大型零售商不断拓展合作关系。

但另一方面,马继华指出,这几年印度不断收割外国公司,也包括中国手机品牌,让苹果公司也心存忌惮,在印度市场布局并没有放开。

从未来趋势看,印度人多、消费潜力巨大,但基础设施欠缺,消费升级缓慢。为了满足印度销售便利强行设厂生产,短期看却是得不偿失,“所以苹果公司也是走一步看一步,试探性进行布局”。马继华谈道。

高端市场

从产到销,项立刚认为,苹果野心勃勃,想要从方方面面控制客户体验。Neil Shah向媒体表示:“苹果在印度的前景终于出现转机。”Counterpoint的数据显示,去年印度生产了约2亿部智能手机,是2014年组装数量的10倍。尽管苹果在印度的市场份额仅为5%,但正在迅速增长,并以40%的销量在高端市场上遥遥领先。

不过,愿望虽美好,现实却有很多无奈。对于很多节俭的印度人来说,iPhone仍是一款奢侈产品。中国社科院亚太与全球战略研究院副研究员刘小雪对北京商报记者表示,印度在手机方面的国产化程度很高,但主要都是组装。印度用户规模虽然庞大,但整体购买力还是偏低。以手机市场来说,印度的主流消费人群,还是偏向于中低端产品。

郭涛认为,目前在印度智能手机市场中,本土厂商以及小米、OPPO等“物美价廉”的产品市场占有率较高,且用户使用习惯已经养成,对苹果来说抢占市场绝非易事,需要持续降低成本,并针对印度消费者的需求进行深度本土化开发设计相关产品。

刘小雪指出,如今,印度手机市场正处于从4G向5G转型的关键时期,出现了大量换机需求。这个关键时候,苹果选择加码印度市场,将有助于它进一步抢占当地的高端市场。

此外,一些手机用户认为,相比之下,苹果为印度用户打造的服务种类很单薄,并且忽视了该国特有的一些问题。比如苹果地图和语音助手Siri未能得到印度用户的青睐。

“毫无疑问,苹果的生态系统不太符合印度用户的使用习惯和价值观念。因此,苹果提供的服务很难吸引印度用户,”市场研究公司CMR India的分析师费萨尔·卡沃萨(Faisal Kawoosa)说,“与此同时,购买苹果产品的用户并不是典型的印度用户。”

北京商报记者 方彬楠 赵天舒

聚焦 Focus

2023国际消费电子展:数字健康刷屏

2023年CES(国际消费电子展)于8日落下帷幕。作为全球最大的消费技术产业盛会之一,CES被看作国际消费电子领域的“风向标”,各种新技术、新应用为电子消费市场发展指明方向。此次展会上,汽车科技、数字医疗、人工智能、清洁能源等领域创新技术和产品成为关注热点。

数字医疗成趋势

受新冠疫情影响,数字医疗是本届展会的一大热点,智能化和远程化成为主要趋势。众多数字健康产品亮相展会:内置心电图仪的手表、能追踪位置和健康数据的智能鞋垫、可实时监测脑血肿的背心、安装在马桶上的尿检设备、治疗打鼾的枕头……

参展企业展示了数字诊疗、心理健康、女性健康、远程医疗等方面的最新进展。今年展会还专门设置数字健康演播室,邀请医疗行业代表、健康领域专家分享最新诊疗技术,聚焦远程诊疗重要性和前景。

行业分析人士表示,各种创新可穿戴设备有助于更准确地对病人进行监测和治疗,并采取相应的风险防范措施,数字医疗前景广阔。

沉浸式驾车体验

与往年一样,汽车科技是展会当之无愧的主角。据展会主办方美国消费技术协会介绍,今年汽车板块的参展规模为历年最大,拉斯维加斯会展中心西馆聚集了近300家汽车相关行业参展商。

拉维夫的观展者塔米尔·贝利纳对新华社记者说。

拉斯维加斯消费电子展已成为机器人的最佳秀场,各式各样机器人外形更逼真、功能更细分:儿童博物馆“讲解员”、智能割草“小帮手”、孤独症儿童的“陪伴狗”、可全自主规划路径的“快递员”、餐厅“引领员”……

清洁能源方案引关注

清洁能源产品和应用也是本届展会的热点之一。中国已成为推动全球清洁能源发展的重要力量,中国企业的创新太阳能发电产品和绿色电源解决方案吸引了众多展商和媒体目光。

其中,华宝新能源股份有限公司旗下光充户外电源品牌Jackery小二展示了最新光充户外电源产品及磁吸可折叠太阳能电池板,在光电转化、安全性和智能互联等方面取得突破。

正浩创新科技股份有限公司展示了整屋备电解决方案以及户外移动空调、冰箱、自动割草机等太阳能产品。沃太能源携太阳能板、移动储能设备等首次参展,计划进一步拓展海外市场,其储能设备外观小巧,兼具LED照明和无线充电等功能。

来自美国加利福尼亚州的观展者布赖恩·贝克告诉新华社记者,美国西部经常发生山火、地震、泥石流等自然灾害,高效户外电源可帮助很多家庭度过停电危机,对于户外爱好者也是“刚需”,“中国制造的移动充电设备和整屋备电方案性能高、安全性好、性价比高”。

据新华社

· 图片新闻 ·

前总统支持者不满 巴西上演“国会山事件”



8日,巴西巴西利亚,巴西前总统博索纳罗的部分支持者闯入巴西国会。视觉中国/图

当地时间8日,巴西前总统博索纳罗的支持者闯入国会大厦、总统府和最高法院。社交媒体上的视频显示,大量示威者打破门窗闯入国会大厦,破坏国会议员的办公室。还有人爬上建筑物,拉起横幅。

《金融时报》等报道称,这些事件让人想起两年前特朗普支持者暴力闯入美国国会大厦的场景。当时的骚乱直接造成5人死亡、约140名警察受伤。

巴西现任总统卢拉随后下令国民警卫队进驻巴西首都巴西利亚,恢复秩序,并强调所有强闯国家权力机构的人“都会被发现并受到惩罚”。此外,卢拉还签署了一项安全法令,加强对首都巴西利亚联邦区的安全保卫,以期尽快结

束非法闯入公共建筑物、破坏公共秩序等暴力行为,该法令将一直持续到1月31日。

巴西前总统博索纳罗也“针对公共建筑的掠夺和入侵”表示谴责。博索纳罗同时驳斥关于他煽动此次冲击行为的指控,称指控“毫无根据”。他表示,他也捍卫“和平抗议”的权利。

据美国国家公共广播电台(NPR)9日报道,巴西司法和公共安全部长弗拉维奥·迪诺(Flavio Dino)表示,截至目前,安全部队已重新控制了被破坏的建筑物,大约有200人被捕。

美国有线电视新闻网(CNN)援引巴西联邦区长伊巴内斯·罗查(Ibaneis Rocha)的消息则称,已有至少400人被捕。

据新华社