

官网订货发货迟 黄牛加价售现货

苹果手表上市

来势 略 低调

近日,苹果最新产品Apple watch上市,向首批预订用户发货。与以往不同,苹果手表并不在门店销售。由于产量有限,果粉们拿到手表时所支付的价格至少高于官网价格一两千元。

与以往苹果产品上市的热闹相比,苹果手表的阵势显得低调很多。低调并不意味着产品销售平平,尽管苹果官方没有公布销售数据,但第三方数据都给出了乐观的数字。有业内人士分析,苹果手表未来如何,还需要时间来判断。但凭借国内强大的果粉基础和礼品市场需求,苹果手表在华销售应会给出一个满意的数字。 现代快报记者 王立航

苹果手表上市三大关键词

加价、货少、预订

近日,在新街口某家电卖场,记者看到苹果专柜只有电脑和手机在售,并没有看到任何关于苹果手表的消息。导购告诉记者,苹果智能手表表现在只有到官网预订,到货的话可能在6月份。或者到珠江路加价购买,卖场是没有货的。在另一家卖场,记者得到的答复也是“目前没有苹果手表的到货通知”。至于到货时间,工作人员表示不好说,苹果手表现在货很少,大多都在黄牛手中。

与苹果手机新品上市时铺天盖地的阵势不同,记者在珠江路一大型手机卖场并未看到任何关于苹果手表的通知消息。记者在采访中注意到,加价、货少、预订成了苹果手表的关键词。苹果手表在珠江路的行情,基本都是加价1500元到2000元甚至更多。

在一家店铺前,记者询问是否有苹果手表,导购表示可以订货,不过价格比较贵。官网售价为2588元的运动版,需要加价1000多元,售价达到三四千元。并且没有现货,只有预订才能有货。当询问未来价格是否会便宜一些,导购表示很难说,现在刚刚上市应该是价格最贵的时候。

而在另一家手机销售店,听到记者询问苹果手表,导购立刻表示现在价格有点贵。苹果手表基本加价在1500元以上,有的加价2000多元甚至更多。运动版的4000多,原价4588元的价格已经在7000多元。手表都没有现货,需要先预订看是否能够立刻到货,不同的颜色还不一定有货。关于苹果手表的情况,这位导购表示销售还是很火热的。物以稀为贵,大家手里货都很少。购买者一般要么是苹果死忠粉,要么就是赶着潮流送人的和科技发烧友。“我们这里还有预订一万多元的,目前还没有到货。从订货情况来看,只能说土豪还是有的。”该导购说。

一位资深卖家告诉记者,询问手表的人还是挺多的,不过出货量跟苹果手机比就差远了。尽管行业内对苹果手表看法不同,可是基本上大家手里货都不多,还在持观望状态。该卖家分析,一方面是苹果新品产量都不多,苹果官网的发货日期要到六七月了,现在产量少,倒卖的多。另一方面,智能手表也并不是新品了。之前三星也推出过,在他们这里销量很一般,只有公司采购作为年会礼品,所以也没有多囤苹果手表。

果粉说

入手纯粹是因为真爱

南京果粉张先生在苹果手表的发售当日就从珠江路的黄牛手中买到了苹果手表运动版。“我买的42毫米的,官网价格2988元,加了1000元到手的。”谈到苹果手表的使用感受,张先生表示基本功能除了看时间就是可以收发短信、接听电话、收微信通知、听音乐、查看天气等。他坦言,手表的这些功能手机都有,对他来说苹果手表的最大作用就是追求时尚。张先生给记者展示了他晒出苹果手表后收到的几十个点赞和一大堆评论。“真正的果粉确实对这个手表很感兴趣。比如和我同时购买手表的一个女孩子,买了之后就立刻玩起来,完全停不下来的节奏。”张先生说。

外企工作人员林先生也在第一时间入手了苹果手表运动版。同时他也表示如果不是果粉,可能不会去购买这款手表。林先生说,出席一些商务场合,还是会选择奢侈品品牌手表来搭配正装,苹果手表运动版显然不合适。作为山地自行车爱好者,他选择了专业的户外运动品牌手表,功能强大且完善。苹果手表的运动功能,其实一些手机APP就可以做到,购买苹果手表纯粹是体验下而已。不过使用中他感到,苹果手表还是有一些实际功能的。比如开会不方便拿手机时,手表就可以解决问题。

一位从业者则认为,苹果手表用途不大价格又高,只是适合一部分人的特色产品。这类内置操作系统的IP产品都不如日常手表耐用,在防尘防水等方面也不尽如人意。网上已经有消费者吐槽苹果手表娇嫩的外表,很容易磨损刮花。

中研普华研究员李湖分析,苹果手表在一定程度上属于开拓性产品。从其目前使用情况来看,仍然具有相当多难以克服的问题。一些果粉抱怨正常使用的电池续航严重不足,基本一天一充电。也有人认为Siri语音本地化限制太大。同时第三方应用缺乏、用户界面相对复杂等……这些都是困扰苹果手表用户的问题。

专家说

可穿戴智能设备的春天到了?

苹果手表的上市,也引发了业内对以智能手表为代表的可穿戴智能设备的关注和探讨。

资深消费电子行业分析师梁振鹏表示,智能手表的最大问题在于手机已经包括了手表的全部功能,手表只属于伴侣性附属产品,单独使用并不能体现出它的价值。由于其功能是附加在手机之上的,所以在普及率上肯定不如平板电脑和手机。之前有手机品牌也做过智能手表,但是市场反馈一般。就价格而言,苹果手表的价格几乎等同于手机价格,这也会影响到它的销量。但是现在刚刚推出市场,苹果手表的真正销量和未来对产业的影响都还需要时间。“不过凭借国内强大的果粉基础和礼品市场需求,苹果手表有一定的市场空间,销量应该还会不错的。”梁振鹏说。

中研普华研究员李湖表示,虽然以苹果手表为代表的智能手表或多或少都存在电池续航不足、应用不全等问题。但是需要注意的是,苹果手表的畅销一定程度上推动了以智能手表为代表的穿戴设备市场的繁荣,这是此前安卓设备所不具备的影响力。根据中研普华的数据,2014年中国可穿戴设备市场出货量达1500万部左右,市场规模40.2亿元,中国智能手表市场上参与竞争的品牌数量达51家,越来越多的厂商在加入智能手表的行列。国内厂商在已经开发出智能手表、智能手环的基础上,不断探索差异化细分市场。

“不过,存在的问题同样需要重视。”李湖说。从功能上看,种类繁多却不精细,健康、运动等相关功能噱头大于实用;一些产品的设计美观程度还有待提高;数据监测上精确度不足……这一系列问题都造成目前智能穿戴设备的用户黏度不足。从未来发展来看,厂商在研发时应注重细分人群,针对特定的应用场景设计必要的功能,这才是可穿戴设备的出路。如针对老年人健康监测的、青少年时尚运动的、小孩子安全的等等。