

非必需品功能平平 水位料僅數百

Apple Watch 慎防炒熾



■2007年iPhone推出以來，蘋果股價已累升9.35倍。圖為總裁庫克去年拿着iPhone 6 Plus介紹Watch。美聯社

■有香港蘋果用家直指Watch缺乏賣點，「戴精工好過」。

■藝電據報正為《真實賽車3》開發手錶版，與iPhone遊戲同步。



app傳限用10秒 有等於無

Apple Watch提供的應用程式(app)是其焦點之一，目前有多間大公司正參與開發。不過，消息指蘋果將限制Watch各類app的使用時間於10秒以內，意味它們實際功用可能有限。另外，Watch以藍牙連接iPhone，亦可能減慢app的載入速度。

據悉多間大企業已着力開發Watch專用app，包括社交網站facebook及Instagram、微博twitter、電召程式Uber、電郵程式Mailbox，還有寶馬汽車及聯合航空等，喜達屋酒店集團亦計劃建立用作開鎖的app。遊戲方面，藝電(EA)據報正為《真實賽車3》開發手錶版，與iPhone遊戲同步，即時更新資料。

總部開發室禁上網

Watch所有app均在蘋果美國加州總部開發，過程嚴格保密，開發室內不能上網，開發人員也不能攜帶任何物品，並須簽訂多個保密協議。

■《衛報》/彭博通訊社/9To5Mac網站

蘋果公司於香港時間今日凌晨1時在三藩市舉行發布會，正式公布智能手錶Apple Watch的詳細規格及發售詳情。蘋果銳意借助售價過萬港元的豪華版打入奢侈品市場，不過分析大多質疑它的吸引力，一般消費者對Watch亦反應冷淡，有香港手機店就明言，手錶不似智能手機，並非生活必需品，除非首發地區不包括香港，否則預計Watch很難掀起炒風。

對Watch亦反應冷淡，有香港手機店就明言，手錶不似智能手機，並非生活必需品，除非首發地區不包括香港，否則預計Watch很難掀起炒風。

香港網民普遍對Watch以至各類智能手錶缺乏興趣，有蘋果用家直指Watch缺乏賣點，「戴精工好過」，亦有人稱Watch純屬噱頭，健康感應及地圖等功能基本上與iPhone重複，欠缺突破。Watch的電量同在關注之列，有網民認為假如它要每天充電，便失去手錶的意義。不過，也有死忠「果迷」表示只要是蘋果出品便會購買，十分期待。

港手機店：炒也只限首日

有本港手機店表示暫未接到Watch預訂，又分析Watch並非手機般的必需品，更欠缺實際功能，金版「Edition」售價過高也限制了潛在買家數量，相信炒風不會太熱烈。店主表示，實際炒價要視首發地區和售價而定，如果香港是最初發售地區之一，相信即使有炒價也只限首日上市，情況類似iPad。如果香港不是首發，運到香港的水貨則可能會比正價貴數百元。參照過往iPad多次「炒熾」的慘況，專門炒賣蘋果產品的「果農」今次看來還得審慎出手。

不同於iPhone及iPad的單一外型，Watch將提供多款錶殼及錶帶組合，如普通版便設有18款，滿足不同顧客的需要，同時方便搭配。據悉蘋果還會改裝專門店，騰出空間讓消費者試戴Watch。

iPhone佔蘋果收入六成 Watch或難「股舞」

蘋果公司近年每推出全新產品均會刺激股價上升，投資者因而獲利不少。例如2007年iPhone推出以來，蘋果股價累升9.35倍，與2001年iPod推出時相比更已升近百倍。蘋果每隔5年再推出全新產品，Watch的表現同樣令人期待，但鑑於蘋果目前已是市值屢破紀錄的超巨型企業，Watch預料難令收入再有明顯增長，投資者要重溫好夢並不容易。蘋果擁有龐大「果迷」群體支持，Watch要大賣應不困難，德意志銀行估計今年銷量將達1,760萬隻，令蘋果進帳61億美元(約473億港元)。這數字當然厲害，但與蘋果去年全年收入1,998億美元(約1,555億港元)相比只是小巫見大巫。蘋果去年收入有約60%來自iPhone，反映公司過度依賴單一產品。蘋果股價過去一年已上升70%，目前市盈率為14.7倍，高於2010年以來的平均值13倍，現時入市恐非明智選擇。

涉足時尚市場 難撼高檔錶

蘋果對Watch的定位非常進取，既希望能以較低價的運動款「Sports」搶佔現有智能手錶市場，也希望以售價高昂的「Edition」進軍奢侈品及高級時尚市場，甚至與瑞士鐘錶品牌看齊。不過一些科技業分析員對蘋果的野心並不看好，原因是Watch始終不能擺脫科技產品的本質。例如高檔手錶以耐用及保值見稱，但Watch配備高科技軟硬件，令其無可避免如蘋果其他產品一樣，隨科技進步而被淘汰，BTIG研究分析師皮耶奇便說：「很難想像10年後或5年後，仍然有人戴第一代Watch。」

另外，電子產品以工廠量產，難以靠「手工」或「獨一無二」這些元素提高售價。哥倫比亞大學商學院市場系助教威爾科克斯說：「你很難說服消費者為何Watch會賣得這麼貴。」有鐘情傳統鐘錶的網民直言，電子錶難以取代機械錶的工藝，更遑論動搖瑞士鐘錶的地位，即使是最昂貴的「Edition」，售價也與真正奢侈品有距離。

錶帶錶殼款多 網站玩「撈亂骨頭」

Apple Watch有6種錶殼及18種錶帶選擇，普通版、「Sport」及「Edition」3大系列合共提供34個款式，但錶殼及錶帶理論上不可自行更換，意味有大量可能組合其實不會在現實出現。iOS軟件開發家特勞頓史密斯見狀建立網站MixYourWatch.com，讓人在網上模擬搭配錶殼及錶帶，如以綠色運動錶帶搭配18K黃金錶殼等，相當有趣。

■The Verge網站/Tech Times網站/BGR網站

鐘錶界冀改變「無錶一代」復興市場

Apple Watch外形吸引、定價不菲，被視為挑戰高檔手錶市場。不過Watch始終是科技產品，與面世近半世紀的電子錶一樣，能取代傳統機械錶的機會不大，有鐘錶業人士更希望，Watch的風行或能令「無錶一代」重新習慣戴上手錶，有助鐘錶市場復興。

智能手機盛行逐漸取代報時功能，令手錶銷量逐年下降，去年全球腕錶銷量僅餘4.4億隻，僅及1991年的59%，2010年調查顯示只有23%青少年戴錶。

不過，價格高昂的機械錶近年越戰越勇，去年銷量已達800萬隻，較2010年升65%，鐘錶業整體收入不減反增。究其原因，主要是手錶已逐漸變成時尚產品，令消費者願意花更多錢選購設計吸引的手錶，Watch主打時尚外形可謂正中要害。

至於Watch能否威脅機械錶，美國鐘錶品牌Torgoen創辦人羅森斯基表示，自石英錶面世後，機械錶主要依賴設計、手工及傳統意義而非報時功能生存，故與智能手錶並沒正面競爭。哈佛大學商學院教授拉法埃利亦指瑞士錶不但是身份象徵，也非常耐用，甚至可以成為家傳之寶，要不斷推陳出新的智能手錶很難撼動前者的地位。

■《今日美國報》

錶面增藍寶石需求 刺激中國產業

大部分Apple Watch錶面均採用藍寶石物料，只有價格最低的「Sport」系列例外，令藍寶石需求急增。市場調查公司TrendForce旗下LEDinside中國首席分析師王飛估計，今年Watch出貨量將達2,000萬隻，使其對藍寶石總需求達全年藍寶石產量的18%，將顯著刺激中國的藍寶石工業。

目前為蘋果公司供應藍寶石的中國企業主要包括藍思科技及伯恩光學，其中伯恩與蘋果合作多時，目前供應約40%蘋果錶面；藍思去年144.9億人民幣(約179.5億港元)收入中，47%來自蘋果，它今日起更在深圳股市上市。此外，中國的藍寶石加工廠同樣受惠。

■LEDinside網站

歐QE啟動 傳央行開始買德債

歐洲央行昨日正式啟動1.1萬億歐元(約9.3萬億港元)量化寬鬆(QE)措施，彭博通訊社引述兩名交易員稱，歐央行即時聯同歐元區國家央行買入德國債券，推動德債孳息率跌至0.35厘，逼近上月0.283厘的歷史新低，意大利10年期債券息亦跌4點子至1.28厘，同時令歐元匯價再次觸及11年半低位。希臘債務談判前景未明朗，投資者離場鎖定利潤，令歐股昨日偏軟。英國富時100指數尾段報6,872點，跌38點；法國CAC指數報4,938點，跌26點；德國DAX指數報11,575點，升24點。

美股牛市第七年 早段升115點

美股方面，通用汽車宣布巨額回購，加上蘋果公司即將公布智能手錶Apple Watch，令美股在踏入牛市第七年的首個交易日升過百點。道瓊斯工業平均指數昨日早段報17,971點，升115點；標準普爾500指數報2,077

點，升6點；納斯達克綜合指數報4,927點，升不足1點。歐元匯價在昨日亞洲交易時段再次下跌，一度觸及每歐元兌1.0823美元，是2003年9月以來最低。分析師認為，隨著歐央行與美國聯儲局在貨幣政策方針上各走各路，歐元兌美元匯價有可能下試1算。

歐央行昨日通過twitter公布，已按此前公布展開買債行動，較早時德國央行發言人亦證實央行「在市場上積極活動」，不過未有透露買債規模和細節。

歐央行早前公布每月買債規模為600億歐元(約5,053億港元)，最少持續至明年9月，不過有分析擔心歐債持有人未必願意放手手上的避險債券，歐央行或被迫更積極出價，變相進一步推高債市。另有分析師認為，公布的QE細節有限，加上歐央行稱買債計劃有彈性，可能引致市場波動。

■法新社/路透社/彭博通訊社



■歐洲央行早前公布每月買債600億歐元，最少持續至明年9月。新華社

上季GDP增長遜預期 日走出「技術性衰退」

日本內閣府昨日向下修訂上季國內生產總值(GDP)增長至0.4%，差過初值0.6%，顯示日本走出衰退步伐較預期慢。雖然如此，上季仍是日本自去年4月增加銷售稅以來，首次錄得季度增長，反映當地正走出「技術性衰退」。

數據顯示上季內需減少、企業投資收縮及減少存貨、樓宇交投淡靜及收入輕微下降，同時政府支出按年增0.1%。日本自去年4月加稅後，連續兩季GDP收縮，分別跌6.4%及2.6%。連同去年上季GDP下修後，去年全年錄得零增長，相比前年增長1.6%，明顯放緩。

凱宏觀駐日本經濟師蒂連特認為，數據令日本央行於下月加推量化寬鬆(QE)措施的壓力增加，以求帶動通脹升至2%目標。不過，今年數據顯示出口回升及機械訂單增加，政府及央行均認為經濟處於溫和復甦階段。

■美聯社/法新社