

# 本報記者試戴 Apple Watch 普通版手感好 Sport 太膠

### 港店直擊：

## iPhone「墟仔」情景不再

香港文匯報訊（記者 葉佩妍、黎耀康）蘋果公司香港專門店昨日提供試戴服務，昨日下午3時，中環專門店外有十多人排隊，情況不如新手機推出時「墟仔」。

「果迷」吳先生由iPhone 4時代開始一直使用蘋果產品，他昨日率先試戴Apple Watch，稱「想試下這隻手錶是否真的很好用，而且我頗欣賞手錶中『health』的功能，我認為它很貼心。」試戴約10分鐘後，他已可入店試戴。試戴後，他認為「比想像中有驚喜」。他指膠錶帶質料比想像中好，功能雖與普通電子錶分別不大，但部分應用程式(app)可與手機聯繫，比較方便。他稱雖然心動，卻希望先看清楚，聽聽他人意見，特別是電量方面的問題，故暫時未有預購。

另一位吳先生則說：「這手錶外觀漂亮多於實用，因為大部分應用程式iPhone內已有，而且電話螢幕較大，根本不需要用到這手錶。」話雖如此，他已率先於網上訂購最平、2,728港元的運動版Sport。

### 日人讚「輕得像沒戴」

由於時差關係，澳洲悉尼民眾最先接觸到Apple Watch，當地蘋果專門店開門前只約有100人輪候，反應相對去年的iPhone 6遜色。日本方面，東京澀谷店昨開門前約有30人排隊，45歲「果迷」鎌田太一試戴後形容感覺不俗，認為Watch不算笨重，而且操作方便，更有受訪者形容它輕得「像從沒戴上手一樣」。

評論大致認為，Apple Watch優勢在於外型時尚，缺點則是電量不足，而且app載入太慢。Kantar World Panel市場分析師米拉內西表示，Watch有較多錶面及錶帶選擇，令它比三星等對手的智能錶更能適合女性市場，但她認為現時穿戴市場未普及，Watch銷量不如iPhone實屬正常。

### 美華人幫同鄉平入

在美國紐約，上西城區的專門店首名顧客是48歲王姓華人，他試戴手錶後花399美元(約3,092港元)買了一隻黑色Sport，透露由於美版Watch售價較便宜，不少在中國的朋友均請他代購。紐約第五大街專門店的梁姓華裔學生則稱，自去年9月起已期待Watch面世，認為它支援打電話及傳送訊息，已預訂一隻Sport。

英國倫敦旗艦店內43歲的沃爾什表示對Watch期待已久，指它十分漂亮，但仍會觀察電池續航力才決定是否購買。

香港文匯報訊（記者 余家昌）蘋果公司智能錶Apple Watch昨日與全球「果迷」見面！在首發地之一的香港，昨日開始接受網上預訂，蘋果同時於專門店安排試戴服務。本報記者昨親身到又一城專門店試戴普通版及運動版Sport兩款，發覺普通版雖然較重，但手感較Sport好。不少同場試戴的準用家亦表示只會買普通版，Sport則不作考慮。

蘋果香港官網昨日下午3時過後，開放Apple Watch預訂，用家亦可事先在網上預約試戴，親身到專門店體驗後才決定是否落訂。又一城專門店昨開出兩個試戴專區，Walk-in用家可即場透過職員協助預約試戴。試戴時間為15分鐘，由職員一對一講解手錶規格、功能及不同款式分別等，用家可選擇兩款錶身及錶帶組合試戴，旁邊則提供無法佩戴的Demo機試玩。

### 果迷即玩即訂 6月才出貨

就現場所見，部分職員似乎仍未十分了解功能，甚至答不出內置應用程式(app)數量等基本問題，相信是因為職員也是昨日才親手試用。Demo機亦暫時無法示範與iPhone同步，因此未能知道同步效果。

記者分別試戴黑色Fluoroelastomer錶帶的Sport，以及「太空黑」不鏽鋼錶帶的普通版。其中Sport非常輕，但手感較「膠」，啞色錶身感覺與一般廉價電子錶無分別。相反，普通版雖然明顯較重，但黑鋼錶帶非常得體大方，如果怕黑鋼錶帶太重太貴(連42毫米錶身售8,588港元)，用家也可改配運動膠帶、皮帶或鋼織錶帶。職員表示，即場預訂的用家多數選擇普通版，主要是覺得手感較佳。至於售價78,800港元起的18K金版Edition，職員表示用家需致電專線預約試戴，且不會在店面公開進行，會有專人負責。

李先生和朋友試戴後，各自即場預訂一隻黑鋼普通版。李先生形容它「好正」和特別，亦指Sport質感較「膠」。操作方面，他表示由於試玩時無法與iPhone同步，所以很多功能都未能實際試用，但初步試玩覺得操作頗順。對於有測試報告指地圖等app操作反應較慢，李先生引述職員稱，相信這是與較舊款iPhone同步所致。陳先生及女友湯小姐試戴不鏽鋼錶帶普通版，陳先生表示操作感覺尚可，不覺特別慢。他們打算買一對情侶手錶，但起碼要6月才有貨。

### 愈貴愈搶 Edition一度斷貨

網上預訂方面，每人限買兩隻，蘋果香港網站運作暢順，沒出現iPhone 6推出時的「死機」情況。部分錶款最快本月24日便能出貨，但較受歡迎的黑色Sport或深藍色皮錶帶普通版等出貨日期已排到6月。最受關注、最貴接近13萬港元的Edition，各款式接受訂預不久即告缺貨，下午5時又顯示恢復供貨，但最快6月才能出貨，部分更要等到7月。



香港 蘋果中環專門店有十多人於門外排隊試戴Apple Watch。 記者葉佩妍攝



試戴Sport 錶帶有不同長度選擇，女用家或需選細碼。



試戴普通版 黑鋼普通版雖較重，但非常美觀。



只可在Watch旁邊的Demo機試玩。 記者葉佩妍攝

東京 兩名日本果迷頭戴「Apple Watch」入店，看看真錶笑不攏嘴。 彭博通訊社



## 藍寶石芒 錘鑽唔花

蘋果公司在Apple Watch普通版和金版Edition採用藍寶石錶面，硬度僅次鑽石。英國電子產品維修公司iPhonefixed測試藍寶石屏幕堅硬度。短片中可見，屏幕樣本被拿去與石牆邊接觸，又拿硬幣、鑰匙及砂紙使勁磨擦，其後以錘子敲打，最後更以電鑽「攻擊」，但屏幕依然全沒花痕。



Apple Insider網站/9to5mac網站

## 豪擲3億賣電視廣告

Apple Watch是蘋果公司多年來首款全新產品，蘋果甚為重視，在美國購買大量電視台黃金廣告時段宣傳。iSpot.tv網站估計蘋果由上月發布會起，於美國各大電視台最少播放300次廣告，費用達3,800萬美元(約2.9億港元)，較過去5個月花4,200萬美元(約3.26億港元)宣傳iPhone 6及6 Plus的宣傳預算明顯更充足。

蘋果亦善用名人效應，美國歌手Pharrell Williams周一在美國歌唱比賽節目《The Voice》上戴着玫瑰金Edition版手錶亮相，其後又在社交網站Instagram分享錶面的米奇老鼠圖案。

路透社/Apple Insider網站

## 拆解Apple Watch



自選外型 多款錶面及錶帶，自行組合

Digital Crown錶冠 縮放相片、捲動列表、輸入數據等

「朋友」鍵 迅速打開常用聯絡人

觸控式Retina屏幕 以藍寶石或強化Ion-X玻璃製成，十分堅固

Taptic引擎 內置線性促動器，收到通知時觸動用家，亦可用作發訊息「傳送」心跳

電池 充滿電後，電量足以用一天

喇叭 提供聲音導航、聽電話及語音提示等功能

心跳感應器 以紅外線、可見光及感光器偵測用家心跳

支援支付功能 Apple Pay，輕易繳付賬單

S1晶片 Apple Watch整個電腦系統建基於這塊晶片，它由樹脂包裹，保護電子零件

資料來源：《HowItWorks》雜誌

## 蘋果「截龍」走高檔 門市變陳列室

蘋果公司以往推出iPhone等新產品，「果迷」都會在門市外大排長龍，希望搶先買得心頭好。不過蘋果開始改變開售策略，今次推出Apple Watch都鼓勵消費者在網上預訂，昨日門市排隊訂購的人也不及以往。據報蘋果零售部門主管阿倫特發內部通告，要求職員協助顧客改變心態，更多上網購產品，結束排隊購物的舊模式。人龍是產品暢銷的證明，屬極佳宣傳手法，蘋果卻反其道而行，鼓勵消費者網購，避免「逼爆」店舖，做法少見。阿倫特發過去曾表示，Watch的供貨量或未能滿足殷切需求，估計蘋果傾向由網站供貨不足，寧要所有顧客空手而回，也不願部分人浪費時間排隊而買不到，使銷售更公平，也避免插隊及爭先恐後等難看場面。

報指，蘋果正測試新策略改革實體店，把它們從零售點變成陳列室，輔助網店，這可更有效控制店面人數，豪客亦毋須花時間排隊或忍受擠迫之苦，有助蘋果轉型為高檔品牌。

Buzzfeed網站/Wired網站/Business Insider網站