

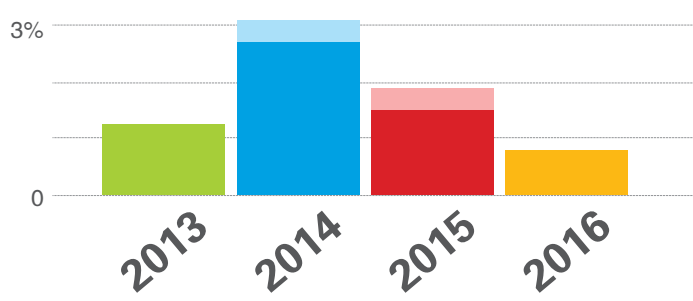
# 觀望9月推iPhone7 先達機舖掀倒閉潮

## iPhone SE 半月零炒風

iPhone SE開售至今約半個月來銷情一如市場預期的冷淡，在零炒風下讓本港炒機聖地先達廣場的大批手機店結業。市場目前觀望全新一代的iPhone7的推出，若預計9月份iPhone7再沒有亮點的話，蘋果公司(Apple)或會變成下一個諾基亞(Nokia)。

■ 香港文匯報記者 吳婉玲、黃萃華

### iPhone SE首周銷情是歷代產品最差



iPhone 5s	0.9%
iPhone 6	2%
iPhone 6 Plus	0.3%
iPhone 6s	1%
iPhone 6s Plus	0.3%
iPhone SE	0.1%

資料來源：Localitys



■ 在零炒風下讓本港炒機聖地先達廣場的大批手機店結業。



■ iPhone SE 網上圖片

曾幾何時大家一年總有幾日都會調好鬧鐘，戰戰兢兢坐在電腦前，為的就是上蘋果官網預訂一機難求的iPhone新機。上月在蘋果發佈會登場的iPhone SE屏幕僅有4吋，一如市場估計不走大螢幕的主流路線。3月31日正式在港開賣至今已近半個月，炒風不再已成定局，但似乎連用家都對該部新iPhone不感興趣。

### SE開賣首周創最差銷情

以往每次有新型號iPhone推出，都必定會令一眾果迷為之瘋狂，在網上預訂外，亦會提早到專門店外通宵達旦排隊等候，務求第一時間得到新手機。調查機構Localitys於上周就指，此情景已不再復見。

Localitys數據指，iPhone SE在正式開賣後首周的銷情是近年來多個型號中表現最差，佔所有iOS手機中僅0.1%。至於iPhone 6s Plus在開賣後首周則佔0.3%；而iPhone 6銷情最佳，佔2%。(見表)

iPhone SE銷量未如理想，或會拖累Apple今年整體出貨量。一向積極留意Apple產品的凱基證券分析師郭明錕預料，iPhone SE全年的出貨量或只有1,200萬部，預計今年iPhone整體出貨量會急跌最少20%，由去年的2.32億部減少到1.9億部至2.1億部。

除了用家普遍接受市場上大螢幕手機「返唔到轉頭」外，iPhone SE的硬件無驚喜亦是其銷量減低的原因之一。市場上對iPhone SE的評價兩極化，有人說，其性價比高，售3,488港元屬物超所值；亦有人指，其

效能與6s相若，了無新意，其實毋須換機亦可。

### 無創意食老果粉失望

有分析認為，雖然iPhone SE的性價比高，但Apple似乎忘記了旗下產品除了是智能產品外，亦是手機潮流的指標。回想當年老教主喬布斯每次進行發佈會，喬布斯從不令全球果迷失望過，Apple總會推出令人眼前一亮的產品，而今次iPhone SE的外形沿用iPhone 5s的設計，令一眾果迷大失所望。如果並非購入玫瑰金色的iPhone SE，又無細心留意機背上印有「SE」字樣，驟眼看根本難以分辨是SE還是5s。

不過，Apple推出的iPhone後續機種，銷量一向都會較為遜色，因為Apple通常會在9月發佈新iPhone，對

於喜歡追潮流，想「走在最前線」的粉絲，大多會停一停，等一等。市場料iPhone7系列將會有3部新機，郭明錕估計，其中具備5.5吋螢幕的iPhone7 Plus將會配置兩組鏡頭。

### 7仔怕希望越大失望越大

除兩組鏡頭外，市場傳聞iPhone7將有大量突破，包括：全新外觀設計、防水設計、取消標準耳機接口、無線充電、電池容量提升、更大的RAM及ROM等等。如果Apple想iPhone7撐起今年全年銷量，似乎要加把勁了，但最怕希望越大，失望越大。本月1日剛巧是蘋果創立40周年，已屆不惑之年的Apple前景會如何？iPhone7會是答案。

## 追機潮流不再 手機增長放慢

手機開發商每年都推出新手機，機不離手的香港人自然對手機有一定需求，自智能手機面世以來，手機銷售量一直有增無減，追手機潮流一時無兩，惟這個潮流可能將會消失。國際研究暨顧問機構Gartner早前表示，智能手機使用者用手機的平均年期將會延長。

### 料首現單位數增長

自有智能手機推出以來，智能手機銷售量每年都有雙位數增長，但Gartner表示，預計今年全球智能手機銷售量按年只增長7%至15億部，是首次出現單位數增長，更認為智能手機雙位數增長時代已經結束，而內地及北美銷售量更有機會持平。

### 用戶傾向延遲換機

有使用者指開發商出新機有時是舊酒新瓶，即使是機身重新設計，但手機規格卻未有重大突破，Gartner指，預測目前到2019年，亞太地區的1.5億使用者暫不會再升級智能手機，即使換機，都較傾向更換同等級的手機。



■ iPhone SE與iPhone 5或5s的外觀幾乎沒有分別。



■ iPhone SE(中)屏幕得4吋，右為4.7吋的6s。

## 蘋果都搞「去庫存」賺錢無底線

被市場認為是蘋果用作去庫存的iPhone SE，是有史以來售價最平，只售399元(美元，下同)的iPhone手機，因為其零件在多款舊型號上出現過，似乎是利用舊型號用剩的零件度身打造，成本自然亦較iPhone 5和iPhone 5s為低。研究機構IHS拆解了16GB版本iPhone SE後發現，其成本為160元。至於同樣是4吋螢幕與16GB容量的iPhone 5和iPhone 5s的成本則分別為167.5元及191元，兩款同樣售649元。

IHS資深總監Andrew Rassweiler表示，iPhone SE

其實是一部綜合了iPhone 5s、iPhone 6和iPhone 6s的綜合體。雖然外觀像5s，但有優越的效能。對於用家而言，iPhone SE與iPhone 6s最大的分別只是在於螢幕尺寸及解析度上。

### 保留16GB版本陰謀論

IHS首席分析師Wayne Lam就認為，Apple將16GB版本iPhone SE毛利減低，其實是為了刺激銷售，亦希望更多人買64GB版本。64GB版本的成

本，只是較16GB版本增加12元，即172元，但其售價就貴16GB版本100元，即499元。可想而知與16GB版本比較，每賣出一部64GB的iPhone SE，Apple就賺多88元。

由此就可以推斷，為什麼Apple一直沒有停止生產16GB版本iPhone，因為普遍用家在抉擇16GB和64GB時，都會放棄有機會不夠容量的16GB iPhone。Apple就是看中大家的心理，所以推16GB作餌，吸引大家買64GB。

## iPhone5s變SE 只需150人仔

內地人創意多多並非新鮮事，繼以前發明過「蘋果皮」，成功將iPod Touch搖身一變至具備電話功能，可以打電話和發短訊後，今次更加玩大變身。深圳華強北的商場內，有店舖提供將iPhone 5s翻新，偽裝成SE的服務。

### 鐳射刻字換玫瑰金殼

由於iPhone SE與iPhone 5或5s的外觀幾乎沒有分別，用家必須細心留意機背上的細字才可以分辨。有商家看中此商機，生產的SE底殼，用鐳射技術刻上「SE」字樣，而當中最受歡迎的當然是玫瑰金色，費用不過60元人民幣。當然，翻新的過程中仍有加工及組裝等工序，連同裝嵌費80元人民幣，即整個變身合共需要約150元人民幣。

另外，華強北亦有店舖會回收二手機，包括iPhone 5及5s。有消息指，有好商會將這些翻新機當作iPhone SE出售，賺取不義之財。如果大家有意購買iPhone SE，還是到專門店或有信譽的通訊商購買較為安全。

## 內地機平靚正 成功搶市佔

內地製造手機技術日新月異，加上自家製的手機零件及技術成本低，令近年內地品牌手機成功以平、靚、正的技术，成功打入國際市場，令華為、聯想、小米等內地手機品牌在手機界嶄露頭角。

### 全球十強內地佔7家

根據TrendForce的市場調查，全球十大產量最多的手機製造商中，有7間是內地手機製造商，非中國的手機製造商只有蘋果、三星及LG。去年全球手機市場市佔率的依然是韓國三星，佔24.8%，但市佔率較2014年下跌3個百分點，而炒家最愛的蘋果市佔率排第二，佔17.5%。

內地品牌華為、小米及聯想則緊隨其後，超越本身擠身五強的LG，市佔率分別有8.4%、5.6%及5.4%，以曾靠智能手機起家的日本品牌索尼竟由2014年排第八，去年則跌出十大手機品牌。

另一個市場研究機構Kantar World panel ComTech最近公佈的調查結果顯示，以iOS作業系統操作的蘋果由去年12月至今年2月，全球市佔率大跌，更失去內地市場冠軍寶座，蘋果於內地市佔率更

### 全球手機市場市佔率排名

2014市佔率		2015市佔率		2016市佔率(預測)	
三星	27.8%	三星	24.8%	三星	22.2%
蘋果	16.4%	蘋果	17.5%	蘋果	16.8%
聯想+摩托羅拉	7.9%	華為	8.4%	華為	9.3%
華為	6.2%	小米	5.6%	聯想	6.1%
LG	5.4%	聯想	5.4%	小米	5.8%

製表：記者 黃萃華 資料來源：TrendForce

出現2014年8月來首次倒退。而「國產機」華為就成功跑出，市佔率錄得24.4%，奪得中國最大智能手機商冠軍寶座。

### 華為成中國市佔一哥

而在這場手機市佔率格鬥戰，華為看似是真正贏

家，去年華為銷量衝破1億部，成功擊敗小米成為內地第一大手機廠商，TrendForce估計，今年全球第一大手機廠商依然是三星，但市佔率會繼續被華為蠶食，預計華為今年於全球手機市佔率會達9.3%，而內地三大手機製造商華為、聯想及小米，今年佔全球手機市場合共21.2%，較去年多1.8個百分點。