

Apple's Answer 苹果为何这样红

文_孙永杰 责任编辑_郭婷婷

当全球主要的IT厂商遭受经济危机而带来利润下滑,甚至是亏损之时;当微软与苹果相互讥讽的广告大战正酣之际,苹果近日发布了令这些对手和同行都为之震惊的截至3月28日的2009财年第二季度财报,121亿美元的净利润和36.4%的毛利率在此经济环境下,足以引起业内和人们的关注。按常理讲,当经济萧条之时,消费者都会捂紧自己的口袋,即使是消费也会选择可以替代的更为便宜的产品(这也是微软攻击苹果广告的卖点)。但事实是,萧瑟的经济环境,并没有阻止住苹果业绩的飘红。人们不禁要问,苹果缘何这般红呢?苹果发布的财报中,或许有答案。



与合作伙伴共赢。通过苹果的财报,可以看到,在苹果所有的产品中,来自iPhone和相关产品及服务的营业收入为15.21亿美元,同比增长302%,是增长幅度最大的。在过去的一个季度里,苹果共售出了379万台iPhone,出货量比2008年同季度增长123%,虽然数量较上季度下降13%,但是营收却增长了22%。谁都知道,与电信运营商的合作捆绑是iPhone主要的推广和销售方式。就在苹果发布财报的同时,苹果在美国最主要的合作伙伴AT&T也发布了其2009财年第一季度财报,财报显示,受用户使用苹果3G版iPhone等产品刺激,一季度该公司无线数据服务营收同比增长39%,第一季度中,AT&T客户激活了160多万部iPhone,无线用户净增了120万人。联想到苹果在此季度出货的379万台iPhone,在一个季度里,苹果与AT&T的合作,不但帮助苹果出货全部iPhone的将近1/3,而且iPhone用户每个月在AT&T的订阅支出较所有用户的平均值高出大约60%,而且更换运营商的可能性较低。就像国外分析师所言,AT&T牢牢把握了高端市场,并且这一细分市场不容易失守。与合作伙伴共赢是在业界被人说滥了一句话,但如何真正能够做到,这里面的门道不浅,尤其对于目前正在如火如荼、紧锣密鼓地推广3G的电信运营商、PC厂商和手机厂商,他们应该很好地研究和借鉴。

软硬结合,以软促硬。在过去的一个季度,苹果来自iPod的营业收入为16.65亿美元,虽然同比下滑8%,但来自其他音乐产品和相关服务的营业收入为10.49亿美元,同比增长19%。其中,iPod Touch销量为2008年同期的两倍。按照苹果首席运营官蒂姆·库克(Tim Cook)的说法,苹果应用商店(App Store)推动了iPod touch的发展。而苹果首席财务官彼得·奥本海默(Peter Oppenheimer)则进一步指出,主要是游戏应用推动了iPod touch的普及。在苹果的应用商店内,所有程序都受欢迎,但游戏更胜一筹,这也是iPod touch如此成功的原因之一。据统计,目前App Store有超过35000种软件,不久下载量将突破10亿。由此可见,大量的应用的支持,让苹果即使在硬件销售下滑的情况下,仍能保持总体业务的增长。



Apple's Answer

宁要利润,不追求销量。这一点在苹果Mac系列产品上体现得最为明显。据苹果财报显示,在此季度中,苹果共售出了222万台Mac(81.8万为台式电脑,139.8万笔记本电脑),比2008年同季度降低3%。尽管销量有所降低,但与其他PC厂商相比,苹果的表现还是不错的。更重要的是,苹果在Mac上的利润并未因此打多少折扣。鉴于目前PC产业正在从传统的台式PC转向移动的笔记本,苹果也不可违背。从本季苹果台式Mac和笔记本的出货量可以看出端倪。这里需要说明的是,与基于Windows的PC不同,苹果的台式Mac并不比笔记本便宜,甚至利润高于笔记本。按常理讲,当用户倾向于选择笔记本的时候,降低台式机的价格是吸引用户最重要的方法。但从苹果今年发布的新款Mac台式

机看,基本上已经没有什么太多的新意,可价格却并没有明显的降低,这使得在经济危机时期,新购机的用户如果选择苹果的话,更倾向于选择Mac笔记本。这无疑造成Mac台式机的出货量受到影响。而据苹果的分析,老的苹果用户更愿意购买价格比笔记本高的新款Mac台式机。这也许就是苹果独特的魅力所在,这种魅力也造就了与基于Windows的PC用户的截然不同的消费习惯。苹果正是利用了这一点,宁可台式和笔记本互抢份额,也不轻易降低价格和牺牲利润。即使是这样,苹果零售店的营业额为14.7亿美元,客流量超过3900万,比2008年同期增长16%。其中超过一半的Mac用户为首次接触Mac产品。看来低价格未必是吸引用户唯一的法宝,即便是在经济危机时期,那苹果靠的是什么呢?

任何时期,品质不降。当PC市场低迷,传统的PC厂商纷纷以低价,甚至以牺牲品质在PC市场苦斗的时候,苹果仍然保持自己的高品质不变。在最近的财报发布中,苹果首席财务官彼得·奥本海默针对当前在PC市场火爆的低价上网本发表“目前上网本还是不能达到他们对产品的要求,用户也不会满意,他们对这类产品不感兴趣”的言论足以证明这点。另据市场调研机构Forrester Research近期进行的一项关于PC业用户满意度的调查显示,苹果轻松胜出其竞争对手并遥遥领先。在此次调查中,Forrester Research将满意率达65%设定为合格。值得注意的是,在调查的厂商中,仅有一家用户满意度达到65%的Windows电脑品牌,与此形成鲜明对比的是,80%苹果用户的满意度达到了良好水平。这从另一个侧面说明了为何苹果电脑价格高仍能吸引用户,而传统的基于Windows的PC厂商尽管价格一降再降,但效果与苹果比起来总是差强人意。看来任何时候,对于产品品质的不妥协是在任何市场环境下立足的根本。MCE