

革新不足 New iPad中国上市遭冷落

New iPad中国上市遇冷,果粉不买账

在结了和唯冠的“iPad 商标纠纷”后,7月20日,New iPad如期而至。不过,和之前iPhone 4、iPad 2等产品在中国市场上市时引发大规模的抢购风潮不同,此次New iPad登陆中国市场并未引起人山人海的排队抢购场面,甚至连一向“追捧”苹果产品的黄牛党和苹果粉丝也不知所踪。

对此,苹果的店员将其解释为苹果开卖方式的转变。和前几代苹果产品采取开放式发售方式不同,本次苹果采用了预约购买的形式进行销售,为的是保证消费者到店后,能在最短的时间内买到产品,减少排队等候的时间。据介绍,用户可以通过苹果官网进行预订,苹果官网在接受到用户网上预定请求后,会将用户申请发送到苹果摇号系统。成功预定的消费者会在当日内收到苹果发出的预定成功邮件,通知到店购机的时间。

而果粉和业内人士则表示,New iPad全球上市已经有相当长的一段时间,消费者追求新产品热度已逐渐消散,而真正的果粉早已抢先通过其他渠道购买了,因此难以在中国市场再度掀起抢购狂潮。更为重要的是,New iPad和之前产品相比,创新不足,价格也并无优势,所以难以获得消费者的认可。“和iPad 2相比,New iPad的性能和功能提升都非常有限,使用体验上也和iPad 2没有太大的差别,但在售价上New iPad仍保持了较高的价格。除非是铁杆果粉或者要尝鲜,一般消费者应该不会选择购买New iPad。”资深苹果粉丝陈杰如是说。

苹果失宠, 性能及价格因素或制约销售

苹果New iPad遇冷,业界对此早有预期。从外形和性能并没有革命性变化的iPhone 4S发布开始,就有人质疑苹果的创造力遭遇瓶颈,相似的情况如今又发生在New iPad身上。而且苹果和唯冠iPad商标权之争已令苹果损失了4个月的销售黄金期。此外,在价格、性能上,New iPad也并无太大优势。

苹果产品之所以一直受到用户的青睐,最大的原因就在于其总是不断创新,因此总能带给用户意想不到的惊喜。然而,尽管苹果依旧是市场创新的标杆,但其创新的步伐却越迈越小。据了解,此次在内地上市的New iPad分为WiFi版和WiFi+3G版,售价从3688元到6288元不等。外观方面与iPad 2并无太大差别,相反还厚了0.6毫米,重了51克,续航时间和iPad 2一样维持在10个小时。而其最大的创新,即屏幕分辨率的升级,以及带有硬件防抖、

曾经的苹果新品发售现场,人头攒动,争先恐后,可谓风光无限。然而,最近的New iPad在中国上市,却显得颇为冷清,风光不再。究竟是什么原因造成了New iPad的冷遇呢?



人脸识别、自动对焦功能,但这些对使用者而言其实并没有太大的实际意义,而一直无法解决的发热量大的问题则成为了业内人士最为诟病的地方。

另一方面,近期苹果在中国售后的霸王条款事件也影响了公众对这一品牌的好感。有“果粉”表示:“苹果每次发售新品,总是在中国市场迟到好几个月,而且售后服务还很霸道,如果今后iPhone 5或其他苹果产品上市还是采用这种策略,很可能中国消费者会‘用脚投票’,不再追捧苹果。”

Frost & Sullivan中国区总裁王煜全认为,“苹果过去之所以能做出这么优秀的产品和CEO性格高度相关,乔布斯是一个追求极致的CEO,到了现在库克,这一点已经削弱很多了。库克是搞平衡,更是比较职业经理人的CEO,所以苹果的产品在突破上很少。”

四面楚歌, 国内平板市场强手如云

iPad在平板市场上处于绝对统治地位,这已是众所周知的事实,但随着亚马逊、三星等安卓系平板的兴起,再加上谷歌与微软近期纷纷推出自有品牌平板电脑,iPad一家独大的局

面正被打破。

有数据显示,虽然苹果iPad今年第一季度在中国内地平板市场中所占的份额为65%,依旧将其他厂商远远甩在身后,但相比前两年,苹果市场份额已经在逐渐降低。如今,在全球市场上,搭载安卓平台的Pad正在与iPad平分天下。

另一方面,除了各大厂商不断涌入平板电脑市场,移动互联网的另外两大巨头微软和谷歌也于日前分别发布了自主品牌的平板产品Surface和Nexus 7。尽管眼下这两大巨头在平板市场都还不足以与苹果iPad抗衡,但战争的号角已经吹响。与此同时,厂商方面也不断推出新品:三星平板Galaxy Note 10.1预购开启;HTC四核平板也于近日曝光;亚马逊Kindle的低价战依然打得如火如荼……

不难看出,中国平板电脑市场上正在加入越来越多的新生力量。对于苹果而言,这意味着越来越多的挑战;对于New iPad而言,将意味着越来越多的竞争对手。眼下,苹果迫切需要思考的是,如何在竞争对手逼近的同时,找到继续领先的杀手锏,因为在技术飞速发展的消费电子时代,如果拿不出让大家眼前一亮的新产品、新技术,被赶超、被替代,甚至被遗忘,也只是时间问题。

莹悦



新讯速递

三星携手BIG BANG 开启2012 GALAXY环球之旅

日前,三星电子携手韩国超人气组合Big Bang在上海热力启动BIG BANG ALIVE GALAXY TOUR 2012。在GALAXY TOUR 2012的首场演出登陆上海奔驰文化中心后,广州站和北京站的两场演唱会也将在7月28日和8月4日举行。年底前,Big Bang还将在新加坡、美国、巴西、英国等16个国家的25个城市激情开唱,让全球的年轻人都能享受流行音乐与“人性化机皇”GALAXY S III跨界融合带来的时尚文化新体验。

盛大游戏2012Allstar 发布7款新品

盛大游戏今日在上海举办了2012Allstar年度新品发布“手映式”。会上,通过7位嘉宾现场分享了关于“手”的故事,各自讲述了7种游戏手感,并重磅推出了自主研发和代理运营的7款力作,包括:盛大游戏自主研发力作《光明纪元》、《零世界》;盛大游戏代理运营的全球瞩目品牌大作《时空裂痕》、《魔界村Online》、《最终幻想14》;盛大游戏全新移动业务运营品牌极加(G+);《龙之谷》的开发商、盛大游戏旗下Eyedentity Games研发的全新动作网游《Dungeon Striker》。

酷享3G零距离 沃商店3G电话卡暑期大派送

中国联通一直以来以全业务经营和3G发展为引擎,其3G业务的成熟与成长让无数人感受到了移动网络网速的飞跃。为了让更多的人感受3G、体验3G,在本届China Joy上,联通沃商店特面向新老用户赠送价值50元的“预付费20元卡”套餐,包含25元话费。每月最低消费20元,畅享100MB的3G上网流量,足够刷微博、看新闻、查天气、聊QQ,设计自己的移动冲浪生活。据了解,参观者可在China Joy沃商店展台领取3G电话卡一张,活动现场参加下载客户端活动和游戏体验互动还有机会获得精美礼品一份。

AMD携众合作伙伴出击 ChinaJoy

作为ChinaJoy“顶级硬件赞助商”,AMD公司宣布与众多游戏和硬件产业链合作伙伴紧密合作,在ChinaJoy上为游戏玩家带来全线的游戏硬件解决方案。除了AMD FX系列处理器以及AMD Radeon HD7000系列显卡以及AMD APU外,AMD还将与联想携手,推出首款基于新一代APU的彪悍的小Y系列笔记本:联想IdeaPad Y485,给游戏玩家带来随身携带的游戏利器。同时,AMD与三星、完美世界跨界合作,推出为《神魔大陆》游戏玩家定制的游戏笔记本三星355V,带来上佳的游戏体验。

手机浏览器欧朋巡演上海

日前,欧朋手机浏览器在港汇广场与千余用户进行了一场“发现欧朋,从这里开始”的科技体验活动,这是欧朋登陆中国后所发布的科技文化巡演系列的首站。活动现场,造型独特的欧朋LOGO云成为当日广场亮点。云朵,寓意欧朋手机浏览器领先的云端压缩功能,能够实现简洁、高速、流畅的云端浏览服务,让人们尽享舒适的移动生活。活动旨在通过科普新手段,以云朵传递欧朋浏览器优越特性,让上海用户体验纯正的北欧技术风潮。

色彩新宠 金立天鉴GN868智享商务新潮

如果说苹果开启了触感为王的时代,那么三星魔丽屏出现后更是掀起手机屏幕对色彩的追捧狂潮。近日,金立手机推出天鉴系列智能新品GN868,以Super AMOLED Plus 4.3英寸高清屏的配置加入这一阵营。新上市的天鉴系列智能新品GN868,加以Android 4.0的流畅体验,打造新一代色彩与触感的新宠。同时,W+G双卡双待、智能语音、原笔手写、800万像素摄像头及9.8mm超薄机身GN868让用户智享商务新潮。



同时,作为内置“智能语音”的手机,GN868实现更具交互性的中文语音操控,智享互联状态下人机互动的多项操作。除基础的语音拨号、语音搜索、智能提醒功能外,GN868智能语音可帮助定位、翻译,并支持背诗、讲笑话等人机互动交流,

并且支持湖南、四川、广西等地方方言。据悉,这款1GHz主频处理器,配备1600mAh“开源”电池的天鉴系列智能产品已在全国渠道铺货。

佳能面向中国市场推出新款5色大幅面打印机

日前,佳能(中国)有限公司发布了两款新型5色36英寸imagePROGRAF系列大幅面打印机iPF765和iPF760。这两款新机不仅继承了原有机型iPF755和iPF750专业、高效、低成本的优越功能,还改进了收纸篮的收纸方式,增加了安全保障功能,并加大了硬盘容量。今后,佳能将进一步提升在业内的品牌知名度与影响力,全面打开CAD和GA两大行业市场。

此次推出的两款新型5色机改进了原先倾斜堆放纸张的收纸篮,以便能够水平按序堆叠



20张A0大小尺寸的打印文件,方便用户查阅。这个独具匠心的设计不仅解决了目前市场上无法方便整理大幅打印文稿的尴尬处境,同时也体现了佳能时刻为用户考虑,“感动常在”的品牌服务理念。