

蘋果降價 不稀罕了

這次官網大促延續蘋果的風格，與一年前蘋果官網的「罕見」降價一樣，打著「迎新春限時優惠」的招牌，限時四天，參與活動的產品數量也有限，如iPhone類產品共29300件。

具體價格方面，iPhone 14系列到新款iPhone 16系列可減200—500元不等，其中iPhone 16 Pro或iPhone 16 Pro Max的折扣力度最大，立減500元。其他產品也有數百元不等的降價，最低配置售價為10499元的15英寸MacBook Air (M3)降價最多，立減800元。

但剛過完元旦，大家還沒做好「迎新春」的準備，面對這毫無徵兆的降價，不少剛下單的消費者最關心的就是能不能「退差價」。

對此，蘋果官方客服給出了與去年相似的回應：「如果是在活動前的14天內購買的產品，可以進行退貨再購買，這可以理解為是一種退差價。」

而這也是不少消費者願意選擇蘋果官方渠道的一個重要原因。小紅書數碼博主@LovX玩數碼表示，蘋果官方有14天無理由退換貨的售後政策，也就是說，就算iPhone拆開了14天，只要完好無損且所有配件齊全，蘋果可以一分不少地把錢退給你，「但在其他渠道，除了質量問題一般是不支持無理由退換貨的」。

他表示，很多和他一樣的老果粉在買iPhone時都堅持只買官方直營渠道，看重的就是令人絕對放心的貨源，以及十分周到的退換服務。

畢竟單純拼價格的話，官網上新款iPhone區區500元的折扣，在各大平台瘋狂補貼、第三方渠道競相折扣，動輒就能有千餘元降價空間的時候，實在是顯得有點「小氣」。

貨量同比下降達到了6%。

張書樂表示，蘋果「擠的牙膏」，本就越來越難以吸引受眾，推動全球用戶換新的Apple智能（Apple Intelligence）在國內的落地又暫無確切時間點。即使如庫克所說，大家在2025年用上蘋果AI，對於絕大多數普通用戶而言，也不過是「升級版Siri」而已。

此前庫克在採訪中稱，受益於Apple智能的推出，iOS 18.1首周的用戶更新率是去年同期iOS 17.1的兩倍。但從相關評測來看，蘋果在智能寫作、照片智能檢索等方面的AI功能似乎維持著一貫的「保守」風格或者說沒有驚喜，更不用說國內暫時可說是唯一能體驗到的更新——通話錄音，不過是安卓用戶早已習以為常的功能。

除了實打實的降價，創新乏力的蘋果暫時似乎沒有更好的辦法。

不過在當時的業績交流會上，蘋果CEO蒂姆·庫克也解釋道，iPhone 16系列銷量好於去年同期的iPhone 15系列，而在中國，業績不甚理想的原因可能更多來自其他產品線。從整個2024財年來看，蘋果大中華區的季度同比下降幅度也正在收窄，第四財季更是基本持平。

要知道在600美元以上的國內高端市場，蘋果依然佔據約五成的份額。特別是在超高端領域，在國內能與蘋果一戰的還是只有華為。

科技研究公司Counterpoint數據顯示，與2023年同期iPhone 15相比，iPhone 16系列在中國上市後前三周銷量增長20%，其中中高端型號Pro和Pro Max總銷量更是增長高達44%。此前iPhone 16系列遭遇砍單的消息也一度引發市場猜疑和蘋果股價的小幅波動，但據天風國際證券分析師郭明錤稱，蘋果砍掉約1000萬部iPhone 16的訂單，大部分是普通版iPhone

#苹果官网突然降价#

导语：元旦刚过，苹果中国官网公布出了“叱咤福利”新年促销活动，将于1月4日-7日开启。

数据总览 全部 24小时 30天

2亿 阅读量 **4.5万** 讨论量 **20.4万** 互动量 **5359** 原创量

热搜记录 热搜规则

热搜榜最高位置 在榜时长

第1位 **9小时41分钟**

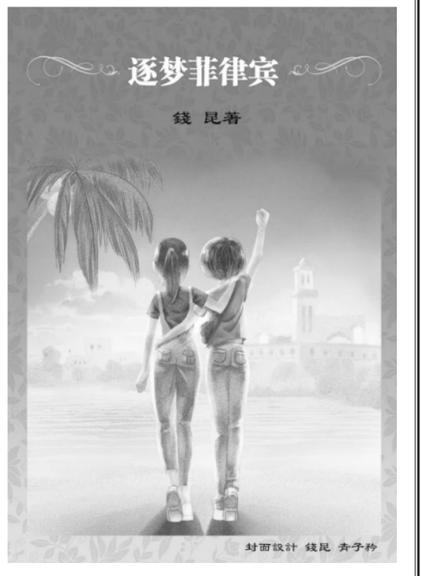
「你不買我不買，下月還能降800」，網友對於iPhone的調侃竟然成真了。2025年剛開工不久，蘋果中國官網就發佈「迎新春限時優惠」活動，「蘋果官網突然降價」話題登上微博熱搜榜。此次名為「叱咤福利蓄力中」的限時優惠時間為1月4日至7日，包括新款在內的iPhone、Mac、iPad等多款產品均參與活動，最高立減800元，換購iPhone也依然享受折抵優惠。蘋果早就不「保值」了，降價促銷成了

常見動作。哪怕是曾經每次降價都會被冠以「罕見」的官網，如今也走下「神壇」。一年前的2024年1月，「蘋果官網罕見大降價」就曾登上熱搜榜。而在兩個月前，蘋果發佈季度財報，全世界依然只有大中華區不買蘋果的賬，全新iPhone 16系列也沒能扭轉這一局面，大中華區連續第五個季度收入下滑。在中國似乎「一日不如一日」的蘋果，以後只能靠「降價」度日？

叱咤福利蓄力中

1月4日至7日，以符合条件的支付方式买指定产品，最高立省RMB 800*。换购新 iPhone 还享折抵优惠！

顏宅是花園巷裡碩果僅存的一座五間張大宅，連同前後花園的空地約有一千二百平方米。菲妮小時候常常聽祖母說：「這是你祖父的祖父興建的，因用料考究，雖經百年的風吹雨淋仍矗立於花園巷內。可惜的是，與其並排而立的另兩座五間張大宅已是灰飛煙滅，消失在時間的長河之中，成了菲妮家的後花園。推開那厚實的門扉，但見一間約有十五平方米的下廳，門對面八仙桌的後面，是一堵用上等木板左右連接著兩根粗而壯木柱的板牆，形如一對展開的屏風，擋住了每一個望向裡廳的來者的視線。板牆的左右，是沒有門檻的通道，向右拐，便是右邊的天井——這裡是睡房區。三間臥室圍繞著一個天井，下房是菲妮父母的睡房，處於下房和上房之間的廂房是菲妮的臥室，通風佳，採光好，還開有天窗的上房，是菲妮和祖母的房間，現被菲妮單用。菲龍則住在廂房後，面向小天井的一個小間。相對於右天井的左天井，則是被內下廳、書房和畫室左抱右擁；左天井和廚房間有一塊大如上廳的空地，是清洗和曬衣服的地方，那裡開了一扇往後院的門。整個顏宅，大小十二間房，每間房各盡其用——下廳是同一位客人座談的場合；上廳是接待比較親密和尊貴客人的場所；飯廳設在緊挨廚房的後廳；左下廳，則是菲妮和她同學及朋友們大侃神聊的地方。以前，這裡是雲姨在顏宅當傭人時的住處。魏貴雲，菲妮的繼母。她能夠「麻雀變鳳凰」，得益於菲妮祖母的主張和力挺，不然，這個長在鄉下的女孩，也許現在還在重複著過去的故事……她可是重男輕女的深度受害者。自小不被其父母疼愛，大字不識，還被送到顏宅來當女傭，在菲妮祖母王端娘的言傳身教下，才認了幾個字。到了婚配年齡，又被其父母像賣豬仔似地許配給了同鄉的一個酒鬼，常被酒後的老公打得死去活來，在生下了女兒秀英，後改名菲妮後才跑回了顏宅，好心的老主人收留了她，並給了顏一筆錢，幫她解除了婚約，有了自由身。「文革」爆發後，菲妮的母親因複雜的海外關係和僑生的身份，遭到了無端、無情和無休止的衝擊後自盡了；在祖母王端娘的極力苦勸和撮合下，父親中燻也像其母親一樣，天真地想著雲姨入了這個家，既會孝順母親又會疼愛女兒，才使這個昔日



的幫傭華麗轉身了。一年後的1969年，雲姨為單丁過代的顏家生了一個男孩，起名菲龍。豈料，他的降生改變了一家五口人的命運——至親摺運，雞犬升天！先是身為畫壇精英的父親，蒙受不白之冤被投入了監獄；隨後，傷心欲絕、悲憤憔悴的老主人，嘗到了她親自扶上位的傭人媳婦恩將仇報的變臉和變本加厲地對她頤指氣使、橫眉豎眼……致她於後悔不迭中心臟病猝發而死不瞑目！婆婆一走，雲姨成了顏宅名正言順的主人，手中握著中燻自獄中的來信——留有青山在，不怕沒柴燒的「信旨」，堂而皇之地把祖傳的字畫、古董、檀木家什和值錢的東西，一件一件地以白菜價賣了度日。當鄉下傳來了她的親生女兒秀英被夫家人虐待的消息後，便萌發了把其親生女兒接來顏家的念頭。於是，花言巧語地哄騙菲妮到漳州去投靠其舅媽。在其積極操作下，小學剛畢業的菲妮便離開了家鄉前往漳州的鄉下，投靠了從未謀面的舅媽王泗桂，開啟了她半工半讀的苦難生活。可憐的菲妮，除了要照顧好小表妹外，便像小傭人似地包攬著全部的家務，稍有差池，便被罵得狗頭噴血、渾身發抖，最可怕的是挨餓的懲罰，讓她刻骨銘心，忘也忘不了啊。從舅媽的咒罵中，她知道，她在報復——菲妮的母親當初激烈地反對她回其弟的婚事。

(〇〇五)

關鍵是，全新的iPhone 16系列是在去年9月底10月初陸續才來到預約用戶手中，不過兩個多月，蘋果官方已經兩次降價。2024年雙11大促第一波開賣時，Apple Store天貓官方旗艦店就為iPhone 16系列提供了500元「蘋果驚喜券」。雖然不是官網活動，但Apple Store天貓官方旗艦店是官網之外蘋果唯一的線上直營渠道，也擁有同樣的正品保障及相應的退換政策。互聯網分析師張書樂表示，蘋果的「主動」打折促銷已經成了常態，頻率也在明顯加快。對於蘋果來說，「內心戲」其實很簡單，我不降價，第三方也會降價，那為什麼不由蘋果自己來做這個「好人」呢？「面對整體有飽和趨勢的手機市場，國內競爭又如此激烈，也要允許蘋果年底沖點業績，只有降價才能勉強挽回一定的市場份額。」張書樂說。蘋果在中國，還是不甜了。官方降價的頻率正在提高，蘋果在中國的業績則保持在相對低位。去年雙11大促開啟不久，大洋彼岸的蘋果在當地時間10月31日發佈2024財年第四季度（6月30日至9月28日）的財務數據。第四財季，蘋果總營收949億美元，同比增長6.1%；淨利潤147億美元，同比下降35.8%，其中增收不增利的情況可能與蘋果一次性向歐盟支付102億美元解決稅務問題有關。排除一次性費用的影響，該季度蘋果淨利潤同比增長12%。

當家產品iPhone在全世界賣得相當不錯，佔據蘋果總收入近半的iPhone業務收入實現了5.52%的同比增長。但回到國內，「iPhone不行了」的調子餘韻不絕。按照地區劃分，大中華區仍然是蘋果唯一一個營收同比下降的市場，而且這一同步下降的趨勢已經維持了整整五個季度。就整個2024財季來看，蘋果在其他國家及地區已經陸續恢復增長，只有大中華區沒能重整旗鼓。IDC數據顯示，2024年第三季度，蘋果憑借年度新品的上市，以15.6%的市場份額重返中國智能手機廠商前五位，位居第二，但相比去年同期並無明顯改善，出貨量同比下降3%。另據科技產業諮詢機構Canalys的數據，同期中國市場份額重回第五位的iPhone出

16，而非擁有更高配置、更受消費者歡迎的Pro機型。蘋果，依然「高」「貴」。就算是現在官網搞降價，一台最低配置的iPhone Pro的價格也高達7999元。多位分析師表示，儘管Apple智能暫時缺位，但隨著市場優惠力度的加大，iPhone 16系列的國內需求依然具備一定的韌性。張書樂則提醒道，蘋果在中高端領域的社交貨幣價值已經愈發弱化，特別是在折疊屏這一新形態上的滯後，也讓國內廠商有了更多分走高端市場份額的機會。Canalys研究分析師鍾曉磊此前對有意見報告表示，蘋果在國內面臨的競爭越來越大，但2024年9月以來多項經濟政策的推出顯著增強了市場的信心與活力，對於蘋果也是十分利好的局面。如果接下來其能夠在本地化與合規化方面取得更好的進展，或將增強其在國內市場的競爭力。但關鍵還是在於蘋果能否找到新的需求支撐，至於更具體的Apple智能，也要等2025年落地中國後才見分曉。

錢昆歐遊打油詩

比薩斜塔

斜塔內飾拱門款，連續卷狀富動感。大理石白斜圓塔，千年不倒譜非凡。