

关注度



A股中的安洁科技、环旭电子、比亚迪；在香港上市但总部位于内地的瑞声科技

尚未上市的昆山长运、天津力神、蓝思科技、苏州面板电子等

立讯精密、金利科技、德赛电池及歌尔声学等，也被业界公认为是打入苹果供应链的重要配件供应商，主要为iPhone提供触摸屏组件、电池、耳机以及组装等项目

苹果的中国供应商

9月25日，苹果公司宣称iPhone5正式发售仅一周订单就达到500万台，然而，在苹果公司遍及全球的庞大产业链上，来自中国的众多加工企业和产业工人，却仅仅获得iPhone5丰厚利润奶油下的一小块干瘪蛋糕。在iPhone这个代表世界制造业顶级水平的“明星”产品上，中国制造再次显露出短板和尴尬。

“苹果”树下好乘凉

8家中国供应商进入苹果供应链

iPhone5成本仅占约20美元，相当于这部手机售价的3%

156家苹果供应商 8家来自中国

苹果公司最新公布的《2012年度供应商社会责任进展报告》首次披露了该公司遍布全球的156家供应商名单，其中有8家中国公司上榜，包括A股中的安洁科技、环旭电子、比亚迪；在香港上市但总部位于内地的瑞声科技；尚未上市的昆山长运、天津力神、蓝思科技、苏州面板电子等。此外，立讯精密、金利科技、德赛电池及歌尔声学等，也被业界公认为是打入苹果供应链的重要配件供应商，主要为iPhone提供触摸屏组件、电池、耳机以及组装等项目。

毋庸置疑，能够进入苹果公司的全球供应链，意味着将有机会从苹果公司明星产品销售中获得充足订单和稳定持续的收入。就像iPhone5手机正式上市仅一周就收获超过500万台的订单，按照美国不同配置裸机价格649美元~849美元计算，iPhone5的首轮销售就将达到35亿美元，约合人民币220多亿元。

正是在苹果产业链光环的带动下，A股中“苹果概念股”一度走出一轮持续2周行情，其中歌尔声学更是创出40元的历史新高。多家证券分析机构认为，iPhone和iPad耳机订单和声学零组件订单有望成为歌尔声学主要的成长动力，未来几个季度的利润有望达到90%的增长。

“苹果”的中国企业利润不到2%

就在苹果公司推出iPhone5的第2天，美联储推出了旨在提振美国经济的第三轮货币宽松政策QE3。不过，在摩根大通首席经济学家迈克尔·费罗利看来，这一轮“坐在直升机上撒钱”的印钞，仅能为美国第4季度的GDP贡献0.2%左右增长，而iPhone5却能带来0.25至0.5个百分点的增长。

苹果公司这种创新型的产品，对经济的巨大影响显而易见，但遗憾的是，这一效应无法在中国被复制。因为即便占据了苹果全球供应商近10%的数量，中国企业能从苹果公司获得的利润少之又少。

在iPhone5发布以后，IHSiSuppli、UBMTechInsights等科技分析机构很快公布了

拆开手机并分析其配件价值的成本分析报告，报告显示，售价649美元的iPhone5,16G版本的成本是207美金，售价749美元的32G的成本是217美金，而价格为849美元的64G的成本是238美元。

也就是说，每部iPhone5苹果公司至少赚取了其中的400多美元，只留给零配件供应商200多美元的盈利空间。而就是这价值1200多元人民币的零配件，最昂贵的配件，是应用了最新触摸技术的显示屏，每个需要44美金；虽然也有中国企业宣称苹果提供触摸屏，但LG、夏普和JapanDisplay3家日韩企业才是这一重要部件的主要提供者。

此外，iPhone5的无线部分是另一个占成

本比较大的组件，为34美元，机械成本有33美元，A6芯片成本是17.5美元。而在中国供应商参与的部分，iPhone5的电池成本仅3美元；作为附件的耳机，采购成本价也没超过10美元，至于手机组装工序，每部手机的生产人力成本只有8美元。

也就是说，在每部售价约700美元的iPhone5中，真正由中国企业提供的零配件，成本仅占约20美元，相当于这部手机售价的3%。

华泰联合证券对苹果利润的研究报告显示，每部iPhone手机，苹果公司占据其58.5%的利润，韩日及其他国家公司占据约10%的利润，而中国内地劳工成本只占1.8%。同时在iPad的利润分配中，中国企业所得利润占比也仅有2%。

苹果在华每日进账5.5亿元人民币

与乔布斯对中国市场的“偏见”相比，务实内敛但洋溢着对华热情的新CEO库克正迎来苹果公司最好的中国营收时代：单季业绩79亿美元创纪录，供应商危机和商标纠纷创伤变小。

今年头三个月，苹果大中华区营收同比增长3倍以上。换算成比较容易理解的概念就是，苹果在华已经达到了日进8777万美元（约合5.5亿元人民币）的能力。

这是苹果2012财年二财季的业绩数字，加上前一财季，苹果2012财年中国区营收已经高达124亿美元，接近上一财年全年130亿美元的水平。

在苹果CEO库克本人的理解中，上述业绩还未达到顶点，因为这主要归结于“iPhone

的需求强于预期，尤其是中国区的iPhone销量同比增长4倍”。

受智能手机和平板电脑拉动，苹果笔记本电脑Mac在华销量也同比增长60%。拥有全系列苹果产品正成为中国“果粉”的标配，而“果粉”的群体正在壮大。

瑞士信贷去年就预测，到2015年，苹果中

国销售额将达到300亿美元。现在看来，瑞信的预测显得较为保守，有其他机构给出了2015年苹果在华千亿美元营收的估计。苹果第二财季数据显示，中国区营收占比达到20%，而在2009年这一比例是2%，那时候苹果iPhone尚未杀到中国。

据《新快报》



旅游百事通[®]

TRAVELING BESTONE



电话：400-678-8666 安装“码上郑州”扫描欣赏视频