苹果应重视来自中国的声音

卷首语

通信世界全媒体总编辑

尽管中国市场对苹果的贡献值不小，然而中国市场、用户和APP开发者对于苹果而言，似乎一直是“二等公民”。乔布斯的时代，这样的“嫌疑”比较明显，库克上任之后虽然拜访中国的次数比较多，稍微让人感觉到苹果对于中国市场的重视，但不久前“打赏抽成”和APP强行下架的行为，让苹果再一次成为中国企业的对立面。最近，由国内相关律师和专家组成的联盟正式向国家工商总局及发改委举报苹果公司在经营过程中的垄断问题。据悉，该行动得到约30家中国应用开发商的大力支持，其中不乏知名互联网企业。

从腾讯等企业拒绝屈服于苹果的“打赏抽成”，到中国企业和律师举起法律武器“叫板”苹果，可以看出，随着中国市场力量的增强，中国企业一改以前的隐忍，开始反抗苹果的“霸道”。此消彼涨，中国企业的反抗预示着苹果在中国市场地位的下降。

最新的市场数据显示，苹果手机在中国市场的份额在下滑，目前已经跌出了市场前五。相反，专家预测2017年苹果公司在App Store上的盈利将超过110亿美元，而中国市场对App Store的贡献将很快超越美国市场，成为苹果公司最大的市场。据统计，中国市场几乎贡献了App Store收入增长的一半。苹果对外称，中国有超过180万人在App Store的生态系统中工作。可以说中国市场的强劲发展是推动App Store发展的主要动力之一。在苹果硬件覆盖面很难进一步提升的客观情况下，利润总量急速增长的App Store平台就成了苹果公司额外关注的领域。苹果要从中国APP厂商身上揩油，在此情况下，中国企业敢造苹果的反就不难理解了。

中国企业以垄断的名义对苹果提起申诉，指控苹果涉嫌滥用市场支配地位，损害移动应用程序开发者、运营者、消费者的合法权益。对于这样的指控，苹果肯定会辩解。但从长远来看，苹果目前需要做的是：倾听并重视来自中国的声音，坐下来与中国的合作伙伴沟通和谈判。

苹果一定要知道，今天的市场行情已不是5年前的样子。当年，为了得到苹果的支持，国内三大运营商的高层齐往苹果总部“拜码头”，并为苹果开出很多优惠条件。但是今天，随着华为、OV、小米等中国手机军团的崛起，苹果手机已不再是中国用户追逐的产品。相反，中国是全球移动互联网应用最活跃的市场，据工信部统计，我国个人移动互联网接入流量连续数月攀升。今年6月，人均移动互联网流量达到1591M，同比增长了125%，这一增长势头还在继续。受此庞大市场的驱动，APP应用也是层出不穷。App Store之所以在中国市场增长迅猛，就是得益于这一市场的高速发展。

苹果一定要意识到，在这样一个前景广阔的市场上，自己只是生态系统中的一个参与者，而不是生态发展的决定者，生态规则是大家共商的结果，并不是一家说了算。苹果如果采取强硬态度，还是一副唯我独尊的模样，那么恐怕其在中国的好日子要到头了。如果激起更多厂商的反抗，坐实“垄断”的名头，政府出手干预也就为时不远了。

编辑 | 舒文琼 shuwenqiong@bjxintong.com.cn

刘启诚

苹果一定要意识到，在前景广阔的移动互联应用市场上，自己只是生态系统中的一个参与者，而不是生态发展的决定者。