

苹果用Air重构产品线 市场表现仍面临挑战

中经记者 陈佳岚 广州报道

北京时间9月10日凌晨1点，苹果秋季发布会揭幕，iPhone 17系列如期亮相。

此次，苹果推出了四款新iPhone，分别是iPhone 17、iPhone17 Pro、iPhone17 Pro Max和iPhone Air，以及三款Apple Watch和一款Air-Pods Pro 3无线蓝牙耳机，其中，iPhone 17系列无疑是外界关注的焦点，在芯片、影像、屏幕刷新率升级方面带来亮点。此外，今年iPhone 17超薄设计成为换机新动力？

iPhone Air标志着苹果策略的转向，取代Plus系列，将轻薄提升为高端属性。

此前，苹果iPhone的型号主要可分为数字基础款、Pro/Pro Max、Plus、SE和mini等。其中，数字基础款、Pro和Pro Max一直是iPhone的销量主力，相比而言，iPhone 16 Plus和iPhone 16e的销量就非常一般了。

iPhone mini和iPhone Plus是iPhone系列中端产品的尝试，不过市场表现均未达预期。既不是成本领先的入门机型，也不是真正的旗舰产品。这也导致在更关注尺寸和性价比平衡的中国和印度市场难以形成规模化。

根据Omdia分享的数据，自2020年以来，mini和Plus机型每年的出货量一直占全球iPhone出货量比例不超过8%。

不过，此次发布的iPhone Air似乎也被外界寄予一定期望。

“iPhone Air标志着苹果策略的转向，取代Plus系列，将轻薄提升为高端属性，苹果可以逐步淘汰销量最弱的机型，同时强化其产品线演进策略。”Omdia(原Canalys)研究经理周乐轩对记者表示，从产品组合

系列的产品线调整也是关注焦点，苹果将之前的Plus版本删除，取而代之的是主打轻薄的Air，厚度仅5.6毫米，旨在以轻薄差异化卖点吸引新用户。为达成超薄效果，iPhone Air还用eSIM技术取代了传统卡槽。

在“小屏和大屏”接连失利的背景下，iPhone Air被寄予厚望。摩根大通分析师萨米克·查特吉(Samik Chatterjee)表示，苹果押注



9月9日，苹果CEO库克在苹果公园展示新款iPhone。视觉中国/图

管理的角度来看，iPhone Air可以发挥三个关键功能：一是作为战略试验田，超薄设计需要的高成本工程、生产和材料投入，可形成竞争壁垒，同时为苹果未来超高端折叠屏iPhone积累技术与用户反馈；二是支撑高端产品矩阵，iPhone Air定位为高端Pro系列的补充，而非走量的平价旗舰，强化苹果高端品牌形象并提供差异化选择；三是优化利润结构，iPhone Air占据了中价位段，平衡了销量与盈利能力，能够同时捕获发达市场和新兴市场的需求。

发布会后，Omdia分析师钟晓磊对记者表示，Omdia预估iPhone Air首年全球出货在1000万台左右，将比去年iPhone 16 Plus出货量高一些，对比来看，iPhone 16 Plus

新款轻薄机型iPhone Air，有望为原本的“平淡周期”注入一定的乐观预期。

不过《中国经营报》记者亦留意到，iPhone Air也存在电池和摄像头方面的妥协，可能削弱其基础款的竞争力。与此同时，该版本在国内想要大规模落地也有挑战，目前国内仅中国联通一家支持eSIM，激活流程烦琐。

首年出货约在500多万台。

Forrester首席分析师Dipanjjan Chatterjee表示，苹果在机身设计上已多年未有重大突破，此次“Air”的推出或将成为刺激iPhone 14、iPhone 15用户换机的关键因素。

尽管设计吸睛，但记者也留意到部分机构对iPhone Air的市场前景仍持保留态度。TrendForce集邦咨询指出，iPhone Air标志着苹果正式开辟轻薄型旗舰机的新战局，但由于电池容量压缩、相机配置简化，可能无法满足重度用户对续航和影像的需求。其初期出货占比或与Plus系列相当，销售表现仍需观察。高盛亦认为，虽然轻薄设计有吸引力，但电池和摄像头方面的妥协可能削弱其相对基础款的竞争力。

国行eSIM版已启动？

目前手机上的eSIM还不能正式商用，仍处于计划商用试验阶段。

值得注意的是，iPhone Air全面转向eSIM设计后，国行版本能否顺利支持eSIM功能是关注焦点。

9月10日上午，苹果中国官网显示，iPhone Air仅可通过eSIM激活，在中国内地，目前仅有中国联通为该产品提供eSIM支持，激活eSIM，需前往中国联通线下营业厅进行所需的身份证件核验。

据悉，iPhone Air 9月12日晚8点接受预购，9月19日发售。这也意味着，首批拿到iPhone Air的用户也要等到9月19日。

9月10日上午，记者以消费者身份致电苹果官方客服。对方表示，中国联通开放了eSIM服务，但仍需消费者前往当地中国联通运营商确认能否开通使用。

记者随后致电中国联通客服方面，相关客服人员表示：“中国联通已在可穿戴、互联网笔记本电脑和平板上开展了eSIM运营服务，并计划在具备条件时启动eSIM手机运营服务商用试验，如有要求，我这边可以帮您登记下来，等待有联通官方正式消息之后，会第一时间联系您。”

这也意味着，目前手机上的eSIM还不能正式商用，仍处于计划商用试验阶段。用户暂时还无法像使用智能手表一样方便地在手机上开通eSIM，还需等待联通运营商通知。

谈及中国消费者对iPhone Air带来的反响预计，IDC研究经理郭天翔认为，iPhone Air的超薄设计仅能吸引一小部分早期尝鲜者。由于其在电池续航和相机性能上作出了妥协，再加上目前只有中国联通一家运营商支持eSIM，且需要线下激活，该机型很难打动中国主流消费者。

Omdia首席分析师杨光亦表示，苹果已明确中国联通目前为iPhone Air国内唯一合作运营商，这意味着消费者若想使用该机型，需办理联通卡号以获取eSIM服务。联通在国内三大运营商中市场份额相对较小，大量非联通用户若想入手iPhone Air，需到联通营业厅办理新号码，这一操作比较烦琐，可能会影响用户的购买意愿，成为新机在华推广的一个主要障碍。

苹果AI在华何时落地？

在对手纷纷推出深度集成且符合中国市场需求的AI功能之际，苹果在AI功能方面的滞后正成为其在华发展的一大挑战。

值得注意的是，国行版iPhone 17系列依然不支持Apple Intelligence，苹果也未在这场发布会中提供苹果AI在中国落地的实质性更新。

目前，安卓阵营在AI领域动作频频。如华为、荣耀、vivo等厂商不仅落地自身大模型，还接入DeepSeek大模型，让智能手机迈向AI助手新时代。

反观苹果，尽管全球AI手机普及迅速，其在AI功能的推进上相对保守。Omdia数据显示，在中国市场，尽管苹果在具备AI能力的智能手机细分市场占据约40%的份额，但由于缺乏原生AI功能，用户纷纷转向第三方应用，如豆包、App Store下载量达1.01亿次。

如果不能加速部署AI技术，苹果可能会被软件整合程度更高的本土安卓品牌蚕食市场份额。

郭天翔亦指出：“在本地竞争对手纷纷推出深度集成且符合中国市场需求的AI功能之际，苹果在AI功能方面的滞后正成为其在华发展的一大挑战。”

根据苹果发布的截至6月29日的2025财年第三财季财报(相当于2025年第二季度财报)，大中华区营收达到153.69亿美元，相比2024财年同期的147.28亿美元，同比增长4.35%。扭转了过去两个季度分别下滑2%和11%的局面。

尽管财报显示苹果该季度在大中华区的营收实现反弹，但其

不过，杨光预计，移动和电信后续也会逐渐跟进eSIM在手机上的服务，只是可能需要一些时间。

针对苹果发布仅支持eSIM的iPhone Air，记者亦留意到，中国电信相关人士亦回应称，中国电信eSIM手机业务已全面准备就绪，预计近期获得工信部商用试验正式批复后，将很快向用户开放包括iPhone 17在内的eSIM手机业务办理服务，具体开放时间敬请关注。

钟晓磊对记者表示，iPhone Air的发布有利于推动eSIM在全球的推广落地，对于欧美用户而言，由于较早普及，相对来说推广阻力会少一些，而国内还需要观察实体SIM卡转eSIM的进程。

值得留意的是，截至发稿，苹果中国官网显示，iPhone Air的发售时间从原定的“9月19日”变成了“发售信息后续更新”。对此，苹果在一份声明中回应“我们正与监管机构紧密合作，力争尽快在中国推出。我们也将获批后第一时间启动iPhone Air的发售。”



强化担当 推进法治建设



扫码了解更多