

# 网售黄金版 iPhone5 价格千差万别

## 投资者预计戴尔私有化交易不会遭遇竞购

不想再成为街机分子?那不妨走走个性化道路。近日,一则“Gold & Co 出品、玫瑰金 iPhone 5 到货”的消息吸引了大家的眼球。据该消息称,这款手机纯金打造,全球限量 250 台,预订时间 1—2 周,若免费刻字则时间为 3 周。记者了解到,英国奢侈品设计公司 Gold & Co 打造了“黄金 iPhone 5”,并在迪拜首销,定价 5000 美元。

不过,记者在淘宝等网站上看到,各类“黄金版 iPhone 5”叫价最低为 5580 元,高者达到 6 万元。借用一名网友的说法,Gold & Co 真品 iPhone 5 价格 4 万元人民币以上靠谱,太低或太高,都别冲动出手。

### 黄金版售价 3 万多

记者了解到,在迪拜销售的黄金版 iPhone 5 定价为 5000 美

元(约合人民币 3.1 万元),近日已有水货渠道登陆中国市场。其实,在苹果新一代 iPhone 上市 3 天销量火爆之时,首款由英国奢侈品设计公司 Gold & Co 包装的“黄金 iPhone 5”也随之进入人们的视野。据此前的报道,该家珠宝公司计划生产两款限量版“黄金 iPhone 5”,机身由 24K 玫瑰金和黄金打造而成。

另外,每只黄金 iPhone 5 机身刻有唯一的序列号并附有产品证明书。它的外包装为一只精美的手工雕刻木制盒。该英国公司以为客户化定制黄金小工艺品和设备而出名,此次以 24K 玫瑰金和黄金覆盖 iPhone 5 的四边及机背,无疑为 iPhone 5 再添身价。目前,该公司提供两款特制版 iPhone 5。

除了用玫瑰金或黄金覆盖手

机外,iPhone 5 配置、功能等本身并无变化。尽管网络卖家称 24K 黄金亦可增强信号强度,但这可能只是卖家的一种说辞。

### 网上购买谨防假货

记者在网搜索发现,号称“黄金版”iPhone 并不在少数。淘宝商城一个卖家已经成功达成两笔交易,售价令人吃惊地为 5580 元。不过,仔细看商品的图片,发现并非 Gold & Co 出品,并无相应 LOGO,设计也不尽相同。卖家透露,只是在港版 iPhone 5 的基础上包一层“黄金”。因此,其成色如何,则留待网友购买时衡量。

另外,亦有网店售卖号称 Gold & Co 的黄金版 iPhone 5,售价近 9000 元。图片则与迪拜销售的产品无异,至于为何价格如此低,店家没有回应。一边是万元以下低价,一边是接近 6 万元的高价,看来黄

金版 iPhone 5 网售价格很“黑”。

近日,国内有商家就启动苹果 iPhone 5“黄金皇室贵族版”的预订,订金高达 5000 元。黄金版由 iPhone 5 64GB 作为基础,有黄金、玫瑰金两款,黄金版 5.6 万元,玫瑰金 5.9 万元。该商家称,全球限量生产 50 台。有趣的是,商家提供的图片,与 Gold & Co 版一致。

“价格 4 万多。”一名“晒机”的网友在回复其他网友询价时称。以 iPhone 5 上市初水货价格暴涨行情看,定价 5000 美元网友 4 万多购买,尚算符合行情。“黄金版 iPhone 5,无论从哪个角度看,都是有钱人的玩意,除了‘晒富’,没啥魅力,真正高富帅、白富美不是这样地成天拿黄金炫。”网友“沸水煮面”说。(李光焱)

## 3D 电视关注度低 实用性不足是主因



3D 电视频道自从去年 1 月开播到现在已有 1 年的时间,但平板电视是否具有 3D 功能并未成为时下消费者选购电视的主要指标。相比之下,尺寸大小、能耗

高低、外观设计以及价格等因素更受人关注。

3D 电视频道开播一年,但大多数品牌平板电视的 3D 功能并未得到足够关注。有卖场销售人

员表示,很多顾客咨询选购时都对 3D 功能不太感兴趣,而对屏幕尺寸、全高清、能耗以及外观设计、输出输入端口等指标更为关注,提出买 3D 电视的顾客少之

又少。销售人员分析说,3D 功能关注度低,与其实用性不强、节目源不足等不无关系。

据了解,目前通过数字电视网络能够观看到的 3D 频道只有一个,而能够通过 3D 播放器播放的正版电影数量也不多。更有已经买了 3D 电视的消费者表示,3D 功能基本上是闲置的。另外,多数 3D 电视需要配备专用眼镜才能观看这一特性也给消费者带来不便。消费者指出,买电视时只随机附带了一副 3D 眼镜,在家看电视时如果切换到 3D 模式就无法和家人分享。还有消费者表示,家里仅有的两张 3D 电影光盘已经看了十来遍了,实在枯燥。

需要额外的花费也是阻碍 3D 电视普及的一个原因。首先,购买 3D 电视就要比同尺寸普通电视价格高两到三成左右,同时还要购买配套的 3D 眼镜。其次,现在要收看 3D 电视频道,还必须使用高清机顶盒,而这个设备至少需要数百元。如果要观看 3D 电影光盘,就要购买 3D 蓝光 DVD 播放器,这个设备目前市场价至少在千元左右,而一张正版的 3D 蓝光电影光盘也是价格不菲,一般都要卖到 150 元到 300 元。此外,部分厂家还针对 3D 电视推出了一些相互匹配的周边产品,如 3D 摄像机、3D 照相机等,但价格也都不低,这也提升了 3D 电视进入大众家庭的门槛。

(据《中国消费报》)

## TCL 要玩品牌 主张通信年轻化

12 月 4 日,TCL 通讯在北京时尚地标 D·PARK 举办品牌发布会。相比年底其他品牌的“军备”竞赛,TCL 本次带来的不是产品配置和价格的比拼,这一次 TCL 要玩品牌。

发布会上,TCL 通信首席运营官王激扬强调:TCL 通信本次并非新品牌、新定位的发布,而是把我们一直以来在做的呈现给大家。王激扬打个比方说:2004 年以前的 TCL 移动就像一个小有成就的青年,2004 年娶了一个洋媳妇、留学海外,随之在海外发展,经过艰苦打拼,成就了一番事业;如今带着海外发展经验和多年积累归来,力争在国内市场开创一片新天地。

TCL 手机品牌发布不是一时兴起的包装,而是一向如此的坚持。

追溯 TCL 移动发展历程,清晰可见的是一条坚定不移的品牌创新之路。无论从 2000 年中国第一款自主研发的中文双频 GSM 折叠手机——TCL999D,还是金喜善代言的宝石手机;无论是开国内通讯企业之先河——收购法国阿尔卡特,还是一跃成为全球第七的移动终端企业,时尚、创新、进取、国际化等关键词跃然而出,早已融入 TCL 通信从市场、设计、研发、生产、销售的每一个环节,更成为企业精神,融入 TCL 通信的血液。

秉承 TCL 集团“创意感动生活”的品牌理念,TCL 手机从消费者利益点出发,关注每个人的生活方式,重申了年轻、时尚、进取、国际化的品牌价值,以帮助消费者成就更好的自己为目标,为大众市场提供简单易用、锐意创新的移动终端产品。

目前,国内移动通信企业众多,坚持做品牌的凤毛麟角。TCL 手机年轻、时尚、国际化、锐意创新的品牌价值也正是当下人们所追求的个性目标,而关注独一无二的个体、倡导积极进取的生活方式无疑拉近了 TCL 手机品牌与消费者之间的距离,“成就更好的自己”更直接地与消费者实现面对面沟通。

(据新华网)

## 国美在线被指客服敷衍了事用户

早前,国美电器首次提出了“被信任是一种快乐”的品牌口号,但一段曲折的网购经历却让消费者小王觉得,信任之后快乐的只是国美,自己并没有收获良好的购物体验。

### 下完订单迎来漫长等待

据小王介绍,1 月 6 日,由于手机突然出现故障,自己准备购买一部新手机应急,身边朋友向他推荐说,最近国美在线商城正在举行促销活动,不但价格便宜还能在下单次日收到货品。小王迫不及待想拿到新的手机,于是当天下午,他便登陆国美在线商城进行选购。

经过仔细挑选,小王发现联

想 K860 这款五寸四核智能手机非常适合自己,网上标价仅 1988 元,而在小王的印象中,这款手机十分畅销,线下专卖店售价达 2200 元左右。出于对这款手机的喜爱,小王果断注册并下了订单。物流跟踪信息显示,6 日下午 3 时 24 分,他的配送单已生效。但让小王没想到的是,下完订单后,迎接他的却是长达两天的等待。

小王表示,年底业务较多,没有手机将直接影响到正常工作的开展。现实所迫,小王只好致电国美在线客服,咨询手机到底何时才能发货。但遗憾的是,客服不负责任的工作态度却让他对国美在线

失去了“信任”。

### 客服敷衍了事无视客户诉求

国美在线客服告诉小王,公司对网购业务有专门的管理流程,一般都按规定执行,对于迟迟未能发货引起的等待,国美深表歉意,并承诺帮助小王催一下订单。不过,让人意想不到的是,还未等小王开口接话,客服已经单方面挂断电话。

“客服没有问我订单号,我又是用公司座机打的电话,她如何帮我催订单呢?”突然反应过来,小王感觉自己被赤裸裸的糊弄了,国美在线客服这种敷衍了事、无视客户正当诉求的工作态度令他非常生气。

当小王试图再次拨通客服热线时,听筒中传来的只有忙音和正在排队转接的提示音,他只能继续追踪订单,继续慢慢等待。

### 国美在线网购体验度低于同行

对于国美在线客服所谓的“管理流程”,小王产生了好奇。在国美在线进行网购到底要遵守什么流程呢?来自国美在线“帮助中心”的规定显示,客户下单成功后,在商品有现货的情况下,一般 48 个小时内才会发货。“也就是说,我最早也得 8 号才能拿到货,早知道是这样,还不如去实体店买了。”小王抱怨说。

(据新华社科技)