

# 苹果关闭大中华区以外所有门店，供应链也吃紧

财经杂志 1 week ago

The following article comes from 财经十一人 Author 王凤



**财经十一人**

由《财经》杂志公司产业报道团队创建，研讨企业成败，探究行业兴衰，推动阳光商业

**财经**  
CAIJING

独立 独家 独到

库克在公开信中引用了林肯的话说：“困难重重，我们必须与时俱进。因为我们面临的问题是全新的，所以我们必须重新思考，重新行动。”



文 | 《财经》记者 王凤

编辑 | 谢丽容

随着新冠病毒的全球扩散，苹果（AAPL:NASDAQ）遭受的冲击波也由大中华区扩散至全球。

3月14日，库克在苹果官网发信称，将关闭大中华区以外的所有零售店，至3月27日。在此之前的2月1日至9日，苹果关闭了中国大陆的所有零售店。一直到2月13日，苹果位于大陆的42家零售店才全部恢复营业。更早的3月9日，库克通知位于加利福尼亚、西雅图、韩国、日本、意大利等感染密度最大地区的员工，继续在家办公一周。

We will be closing all of our retail stores outside of Greater China until March 27. We are committed to providing exceptional service to our customers. Our online stores are open at [www.apple.com](http://www.apple.com), or you can download the Apple Store app on the App Store. For service and support, customers can visit [support.apple.com](http://support.apple.com). I want to thank our extraordinary Retail teams for their dedication to enriching our customers' lives. We are all so grateful to you.

美国、欧洲市场零售店的关闭，意味着苹果iPhone等产品的线下触点短期内要休克了。目前中国市场消费需求尚未恢复，疫情会进一步打击全球消费需求。

此外，供应链断链风险由中国扩散至全球。承接90%iPhone组装订单的富士康郑州称，截至3月6日，富士康及大部分供应商复工复产率均达80%。但组装的恢复前提是原材料的充足供应，美日韩等产业链上游任何一个环节出现问题，都将导致下游组装厂的产线工人面临“无米之炊”。

3月14日凌晨，苹果还宣布，原定于6月份举办的第31届全球开发者大会（WWDC）转到线上。因为加利福尼亚州圣何塞地区确诊多个新冠病例。新款iPhone推迟发布，量产可能推迟至第二季度。原计划9月份发布的5G新机也将推迟至10月份，量产日期推迟1-2个月。

3月9日上午9:34，美国三大股指齐跌超7%，触发熔断。包括微软、谷歌在内的科技股集体下跌，作为FAANG（美国市场五大最受欢迎、表现最佳科技股）成员之一，苹果无法置身事外。

## 消费需求全球羸弱

全球爆发的疫情，将在全球范围内打击所有苹果产品需求。

据中国信通院发布的数据，2月份国内智能手机出货量634.1万部，同比下降54.7%。其中，Android手机占比92.2%。1月智能手机出货量2036.6万部，其中Android手机占比88.7%。照此计算，苹果手机1月份出货量230.1万部，2月份出货量49.5万部，环比下降78.5%。

3月12日，富士康前董事长郭台铭公开喊话，台湾、大陆复工进展超乎预期。订单却开始下降。据产业链人士透露，苹果因疫情全面爆发将低价新iPhone订单量减半（此前预计全面量产3000万台）。这款手机已经在富士康印度工厂生产，随着郑州产能的逐渐恢复再返回中国。

郭台铭特意强调对消费市场低迷的担心——硬件产品在消费市场，消费者晚几个月消费还没关系，工厂产能落后2周到3周，日后用数个月时间加班调整可以恢复。“美国占全球消费市场的40%消费量，美国消费能力下降，将伤害全球经济”。

然而，美国的疫情状况并不乐观。3月12日，好莱坞知名演员汤姆·汉克斯及其妻子、爵士中锋鲁迪·戈贝尔确诊，NBA宣布无限期停赛。当天，世界卫生组织（WHO）宣布新冠肺炎疫情“具有全球大流行病特征”，成为美国公众对疫情认知的“拐点”。

焦虑的情绪立刻传导到股市上。继3月9日三大股指齐跌超7%触发熔断，3月12日，三大股指收盘均跌入技术性熊市。美股当天再次熔断，创一周两次熔断记录。其他国家也因股市下滑触发熔断机制。自1月21日以来，苹果股价已下跌12.36%。

3月13日，特朗普宣布美国进入国家紧急状态。截至3月14日，美国有2340例确诊病例，49例死亡。

消费电子产品不是生活必需品，特殊时期需求面疲软是必然。一位台湾代工企业高管对《财经》记者分析，疫情期间，“民生需求面才是王道，所有创造出来的需求都将打回原形”。

国内，虽然苹果零售店和一些线下渠道陆续开放，但销量仍受到影响。Strategy Analytics 分析师隋倩向《财经》记者表示，2月份，苹果在国内线下渠道端销量下滑了8成以上。她预测，第1季

度苹果iPhone全球的出货量会同比下滑10%左右；第二季度，苹果手机仍处于同比下降区间。

以中国为触点，传导到全球，消费萎缩将扩散至全球。

世界卫生组织指出，全球百多个国家或地区已出现新冠肺炎病例，超过13万人染病。世卫总干事谭德塞称，欧洲目前成为疫情大流行的“震中”。西班牙全国进入紧急状态，捷克、斯洛伐克、丹麦多国已封闭边境。

据苹果财报，美国市场占据苹果40%（近三年分别占比：44.94%，42.20%，42.14%）以上营收，欧洲市场占超23%（23.17%，23.50%，23.97%）营收，日本市场占7%-8%（8.27%，8.18%，7.74%）营收。

疫情导致消费需求疲软、产品供应不足，因持续低迷的消费苹果砍单，这一循环已在中国上演。即便富士康等组装厂的产能恢复，可预见的美国大本营、欧洲、日本市场普遍的需求羸弱，将给苹果带来更大压力。

## 供应链难题

更大的挑战在供应链。

苹果的供应链体系遍布全球。2019年苹果公布的全球200大供应商名单显示，中国台湾供应商数量为46家，美国供应商40家，中国供应商40家（大陆+香港），日本供应商39家，韩国供应商14家。德国占3%，新加坡、奥地利、英国等国家占8%。

这200大供应商，在全球分布着807家工厂。其中，383家在中国大陆，占比47.46%。日本和东南亚的工厂数量也较多。2019年，中国（大陆+港台）、日本和韩国的供应商占比高达69.5%。

华尔街对苹果供应链担忧，不仅因为大中华区16.79%（2019财年年报）的营收市场，更因为中国乃至东亚庞大的生产体系与物流体系，恢复艰难。恢复如初，更难。

此刻，这种担忧正扩散至苹果全供应链的各个环节。

企业真正复产涉及整个产业链上下游，以及每个节点辐射到的供应商网络。对于苹果这样涉及200家大供应商、800个工厂以及周围无数大中小企业的供应链条来说，某个关键环节的关键零部件出现突发问题，都有可能影响整个链条的精密运转节奏。

产业链上游，苹果半导体（集成电路+分立器件）领域的供应商，绝大多数位于美国，如ADI、博通、高通、英特尔、德州仪器、AMD、美光等。韩国、日本、欧洲只在部分芯片领域有身影。被动元件领域的供应商则聚集于日本，如村田、日本TDK、日本太阳诱电等。

苹果供应链其实有较强韧性。“在不同的领域深度绑定领头羊，这已经是将鸡蛋放到不同的好篮子里。”野村综研(上海)咨询有限公司通信和ICT产业部咨询顾问闵海兰对《财经》记者说。

上述代工企业高管对《财经》记者说，苹果每个关键零部件都有2-3个备选。富士康、和硕、广达等工厂附近的仓库，均会允许几家供应商放置多余的物料（如订单外的30%）以备不时之需。“但供应链复工难度太大。”

库克可以将库存周转天数从一个月压缩至6天甚至3天，却无法预知新冠病毒的走势。库克在公开信中引用林肯的话称，“困难重重，我们必须与时俱进。因为我们面临的问题是全新的，所以我们必须重新思考，重新行动。”

美国、韩国、日本，目前均是疫情影响的重点国家。韩国疾病管理本部3月14日数据显示，累计确诊病例数为8086例，累计死亡72例。日本广播协会（NHK）电视台统计，截至当地时间3月14日23:30，日本累计确诊病例786例，已有22例死亡。

郭台铭3月12日便称，自己担心日本和韩国的供应链，“现在DRAM有涨价的趋势，加上部分面板供应有问题”。

而中国富士康所辐射的供应商网络尚未完全复苏。一个负责iPhone表面处理的供应链企业总裁对《财经》记者透露，目前拿到的订单是平时的60%左右。“至少40%的产能闲置”。

此外，第三方数据机构IDC发布新冠肺炎（COVID-19）对全球终端设备市场影响评估称，供应商在年末赶制生产配件，让部件存货非常充裕，但物流停运使全球主要供应链运转陷入停摆。乐观预计是，供应链受到的影响在本季度结束；悲观预计是，全球设备市场呈“L”形衰退曲线。

西泽研究院研究院特约研究员邓宇对《财经》记者说，海外疫情扩散成为全球产业链受挫的“黑天鹅”，目前处于爆发期，或将冲击到全球产业链的修复，从海外疫情扩散趋势来看，“持续到二季度末的可能性较大”。

不难推测，库克的全球供应链体系正在和时间赛跑。





▲ [点击图片查看更多疫情报道](#)

责编 | 蒋丽 [lijiang@caijing.com.cn](mailto:lijiang@caijing.com.cn)

本文为《财经》杂志原创文章，未经授权不得转载或建立镜像。如需转载，请在文末留言申请并获取授权。