

# 美国苹果公司国际战略分析

李依璠 南京审计学院 江苏南京 211815

**摘要:**1976年4月1日,在硅谷中心——美国加利福尼亚丘珀蒂诺市,由乔布斯、斯蒂夫·沃兹尼亚克和RONWAYN创立的美国苹果公司正式诞生。历经38年的发展历程,如今已凭借高新技术与创新科技一举成为世界上最大的IT科技企业,屹立于全球百强企业之林,引领科技新潮流。而美国苹果公司在近几年发展中从首席高位退居第四,在世界市场中面临的诸多危机成为制约苹果公司发展的重要因素。

**关键词:**创新科技;营销战略

## 一、现状分析

乔布斯在2010年计划发布集阅读、娱乐等功能于一体的全新平板电脑,并取得辉煌业绩,并研发出第二代产品——ipad2。在其改革下,苹果扭转大局亏损的残局,实现盈利3亿美元。当第四财政季度超出华尔街的预测38%时,公司实现股价大幅度上升,在PC市场的占有率已由原来的5%猛增至10%。

虽然在2009年凭借自身实力稳操胜券,成功抵御经济危机的侵蚀,现如今已从品牌龙头老大的首席退居第四,如何确定产品和目标消费者依然是公司业绩取得成功的关键因素。除了电子、技术和生产能力外,必须具备市场营销能力。虽然苹果的盈余保持上升趋势,但随着全球市场扩大,强敌的不断冲击,苹果公司依然需要保持科技创新力。

目前存在如下几个问题:1)iphone、ipad等核心产品外形统一,样式较为单一,不具有可选择的多样性。面对电子商品日益繁多的市场,苹果产品外观相对于索尼、诺基亚等品牌不具有多样化,千篇一律。2)电池设计不合理。直接影响消费者便利使用。3)个别设计与质量不达标。不合理的边框天线设置削弱移动信号,影响正常通话。4)企业内部管理不当。

## 二、财务分析

1、盈利能力分析:盈利能力是企业赚取利润的能力。企业经营业绩的好坏最终可以通过企业的盈利能力来反映。净资产收益率=净利润/平均净资产,通过苹果公司近几年资产负债表与利润表可以计算出,08年,09年,10年的净资产收益率分别为:3.29%、2.9%、0.293%。由数据可知,净资产收益率是逐期下降,相应的获利能力持续下降。

2、营业毛利率=毛利/营业收入。经计算得出,08,09,10三年的营业毛利率分别为:1.58%、1.467%、1.397%。可以看出,营业毛利率逐年下降,幅度为0.1%左右。原因是收入下降的幅度大于成本下降的幅度,因此管理者要集中精力减少成本的同时努力增加收入,保持获利。

3、短期偿债能力分析:短期偿债能力是企业对债务清偿的承受能力,偿债能力是现代企业综合财务能力的重要组成部分,是企业经济效益持续增长的稳健性保证。

短期偿债能力分析:速动比率=速动资产/流动负债。三年速动比率分别是:2.098%、1.357%、0.394%,当去除存货计算速动比率时发现,速动比率下降的幅度大于流动比率下降的幅度,说明公司存货对短期偿债能力的影响大,这是不利的现象,因为存货相对的流动能力最差,对偿还短期债务有一定困难。

4、长期偿债能力分析:长期偿债能力是指企业偿还长期负债的能力,具有数额较大,偿还期限较长等特点。影响因素有:企业的资本结构、盈利能力以及长期资产的保值程度。资产负债率=负债总额/资产总额。苹果公司资产负债率不断上升,与同行业企业相比,负债较高,如果发生亏损,则损失将更大。企业管理层应该正视财务杠杆,不能一直的增加负债,应该适度减少负债。

以上数据表明,虽然苹果公司资产与股价以及营业收入总体均属于上升趋势,但依然存在财务问题,比如流动资产与非流动资产不稳定,库存过高等。

## 三、战略分析

1、PEST分析.政治环境:经历过21世纪初的伊拉克、阿富汗等战争后到至今,世界和平与发展深入人心,和平稳定的趋势是民心所向,为公司发展提供稳定的发展环境。经济环境:随着全球经济高速发展,为高新电子科技产业提供资金支持与技术保证,也正因为经济环境的浓烈,人们生活水平提高,对创新科技产品有足够购买力,有利于苹果公司高端产品销售量的增长。文化环境:多元化文化趋势发展以及互联网的普及让地球变成一个地球村,方便人们生活,苹果手机,电脑等产品提供休闲娱乐的生活方式,符合发展潮流。技术环境:美国是一个创新科技发达强国,技术环境良好,新技术、新工艺、新材料的出现和发展趋势以及应用背景皆为苹果公司发展注入生机与源泉。

2、SWOT分析。(1)Strength:①进入市场早、销售渠道基础扎实、综合财力良好、有竞争优势②具有很高的知名度和较高的消费者忠诚度。有成熟的市场运作经验③四十年积累的品牌号召力。具备设计高档时尚产品的能力,足够了解全球消费者的实际需求从而设计出最符合消费者喜好的产品④iPod、Macintosh电脑这样iPod等明星产品让苹果公司获得了一整个系列的销售量优势⑤乔布斯的个人魅力对广大消费者产生较大影响⑥苹果公司注重创新,苹果的特点就是“永远追求卓越,不断超越自我,不断进取创新”,有强大研发能力。(2)Weakness:①在PC市场上的份额较低②产品外观设计千篇一律,不具有多样化、可选择的特征③供应链不合理,零件供应力存在明显缺陷④管理部门效率低下,成本过高,直接影响公司盈利⑤产品库存周转速度慢。产品研发力度不够,开发新产品周期长。⑥产品定位不明确,不具有专一性,导致定位混乱⑦乔布斯去世后,公司面临股价大跌。(3)Opportunity:①世界总体形势稳定,和平发展为主题的趋势为苹果公司的的发展创造稳定的环境②PC市场的良好态势也是苹果公司成功的关键因素,有利于提高销售增长率③未被挖掘的高端市场以及更宽的产品拓展空间。(4)Threaten:①行业竞争加剧,诺基亚、索尼、戴尔等竞争强敌的出现,将对苹果产生威胁②PC市场提倡的多样化、个性化与苹果公司发展矛盾,不利于苹果公司占据更大的销售市场。

3、对苹果公司而言:SO战略(发展优势,利用机会),市场渗透战略——调整目标市场定位;WO战略(利用机会,克服弱点),市场开发战略——产品开发战略,开发高端产品;ST战略(利用优势,回避威胁),市场渗透战略——营销策略,成本领先战略——进一步提高供应链效率,降低成本,集中化多元经营;WT战略(减少弱点,回避威胁),专一化经营战略——细分市场,差异化战略——多品牌战略。M6

# 美国苹果公司国际战略分析

作者: [李依璠](#)  
作者单位: [南京审计学院 江苏南京 211815](#)  
刊名: [现代商业](#)  
英文刊名: [Modern Business](#)  
年, 卷(期): 2013(17)

本文链接: [http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical\\_syjlr201317128.aspx](http://d.wanfangdata.com.cn/Periodical_syjlr201317128.aspx)