

告别盲目追新 万元“苹果”不再一机难求

新机上市Pro版首发即破发 溢价神话宣告落幕 首款折叠屏下月上市

昨日上午,苹果新款手机iPhone 18 Pro和iPhone 18 Pro Max正式上市。今年Pro系列起步价上调至9999元,进一步拉高万元高端机型门槛。记者走访万象城、恒隆广场苹果直营店现场,首发市场走出两极分化行情:大屏的iPhone 18 Pro Max机型维持小幅溢价,小尺寸iPhone 18 Pro鲜有问津,电商平台补贴后直接跌破官网定价。曾经一机难求、加价数千元的抢购热潮退去,叠加苹果首款折叠屏iPhone Duo下月上市,数码消费市场正式告别盲目追新,迎来理性消费新阶段。



万象城苹果直营店外的黄牛。



恒隆广场苹果直营店外的黄牛。



昨日,恒隆广场直营店前排队取手机的消费者。

门店取货排长队 黄牛只收大屏版拒收小屏机

昨日7点半,距离正式开售还有半小时,河西区万象城苹果直营店门前已经排起长队,队伍里都是提前在网上购买完毕等待取货的消费者。门店外设立了排队通道,首发仪式感依旧拉满。而排队通道外,已经有几名黄牛等待在此。

8点,随着工作人员有序核验预约信息,开始有消费者进店领取手机。“今年不太好抢,我费了半天劲,只抢到了一台黑色iPhone 18 Pro Max 1T版本,一会问问黄牛,能不能换一台蓝色或者白色的。”刚拿到手机的市民刘先生表示。

9点30分,记者在现场看到,已经有七八名黄牛守在出口,几乎每人手里都提着四五个白色苹果手机购物袋,里面装的就是他们刚刚收购的新机。他们只盯着刚刚提货的Pro Max用户,看到手持iPhone 18 Pro的顾客,直接摆手表示不收。

“黑色款溢价最低,一台只加200元,白色和红色最抢手,256G和512G最高能加价400元。”一名黄牛向记者摊开底价,行情早已不如往年火爆。他坦言,现在愿意花钱加价买新机的消费者越来越少,自己每台机器到手净利润只有100元—150元,一旦行情回落,新机很容易砸在手里,不敢大批量囤货。

10点30分,记者来到恒隆广场的苹果直营店门前看到,10多名黄牛拿着板凳坐在店外的和平路路边,地上摆放着刚刚收上来的手机。还有一些贴膜商也来“凑热闹”,干起了给新机贴膜的生意。

12点左右,黄牛的收购价格出现小幅回落。原本加价400元的红色512G版本,加价幅度下调至350元。多名黄牛纷纷收紧收货范围,只保留256G和512G两个主流容量,1T的大存储机型基本不再收购。

冰火两重天的行情在小尺寸Pro机型身上体现得淋漓尽致。iPhone 18 Pro官网定价9999元,在一些电商补贴频道到手价仅9699元,直接比官网低300元,首发即陷入破发局面。多名黄牛直言:“Pro版货源充足,线上渠道价格更低,收过来根本卖不掉,一台都不敢接。”

记者在现场随机采访了十余名提货消费者,大部分人拿到手机后先打开电商平台比价,不少人看

完价格直呼“买早了”。线下直营店排队盛况仍在,但线上率先打破价格体系,首发溢价神话彻底松动。

消费者集体回归理性 小升级难以打动老“果粉”

记者在两家苹果直营店随机采访不同人群,从资深“果粉”到普通上班族,大家的消费选择更加务实,不再为新机盲目买单。

排队人群里,用了8年苹果手机的数码爱好者王先生,专程来提取iPhone 18 Pro Max。拿到新机后,他第一时间对比上一代机型,很快露出失望神情。“手感和iPhone 17 Pro Max几乎一模一样,机身尺寸、重量没有明显变化,除了颜色,外观几乎看不出差别,原来的手机壳、钢化膜、充电配件全部通用。”王先生坦言,往年新机首发,自己会第一时间置换。这一代常规升级太少,屏幕、影像没有颠覆性突破,单纯靠常规小更新,很难打动老用户换机。

在河西一家企业上班的白领唐女士,原本预约了iPhone 18 Pro,到店看完实机后果断放弃。“一万块钱买一部手机,要用两三年,必须要有看得见的提升。”唐女士表示,现在年轻人消费越来越精打细算,不再把新款手机当作社交门面,够用、划算才是首要标准。

从事手机零售行业十余年的数码经销商黄先生表示,从2025年开始苹果首发新机的溢价空间就越来越少。“前几年新机首发,货源紧张,黄牛囤货能轻松加价上千元。如今苹果大幅放量,线上线下现货充足,热门型号之外,大部分机型消费者根本不愁买。”黄先生介绍,目前线下经销商的拿货价普遍低于官网,常规Pro机型没有任何加价空间,只有少数稀缺配色才有小幅溢价,而且也仅限在前几天,二手炒作的红利已经基本消失。

折叠屏新机下月上市 高端用户暂缓换机

在首发现场,还有不少数码爱好者前来体验真机,但是并没有下单的打算。一问原因,大家不约而同指向一款即将登场的新品:苹果首款折叠屏手机iPhone Duo。

按照发售计划,这款全新形态的折叠机型将于下月正式上市。对于预算充足的高端用户来说,直板iPhone的常规迭代已经失去吸引力,大家宁愿多

等一个月,入手首款折叠屏苹果手机。“直板手机已经走到技术瓶颈,年年小改小闹,没有新鲜感。”数码发烧友小周告诉记者,他预留了1.5万元本打算入手顶配Pro Max,现在果断暂缓换机。“与其买一台改动不大的直板新机,不如等首款折叠屏,体验升级才够明显。”

记者了解到,一大批预算充足的高端消费群体集体选择观望,直接分流了这一代Pro Max系列的首发销量。

溢价神话落幕 数码消费迎来价值时代

一边是Pro Max少量机型小幅加价,一边是iPhone 18 Pro首发直接破发,今年iPhone首发两极行情,早已不是单一机型的供需问题,而是整个智能手机消费市场转型的缩影。

数码经销商吴经理从苹果一代起就销售苹果手机,“曾经有一位老板为了送礼,每年iPhone新机首发,他都从我这里订货,有两次甚至让我们员工‘打飞的’去外地给客户送新机,机票钱全程报销。”吴经理坦言,国内智能手机市场早已进入存量竞争,用户换机周期拉长至30个月以上。对于高端直板旗舰机型,近两年硬件升级进入瓶颈,外观、性能、影像很难带来颠覆性体验。当新机与上代机型手感、外观高度重合,配件通用,自然很难撬动存量用户换新,单纯依靠品牌号召力,已经无法支撑万元高价。

曾经iPhone首发连夜排队、加价几千元抢现货的场景逐年减少,万元价位的高端手机消费退去社交属性。消费者不再为“首发”“新款”这类标签买单,购机前会反复对比配置、价格、实际体验,优先选择渠道补贴低价入手,拒绝为品牌溢价和炒作买单。冲动消费退潮,理性比价成为主流消费习惯。

从全民通宵排队抢购,到首发机型冷暖分化。从新机普遍溢价数千元,到常规机型上线即破发。iPhone首发市场的行情变迁,正是国内数码消费转型升级的真实写照。

曾经依靠新机首发就能稳赚不赔的溢价神话,已经正式落幕。对于广大消费者来说,告别跟风追新,坚持按需选购、看重产品价值,理性消费、价值消费,正在成为数码市场的新风向。

文/摄 记者 李梅旭 见习记者 李文博