

---

[首页](#)

[推荐](#)

[— 亚运会](#)

[关注](#)

---

---

[朋友](#)

[我的](#)

[直播](#)

[放映厅](#)

[知识](#)

[热点](#)

---

---

[游戏](#)

[娱乐](#)

[二次元](#)

[音乐](#)

[美食](#)

[体育](#)

[时尚](#)

---

---

业务合作

2023 © 抖音

[京ICP备16016397号-3](#)

[京公网安备 11000002002046号](#)

---

[广播电视节目制作经营许可证](#)

[京B2-20170846](#)

[网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#)

互联网宗教信息服务许可证 京(2022)0000057

药品医疗器械网络信息服务备案(京)网药械信息备(2023)第00318号

[网络谣言曝光台](#)

[网上有害信息举报](#)

违法和不良信息举报 400-140-2108

青少年守护专线 400-9922-556

算法推荐专项举报 sfjubao@bytedance.com

网络内容从业人员违法违规行为举报 feedback@douyin.com

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

搜索

---

## 投稿

- [发布视频](#)

- [视频管理](#)

- [作品数据](#)

- [直播数据](#)

- [创作者学习中心](#)

- [创作者服务平台](#)

---

---

登录

登录后即可观看喜欢、收藏的视频

■ 我的作品

■ 我的喜欢

■ 我的收藏

---

---

- 观看历史



















---

0

0

0

分享

[音乐](#)



[愿你我皆安好 \(剪辑版\)](#)

----- [贾晓龙](#) -----

---

举报

发布时间：20260404 00:47:14

全部评论

请先登录 后发表评论

暂无评论

---



粉丝 57 获赞 1

关注

撰文 | 彦飞编辑 | 王靖距离 iPhone 17 发售还剩下一周多，库克向抖音请“援兵”了。近日，Apple Store 官方旗舰店入驻抖音商城，销售 iPhone、iPad、MacBook 等苹果全系产品。截至目前，这家店铺已上架 188 件商品，吸引超 214 万粉丝，且仍在不断增长中。此外，上述店铺已发布 7 条视频，以苹果员工介绍 iPhone 使用技巧为主，单条视频收到的红心介于几百至几千个之间。抖音方面表示，9 月 10 日发布的苹果新品将在抖音商城同步开启全球首发。对于开辟线上渠道，苹果历来谨慎。早在 2014 年，天猫和京东围绕苹果入驻展开激烈争夺，最终天猫拿到了国内唯一的 Apple Store 官方旗舰店，而京东则成为首个线上授权渠道。等到拼多多崛起，它始终把 iPhone 作为百亿补贴的核心单品之一，却始终没能得到苹果的正式认可。就连微信，也仅仅是在 2023 年迎来了 Apple Store 官方在线商店的小程序。如今，在天猫得到苹果“垂青”十一年后，抖音成为第二个拥有 Apple Store 官方旗舰店的互联网平台。主动向抖音伸出橄榄枝，是苹果重新点燃中国市场的“组合拳”之一。半个多月前，不少用户注意到，苹果 App Store 应用商店灰度测试抖音支付。这一服务成为继银联、支付宝和微信支付之后，第四个进入 App Store 生态的支付工具。差不多同时，苹果还在小红书开设了 Apple 官方账号，截至目前粉丝超 22 万，发布 6 条笔记，主要介绍产品功能、新品发布会等。苹果一向对中国合作伙伴非常审慎，无论是上游的元件供给、组装制造，还是下游的线上线下销售，都有行业最严格的标准。在电商渠道上，苹果多年来只在天猫开设官方旗舰店；即便是以 3C 产品见长的京东，也只是拿到了授权。苹果的挑剔，以 iPhone 的持续热销为根基。但如今，苹果在中国市场承受巨大压力，促使它开始做出“违背祖训”的变化。根据市场调研公司 Canalys 的数据，2024 年，苹果 iPhone 在中国大陆市场的出货量为 4290 万台，相比 2023 年下滑 17%，是前五大厂商中跌幅最大的一家。进入 2025 年，苹果以各种方式调整价格，iPhone 16 Pro 系列更是赶在 618 电商大促前夕降价 1300 元以上。同时，苹果在中国内地首次关闭 Apple Store，大连首座门店于 8 月 9 日停业。从第二季度财报来看，这些动作发挥了效用。在财报电话会议上，库克称，上季度 iPhone 升级用户创下新纪录，而 MacBook Air 成为中国市场最畅销的笔记本电脑。“总体而言，这是一个非常棒的季度。”库克说。如今，苹果在 iPhone 17 发售前夕牵手抖音，有机会赶在年底旺季前，把中国市场的销量再往上冲一冲。另一边，抖音也需要苹果这位强大的盟友。根据今年初 36 氪的报道，抖音电商 2024 年 GMV（商品交易总额）约为 3.5 万亿元人民币（下同），2025 年目标是 4.2 万亿元。作为对比，淘天去年的 GMV 约为 8 万亿元，拼多多为 5.2 万亿元。抖音已经走过了用户飞速增长的阶段，DAU（日活跃用户）稳定在 7 亿左右；其电商业务要想更进一步，势必要提升客单价来推高交易规模。这需要引入更多中高价的品牌商品，而 iPhone 恰恰可以充当抖音电商向上突破的矛头。库克需要抖音在中国市场帮苹果“带货”，而抖音也可以借着新款

iPhone，打一场抖音电商的上行之战。中美两大巨头互相奔赴，各取所需。过去两年，如何把 iPhone 销量提上去，已经成为苹果在中国的头等大事。根据财报，从 2023 年下半年起，苹果来自大中华区的收入持续下跌。2023 年第四季度的跌幅一度高达 12.91%；2024 年四个季度，分别同比下滑 8.1%、6.5%、0.34%、11.0%；今年第一季度跌幅收窄至 2.3%。到了今年第二季度，苹果终于触底反弹。苹果上季度来自大中华区的营收为 153.69 亿美元，同比增长 4.35%。不过，这一收入增速依然落后于苹果美国、欧洲和日本业务的 9% 以上增速。另一方面，IDC 数据显示，第二季度苹果 iPhone 出货量同比下滑 1.3%，占据中国手机市场 13.9% 份额，为第五大手机厂商。这从侧面反映出，苹果第二季度在华业绩回暖，主要得益于 iPhone 高端机型的占比提升，而非整体销量的回升。苹果止跌回升的背后，是多剂“猛药”的共同结果。过去一两年，苹果调价愈发频繁，今年 5 月的千元降价力度超出以往。同时，国补政策覆盖了 iPhone、iPad 等产品的低端型号，也激发了更多潜在需求。库克承认，国补政策对部分苹果产品产生了积极影响。另一方面，今年上半年的即时零售大战，促使美团、京东和淘宝拿出更多真金白银补贴消费者。再加上 618 大促，苹果第二季度业绩终于有了明显好转。不过，仅靠降价，苹果不可能重回巅峰。要想夺回市场份额，苹果还是要靠产品。自 2010 年国行版 iPhone 4 上市算起，苹果手机的销量基本上以五六年为周期循环波动。据中关村在线报道，2015 年，在主打大屏的 iPhone 6 的驱动下，苹果创下年销 5800 万部的纪录，随后逐渐下滑；2021 年，iPhone 全面迈入 5G 时代，销量再度回升至 5000 万部以上。2024 年，又回退至不足 4300 万部。十余年间，iPhone 销量的每一次起飞，都和手机本身的大更新有关。如今，iPhone 17 箭在弦上，苹果又一次得到了夺回消费者芳心的机会。然而，从爆料来看，今年的新款 iPhone 很可能又在“挤牙膏”，主要卖点仍然是新一代芯片、拍照模组等。备受关注的 iPhone 17 Air，更像是面向细分市场的折中之作，而非划时代的重磅新品。另一方面，iPhone 新一代操作系统 iOS 26 旨在接替 iOS 18，采用了所谓液态玻璃设计语言。这套充满苹果设计美学，却占用系统资源、不太实用的新 UI，尚未正式推出，就引发了不小的争议。此外，苹果 AI 软件 Apple Intelligence 迟迟难以入华，iPhone 不能把所有希望寄托在产品本身的竞争力上。在此情况下，苹果必须在渠道——尤其是线上渠道多下功夫。苹果在中国的线下门店已经不如当年火爆，新机发售的排队盛况也大为减少；它也对自营门店体系管理非常严格，只有 50 多家，而小米等竞争对手动辄万店起步。而在线上渠道，苹果此前把官方旗舰店放在了天猫，其他平台只是分销商。如今，通过把旗舰店开到抖音，苹果可以在电商用户池之外，接触到庞大的短视频用户池，而这是一块规模超 10 亿人的巨大市场。短短几天，抖音 Apple Store 官方旗舰店就收获了 200 多万粉丝，也证明了抖音用户对于苹果的喜爱。库克想让抖音帮忙“带货”iPhone，抖音也需要 Apple Store 旗舰店给抖音电商再添一把火。早在 2023 年 9 月，抖音就上线了“Apple 产品抖音官方自营店”，其性质为“Apple 官方授权，抖音商城自营”。截至目前，这一店铺已经积累 116.8 万粉丝，累计售出 106.6 万件产品。其中，四个型号的 iPhone 16 Pro Max 累计卖出不到 5 万台。这一销量并不算高。作为对比，Apple 产品京东自营旗舰店的 iPhone 16 Pro Max 累计售出 300 万台以上。通过开设 Apple Store 旗舰店，抖音可以把 iPhone 等苹果商品的销量往上提一提。更大的价值是，它可以借助 iPhone 这一标杆爆款，给徘徊在抖音电商门外的大品牌，以及这些大品牌的潜在消费者打个样。抖音电商行至今日，成为一级部门已有 5 年。在国内主要电商平台中，它的 GMV 位列前三，堪称近年来国内电商行业的最大变量。但整体来看，抖音电商依然存在不少有待改进之处，而白牌占比偏高是突出问题之一。白牌商品通常由中小商家生产、销售，优点是价格实惠、品类多样，但品质相对差一些，几乎没有品牌溢价。自从抖音开始发力电商，这类商家一直是平台供给的主要来源之一；2024 年的电商价格战，也在客观上刺激了抖音白牌供给的生长。去年 7 月，36 氪援引消息人士的言论称，当年第一季度，白牌商品 GMV 在抖音电商之中占比接近 40%。抖音的目标是，在 2024 年底将这一数字提升至 44%~46%。该消息人士表示，未来几年，抖音电商的白牌占比预计会继续上升，但不会达到 60% 或以上。中短期内大概率会维持在 50% 左右。抖音对此表示不实。与此同时，抖音引入中小商家的步伐却在加快。2024 年，新入驻抖音电商的中小商家数量相比上一年提升 83%。几个月后，抖音电商的行业运营部门进行组织架构调整，负责品牌商家的 A

组与负责中小商家、白牌和产业带商家的B组由B组负责人统一管理，向抖音电商总裁魏雯雯汇报。从根源上看，抖音电商刚刚起步时，白牌商家发挥了重要作用。遍布不同产业带和垂类的中小商家，帮助抖音电商快速聚拢了各个领域的货盘，提供经济实惠的供给。这种货盘特性，与抖音电商赖以起家的直播带货相匹配；而抖音用户在直播间冲动消费，也更容易被白牌的低价所打动。但随着时间的推移，白牌供给的短板也日益暴露。一方面，消费者买惯了白牌，对于价格十分敏感，平均客单价受到拖累，进而导致整个业务板块放慢脚步。再加上行业竞争等因素，2024年抖音电商GMV增长显著放缓，一季度增速还在50%以上，二季度已经滑至30%以下；9月份甚至不到20%。另一方面，对于平台来说，白牌商家的商业化效率也不如大品牌。这类商家体量普遍较小，在抖音上投放广告、重度经营的能力和资源都相对有限，虽然贡献了订单量，却也可能让抖音损失潜在的变现空间。此外，白牌天然与名牌、大牌互斥；平台上的白牌越多，名牌、大牌就越不愿意来。许多品牌宁可不要某个渠道，也不能接受自己和低档商品摆在一起。抖音电商很早就意识到了这一问题，并试图化解。比如，它不再片面强调低价，尝试“挖角”天猫排名前2000名的品牌商家，同时发力货架电商，而这显然对综合实力强、买得起优质推荐位的大品牌更有利。此外，它也在培育自己的“抖品牌”，推动中小商家品牌升级，还搞了心动大牌日、超级品牌日等营销IP。但从绝对GMV规模来看，抖音做品牌还有很长的路要走。恰在此时，苹果主动伸出了橄榄枝。iPhone是过去二十年最具代表性的高端消费品，而苹果是高端品牌的代表。通过与苹果建立官方认可的直接关联、开设Apple Store官旗店，抖音电商的品牌化有了真正“立”起来的绝佳机会，后续引入更多大牌时也可以事半功倍。以iPhone为支点，撬动整个商业生态的品牌杠杆，是一条已经被验证的路线。拼多多此前就算没有苹果背书，也要把百亿补贴的很大一部分预算花在iPhone上，最终完成了品牌升级的关键一跃。时至今日，在拼多多买手机、电脑，早已不再是“另类”“图便宜”的行为。如今，抖音也握有类似的机会。与拼多多相比，抖音电商的白牌负担小得多；在美妆等领域，它已经吸引了不少大牌入驻。综合来看，抖音电商打好iPhone这张牌的底子更好，难度更低，还可以借助全网第二大流量池，把iPhone的品牌提振功效尽可能放大。苹果在抖音开设官旗店、App Store接入抖音支付，此情此景，与一年前的剑拔弩张截然不同。去年5、6月，苹果先后对腾讯、字节施压，要求两家公司采取措施，阻止小程序运营者将用户引向外部支付系统，从而规避30%的苹果税。倘若腾讯、字节不修补漏洞，苹果App Store将拒绝微信和抖音后续上架更新。坊间一度传出，如果纠纷无法解决，两款APP有可能被苹果下架。不过，两方纠纷

## WhatsApp网页版：便捷扫码，随时实时沟通，开启全新沟通体验

随着互联网技术的飞速发展，人们的生活越来越离不开手机。作为全球最受欢迎的即时通讯工具之一，WhatsApp凭借其强大的功能、便捷的操作和高度的安全性，赢得了无数用户的喜爱。而近日，WhatsApp网页版正式上线，用户只需简单扫码，即可随时随地实现实时沟通，无疑为用户带来了更加便捷的沟通体验。WhatsApp网页版是WhatsApp官方推出的全新功能，用户只需在电脑上打开网页版，扫描手机上的二维码，即可将手机上的聊天记录同步到电脑端，实现手机与电脑的无缝对接。这一功能的推出，无疑为用户提供了更加灵活、便捷的沟通方式。首先，WhatsApp网页版让用户在电脑上也能轻松享受WhatsApp的便捷沟通。以往，用户在电脑上只能通过手

---

机客户端进行操作，而现在，用户可以直接在电脑上发送消息、拨打电话、视频通话，无需再频繁切换手机和电脑。这对于经常使用电脑办公的用户来说，无疑是一个极大的便利。其次，WhatsApp网页版支持多平台登录，用户可以在多个设备上同时使用WhatsApp，实现消息的实时同步。这意味着，无论用户身处何地，只要有一台电脑和手机，就可以随时查看和回复消息，大大提高了沟通效率。此外，WhatsApp网页版在安全性方面同样值得信赖。WhatsApp一直以其高度的安全性著称，网页版也不例外。用户在电脑上登录WhatsApp时，需要输入手机验证码，确保账户安全。同时，WhatsApp网页版还采用了端到端加密技术，保障用户聊天内容的隐私。

那么，如何使用WhatsApp网页版呢？以下是简单步骤：1.

打开电脑浏览器，访问WhatsApp网页版官网。2.

使用手机打开WhatsApp，点击右上角的三个点，选择“WhatsApp

Web”。3. 扫描电脑屏幕上显示的二维码。4. 在手机上确认登录。

5. 登录成功后，即可在电脑上查看和回复消息。

当然，在使用WhatsApp网页版时，也有一些需要注意的地方：1.

确保电脑和手机处于同一网络环境下，否则无法扫描二维码。2.

登录后，若要退出电脑端，需要在手机端点击“退出网页版”。3.

WhatsApp网页版仅支持最新版本的WhatsApp，请确保手机端和电脑端都更新到最新版本。总之，WhatsApp网页版的推出，为用户带来了更加便捷、高效的沟通体验。在这个信息爆炸的时代，WhatsApp

网页版无疑将成为人们沟通的重要工具。让我们期待WhatsApp在未来带来更多创新功能，为用户创造更加美好的沟通生活。

TA的作品

[更多作品](#)



---

[广告投放](#)

[用户服务协议](#)

[隐私政策](#)

[账号找回](#)

[联系我们](#)

[加入我们](#)

[营业执照](#)

[友情链接](#)

---

[站点地图](#)

[下载抖音](#)

[抖音电商《最新精准四码全网独家入口》](#) | [《精选一肖一码必中公式下载》](#) | [《内部生肖特码表免费资料内容》](#) | [《最新正版挂牌结果》](#) | [《新版免费资料免费资料大全》](#) | [《最新三期必开必中公式大全》](#) | [《2026精准六肖预测公开结果》](#)

[网络谣言曝光台](#) |

[网上有害信息举报](#)

| [违法和不良信息举报](#)：400-140-2108 | [青少年守护专线](#)：400-9922-556 |  
[算法推荐专项举报](#)：sfjubao@bytedance.com |  
[网络内容从业人员违法违规举报](#)：feedback@douyin.com

[京ICP备16016397号-3](#)

| [广播电视节目制作经营许可证](#)

| [京B2-20170846](#)

| [网络文化许可证-京网文-\(2022\)0938-030号](#) |

| 互联网宗教信息服务许可证 京（2022）0000057