



# APPLE企业分析

- # 企业简介
- # 企业价值链分析
- # 关键竞争力分析
- # 产品构造

# 一、苹果企业简介

苹果企业全称苹果股份有限公司，原称苹果电脑(Apple Computer)，在2023年1月9日于旧金山的 Macworld Expo 上宣告更名。总部位于美国加利福尼亚的库比提诺，关键业务是电子科技产品，目前全球电脑市场占有率为3.8%

# 二、苹果企业价值链分析

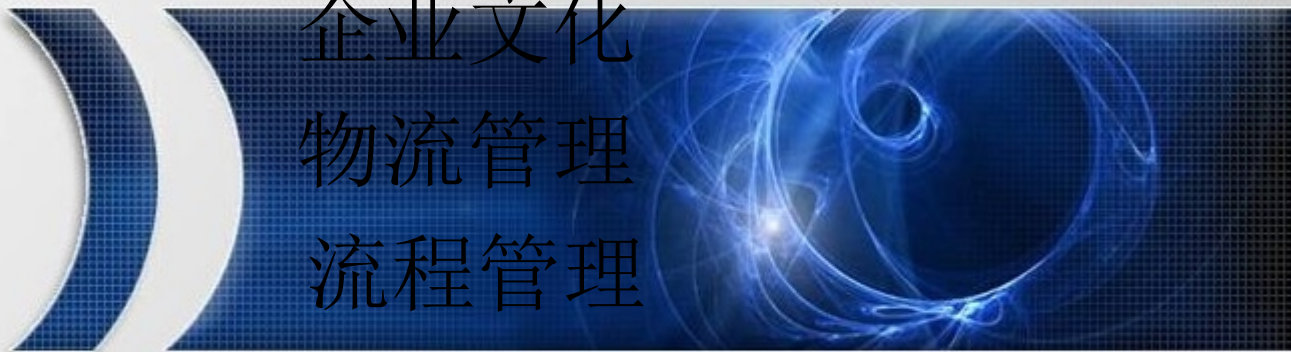
## 基本活动

- 生产
- 营销
- 研发
- 人力资源管理
- 服务

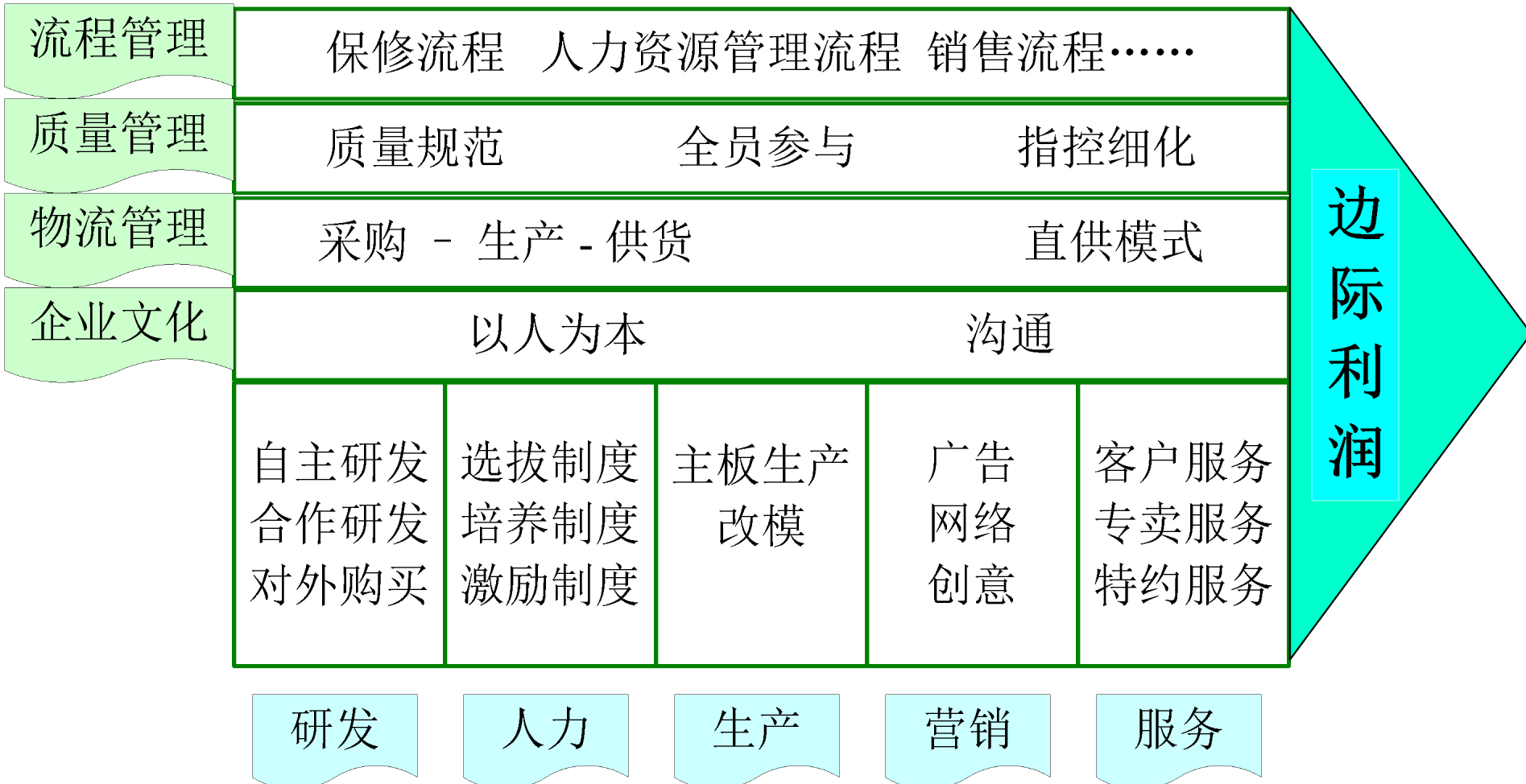


## 辅助活动

- 质量管理
- 企业文化
- 物流管理
- 流程管理



# 制造产品的经典价值链



# 价值链分析

- 研发
- 生产
- 人力资源
- 营销
- 服务



# 研发方面：

- 当个人计算机还没有完全脱离精密仪器的形象，Apple使用舒张的大圆弧设计，半透明外观，发光的鼠标，以及丰富的色彩打破了这个界线。
- 将iPod和iTunes软件绑定，并建立Apple Store，进行音乐的付费下载，取得了巨大的成功。iMac电脑上统一预装了Mac操作系统，经过简洁美观的界面和极高的执行效率成功打入操作系统市场



iMac G3 解放 Apple ，也解放了个人电脑。

# • 锐潮流主义



• iPod Touch 1与iPod Touch 2侧面及背面的比较

# 生产：

- **庞大采购量** 使得苹果在零部件成本、制造费用以及空运费用中取得了巨大的折扣。
- **买断全部资源** 当其他电脑制造商都经过海运获取零部件以较低运费时，苹果却进行供应链创新，以空运方式迅速铺货。在生产新设计时，苹果的设计师会与供给商共同开发一种专用的新设备。这种专注于几条产品线，并对设备进行定制的能力，成为了苹果的一大优势。
- **巨额现金储备** 能在投产时为关键供给商提供上亿美元预付款。这一策略确保了苹果能够取得了充裕且便宜的零部件。有时还会所以限制其他企业的选择。



# 人力资源：



- 苹果十分推崇精英人才文化，相信由顶尖人才所构成的一种小团队能够运转巨大的轮盘，仅仅是拥有较少的这样的顶尖团队就够了。为此，苹果花费了大量精力和时间打电话，用于寻找那些他耳闻过的最优异人员、以及那些他以为对于苹果各个职位最适合的人选。
- 乔布斯本人敏锐的洞察力、卓越的领导力、广泛的人脉等



## 2) 旗舰店

旗舰店——著名城市著名区域



德国慕尼黑旗舰店



曼哈顿旗舰店

### 3) 公布会

- 从 iPod 面世的第一次展示开始，每一次新品展示会，苹果企业都会使出百般手段，在场地布置、灯光、色彩、背景音乐等每一种细节上尽善尽美地为产品营造出科技、创新和潮流的气氛。并力邀各大媒体、潮流人士或 iPod 爱好者出席，为新品的问世捧场。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/88500022033011324>