

LIEVER **NAMAAK** DAN NAAKT

China is een van de weinige markten ter wereld waar het Amerikaanse Apple moeite heeft voet aan de grond te krijgen.



TEKST: BERT VAN DIJK
(FREELANCECORRESPONDENT IN SHANGHAI)

Apple opende vorig jaar zijn eerste eigen winkel op een toplocatie in Peking, maar de iPhone is er niet te koop. En iTunes, in veel landen een enorme hit, heeft nog steeds geen Chinese versie, waardoor de magische connectie tussen de hardware (iPod) en software (iTunes) in China niet kan worden uitgemolken. Het ontbreken van een creditcardcultuur is een van de redenen waarom er nog geen Chinese iTunes-winkel bestaat.

TELEFOONS, TELEFOONS, TELEFOONS

Maar Apple kampt in China met meer uitdagingen. Vijf minuten lopen vanaf het treinstation in Sjanghai staat een groot goudkleurig gebouw. Op de gevel staat in Chinese karakters 'Bu Ye Cheng', ofwel de stad die nooit slaapt. Het is misschien wel de grootste overdekte markt voor mobiele telefoons in de stad. Honderden piepkleine winkeltjes zitten naast elkaar en verkopen allemaal hetzelfde: telefoons, telefoons en telefoons. Hier is werkelijk alles op het gebied van mobiele telefonie te koop. Niet alleen uit Hongkong illegaal geïmporteerde echte iPhones en Nokia-mobieltjes, maar ook tientallen klonen. Samsnug, Nokla, Suny, elk merk heeft hier wel een kloon.

Maar soms nemen de neppers niet eens de moeite de naam te verdraaien. 'Designed by Apple, assembled in China', gevolgd door een serienummer. Net echt, totdat je het apparaatje aanzet en een scherm met lage resolutie tevoorschijn komt en de software traag werkt. De icoontjes mogen dan exact hetzelfde zijn als op de echte iPhone, de software is dat zeker niet. Het maakt de Chinezen weinig uit. "Als ik hem zo tegen mijn oor houd, denkt iedereen dat ik een iPhone heb", zegt een verkoper op de vijfde

verdieping. "En dat voor maar 700 yuan (ruim 70 euro), terwijl de echte iPhone al snel 3.500 tot 4.500 yuan kost."

Soms duurt het slechts een paar weken na de introductie van een nieuwe Nokia

leveren. Onderdelen die steeds meer worden gestandaardiseerd en uitwisselbaar zijn. Zelfs het klonen van populaire klonen is in China heel gebruikelijk.

MEER FUNCTIES DAN ORIGINEEL

Even verderop anticipeert een Chinees bedrijf zelfs al op toekomstige Apple-telefoons, getuige de iPhone Mini, een kleinere versie van de iPhone, en de iPod Air, een uitklapbare mobiele telefoon. Het is vooral het uiterlijk waar de kloonindustrie zich tot nu toe op richtte, maar sommige nepproducten hebben meer functies dan het origineel waar de kloon op is gebaseerd. Zo heeft de 'HiPhone' een videorecorder en ondersteunt het telefoontje Java, hetgeen de iPhone niet doet. Ook kunnen in de meeste neptelefoons twee simkaarten worden gestopt, zodat met een telefoon twee verschillende nummers kunnen worden gebruikt.

De vele iPhone-klonen gaan als warme broodjes over de toonbank. Echte Apple-producten zoals de iPod, bureaucomputers en laptops zijn voor de meeste Chinezen veel te duur. En terwijl andere westerse merken wel producten voor de onderkant van de markt aanbieden, kosten veel Apple-producten in China zelfs meer dan in Europa of de Verenigde Staten. En dat in een land waar het inkomen vaak een fractie is van het inkomen in het westen. Dan maar wat minder kwaliteit, maar wel een stuk voordeliger, denkt de gemiddelde Chinese. Apple heeft in China nog een lange weg te gaan voordat de Chinese consument het merk met liefde omarmt. ■



of Apple voordat de eerste nepversies verschijnen. Niet verwonderlijk, want het zijn Chinese bedrijven die alle onderdelen van de telefoons voor de echte Apples en Nokia's