

07PC, 杀出重围

小本本大世界

这是一个多变的时代,而新旧交替依然将品牌 PC 的精彩得以延续。预装 Vista 操作系统、推出四核高端整机,品牌 PC 的配置越来越高而价格越来越低。而在配置和价格变化的背后,消费者也变得更理性,而 PC 厂商之间的竞争也日趋激烈。2008 年,品牌 PC 将会在厂商的带领下迈向一个新的时代。

2007 年注定要成为被纪念的一年。单从 PC 全球排名顺序来看,第一名至第四名的位置纷纷被重写。仅以第三季度的数据统计来看,惠普出货量超过 1100 万台,在全球 PC 市场的份额达到 19.6%,而戴尔却与此形成鲜明对比,出货量同比有所下降,市场占有率也收缩至 15.2%,虽然这一数字较之前两个季度要好看得多。一年前,惠普超过戴尔,现在继续保持快速发展的势头。在第三和第四名的竞争中,联想和宏基的位置也被重排,不过这一差别相当的微弱。业界人士普遍认为,联想在并购了 IBM 的整机部门之后,由于在整合过程中发生诸多因素,再加之宏基收购了北美 PC 商 Gateway 之后,其市场份额被宏基所超过,目前以 8.1% 排名第四,而第三则由宏基(8.2%)把持。以我们看来,激烈的竞争预示着 PC 行业残酷的竞争态势,但这样的一个排名对于实际购买并没有太多联系,消费者更关注 PC 的设计、服务以及产品价格。对于更多的国产本土品牌来说,只有紧跟产业趋势才能发展壮大。

配置全面升级

在上半年双核产品还是高端 PC 的代表时,市场上低于 5000 元的双核产品均是采用的 AMD 速龙双核产品以及发热量大的奔腾 D 双核产品,品牌也多限于国产二线厂商。不过随着 Intel 将处理器产品价格进行大幅度下调后,市场上的双核 PC 价格开始跌入低端主流市场。联想和 DELL 就是最早推出 3999 元双核整机的厂商,前者的家悦 U2140 配有 AMD X2 3600+ 处理器,而后的 Inspiron530 则配有奔腾 E2140 处理器,时至今日,几乎所有的一、二线厂商均推出 3999 元的双核 PC 整机。而在 7 月,四核处理器的下调也让 PC 厂商对万元以下的四核 PC 发起普及风潮。宏基很快将 Aspire M5630 的

价格降至 8999 元,随后 DELL 的 Dimension 9200 也以 8888 元的价格放出,这预示着品牌 PC 四核普及的时刻开始到来。家庭娱乐性是 PC 厂商多年一直强调的口号,但这在大屏液晶普及之前还不能算完全到达。借助液晶价格快速下滑,市场上标配 22 英寸甚至 24 英寸宽屏液晶的整机价格也分别降至 4999 元和 5999 元。与此同时,具有高清解码能力的 DX10 显卡也开始在台式机中普及,配合大屏液晶,将 PC 的娱乐风吹向了新的潮流。从 2007 年 10 月份之后,市售的台式 PC 配置的 DX9 显卡全部被 DX10 显卡所替代。

创新突破的外观

以联想、明基、方正等本土品牌为代表的厂商都在去年推出以家居为卖点的时尚 PC 产品,倡导 PC 融合生活的理念。不仅如此,联想、宏基、华硕还有超小体积的 PC,将 PC 个性化的设计思想发挥到了极致。像明基的新江南系列,不仅在色彩上针对家居色调进行设计,其它厂商的 PC 也给 2007 年的市场增加了许多活力元素,外观超酷的惠普“黑晶”电脑,联想的“锋行”电脑,还有给机箱上“绣花”的方正卓越 S100 系列,代表了个性化时代的来临。

除此之外,一体机也开始流行。虽然早在 1998 年的时候联想就曾推出过一体机,但由于高昂的价格阻止了普及。随着液晶面板的大幅走低,多家 PC 厂商又发布了新一代的一体机,这些产品的特点是外观时尚,性能不弱,采用大量笔记本技术,同时价格也易被消费者接受。像惠普融合多种人性化

2007 年 IT 通讯盘点系列报道

电脑篇

【市场篇】

设计的 Smart-Touch PC,索尼独树一帜的 VAIO L 系列以及强调实用的神舟唐朝液晶一体机。从这些产品的上市我们可以看到一体机有着越来越明朗的市场前景,而随着整机零部件采购成本的进一步降低,一体机立足生根就会变得红火起来。

低价频频出现

3999 元并不是 PC 的最低价。2007 年的 8 月联想就举行“圆梦计划”三周年纪念日活动,而当天发布的 1499 元的天福电脑就是针对中国农村信息化建设的一款 PC,这款产品配备的是 AMD LX800 处理器,256MB 的内存以及 2GB 的存储空间,并且未配有光驱和显示器,但特殊的设计使其针对中国农村的现状,创造了品牌 PC 的最低价格。同样,中国的国芯也推出过只有 998 元的超低价农村电脑,虽然从配置上看很不主流,对于普通消费者而言也没太多实用价值,但在一定程度上这代表着低价 PC 的未来。除此之外,3000 元以内也成为众多品牌市场争夺的热点,甚至连 DELL 也染指这一市场,EC280 的价格在国美“议价”后不足 2500 元。

通讯员 羊羊

笔记本挑战台式机

2007 年的 5 月 9 日,距离上一代 napa 迅驰平台发布之后的 1 年零 4 个月,英特尔的 Santa Rosa 平台发布,也就是俗称为迅驰 4 平台。尽管新的 Santa Rosa 笔记本上的标识仍然是酷睿 2 的标识,但由于处理器的内部缓存、前端总线速度都较老一代产品有了很大的提高,从一些专业机构的测试结果看,新的酷睿 2 处理器在性能上已经能提供接近台式机处理器性能的指标,而且在价格上也较老产品更便宜。除了处理器性能的增强之外,主板芯片组规格的升级让 3D 显示性能有了较大幅度的提高。以往在

2007 年的笔记本市场给人最深的印象就是:笔记本越来越便宜了!不论是惠普这样以高端品质著称的厂商,还是以擅长以高性价比著称的联想、DELL,都在低价笔记本市场上杀得难分难解,更不用说其它的二线品牌产品。

笔记本上不能运行的网游,随着 G965 芯片组的推出让一些低价整合笔记本就可以流畅运行,而且还支持越来越流行的高清硬解码。

由于微软在去年初发布的 Vista 操作系统,对于内存的需求都在 1GB 以上,这也导致上游内存颗粒厂商加班加点,却不料由于过于乐观估计,内存市场需求引发内存价位大崩盘,在供大于求的情况下,笔记本厂商却受益。越来越多的笔记本厂商开始将 1GB 内存作为标配,而台式机也多数只配有 1GB 内存,在相同价位的情况下台式机曾经的内存容量优势不复存在。除此之外,笔记本在硬盘容量上的差距也在逐步缩小,目前不少低价笔记本均已配有 120GB 容量的硬盘。至于其它的功能,如无线网络支持、DVD 刻录光盘的支持,都让台式机占不到丝毫的上风。从实用性的角度看,增加了便携性的笔记本在性能上不弱台式机,而价格也相差不了多少,这也无怪乎联想苏皖平台的相关负责人说,现在笔记本和台式机的销售大约比例为 6:4。而在雄狮国际中的各大品牌 PC 经销商也都会告诉你,台式机已经不再吃香。

3999 元的“核弹”

如果说性能上的接近只是一方面的,而价格则是真正撬动这一比例杠杆的大手。到了 2007 年暑假的时候,笔记本价格较同年又有升级:联想将旭日 410MC520 的价格直线降到了 3999 元,这成为国内市场上首款一线厂商官方价为 3999 元的笔记本。而在此之前,一线大厂的产品仍围绕在 4999 元争夺,二线厂商虽然也有 3999 元的笔记本,但多是采用的 32 位的赛扬 M 420/430/440 处理器,

而旭日 410MC520 则是采用 64 位的赛扬 M520 处理器,不仅是性能上的提高,也迎合 Vista 的 64 位普及大潮。随着联想的切入,国内品牌在极短的时间内推出 3999 元笔记本,这包括了海尔、长城、方正、TCL、神舟等厂商。一时间 3999 元成为当时国产品牌低端市场上的最重要产品。

而同为一线大厂的惠普、DELL 虽然没有明确表示将切入这一低端市场。但当 2007 年的十一临近的时候,惠普悄然将 Presario F574AU 的价格从 4399 元降至 3999 元。在这之前,DELL 也很低调地推出 Vostro 1000-N 系列中的最低端产品,而价格仅为 4099 元。虽然并没有降至 3999 元,但仅一步之遥。虽然这些笔记本只是配置了 AMD 的闪龙处理器,但 3999 元的威力仍然相当惊人,在珠江路的 IT 卖场上这些 3999 元笔记本往往需要预订,一到货马上就被分流出去。

【趋势篇】

从比配置到拼价格,笔记本由于同质化问题趋重,在 2008 年将面临更激烈的竞争,而消费者却变得更为挑剔。IF 总裁说过“好的设计可以代表一种决定性的竞争优势。”在 2007 年的笔记本市场中,华硕、明基已经开始在笔记本的外形设计上开始大胆创新,像华硕的 ePC、明基的城市系列让笔记本的外观呈现多彩的变化。而惠普、联想这样有着悠久笔记本设计历史的厂商,他们的笔记本在使用性、软件操作上更加适合对笔记本有较高要求的商务人士。

另外,英特尔的迅驰 5 平台发布在即,2008 年的笔记本市场将会以“性能”搭配“设计”这两大核心要素开发出丰富的新品,从商务笔记本到个性化、娱乐化的发展趋势,将继续为消费类笔记本的增长推波助澜。

通讯员 羊羊



小灵通

生活需要小灵通

圣诞新年同欢享 灵通充值送礼券

喜迎圣诞,新年,快乐同欢享,预付券小灵通用户现只需充值一定数额话费就有礼券相送,充的越多送的越多,让您的节日倍添惊喜!机会难得,数量有限!您在等什么?还不快快行动!

充值金额	赠送礼品券	话费到账方式		话费有效期
		首次到账	余额分3个月到账	
300元	100元	100元	25元/月	2年
500元	200元	180元	40元/月	2年

*友情提醒:每个号码仅可以参加一次活动。

自助服务热线 10001
网上充值 10000.com

活动时间:即日起(活动礼品发完即止)
活动对象:入网满10个月的南京地区预付券小灵通用户
活动受理:鼓楼、云南路、晓庄、板桥、江浦、新庄及红山等营业厅

中国电信 CHINA TELECOM 世界触手可及

用户至上 用心服务 Customer First Service Foremost

中国电信南京分公司 客户服务热线 10000