

3C

新京报 Digital Life

周刊

畅享科技生活

B14·业界

细分类电商价格战拼钱

未盈利却敢于争取美国上市,亏损时仍继续在价格战中鏖战不已。在综合类电商价格战尚未完全落幕之际,细分类电商的价格战硝烟再起,而这些能够拼得起价格战的,多数“背靠大树”,有个财大气粗的投资方或者母公司。

B15·业界

电视厂商失意客厅革命

随着百视通上市、乐视云视频超清机正式商用,三网融合在中国提出十多年之后,终于有了实质性进展。在此后的市场大蛋糕中,谁会是主导,谁会是失意者?目前看来,国内的电视生产商肯定属于失意者一群了。

巴塞罗那星光闪耀

本周,通信产业中除苹果以外的所有重要厂商齐聚西班牙巴塞罗那。巨头们亮出了今年最重要的智能手机产品,各种高像素摄像头、超大屏幕的四核手机引起阵阵惊呼。

B11-B13·焦点



新京报制图/赵斌

■ e周谈

技术创新带来上网本的死亡

曾经火爆一时的上网本步入最后的墓地。本周一,全球第二大PC厂商联想公司宣布停售上网本。在联想之前,已有多家PC厂商停止和减少上网本的生产销售。

联想停售上网本的消息引发了业内的关注。有的感慨IT行业更新速度越来越快;有的叹息联想为代表的众多PC企业短视,赞叹乔布斯坚决不做上网本的傲骨和眼光;有的则预言,如今风头正盛的平板电脑,也将步上网本后尘。

IT行业产品更新快速毋庸置疑,在IT行业初兴时期,就有人总结出“摩尔定律”和“贝尔

定律”,前者断定微处理器的速度会每18个月翻一倍,而后者则认为如果保持计算能力不变,微处理器的价格和体积每18个月减少一半。这就意味着,每18个月IT产品将迎来一次大升级,甚至外观会彻底颠覆原来形象。

如今,这两个定律已有三四十年的历史了,颠扑不破。而这两个定律,也像悬在IT企业脑门上的达摩克利斯之剑,提醒着IT企业,跟不上速度就意味着死亡。于是从1946年2月,世界上第一台电脑ENIAC在美国宾夕法尼亚大学诞生起,66年时间

里,电脑产品几经变革。

最初电脑朝“更快、更全、更小”进化,于是大型计算机变成后来的笔记本电脑。但到了2007年前后,笔记本电脑上有很多功能是多数消费者不常使用的,PC企业便开始对电脑做减法,把不常用的功能去掉,让电脑更加实用、轻便。

2007年,华硕公司推出第一款上网本,专门为上网冲浪、在线内容消费以及灵活办公所设计,价格仅为3000多元,比标准笔记本电脑便宜一半以上。该产品一经推出便大受欢迎。

联想、宏碁、惠普、戴尔等厂商纷纷加入争夺战,各种上网本广告铺天盖地,一场追逐上网本的“流行病”,在全球蔓延开来。2008年和2009年上网本市场最为火爆的时期,曾经在移动笔记本的市场份额高达20%-25%。

但即使在上网本风靡全球的前提下,苹果的乔布斯依然认为,那玩意儿毫无前途。

2010年4月苹果推出iPad平板电脑,上网本的死亡就此一锤定音。2010年下半年上网本市场开始萎缩,去年第四季度,全球上网本出货量为630万部,

同比下滑29%。在去年第四季度的PC出货量中,上网本仅占到了6.8%。

与此同时,联想、宏碁、惠普、戴尔等厂商又纷纷加入平板电脑争夺战,IT行业迎来平板电脑“流行病”。

从企业生存的角度讲,PC企业为满足消费者需求,生产热门产品无可厚非,而且“从众”并非没有利润,只是利薄而已。

但在IT领域,技术革命才是最有力的武器,只会跟随的企业无法成为伟大的企业。

本报记者 林其玲