



平板电脑未来趋势分析

Trends of Tablet PC

目前，计算机产业正面临重大变革，作为4C融合趋势下的代表性产品，平板电脑因为重视用户需求和用户体验，它开创了一个将硬件、软件和服务融合为一体的全新商业模式。

2011年9月13日，由洛可可设计集团和赛迪传媒共同编制的《平板电脑设计趋势报告》（以下简称为《报告》）正式出笼。该报告共分为《历史篇》、《现状篇》和《趋势篇》三大部分，从设计行业角度预测了未来平板电脑的发展趋势。

平板电脑的四个历史时期

《报告》将平板电脑的发展历史分为四个时期，分别为初期、早期、发展期和成熟期(图1)。同时，从政治、经济、科技等宏观层面客观分析了平板电脑在四个发展时期的推动和制约因素，从而得出平板电脑的发展主线和切入点，即人与电脑更自然的操作方式。早在上世纪60年代末，来自施乐帕洛阿尔托研究中心的艾伦·凯(Alan Kay)提出了一种可以用笔输入信息的叫做Dynabook的新型笔记本电脑的构想，业界一致将其公认为平板电脑的原始构想。

第一台用作商业的平板电脑是1989年9月上市的GRiD Systems制造的GRiDPad，它的操作系统基于MS-DOS。1991年，另外一台Go Corporation制造的平板电脑Momenta Pentop上市。1992年，Go推出了一款

专用操作系统，命名为PenPoint OS，同时微软公司也推出了Windows for Pen Computing。这一阶段，可以归结为平板电脑发展的早期。

在发展期，出现了一系列不同种类的平板电脑产品。包括东芝、微软、惠普、优派、宏基等笔记本电脑厂商纷纷推出Tablet PC产品，采用window XP操作系统，采用手写识别技术，面向高端商业用户，意在取代仍显笨重的笔记本电脑。但是因为昂贵的价格、笨拙的硬件设计和缺少软件的支持，以及便携性、手写输入识别差等缺点，并没有得到市场的认可。

然而，时间到了2010年1月28日是，苹果公司宣布推出名为iPad的平板电脑，一举加速了平板电脑市场的发展，从而开启了平板电脑成熟期的序幕。**在移动互联网风行的时代，平板电脑不再只是信息的生产工具，更是信息获取的超级工具。**当它使得人们在获取网络信息方面得到了更多便利性时，市场自然就打开了。

平板电脑市场定位日趋清晰

自从苹果公司引爆了平板电脑市场，大量从事IT产品的厂商开始跟



图1 平板电脑的四个历史时期

进，市场上充斥了不计其数的平板电脑产品。从价格与功能上看，平板电脑市场已经形成了三大市场定位：娱乐Pad、商务Pad、专业领域Pad(图2)。

从上图可以看出，娱乐型的平板电脑占据着主流，而商务型平板电脑还不是很多。出现这样的格局，与目前平板电脑的应用有着紧密联系。

即时性的应用是目前平板电脑的主要应用，包括社交、影音、资讯和游戏体验占据了很大应用空间，与此同时，由于在移动办公功能方面的不足，也直接导致了商务Pad的发展目前要滞后于娱乐Pad。至于专业领域Pad，则还处在刚刚起步阶段(图3)。

平板电脑的12大趋势

明确未来平板电脑产品的趋势，是这次《报告》的核心内容，准确的趋势判断对于从业者来说是在平板电脑市场获得成功的关键因素之一。

外观：更便携 + 更融合 + 零距离 + 更独立



目前市场主要分为三大领域竞争：



图2 平板电脑的三大市场定位

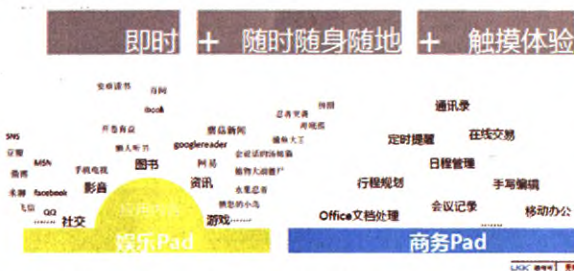


图3 应用决定了不同类型平板电脑的速度

消费者对于平板电脑便携性的要求标准在不断提升，材质上更轻、造型上更薄是平板电脑发展的必然趋势；使用时，可最大化排除其外观视觉干扰，增强消费者的使用体验，放置时，更加强调与周围环境的和谐度和整体性，增加其自身视觉价值。

通过造型设计、颜色设计、材质运用、表面处理等方式，更为突出人和自然的亲和力，缩小产品和人的心

理距离，它不再只是一个电子产品，而是作为一个自然体与我们亲密无间，完全融入我们的生活中。

它将通过材质、结构以及表面处理等设计具备防滑、防摔等特性，从而可以完善自身，完全展示其原有的特色。

内容：创造信息为主 + 更智能 + 更个性化

未来，平板电脑将进一步从获取信息的角色向输出创造信息角色转变，用户可自动生成内容，参与内容创造的程度会越来越高；在信息爆炸的信息时代，用户的注意力分散，散点和浅层阅读太多，平板电脑将会协助用户进行更深层的思考与沉淀，帮助用户在海量信息里聚焦；还将根据不同年龄层次和需求的人群进行专属功能定义，帮助客户选择应用内容，从而达到最优的用户



图4 外观和内容推动平板电脑的螺旋式发展

体验(图4)。

品类：商务化 + 更实用 + 操作方式多样化 + 显示方式多样化 + 感官超体验

移动办公是未来的必然趋势，平板电脑将会进一步强化其商务细分功能，真正满足商务人士的需求；进一步与使用环境，如家居环境、办公环境中的其他电子设备交互连接，成为人们生活必不可少的替代品；除了触控之外，还可以尝试手势、语音（口头搜索）、情感（情感计算）等操作方式；采用玻璃界面、投影界面，自然用户界面、空气界面、树叶界面等多种显示方式；还将从视觉、听觉、触觉、嗅觉、味觉各方面满足人们的感官超体验需求，让人如临其境。

（于寅虎）EW

2011Power Architecture亚洲大会聚焦中国本土创新


为满足亚洲地区对于Power Architecture技术的爆炸性需求，Power.org组织日前在深圳举办了为期一天的2011 ASIA Power Architecture大会。

在针对下一代智能系统要求和挑战的“面向未来的ThinkPower”执行圆桌会议讨论上，业界领袖们对Power Architecture的前景都一致看好。特别是在中国正在增长的智能电网、智能电视、汽车电子等市场，Power Architecture技术大有用武之地，因为基于Power Architectur技术的开放式技

术生态系统的核心在于电源指令系统架构，而它被视为软件兼容性和客户投资保护的稳定而持久的基础。

关于授权的问题，IBM的Mark Ireland表示：“可以向IBM，Freescale等公司获得，也可以向Power.org提出申请而获得”。C*Core技术有限公司和芯原电子成为power.org架构首批本土合作伙伴，向中国本土企业提供授权服务。（老虎）EW

平板电脑未来趋势分析

作者：[于寅虎](#)
作者单位：
刊名：[电子产品世界](#) 
英文刊名：[Electronic Engineering & Product World](#)
年，卷(期)：2011, 18(10)

本文链接：http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_dzcpsj201110002.aspx