

平板一出，誰與爭鋒？

政治大學資訊科學系 連耀南 教授

在聖地牙哥的一個大商場中，Apple 與 Microsoft 各有一家旗艦店比鄰而居，兩家店的裝潢非常類似，都是擺出一堆最新產品讓使用者盡情試用，互別苗頭味道非常濃厚。2010 年 9 月的一個晚上 8 點多開完 ICPP 會議，一行台灣來的學者結伴參觀這兩家店，順便採購當時在台灣尚未獲得認證進口的 iPad。來自交大的一行人大肆採購多部 iPad 毫不需考慮學校的請購及報銷流程，其他學校的學者只好在旁邊流口水，因為各校採購流程的限制，多不敢在尚未報准之前就下手搶購，各校研究速度的差異，在此顯現無疑。

雖然已經接近商場熄燈關門的時間，Apple 旗艦店裡仍然是人潮滾滾。當採購完畢，轉到 Microsoft 旗艦店時，景象只能以李清照的「冷冷清清悽悽慘慘」來形容，連小貓兩三隻都算不上，幾乎是無人問津，一行人不便拿著 Apple 購物袋進去讓店家難過，只好由幾位沒採購 Apple 產品的學者進去瞄一眼。Microsoft 本身並無硬體產品，店中所展示者都是執行 Windows7 的筆電或 Tablet PC。硬體產品也都是一時之選，但人潮與 Apple 對比之下，完全無法比較。當然，筆電隨處可見，不必到 Microsoft 旗艦店一賭風彩，而 Apple 產品則必須到專賣店才能一賭風彩，當然不能相比，但一葉知秋，此後多年消費資訊產品將是 Apple 獨領風騷的時代，Microsoft 雖仍可在個人電腦繼續稱霸，但作為 PC 硬體產品代工大國的台灣已經逐漸失去競爭優勢，當筆電等電腦產品之生產為大陸取代時。台灣有何替代產品？台灣能否在消費性資訊產品搶佔一席之地？如若不然，台灣的電子工業將危危可岌。在 Wintel 時代，PC 是開放性架構，台灣的大小公司可以各自生產零件，由品牌公司整合搭配微軟的作業系統而成為一個完整產品，而小公司或個人亦可到光華商場逛一圈自行組裝一部電腦。但在消費性資訊產品線上，個人或小公司卻無法如此作為，因為每一個產品需要垂直整合在一個封閉系統中。以開放性而言，聯發科所創的山寨手機文化是僅見的最開放的生產架構，即便如此，山寨文化畢竟有其不足為人道之處，政府不可能正大光明的支持山寨文化。因此，台灣如何在消費性資訊產品的時代插上一腳，值得我們深思。

Android 在 3.0 未出之前，由於是專為手機而非平板電腦而設計的，不知能否成事，但在試用過 Acer 的 Android 3.0 平板電腦之後，覺得 Android 應有一拼 iPad 的實力。未來 Apple 可能無法獨領風騷，而是雙雄爭霸，除非 Apple 願意分潤餘澤，否則台灣的資訊電子產業只有支持 Android 一條路走到底了。除了內裝硬體的設計功力之外，機殼外觀的重要性則大為增加，例如，某家的平板電腦雖然廣告打得凶，但因為 USB 插孔並未附於主機上，而是附在 Docking Station 上，外出非常不方便，因此只好忍痛捨棄。台灣應該在外觀設計方面大幅增加投資。至於軟體產業，因為兩個陣營在應用軟體上都採用開放平台，自然兩邊都可參與。