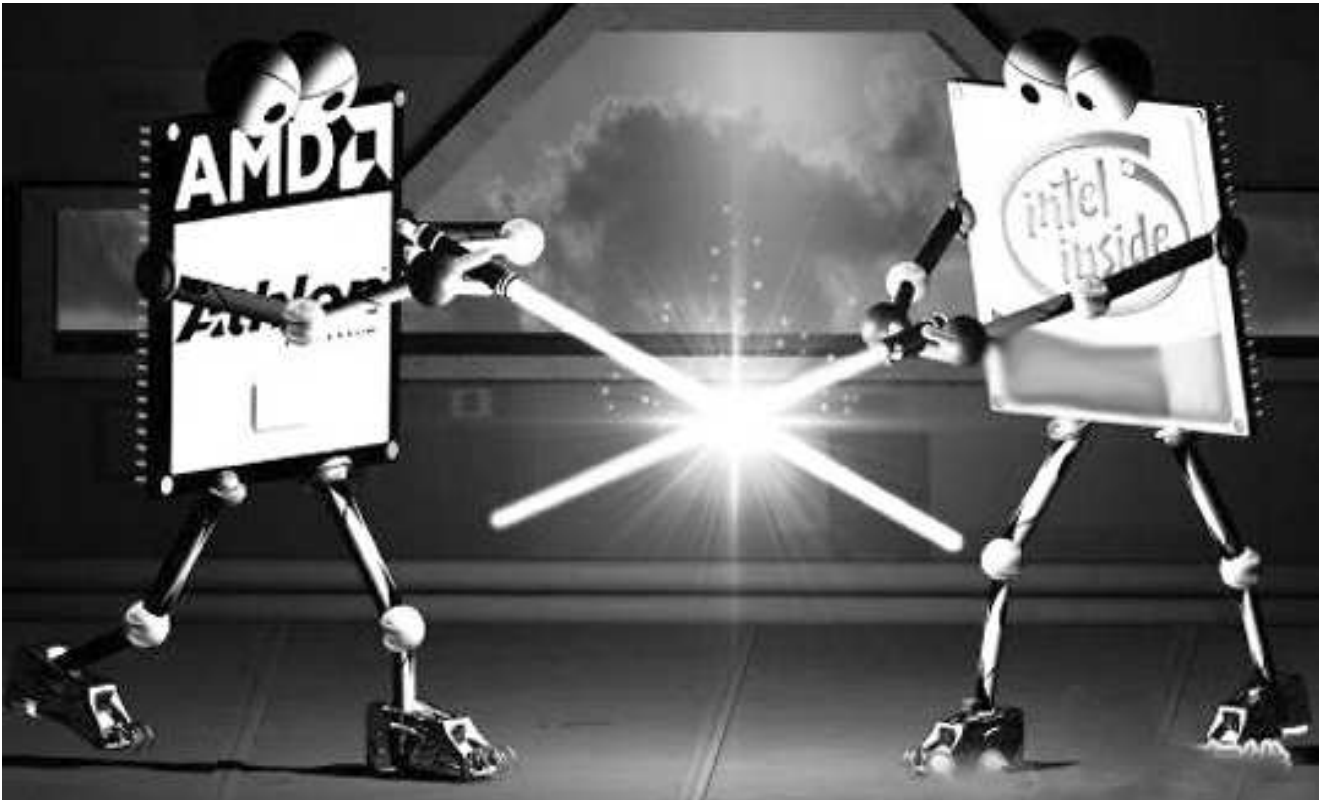




CPU的“战争”

“千年老二”拿APU与INTEL对决

本报记者 张璐

没有任何行业能够像CPU行业一样,大戏如此跌宕起伏。CPU(中央处理器)是电脑的大脑,长久以来,全球最大的生产商INTEL牢牢占据了8成左右的市场份额,第二大CPU生产商AMD只能在剩余的两成中寻找空间。但这并不意味着AMD甘心做“千年老二”,紧跟INTEL的步伐、低价,是AMD主要的战术,而时不时地挑起事端,尽可能吸引眼球也是AMD的做法。

这次可能不太一样。今年AMD隆重推出一款革命性产品APU,这是AMD大中华区总裁邓元鋆的说法。而AMD员工私下“扬言”,APU是AMD对抗INTEL的“炸弹”。AMD应该明白,挑战INTEL,是一场与大象的战争,但强化优势,细分市场,至少可以更多争取一部分市场份额,这似乎是AMD的“阳谋”,也是AMD再次挑起战争的目的。

AMD为APU的造势用大张旗鼓形容并不过分。3月份,AMD在北京高调举办发布会,8月份,AMD又分区域召集了全国各大媒体到西安,就APU深度推介。履新伊始的AMD全球高级副总裁,大中华区总裁邓元鋆频频露面,一些重要场合,邓总裁甚至亲自上阵,解构APU的新鲜特性,对APU重视程度可见一斑。

业界对APU也不乏溢美,有业内人士这样描述APU面市后将引发的变化,“APU的出现,为沉寂多年的处理器市场带来了新动力”。新浪一位博主则称,“APU将芯片大战引向何方?凭借APU,AMD跑到了INTEL前面。”

INTEL当大哥好多年

“AMD跑到了INTEL前面”?这或许有夸大的成分。在CPU市场,INTEL始终是老大,INTEL官网上用“领先的行业巨人”来定位自己,事实上,这句话也不算夸大。专业调查机构统计数据 显示,全球CPU市场,INTEL始终占据八成甚至以上的份额,而AMD只占百分之十几。

AMD中国区品牌公关部的工作人员拒绝了记者关于市场份额的采访,他们给出的是一种

委婉的说法,“在大陆市场,AMD的市场份额要高于全球平均水平”。

“和INTEL的CPU相比,十比一吧!”8月17日,阴霾的天气里,济南科技市场一位业主估量着给出了个数据。稍后,他又补充,“AMD价位便宜。网吧里的机器,用AMD的多,商用机则主要用INTEL。”

按照这位业主的说法,主频大致相同,在终端的攒机市场上,INTEL的CPU要比AMD贵出几十元甚至几百元,“越是高端差距越大”。另一位业主采用一种通俗的比喻,“好比衣服,INTEL是名牌,价格自然高一些,AMD是大众品牌,价格低一些”。

业内人士称,这种市场结构一直相对稳定,但7月29日,外媒发布消息称,专业调查机构的全球数据显示,上一个季度,AMD的x86处理器出现较大幅度的增长,市场占有率提升至19.4%,而值得注意的是,这些市场几乎全部来自于INTEL,后者的占有率从81%下降到79.9%。

AMD中国区品牌公关部的工作人员与外媒的报道持同样说法,“这是APU的功劳”。而显然这是AMD希望看到的,也被认为是APU挑起战争的一个结果。

AMD不甘心“千年老二”

APU是个新概念,按照AMD中国区品牌公关部工作人员的说法,APU就是把CPU和GPU的内核融为一体,放在同一块芯片上,兼顾CPU和GPU的功能。在电脑中,CPU擅长串行计算,浏览网页、收发邮件、制作文档等;GPU擅长并行计算,图像、视频处理、游戏等都需要并行计算。

IT发烧友王虎用一种更简单的说法,“就是把显卡和CPU集成在一起。”

不过业界对APU的评价超出了“集成”范畴,一本专业杂志评价称,“把CPU和GPU整合在一起的APU,堪称革命性产品”。

AMD大中华区总裁邓元鋆在西安的媒体见面会上,现场演讲中反复提到,整合后的APU,提升了电脑的整体计算效率,3D性能提升,功耗减少,续航时间提升,温度降低。

INTEL与AMD的战争从他们成立之初就已经注定,挑战INTEL的大哥地位也不是一回两回。AMD曾主动出击,以垄断

为由将INTEL告上法庭。而在法庭之外,INTEL与AMD还不断进行着“口水战”,沸沸扬扬的“真假”双核之争,也是AMD主动挑起事端。在那场争论中,AMD大骂INTEL是“伪双核”,并在2005年12月初,大胆地向英特尔发出战书,要求对双方的“双核处理器”进行对比评测,并对外声称,“测试结果和竞争对手回避挑战的态度,进一步确定了AMD在多核方面的领先优势。”然而INTEL不为所动,没有做出任何回应。在之后的反击中,INTEL称真伪双核是个谎言,不回应是不想掉入AMD的圈套。

APU的推出也同样如此。AMD6月份的中文内部刊物,用了8开的四个整页码转载了一篇文章,开篇的主要观点就申明:“虽然INTEL率先推出了整合显卡的处理器,不过仅仅是两个功能模块的简单叠加,属于一种过渡方案”,而AMD的APU采用的是更先进的原生方案。两相对比,倾向一目了然,“挑衅”的味道也不言自明。但目前,INTEL似乎没有正面回应。

APU将细分竞争区域

在私下的沟通中,AMD的员工认为,APU的特征十分鲜明,优势在3D图像处理方面,尤其是在《阿凡达》、《变形金刚3》等3D电影热映,3D网络、单机电脑游戏大行其道的当下。在西安举行的媒体见面会上,邓元鋆以及AMD中国区品牌公关部的工作人员轮番上阵,重点介绍的就是APU在处理高清图像方面的优势。

而这也符合AMD的CPU给使用者种下的长久印象,电脑发烧友王虎称,AMD的CPU更适合玩游戏,INTEL的CPU长项在于性能稳定。

AMD的工作人员私下里认可这种区别。至于APU,这位工作人员个人的观点是,强化AMD在娱乐方面的优势,迎合市场发展趋势,最重要的是与INTEL形成差异化明显的竞争区域。而此外,功耗减少,续航时间提升,温度降低也使得APU在笔记本电脑、平板电脑中占有优势,形成对INTEL的直接挑战。

不管怎么样,借助APU,AMD发起的新一轮的CPU战争已经打响,即便只是从INTEL手里抢得一两个百分点,对AMD来说也是胜利。

(上接B01版)

收购案引发市场变局

“谷歌恋”,这场价值125亿美元的“联姻”震动了全球手机市场,也打破了行业的既有格局。其强对抗性和结果的不可预测性,引发了公众对艰涩难懂的高科技行业的广泛关注。

对于苹果、微软来说会感到不爽,它们意图通过专利围剿Android阵营壮大的盘算可能落空;对于Android阵营来说,HTC、三星、索爱等合作伙伴打翻了“五味瓶”,与“带头大哥”谷歌之间是敌是友,一时难以分辨。

“谷歌的收购行为反映了3G和移动互联网时代,智能手机的竞争聚焦于终端硬件、系统软件和服务的集成趋势”,北京邮电大学教授曾剑秋认为,这并非是对苹果商业模式的简单抄袭,但是也的确表现为要在智能手机市场与苹果展开直接竞争。

“谷歌将向苹果全面开战!”联合绿动CEO罗争在微博中称,谷歌在收购了摩托罗拉移动后,具备了硬件终端、操作系统、云服务三大板块的实力,加之谷歌与NVIDIA在核心ARM SoC芯片的紧密合作关系,谷歌在产业链纵向整合的战略布局基本完成,谷歌全面向苹果开战的时代即将到来,IT产业将双雄称霸。

与苹果、微软针锋相对的同时,谷歌这场收购案还冲击了业已形成的Android阵营,HTC、三星、索尼爱立信等手机厂商,它们将会面临怎样的选择?收购案消息一出,HTC、索尼爱立信等公司的高管几乎一致地表达了积极的看法——对谷歌坚守保护Android及其合作伙伴的承诺表示欢迎。

尽管谷歌一再强调Android的开放性和公平性,不过,一旦谷歌深度整合Android平台和摩托罗拉终端,谷歌不免陷入与众多Android手机生产厂商直接竞争的局面。对于这些手机厂商来说,究竟是继续坚守Android还是另谋出路,恐怕并不好选择。

“这起收购案将成为微软与诺基亚甚至其他企业之间合作的范本”,业内人士预言,相仿谷歌收购摩托罗拉,下一步微软有可能收购诺基亚。抱守symbian系统的诺基亚,今年2月份宣布转投windows phone阵营,希冀以此挽回日渐衰弱的市场地位。

面对全球移动互联网产业这场新的角逐,“中国企业又是只能啃甘蔗渣?”NTA创新传播机构创始人申音表示了这样的担忧。

谷歌收购摩托罗拉移动,对于中国的企业如百度、华为和电信运营企业都会形成新的挑战。北京邮电大学教授曾剑秋认为,中国企业要谋求更好的发展,需要考虑行业内的联盟实现优势互补,集中力量研发、支持具有中国自主知识产权的智能手机操作系统,避免中国的智能移动终端和操作系统为谷歌等企业垄断。

(实习生张肖艺对本文亦有贡献)

