



## 乘著風潮 帶領風潮

文/總編輯 許志輝

最近因為蘋果公司推出了 iPad 電子書產品引起了不少討論的話題，尤其是 iPad 這個產品會不會造成像 iPod 對音樂市場一樣的影響更是許多人關心的焦點。

由於蘋果近些年來推出產品的成功，將這個老牌電腦公司從谷底也重新推向成功，每當他在市場上要推出新產品時也動見觀瞻，許多人對他的經營推崇備至，有時幾近神話。事實上真的有一個我們戲稱為「蘋果教」的愛好族群存在，這群蘋果公司產品的忠誠擁護及使用者，可遠溯至麥金塔電腦時代。在電腦的發展史上來說，蘋果公司可以說是佔有非常重要的地位，曾經麥金塔電腦創造了電腦使用上的新紀元，不過在微軟以 Windows 作業系統搭配開放架構 PC 成功的佔有市場後(有玩 PC DIY 的人都瞭解原因)，蘋果的電腦市佔率可說是節節敗退。

蘋果公司的再次崛起，有人說是現任掌門人賈伯斯功不可沒，事實上許多蘋果族都是衝著他而來的崇拜者。也有人說是因為蘋果的產品工業設計佳，加上創新應用功能強大的軟體，甚至可以在產品製造上市之前都不需要做市調，也不用擔心流行，因為他的產品上市後即成為流行的領導者。但在我個人來看，掌握住趨勢及時間點，並且整合資源，將產品貼近市場的路線正確，這才是他成功的主要因素。為什麼會這麼說呢！因為早年麥金塔的成功並未使蘋果一路長紅，雖然其產品一向以「人性化」為出發點，不過似乎 PC 開放規格的做法及「親切」的價格更能吸引軟硬體業者及使用者，否則也不可能形成今天各自在市佔的場面(你可以看一下自己公司及家裡就有答案了)。

創新應用與創新發明其實還是不一樣，現在的蘋果在創新應用上是成功的，尤其是 iPod 整合了線上音樂，提供了一個完整的服務，也因此創造了一個大成功。但在這之前授權或未授權線上音樂下載早就為網路族玩翻天了，新的音樂使用型態才是促使相關產品成功的重要因素吧！否則推回到網路尚未發達時，拿著 iPod 還不知去那裡找 source 呢！回到電子書市場的拼搏上，電子書在雅馬遜的線上書店已經搞了好幾年了，iPad 也拷貝了 iPod 的成功模式，當然要把供需系統準備好，其實成不成功不是問題，重點是時機成熟了加一把勁水到渠成，產品不要賣太貴，否則我不知何時才能成為「蘋果族」。

■