

全球PC市场饱和 AIPC概念火了

目前来看,远没有想象中智能;
权威机构预计最晚到2027年将成为主流

从2020年开始,全球的个人电脑(Personal Computer,简称PC)销量迎来井喷,特别是2021年,全球一共卖出了3.46亿台PC。不过,2023年PC市场的热度大幅回落。去年第一季度,PC的全球销量甚至出现了低于5800万台的情况。在国内,去年第一季度也是近五年来的销量最低点,只有890万台。

尽管如此,随着AI的迅猛发展,PC市场从去年下半年开始回暖。各大商家都在最近几个月推出了AIPC,而从今年第一季度的全球PC销量来看,AIPC的销量大概有700万台。可以很明显地看出,AIPC正在成为PC市场的主流产品。权威机构预计,最晚到2027年,AIPC就将成为市面上的主流电脑形式。

■策划:新快报记者 罗韵 ■采写:新快报记者 王敌 ■制图:廖木兴



近五年,全球PC出货量

	第1季度	第2季度	第3季度	第4季度	总计(单位:万台)
2019年	5850	6300	7090	7180	2.64
2020年	5370	7020	7920	9390	2.97
2021年	8400	8300	8700	9200	3.46
2022年	7800	7200	6800	6600	2.84
2023年	5700	5800	6800	6300	2.46
2024年	5970				

近五年,国内PC出货量

	第1季度	第2季度	第3季度	第4季度	总计(单位:万台)
2019年	不详	1510	5060		
2020年	900	1300	1500	1550	5250
2021年	1200	1390	1500	1650	5740
2022年	1170	1150	1310	1230	4860
2023年	890	950	1100	1130	4070
2024年	1140				

近两年,全球PC市场销量及份额

厂商	2022年出货量/市场份额	2023年出货量/市场份额	年增长率
联想	6800万台/24%	5900万台/24%	-13%
惠普	5500万台/19%	5300万台/21%	-4%
戴尔	5000万台/17%	4000万台/16%	-20%
苹果	2700万台/10%	2300万台/9%	-14%
华硕	2000万台/7%	1600万台/7%	-21%
其他	6400万台/23%	5500万台/23%	-13%
总计	2.84亿台/100%	2.46亿台/100%	-13%

近两年,国内PC市场销量及份额

厂商	2022年出货量/市场份额	2023年出货量/市场份额	年增长率
联想	1920万台/39%	1550万台/38%	-19%
惠普	440万台/9%	430万台/11%	-2%
华为	360万台/7%	400万台/10%	11%
戴尔	560万台/11%	310万台/8%	-44%
华硕	380万台/8%	280万台/7%	-24%
其他	1200万台/26%	1100万台/26%	-11%
总计	4860万台/100%	4070万台/100%	-16%

01 居家办公 家用电脑一度销量激增

2019年,全球的PC销量达到了2.64亿台,这是2015年以来的销量新高。作为占据全球PC市场1/5的中国,2019年一共也卖出了超过5000万台PC。当时,许多数据统计机构预计,到了2020年,全球的PC销量能达到2.8亿台。

谁都想不到,一场突如其来的新冠疫情在2020年初席卷全球。尽管疫情影响了全球的经济发展,却极大地刺激了家用电脑的市场。在疫情刚开始的时候,PC销量反而比2019年同期要低,只有5370万台,但从第二季度开始,PC的销量便开始激增,每个季度都比前一年同期要高。

根据统计机构Canalys公布的数据:2020年第二季度,全球销量7020万台;第三季度,全球销量7920万台;第四季度则是全球PC销量的历史顶峰——这3个月,全世界的个人电脑销量达到了惊人的9390万台,逼近破亿。Canalys猜测,PC销量激增的原因恰恰是疫情暴发,这迫使全球大部分国家和地区的人开始在家办公和远程教育,这使得我们的工作和学习方式发生了巨大的变化,也就大大提升了普通人们对家用电脑的需求。

这种现象一直持续到了2021年。2021年,平均每个月,全球都可以卖出将近3000万台电脑,全年一共卖出了3.46亿台。尽管2021年最多的一个季度(第四季度),其销量(9200万台)没有超过2020年第四季度,但从全年来看,2021年是家用电脑销量最好的一年。

国内PC市场的节奏与全球节奏基本一致。2020年一共卖出了5250万台,2021年卖出了5740万台。

然而,随着疫情逐渐得到控制,生活逐步恢复常态,从2022年第一季度开始,PC的全球销量便逐渐下滑,甚至接连下滑了5个季度。2022年,全球PC一共卖出了2.84亿台,这比疫情刚开始的2020年还少;国内的PC销量为4860万台。这一方面是说明大家逐渐结束了居家办公,也恢复了线下学习,另一方面也说明了,在一年多时间的销量激增后,个人电脑暂时达到了饱和状态。

02 市场饱和

2023年PC销量
低于2019年

销量比2022年更差的是2023年。从2019年算起,全球市场还从未有过连续两个季度销量不足6000万台的情况,国内市场也从未有过连续两个季度销量不足1000万台的情况。然而在2023年上半年,第一季度全球销量为5700万台、国内销量为890万台,第二季度全球销量为5800万台,国内销量为950万台。

即便随后两个季度,销量全面上扬,但相比往年同期还是有不小的差距。最终,2023年的全球PC销量为2.46亿台,全国PC销量为4070万台,同为五年最低点。这个销量与2019年相比还有不小的差距。

那么,是什么原因导致PC突然就卖不动了?是出现了什么更便捷的替代品了吗?并非如此。恰恰是前两年的销量激增,让市场的需求度有所下降。从经济学的角度来说,需求的大幅度透支往往会导致后续市场需求的持续萎靡。这一规律在许多领域都有所体现,尤其是在耐用消费品市场,特别是PC市场。

当某一产品或服务的需求在短时间内被大量消耗,这通常意味着消费者对该产品或服务的预期需求已经达到饱和。在PC市场中,一旦居家办公、居家学习、居家直播这些临时性需求消失,消费者对PC的需求量就会大幅下降,导致市场需求的暂时萎靡。此外,需求的透支还可能导致消费者对未来需求的预期下降。当消费者认为未来一段时间内不再需要购买PC时,他们可能会推迟购买决策,进一步加剧市场需求的下滑。

因此,2023年PC市场的萎靡是一种正常现象。不过,销量下降时会让电脑相关制造商思考如何重新激活这摊死水,反而能让接下来面世的产品更有创造力。从2023年下半年开始,伴随着人工智能的浪潮,市面上出现了很多新玩意,英特尔推出了酷睿Ultra系列CPU,AMD(超威半导体公司)推出了锐龙Pro系列CPU,都宣称使用这种CPU的电脑不仅可以有更高的算力,还可以更好地驾驭AI。