

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。

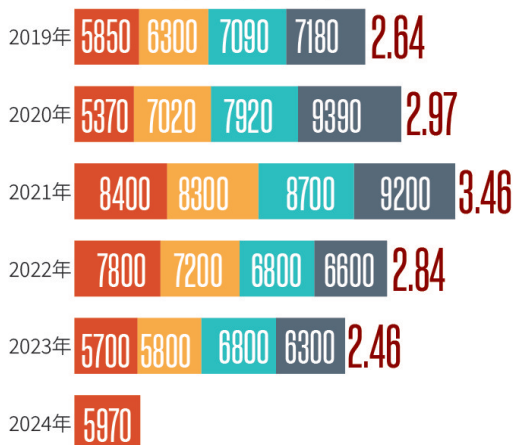
尽管如此,随着AI的迅猛发展,PC市场从去年下半年开始回暖。各大商家都在最近几个月推出了AIPC,而从今年第一季度的全球PC销量来看,AIPC的销量大概有700万台。可以很明显地看出,AIPC正在成为PC市场的主流产品。权威机构预计,最晚到2027年,AIPC将成为市面上的主流电脑形式。

■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

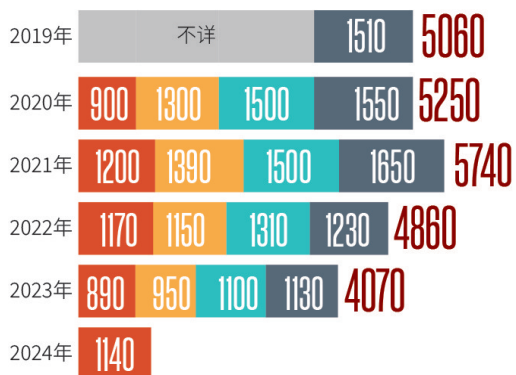
■第1季度 ■第2季度 ■第3季度 ■第4季度 (单位:万台)

■总计 (单位:亿台)



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)



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,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。