

## 記憶模組改朝換代

金士頓 創見 品牌捉對廝殺  
宇瞻 威剛 通路各奪花冠

【本刊訊】在今年NOVA通路理想品牌消費者調查中，金士頓、創見與威剛不負眾望，蟬聯記憶模組DRAM的寶座。從得票數分析，金士頓今年得到的知名度為31.12%、指名度為31.49%，成績微幅上升。創見得到的知名度為27.13%、指名度為26.61%，比起去年的22.59%、22.29%，提升的幅度也相當可觀。

與前兩家相比，威剛雖不是老品牌，但在新聞媒體曝光度上，威剛可能是最高的。在今年的消費者調查中，威剛得到的知名度為14.17%、指名度為14.41%，比去年各增加了1%多，這樣的成績算是相當

不錯，尤其近年來威剛朝多元化的記憶體相關產品的市場發展，焦點自然不會全部集中在系統記憶體產品上。

另外在零售商調查中，仍然是由金士頓與創見分居一、二位，這兩家廠商的最佳銷售比例總和，就佔了將近七成，因此競爭也格外激烈。位居第三的宇瞻，今年得到的進貨比例為12.10%、最佳銷售比例為8.33%，雖然後者還未超過10%，不過就以往的經驗來看，擁有強大研發實力的宇瞻，只要努力對零售市場持續加溫，相信未來一定會得到更好的成績。

## 艾爾莎一枝獨秀 華碩 技嘉

【本刊訊】今年NOVA通路理想品牌調查，3D繪圖加速卡調查部分，知名品牌艾爾莎、華碩與技嘉，如市場先前預期，獲得消費者的肯定，成為本屆NOVA通路理想品牌。

位居第一的艾爾莎ELSA在繪圖加速卡市場上，就是具有高知名度的廠商，今年得到的知名度31.98%又比去年高出4%多，而指名度31.94%更是比去年多了5%多，由此可知艾爾莎的產品不僅擁有良好的口碑，其品牌的經營之道也有過人之處。第二名的華碩今年得到的知名度為25.81%



別是16.40%，比去年提升許多。最高三家廠商和都超過7成，產品的優先考慮於產品的品質。

## 俄羅斯來的黑馬! 卡巴斯基 首度進榜 勇奪雙冠

【本刊訊】於11月29日舉辦的NOVA通路理想品牌頒獎典禮中，來自莫斯科的防毒軟體公司Kaspersky Lab卡巴斯基異軍突起，首度進榜便擊敗國內市場巨人Trend Micro與Symantec，勇奪今年防毒軟體類雙料冠軍。本次調查分成消費者與零售商兩部分，總計回收2494份問卷

，經過統計結果顯示，卡巴斯基在消費者部分，不但以53%超越賽門鐵克的21%與NOD32的16%。在零售商的調查中，卡巴斯基也以近五成的支持率，超越趨勢科技的18%與賽門鐵克16%。

成立1989年的Kaspersky Lab今年動作頻頻，不但砸下重金作市場行銷，創辦

人Eugene Kaspersky 先生更是親自站上火線推廣自家產品，並透過總代理奕瑞科技加強零售通路市場，並積極與系統OEM廠商以及網站合作，以擴大銷售管道。

除了在行銷通路猛下工夫外，卡巴斯基今年也推出更符合市場期待的产品，例如在Internet Security 7.0中，除了原有的病毒防護、間諜軟體、垃圾郵件與隱

私威脅功能外，人防火牆、垃圾郵件防護等功能。

卡巴斯基的勝利受到肯定，總的努力耕耘更軟體市場三分、賽門鐵克兩。

Pioneer

高速中不失平穩  
Quick and Smooth

