



## 記憶模組改朝換代 金士頓 創見 威剛三強入列

去年AMD將其桌上型PC的處理器架構由Socket 939改為AM2之後，記憶體改朝換代終於全面來臨。前幾年由於記憶體的價格問題，及市場機制尚未成熟，雖有Intel的大力支援，不過DDR2記憶體仍然未能全面取代DDR，甚至有一段不算短的時間裡，主機板廠商在CPU平台部分，還推出不少可支援DDR記憶體的產品。然而現在的情況相當明顯，DDR2記憶體已經成為市場主流，DDR記憶體只能當作舊有電腦主機的擴充記憶體之用。

DDR2記憶體雖然目前已經成為市場的主流，但它存在的時間已經很久了，如今即使有廠商推出DDR2.1000以上的高運作時脈產品，DDR2的效能還是很快就會不敷使用。下一代的DDR3產品已經出現，市售產品的最低運作時脈大約會從DDR3.1000開始起跳，預計只要價格進入合理的市場價位，將很快就能取代DDR2而成為記憶體市場的主流。

在記憶體改朝換代的時間點，最佳優勢的自然是傳統的記憶體大廠，大廠不僅可以以量制價，而且在研發能力、技術支援性等方面，也會比一般的小廠好很多，再加上原本就擁有的高知名度，記憶體大廠的優勢是更加明顯。在今年的消費者調查中，前三名的名次與去年一模一樣，分別為金士頓、創見與威剛，可見消費者對大廠的品牌認同度是相當的高。

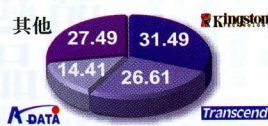
位居第一名的金士頓，今年得到的知名度為31.12%，指名度為31.19%，比去年又提升了將近5%、6.5%，這不僅是因為國際知名大廠的高知名度，金士頓在台灣的品牌經營以及產品的努力研發、品質優良，也為其加分不少，所以金士頓能夠成為消費者心目中的第一品牌，其來有自。與去年一樣名列第一的創見，今年得到的知名度為27.13%，指名度為26.61%，比起去年的22.59%、22.29%，提升的幅度也相當可觀。創見在國內的記憶體市場上，算是相當老的品牌了，其產品向來就是以穩定可靠而著稱，能夠在競爭激烈的記憶體市場上穩佔一席之地，創見的實力不容小覷。

與前兩家廠商相比，威剛雖然不算老品牌，但在國內的記憶體市場上，威剛的知名度也是相當高。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4.11%，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。不過適逢記憶體的改朝換代，以威剛的強大研發實力，明年還會有更好的成績也說不定。

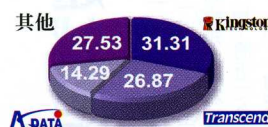
最佳知名度比例



最佳指名度比例



加權平均值



## 金士頓 創見 宇瞻奪花冠

系統記憶模組DRAM在今年可說像是洗三溫暖，年初才因Windows Vista推出提振了市場需求，馬上又面臨上游記憶體產能過剩，使得DRAM廠商幾乎是血本無歸。在歷經多次的價格戰之後，如今僅存在市場上記憶體模組廠商，都應算是體質還不錯的牌子大廠才對，幸好記憶體價格已經來到谷底，加上DDR3主板的推出，相信DRAM廠商反轉的契機應該就在近期浮現。

雖然在傳統的印象上，記憶體並不如處理器或顯示卡等設備，那麼受玩家重視，不過就系統穩定性的角度而言，記憶體常常就是關鍵性的因素，所以記憶體的可靠度、穩定性往往會比它是否具備超頻能力，來得更為重要。儘管現在的記憶體產品大多數的廠商都強調具有終身保固的服務，不過實際上，具有良好可靠度、穩定性的記憶體產品才能真正贏得消費者的口碑，建立起廠商的優良品牌形象。

在今年的店家調查中，仍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7成，大廠的優勢可見一斑。較可惜的是去年得到第三名而今年未能入榜的威剛，不過它在消費者調查中得到第二名，成績還算不錯。而今年店家調查得到第二名的廠商，是國內記憶體的知名品牌：宇瞻Apacer，可見宇瞻

正努力加強系統記憶零售市場的經營。金士頓今年得到的進貨比例為15.10%、最佳銷售比例為36.90%，雖然後者比起去年的41.22%下滑了不少，不過進貨比例卻比去年的13.67%還提高了一些，可見店家對於金士頓還是深具信心。第二名的創見，得到的進貨比例為22.68%、最佳銷售比例為30.95%，後者比去年度的13.89%大幅提升了17.06%，成長幅度驚人，也連帶壓縮了金士頓的最佳銷售比例，不過創見原本就是記憶體市場的老字號品牌，加上它的產品本就是以具有良好的可靠度、穩定性見長，今年得到如此優異的成績也不令人意外。

位居第三的宇瞻，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%，就以往的經驗來看，擁有強大研發實力的宇瞻，只要對通路持續投入，應該還是會有機會攀上枝頭變鳳凰。至於其它的記憶體品牌，雖然就整體的店家進貨比例來看，其他廠商佔了超過6成，與去年差不多，但是在最佳銷售比例部分，其他廠商僅佔了約2成，比起去年的3成，還下滑了一些，由此可見記憶體市場的競爭還是不小，如果其他廠商能夠多加強產品的品質及特色，對於自家的品牌形象也能夠多加著墨的話，相信明年還是有機會可以上榜。

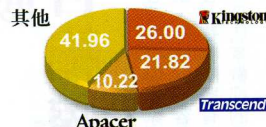
平均相對進貨率



最佳銷售率



加權平均值



總銷售家數：172