

如何购买好电脑 (1)

作者 :王书奴/编著

出版社 :中国电影出版社

字数 :200 千字

分类 :科学—经验—中国—当代

版权所有 :北京烨子工作室

出版日期 :2005 年 7 月

书号 :INBN—7—106—02591—1

内容提要

经销商常常会用赠品或者抽奖的形式刺激消费者购买其产品,但是有许多商家在你购买产品后向其索要赠品时告诉你赠品已经送完,要求你另选一个与原赠品相差较大的赠品。在这种情况下,我们可以要求经销商给予最初承诺的或者我们愿意接受的同价值赠品,如其不愿给予,我们有权解除合同,要求其返还已支付的价款。

1. 为什么购买品牌机的五大绝对理由

经过一段时间的发展,品牌机已经由原来的单纯强调售后服务转变到如今的人性化设计与性价比表现并重。论性能,品牌机或许暂时还无法与 DIY 兼容机并驾齐驱,但是凭借细致入微的设计理念,其产品得到了绝大多数用户的认可。对于大多数并不熟悉 PC 硬件技术与市场的消费者而言,品牌机仍旧是最理想的选择。

理由一:售后服务占据压倒性优势

电脑在使用过程中,必然要产生这样或那样的软硬件问题。对于计算机的软件故障,普通 DIY 装机商家是不会负责的,硬件故障也必须顾客自己把电脑抱到他那里才可以进行维修。更为让人很难理解的是,许多 DIY 装机商家会在客户没有购买之前信誓旦旦地保证多长时间内一定上门维修。但是一旦真的出现了故障,他们则会以诸如人员紧张,距离远等各种借口,而拖延甚至根本不去进行维修。不少商家甚至还抱着能推就推能赖就赖的原则对硬件所出现的问题百般的推委,不承担维修。事实上出现这种现象并不意外,毕竟这类商家本身就没有提供这些服务的基本条件,诸如上门维修服务人员以及维修经费等都是缺乏的。

反观品牌机则会有更多的保障,一般都至少遵守国家的

三包规定。所谓国家三包规定就是指包退、包修、包换。购机七日内可以免费退货、十五日内免费换货、一年内同一部件维修两次仍不能使用可以免费更换。此外,“三包”中规定谁销售谁负责,购买电脑时最好要到具有一定规模的商家购买,而不要去那些打游击的小商店。国家三包规定要求整机保修至少一年,这一点几乎所有的大品牌都能做到,但是除此以外还规定附赠的产品(如打印机等)和配套软件也必须履行三包规定。事实上,知名品牌的售后服务一般都优于国家三包规定的最低标准,一般都能提供 1~3 年免费上门服务。

理由二:人性化设计轻松实现

不可否认的一点,绝大多数 DIY 兼容机在人性化设计方面做得不够完美。或许极少数发烧友着 MOD 改装方面颇有心得,但是更多的普通用户在选择 DIY 兼容机之后便意味着失去人性化功能。普通的机箱搭配前置 USB 和耳麦接口,这几乎已经是常规 DIY 兼容机所能提供的一切人性化服务,甚至在噪音控制等方面都无法做到尽善尽美。

品牌机在这方面有着余生俱来的优势,特别是工业设计方面的实力是普通 DIY 兼容机所无法比拟的。目前工业设计正逐渐成为品牌机的一种发展趋势,针对不同用户的特点提供不同风格的产品,使品牌机融入居家环境,这才是真正的符合潮流的设计理念。以目前十分走俏的迷你型主机为例,获得消费者青睐并非是巧合。小户型居室因为种种原因而在大中城市成为一种趋势,由此也带动了小户型精巧装修风格的流行。话说“麻雀虽小,五脏俱全”,虽然只是几十平米的小房子,但是也要包括起居、会客、收纳、学习娱乐等多种功能活动,此时电脑的安放位置自然令人有些棘手。也正是看准了

这一市场契机,国内各大厂商纷纷推出瘦身型品牌机,不仅充分地利用空间,更让一成不变的 PC 外观变得更为简约精炼。轻薄型品牌机的机箱采用瘦身设计,主机箱的高度和厚度都要比标准机箱小一些。

品牌机的人性化设计而往往体现出“以人为本”的研发理念。长期以来市场上的品牌机以及 DIY 兼容机和机箱无论从配置上还是从外观设计上来看,似乎都是专门为男士们而设,产品的易用性上同样极其欠缺,对女性计算机使用者造成了诸多不便。而精明的厂商总会填补了市场的空白,TCL 精心选择了以尊重、关爱女性为主题的妇女节把这款名为“SHE”的全球首款女性液晶 PC 推向了市场。

TCL SHE 是今年 3.8 妇女节刚刚上市的一款专为女性设计的瘦身型品牌机。外观设计上,设计师汲取了美丽的郁金香花的灵感,将整台 PC 外形设计得美轮美奂。Pentium 4 515 处理器配合 I915G 整合主板具备不错的 3D 速度,应付上网、办公、娱乐等各种应用也都绰绰有余。此外,17 英寸的超薄 LCD 显示器也分外惹眼。将女性概念与瘦身概念融合,这款品牌机的工业设计实力十分突出,也非常适合小户型的小资型妈妈用户。思绪绿,流光蓝,馨柔粉三种不同色系的 SHE 系列应该能给女性用户带来充裕的选择空间,而且一切都是建立在主机性能足以满足用户需求的基础上,并非一味地舍本逐末。

理由三:功能型产品轻松可得

原本 DIY 兼容机以产品种类丰富而著称,然而随着 PC 配件逐渐走向垄断化,DIY 兼容机的这一优势已经不复存在。在功能配置上,大多数竞争并不激烈的 DIY 兼容机并不

会“绞尽脑汁”，提供更低的价位已经遮挡了对于功能性追求的源动力。反观品牌机方面，尽管也面临着“同质化”的尴尬，但是往往都提供不少功能型产品，以此来吸引消费者，并且取得了不错的效果，更是未来品牌机发展中的大势所趋，潮流所向。

孩子对于电脑的需求肯定与普通成人用户有所区别。以操控设备为例，体积较大的鼠标和键盘都是儿童很难掌握的，而冷冰冰的外观设计更是与儿童的活泼活动格格不入。如果孩子对电脑失去的兴趣，那就很难静下心来慢慢学习，从而无法达到最佳的教育效果。方正“鼠米”采用可升降显示屏支架，可随意调节显示屏的高度和角度，而其手写输入的防水 15 英寸液晶触摸显示屏可用触控笔在屏幕上直接书写、点击，直接取代鼠标和键盘功能，更加适合儿童操作。更为重要的是，这款品牌机还有“儿童锁”，只需钥匙轻轻一转，即可完成成人、儿童双模式切换，非常方便家长对孩子学习的管理与指导。鼠米电脑还内置了“方正阳光学堂”软件，提供给儿童丰富的学习娱乐资源。USB 接口、音频接口也被巧妙的设计在显示器底座上，使得儿童操作时更加简单，也富于人性化。此外，这也是国内首款采用 BTX 架构的家用电脑产品，在降噪、散热方面更胜一筹，利于为孩子营造舒适的使用环境。

衡量电脑是否符合健康标准参数的指数之一便是电磁兼容性。所谓的电磁兼容性，也就是电脑在电磁辐射及电磁抗干扰技术方面的性能。电磁兼容性差的电脑，不仅会与周围的电器相互干扰，而且严重的还会对人体造成一定的危害。真爱 E7900 采用 I915 主板配合 Pentium4530 处理器，甚至还使用 512MB 双通道内存和 X600XT128MB 显卡。不仅性能

强大,E7900 更强调健康,其电源以及所有板卡都全部通过 FCC 认证,而且整机也进行了严格 3C 认真。此外,这款强调健康的品牌机采用了抗菌材料制造的键盘鼠标使用户的卫生健康获得更大的保障,遥控器的使用可以远距离进行操控以达到减少辐射的危害,而静音设计更是减少了噪音对健康的危害,采用可降解材料制造的环保包装材料不仅照顾了用户的健康,也为保护环境作出一份贡献。

多媒体概念很早就进入广大消费者的视线,然而究竟怎样的品牌机才能称得上是多媒体产品,甚至信息家电中心呢?毫无疑问,如今的“多媒体”概念自然是和 10 年之前是不一样的。如今的多媒体更确切地说是“多媒体中心”。一台电脑除了实现目前电脑的基本功能之外,还应该实现多种媒体工作方式的无缝连接。让电脑超越电脑的概念,能够让用户感觉到它还是其它媒体,如电视、广播、报纸的替代融合体,甚至是这些媒体的一个中心,并且能够在把这些媒体利用电脑自身的功能加以升华。

对于用户而言,多媒体品牌机应该成为各种视听娱乐的中心枢纽。3D 游戏与 MP3/CD 音乐欣赏自然是一个重要的方面。几年前,价格大战使得众多品牌机在这方面甚至不如高档兼容机,廉价的低档显卡比比皆是,甚至采用集成显卡,而声卡与音箱的品质也一直令人难以恭维,给人感觉便是图有外表。令人感到欣喜的是,如今这一局面已经大有改善,很多推出“多媒体中心”概念的品牌机都采用中高档独立型显卡与发烧级音箱,而且整合声卡的品质也随着技术的飞跃而日益提高。除此以外,电视接收、录像功能、DV 视频采集、数码照片处理、光盘制作等都是一款“多媒体品牌机”所必备的素

质。对于用户而言,利用电脑将传统收音机、音响、电视机、录像机、影碟机等一并取代自然是一大梦想。联想和方正在这一领域的起步比较早,其双模式甚至三模式多媒体品牌机概念已经深入人心。

理由四:彻底避免兼容性问题

装配计算机的过程是一个使硬件以及软件之间相互磨合且最终融为一个有机整体的过程,然而大多数的兼容机由于是临时抓来的配件,而没有经过比较系统的配置论证和测试,很容易出现系统兼容性和稳定性问题,动不动就死给你看上一看。其实DIY兼容性要做到完美的兼容性并不困难,但是商家在选择配件时往往会根据当时的价格行情而改变。譬如明明知道某种品牌的内存可能与某种芯片组存在兼容性瑕疵,但是当前这款内存正好特别便宜或者留有库存,此时消费者自然成了“刀下鬼”。即便是消费者在后期提出更换要求,也往往会被要求贴补差价,这种兼容性问题的最终后果还是要消费者自己来承担。

此外,DIY兼容机商家一般给客户安装的多为盗版软件,更容易出现这样或那样的问题,有时甚至成为拒绝售后服务的“挡箭牌”。而品牌机厂商在对计算机进行装配的时候,都会进行严格的配件兼容性、合理性分析,并将这些计算机配件实地进行组装,同时进行一段时间的烤机,其不但在兼容性上,不会出现问题,也因为严格的烤机而使得计算机只要一买回家就可以保持很好的系统性能而直接应用。

理由五:不怕惊人价格陷阱与产品猫腻

对于DIY老手而言,自然对哥哥PC配件的价格行情以及产品特性了如指掌,但是家用电脑以及商用电脑消费者并

不个个都是高手,此时选择 DIY 兼容机时如何辨别产品质量以及价格是否合理就成为难以解决问题。在 DIY 装机行业内,一些已经公开的秘密都可谓心照不宣,譬如某批水货硬盘返修率很高、某种打磨假冒内存存在稳定性瑕疵、某款电源的实际输出功率水分很大……但是在追逐客户之时,商家们往往顾不上那么多,特别是遇到外行用户就更加有恃无恐。

从某种程度而言,品牌机更加体现出一视同仁的公平性原则。无论是菜鸟还是老鸟,价格和配件质量都是一致的,甚至售后服务也不会有所区别,消费者所要做的仅仅是筛选符合自己需求的产品并且在售后服务过程中明确自己的权益。这样的例子可谓并不鲜见:很多选择 DIY 兼容机的消费者以节省投资而出发点,但是最终却被黑心的商家“狠砍一刀”,甚至产品性能不如同价位品牌机,更不要提什么售后服务与产品质量保障了。

写在最后:品牌机之路任重道远

品牌机更加重视售后服务已经成为大势所趋,这也是厂商在市场竞争中添加砝码的高招。与此同时,如今的品牌机也更加重视人性化设计与功能性拓展,这些都是普通 DIY 兼容机所无法比拟的,更是今后品牌机的主流发展趋势。然而最后要指出的是,固然品牌机有着这些优势,其本身也存在弊端,譬如产品升级不便、中高端产品价格依然偏高等,这也注定未来品牌机与 DIY 兼容机依旧是两者共存的局面,只是并不懂行的消费者会有一定的选择倾向。

2. 菜鸟 DIY 购机防黑 36 计

选购计算机配件有许多需要注意的地方,电脑是一个整体协调才能运行的设备,其质量的优劣直接影响着整个计算机的工作性能和稳定性。因此面对众多的产品要想挑选出质量过关、性能可靠的配件,电脑知识缺乏的菜鸟就相当头痛了。加之电脑城内鱼目混杂,JS 长期出没,因此菜鸟在购机时往往很容易吃亏。下面就祭出法宝《购机 36 计》为各位菜鸟讲解依靠计谋,如何才能选购到称心如意,价格便宜的硬件产品。

第 1 计瞒天过海

【原文今译】

防备得十分严密周全,往往容易松懈大意,司空见惯的事情就不会引起怀疑。阴谋可用于阳事进程中,不是阳事之敌对面。至阴之术,可以为至阳之目的服务。

【购机新解】

经销商对于购机人群的想法往往考虑得相当周全,而胸有成竹的经销商往往容易轻视菜鸟的想法,认为这绝对是可以痛宰的对象。这时我们就菜鸟当作菜鸟吧,多到几处商家查询硬件的规格、价格情况,了解到 A 经销商的规格、价格后再拿到 B 经销商那里去询问,这样 B 经销商当然会对 A 经销的产品提出反对意见,如此我们就可以把这些反对意见默记在心,再到 A 经销商处去反映,这时 A 经销商一定会认为菜鸟其实硬件知识很了不起,自然达到了目的。

第2计围魏救赵

【原文今译】

进攻兵力结集的部位，不如打击敌人兵力分散的部位；攻击敌军的阳刚部分，不如攻击敌人的阴弱部分。

【购机新解】

经销商谈单人员的素质也是有高有低的，往往负责人的水平就要高得多，也更容易误导我们菜鸟，而此时就可找来一大批朋友把经销商处的负责人围住，不断的询问所销售产品的情况，而菜鸟则找到素质较低的谈单人员询问价格讨论配置，如此就减少了负责人的干预，达到便宜购机的目的。

第3计借刀杀人

【原文今译】

敌方已经明确，而盟友的态度还未明朗，要诱使盟友去消灭敌人，不必自己付出代价，这是根据《损》卦推演出来的呀。

【购机新解】

往往购机时会有很多经销商都对菜鸟很热情，希望促成交易，这时菜鸟可以选择一家对自己最有意向的A经销商，对他说另一家B经销商在说A经销商产品的坏话，诱使A经销商找到B经销商理论，而我们菜鸟则坐收渔人之利，仔细聆听其互相产品的优缺点，等两家经销商理论完毕之后，再择优购买。

第4计以逸待劳

【原文今译】

使敌人的势力损耗，不需使用武力；敌方刚强之势消耗了，我方的力量自然就会增强。

【购机新解】

经销商对于我们菜鸟往往是不遗余力的推荐自己的产品，而我们菜鸟才不管他们的花言巧语，不就是要我们购买他们的产品么，我们就装作一脸的迷茫，耐心听听经销商的推荐，等到经销商介绍到口干舌燥，我们的菜鸟再开始发动攻势，对经销商的产品提出异议，向产品杀价，这时经销商觉得已经耗费了这么多精力，肯定不愿意失去这个菜鸟客户了，自然很容易达到杀价的目的。

第5 计趁火打劫

【原文今译】

敌人遭到严重危机之时，就应乘机获取利益。因为刚强取决于柔弱。

【购机新解】

商家之间的竞争往往是非常激烈的，不断会有销售商不敌败下阵来，想要关门大吉，而关门之前手上都保留有许多的硬件，需要尽快的销出这些硬件就必须降低价格，这时我们菜鸟就可乘虚而入，获得便宜的价格。

第6 计声东击西

【原文今译】

敌人处于心迷神惑、行为紊乱、意志混沌的状况，不能提防突发事件，即出现萃卦所展示的水漫于地上的现象；利用他们的心智混乱无主张的机会，消灭他们。

【购机新解】

经销商在周六、周日或节假日等比较繁忙的销售日，非常忙碌，对于防突发事件的发生是没有太多准备的，所以这时我们菜鸟应该趁着经销商这个机会，找朋友故意给经销商制造一些麻烦，并在这时找到经销商购买产品，由于此时经销商意

志混沌,就很容易取得优惠的价格。

第7计无中生有

【原文今译】

诳骗,并不是长期的诳骗,而是在虚假诳骗之后,把真象推出。把小虚假发展到大虚假,在极端的虚假之后,采用极端真象的行动。

【购机新解】

当菜鸟选中了一种产品之后,决定要购买,但又挑不出来太多的缺点,不好与经销商讨价还价,这时就祭出无中生有计,编造一个产品在使用上的缺点出来,并咬定他一定存在,让经销商认识到他所销售的产品确实是存在这样的问题,自然就降低身价进行销售了。

第8计暗渡陈仓

【原文今译】

有意展示佯攻行动,利用敌方决定,重兵在这里固守的时机,暗地里悄悄地实行真实的行动,乘虚而入出奇制胜,事物的增益,因为变动而顺达。

【购机新解】

当已经和经销商谈论好价格之后,已经准备交订金开始装机,这时先不要慌,找个借口出去一下,到电脑城其他的商家处以现在的价格了解一下是否有偏高,如果发现有偏高的情况就回来和经销商进行交涉,这时经销商不忍心看到煮熟了的鸭子就要飞走,当然很容易接受你的降价请求。

第9计隔岸观火

【原文今译】

表面上回避敌人的混乱,暗地里等待其内部争斗的发生,

其内部反目成仇，就会不攻自破，我方顺其自然，自然有所得，若要有所得，就有能不强求。

【购机新解】

在同一个经销商处问完一个销售人员 A，问另一个销售人员 B，并且诬告销售人员 A 对菜鸟所说的有小的缺陷与销售人员 B 不一致，从而造成销售人员 B 找到销售人员 A 理论，从而达到内部反目成仇的目的，而我们菜鸟就做收渔人之利。

第 10 计笑里藏刀

【原文今译】

使敌方充分相信我方，并安然不动，麻木松懈，在暗中却谋划克敌致胜的方案，经过充分准备后，相机突然行动，不让敌人察觉而采取应变措施，这就是外表友善，内藏杀机。

【购机新解】

此招要求菜鸟在购机时，要假装诚心诚意去购机，仔细了解产品的特性，让经销商认为菜鸟确实想在此购机，而放松警惕，销售人员的语言并不至于完全没有漏洞，而我们菜鸟就要抓住这些漏洞，狠狠的向商家讨价还价，这就是外表友善，内藏杀机的笑里藏刀。

第 11 计李代桃僵

【原文今译】

当局势发展到必然有所损失时，应舍得小的损失而保全大局。

【购机新解】

当菜鸟购机时如果已经和一家经销商谈得很久，但后来又觉得产品并不是很适合自己，就应该换到另外一家经销商，

没有必要在一家经销商处纠缠太久，浪费我们菜鸟的购机时间。

第 12 计顺手牵羊

【原文今译】

再微小的疏忽，也必须利用；微小的利益也要力争，变对方的疏忽为我方的小胜利。

【购机新解】

经销商再小的疏忽，也必须利用，我们菜鸟要抓住经销商的疏忽把它转换成我们菜鸟与商家讨价还价的把柄，如果把柄多了，就能改变经销商对我们菜鸟的看法，以至于不敢随便乱报价格。

第 13 计打草惊蛇

【原文今译】

有疑问就要侦察核实，调查清楚之后再行动。“复”卦的原说，是对付敌人阴谋的手段。

【购机新解】

菜鸟在购机前，应事先通过网络、市场了解等充分调查，研究，分析，预测，以掌握市场行情，了解经销商，了解产品销售等各个环节，准确把握后面的经销商的促销活动等，以保证自己廉价购机的目的。

第 14 计借尸还魂

【原文今译】

凡是朝气蓬勃，有作为的事物，都不能利用，而腐朽落后，没有什么作为的事物，要加以利用，利用没有作为的事物，并不是我受别人支配，而是我支配别人。

【购机新解】

在现实社会中,借他人幌子,达到自己的目的,可谓随处可见。我们菜鸟购机当然可以利用此计,装着是经销商销售人员的某个老同学,当然那个销售人员不能在场,最好是当天在休息,要不然当面揭穿就不好了,然后借用这成熟人关系到经销商处进行购机,自然就大开绿灯。

第 15 计调虎离山

【原文今译】

常言道:龙游浅水遭虾戏,虎卧平阳被犬欺。说的是叱咤风云的巨龙,出了深潭大渊便无法施展本领,连虾蟹都斗不过;而威振山林的百兽之王,离了大山森林,便威风尽失,连犬羊之类的小家伙也奈何不得。反过来,虾蟹入龙潭斗龙,犬羊入虎穴擒虎,纵使攻得进去,也只是白白送死。

【购机新解】

对于强势的经销商的某销售人员如果我们强攻的话往往会得不偿失,然而经销商的销售人员并不个个都有如此强势,总有水平欠佳的销售人员,我们菜鸟就要绕开这些强势的销售人员,找到水平欠佳的销售人员,说不定我们菜鸟的水平还要比这些销售人员的素质高呢,这样交流起来我们菜鸟就占据天时地利了。

第 16 计欲擒故纵

【原文今译】

攻击敌人过于猛烈,就会遭到反扑,让敌人逃跑,反而会削弱敌人的气势。紧紧地追踪他,消耗他的体力,消磨他的斗志,等敌人兵力分散时再去擒拿他们,这样不经过血战就可以取得胜利。

【购机新解】

菜鸟常常希望迅速成交,然而,欲速则不达。人们在接受一项崭新的事物时,都需要一段考虑的时间,购机也是这样。这就要求我们菜鸟不要慌着与经销商快速的成交,当经销商催促你成交时要高速回复经销商:“且慢!我还不明白,我还没考虑好。”。早一天买和迟一天买并没有多大区别,但是成交之后,后悔可是再也来不及了。

第 17 计抛砖引玉

【原文今译】

用类似的东西去引诱敌人,从而打击被蒙骗的敌人。

【购机新解】

我们菜鸟在购机时可以利用一些销售人员感兴趣的小东西,如零食之类的去引诱销售人员,拉近和销售人员的关系,从而达到购得又好又便宜的东西的目的,虽然付出了小的代价,但是比起得到的大实惠来说还算不上什么。

第 18 计擒贼擒王

【原文今译】

摧毁敌人的中坚力量。抓获敌人的首领,就可使敌人全军解体。无首的群龙在旷野拼斗,已经到了末路。

【购机新解】

一个组织的形成和发展取决于少数关键人物。一旦关键人物不存在,便树倒猢狲散。我们菜鸟要知道这个道理,专找经销商门面的门市经理,与其进行讨价还价,通常门市经理的空闲不是太多,我们的菜鸟就要死缠烂打,扭着门市经理,这样一来门市经理也希望与你迅速成交,从而很容易接收菜鸟的意见,讨价还价也变得容易。

第 19 计釜底抽薪

【原文今译】

两军对垒，不直接抗击敌人的锋芒，而是设法从根本上削弱它的气势，即用以柔克刚的手段制服敌人。

【购机新解】

菜鸟对产品的了解比起经销商来常常是要差了一大截，和经销商在产品认识度上硬碰硬，只会碰的头破血流。但是钱确是掌握在我们手中，最终购不购机还是由我们菜鸟决定。所以对于有些硬件菜鸟们大可在经销商处试用后，根据自己的满意度再决定是否购买。

第 20 计浑水摸鱼

【原文今译】

趁敌人内部发生混乱，利用它力量虚弱，没有主见的时候，使它顺从我，就像人随从天时变化而作息一样自然。

【购机新解】

购机时，菜鸟可以先和经销商说说和本身产品关系不大的其他内容，东鳞西爪地乱扯一通，把对方搅得思路混乱，精力疲倦，使一个条理简单的洽谈变成十分复杂。然后借对方精神不佳之机迫使拍板，以达到自己的目的。

第 21 计金蝉脱壳

【原文今译】

保存我方阵地原有的形状和气势，使友军不生怀疑，敌军不敢妄动，而我军却暗中转移主力，去打击别处的敌人。

【购机新解】

金蝉脱壳倒不是鼓励我们菜鸟自己在购机过程中要金蝉脱壳，而是要留意经销商使出金蝉脱壳的手段，在质保、售后等等方面耍手段，如果产品一旦出现问题，质保、售后的重要