

# iPad3或三月上市

## 設計不變 硬件改良



### 1 A6 四核 CPU

自華碩推出四核平板電腦開始，四核平板電腦經已成為今年業界旗艦設備的指標，故 iPad 3 採用四核的 A6 CPU 亦不足為奇。

### 2 視網膜屏幕

自 iPhone 4 起，視網膜屏幕已成 iPhone 的一大招牌。然而，iPad2 沒有採用視網膜已令粉絲們大失所望。所以，不少科技迷估計一年後的 iPad 3 肯定會採用視網膜屏幕。

## iPad 3 七大傳聞



### 4 電池更耐用

為了應付支援 4G 網絡及全高清的 Retina 屏幕，估計 iPad 3 電量上將會進一步提升。預計蘋果將會在 iPad 3 採用容量更大的電池。

### 3 特強玻璃屏幕

為了進一步加強 iPad 3 的耐用性，最近有傳 iPad 3 採用剛剛公布的 Corning Gorilla 玻璃。不過，分析人士估計蘋果未必來得及生產 Corning Gorilla 玻璃作為屏幕的 iPad。

### 5 有兩種尺寸

據傳聞，iPad 3 將會有 7 吋及 10 吋兩種版本，以圖力撼強敵三星的多重平板攻勢。由於 7 吋平板電腦產品較受亞洲地區歡迎，為了進一步鞏固亞洲市場，蘋果也有機會推出不同尺寸的 iPad 產品，滿足不同用家需要。

### 6 售價更便宜

iPad 3 可能會在喬布斯生日 2 月 24 日公布，而售價將會比 iPad 2 更低。不過，由於 iPhone 4S 的售價比 iPhone 4 高，而全球物價不斷上揚的狀況下，iPad 的售價應該已不能再低了。

### 7 或支援 4G

在蘋果研發 iPhone 4S 時由於 4G 技術尚未成熟，因此 iPhone 4S 並不支援。現在，對手們紛紛推出 4G 的產品，故蘋果有可能在推出 iPad 3 時加入對 4G 支援。

## 針織圖案藏摩斯密碼 二戰英兵暗罵希特勒

【本報訊】據英國《每日郵報》11 日消息：英國軍官卡斯達格利在第二次世界大戰期間被關在納粹戰俘營期間，暗地裡在他為打發時間而製作的刺繡樣品中，縫上用摩斯密碼寫成的抵抗信息，但從不被納粹頭目希特勒的心腹們察覺。

卡斯達格利被關在納粹戰俘營期間，靠製作刺繡樣品來打發時間。關押他的人都把他那漂亮的刺繡手藝打動了，甚至在戰俘營中展示它們。但這些人從不察覺，他把抵抗信息縫在他的設計裡。這些信息是「天祐我王」和一句寫明罵希特勒的粗口。

這些帶有顛覆性質的刺繡樣品其後在倫敦的維多利亞與艾伯特博物館展示，作為英國一位士兵從未失去鬥志的見證。

卡斯達格利現年 79 歲的兒子托尼說：「當德國人在巡視，這（縫紉）活動就為他

帶來喜悅。他在戰爭結束之後說，紅十字會救了他的命，但繡製品保全了他的心智。」

卡斯達格利用一位克里特島將領囚友工作服上的紅色和藍色細線，來製作他那些看起來很單純的刺繡樣品。他縫了一條邊界，包圍那若干個納粹符號和一段平平無奇的銘文。邊界上有不規則排列的點與線——那其實是用摩斯密碼寫成的信息。他的作品在關押他的德國戰俘營中展示多年。

托尼稱，父親如果有人察覺了發出抵抗的信息，就可能有生命危險。

卡斯達格利在 1941 年至 1945 年之間先後被關在 4 個戰俘營。他繼續縫紉，直至 1990 年他 90 歲去世。



▲卡斯達格利將罵希特勒的粗口縫在刺繡作品裡 《每日郵報》



【本報訊】據 digitimes、Techcrunch、Macotakara 網站消息：蘋果 iPad 2 上市即將屆滿一周年之際，有關新版 iPad 的消息早已傳得沸沸揚揚。據日本網站 Macotakara 報道，新版 iPad 已開始組裝，預定 3 月初亮相。不過，美國科技界人士預告，新版 iPad 的設計將與 iPad2 幾乎一模一樣，前者將只在硬件上有所改進，呼籲粉絲要有失望的準備。

美國 iLounge 網站在今年的電子消費展上看見了「可能」是幾個月後會出現在眾人面前的 iPad 3。網站表示，疑似蘋果最新產品的平板，背部的按鈕、輸出輸入埠位置與外關，與目前的 iPad 2 皆相同，厚度稍微增加了 1mm 左右，多騰出一毫米來放置經改良的屏幕，肉眼根本不會發現有任何差異，唯一明顯的變化只在相機上，推測應更換了類似 iPhone 4S 的新鏡頭。

兩者正面的螢幕看起來更是毫無差別，但正如許多傳言所指出，新 iPad 更換了視網膜顯示屏，而這大概是這款新版 iPad 的賣點。

### 名稱或為 iPad 2S

由於新版 iPad 預期沒有太大改動，鑒於蘋果為產品取名的邏輯，這台 iPad 有可能叫做 iPad 2S 而非 iPad 3。

另外，據日本博客網站 Macotakara 報道，富士康將囊括蘋果新版 iPad 的 85% 訂單，和碩將承接剩餘 15% 訂單。市場的需求顯示，由於版本比 iPad2 更新的 iPad 將會推出，iPad2 的價格將會顯著下跌。科技新聞網站 Technobloom 證實 iPad2 有可能在 3 月減價，這將進一步證明新版 iPad 在那時推出。

## 蘋果下周或公布 iTextbook

【本報訊】據中央社紐約 11 日消息：蘋果公司邀請媒體參加 1 月 19 日在紐約古根漢美術館舉辦的教育發表會，但並未透露細節，媒體推測蘋果可能發表 iTextbook 之類的教科書裝置，搶攻教科書這塊利潤龐大的市場。

蘋果對於發表新產品一向經過謹慎計劃，口風甚緊，這次蘋果仍維持一貫低調作風。邀請函上的圖案合併了蘋果標誌和曼哈頓市景輪廓，僅告訴來賓「來參加我們在大蘋果的教育發表會吧」。

雖然蘋果完全沒有透露要發表的內容，不過媒體推測蘋果可能計劃讓更多公立學校學童擁有 iPad，或公布下一代 iTunes U 裝置，甚至可能公布某種會讓教科書業者陷入混亂的計劃。

蘋果共同創辦人喬布斯的官方傳記作家艾薩克森曾說蘋果正在進行學校教科書相關計劃，但喬布斯以此計劃為蘋果創作而非個人企畫為由，拒絕透露細節。

教科書出版市場極為龐大，根據美國出版商協會統計，2010 年初等教育（幼稚園至 12 年級）教科書年收益多達 55 億美元（427.2 億港幣），學術和高等教育教科書年收益也有 37 億美元（287.4 億港幣）。

所以蘋果若想打入這 92 億美元（714.6 億港幣）市場可說合情合理，教科書售價昂貴更吸引蘋果開拓這個市場。

這場活動限定受邀來賓參加，將在曼哈頓東區古根漢美術館舉行。值得一提的是，蘋果曾在古根漢美術館發表新聞集團旗下 iPad 平台報紙 The Daily。



▲蘋果下周教育發表會的邀請函封面 互聯網

## 英軍情五處登「同志友好」僱主榜

【本報訊】據《每日郵報》12 日消息：英國同志團體「石牆」邀請 7500 名英國男女同性戀和雙性戀者，請他們選出對同性戀員工最友善的 100 個英國機構，其中英國軍情五處名列第 62。這是英國軍情

五處第一次出現在該項調查名單之中。1990 年之前，同性戀者都被禁止在軍情五處工作，因為一些人認為同性戀的性取向會使他們更容易受到要挾。

軍情五處主管伊文斯表示，軍情五處希望成爲一個具有包容性的機構，他們還有很多可以改進的地方。他說：「軍情五處近幾年一直在努力提升各工作領域的包容性和多樣性。被石牆所認同我們感到很高興，但是我們能做的還有很多，以使軍情五處成爲對同志僱員更具包容性的機構。」



▲軍情五處對同志僱員更具包容性 互聯網

2008 年，「石牆」與英國軍情五處合作公開招募同志僱員。同年 10 月，「石牆」就將軍情五處作爲「同志友好僱主」列入畢業生招聘指引中。「石牆」首席執行官本·桑斯基爾表示，「對於公司的公關部門來說，他們往往涉及很大的招聘項目，並且致力於尋求超越傳統的人力資源。他們真正關注的是能力，所以人口中 6% 的同性戀絕不能被錯過。我們也一直在如何支持同志員工方面提供幫助，並且很高興看到這些僱主付出了巨大的努力，使公司的工作環境變得越來越友好和包容。」

英國安永會計事務所位於這份「同志友好僱主」榜單之首。

## Fb 廣告扮更新留言 誘使用戶誤擊賺錢

【本報訊】據英國《每日郵報》11 日消息：Facebook 日前承認，Facebook 的廣告現在已扮成一般的更新留言在用戶的 newsfeed 上出現，看起來與普通帖子一模一樣。用戶會在親友日常生活帖子更新中看到大量的產品廣告。評論家稱，這一爭議舉措令誘使用戶在毫無意識的情況下點擊廣告「內容」。

信息技術研究及諮詢公司 Gartner 的分析師瓦爾德斯表示，Facebook 的 8 億用戶不會接受該公司的這項決定。他說：「贊助看起來比推薦更具有廣告意味。這一舉措跟用戶期望和行業慣例不符。」

科技網站 TechCrunch 記者康斯丁發表文章指，廣告對 Facebook 來說有「風險」，如果確實是廣告，應該指明。康斯丁說：「首先，Facebook 每天會向每位用戶大概發一條廣告。不過，如果廣告內容沒有明確標誌，或者 Facebook 在未來選擇展示更多廣告，會令新聞訂閱的公正性受損，或者會令用戶對瀏覽內容產生不滿。這決不是一個好開端。」

爲了降低用戶的疑慮，Facebook 承諾只會發放用戶貼上「like」標籤產品和服務的廣告。同時，Facebook 僅允許每日在新聞訂閱上出現一則廣告內容，但不在手機版面上顯示。真正新聞內容和廣告的分別是，帖子右下方有「推薦內容（featured content）」字眼。

Facebook 在聲明中指出，在廣告內容註明「推薦」字眼而不是「贊助」字眼，是因為「我們希望向用戶明確，他們正在瀏覽的內容，來自自己選擇進行鏈接的頁面或人員。」公司發言人表示：「我們想澄清一點，商家只會支付用戶在新聞訂閱中明確表示喜歡的廣告內容。」

Facebook 曾在 2006 年至 2009 年在 newsfeed 中發放廣告，隨後宣布廢止，擔心廣告會令其本已不佳的公眾形象雪上加霜。

Facebook 引入數個新功能，包括更新時鐘和「生活時報」，但很快就有投票顯示，86% 的用戶討厭新功能。年輕人的反對聲音更高，91% 的人認爲，Facebook 在採取新功能之後變得更糟。



▲Fb 廣告密侵殺到 《每日郵報》