

在现在的IT市场上，令人感兴趣的材料和设计，往往能够带动一个产品销量。但是长久以来，很多厂商对于电脑性能的执着超过了对其它方面的关注。现在的消费者越来越理性，他们只购买他们认为必要的IT产品，性能出众的产品和外观时尚的产品成为天平的两端，而能够将性能和外观结合的较好的产品往往价格不菲。由于计算机发展，越来越多的消费者开始认识到，购买一款性能虽然不错但是做工粗糙的产品绝对不是一个明智的选择。微软已认识到市场的这种转变，并已组建了一个科研小组，致力于与OEM厂商开发出流行的硬件。他们对Windows Vista的色彩、材料和形式提出建议，并努力将时尚的软件与流行的硬件结合的更好。

制造商如索尼，联想和Gateway都意识到漂亮的电脑需求量很大，而且对企业资源的占用量很小。最近，厂商已经开始越来越多的借鉴时装设计界的做法。如牛毛皮、铝、皮革及碳纤维正渐渐走上了笔记本电脑。索尼的VAIO线的重点是全功能的精致小尺寸笔记。

在CES 2008年，微软公司举行了“时装秀”，展出了这些精致的时尚笔记本，并配备有橱窗设计，以模仿精品店面。个人电脑已经从一个工具过渡为一种时尚用品，微软认为这种趋势会一直持续到明年。不论是软件和硬件设计，微软认为都要保证时尚品味。