

“如果你们要问‘这是否就是圣诞节档期的价格？’，我的答案是肯定的，”平井一夫对《金融时报》说。“当真正将我们的产品与对手进行比较后，我认为我们的价值更高。”

从平井一夫的话中可以清楚看出，他认为PlayStation 3播放高清蓝光DVD的能力让其超越了定价在200美元以下的微软Xbox 360 Arcade，后者不但没有内置硬盘，也只能播放标准DVD。

在他看来，一个更合适的对比，应该是零售价399美元的PS3基本型号与XBox 360（售价299美元）或者Xbox 360 Elite（售价399美元）的比较。不过，在微软放弃对HD DVD格式的支持后，Xbox 360的任一种型号都不再支持高清影片的播放。

索尼很显然是希望一些热门好莱坞大片蓝光版的推出，例如今年夏季公映的《钢铁侠》，能成为游戏玩家购买定价更高的PS3的另一个理由。此外，索尼选择了提高PS3的价值、而不是降低价格的路线，譬如将原来标准的40GB硬盘升级为80GB，另外还免费赠送一款游戏。

这种策略的变数在于目前的全球经济危机将对今年的节日销售造成怎样的冲击。和大部分游戏行业高层一样，平井一夫认为视频游戏行业作为一个另类领域，不会受经济低迷的影响。

PS3市场早已为Xbox蚕食

索尼公司的这个决定可以说十分大胆，因为PS3在这场游戏主机市场第二名之争中早已落后于Xbox。大受欢迎的Wii主机生产商任天堂在过去一年里已经巩固了自己的龙头地位，并且现在也没有丝毫衰退的迹象。

根据NPD Group分析师David Riley提供的数据，微软八月份在美国的Xbox 360销量是195200台，而索尼则卖出了185400台PS3，两者都远远落后于Wii的453000台的销量。

但已经有报道指出，Xbox 360不单扩大了在美国的领先优势，在日本的销量也已经超越PS3。如果消息属实的话，这反映了索尼后方市场所在的日本消费者的一个重大转变，可能会迫使这家游戏机生产商重新审视自己的定价策略。