

近两三年来,随着国产平板电视的市场份额不断被外资低价蚕食,坊间“国产彩电与外资之间的根本差距在于从根本上没有核心技术”的论调再度泛起,对此,国产平板电视几大巨头不再选择沉默,而是同声批驳:

## 谁说国产平板品牌“无核”

□晚报记者 吴绍超

### 核心技术=公用技术

“核心技术论”几乎成为部分业界人士否定国产平板的“堵门”之言,而面对不断泛起的“国产彩电与外资之间的根本差距在于从根本上没有核心技术,进而阻碍了自身发展”的论调,青岛海信股份有限公司河南分公司总经理李振晓率先打破沉默:“数字显示的核心技术几乎等于‘公用技术’!目前中国彩电企业和合资企业的竞争更多是‘是否掌握将各种前端技术消化、吸收并成功转化为产品的能力’上,而在一方面,国产彩电与合资彩电相比,具有绝对的优势。”

不能简单地看待彩电的核心技术问题,当年CRT彩电芯片大部分也是进口的,但中国的彩电业发展并未受到影响,而发展成为世界彩电生产的第一大国,平板技术亦是如此,深圳创维-RGB电子有限公司河南分公司总经理文安德尖锐地指出:“所谓‘核心技术’关键是指企业的开发能力,能不能生产高性价比的终端产

品才是最核心的!”

对此,青岛海尔电器销售有限公司郑州分公司彩电部经理左栋表示,作为中国家电第一品牌,海尔之所以在国内、国际市场拥有不可或缺的地位,就已说明一切。

四川长虹电器股份有限公司郑州分公司总经理耿开华中肯地认为,企业的竞争归根结底是核心技术的竞争!8月份即将在长虹下线的中国第一块等离子屏,也标志着长虹打破洋品牌对上游面板技术的长期垄断。“屏、芯”而论,长虹已代表中国家电业迈入世界家电技术的最前端。

“自2008年起,TCL投资近14亿元、年产233万片的液晶模组项目在广东惠州破土动工。此外,国内彩电企业在全国各地拥有成千上万个销售网点,这是外资品牌无法抗衡和替代的优势”。郑州TCL电器销售有限公司胡学军坦言。



### 国产平板:从“中国芯”到“点、面”开花

在谈及“是否拥有核心技术”以及“是否将其转化为适合于中国老百姓消费”的话题时,这些国产平板大腕们显然个个底气十足,创维电器河南总经理文安德快人快语:“创维一直致力于产品核心技术的研发,在平板电视技术领域取得了一系列重大突破,从‘可录技术’、‘六基色技术’、‘屏变技术’、‘屏稳技术’等等,直到现在正热销的多媒体娱乐‘酷开技术’均是行业内的领先技术,我们给消费者带来看得见的利益,一上市就受到消费者青睐。”而作为中国家电市场上的“腕儿”——海尔的技术突破能力更是让世界为之侧目,郑州海尔彩电部经理左栋告诉记者:在技术方面,海尔彩电拥有中国彩电业唯一纵向向高清产业链,其中由海尔彩电自主研发的中国第一枚实现大规模量产的自主知识产权电视芯片,销量

突破4200万片。

“海信平板连续3年占据中国平板市场‘第一’的前提是海信拥有核心技术!”海信河南总经理李振晓话语掷地有声,2005年6月26日,海信第一块拥有自主知识产权的、产业化的数字电视hiview“信芯”,打破了自我国生产彩电以来核心技术一直被国外垄断的历史,自此,我国年产7300多万台的彩电有了中国芯。而中国第一条电视液晶模组生产线在海信正式投产,年产能50万台,国产厂商依赖进口采购的现状被彻底打破。

“长虹公司作为一个具有50年发展历程的军工企业,如果缺少了核心技术的支撑,肯定不会走到现在!”川人川语的麻辣与直爽从长虹电器郑州总经理耿开华身上体现得淋漓尽致:“长虹拥有集成电路设计、嵌入式软件、

工业设计、工程技术四大核心技术和能力!比如说长虹的量子芯技术:通过千次秒计算速度,对图像色彩、轮廓和暗景等进行量子精微处理,使每个点成为‘精点’,极大改善了国产平板电视在图像显示方面的劣势!再比如长虹的TV2.0的推广,虽然别的企业可以模仿它的功能,但是长虹打造独特网络、资源、内容和服务等是任何企业都难以模仿的!

作为国产平板的另一巨头,郑州TCL电器销售有限公司胡学军自豪地告诉记者,“自然光技术”全面应用于TCL全高清液晶电视E9悦然系列,标志着TCL继投资近14亿元、年产233万片的液晶模组项目之后的一项重大技术突破。“自然光技术能让液晶电视实现类似自然光下的视觉感受,有效缓解长时间观看电视产生的视觉疲劳。

#### 相关链接

### 施业传 国产品牌开始超越

国务院发展研究中心家电课题组主任施业传教授一针见血地指出:国内消费者和媒体认为国产彩电品牌缺乏核心技术其实存在着一定的误读,目前中国品牌的整体优势上升,这主要得益于新产品新技术全面提升以及海尔TCL、海信、长虹与创维等“家电标杆”在服务上的共同发力,而外资彩电因高价低效、品质不稳所引发的投诉率猛涨3倍的危机正日益加重!

### TCL液晶电视 打造“绿色风尚”

未来平板电视技术发展将日趋环保、健康化。在“绿色奥运”的主题下,2008年家电市场的“绿色风尚”将持续升温,而“健康护眼”液晶电视将成为其中热点。

据全国读者调查(CNRS)日前发布的一项研究数据显示,高达90.1%的受访者每天都会收看电视,而其中50%以上的受访者收看电视的时间超过3小时。北京奥运会即将召开,全国公众收看电视的时间又将大幅度提高,看电视的同时如何最大可能地爱眼护眼,成为专家和普通公众共同关注的课题。许多人选择液晶电视,是因为它的色彩比较鲜艳、对比度高。而这样的鲜艳明亮,往往是通过提升液晶电视背光灯亮度来实现的。但高亮度的画面和长时间的欣赏,反而会给用户造成视觉上的疲劳。平板电视厂商逐渐在关注和尝试推出“护眼电视”。

除了最早提出的手动背光灯亮度调节,还有不少环境光感应的“傻瓜型”自动背光调节技术应用。此外,部分厂商引入的100Hz倍频扫描和广色域处理技术也打出了“健康牌”。在这个领域,TCL自主研发的“自然光”技术引起国内外专家的广泛关注。

据了解,作为2007年液晶行业最为重大的创新技术——自然光技术相对于普通的自动背光调节,能根据画面信号的明暗特点,主动进行分区调整,并且把线偏振光转变成圆偏振光,在液晶电视上实现了类似自然光线的视觉体验。医学测试显示,使用“自然光”技术的TCL E9悦然系列液晶电视在长时间观看后,其视觉疲劳程度(眨眼频率)跟观看前几乎无异,这一技术的应用实现了真正意义上的“健康护眼”。记者从卖场获悉,应用了“自然光”技术的TCL E9悦然系列液晶电视已全线投放市场,将掀起新一轮“健康护眼”液晶电视的销售热潮。

唐丽华

## 国美年中决算日劲掀6月特惠风暴

国美端午节销售全线告捷 领跑中原家电市场



上周末,在中原市民的热切期盼下,河南国美端午黄金周盛大开幕!在强大的品牌号召力下,国美再次在中原家电市场上演了一出“攻城略地”好戏:端午节3天销售额就近亿元,比去年同期翻了二倍多。时至年中月末本周河南国美举行年中决算日促销活动,届时全品类家电将在端午节基础上促销力度再度升级以此来回馈消费者。

### 年中决算日 劲掀6月特惠风暴

继上周端午期间享受到国美电器超强号召力所带来甜头的各大供应商将一如既往地加入到本周的促销狂潮中,而错过良机的供应商也积极与河南国美展开谈判与磋商,共同打造这场规模空前的“年中决算日”普惠盛宴!届时,空调、冰洗、平板、手机、电脑、数码、小家电等畅销品牌及型号将横扫中原家电市场价格底线。据悉,格力、海尔、海信、志高、科龙、春兰、奥克斯、格兰仕等30个国内外知名空调品牌将国美卖场作为其主销机型、特价机型和高端新品的投放平台,而冰箱、洗衣机各个品牌都将上演低价狂潮,大尺寸液晶、等离子彩电也将纷纷劲爆降价。

### 空调特惠销售 服务再度升级

在本周,国美还将会有数千台实惠特价机投入市场。

凡在国美购买空调的顾客,可享受国美金牌

空调售后服务,空调免费送货免费安装,顾客不满意还可以向国美服务人员下订单,让顾客在国美购买空调更安心。活动期间,海尔、格力、海信、奥克斯、三星、科龙、美的等知名品牌全部大幅度优惠,空调、冰箱、电风扇等制冷产品齐上阵。当然,国美长期以来坚持的“诚久保障”服务标准还将确保消费者全程购物无忧。

### 国美向灾区捐赠25000台爱心风扇

6月10日,国美集团员工,通过中国红十字会中国红行动项目组,向四川地震灾区捐赠25000台爱心电风扇。这是继国美集团向四川灾区捐赠500万元现金、200万元赈灾物资,集团董事长黄光裕个人捐赠5000万港元之后,国美员工再一次向地震灾区表达爱心,支持灾后重建的又一善举。此次国美集团员工自发捐赠爱心电风扇,说明企业文化日积月累的积淀,已在员工心中进而形成的一种共识和精神。