

长虹宝押等离子电视 日资全线溃退成现实

“优胜劣汰，适者生存。”这是达尔文的进化论，也是等离子电视生存之道。在液晶每年以45%的增长速度上升的时候，等离子企业却在惨淡经营着并逐步推出历史舞台。至此，全球依然坚持生产等离子面板的厂家已屈指可数。然而，长虹却逆市而上，投巨资进军等离子电视产业欲带来的新起点，难道等离子春天的真的到来。



主持人：朱江华 摄影：赵楠



长虹电器郑州分公司总经理 耿开华



中国家电产业资深观察家 刘步尘



中国品牌研究院高级研究员 庞亚辉

本报“碰碰三人行”专家团成立

□晚报记者 李无双

本报“碰碰三人行”自2月27日开埠后，日益受到各界(包括专家)的关注及支持，高屋建瓴的“专家的声音”不能少，需加强——经本报特邀及专家自荐，“碰碰

三人行”专家团今日成立。专家团成员均为国内电子、家电方面的资深专家及前沿人士，相信在专家及各届热心人士的共同参与下，本报“碰碰三人行”专栏必将越办越深入，期期碰出火花。

“碰碰三人行”专家团名单

中国电子商会副秘书长 陆刃波
国务院发展研究中心家电课题组主任 施业伟
中国家电营销委员会副理事长 洪仕斌
中国知名家电产业评论家 帕勒咨询资深董事 罗清启
中国著名家电产业观察家 甲春秋传媒总监 刘步尘
北京大学经济研究所客座教授 贾福春
中国家电产业研究员 沈闻润

中国品牌研究院高级研究员 庞亚辉
中国家电资深策划师 于清教
中国家电网副主编 吕盛华
家电网(hea.cn)主编 李韬
人民家电网主编 曾高飞
腾讯家电网主编 马伟强
《家电商情》主编 张国甫

主持人：中国平板市场竞争非常激烈，特别是等离子和液晶的价格波动一直为消费者不解。从中国市场发展情况来看，由于液晶的降价幅度大于等离子，造成等离子产业则出现了缩水，而索尼、东芝、飞利浦、富士通、先锋等著名企业相继退出而专攻液晶也给等离子行业的劣势地位进一步凸显为何会出现这样的局面呢？

刘步尘：如果等离子更好，为何国际巨头选择退出？首先是全球等离子产业规模不足液晶五分之一。其次是消费者对等离子认同程度低。据调查，90%以上消费者在购买平板电视时，自觉不自觉地选择液晶而非等离子。如此消费者心理基础，直接决定了等离子推广的困难。实际上，对等离子存有“偏见”的家电连锁巨头们，一直把液晶视为推广的重点，等离子很难进入它们的推广名单。

耿开华：不佳的市场销售业绩和核心技术的缺失是索尼、东芝等企业退出等离子市场竞争的主要原因。但索尼和东芝的退出不会对等离子产业有大的影响，也不会动摇长虹继续发展等离子产业的决心。因为等离子求生之道无非就这么几条，一个是价格和技术；一个是你的服务和质量；再一个就是宣传到位。

庞亚辉：一个产品能否被消费者和市场接受，并不完全取决于技术水平的高低，而是取决于市场的推广程度，以及其价格能否契合市场的接受程度。大家知道，国内的等离子和液晶屏我们并不拥有知识产权，也不生产，只是外协采购，同时当时小尺寸液晶因为价格较低而更容易被国人接受，再加上国内企业大规模地推广和引导液晶屏的销售，最终导致了今天的液晶明显大于等离子。但这与等离子与液晶孰优孰劣并没有必然的联系。

主持人：在全球平板市场出现两种截然不同的销售数字，一是在欧美和日本市场等离子占据84%的市场份额；另一是在中国市场，液晶占到88%的市场份额。那么，等离子与液晶电视有何差异？

耿开华：等离子电视定位于高端消费者，就导致了在现阶段等离子电视消费群体狭小，发展速度和普及程度远远慢于液晶。其实，等离子在大屏幕上具有优势，亮度与液晶虽然是差不多，但是它的分辨率、色彩还原真实度、色彩饱和度、反

应时间等比液晶强，而响应速度方面也比液晶的要好，并且不会出现拖影。

庞亚辉：等离子产品的清晰度，包括色彩管理的对比度，有天生的技术上的优势，但制造商和卖场的服务缺失，业界没有统一的服务规范，执行力度、执行标准不一致等；面对等离子国外市场紧俏，国内冷落的情况，说明国内在这方面存在的误区，又如何去消除；民族的品牌是否应该考虑及早转变。

刘步尘：就显像效果而言，等离子确实一点也不比液晶差，甚至某些方面比液晶更好。等离子干不过液晶，是综合竞争力不足的结果，比如主流彩电企业进入等离子产业的少，产业链不如液晶那样庞大而完整，消费者认知度偏低等。

主持人：等离子现在的情况，可谓是在绝望中寻找到了希望。面对现在流行的“等离子何时能卷土重来”的说法，长虹电器为等离子电视将来的道路做出合理正确的规划与定位，到2012年完全其产能将达到600万~800万片，宝押此屏做垄断“终结者”进入全球四强，而被业界称为中国等离子市场“最后希望”，不知各位有何观点？

庞亚辉：在未来几年内，等离子电视在行业中的应用主要将以大尺寸、高清晰度为方向，充分发挥等离子电视在大尺寸上的技术优势。同时不断依靠技术创新，提高产品的质量和降低成本，将会成为等离子电视战胜液晶电视的根本方针。如果长虹等离子电视在小尺寸上取得市场成功的话，等离子和液晶将会平分秋色。

刘步尘：目前业界流传“中国正在迎来等离子大爆发”，“等离子时代正在快速到来”是否成现实有待市场检验。应该说，消费者不认同，才是等离子目前最大的苦恼。现在，消费者一说买平板电视，就是指买液晶，把“平板电视”和“液晶”画上了等号，这是很要等离子命的。因此，观念不改，处境难改。中国彩电要想别开新局，必须从观念创新入手。

耿开华：长虹投入20亿美元，建设国内第一套八面取的等离子生产线，预计2009年150万台，2010年是300万台，一到2012年达到680万台，目前长虹开发多款等离子电视，往下延伸可能到26英寸，往上可能是120多英寸，在国内外没有任何一家超过长虹的。在此我请求媒体的朋友，还原等离子电视本来面貌。

五星电器

您的权利您享受!

五星电器3.15安心大行动

满900送500 满1900送1000

315元消费券 全城派送

美的空调 亮剑中原 疯狂让利1亿元“期货”揭幕

3.15是消费者权益保护日，作为行业的领导者，时刻倡导诚信促销，我们承诺：

（特价除外）**先减300元 全系列最高再降20%**

仅限两天 今日提前预订 **2009.3.14-3.15**

美的空调包赚不赔，诚信到底！我敢承诺！

- 活动期间购美的空调，如果同一型号在五一期间降价，凭发票就补差价。
- 若五一期间价格高于本次活动，凭发票仍可享受本次优惠价格再行购买。
- 3月份买美的的直流变频空调，只要您不满意，我们无条件退货。（本活动解释权归美的公司所有）

返券活动告知：单件满900元返100元(限购300元单品)+100元(限购300元单品)+300元(限购1000元单品)，满1900元返100元(限购300元单品)+100元(限购300元单品)+300元(限购1000元单品)+500元(限购5000元单品)，全场通用100% (通讯/数码/电脑/特价/集团采购不参加返券) 本次促销活动所有相关未尽事宜，请致电咨询或详见店内海报。

全国统一客服热线：400-828-6666 | 集团采购服务专线：13303822716 | 广告内容限河南区域卖场，限量机型/各活动不兼得，限量机型每人限购一台，售完即止，图片仅供参考，以实物为准，如有刊误以店堂海报为准

亚细亚新概念旗舰店 二七广场亚细亚2-5楼 电话:0371-69327391	天龙大卖场 嵩山路222号(碧沙岗西门) 电话:0371-67805026	文化路大卖场 北环家乐福一楼 电话:0371-63569553	南阳路大卖场 南阳路东风路交叉口北50米 电话:0371-63671002	名门大卖场(即将开业) 金水路玉凤路交叉口名门城市广场 电话:66069969
焦作正弘大卖场 焦作民主路与和平街交叉口 电话:0391-2762222	焦作摩登街大卖场 焦作市摩登街家乐福东侧 电话:0391-3381153	漯河大卖场 漯河交通路中汇广场1-2楼 电话:0395-2312315	新密大卖场 新密市东大街万客隆2楼 电话:0371-63129088	活动时间 3月14日-16日