



## 产业资讯

中国拥有自主知识产权  
3D等离子显示屏全面量产

本报讯 日前,具有自主知识产权的3D等离子显示屏,从长虹旗下子公司虹欧公司的新型等离子显示屏生产线上不断下线,这标志着中国拥有自主知识产权的3D等离子显示屏全面实现量产,同时也标志着四川省以及绵阳科技城取得重大灾后重建成果,四川省平板显示产业发展进入新阶段,全省推进自主创新与培育战略性新兴产业迈出技术和产业跨越的新步伐。

长虹表示,我国首条拥有自主知识产权的国际领先的42英寸以上的高清和全高清3D等离子显示屏的全面量产,产品月综合良品率达到90%以上,单日最高产品综合良品率达到95%,单日产能实现0.6万片的生产线。

始建于2007年的长虹等离子项目,是我国唯一一条拥有自主知识产权和核心技术的大平板电视显示屏及模组生产线,在经历了“5·12”汶川大地震、唐家山堰塞湖溃坝、全球金融海啸影响等重重考验后,凭借优势技术实力和能力,于2010年1月实现了中国具有自主知识产权的新型等离子显示屏的全面量产。同时,虹欧公司持续致力于新型显示技术的创新升级,使得3D全高清等离子显示屏研制成功,并于2011年4月25日实现3D等离子显示屏的全面量产,实现了中国自主创新的新型等离子显示技术的重大突破。

(冉 荷)

志高空调大规模落户  
大运会各场馆

本报讯 日前,记者获悉,在大运倒计时百日之时,志高在大运场馆的近5000套空调已全部安装到位。目前各项调试工作进度均在掌控范围内,大运会开幕前所有空调及相关服务均可就绪。

据了解,志高家电产品在全球180多个国家和地区销售,海外市场占据近半壁江山。在牵手大运会成功之后,考虑到大运会的特殊性,志高对产品售前、售中、售后服务等均做了专门的调整,以便更高效、更快捷地为大运会提供服务。志高根据大运会的场地设计对产品实现了量身订做,对于安装质量严格控制,实时监控到位,对于安装后的产品百分百测试,并于大运会开幕前做二次检测。在原有全国统一服务热线的基础上还启用了大运会空调服务专线,同时成立大运会期间服务小组,专职负责大运会各场馆及大运村的产品维护。

(子 珍)

LG发布  
今年第一季度财报

本报讯 日前,LG电子发布了截至2011年3月31日的第一季度财报。报告显示,LG在恢复盈利方面取得了重大进展。成本的削减和四大业务部门整体突出的业绩表现提高了营业利润。同时,由于LG推出了采用Film Patterned Retarder (FPR) 技术的不闪式3D电视以及LG擎天系列智能手机等战略性产品,预计盈利还将持续增加。

财报显示,LG今年第一季度收入为13.2万亿韩元(约117亿美元)。在连续两季度亏损之后,公司营业利润扭亏为盈,达到了1310亿韩元(约1.16亿美元)。LG第一季度的平板电视出货量达到了680万部,较去年同期增长了13%。公司削减成本也效果显著,按季度环比计算实现扭亏为盈,第一季度的营业利润达到了820亿韩元(约7310万美元)。预计由不闪式3D电视和智能电视领衔的强大产品阵容,将继续扩大家庭娱乐业务的利润和市场份额。

(冉 荷)

## 生活家地板炫美网络营销

■ 本报记者 杨传中

和每年的五·一促销不同,除了实体店面的各种打折优惠活动外,众多地板企业不约而同地加大网络促销的力度。生活家、圣象、大自然地板等8家一线地板品牌,共推出1600平方米高品质地板的“秒杀”活动——在没有其他人报出同样价格的前提下,出价最低的消费者可以按该价格买到50平方米自己所选择的地板。

生活家地板董事长刘硕真表示,在网络环境中长大的80后正在成为主流消费人群,对于企业来讲,谁在网络营销上占据了主动,谁就取得了对未来市场的掌控权。

## 争夺80后

来自麦肯锡的研究报告《崛起的数字中国》显示,“75%的网购消费者小于34岁,53%拥有大专以上学历,超过半数属于中产阶层以上。相比普通网购消费者,他们更年轻、学历更高,也更加富有。”

这样的潜在消费人群显然会让诸多地板企业心动,或者是社区网站合作召集团购;或者是在淘宝网上开店;或者是建立自己的销售网站,许多地板企业都在用自己的方式试水网络营销,争夺80后消费者。

尽管网络营销尚在尝试阶段,但刘硕真断言生活家在网络营销方面有着先天的优势,而其中最大的优势就是生活家的理

念和产品与80后有天然的亲近感。

从被看做中国时尚地板原点的生活家·巴洛克仿古地板,到充满美国式自由色彩的生活家·曼宁顿地板创意魔方系列,再到有着鲜艳色彩和强烈装饰效果的生活家·达芬奇地板,地板的内涵和外延都在不停地发生着变化。而这种变化的方向和路径就是:更个性、更自由、更有生活情趣和趣味、更有精神享受和愉悦。在生活家人的创造中,地板已经超越了其传统的使用功能,成为时尚精神和人文意识的载体,为消费者创造新的感受和体验。

## 网销实战派

时尚,这是生活家地板在网络营销中最大的先天优势。“看一眼,就喜欢”,这是网络客户对生活家产品最直观的印象。在建材城和超市中,差异化产品为生活家地板创造了巨大的竞争优势;在网络营销中,这种优势表现得更为明显。在高度同质化的地板产品中,生活家·巴洛克仿古地板、生活家·曼宁顿地板创意魔方系列、生活家·达芬奇地板等“另类”地板,从众多的地板产品中“跳”出来,吸引消费者的“眼球”。团购是生活家地板最常规的网络营销方式,借助时尚地板产品所积攒的人气,以及1000多家终端体验店的配合,生活家所组织的团购几乎场场“爆棚”。

2010年4月17日,生活家举办南通工厂开业大典暨(南通)环球产品展示中心开

馆仪式,当天参加团购观摩会的人达到1800多人,除来自南通当地的消费者参与选购外,还有不少苏州、泰州等周边地区的团购群,远远超出生活家公司的预期。

然而,卖产品只是生活家网络营销最基本的目标,生活家更看重的是通过网络平台输出生活家的价值观和木居文化。在利用网络平台调查了解网民消费习惯和消费趋势的同时,2010年下半年,生活家联手国内知名门户网站开展了一系列木居文化传播活动。

## 秀不出来的优势

如果说网络是一个秀场,生活家的产品美显然是一个直观的优势,不过生活家的服务优势却很难通过网络让消费者直接体验到。2010年,生活家推出了高标准的“金钥匙服务”,在全国成立了数十个金钥匙服务中心,通过专业的硬件安装、五星级酒店式的服务,让客户在地板消费过程中真正感受到生活家的舒心服务。2010年,生活家地板获得了由中国林产工业协会地板专业委员会颁发的“中国地板行业服务年优质服务争创企业”牌匾,成为地板行业优质服务的标杆。

2011年3月底,在由中国房地产研究



会、中国房地产业协会、中国房地产测评中心三家单位联合主办的“2011中国房地产500强测评成果发布会”上,生活家地板荣膺“中国开发商首选地板品牌”。对于服务优势,生活家目前更多的还是依靠消费者在论坛和社区网站中的互动和口碑传播。

## 产业亮点

## 三星电子FULL HD 全高清发力中国3D市场



日前,第四届深圳光电显示周暨中国(国际)彩电影节“CODE&CTVF 2011”于深

圳会展中心(Shenzhen Center Convention & Exhibition)召开,在本次展览会上,三星电子展示了应用FULL HD全高清3D技术的60英寸、55英寸、46英寸的240Hz高端3D面板、120Hz的笔记本电脑及监视器面板产品、亲环境低能耗电视等近30多种产品。

记者在现场看到,FULL HD全高清3D产品的广视角和无视听距离限制等卓越品质受到了与会者的普遍关注,主动快门式3D产品不仅能使观众欣赏到鲜明的画质、生动的视听3D影像,

而且构成2D画面的分辨率也毫无损失。

实际上,中国市场对FULL HD全高清3D技术的关注指数是基于高端3D电视即LED 3D电视市场调查的结果。在行业中,中国电视企业的3D电视生产线普遍采用了FULL HD全高清3D技术和偏光式3D技术,而高端的LED 3D电视则大部分采用了FULL HD全高清3D技术。

另据中国市场调查机构AVC(All View Consulting)报告,今年1月到4月,LED 3D电视在中国市场的销售中,FULL HD全高清3D的销量达到了92%的比重,这也确实证明了在中国3D电视市场上“FULL HD全高清3D=高品质3D”的消费趋势。

基于以上的市场反应,TCL、长虹等中国主要电视企业也表示,在公司高端3D电

视生产线上应用了FULL HD全高清3D面板的产品,获得了消费者们热烈的呼应。

三星电子LCD事业部张元基社长称,“现今,FULL HD全高清3D面板赢得了广大中国电视企业的信赖”,他还提到,“三星电子今后还将与更多的合作伙伴一起开发多种产品,不仅发展高端3D市场,更要顾及普及型3D市场,大踏步进军中国3D产品市场。”

三星电子于上月21日在北京召开了“FULL HD全高清3D合作伙伴论坛”。中国、日本、韩国以及台湾地区等全世界主要电视生产企业和面板、流通企业等合作伙伴均表明,要通过FULL HD全高清3D技术联手开拓并发展中国3D市场业务的决心。(周 黎)

## 长安汽车奏响上海车展自主品牌最强音

第十四届上海国际汽车博览会已经落下帷幕,本届上海车展共有来自20个国家和地区的2000家中外厂商参加,并以超过70万人次的参观人数创下新高。在本届上海国际车展上,高擎“中国创造”大旗的长安汽车,底气十足地向观众展示了包括在动力、安全、环保、智能科技等多个领域的领先技术,并以世界一流的精湛水平震撼了整个汽车届。

长安汽车董事长徐留平在讲话中表示:“长安汽车以科技创新为驱动,将为人类创造更节能环保、更安全时尚、更智能科技、更经济适当的未来汽车生活,让更多的中国人和全球消费者,共享汽车文明和科技成果。”

世界一流科技亮剑  
勾勒长安汽车未来

据介绍,通过多年的自主创新积累,长安汽车建立起了“五国九地”全球研发基地布局,具备了造型设计、工程化设计、仿真分析、样车制作、实验开发评价等五大能力,掌握了世界公认的汽车领域224

项核心技术中的200项,特别在NVH、碰撞安全、节油技术三大领域,已处于国际领先水平。

在动力总成技术方面,长安汽车不断推出集成涡轮增压、汽油缸内直喷、稀薄燃烧、双离合变速器和轻量化等高效节能技术的一系列发动机,匹配整车油耗可降低15~23%。本届上海车展亮相的H15TGDI和D20TGDI发动机,应用了燃油直喷、涡轮增压等全球领先的节能减排新技术,在升功率、NVH、油耗等方面均达到国际领先水平。

在新能源动力领域,长安汽车的技术实力更是敢于叫板世界汽车巨头。在本次上海车展上,长安不仅推出了纯电动概念车Clover,奔奔MINI、CX20、CX20和金牛星纯电动车型也集中亮相,充分展示了其在电动车核心技术领域的突破。据介绍,长安汽车不久将建成一个电池包生产线,进一步加快纯电动汽车的产业化进程。而且,长安汽车在混合动力、燃料电池、太阳能等驱动技术方面的研发实力也位居前列。

在安全技术方面,长安汽车自主研发的In Care人性化安全车身,在车身安全技术、先进约束系统技术、轻量化车身技术和行人保护技术都周到细致,同样达到国际先进水平,为用户提供五星安全保护。

除此之外,长安汽车在智能科技领域的研发与应用也相当超前。搭载In-Call车载信息系统的悦翔3G版已经抢先上市,此次还带来了一项新的具备国际领先水平的In Drive智能驾驶技术。

国际顶尖专家助阵  
造梦世界一流愿景

本届上海车展上,国家“千人计划”专家、现任长安汽车工程研究总院副院长、汽车碰撞安全总工程师赵会,长安汽车工程研究总院副院长、动力研究院院长詹樟松,长安汽车工程研究总院总工程师黎予生,混合动力车新产品研究开发项目专家陈平等,在长安汽车展台与媒体和观众进行了深入的互动交流。

据了解,长安不仅掌握整车碰撞安全目标制订与分解,整车正面、偏置、侧面碰

撞性能开发等多项安全性能核心技术,更是自主研发出HHRB高刚性吸能式笼形安全车身等拳头产品,为长安汽车产品研发构建起强大的安全意识。

在中国重庆、北京、上海、哈尔滨等城市以及意大利、日本、美国、英国等国建立了“五国九地、各有侧重”的全球研发格局,借助全球资源,发展自主品牌,进行了大量的科技创新投入。除了新建国际一流的NVH、安全碰撞实验室等等,还引进了大批的国际尖端专家人才。据介绍,长安汽车拥有核心研发人员3500余人,专家博士150余人,优秀外籍专家70余人,国家“千人计划”专家7人,“千人计划”专家数量位居全国第一。正是这支卓越的研发团队,共同编织起长安汽车向世界一流汽车企业迈进的梦想。

目前,长安汽车的研发实力位居中国汽车行业第一,全球各地都在感受长安自主创新能力的快速成长。掌握了汽车核心技术能力和国际一流的新能源研发能力的长安万人研发团队,正不断推进实现长安汽车的愿景。(禾 苗)

## 汉庭主打“途书”牌

《郎咸平说—新帝国主义在中国》、朱德庸《朱德庸作品—绝对小孩(2)》、梁文道《常识(平)》成为最受推崇的中国十大好书。

与榜单同时揭晓的,还有“2010中国途书体验贡献奖”和“2010中国途书创新贡献奖”,分别由汉庭酒店集团 and 盛大网络果壳电子获得。

在谈及途书这个新概念时,汉庭酒店集团首席运营官苏畅接受采访时说:“几年

## 跨界营销再添新举

前,汉庭就注意到这种特定的阅读类型,并为旅客提供定制的阅读。书香汉庭就是汉庭酒店的重要标识之一。”据了解,作为国内最早打出“途书牌”的酒店品牌,汉庭在每一家酒店大堂都设置了精选书籍的书架,再加上无线网络覆盖,不论是纸质阅读,还是电子阅读,都可在汉庭得到最佳的软硬件环境。

苏畅表示,图书进汉庭酒店,不仅显著

提升了汉庭酒店的文化品位和接待档次,还是汉庭酒店软实力的证明。现代宾馆酒店服务业在硬件条件相似的情况下,靠的就是用一些细微的服务来树立品牌。

(李 智)

## 产业平台