

# TVRO 发烧园地 第九期 / 2005 年

THE SKY OF TVRO FAN (总第一一五期)

1996 年 3 月创刊

2005 年 9 月 28 日

本期共八页

## 卫视资讯

### (高清信息摘编专集)

1. **TCL 液晶电视首家通过 HDMI 组织检测 (2005-09-29):**【人民网讯】TCL 液晶电视于近日通过国际组织 HDMI 授权测试中心 (ATC) 测试, 成为国内首家也是唯一一家通过 HDMI 测试的电视产品。TCL 集团副总裁、多媒体电子事业本部总裁史万文在接受采访时表示, 通过国际权威组织 ATC 的检测, 表明 TCL 在数字电视时代又获得了一张技术王牌, 实现了与全球最新技术同步。

HDMI 是最新兴起的全数字信号接口技术, 由汤姆逊、索尼等国际巨头联合开发而成。与传统电子产品接口技术相比, 该接口具有两大显著优势: 一是实现“无损耗信号传输加超大容量信号传输”, 特别适合高清数字电视使用; 二是提供“一线通”信号线接入方案, 一条线具备 13 条线功能。

HDMI 接口技术最早出现于今年 1 月份拉斯维加斯国际消费电子展, 5 月份登陆中国青博会, 均引起极大轰动。该技术与 1080P、超薄 CRT 电视并称“CES 展三大亮点”。

目前, 全球已经有超过 200 家企业采用 HDMI 标准。国内企业对此技术也十分看好, 并纷纷与国际组织接触。但是, 只有 TCL 一家提供的彩电产品通过该组织检测。

专家指出, 实现数字电视高清显像, 须同时具备高清信号发射、信号无损耗传输及高清显示器三大条件。就信号传输环节来说, 传统传输方式一直不能有效解决信号传输过程的损耗问题, HDMI 接口技术的出现, 较好地解决了这个痼疾。因此, 该技术有望迅速成为高清数字电视标准配置。过去, 消费者买电视时往往问:“是数字电视吗?” 以后他们也许会这样问了:“有 HDMI 接口吗?” 有专家称, 2008 年, 看北京奥运会节目, 没有 HDMI 肯定不行。

正是 HDMI 接口具有广阔的发展前景, 几乎所有的消费电子企业都在积极采用该技术, 在这场 HDMI 普及、推广活动中, TCL 再拔头筹给同行企业的压力无疑是巨大的。

2005 年 4 月, TCL 银狐系列液晶横空上市; 8 月份, TCL 彩电销量突破 186 万台, 同比增 20%, 银狐液晶电视成为国内单系列液晶销量冠军; 9 月, 装有 HDMI、DDHDII 和 DDAS 的薄典 B03 系列液晶电视上市; 1-9 月, TCL 已经成为全球液晶电视生产、销售双强企业。薄典和银狐两大系列, 架构了 TCL 液晶电视“双翼齐飞”格局。

2. **日立发布最新产品战略“弃标清, 全高清”:** 新闻 2005-10-11 16:17:22, 日立发布中国数字平板战略。9 月 20 日, “日立 ALIS 等离子, 百万像素真高清”数字高清专家论谈暨平板电视新品发布会”在京举行。信息产业部、国务院发展研究中心市场所、中国电子商会、中国消费者协会、国家广播电视产品质量监督检验中心、中国电子视像行业协会、国家平板显示工程技术研究中心的行业主管部门领导和专家应邀出席了发布会。日立(福建)数字媒体有限公司总经理杉崎觉, 率营业本部、设计本部、事业企划部部长及北京分公司总经理等日立高层共同出席了该发布会。会议中, 日立除推出 9、10 月上市的全系列高清数字等离子、液晶电视, 公布其“全面高清”的战略外, 还与专家们探讨了中国数字电视进程给中国电视机产业发展带来的机遇。

会议中, 信息产业部产品司广电处处长白为民称, 2005 年中国将大范围开播数字电视, 2008 年

将用高清数字信号转播北京奥运会，到 2015 年，我国将全面实现数字化，完成模拟向数字的过渡，停播模拟信号，实现数字广播电视有线、卫星和地面的全国覆盖。杭州、成都、重庆和东莞已经成为央视首批高清数字电视节目落地的城市，高清数字电视和数字生活已经离我们越来越近。高清数字电视在部分省市的试播，已成为很多城市广电部门的首要工作之一。到 06 年初，还会有更多的城市将正式开播数字高清电视。这给数字电视显示终端制造商带来了极大的市场机会。

“日立的产品战略是全面生产和销售‘全高清产品’”，总经理杉崎在会上宣布。日立之所以做出这样的战略规划，是出于对中国数字电视产业政策环境、经济环境的深入了解及对中国电视机市场产品结构和竞争状况的全面分析和对消费者的负责。”他说，“目前，中国市场上所销售的等离子约有很多是标清电视。据国研市场所家电课题组对国内电视机市场专项调研中发现，有 72.6% 的消费者认为对数字高清概念有所了解，但是在消费者无法通过其它途径掌握更权威性高清标准的情况下，实际上很多普通消费者并不知道平板电视的屏还存在高清与标清之分。一方面，我们不希望在高清数字电视广播开始后，消费者后悔买到的电视机无法显示出真正高清图像，另一方面，由于目前中国电视机市场标清产品同质化严重，价格竞争使企业得不到合理的利润，企业没有利润支撑就没有稳定的技术研发来升级产品，也没有稳定的售后服务保障，这是对消费者和社会的不负责，日立行走的是差异化的技术道路和营销策略。并且，与目前部分企业不将平板电视纳入三包范围的说法，日立早在今年三月就郑重推出等离子两年保修的承诺，化解消费者的疑虑和后顾之忧。”

据介绍，日立最新上市的数款产品（42PD7990TC、42PD8900TC、55PD8900TC）都是采用了日立专利 ALIS 屏，解像度为 1024×1024，屏像素高达 105 万像素的 XGA 等离子电视机，实现了真正意义上的高清显示。并且，8900 系列采用了最新的第五代 ALIS 屏，在亮度（1400cd/m<sup>2</sup>）、对比度（3000:1）上都达到了高清等离子的业界最高水平。国家平板显示工程技术研究中心常务副主任陈向真评价说，从分辨率的专业角度看 ALIS 屏方案是目前彩色等离子技术中的最高等级。

对于日系企业挑起的等离子和液晶产品趋势之争，杉崎也表达了日立的立场，并且明确规划出日立未来的产品战略，即日立根据市场的实际需求，不抛弃任何一种显示方式，在不同的领域投放具有竞争力的产品，同时也是为了在不同的价格段向消费者提供更丰富的高清数字电视产品。日立把电视机定位于三个尺寸领域占领市场：一是超大屏幕（50 寸以上的）领域，分为：高端 MMP（XGA 级的液晶投影仪）、55 英寸 e-ALIS 等离子电视；中端：50、60 英寸高清液晶背投电视；低端：52、57 寸高清数字背投产品。二是大屏幕（40-50 寸）领域，分为：高端：全 ALIS 高清等离子；低端：47 寸高清数字背投电视。三是小屏幕（40 寸以下），全液晶电视系列（26 寸、32 寸、37 寸）。

中国电子商会常务副会长王宁也阐明了类似的观点：现阶段中国平板电视机市场，液晶电视和等离子电视分别占据不同屏幕尺寸范围的技术和价格优势，这种状况会维持相当一段时间。如果客观地将液晶和等离子相比较的话，就不难发现双方在功能和技术上各有千秋，关键在于两点：一是双方谁更适合于市场、适合于消费者；二是谁能率先突破自身的技术瓶颈。

据了解，HFDM 公司本着“诚信天下”的经营理念，自 2001 年成立之初从 HD（高清）的背投产品的生产、销售开始自己的事业，。经过几年的努力，已经稳稳的占据了背投市场的外资第一的位置。同时，在 2003 年，开始了等离子电视的生产和销售。从仅仅 2% 的占有率开始，已经做到了行业的前列。杉崎表示：“中国高清数字电视机市场处于快速上升期，无论对于最先进入的企业还是后来进入的企业，呈现给大家的机会都是相同的，关键是看企业以怎样的市场理念和产品策略来看待这个机遇，日立将从技术和服务两大优势出发，为市场提供优良性价比的高清电视机产品。”

业内人士认为：中国数字高清电视机市场呈现出异彩纷呈的竞争态势，市场的选择会使持有对消费者和社会负责经营理念的企业能走得更远，最终受益的将是我们消费者。

3. **国务院发展研究中心“数字高清等离子市场发展趋势研讨会”在京召开：**新闻 2005-8-1 19:38:18（等离子市场发展趋势研讨会）。

会议名称：数字高清标准下的等离子市场发展趋势研讨会

会议地点：国务院新闻发展办公室

时间：2005年6月19日上午10:00

5月19日，由国务院发展研究中心市场经济研究所主办的“数字高清标准下的等离子市场发展趋势研讨会”在北京召开，来自中国电视电声研究所、国家平板显示工程技术研究中心、中国电子商会、国家家电市场联合调研课题组的专家、学者与会，探讨了数字高清热背后的标准走向以及作为高清最佳载体的等离子显示技术路径选择等问题。

### 等离子拥有全球大屏幕电视九成份额

随着彩电技术的不断升级，以数字高清和平板显示技术为代表的电视机产品逐渐受到了国内外消费者的青睐。

针对前一时国内一些企业炒作称：“等离子电视是过渡产品，性能和技术都不成熟，在不远的将来一定会被液晶电视所淘汰。”中国电子商会常务副会长王宁指出：这种说法是完全错误的。由于液晶电视和等离子电视分别占据的屏幕尺寸范围不同，这样的比较毫无意义。因为在37英寸以下，几乎没有等离子电视的销售，在40英寸以上市场，等离子电视有明显优势，液晶面板受大规模量产以及成本、技术的限制，其在大尺寸方面还不能与等离子电视相比。在全球大屏幕平板电视的市场上，等离子电视拥有90%左右的市场份额，占有绝对的优势。

王宁认为，显示器的发展呈现多元化的态势，任何一种显示方式都有其优缺点，哪一种都不可能垄断市场，一枝独秀，过高或者过低评价任何一种显示方式都是不科学的。至于哪种产品会真正掌握未来市场，现在还很难看出来。

国家平板显示工程技术研究中心常务副主任陈向真称，判断一个产品的生命周期要看它是否有致命的缺陷。从市场角度看，液晶在与等离子的强强对话中已逐步占据上风，但这并不表明液晶一定会成为今后高端市场的唯一。如果客观地将液晶和等离子相比较的话，就不难发现双方在功能和技术上各有千秋，关键在于两点：一是双方谁更适合于市场、适合于消费者；二是谁能率先突破自身的技术瓶颈。

专家指出，等离子电视视野开阔，能提供更为亮丽、均匀平滑的画面和更大的观赏角度，使其更适合放置于宽敞明亮的客厅。

### 数字电视标准给产业带来新机遇

即将出台的中国数字电视标准，成为与会专家的研讨热点。目前，我国部分省市已经开展了数字电视的试运行，部分小区整体开通了数字电视信号。按照计划表，我国将在2006年开展数字卫星直播业务，同时开始地面数字电视试验，有线数字电视用户计划达到3000万户；2008年将全面推广地面数字电视；2015年，全面关闭模拟电视，完成有线电视从模拟向数字的整体转换。

在数字电视接收国家标准呼之欲出的关键时刻，国内各大彩电巨头迫不及待地纷纷出笼产品战略规划，爆发了一场“数字高清”大战。围绕数字电视展开的争夺，彩电厂商从抽象概念炒作走向具体技术的大比武，“数字高清”正成为彩电市场的主导概念和风向标，数字电视市场将很快迎来短兵相接的恶战。

### 市场上真假高清鱼龙混杂

针对业内各厂家力推数字高清概念，有关专家提醒消费者，在国家标准正式出台之前，许多所谓的高清电视都没有达到国家高清晰显示器的标准。

国家数字电视接收设备和性能标准制定工作组组长刘全恩指出，按照信息产业部已确定上报的“数字高清显示器”草案，规定数字电视机的显示屏幕长与宽的比例一定要为16:9，并且图像屏幕清晰度要达到720线以上。按照这个标准来衡量现在市场上大多数的数字高清电视，号称高清的分辨率为852×480的等离子电视，因为不能完整地输出图像格式为1920×1080i的高清晰度节目内

容，本质上还不能称做高清电视。目前市面上只有日立、海信、厦华等少数几个品牌的产品才真正称得上是真正的数字高清电视。

中国家电市场联合调研课题组今年第一季度针对城市消费者对数字高清认知度做了专项调研，发现有 72.6% 的消费者认为对数字高清概念了解，在消费者无法通过其它途径掌握更权威性高清标准的情况下，实际上很多普通消费者并不知道平板电视还存在高清与标清之分。

国务院发展研究中心市场经济研究所陆刃波副主任认为，数字高清晰显示器并没有所谓的“顶级格式”，也没有所谓“动态全高清”与“静态半高清”之分，关键是看其技术是否达到了国家标准，而目前国内高清电视市场上的产品，很多是以“高清格式”来作为噱头的。许多彩电企业和商家利用“信息不对称”的时机，以“概念提前”有意误导消费者，企业和商家的这种行为是短期行为，而一旦消费者的认知达到一定水平，真正吃亏的将是企业自己。

### 百万像素是高清电视的技术方向

刘全恩称，中国的高清电视仅仅将注意力放在接收格式上(比如 1080p、720p 等)，而未来的高清电视不仅要将所有高清晰数字电视格式照单全收，还必须彻底解决信号输入以及信号的还原、显示等问题。

专家指出，从消费者层面来看，要实现高清享受，除了要有好的信号源以外，必须选用高清数字电视机才能达到高清的还原和显示效果，而购买 42 寸以上的等离子是一个不错的选择。

据介绍，屏幕解像度是等离子体的关键要素，直接影响画质的好坏。目前市场上 42 英寸等离子有 VGA 屏(解像度 852×480，40 万像素)和 XGA 屏(解像度 1024×768，80 万像素)之分。业内专家特别提醒说，国产等离子电视 90% 以上的都是 VGA 标清电视，而 XGZ、ALIS 等高清数字电视则不到 3%。

国家平板显示工程技术研究中心常务副主任陈向真说，从解像度的专业角度看，日立专利的 ALIS 屏，解像度为 1024×1024，屏像素高达 105 万像素，是目前等离子屏技术中的最高等级。

据介绍，由于屏的结构与制造工艺不同，普通屏幕显像利用单数电极发光，两个电极间存在不发光区，而 ALIS 显像以单线数及双线数每 1/60 秒交替发光一次。ALIS 屏的物理分辨率可达到 1024×1024，并伴有高亮度环境条件下的高对比度和长寿命。ALIS 的驱动方式与普通等离子屏不同，它采用交替发光的驱动方式，但与逐行扫描有着本质的区别，因此百万像素画面是 ALIS 屏幕本身固有的，这是在 42 寸 PDP 中所能达到的最高分辨率。随着数字电视标准对屏幕显示技术的高要求，百万像素的 ALIS 屏可以说是目前数字高清的最佳选择。

市场观察人士认为，数字电视高清标准要尽快出台，否则，真假高清混战市场将直接影响国产等离子技术的发展，平板电视厂家也要正本清源，真正把具有技术优势的产品奉献给消费者。

### 会议摘要

研讨会上专家们探讨了很多问题，现摘要出有助于提高我们知识水平的内容，提供给大家参考。

### 关于基色

把什么叫基色，什么叫六基色，有没有六基色这一说。这是一个完全违背科学的炒作。在彩色电视学中把红色、绿色、蓝色叫做三基色。什么叫基色呢？基色就是指在电视中那个红、绿、蓝三个信号。红、绿、蓝这三个是三个信号，任何一个颜色不能用两个以上的颜色混合而成的，只能出现一个颜色。不能用任何两个其他的颜色混合而成的颜色是基色。我们电视中选的红、绿、蓝就是这么三个颜色。

三基色原理是作为这三个基色通过适当比例相加，混合成自然界所有的颜色，这是三基色原理。从二十年代，三十年代就研究三基色，研究好几代人，各种颜色研究了这么多，还是在彩色色度学中就是这三基色，根本出不了六基色。任何一个其他颜色，都可以用红绿蓝这三种颜色可以配起来。

什么叫六基色，假如是六基色，我们需要有六种颜色的荧光反射器。现在没有六种颜色的荧光

反射器。一些公司把这个拣起来了，他的六基色在技术上，在电路做处理，电视机厂商用补色来校正三个基色，用六基色来炒做概念当中应该注意了。从目前来说，在世界上，三基色原理现在都没人推翻。

### 关于等离子与液晶比较

首先，反应在技术上，等离子在对比度、亮度、色彩这三个体现画质的项目方面均领先于液晶，且等离子不存在画面拖尾问题，运动画面连续性和视角都远好于液晶，这些技术上的差距可以直接通过消费者感观上的效果对比体现出来，而等离子则在寿命以及功耗方面逊于液晶；其次，在成本方面，等离子电视与液晶电视之成本结构类似，其中面板占有整机材料成本的65%以上，面板的价格基本决定了整机的价格水准。40英寸以上的平板电视市场竞争领域，大屏幕液晶的性价比仍难以与在技术和成本相对成熟的等离子相抗衡。

### 关于高清、标清概念混淆

按照信息产业部已确定上报的“数字高清显示器”草案中，规定数字电视机的显示屏幕长与宽的比例一定要为16:9，并且图像屏幕清晰度要达到720线以上。按照这个标准来衡量市场上的数字高清电视可以发现，目前市面上只有日立、海信、夏华等少数几个品牌的产品才真正称得上是真正的数字高清电视。而目前国内部分企业大力宣传的数字高清电视大多普通高清、动态高清多是“标清电视”，以“高清格式”作为噱头，而实际上产品的扫描线均在600线以下，只能称为标清或准高清电视。实际上很多普通消费者并不知道平板电视还存在高清与标清之分。许多彩电企业和商家利用“信息不对称”的时机，以“概念提前”有意误导消费者。

### 关于彩色PDP的概述

1964年美国发明PDP，日本富士通在1980年让PDP成为商品，1993年富士通做出了21英寸的彩色PDP，日本富士通在这方面有很强的技术实力。目前我们市场上看到的结构是前后两块玻璃，中间是气体，气体放电以后去激发这个荧光粉，我们可以看到荧光发射的光，每一个单元，相当于我们的日光灯。它的放电空间不能太小，如果放电空间太小的话，它的发光亮度就会受影响，所以PDP适合于做大屏幕显示。

目前国际上比较大的几个企业，一个是日本，它是富士通和日立合资的，当时是50%对50%，后来日本富士通给了日立30%的股份，其次是松下，然后是先锋，然后是NEC。韩国是LG，还有三星。我国台湾有中华英广和台塑。主要的设备厂家目前还是日本的比较多，材料厂家主要也是日本。

4. **《中国青年报》——央视数字频道将设立门槛 高清电视面临技术洗牌**：摘自：《中国青年报》韩冬2005年08月16日。

随着高清电视的价格门槛不断降低，越来越多的家庭开始将电视消费的目光集中在平板电视上。据相关调查报告显示：我国消费者今年对平板电视的需求将更加旺盛，仅今年上半年平板电视总销量已达74.1万台，其中液晶52.2万台，等离子21.9万台。报告分析，第三季度平板电视城市消费者需求规模将达50.3万台，液晶电视达到了35.6万台，市场需求将持续上升。

### 数字电视不等于高清电视

面对庞大的电视市场需求，厂商之间的市场竞争逐渐开始加剧，有些企业为了赢得更高的市场份额以及丰厚利润，开始将竞争引向误区。日前，在中国电子信息产业发展研究院与中国电子视像行业协会举办的“2005年中国平板电视市场高峰论坛”上，中国电子视像协会大屏幕分会秘书长赵汉鼎批评平板电视标准混乱。

赵汉鼎表示：“数字电视与高清电视不一定等同，但一些厂商都混为一谈，欺骗消费者。如今连大屏幕电视在市场当中都出现了概念混乱的局面，有些电视厂商将30英寸以上叫大屏幕，有的32英寸、有的37英寸，有的40英寸，但实际上国外一般将40英寸以上的叫大屏幕电视。”

在一些家电卖场记者看到，很多电视厂商的全系列产品打出的都是“数字高清电视”的概念，

无论是 2000 元左右还是几万元的电视，基本上都是一水的“高清”。在记者随机采访中，发现很多消费者根本不明白什么才是高清电视的概念，厂商的销售人员通常会把自己企业的产品品质抬得很高，致使消费者失去了正确的判断能力。

### 伪高清电视将逐渐出局

从下个月开始，中央电视台推出的“高清晰度”（垂直分辨率 720 线）数字电视收费频道将分别在成都、杭州、重庆和东莞试验播出。为防止“伪高清电视”影响数字电视收视效果，央视数字频道委托国家广播电视产品质量监督检验中心对目前市场上销售的各类电视产品进行质量检测，所有通过此次“高清电视”测试的生产厂家都可以在自己的产品上粘贴“HDTV@”的“央视高清认证标志”，检测结果将于今年 9 月对外公布。

对于央视针对电视市场的这一做法，有关业内人士表示：此举将对高清电视产业的健康发展起到非常积极的推动作用，净化高清电视市场概念混乱的局面。此前，由于高清电视的概念混乱，消费者很难判定高清电视的真伪，再加上国内众多城市的数字电视均是采用的“标准清晰度”（垂直分辨率 480 线）的模式，所以在没有高清视频源的情况下，更加造成了伪高清电视市场的混乱，随着央视“高清晰度”（垂直分辨率达 720 线）数字电视的开播，电视消费者买高清电视“难”的问题将逐步得到缓解，伪高清电视将逐渐出局。

据知情人士透露，此次央视对于高清电视市场的检测工作是从今年年初就开始酝酿，很多电视厂商虽然对此事略有耳闻，但并没有想到央视会采用先检测后贴标的做法。

### 面对央视高清门槛电视厂商几家欢喜几家愁

在央视刚刚透露出检测高清电视工作已经开始后，记者随后采访部分电视厂家的相关负责人。

厦华的新闻发言人明确告诉记者，“对于央视的这一做法，厦华非常关注也非常支持，因为厦华现有的大部分电视产品早已经完全达到了央视对于高清的要求，而且在产品的销售当中厦华一贯保持着以诚为本的态度，高清与标清都在产品当中作了明确的标志，所以根本不会担心在央视的高清标准面前变为‘李鬼’。”

日立福建数字媒体有限公司副总经理林希向记者表示：“日立将在今年内停止生产 VGA 等离子电视，主要原因就是为即将出台的数字电视标准做准备。日立今后的等离子电视将主要采用解像度为 1024×1024 的 ALIS 屏，屏像素高达 105 万像素，是目前等离子屏技术中的最高等级，也是目前数字高清的理想选择。”

另外，TCL 也对外宣布，其送检的 TCL 银弧 LCD40A71 系列液晶电视，各项指标完全符合《高清液晶电视机规范》要求。

5. 《中国电子报》——央视为何选择了厦华（2005 年 09 月 02 日）：8 月 25 日，中央电视台在 BIRTV2005 上高调展示并宣布年内向观众试播高清频道，成为展会的一大亮点，而其宽大展台上悬挂的 70 多台厦华等离子电视更是引起广泛关注。央视为何唯独选择了厦华？记者采访了正在央视展台现场做技术指导的厦门华侨电子股份有限公司董事、总工程师苏钟人博士。

### 抢得央视高清频道“绣球”

中国电子报：央视今天用以播放各类节目的等离子电视，悬挂着的 70 多台等离子电视全部用的是厦华的，这似乎告诉人们，央视选择了厦华。您能否介绍一下这其中的渊源？

苏钟人(以下简称“苏”)：央视希望找到与高清信号匹配的高清电视机。国内外厂家都自愿将其高清电视送往央视做测试，厦华也不例外。目前测试的结果表明，厦华高清电视各项指标均名列前茅。央视选择厦华作为展示电视节目的终端设备，应该是跟测试结果有关，至少证明了厦华平板电视在显示高清信号上的优势。

### 专业设备亦受追捧

中国电子报：此次展会厦华有没有带来专业级的电视设备？

苏：有的。这次厦华向央视提供了两台 37 英寸高清广播级液晶显示器。该显示器具备专业级 HD-SDI 接口，内部信号处理为 10 位，具有特殊的图像测试调整功能，同级别显示设备目前国内只有厦华一家研制出来了，预计今年年底批量生产。国外公司同类产品价格太贵，22 英寸就要 5 万元以上，厦华批量生产将从价格上对国外品牌造成冲击。在展会上，中视远图等公司表示要预订产品。

#### 确保销售总冠军

中国电子报：厦华一直强调外销优势，但厂家的制造能力有限，特别是国内企业对高端彩电的屏有很强的依赖，厦华外销的无限扩大是否会对内销产生影响？

苏：去年全年厦华出口接近 10 万台，而今年 8 月初就已达到 30 万台。内销到目前为止是 10 万台，外销对内销应该有些影响，大屏幕屏供应紧张，为优先保证外销，致使内销增长有限。但厦华对年底总销量充满信心，会继续保持国内平板市场销量冠军。今年内外销达到 60 万台以上应该没有问题，预计可突破 70 万台，正如厦华总经理谢思瑜预计的力争实现全球 4% 的市场占有率。

中国电子报：厦华外销的火爆应该与技术品质有关，央视选择厦华等离子，看重的是厦华平板电视技术的优势？

苏：是的。最近，厦华设计制造的产品还在美国著名杂志《家庭影院》举办的一次横向评价活动中得了最高分 93 分，排名第二、第三位的 HITACHI (日立)、JVC 等分别获得 91 分、88 分。技术上的优越性使我们可以自豪地以自有品牌进入海外市场，明年我们将以自有品牌进入美国市场，在加拿大我们的 PRIMA 品牌已占领了当地 7% 的平板电视份额。

#### 策略应对价格战

中国电子报：连日来平板电视掀起价格战，等离子电视竟然降到 7000 元，您对此有何看法？厦华将采取跟进策略吗？

苏：这是企业争夺市场份额的一种竞争手段，对某些企业来说，可能这很重要。厦华会适当地选择几款机型在价格上做调整，但不会采取大规模降价行动，更主要的还是在国庆之前投放一些新品，同时争取更多的屏资源。

**编者按：以上所有信息仅供参考!!!**

**《发烧园地》以园会友，个人：50 元、单位：100 元、海外：200 元。每月一次与您见面！**

### 本 园 地 邮 购 信 息

1、“国际 *Tele Satellite International* 杂志”双月刊（英文）：30 元/本。（含邮局印刷品邮费，邮寄时间约 10~15 天），10~11/2005（英文）最新已到。

《发烧园地》联系人：罗世刚

通讯地址：深圳市建设路 001-390 信箱（518001）

电话：0755-82173350、82175354、82282300

传真：0755-82173350

E-mail: szluosg@public.szptt.net.cn 或 07552173350@china.com

我们的网址：www.aluo-sat.com、www.075582173350.com，测试中



1U 服务器散热较佳配搭



San Ace B97 小型鼓风机  
5800 转 CFM 48.38  
San Ace 40 超强力风扇  
15000 转 CFM 31.8

山洋电气香港中国指定代理

美高贸易有限公司 电话(852)23610102-165

## 新软邮件闸道器 NUS-MS3000

### 我就是不要「垃圾」和「病毒」!



马上找回因员工上网聊天  
而流失的 50%人力资源

#### 邮件过滤 (Anti-Spam)

- ◎ 定时学习机制回顾系统
- ◎ 垃圾邮件详细报告
- ◎ 垃圾邮件多样的处置方式
- ◎ 白名单与黑名单的制定
- ◎ 使用者自订邮件规则

#### 病毒过滤 (Anti-Virus)

- ◎ 定时自动更新病毒码
- ◎ 中毒邮件详细报告
- ◎ 中毒邮件多样的处置方式

#### 即时通讯软体管制 (IM Blocking)

- ◎ Skype VoIP
- ◎ MSN
- ◎ Yahoo Messenger

#### 附加功能:

- ◎ 防火墙 (SPI Firewall)
- ◎ 高可用性 (High Availability)
- ◎ 内容管制 (Content Blocking)
- ◎ 频宽管理 (QoS)
- ◎ 负载均衡 (Multi-Homing)
- ◎ IPSec/PPTP VPN
- ◎ 3A Server
- ◎ 用户认证 (Authentication)
- ◎ 权限管理 (Authorization)
- ◎ 统计报告 (Accounting)



诚征内地代理

地址: 台北县中和市中正路 880 号 3 楼之 1

电话: 886-2-8226-6789

网址: www.nusoft.com.tw

传真: 886-2-8226-6488

电邮: sales@nusoft.com.tw

# 新 软 系 统