

长虹造屏成为导火索

事实上,长虹PDP建设本是中国企业第一次涉足上游PDP屏研制。

2006年12月29日,长虹发布公告称,长虹与彩虹电子出资18亿元共同成立了四川虹欧显示器件有限公司,经营范围为PDP显示器件及电子产品的生产、开发、经营。此前,长虹旗下四川世纪双虹显示器件有限公司投资9990万美元收购荷兰Sterope Investments B.V公司75%的股权,长虹也从而间接持有其子公司欧丽安75%的股权。

2007年4月,长虹主导的PDP项目——虹欧PDP在四川绵阳正式奠基启动。技术投资方正是欧丽安。曾有消息透露三家公司投资比例分别为4:4:2,但这一比例后来未得到证实。

这是一桩典型的“跨国婚姻”,里面有三个主要角色,长虹、彩虹和韩国欧丽安。彩虹集团是中国最大的彩色显像管制造商;而欧丽安则是韩国PDP的“鼻祖”,是全球最具研发、生产、管理经验的PDP显示器件公司之一,拥有353项专利,并且已经形成八面取的PDP量产技术。

按照长虹的计划,建成后,虹欧PDP将成为中国第一条PDP屏生产线,主要量产42英

寸、50英寸及以上PDP屏。据记者了解,虹欧等离子项目最初的技术方案是采用“六面取”技术,去年6月正式动工时,开始决定采取“八面取”技术,因为该技术可将原方案的效率提高33%,并大大提高产品利用率。因此一旦建成,长虹将跻身全球五大PDP屏制造商行列。

让业界生疑的是,LG电子一方面称这些技术并非核心技术,一方面又强调失窃带来的潜在销售损失高达14亿美元,似乎自相矛盾。早在2006年8月,长虹收购欧丽安消息刚传出时,LG、三星SDI等几大等离子巨头就希望韩国政府能拒绝这起并购。

LG不仅仅是针对中国公司。2007年7月,苹果iPhone手机刚刚上市,LG就声称要起诉苹果,因为iPhone的设计模仿了LG一款名为Prada的手机,虽然最后并没真正起诉,但已经使消费者产生一种印象——LG手机和iPhone差不多,甚至感觉iPhone还不如LG手机。

业内人士认为,此次“长虹与LG等离子泄密案纠纷”虽然不会对长虹继续实施等离子屏的战略产生任何影响,但外国厂商希望封锁中国等离子核心技术的意图非常明显。

长虹LG爆发等离子间谍口水战

本报记者文利 特约记者肖朗

山雨欲来风满楼。

2008年3月11日下午,四川长虹发布声明,表示未从“间谍案”中获益。此前,LG向法院提起诉讼,长虹利用间谍“偷取”了自己的等离子技术。至此,一桩中韩高新技术企业之间的“商业间谍案”愈演愈烈。

LG叫嚷:我们出了内奸

日前,LG向韩国首尔南方地区法院提交诉讼称,前职员郑基硕和两名下属偷取和泄露PDP(等离子显示屏)机密技术给一家中国公司,导致LG电子损失14亿美元。

在这起诉讼中,LG并没有点出中国公司的名字,不过从郑基硕的履历来看,该公司就是长虹控股的四川虹欧显示器件有限公司。不点名的原因在于虹欧是LG等离子屏在中国最大的客户。

起诉书中称,郑基硕是LG电子等离子事业部前技术主任,2005年从LG离职时,把1182个电脑档案,通过一个移动硬盘带走;2007年2月,郑基硕以234万港元的年薪加入虹欧任技术顾问,并将“偷窃”的资料交给虹欧。随后他又从LG职员朴某和林某处取得其它一些资料,共2274个档案全转让给虹欧。

今年年初,郑基硕回韩国探亲,在2月准备返回中国时被拘捕,与他同时被拘捕的还有林某和朴某,这3人被控违反韩国公平竞争和销售保密法,可能面临7年的牢狱之灾。

LG表示,这次失窃的技术并非核心技术,只包括2007年7月LG电子开始采取的“八面取”技术(即一块玻璃基板切割八块42英寸等离子屏的技术)。2007年7月,LG首次生产采用该技术的等离子电视。LG表示,目前全球仅有LG、韩国三星和日本三菱具有此项等离子面板技术。

长虹反击:间谍案莫名其妙

消息传出,业界一片哗然,控股虹欧的四川长虹也随即陷入纷争之中。3月11日,本报记者多次致电长虹新闻发言人何克思,但对方皆未接听记者电话。随后,长虹对外发布了澄清公告。

在3月11日的官方声明中,长虹坚称自身拥有完全的自主研发及项目建设能力。长虹表示,“长虹等离子技术是基于自己具有知识产权的技术,而且公司间接控股的韩国欧丽安(Orion)公司拥有的300多项等离子专利,是在投入总开发费及生产设施投资费超过7亿美元的基础上获得的。”长虹表示,该公司PDP项目早在2005年就开始筹建,已经掌握PDP关键技术知识产权。

不过,长虹并未否认郑基硕曾为虹欧工作。长虹称,“郑基硕确系原韩国LG公司职员,我公司聘请郑基硕完全按照相关法律规定,并履行了相关法律手续。郑基硕在虹欧公司工作期间,从未向我公司提供过任何与LG公司有关的资料。”

据记者了解,长虹总投资逾18亿元的等离子面板生产线即将在今年下半年投产发货。

本报观点:中国彩电亟需掌握上游“屏”

在这场间谍案口水战的背后,暴露出来的是围绕平板电视显示屏进行的争夺,正是平板电视中最关键的显示屏让中外各家平板电视厂商烦恼不已,可谓“屏”添许多愁。

在平板电视时代,中国的彩电大佬们似乎一直受制于人,长虹、TCL、创维等几家主要彩电制造商都没有掌握最为核心的“屏”技术,而“屏”的价值占到整机成本的60%-70%。真正主导整个产业的则是日、韩等具备“屏”生产研制能力的企业。

与此同时,由于核心技术的缺失,针对中国彩电的“专利索赔”层出不穷。中国彩电企业因专利授权,每年将不得不支出大约10亿美元的费用。

中国平板电视产业的春天在哪里?出路只有一个,掌握上游“屏”的资源,

形成完备的产业链。

长虹虹欧PDP是中国企业第一次涉足上游PDP屏研制。但同时一个不容忽视的事实是,全球等离子屏有效专利数量达到9684项,因此专利纠纷一直不断。2006年以来,三星、松下、LG、日立等离子巨头之间的专利纠纷已有10多起,长虹加入这一阵营后也无法摆脱其中的专利纠纷,对只拥有300多项专利的长虹而言,要想实现专利互换难度不小。但可以肯定的是,中国彩电业掌握上游“屏”之日,就是中国彩电企业挺直腰杆之时。

尽管目前长虹LG技术泄密案尚未水落石出,但可以肯定的是,中韩之间的高新技术纠纷才刚刚开始。中国企业,你准备好了吗?

(上接A8版)

漫步者的国际地位也许可以从其销量上得到印证。据爱德发的数据,2007年,漫步者音箱全球销量800万套,其中国内400万套。去年,海尔电脑中标古巴的5万套电脑,古巴就指定要漫步者音箱配套。

任何一家企业在国际化过程中都会遇到一个共同的问题:本地化。经过市场调查,漫步者认为,在产品策略上,音箱产品要走向国际,设计应该强调国际元素,打好世界牌;在销售策略上,要尊重当地消费习惯,打好本地牌。这就是漫步者国际化成功的秘诀。

“当然,所有中国企业国际化的最终目标是什么?是体现中国品牌的价值,这也是爱德发努力的方向。”张文东说。

图片中的爱德发

从下面两张特色鲜明的图片中,可以感受到爱德发所推崇的“闲适平和”的观点。

▶ 爱德发月度优秀员工宣传海报



◀ 爱德发年度优秀员工宣传海报

多媒体音箱大事记

1989年,ADLIB推出第一块电脑声卡。

1991年,创新推出世界上第一块立体声声卡Sound Blaster。同年,ALTEC LANSING推出第一台多媒体音箱。

1992年,国立、迪波等多媒体音箱品牌开始在市场上出现,国内多媒体音箱业进入萌芽阶段。

1994年,轻骑兵品牌在北京创立,并迅速成为国内知名品牌。

1996年,漫步者品牌创立,并迅速成为国内知名音箱品牌。

1998年,创新PC WORKS 2.1上市,掀起2.1多媒体音箱热潮。漫步者、轻骑兵等品牌开始进军高端市场。

1999年,2.1音箱的价格降到200元左右。与此同时,“低音炮”的概念第一次出现在国内市场。

2000年,微软推出第一款USB接口多媒体音箱。同年,漫步者产品排名全国销量第一。

2001年,国内多媒体音箱市场全面进入2.1时代。漫步者、轻骑兵、麦博纷纷推出相关产品。漫步者R201T成为有史以来销售数量最大的一款多媒体音箱。

2002年,平板音箱的概念出现。

2004年,2.0音箱回归市场,同时4.1、5.1多媒体音箱开始加速推广。

2007年,漫步者成为全球第三大多媒体音箱品牌。

(完)

“汇众智,赢成长”

——IBM 及合作伙伴中小企业解决方案博览会

最专业的合作伙伴,
最权威的专家诊断,
最丰富的解决方案,
让企业成长变得简单,
现在邀您一道体验!

开幕时间:2008年4月7日
地点:上海光大会展中心国际大酒店(上海市徐汇区漕宝路66号)
敬请拨打大会热线 800-990-5600 或 010-84607799 预定座席。

邀请函