

夏普倒下并不等于中国彩电从此就站起来了 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/107/2021_2022__E5_A4_8F_E6_99_AE_E5_80_92_E4_c70_107545.htm “台湾屏”风波令“全球液晶电视老大”的夏普深陷“诚信泥沼”，有关部门认定夏普此举侵犯了消费者知情权，涉嫌违法。我们相信，在法律的保护和强大的舆论攻势下，消费者的自会做出明智的判断和选择。但是，最关键的问题是透过这个事件我们国家的彩电产业应该怎么办，幸灾乐祸式的嘲笑和旁观丝毫不能提高自身的竞争力，我们也不应该将未来的希望放在竞争对手的纰漏上。夏普屏事件的导火线是今年十一市场，当时合资品牌彩电厂商首次全线加入液晶电视降价战火，最终以三星、LG、夏普为首的外资彩电企业笑到了最后，而国产彩电巨头集体败走麦城。这一情况引起了国内彩电厂商的高度关注，紧接着一场合资品牌彩电厂商是否在中低端液晶产品上使用了台湾液晶屏幕的讨论就疯狂展开了。在舆论的压力下，三星、索尼等承认某些产品采用了台湾屏，唯独夏普一家还在苦苦狡辩。创新分为有目的的创新和创新机遇，我们可以把“有目的的创新”理解为主动的求索式的创新，而“创新机遇”指的是客观上遇到的创新机会。笔者认为，这两者才是中国彩电业针对夏普屏事件的正确态度，一方面要有自主创新的意识和能力，另一方面要善于捕捉机会进行创新。夏普出现了“台湾屏”事件，那是夏普的事情，关键我们要善于利于这个机会提升自己的竞争力，站在一边幸灾乐祸对自身的发展无济于事。夏普屏事件仅是中国彩电业发展过程中的一个小小的节点，也充分印证了中国彩电业在关键技术

上的缺失和无奈。在全球彩电产业链中，日韩彩电企业一直占据着上游技术提供商和关键部件供应商位置，利用其强大的品牌效应和技术优势在全球范围内整合资源，大大降低了产品制造成本，从而构筑了国内彩电业可望不可及的竞争优势。再看国产彩电业由于产业链不完善、核心技术不具备及其品牌缺乏影响力等弊病，在转移到平板电视领域后更显疲软状态。其实，在彩电业过程中出现了几次彩电技术的变革，比如说大屏幕、平面显像再到现在的平板显示技术，但中国彩电业一直没有改变自己的“拌凉菜”的角色。平板电视一度曾被认为是中国彩电业追赶跨国巨头的机会，许多国内彩电生产企业在产品的科研开发上，也将重点转向了平板领域。面对市场的竞争，大多数企业却采取了相同的手段：通过价格因素来刺激市场消费。这种市场操作策略在经历了价格战迎来高端发展契机后，又将彩电业带入发展的死胡同。所以，我们国内彩电业不要希冀从类似夏普屏事件中得到任何东西，更重要的是应该反思和提升。仅后市场竞争将会更加严峻，现在最应该做的不是关注外资品牌的得与失，关于“夏普屏”事件的讨论已经丧失了意义。因为随着外资对关键资源的控制和低价飓风的扫荡，中国彩电企业构筑的成本竞争力会在瞬间倒塌，失去了成本优势之后，中国彩电业凭什么抵御外资品牌？这是我们最应该思考的问题。对中国彩电业而言，现在最为重要的是磨砺核心技术，寻找自己的蓝海，把消费需求把握了，再大的飓风无法把你吹走。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

www.100test.com