

薛宝钗 VS TCL 聪慧包容 美丽大方

TCL的大气与包容,无疑成了它进军国际市场的成功法宝。作为《红楼梦》的主角之一,薛宝钗不仅具有美丽的外表,更有



# 李东生 打造全球彩电品牌

2006年9月30日,当穿工装、佩胸卡,仅有一两名工作人员陪同的李东生突然出现在TCL深圳彩电专柜时,现场有不少消费者立即认出了他。李东生以彩电导购员身份站了整整一上午柜台,不断地询问现场群众对TCL彩电的印象。李东生认为,在全球化经营阶段,TCL拥有不同国籍的员工,面对不同地区的消费者,“必须静下心来聆听他们的需求,我们的步履才能迈得更加稳健。”

TCL集团掌门人李东生亲自出任旗下彩电事业部CEO后,他希望给TCL电视带来新的变化,源于消费夙求一种切实的变化。据TCL集团财报显示,今年第三季度TCL集团继续保持盈利。集团下负责彩电业务的TCL多媒体公司营业状况继续好转,同时集团资本负债结构也得到持续改观。

## 历史篇

### 13年,当上了世界电视的“龙头”

1992年,TCL重组后,李东生任TCL总经理。后来李东生、蒋志基和陕西彩虹合资,在惠州成立了惠州彩虹电子有限公司,拿到了电视生产许可证。1992年TCL王牌面世,两年后TCL自己获得许可证,并低价买回彩虹的股份。1996年,TCL抓住长虹降价的机会,杀入了彩电业的前三名。

1995年长城电子的老总蒋志基出车祸亡故,蒋的遗孀决定出让长城电子的股票。就在李东生与蒋夫人即将达成收购协议的时候,吴少章出高价买下了长城电子的股票,并将长城电子改组为长城数码。后来,李东生得到了香港陆氏集团在蛇口的彩电生产基地,而惠州香港长城电子的彩电生产线改为生产乐华彩电。2002年上半年,乐华集团因为渠道变革过于冒进,致使彩电销售一落千丈。11月,乐华危机总爆发,“资金链断裂”、“彩电滞销”、“员工停工索薪”一并袭来。2003年3月4日,乐华大股东长城数码将其在惠州的彩电基地全部转给TCL。10年中变故,已经证明了李东生在电视产业独到的稳重和眼光,2002年开始,TCL电视开始进入了一个黄金发展期。

此后,李东生在国际市场开始打响并购战,2002年10月,TCL集团以820万欧元收购德国知名企业施奈德电子股份公司彩电业务;2003年11月3日,TCL收购世界五百强企业法国汤姆逊集团



(THOMSON)旗下的彩电业务,一举成为全球最大的彩电制造、销售企业。2005年,TCL全球彩电销量突破2300万台,超过韩国三星排名全球第一。

## 现状篇

### 创意感动生活 TCL服务为千万用户称道

近日,为期一个月的“2007中国平板电视售后服务调查”正式落下帷幕,全球领先的彩电企业TCL凭借其在“你认为维修技术水平最高的平板电视品牌”调查中的突出表现,一举囊括2007年度中国平板电视“最佳售后服务质量奖”和“最佳售后服务规范奖”。

记者了解到,中国平板电视企业发展至今,从外观设计到核心技术都是各企业拓展市场、争取消费者的途径之一。随着产品同质化的趋势越来越明显,关注消费者的需求成

为了重中之重。不久前,TCL开展了“服务更优质,‘+1’更满意”的彩电优质服务月活动,通过“规范、优质、超值”的服务,在为消费者提供高品质液晶电视的同时,让用户在产品服务上没有后顾之忧。与此同时,TCL在继续加大研发、制造方面投入的基础上,更加注重售后服务方面的细节。据悉,TCL在今年6—8月间围绕服务技能提升进行了专门的系统培训,服务人员的专业技能再次得到提升。目前TCL彩电在全国建立了180家直属服务中心、3000多个授权服务网点,拥有一个800多座席的全国最领先的呼叫中心(4008123456),一支超过千人的专业平板工程师服务队伍。

TCL今年提出了新的品牌主张——“创意感动生活”,力图通过对消费者需求的深入洞察,开发出更多高品质、高性价比的

产品和服务。看样子,TCL掌门人李东生一天的柜台没白站,他的举动彻底激发了TCL人新的创造力。

## 全高清战略 首开体验式营销模式先河

作为全高清战略的重要举措之一,TCL在2007年8月首开中国家电行业体验式营销模式先河,让全国100个家庭率先免费体验TCL全高清液晶电视的视听震撼。百个家庭成员将自己试用全高清产品的心得和感受以博客的形式发布在网上,和广大网民在线互动分享,这一活动极大促进了消费者对全高清产品的了解,推动了全高清产品在中国的深入普及。

TCL积极推进全高清产品战略,不但使其在2007年十一黄金周期间得到了优异销售业绩的回报,更奠定了TCL在全高清领域的地位。全高清战略的成功,证明以TCL为代表的中国品牌,完全有能力通过不断增强自身技术实力,强化资源整合能力,跳出“价格战”泥潭,转向“价值竞争”的良性产业环境,在激烈的市场竞争中占据优势。

## 展望篇

### 08奥运 开“高清战略”

TCL全高清战略的实施,将全高清平板电视从抽象的概念落实到领先业界的产品,折射出TCL对全球资源的强大整合能力和执行能力:全球研发—设计—采购—生产—营销—服

务等各个环节紧密协作,支持TCL顺利在市场上一步步实施全高清战略,有力推动了全高清产品的迅速普及。

随着2008年北京奥运会的临近,数字电视地面传输标准的正式公布以及信息产业部数字电视接收终端设备行业标准2007年1月1日实施,全高清已经成为2007年平板电视领域的绝对焦点,全高清液晶电视已经势不可挡地闯入了普通消费者的视线。TCL顺势而行,准确拿捏时机于6月初全面启动FULL HD全高清战略,重磅推出三大举措:技术升级、产品普及及继续对技术研发进行大规模投入。这一战略的发布,不仅

打响了液晶市场中国品牌对国外品牌反击战的第一枪,更给国内液晶电视产业的发展指明了方向。

领先的全高清产品背后是强大的技术支持,TCL借助全球研发资源,加大研发投入,在业界率先研发出FULL HD+全高清MEMC技术,这一技术不仅使TCL全高清液晶电视达到了622万像素显示,而且彻底根除了运动拖尾、画面抖动等长久困扰液晶行业的难题,目前该技术可谓真正占据了行业技术的“制高点”。其实早在2006年9月,TCL就向中国率先推出了第一款真正意义上的全高清液晶电视机H61F。

快报记者 杨坤



TCL动态全高清液晶电视

创意感动生活 The Creative Life

TCL

# 薄绝H78

# 技精于薄

薄绝H78采用创新倍屏Full HD技术,不仅将1420×1080P与120Hz倍频集于一身,让高速运动的画面不再拖影而出,更将旋转底座、超薄背箱等高新科技,都神奇的压缩在72毫米超薄机身之内!

www.tcl.com 服务热线:4008123456