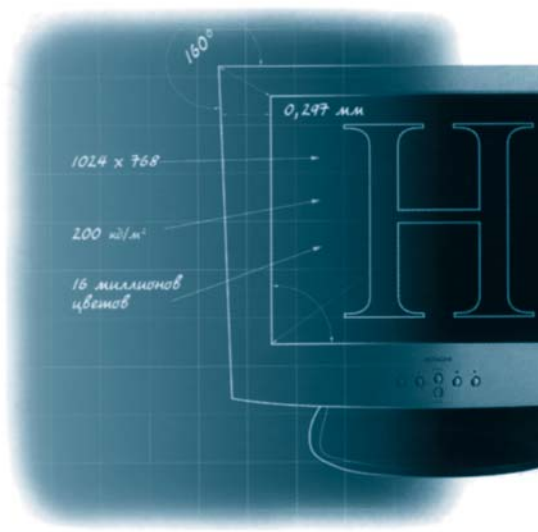




Мониторы и фирма Hitachi – что общего?



Фирма Hitachi не нуждается в представлении. Но как отметил директор московского представительства Андрей Соловьев, – “многие знакомы с Hitachi по бытовой технике, но как производитель компьютерного оборудования, и в частности мониторов, компания не столь широко известна, хотя традиции производства такого оборудования имеют глубокие корни”. Напомним, что фирма 50 лет представлена на рынке кинескопов, 30 лет – на рынке мониторов. Она занимает первое место в мире по продажам цветных дисплеев (20% рынка).

В рамках состоявшейся 8 июля пресс-конференции отделения бизнес-систем (Business Systems Division - BSD) московского представительства Hitachi прошла презентация новых мониторов фирмы. Как и во всем мире, работы фирмы в этой области направлены на увеличение разрешения, улучшение фокусировки, уменьшение габаритов ЭЛТ (в том числе и за счет создания трубок с короткой горловиной), упрощение процедур настройки, снижение потребляемой мощности, создание плоских устройств отображения с большими экранами. Основные достижения фирмы в этой области – кинескоп с усовершенствованным точечным шагом (Enhanced Dot Pitch – EDP), электронная пушка с эллиптической апертурой и динамической фокусировкой (Advanced-Elliptical Aperture Dynamic Focus – A-EADF) и пушка трубки с короткой горловиной, выполненная по технологии узкой эллиптической апертуры с многошаговой динамической фокусировкой (Narrow Elliptical Aperture Technology-MultiDynamic Focus – NEAT-MDF). Помимо улучшения эргономических параметров применение NEAT-MDF-пушки позволило снизить потребляемую мощность, улучшить фокусировку (на 10%), контраст и угол отклонения луча (на 100° против обычных 90°). В последних моделях мониторов фирмы применяется и новый люминофор типа EBU, позволяющий значительно расширить цветовую гамму при воспроизведении цветного изображения.

Все эти достижения использованы в 17"- и 19"- мониторах, которые сочетают в себе последние технологические разработки, качество и разумную цену. Мониторы этого класса фир-

ма начала выпускать на российский рынок со второго квартала этого года, прекратив в апреле поставку моделей с 15"-экраном. В конце года Hitachi намерена представить на рынке плоские мониторы на плазменных панелях.

Первый кинескоп Hitachi выпустила еще в 1950 году. В 1970-м на базе опыта, накопленного в ходе разработки суперкомпьютеров и совершенствования кинескопов, фирма выпустила первую модель компьютерного монитора. Далее работы в области средств отображения информации наращиваются, и в 1975 году появляется первый монитор с ЖК-экраном, в 1987-м – монитор с ЖК-экраном с активной матричной адресацией на тонкопленочных транзисторах (AM ЖК с ТПТ), а в 1996-м – монитор с AM ЖК на базе супертонкопленочных транзисторов. На российском рынке мониторов фирма появилась в 1995 году. В 1996-м была развернута дистрибьюторская сеть и ее сервисная поддержка, а уже в следующем году на долю продукции фирмы пришлось 4% российского рынка этих устройств. В этом году, по данным агентства “Мобиле”, Hitachi заняла третье место по продаже мониторов с диагональю экрана 19".

Конференция проводилась в связи с решением фирмы реорганизовать дистрибьюторскую сеть и открыть российское отделение бизнес-систем с тем, чтобы укрепить контакты со своими партнерами. В заключение конференции состоялось официальное вручение дистрибьюторского сертификата компании “Формоза” (основного дилера фирмы на российском рынке) и авторизация ее дилерской сети, ради чего из Стокгольма приехал руководитель отделения бизнес-систем по Северной Европе П. Гонзар.

Корейские фирмы бросают вызов японским производителям плоских ЭЛТ

Южнокорейские фирмы готовы начать массовое производство плоских кинескопов и потеснить японцев, являющихся до сих пор монополистами на этом рынке. Обострение конкуренции между фирмами двух стран связано с появлением на рынке трубок с плоским экраном, в производстве которых корейские поставщики добились значительных успехов.

По прогнозам, в этом году будет продано 5,5 млн. плоских ЭЛТ, или 3,7% от общего мирового объема их продаж, оцениваемого в 145 млн. шт. Ожидается, что спрос на такие трубки будет расти по мере расширения рынков США и Западной Европы и увеличения их производства в Японии и Южной Корее. Поэтому такие фирмы, как Samsung Display Devices и LG Electronics, наращивают производство плоских трубок и расширяют номенклатуру поставляемых на рынок изделий. Samsung предлагает 21-, 32- и 34-дюймовые (53, 81 и 86 см), LG Electronics – 21-, 25-, 29- и 32-дюймовые трубки. Объем производства последней в 2000 году достигнет 1,5 млн. шт. Японские фирмы готовы принять вызов. Так, Sony, ведущий изготовитель ЭЛТ, намерена увеличить выпуск плоских трубок до 6 млн. шт. в год, т.е. в шесть раз по сравнению с предыдущим годом.

www.edtn.com/story/biz/OEG19990721S0012-T