

# 克服经营危机 批量生产日本第一台国产电视机

本公司开发出日本第一台国产电视机，1953年，在电视开播前迅速开展批量化生产。

早在收音机刚开始普及的1931年，卓有远见地决定着着手研究电视机，终于大获成功。

摆脱战后混乱与经济大萧条引发的公司生死存亡危机，推出夏普电视机。

提出“每家一台”的奋斗目标，引领电视机普及的潮流，

同时在产品阵容中增加了各种让家务变得更轻松的家电商品，

努力向综合家电制造厂商发展壮大。

1953年的电视机与零部件

## 1 摆脱公司生死存亡危机，努力恢复业绩

### 因收音机需求的锐减，面临困境

#### ■ 道奇路线导致的经济萧条

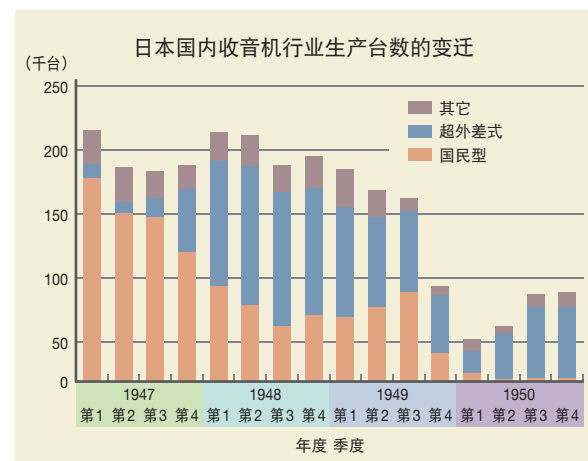
战争结束后，物资十分匮乏以及扩大旨在经济复兴的财政支出，造成了严重的通货膨胀。消费者物价指数从1945年秋季至1949年春季的数年间内竟然飙升了100倍左右（法定价格基数）。

针对这种情况，联合国军总司令部（GHQ）在1949年至1950年的两年期间，推出了包括抑制通货膨胀对策在内的紧缩财政开支措施（道奇路线）。主要内容有：总预算的均衡，削减政府支付补助金等。这样，市场上资金供给显著减少，通货膨胀得到抑制，物价趋于稳定，但是也造成急速的通货紧缩，日本深陷了经济萧条的泥潭。失业人员增加，消费者的购买能力下降。

战后，收音机行业恢复得较快，生产能力得到提高，但是经济萧条造成了销路不畅，库存过剩。另

外，虽然预定民营广播在第二年开播，由于受到“只有超外差式收音机才是不受干扰的机型”流言蜚语的影响，市场上掀起了一股不买国民型收音机的浪潮。

不需交付物品税的不法制造商也肆意倒卖，加速了市场混乱。整个行业的收音机生产台数显著减少，出现从1948年80万台分别下降到1949年60万台、1950年30



经济萧条使廉价的“国民型”需求暂时增加，然而受到观望购买的影响，进入1950年度出现锐减

万台的严重情况，制造厂商也从战争刚结束时的80家减少到17家。

#### ■ 拼命努力，支持事业发展

本公司也陷入了产品库存堆积如山，批发商开出的空头支票造成的损失等困境，资金筹集出现瓶颈。这种情况下，在本公司的应付票据结算日那天，全国各地的营销员人人都为回收销售货款四处奔走，向总公司紧急汇款1万日元、2万日元。他们拼命努力，想方设法防止发生拒付损失。

1950年2月底，出现了推迟发放工资的问题，当年4月，采取加强营销体制、降低销售价格、推出廉价超外差式收音机等措施，进而又临时中断生产，集中销售库存产品。但是，4月到6月的平均销售额下降到每月1,500万日元，为上一年度的40%左右，7月底的借款高达1亿3,200万日元。而且还交了战争时期补偿特别税，导致我司手头资金不充裕。

#### ■ 在多方面的协助与支援下，度过了危机难关

银行发放追加贷款时，前提条件规定为裁减过剩人员。具体的是，“裁减210名员工，按照当前的销售额应保持公司员工378名的体制，而且还必须进一步努力经营。”但是，早川社长却认为“与其说裁减员工，还不如干脆解散公司好”。在召集全体员工传达这种想法时，员工们反而齐声高呼“公司不能倒”，表达了他们的心愿。

在当年8月9日召开的劳动协议会上，公司发表了包括裁减员工在内的重建方案。许多会员强烈希望公司继续存在，同意招募自愿退职人员。公司向全体员工颁发了记载着销售额、利润、借款等的经营实况与



向全体员工颁发的小册子《关于公司重生的方法》(1950年8月)

重建措施的《关于公司重生的方法》小册子。当月，自愿退职人员已经达到预定人数，进而通过全体董事们的个人担保，接受4家银行提供1,500万日元的联合贷款。

对退职人员给予特别照顾：在规定的退职金基础上再增加2个月的平均工资，赠送收音机纪念品等。除支

援转职外，还约定将来本公司在招聘新员工时优先录取他们。当时，迫不得已裁减人员的举措，成为公司一件令人痛心疾首的事。

### 业绩随着收音机需求的扩大而恢复

#### ■ 朝鲜战争的特殊需要促进市场繁荣

1950年6月，朝鲜战争爆发，由此产生的特殊需要拯救了饱受经济危机困扰的日本产业界。景气复苏，商品畅销，行业中也出现了用全波收音机收听传递紧张国际形势短波广播的需求。

本公司1951年3月期（当时，以每6个月为一期结算）的当期利润343万日元，时隔三期实现了盈余结算。4月，接受美国政府订购大量收音机等订单，9月期的当期利润1,329万日元，比上期增长3倍。



朝鲜战争中准备登陆作战的美国士兵(1950年) (朝日新闻社提供)

但是，本公司将这种景气看作是暂时性的，经常警惕防备“经济萧条明天就会袭来”，小心翼翼地推行健全的经营。因此，即使在朝鲜战争特殊需要结束后反作用发生经济萧条时，也没有受到影响。

#### ■ 民营广播热潮使超级收音机的人气旺盛

民营广播电台1951年度有9家，第二年扩大到21家，广播节目内容丰富多彩，出现了“民营广播热潮”，收音机的生产迅速恢复起来。

1950年7月推出的新款超外差式收音机（5R-50），是一种批量生产的小型收音机，在拥有多家广播电台的大城市能够防止不受干扰，另外，具有在外地能够接收到大城市民营广播节目的高灵敏度，好评如潮，而且价格也很实惠，成为一种人气商品。

随着日本广播协会广播连续剧“你的姓名”的播放大获成功，1952年签订收听广播的合同数量超过1,000万件，收音机行业迎来了一个高峰期。

## 2 拉开了电视机时代的帷幕

### 试制成功电视机

#### ■ 战前开始着手研究电视机

1926年12月，浜松高等工业学校（现在的静冈大学工学部）高柳健次郎副教授使用自己开发的技术，对电视机开展的试验取得成功。获悉该消息的早川所长深信“继收音机之后，一定是电视机时代的到来”，考虑打算研究电视机这种新产品。然后，向该校寄送了“聘求毕业生”的招聘明信片。

看完招聘明信片的电气科主任教授，尽管认为这是一家不懂人事管理的小公司，但是从简洁的文章内容中，让他感觉到公司对新技术有执着的追求。访问了本公司后，教授感到虽然是家街道小工场，但是制造收音机基本条件的冲压技术出众等，前途无量。

1931年3月，高柳教授的得意门生毕业后进入本公司。本公司成立电波工程研究室，以他为中心开始着手电视机的研究。后来，随着战争局势紧张，政府作出了禁止研究电视机的规定。

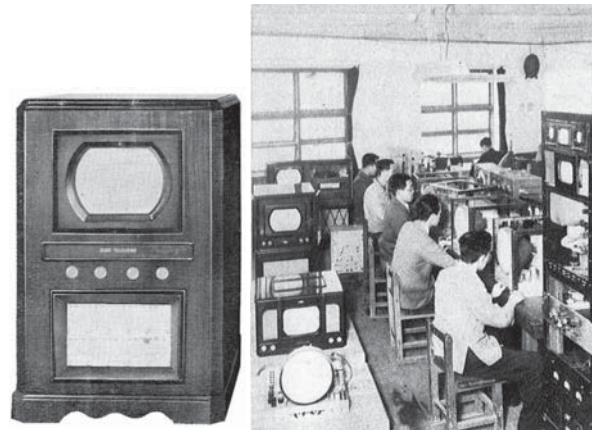
#### ■ 努力开发与试制成功

战后不久，GHQ禁止日本开展电视机的研究，重新正式开始研究是在1949年。由于出现了一个包括战争时期在内的漫长空白期间，日本明显落后于欧美各国。重新开始开发电视机的本公司，参考了在GHQ图书馆找到的技术文献等，努力开展研究。

当时，整个行业普遍认为电视机制造困难，而且还考虑到发生故障等的售后服务应对问题，连大型制造厂商也对电视机事业化举棋不定。本公司在早川社长的凡事都得领先于别人、勇于开拓的方针指引下，积极努力开发样机。

在开发过程中发挥最大作用的是，战争时期亲自制造航空无线电台、战后开发警察FM无线电台累积起来超短波等技术。1951年，终于完成了样机。从招聘浜松高等工业学校毕业生以来经历了20年的岁月。

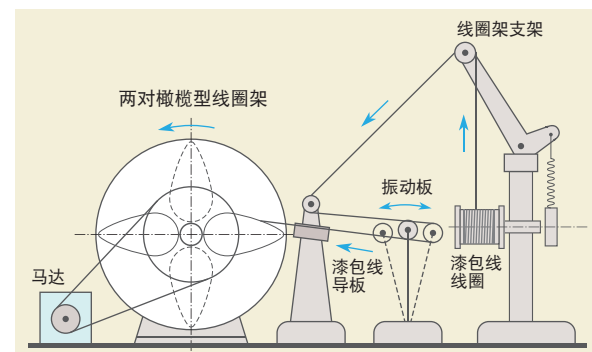
当年初夏，日本广播协会大阪广播电台进行了电视播放试验。从大阪市东区（现在的中央区）马场町发



12英寸显像管的豪华型电视机样机（1951年）（左）  
电视机研究所（1952年）（右）

送电波，在该区北滨的三越百货店内使用日本广播协会的接收机，进行视听试验。当时，本公司的技术队伍也将样机带到了三越附近的美津浓大楼内，接收获得成功。知道进行播放试验的人们聚集过来，第1次目睹了本公司的电视。本公司预定的试验对广播电台也严加保密，据说其它制造厂商得知这次果敢的行动后震惊不已。

取得这次成功后，本公司看准电视广播即将正式开播，立即落实批量生产的具体化措施。特别是决定由本公司自己开发生产电视机的主要零部件调谐器、偏转线圈※1、回扫变压器※2，其中，偏转



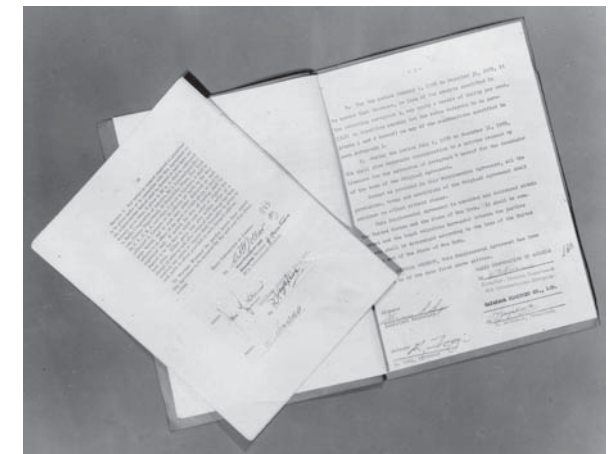
偏转线圈（上）与偏转线圈绕线机的原理图（下）

线圈的批量生产最为艰巨。从图书馆找到的资料中只说明“偏转线圈是余弦绕组”的启示下，完成了绕线机，实现了批量生产。

### 与美国RCA公司签订技术援助合同

虽然本公司已经完成电视机样机，并且接收也获得了成功，但是，欧美各国的电视机技术取得了飞速发展。另外，要使电视机走向实用化，必须与欧美制造厂商技术协作，以获取专利使用权。为取得美国RCA公司（Radio Corporation of America）的协作，早川社长拜访了老朋友高柳健次郎先生，希望他出面介绍给该公司。这时，高柳先生已经担任与该公司有业务联系的日本胜利公司董事兼总工程师。早川社长委托电视机开发的竞争对手公司介绍给RCA公司，高柳先生欣然同意帮忙。一切的缘由在于，早在战前，两人的心中就拥有一个开发日本电视机的梦想，迫切希望日本国产电视机尽早问世。

早川社长在研究部长的陪同下，访问了美国RCA公司。1952年6月19日签订了技术援助合同。作为日本制造厂商而言，这是率先签订的第一份合同，毕竟这是与日本电视机首次批量生产密切相关的。当时负责签约的RCA公司远东负责人H. Alexander Straus说“电视机是百年一遇的创世纪商品，希望你用心把它做好”，一席话让他铭记肺腑。



与美国RCA公司签订的技术援助合同

早川社长大约花费了2个月的时间周游全美各地，主要考察了电视机市场以及著名的制造厂商等。早川社长亲眼目睹了最大限度利用机械设备、高效率地批量生产电视机的场面后，大量采购生产必需的最先进机械与用于研究的各种检测仪器，满载而归。

早川社长通过耳闻目睹详细了解美国电视机情况后，重新认识了电视机将来的发展前途，加深了对电视机事业的信心。

※1 偏转线圈...这种线圈通过磁场将射向显像管屏幕上的电子束按照规定的要求产生偏离（偏转）  
※2 回扫变压器...这种变压器产生能在显像管中发射电子的高电压

### 电视广播的开播

1953年2月1日下午2时，日本开始首次播放电视节目。日本广播协会会长致辞后，接着现场直播歌舞伎表演。附带说一下，当天签订电视收视的合同数量只有866件。当年8月28日，民营电视台也开始播放。

当初，电视机特别昂贵，大多数国民汇聚在车站前或闹市等地区设置的街头电视机观看。另外，咖啡室、饭店、理发店、澡堂等都纷纷购买电视机，以便招揽顾客。特别是现场直播职业摔跤比赛最受欢迎，日本摔跤运动员力道山用空手道掌劈击败了外国对手，街头电视机的播放使他一举成名成为国民英雄。



街头电视机前人山人海，水泄不通（朝日新闻社提供）

## 3 开始电视机批量生产

### 开发、批量生产日本第一台国产电视机

1952年，在日本政府批准与RCA公司的协作后，本公司立即着手设计电视机，完成了12英寸、14英寸、17英寸三种机型的设计，试验结果也令人满意。当年，研究所批量生产获得成功。诞生了日本第一台国产电视机（TV3-14T）。第二年1月，电视机的生产移交给制造部，独立组成电视机制造科，正式开始批量生产电视机。能够迅速确立这种生产体制的原因有，大胆而当机立断地规划与实施设备投资，战前开始呕心沥血积累起来的生产技术等。

1月16日，邀请市场销售方面有关人士约200人，召开电视机计划发布会。说明销售价格、预定月产台数、电视机的结构、售后服务等情况。参加的商店了解到本公司的想法与积极努力的态度后，迫切期待销售电视机。14英寸（显像管对角线的长度14英寸）的价格为17万5,000日元，而当时高中毕业公务员初次任职的工资只有5,400日元。

1953年2月1日，人们翘首盼望的日本广播协会电视正式开始播放。拉开了日本电视机时代的帷幕。签订合同的都是收音机商店、咖啡馆、旅馆、银行、公司等，主要用于营业，当初，其它制造厂商的产品大多是大型17英寸。当年5月，本公司的产品阵容中增加了17英寸（TV3-17T）与12英寸（TV3-12T）。



日本第一台国产电视机（TV3-14T）

### 建立电视机的售后服务体制

与收音机相比，电视机的结构更为复杂，从电视机发达国家美国的例子来看，加强销售中的售后服务是不可或缺的。

本公司在准备批量生产的同时，还努力着手建立售后服务体制。首先，自1952年年底开始，在公司内部每星期举办一次电视机技术讲习会，半年多。

继公司内部举办的讲习会之后，1953年2月还开始举办以销售店为对象的组装试验讲习会。通过组装电视机，在一星期内掌握电视机的结构知识，以及调整、修理等售后服务技术等，这样，能够在自己的商店销售讲习时组装的电视机。除总公司内举办讲习会外，还在全国各地出差举办讲习会。



讲习会情景（左）  
广岛会场集体留影（下）



以努力扶植1,000家电视机销售店为目标，使他们具备除修理电视机的故障外，还能够应对图像调整等技术能力的售后服务。讲习会让销售店增强了对电视机销售的放心与信心，为黎明期的电视机销售带来良好的效果。

1956年9月，建立了“夏普指定服务店”制度。这是一种替代本公司来承担售后服务的夏普会会员店。“保证书”中填写承担售后服务的店名，保证顾客能够容易提出修理等要求。

### 电视机需求的扩大与扩充生产体制

#### ■ 通过14英寸电视机促进普及“每家一台”

正式开始批量生产时的1953年1月生产15台，随后每月的生产台数不断提高。每月生产1,000台前景落实为契机，当年5月21日果断实行降价。14英寸电视机从17万5,000日元降低到14万5,000日元，17英寸电视机从19万7,000日元降低到15万3,000日元。

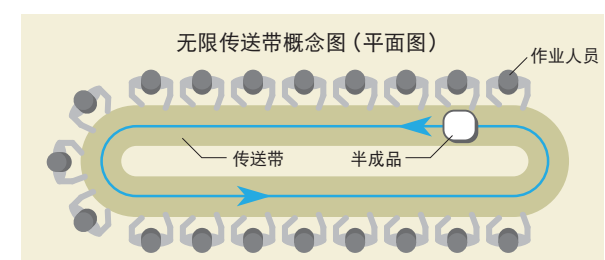
当初，整个行业都关注多数供业务需要使用的17英寸电视机。但是，本公司却执着于生产14英寸电视机，这种尺寸适合日本国民日常生活中的房间大小，最容易实现“每家一台”的目标。进而，开展生产合理化，再次降低价格，14英寸电视机降低到12万7,000日元，终于打破了每英寸1万日元的大关。降低价格促进了向“每家一台”普及。

1954年5月，本公司生产14英寸的台数占有60%的市场份额。日本的电视机终于以14英寸为标准，所有的制造厂商都将主打产品集中在14英寸上，籍此提高生产合理化，提高包括显像管在内零部件的品质，进一步降低价格。后来，电视机成为重要的出口商品，可以说集中发展14英寸电视机为早期形成日本电视机产业的国际竞争能力作出了贡献。

《日本的电视机产业》（平本厚著）一书中归纳指出，本公司电视机生产台数在所有机型中占有的市场份额，1953年（4~12月）为22.9%，1956年为16.9%，连续4年鳌居行业的榜首<sup>※1</sup>。

#### ■ 电视机新工厂竣工

为进一步推进生产合理化，计划在总公司（现在的田边大厦内）建设电视机新工厂。建设新工厂时，早川社长制定了设计方针，要求使本公司首家钢筋混凝土结构的工厂成为一座“防火、防倒塌、安心工作的工厂”。



电视机新工厂

1954年3月，新工厂建成。生产线配置了本公司独特的无限传送带装置<sup>※2</sup>。从配线、组装、装箱到进入仓库，所有工序可通过流水作业完成。

此后，为实现电视机的增产，继续不断增加建设工厂，终于使电视机月产能力达到2万台。本公司凭借占市场份额榜首优势引领行业外，还不断开发独创性商品，积极开拓各种需求。

例如，有使用全金属机箱的（TV-500）（1955年），世界首次使用按钮式调谐器、不必旋转频道开关只要用手指按压就能迅速选择频道的“Procyon”（TB-50）（1957年）等。



按钮式电视机“Procyon”（TB-50）的频道按钮部分

1956年7月，总公司新大厦（总公司第1期）竣工。新大厦为钢筋混凝土结构4层建筑，部分建筑拥有5层与地下室。

自1953年正式开始批量生产电视机以来，业绩逐年上升。这个时期，在业绩良好的形势下，相继建设了工厂、总公司大厦、营业网点等新建筑。

※1 数据来源：摘自公平交易委员会资料

※2 无限传送带装置...这种传送带装置以机械传动方式水平连续地转动（原来的传送带都是纵向转动）。传送带周围配置作业人员，实现增大产量

## 4 努力打造成综合家电制造厂商

### 开发家电商品与事业化

#### ■ 努力应对家电热潮与系列店化

20世纪50年代上半期，日本经济已经从战后大萧条中复苏，国民生活丰衣足食，人们日益关心以家电产品为中心的耐用消费品。通常将正式开始销售电视机的1953年称为家电元年，从那时开始，洗衣机、黑白电视机、电冰箱作为丰裕富足与憧憬的象征，被称为“三大件”。

本公司集中生产收音机与电视机这两大主打商品，拖延了对其它家电商品的开发。再加上受到竞争对手制造厂商打进电视机市场、其它公司拥有丰富商品群的强有力的系列销售店政策等影响，电视机的市场份额大幅度降低。为应对以洗衣机与电冰箱为代表的家电商品日益高涨的需求，并且维持系列店正常销售服务，扩大生产品种已经迫在眉睫。因此，1957年本公司提出了“发展成为一个扩大家电商品销售能力的综合家电制造厂商”的经营方针。

#### ■ 迅速扩大家电商品

本公司已经自1956年开始生产电风扇，1957年开始生产电冰箱与洗衣机。后来，又增加了搅拌机、烤面包机、电饭煲、水冷式冷风机等产品，成功迈出了扩大家电事业的第一步。1958年推出了水冷式冷风机，这是一种将水泵抽取的冰凉地下水作为制冷剂而

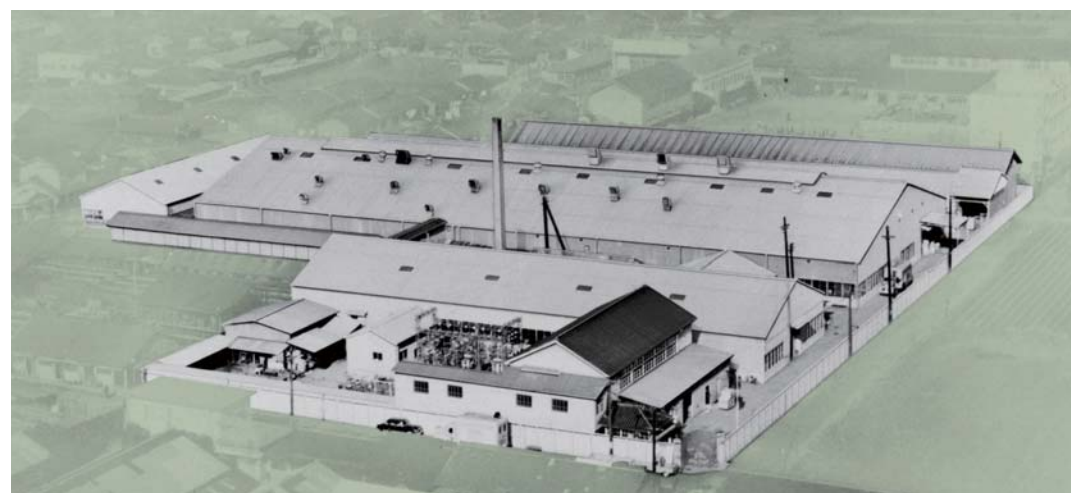
本公司独创的第一台水冷式冷风机（RC-101）。由于利用基本保持一定温度的地下水，气温越高冷却效果越好，好评如潮



送出凉风的结构，由于不使用压缩机，在运转过程中不会发生振动与噪声，具有安静的特点。

这个时期，在每月召开一次的“新产品促进会议”上，开发人员向早川社长为首的高层管理人员汇报样机的情况，并根据当场提出的各种意见来推进产品开发。水冷式冷风机也就是在新产品会议上诞生的。

1957年，平野第2工厂建成。进行洗衣机等家电商品的组装，建立了综合家电制造厂商的体制。厂区占地面积约10,200m<sup>2</sup>，将电视机金属机箱工厂、涂装工厂等合并在一起。对于本公司而言，洗衣机是最早的大型商品，从钣金到涂装、组装采用传送带系统的流水作业，实现了批量化生产。比较1957年度上半年与1959年度下半年的销售情况后，发现仅在2年半内，家电商品的销售额提高了5倍多，销售结构比从不到10%上升到20%多，都是在短期内显著增长的。



1957年建成的平野第2工厂（大阪市东住吉区加美松山町 现在的大阪市平野区）

### 成立专门设计小组

当各种家电产品开始陈列在商店后，除性能与功能外，外形、颜色、手感等也成为重要的选购条件。进入20世纪50年代，各家制造厂商开始深刻认识到产品设计的重要性。

1954年，本公司在技术部门录用了担任收音机款式设计的工业设计师。1957年，在电视机、收音机、家电商品相应的技术部设立专职设计科。迄今为止在设计延伸线上的开发技术人员都是自己设计包装与外观，从此以后，产品开发变成技术人员与工业设计师的共同作业。

这个时期，设计方面发挥重大作用的是刚应用不久的塑料。例如，在收音机中，通过用于机箱来替代以前使用的木材与玻璃，提高了样式与色彩的自由度，从小型的手提式到大型机型，各种商品种类丰富。

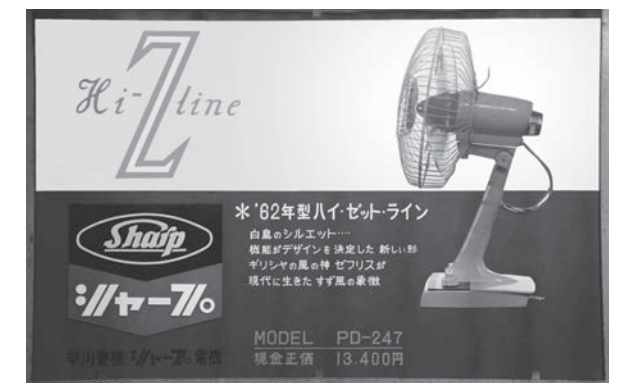
本公司初期产品样式中特别荣获好评的是电风扇造型漂亮。从侧面来看，支撑叶片的摇头部分呈现英文字母“Z”字形那种独特的形状，被称为“Z字型”。宛如荡漾在水面上天鹅那样优雅与潇洒，人气旺盛。

本公司的商品荣获各种设计奖。14英寸手提式电视机“Parrot”（TM-20），在1957年《电视机技术》杂志举办读者投票的设计大赛中获得第一名。另外，家用晶体管收音机（BH-350）在1960年分别荣获了大阪工艺

展协会长奖与神户设计展优秀奖等，本公司产品的设计获得高度评价。



手提式电视机（TM-20）  
这是一种将频道按钮全部设置在侧面的新颖款式



地铁站台内张贴的“Z字型”电风扇广告牌（1962年前后）

### 宣传活动深受赞誉

1952年5月，宣传夏普电视机与收音机的宣传车完成。装载着电视机、扩音器、磁带录音机等热销商品，在全国巡游，开展形象宣传。访问各地的代理店与销售店，也作了电视节目试播的接收演示与关于电视播放的说明等。

另外，自从民营无线电台开始播放（1951年）后，在本公司提供的各种娱乐节目中最有人气的是小组对抗歌唱比赛“金歌银歌”（1953年开播）。电视节目，“夏普剧场的三木则平喜剧教室”（1956年开播）广受好评。



宣传电视机与收音机的夏普宣传车在全国各地巡游

## 5 加强与经销商的协作并建立销售公司

### 建立全国销售网

#### ■ 加强与经销店的联系

这时，家电行业中的各家制造厂商开始积极建立销售网，主要旨在实现批发商、零售商店的系列化与专卖化。1952年，本公司顺应这种潮流，以全国的地区为单位，分别成立夏普会，力图扩大产品销售和加强与具有实力的代理店（批发商）、销售店（零售商店）的协作。与会员店密切联系，努力实现共同繁荣。

到1953年，与大阪、东京、名古屋、广岛、福冈、北海道的各办事处下面具有实力的190家批发商签订代理店合同，与这些代理店交易往来的约6,300家销售店成为夏普会的会员店。通过根据产品的品种与销售台数支付感谢金的福利券制度等，支援会员店。

另外，作为起到销售店与本公司之间的桥梁纽带作用，1952年2月创刊了信息刊物《SHARP NEWS（夏普新闻）》。



总公司竣工纪念时召开的代理店总会（1956年）

1958年，建立以本公司产品销售比例高的销售店为对象的夏普友店制度。各地将这些销售店集中起来，成立夏普友店会，努力进一步加强协作。进行联合销售与宣传等，加深本公司与专卖店相互之间的协作关系。

#### ■ 建立夏普电机公司

在建立销售网的过程中，1956年2月以资本金1,000万日元，将营业部门作为一家公司独立出来，建立夏普电机株式会社。以此为契机，除东京支店与大阪营



福冈市长浜町（现在的福冈市中央区长浜）竣工的福冈支店（1958年）

业所外，将早川电机的支店、营业所、办事处统一在夏普电机旗下，同时在全国各地新增加营业所、办事处，重整销售体制。进而，1958年夏普电机吸收合并了主要从事销售荧光灯器具的早川电机株式会社。

这样，“早川电机生产”与“夏普电机销售”相辅相成，谋求积极推进事业发展。

### 地区销售公司的源流

1957年夏季，大阪地区的销售公司夏普商事（1948年成立）与代理店日本桥无线合并，作为本公司产品的专卖代理店开启新的征程。

家电产品销售竞争日益激烈过程中，也受到了经济衰退的影响，经营基础脆弱的批发商为资金周转操心。日本桥无线也毫不例外，本公司通过投入资金与人才，该代理店被夏普商事吸收合并。

进而，1958年9月，夏普商事与本公司的专卖代理店QRK商会合并并成立大阪夏普销售株式会社。后来，本公司以专卖代理店为母体等，在全国各地推进建立地区销售公司。

另外，20世纪50年代下半期，电视机迅速普及起来，不过顾客的购买力并不强。支援提升购买力的是制造厂商的按月分期付款销售制度。1957年5月，本公司建立东京夏普月贩株式会社。接着，6月在大阪、京都，后来又在名古屋、广岛、福冈，并陆续在全国各地诞生了夏普月贩株式会社。

## 6 建立特选金属工厂

### 前身是早川电机分厂

1950年，建立了由残疾人自己管理的合资公司特选金属工厂。

该公司的前身是1944年成立的进行金属冲压作业的早川电机分厂。在上一年，接受总公司附近的视觉残疾人设施“光明之家”代表者岩桥武夫先生的委托，对“失明军人制造无线电零部件作业”加以指导，成为该工厂的基础。

随着战争结束，分厂解散，员工们四散各处。1946年，有7人提出要求复职，早川社长将他们安排到位于总厂内阳光充沛、场所幽静的冲压工厂。勉励他们说，“开拓盲人新职业的前景可喜，各位都是从盲人中选拔出来的特选人才，请你们自豪地工作”，并取名为“特选工厂”。

### 作为合资公司特选金属工厂

资本金15万日元，是在本公司支付给他们7人的退職金基础上增加了来自大阪府残疾人福利基金中的借款等。特选金属工厂规定由视觉残疾人自己担任经营者，实行独立核算制进行管理。或许这是史无前例的壮举，但是，视觉残疾人7人分别担任作业、工务、财



特选金属工厂中的作业情景（1950年前后）

务、人事、总务等工作，在每月一次的专职员工会上交流课题，确立了自立更生的经营之道。

1952年以后，开始为本公司收音机与电视机的内部零部件进行组装作业。后来又生产计算器的印刷基板、遥控发送机等，随着本公司的事业发展而努力生产先进产品。

实行独立核算制进行管理的特选金属工厂开始声名远扬，1952年4月，美国大富翁洛克菲勒先生在社会事业家贺川丰彦先生陪同下访问，1954年三笠宫崇仁亲王殿下、高松宫宣仁亲王殿下相继来访，不断有社会名流前来参观这座供残疾人自立更生安心工作的工厂，并交口称赞。

### 五种积累

1949年至1950年，在公司生死存亡危机的关键时刻，得到银行发放的贷款，终于开启了重建的征程。在艰苦奋斗的过程中，早川社长决心端正经营手段，谋求改善公司体质。于是，根据亲身的经验，以“信誉”为基轴，将经营基础的精神归纳成五条，挂在社长办公室内，作为自己的戒律。到过社长办公室的员工们领会了戒律的由来与社长的苦心积虑，众口相传，最后成为公司宗旨。

### 五种积累

客户的积累  
人才的积累  
服务的积累  
资本的积累  
信誉的积累

# 夏普电视机的开发历程

「高画质化」

「播放设备的变迁」

「易用性」

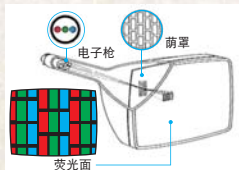
“双信号”方便调节色调



1969年 / 19C-D3UN  
利用两条红线(双信号),  
实现简单地色调节

自动调节画质  
1959年 / TD-81  
自动将各频道的  
画质调到最佳状态

Rinitron 显像管



1972年 / 141C-401  
采用水平电子枪, 颜色无偏差

500线水平分辨率高画质  
“Keystation F500”



1985年 / 21C-K5B  
录像播放影像精细,  
水平分辨率高达500线以上

可显示文字播放的  
“News Vision”



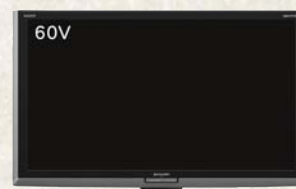
1994年 / 32C-WD5  
可一边欣赏电视节目  
一边看文字播放的新闻

采用ASV方式液晶



2001年 / LC-20B1  
搭载ASV方式低反射黑 TFT 液晶

“LED AQUOS”



2009年 / LC-60LX1  
UV-A技术与LED背光实现的高画质

地面数字高清液晶电视机



2003年 / LC-37AD1  
搭载地面数字高清调谐器

70英寸“AQUOS Quattron(贵丽珑)3D”



2011年 / LC-70X5  
70英寸的大画面比32英寸大4倍多, 可欣赏具有震撼力的高画质影像

日本第一台国产电视机



1953年 / TV3-14T  
在日本率先实现电视机量产

电视播放开始

1953年

总公司新厂投产

本公司首台彩色电视机



1960年 / CV-2101  
搭载独有的色彩回路, 影像鲜艳

彩色播放开始

1960年

栃木工厂投产

全频道电视机  
1968年 / 20G-W1U  
同样支持UHF播放的  
全频道电视机

UHF民放播放开始

1968年

1978年 / AN-1  
语音多重适配器

1979年 / CT-2006  
内置语音多重功能的电视机

语音多重试播开始

1978年

语音多重播放开始

1982年

支持多重播放(文字、语音)  
的电视机



1983年 / 21C-L1  
可预约文字节目、也可将电视  
节目和文字画面重叠在一起

文字试播开始

1983年

文字播放开始

1985年

BS播放开始

1989年

“家庭高清‘HOME1125’”



1992年 / 36C-SE1  
内置简易MUSE解码器。  
以100万日元的低价开创了  
高清电视机走进家庭的道路

高清MUSE试播  
开始

1991年

地面数字播放开始

2003年

BS数字播放开始

2000年

CS数字播放开始

1996年

CS播放开始

1992年

“AQUOS”登场



2001年 / LC-20C1  
提供随身携带观看的家庭移动视听方案。  
建议零售价设定在每寸约1万日元

大型液晶画面  
“Window”系列



1995年 / LC-104TV1  
搭载10.4英寸TFT方式的  
液晶面板

3英寸液晶彩色电视机  
“Crystaltron”



1987年 / 3C-E1  
采用TFT方式的  
液晶面板

8.6英寸梦幻挂壁电视机  
“液晶Museum”



1991年 / 9E-HC1  
搭载8.6英寸TFT方式的  
液晶面板



支持  
“AQUOS Familink”  
2006年 /  
LC-37GX1W  
用一个遥控器对电视机  
和录像机进行联动操作

可随处摆放的“Free-Style AQUOS”



2011年 / LC-60F5  
可随处摆放和扩大视听方式的  
“Free-Style AQUOS”32/40/60英寸登场

“Free-Style AQUOS”登场



2011年 / LC-20FE1  
提供“可在家里任何角落  
移动享受电视乐趣”的方案



1950年

1960年

1970年

1980年

1990年

2000年

2010年