

■ ИСТОРИЯ КОРПОРАЦИИ

# PHILIPS – ЭПОХА В ЭЛЕКТРОНИКЕ

■ ИСТОРИЯ



Герард ФИЛИПС

Фирма «Philips»&CO была основана в 1891 году в городе Эйндховене Герардом Филипсом, который решил освоить производство электрических лампочек. Под свою фабрику он арендовал старое промышленное здание, а его продукция шла лишь на рынок Голландии. В 1895 году к бизнесу подключился брат Герарда Антон, который взял на себя задачу вывести фирму на международный рынок. В 1898 году Антон Филипс приехал в Россию, где заключил договор на поставку электролампочек для Зимнего Дворца – всего лишь на 50 тысяч лампочек! Таким образом, в становлении фирмы «Philips» на ноги ключевую роль сыграла Россия. В 1914 году он открыл в Санкт-Петербурге на Невском проспекте торговую контору фирмы.

В 1916 году «Philips» уже продавал в России 2 миллиона электролампочек в год. В 1918 году, после переворота, отделение фирмы «Philips» в России было закрыто.

В 1925 году «Philips» приступил к первым опытам в телевидении, и через три года удалось получить 48-строчное телевизионное изображение. В 1935 году он осуществил первое экспериментальное телевидение, а в 1964 году выпустил на рынок первые серийные цветные телевизоры. В 1930 году «Philips» выпустил первый электрический патефон, в 1934 году-пер-

вый автомобильный приёмник. В 1939 году появилась первая электробритва семейства "Philishave", благодаря которому фирма и сегодня лидирует на мировом рынке электробритв. Была выпущена также знаменитая электронная лампа-пентод.

«Philips» пережил четыре революции: 1) 1948 год – изобретение долгоиграющей пластинки; 2) 1958 год – стереофоническая техника; 3) 1963 год – компактная аудиокассета, которая стала одним из самых популярных в мире форматов; 4) 1982 год – цифровой компакт – диск, ставший доминирующим стандартом для домашних проигрывателей, который «Philips» и "Sony" совместно выставили на рынок CD.

В 1992 году «Philips» совместно с "Matsushita" разработал цифровой вариант DCC, обеспечивающий качество звучания на уровне CD. Голландцы постарались обеспечить преемственность поколений кассет и создали DCC-плееры, совместимые с обычными аналоговыми кассетами.

«Philips» начал расширять ассортимент DCC-аппаратуры. Так появилась портативная модель, авто-



Антон ФИЛИПС

могут управляться голосом, благодаря системам распознавания речи, появились сотовые телефоны GSM для автомобилей, самостоятельно набирающие номер по произносимым вслух названиям цифр. «Philips» совместно с другими фирмами Thomson, "Eurodec", "Sony" и "Pioneer"

совместно ведут работы над цифровым телевизионным декодером. У компании «Philips» в центральном патентном бюро хранится более 65 тысяч патентов. Сегодня концерн «Philips» Electronics NV – это транснациональная корпорация, занимающая первое место в мире по производству

телевизоров и третье - по производству бытовой электроники. Концерну «Philips» принадлежит 25% акций датской фирмы Bang&Olufsen, 32% акций германской компании Grundig, контрольный пакет акций японской фирмы Marantz и французской La Radiotechnique, 75% акций студии звукозаписи Polygram. Практически все телевизоры, производившиеся в СССР, имели большую часть электронных компонентов, основанных на схемных решениях фирмы "Philips". Компания «Philips» сильно ориентирована на европейский рынок, на него приходится более половины объёма продаж и около 60% всех сотрудников, а марка "Philips" стала символом "настоящего европейского качества".

мобильная, аудиоконкомплекс с встроенным DCC-плеером. Эту технику сейчас выпускают JVC, "Matsushita" и LG. «Philips» по праву считается отцом – основателем индустрии multimedia, эти разработки «Philips» ведёт уже 13 лет. Мультимедийный коктейль из звука, видео, текста и графики на интерактивных экранах родился, когда «Philips» и "Sony" начали модернизировать музыкальный CD в 1985 году и появился интерактивный компакт-диск CD-i. Мировое значение получил компьютерный диск CD-ROM. «Philips» определил основные направления: информационные технологии и услуги, программное обеспечение и системы искусственного интеллекта для потребительских товаров. Новые видеоманитофоны «Philips»

■ ЭМБЛЕМА

История эмблемы "Philips" насчитывает более семидесяти лет. Изображение волнистых линий и звезд, символизирующее прохождение в эфир радиоволн, впервые было использовано корпорацией в 1925 году в качестве украшения канцелярских товаров в рекламных материалах и кампаниях по продвижению на рынок своей продукции, а также в декоре упаковки радиоприемника "Miniwatt".

В то время количество звездочек могло быть различным. Существовали варианты с одной мерцающей звездочкой, с двумя, а в некоторых вариантах эмблемы насчитывалось до 12 звезд. В 1930 году на щите появились четыре блестящие звезды в сочетании с тремя волнистыми линиями, заключенные в круг: эта эмблема должна была украшать громкоговоритель.

В начале 30-х круглая эмблема постоянно использовалась на самой разнообразной продукции и, таким образом, обрела статус торговой марки. Однако когда компания решила зарегистрировать свою торговую марку, оказалось, что многонациональная химическая компания ICI уже заявила схожую эмблему в качестве торговой марки, причем для таких же или аналогичных изделий, что сделало невозможным использование круглой эмблемы со словом «Philips» внутри щита.

Окончательная – и теперь известная во всем мире – эмблема в виде щита появилась в 1938 году. С тех пор эта торговая марка известна во всем мире, стала, наряду со словом «Philips», одним из фирменных символов компании и является отличительным знаком изделий "Philips".

Торговая марка "Philips" является самым важным активом компании. Она определяет направление



и содержание деятельности компании – от исследований и разработок до поставки потребителю самых передовой и конкурентоспособной продукции и услуг.

Компания "Philips" немало потрудились над тем, чтобы поддержать свою торговую марку, внедряя по всему миру многообещающий девиз "Изменим жизнь к лучшему", появившийся в 1995 году. Усилия "Philips" направлены на продвижение широкого спектра продукции – от бритв до полупроводников, от телевизоров до тостеров, от легких лампочек до целых лазерных модулей. Девиз "Изменим жизнь к лучшему" лежит в основе рекламной кампании для всех групп продукции "Philips" и прекрасно характеризует, в частности, такие ключевые изделия компании, как Flat TV (телевизоры с плоским экраном) и CD-рекодеры.

За рекламные кампании "Philips" отвечают два крупнейших в мире рекламных агентства – DDB и D'Arcy, а стратегию выбора средств рекламы, планирования и покупок обеспечивает рекламное агентство Carat International.

■ КТО ПРАВИТ



Жерар Кляйстерли (справа) и Майкл Делл

Жерар Кляйстерли был избран Президентом "Philips" и Председателем Совета Директоров 30 апреля 2001 года.

Свою карьеру в "Philips" начал в 1974 году, заняв ряд должностей в управлении производством подразделения Medical Systems. Господин Кляйстерли с 1 января 1999 года является членом Комитета управления группой компа-

ний "Philips" и с 1 апреля 2000 года – исполнительным вице-президентом Royal "Philips" Electronics и членом Совета Директоров. В 2000 году он был назначен Главным Управляющим компании "Philips". С 2001 года г-н Кляйстерли является Председателем Наблюдательного Совета Технического Университета в Эйндховене.

■ LATEST NEWS

## Philips" получил 100-тысячный патент

"Philips" Electronics сообщил о получении своего 100-тысячного патента, утроив количество новых изобретений и рационализаторских предложений в этом году до 3 тысяч. Эта цифра включает в себя только действующие патенты в портфеле компании.

Подобное достижение ставит его на одну планку с лидерами в области инноваций – такими, как IBM. "За последние два года

"Philips" занимал первое место среди компаний по числу заявок на получение патента, поданных во Всемирную организацию по охране интеллектуальной собственности", – говорится в пресс-релизе "Philips".

Продавая права на свои изобретения, "Philips" ежегодно получает сотни миллионов евро из своего портфеля интеллектуальной собственности. Например, компа-

ния, в свое время вместе с Sony представившая миру компакт-диск, до сих получает отчисления в размере \$0,03 с каждого проданного носителя CD-Audio. Выручка от продажи прав компании выросла примерно на 10% после того, как "Philips" назвала в середине 1990-х эту сферу одной из своих приоритетных областей развития, сообщил в интервью Reuters глава компании Руд Петерс.