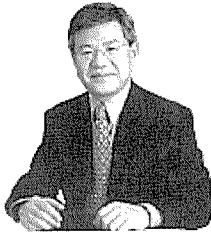


부품·소재 수출 Leading Company 선정업체(V)

삼성SDI(주)



- 대표 자 : 김순택
- 주 소 : (443-731) 경기도 수원시 팔달구 신동 575
- 천안사업장 : (330-300) 충남 천안시 성성동 508
- 전 화 : 031-210-7114, 02-727-3100
- 팩 스 : 031-545-2805
- 홈페이지 : www.samsungsdi.co.kr
- e - m a i l : webmaster@samsungsdi.co.kr

▶ 회사개요

- 설립년도 : 1970. 1. 20
- 종업원수 : 8,189명
- 매출액('00) : 4,161,800백만원
- 주요생산품목 : CDT, CPT, LCD, 이차전지 등
- 주요 수출국 : 미국, 일본, 유럽 등

▶ 회사소개

삼성SDI는 디지털방송과 인터넷 통신, 이동통신기기의 확산에 힘입어 디스플레이의 중요성이 날이 커지는 가운데 30년간 디스플레이 전문기업으로 명성을 쌓아 왔으며, 현재 말레이시아, 독일, 멕시코, 브라질, 중국 등 세계 6개국 10개 생산거점에서 컬러 브라운관과 종합 체제를 구축하고 국내외 고객과 세계 시장에 안정적으로 공급하고 있다.

세계 정상급의 브라운관 기술을 바탕으로 초슬림 완전평면 브라운관 i-tron, 디지털TV용 PDP, 이동정보 통신기기의 핵심 장비인 STN-LCD, 2차 전지, 미래형 디스플레이 유기EL에 이르기까지 디지털 기술을 눈에 보이게 하는 세계적 수준의 첨단 핵심부품을 개발하여 온 기술력을 바탕으로 차세대 디스플레이 기술개발에 나서고 있으며 세계적 선도기업으로서의 위상을 굳건히 할 것이다.

▶ 생산제품의 특징 및 기타 주요사항

- 2000년 CDT 및 CPT의 세계시장 점유율 1위(원가 및 기술력에서 세계 정상)
- VFD, STN-LCD는 세계시장 점유율 2위
- PDP, 2차 전지, 유기EL 등은 향후 세계시장에서 선두 주자가 될 것임
- 해외생산기지를 브라질, 멕시코, 말레이시아, 독일, 중국의 5개국으로 수출기반을 확대

▶ 성공사례

삼성SDI(주)는 1970년 흑백진공관을 시작으로 지금의 최첨단 디스플레이인 Digital 브라운관, PDP, 유기EL과 2차 전지에 이르기까지, 30년 동안 세계 최대의 디스플레이 메이커로서, 또 디지털 Technology를 선도하는 기업으로 성장하여 왔다. 동사는 흑백에서 컬러브라운관기로 접어든 80년대에, 이미 세계화전략을 전개할 수 있는 여력을 확보하였고, 90년대는 바야흐로 Global경영의 전략적시기로서, 4개의 국내사업장과 9개의 해외법인을 구축하고, 전세계 2만여명의 임직원을 보유하여, 2000년 한해 5조5488억원의 매출과 7036억원의 경상이익을 올리는 눈부신 성과를 거두었다.

동사의 주력제품인 컬러 브라운관은 PC보급증대와 Internet의 폭발적인 확산, Emerging Market의 지속적인 성장 등을 바탕으로, 시장규모에 있어서 금액기준 2000년 \$239억에서 2005년 \$319억으로 연평균 5.9% 성장, 수량으로는 2000년 263백만대에서 2005년 354백만대로 연 평균 6.2%의 안정된 성장을 전망하고 있어 전체 디스플레이 산업 중 여전히 확고한 위치를 지속할 것으로 예측되는데, 이 시장에서 삼성 SDI는 Monitor용 브라운관인 CDT와 TV용 브라운관인 CPT를 합하여 모두 6천여만대의 브라운관을 전세계에 생산 판매하여 세계 시장 점유율 22%로 1위를 고수하고 있으며, 2005년까지 27%로 높일 계획이다.

특히 제품 구조면에서도 “고급Brain의 집중과 막대한 R&D 투자”를 통해 일본업체를 능가하는 제품개발력과 시장개척능력을 구축하였고, 그동안 고부가가치 기종인 “완전평면 Dynafat브라운관”과 기존보다 5배 이상 선명해진 HD방송에 적합한 브라운관인 “초대형 HD TV용 브라운관”을 독자적으로 개발, Display업계를 선도하고 있다. 최근 동사의 주력기종인 Monitor용 완전평면 브라운관(CDT)인 Dynafat의 대표적인 수출 성공사례를 개발단계에서부터 소개하고자 한다.

평면브라운관의 개발

브라운관은 우수한 화질과 저렴한 가격으로 TV와 컴퓨터의 디스플레이(TV용 - CPT/컴퓨터용-CDT)로 장착되면서 오랫동안 부동의 위치를 차지해 올 수 있었다. 최근 여러 가지 평판 디스플레이가 등장하고 있지만 브라운관은 여전히 세계 디스플레이 장치의 핵심이다. 동사는 1996년 향후 모니터용 브라운관 시장이 Internet과 Multimedia시대의 본격화에 따라 점점 더 고품위 고부가가치 기종의 수요가 증가할 것으로 예측하여, 기존의 15인치 이하의 소형기종에서 17인치 이상의 중대형으로, 등근 면을 가진 브라운관 대신 외광에 대한 반사율을 없애고 고품위의 화질을 구현할 수 있는 완전평면 브라운관을 개발하는 쪽으로 개발전략을 수립하였다. 당시의 모니터 시장에서는 Sony나 松下 등의 일본업체에서도 ‘완전평면구현이 불가능하다’는 논리가 지배적이었고, 일부 시제품을 선보이긴 했으나 양산성과 품질에 문제가 있어 성공적인 시장 진출을 하지 못하는 상황이었는데, 동사는 기획단계에서부터

Synergy효과를 극대화하기 위하여 삼성전자와 삼성전기, 삼성코닝 등 관련업체를 모두 동참시켜 1년여 기간을 [기존제품의 생산라인을 그대로 활용하면서, 높은 양산성과 안정된 품질을 구현할 수 있는 완전평면 기술]을 개발하기 위해 노력하였다. 그 결과 1998년 12월 세계 최초로 완전평면 브라운관인 Dynaflat을 선보이고, 2000년 독점적인 미국특허를 획득하게 됨으로, 본 기술에 대한 원천특허를 확보하여 비야흐로 [평면브라운관 기술1등]의 위치에 오르게 된다.

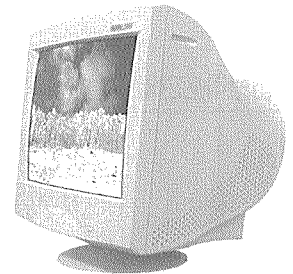
평면브라운관 시장의 성장

1998년 당시 완전평면 브라운관을 개발한 CDT Maker는 삼성SDI(주)와 Sony(제품명: FD-Trinitron) 뿐이었는데, 동사의 개발을 계기로 완전평면 모니터 시장은 전 세계적으로 붐이 일게 되었다. 1999년 200만대에 머물렀던 평면 모니터 시장이 2000년에 1500만대, 01년 32백만대로 57%의 급성장을 하게 되는데, (수요기준) 여기에는 평면모니터만이 가지는 탁월한 화면품질과 더불어 전략적이고 적극적인 마케팅전략이 소비자의 고품격 Display Needs에 절묘하게 적중한 데 그 주요 요인을 찾을 수 있다. 즉 성숙된 시장에 2등으로 뒤늦게 뛰어든 것이 아니라, 뛰어난 제품을 가진 자신감으로 기존에 없던 시장에 과감하게 도전하여 새로운 수요를 창출하고 발전시킨 것이다.

이를 위해서 동사는 비록 브라운관이 모니터의 한 부품이지만, 직접 모니터 업계에 영향력을 행사할 수 있는 Major PC 업계 (Dell, Compaq, HP 등)에 동사의 뛰어난 제품을 직접 보여주고 기술적인 교류를 하는 등, 전략적인 관계를 유지함으로써, PC업체로 하여금 Monitor업계에 삼성SDI의 제품을 채용하도록 유도하는 마케팅전략을 구사하기도 하였다.

이에 동사는 급성장하는 평면브라운관 시장을 선점하기 위하여, 전세계 16개 라인 중에 9개 라인을 Dynaflat라인으로 전환하였고, 특히 고부가가치 기종인 17인치 이상의 경우 3개 라인을 제외하고는 모두 평면브라운관 기종으로 발빠르게 전환함으로써, 전체 생산량 2600만대 중에 평면 브라운관 1000만대의 생산능력을 갖게 됨으로서, 세계 1위의 평면 브라운관 공급 Maker라는 영예를 얻을 수 있게 되었다.

(M/S 34% : 공급기준)



평면 모니터 시장의 석권

동사의 평면브라운관인 Dynaflat을 계기로 평면 브라운관은 크게 Sony type의 Tension Mask 계열과 동사가 개발한 Formed Type의 계열로 크게 나누어지게 된다.

Sony type의 경우 30인치 이상의 초대형 TV등에는 유리하나, 생산성이 불리하고 원가가 높아 19인치 이하의 모니터 시장에서는 공급자 측면에서 매력적이지 못한데 반해, 동사는 기획단계에서부터 철저하게 “기존의 생산 Process와 설비를 유지하면서 높은 품질을 구현할 수 있는 제품을 개발한다는 것”이 설계 Concept이었으므로, Dynaflat의 개발성공은 그당시 평면브라운관은 불가능한 것으로 여겨졌던 여러 일본업체와 대만, 유럽 CDT Maker들에게 하나의 “커다란 기술개혁”으로 여겨지게 된다.

특히 Sony와 교류관계에 있는 마쓰시타전기를 제외한 LG, 日立, 東芝, Philips, 중화 등 모든 CDT 업체가 앞다투어 동사의 Dynaflat을 Bench Marking하고 모방하기에 이르렀고, 최근 들어 제품들을 속속 사업화 한 결과, 2001년 전체 평면모니터 시장에서 동사의 Dynaflat형태의 제품이 64%(Sony type 36%), 2002년 76%로 DF type의 제품이 평면모니터 시장을 주도하게 되었다. 이로서 타사의 제품들은 모두 동사의 Dynaflat에 종속되는 제품들이므로 Dynaflat은 현재 “완전평면 브라운관의 대명사”로 국제적 표준이 된 것이다.

지속적인 신기술 개발만이 가장 효과적인 전략

삼성SDI는 Dynaflat 개발과 시장석권을 통해 [브라운관 기술1등]이라는 자부심과 더불어, 멈추지 않고 지속적인 혁신제품의 개발만이 가장 효율적이고 안전한 생존전략이라는 것을 깨달을 수 있었다.

동사는 그 이후에도 끊임없는 기술개발을 통하여, 세계 최초로 [마의 벽]으로 여겨졌던 브라운관 두께를 Projection TV 수준으로 줄인 32인치 HD TV용 초슬림 평면브라운관을 개발·생산에 돌입하였고, 최근에는 모니터의 휘도를 3배나 밝게 함으로서 PC와 TV기능을 하나로 합친 고해상도의 ‘멀티 디스플레이브라운관(MDT)’를 개발하여 브라운관의 새로운 영역을 개척해 나아가고 있다.

마치며

위 사례에서와 같이 디지털 시대로의 혁명과도 같은 변혁기를 맞이하고 있는 디스플레이 산업에서 삼성SDI(주)는 지속적인 혁신제품의 개발과 전략적인 Marketing을 바탕으로 성공적인 컬러브라운관 사업을 유지하고 있다. 앞으로도 삼성SDI(주)는 세계 정상의 브라운관 기술을 바탕으로, 초슬림 완전평면 브라운관 기술을 바탕으로, 초슬림 완전평면 브라운관 i-tron, 디지털 TV용 PDP, 이동정보통신기기의 핵심 장비인 STN-LCD, 2차 전지, 미래형 디스플레이 유기EL에 이르기까지 디지털 기술을 눈에 보이게 하는 세계적 수준의 첨단 핵심부품을 개발하여 21세기 디지털 세상을 보여주는 창이 될 것이다.

