



2분기 세계스토리지 SW 시장 17% 성장

지난 2분기 세계 스토리지 소프트웨어 시장이 작년동기보다 16.9% 성장한 18억5,000만달러를 기록했다고 13일(현지시각) C넷이 시장조사 기업 IDC의 보고서를 인용·보도했다.

이에 따르면 스토리지 자원(리소스) 관리 소프트웨어가 처음으로 스토리지 소프트웨어 시장에서 최대 분야로 부상한 가운데 디바이스 및 SAN 관리 소프트웨어 판매가 작년 동기보다 36% 늘어났다.

업체별로는 레가토를 인수한 EMC가 6억달러의 매출을 올리며 32.5% 점유율로 업계 1위를 고수했다. 2위는 베리타스로 4억 1,800만달러 매출에 22.6%의 점유율을 기록했다. IBM과 HP가 동일한 1억 3,000만달러 매출을 올리며 공동 3위를 차지했으며, 컴퓨터어사이에즈(CA)가 1억2,300만달러로 5위에 올랐다.

빌 노스 IDC 애널리스트는 “기업 규모에 관계없이 효율적인 스토리지 자원 관리가 매우 중요해지고 있다”면서 “이런 인식이 확산되면서 스토리지 소프트웨어 판매가 앞으로도 계속 늘어날 것”이라고 예상했다.

노키아, 3분기 실적전망 상향조정

노키아가 휴대폰 판매실적 호조에 힘입어 3분기 실적전망을 상향조정했다고 AP통신이 10일 보도했다.

노키아는 7~8월 실적을 바탕으로 한 3분기 주당 예상 순익이 기존 10~12센트보다 30% 이상 높아진 13~16센트를 기록할 것으로 전망했

다. 또한 이 기간 매출도 82억달러에 미달할 것으로 예상했지만, 83억~84억달러로 높여 잡았다.

주식 히오티 FIM 증권 수석 애널리스트는 “과거보다 경쟁이 더 치열해진 상황에서 실적 상향 소식은 노키아에 분명한 호재”라면서 “3분기 같은 성공적인 실적을 이어 가려면 획기적인 신제품 개발이 필요하다”고 지적했다.

이날 노키아 주가는 모처럼만의 긍정적인 소식 발표로 뉴욕 증시에서 8.3%, 핀란드 주식시장에서 6.2% 각각 상승했다.

한편 노키아는 중국 상하이에서 1920년대 스타일의 복고풍 디자인 제품 2종 등 3개의 신제품을 선보였다.

노키아 엔게이지 출하량 100만대 돌파

노키아의 게임폰 엔게이지가 출시 11개월만에 누적 출하량 100만대를 돌파했다.

뉴스팩터의 보도에 따르면 노키아는 게임기능을 강화한 휴대폰인 엔게이지와 후속 모델인 엔게이지 QD의 총 출하량이 100만대를 넘어섰다고 밝혔다. 또 엔게이지 게임이용고객을 위한 온라인 커뮤니티인 엔게이지 아레나의 가입자도 10만명을 돌파했다고 발표했다. 엔게이지 아레나는 게임 관련 정보 및 콘텐츠를 제공하고, 다른 게이머와 함께 게임을 즐길 수 있는 환경도 제공해 준다.

노키아는 엔게이지의 경우 높은 가격으로 인해 판매가 저조했으나, 가격을 낮춘 후속모델인 엔게이지 QD는 인기를 얻었다고 설명했다. 엔게이지QD는 MP3, 라디오 기능 등을 제거함으로써 가격을 최대 100달러까지 낮춘 모델이다.

대만 2분기 노트북 출하 9.9% 늘어

지난 2분기 중 대만에서 출하된 노트북 수량은 13만 2,400대로 전분기보다 9.9% 늘어난 것으로 나타났다.

대만 전자시보는 시장조사기업 IDC의 자료를 인용, 이같이 보도하며 대만 현지업체 아수스텍이 1위 자리를 고수한 가운데 외국계 기업 중 HP의 판매량이 특히 부진했다고 전했다. HP는 이 기간 중 1만 2,300대를 판매, 1분기보다 판매량이 23.6%나 감소했다. HP의 이 같은 부진은 유통망 정비 때문인 것으로 알려졌다. 반면 IBM은 1분기보다 32% 늘어난 2만 200대를 판매, 시장 점유율도 15.3%로 높아지면서 업계 3위를 차지했다.

아수스텍과 에이서가 전분기보다 각각 24.1%와 14% 판매량이 늘어나며 1, 2위를 차지한 가운데 벤큐·도시바 등은 판매량이 감소해 대조적이었다.

대만 LCD업체 “뭉쳐야 산다”

일본의 3대 LCD업체들이 LCD공동 생산을 선언함에 따라 한국·일본과 힘겨운 경쟁을 벌이고 있는 대만 LCD업체들간에 구조조정 필요성이 조심스럽게 제기되고 있다.

2일 월스트리트저널 아시아판은 지난달 31일, 히타치, 도시바, 마쓰시타가 LCD 패널을 공동으로 생산하기 위해 10억 달러 규모의 제조공장을 설립하고 일본의 12개 업체들과도 200억 달러 규모의 LCD공장 설립 계획을 선언했다는 사례를 들어 대만 LCD업체들의 구조조정 압력이 거세지고 있다고 지적했다. 대만은 비록 LCD 생산업체들 중에서 가장 늦게 출발했지만 올해 생산물량 면



에서 선두주자인 한국을 뛰어넘을 것으로 예상되고 있다.

이제 대만의 현안 과제는 규모의 경제 실현 여부다. 대만에서 가장 큰 규모를 자랑하는 AU옵트로닉스조차 한국의 삼성전자와 LG필립스 LCD의 절반에도 미치지 못하고 있다. AU옵트로닉스가 세계 시장을 12% 점유하고 있지만 한국의 두 회사는 각각 세계 시장의 22%씩을 차지하고 있다.

이와 관련, 베릴린치 서울사무소의 애널리스트인 대니얼 김은 “대만 기업들은 한국의 두 기업과 경쟁관계를 유지하고 규모의 경제를 실현하기 위해 합병을 필요로 하고 있다”며 “시기와 방법의 문제만이 남아 있는 것 같다”고 지적했다.

대만은 사실 이미 이 분야에서 몇 번의 합병 경험을 갖고 있다. AU는 2001년 에이스 디스플레이테크놀로지과 유니팩 옵트로닉스의 합병을 통해 설립됐다. 이같은 관점에서 큰 기업 보다는 판타 디스플레이, 한스타 디스플레이 등 상대적으로 작은 규모의 기업들간 합병 가능성이 조심스럽게 점쳐지고 있다. 올해 상장된 탑폴리 옵토일렉트로닉스와 이놀룩스 디스플레이 등도 합병 대상 물망에 오를 가능성이 있다.

이같은 압력에도 불구하고 최근 대만 업체들은 자금 측면에서 긍정적인 신호를 보이고 있다. 올해 초과잉생산에 대한 우려로 대만업체들은 주가에 큰 타격을 입었지만 최근 LCD 주문이 올해안에 회복할 것이라는 뉴스에 힘입어 이들 기업들의 주가가 큰 폭으로 뛰었다. 1일 증가 기준으로, AU옵트로닉스는 3.2%가 상승한 45.10 대만달러(미화 1달러 33센트), 2위업체인 치메이 옵토일렉트로닉스는 거의 5%나 상승한 45.20 대만달러를 기록했다. 청화 픽처 튜브는 7%(15.80 대만달러), 한스타는 5.5%(13.40 대만달러) 상승했다.

마쓰시타, 디자인에 '올인'

일본 마쓰시타전기산업이 '디자인주의'를 주창하고 나섰다. 여기서 말하는 '디자인주의'란 노력자들도 쉽게 인지할수 있도록 자사 전 제품의 모양과 색을 하나로 통합해 브랜드 파워를 제고하는 것이다. 이를 통해 '가전 왕국'의 명성을 되찾겠다는 게 마쓰시타의 복안이다.

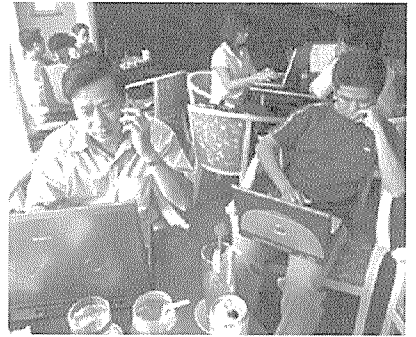
◇통합 디자인 체제로의 전환= 마쓰시타는 지난 2002년 4월 사업부별로 흩어져 있던 디자인 부문을 통합해 '파나소닉디자인'이란 사내 기업을 설립했다. 이 곳에선 200명 이상의 디자이너들이 정보를 교환하고 공통의 컨셉하에 작업을 진행하고 있다. 백색가전의 경우 녹색과 흰색을 사용한 통일 이미지 제품을 만들고 있다. TV, DVD리코더 등 7개 기종은 선임 디자이너들이 지난 1년 6개월간 설계한 시제품을 토대로 신제품 담당 디자이너들이 디자인을 개발 중이다.

마쓰시타 새 DVD리코더



일본 마쓰시타가 8일 도쿄에서 5종의 DVD리코더(모델명 : DIGA) 신제품을 선보였다. 160~400GB 용량의 하드디스크를 내장한 이 제품들은 대용량 녹화 및 저장, 고속 더빙, 홈 네트워크 및 모바일 네트워크 기능 등을 갖추고 있다. 이달 21일 부터 판매 예정이다.

'베트남 인터넷 열풍'



베트남 사람들이 호치민 시내 커피숍에서 노트북을 통해 인터넷 서핑을 즐기고 있다. 최근 베트남에는 기술개발과 경제발전으로 ADSL과 무선인터넷을 제공하는 커피숍이 늘고 있다.

산요옵손이미징디바이스, 올 하반기 매출 목표 2,000억엔

산요전기와 세이코옵손이 합작으로 설립한 '산요옵손이미징디바이스'는 올 하반기에 2,000억엔의 매출을 달성할 계획이다.

니혼게이지이신문에 따르면 두 회사는 최근 도쿄에서 기자회견을 갖고 산요옵손이미징디바이스의 올 하반기 매출 목표를 2,000억엔으로 정했다고 밝혔다. 주요 사업 분야는 휴대폰, 카내비게이션 등에 들어가는 중 소형 LCD 패널의 제조 및 판매다. 다음달 1일 공식 출범하는 산요옵손이미징디바이스는 자본금 150억엔이며 옵손이 55%를 출자했다. 사장은 산요전기의 다하라 히데오 상무가 맡기로 했다.

세계 통신업체들 아시아시장 겨냥 연합체 결성

AT&T·BT·MCI 등 글로벌 통



신사업자들이 아시아 각국 통신 시장의 개방을 촉진하고 각종 규제 조치를 완화하기 위한 목적으로 연합체를 결성하기로 했다.

아시아안월스트리트저널(AWSJ)은 14일 미국의 AT&T와 MCI, 영국의 브리티시텔레콤과 케이블앤드와이어리스, 독일 도이치텔레콤 자회사인 T시스템 등의 업체가 주축이 되어 'APCC(Asia Pacific Carrier Coalition)'라는 연합체를 결성했다고 보도했다. APCC의 결성 목적은 경쟁정쟁을 가로막는 아시아 통신시장의 규제수준을 낮추는 데 있다.

이들 업체들은 지난해 싱가포르 독점 통신사업자인 국영 싱텔에 압력을 행사해 '라스트 마일(기간망에서 개인 및 기업 가입자에 이르는 구간)' 요금을 인하했던 것에 착안, 앞으로 아시아 각국 통신 사업자와 규제 당국에 각종 규제 조치 완화와 해외 사업자 진입 규제를 풀어 줄 것을 요구할 계획인 것으로 전해졌다.

특히 이들 사업자들은 아시아 지역 국가들의 라스트마일 요금이 유럽이나 미국의 요금보다 높은 수준이라고 불만을 표시하고 있다. 또 미국과 달리 대부분 아시아 국가에서 전화 가입자가 휴대폰으로 전화를 걸면 가입자가 속한 전화회사가 이동통신사에 요금을 지불하도록 한 제도도 문제점으로 꼽았다. APCC는 라스트마일 요금이 인하되면 경쟁이 촉발되어 결국 소비자에게 혜택이 돌아가고, 아시아 경제에도 도움이 될 것이라고 주장했다.

AWSJ은 APCC가 유럽 통신시장에서 활동하고 있는 로비그룹 ECTA를 모델로 삼고 있으며, APCC의 자세한 형태는 이날 발표된다고 전했다. APCC는 중국, 인도, 베트남 등의 신흥시장 뿐만 아니라 일본과 싱가포르 등 시장이

성숙한 곳도 목표로 하고 있다고 밝혔다.

APCC에 참여하고 있는 호주 맥쿼리 코퍼레이트 텔레커뮤니케이션의 규제 업무 담당자인 매트 힐리는 "시장에서의 경쟁 활성화를 위한 첫 단계로 시장 자유화가 필요하다"고 밝혔다. 맥쿼리는 퍼시픽 인터넷, 스타허브 등과 함께 호주의 지배적 통신 사업자인 텔스트라와 경쟁하고 있다.

APCC는 중국 등의 저개발 국가에 대한 외국인 투자를 제한하는 제도를 철폐하기 위한 노력도 병행하기로 했다. 현재 중국은 유무선 네트워크 등 기간산업에 대한 외국인 투자를 철저히 제한하고 있으며, 인도는 라이선스 획득에 많은 비용을 요구하는 등 간접 규제책을 사용하고 있다.

APCC 대표로 내정된 조 웰치 MCI 지역담당자는 "아시아 통신사업자들은 자사의 영역 안에서 독점적인 성향이 강하다"며 "이로 인해 자국 내 신규 사업자와 외국기업들 모두 시장 진출에 어려움을 겪고 있다"고 설명했다.

소니, 유기EL 양산 개시

일본 소니가 차세대 디스플레이 중 하나인 '유기EL'의 양산을 시작했다고 14일 발표했다.

소니와 도요타자동차가 공동으로 출자한 '에스티LCD'는 패널 크기 3.8인치의 유기EL의 양산에 들어갔으며 소니의 개인휴대단말기(PDA)인 '클리에'에 우선 장착하기로 했다.

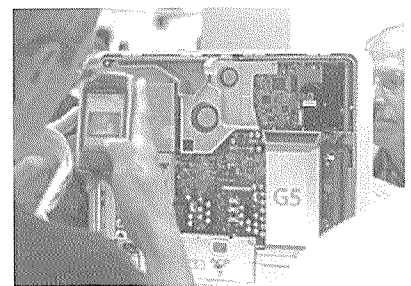
당초 올 봄부터 양산에 들어갈 예정이었으나 생산기술을 안정화하는데 다소 시일이 걸렸다고 소니 측은 밝혔다.

이번에 양산에 들어가는 유기EL은 동영상 표시 등에 강점을 지닌 '액티브형' 제품으로 약 26만색을 표시할 수 있다. 월 생산 규모는 알려지지 않았으나 당분간 클리에용으로만 생산되며 외부 판매 여부는 결정되지 않았다. 소니가 이달 25일부터 출시하는 신형 클리에의 생산 규모는 월 1,000대 규모다.

현재 동북파이오니아, 한국의 삼성SDI 등이 유기EL을 생산하고 있지만 두 회사 모두 '패시브형'으로 비교적 구조가 간단하다. 액티브형의 양산은 산오전기와 미국 이스트먼 코닥의 합작사에 이어 소니가 2번째다.

유기EL은 미세 화소 자체가 발광하는 구조로 LCD, PDP 보다 밝고 얇게 만드는 게 용이하다. 단지 대형화가 어려워 TV용으로는 실용화되지 않았다.

애플, 세계에서 가장 얇은 데스크톱 아이맥G5 발표



애플의 세계 마케팅 부사장인 필립 쉘러가 세계에서 가장 얇은 데스크톱 PC '아이맥 G5'를 소개하고 있다.

애플컴퓨터가 자사의 새로운 고성능 데스크톱 PC인 '아이맥 G5(iMac G5)'를 31일(현지 시각) 파리에서 열린 '애플 엑스포' 행사에서 발표했다고 로이터 등 외신이 보도했다.

애플은 이 제품에 대해 "두께가 2인치(약 5센치)에 불과, 세계에서 가



장 얇은 데스크톱 컴퓨터"라고 강조했다. 세계 시장 출하는 9월 중순경으로 잡혀 있으며 가격은 모델에 따라 1,299~1,629달러이다.

이번에 발표된 '아이맥 G5' 컴퓨터는 고속 프로세서인 'G5'를 장착한 것이 특징인데 17, 20인치 두 종류가 있다. 17인치 제품의 경우 1.6GHz 프로세서에 80기가바이트(GB) 하드드라이브를 지니고 있으며 가격은 1,299달러이다.

시장조사기업 IDC에 따르면 애플의 세계 PC 시장 점유율은 지난 91년 9.6%에서 작년에는 2%로 계속 감소해왔는데 올 2분기에는 2.2%로 다소 올랐다.

한편 애플은 지난 1998년 7월 8일 처음으로 '아이맥'이라는 데스크톱을 선보인 이래 2002년 1월 7일에는 처음으로 평판형의 아이맥을 발표하는 등 아이맥에 대한 업그레이드를 계속 하고 있다.

영국, 시각장애인용 휴대폰 나와



영국에서 시각장애인용 휴대폰이 첫 선을 보였다고 BBC 인터넷판이 보도했다.

스페인의 오아시스사가 만든 '22C'라고 명명된 이 제품은 영국 왕립맹인연구소(RNIB)의 전시회에 출품된 것으로 시각적인 디스플레이가 없는 대신 스크린에 나오는 모든 것을 음성으로 알려준다. 22C의 주요 기능은 △문자메시지 송·수신

△수신번호 음성통보 △음성인식 △버튼 음성안내(버튼을 누르면 음성으로 버튼의 기능 설명) 등이다.

22C는 다음주 스페인 시장에 출시되고, 석달 안에 영국 시장에서도 판매될 예정이다. RNIB의 스티브 타일러 연구원은 "22C가 맹인과 부분 시각장애인의 요구에 부응하는 제품"이라고 말했다. 오아시스사는 "22C 가격은 250파운드 정도가 될 것이며, 스페인에서 2만대, 영국에서 4만대 정도 판매할 수 있을 것"이라고 전망했다.

이것이 세계에서 가장 가볍고 얇은 평판 태블릿 컴퓨터



일본 NEC의 한 직원이 세계에서 가장 가볍고, 가장 얇은 평판 태블릿 컴퓨터 '베르사프로 VY11F'를 선보이고 있다. 이 컴퓨터의 무게는 885g이며, 두께도 11mm에 불과하다. NEC는 이달 30일부터 시판할 예정이며, 가격은 28만5,000엔으로 책정했다고 밝혔다.

인도, 반도체 팹 '모시기'

인도 정부가 외국 자본을 유치해 반도체 공장(팹)을 건설하는 방안을 추진하고 있다고 EE타임스가 보도했다.

인도 정부의 기술정책 비서관인

라지바 래트나 사는 "반도체 공장 건설에는 통상 수십억 달러의 비용이 들어가지만 인텔이나 AMD 등 반도체 업체에 좋은 투자 조건을 제시하고 정부가 측면 지원한다면 인도에 반도체 공장을 건설하는 게 불가능한 것만은 아니다"며 의욕을 보였다. 현재 인도 정부는 팹 건설에 필요한 부지를 업체에 제공하는 등 지원책을 마련해 현금이 풍부한 인텔 등 반도체 업체의 투자를 유도할 계획인 것으로 전해졌다.

사는 "정부가 인텔 측에 공장 건설과 관련해 모종의 제안을 해 놓고 있다"며 "현재로서는 정보만을 구체적으로 공개하기는 곤란하다"고 말했다. 인도 남부의 안드라 프라디쉬주의 Y.S. 라자세카라 레디 주지사도 "주도인 하이데라바드시에 해외 자본을 유치해 팹을 건설하려는 계획을 갖고 있다"고 말했다.

레디는 "이같은 계획을 실현하기 위해 연방 정부에 도움을 요청하고 있으며 인도 중앙 정부가 관계자들과 논의를 진행하고 있다"고 말했다.

사실 인도의 반도체 팹 건설 논의는 이번이 처음이 아니다. 10년전 IT 업계는 인도 정부의 지원을 전제로 팹 건설에 필요한 펀드의 반을 지원하겠다고 제안했다. 하지만 당시 인도 정부는 그 제안을 받아들이지 않았다. 또 지난 1990년대 초 사이프러스 세미컨덕터사에 인수된 아커스 세미컨덕터의 설립자인 아리아 바타체리아 등 외국에 있는 엔지니어들이 인도 텔레콤의 후원을 얻어 반도체 팹 건설을 추진했지만 정부의 관료주의적인 접근 방식 때문에 중단되고 말았다.

인텔 "듀얼코어 칩 내년 출시"

인텔이 7일(현지시각)부터 샌프란



시스코에서 열리고 있는 인텔개발자 포럼(IDF)에서 듀얼코어 프로세서 전략과 차기 제품의 로드맵을 발표했다. 인텔의 폴 오텔리니 사장은 '듀얼 코어 프로세서는 인텔의 미래'라며 "내년에 인텔이 서버와 PC용 듀얼코어 칩을 내놓을 것"이라고 밝혔다.

특히 그는 "2006년에 출시되는 데스크톱 칩의 40%, 노트북 칩의 70%, 서버 칩의 85%가 듀얼코어가 될 것"이라고 말했다. 인텔은 이번에 듀얼코어 프로세서의 시연 행사와 함께 센트리노 무선 기술의 차기 버전인 소노마(Sonoma)와 나파(Napa) 기술에 대해서도 소개했다. 센트리노의 소노마 버전은 내년 1분기에, 나파는 내년 말이나 2006년에 발표될 전망이다.

한편 이번에 선보인 듀얼코어 데스크톱 칩은 넷버스트 아키텍처로 설계됐고 915 그랜트데일 칩셋을 사용하는 메인보드에서 사용할 수 있다.

빌 시우 인텔 데스크톱그룹 제너럴매니저는 듀얼코어칩 데모 시연회 자리에서 이번에 선보인 제품이 엔지니어링 프로토타입이라고 설명하며 자세한 언급은 피했다.

■ 가전시장 고기능 저전력 제품 '붐'

일본 가전시장이 고기능·저소비 전력 제품군으로 빠르게 재편되고 있다. 니혼게이자이신문에 따르면 일본 가전업계는 공기청정기·에어컨·세탁기 등 백색가전 분야에서 정화 능력을 높이는 대신 소비전력은 크게 낮춘 제품을 잇따라 출시하고 있다.

산요전기는 지난 달 출시한 공기청정기에 알레르기 원인물질 억제 및 항균 기능을 강화했다. 이번에 내놓은 공기청정기는 물을 전기분해

할 때 얻어지는 차아염산소를 활용해 살균작용을 한다. 향후 가습기나 히터 등에도 이 기능을 추가할 계획이다. 앞서 산요전기는 지난 2001년 출시한 세탁 건조기에 이 기능을 최초로 장착해 인기를 모았다. 이후 일본의 모든 세탁건조기에는 이 기능이 표준으로 장착됐다.

마쓰시타전기는 독자 개발한 특수 필터인 '알레르바스터'를 공기청정기 등에 적용하기로 했다. 알레르바스터는 공기 중의 먼지나 꽃가루 등 알레르기 원인 물질 및 인플루엔자 바이러스 활동을 99% 억제하는 효과를 지녔다.

이 필터가 장착된 제품은 현재 6기종인데 연내 9기종으로 확대해 이 부문에서 전년 대비 5배인 1,000억원의 매출을 달성하기로 했다.

샤프는 공기 중에 있는 곰팡이를 죽이는 항균 이온 기능을 갖춘 백색가전의 판매를 확대한다. 지난달 말 이온 방출량을 기존의 2배까지 올린 공기청정기를 출시했다. 올해 말까지 가습기, 청소기 등 '항균 이온 시리즈' 제품군을 700만대 이상 판매하기로 했다.

이 밖에 히타치홈&라이프솔루션은 냉장고 및 에어컨 등의 저소비 전력 기술인 'PAM' 기술을 전체 가전 제품에 확대 적용하기로 했다. PAM 기술은 핵심 부품인 컴프레서 회전수를 필요에 따라 자동제어할 수 있다. 향후 국내에서 생산되는 전 제품에 이 기술을 장착할 방침이다.

한편 일본 백색가전시장은 전반적인 가격 하락이 지속되면서 고부가가치 제품만이 살아남을 수 있는 구조로 바뀌고 있다. 비록 고부가가치 제품이 표준 제품보다 30% 정도 높은 가격대를 형성하고 있지만 판매에선 윤행하다는 게 주요 가전 양판점들의 분석이다.

■ 디지털방송 지역 확대

일본의 지상파 디지털방송 시청 세대가 대폭 확대됨에 따라 향후 보급에 탄력을 더할 전망이다.

니혼게이자이신문에 따르면 일본 총무성 관동연합통신국과 국영 NHK, 민영방송 각사들은 수도권(관동지방)의 지상파 디지털방송의 전파를 22일부터 대폭 확대해 시청 가능 세대를 국·민영 합쳐 총 640만 세대로 늘릴 것이라고 발표했다.

이번 디지털방송 전파 확대는 당초 올해 말로 계획된 '제2단계' 작업이었지만 디지털방송의 혼선 대책 작업이 순조롭게 진행되면서 앞당기기로 했다고 신문은 전했다.

지금까지 지상파 디지털방송 보급의 최대 난제는 최대 시장인 수도권에서 민영 방송의 시청 가능세대가 12만 세대에 불과하다는 것이었다. 시청자 수가 광고 수입에 직결되는 민방으로서는 이 때문에 "아직 확산 단계에 미치지 못하고 있다"는 우려의 목소리가 많았다.

특히 정부와 각 방송국들은 각종 전파가 섞여있는 수도권을 대상으로 새로운 디지털 전파를 송출하기 위해 기존 아날로그 전파를 없애는 '아날로그 주파수 변경 대책'에 다소 시간이 걸릴 것으로 전망해 왔다. 그러나 안테나 방향, TV 채널 설정을 변경하는 등의 작업이 당초 기대 이상으로 빠르게 진행됨에 따라 이번에 수혜 세대를 대폭 늘리기로 했다.

이에 따라 니혼TV방송망, TBS, 후지텔레비전, TV아사히, TV도쿄, NHK교육TV 등은 기존 15.5W(와트)였던 전파를 700W로 늘리고 도쿄 타워를 중심으로 당초 12만 세대에 불과했던 시청 가능 세대수를 640만 세대로 확대할 계획이다.

이들 방송사와 별도로 NHK총합 TV이 300W급 출력을 410W로 증력하고 시청 가능세대도 190만 세대가



늘어난 880만 세대로 늘릴 예정이다. 29W였던 도쿄메트로폴리탄TV도 700W로 증력해 12만 세대였던 시청 가능세대수를 470만 세대로 확대한다. 또 최근 들어 효고현 등 전국 각지에서 지상파 디지털방송을 앞당기려는 움직임도 일고 있어 2006년 디지털 방송 전국 보급 확대에 대한 기대가 높아지고 있다. 다만 각 방송국과 전문가들은 디지털화에 따른 설비투자 및 프로그램 제작비 등 원가 상승이 먼저 발생하고 있다는 점에서 “오는 2011년 아날로그에서 디지털로 완전 이행하기까지는 해결과제가 산적해있다”고 지적하고 있다.

일 JEITA, 북경사무소 개설

일본 전자업계 단체인 ‘일본전자정보기술산업협회(JEITA)’가 베이징에 사무소를 개설했다고 니혼게이지사이신문이 보도했다.

JEITA가 해외에 사무소를 개설한 것은 뉴욕, 파리에 이어 3번째다.

JEITA 베이징 사무소는 앞으로 중국 정부와 지적권, 제품 표준 규격화 문제 등에서 의견과 정보를 교환하는 창구로 활용된다.

이번 JEITA 베이징 사무소 개설은 오는 2008년 베이징 올림픽을 앞두고 중국의 전자 및 가전 수요가 크게 늘어날 것이라는 판단에 따른 것이다.

IBM, 노트북 어댑터 55만개 리콜

IBM은 전세계적으로 팔린 노트북 55만3,000대의 어댑터에 대해 과열로 인한 화재 등 위험을 야기할 수 있다는 이유로 리콜을 실시한다고 2일(현지시각) 밝혔다.

이 어댑터는 IBM의 싱크패드 i시

리즈, 싱크패드 390 및 240 시리즈 대부분과 일부 싱크패드 s시리즈에 장착됐다고 로이터는 보도했다. 리콜 대상 어댑터를 채택한 노트북은 지난 1999년 1월부터 2000년 8월까지 팔린 것인데 개당 55달러에 별도로 팔린 어댑터도 리콜 대상이다. 이들 모두는 대만 타이베이에 있는 델타 일렉트로닉스가 만들었다. 직사각형 모양의 해당 어댑터엔 IBM 로고와 02K6549란 모델명이 라벨에 새겨져 있다.

이와 관련해 IBM과 미 소비자제품안전위원회는 “56와트 병렬(AC) 규격의 이 어댑터로 인해 인체에 해를 미친 사례는 아직 보고되지 않았지만 최소한 6건의 과열 사례가 있었다”고 말했다. 이날 현재 미국에서만 22만5,000개의 어댑터가 리콜됐다고 로이터는 덧붙였다. 소비자들은 노트북에서 어댑터를 분리한 후 리콜을 기다려야 한다고 회사측은 밝혔다.

IBM, 중국PC 시장 공략 박차

IBM이 중국 PC 시장 공략에 박차를 가한다.

15일(현지시각) 로이터에 따르면 IBM의 중국 담당 최고경영자(CEO)인 헨리 초는 “중국 기업용 PC 시장에서 앞으로 IBM의 점유율을 50% 정도로 끌어올리겠다”고 밝혔다. 현재 IBM의 중국 기업용 PC시장 점유율은 40%를 약간 상회하고 있으며 세계 기업용 PC 시장 점유율은 32%이다.

초 사장은 “세계 컴퓨터 시장이 소프트웨어와 서비스 쪽으로 이동하는 경향이 있지만 중국은 여전히 하드웨어 중심적이다”면서 이같이 강조했다. IBM은 중국에 진출한지 올해가 20년째인데 현재 중국 매출 중 70%가 하드웨어에서, 그리고 나머지

30%는 소프트웨어와 서비스에서 이루어지고 있다. 이에 반해 IBM의 전세계 매출은 서비스가 절반 정도를 차지할 만큼 서비스 비중이 높다.

초 사장은 “IBM이 PC서버를 비롯해 메인프레임 등 서버 분야 4곳과 노트북 분야에서는 경쟁사인 HP·선·델·레노보 보다 앞서고 있다”면서 “하지만 상대적으로 소비자용 데스크톱 분야는 고전하고 있다”고 설명했다.

MS, 음악 다운로드 서비스 본격 실시

마이크로소프트는 애플의 아이튠스 음악서비스를 겨냥한 온라인 음악 다운로드 서비스를 2일부터 시작한다고 로이터 등 주요 외신들이 보도했다.

사용자들은 MSN 뮤직 사이트를 통해 곡당 99센트의 가격으로 음악을 내려받을 수 있다고 로이터는 설명했다. MSN 부사장인 유서프 메디는 “애플보다 좀 더 좋은 서비스를 제공할 것이다”며 “아이튠스에서 제공하는 포맷보다 원도 미디어 포맷의 데이터 전송량이 높아 사운드 품질 면에서 더 우수하다”고 말했다.

그는 또 “소비자들은 단일 사이트나 단일 기기에만 의존하는 것을 원치 않는다”며 “이것이 아이튠스와 차별되는 중요한 차이”라고 덧붙였다.

이와 관련, 가트너의 시장 분석가인 마크 맥과이어는 “MSN 뮤직이 엄청난 잠재력을 갖고 있다”며 “그러나 MSN뮤직과 아이튠스간의 경쟁은 기술보다는 브랜드 인지도에 초점이 맞춰질 것”이라고 말했다.